

Klein Jeans

廣告正能量， 世界不一樣！

羅文坤 主講

中國文化大學廣告學系系主任

羅文坤 小檔案



現任：文化大學廣告系系主任，智得溝通事業公司首席顧問，政治大學廣告系副教授

曾任：

文化大學廣告系系主任

FCB駐台代表 / 副總經理 / 經營顧問

國華廣告公司市場研究處處長 / 協理

太笈策略傳播執行顧問(7-11/統一企業顧問)

臺北新報總經理 / 發行人

美國泛太平洋企業集團副總裁

羅文坤 小檔案

著作：

廣告心理學/行銷傳播學/廣告學/感性消費•理性消費/新產品行銷策略

色彩行銷策略/刺客列傳/企業CS Q&A

CGM的行銷傳播策略與效果

策劃：

7-11公益活動(饑餓30.把愛找回來)、禦便當/禦飯團上市、超視開台造勢、臺北市稅捐稽征處“大捕頭”專案、中國文化大學廣告系創系、大金空調系列廣告



羅文坤之客戶經驗

- ❖ 大金空調
- ❖ 統一企業公司
- ❖ 7-Eleven
- ❖ 裕隆汽車
- ❖ 福壽企業
- ❖ 偉士牌機車
- ❖ 必治妥
- ❖ 大茂 (山點水)
- ❖ 三洋電機
- ❖ 歌林 (三菱) 家電
- ❖ 花旗銀行
- ❖ 葡萄王食品 (康貝特)
- ❖ 歐斯麥
- ❖ 南僑化工
- ❖ 旁氏保養品
- ❖ 花王
- ❖ 稅捐處大捕頭專案
- ❖ 榮美開發
- ❖ 瑞士汽巴嘉基藥廠
- ❖ 嘉實多機油(Castrol)
- ❖ 新光三越百貨
- ❖ 統新食品
- ❖ 中聯信託
- ❖ 統一人壽
- ❖ 超級電視臺開播
- ❖ Playboy創刊
- ❖ 標達汽車/Volvo汽車
- ❖ 台塑石油
- ❖ 臺北金融大樓
- ❖ 德利開發科技 (建設)
- ❖ 大陸工程/青山鎮
- ❖ 頂新國際 (康師傅)
- ❖ 味全食品 (臺灣搵醬)

創意行銷

行銷 以消費者需求為本

行銷 (Marketing) 永遠都是產品或服務銷售的利器之一。許多廠商擁有優良產品，卻無法在市場中脫穎而出，對華人是大錯特錯的觀念。唯有以消費者需求為本，才能贏得行銷競爭的勝利。

最近，在「行銷」的定義中，又多了許多新的內涵。在過去，行銷只被視為工作的一部分。現在，行銷已經成為企業經營的重心。為了爭奪市場，各大企業上了一個接一個的行銷課。

—— 傑克·特勞特



尋找行銷賣點

行銷 (Marketing) 永遠都是產品或服務銷售的利器之一。許多廠商擁有優良產品，卻無法在市場中脫穎而出，對華人是大錯特錯的觀念。唯有以消費者需求為本，才能贏得行銷競爭的勝利。

最近，在「行銷」的定義中，又多了許多新的內涵。在過去，行銷只被視為工作的一部分。現在，行銷已經成為企業經營的重心。為了爭奪市場，各大企業上了一個接一個的行銷課。

—— 傑克·特勞特

以解決問題為先

行銷 (Marketing) 永遠都是產品或服務銷售的利器之一。許多廠商擁有優良產品，卻無法在市場中脫穎而出，對華人是大錯特錯的觀念。唯有以消費者需求為本，才能贏得行銷競爭的勝利。

最近，在「行銷」的定義中，又多了許多新的內涵。在過去，行銷只被視為工作的一部分。現在，行銷已經成為企業經營的重心。為了爭奪市場，各大企業上了一個接一個的行銷課。

—— 傑克·特勞特



心動就要行動

行銷 (Marketing) 永遠都是產品或服務銷售的利器之一。許多廠商擁有優良產品，卻無法在市場中脫穎而出，對華人是大錯特錯的觀念。唯有以消費者需求為本，才能贏得行銷競爭的勝利。

最近，在「行銷」的定義中，又多了許多新的內涵。在過去，行銷只被視為工作的一部分。現在，行銷已經成為企業經營的重心。為了爭奪市場，各大企業上了一個接一個的行銷課。

—— 傑克·特勞特

產品“利己”最重要

行銷 (Marketing) 永遠都是產品或服務銷售的利器之一。許多廠商擁有優良產品，卻無法在市場中脫穎而出，對華人是大錯特錯的觀念。唯有以消費者需求為本，才能贏得行銷競爭的勝利。

最近，在「行銷」的定義中，又多了許多新的內涵。在過去，行銷只被視為工作的一部分。現在，行銷已經成為企業經營的重心。為了爭奪市場，各大企業上了一個接一個的行銷課。

—— 傑克·特勞特

羅文

行銷 (Marketing) 永遠都是產品或服務銷售的利器之一。許多廠商擁有優良產品，卻無法在市場中脫穎而出，對華人是大錯特錯的觀念。唯有以消費者需求為本，才能贏得行銷競爭的勝利。

最近，在「行銷」的定義中，又多了許多新的內涵。在過去，行銷只被視為工作的一部分。現在，行銷已經成為企業經營的重心。為了爭奪市場，各大企業上了一個接一個的行銷課。

—— 傑克·特勞特






羅文坤 小檔案

职业：台湾文化大学广告系主任、智德沟通事业公司首席顾问
曾任：FCB 驻台代表 / 副总经理、太艾策略传播执行顾问
著作：著有《营销传播学》、《广告行销学》、《广告学》等 8 本广告行销书籍
经历：曾企划过数十个广告行销的案子，最近著手案子包括台湾 7-Eleven 形象改造、台塑加油站品牌形象。





2015 子 09/10



廣告的 社會功能

惡棍 · 聖人 · 劍

- ☯ 有人說：「廣告誨淫誨盜、傷風敗俗、危害社會，就像惡棍一般。」
- ☯ 有人說：「廣告傳播新知、移風易俗、振聾伐矇，盡聖人角色。」
- ☯ 廣告是惡棍？聖人？令人困惑難解
- ☯ 廣告非惡棍、也非聖人，而是一把劍，一把可以殺人、也可以救人的雙刃劍。

惡棍 · 聖人 · 劍

- ☯ 寶劍無罪，罪在持劍之人。
- ☯ 寶劍落在惡棍手中，被用來殺人越貨、殃害鄉里；導引負能量！
- ☯ 寶劍落在聖人手中，可用來披荊斬棘、造福社會；激勵正能量！
- ☯ 廣告也像一把手槍，槍在歹徒手中是作奸犯科的兇器，在員警手中則是維護治安的利器。

惡棍 · 聖人 · 劍

☯ 廣告是一種付費傳播自由論壇，影響力將是無遠弗屆，廣告者必須要有道德情操與社會責任，以免淪為惡棍。

☯ 造成反功能、負面能量及誤導大眾的廣告到處可見

→ 鴻運 Lucky Strike 香煙



惡棍 · 聖人 · 劍

- ☯ 50年代，一些省力的家電產品紛紛推出，美國女士們由於家事輕鬆成為（閑妻涼母），加上嗜食甜點，導致肥胖、高血壓、糖尿病...等等後遺症，遭軍醫總署Surgeon General提出嚴重警告，
- ☯ 並指其現象為「3:00PM 症候群」。

惡棍 · 聖人 · 劍

☯ Lucky Strike 趁機打出廣告：

“ Light a Lucky and you'll never miss the sweets that make you fat. ”

加上婦解運動如火如荼展開，終使美國女士染上抽煙惡習。



*"Light a Lucky
and you'll never miss sweets
that make you fat"*

Just one Lucky

Lucky Strike cigarettes are made from the finest tobacco leaves and are the only cigarettes that are not made from a blend of tobacco leaves. They are the only cigarettes that are made from a single source of tobacco leaves. They are the only cigarettes that are made from a single source of tobacco leaves.

Satisfyingly smooth and mild, Lucky Strike cigarettes are the only cigarettes that are made from a single source of tobacco leaves. They are the only cigarettes that are made from a single source of tobacco leaves.

To get the full Lucky Strike experience, you should always use the Lucky Strike lighter. It is the only lighter that is made from a single source of tobacco leaves. It is the only lighter that is made from a single source of tobacco leaves.

A smooth, satisfying taste that is the only taste that is made from a single source of tobacco leaves. It is the only taste that is made from a single source of tobacco leaves.

**"REACH FOR A LUCKY
INSTEAD OF A SWEET"**

"It's toasted"

No Tastes Irritation - No Cough



**To keep a slender figure
*No one can deny...***



*Reach
for a
LUCKY
instead of a
sweet*



"It's toasted"

No Tastes Irritation - No Cough

廣告與社會能量

☯ 1900年，倫敦招募前往南極探險廣告

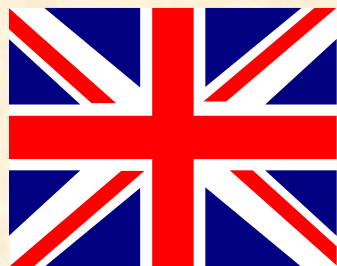
☯ 1900年，全球遭逢不景氣，英國探名險家薛克頓勳爵 Sir Ernest Shackleton 有鑒於社會退卻；景氣低迷，決意提振倫敦正能量。



廣告與社會能量

☯ 1900年，倫敦招募前往南極探險廣告

- ☯ 刊登廣告， 征人前往南極探險， 應徵者超過千人， 更引起全民普遍關注。
- ☯ 一則三英吋見方的小廣告， 居然激起英國民眾冒險、 拼博的鬥志， 發揮正能量， 讓英國最早渡過不景氣的陰霾



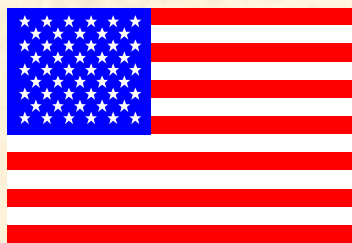
廣告與社會能量

☯ 1970年夏威夷檀香山警察局徵募員警

- ☺ 員警形象跌落穀底，人民以PIG戲稱條子
- ☺ 警槍遭襲奪事件頻傳，議會通過加強警力，仿1918年徵兵廣告刊登徵募員警廣告。
- ☺ 效果很不理想只好找公關公司協助策劃。



Every one can be
a policeman.
We need you !



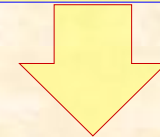
廣告與社會能量

☯ 1970年夏威夷檀香山警察局徵募員警

☺ 公關公司只將原廣告文案改了兩個字，終於有了些許迴響，但是仍然不夠熱烈。



Every one can be
a policeman.
We need you !



NOT every one can
be a policeman.
ONLY you !

廣告與社會能量

☯ 1970年夏威夷檀香山警察局徵募員警

☺ 公關公司調用美國本土企畫人員前來支援。

☺ 發現警譽低落穀底，民眾戲稱將員警為PIG

☺ 於是將計就計以PIG為下一波廣告文案主軸



Pig.

It's the toughest,
dirtiest, most
satisfying job
in town.

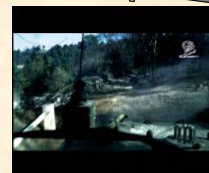
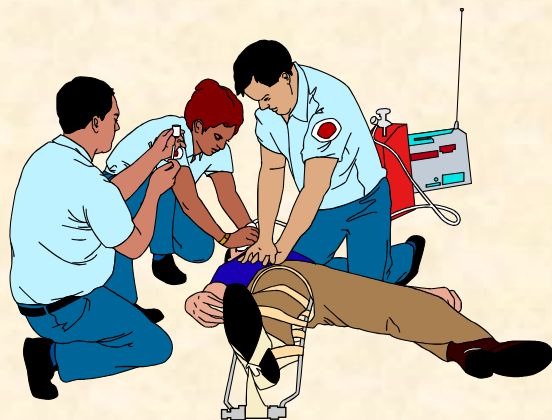
Be a cop.

Call 94437514

廣告與社會能量

☯ 1970年夏威夷檀香山警察局徵募員警

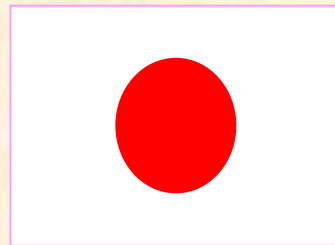
- ☺ 這一波廣告引起了輿論支持與民眾迴響。
- ☺ 不但招募比預期還多的青年菁英加入員警，為警界注入新血，更大幅提升了警譽。



廣告與社會能量

☯ 1980年，日本東京 (熟年)

- ☺ 55歲退休生理狀況良好，卻不再受敬重
- ☺ 被稱為「老賊」或「薪水強盜」，自己的信心也遭受挫折。家庭也產生夫婦不和睦現象...產生許多社會問題。
- ☺ 主辦單位在「中年」與「老年」間加入「熟年」一詞，說明其成熟智慧。



熟年生活提案

- ☯ 桃屋食品公司推出薄鹽海苔，主題訂為：「加油！老爸！」
- ☯ 住友公司推出3DK熟年社區，增加許多安全及人性考量，反應極佳。
- ☯ 東芝推出電鍋等熟年小家電，在色彩與機件設計上都考慮老人需求。上市之後，頗受好評。

熟年生活提案

- ☯ 國鐵推出「熟年夫婦之旅」周遊券，鼓勵他們前往40年前渡蜜月的風景點重溫舊夢，「40年前用眼睛看的，如今再用心靈去體驗！」
- ☯ 富士電視臺與神奈川老人院聯合主辦「故鄉的智慧」，出書作節目，讓老人留下寶貴的智慧資產。



水！
可以載舟，
也可以覆舟。

廣告！

Think different.

可以導致負能量，
也可激勵正能量！





正能量
生生不息

健康 創意 光明 開朗

助人 淬煉



歡樂 和諧 誠意

激勵 冒險

信心 學習 有禮

合作 環保

挑戰 突破 善行

奮進 清爽

勇氣 活力

品格 秩序 感恩 佈施 寬厚 真心 生命 圓滿

親子 尊重 愛情 友情 親情 分享 理想 幸福

積極 樂觀 奔放 熱情 美觀 拼博 慈祥 善念



正能量，就像回力鏢

- ☯ 正能量，是送不掉的禮物。
- ☯ 送出去，終究還是會回來！
- ☯ One Day : Life Vest Inside - Kindness Boomerang...
- ☯ 正能量生生不息，永遠在人間回蕩！



**廣告散發
正能量**

廣告，散發正能量

- ☯ 激勵拼博志！
- ☯ 打破狹偏見！
- ☯ 鼓舞人間愛！
- ☯ 締造真幸福！

激勵拼博志！



- ☯ 2007/08年冬季耐克在紐約時代廣場投放一個戶外廣告。
- ☯ 無任何配圖，僅一句話：Yesterday you said tomorrow，右下角是Just do it。
- ☯ 這句話給所有紐約市民拼博正能量！

激勵拼博志！

- ☯ 2015年推出Rise and shine勵志廣告。
- ☯ 強調淬煉：Remember this is The Grind?
- ☯ 晨曦升起，拂曉出擊！
- ☯ 拼博奮起，淬煉不已！
- ☯ 相互勉勵，但求勝利！
- ☯ 找到自己，所向無敵！

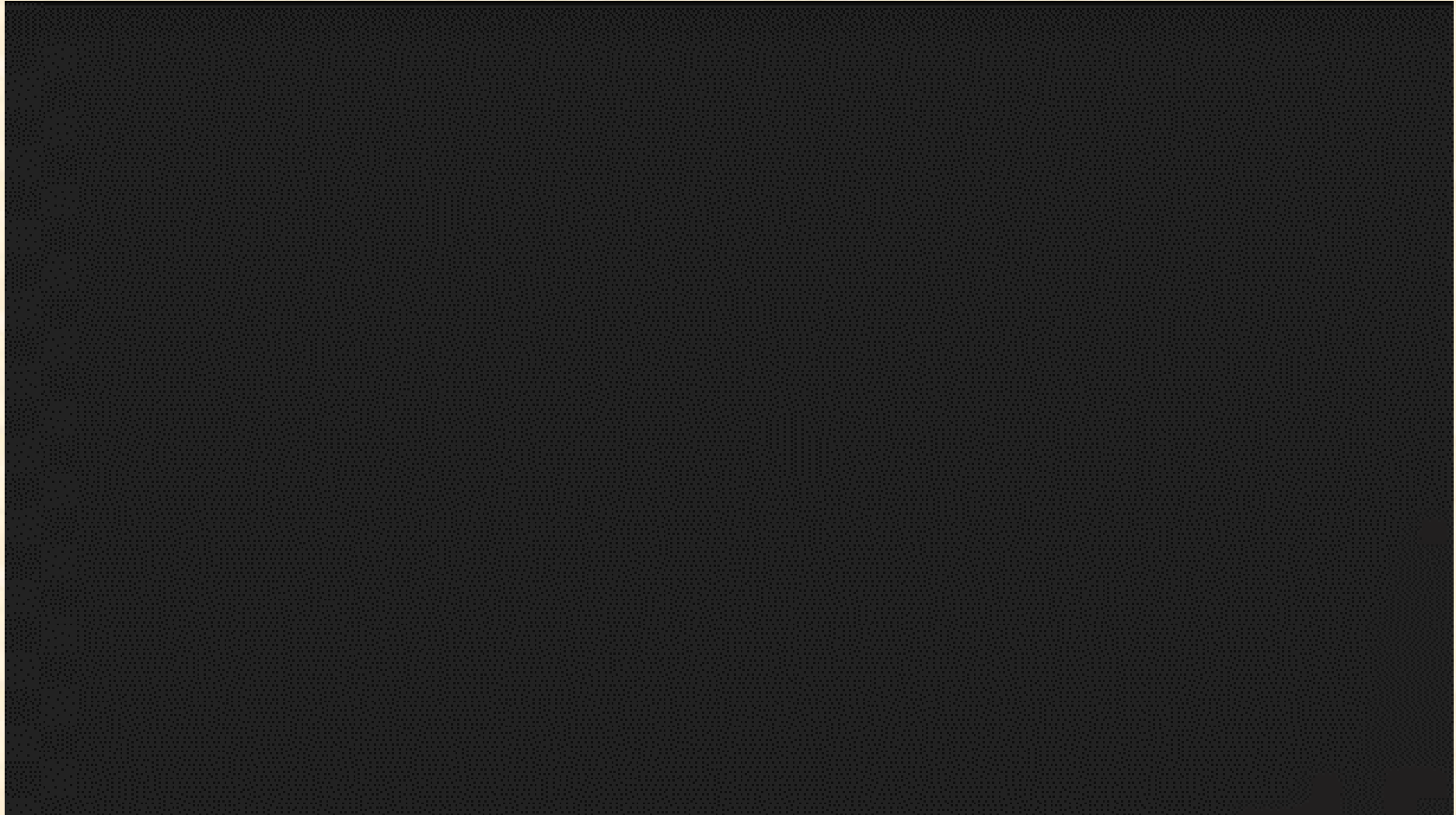
激勵拼博志！



激勵拼博志！

- ☯ The Theory of Evolution claims that "only the strong shall survive."
- ☯ But the Theory of Competition says "just because they're the strong doesn't mean they can't get their asses kicked."
- ☯ 進化論：優勝劣敗，適者生存！
- ☯ 競爭論：有暫時落後，無永遠領先！
要百折不撓、要愈挫愈勇！

激勵拼博志！



打破狹偏見！

- ☯️ 可口可樂全球行銷戰以「多花一秒鐘」 (Let's take an extra second) 為主題
- ☯️ 希望世界各地的人們超越刻板印象和成見，花時間去瞭解彼此。



鼓舞人間愛！

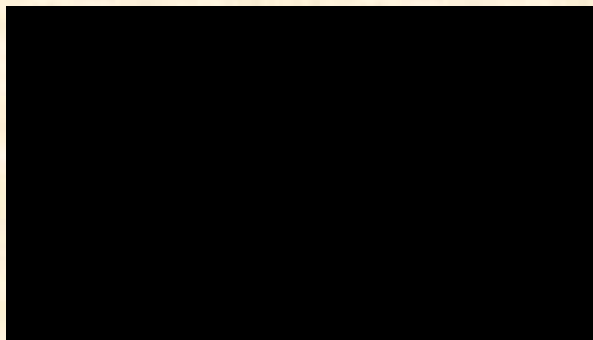
- ☯ 潘婷鼓舞少女閃亮向上
- ☯ 泰國人壽擁戴父親之愛
- ☯ 巴黎人壽籲留愛不留債
- ☯ 博客來傳遞生活物理學
- ☯ 美國賀卡徵最艱苦職缺

鼓舞人間愛！

☯ 麥當勞母親節的神秘驚喜

☯ 世界上最有價直的一塊錢

☯ 每天凌晨五點半夫妻約會



鼓舞人間愛！

☯ 麥當勞咖啡讓對話更有溫度

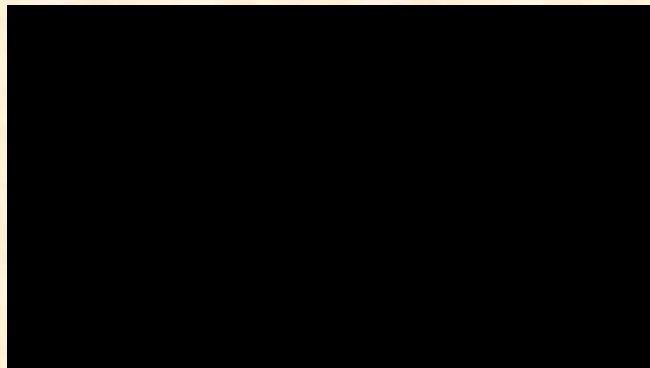


締造真幸福！

- ☯ 國泰金控近年來一直以「幸福」為品牌傳播主軸。
- ☯ 2015，臺北奧美為國泰金控新作「小小鼓手」，是一個秘密計畫。
- ☯ 為實現一個8歲失明孩子夢想，樂團鼓手用33天時間，訓練孩子學會打鼓
- ☯ 完成了失明孩子想在1000個觀眾面前表演的願望。

締造真幸福！

- ☯ 2015年6月17日，在臺北舉辦一場「A Dream to Be Seen」小小鼓手演唱會。
- ☯ 看不見的孩子，想讓世界看見！





結語

廣告正能量，世界不一樣

美國公共廣告機構：愛，不要有標籤！

大家一起來，
散發廣告正能量。
翻轉世界不一樣！



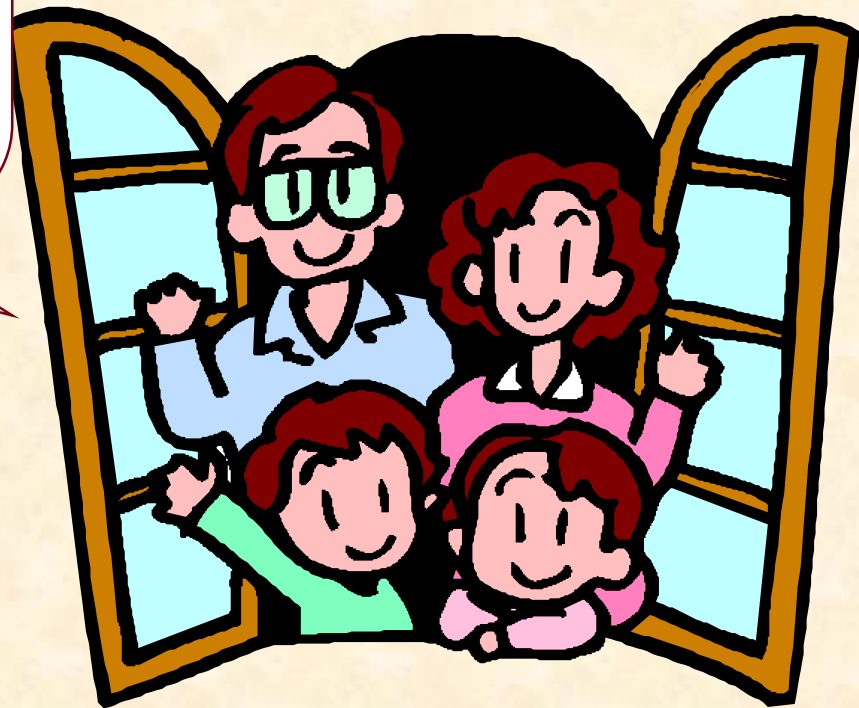
隨心識物，隨緣見性，不立文字，直指人心
Where there is Insight, there is Impact.

羅文坤 Edwin Lo
中國文化大學廣告學系主任
Chairman, Dept. of Advertising
Chinese Culture University



謝謝您！請指正！

謹祝
宅安人和！
萬事亨通！



THE END



賜教二維碼



羅文坤 2041969219

掃一掃QR Code圖案，加我QQ。

QQ



微信