



# 中国广告摄影年鉴

CHINA ADVERTISING PHOTOGRAPHY YEAR BOOK

中国广告协会 编

中国摄影出版社



# 中国广告摄影年鉴

2004-2005

中国广告摄影年鉴



**2003**

中国广告摄影年鉴  
China Advertising  
Photography  
YEAR BOOK



图书在版编目(CIP)数据

中国广告摄影年鉴/陈永主编. —北京: 中国摄影出版社, 2003.8

ISBN 7-80007-666-0

I.中... II.陈... III.广告—摄影艺术—作品集—中国—现代 IV.J422.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 074550 号

责任编辑: 萨社旗

书 名: 中国广告摄影年鉴

主 编: 陈 永

出版发行: 中国摄影出版社(北京东单红星胡同 61 号)

发行部电话: (010)65136125 邮编: 100005

制版印刷: 北京雅昌彩色印刷有限公司

开 本: 16 开

印 张: 16

版 次: 2003 年 9 月第一版第一次印刷

印 数: 3000 册

书 号: ISBN7-80007-666-0/J · 666

定 价: 230 元



拍卖中国



# 2003

中国广告摄影年鉴  
China Advertising  
Photography  
YEAR BOOK

## 序 言

呈现在您面前的是《中国广告摄影年鉴》2003年版。《中国广告摄影年鉴》创刊于1999年，它记录着我国广告摄影发展的全过程。

我国广告摄影的发展得益于我国广告业的快速发展，自1979年我国恢复第一条商业广告以来，中国广告业一直保持强劲、高速的发展态势。到2002年，全国广告经营额已经突破900亿元人民币，跻身世界广告大国之列。广告业的快速发展，为广告摄影的发展营造了巨大的市场空间。而广告摄影在近20年的发展历程中时起时落，直到进入上个世纪90年代后期才形成较为稳定的市场环境。“全国广告摄影优秀作品展暨全国十佳年度广告摄影师评选”活动和《中国广告摄影年鉴》的出版为中国广告摄影行业的稳步发展起到了积极的促进作用。

我国的广告摄影从无到有，从小到大经历了近20年的发展过程，现在正在经历着从无序到有序，从混沌向规范的发展阶段，这需要我们大家的共同努力，需要全体从业人员的共同努力。可喜的是，近年来广告摄影的市场环境开始走向成熟，以广州、上海、北京为代表的区域市场已经形成，并向周边区域辐射。以各地广告协会为依托的地区广告摄影专业委员会开始建立；大批的广告摄影新人加入到广告摄影行列中来，2002年参赛人员中有60~70%是前几届未露过面的新人，非常年轻，但作品的成熟度却比较高，这将是广告摄影行业的一支生力军；同时表现出来的另一突出特点是创意意识的迅速提升，实现了从技艺层面向创意层面的跨越，这标志着我国广告摄影行业开始了由广告摄影阶段向商业摄影阶段的跨越。

《中国广告摄影年鉴》自出版以来更侧重展示“全国广告摄影优秀作品展暨全国十佳年度广告摄影师评选”的获奖作品。随着广告摄影行业的进步，《年鉴》的市场化运作模式也在逐渐地走向正轨。从本年度开始，我们改变了以往按作品类别排序的方法，完全采用国际上“广告摄影黑皮书”的编排惯例，按摄影师姓氏编排，突出展示摄影师的创作个性和作品风格，并且吸纳了欧美“黑皮书”的版面操作模式，使这本2003年版《年鉴》更与国际同步。

我希望通过这次操作模式的调整，使《年鉴》更具商业价值，更好地成为摄影师通往市场的桥梁，成为广告公司、工商企业、图片公司了解及选择摄影师的工具，为中国广告摄影的繁荣与发展做更多贡献。

本届大赛评委会主任 陈 永  
《现代广告》杂志主编

2003年8月

# Preface

Chen Yong, Chairman of Jury Committee, Chief-editor of Modern Advertising

This is China Ad Photography Year Book of 2003. The book started publication in 1999. It records the whole process of ad photography development.

The development of China ad photography benefits from the quick development of China ad industry. It has kept rapid development since the renewal of first piece of commercial advertisement in 1979. The turnover of China advertisement has broken through 90 billion RMB which means China advertising industry has ranked among the world's top ad countries. Also, the development of the advertisement has made great marketing for the ad photography development. In fact, the market environment becomes steady until the 90s in the last century after taking almost twenty-year detour road. The National Ad Photography Exhibition, Top Ten Ad Photographers Awards and The China Year Book have played positive role in the development.

China ad photography has grown out of nothing from small to large for 20 years, and now it is undergoing the period of keeping in order and of becoming mature. Undoubtedly, it needs our continuous effort to make it better. We should be gratified with the tendency of its becoming mature, the zone market has been set up in Guangzhou, Shanghai and Beijing and the ad photography committees have been founded all over the nation which was based on local ad union. So many people have joined in us these years. 60 to 70 percent of the entrants are new comers who are very young compared to their works and will become the main force in ad photography industry. The other feature is the rapid promotion in idea creation which shows a stride change from artistry to idea creation. It will be a milestone in our transcendence to business ad photography.

Since the first publication of the China Advertising Photography year Book, it has mainly shown the award-winning works from the China National Exhibition of Excellent Advertising Works & the Selection of the China Annual Ten Best Advertising Photographers. The marketing mode of the Book is stepping on the right path along with the progress of ad photography industry. From this year on, we will change the sorting mode from sorting in works sequence to sorting in name sequence which is according to the international practice. This can also highlight the individuality of the photographers and their style of works.

I wish this change in operation mode would make the Book with more commercial value. It will be a bridge between photographers and the market and a tool for ad agencies, enterprises, photograph corporations in choosing photographers. I wish it would make more contributions to the prosperity and development of China advertising photography.



评审团概况

陈 永：

《现代广告》杂志主编

中国广告协会学术委员会委员

张善夫：

中国管理科学研究院经济论坛常务理事

上海市广告协会会员、理事

上海三维应用摄影技术研究所高级摄影师

1999、2000、2001 连续三年获得年度“全国十佳广告摄影师”称号

薛振添：

麦肯光明(北京)公司创意总监

刘 是：

著名广告导演，创意总监

多届亚洲、中国广告大奖及全球华文广告大奖评委

娟 子：

著名时装摄影师

中国纺织出版社任时装摄影图片编辑并从事时装、人物摄影

江 柳：

雅芳(中国)有限公司市场部广告公关经理





Team members of examining and appraising

**ChenYong**

Editor-in-chief of Modern Advertising

Member of Academic Committee of China Ad Association

**Zhang Shanfu**

Managing Director of Economic Forum of China Administration  
Science Research Institution

Member and Director of Shanghai Ad Association

Senior Photographer of Shanghai Three-dimension Photograph  
Technology Institution

"Top Ten China Ad Photographer" in 1999, 2000 and 2001

**Xue Zhentian**

Creative Director of McCann-Erickson Guangming Ltd.

**Liu Shi**

Famous ad director and creative director

Judge of Asian and China Ad Competitions

**Juan Zi**

Famous Fashion Photographer

Photo Editor of China Spin Press

**Jiang Liu**

Ad. Public Relations Manager of Marketing Department of  
Avon Limited Co.



**2003**

中国广告摄影年鉴  
China Advertising  
Photography  
YEAR BOOK

# 年度十佳广告摄影师目录

## Contents of Top Ten Phtographers

- |    |                     |
|----|---------------------|
| 10 | 万 诚<br>Wan Cheng    |
| 22 | 王 琛<br>Wang Chen    |
| 28 | 刘建新<br>Liu Jianxin  |
| 34 | 刘嘉楠<br>Liu Jianan   |
| 40 | 宋 波<br>Song Bo      |
| 50 | 张 超<br>Zhang Chao   |
| 56 | 杨 璐<br>Yang Lu      |
| 62 | 贺建华<br>He Jianhua   |
| 68 | 夏永康<br>Xia Yongkang |
| 74 | 傅百林<br>Fu Bailin    |

中国广告摄影年鉴  
年度全国十佳广告摄影师  
TOP TEN PHOTOGRAPHER

万 诚 Wan Cheng

上海映真专业摄影企划有限公司董事长及首席摄影;

1989年赴日本留学,并于1995年获日本国立大学硕士学位。之后在日本广告摄影公司从事机械、家电产品、汽车等广告摄影工作;

1997年创立上海映真专业摄影企划有限公司;

作品多次在广告摄影展及摄影比赛中获奖;

1996年获日本东广岛市国际交流摄影展优秀奖;

1999年获上海国际创新设计博览作品展创新设计奖;

2000年获第二届全国广告摄影展铜奖;

2001年获第三届全国广告摄影展银奖一枚、铜奖一枚、入围奖三枚;

2002年获第四届全国广告摄影展金奖一枚、银奖一枚、铜奖两枚、入围奖三枚,并获得年度“全国十佳广告摄影师”称号。

Board Chairman And Photographer of Shanghai Yinzhen Professional Photography Limited Co;

Studying in Japan in 1989 And Acquire Master Degree of Japan National University in 1995;

Then Establishing Shanghai Yinzhen Professional Photography Limited Co. in 1997;

His Works Have Been Awarded in Ad. Photography Exhibition And Photography Competition for Many Times:

Japan Dongguang City International Communication Prize in 1996;

Bronze Prize in Second National Ad. Photographic Exhibition in 2000

One Silver Prize , One Bronze Prize in The Third National Ad Photography Exhibition in 2001;

One Silver Prize , One Bronze Prize in The Fourth National Ad. Photography Exhibition in 2002,And Top Ten Ad. Photographer in China in 2001 and 2002.



地址 上海市虹口区三门路767号  
邮编 200439  
电话 021-65367266  
传真 021-65367255  
手机 13901852647  
E-mail: yingzhen@online.sh.cn  
Http: //www.studio-yingzhen.com



# 目 录

## Contents

<b>4</b>	序言 Preface
<b>6</b>	评审团概况 Profile of Jury
<b>10</b>	年度全国十佳广告摄影师 Top Ten Photographers
<b>84</b>	获奖及优秀作品 Winners & Excellent Works
<b>186</b>	推荐摄影师作品 Recommended Photographers' Works
<b>248</b>	摄影师索引 Index of Photographers
<b>252</b>	编委会 Board of Editors



**2003**

中国广告摄影年鉴  
China Advertising  
Photography  
YEAR BOOK



拍亮中国

# 目 录

## Contents

<b>4</b>	序言 Preface
<b>6</b>	评审团概况 Profile of Jury
<b>10</b>	年度全国十佳广告摄影师 Top Ten Photographers
<b>84</b>	获奖及优秀作品 Winners & Excellent Works
<b>186</b>	推荐摄影师作品 Recommended Photographers' Works
<b>248</b>	摄影师索引 Index of Photographers
<b>252</b>	编委会 Board of Editors





# 2003

中国广告摄影年鉴  
China Advertising  
Photography  
YEAR BOOK

## 序 言

呈现在您面前的是《中国广告摄影年鉴》2003年版。《中国广告摄影年鉴》创刊于1999年，它记录着我国广告摄影发展的全过程。

我国广告摄影的发展得益于我国广告业的快速发展，自1979年我国恢复第一条商业广告以来，中国广告业一直保持强劲、高速的发展态势。到2002年，全国广告经营额已经突破900亿元人民币，跻身世界广告大国之列。广告业的快速发展，为广告摄影的发展营造了巨大的市场空间。而广告摄影在近20年的发展历程中时起时落，直到进入上个世纪90年代后期才形成较为稳定的市场环境。“全国广告摄影优秀作品展暨全国十佳年度广告摄影师评选”活动和《中国广告摄影年鉴》的出版为中国广告摄影行业的稳步发展起到了积极的促进作用。

我国的广告摄影从无到有，从小到大经历了近20年的发展过程，现在正在经历着从无序到有序，从混沌向规范的发展阶段，这需要我们大家的共同努力，需要全体从业人员的共同努力。可喜的是，近年来广告摄影的市场环境开始走向成熟，以广州、上海、北京为代表的区域市场已经形成，并向周边区域辐射。以各地广告协会为依托的地区广告摄影专业委员会开始建立；大批的广告摄影新人加入到广告摄影行列中来，2002年参赛人员中有60~70%是前几届未露过面的新人，非常年轻，但作品的成熟度却比较高，这将是广告摄影行业的一支生力军；同时表现出来的另一突出特点是创意意识的迅速提升，实现了从技艺层面向创意层面的跨越，这标志着我国广告摄影行业开始了由广告摄影阶段向商业摄影阶段的跨越。

《中国广告摄影年鉴》自出版以来更侧重展示“全国广告摄影优秀作品展暨全国十佳年度广告摄影师评选”的获奖作品。随着广告摄影行业的进步，《年鉴》的市场化运作模式也在逐渐地走向正轨。从本年度开始，我们改变了以往按作品类别排序的方法，完全采用国际上“广告摄影黑皮书”的编排惯例，按摄影师姓氏编排，突出展示摄影师的创作个性和作品风格，并且吸纳了欧美“黑皮书”的版面操作模式，使这本2003年版《年鉴》更与国际同步。

我希望通过这次操作模式的调整，使《年鉴》更具商业价值，更好地成为摄影师通往市场的桥梁，成为广告公司、工商企业、图片公司了解及选择摄影师的工具，为中国广告摄影的繁荣与发展做更多贡献。

本届大赛评委会主任 陈 永  
《现代广告》杂志主编

2003年8月