



第二届全国户外·杂志广告大奖赛
作品集

《现代广告》杂志社编

∞

创意无限大奖赛的宗旨是：提高中
国广告创意水平，促进华文广告兴旺
发达，创造创意空间，让创意人才施

意

展才华，达到相互学习、交流，提高
的目的：发现创新新秀，培养创新
人，开启创新思维，开拓华文广告。

无

这里没有客户指手画脚，没有AE
兴风作浪，没有创意总监一手遮
天，创意无限大奖赛给你自由

限

《现代广告》（空港杯）创意无限
第二届全国户外·杂志广告大奖赛作品集



A0967900

《现代广告》杂志社编

中国轻工业出版社

图书在版编目(CIP)数据

创意无限：第二届全国户外·杂志广告大奖赛作品集
《现代广告》杂志社编．—北京：中国轻工业出版社，2002.4
ISBN 7-5019-3656-0

I.创… II.现… III.广告-设计-作品集-中国
IV.J52

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 012789 号

- ☐编委会主任：时学志
- ☐编委会副主任：孙英才 武高汉
- ☐主 编：陈 永
- ☐副主编：林 海 王 卫 江 涛
- ☐责任编辑：张皓颖 崔笑梅

- ☐艺术指导：赵金双
- ☐装帧设计：林能超
- ☐电脑制作：罗治国

- ☐责任终审：孟寿萱
- ☐责任校对：方 敏
- ☐责任监印：胡 兵

出版发行：中国轻工业出版社(北京东长安街6号，邮编：100740)

网 址：<http://www.chlip.com.cn>

联系电话：010-65241695

印 刷：雅昌印刷管理集团

经 销：各地新华书店

版 次：2002 年 4 月第 1 版 2002 年 4 月第 1 次印刷

开 本：889 × 1194 1/24 印 张：6.5

字 数：234 千字 印 数：1-5000

书 号：ISBN 7-5019-3656-0/F · 254

定 价：90.00 元

· 如发现图书残缺请直接与我社发行部联系调换 ·

序言

2001年是中国年——申奥成功、APEC召开、加入WTO……都充分显示了崛起中的中国迅猛的发展势头。2001年的中国广告业也进入了一个平稳发展的阶段，全国广告经营单位已有78339户，比上年增加10.73%，从业人员709076人，增加10.60%，广告营业额7948876.31万元，增长11.54%，中国广告人的努力已经初见成效。

在这个历史性的好年头，《现代广告》主办的“《现代广告》（空港杯）全国户外·杂志广告创意无限大奖赛”继首届成功举办后，又迎来了“丰收”的第二届，本届大赛协办单位有上海国际机场股份有限公司广告分公司、广州白云国际机场广告公司。本次大赛共收到作品1500余件，比上届增长了1/3，该奖项已得到了更多业内人士的关注与参与，它的影响力在步步攀升。

戛纳广告节主席罗杰曾说：“创意无潮流、无国界、无极限，但需要不断地创新。”作为被誉为广告“灵魂”的创意，要想创新就需要创造者具备广表的思维，开拓的视野。创意无限大奖赛就是本着最大限度地激发创意人灵感，充分调动创意人积极性的原则，挖掘和保护创意人的创作精华，让他们无论是在今后的工作中，还是在业余时间的交流中，都能保持旺盛的创作激情。

本次大赛分为家用电器、企业形象、房地产等十大类别，产生出全场大奖1名，金奖8名，银奖12名，铜奖28名，入围奖若干。从收到的作品可以看到我国年轻创意人不断闪烁着创意的火花。这里有不少值得我们高兴和欣慰之处，如家用电器类别中的春兰洗衣机的广告作品，创作者把产品特征和发布媒体巧妙地结合起来，让不少评委不禁“眼前一亮”；文教类别中的为本大奖赛创作的系列作品，生活化的画面和通俗化的文案的结合，让评委感受到创作者平时生活中的用心积累。通过本次大赛，不仅让年轻创意人有一个展现自己才情的机会，而且也让不少广告前辈激发出更大的创作豪情。

当然，本次大赛也有不少等待雕琢的创意“璞玉”，相信经过时间与经验的积累，他们终将会成为中国广告业未来的骨干力量。

第二届“《现代广告》（空港杯）全国户外·杂志广告创意无限大奖赛”已落下帷幕，在各奖项尘埃落定之后，留给我们无尽的思考与无限的希望。

衷心预祝中国的广告业更加繁荣、昌盛！

国家工商管理总局副局长

伟新



创意无限——第二届全国户外·杂志广告大赛新闻发布会



创意无限——第二届全国户外·杂志广告大赛金奖评选现场

目 录

序言

评委

奖杯..... 1

全场大奖..... 2

食品饮料、保健品、医药类..... 4

个人及家庭用品类..... 28

交通工具类..... 42

家用电器、办公设备、通讯类..... 48

旅游、商业服务类..... 62

文教类..... 72

房地产类..... 84

企业形象类..... 90

公益类.....108

其他类.....134

全场大奖

第二届《现代广告》(空港杯)

全国户外·杂志广告

创意无限大奖赛

2002.2

Grand Prix

全场大奖

全
场
大
奖

做好吃麻辣烫的准备

作品名称:红鼎轩麻辣烫(电击篇)

奖项:全场大奖

获奖单位:达美高广告有限公司北京分公司

创意总监:黄国雄 陈文珠

文案:袁仲

美术指导:何文修 熊超

红鼎轩麻辣烫(朝阳公园南门对面) 电话:010 8654 2963

Foods,Beverages,Health Products and Medicines

食品饮料、保健品、医药类

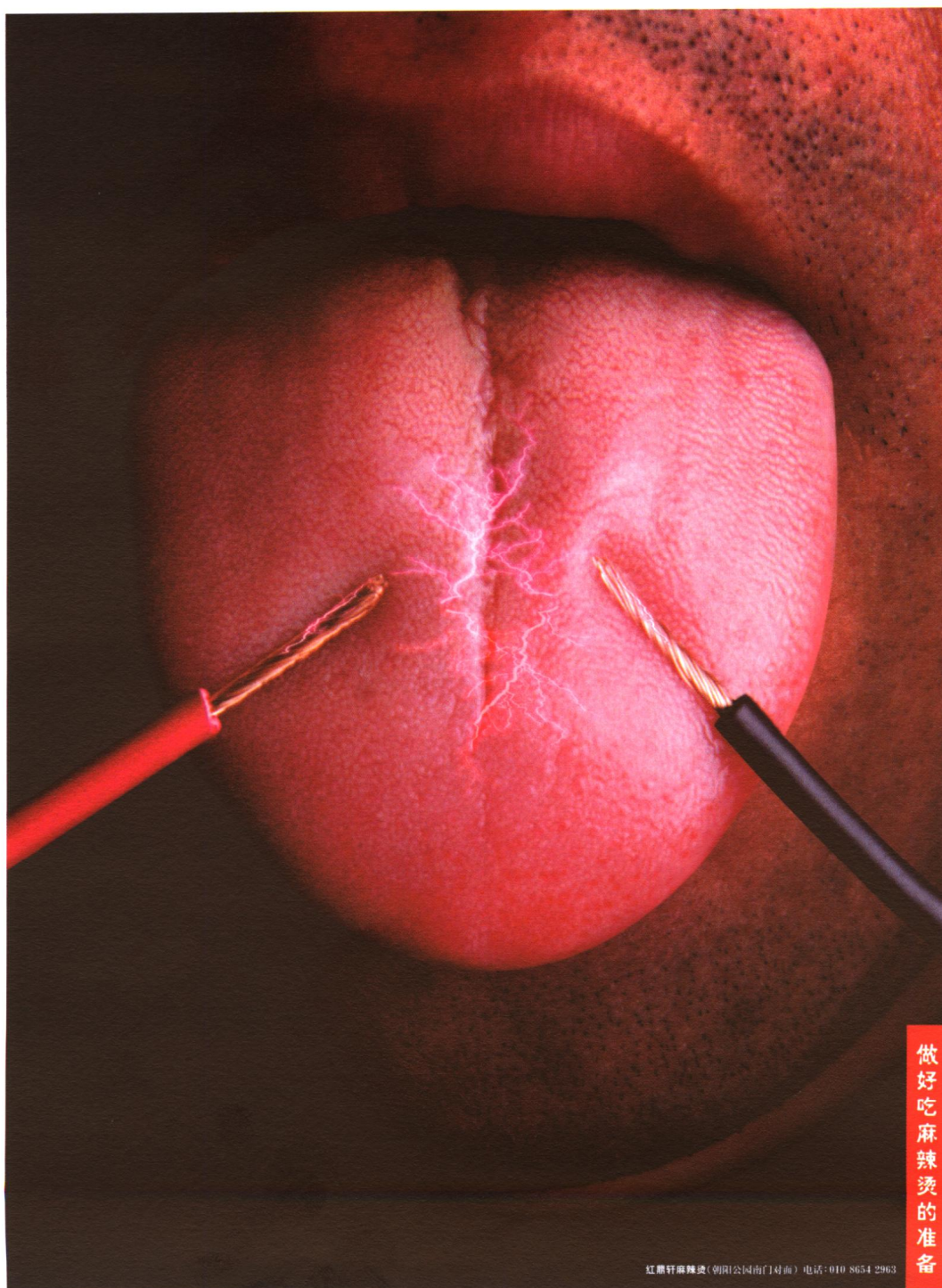
金

奖

创意无限

第二届全国户外·杂志广告大奖赛作品集

5



做好吃麻辣烫的准备

红鼎轩麻辣烫(朝阳公园南门对面) 电话:010-8654-2963

作品名称:红鼎轩麻辣烫(电击篇)

奖项:金奖

获奖单位:达美高广告有限公司北京分公司

创意总监:黄国雄 陈文珠

文案:袁仲

美术指导:何文修 熊超



作品名称:德芙巧克力(嘴唇、惊叹号篇)

奖项:银奖

获奖单位:达美高广告有限公司北京分公司

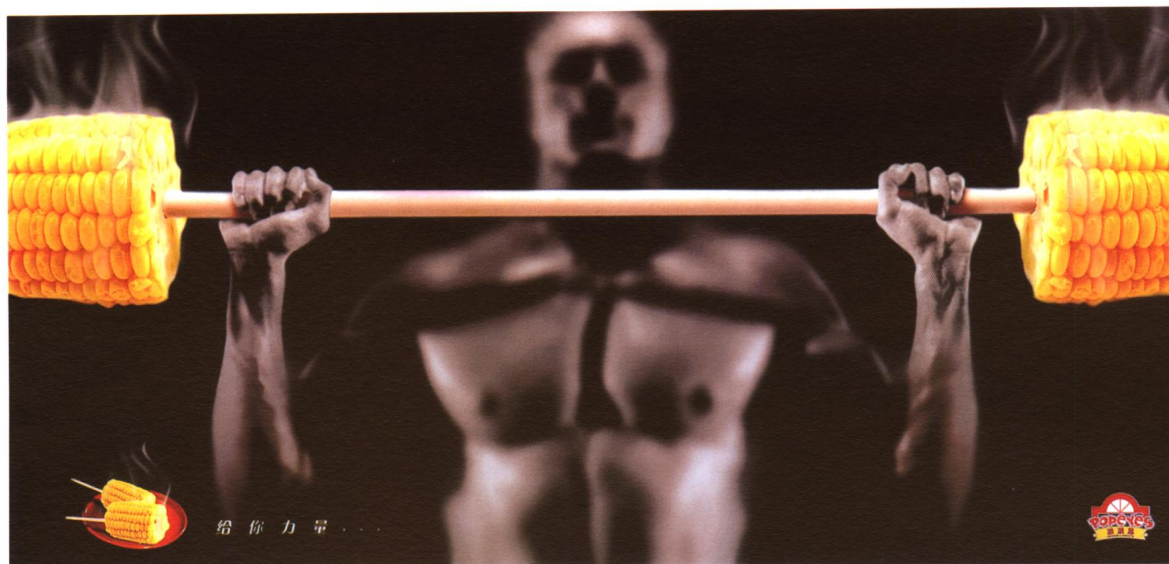
创意总监:黄国雄 陈文珠

文案:陈文珠

美术指导:黄国雄



牛奶香浓 丝般感受



作品名称: 派派思快餐——给你力量(玉米、鸡翅、汉堡、薯条篇)

奖项: 铜奖

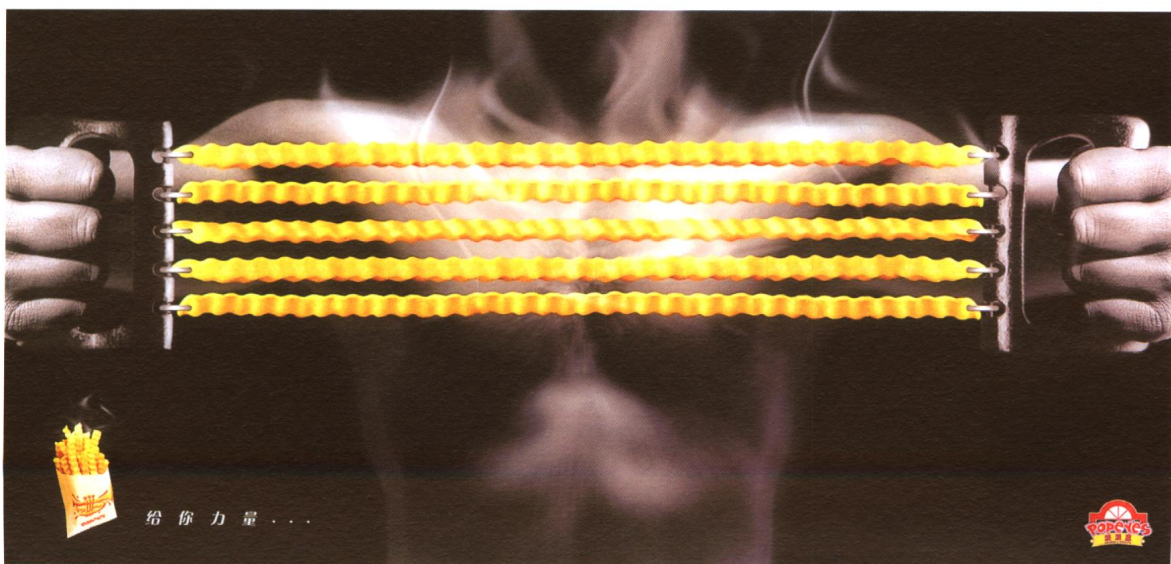
获奖单位: 北京广告公司

创意总监: 李柏颖

文案: 关宁

美术指导: 孙琢





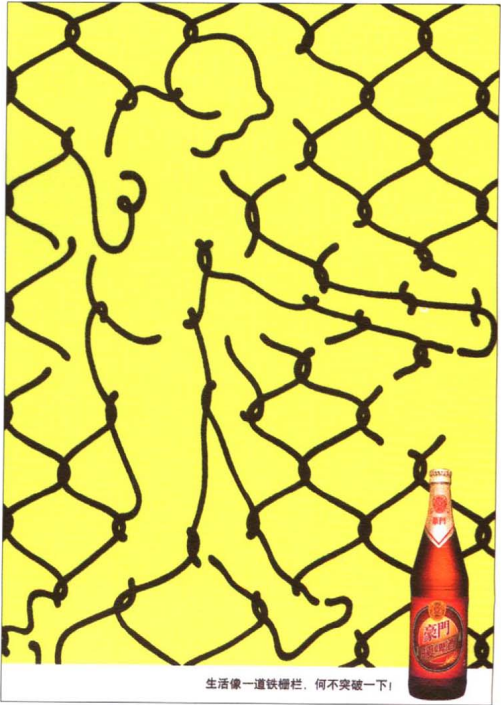
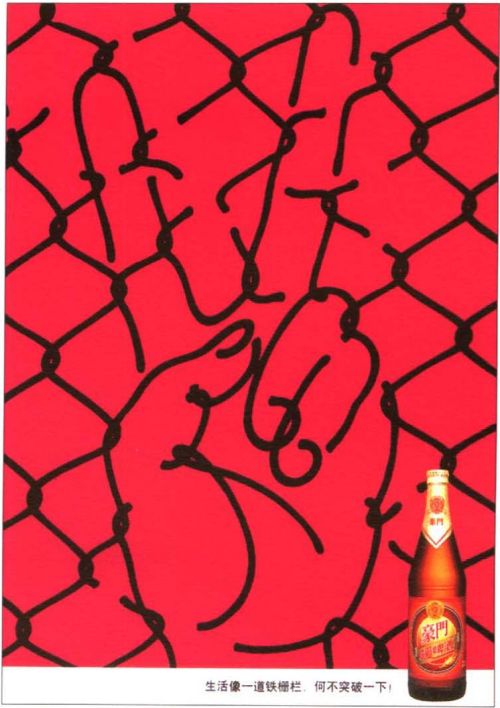
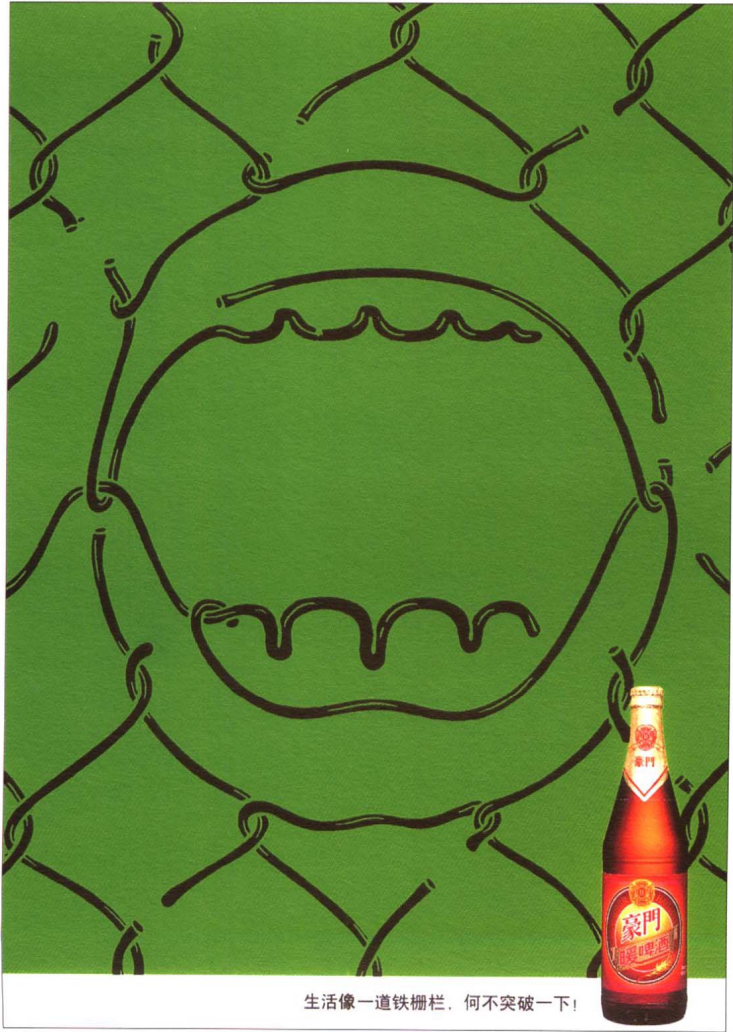
作品名称: 豪门啤酒(呐喊、太棒了、爆发篇)

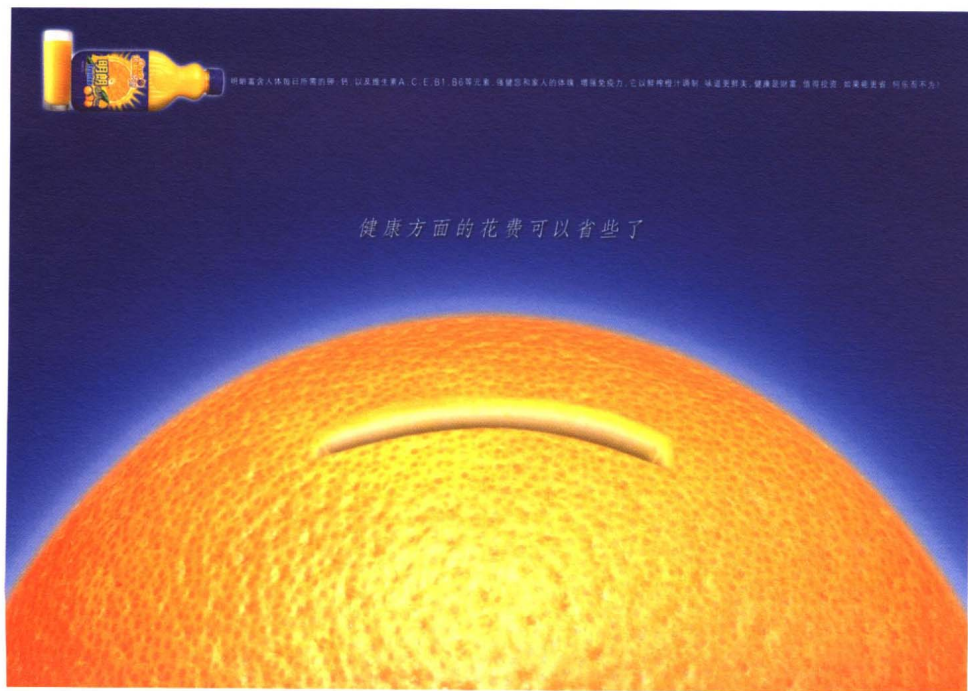
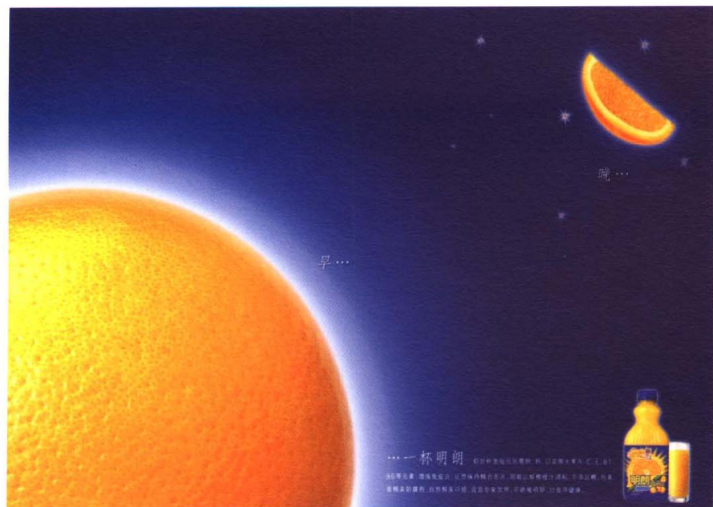
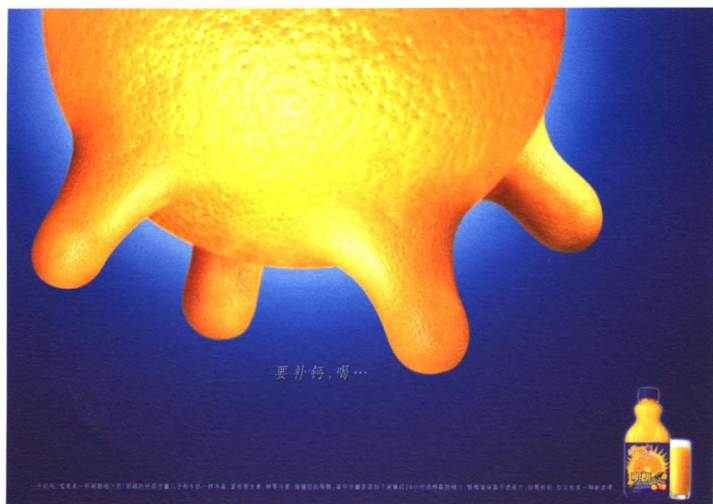
奖项: 铜奖

创意总监: 李大奇

文案: 李大奇

美术指导: 李华





作品名称:明朗果汁(奶牛、日月、储蓄罐篇)

奖项:铜奖

获奖单位:赛迪集团SBU创意中心

创意总监:梅福权

文案:董艳秋

美术指导:付玉静(奶牛篇 日月篇)

汪琪(日月篇 储蓄罐篇)

字体:汪琪(奶牛篇) 李丹(日月篇 储蓄罐篇)

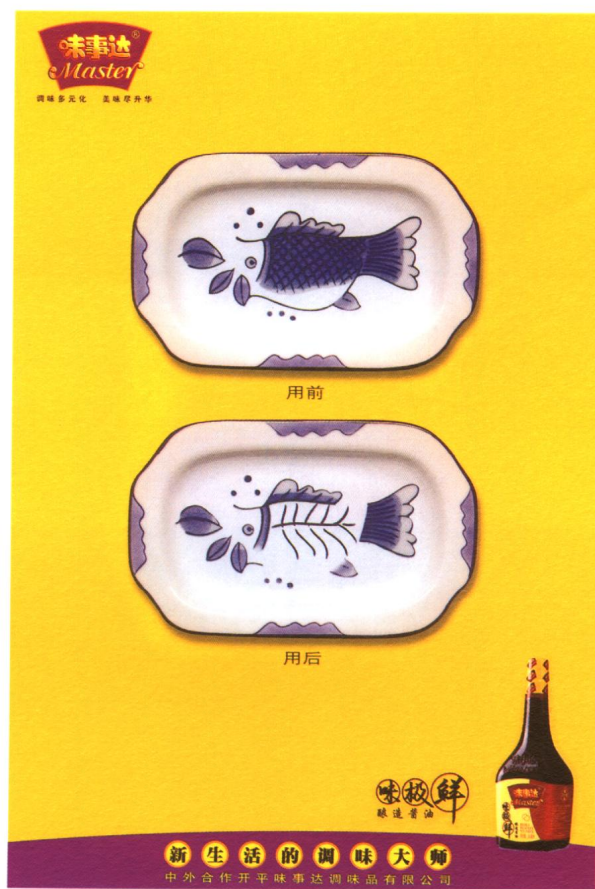
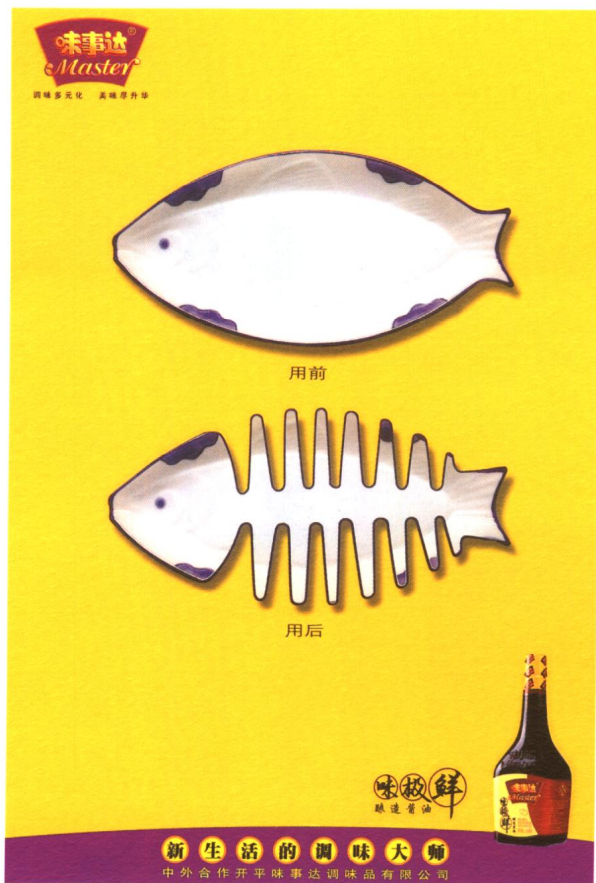
铜

奖

创意无限

第二届全国户外·杂志广告大赛参赛作品集

11



作品名称:味事达酱油(空盘篇)

奖项:铜奖

获奖单位:广东广旭广告有限公司

创意总监:杨海标

文案:杜庆斌

美术指导:郭云翔