

第七屆時報世界華文廣告獎專輯

7th TIMES INTERNATIONAL CHINESE ADVERTISING AWARDS ANNUAL



第七屆時報世界華文廣告獎專輯

7th Times International Chinese Advertising Awards Annual

- | | |
|------|---|
| 發行人 | 余建新 |
| 社長 | 黃肇松 |
| 總編輯 | 鄭家鐘 |
| 總策劃 | 張金石 |
| 主編 | 林淑黛 |
| 副主編 | 李淑娟 |
| 執行編輯 | 鄭雁雯、魏茂國 |
| 特約編輯 | 張婷媛 |
| 企劃 | 柳妙華、王子蓓、王禮筠、黃曉琪、汪幼萍 |
| 美術編輯 | 加貝國際設計 |
| 出版者 | 時報廣告獎執行委員會
100台北市中華路一段49號11樓
電話：886-2-2381-8720 傳真：886-2-2331-2395
http://www.timesaward.com |
| 代理發行 | 美工科技有限公司
111台北市中山北路七段14巷19號B1
電話：886-2-2874-2772 |
| 行銷企劃 | 視傳文化事業有限公司
234台北縣永和市永平路12巷3號 |
| 出版日期 | 2000年10月 |
| 定價 | 新台幣900元 |

所有文字、圖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。

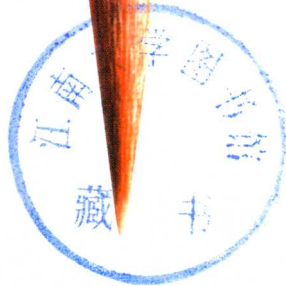
90589741

江南大学图书馆



90589741

教

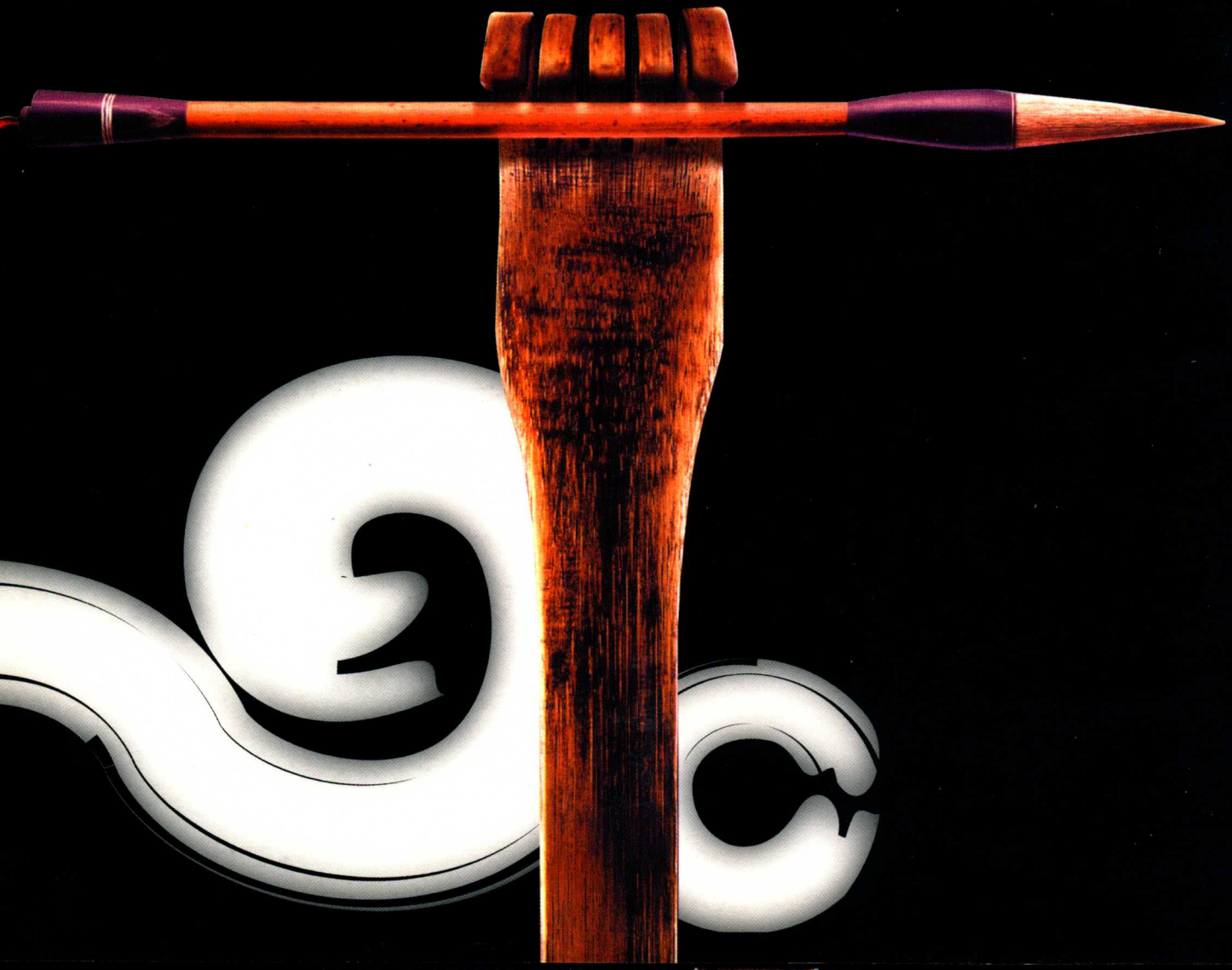


第七屆華文廣告獎

J524 / 0208



不求人
求個痛快





自主的榮耀 跨世紀的廣告盛事

一枝尺多長的竹片，上面有個小小手掌，它的外型明顯標示著它的用途，是的，它正是你手的延伸，可以做什麼呢？為你抓抓背，實用性附帶著東方特有的幽默，而它的名字，卻有著強韌的性格，不僅幽默，更意涵著獨立性，它叫做「不求人」，還正是此次第七屆時報世界華文廣告獎及第十屆時報亞太廣告獎共同主題「亞洲不求人」的意義。

放眼亞太地區，近年來耀眼的表現，足讓全球刮目，尤以經濟實力的一再被證實，在風暴中屹立的堅強以及各項高科技產業的研發生產能力我們已經站在地球的中央。“We scratch our own backs”我們的標題說明了現狀和無須多言的信心。身處亞太地區的人們和使用華文的絕對多數人口，該有屬於自己的廣告獎項，我們不必再倚賴別人給予肯定；我們努力創作廣告和自己的族群溝通，就要有屬於自己的廣告獎來審視自己，給自己掌聲，讓前進的腳步更堅定有力。

這一次時報世界華文廣告獎及亞太廣告獎是跨世紀盛事，在1999年評審，2000年頒獎，和全球跨入另一個新紀元有著相互輝映的意義，您的參與，將使盛事更添佳話。

中國時報發行人

不求人
求個痛快



c o n t e n t s

3 序 自主的榮耀 跨世紀的廣告盛事

第7屆時報世界華文廣告獎

6 評審主任委員的話 有評也有審

7 評審團

得獎作品

最佳華文運用獎 10

最佳平面廣告獎 11

平面類

公共服務項 12 企業形象項 19 電器項 28 交通項 30 食品項 34 飲料含酒精項 37 飲料非酒精項 39 時尚美容項 42 通訊科技項 47 通路服務項 57 家庭用品項 61 個人用品項 63 建築裝潢項 66 金融服務項 68 觀光旅遊項 71 其他項 73 最佳文案 76 最佳美術指導 83 最佳攝影 93 最佳電腦特效 96

海報類 99

戶外廣告類 113

最佳影片廣告獎 120

影片類

公共服務項 122 企業形象項 125 電器項 128 交通項 129 食品項 131 飲料含酒精項 133 飲料非酒精項 134 時尚美容項 137 通訊科技項 139 通路服務項 143 家庭用品項 145 個人用品項 146 建築裝潢項 147 金融服務項 148 其他項 150 最佳對白 152 最佳導演 154 最佳攝影 156 最佳美術指導 157 最佳剪輯 159 最佳配樂 160 最佳電腦特效 161

廣播類 163

169 評審實錄

170 <決審會議> 廣告菁英之盛會 談笑間評斷高下

190 <年度最大獎之爭> 典型、完美與獨特摘下桂冠

194 <評審團看法> 沈澱三年的華文創意

198 <評論會> 精裝、簡樸 創意兩極化

202 索引

目
錄



有評也有審

這次華文獎的評審過程，有不少改變。初審是由主辦單位將作品做成幻燈片、VHS錄影帶及錄音帶，寄到各個評審的家裡或公司裡。可以較彈性及寬裕的時間仔細欣賞。個人覺得方便不少，主辦單位的體貼是值得喝彩的。

二天的複審是個重頭戲，全體評審對全部入圍作品都希望均等的有機會接受評判。

各分類的金銀銅評審中，事先討論集中在金牌水平的鬆緊度如何適當，不謹慎的話會有從缺太多或者太多不一致水平的金牌。

最後決議以每位評審在入圍的作品中選出第一、二、三名，再就重複被評審選到較多的作品中來討論給不給金、銀、銅。也得到各個評審一致同意這樣的評審辦法。

金牌的共識性較集中，評審過程爭議不多。但是在各個專業獎項中就有很多精彩的討論。看法分歧，意見多元又多重，相互的一來一往激發很多的深入的探討。現就我還記得的較爭議而未決的列舉數項以分享大家。

1. 作品在它市場中的背景應不應該列入考慮或為全體評審需知。
2. 評審最佳導演時，導演在各市場所負的責任是否有不同，還是只看整體表現，那與最佳影片有何不同。
3. 最佳影片攝影的候選作品中，究竟是以其攝影技術，還是攝影效果；既使有所修飾也包含在內，甚至剪輯效果是否也算。
4. 華文運用是華語的運用，還是單純中文獨一無二的文字表達象形、形聲、會意、指示等的運用。
5. 有些候選作品很多張，但是又不是同一個大小及Layout模式，是否為系列。

其中有很好的也有不好的，評審是否有權只給其中某張為金牌？

以上幾項雖然在評審過程中有共識性的暫時解決辦法，但是不能成為固定原則，將來在不同的一群評審中一定有不同的準則。不過在討論中受益良多。

每一次的作品評審都是一次對評審們的考驗，不只是選出優良作品，還要擦亮它的那一部份使它成為冠軍的主因。尤其又來自不同市場，也有不同方言的使用。在評審作用決定前必需多加思考相關因素及排除非相關因素。

既使在如此嚴密又謹慎的思慮及辦法中評判這麼多作品，我還是相信有許多好的、有潛力的作品被埋沒，或忽略了。這不是作品不好而是人力有限，智慧有限。

期待下一年因為這一年的成果，作品更進步，評審們的智慧更成熟。

評審主任委員

評審團

評審主委



梁開明
台灣碩心國際行銷公司
策略顧問



王懿行
台灣李奧貝納廣告
執行創意總監



林森川
台灣電通
副總經理



陳聯堅
新加坡神戰顧問公司
總顧問



陳薇薇
盛世長城大中國區
總經理



黃文博
台灣就是廣告
總經理



勞雙恩
上海智威湯遜中喬廣告
執行創意總監



鄧志祥
香港奧美廣告
大中國區執行創意總監



邵隆圖
上海隆圖廣告
總經理



劉是
北京劉是廣告
總經理兼創意總監



張小平
廣州黑馬廣告
總經理兼創意總監



不求人
求個痛快





第七屆華文廣告獎得獎作品
平面類



02

最佳平面廣告獎

作品名稱:多喝水 - 澆水篇

廣告主:味丹企業

廣告代理商:奧美廣告(台灣)

客務總監:王三朋

業務服務:王正平/范聖韜

創意總監:王懿行

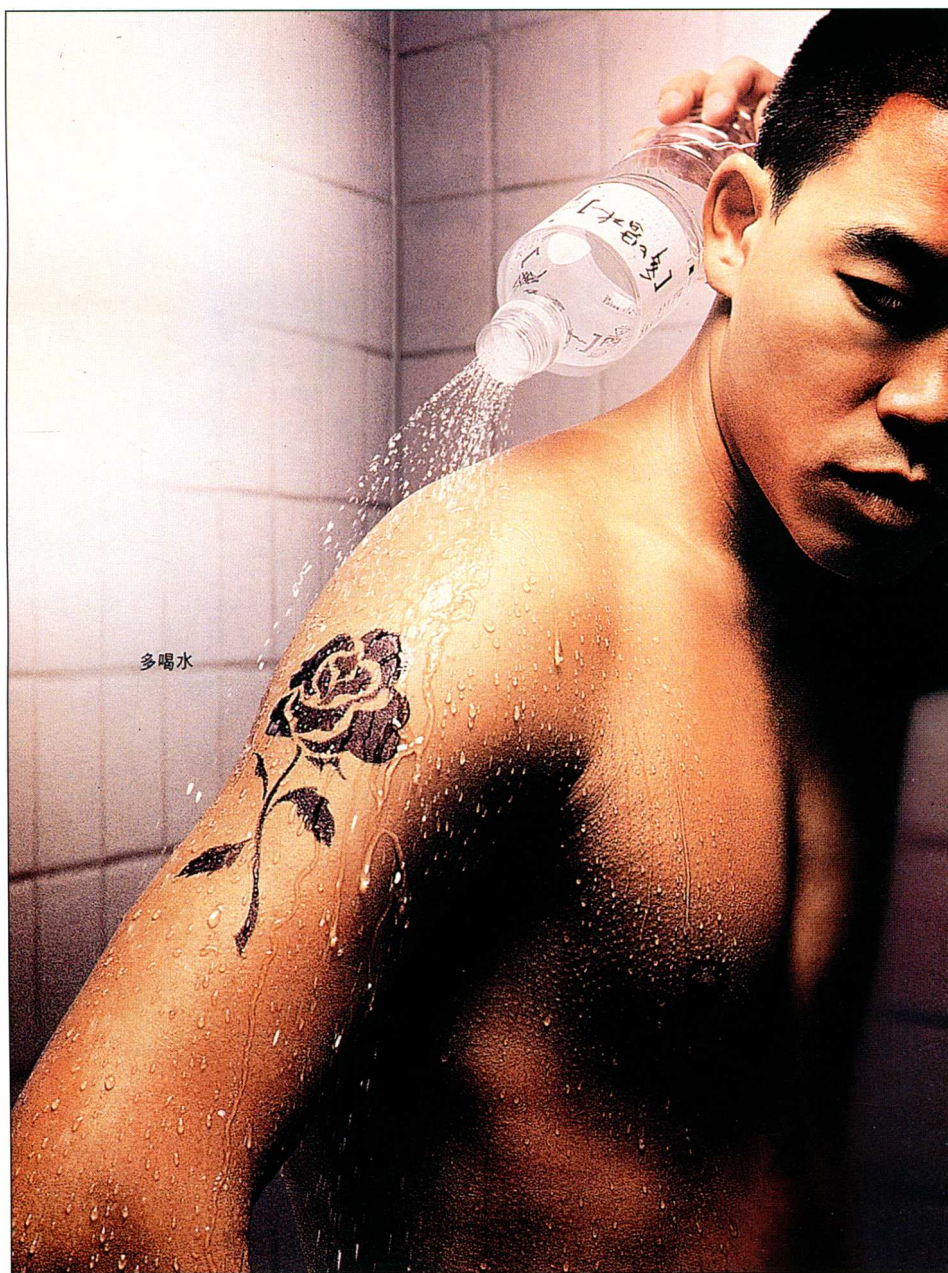
文案:劉竹華/吳宗泰

美術指導:簡源呈/盧堅凱

主旨:

"多喝水是一個無厘頭,酷酷的年輕人,本平面稿便是傳遞多喝水在傳播上之風格,以前衛之影像風格及畫面構成,鋪陳多喝水這個年輕人的酷味及形象,伴隨著他們無厘頭的動作,多喝水的味道就不言而喻了。"

02

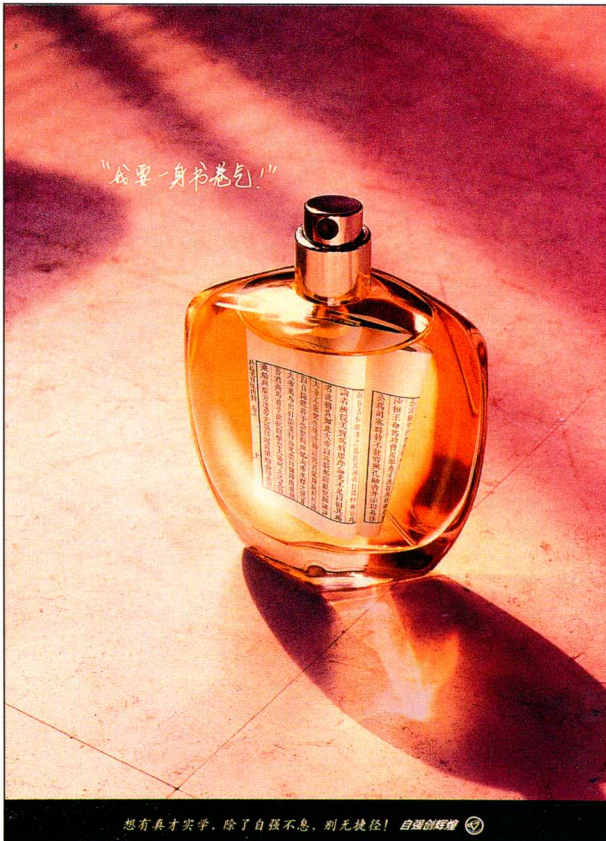


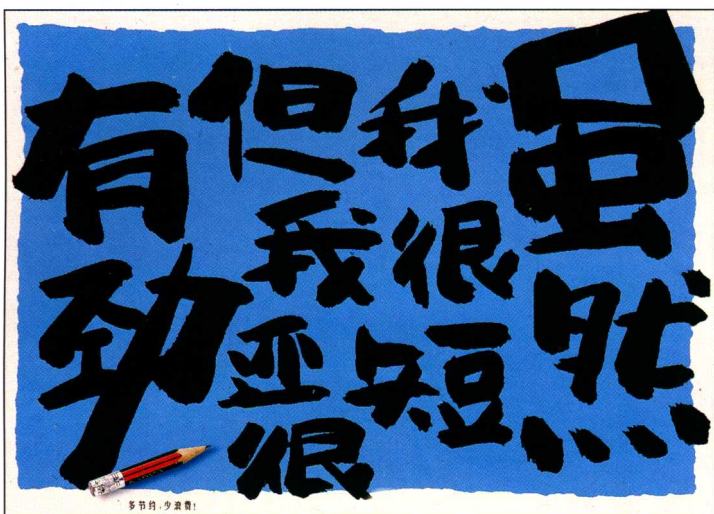
銀獎

作品名稱:墨水篇 / 毛筆篇 / 香水篇
 廣告主:上海市廣告協會
 廣告代理商:智威湯遜中喬廣告(上海)
 製作公司:凹凸彩印有限公司
 創意總監:勞雙恩
 文案:勞雙恩/朱海良
 美術指導:鄭海兒/黃夢琦/周軼
 攝影:C.K.Wong
 主旨:"告訴學生們:真才實學,
 只能來自自強不息."



03





05



04

銅獎

作品名稱:樂施會 - 一頭豬篇
 廣告主:樂施會
 廣告代理商:福高博達有限公司(香港)
 創意總監:黃遠澤/李舜瑜
 文案:李舜瑜
 美術指導:黃遠澤
 電腦繪圖:SNAPSHOT DIGITAL ART
 攝影:RINGO TANG

05

銅獎

作品名稱:鉛筆篇 / 墨水篇 / 公文袋篇
 廣告主:上海市廣告協會
 廣告代理商:智威湯遜中喬廣告(上海)
 製作公司:嘉兵電腦設計製作有限公司
 創意總監:勞雙恩
 文案:章育順
 美術指導:鄭海兒/初進霖
 攝影:劉建新

04



圍獎

作品名稱:門諾醫院-老人照顧系列
 廣告主:基督教門諾會醫院
 廣告代理商:就是廣告(台灣)
 客務總監:黃麗蓉
 業務服務:陳芳瑜/郭文蓉
 創意總監:黃文博
 文案:黃文博
 美術指導:莊岳勳
 攝影:賴哲毅


許多老人的每日三餐，
只是被嚼爛而已。



許多老人，每天三餐，只是被嚼爛而已。這是一句多麼令人痛心的話。在我們這個社會，老人被當作「負擔」，被當作「麻煩」，被當作「無用」的標籤。他們每天三餐，只是被嚼爛而已。這不僅是身體上的嚼爛，更是精神上的嚼爛。他們被社會邊緣化，被家人冷落，被子女當作「包袱」。他們需要的是關愛、是尊重、是陪伴。門諾醫院老人照顧中心，為老人提供了一個溫暖的家。這裡有專業的護理人員，有豐富的文化活動，有無微不至的關懷。讓老人在這裡，找回生活的意義，找回被嚼爛的滋味。

捐款帳號:0090-0900，戶名:基督教門諾會醫院，您也可以信用卡捐款。

大部分的老人，
只有說「眼」物，才有快樂。



大部分的老人，只有說「眼」物，才有快樂。這是一句多麼令人感傷的話。老人們的世界，是單色的。他們的世界，只有「眼」物。他們需要的是陪伴、是交流、是快樂。他們需要的是有人能聽懂他們的語言，有人能理解他們的心。門諾醫院老人照顧中心，為老人提供了一個快樂的家。這裡有豐富的文化活動，有精彩的表演，有無微不至的關懷。讓老人在這裡，找回生活的樂趣，找回被嚼爛的滋味。

捐款帳號:0090-0900，戶名:基督教門諾會醫院，您也可以信用卡捐款。


老人犯病的時間，
不一定都在九點前、五點後，或禮拜天。



老人犯病的時間，不一定都在九點前、五點後，或禮拜天。這是一句多麼令人驚人的話。老人們的健康，是脆弱的。他們需要的是專業護理、是科學治療、是及時救治。他們需要的是有人能照顧他們的病情，有人能陪伴他們的痛苦。門諾醫院老人照顧中心，為老人提供了一個健康的家。這裡有專業的醫療團隊，有先進的醫療設備，有無微不至的關懷。讓老人在這裡，找回健康的滋味，找回被嚼爛的滋味。

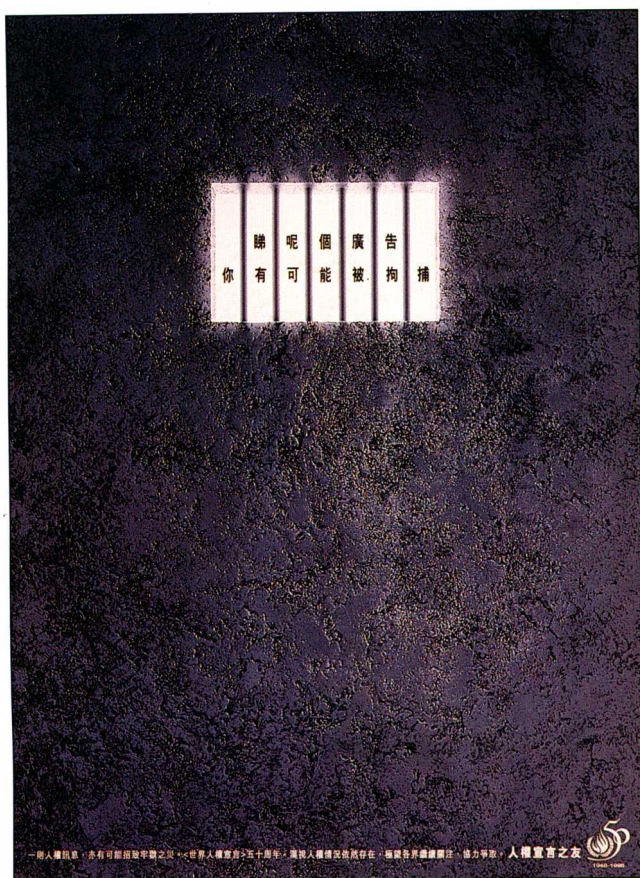
捐款帳號:0090-0900，戶名:基督教門諾會醫院，您也可以信用卡捐款。

不少老人嘴巴不講，
其實他們心裡十分忌妒小孫子……



不少老人嘴巴不講，其實他們心裡十分忌妒小孫子……這是一句多麼令人感傷的話。老人們的世界，是單色的。他們的世界，只有「眼」物。他們需要的是陪伴、是交流、是快樂。他們需要的是有人能聽懂他們的語言，有人能理解他們的心。門諾醫院老人照顧中心，為老人提供了一個快樂的家。這裡有豐富的文化活動，有精彩的表演，有無微不至的關懷。讓老人在這裡，找回生活的樂趣，找回被嚼爛的滋味。

捐款帳號:0090-0900，戶名:基督教門諾會醫院，您也可以信用卡捐款。



07

07

圍獎

作品名稱：世界人權宣言 - 牢獄篇
 廣告主：人權宣言之友
 廣告代理商：株式會社電通香港支社
 創意總監：曹添和/黃志偉
 文案：陳慕潔
 美術指導：黃志偉/麥振國
 電腦繪圖：李浩年

08

圍獎

作品名稱：捐血助人 - 燈籠篇
 廣告主：紅十字會輸血中心
 廣告代理商：李奧貝納廣告(香港)
 創意總監：李少蕙/陳漢輝
 文案：李少蕙
 美術指導：陳漢輝/沈偉倫
 攝影：葉焯華



08