



8<sup>th</sup> TIMES INTERNATIONAL CHINESE ADVERTISING AWARDS ANNUAL  
第八屆時報世界華人廣告獎年輯

TIMES INTERNATIONAL CHINESE ADVERTISING AWARDS ANNUAL

# 2000時報廣告獎

在競爭激烈廣告行業裡，永遠都會有一群對於求好永不足驕的人，不斷地要求自己做出好作品，而且要最好；競爭的對象不只是別人，還有自己，這樣的心情與動力不亞於運動員奪金的精神，也正如此，時報廣告獎之得獎作品一屆比一屆豐富精彩，尤其是本屆時報廣告獎，其收錄了全亞洲廣告業界得獎精華作品，非常適合從事設計及廣告業做為參考用書，而它所帶給您的衝擊絕對物超所值。

2000時報廣告獎內含金像獎、亞太獎、華文獎三冊及電視廣告得獎作品光碟6張。

全套定價**NT:2,400元**

特價**NT:1,800元**



洽詢專線：(02) 2874-2772 傳真訂購：(02) 2874-2704



金手指

1999 & 2000

金手指網路廣告獎專輯

九月底新鮮上市！

蒐錄1999年及2000年最受歡迎  
且最具代表性的網路廣告  
讓您感受網路廣告的魅力  
並且掌握網路廣告的趨勢  
.....



我們餵給網路什麼  
，它未來就像什麼！

夠肥的一定落網！

洽詢專線：(02) 2874-2772 傳真訂購：(02) 2874-2704

第八屆時報世界華文廣告獎

8<sup>TH</sup> TIMES INTERNATIONAL CHINESE ADVERTISING AWARDS ANNUAL

J524.3  
32



黃禍



PDG



INTERNATIONAL CHINESE ADVERTISING AWARDS ANNUAL



第八屆時報世界華人廣告獎

8<sup>TH</sup> TIMES INTERNATIONAL CHINESE ADVERTISING AWARDS ANNUAL

黃禍



18YD

OWT

2002

# 序

## 不是東方的華文 是世界的華文！

在東西兩隔的千年之前，中國曾是東方世界文化的重心，華文曾是影響東方世界重要的語文，而後經歷清朝百年的鎖國政策，西風強力東進，華文已失去對世界的影響力。中國歷經變動，數億華人移民遍佈全世界，經過百年潛沈，新世紀降臨，全球使用人口最多的華文，不再只是中國人的語文。

華文不再只屬於兩岸三地的中國人，華文的影響力從亞洲發展到歐美、甚至從黃種人到白種人，華文展現出無國界的藝術性與多元性，吸引著全世界的目光。東風再度西進，影響已觸目可見：華人的電影、華人的故事、華人的文化，都引起西方莫大的興趣與迴響。身為感受世界脈動最敏銳的廣告人，更無法忽略這一股隱然將起的華文勢力！

不是東方的華文，是世界的華文！第八屆時報世界華文廣告獎，要以華文建立新世紀的新企圖。這一次也不是如黃禍般侵略的西進，而是華人文化開啓世界新視野的起點。也是二十一世紀華人新勢力的開拓，將向世人展現華文的內涵、華文的魅力，以及華文無遠弗屆的影響力！

中國時報 發行人

余建新

# 黃禍

8<sup>TH</sup> TIMES INTERNATIONAL CHINESE ADVERTISING AWARDS

第八屆時報世界華文廣告獎

PDG





# 第八屆時報世界華文廣告獎

8<sup>th</sup> TIMES INTERNATIONAL CHINESE ADVERTISING AWARDS

影片類

目 錄

海報類

戶外廣告類

CONTENTS

02

序

06

主任委員的話

08

第八屆時報世界華文廣告獎 評審團介紹

10

第八屆時報世界華文廣告獎 顧問團

12

年度最佳華文運用獎

14

第八屆時報世界華文廣告獎 平面類

- |              |         |
|--------------|---------|
| 15 最佳華文平面廣告獎 | 39 通訊科技 |
| 16 公共服務      | 47 通路服務 |
| 20 企業形象      | 51 家庭用品 |
| 26 電器        | 54 個人用品 |
| 27 交通        | 58 建築裝潢 |
| 30 食品        | 59 金融服務 |
| 33 飲料-含酒精    | 62 觀光旅遊 |
| 35 飲料-非酒精    | 63      |
| 37 時尚美容      |         |

其它



117

70

78

84

海報類

戶外廣告

影片類

## 技術類

## 平面類

- 118 對白文案獎
- 122 美術指導獎
- 137 攝影獎
- 134 電腦特效獎

## 影片類

- 139 對白文案獎
- 131 攝影獎
- 132 美術指導獎
- 133 剪輯獎
- 136 配樂獎
- 137 電腦特效獎

- 86 最佳華文影片廣告獎
- 88 公共服務
- 91 企業形象
- 95 電器
- 96 交通
- 98 食品
- 100 飲料-含酒精
- 102 飲料-非酒精
- 103 時尚美容
- 104 通訊科技
- 108 家庭用品
- 109 個人用品
- 110 金融服務
- 112 其它

138

## 廣播類

144

港、台兩地本土文化之爭，MTV無可取代  
(評審團看年度大獎)

146

平穩中窺見顛覆的作品，直搗創意禁區！  
(評審團意見彙整)

152

得獎名單

160

活動剪影

162

索引



INTERNATIONAL CHINESE ADVERTISING AWARDS ANNUAL



第八屆時報世界華文廣告獎  
8<sup>TH</sup> TIMES INTERNATIONAL CHINESE ADVERTISING AWARDS ANNUAL

黃禍



BYD

2002

QWJ

PDG

## 現象、障礙、改變的關係

今年「時報世界華文廣告獎」參賽作品主要的幾個廣告表現方向有—

- 1 廣告影片多用劇情，採用刑事案例，粗俗片段增多。代表著消費者生活多元性，或是受到新聞的多元性影響
- 2 獨特創意：我認為數碼通的提款機篇，表達全方位的服務方式，完全以虛擬的對話及行為清楚傳遞其全方位情報服務，是今年最獨特之創意。
- 3 通訊科技類的參賽作品量多且水準較平均也有很多突出的表現，更有些作品突破了表現上的限制。
- 4 當然在眾多作品中也有些受爭議的部分，如MTV歌仔戲篇是將現代都市生活當鋪到的狀況，改編為歌仔戲的形式雖然誇張出其異鳴性，但是看不出是否為MTV的內容，或許這張歌仔戲也是MTV得一種新形式吧。

本屆最佳華文影片由「藍威寶」獲得，它獲得全體評審多數同意主要為該影片主角為香港人民皆知的街道達鴨名人，已於街上塗鴉50年以上，聲部為其自白，運用一種平淡、當然的感受，語言不再是技巧而是真實的感動。

另外值得一提「數碼通提款機篇」，因為該廣告表現的形式對其target audience有一種現代的趣味，不用解釋直接詮釋其全方位情報服務，雖然在製作的品質未盡理想，但是依然清楚而大膽。

而扼殺廣告創意發展的障礙可能有四種

第一種是廣告公司的經營管理風格，早期廣告公司只想滿足客戶，而不重視創意，後來塑造有創意的明星，但仍不太注意是何種創意，未來則將慢慢走向創意人成為核心管理的趨勢，甚至其他的部門都要有創意。

第二種是廣告材料製作技術及環境，科技日新月異，讓創意的表現更容易也更精緻。

第三種為媒體開放及媒體對廣告刊出與播出品質的重視程度，媒體和表現形式的多元，使限制更為減少。

最後，則為客戶內部對廣告決策的文化，事實上，現在和過去依舊受制於客戶，原因是付錢的人最大，廣告公司的創意是讓廣告主滿意，而不是一般大眾。

同時，可能改變廣告作品的原因，也是因為視聽語法的改變，由大家都聽得懂到只有你聽得懂；而表現形式與風格，會受當時電影、美術、文學的流行，以及各個廣告得獎作品影響，例如平面廣告留白的風潮；消費生活型態，由單一變為多元；此外，廣告解決的難題，從企業信用到產品差異，再從品牌差異走向企業差異，以上幾點都是觀察的趨勢。目前就台灣廣告的特色，出現商品和廣告無關、無厘頭式表達、重視美術編排、抽象形式、文案、超現實等等的現象。最後，我還是認為「做出來的創意才是最好的創意！」。換言之只有永遠的創意作品，沒有永遠的創意人。

第八屆時報世界華文廣告獎 主任委員

梁開明





評審主委



台灣傾心策略顧問公司 資深顧問  
梁開明



台灣李奧貝納廣告公司 執行創意總監  
王懿行



台灣汎太國際公司 執行顧問  
孫大偉

# 第八屆時報世界華文廣告獎 評審團

8<sup>th</sup> TIMES

2000 TIMES

北京盛世長城廣告 總經理兼創意總監  
陳薇薇



新加坡智威湯遜廣告 執行創意總監  
陳耀福



台灣就是廣告公司 總經理  
黃文博





張小平

廣州黑馬廣告公司 總經理  
張小平



香港靳與劉設計顧問公司 總監

靳埭強

達美高 大中華地區 董事長

林俊明



新加坡神戰廣告顧問公司 創意顧問

陳聯堅

INTERNATIONAL CHINESE ADVERTISING ANNUAL

INTERNATIONAL CHINESE ADVERTISING ANNUAL

北京美格廣告公司 總裁兼執行創意總監

黃清河



北京劉是影視工作室 導演

劉是



香港奧美廣告執行創意總監

鄧志祥





段鍾沂

廣告雜誌 董事長

胡榮灑

台灣電通 董事長

孫大偉

汎大廣告 執行顧問

徐一鵬

達一廣告 董事長

梁開明

碩心行銷 董事長

莊淑芬

奧美廣告 董事長

許舜英

意識形態廣告 執行創意總監

彭德湘

麥肯廣告 總經理

黃文博

就是廣告 總經理

鄭以萍

達美高廣告 總經理兼創意執行長

鄭松茂

意識形態廣告 董事長

林俊明

達美高廣告 大中國地區總裁

梁柱泉

達彼思廣告 大中華區董事長

曾錦程

天高廣告 執行創意總監

鄧志祥

奧美廣告 大中國區執行創意總監

蘇 雄

盈科數碼動力 首席副總裁

林少芬

上通 執行創意總監

張振明

上奇公司 顧問

陳聯堅

神戰市場顧問 總顧問

陳耀福

智威湯遜 執行創意總監



# 第八屆時報世界華文廣告獎顧問團

大陸地區

宋秩銘

國美廣告 大中國區 董事長

李 明

廣州旭日廣告 執行創意總監

邵陸豐

上海隆圖廣告 總經理

張小平

廣州黑馬廣告 總經理兼創意總監

莫康孫

北京麥肯光明廣告 總經理兼創意總監

陳薇薇

北京盛世長城廣告 大中國區總經理

勞雙戀

上海蓄威湯遜中高廣告 執行創意總監

劉立賢

北京國際廣告雜誌社 社長兼主編

黃清河

北京美格廣告 總裁

劉 是

北京劉是影視工作室 導演

蘇秋平

上海盛世長城廣告 總經理兼創意總監

中國大陸區

方黨成

共鳴廣告 總裁兼創作總監

台灣地區

王懿行

李奧貝納廣告 執行創意總監

柯清輝

黃禾廣告 總經理

沈昌百

智得溝通廣告 董事長

沈遵吉

清華廣告 董事長

林森川

台灣電通廣告 副總經理





01

## 年度最佳華文運用獎

MTV 音樂電視頻道—

音樂與我同在 MTV 無可取代 歌仔戲篇

廣告主：MTV 音樂電視頻道

製作公司：MTV 音樂電視頻道

客戶總監：劉明楨

創意總監：楊志敏

影片製作：MTV 音樂電視頻道

影片導演：楊志敏、張詩霖

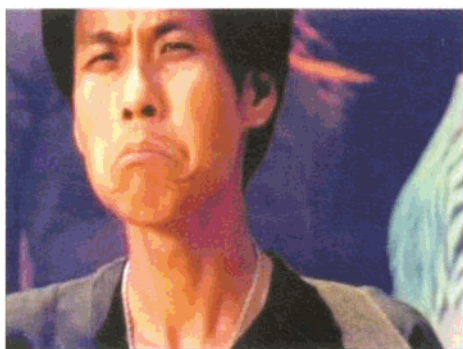
主演：

藉由三堂系列廣告傳達MTV音樂電視頻道真正精神

形象，有音樂的生活才有味，MTV是這一選擇，音樂與我同在，MTV無可取代。



01







第八屆時報世界華文廣告獎

8<sup>th</sup> TIMES INTERNATIONAL CHINESE ADVERTISING AWARDS

影片類

平面類

電視類

技術類

PRINT CATEGORY