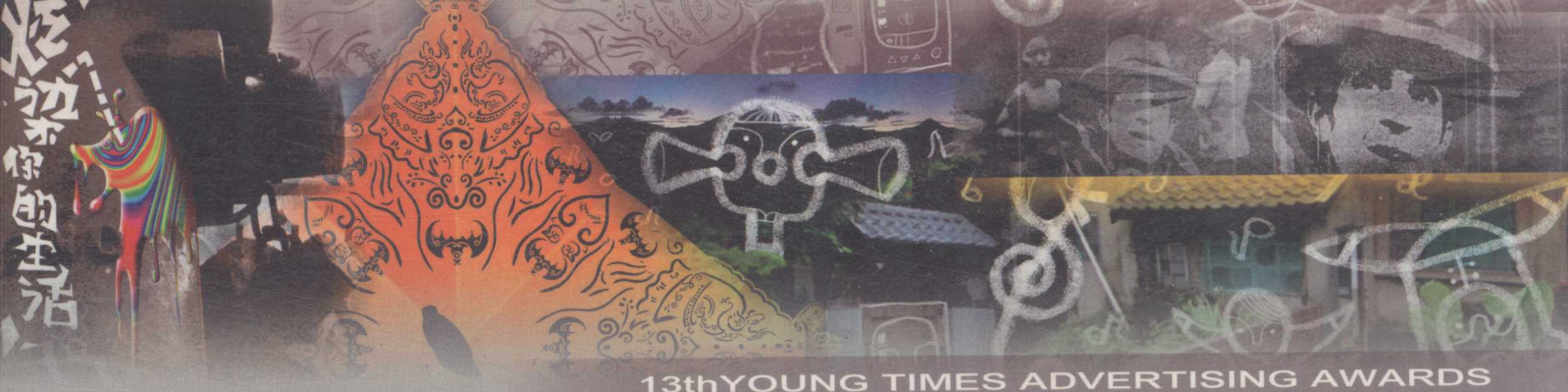




13th YOUNG TIMES ADVERTISING AWARDS

第十三屆時報廣告金犢獎

兩岸15大品牌 優秀廣告作品集



創意不是拼出來的

兩岸十五大品牌優秀廣告作品集

第十三屆時報廣告金犢獎

13th YOUNG TIMES ADVERTISING AWARDS ANNUAL

時報廣告獎

總裁 余建新
主任委員 黃肇松

執行委員會

主任委員 張金石
執行長 林淑黛
專案 陳淑婉、王禮筠、張曉如、杜婉菁、陳彥如

編輯委員會

總編輯 林淑黛
副總編輯 陳淑婉
主編 張靖媛
編輯校對 魏茂國、蔡秋玉、陳彥如
美術編輯 何仕弼、魏茂國、曾俞翔
封面設計 何仕弼

發行人 出版者

張金石
時報廣告獎執行委員會
地址：108台北市大理街132號
電話：(02)2308-6953
傳真：(02)2308-6974
<http://www.timesawards.com>

企劃行銷

視傳文化事業有限公司
地址：234台北縣永和市永平路12巷3號
電話：(02)2924-6861
傳真：(02)2921-9671
郵政劃撥：17919163
視傳文化事業有限公司

經銷商

北星圖書事業股份有限公司
地址：234台北縣永和中正路458號B1
電話：(02)2922-9000
傳真：(02)2922-9041

出版日期 定價

2005年3月
520元

※ 所有文字、圖片、影片版權屬於時報廣告獎執行委員會，
非經同意，不得轉載或公開播送。

港台書

13th YOUNG TIMES ADVERTISING AWARDS

此書附盤在資源建設室

第十三屆時報廣告金犢獎

兩岸15大品牌 優秀廣告作品集



創意不是拼出來的



這幾年流行講“拼經濟”“拼業績”

不知道有沒有人“拼創意”

在我的理解，拼命作創意的精神是可以的

但拼命卻不一定能作出好的創意

拼湊那就更不用提了

所以，我給了各位今年金犢獎的主題

“創意不是拼出來的”

廣告是一門科學的行業，策略的精確是最重要的，

你必須養成這種觀念，才能確實掌握這個行業的精髓，

創意不是空穴來風

是生活經驗的累積及思維的整合

策略是個羅盤，它讓你在創意的大海裡不會迷失，

隨手抓到的浮木，就好像偏離策略的創意，

也很像東挪西借的IDEA

浮木中的品牌，隨便一個浪頭都可能致命。

年輕朋友，你的創意是浮木嗎？好好想想！

中國時報廣告部總經理
時報廣告金犢獎執行委員會 主任委員

張寧石



台北初審主委的話	4
台北初審團	5
大陸初審主委的話	6
北京初審團	7
複決審主委的話	8
複決審評審團	10
年度最佳金犢獎	12
平面類得獎作品	
服飾項	七匹狼 14
行動通訊項	中國移動 22
數據通信項	中華電信 31
個人用品項	台灣柯達 40
事務器材項	台灣愛普生 49
廣播媒體項	好事聯播網 57
文化藝術項	文建會 69
汽車項	東南汽車 81
觀光旅遊項	泰國觀光局 89
化妝品項	雅芳（中國） 98
文教項	義守大學 107
交通服務項	裕隆日產汽車 115
網路媒體項	新浪網 124
海報設計類得獎作品	光陽工業 131
行銷企劃類得獎作品	時報旅遊 134
技術類得獎作品	138
電視廣告類得獎名單	144
廣播廣告類得獎名單	145
網路廣告類得獎名單	146
參賽得獎統計表	147
協辦學校一覽	148
金犢獎活動花絮	150

台北初審主委的話

參加第十三屆時報廣告金犢獎有感



■李慧馨

主任委員 台灣藝術大學廣電系主任

非常榮幸擔任第十三屆時報廣告金犢獎的初選主任委員，並參與主辦單位舉辦之公認公正的比賽而召開的溝通會議。前來參加會議的，可說是來自全國大專院校影視傳達相關科系的主任和教授，會中全體一致同意，今年的初審委員先由全體參與者提出推薦名單，再以通信圈選方式產生初審委員，而我就是因此當選初審委員，之後在初

審的會場，又經過大家互選而成為主任委員，其實頗心虛的，事實上委員當中有許多真正的廣告創意專家，而忝為初審主任委員主要的任務可能是做個見證吧。在這一連串的過程當中，我有一些心得感想，和大家一起分享：

時報廣告獎，以一個民間報業機構的身份和有限的人力，能夠如此有效率地連續舉辦十三屆廣告金犢獎，獲得一年比一年多的單位支持和參與，參賽的人也一年比一年增加，規模也一年比一年盛大，這實在不容易，其服務社會和鼓勵大學生磨練功力的精神，令人讚賞和欽佩，也讓我們身為教育者獲得很大的鼓舞。

時報廣告金犢獎的比賽，是一項公平、公正和公開的比賽，從前述我所說明的評審委員產生方式即可得知，而主辦單位在賽前的溝通會議之用心，也充份展現對這一比賽獎項的重視和誠意，祇要得到獎項，可以說是對得獎者的才能和創意的保證，聽說很受廣告業界歡迎，從參加的作品件數一年一年創新高，可以看出金犢獎在學子心目中的份量和成功了。

今年最大獎，又由大陸參賽者得獎，這已是連續三年由大陸學生獲得，身為評審者在讚賞之餘，不免有些納悶，我們的大學生到底怎麼了？是缺乏創意或缺乏興趣？是教育出了問題或……？也許最應該自我檢討的應是我們教育者吧。

不過我希望，這項兩岸的良性競爭應持續下去，不因為大獎都被對岸抱走了，而有所變動，畢竟擦亮學生的眼鏡，擴展學生的眼界，也是本比賽的功能之一。何謂創意？創意能教嗎？我一直不斷捫心自問，僅管理論很多，各家見解也不盡相同，但我知道，從「做中學」這是方法，「紮根基本工夫」這是觀念，而「你知道愈多，就看到愈多」這是不二法門，因此希望莘莘學子，要多看、多讀書、多練習，有朝一日，也許不世出的創意就源源不絕了。

最後，要感謝主辦單位給我這麼好的機會參與盛會，在評審過程中，雖然絞盡腦汁、費盡心力、眼力和耳力，不過得識各路菁英齊聚一堂，一起討論切磋，得以閱盡來自各方的絕妙佳作和各式創意，這不也是種享受嗎，事實上，學到最多的應該是我吧，謝謝，向大家致上我最誠摯的祝福。



■謝啟駿

二信高中
廣設科主任



■李建志

士林高商
廣設科專任教師



■張道本

中原大學
商設系講師



■陳遠清

中華電信數據分公司
行銷處處長



■黃格崇

元智大學
資傳系助理教授



■洪雅玲

輔仁大學
影像傳播系講師



■林阿嵐
台灣柯達公司
產品主任



■余珮綺
復興商工
廣設科專任教師



■齊隆壬
世新大學
廣播電視電影系主任



■王日昇
好事聯播網
藝術總監



■蔡進興
景文技術學院
視傳系講師



■游曉貞
台中技術學院
媒設系講師



■章錦逸
長榮大學
媒設系主任



■呂昭慧
朝陽科技大學
視傳系講師



■翟治平
崑山科技大學
視傳系講師



■張明裕
南台科技大學
資傳系主任



■林芳穗
雲林科技大學
視傳系副教授



■陳健文
嶺東技術學院
視傳系主任



■呂靜修
泰北高中
美廣科專任教師



■曲家瑞
實踐大學
媒傳系主任



■王玉美
泰國觀光局
諮詢專員

行銷企劃類



■林婉美
中國時報旅行社
總經理



■黃信川
中國時報旅行社
執行副總經理



■蔡瀚毅
中國時報旅行社
行銷企劃部經理

北京初審主委的話

參加第十三屆時報廣告金犢獎有感



■薛振添

主任委員 北京麥肯光明廣告資深創意總監

從過關斬將、辛苦等候，到懸念大白、獎項各歸其主，這屆金犢獎眼看要塵埃落定、圓滿完結……。

可是等等，我有話說。

此次創意比武，大家都不甘人後、勢在必得！抱著過去的得獎作品悉心研究、瞭解評委的個人風格……真是花盡心思、耗完腦細胞，實在令人感動！但時間和精力就這樣被

浪費掉了！沒錯，新鮮、生動的創意是我的最愛，但那麼多評委，每個都口味不同，怎麼揣摩清楚、照顧周到！乾脆別去理會！什麼事情目的變得複雜，必然會很多顧忌、無法大展拳腳，如何作出痛快淋漓、勁道十足的作品？

忘記什麼得獎技巧和不二法門，拿出你最真實的感受，最新鮮的想法，只要是角度準確毒辣、執行到位的好東西，一定會光芒畢現、傾倒衆生。想心裏有底兒？別光盯著評委，為什麼不把你的東西拿給隔壁大媽或室友看看？每個目標受衆都是評委，聽聽他們的說法，確認你真的能打動他們。回頭看看今年大陸區作品，性暗示的表現手法頻頻出現。做創意的大都為性情中人，偏好此類題材也不難理解。但現今開放的媒體環境，讓此類題材已不具備高關注度，別說老江湖的評委們，就是普通受衆都不會輕易買賬。加之此類手法比較敏感，更要慎用、巧用，避免拿捏不准，出來低俗無趣的東西。

大陸地區作品比以往重視畫面執行，也有不錯表現。但文案方面似乎有所懈怠，文字功力修煉不夠，不少文案只是對畫面的復述，無異於看圖說話，沒有為表現及創意加分、發揮應有作用。

另外網路語言、新生辭彙在大陸區作品中被大量使用，人氣頗高。緊跟當下流行、張揚年輕勢力本無可厚非，但作品中很多新辭彙的使用，僅是求新求異，令形式大過內容，很難引起共鳴、讓人拍手叫好。文字的張力絕對不容小覷，一句簡單的話、幾個方塊字，便能重若萬鈞。華文更是學問深厚，需時時留心、多加練習，才能修得一身好功夫，寫出直擊人心、味道十足的文字。

從作品中可以看出，大陸同學想問題比較深入，在消費者洞察方面也下了功夫。但作品中想講的東西太多，容易囉嗦無趣。想得多自然沒錯，但更需抽絲剝繭，找到關鍵命門。只有當所有力量凝聚到一個點，才能爆發驚人力道。也沒有人會喜歡訓導主任，別給作品強加太多責任，生活需要簡單、動人的表情。而臺灣地區的作品雖則清晰、簡單，但思考流於表層，太過關注形式。若各地同學能互相取長補短，這場創意擂臺，一定更有看頭！



■蔡鴻賢

上海怡東廣告
董事總經理



■陳國輝

智威湯遜—中喬
創意群總監



■譚業庭

青島建工學院
文法系主任



■吳世廷

克頓顧問
總經理



■宋楊

宋楊設計傳播機構
總經理



■劉志彥

實力媒體整合行銷
總經理



■肖虎
北京廣播學院
廣告學院
藝術總監



■王希樂
北京奧美
副創意總監



■張樂山
上海智得廣告公司
總經理兼執行創意
總監



■張曉嵐
昆明風馳傳媒
副總經理兼創意
群總監



■胡川妮
廣州美術學院
裝演藝術設計系
主任



■葉茂中
葉茂中營銷策劃
機構董事長



■林維敏
盛世長城
執行創意總監



■陳賀美
臺北《愛女生》
雜誌社社長

複決審主委的話

時報廣告金犢獎作品創意表現年年大有進步



■張百清

主任委員 台北智得溝通公司總經理

時報廣告金犢獎從1992年創設以來，一直堅持著嚴格評定標準與公平、公正、公開原則進行，提供所有修習廣告相關科系的學子們，能有正式窺創意展現實力的舞台，因而每年成為一項受到相關業界注目以學生為主的廣告創意競賽活動。

尤其在1998年擴大到了大陸地區的相關學校積極的推廣參賽。在2004年的第13屆的

收件作品數9,381件中，大陸地區學生參賽件數超越台灣學生的件數，正象徵著時報廣告金犢獎的認同性、權威性的肯定，而且在成就效益方面，也成為海峽兩岸四地為主的廣告設計修習學子們、老師們、領導們視為是一件非常好的學習成長的鍛鍊平台，而獲得了廣大熱烈的支持參與。

第13屆時報廣告金犢獎經兩地初賽後進入複決審作品大陸作品有1,751件，台灣等地區有668件，總計的1,419件作品，於五月三日、四日兩天安排在台北時報大樓二樓廳舉行，但很遺憾的在受邀擔任複決審評委中，有三位代表委員廣州美院胡川妮主任、同濟大學林家陽院長、中國美院趙健主任由於來台簽證未能及時取得以致不克前來，不過在大陸地區擔任初審主任委員薛振添與台灣地區初審主任委員台灣藝術大學廣電系主任李慧馨，都全程參與複決審的評審作業。

本人很榮幸的再度被推選為本屆的複決審主任委員。根據以往的經驗，在正式進入複決評選作業前，為能平衡新舊評委的評選尺度，先被安排進行每位評委的簡述，以利互相了解選評時人人心目中的一把尺，將來自不同專業、企劃、撰文、創意、設計、教學等擅長的評選角度，在通過溝通與互相理解後能有所共識，歸納整理大致有下列三點內容的評選共識：

- ◎ 創意的原創性非常重要，不過必須是要符合企業策略單的要求的前提下發揮表現。
- ◎ 創意發想能否簡潔有力，一針見血的訴求，可有效解決行銷上有問題，並有令人會動心的設計表現。
- ◎ 創意表現是否符合創意五因子，創益、創異、創議、創藝、創憶的領域上有良好的拿捏掌握。

經過兩天的逐件式的複決審後，結果雖然有5類別作品是金犢獎有「從缺」的遺憾，但綜合評審們一致感想，認為本屆獲獎作品的創意表現水平都較歷屆提昇，尤其是在每件進入銅犢獎以上的作品都有令人激賞之處，要從其中比較高低確實有些難度，因此，為兼顧各評委之間不同意見的平衡取得共識，往往要煞費苦心，例如：本屆海報類的光陽機車從進入複決審中的作品

整體水平，與其他類別獲獎作品相較下即有顯著落差，經評委一致決定為維持獲金犢獎的作品應具有一定程度以上的門檻尺度，最後僅給予佳作品名次，其餘銅獎以上的各獎項則以「從缺」定案。

另在原有條件可獲得金犢獎榮耀的作品，但在內文關鍵詞句中，都有明顯的錯字，有幾位評委提出應拿出嚴格尺度淘汰出局，但經過深度溝通與協商，以不滿意但還可以接受的寬容原則辦理，將獲獎等級視錯字的嚴重性，酌情往下獲獎項的名次調整，由此可體會到要獲得各類別的金犢獎榮耀可真是不容易，在本屆年度大獎競爭時仍與往年相同，支持文教類的行政院文化建設委員會—文化剪紙的平面創作應獲得年度大獎的評委，與支持電視廣告影視類裕隆日產汽車—TOBE全方位服務平台衛生紙篇應獲得年度大獎，形成了拉力戰，在經過每位評委經過兩件作品的比較式表達與允許相互之間的說服過程溝通後，即採用無記名投票方式，最後以8：2超過三分之二評委多數票支持認同由影視類獲金犢獎的衛生紙篇勇奪年金犢獎的最大獎，也創了連續三年都由電視廣告影視類，奪得年最佳金犢獎。

另以筆者立場觀察認為在本屆進入複決審的作品中，在表現方式有了以下五個方面的增加，是非常值得可喜可賀之事：

- ◎ 增加了用攝影手法作為創意設計的作品表現，而且在技術方面也趨向了成熟化。
- ◎ 增加了手繪插圖作為創意作品表現，而且在技巧用法也有相當專業水平。
- ◎ 增加了用文字演出為主軸的創意作品設計表現，而且在版面構成方面也充分表達出文字視覺傳達效益。
- ◎ 增加了在創意設計時素材多元化組合的表現，讓畫面視覺張力更加豐富與可看性。
- ◎ 增加了在創意設計的幽默性溶入表現，讓作品充分傳達出討好性的認同感。

由以上的作品表現手法的增加，足可證明到同學們經歷了過去金犢獎參展與經驗的吸收，在創意思維上確實有了顯著的進步，這樣努力的成果也正是時報廣告金犢獎舉辦的最大目的。

最後以下列五十六個字由筆者撰寫的打油詩來與所有參賽時報廣告金犢獎的同學們相互勉勵：

時報廣告金犢獎 創意無疆界之分

獲獎靠本領挑戰 歡迎同學來參加

公平公正及公開 希望金犢你來摘

奪金添銀增歷練 為你為校爭光榮

複決審評審團



■張百清 (主委)
台北智得溝通公司
總經理



■靳康強
香港靳與劉設計
顧問公司
創意總監



■薛振添
北京麥肯光明廣告
資深創意總監



■張憶芬
Yahoo!奇摩
業務部協理



■詹朝棟
台灣電通創作部
副總經理



■張光民
中華民國對外貿易
發展協會
執行長



■紀淵宇
李奧貝納廣告
創意群總監



■方楊維美
香港浸會大學
傳播系高級導師



■李澄暉
澳門理工學院
設計課程講師



■李慧馨
台灣藝術大學
廣電系主任



■狄運昌
台北智威湯遜廣告
執行創意總監



■陳謙平
新浪網
行銷業務副總經理



■陳耀福
新加坡智威湯遜廣告
東南亞執行創意總監



■林雨霄
PChome Online
網路家庭製作部
總監

行銷企劃類



■林婉美（主委）
中國時報旅行社
總經理



■何雍慶
中正大學
企管系行銷管理研
究所教授／學務長



■黃曼琴
淡江大學
企管系教授



■陳耀竹
銘傳大學廣告系
主任

年度最佳金犢獎

裕隆日產汽車－衛生紙篇
 學校科系 北京電影學院
 創意小組 李勍 / 霍劍鋒
 指導老師 楊慶生



TOBE全方位服務平台「衛生紙篇」

TOBE全方位服務平台「衛生紙篇」，因為夠簡單，又能傳達商品所訴求的概念，以壓倒性的多數票獲得今年度金犢獎的最大獎！這件作品是由北京電影學院美術系影視廣告專業的應屆畢業生李劼、霍劍鋒共同創作，指導老師為楊慶生。

消息傳到北京，得獎人當然喜不自勝，其中李劼接受本報的越洋專訪，她表示這個作品特別簡單，很意外能獲得大獎，尤其，去年曾經參賽的她連入圍都沒有，二度扣關居然擒下首獎，而且在平面類項中也有斬獲，確實很開心。

至於如何做出讓廣告大師諸如陳耀福、靳埭強、張百清等評審都讚不絕口的原創性？李劼回想：一開始思考TOBE所強調的方便特色，就聯想到以衛生紙表現，不過，原來打算拋出一卷桶衛生紙的視覺，霍劍鋒覺得強度是夠，但似乎比較單薄，於是加成兩卷桶，如輪子般滾出去，像兩只輪胎走出兩條線，於是著手開拍，就完成了「衛生紙篇」。

從小學美術的她，到了北電才走入影視的領域，她覺得學校的大環境，是磨練創意的好地方，學校也特別重實踐，教他們的老師多是知名的廣告人，讓他們既崇拜，又覺得受益非淺。經過李劼的解釋，也就不難明瞭，為什麼北京電影學院的得獎數未必多，但在質的方面，特別顯得突出。



■年度最佳金犢獎得主：
北京電影學院 李劼、霍健鋒



廣告主

七匹狼實業股份有限公司

廣告主題

七匹狼男裝系列品牌形象廣告

廣告目的：

- 1、塑造七匹狼男裝積極硬朗、成熟性感、有男人味的品牌形象。
- 2、傳播品牌所倡導的“做強者”之精神，主張積極向上，奮鬥樂觀地生活態度。
- 3、力圖以視覺語言使目標消費者建立深刻影像，從而產生對產品的消費行為。

廣告目標：

25-45歲，成熟男性為主，這是一群收入相對穩定，文化水平高中以上的人群，對於事物有自己獨立的觀點。

公司理念：

誠信、求實、敬業、奉獻

公司精神：

挑戰人生，永不回頭

產品簡介：

七匹狼生產男仕系列休閒男裝，更為奮鬥中的男人提供一種文化，一種精神，一種積極向上的生活形態。以茄克為核心產品，七匹狼正服系列包括西裝、領帶、西褲、襯衫；休閒服系列可以包括茄克、T恤、牛仔服；皮製品系列有皮帶、皮包、皮鞋；飾品系列將來可以包括香水、火機、手錶、眼鏡、筆等；將建成中國最大的休閒男裝生產基地。

品牌形象/個性：

如果用一句話來講，我們所希望樹立的就是一個“做強者”男人的形象，在他追求理想的道路上，他相信自己，相信夥伴。他堅信自己就是這城市森林裏的一匹狼，為生存也為生活“做強者”。

logo釋義：

“狼”集智慧、機靈、團結於一身，是極具拼搏力、頑強執著，不停地為生存而奮鬥的群體性動物，狼標圖形是一頭向前奔跑的狼，以昂著挺尾奔越的形狀，四腳蓄積爆發的立姿表現公司創業者勇於突破傳統，獨具個性的舒展形象。墨綠色是企業標準色，象徵著青春、活力、孕育著勃勃生機。

備註：

※建議列入事項

1、七匹狼LOGO

2、文字落款：七匹狼男裝

3、網址：www.septwolves.com

4、品牌精神文字在“做強者”或平面傳播主題文字“相信自己，相信夥伴”的精神下延續發揮創意（包括美術上或宣傳口號上）。

※聯絡人及諮詢電話：

林先生：002-86-595-8571784

網路查詢：www.septwolves.com金犢獎專區

金

七匹狼實業－狼來了系列

學校科系 浙江傳媒學院

創意小組 勵安宏

指導老師 徐浩

