

吳淑君著

廣告文案 與生活創意

您一定記得白
冰冰的 Everyday
——矮擱肥擱短；李
立群的它傻瓜、你
聰明；孫越的好東
西要和好朋友分享
；周潤發的福氣
啦！

看廣告文案如
何帶動流行？

廣告文案與生活創意

吳淑君 / 著

漢欣文化事業有限公司 / 出版



版權所有・翻印必究

定價●140元

廣告文案與生活創意

作 者 / 吳淑君

發行人 / 楊炳南

發行部 / 台北縣新店市中正路540號5樓

電 話 / (02) 218-1212

傳 真 / (02) 218-0101

郵撥帳號 / 0583759-9 漢欣文化事業有限公司

營業時間 / 早上 8:30 至下午 5:00 (星期六下午暨國定假日休息)

郵撥帳號 / 0583759-9 漢欣文化事業有限公司

登記號 / 局版台業字第2855號

印刷所 / 松霖彩色印刷事業有限公司

頁 數 / 224頁 (80P)

初 版 / 中華民國84年12月

本書如有缺頁、破損或裝訂錯誤，請寄回更換

前言

動腦廣告人俱樂部主辦的第二屆廣告流行語金句獎選拔，十則入圍佳句依筆劃順序是：

不在乎天長地久，只在乎曾經擁有（鐵達時錶）

化去心中那條線（黑松汽水）

它抓得住我（柯尼卡軟片）

世界上最重要的一部車是爸爸的肩膀（中華汽車）

它傻瓜，你聰明（柯尼卡軟片）

安全是回家唯一的路（台灣省交通處）

好東西要和好朋友分享（麥斯威爾咖啡）

回家的感覺真好（義美食品）

有點黏又不會太黏（中興米）

捐血一袋，救人一命（中華民國捐血運動協會）

廣告文案欲領導生活，無創意如何驅動流行；生活創意落實於廣告文案，變抽象為具象，方有生活想像的社會新機。

本書融廣告於生活，融生活於創意，又將創意置於藝術美學的廣奧殿堂裏，獨出新意，擦平凡於超群，開啓新視野，帶您一掃凡胎俗體。

目錄

前言.....	1
---------	---

一、廣告文案與生活創意

001・口頭廣告語.....	1
002・書面廣告語.....	2
003・廣告創意.....	3

004・滲透新人類.....	11
----------------	----

005・電腦廣告.....	12
---------------	----

006・廣告創意之酸甜苦辣.....	13
--------------------	----

二、雙關語言——要刮別人的鬍子，先把自己的刮乾淨

001・語言雙關的活用.....	17
------------------	----

002・廣告實例.....	20
---------------	----

003 · 內在美是雙關語的大流行·····	23
004 · 創意雙關語·····	25
005 · 結語·····	27
三、名人不說謊？——讓我幾乎忘了它的存在·沈時華·	
001 · 名人神話·····	29
002 · 名人廣告成敗錄·····	34
003 · 重金禮聘·····	36
004 · 結語·····	37

四、常存體貼——不在乎天長地久，只在乎曾經擁有

001 · 體貼是深入人心的不二法門·····	40
002 · 他們都不懂??·	45
003 · Tone and Manner·····	46
004 · 結語·····	48

五、看得見的魅力——裝誰像誰，誰裝誰，誰就得像誰

001 · 廣告的具象性·····	51
-------------------	----

六、跟著流行走——下一個決策者就是你

002 · 詩詞廣告·····	56
003 · 深層描繪·····	58
004 · 萬艦齊發·····	59
001 · 冷嘲熱諷·····	61
002 · 酷斃了！·····	62
003 · 誰敢專制·····	63
004 · 優生學·····	64
005 · 綠色震撼·····	65
006 · 王子洗衣燒飯，公主志在四方·····	66
007 · 誰殺了台灣人？·····	68
008 · 不一樣的感覺·····	69
009 · 搞怪需要空間·····	70
010 · 高畫質享受·····	70
011 · 好彩頭·····	71

012・結語·····	72
七、他們一樣好——好東西要和好朋友分享	

001・附驥廣告·····	74
---------------	----

002・形象塑造·····	79
---------------	----

003・太白遺風·····	80
---------------	----

004・結語·····	83
-------------	----

八、請一次射下九個太陽——自然就是美

001・嫦娥壯志·····	85
---------------	----

002・一箭雙鵰·····	86
---------------	----

003・無價之寶·····	92
---------------	----

004・射下流行·····	93
---------------	----

九、目中無人——要看就看最好的

001・出類拔萃·····	97
---------------	----

002・揚州第一樓·····	99
----------------	----

003・新梁祝·····	99
--------------	----

004 · 只是自信····· 101

005 · 金色童年····· 101

006 · 孝順雅哥····· 102

007 · 遙遙領先····· 103

008 · 贏得有創意····· 106

009 · 請將不如激將····· 107

十、那是什麼？——一隻蝴蝶能跟汽車發生什麼樣的關係？

001 · 為什麼？····· 110

002 · 設置懸念····· 111

003 · 懸念啟發思考····· 113

004 · 警察與小偷的懸念對話····· 117

005 · 懸念心理····· 118

十一、獨樹一幟——心動不如馬上行動

001 · 特異獨行····· 121

002 · 出人意料····· 122

003 · 不再眼熟····· 125

004 · 中庸之道的廣告流行····· 127

005 · 反潮流····· 128

006 · 拒絕模擬····· 129

十二、以退為進——不要再跟世界爭辯了

001 · 退一步海闊天空····· 131

002 · 如果海倫仙度絲這樣寫····· 133

003 · 摻水好酒····· 133

004 · 林肯為什麼當選····· 134

005 · 金屋藏嬌····· 135

006 · 無聲勝有聲····· 136

007 · 曹丕的眼淚····· 137

十三、言有盡而意無窮——不是隨便蓋一蓋

001 · 不說盡便有餘味····· 141

002 · 讓消費者沈思····· 145

003・市長大人不會算命……………148

004・請出家……………149

十四、不知所云——貓在鋼琴上昏倒了

001・雞同鴨講……………151

002・歪打正著……………154

003・傳話遊戲……………155

004・擴大想像空間……………156

005・結語……………158

十五、趣味廣告——波哥波媽波爸波姊波爾茶

001・另一種警告……………159

002・沒事請不要亂舉……………162

003・小野上梁山……………163

004・六眼烏龜……………164

005・這樣謙虛……………166

006・戒煙啟事……………167

十六、廣告也講究美——愛自己才能夠愛別人

007 · 男人的好處 ····· 168

008 · 趣味廣告 ····· 169

001 · 對句 ····· 173

002 · 對比 ····· 175

003 · 同異 ····· 178

004 · 反覆 ····· 180

005 · 排比 ····· 182

006 · 結語 ····· 184

十七、廣告世界多驚奇——雞會不多

001 · 驚奇一 ····· 189

002 · 驚奇二 ····· 190

003 · 驚奇三 ····· 191

004 · 驚奇四 ····· 192

005 · 驚奇五 ····· 193

十八、無話可說——權充後記

006 · 驚奇六 ·····	193
007 · 驚奇七 ·····	194
008 · 驚奇八 ·····	194
009 · 驚奇九 ·····	196
010 · 驚奇十 ·····	197
011 · 驚奇十一 ·····	197
012 · 驚奇十二 ·····	198
013 · 驚奇十三 ·····	199
001 · 是創意過度還是不實？·····	201
002 · 配合環保，響應流行·····	202
003 · 美國環保行銷暨廣告協會的幾點建議·····	204
004 · 廣告國際化·····	205
005 · 警告創意人·····	205
006 · 紙上談兵·····	206

一、廣告文案與生活創意

001·口頭廣告語

大家一定都聽過一首歌——酒矸倘賣無。小時候，這種走街串戶的叫賣聲——酒矸啊倘賣無，幾乎天天都聽得到。另有一種收集廢鐵的叫賣——派鐵啊倘賣無，媽媽統籌將它們合併為——派嬰啊倘賣無（壞小孩倘賣無），嚇得我和弟弟遠遠的聽到這種叫聲，便立刻躲到床底下，以便安全無虞。

口頭廣告語流行到現在，已為諸多大眾傳播媒體所取代，你一定記得白冰冰的Everyday——矮攔肥攔短，李立群的它傻瓜、你聰明；孫越的好東西要和好朋友分享；周潤發的福氣啦，其主要特色便是簡短易記、朗朗上口、方便

流行。

002．書面廣告語

水滸傳第二十三回寫著：

武松在路上行了幾日，來到陽谷縣地面。此去離縣治還遠，當日晌午時分，走得肚中飢渴，望見前面有一個酒店，挑著一面招旗在門前，上頭寫著五個字道：

三碗不過岡

此種旗幟廣告，戰國時就已經有了，只不過水滸傳記之較詳，方便摘錄。直到目前為止，書面廣告仍然是應用得最爲廣泛的，並有越來越花俏的趨勢。本書所引用者，泰半皆爲書面廣告。

003 · 廣告創意

● 水蜜桃當臀部擦馬桶 ●

馬桶廣告以水蜜桃當臀部表演擦拭，引起許多反彈，尤其是辛苦的農民們，把他們艱辛的培植糟蹋成這樣，怎不令人痛心疾首、揮淚如雨，不得不考慮圍上白布條，努力抗議。

然而，仙桃都可以成為乳房，為什麼水蜜桃就不能當臀部呢？

● 〇〇七的弱點 ●

佳能公司的電視廣告主打該公司BIC-4000噴墨印表機。一名〇〇七偵探，對從印表機飛速印出的紙靶射擊，迅速猛烈，扣人心弦，真不愧是小七飛槍、響徹寰宇。最後，印表機換上彩色墨水匣，印出一位絕代美女，〇〇七嚥下一口人性唾沫，手槍應聲落地。

黑白列印速度快，彩色列印色彩美

