

<<广告拜物教>>

图书基本信息

书名：<<广告拜物教>>

13位ISBN编号：9787121052026

10位ISBN编号：7121052024

出版时间：2008-1

出版时间：电子工业出版社

作者：李欣频

页数：281

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<广告拜物教>>

内容概要

看李欣频，如何创下，一篇文案4.5万的超高行情？

2008北京奥运前，每位中国人必读的创意宝典！

本书含作者宣传页1份。

“文案天后”李欣频，7年出了26本书，包括台湾史上销量最好的广告文案作品集。

她以绝美的诗意文字，为诚品商场、中兴百货、远东百货、统一企业、宏基Acer、知名服装、千万顶级别墅、台北市……撰写了一篇篇撼动人心的经典文案。

本书更收录其2005-2007年最新商场文案作品，大陆领先港台地区，首度完整曝光！

这就是李欣频。

广告不是全部，而只是创意的一格。

创意不是目的，而是她生活的态度，在生活中爆发灵感，在生活中挖掘矿藏。

不去憧憬未来，也不为过去所纠缠，而是倾尽全力地品味当下的滋味，将无限的可能性爆炸开来。

如此，她才能下笔如神，写出具有无限张力的文字，才能举重若轻，让纤细的文案像手术刀般锋利，才能自如地跳跃于各个领域之间，完成旁人眼中不可能的任务。

——陈培爱（中国广告协会学术委员会主任·博导） 李欣频是年轻一代华人广告圈中的佼佼者。

她延续了传统文案的精髓，并进行创新，逐渐形成自己独特的风格。

——陈刚（北京大学新闻传播学院副院长·博士生导师） 李欣频作品所鲜明呈现的新写作浪潮正是这样：年轻世代的创作者，正带着未经“文学”规范、或不曾被“文学”规范到的态度与作品，绕过文学本质，向溃不成军的文字书写传统传达了“支持”或“篡夺”的讯息…… ——罗智成（诗人）

精心创造的广告，比粗制滥造的文学高；有良知的广告人，比没良知的作家道德。

一本好书就像强势货币，能让心灵富有，因为惜墨如金，所以字字珠玑。

苏格拉底说，没有经过熬夜写出来的文章不值得一看；显然这本书必定是无数个失眠的夜晚结晶而成的。

罗兰·巴特说：阅读上的爽和做爱一样，阅读李欣频的文案作品，让人非常容易上瘾，精神上爽快两次。

——叶旻振（前台湾奥美广告公司执行创意总监） 在我眼里，李欣频在文字的高速公路上，已经早已抛离了对手；所以，她似乎更愿意在一个狭窄的舞台上，去优雅地旋转出难度高超的舞步。但是，她跳得并不高深莫测，她只是从生活的平淡无奇里，给自己加上一双艺文的翅膀，便轻轻地从日常的平静里，跃上了一霎那的文字高潮。

连同阅读她文字的人，一同坠入了美好的享受。

——黎文（《城市画报》副主编·iMart创意市集发起人之一） 从广告文案到长篇写作，李欣频实现了跨越性的创意延续。

在她笔下，文字可以涵盖世间的任何事物与道理，而其中，广告文案只是一个起点，并不是所有。

——莫康孙（麦肯光明广告有限公司SGMWORKS总经理） 李欣频——新时代的语言颠覆者，以华丽优雅的笔调、天马行空的思维，将普通的商场文案诠释成美丽的散文诗。

《广告拜物教》以其标记式的独特文字，融恋物、时尚、影音、感官等众元素为一体，不仅是一本台湾顶级商场的样本集合，更是一本经得起反复阅读的小品文集。

在文学日渐衰退的今天，李欣频吃语般的呻吟，表达的是自己的私人情感，却链接了很多人最隐秘的内在意识。

她的文案也因此具有了多重属性，成功地与消费者和读者对接。

<<广告拜物教>>

作者简介

李欣频，猫科狮子座A型。
月亮在射手，上升在水瓶。

台湾政大广告研究所硕士。
现就读北京大学博士班。

曾任广告公司文案、诚品书店特约文案。
宏基数位艺术中心特约文案创意。

广告作品包括：中兴百货、远东百货、诚品书店、诚品商场、宏基数位艺术中心、富邦艺术基金会、台新银行玫瑰卡、台北艺术节、莺歌陶瓷博物馆、统一企业、雅虎奇摩…… 曾为联合报、广告杂志、香港ZIP杂志、皇冠杂志、TVBS周刊、ELLE杂志、MEN'SUNO杂志、北京费加洛杂志等专栏作家。

台湾科技大学、中原大学、台北大学、成功大学、学学文创、诚品信义讲堂……关于广告、旅行、创意、创作、出版课程之讲师。

连续四届广告流行语金句奖评审、广告金句创作比赛评审、诚品文案奖评审、南瀛奖动画类评审、董氏基金会大学筑梦计划决选评审、TWNIC第五届网页设计大赛决选评审委员。

2004年数字时代杂志选为台湾百大创意人之一。

天下远见文化事业群之《30杂志》2006年9月号，选为创意达人之一。

散文作品被收录于《中华现代文学大系》散文卷。

接受过各大媒体专访，如中国时报、联合报、中天电视台、中视、飞碟电台、远见杂志等。

受太平洋SOGO百货、新光三越百货、肯梦AVEDA、联电、旺宏电子、德州仪器、统一企业、宏碁、NOVA、康健杂志、富邦讲堂、诚品书店、数位学院、幼狮文艺写作班、桃园巨蛋体育场、摩根富林明证券、动脑讲座、数字时代创意实践讲堂、北美馆（台湾生活创意座谈——谁来写台湾设计品牌）、当代艺术馆、台北电影节……以及台大、政大等数十所大专院校之邀，公开对外演讲或是公司员工内训。

已经旅行过东西北欧、希腊、东北非、杜拜、印度等36个国家。

李欣频在大陆发行简体字版之作品：《诚品·广告·副作用》（高铭文化&龙媒选书，2007年10月）《恋物·时尚·感染源》（高铭文化&龙媒选书，2007.11）

<<广告拜物教>>

书籍目录

A、流行·时尚·恋物癖她喜欢做亿万富豪的情人，拥有一台私人喷射机、一栋森林别墅，和一个私人俱乐部。

她每餐必点洛克斐勒牡蛎、皮埃蒙特白松露、孔雀肉与火鹤胸。

她只坐明式梨花木鸦片床，洛可可式华美花窗车厢，穿克什米尔羊毛衣，喜欢Jimmie Noone的老唱片。

她火很旺，什么都有，但她命中缺水。

诚品敦南店古董笔特展重温握笔的感动台湾莺歌陶瓷博物馆·未来馆文字陶的未来预言室一家杯店的文案·这是一篇关于杯子与人的复杂情节杯子建筑水的形式·水改善人的关系台北东区Cartoon Party商场文案在Cartoon Party，找到你的安全感周生生珠宝金饰集团之点睛品文案我把我们不在一起的305天日子，买回来台新银行玫瑰女性信用卡·《玫瑰启示录》系列文案玫瑰，是一扇温暖的信仰玫瑰，是一见钟情的灵感玫瑰，是一壶身体的暖流玫瑰，是一缸38 的慰藉玫瑰，是最美的电影结局玫瑰，是顺势用柔的智慧台新银行玫瑰女性信用卡·《玫瑰是前进的力量》系列文案21女世纪的玫瑰宣言让手纹转向的玫瑰生命力雨过天晴的女玫瑰骑士全台湾1200万座玫瑰发电厂你找到了玫瑰的神通能力吗？

台新银行玫瑰女性信用卡·《女人开始书妆打扮》卡片书文案P&G“女人六分钟护一生”宣传活动文案/女人篇P&G“女人六分钟护一生”宣传活动文案/男人篇诚泰银行布袋戏人物史艳文卡文案美丽的男人，除了权力，他还要居高不下的魅力诚泰银行布袋戏人物女神龙卡文案聪明的女人，不只美丽，还要驾驭自如的超能力一场政治服装秀衣恋政治·最新服装政治学iROO依洛服饰形象文案iROO，是你最机灵的贴身私人衣柜一篇关于流行的看法流行生死学大学广告学系的招生广告广告是所有人一生的必修课程B百货·节庆·礼遇的365种借口放假、狂欢、相聚、团圆、送礼，然后精神周而复始，肉体重蹈覆辙。

为了让365天过得高潮迭起，我们巧立春、夏、秋、冬，各种狂欢日夜的名目。

春诚品商场武昌店·春天女人节诚品商场1998年春特卖主文案“白”感交集的春天，“白”无禁忌中兴百货公司春特卖春天的道德问题夏中兴百货5·20特卖·我19岁写的·生平第一篇文案5·20前的十面埋伏诚品商场西门店5·20特卖夏天在5月20日，推翻了春天的政权远东百货2004春夏换季活动文案当东方再次遇见西方 When East Meets West Again诚品敦南店商场夏特卖1996夏日游戏中兴百货儿童节特卖文案抢救童年中兴百货夏特卖文案阿拉丁的现代启示录中兴百货母亲节特卖文案之一每个人的生日快乐，都是建筑在妈妈的痛苦上中兴百货母亲节特卖文案之二江山易改，“母”性难移中兴百货端午特卖文案1998·现代端午考诚品商场六月新身份节所有的人一到六月，都要换一个新身分诚品全省商场夏特卖暑假·放暑“价”诚品敦南店7月礼品联合展售会关于送礼的又一章中兴百货公司泳装特卖泳装集体抢滩事件百货公司七夕情人节特卖七夕的爱情经济学诚品书店8月卡片展创意盛期·纸上生物馆中兴百货父亲节折扣文案除了怀胎十月，他做的不比妈妈少秋诚品忠诚店商场秋特卖忠诚路上·秋是善变的诚品全省商场秋特卖秋之双殒·富可敌国诚品商场中秋赏月节特卖地球越来越需要一个可以投奔的地方诚品忠诚店十月栾树节天母第三次栾树情报诚品商场光复节特卖10·25秋之光复宣言冬诚品全省商场冬特卖低温低价·冬季采买计划远东百货2004秋冬换季活动文案新华丽复古风潮高雄远东百货改装篇今年秋冬，南台湾最大规模的流行丰收季诚品商场武昌店开幕前试卖今年冬天最美的柔性政变！

诚品跨年海报卡片展1995圣诞 & 1996新年诚品商场圣诞节特卖12条圣诞的秘密通道诚品1997诚品月历·圣诞卡展预约1997的史无前“历”1997诚品礼品节善待彼此·礼遇1997诚品1999月历·圣诞卡展世纪末的最后预演1999诚品商场跨年特卖1999种·欢度“家”节的新灵感诚品跨年许愿活动找一条梦想的地平线，建一座许愿墙统一40周年·企业形象月历文字送您4个美丽的季节、12个活力的月份、52个丰收的星期、365天精彩的日夜！

C城市·旅行·不可克制的购物瘾瓦尔特托·本雅明体内有个图书馆，不惜变卖家产拼命买书；我体内亦感觉到有一座博物馆的需要，这座博物馆虽然空着，但早已分好类别，等着我在旅行shopping时填满。

<<广告拜物教>>

每年出国败家六次，我从已经到访的37个国家中，找出自己的精神脉络，从shopping中建立自己的物体系，从收藏里，归纳出自己的恋物信仰。

阿尔维托·曼古埃尔在《意象地图》中说：“人类在自己的洞穴壁上，划出线条，或是印下手掌迹，以表示自己在场，以填补空白处，以传达记忆……。”

我将依据阳光法案，公布我的恋物情节，我的收藏型录，我的财产清单，我的百科全书。

诚品商场·城市旅行展售会春光乍泄，四月城市旅行汽车广告文案绿色驾驶的心灵地图加利利旅行社形象文案旅行，是一种生命分配的艺术台北市形象文案作品《台北市民幸福格言·台北新风貌系列》

换个脑袋，就能换一种地球自转的新方式！

专注呼吸，就能让灵魂行使深度光合作用！

全然走路，就是一趟沿途丰收的心灵旅行！

将心比心，是扩大自己价值到无限的秘诀！

无惧无束，“成为完整自己”就是最大的自由！

没有什么比让自己快乐更重要的成就了！

台北市形象文案作品《眼耳鼻舌身意·台北观自在系列》眼耳鼻舌身意的敏锐六感，创意体验台北的大千奥秘！

台北内湖高级别墅“上善若水”文案精工禅D、身体·气味·美丽的排场印度灵性大师奥修说：身体是可见的灵魂，而灵魂是不可见的身体。

身体是一个具体而微的宇宙，每个细胞都有自己的生命，无以数计的细胞，以令人无法置信的方式在运作。

当我决定开始改变我的灵魂排场，奇妙的是，我也正同时改变了我的身体，我的气味。

台湾春秋乌来温泉饭店文案以最难忘的山水排场，让你享拥人间最美好的生命时光SK LXP之杂志广告文案心肌灵的月光黄金律台北东区巴黎SPA会馆短文案台北东区一家光疗SPA馆文案我们向自然借光，把能量还你！

一家精油店的文案罐装芬多精——森林与你最短的距离！

E、影音·故事·有情节的感官环境骤变，人心瞬变，站在板块流变的当口，我们迫切需要一个新视代。

长出新的脐带，与大地重新连结，向各维度汇取得新的滋养，于是我们有了宏观的思维，微观的官能，复眼的世界，生命因此衍生出了多元的吐纳系统，深耕的足，无羁的翼，行动出纵深宽阔的疆域。

基因排序已重组，新视代的柏拉图、达芬奇、米开朗基罗、戈达尔已经诞生，整个世界因此换了面貌。

一场汽车厂商赞助音乐会的文案音乐车速发表Meredith Monk极限发声演唱会每一段发声，就是一次物种演化凯特尔·毕卓斯坦《琴书》之音乐专辑文案以世界最轻的声音载你一程《同学会》音乐专辑同学不灭定律电影《苏州河》爱情手册等一个爱人，要花多少时间MY STORY故事影片制作公司形象文案MY STORY故事影片制作是倾听您生命的纪实团队CNEX的形象广告文案：如果你的作品还没进CNEX，表示你还没被全世界看到！

2007 CNEX影像文件展·征选主题开眼·见钱云门舞集影像展20世纪结束前，必须在家中设置的10个心灵出口2997秋季云门舞集公演·《家族合唱》失忆招领优秀视觉U YOU SHOW的形象文案：抵达新意境的心灵，绝不会再退回到原先的视野F、梦想·数字艺术纪诚品12周年庆·网络书店成立文案知识已经无法放进一张地图，所以我们给你一个网址：www.eslitebooks.com第三届科技艺术节1999·科技打造艺术部落Acer数字艺术纪·广告系列之一一位变数位，艺术家变E术家Acer数字艺术纪·广告系列之二WWWWelcome to the ArtFuture！

欢迎光临，数字艺术纪！

华硕笔记本电脑文案华硕与我的全世界附录A书评：恋物者的忏悔仪式《物类最新消息》附录B影评：私处、私刑、很时尚的私人型录之彼得·格林纳威《塔斯鲁波的手提箱》附录C影评：《塔斯鲁波的手提箱之安特卫普》

附录D影评：《塔斯鲁波的手提箱之安特卫普》

附录E影评：《塔斯鲁波的手提箱之安特卫普》

附录F影评：《塔斯鲁波的手提箱之安特卫普》

附录G影评：《塔斯鲁波的手提箱之安特卫普》

附录H影评：《塔斯鲁波的手提箱之安特卫普》

附录I影评：《塔斯鲁波的手提箱之安特卫普》

附录J影评：《塔斯鲁波的手提箱之安特卫普》

<<广告拜物教>>

章节摘录

这是一个杯欢离合的年代，愈来愈多的失恋男子，选择让杯子有去无回地留在情人身边，让自己在她的桌上还占有一席之地。

权力的杯 会议还没开始，有些人的杯子已经在里面占好了座位。

光看杯子，就知道这位子是谁坐的，然后决定自己要坐哪里。

有人的杯子是裸体的，可以一眼看透她喝的果汁。

也有人永远的ESPRESSO，不随着头衔而改变他的口味。

杯酒释兵权，现在还再发生。

在这个有口皆杯的办公生态里，为了不让自己在杯际间失手，可以同时拥有不同身分的杯，没有人可以从你的杯子，一眼看出你的底细。

延伸阅读： 可以参考法国哲学家德罗亚（Roger-Pol Droit）写的《物类最新消息》（Dernières Nouvelles des Choses），他以哲学深度思考、并重新定义了身边的51件物品，为这些对象找出了非常有趣的新诠释：“碗”：不是为了在餐桌上炫耀主人的品味，而是为了终止水无止境的流动。

“回形针”：不只是办公室里分类文件的工具，而是温和地抗拒散乱，坚定地抓住秩序，本身就是一种伦理。

“摇控器”：可以隔空展现思绪万能、心想事成的巫术道具。

“钥匙”：拥有谁在门内、谁在门外的控制权。

“凉鞋”：是一种界面，介于自然与文化、肉体与土地、过去与现在、手工艺与工艺、热与冷之间，是一张使不同世界得以共存、相接的薄膜，亦是一处与移动、轻盈、风有关的世界褶皱。

“叉子”：拉远人与食物的距离，将世界数理化，与他人的关系中立化。

“钻子”：提供一个精确密切的性爱招式一览表。

“雨伞”：一个携带式的屋顶，一片属于自己量身订做的天空。

台北东区CARTOONPARTY商场文案： 童话开张?新童领时代 在CARTOONPARTY，找到你的新安全感 文案作品： 跟凯蒂猫共享一只行动电话。

与唐老鸭合穿一件毛衣共同取暖。

和米老鼠睡在同一张床上，不会失眠，在家里养一只高飞狗，邻居不会抗议。

对女孩子温柔的史奴比，是你的恋爱顾问，没有心机的小熊维尼，不会把秘密告诉别人。

当过救生员和总统候选人的芭比，比心理医生还了解你。

穿上彼得兔的袜子，可以带你找到好心情。

寂寞的城市，不孤单的生活，找一个卡通人物做你的代言人，比用12生肖还有趣。

在CARTOONPARTY童"颜"无忌，欢乐无国界的卡通世界中，每个人都找到了新的生活方式。

<<广告拜物教>>

媒体关注与评论

横跨三个阶段人生际遇的广告文案书 ——李欣频 人生每逢7年会有重大转换。
我21岁进广告圈，开启了我好奇观看流行、书写艺文时尚的7年。
28岁在台湾出版我第一本着作《诚品副作用》，开启了后续近20本着作的高创作7年。
进入35岁、我人生第5个7年，《诚品副作用》与《继续字恋》在台湾改编完成，重新汇成《广告副作用》出版，并荣登诚品2005全年度商业类销售榜前20名。
现在，2007年，新编《诚品副作用》（艺文版）、《广告拜物教》（时尚版）在大陆全面上市，就像双胞胎，两本广告文案集同卵双生，双入双出，在书店与商店间，在文学与商业间，企图放慢你们阅读广告的惯性速度。

因为自恋，所以字恋。

以字描出另一个自己，复制另一个人代我生存，代我维生，原我则得以衣食无虞地书写，所有非现实超现实的部分。

广告注定不能成为宗教。

宗教讲生死，有明暗，分善恶，一阳一阴，天堂和地狱并存。

但广告总是隐恶扬善，永远完美幸福快乐的世界，怎么看也不是人生的全部，另一半的境界，只好用文学来弥补——文案是表相，是魔岛，顶端客户付了钱，是中兴百货，是诚品，是你们看得到人生明亮的部分；诗化的超现实小说，则是精神自读下的私人产物，填补了广告明灯下必然产生的人生阴影，陪在旁边一起展示，阴阳分久必合，相生相应并不相克。

横跨21、28、35三个阶段的人生7年，现在回首看过往一切，宛如一场快到来不及反应的繁华如梦，第一篇文案仿佛是昨天才完成的，然后一连串不一样的生命就此展开：开始要与出版编辑、媒体记者、在校学生、各方读者、广告业主……接触，我得走出自己的创作书房，与更大的世界见面，与更多的人际交流，这是当初在台湾出版《诚品副作用》时的我料想不到的，我似乎被推到高速更迭的舞台上，被刺眼的镁光灯照着，无处可逃。

我总是在通告与通告之间，找寻独处创作与出国旅行的空档缝隙，我仍努力把自己放回到最初的原点，尽力不让各方炫烂的潮流光影，把自己冲得魂飞魄散。

我很珍惜这十多年的特殊际遇——我过着公众人物与私创作者的双重生活，无论是在记者座谈会上、竞赛评审会上，我有幸在最短时间里、最近距离内目击到各方顶尖精英的精彩面貌；在非常多的场合中，结识各方优秀的作者，及不吝给予最多鼓励的读者们，让我因为这些人而看到不同的生命层次与质地。

正因为如此，我必须回到源头，感谢很多人在我的漫漫广告创作生涯中，所给过我的重要帮忙，包括美术设计黄宝琴，北京高铭文化的陈非、胡祥玫、Ruby、Jason、Sophie……，没有他/她们其中一人，就没有各位眼前的这两本简体字书《诚品副作用》、《广告拜物教》的诞生。

我尽可能地维持两本书原初的文字（包括双文案形式、文案与文学创作并陈的形式），不去做事后的更动，为的是想忠实保留“已经成了历史一部份”的文案，以及我十多篇青涩文学创作的原貌，并加入近3年台湾尚未收编进作品集的十多篇文案，第一次在大陆完整呈现。

这不只是我的广告文案集全面问市，亦是我新的创作生命再次启航。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>