China 2004/2005
Auto Advertising Work Yearbook
中国汽车广告作品年鉴

中国汽车报社 编
中国轻工业出版社

The Advertising Work Yearbook

图书在版编目（CIP）数据

中国汽车广告作品年鉴 / 中国汽车报社编. —北京: 中国轻工业出版社，2005. 8
ISBN 7-5019-5009-1

Ⅰ.中… Ⅱ.中… Ⅲ.汽车－商业广告－中国－年鉴 Ⅳ.F713.8-54

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2005）第 076634 号

总策划: 栗春辉

责任编辑: 张皓颖
策划编辑: 张皓颖　　责任终审: 劳国强
装帧设计: 王佳芃　　责任监印: 北京迪彩传媒文化有限公司
出版发行: 中国轻工业出版社（北京东长安街 6 号，邮编: 100740）
印　　刷: 北京地大彩印厂
经　　销: 各地新华书店
版　　次: 2005 年 8 月第 1 版　　2005 年 8 月第 1 次印刷
开　　本: 889 × 1194　1/16　　印张: 18
字　　数: 400 千字
书　　号: ISBN 7-5019-5009-1/F · 348　　定价: 360.00 元
读者服务部邮购热线电话: 010-65241695　85111729　传真: 85111730
发行电话: 010-65141375　65128898
网　　址: http://www.chlip.com.cn
Email: club@chlip.com.cn
如发现图书残缺请直接与我社读者服务部联系调换
50131K5X101HBW

China
Auto Advertising Work Yearbook
中国汽车广告作品年鉴

中国汽车报社 编

中国轻工业出版社

序

中国汽车工业的发展，与中国广告业的发展是何其的相似！中国的汽车工业经历了从无至有，从小到大的一个过程，特别是进入21世纪以来，中国汽车工业市场大幅度增长；尤其是2003年的车市，更被称作是“井喷式”的发展。低起点、高速度，这是2003年以前的中国汽车工业发展的特点。从某种意义上讲，2004年是中国汽车工业的转折年，因为在这一年中国的汽车工业市场发生了巨大的变化。这种变化主要表现为：发展速度趋缓，汽车行业相对较冷，“降温”幅度大。在这个转折年度里，中国汽车工业进入到“高起点，低速度”时期，正如中国的广告业发展一样，这是一个理性回归！到了需要回头整理思路，总结经验的时候了！于是就有了《中国汽车广告作品年鉴》！

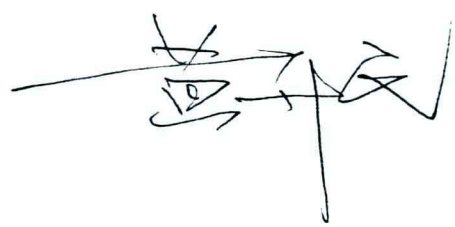
迅速发展的中国汽车行业市场，对汽车广告的创意、制作的要求越来越高，这是市场需求的导向作用。在这种市场需求的刺激下，中国广告行业的各路英豪们大显神通，涌现出一批原创性强、制作水平高的优秀汽车广告作品。

年鉴，绝对是一项工程。《中国汽车广告作品年鉴》，更是一项庞杂的系统工程。作为评委之一，我亲历了整个年鉴的出炉过程，从前期的作品征集、收集、整理，到初评，再到复审，评奖、颁奖，我注意到主办单位特别是组委会的同志们，忙前忙后，里里外外，勤勤恳恳、兢兢业业，经过十月孕育，这才有了《中国汽车广告作品年鉴》的问世！

鉴者，“存史、资治、育人”也！作为《中国汽车广告作品年鉴》，我想至少有以下几个方面的意义：首先，它为汽车广告行业提供资讯信息，在这一点上讲，《中国汽车广告作品年鉴》是一个巨大的汽车广告信息库。其次，《中国汽车广告作品年鉴》为汽车广告行业研究提供咨询服务，为广告主、广告公司、相关媒介以及广告教育界提供可靠的资料和借鉴；最后，也是年鉴本身最具原创价值体现，《中国汽车广告作品年鉴》首次有针对性、系统地对中国汽车广告进行全面、权威、公开、公正的评审，然后出版发行，对后人研究中国广告业的发展、尤其是中国汽车广告的发展历史具有重要的意义。

《中国汽车广告作品年鉴》的开创性意义是毋庸置疑的！

中国传媒大学广告学院院长



此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

前言

这几年，中国汽车行业处于高速发展发展阶段，汽车广告也得到了迅猛的发展，大量制作精美、独具匠心的优秀作品不断涌现。可以说，汽车广告已经远远超出了“广而告之”的简单内涵，无论是在平面媒体中还是在电视、网络、户外媒体上，汽车广告往往制作精美，甚至如艺术品般营造着令人神往的境界。如果你打算买车，它们不仅能提供充分的信息，更能给你怦然心动的刺激；也许你并不买车，欣赏它们也可以成为你的一种享受。而对于汽车行业的从业人员来说，汽车广告是汽车营销中的重要组成部分，对产品的市场推广、品牌的提升，以及企业良好形象的树立都具有重要的推动作用。

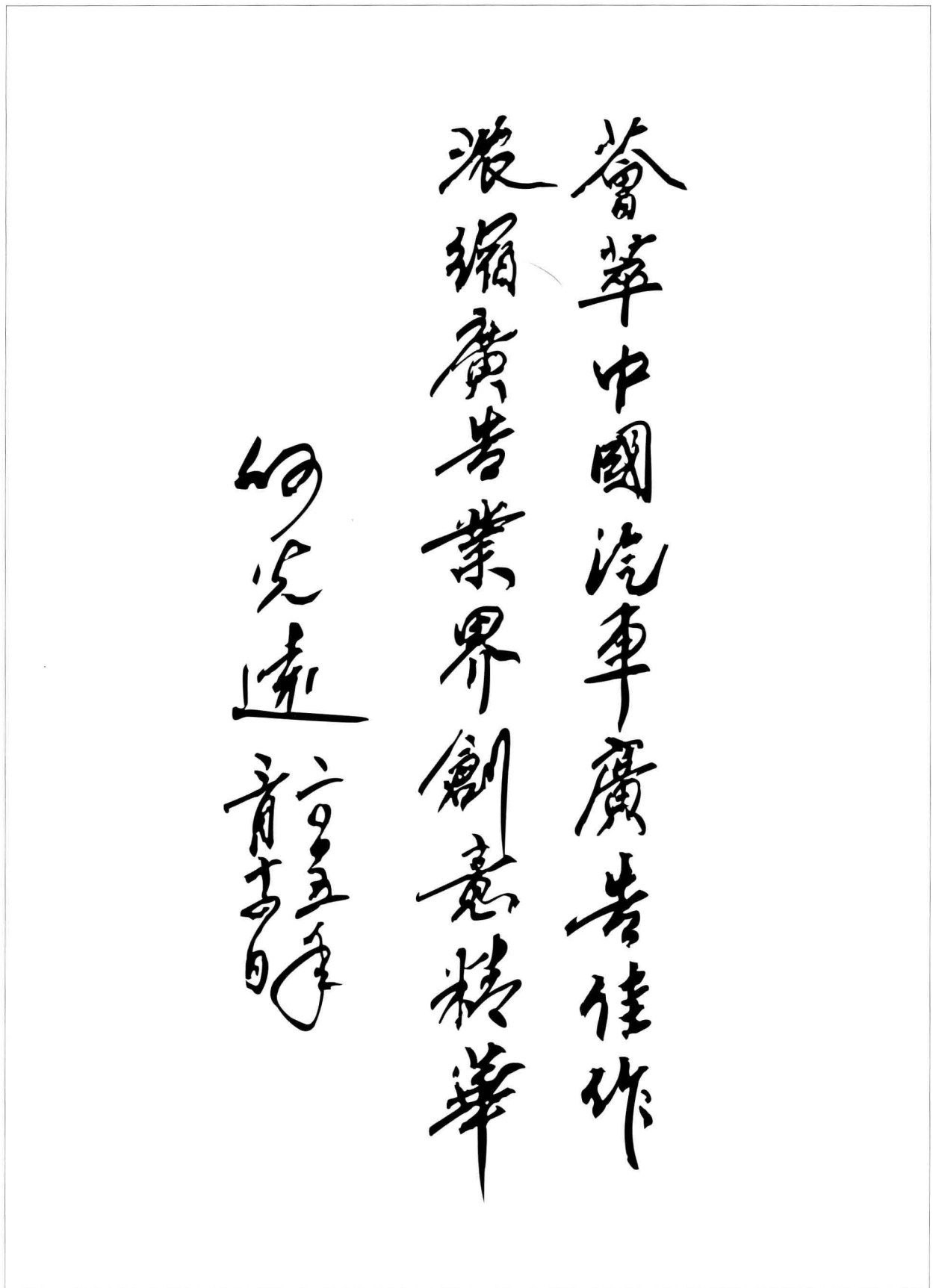
好的广告来自好的创意，原创性是好创意的前提，提供这些好创意的是优秀的广告公司和创意人。汽车企业、消费者，在某种程度上是通过广告创意被紧紧联系在一起的。广告公司在汽车营销中的地位更不可小视。

随着我国汽车广告的大量出现和创意水平的逐步提高，对汽车广告进行原创性的评选可以充分展现中国广告人智慧的结晶，也可以看出我国汽车广告的发展水平。《中国汽车报》作为中国最权威的汽车媒体，有义务推动中国汽车行业和汽车广告业的发展，更好地为汽车广告创意提供养分。为了表彰优秀广告公司和创意人，给广告公司、媒体与广告主进行沟通和交流提供一个平台，从而进一步促进我国汽车广告的发展，提高中国汽车广告创作水平，我们举办了“中国汽车广告年度原创榜”活动。通过这次活动既对我国优秀广告公司和创意人进行表彰，也总结上年度优秀汽车广告，并进一步促进我国汽车广告的发展，提高中国汽车广告创作水平。对于消费者来讲，既可以通过此次评选，集中享受广告艺术，更好地了解产品，同时，还可以通过评选，更深入、更全面的了解各种车型的性能优势、企业的宣传理念、品牌内涵及企业文化。

“中国汽车广告年度原创榜”是我国汽车广告业的首次庆典，也是对2004年我国汽车广告的回顾和总结。这次评选活动也得到了众多广告公司和汽车企业的积极响应，在短短的两个月内，收到了400多幅参赛作品。从获奖作品可以看出，目前我国汽车广告创意有了很大的进步，不但合资品牌拥有出色的创意，国产品牌也不甘示弱，并表现出强大的实力。但遗憾的是有些奖项出现空缺，说明我国汽车广告的创意水平还需要进一步提高，特别是商用车和零部件类产品等。

为了更好地记载中国广告创意的历史，我们将参评作品汇集成册，编辑出版了《中国汽车广告作品年鉴》。无论您是汽车人、广告人还是消费者，如果能从中获得一点启示，或者得到一点享受，都将是我们的荣幸。

中国汽车报社


荟萃中国汽车广告佳作
浓缩广告业界创意精华

汇集科技、文化、艺术之精髓，

倡导科学文明消费。

——题汽车广告原创榜评选

张小虞

二〇〇五年三月八日

目录 CONTENTS

获奖部分

最佳作品

12. 2004年 原创大奖 · 奥迪A4 ESP马尾篇 / Quattro昆虫篇 / 拇指篇
13. 2004年 原创大奖 · 奥迪A4 咖啡馆篇 / ESP稳定篇 / 灵魂篇 / 地热篇
14. 2004年 原创大奖 · 奥迪A4 游泳池篇
16. 2004年 原创大奖 · 奥迪A4 Quattro撕纸篇
18. 2004年 原创大奖 · 奥迪A6 岩浆篇
19. 2004年 原创大奖 · 奥迪A8 系列之帆船篇 / 系列之盔甲马篇 / 系列之向日葵篇 / 系列之鼠标篇
20. 2004年 原创大奖 · 奥迪A4、A6、A8 未来篇
22. 最具 独创性奖 · 宇通 异型广告
23. 最佳 市场定位奖 · 统一 经典轿车篇
24. 最佳 文案奖 · 奥迪 刺绣篇
25. 最佳 视觉效果奖 · 奇瑞QQ 穿衣篇影视广告
26. 平面 系列奖 · 奇瑞QQ 都市系列
28. 平面 系列奖 · 奥迪 行政版系列
30. 平面 系列奖 · 帕拉丁 卖点系列

乘用车

35. 乘用车 平面金奖 · 奥迪 壁虎篇
36. 乘用车 平面银奖 · 别克赛欧 钓鱼篇
37. 乘用车 平面银奖 · 奇瑞旗云 鲨鱼篇
38. 乘用车 平面铜奖 · 别克君威 蜻蜓篇
39. 乘用车 平面铜奖 · 威姿 呼拉圈篇
40. 乘用车 平面铜奖 · 空缺
41. 乘用车 影视金奖 · 奇瑞QQ 穿衣篇
42. 乘用车 影视银奖 · 凯迪拉克 新不可测篇
43. 乘用车 影视银奖 · 奥迪 透明篇
44. 乘用车 影视铜奖 · 花冠 世界心动时刻篇
45. 乘用车 影视铜奖 · 东风标致307 随心篇
46. 乘用车 影视铜奖 · 别克君威 荷花篇

商用车

48. 商用车 平面金奖 · 东风日产柴 环保到底篇
49. 商用车 平面银奖 · 宇通 异型广告
49. 商用车 平面银奖 · 解放奥威 驾驶室篇
50. 商用车 平面铜奖 · 东风日产柴 节能到底篇
51. 商用车 平面铜奖 · 厦门金旅 飞越梦想篇
52. 商用车 平面铜奖 · 空缺
53. 商用车 影视金奖 · 宇通 公里篇
54. 商用车 影视银奖 · 都灵V 上市篇
55. 商用车 影视银奖 · 北方奔驰 奔驰世界之颠篇
56. 商用车 影视铜奖 · 解放奥威 英雄篇
57. 商用车 影视铜奖 · 空缺
58. 商用车 影视铜奖 · 空缺

零 部 件

60. 零部件 平面金奖 · 统一 经典轿车篇
61. 零部件 平面银奖 · 博世 刹车片篇
62. 零部件 平面银奖 · 统一 重负荷象舞篇
63. 零部件 平面铜奖 · 普利司通轮胎 水杯篇
64. 零部件 平面铜奖 · 德尔福 商用车篇 / 环保篇 / 形象篇 / 电器系统篇
66. 零部件 平面铜奖 · 空缺
67. 零部件 影视金奖 · 空缺
68. 零部件 影视银奖 · 潍柴 服务无处不在篇
69. 零部件 影视银奖 · 空缺
70. 零部件 影视铜奖 · 玉柴 同心篇
71. 零部件 影视铜奖 · 空缺
72. 零部件 影视铜奖 · 空缺

73. 专家点评

入围部分

平 面 作 品

76. 乘用车 平面入围 · 一汽大众宝来
77. 乘用车 平面入围 · 一汽大众高尔夫
78. 乘用车 平面入围 · 一汽大众捷达
80. 乘用车 平面入围 · 红旗
82. 乘用车 平面入围 · 威驰
83. 乘用车 平面入围 · 马自达6
84. 乘用车 平面入围 · 威姿
87. 乘用车 平面入围 · 特锐
88. 乘用车 平面入围 · 福美来
90. 乘用车 平面入围 · 普力马
91. 乘用车 平面入围 · 标致607
92. 乘用车 平面入围 · 东风标致307
94. 乘用车 平面入围 · 东风标致形象
95. 乘用车 平面入围 · 东风悦达起亚千里马
96. 乘用车 平面入围 · 东风本田CRV
97. 乘用车 平面入围 · 广州本田飞度
98. 乘用车 平面入围 · 郑州日产帕拉丁
100. 乘用车 平面入围 · 别克君威
102. 乘用车 平面入围 · 别克赛欧
103. 乘用车 平面入围 · 奇瑞QQ
104. 乘用车 平面入围 · 凯迪拉克
105. 乘用车 平面入围 · 北汽福田
106. 乘用车 平面入围 · 奇瑞
107. 乘用车 平面入围 · 奇瑞风云
108. 乘用车 平面入围 · 长安 CM8
108. 乘用车 平面入围 · 起亚欧菲莱斯
109. 乘用车 平面入围 · 东南汽车
110. 乘用车 平面入围 · 华泰特拉卡
114. 乘用车 平面入围 · 长城汽车
115. 乘用车 平面入围 · 北京现代伊兰特
116. 乘用车 平面入围 · 韩国现代君爵
117. 乘用车 平面入围 · Saab

平面作品

120. 乘用车 平面入围 · 中兴汽车
120. 乘用车 平面入围 · 扬子汽车
122. 商用车 平面入围 · 解放奥威
125. 商用车 平面入围 · 金旅客车
128. 商用车 平面入围 · 郑州宇通
128. 商用车 平面入围 · 苏州金龙
129. 商用车 平面入围 · 金杯阁瑞斯
130. 商用车 平面入围 · 金杯海狮
131. 商用车 平面入围 · 都灵V
131. 商用车 平面入围 · 红岩汽车
132. 商用车 平面入围 · 东风日产柴
133. 零部件 平面入围 · 东风康明斯
134. 零部件 平面入围 · 统一润滑油
136. 零部件 平面入围 · 博世
138. 零部件 平面入围 · 潍柴
140. 零部件 平面入围 · 声佳汽车电子电器
140. 零部件 平面入围 · 上海耀华皮尔金顿玻璃
141. 零部件 平面入围 · 天昊
141. 零部件 平面入围 · 山东玲珑橡胶
142. 零部件 平面入围 · 兴澄特钢
143. 零部件 平面入围 · 延锋伟世通

影视作品

145. 乘用车 影视入围 · 奥迪A4 品味生活篇
145. 乘用车 影视入围 · 一汽大众宝来 TDI篇
146. 乘用车 影视入围 · 威驰 感官新体验篇
147. 乘用车 影视入围 · 奥迪A6 豪华行政篇
148. 乘用车 影视入围 · 一汽大众宝来 “EPS电子稳定程序”篇
149. 乘用车 影视入围 · 马自达6 全新视角篇
150. 乘用车 影视入围 · 一汽大众高尔夫 镜像篇
151. 乘用车 影视入围 · 特锐 时尚全能篇
152. 乘用车 影视入围 · 海南马自达 圆舞曲篇
153. 乘用车 影视入围 · 东风悦达起亚嘉华 专机篇
154. 乘用车 影视入围 · 东风悦达起亚千里马 刘翔篇
156. 乘用车 影视入围 · 东风本田CRV
157. 乘用车 影视入围 · 东风雪铁龙毕加索
158. 乘用车 影视入围 · 长安CM8
159. 乘用车 影视入围 · 东风雪铁龙爱丽舍
160. 乘用车 影视入围 · 金杯阁瑞斯 精英篇
161. 乘用车 影视入围 · 别克形象 逗号篇
162. 乘用车 影视入围 · 别克赛欧 Easy生活系列
163. 乘用车 影视入围 · 金杯海狮 创业篇
164. 乘用车 影视入围 · 广州本田飞度 飞扬生活篇
166. 零部件 影视入围 · 统一润滑油

167. 广告公司创意表现

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

评委

中国汽车工程学会理事长／张小虞

中国广告协会秘书长／时学志

中国汽车报社社长／李庆文

中央电视台广告部主任／郭振玺

北京广播学院广告学院院长／黄升民

北京大学新闻与传播学院广告学系主任／陈刚

中国汽车报社副社长／辛宁

汽车专家／杜芳慈

北京合力阳光广告公司执行创意总监／沈虹

《汽车族》杂志副总编／王江鸣

《中国广告》杂志主编／张惠辛

上海灵狮广告公司创意总监／李文龙

（评委顺序由左至右）

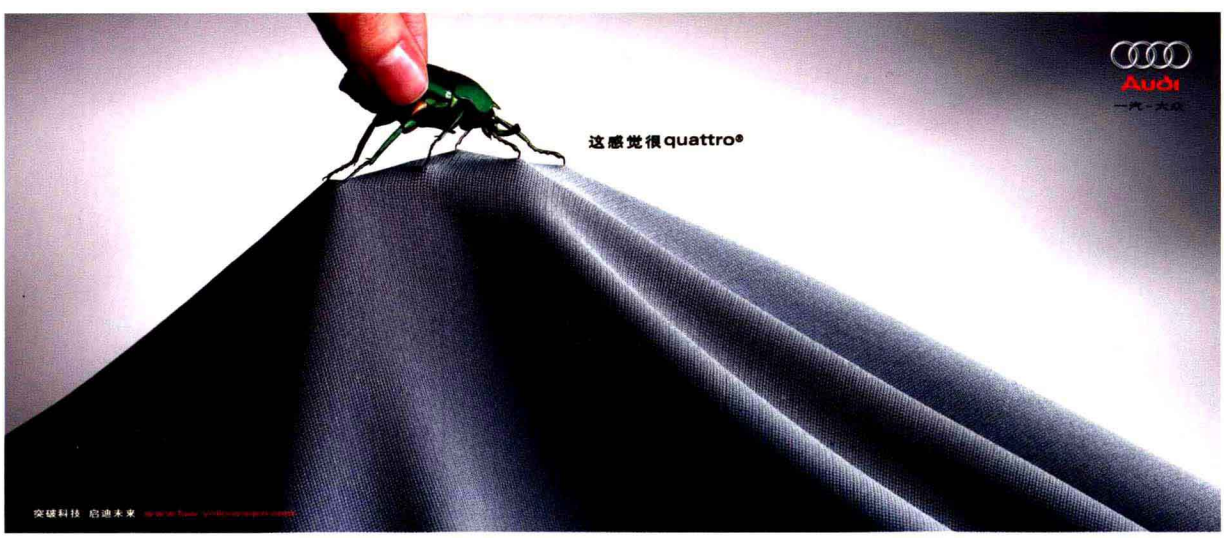
获奖部分

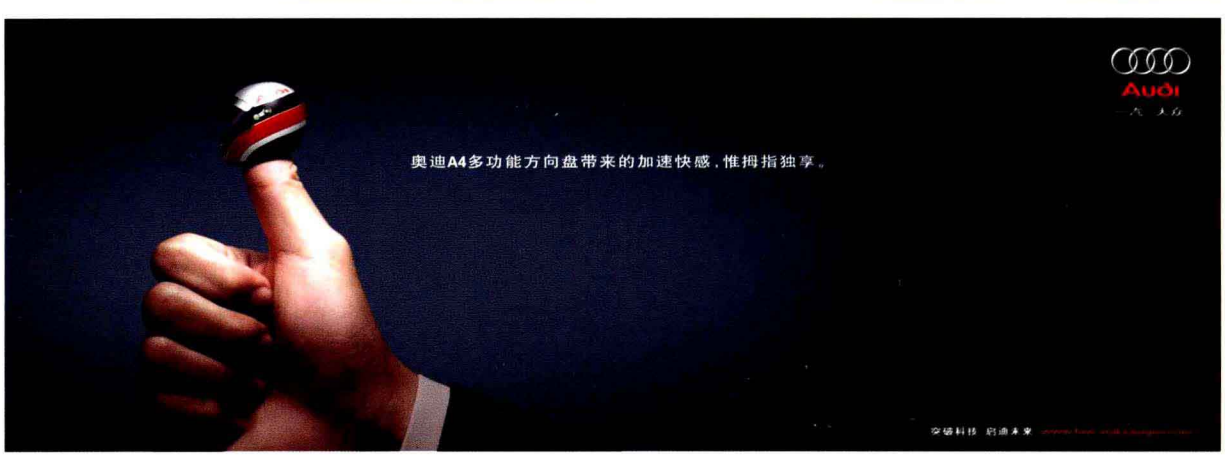
China Auto Advertising Work Yearbook

最佳作品

China Auto Advertising Work Yearbook

2004 年 原创大奖 · 奥迪 A4 ESP 马尾篇 / Quattro 昆虫篇 / 拇指篇



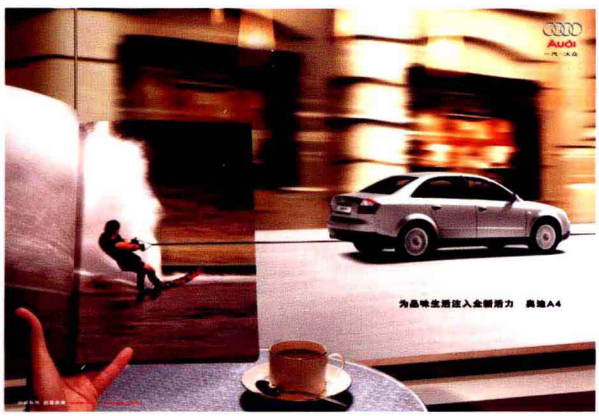


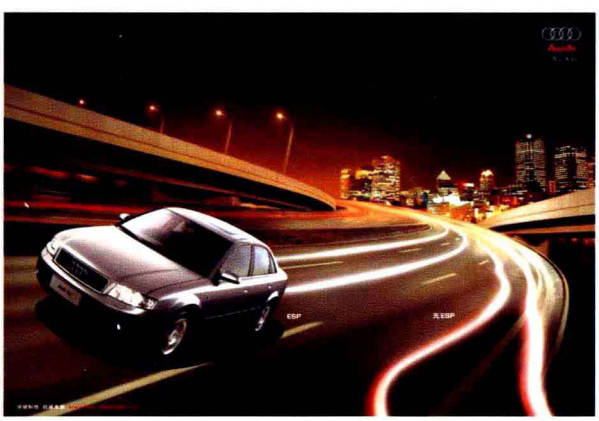
ESP 马尾篇 · ESP 是奥迪 A4 装备的电子稳定系统。技术解释上非常复杂，最直接的利益点就是可以在车辆高速变向时避免甩尾。而用马术比赛中的赛马通常都会将马尾绑起，来将不甩尾这件事用最直观的方式传达给观众。

Quattro 昆虫篇 · 用昆虫脚爪勾住布面，将这项复杂的技术，别具趣味地表现出来。

拇指篇 · A4 的多功能方向盘中有换挡键，只用拇指就可以换挡变速，大拇指于是变成了赛车手，戴上赛车帽，表现出威风的特点。

2004年原创大奖 · 奥迪A4 咖啡馆篇 / ESP稳定篇 / 灵魂篇 / 地热篇





咖啡馆篇 · 用杂志中冲浪者，与窗外车子的叠画巧合，表现出奥迪A4为品位生活带来活力的定位。

ESP稳定篇 · 视觉上以车灯在夜晚划出的轨迹，表现对车身安全的重要性。

灵魂篇 · 优雅的外表只是A4的表面，赛车般的激情才是灵魂的真实所在。

地热篇 · 引用地下喷泉喷发时的气势，隐喻奥迪A4内在的澎湃动力。

2004年原创大奖·奥迪A4 游泳池篇

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com