

文案女王20年  
创作技巧与心法

秘

林桂枝◎著



李诞 × 东东枪 × 张艾嘉  
宋秩铭 × 叶明桂  
： 诚挚推荐

苑



奥美前首席文案亲授

视频文案 × 社交媒体文案  
海报文案 × 电商文案 × 品牌文案

中信出版集团

# 秒赞：文案女王20年创作技巧与心法

林桂枝著

中信出版集团

## 目录

**推荐序1 无处不是术，无处不是道**

**推荐序2 桂枝的文案之道**

**推荐序3 从新手到高手，就看这本书**

**推荐序4 好的指导让你走得更远**

**自序 让人秒赞的好文案，看完就不难写**

**第1章 想要别人看你的视频，先看这24招**

**第2章 写社交媒体文案标题有多简单，看这27条就知道**

**第3章 轻轻松松写海报，终极秘籍在这里**

**第4章 电商文案怎样写？这么做就对了**

**第5章 写好品牌文案，前提是真的懂品牌**

**第6章 讲好品牌故事，让你的文案一字千金**

**第7章 你天生就是文案，真的没必要谦虚**

**第8章 天灵灵，地灵灵，看完灵感即降临**

**第9章 传说中的心语，真没多少人知道**

**第10章 好文案都能聊，看完好好聊**

**第11章 学会多角度思维，文案即刻升维**

**第12章 你没有看错，做文案要好好Kiss**

**第13章 洞察的洞里，到底藏了什么宝？**

**第14章 这是文案的好时代，你怎能错过？**

**第15章 亲测有效，好文案都源于好简报**

**第16章 专业视频制作须知，20分钟即学会**

**第17章 提案7宗罪，老实说你有没有涉嫌？**

**后记**

**致谢**

**本书所得个人收益将全部作为公益用途，在此感谢你的支持。**

林桂枝是我的第一个老板，也是我的老师，我跟她学到的东西不只有广告，这本书也不只是教你写文案。

——《吐槽大会》《脱口秀大会》策划人 李诞

请不要把这本书误认为是随处可见的各类文案手册、速成宝典、招式大全。书中有对文案与广告传播原理的深刻洞察，介绍了大量实在可用的文案技法，更重要的是，桂枝清楚地讲透了这些“技法”背后的创作“心法”——让写文案真正“不难”的，正是这些“心法”。书里不有鲜活的实例，更有桂枝亲自撰写的大量示范——同样是一句“限时单，只需8.99”，桂枝会告诉你，她会怎样来写。

——知名创意人、作家 东东枪

一直喜爱桂枝为“Norlha”这个品牌所写的文案，真是和产品和形象，甚至颜色都那么对味。虽说这是桂枝的老本行，但亦看到她在这一行的功力。难得桂枝愿意把一身功夫详细、引导、举实例地写下和大众分享。我们如今就活生生生活在一个“广告”世界里，从宣传的认同中我们可以更认识自己。这本书来得正是时候。

——电影人 张艾嘉

《秒赞》中有海量创意思维的捷径招式，可以现趸现卖。对于那些希望夯实基本功的文案，这本书中有必须学会的知识及磨练的方法。建议文案必读！

——奥美大中华区董事长、WPP集团大中华区董事长 宋秩铭

林桂枝是一位专业的钻石切割大师，她的这本《秒赞》会将你打磨成一颗闪亮的钻石，让你从业余变成专业！这是一部难得的作品，也是

我见过的最好的一本创意相关的书，值得所有文案仔细阅读。

——台湾奥美集团首席策略顾问 叶明桂

我会推荐身边所有做电商的朋友读这本书。因为这本书用最简单直白的语言和丰富的案例，揭示了一个容易被人忽略的本质问题：用户需要什么价值或服务？再结合桂枝多年对市场、消费者以及文案工作本身的深入理解，对刚接触文案与品牌的朋友来说，这本书无异于超强版武林秘籍，立即能用上！

——京东消费品事业部采销经理 李智

被誉为“文案女王”的桂枝把她在广告创意方面的深厚功力都沉淀进这本书了。这本书告诉大家如何当一个好文案，无论你是文案新手，还是高手，都可以在其中找到丰富的知识提高自己。这本书里有太多可以拿来就用的好例子，体验“文案不难”的妙处。我们都需要一本在手。

——滴滴出行市场总经理 王家杰

桂枝说，写文案能让人学会思考。同样，懂得思考才能写好文案。她在我心里，是一位文案大神，更是一位思考者。她常常能够抽丝剥茧，找到人心的线索，再以文字表达，勾人魂魄。视频时代时间更加碎片化，信息更加爆炸，要在复杂的信息里脱颖而出，对于捕捉人心的要求更甚。桂枝在这本书里提到如何让更多人看你的视频，她选择了一个直觉告诉她的词叫“direct”，同样也是对人心的敏锐捕捉。纵使形式千变万化，然而恒久远的是，心灵捕手能做出最好的表达。

——快手科技市场副总裁 陈思诺

能写文案的人很多，会写文案的人很少。文案需要一笔一画地积累，更要有前辈的言传身教。桂枝是我非常崇敬的文案大神，她的这本

书里，不仅有高屋建瓴的品牌思考，还有看完就能上手的实战应用，手把手教你从一个标题、一张海报开始，培养出一个文案的思维，慢慢地让自己的文案一鸣惊人，一字千“金”。

——天猫品牌营销策略专家 颜祖



## 推荐序1 无处不是术，无处不是道

**东东枪**

知名创意人、作家

《秒赞》是一本只有桂枝才能写出来的书。

对文案与广告传播原理的深刻洞察、准确理解，是一种即便是在广告从业者中也堪称稀有的能力，需要有足够的经验与长期的思考才能获得，而耐心地搜集样本、撰写示例，不厌其烦地细心归纳、认真剖析、诚恳表述，则更是很少人愿意去下的苦功夫。

好在有桂枝。她既有业界一流的深厚功力，又肯投入心血，把这些来之不易的经验与心得写出来。这本书因此变得珍贵。

请不要把这本书误认为是随处可见的各类文案手册、速成宝典、招式大全，我翻阅过不少那样的读物，坦白地说，那些作者中的大多数人自己都还没有正确地入门，他们总结出来的各类妙招也往往言不及义——好比你拿到一份名为《成为一线明星的7个秘诀》的秘籍，打一看，里头的7个秘诀是：“1.要长相甜美；2.要个性鲜明；3.要才艺出众；4.要造型独特；5.要令人喜爱；6.要保持神秘；7.要制造话题。”这样的秘诀有错吗？没错。有用吗？没用。为什么？因为对表象的总结不能代替对本质的剖析，披一件羊皮袄学几声咩咩叫和克隆一只绵羊是截然不同的两件事。

这本《秒赞》不同。桂枝不仅在书中介绍了大量实在可用的文案技法，更重要的是，她清楚地讲透了这些“技法”背后的创作“心法”——让

文案真正“不难”起来的，正是那些“心法”。所以，我觉得这本书有两种读法，你既可以把它当作一本效果立竿见影的文案实操指南、一本创作技巧大全，也可以慢慢品读，细细琢磨每一个招式背后的功夫和道理，修炼自己的内功。

这是一本“术中有道”的书。无处不是术，无处不是道。而这些术、这些道，又都是凭借一个个真实、具体的文案实例和创作示范来讲清的。是的，这本书里，不光有鲜活的实例，更有桂枝亲自撰写的大量示范——同样是一句“限时下单，只需8.99”，桂枝会告诉你，她会怎样来写。

但也请你一定不要错过书中那些每一句都闪着光芒的点拨——“一个主观的人都希望用客观的方法来证实自己主观的正确”“恐惧是欲望的天然伴侣”“复杂比简单简单得多”“多热闹文案，也从孤寂而来”……很多句子都值得深思，不容滑过。

以前在桂枝身边工作时，她经常会来到我的工位旁，搬把椅子坐在一边，和我一起对着电脑屏幕，逐字逐句地讨论、优化文档——不只我很多当时的文案晚辈都曾享受过这种待遇，包括李诞。后来，我曾跟一些无缘与桂枝一起工作的年轻同行提起这样的经历，他们大都露出羡慕的神情。而在这本书里，我又看到了那个不厌其烦、跟大家一起字斟句酌、偶尔一句话就帮你道破天机、顺手帮你增长几成功力的桂枝。

从这个角度来讲，这本书太像桂枝了。或者说，太像我认识的那个桂枝了——不废话，不客套，干净利落，踏实细致，热情真挚，棱角分明。我一直暗自庆幸，当年刚刚进入这个行业时就在桂枝手下工作。我自己做文案这一行的“基本修养”，有一大部分是从桂枝那里学习到的。对我来说，桂枝代表了一种可能——我最早是从她这里看到，原来一的创意工作者并不一定要招摇浮夸、不稼不穡、顶花带刺、张牙舞爪、高谈阔论、怪状奇行。

欢迎访问：电子书学习和下载网站 (<https://www.shgis.com>)

文档名称：《秒赞：文案女王20年创作技巧与心法》林桂枝.pdf

请登录 <https://shgis.com/post/2084.html> 下载完整文档。

手机端请扫码查看：

