

广告作品与
数字营销年鉴

2017

丁俊杰 李西沙 黄升民 刘立宾 主编

中国传媒大学出版社
·北京·

CONTENTS

I	序言
II	序言一 刘立宾
III	序言一 黄新民
IV	序言二 丁俊杰
V	序言三 金定海
VI	序言四 李西沙
VII	编选说明 编辑部
影视类	
002	信息、通讯服务类
006	数码用品类
009	金融保险类
015	房地产类
017	汽车及关联品类
026	家电及家居用品类
027	食品类
031	饮料类
042	药品、保健品类
043	服饰及关联品类
051	美容、卫生用品类
058	旅游及相关服务类
061	流通、服务及其他类
074	媒体、文化教育类
平面类	
085	信息、通讯服务类
091	金融保险类
100	房地产类
105	汽车及关联品类
108	家电及家居用品类
111	食品类
113	饮料类
116	服饰及关联品类
119	旅游及相关服务类
120	流通、服务及其他类
124	媒体、文化教育类
128	包装设计类
141	品牌标志VI类

152	网站设计类
156	户外类
167	H5类
181	公益类
199	制作类
经典营销类	
210	影视类
380	平面类 / 宣传册书籍类
239	户外类
272	公关类
380	DM类
移动营销类	
386	APP类
423	H5类
456	社交类
娱乐营销类	
460	视频植入营销类
502	微电影营销类
525	网络游戏类
530	直播类
社会化营销类	
563	大数据营销类
608	搜索营销类
614	病毒营销类
651	整合营销类
801	电子商务类
828	工具/系统/平台类
859	公益类
885	第三方数据营销与监测技术类
910	第17届IAI国际广告奖·广告作品与数字营销 年鉴金、银、铜奖名单
928	评委名单
932	各合作伙伴
934	IAI国际创享节
936	IAI年鉴获奖公司前50强排名



华为 P9 广告 - 《变色龙》篇



声音及字幕

我的本色 你的颜色

(字幕: 我的本色 你的颜色 玛瑙红 托帕蓝),

华为 P9 (字幕: HUAWEI P9 华为 徕卡 联合设计 HUAWEI)

创意说明

华为 P9 搭载了徕卡双镜头, 拥有了可媲美专业相机的摄影功能, 色彩逼真, 颜色艳丽。逼真程度如何? 足以让拥有绝佳视力者也难辨真假。

《我的本色, 你的颜色》讲述了一位时尚女主角在丛林探险遭遇色彩敏感的变色龙的故事——一面是感受自然拍摄美景的摄影师, 一面是伺机而动的变色龙, 他们都对色彩有着突出的敏感度。当摄影师拍下艳丽的蝴蝶之际, 一直伺机而动的变色龙被手机中艳丽的蝴蝶照片所打动, 果断捕捉。通过这一故事传达 P9 徕卡双镜头所带来的潮流摄影魅力。

所获奖项 影视类 金奖

客户名称 华为终端有限公司

产品品牌 / 华为 P9

广告语 / 我的本色, 你的颜色

创意总监 / 龚仁安、车路

美术指导 / 汤景龙、翟娜

文案 / 朱彦

客户服务 / 孙丽欣、郭云飞、杨宁

制片 / 冯森

导演 / 王希乐、黄杏雨



《大侠》篇



《大款》篇



《大咖》篇



《智能》篇

声音及字幕

《大侠》篇

我，向来绝处逢生，但这次，最后一步，我该怎么办？快乐大相同，不以身份论英雄，开心消消乐！

《大款》篇

我，什么都能做到最好，可这关怎么就达不到三颗星啊？快乐大相同，不以身份论英雄，开心消消乐！

《大咖》篇

等一下，我把这个魔力鸟消灭！快乐大相同，不以身份论英雄，开心消消乐！

《智能》篇

围棋、电竞相继沦陷，阿尔法狗蛋正在挑战人类终极杀手锏——开心消消乐，不以身份论英雄，开心消消乐！

创意说明

快乐面前，人人平等，管你是大侠还是大啥！

生活中，人与人有着千差万别的地位、智慧、财力和颜值，但是这些在纯粹的快乐和不理世俗的消消乐面前，全是浮云……相反，即使你再普通平常，也一样可以在开心消消乐之中感受快乐。

快乐不为身份所左右。



所获奖项 影视类 铜奖

客户名称 乐元素

产品品牌 / 开心消消乐

广告语 / 《大侠》篇 我，向来绝处逢生，但这次，最后一步，我该怎么办？快乐大相同，不以身份论英雄，开心消消乐！

《大款》篇 我，什么都能做到最好，可这关怎么就达不到三颗星啊？快乐大相同，不以身份论英雄，开心消消乐！

《大咖》篇 等一下，我把这个魔力鸟消灭！快乐大相同，不以身份论英雄，开心消消乐！

《智能》篇 围棋、电竞相继沦陷，阿尔法狗蛋正在挑战人类终极杀手锏——开心消消乐，不以身份论英雄，开心消消乐！

制作公司 / 蓝月

创意总监 / 周嘉鸿

美术指导 / 熊凯

文案 / 申珊珊、李洪甫

制片 / 周晓芹



《毕业寄·打包青春不散场》篇

声音及字幕

2012年，第一次离家。

唠叨，是最想丢下的行囊。

100公里的距离，像一场较劲的出发。

2013年，以为自己跌进了偶像剧。

一次舞会，十九次约会把那段岁月装扮成意料之外的礼物却发现青春难免一场误会。

就像既定的安排，从不迟到。

2016年，毕业了。

以为那些时光和陪伴都可以打包。

回忆多到塞不进行囊，第一次感受到青春的份量。

青春总在没有准备的时候，不断结束，不断上路。

我们从未丢下的那些行囊，是青春最好的珍藏。

打包青春 不散场

惠心件 毕业寄

百世快运

创意说明

视频通过舞会、约会、生日party、寝室生活、失恋、看韩剧、打包等情节，讲述一位女大学生四年的精彩生活。当毕业季来临，青春记忆，便随物品一起打包，由此诠释“毕业寄·打包青春不散场”的主题，物流服务“百世快运·惠心件”则潜移默化地出现在剧情里。

获奖单位

百世物流科技(中国)
有限公司

所获奖项 / 影视类 铜奖

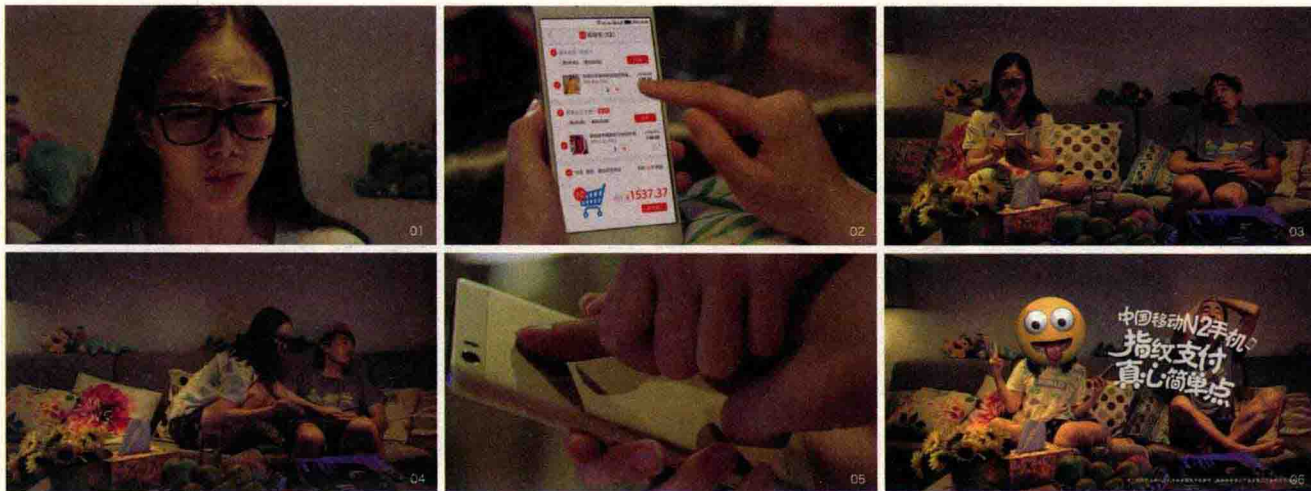
客户名称 / 百世物流科技(中国)有限公司

产品品牌 / 百世快运·惠心件

广告语 / 毕业寄打包青春不散场

制作公司 / 米兹

创意总监 / 周哲轩



《中国移动自主品牌手机N2系列病毒视频指纹》篇



《中国移动自主品牌手机N2系列病毒视频快充》篇



创意说明

当遭遇女朋友一哭二闹三上吊的惯用招数时，请记住一句话：剁自己的手，让她买去吧！

中国移动N2手机支持指纹支付功能，一键下单，多点真诚，少点套路，让恋爱更简单一点！

声音及字幕

女：他爱我，他不爱我，他爱我，他不爱我，他爱我，他不爱我……

男：别哭啦！

尾版：中国移动N2手机，指纹支付，真心简单点。

创意说明

当手机没电遇上陪女友逛街，对于男朋友们来说简直就是晴天霹雳。要怎么拯救你，我的低电量手机？

中国移动自主品牌手机N2，支持快速充电，让你快乐秒上天！

声音及字幕

男：这店挺适合你啊。

女：哇！

男：电充好了，走吧！

尾版：中国移动N2手机，快速充电，快乐秒上天！

获奖单位

九易广告

所获奖项 影视类 优秀奖

客户名称 中国移动终端公司

产品品牌 / 中国移动自主品牌手机N2

广告语 / 中国移动N2手机 指纹支付 真心简单点

制作公司 / 喜诞制作

创意总监 / 李健

美术指导 / 姜立明、田芷茵

文案 / 何佳敏、王静

客户服务 / 赵敏、厉磊、李沙

制片 / 李臣

导演 / 王怀雷

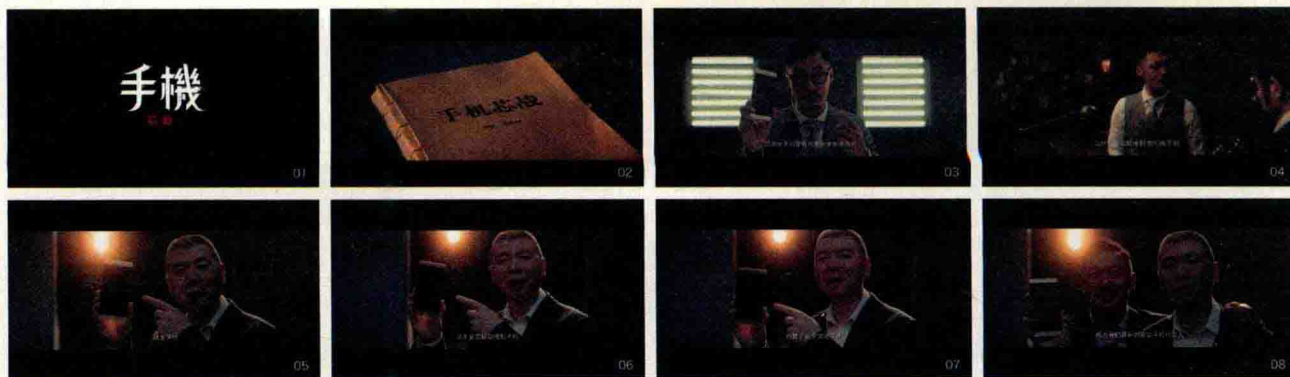
摄影 / 潘震

剪辑 / 王怀雷

音乐 / 唯优传媒

动画 / 那冬（映峰阁）

创作团队部门 / 北京九易第一事业部



金立《手机芯战》篇

声音及字幕

余文乐: 好, 放心吧, 我能做得到。

余文乐: 导演, 这个戏那么多角色就没有一个适合我, 是你觉得我表演得不好吗?

冯小刚: 你试试这产品, 经理。

余文乐: 21 世纪什么最重要? 安全。所以我的发明就是为了保障用户的手机安全。我让私密空间、支付安全, 还有专线通话一起打造了安全的新标准。为什么? 因为这手机里有内置安全加密芯片。

制片: cut。

冯小刚: 换一个, 友商。

余文乐: 21 世纪什么最重要? 安全。为什么金立能做到我们做不到? 看, 内置安全加密芯片, 内置安全加密芯片, 内置安全加密芯片!

制片: cut。

冯小刚: 再换一个, 用户。

余文乐: 21 世纪什么最重要? 安全。你看我给你买这个手机。

女 友: 为什么是金立手机呀?

余文乐: 这台手机内置安全加密芯片, 不仅我们的小秘密可以放在这个里面, 更重要的是可以保障你的消费安全。

冯小刚: 好了, 再换一个, 明星, 本色出演。

余文乐: 好。

制片: 开始。

余文乐: 这台手机内置安全。

制片: cut。

余文乐: sorry, sorry, 这台手机内置。

制片: cut。

余文乐: 这台手机。

制片: cut。

余文乐: 内置加密芯片。

制片: cut。

冯小刚: 停吧。你, 过来一下。

冯小刚: 怎么回事啊? 刚才那几个角色演得都不错呀, 怎么演明星倒不会演了。

余文乐: 你叫我塑造别人的角色我可以, 但你叫我演自己我倒不会演了。

冯小刚: 明星对什么最关心啊? 隐私啊, 隐私泄露了, 这就跟人把底裤扒了满大街裸奔似的。现在这手机内置了安全加密芯片, 踏实了, 有安全感了, 就演这个啊, 不准啊。

余文乐: 那不如你来示范一次, 就一次。

冯小刚: 我来示范?

余文乐: 对, 拜托, 拜托。

冯小刚: 把你手机给我, 走。

冯小刚: 我给你演一遍, 你看着啊。很简单。这只手机, 内置了安全加密芯片。

余文乐: 导演, 你忘了说名字了。

冯小刚: 对对对, 忘了说名字。这支金立手机, 内置了安全加密芯片。

余文乐: 导演, 能不能来一个完整一点的, 完整版。

冯小刚: 完整的, 我英语不行啊。

余文乐: 没关系, 来。

冯小刚: 就是个意思。这支金立超级续航手机, M6/M6 Plus 内置了安全加密芯片。

余文乐: 有拍到吗? Cut。

冯小刚: 什么情况?

余文乐: 恭喜导演成为我们最新的金立手机代言人。恭喜。收工。

冯小刚: 什么意思? 广告公司? 广告公司的人呢? 谁是这手机的代言人啊? 不是他吗? 怎么成我了?

(字幕: 两天前)

雷霆: 你确定, 你能让冯小刚导演把内置安全加密芯片, 金立超级续航手机这句广告语说出来, 并且说上三遍吗?

余文乐: 必须的。

获奖单位

华邑品牌数字营销

所获奖项 影视类 金奖

客户名称 金立手机

产品品牌 / 金立手机

广告语 / 内置安全加密芯片, 金立超级续航手机M6/M6 Plus

制作公司 / 华邑品牌数字营销

创意总监 / 杜卫

美术指导 / 区建昌、叶智广

文案 / 杜卫、陈之琛

客户服务 / 苏蕾、梁敏敏

制片 / 朱春阳

导演 / 沈严

摄影 / 罗攀

剪辑 / 郑呵呵

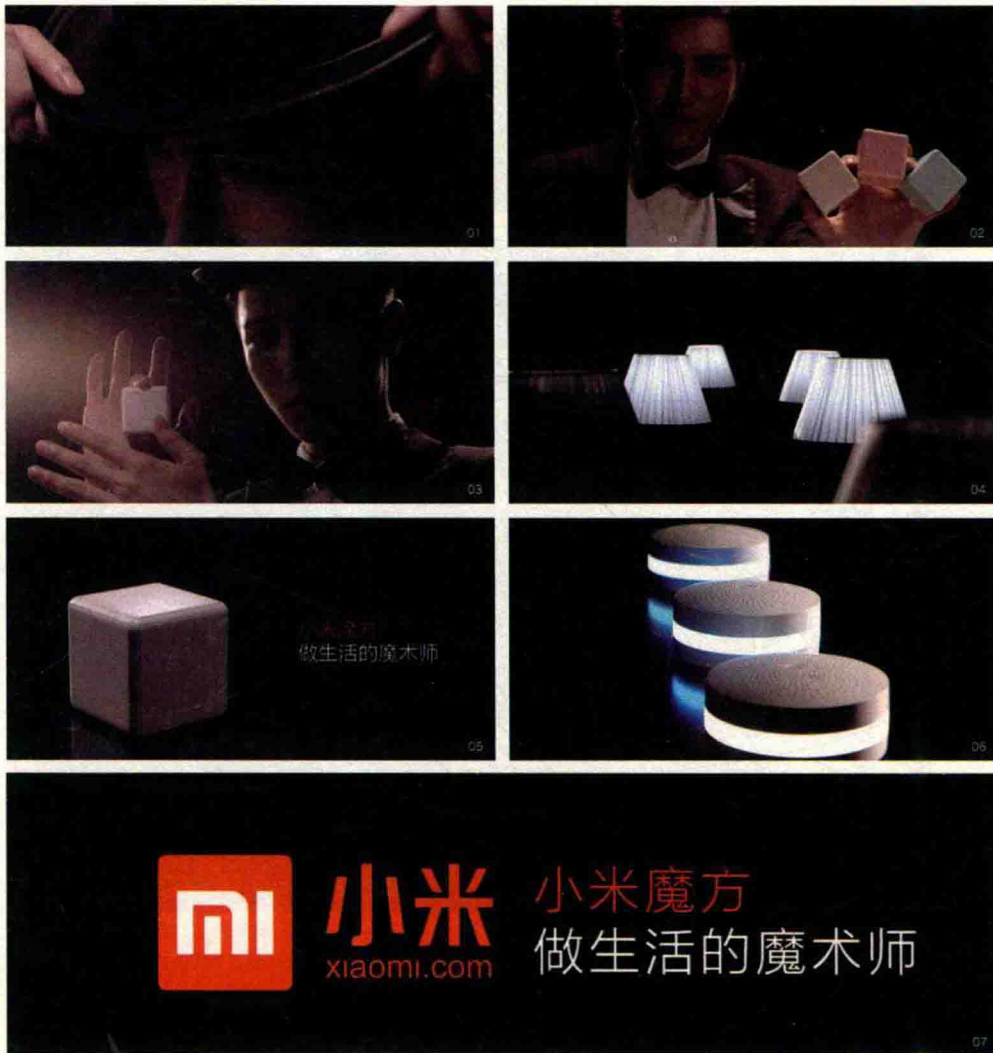
音乐 / 王帆

动画 / 赵亮

创作团队部门 / 华邑品牌数字营销金立手机项目组

创意说明

精准把握手机安全这一社会热点, 以冯小刚、余文乐两大 IP 诠释《手机芯战》, 重复核心台词“内置安全加密芯片”10 次, 并以此撑起 6 分钟的广告大片, 使消费者在观看影片时牢牢记住产品卖点, 真正做到广告即病毒。



《小米魔方——做生活的魔术师》篇



所获奖项 / 影视类 优秀奖

客户名称 / 绿米联创

产品品牌 / 小米魔方

广告语 / 做生活的魔术师

制作公司 / win@云品牌管理

创意总监 / Joy杨翌可

美术指导 / 郭嘉强

文案 / 刘洋洋

客户服务 / 张穆如

制片 / 尹林林

导演 / 郭嘉强

摄影 / 沈玉冲

剪辑 / 小包

创作团队部门 / ENT&COMM-FUNHWOLON

创意说明

绿米联创，是小米生态链企业，专注智能家居产品研发。2016年绿米联创推出全新的智能家庭硬件——小米魔方。产品主打“做生活的魔术师”主题，视频以魔术师的形象酷玩魔方，将产品使用方法融入到舞蹈动作中，不仅完美诠释了产品功能，更以炫酷、好玩的形式让观众眼前一亮。上线短短几日，播放量就过百万，在各种社交网络上赢得热烈反响。



《索尼游戏机 PS4 “下一个主角就是你”》篇

获奖单位

上海葵友广告有限公司

所获奖项 影视类 优秀奖

客户名称 索尼电脑娱乐有限公司

产品品牌 / 索尼游戏机 PS4
 制作公司 / 上海葵友广告有限公司
 创意总监 / 草柳夏来
 美术指导 / 李晓捷
 制片 / 柳澄昊
 导演 / 黑柳胜喜
 摄影 / 蒋锦文
 剪辑 / 陈正宇
 音乐 / 郭冠哲

创意说明

本片以街头霸王、GT 赛车、神秘海域和最终幻想这四款游戏为线索，选择了不同年龄段、不同身份的四个人群，来体现 PlayStation4 游戏的多样性和吸引到的广大消费群体。通过表现 PlayStation4 给人们的生活带来的或轻松或紧张、或惊险或感动的种种体验，将产品的趣味性和真实感传达出来。本片在实拍玩家的真实画面中穿插了游戏的画面，使观众在观看的同时，也能随着片中的玩家一起身临其境地体验游戏氛围。并且，由于本片在电影院投放，利用电影院特有的音响和画面效果，在游戏画面时使用了真实的游戏音效，并配以节奏层次感强烈的电子音乐，为观众带来了一场盛大的视听享受。



钱包金服 # 全力以服 # 品牌形象广告《夏伯渝》篇

声音及字幕

人生能有几个 94 米的遗憾？

世界上有一种人，

他们存在的意义就是在不断攀登，挑战高度。

我就是其中之一，我曾是中国登山队的一员。

24 岁，第 1 次登珠峰，为救队友失去双脚。

45 岁，身患癌症，依然坚持每天锻炼。

65 岁，第 2 次登珠峰，遭遇雪崩，再次错过了仅剩下的 244 米。

66 岁，第 3 次登珠峰，遭遇尼泊尔大地震，死里逃生。

67 岁，第 4 次登珠峰，遭遇暴风雪，距离登顶仅差 94 米。

从 1975 年的 8600 米，到 2016 年的 8844 米，这 244 米的距离，

我攀登了 41 年！

从年轻到年暮，

从攀登珠峰到脚下的路。

我相信：

大部分的人恐惧的并非成败、死亡

而是在走到生命尽头时，

蓦然回首才发现，

你从未真正活过，

你从未全力以赴地追过梦

成功到底是登顶，

还是永远有一颗登顶的心？

我是夏伯渝，我是一名无脚攀登者。

夏伯渝：

首届残疾人攀岩世锦赛冠军

你为梦想全力以赴，我为梦想全力以服。

钱包金服

创意说明

通过真实的故事和消费者建立情感共鸣：夏伯渝现年 67 岁，国家登山队前队员，中国年龄最大的残疾人登珠峰者。

41 年前攀登珠峰，为了挽救身处危险的队友，自己痛失双腿。41 年间，他经历了两次截肢、癌症化疗等种种磨难，依旧坚持每天锻炼。2016 年 5 月 13 日，无脚夏伯渝第 4 次攀登珠峰，遭遇暴风雪，距登顶仅 94 米。

借助夏伯渝 2016 年登珠峰新闻事件，从情感角度深化钱包金服与“追梦者一起向前”的品牌理念。伴随着钱包金服品牌形象大使夏伯渝的步伐，钱包金服也成为全球第一个登上珠峰的互联网金融品牌。



所获奖项 影视类 金奖

客户名称 钱包金服

产品品牌 / 钱包金服

广告语 / 你为梦想全力以赴 我们为你全力以服

制作公司 / 麻雀创意

创意总监 / 王宏伟

美术指导 / 王宏伟

文案 / 王宏伟、张镭

导演 / 王宏伟

音乐 / 王宏伟

创作团队部门 / 钱包金服市场部



《长春发展农商银行-小微中心》篇

声音及字幕

(在刘记生态草鞋店的门前)

张飞：大哥，草鞋供不应求啊！

关羽：快招人手，扩大经营！

刘备：生意虽好，扩建资金哪里找。

于是，三人来到了长春发展农商银行。

大哥：我要贷款。

前台：欢迎光临！

关羽：我为大哥担保。

张飞：我用二哥的刀作抵押。

刘备：我刘皇叔有信用。

前台：我们面向个体工商户，小微企业及个人提供纯信用贷款，

无抵押，无担保，有信用就够了！

三人很快就拿到了贷来的钱款。

三兄弟：有钱了，这下可好了！

创意说明

本片通过刘皇叔三人的故事，形象幽默地讲述了贷款扩建资金的过程，从而引出了长春发展农商银行面向个体工商户，小微企业及个人提供纯信用贷款的诉求画面简单明了地阐述了其无抵押，无担保，只需有信用的特点，强有力突出了长春发展农商银行不同于其他银行的最大区别及优势，极好的勾勒了一个服务“三农”，扶持小微企业，奉献于社会的企业形象。



所获奖项 影视类 铜奖

客户名称 长春发展农商银行

产品品牌 / 小微贷款中心

广告语 / 有信用 就够了

导演 / 张芾嘉

策略总监 / 张芾嘉

创意总监 / 王岩

美术指导 / 冯健

创意文案 / 司华丽

后期制作剪辑 / 李辰龙



中国人寿《相知多年》篇

声音及字幕

(张为之 81岁 1951年买下第一份人身保险) 60多年了,到今天,我依然选择中国人寿; (桑吉 54岁 1988年车祸后顺利恢复) 如果没有那份保单,那场病可能夺走我的一切; (孔玲 41岁 1997年加入中国人寿) 她是我第100位客户,她是我最好的朋友; (姚明 35岁 2007年代言中国人寿至今) 我是中国人寿代言人,也是老客户; (王爱芬 32岁 2009年开始购买中国人寿车险) 每年我为每个座位上保险也是对每个乘客的责任; (陈文雄 29岁 2014年为公司员工购买中国人寿企业年金) 选择中国人寿,让我们的未来更有保障; (陈磊 林姗姗 30岁 2015年为孩子投保中国人寿) 我们终究会老,我们对她的爱不会老。中国人寿,相知多年,值得托付!

创意说明

新的形象片《相知多年》篇,以真实的中国人寿用户讲述、分享他们与中国人寿相知相守的故事,用时间与情怀架起与用户情感沟通的桥梁,亦是传达中国人寿对消费者“值得托付”的不变承诺。

获奖单位

省广股份北京中心

所获奖项 影视类 铜奖

客户名称 中国人寿

产品品牌 / 中国人寿

广告语 / “相知多年,值得托付”

制作公司 / 省广合众(北京)国际传媒广告有限公司

创意总监 / 张洁

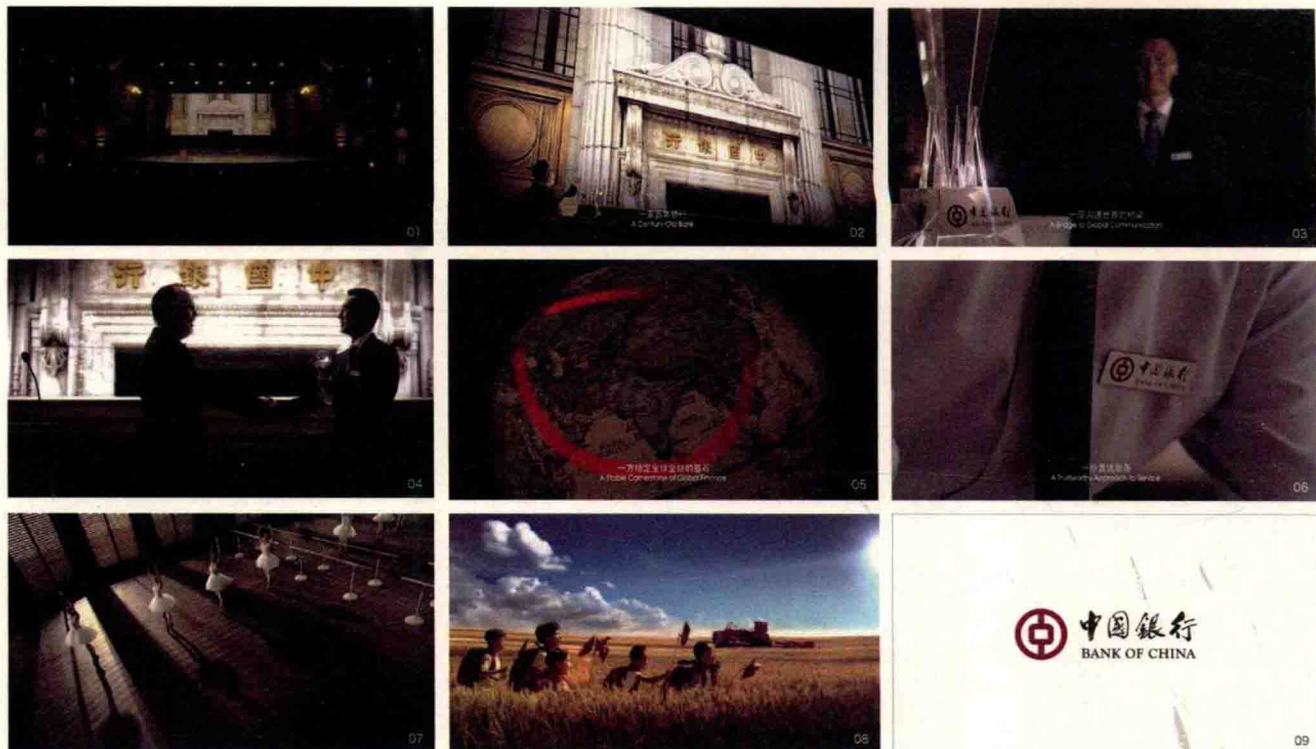
美术指导 / 彭洪智

文案 / 张洁

客户服务 / 马莉、左雪峰

制片 / 赵聪

导演 / 孙凡



《中国银行 TVC》篇



声音及字幕

一家百年银行
一座沟通世界的桥梁
一方稳定全球金融的基石
一份真诚服务
一种幸福生活
一片绿色关爱
一个和谐未来
责任担当 百年如一
中国银行

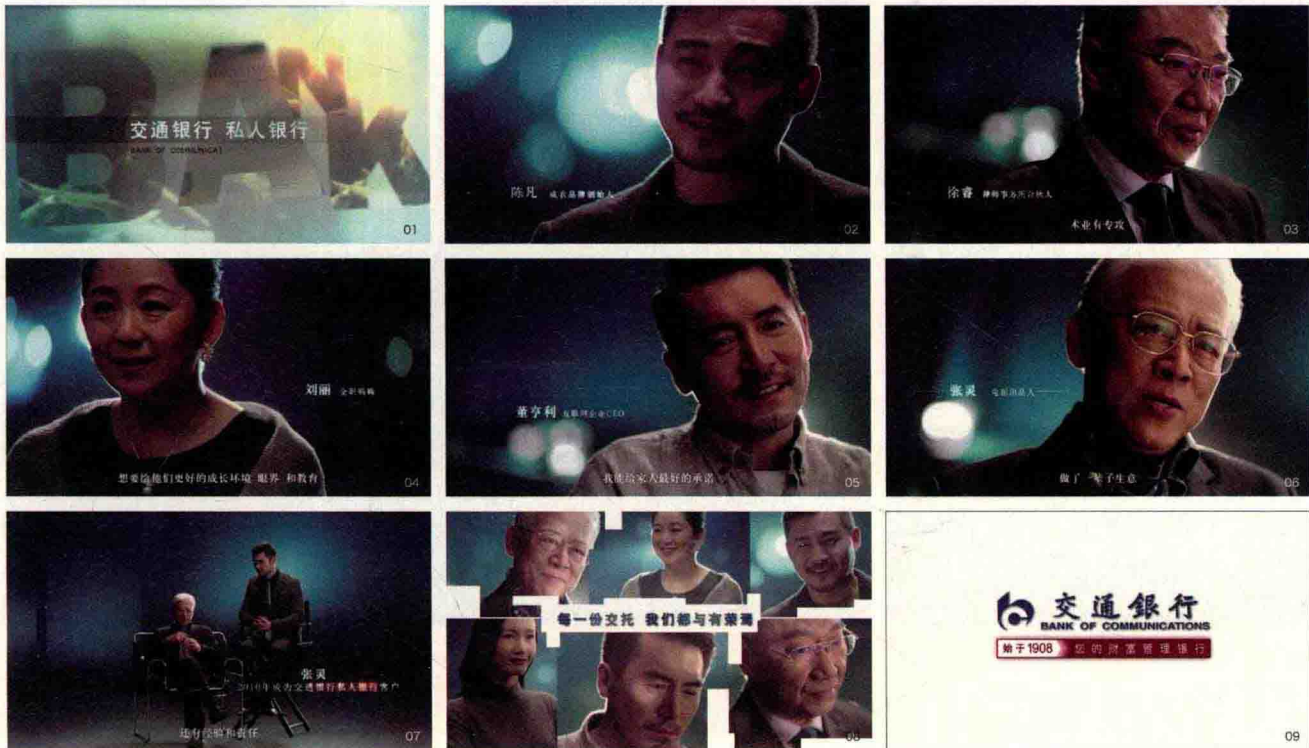
创意说明

一家百年银行
一座沟通世界的桥梁
一方稳定全球金融的基石
一份真诚服务
一种幸福生活
一片绿色关爱
一个和谐未来
责任担当 百年如一
中国银行

所获奖项 影视类 优秀奖

客户名称 中国银行

产品品牌 / 中国银行 TVC
制作公司 / 正邦创意（北京）品牌科技股份有限公司
创意总监 / 任翀
美术指导 / 李阳
文案 / 黄欣
制片 / 陈伟华
导演 / 顾长卫
摄影 / 王晓
动画 / 王毅
创作团队部门 / 正邦一邦视频



《交通银行 私人银行》篇

创意说明

6个人物, 6种人生, 6个对“财富”的别样“标准”阐释, 构成交行私银品牌客户的众生相。我们用采访的形式, 呈现真实客户的形象, 用他们各自对“标准”一词的呈现, 最终烘托出交行私银的核心概念
您的标准就是我们唯一的标准

声音及字幕

财富的创造
就是梦想照进现实的过程
让世界看见我的成衣品牌
就是我人生最大的财富
术业有专攻
是我选择很多事物的准则
把专业的事情交给专业的人
这样才有信任可言
想要给他们更好的成长环境、眼界和教育
关系到他们的将来
还是早点筹划比较好
我能给家人最好的承诺
就是让他们生活得更好
给家人和自己足够的保障
让我放下顾虑 当下也过得更轻松
做了一辈子生意
是时候交给年轻人了
我更希望传给他的不只是家业
还有经验和责任
每一份托付 我们都与有荣焉
交通银行, 您的财富管理银行

字幕: 陈凡 成衣品牌创始人
字幕: 陈凡 2013年成为交通银行私人银行客户
字幕: 徐睿 律师事务所合伙人
字幕: 徐睿 2009年成为交通银行私人银行客户
字幕: 刘丽 全职妈妈
字幕: 刘丽 2015年成为交通银行私人银行客户
字幕: 董亨利 互联网企业 CEO
字幕: 董亨利 2013年成为交通银行私人银行客户
字幕: 张灵 电影出品人
字幕: 张灵 2010年成为交通银行私人银行客户



所获奖项 影视类 优秀奖奖

客户名称 交通银行

产品品牌 / 私人银行
广告语 / 您的财富管理银行
制作公司 / 北京海润新时代广告有限公司
创意总监 / 刘俊成
美术指导 / 孙立
文案 / 耿岚
客户服务 / 操辉
制片 / 张磊
导演 / 齐虹
摄影 / 邵丹
剪辑 / 周川
音乐 / 栾智伟 动画 / 于戈
创作团队部门 / 创意部



钱包金服

QianBao.com

信贷·财富管理·资产管理·场景大数据·产业投资

钱包金服 # 全力以服 # 品牌形象广告《杨焯昕》篇

声音及字幕

总有人问我，什么是创意？
创意就是，我想到，你想不到，
你想到了，你不敢做。
我敢！

做《今天不说话》这件作品，我用沉默和勇气，
表达对中国当代艺术故弄玄虚、脱离社会的一种抗议。
被艺术家们集体炮轰、围攻，
我不在乎。

做《新公民计划》时，想用创意放大农民工子女上学难的问题。
面对缺钱的窘境，我冒险自掏腰包，完成作品！
赢得了戛纳国际创意节的第一个狮子奖。
做创意，就是要赌上一切勇气。

刚工作时，我急着出作品，
天天玩命加班，废寝忘食。
突然胃穿孔，父母把我送到医院，连夜开刀，
把肠子从肚子里拿出来洗干净，再放回去，缝上。
要是晚一点，就死掉了。

经历过生死，我变得不怕死。
我唯一害怕的，是不能比昨天做得更好。
人生是一场大创意，每一步都需要冒险。

我是杨焯昕，一名创意人。
中国唯一连续五年获得戛纳狮子奖的创意人。
你为梦想全力以赴 我们为你全力以服
钱包金服

创意说明

杨焯昕，中国唯一连续五年获得戛纳国际创意节狮子奖的创意人，中国广告行业标志性人物。
为了做出好的创意作品，不仅自掏腰包，还差点丢掉了性命。我们通过自述的方式，第一次为大众展现杨焯昕为梦想全力以赴的感人故事。借助杨焯昕的励志追梦故事，从情感角度深化钱包金服“你为梦想全力以赴，我们为你全力以服”的品牌内涵。

获奖单位

钱包金服

所获奖项 影视类 优秀奖奖

客户名称 钱包金服

产品品牌 / 钱包金服

广告语 / 你为梦想全力以赴 我们为你全力以服

制作公司 / 麻雀创意

创意总监 / 王宏伟

美术指导 / 王宏伟

文案 / 王宏伟、全超

导演 / 王宏伟、周子阳

音乐 / 周子阳

制片 / 周子阳

摄影 / 周子阳

创作团队部门 / 钱包金服市场部