

文案基本不用攻 之 文案的戏剧性

写给非广告人的广告常识

@ 偶就是那个鬼 出品

首发

豆瓣小组
[写给非广告人的广告常识]

基本不用攻/ 不是不用功，是只要够爱，基本功就不难攻

戏剧性/ 文案的外在技巧，文案的内在规律，受众的心理燃点
启发写得对的人写得妙，记得住、好传播、降低成本

基本功三式/ 文案的戏剧性，文案的侵略性，文案的魔术性

注意

戏剧讲师/ 小丰的关（在）门（外的）弟子鬼鬼

搞定一件事/ 让你的文案更容易引起注意力，看起来有点不一样，
细想还有些幽默

关注/ 同名微信公号：adernous（好记：广告人不鸟咱）

专治/ 命名、标题、细节、语感、短文案

文案。

仗笔走天涯。
多么潇洒。
多么文艺。

当你真正成为文案。
你写了一句文案。
用尽毕生创意。
期待改变世界。

当然——**做梦**。
Art说这里不对。
Account说那里不对。
Plan说前面不对。
Project说后面不对。
文指说哪里对了？
.....

所有人都可以改你的文案。
你颜面扫地。
你自尊全无。
你信心蒸发。
从此仗鄙走天涯。

.....

前辈没错。
你也没错。
前辈浑身经验和经历。
而你只有速度与激情。
TA的直觉完败你的错觉。

怎么办？

你不吃。
你不喝。
你不睡。
你拼命想。
你发疯写。
你着魔改。
然而呢？

.....

冰冻三尺非一日之寒。
胖子不能一天吃出来。
好文案更没有速成法。
前辈依然不留情面。
你呢依然伤心欲绝。

.....

你害怕成为文案花瓶。

你有天赋、有勤奋。
你缺异禀、缺酬勤。
你需要一个出路。

让你的文案看起来有点不一样。
让你的文案更容易引起注意力。
让你的文案细细思来还有幽默。

这就是**文案**
的戏剧性精
髓所在。

01 谐音。

谐音有文字的和图形的。

一句话带过理论。

上天猫，就购了。

我的星座是大胆做。昂科拉。

典型出街广告示例。

如一家叫无饿不坐的餐馆是文字的。

如一副鹰骑熊的照片名叫英雄是图形的。

鬼鬼自编。

再

如

如新福特福克斯，瘾发无限驾享。（福特）

更多出街广告示例。

示个
例哈

02 双关。

双关分文字的和手势的。

361° 多一度热爱。

原来生活可以更美的。

如无夜游民，说的是失业的人，也是熬夜的人。

如食指和拇指一扣，既表示零，也表示OK。

再

如

如当太阳升起的时候，我们的爱天长地久。（太阳神口服液）

如片片，刻刻有乐事。（乐事薯片）

如情系人人。（人人网）

如别二了奔三了。（时代·糖果三期）

如精彩在沃。（联通）

如夏天好热，爱要趁热。（哈根达斯）

开始
了哦

03 比喻。

有了比喻再也不用害怕形容词了。

你是我的优乐美。

真的很曼妥思。

如她活得很陈绮贞。（哦，她是一个很有才华的文艺青年）

如怀着梦想就像怀着孩子，很容易流产。

再

如

如一个神奇的网站。（58同城）

如蚕丝柔滑。（舒蕾）

如让世界尝尝中国的味道。（思念水饺）

如open your mind。（Heineken/smart）

如不给感冒留机会。（新康泰克）

如慈母心、豆腐心。（中华豆腐）

04 病句。

病句往往起到强调。语病、逻辑病、神经病。

今年过节不收礼，收礼只收脑白金。

我们不生产水，我们只是大自然的搬运工。

如今天啥也没做，就看了5000条广告。

如我随意，你干杯。

再

如

如所有的房子都用来住，坚果不是。（银泰置地·坚果国际公寓）

如只有远传，没有距离。（远传电信）

如再忙，也要和你喝杯咖啡。（雀巢咖啡）

如最不可思议的复仇的，不是杀人，是杀心。（电影《赵氏孤儿》）

如“愤青”不老，他们只是伪装成了爸爸。（光耀·先生的玫瑰园）

如Cancer Cures Smoking。（Cancer Patients Aid Association）

05 祈使。

祈使就是命令直捣行动。

just do it.

快到碗里来。

如我拍你猜，放马过来。
如有书有赢，小心上瘾。

再

如

如百度一下，你就知道。（百度）
如与世界分享你的知识、经验和见解。（知乎）
如留在深圳，给自己和爱的人一个家。（光耀·马克住区）
如BE MINI。（mini汽车）
如把乐带回家。（百事可乐）
如请务必拿下。（子贡）

06 借代。

借代要有文化底蕴才好使。

那个不痛月月轻松。

洗洗更健康。

如嗯哼？

如你懂的。

再

如

如没什么大不了的。（丰韵丹）

如我是陈冠希，你认识我啦。（DELL XPS 14 “陈冠希篇”）

如换个姿势，我们可以再来一次。（公益广告）

如XPS 13，超级的。（DELL XPS 13 “张歆艺篇”）

如薄到没感觉。（杰士邦）

如Think Different.（Apple）

07 断句。

断句容易触发互动。

渴望就现在。

你值得拥有。

如他竟然一个人喝了一打哈尔滨啤酒，然后放肆的把旁边的女人当了垃圾桶、餐巾纸、床单使。难怪人说酒后……。这个断句容易触发脑中词汇自行填补成：酒后壮人胆或者酒后吐真言或者酒后乱性或者别得什么。

再

如

如我就喜欢。（麦当劳）

如渴望就现在。（百事可乐）

如联想，只要你想。（联想）如We Try Harder。（Avis）

如Yes We Can。（奥巴马竞选广告）

如Got Milk?（California Milk Processor Board）

08 换算。

数算的加减乘除一切运算公式，能用的都用上。

SO 女人，SOHU女人。搜狐女人。

23秒，32年。
电影《唐山大地震》。

如学富五、六、七、八车。

如小心驶得万年船，小心使得十个千年船。

再

如

如总是先想到我们，再想到我。（内贴）

如我是陌陌分之一。（陌陌）

如要沟通不要勾通。（陌陌）

如要朋友我就是你的友。（微聚）

如一次不买你的错，二次不买我的错。（水果摊）

如一日不见如隔三秋，一月不见如隔90年。

09 连用。

任何文字、任何位置连接全民皆知的成语、术语、俗语、人名。

迅雷不及掩耳盗铃响叮当之势。

广告人四大皆苍井空。

如我用哥德巴赫猜想你在骗我。
如刀子嘴不饶人，豆腐心慈手软。

再

如

如静得让您耳根清清静。（松下电器）

如我爱北京天安门正南50公里。（固安工业区）

如别，有一番风味。（光耀·小别）

如活，该快乐。（东风标致）

如上联：早进来晚进来早晚进来，下联：多吃点少吃点多少吃点，横批：
进来吃点。（不具名小店）

10 佯谬。

佯谬包括语言的、表演的和错配的。

用不着打肉杆菌，

偶尔打打蜡就行。Mini车。

如孟德斑鸠说过，故意把孟德斯鸠写错；如头比身大的人物，故意把头放大。
如某女用完面膜后说自己的脸真是白里透红，然后故意放林志玲的照片。

再

如

如凯迪拉客。（三轮摩托车）

如总是一缺三。（陌陌）为人民币服务。（钱包）

如通往成功的路，总是在施工中。（尊尼获加）

如这周怎么这么长长长长长~~~（智联招聘）

如忙DAY、丢死DAY、未死DAY、赦死DAY、腐败DAY、洒脱DAY、伤DAY。（智联招聘）

11 反复。

反反复复谁人记不住？

再看、再看我就把你喝掉。

燕舞燕舞。一片歌来一片情。

如这里好得只有作品，这里只有好的作品。

如你的活儿很行（xing），你的活儿很行（hang）。

再

如

如我知道你不知道我知道你不知道我知道……（百度）

如peck the rainbow, taste the rainbow。（彩虹糖）

如我不在星巴克，就在去星巴克的路上。（星巴克）

如雪中之豹，雪中之宝，雪中送宝。（雪豹皮革行）

如爱在一起chat, wechat。（微信台湾）

如走富康路，坐富康车。（富康车）

12 事实。

震撼人心的事实是最好的代言人。

中国每卖10罐凉茶，7罐加多宝。

香飘飘奶茶一年卖出10亿多杯，杯子连起来可绕地球三圈。

如不是每个2小时，都能换来1个精彩故事。

如拉一个人陪葬是每一支烟的梦想。

再

如

如格力掌握核心科技。（格力空调）

如时速达到60英里的时候，这辆新型劳斯莱斯汽车内最大的噪音来自车上的电子钟。（劳斯莱斯）

如就在这江边大晒场，晒足180天。（厨邦酱油）

如成长只有一次，给他最好的。（伊利QQ星）

如复杂世界里，一个就够了。（一个APP）

13 定义。

定义出态度，定义出定位。

大家好才是真的好！

美，源自深海。

如误解也许是从未了解。

如adernous，专注发送业内资料100年。

再

如

如不是所有的牛奶都叫特仑苏。（蒙牛特仑苏）

如有态度的新闻门户。（网易新闻）

如沟通从心开始。（中国移动）

如生命就该浪费在美好的事物上。（统昂·曼仕德咖啡）

如科技以人为本。（诺基亚）

如每个人都是生活的导演。（土豆网）

14 同音。

同一个声音，同一个节奏。

我美我魅。

敢，就有感觉。雀巢咖啡。

如宁流汗不留憾。

如如核桃益智，核桃抑智。

再

如

如支付宝，知托付。（支付宝）

如不是所有的吉普都叫jeep。（jeep）

如药材好，药才好。（仲景六味地黄丸）

如不同的酷，相同的裤。（李维斯）

如百服宁，保护您。（百服宁錠）如无线你的无限。（英特尔）

如来也匆匆，去也冲冲。（厕所贴）

15 同词。

同词流畅你的阅读。

你用电，我用心。国家电网。

有国美，生活美。

如城市让生活更美好，我们让城市更美好。

如遇见就是缘分，珍惜每一次遇见。

再

如

如简约不简单。（利郎商务男装）

如新的内衣，新的你。（都市丽人）

如冰冻夏日，不玩不酷。（哈尔滨啤酒）

如全倾全力。（阿迪达斯）

如从不预测未来，我们创造未来。（凯迪拉克XTS）

如让欲望不再失望。（淘宝商城）

16 同义。

同义铿锵你的语气。

无青春，不梦想。

有人模仿我的脸，还有人模仿我的面。

如勿以善小而不为。

如非诚勿扰。

再

如

如来点一氧化二氢，爷要激动一下。（mini汽车）

如别说你爬过的山，只有早高峰。（mini汽车）

如越是强手，越是喜欢强有力的对手。（mini汽车）

如优点很突出。（mini汽车）

如非TOSHIBA，没有观赏欲。（TOSHIBA）

如非喝不可。（可人蔬）

17 反问。

反问激发思考。

谁是你的菜？

人类失去联想，世界将会怎样？

如人红是非多，口红呢？
如兔子不吃窝边草，人呢？

再

如

如儿孙自有儿孙福，你呢？（光耀·陶朱公）
如谁是下一个表情帝？（可口可乐）
如一生三分之一的时间待在床上，换张好床垫吧？（某床垫）
如今年不妖魅，更待何年？（中兴百货）
如没有花枝招展，怎么能叫过年。（中兴百货）
如今天你呷哺了吗？（呷哺呷哺）

18 矛盾。

矛盾很出笑果。

今年二十，明年十八。白丽美容香皂。

2012，我的真心话是大冒险。
Mini汽车。

如您真是心细如麻。
如私心做公益。

再

如

如今年夏天最冷的热门新闻。（西泠冰箱）

如热爱生活冷静选择。（奥克斯空调）

如你比你快。（耐克）

如2013年情人节最浪漫最屌（丝）的电影。（电影《101次求婚》）

如这种故事不会有标题。（银泰置业·坚果国际公寓）

如一个不识五线谱的人，弹得一手好钢琴。（长城葡萄酒）

19 对比。

对比特显眼、特明朗。

假发，真我。Rebecca假发。

不是你变大了，是奥利奥变小了。

如小钱，大公益。
如如冷眼热评广告事。

再

如

如the best or nothing。（奔驰）
如多一些润滑，少一些摩擦。（统一润滑油）
如世界越快，心则慢。（中华电信）
如再硬的心都软了。（阿尔卑斯牛奶软糖）
如世界和我爱着你。（心理FM）
如想想小的好。（甲壳虫）

20 方言。

方言有识别度、有穿透力，有地域限制。特别适合地产广告。

修正肺宁，妥妥的。

赶集网，啥都有。

如恭嘿内呀。

如哎呀妈呀，请港普通，老妹。

再

如

如牙好，胃口就好，身体倍儿棒，吃嘛嘛香。（蓝天六必治）

如感叹号知道不？治感冒，杠杠的。（海外制药感叹号）

如可能系世界上最好嘅啤酒。（嘉士伯啤酒）

如你讲台语嘛也通。（西北航空）

如整点易服芬吧！（易服芬）

如乎干啦！（台湾麒麟）

21 改编。

改编唤醒记忆的门，零改动即为引用。

生活如此多娇。

我要怒放的生命。

如如洛阳亲友如相问，就说我在adernous。

如落霞与孤鹜齐飞，傲慢与偏见并存。

再

如

如生命诚可贵，性急不是罪。（百度浏览器）

如车到山前必有路，有路必有丰田车（丰田）

如让一亿人先聪明起来。（巨人脑黄金）

如拥有桑塔纳，走遍天下都不怕。（桑塔纳轿）

如三千烦恼丝，健康新开始。（潘婷）

如何以解忧，唯有杜康。（杜康酒）

22 肯定。

肯定是不容置疑的口吻。自信。感染。

就是这个味儿！

做女人挺好！

如我就要文案的戏剧性。

如我从来不看文案的戏剧性。

再

如

如特步，非一般的感觉。（特步）

如你本来就很美。（自然堂）

如美味非尝不可。（果粒奶优）

如相信品牌的力量。（CCTV）

如不走寻常路。（美特斯邦威）

如渴望就是力量。（百事可乐）

23 夸张。

夸张气贯长虹破天。

地球人都知道。

根本停不下来。

如世界都在抄。

如用一辈子写一本自传。

再

如

如装得下世界就是你的。（爱华仕）

如世界都在看。（优酷）

如味道好极了。（雀巢咖啡）

如一切皆有可能。（李宁）

如我们最懂大姨妈。（大姨妈）

如世界触手可及。（中国电信）

24 假设。

假设营造情景、代入感、转换条件。

爱她就请她吃哈根达斯。

思想有多远，我们就能走多远。

如抽是相互的。

如如果公益是小泽玛利亚，你做吗？

再

如

如心有多大，舞台就有多大。（CCTV2）

如如果说人生的离合是一场戏，那么百年的好合更是早有安排！（百年润发）

如如果爱，请深爱。（必胜客）

如如果你对你的性生活很满意，不必到中兴百货。（中兴百货）

如果你无聊地翻着航空杂志，证明你真的该度假了。

（光耀·全球候鸟度假地）

25 押韵。

押韵就像有回声，在提醒，二度提醒。

人头马一开，好事自然来。

透心凉，心飞扬。

如人生苦短，能吃一碗是一碗。
如请勿靠近，小心怀孕。

再

如

如钻石恒久远，一颗永流传。（戴比斯钻石）
如不在乎天长地久，只在乎曾经拥有。（铁时达）
如你的能量，超乎你的想象。（红牛）
如不论在哪里，都能PLAY在一起。（Google+）
如天才第一步，雀氏纸尿裤。（雀氏纸尿裤）
如要低价、去宜家。（宜家）

26 混搭。

混血儿总是长得更漂亮，中英文搭配文案也是。

贵人鸟，我run我的快乐。

要么419，要么forever。

如不会PLAY，怎么PLAN。
如不会COPY，怎么WRITE。

再

如

如office不用太多，装得下我的梦想就好。（智联招聘）

如Ctrl C我的信息，不如Ctrl我的心。（师兄网）

如DRINK DRANK DRUNK是入门级，DRUNK DRANK DRINK是骨灰级。（朝日啤酒）如FUN映厅。（本田）

如历史是属于MAYFAIR的，未来是属于CAMDEN的，但归根到底是属于MINI的（mini汽车）

27 享字。

享是万能字，也是中文里唯一可以和FUCK匹敌的正能量词汇。

纵享丝滑。德芙巧克力。

爱奇艺，悦享品质。

如慧享、专享、私享、安享、坐享、心享、分享、共享、同享、礼享、惠享、优享、乐享、欢享、悦享、畅享、酷享、尽享、巨享、劲享、创享、独享、双享、智享、音享、随享、尊享、臻享、视享、敢享、静享。

再

如

如停下来，享受美丽。（美即面膜）
如让网购更享受。（苏宁易购）
如运动之美，世界共享。（李宁）
如分享这份梦幻。（香奈尔香水）
如分享生活，留住感动。（QQ空间）

28 数字。

数字精准可信，容易增加使用量，拉动销量喔。

我知道，要2粒1起吃才最好。
益达口香糖。

每年逛2次海澜之家。

如30家比4A还屌的广告公司。
如广告人绕不过的24本专业书。

再

如

如每天3次，每次7分钟。（知乎日报）

如10秒也能拍大片。（美拍）

如3毫米的距离，1颗好葡萄要走10年。（长城葡萄酒）

如好音质，4亿人的选择。（天天动听）

如劲霸男装，专注夹克30年。（劲霸男装）

如纯爷们100招。（麦当劳）

29 拟人。

拟人拟啥啥就活起来。

让心灵去旅行。利群

hello! motor!

如路灯每天为我站岗24小时。

如凳子跪着当我的肉垫。

再

如

如让嘴巴去旅行。（良品铺子）

如你好，色彩。（伊克萨斯。）

如大宝天天见。（大宝SOD）

如陪你生活一辈子。（LIFE VC）

如辣，放火过来！（雪碧）

如向活力说早安。（纽崔莱多种植物蛋白粉）

30 拖沓。

拖沓制造回声效果和口吃性格。

恒源祥，羊羊羊。

劳动使人变-变-变成-猿。左岸工社。

如你好好好好好好好丑啊！

如人月月月月月月月月月月永月多越好。

再

如

如快、快、快速见效。（Anacin去痛片）

如你看，你看，看看看看……（银鹭花生牛奶“张柏芝篇”）

如这个月不会来，下个月也不会来了，以后都不会来了。（和信电讯）

如小而美、小而冷、小而省。（新静王冷气）

如你没事吧？你没事吧？你没事吧？你没事吧……（溜溜梅）

如天啊、天啊、天啊，天下农庄，糙米金砖。（天下农庄糙米金砖）



鬼

(下) 明天见

鬼

(下)
续

文案基本不用攻

文案的戏剧性

31 顶针。

顶针一气呵成，加速阅读。

美味持久，就到离谱。

车到山前米有路，有路必有丰田车。

如难舍、难舍，难舍最后一滴。
如亮晶晶，晶晶亮。

再

如

如时代呼唤人才，人才需要口才。（《演讲与口才》）
如你看医生，医生看我。（方正）
如大宝天天见。（大宝SOD）
如陪你生活一辈子。（LIFE VC）
如辣，放火过来！（雪碧）
如向活力说早安。（纽崔莱多种植物蛋白粉）

32 情景。

情景教会使用。

怕上火，喝王老吉（加多宝）。

吃完喝完嚼益达。

如想入行，加adernous。

如困了惑了就看看广告常识。

再

如

如送长辈，黄金酒。（黄金酒）

如找得到，卖得掉。（百姓网）

如请不要同刚刚走出本院的女人调情，她或许就是你的外祖母。

（美容院）

如There Are Some Things Money Can' t Buy. For Everything Else, There' s MasterCard. (MasterCard)

33 对仗。

对仗有美感还上口。

内在力，外在美。相宜本草。

精于心，简于形。飞利浦。

如有书。有赢。

如看常识上天堂，做广告下_____。

再

如

如地道好酒，天赋灵犀。（长城干红葡萄酒）
如捐血一袋，救人一命。（中华民国捐血运动协会）
如后会无期，相聚有时。（电影《后会无期》）
如横扫饥饿，做回自己。（士力架）
如智慧人生，品味舍得。（舍得酒业）
如突破科技，启迪未来。（奥迪）

34 互文。

互文是词语间的遥相呼应，增加文字弹性，常见的是拆词。

爱就马上行动。爱玛电动车。

工于至诚，行以致远。工行。

如电影天音乐地。

如虽轻然重。

再

如

如精于中，华于形。（中华汽车）

如劲脆不停，乐不可之。（乐之薯片）

如大•不同。（三星 Galaxy Note）

如享•自由。（Oppo ulike）

如同心同行，标新致远。（标致汽车）

如因为百变，所以美丽。（百丽女鞋）

35 比较。

红花总得有绿叶。

没有最好，只有更好。澳柯玛冰柜。

Pizza and more! 必胜客。

如比广告时代更懂中国广告人。

如比广告门、数英网、麦迪逊邦更懒的常识媒体。

再

如

如比超薄更薄。（冈本避孕套）

如最时尚的手机KTV。（唱吧）

如比你的邻居更强。（一汽·森雅）

如让美更美丽。（让美更美丽）

如多点滴露，生活更丰富。（滴露洗手液）

如快上加快。（百度手机浏览器）

36 通感。

五官错乱的神奇效果。用眼睛吃，用嘴巴闻。等等。

衡水老白干，喝出男人味。

一股浓香，一缕温暖。南方黑芝麻糊。

如你看起来好甜。

如密集的蚂蚁，钉子一样钻得它心痛。

再

如

如人生馥郁香。（酒鬼酒）

如好吃看得见。（康师傅方便面）

如新生！不要看到饺子才想起老妈。（腾讯微博）

如也许缺乏兴趣的不是你，是你的房间、浴室、厨房、客厅、餐桌。（中兴百货）

37 强调。

字、词、句、段、文中的高音。

农夫山泉有点甜。

陌陌总有新奇在身边。

如我给你YES OR NO。

如干爹的干绝对不是动词。

再

如

如劲酒虽好，可不要贪杯哦。（劲酒）

如一般人我不告诉他。（万通筋骨片）

如不要太瘦哦。（碧生源）

如不仅仅是世界500强。（华为）

如我的地盘我做主。（动感地带）

如在这里，读懂中国。（南方周末）

38 嫁接。

嫁接出新意新知。

世间百事皆不同，唯有——百事可乐。

三日不购衣书便觉面目可憎。中兴百货。

如give me five, give me fire。
如梦里花落知道少，滚滚长江东逝水。

再

如

如床前明月光，疑似地上霜，举头望明月，我是郭德纲。（郭德纲开场白）
如旧的不去，超级的不来。（DELL XPS 13 “李孟夏篇”）
如创镇7宗醉。（美林·香槟小镇）
如收集贝克瓶盖之三十六计。（贝克啤酒）
如大年初一，蒸蒸日上。（时代花生）
如不要迷恋哥，嫂子会打你。（网络）

39 叠词。

嫁接出新意新知层层叠叠，起起伏伏，有韵有味。

燕舞888，质量顶呱呱。

滴滴香浓，意犹未尽。

如干干净净做人，干干净净做事。
如常识、常识，长你见识。

再

如

如日子缓缓，阳光散散。（中海·阳光棕榈园）

如潮流来来去去，生活本质永恒。（万科）

如清清爽爽每一天。（娇爽卫生护垫）

如容声，容声，质量的保证。（容声冰箱）

如高高兴兴上班去，平平安安回家来。（公益广告）

如凉风习习，芳香阵阵，消暑佳品，祝君夏安。（苏州檀香扇）

40 排比。

排比最容易营造气氛，挑起情绪和勾起模仿。

凡客体

陈欧体

如当人们谈起豪宅，她们想起20世纪初的包豪斯工艺美术运动；当人们炫耀Birkin包，她们想起皮革深处的人生故事。

再

如

因为我已经认识了你一生/因为一辆红色的RUDGE自行车曾经使我成为街上最幸福的男孩/因为你允许我在草坪上玩蟋蟀/因为你的支票本在我的支持下总是很忙碌 /因为我们的房子里总是充满书和笑声/因为你付出无数个星期六的早晨来看一个小男孩玩橄榄球/因为你坐在桌前工作而我躺在床上睡觉的无数个夜晚/因为你从不谈论鸟类和蜜蜂来使我难堪/因为我知道你的皮夹中有一张褪了色的关于我获得奖学金的剪报/因为你总是让我把鞋跟擦得和鞋尖一样亮/因为你已经38次记住了我的生日，甚至比38次更多/因为我们见面时你依然拥抱我/因为你依然为妈妈买花/因为你有比实际年龄更多的白发，而我知道是谁帮助它们生长出来/因为你是一位了不起的爷爷/因为你让我的妻子感到她是这个家庭的一员/因为我上一次请你吃饭时你还是想去麦当劳/因为在我需要时，你总会在我的身边/因为你允许我犯自己的错误，而从没有一次说[让我告诉你怎么做]/因为你依然假装只在阅读时才需要眼镜/因为我没有像我应该的那样经常说谢谢你/因为今天是父亲节/因为假如你不值得送CHIVAS REGAL这样的礼物/还有谁值得——皇家·芝华士经典父亲节文案。

41 字词。

字越短越有力，词越动越有画。

斯达舒，管用。

这酒，柔！金剑南。

如全国广告公司地图，做！
如100种文案充电站，集！

再

如

如我能！（全球通）
如神州行，我看行！（神州行）
如跑了就懂。（耐克）
如勇闯天涯。（雪花啤酒）
如更你。（DELL XPS 14z）
如FIND ME。（OPPO FIND）

42 拟声。

魔音入耳洗脑神曲都是范例。

达令、达令、达令、达令、达令、
达令、达。步步高音乐手机。

啦啦、啦啦啦，啦啦、啦啦啦。
《万万没想到》。

如吭哧吭哧开吃咯。

如切——。

再

如

如每天我都用“嘀”和你说早安。（方正）

如呵、呵、呵、呵、呵、呵、呵。（关爱八卦成长协会）

如嘀哩嘀哩嘀哩嘀哩哒哒。（《曾经的你》）

如你要走吗 via via。（《平凡之路》）

如倒数开始 Di Da Di…（《Di Da Di》）

如嗒滴嗒嗒噔，嗒嘀嗒嗒噔。（《我一定要得到你》）

43 符号。

符号世界通用，很内涵。

表情符号:-D。

箭头指示方向。

如标点符号，顿号抑扬顿挫，叹号极富情感，省略号引诱思考。
如红停绿行。

再

如

如不怕神一样的对手，就怕____一样的裁判。（mini汽车）

如激动=强度X持久度。（mini汽车）

如多·快·好·省。（京东）

如还把我当约X利器，请你别白费力气。（陌陌）

如X二代不缺好工作，问题是他们可以不工作。（师兄网）

如嘘，我有特殊的打（zhong）车（奖）技巧！（珍品网）

44 反语。

越要引起注意越要表现得不在意或特别刻意。

助您更黑。中铁置业·三晒。

这广告不可信。谁说的？就撑灯。

如知道你过得不好，我就放心了。
如我就喜欢你虚伪的样子。

再

如

如Guinness isn' t good for you。（Guinness）

如酸甜味，堵嘴食品。（猫哆哩）

如I never read The Economist——Management trainee. Aged 42.
（The Economist）

如金鹰955有什么好听的？（金鹰955电台）

如她最大本领不是推销，是劝你别买。（王府井百货）

45 回文。

正过来反过来都一样的值得咂摸。

多喝水没事，没事多喝水。味丹。

万家乐，乐万家。

如广告派，派广告。

如面前。前面。

再

如

如人生不是过得怎样，而是懂得怎样去过。（轩尼诗）

如正反，反正都很正！（Sony Ericsson T100 手机）

如青春宝，使你永葆青春。（青春宝）

如30岁的人，60岁的心脏；60岁的人，30岁的心脏。（海王银杏叶片）

如长城电扇，电扇长城。（长城电扇）

如蚂蚱吃庄稼变成了人，人造反就变成了蚂蚱。（电影《一九四二》）

46 倒装。

名字就出卖了它的刻意悬念。

淘我喜欢。

暗念释放。Lee。

如路是毛线的弯，月是故乡的名。
如害理的伤天。

再

如

如如impossible is nothing。（阿迪达斯）

如中国网，宽天下。（中国网通）

如谈恋爱特没劲，假如大连没有海。（圣岛地产·小平岛）

如是时候清下旧账，和那位叫“爸爸”的男人。（光耀·先生的玫瑰园）

47 虚实。

虚虚实实更有想象空间。

午后奶茶，一口淡雅，一刻从容。

一口顺滑，遇见所有好心情。
统一阿萨姆奶茶。

如当我瘦得只剩灵魂，我愿把我一生的故事唱给你听。
如哥抽得不是烟，是压力。

再

如

如心，是人生最大的战场。（统昂·幻象马雅咖啡）
如给我小心点儿。（统一·小心点拉面丸）
如傻瓜镜片，聪明选择。（宝岛眼镜）
如安全是回家唯一的路。（台湾省交通处）
如有多少南方摩托车，就有多少动人的故事。（南方摩托）
如省优，部优，葛优？（双汇火腿肠）

48 递进。

有了递进，文字就开始有流程、有画面了。

你的心声，世界的回声。腾讯微博。

GE，想到，做到。

如开机。上网。买房。

如免费的东西总是让人失去理智，失去理智得来的东西往往不免费。

再

如

如一本杂志和一个时代的体温。（新周刊）

如一本杂志和他倡导的生活。（三联生活周刊）

如中国银行，全球服务。（中国银行）

如留爱，不留债。（法国巴黎人寿）

如ABOVE AND BEYOND。（路虎揽胜极光）

如传统的中国茶，神奇的东方树叶。（东方树叶）

49 情绪。

文字也有七情六欲，褒义、中性、贬义，什么情绪的词汇引起什么样的反应。

so easy，步步高点读机。

孔府家酒，叫人想家。

如文案的技巧性像陈安之在跟你说话，文案的戏剧性像赖声川在跟你演戏。
如文案的扩展性像学者要跟你讲座，文案的侵略性像霸主要跟你聊天。

再

如

如好在有tempo。（TEMPO）

如送上彩虹，吃定彩虹。（彩虹糖）

如我动，未来动。（本田）

如如不是非要相识，才能拥入入怀。（香格里拉酒店）

如生活，没有平凡时刻。（宜家）

如我们结婚吧。（伊萨贝尔）

50 合并。

合并同类项可不是数学的专利。

静得让您耳根清清静。
松下电器。

翔习习习。耐克。

如呱呱叫叫卖→呱呱叫卖。

如嘘，虚位以待→嘘，位以待。

再

如

如与苏秋萍水相逢。（内训海报）

如三餐老是在外，人人叫我老外！（久津·波蜜果菜汁）

如火包？亲，火是包不住的。（陌陌）

如我要穷游东南亚！是东莞河南三亚吗？（QQ会员）

如运力。（耐克：云字合并）

如 日日暴日日西。（mini汽车）

51 速度。

不停的给文案换挡，才能一直抓住目标消费者的眼睛。

他是南山的总经理，他首先
是个父亲。南山奶粉。

今麦郎冰糖雪梨，北方雪梨。

如破折号、长句、生僻词、换行是减速，箭头、短词、网络词、同行是加速。

再

如

如我不在办公室，就在星巴克，我不在星巴克，就在去星巴克的路上。

（星巴克：慢>快>慢>慢）

如THE GOOD THINGS IN LIFE NEVER CHANGE。（Burberry：慢）

如一杯咖啡的时间，一个故事。（全家伯朗咖啡馆：慢>快）

如我行，我路。（斯巴鲁：匀速）

如把球给我。（耐克：快）

52 人称。

从你、我、他嘴里说出的同一个故事一定是不一样的感受。

be stupid。

今麦郎冰糖雪梨，北方雪梨。

如第1人称，很亲切，但容易造成作者自传的错觉。

如第2人称，像对话，但容易变成耳提面命的教训。

如第3人称，较客观，但容易产生冷血般的距离感。

再

如

如I ♥ RIO。（锐澳鸡尾酒：第1人称）

如爱上yahoo！（雅虎：第1人称）

如吃点好的，很有必要。（三全水饺：第3人称）

如自己认为最好，才是最好。（payeasy：第3人称）

如活出你的伟大。（耐克：第2人称？不是，第2人称基本不存在）

53 翻译。

外文里也有无尽的好文案等你发现。

Keep Moving。安踏。

Keep Walking。尊尼获加。

如一切皆有可能之于impossible is nothing。

如维他命获得之于Vitaminwater。

再

如

如I' M FREE NOW! 我要飞! (ABC FREE卫生巾)

如MAKE.BELIEVE (索尼3D电视)

如TIME IS LOVE。(铁时达)

如on the way。(德尔惠)

如Driving Pleasure。(宝马)

如for those who do。(联想)

54 时间。

有历史感，历史越久越容易背书。

苹果1984。

凡客生于1984。

如1989年的春天，除了雨水多，还多了一个小女孩。
如我的四分之一辈子。

再

如

如幸福味道，始于1968（味千拉面）

如你能听到的历史136年，你能看到的历史174年，你能品味的历史440年。（国窖1573）

如1988年，我在陶然亭组织了“红楼选秀”，十二钗的平均年龄是9岁。（一瓶·陶然亭）

如百年家电专家。（惠而浦）

55 主观。

所谓王婆卖瓜，常用在证言。轻易用不好，除非请了名人代言。

立邦为你刷新生活。

全新凯越，不凡人生新动力。

如adernous，这辈子不关注，下辈子会后悔的微信公众号。

如写给非广告人的广告常识，宇宙万载难逢的广告常识。

再

如

如滋养生命活力。（伊利）

如保护电脑安全，我只信赖卡巴斯基。（卡巴斯基）

如用了都说好。（达克宁霜）

如喝了娃哈哈，吃饭就是香。（娃哈哈）

如on the way。（德尔惠）

如Driving Pleasure。（宝马）

56 因果。

让言辞稍微可信些的做法，逻辑要通。

DHL，卓越，只为送达。

蒙牛，只为点滴幸福。

如因为坚持，所以踏实。

如熬一夜。死一辈子。

再

如

如因安全而信赖。（固特异轮胎）

如因您而变。（招商银行）

如至善盛情，源自天性。（香格里拉酒店）

如有容，乃悦。（宝马新5系加长版）

如天赐的宝贝，给最爱的人。（金典有机奶）

如不美不活。（乐蜂网）

57 动词。

大师们都说动词比名词好，名词比形容词好。好吧，大师这次对了。

博上一切。耐克。

欢聚这一杯。青岛啤酒。

如送你一把枪——gun——滚。

如BYE——blind your eyes。

再

如

如给挑战自己的人。（38度金门高粱酒）

如启发生活灵感。（美克美家）

如发现最好的女人。（Payeasy）

如用运动。（耐克）

如好工作，上智联招聘。（智联招聘）

如打印精彩。（富士施乐）

58 品牌。

没有一个广告主不希望自己的品牌名一秒就出现。

生活中离不开这口子（口子酒）

新飞广告做得好，
不如新飞冰箱好。

如抱师兄找工作指南。

如adernous：广告人不鸟咱。

再

如

如不平凡的平凡大众。（大众银行）

如没事就吃溜溜梅。（溜溜梅）

如方正金融，就在你身边。（方正金融）

如经济频道，就在您身边。（CCTV2）

如好工作，上智联招聘。（智联招聘）

如打印精彩。（富士施乐）

59 观察。

源自生活的真实观察，平淡说出就足够震撼。

好吃的让人为难。

再名贵的树，也不及你记忆中的那一棵。万科。

60 多义。

词义或词性的双面运用。

雪佛兰。热爱我的热爱。

你不挂，我不挂。易信。

还有：空间。呼应。多音。故事。展示。叫卖。等等。

.....	双关	佯谬	连用	换算	断句	比喻	病句	祈使	借代	反复	事实	
观察	绝大部分文案 都是2个以上的 戏剧性的综合体 如穿什么是什么既夸张又双关 60*60 在这里 你至少可以找到 3600种 戏剧性变体										定义	
品牌											合并	
动词											速度	
因果											人称	
主观											翻译	
时间											时间	
翻译											主观	
人称											因果	
速度											动词	
合并											品牌	
定义	观察											
.....	事实	反复	借代	祈使	病句	比喻	断句	换算	连用	佯谬	双关	

变体
3600

关注/ 豆瓣小组「写给非广告人的广告常识」
小组地址><http://www.douban.com/group/adernous/>

常识/ 信息匮乏的过去，要常识，因为我们需要了解
信息泛滥的今天，要常识，因为我们急需甄别

检验/ 检验你读到的任何观点，包括你曾经亲手写下的
欢迎内行来指导，欢迎外行来探讨

提醒 有主题无定期更新，已更新5篇常识系列文章，最新3篇是

专业书/ 广告人绕不过的24本专业书
观看地址> <http://www.douban.com/group/topic/57612398/>

充电站/ 100种文案充电站（2013年度可下载版）
观看地址> <http://www.douban.com/group/topic/57579558/>

公司/ 30家比4A还屌的广告公司（上）
观看地址> <http://www.douban.com/group/topic/57503125/>

感谢文献/ *按影响的时间顺序。

尹云从的《向好文案靠近》《创意的九九八十一变法》

丰信东（小丰）的《小丰现代汉语广告语法辞典》

姜小花的《简历不简单》

邓斌的《创意的修辞法》

练习/

鬼鬼为您想了20个练习版本：文案的戏剧性之书封版、电影版、歌词版、台词版、专辑版、淘宝版、高手在民间版、段子版、电视节目版、英文版、神回复版、电台版、格言版、地产版、景点版、介绍版、内文版、标题版、年代版、校园版。

现在。

你需要的就一个字：做。

直到从

所有人都可以改你的文案。

升级到

你可以改所有人的文案。

然后感恩那些不留情面的人。

如果本文你想起你的语文老师。
高中的、初中的、小学的或者幼儿园的。

我向TA老人家道歉。

道下
歉喔

THE END

文案的侵略性
下期见