



中国摄影出版社

J524.3-b2

S616

编用新增



第十届中国广告节
THE 10TH CHINA ADVERTISING FESTIVAL

获奖作品集

图书在版编目(CIP)数据

第十届中国广告节获奖作品集/时学志主编.—北京:
中国摄影出版社, 2003.10
ISBN 7-80007-676-8

I.第... II.时... III.广告—设计—作品集—中国—现代 IV.J524.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003) 第 091539 号

责任编辑: 魏长水 韩志钢

装帧设计: 厦门广告发展有限公司
(厦门市水仙路海光大厦22层B座)
电话: (0592) 2101553 2121106

书 名: 第十届中国广告节获奖作品集

主 编: 时学志

出版发行: 中国摄影出版社

制 版: 厦门正奇制版有限公司

印 刷: 精一印刷(深圳)有限公司

开 本: 16 开

印 张: 25

版 次: 2003 年 10 月第一版第一次印刷

印 数: 1—5000 册

书 号: ISBN 7-80007-676-8/J.676

定 价: 300 元

版权所有, 翻印必究

第十届中国广告节组委会

顾问：	刘 凡	国家工商行政管理总局副局长
	罗志军	中共南京市委书记
	蒋宏坤	南京市人民政府代市长
名誉主任：	杨培青	中国广告协会会长
	屈建民	国家工商行政管理总局广告司司长
	王德超	江苏省工商行政管理局局长
主任：	时学志	中国广告协会秘书长
	蒋裕德	南京市人民政府副市长
副主任：	李全寿	江苏省工商行政管理局副局长、江苏省广告协会会长
	陈 刚	南京市人民政府副秘书长
	朱友发	南京市工商行政管理局局长
委员：	曹马凌	中国工商报社社长兼总编辑
	周 莉	江苏广播电视总台台长
	朱铭佐	新华日报社副总编辑、扬子晚报总编辑
	巨 涛	南京市委宣传部副部长
	田 涛	南京市委宣传部副部长、南京日报报业集团党委书记
	马和欣	南京市委宣传部副部长、南京广播电视集团党委书记
	皇海澄	南京市公安局副局长
	卓兆彭	南京市工商行政管理局副局长、南京市广告协会会长
	王鹏善	南京市市容局副局长
	唐 跃	南京市地税局总经济师
	田 明	南京国际展览中心总经理
	陈 永	现代广告杂志社总编辑

办公室主任：卓兆彭 南京市工商行政管理局副局长、南京市广告协会会长

副主任：赵玉宝 南京市工商行政管理局广告处处长、南京市广告协会秘书长
韩志刚 中国广告协会会展部副主任
王丽萍 南京市工商行政管理局商标处副处长
汪言福 南京市广告协会副秘书长
王志扬 原南京国际展览中心有限公司广告部总经理

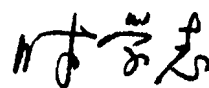
前 言

第十届中国广告节于2003年10月23日至25日在南京举行。在全国各地广协、广告界同仁的关心支持下，本届广告节向全国征集优秀广告作品展评活动获得了圆满成功。在此，我谨代表中国广告协会、第十届中国广告节组委会向全国各地广协、广告界同仁们表示衷心感谢。

本届广告节共收到各地送展评的作品共3516件（5188幅/条）。9月8日至11日，组委会邀请了境内外27名专家本着公开、公平、公正的原则逐个进行评审。共计有688件（1172幅/条）作品获得了各类奖项，其中产生了1个全场大奖，14个金奖，46个银奖，196个铜奖，另有432件作品获得入围奖。无论是送评数量和获奖数量都比往年显著增长。在此，谨向各位评委表示感谢，向获奖单位和个人表示热烈的祝贺！

此次送展评的作品当中，质量比往年显著提高，很多作品具有很好的创意和很高的艺术水准，我们相信，在全国广告界朋友共同努力下，今后将有更多的作品获得更好的成绩。

中国广告协会秘书长







林 俊明

第十届广告节评委会主席。作品在历届香港4A创作奖、亚洲广告大奖、伦敦广告节、纽约广告节、美国克里奥创作奖和世界华人广告奖等均夺得奖项殊荣。一九九三年，更替香港在法国嘎纳广告赢取铜狮奖。更于九四年成为首位香港广告人获邀前往法国，担任嘎纳广告节之评审。泰国举行的2001年亚太广告节，为评审委员会主席。著作书本有《广告圈口头禅》及《广告无真理》。现为日本电通广告亚洲区创意指导、香港浸会大学传理学院课程咨询委员、上海同济大学的客座讲师、亚太广告节评审筹委会主席。

林俊明



高 峻

1989年创立梅高公司，梅高公司(桂林、北京、上海、沈阳)董事长。1998年载入《世界名人录》。现任纽约国际广告节理事、国际广告大赛高级评委、中国区首席代表；国际广告协会(IAA)个人会员；国际商标协会(ITC)会员；《中国设计年鉴》副主编；《现代广告》编委、CCTV-AD盛典评委；第八届中国广告节评委；中国设计博览会作品资格评审委员；包协中国设计委员会副主任委员、评审委员等。

高峻



高 小龙

1999年，自组深圳高小龙影视广告制作有限公司、广州高小龙导演工作室。曾多次获广东省广告评比银奖、中国广告协会学院奖金、银奖等。2000年获邀为张艺谋统筹策划的北京申办2008年奥运会宣传片作执行导演。2001年任中国对外经济贸易广告协会副秘书长、中国对外经济贸易广告协会影视专业委员会主任。受邀担任“龙玺华文广告大奖”评审团顾问；发起、策划，并承办首届中国2002年国际影视广告论坛；第九届广东省优秀广告评比评审委员；中国中央电视台首届《AD》盛典初评评审委员；2002年任时报华文广告奖评审团顾问；2002年度“中国优秀公益广告”评审委员；第34期华文广告精英《龙吟榜》上榜人物；获邀任中国上海2010年“世博”宣传片执行导演。2002年“深圳市高小龙影视广告制作有限公司”被中国IAI广告年鉴评为“中国创意50强公司”

高小龙



谷 文通

普拉纳广告公司董事长、中国语言文学系毕业、除广告之外，喜爱美术、诗歌、哲学和电影。迷恋新疆的博大和美丽。1993年春天创建普拉纳广告公司，在1999年中国广告公司100强排序中，普拉纳名列第37位。历任中国广告节第八、第九届评委。

谷文通



徐 建

北京东方捷先广告传播有限公司总经理、创意总监，中广协学术委员会委员，中国对外经济贸易广告协会副会长，中国公益广告同盟会(CAC)主任，长期以来专注中国广告的实践与研究。她的创意代表作有《联想电脑-孩子与猩猩的故事》(获第五届全国全广展银奖、第十届全国电视广告“印象奖”一等奖)；九八年后岗再就业公益广告，MTV《从头再来》(获第五届中国音乐电视大赛最佳创意奖、第十届全国电视广告“印象奖”一等奖、最佳音乐奖)。

徐建

莫 康孙

在广告业服务了28年，自1981年开始曾担任麦肯公司香港、新加坡、台湾和中国大陆的创作总监。1994年起回到香港，负责麦肯·光明的所有国际客户项目，是Clio、嘎纳和纽约广告节唯一的华人评委。香港MEDIA & MARKETING, 时报及中国全广展的评委，CCTV《AD》盛典广告大赛的评委会主席，同时他也是龙玺环球华文广告奖的发起人之一。第七届中国广告节评委副主任；第八届中国广告节评委；纽约广告节的常任理事；中国广告协会的学术顾问；《现代广告》杂志社编辑委员会顾问；北京大学广告学会顾问。现任：中国地区首席创意执行官、亚太区协理。

莫康孙



丁 邦清

1987年毕业于四川大学哲学系，获学士学位。1990年毕业于武汉大学哲学系，获硕士学位。广东省广告有限公司董事副总经理、执行创意总监、中国广告协会学术委员会常委；第七、第八届中国广告节评委，2000、2001、2002年中国报纸优秀广告奖评委，2002、2003年IMI年鉴评委，获得国家级、省级奖七十余项，在全国和省级刊物上发表广告学、宣传传播学、美学哲学论文100余篇。

丁邦清



乔 均

中国广告协会学术委员会常委、中国市场学会常务理事；中国广告节第七、第八、第九届评委，中国广告协会学院杯评委；现任南京财经大学营销与广告学院院长、教授、研究生导师；编著出版了《中国广告行业竞争力研究》、《中国广告业生态环境研究》；主编出版了“中国21世纪营销与广告系列丛书”。

乔均



黎 音

1992年2月加入上海奥美广告有限公司，历任美术指导、执行创意组长；1997年升任创意总监，为国际性广告公司中第一个担任创意总监职位的中国大陆本土人员。2001年12月加入上海广告有限公司，担任执行创意总监，2003年5月起兼任副总经理。作品先后荣获香港MEDIA平面大奖、台湾中国时报银奖、全国广告作品金奖、中国昆仑杯广告评比金奖、上海广告协会广告奖金奖、解放日报金龙奖等奖项。上海平面设计师专业委员会常务理事；“中国广告”、“国际广告”、“广告导报”、“上海艺术家”等专业杂志特约作者。

黎音



徐 建国

金鹏（前景）国际广告公司执行总经理，哲学硕士，安徽省广告协会广告公司委员会主任，省广告学术委员会筹备负责人。在理论和实践两方面均有较好的造诣，长期以来热心广告业的活动与交流，特别在参与并推动广告从业人员的学习、培训以及本土广告公司与国际4A公司的交流方面做出了长期的努力。

徐建国





徐 岗

1999.2-2000.1 受黄河先生之邀,加盟美格广告有限公司任助理创意总监。2000.11-2002.5 北京科嘉艺广告公司,任总经理,执行创意总监。2002.5-至今 北京电通广告有限公司第二事业本部,创意总监。

徐岗



李 明

广州旭日因赛传播董事长兼执行创意总监,高级工艺美术师,历年来,其创作及指导的广告作品在广州市、广东省、全国及国际“龙玺”广告评比获近百个奖项。本人还曾担任“龙玺”奖评审委员。

李明



贺 超兵

江苏大贺国际广告集团董事长,九年来,其创办的大贺集团从中国户外广告制作业龙头企业成长为中国最大的综合性广告集团公司之一,2002年,在中国广告行业排名上升至第八位,跻身十强之列。籍由对广告行业的深度探索和突出贡献,贺超兵先生当选为南京市工商业联合会(商会)副会长、南京市政协委员、中国广告协会户外广告委员会筹委会主任、中国广告协会学术委员会委员、克里奥中国户外广告论坛主席,并连年评为“南京市优秀企业家”。

贺超兵



窦 仁安

灵智整合行销集团中国区执行创意总监,13年广告从业经验,曾任职于李奥贝纳,灵智台北。96年3月转入灵智北京。广告信念:在广告行业里,最冒险的事是做出毫无冒险性的广告。

窦仁安



党 启元

服务广告业13年,曾任奥美广告(台湾)文案、智威汤逊(台湾)文案、联旭广告(台湾)撰文指导、达彼思(台湾)创意总监、统一博客来网络书店副总经理、达彼思(中国)群创意总监,曾多次获得各项广告金奖,包括亚太、台湾时报奖。

党启元

陈 正辉

南京师范大学新闻与传播学院广告学系主任，副教授，研究生导师。从事广告学的教学和研究工作十年，曾参与多项企业的广告，以及电视台的节目策划活动。99年起，南京师范大学开办广告学专业，担任广告学系主任，2002年8月，作为访问学者，赴德国伊斯堡-埃森大学，从事大众传播和广告学的进修、研究和考察，将于近期回国。在全国和省级刊物上发表各类研究文章30余篇，参编教材和研究文集。参与或主持了多项国家和省、校级研究项目。曾多次担任省、市级、院校和相关部门的广告作品大赛的评委。

陈正辉



丁 俊杰

教授，北京广播学院院长助理，兼任《国际广告》主编，中国广告协会学术委员会主任，主要著作有《现代广告通论》，《现代广告活动的理论与操作》。

丁俊杰



吴 讯

美国纽约艺术大学广告专业毕业，1992年-1995年 美国PPI影视广告公司（洛杉矶）制片助理-制片，1995年-2000年 美国PPI影视广告公司（中国地区）总制片，2000至今 美国PPI影视广告公司（中国地区）DMG国际广告公司总制片。2001年6月，应新加坡亚洲电视创意大奖评审团特邀作为中国区首席代表，2002年6月，再次应邀作为中国区首席代表，担任新加坡亚洲电视创意大奖评审团评委。2002年10月，应邀作为《AD盛典》-CCTV国际电视广告大赛评委，并荣获最上镜评委奖。

吴讯



何 洁

现任清华大学美术学院副院长，装潢艺术设计系主任，兼任：中国包装协会设计委员会常务委员、中国广告协会学术委员会委员、全国图形符号标准技术委员会委员、中国企业联合会广告主委员会专家组成员、《中国设计年鉴》编委会委员、《现代广告》编委会委员、《装饰》杂志编委会委员等。曾多次主持和参与重要设计和科研项目。作品多次入选国内外各种展览，收入各类刊物、作品集，被社会广泛采用，并屡次在各类专业评比中获奖。多次担任国际和全国专业性展览、竞赛评审委员会主任、委员。

何洁



苗 登宇

山东工艺美术学院装潢设计系副主任，党总支副书记，副教授。中国美术家协会会员、国家广告设计职业标准专家组成员、山东省艺术教育委员会委员、山东省美术设计家协会平面设计艺术委员会主任，曾获得的主要荣誉有：“第九届全国美术作品展”银奖；“山东省美术作品展览”特等奖；“山东省美术作品展览”一等奖等。

苗登宇



黄 庆桂

广州盛世长城（Saatchi & Saatchi）创意总监，2002年度广东省十佳广告人，排名第一，亚太区享誉盛名的Campaign Brief Asia评为大中华区二十佳广告人，瑞士军刀“工具箱”被Gunn's report评为全世界二十大获奖最多的广告。曾获奖项：嘎纳国际广告奖-银奖（迄今为止中国赢得之最高荣誉）克里奥-银奖；纽约广告节奖全场大奖；one show 金铅笔奖、Art Director's Club 美术指导俱乐部；伦敦国际广告奖；莫比斯奖；亚太广告节奖；亚洲广告节奖；香港4A'S奖；时报华文奖；中国广告节奖。

黄庆桂





劳 双恩

智威汤逊中乔广告有限公司 执行创意总监（东北亚区），在媒介杂志举办的“97中国全方位广告评选”中率领上海智威汤逊夺得平面广告全方位第一和电视广告全方位第二。在98年一举囊括平面和电视两项第一，并在99年卫冕电视广告全方位第一。第六、七、八届中国广告节中多次获得金奖。从1997年至2001年中，上海智威汤逊在纽约广告奖、克里奥奖、香港4A创意奖、台湾时报亚太广告奖、龙玺世界华文广告奖等国际广告大赛中，都有广告作品获得各种荣誉。曾连续担任第六届及第七届中国广告节评委。2001年3月被聘为北京广播学院新闻传播学院广告系广告专业兼职教授。担任全球华文广告精粹杂志《龙吟榜》的华文编辑。香港作曲家及作词家协会会员。

劳双恩



高 祖侃

来自台北，美术出身。喜欢从策略思考的创意人。1988新加坡百帝广告（台北）美术指导、1989 奥美广告O&M（台北）美术指导、1993奥美广告O&M（北京）创意总监、1995奥美广告O&M（台北）创意总监、1996奥美广告O&M（北京）创意总监、2000博达大桥广告FCB（北京）执行创意总监、2002博达大桥广告FCB（北京）代理总经理兼执行创意总监。多次荣获：纽约广告节广告奖、时报亚太广告奖、时报华文广告奖、时报广告奖、台湾4A广告奖、中国广告节广告奖、广州日报广告奖。

高祖侃



潘 洋

哈尔滨海润国际广告有限公司董事长、执行总裁。领导创作的优秀广告作品屡次夺得历届“全广展”大奖、“金鹰奖”及省市级广告大奖。曾任第九届中国广告节评委、第三届青年现场设计大赛评委、2001-2002年中国电视公益广告大赛评委。

潘洋



林 剑刚

青岛天马广告公司总经理兼创意总监，1990年毕业于山东工艺美术学院，同年加入了青岛广告公司，任职创意总监，为90年代初期的青岛多个名牌提供了创意服务工作。1995年加盟了天马广告公司，任职总经理兼执行创意总监，并多次在全国广告作品中获奖。

林剑刚



赵 海颖

北京电影学院剧作专业毕业，任北京国安广告总公司制作总监，创意并监制的中国联通“老外在中国篇”获得2002年美国克里奥奖杰出创意证书奖。

赵海颖



傅 文俊

高级工艺美术师，中国工业设计学会会员，重庆市广告协会副会长，重庆正宗广告有限公司总经理，创意总监。其美术作品和广告作品多次获奖并被收藏，发表过《中国工艺美术发展取向》等学术论文，具有丰富的创意设计知识和广告运作实践经验，1998年入选编入《世界艺术家名人录》。1999年评为重庆市二十世纪资深广告人。

傅文俊

薛振添

北京麦肯·光明广告有限公司创意总监。曾任：亚太广告奖/香港媒介户外广告奖/中国广告奖/中国广告摄影奖/时报金犊奖评委。曾获：纽约广告奖AME有效广告奖、香港媒介户外广告奖、龙玺环球华文广告奖、时报亚太广告奖、时报广告奖、时报华文广告奖、中国广告奖、创意无限奖、广州日报奖。

薛振添



江绍雄

中国广告协会学术委员会委员，中国美术家协会会员，华侨大学艺术系教师，蓝道广告公司创意总监；2002年中国广告节青年创意大赛评委，第十二届中国时报“金犊奖”大陆评委，曾获第一。二届中国优秀广告作品IAI年鉴最有眼光学界评委奖第一名，有十多年的广告执教与实际操作经验。其创意作品多次获国家级奖项，并多次入选《龙吟榜》、《中国创意百科》《IAI中国广告年鉴》等。

江绍雄



张翔

四川省巴蜀新形象广告股份有限公司总经理兼创意总监。曾任第八届中国广告节评委，四川省第五、七、八届优秀广告展影视组评委，四川省第九届优秀广告作品点评人。作品曾获：第二届全球华人平面设计大赛平面媒体类金奖；卓尔华文佳作奖；四川省第七届优秀广告展影视组银奖。在广告创意领域有自己独特的见解和创作风格，形成了古朴典雅、文化底蕴厚重、轻盈灵秀、情真意切、落落大方的创意风格。

张翔



杜碧珊

媒体伯乐集团行政总裁，毕业于香港浸会大学传理系。于一九九五年加入媒体伯乐集团，并于二零零一年六月获委任为董事。杜女士于管理推广及销售日用消费品方面具有丰富经验，专责发展及推行媒体伯乐集团的整体策略及政策执行。在加入媒体伯乐集团前，专责美国金巴拉克及美国史占的香港市场，及美国强生公司之中国及香港市场之管理工作。杜女士在中国工作超过十五年，现为中国重庆市政治协商委员会成员。



李勇

91年毕业于山东工艺美术学院装潢设计系。现任山东省国际广告有限公司常务副总、创意总监。曾任数届“山东省优秀广告作品选”评委和“济南市优秀广告作品选”评委。

李勇



吴作民

南京大学商学院副教授，南京大学市场研究与咨询中心副主任，中国市场营销学会理事，江苏省企业管理协会副会长，江苏省市场营销研究会副秘书长，主要从事市场营销与广告策划领域的研究工作，编辑或主编《市场营销》、《竞争策略》等5本书籍，在省级以上刊物发表论文30余篇，主持国家及省级科研项目5项，获得南京市第三次哲学社会科学优秀成果一等奖，南京大学第三届优秀教材奖，南京大学樱花奖，南京大学双元奖，MBA优秀教学奖等奖项。





陈 一 枬

精信集团在香港和中国的董事长及行政总裁。陈女士积极参与推进本地广告业的发展。她是香港广告商会中国事务主席、香港广告商会副主席、并是以下机构的咨委会会员：香港管理专业协会（HKMA）、香港贸易发展局（HKTDG）—中国贸易咨询会和传媒及通讯事务、香港市场学会、香港岭南大学及HungryForWords.com。她亦是江门市广告协会理事顾问和《现代广告》杂志社编委会委员。在2000年，陈一枬被《广告时代》杂志誉为17位全球“打破陈规女斗士”之一。她毕业于威斯康欣大学，专业为市场营销。

陈一枬



陈 淑 华

奥美顾客关系行销执行创意总监。于1987年加入台湾奥美广告公司，89年转入奥美直效行销广告公司，97年加入北京奥美广告公司，98年接任IBM客户创意总监一职。两年多来，带领组内成员每年为客户提供上百件广告作品。2001年1月起担任北京奥美广告公司执行创意总监。2003年转入奥美顾客关系行销任执行创意总监。

陈淑华



叶 茂 中

资深营销策划人和品牌管理专家。南京理工大学工商管理硕士（MBA）研究生导师，著有《创意就是权利》《广告人手记》《圣象品牌整合策划纪实》、《转身看策划》、《新策划理念》（6册）。1997—2000年被评为中国企业十大策划家；2001年被评为中国营销十大风云人物；2002年被评为中国策划十大风云人物及中国广告十大风云人物；入选《中国创意50人》。其领导的叶茂中营销策划机构1999—2002年入选IAI中国广告公司创作实力50强（排名第9）。

叶茂中



吴 晓 波

广东平成广告公司董事长，北京广播学院广告专业创办人之一、中国广告协会广告公司委员会常委、中国广告协会学术委员会常委、《国际广告》编委、平成中国消费者认知研究中心（CCCC）主任。

吴晓波



吴 世 廷

1980年—1995年历任台湾4A广告公司：联广公司、奥美广告公司、盛世广告公司及博报堂广告公司资深撰文、创意总监及总经理，1995年—1997年任职筑巢不动产开发首席执行官，1997年—2001年任职多宝格互动营销公司总经理，2002年1月加入实力媒体/克顿顾问任资深顾问。曾为钱江都市频道顾问，目前为中国经营报顾问。1993年第40届法国嘎纳国际广告金狮奖评审。1994年—1995年中国时报亚太广告奖评审。2000年台湾第一届网络金手指奖决选评审。

吴世廷

招 秉恒

FCB博达大桥国际广告 创意总监 曾经当过电影评论, 拍电影, 唱广告歌, 最后落叶归根专心广告创作。文案出身, 1990年起步于香港JWT智威汤逊, 1995年进入智威汤逊(香港)中国部, 至1998年正式涉足中国, 任上海麦肯·光明创意部主管, 1999年底转至北京麦肯·光明。创意作品曾于纽约广告节、媒介亚洲广告奖、中国广告节、龙玺、广州日报广告奖、现代广告创意无限奖等获殊荣。被东方出版中心出版书籍推荐为中国创意五十人之一。



曲 朋昌

现任海尔集团广告部长、商流公关促销中心总经理。策划实施7.13申奥是民族情结与企业诉求完美结合的案例被评为中国顶尖策划金奖。2002年中央台的春节晚会全球海尔人贺年广告案例、2002世界杯海尔氧吧空调广告案例、2003年抗击非典公益广告案例分别被《广告导报》、《销售与市场》、《中国经营报》等媒体评为投放经典案例, 海尔小康专列全面小康万里行, 海尔专列走进您活动, 被青岛市评为企业营销管理创新奖, 并作为铁道部市场化改革教学案例。



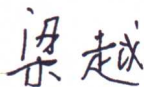
肖 开宁

科嘉艺营销广告(集团)总裁, 中国营销广告专家、心理咨询专家, 2002年中国艾菲实效广告奖评委会主席; 三次省级优秀企业家, 中国心理学会及中国广告协会会员、中国OTC药品协会会员及营销委员会副主任、中国企业管理协会会员。主编《实用整合营销》等国家工商局专业教材及300多万字的《知名企业营销与广告经典实战案例》, 参与编写《全国广告从业人员教材》、《IMI消费行为与生活形态年鉴》。多次代表中国广告协会参加法国戛纳广告节、美国纽约广告节等国际大型广告节的学术交流活动, 屡次受邀担任广告领域各项赛事的评委, 2001-2002年赴美担任美国实效营销广告奖艾菲奖终审评委, 并任中国首届艾菲实效广告奖评委会主席。



梁 越

“客户是争取来的, 不是抢来的。既然是抢来的, 所以知道来之不易, 要格外地珍惜”。自1996年底任北京电通广告有限公司创意部总监至今。



贾 丽军

卓越品牌形象传播执行创意总监。上海交大硕士, 《中国广告从业人员上岗资格培训(统编)教材》编委。率卓越创意团队获得全国性广告创意金、银、铜大奖。2001年, 任美国EFFIE Awards(艾菲广告实效奖)国际终审评委; 联合国国际招贴创意设计大赛(中国区)评审; 多次任中国时报金犊(大陆)评审; 国际广告协会(IAA)个人会员、中广协学术委员会委员; 高级工艺美术师; 入选“中国广告20年20人”。



2003

中国广告

大讲



劳双恩

中国广告的总体制作水平，正在不断进步之中，从广告片的导演、拍摄、剪辑、音乐运用，与及平面广告的版面设计布局、图片的摄影、字体的选择等，我们可以窥见行业在摸索的道路上，是在前进的，尽管在参赛的作品中，还是有很多没有达到专业水平，甚至学生水平也没有达到的，但成熟的作品还是不少。

天下广告创意，要做到惊天动地的突破，真的谈何容易。在这次大赛中，在点子的原创性方面，中国的广告人，包括自己在内，还要加倍的努力。然而，可喜的是，我们还是看到很多广告人鼓起勇气，险中求胜。在尊重自己现在的生活、尊重自己过去的历史的前提下，以生活的细节、历史的余韵套进广告的讯息之中，让人产生共鸣。公益广告类的道德系列运用耳熟能详的电影片段，家电类的电饭煲，把家庭主妇的日常生活戏剧化，都是在这些前提之下，成为这次广告大赛的亮点。

我想唯有从自己的生活、自己的文化、自己的历史出发，我们才能做出《一方水土一方情》的精品广告。

高小龙

关于公益广告

对于置身在一个全民的公益道德素质都亟待教育培养和提高的“现状”来讲，有什么理由更多地挑拣“公益广告”的毛病呢？只是今年这个“道德公益广告系列”的出现让人赞叹它的创意勇气和灵气之余，引出了其它一些未见得是多余的话题。

首先，政治波普，在我国现行体制下的许多需要“创意”的领域里，是个需要小心而为之的表达方式（文学、美术、音乐不在此例），尤其作为“公益广告”的传播而言，几代人建立悠久的一种善善恶恶的符号，不会在几十秒内被立即摧毁而迅速调整出一个我们的创意者所希望有的理解，会意、领受、感悟的“读解”心态，这是很可惜的结局，素材若再多作甄选，应该能够有同样另人赞叹，也同时会获得心服和受教的效果。

另外，不能因为公益广告整体乏善可陈，我们就感情用事地将一个有鲜明的优点和明显的硬伤的作品（尤其是“公益广告”）推举成典范，而恰恰在于它成为“典范”的同时，也有可能成为众矢之的，这样，对保护创意者的热情、理想和才情，未必是有益之举。



傅文俊



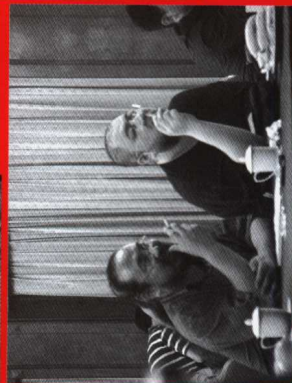
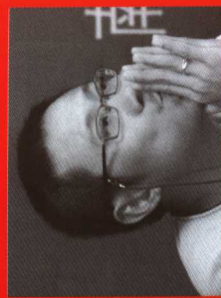
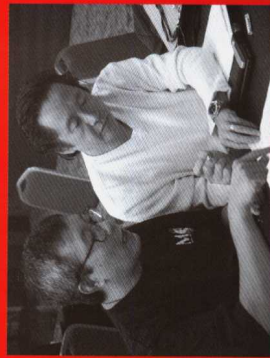
点评B12-121中德建交（雨刷篇）

30年的风雨历程，30年的共同发展创建了上海大众今天的无比辉煌。作者巧妙运用了大众汽车前挡风玻璃上两个协调一致的雨刷，在风雨中同步工作的情景，很好地将中德建交30年这一主题表现了出来。其考究的构图，柔和的色调，精致的执行，准确地传达出大众公司30年来辛勤服务于中国“大众”的理念及其周到严谨的工作作风。两个雨刷协调一致的感觉，还含蓄的象征着重中德双方友好发展的未来。本幅作品构思非常好，诉求点很准确。或在创意方面，或在执行方面均有其独特的表现。

潘洋



最让人感到骄傲和欣慰的是：我们看到了中国广告业在一年中的迅速发展，中国的广告人无论是从思想上还是创意制作上都在迅速提高、进步。可以说，为了赢取广告节大奖这一业内的至高荣誉，全国广告人都倾注了太多的心血和热情，这种力量也无疑会推动我们自己的事业渐入佳境。每届大赛都给我们无数的启发和思考。我们广告人，尤其是本土广告人更要多关心自己的文化，从自己的文化出发才会做出好广告，请相信，这是我们的作品真正融入世界广告主流的唯一坦途。





系列
晶彩
莹彩
晶灵
意彩
C O L O U R

 协茂纸业
HIAP MOH PAPER

www.协茂.com

北京公司 T/010-8352 2867 F/010-8352 3050
天津分公司 T/022-8383 0080 F/022-8383 0081
大连分公司 T/0411-4509 583 F/0411-4509 58
石家庄办事处 T/0311-3805 504 F/0311-3856 548
上海公司 T/021-63258 033 F/021-6544 4031

广州公司 T/020-8552 0329 F/020-8552 0373
广州门市部 T/020-8109 1024 F/020-8109 1031
深圳办事处 T/0755-2587 3426
厦门公司 T.F/0592-6037 678 F/0592-6037 676
贵阳办事处 T/0851-6821 595

南宁办事处 T.F/0771-5700 432
成都办事处 T/028-86654 746 F/028-86654755
昆明办事处 T/0871-3172682 F/0871-3172682

本作品集评委页用纸：康赛纤维104g，由协茂纸业（厦门）有限公司提供赞助

此为试读，需要完整PDF请访问：www.copyright.com