

故事原力 腳本提示詞系統

AI 協作 × 影片腳本生產系統

L1 – L5 完整操作手冊 + 可直接複製的提示詞模板

總導 李孟璥 Chris Lee | 發光映像 GLOWING FILMS | v1.0 | 2026.08

這份文件要解決一件事：你知道要拍片，但打開 AI 之後不知道該說什麼。下面五層提示詞，是總導拍了一千多部廣告片之後整理出來的順序。照著填，AI 會從「幫你寫一段文案」變成「陪你做一支腳本」。

適合誰用

- 自己要拍短影音、但沒有拍片背景的專業工作者
- 企業內部行銷人員，需要在有限預算下產出影片
- 想用 AI 加速前期腳本，但不想要 AI 亂寫一通的人

* 本文件可自由使用於個人與公司內部專案。轉載或商業培訓使用請先告知。

○ 先講一件事：為什麼 AI 寫的腳本不能用

多數人打開 AI 是這樣下指令的：「幫我寫一支介紹我們公司的一分鐘影片腳本。」

然後拿到一份四平八穩、換成任何一家公司都成立的東西。

問題不在 AI 不夠聰明，在於你沒有給它導演會問的那些問題。

一個資深導演接到案子，不會馬上想畫面。他會先問：這支片給誰看？誰出現在鏡頭前？你希望對方看完做什麼？你手上有幾個人、幾天、多少錢？這五個問題問完，腳本的樣子其實已經定了七成。

這套提示詞系統做的就是這件事——把導演會問的問題，變成五層結構，讓你在打開 AI 之前先想清楚。

五層在做什麼

層	名稱	解決的問題
L1	AI 的人設與協作規則	讓 AI 知道自己是誰、以及怎麼跟你配合
L2	角色設定	你在跟誰說話？鏡頭前是誰？
L3	說故事手法	用哪一種結構把話講完
L4	創作者意圖	你希望觀眾產生什麼慾望
L5	劇組資源盤點	讓 AI 的建議是真的拍得出來的

L1 到 L5 的順序不能換。沒有 L2 就談 L3，等於還不知道講給誰聽就先決定用什麼結構。這個順序是拍片現場的順序。

— L1 AI 的人設與協作規則

第一層要做兩件事：告訴 AI 它是誰，以及告訴 AI 怎麼跟你配合。

多數人只做了前面那一半，結果 AI 一口氣把整支腳本寫完，你想改也不知道從哪改起。

設定角色

你現在是一位資深廣告導演，熟悉在有限資源與人力的條件下完成高質感影片製作。

協作規則（這一段才是關鍵）

規則	為什麼要這樣要求
等候確認	每個階段完成後暫停等我確認。避免 AI 一路寫到底，讓你來不及介入
給選項	每個選擇點給我 2-3 個選項。你要的是判斷權，不是被決定
主動問	遇到不確定的資訊直接問我。這條可以擋掉八成的幻覺
目標導向	所有橋段的情緒走向都要服務最後的 CTA

「給我 2-3 個選項」是整套系統最重要的一句話。AI 直接給答案，你只能接受或推翻；AI 給選項，你就在做導演的工作——選擇。而選擇的累積，就是你的風格。

二 L2 角色設定

故事原力三要素的第一個。這一層決定腳本有沒有穿透力。

目標觀眾

不是「25-40 歲女性上班族」這種人口統計。要具體到能想像出一個人。

要填	示範
年齡 / 身份	35 歲，事務所執業第三年的年輕律師
日常困擾	案源全靠前輩轉介，沒有自己的客戶
潛在渴望	希望被當成專業人士，而不是誰的助理

角色不只是「目標客群」。描繪具體的慾望和痛點，腳本才有穿透力——因為你不是在對一群人說話，是在對一個人說話。

上鏡演出者

鏡頭前由誰出現？這個決定會直接改變腳本的寫法。

選項	適合的情況
真實本人出鏡	專業服務、個人品牌。信任感最高，但表現力要求也最高

選項	適合的情況
演員 / 素人扮演	情境劇、產品示範。可以演得比真實更精準
純旁白 + 畫面	資訊量大、或本人不願出鏡。門檻最低
無人，只有產品	電商、規格導向。省人力但難有情感

* 觀眾與演出者的關係也要說明——是同儕、是專家對外行、還是使用者現身說法。這會決定語氣。

三 L3 四種說故事手法（擇一）

這一層是選結構。四選一，不要混用。

結構	流程	什麼時候用
起承轉合	起 → 承 → 轉 → 合（CTA）	知識型、教學型。★ 最泛用
許榮哲四階段	目的 → 阻礙 → 努力（或意外）→ 結果 → 解脫新生 + CTA	情境劇、感性訴求。★ 情緒最強
好萊塢三幕劇	鋪陳 → 衝突 → 平息 + CTA	品牌形象片。★ 世界觀最強
短影音五段式	鉤子（前 3 秒）→ 牛肉 ×3 → CTA	Reels / TikTok。★ 鉤子定勝負

不知道選哪個？問自己兩個問題

- 要放在哪個平台？直式短影音幾乎只能用五段式，前三秒沒鉤住就結束了
- 影片有多長？60 秒以內用五段式；90 秒到 3 分鐘用起承轉合；3 分鐘以上才有空間做三幕劇

這兩個問題問完，答案通常自己就出來了。真正難的不是選，是選完之後**不要中途改結構**——很多人拍到一半覺得「這樣好像更好」，結果剪出來四不像。

四 L4 創作者意圖：消費者八大原力

這一層決定影片的情緒錨點——也就是成交強度。

八大原力是人類生而為人的八種原始慾望。**選 1-2 個，不要貪心。**所有橋段的情緒設計都圍繞它展開。

	原力	常見適用
1	生存、享受生活、延長壽命	醫療、保健、保險
2	享受美酒佳餚	餐飲、食品
3	免於恐懼、痛苦、危險	法律、醫療、資安、保險
4	尋求性伴侶	美妝、時尚、交友
5	追求舒適的生活條件	居家、家電、房地產
6	優越感、贏過別人、攀比	B2B、精品、教育
7	照顧和保護所愛的人	保險、教育、家用品
8	獲得社會認同	品牌形象、公益、個人品牌

舉例：選了 [6] 優越感，那所有橋段的情緒設計都要圍繞「贏過同規模的對手」展開——不是產品多好，是用了之後你會站在哪裡。

* 師字輩最常用的是 [3] 免於恐懼 與 [8] 社會認同。前者賣的是「不出事」，後者賣的是「被當成專業」。

五 L5 劇組資源盤點

這一層決定 AI 給的建議是不是真的拍得出來。**跳過這層，你會拿到一份需要三天四人才能執行的分鏡，然後發現自己只有一支手機。**

	維度	要說明什麼
①	人力規模	幾個人拍攝？有沒有專業攝影？演員還是素人？
②	場域條件	室內或室外？固定場地還是需要申請許可？
③	執行時程	幾天拍攝？上線日期是什麼時候？
④	把握程度	對這個產品 / 服務的掌握度，1-10 分
⑤	預算量級	影響道具、場景、後製的建議方向（選填）

第 ④ 個維度最關鍵，也最少人填。 把握程度決定 AI 在這個專案裡是「主廚」還是「執行廚師」。填高分，AI 會照你的方向走；填低分，AI 會主動補充背景、多問你問題。**填錯這個分數，比不填更糟——**你會拿到一份自信滿滿但方向錯誤的腳本。

六 常見問題與模式切換

模式切換提示詞

跑完一支腳本要開始新的一支時，直接貼這段：

我們現在要重新開始一個新的腳本流程。請清除前面的示範內容，
從 L1 開始，等待我輸入新的資訊。

四個常見狀況

狀況	怎麼處理
我的案子很特殊，AI 不懂怎麼辦？	把 L5 的把握程度填低分，然後多給 AI 背景資訊
AI 給的三個選項我都不喜歡？	在提示詞裡加入「排除方向」——直接說不要什麼，比說要什麼有效
腳本太長或太短？	回到 L3 確認時長，或直接加入字數 / 秒數限制
不知道選哪個說故事結構？	問平台 + 問影片時長，答案自己會出現

「排除方向」是被低估的技巧。人通常說不清楚自己要什麼，但很清楚自己不要什麼。把不要的講出來，比反覆描述想要的更快收斂。

七 完整提示詞模板

以下整段複製，貼入任何 AI 平台，填入括號內的資訊即可開始。

* 適用於一分鐘、手機可拍攝的短影片。其他長度請於 L3 調整。

【L1 AI 人設】

你是廣告導演，熟悉在有限資源與人力的條件下完成高質感影片製作。
你會一步一步引導我，每次只聚焦一個環節，每段結束後等我選擇再繼續。
請循著我以下的框架交互協作，完成一分鐘、手機可拍攝的短影片腳本。

【L2 角色】

目標觀眾：（填入：年齡、身份、日常困擾、潛在渴望）
上鏡演出者：（真實本人 / 演員 / 純旁白 / 只有畫面）

【L3 說故事手法】

（擇一：起承轉合 / 許榮哲四階段（努力人或意外人） /
好萊塢三幕劇 / 短影音五段式）
依此結構逐段引導，每段提供 3 個選項讓我選，不要直接替我決定。

【L4 創作者意圖】

八大原力，選最主要的 1-2 個：

- | | |
|------------------|-----------------|
| [1] 生存、享受生活、延長壽命 | [2] 享受美酒佳餚 |
| [3] 免於恐懼、痛苦、危險 | [4] 尋求性伴侶 |
| [5] 追求舒適的生活條件 | [6] 優越感、贏過別人、攀比 |
| [7] 照顧和保護所愛的人 | [8] 獲得社會認同 |

我選：（ ）

【L5 劇組資源盤點】

人力限制：（ ）
場域限制：（ ）
拍攝時間：（ ）
把握程度：（1-10 分，我對這個產品／服務的掌握度）

【結尾規則】

- ① 所有橋段都要符合上述觀眾人設
- ② 情緒走向必須服務最後的 CTA
- ③ 遇到不確定的地方，先問我，不要自己補
- ④ 每一段都給我 3 個選項讓我挑

CTA：（追蹤 / 購買 / 預約 / 其他： ）

貼上去之後，不要一次把所有空格填完。先填 L1 和 L2 送出，讓 AI 跑一輪，你會發現 L3 該選哪

個變得比較清楚。這套系統是設計來一層一層走的。

八 最後

這套系統能幫你把腳本做出來，但它幫不了你決定「這支片到底想說什麼」。

那件事得從更前面開始——**你是誰、你想被記住什麼、你的觀眾為什麼要相信你**。腳本只是最後那道把它拍出來的工序。

如果你發現卡住的地方不是腳本，是更前面那件事，我們可以聊聊。**璵導 李孟璵** 人設顧問・廣告導演 讀懂你的才華，變現你的人設

發光映像 GLOWING FILMS | 台北市大安區 | glowingfilms.com.tw

本文件為免費資源，可自由使用於個人與公司內部專案。