

中華民國廣告年鑑

民國七十二年優秀廣告作品



哈佛管理叢書

中華民國廣告年鑑

民國七十一年優秀廣告作品

哈佛管理叢書序

哈佛企業管理顧問公司的主要任務是為企業界提供最新的管理觀念與技術，適時為各企業解決一切管理上的問題，為國家經濟發展貢獻一份力量。

在今天劇烈的競爭下，動態的變化已是司空見慣，處於這千變萬化的市場上，要能隨機應變，提高工作效率，拓展新市場，增加營業利潤，加速企業成長，只有繼續不斷的吸收新知識，採用新技巧，才不致在管理上落伍，為了加速管理觀念與管理技術的傳播，我們計劃出版一套管理方面的叢書，藉著這一套叢書，我們將介紹最新的管理觀念與技術，供企業界參考。

面對著這一份神聖的企業管理教育推廣工作，我們的態度是嚴肅的，我們熱切地希望這一套叢書能為企業界提供新知識，共同為國內企業管理的現代化催生。

董事長 洪維岳

中華民國廣告年鑑

民國六十九年版序

廣告業邁步的脚印

廣告事業可能是在我國最受社會誤解，和最被官方漠視的行業之一。在電話簿上，廣告公司多少年來都被埋葬在打造壓克力招牌的店鋪群裡。假如電視節目不如人意，廣告則時常是代罪之羊。自由經濟和自由企業固然是國家的基本政策，但是政府卻一再拒絕在大學裡創設廣告學系。連僅僅一個系都不允許設立。

台灣的廣告界人士二、三十年來都是在逆風逆水中前進。自從第一家現代化的廣告代理商——東方廣告公司——於民國四十八年成立後，台灣廣告今天終於達到弱冠之年。

從「玩童」變成為「成人」，台灣的廣告事業幾乎完全是單槍匹馬作戰，一邊犯錯一邊學習，而創下了這個成績。描寫台灣經濟奇蹟的人似乎沒有看見這一支力量的存在，但是廣告如何激勵了自由企業，並對許多產品的改進立下了功勞，是將來為我國撰寫經濟發展史的作者所不能忽略的。

不過，忙碌的廣告界人士今天並沒有餘力為他們自己所做的事情寫下紀錄。在這情形下，哈佛企業管理顧問公司把參加中國時報民國六十九年第三屆的印刷媒體廣告競賽的優良作品集印成冊，真是具有「歷史的意義」。這是一系列的脚印——一個弱冠少年在寂寞大地留下的有力量和有信心的脚印，任何看脚印的人，必能察覺到這個年輕人在向什麼方向邁進，而來給他新的評價。

廣告界的人士將因這本集子的問世而受到鼓勵。他們再也不是孤寂的獨行者，別的行業中，有人在欣賞他們。學生們也應該歡迎這本書。許多的廣告學的原則，再也不必一一都得在美國或日本的媒體上和教科書中去尋找了。中華民國優良廣告的樣品，是如此便捷地展陳在下面的冊頁裡。「哈佛」這番努力，從短期觀點來說，也應該受到廣告鑑賞者和批評者的熱烈歡迎。

徐 陸 七

中華民國六十九年十一月十一日

第六屆時報廣告金像獎主辦單位

主辦 工商時報
時報週刊

協辦 台北市廣告代理商業同業公會
中華民國大眾傳播教育協會

贊助 中國時報

第六屆時報廣告金像獎評審委員簡介

(依姓氏筆劃序)

主任委員	顏伯勤	輔仁大學·文化大學教授
委員	方蘭生	文化大學新聞系主任
委員	丹 屏	名專欄作家
委員	洪良浩	哈佛企業管理顧問公司總經理
委員	凌明聲	銘傳商專商業設計科講師 中華民國室內設計協會顧問
委員	唐啓明	新聞局出版事業處處長
委員	黃永松	漢聲雜誌社主編
委員	黃光國	台大心理系教授
委員	黃華成	曾任廣告公司設計部主任、企劃部經理 現為自由設計
委員	黃春明	名小說家
委員	張國雄	國立藝專·實踐家專教授 廣告及室內規劃設計
委員	陳敦化	印刷設計師
委員	樊志育	東吳大學企管系教授
委員	劉毅志	輔仁大學·實踐家專教授
委員	鄭貞銘	文化大學教授 大眾傳播教育協會副理事長兼秘書長

感謝工商時報與時報周刊之支持協助使本書能順利出版

第六屆時報廣告金像獎競賽辦法

一、宗旨：為提高廣告設計水準，並增強社會人士對廣告設計與效果之重視，裨益經濟繁榮，特舉辦此活動。

二、主辦單位：工商時報社、時報週刊社。

三、協辦單位：台北市廣告代理商業同業公會、中華民國大眾傳播教育協會

四、贊助單位：中國時報社。

五、競賽項目：本年平面廣告金像獎計分：報紙廣告及雜誌廣告獎二種。

六、參加辦法

(一)參加資格：

(1)凡自七十一年十月一日起至七十二年九月卅日止，在國內發行且經政府核准出版之報紙、雜誌媒體上發表之廣告均可由所屬之廣告代理公司推薦參加。

(2)台北地區廣告公司報名者，限為台北市廣告代理商業同業公會之會員，外埠廣告公司報名者，限為與時報文化事業簽約之廣告公司。

(二)參加作品規格：

(1)參加角逐報紙廣告獎者，其廣告最小不得小於半五批，或其相當面積之廣告，彩色黑白均可。

(2)參加角逐雜誌廣告獎者，其廣告最小不得小於標準卅二開大。

所有參加角逐之作品，應裱於二百磅以上之卡紙上，規格各為 68 cm×48 cm 或 40 cm×48 cm（不合規定尺寸之卡紙恕不接受），以便於評審及展出，每件應徵作品僅限參加其中一項角逐（報紙或雜誌），並附推薦書，註明所屬廣告公司、廣告主、主要設計者或製作者、發表日期及刊登媒體等。（推薦書請向時報文化事業廣告部門索取）。

註：(1)參展作品之設計者，無論個人或小組，均應於填表時詳列設計者姓名，唯給獎時係以送審之廣告公司為對象。

(2)每項作品均請註明設計之特點及欲表達之主題，填載於推薦書上。作品本身及貼裱之卡紙正面，請勿書寫或留有記號。

(3)作品在展出後，概不退還。（如需退稿，請事先說明。）

七、收件日期：自即日起至九月卅日中午截止。

八、收件地址：台北市中華路一段四十九號中國時報廣告部七樓編校組。

九、評審：由主辦單位敦請學者專家、公正人士擔任評審，在參加作品中選出本年度各項最佳廣告作品。

十、獎額與獎金：

(一)報紙廣告組：

甲、最佳報紙廣告獎（一名）：由各單項獎之第一名中選出，獎金拾萬元，由所屬廣告公司獲得，另廣告公司及廣告主各獲金像獎乙座。

乙、單項廣告獎：共分六項，按下列名次設獎（凡已入選為最佳報紙廣告獎者，該單項獎之獎金不再發給）。

(1)金牌獎：獎金叁萬元，由所屬廣告公司獲得，另廣告公司及廣告主各得金像獎乙座。

(2)銀牌獎：獎金貳萬元，由所屬廣告公司獲得，另廣告公司及廣告主各得金像獎乙座。

(3)銅牌獎：獎金壹萬元，由所屬廣告公司獲得，另廣告公司及廣告主各得金像獎乙座。

(4)佳作獎：各項視作品酌選佳作、至多五名，每名獎金伍千元，由所屬廣告公司獲得，另廣告公司及廣告主各得金像獎乙座。

丙、所有參加作品，分類評審、分類給獎，其分類項目為：

(1)電器製品（舉凡與電器有關之產品、家電、音響等）。

(2)食品飲料（可供食用之產品）。

(3)日用百貨（包括家庭日用品、化粧品、服飾品、衛生保健等）。

(4)交通器材（包括觀光、旅遊、交通、車輛等）。

(5)建築裝潢（包括家庭裝潢設備、器材及房地產等）。

(6)綜合產品（不屬以上五項之其他項目，包括金融、公益、文化、書籍、五金機械及企業性等類別）。

(二)雜誌廣告：

甲、最佳雜誌廣告獎(一名)：由各單項獎之第一名中選出，獎金伍萬元，由所屬廣告公司獲得，另廣告公司及廣告主各得金像獎乙座。

乙、單項廣告獎：共分六項，按下列名次設獎(凡已入選為最佳雜誌廣告獎者，該單項獎之獎金不再發給)。

(1)金牌獎：獎金貳萬元，由所屬廣告公司獲得，另廣告公司及廣告主各得金像獎乙座。

(2)銀牌獎：獎金壹萬元，由所屬廣告公司獲得，另廣告公司及廣告主各得金像獎乙座。

(3)銅牌獎：獎金伍仟元，由所屬廣告公司獲得，另廣告公司及廣告主各得金像獎乙座。

(4)佳作獎：各項視作品酌選佳作，至多三名，每名獎金叁仟元，由所屬廣告公司獲得，另廣告公司及廣告主各得金像獎乙座。

丙、所有參加作品分類評審、分類給獎，分類項目同報紙廣告類。

註：①推薦書上之參展類別及作品類別，請務必註明清楚。

②若係系列作品，務請註明，並視為一件作品計件。

③凡有誇大、欺騙消費者嫌疑，或不屬創作之作品，請勿提送參加。

④同一作品如分別於報紙及雜誌中得獎，取其名次高者或獎金高者。

第六屆時報廣告金像獎評審辦法

一、收件：

(1)所有作品均於交卷時，貼在標準規格(二〇〇磅)之卡紙上。

(2)每件作品之正面及作品本身，均不准書寫或留有記號。

(3)每項作品均註明設計之特點及欲表達之主題，供評審參考。

(4)所有作品於收齊後，由工作人員按其類別(報紙或雜誌)及項目(電器製品、食品飲料、日用百貨、交通器材、建築裝潢及綜合產品)等，分類分項編號。

其編號方式為：N代表報紙，M代表雜誌，N1代表報紙類「電器製品」項，N2代表報紙類「食品飲料」項，其餘均依此類推。

(5)系列作品由參加者註明，並視為一件作品計。

(6)凡有誇大、欺騙消費者嫌疑，或不屬創作之作品，不得參與競賽。

二、評審：

所有作品分類、分項評審。每項作品若未達標準，該項名次可從缺。

(1)初選評審時，依次先將某項作品全部陳列，由評審委員挑出廿件左右以備複選。

(2)經初選選出之複選作品，再經評審委員用票選決定八名最高積分者，參加決選。

其複選票型式為：

第六屆時報廣告金像獎報紙廣告(雜誌)

項別：電器製品、食品飲料、日用百貨、交通器材、建築裝潢、綜合產品。

作品編號：N _____
(M)

(分數以60~90分為限，上下限可增減五分，唯請說明理由)

(含構圖、攝影、美工) 畫 面	50 %	綜合評分	評審委員：
(含標題文案) 文 字	50 %		

(3)票選之前八名作品參加決選，決選採投票方式，以名次決定優劣次序。

(4)報紙類單項廣告獎每項取三名酌設佳作獎，至多五名。雜誌類單項廣告獎每項取三名，酌設佳作獎，至多三名。

(5)報紙及雜誌各項第一名選出後，必要時遵原製作單位，提出製作簡報，以便瞭解製作原意，預期效果，實際效果等，再分別選出最佳報紙及最佳雜誌廣告金像獎。

(6)非營業性之公益廣告，如有特別優秀者，將頒發特別獎一名。

三、評審時間：

七十二年十月十五日上午九時至十二時，下午二時至五時，十月十六日上午九時開始，下午二時舉行頒獎典禮。

四、地點：

十月十五日：於台北市中華路一段四十九號時報文化事業城中營業處八樓會議室。

十月十六日：於台北市中山北路三段五六號之一聯勤外事俱樂部。

目 錄

〈壹〉第六屆時報廣告金像獎得獎作品

一、雜誌類

(甲)最佳雜誌廣告金像獎 13

(乙)單項

(A)電器製品 15

(B)食品飲料 26

(C)日用百貨 35

(D)交通器材 44

(E)建築裝潢 55

(F)綜合產品 73

(G)公益廣告特別獎 88

二、報紙類

(甲)最佳報紙廣告金像獎 90

(乙)單項

(A)電器製品 91

(B)食品飲料 100

(C)日用百貨 111

(D)交通器材 122

(E)建築裝潢 131

(F)綜合產品 151

(G)公益廣告特別獎 163

〈貳〉第六屆時報廣告金像獎優秀廣告作品

一、雜誌類

(A) 電器製品	167
(B) 食品飲料	212
(C) 日用百貨	273
(D) 交通器材	345
(E) 建築裝潢	368
(F) 綜合產品	371

二、報紙類

(A) 電器製品	391
(B) 食品飲料	458
(C) 日用百貨	513
(D) 交通器材	553
(E) 建築裝潢	604
(F) 綜合產品	646

中華民國廣告年鑑

民國七十一年優秀廣告作品

哈佛管理叢書序

哈佛企業管理顧問公司的主要任務是為企業界提供最新的管理觀念與技術，適時為各企業解決一切管理上的問題，為國家經濟發展貢獻一份力量。

在今天劇烈的競爭下，動態的變化已是司空見慣，處於這千變萬化的市場上，要能隨機應變，提高工作效率，拓展新市場，增加營業利潤，加速企業成長，只有繼續不斷的吸收新知識，採用新技巧，才不致在管理上落伍，為了加速管理觀念與管理技術的傳播，我們計劃出版一套管理方面的叢書，藉著這一套叢書，我們將介紹最新的管理觀念與技術，供企業界參考。

面對著這一份神聖的企業管理教育推廣工作，我們的態度是嚴肅的，我們熱切地希望這一套叢書能為企業界提供新知識，共同為國內企業管理的現代化催生。

董事長 洪維岳

中華民國廣告年鑑

民國六十九年版序

廣告業邁步的脚印

廣告事業可能是在我國最受社會誤解，和最被官方漠視的行業之一。在電話簿上，廣告公司多少年來都被埋葬在打造壓克力招牌的店鋪群裡。假如電視節目不如人意，廣告則時常是代罪之羊。自由經濟和自由企業固然是國家的基本政策，但是政府卻一再拒絕在大學裡創設廣告學系。連僅僅一個系都不允許設立。

台灣的廣告界人士二、三十年來都是在逆風逆水中前進。自從第一家現代化的廣告代理商——東方廣告公司——於民國四十八年成立後，台灣廣告今天終於達到弱冠之年。

從「玩童」變成為「成人」，台灣的廣告事業幾乎完全是單槍匹馬作戰，一邊犯錯一邊學習，而創下了這個成績。描寫台灣經濟奇蹟的人似乎沒有看見這一支力量的存在，但是廣告如何激勵了自由企業，並對許多產品的改進立下了功勞，是將來為我國撰寫經濟發展史的作者所不能忽略的。

不過，忙碌的廣告界人士今天並沒有餘力為他們自己所做的事情寫下紀錄。在這情形下，哈佛企業管理顧問公司把參加中國時報民國六十九年第三屆的印刷媒體廣告競賽的優良作品集印成冊，真是具有「歷史的意義」。這是一系列的脚印——一個弱冠少年在寂寞大地留下的有力量和有信心的脚印，任何看脚印的人，必能察覺到這個年輕人在向什麼方向邁進，而來給他新的評價。

廣告界的人士將因這本集子的問世而受到鼓勵。他們再也不是孤寂的獨行者，別的行業中，有人在欣賞他們。學生們也應該歡迎這本書。許多的廣告學的原則，再也不必一一都得在美國或日本的媒體上和教科書中去尋找了。中華民國優良廣告的樣品，是如此便捷地展陳在下面的冊頁裡。「哈佛」這番努力，從短期觀點來說，也應該受到廣告鑑賞者和批評者的熱烈歡迎。

徐 陸 七

中華民國六十九年十一月十一日

第六屆時報廣告金像獎主辦單位

主辦 工商時報
時報週刊

協辦 台北市廣告代理商業同業公會
中華民國大眾傳播教育協會

贊助 中國時報

第六屆時報廣告金像獎評審委員簡介

(依姓氏筆劃序)

主任委員	顏伯勤	輔仁大學·文化大學教授
委員	方蘭生	文化大學新聞系主任
委員	丹 屏	名專欄作家
委員	洪良浩	哈佛企業管理顧問公司總經理
委員	凌明聲	銘傳商專商業設計科講師 中華民國室內設計協會顧問
委員	唐啓明	新聞局出版事業處處長
委員	黃永松	漢聲雜誌社主編
委員	黃光國	台大心理系教授
委員	黃華成	曾任廣告公司設計部主任、企劃部經理 現為自由設計
委員	黃春明	名小說家
委員	張國雄	國立藝專·實踐家專教授 廣告及室內規劃設計
委員	陳敦化	印刷設計師
委員	樊志育	東吳大學企管系教授
委員	劉毅志	輔仁大學·實踐家專教授
委員	鄭貞銘	文化大學教授 大眾傳播教育協會副理事長兼秘書長

感謝工商時報與時報周刊之支持協助使本書能順利出版

第六屆時報廣告金像獎競賽辦法

一、宗旨：為提高廣告設計水準，並增強社會人士對廣告設計與效果之重視，裨益經濟繁榮，特舉辦此活動。

二、主辦單位：工商時報社、時報週刊社。

三、協辦單位：台北市廣告代理商業同業公會、中華民國大眾傳播教育協會

四、贊助單位：中國時報社。

五、競賽項目：本年平面廣告金像獎計分：報紙廣告及雜誌廣告獎二種。

六、參加辦法

(一)參加資格：

(1)凡自七十一年十月一日起至七十二年九月卅日止，在國內發行且經政府核准出版之報紙、雜誌媒體上發表之廣告均可由所屬之廣告代理公司推薦參加。

(2)台北地區廣告公司報名者，限為台北市廣告代理商業同業公會之會員，外埠廣告公司報名者，限為與時報文化事業簽約之廣告公司。

(二)參加作品規格：

(1)參加角逐報紙廣告獎者，其廣告最小不得小於半五批，或其相當面積之廣告，彩色黑白均可。

(2)參加角逐雜誌廣告獎者，其廣告最小不得小於標準卅二開大。

所有參加角逐之作品，應裱於二百磅以上之卡紙上，規格各為 68 cm×48 cm 或 40 cm×48 cm（不合規定尺寸之卡紙恕不接受），以便於評審及展出，每件應徵作品僅限參加其中一項角逐（報紙或雜誌），並附推薦書，註明所屬廣告公司、廣告主、主要設計者或製作者、發表日期及刊登媒體等。（推薦書請向時報文化事業廣告部門索取）。

註：(1)參展作品之設計者，無論個人或小組，均應於填表時詳列設計者姓名，唯給獎時係以送審之廣告公司為對象。

(2)每項作品均請註明設計之特點及欲表達之主題，填載於推薦書上。作品本身及貼裱之卡紙正面，請勿書寫或留有記號。

(3)作品在展出後，概不退還。（如需退稿，請事先說明。）

七、收件日期：自即日起至九月卅日中午截止。

八、收件地址：台北市中華路一段四十九號中國時報廣告部七樓編校組。

九、評審：由主辦單位敦請學者專家、公正人士擔任評審，在參加作品中選出本年度各項最佳廣告作品。

十、獎額與獎金：

(一)報紙廣告組：

甲、最佳報紙廣告獎（一名）：由各單項獎之第一名中選出，獎金拾萬元，由所屬廣告公司獲得，另廣告公司及廣告主各獲金像獎乙座。

乙、單項廣告獎：共分六項，按下列名次設獎（凡已入選為最佳報紙廣告獎者，該單項獎之獎金不再發給）。

(1)金牌獎：獎金叁萬元，由所屬廣告公司獲得，另廣告公司及廣告主各得金像獎乙座。

(2)銀牌獎：獎金貳萬元，由所屬廣告公司獲得，另廣告公司及廣告主各得金像獎乙座。

(3)銅牌獎：獎金壹萬元，由所屬廣告公司獲得，另廣告公司及廣告主各得金像獎乙座。

(4)佳作獎：各項視作品酌選佳作、至多五名，每名獎金伍千元，由所屬廣告公司獲得，另廣告公司及廣告主各得金像獎乙座。

丙、所有參加作品，分類評審、分類給獎，其分類項目為：

(1)電器製品（舉凡與電器有關之產品、家電、音響等）。

(2)食品飲料（可供食用之產品）。

(3)日用百貨（包括家庭日用品、化粧品、服飾品、衛生保健等）。

(4)交通器材（包括觀光、旅遊、交通、車輛等）。

(5)建築裝潢（包括家庭裝潢設備、器材及房地產等）。

(6)綜合產品（不屬以上五項之其他項目，包括金融、公益、文化、書籍、五金機械及企業性等類別）。

(二)雜誌廣告：

甲、最佳雜誌廣告獎(一名)：由各單項獎之第一名中選出，獎金伍萬元，由所屬廣告公司獲得，另廣告公司及廣告主各得金像獎乙座。

乙、單項廣告獎：共分六項，按下列名次設獎(凡已入選為最佳雜誌廣告獎者，該單項獎之獎金不再發給)。

(1)金牌獎：獎金貳萬元，由所屬廣告公司獲得，另廣告公司及廣告主各得金像獎乙座。

(2)銀牌獎：獎金壹萬元，由所屬廣告公司獲得，另廣告公司及廣告主各得金像獎乙座。

(3)銅牌獎：獎金伍仟元，由所屬廣告公司獲得，另廣告公司及廣告主各得金像獎乙座。

(4)佳作獎：各項視作品酌選佳作，至多三名，每名獎金叁仟元，由所屬廣告公司獲得，另廣告公司及廣告主各得金像獎乙座。

丙、所有參加作品分類評審、分類給獎，分類項目同報紙廣告類。

註：①推薦書上之參展類別及作品類別，請務必註明清楚。

②若係系列作品，務請註明，並視為一件作品計件。

③凡有誇大、欺騙消費者嫌疑，或不屬創作之作品，請勿提送參加。

④同一作品如分別於報紙及雜誌中得獎，取其名次高者或獎金高者。

第六屆時報廣告金像獎評審辦法

一、收件：

(1)所有作品均於交卷時，貼在標準規格(二〇〇磅)之卡紙上。

(2)每件作品之正面及作品本身，均不准書寫或留有記號。

(3)每項作品均註明設計之特點及欲表達之主題，供評審參考。

(4)所有作品於收齊後，由工作人員按其類別(報紙或雜誌)及項目(電器製品、食品飲料、日用百貨、交通器材、建築裝潢及綜合產品)等，分類分項編號。

其編號方式為：N代表報紙，M代表雜誌，N1代表報紙類「電器製品」項，N2代表報紙類「食品飲料」項，其餘均依此類推。

(5)系列作品由參加者註明，並視為一件作品計。

(6)凡有誇大、欺騙消費者嫌疑，或不屬創作之作品，不得參與競賽。

二、評審：

所有作品分類、分項評審。每項作品若未達標準，該項名次可從缺。

(1)初選評審時，依次先將某項作品全部陳列，由評審委員挑出廿件左右以備複選。

(2)經初選選出之複選作品，再經評審委員用票選決定八名最高積分者，參加決選。

其複選票型式為：

第六屆時報廣告金像獎報紙廣告(雜誌)

項別：電器製品、食品飲料、日用百貨、交通器材、建築裝潢、綜合產品。

作品編號：N _____
(M)

(分數以60~90分為限，上下限可增減五分，唯請說明理由)

(含構圖、攝影、美工) 畫 面	50 %	綜合評分
(含標題文案) 文 字	50 %	

評審委員：

(3)票選之前八名作品參加決選，決選採投票方式，以名次決定優劣次序。

(4)報紙類單項廣告獎每項取三名酌設佳作獎，至多五名。雜誌類單項廣告獎每項取三名，酌設佳作獎，至多三名。

(5)報紙及雜誌各項第一名選出後，必要時遵原製作單位，提出製作簡報，以便瞭解製作原意，預期效果，實際效果等，再分別選出最佳報紙及最佳雜誌廣告金像獎。

(6)非營業性之公益廣告，如有特別優秀者，將頒發特別獎一名。

三、評審時間：

七十二年十月十五日上午九時至十二時，下午二時至五時，十月十六日上午九時開始，下午二時舉行頒獎典禮。

四、地點：

十月十五日：於台北市中華路一段四十九號時報文化事業城中營業處八樓會議室。

十月十六日：於台北市中山北路三段五六號之一聯勤外事俱樂部。

目 錄

〈壹〉第六屆時報廣告金像獎得獎作品

一、雜誌類

(甲)最佳雜誌廣告金像獎 13

(乙)單項

(A)電器製品 15

(B)食品飲料 26

(C)日用百貨 35

(D)交通器材 44

(E)建築裝潢 55

(F)綜合產品 73

(G)公益廣告特別獎 88

二、報紙類

(甲)最佳報紙廣告金像獎 90

(乙)單項

(A)電器製品 91

(B)食品飲料 100

(C)日用百貨 111

(D)交通器材 122

(E)建築裝潢 131

(F)綜合產品 151

(G)公益廣告特別獎 163