

# 走心文案 是怎样炼成的

卢建彰◎著

LOW+

**前奥美、智威汤逊创意总监的专业文案攻略**

真正的“走心传播” | 给我一本书的时间  
始于不聊广告聊人生 | 教你写出吸睛又吸金的实战派故事

里，你可以找到感动的缘由、行动的理由和以爱为源头的生命河流。

金马奖导演 齐柏林

中国 友谊出版公司

LOW+

走心文案  
是怎样炼成的

卢建彰  
◎ 著

图书在版编目 ( CIP ) 数据

10W+走心文案是怎样炼成的 / 卢建彰著. -- 北京: 中国友谊出版公司, 2017.8

ISBN 978-7-5057-3773-0

I. ①1… II. ①卢… III. ①广告设计 IV. ①F713.81

中国版本图书馆CIP数据核字 (2017) 第196466号

原书名: 愿故事力与你同在 作者: 卢建彰

本书由 台湾远见天下文化出版股份有限公司 正式授权

- |    |                                 |
|----|---------------------------------|
| 书名 | 10W+ 走心文案是怎样炼成的                 |
| 作者 | 卢建彰                             |
| 出版 | 中国友谊出版公司                        |
| 发行 | 中国友谊出版公司                        |
| 经销 | 北京时代华语国际传媒股份有限公司 010-83670231   |
| 印刷 | 北京中科印刷有限公司                      |
| 规格 | 880×1230 毫米 32 开<br>8 印张 140 千字 |
| 版次 | 2017 年 11 月第 1 版                |
| 印次 | 2017 年 11 月第 1 次印刷              |
| 书号 | ISBN 978-7-5057-3773-0          |
| 定价 | 42.00 元                         |
| 地址 | 北京市朝阳区西坝河南里 17-1 号楼             |
| 邮编 | 100028                          |
| 电话 | (010) 64668676                  |

## 吃太多故事会死吗？

作家 黄崇凯

我们可能被迫吃下太多故事了。小说家 E. M. Forster 在他那本《小说面面观》为“故事”和“情节”下了极其简明的定义：“故事”指的是事件发生的先后时序；“情节”则指向包括因果关系的事件发展。他举例，“国王死了，然后王后也死了”是故事；“国王死了，王后也因悲伤过度而死”则是情节。在这个国王、王后和悲伤都很泛滥的时代，时时刻刻都有故事发生，但我们时常无法穿透故事的后台，以意义和秩序将散乱无章的故事碎片串接起来变成情节。

这是专属于我们的时代处境：爆量的故事渣滓（美其名曰为信息）化身成各种各样的利箭，不停地打断我们的目光、思绪和睡眠，再不停地将我们传递到下一个转运站，无休无止。

我们毫无节制地吞食故事和数不尽的渣，消化不良。世上

有着太多坏故事走来走去，也不是随便哪个人都能生产营养的好故事。故事在大量消费下容易过老过熟或添加人工化合物，人们既渴望新鲜有眼也要有机无毒。然而在故事吞吐量巨大的广告业混迹十多年、一身实战经验的 Kurt 却奇怪地维持正常蠕动，没什么消化不良的问题。

每回我们碰面吹牛，欢笑之余我常不禁纳闷，这游手好闲的家伙有认真工作吗？会不会其实他根本是个骗子，什么做广告、拍片、教书、看书、写书、跑步、伺候老婆女儿之类的全都是唬人的？但每隔一段时间，看到他产出新作品，又相信他说的都是真的——他到底哪来的时间——做好所有事？

我试着归纳与他本人的相处经验和本书透露的讯息：嗯，他其实比较认真生活而不是工作。他不把工作当工作，而是模糊工作的界限，让生活变成一个开放的超大容器，搅和杂乱随机的人事物，摇一摇，就能筛出把工作尽快做好的点子。我想他一定偷偷信奉村上龙的名言“我不喜欢工作，所以都赶快做好出去玩”。正因为要保留大多时间去玩，就得把必要工作执行得既有效率又精准。他在书里举了好些工作实例，读者可一步步拆解他怎样构思、面对客户的态度、修正调整和反思的整个工序。

所以可别误以为 Kurt 满口故事经，他的秘诀乃是：我们不需要过多不必要且没营养的故事，只需要一个切中要旨的核心故事。他在书里讲述的，其实是锻炼“故事核心肌群”的关键，

把一个故事进一步淬炼成情节，让接收者自己去想“为什么”和“后来呢”。那个故事自然会逐渐发酵、膨胀，慢慢生成每个人不同版本的气味和样子。在这个故事教人消化不良的时代，Kurt 的书或许就是一帖整肠健胃的必备良药。

## 作者序

当你难过，记得有人为你祷告。

当你快乐，记得有人为你祷告。

这是我写过的最难写的序，尽管我已经写过三本书。

这书花了一年时间，经历复兴空难、高雄燃气爆炸、复兴空难（再次），每一件都说故事的我难以想象，更难以承受，让此刻的我换了几支钢笔，依旧不知如何下笔。

担忧、恐惧、愤怒、安慰、遗忘、担忧、恐惧、愤怒、安慰、遗忘……快速循环般地发生，好似这小小的地方，就非得出那么多的大事，而且一直来一直来。

但这，会不会也是种祝福？

祝福我们比其他地方的人们更坚强、更勇敢、更愿意自省，或者更明白自己需要别人的帮助和祷告？

我这样相信着。

我也经历了妻子怀孕待产、现场看 NBA、完成竞选影片、母亲病危到出院、抱着新生的女儿卢愿给五分钟后就会忘记但频频说好可爱的母亲看，每一件都说故事的我难以忘怀，更难以只是言谢。

没有一件事是我可以独立面对的，每一件都得经历别人的祝福，经历别人的帮助，才能顺利地或不顺利地度过，才能有心里的平安，也让我得到许多奇妙的故事，能在某个奇妙的时刻，还给这世界一点点奇妙。

你说提这做什么？这和故事力有什么关系？

这里头不就有好几个品牌吗？这些品牌不也都想讲出可以帮助销售、提升品牌好感度的故事吗？而它们又创造出了多少真实的故事？

我们在这世界里也正经历着多少刻骨铭心的故事？某些故事可以成为我们创意的养分，而某些故事的结局，我们更可以参与，甚至改写。

你觉得呢？

或许你原本只是想知道如何说好故事，但也许，活出好的故事，在你自己的故事里有个样子，你就能够说出好故事来。因为你珍惜身边的人，在乎发生的每件事，并愿意插手在每个

还在进行的故事里，光是因为这样，好故事就会来找你。

我爸跟我说，你大概不会成为一个有钱的人，但你至少可以试着成为一个让人怀念的人。

在这世界里，我们那么渺小，又那么无力，不过没关系，因为太阳一样会升起，我们一样有自己的问题要面对，一样有困难得解决，一样有遗憾得抚平。但我们也一样可以带着盼望，一样相信心可以比世界更大。

故事是说给人听的，故事也是人说的，也许，你得先成为一个人，像样的人。当然，故事是为了让人活得更好，懂得欢笑懂得悲伤懂得怜悯懂得自在，而在故事和故事之间，我们祷告，愿故事力与你同在，愿有人愿与你同在，愿你爱的和爱你的与你同在。

当你难过，记得有人为你祷告。

当你快乐，记得有人为你祷告。

推荐序 / 001

作者序 / 005

## 第一章 你的文案，需要一点故事感

1. 人生剩不到 22K / 002
2. 你在工作还是在做作品？ / 016
3. 作品与作业的距离：大热天里的功课和冰果汁 / 023
4. 永远古怪，永远与众不同 / 031
5. 广告人都是小号手 / 041

## 第二章 打动人心，才是好广告

1. 搞定客户的唯一途径是爱 / 050
2. 做品牌就像谈恋爱 / 062

3. 迷人的故事是人类的精神食粮 / 075
4. 广告人都得学会的“光合作用” / 080
5. 说什么样的故事才能打动人心 / 087

### 第三章 时间、金钱、品质的好礼三选二

1. 你的习惯，决定你的故事 / 092
2. 诚实比最好的谎话动人 / 097
3. 时间、金钱、品质的好礼三选二 / 105

### 第四章 三个好故事，让你把广告写成诗

1. 故事一：高雄坚强 / 116
2. 故事二：让世界好一点点的洗发精 / 130
3. 广告人都是专业特种部队 / 138
4. 让特种部队帮你追到消费者 / 147
5. 找到对你起作用的品牌“UBO” / 156
6. 故事三：把广告写成诗 / 170
7. 表现力是艺术与真实的美学结合 / 186

## 第五章 没人关得住一个会讲故事的人

1. 别做自己的囚犯 / 204
2. 不想上的课，不如不上 / 213
3. 光与影的叙事魅力 / 217

## 第六章 好故事是偷听来的

1. 和最爱，最遥远的距离 / 228
2. “啊，刚才那是谁？” / 237

## 第一章

### CHAPTER-1

你的文案，需要一点故事感

## 1. 人生剩不到 22K

经过十多年，  
相较于当年的老板们，  
可以给毫无资历的职场新人 28K，  
现在的老板们却只能给大学毕业生 22K 的薪水，  
那么，是谁的竞争力降低了？

在谈“说故事”之前，我们先来谈我们是什么，及我们想跟谁说故事。答案可能很明显，我们是人。接下来，你可能会在这本书中发现许多看来白痴的问题，但拜托你，既然都花时间翻了，多少思考一下这些看似白痴其实可以解决很多难题的问题。

既然我们要与人对话，我们应该来讨论人是什么，人在意什么。

人并不会一直存在，人会消失。但我们比较在意的，反而是那些看似具体但其实冰冷，无法打动人心的东西。

为了避免大家以为我要谈的是大学一年级那虚幻无比、不明就里的“哲学概论”，不妨让我来谈个最现实的议题。

“不要怕薪水低，要怕没有竞争力。”

现在很多企业老板都会这样勉励年轻人，尤其是新人。我相信老板们的出发点都是一片好意，但是有几次在会议中遇到这些企业负责人，也就是老板们时，都会善意地提醒他们，尽量不要用这种言论来鼓励年轻人。

为什么？

你先想想看。

好，你想过了，才换我讲。

这本书基本上都会延续这样的节奏，就是我提出一个观点，请你先停下来思考看看，因为我们被时代快节奏的多任务，训练成每件事都以反射状态光速回应。久而久之，我们就只能脊髓神经反应动作快，大脑闲置没用到，所以真正重要的议题无力思考，没有创意，缓步失智。

## ► 22K 薪水的锁喉扼杀力

现在许多年轻人对职场却步，害怕自己赚不到生活所需的费用，觉得 22K 是个可怕的数字，他们无法以这样的薪资在城市里生活（也确实如此，统计处的数据显示在台北都会区的月生活费需 25K），因此在学校里便急着打工赚钱，恐慌困惑是学子脸上的表情。

我感到诧异且难受。大学应该是个自在生活学习的殿堂，人民更有免于恐惧的自由。我想起自己大学那四年真的是由你玩四年，快活得不得了，读了很多跟课堂考试没什么关系但我想看的书，晒了很多太阳，每天都在运动，谈了几次恋爱（这就别提了……）。家境并不宽裕的我，并不常感受到金钱的压力和魔力，倒是爸爸有魔力以月薪三万五新台币拉扯大我和妹妹读完大学的同时，还照顾了有失智症的妈妈。除了妈妈进出医院手术，我多数时候都是开心快乐的，对未来不确定，但充满期待，想要赶快长大，做自己想做的事，虽然搞不太清楚自己想做什么事，但没有恐惧。

我们不太考虑延毕，因为知道在学校里除非要走学术路线，否则梦想不会是从学校开始。更何况大学延毕在当时也不大会对学术研究有益，我们不怕离开学校，因为觉得外面虽然可能辛苦，但应该相对有趣，至少比起教授点名不容易预期。薪资

或许不高但应该可以活命，大概不会被镁光灯追逐，但能够自己追逐光明。

现在，我在大学教书，看着课堂里的每个年轻人，他们的焦虑是具体且集体的。你可以嗅得到他们的恐惧，他们害怕，不想面对三四年后的职场生活，把读研究生当作逃避的途径，把延毕当作必须，把自己看成毕业即失业，怕得要命，却又不知如何是好，仿佛只能一辈子运气不好。

22K 这简单的几个数字，似乎轻易扼杀了年轻人的笑容，更掐上他们的咽喉，让他们无法大口呼吸，更不敢放肆如我们，呼喊出什么梦想的话语，哪怕只是梦话。

## ► 广告行业内幕大起底

以前是这样的吗？我们来回忆一下，以我自己的职业生涯为例。2000 年我刚加入职场成为劳动人口的一员时，进入的是薪资结构十分陡峭的广告业，若以薪资为 Y 轴、职位为 X 轴，那金字塔的形状是非常尖的。也就是说，作为一个底层的文案人员，我的薪水相对于最上层的创意总监，有好几倍的距离，大概类似在加德满都的市集拿望远镜仰望圣母峰主峰顶之类的。