



23th 第二十三屆時報廣告金像獎專輯

TIMES ADVERTISING AWARDS ANNUAL

23th Times advertising Awards Annual

第二十三屆時報廣告金像獎專輯

- 發行人 余建新
- 總編輯 張金石
- 總策劃 林淑黛
- 主編 李淑娟
- 副主編 黃曉琪、柳妙華
- 執行編輯 王琚慎、李幼寅
- 企劃 王子蓓、王禮筠、劉宜貞、汪幼萍、曾瑞蘭、王莉雅
- 美術編輯 美工科技有限公司
企劃設計 楊適豪
- 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：(02) 2381-8720 分機1185、1186、1187
傳真：(02) 2331-2395
- 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 (02) 2874-2772
- 行銷企劃
- 出版日期 2001年6月
- 定價 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。

TS
15

百

致
龍
終非池中物
英雄胸中
百萬兵



二十三屆時報廣告金像獎

2000 TIMES ADVERTISING AWARDS ANNUAL

23th

TIMES ADVERTISING AWARDS ANNUAL



序

天下局勢可變，唯英雄胸中壯志千古不變

時代在變，世界在變，當新世紀來臨的時刻，人們赫然發覺，縱使面臨變天亦無所畏！因為民心會變、時勢會變、甚至連執政與在野的身份都可能改變！

回顧歷史，變局未必是亂局，也可能開創出更好的新局。最重要的是後繼者為了創造更輝煌的世代，以萬千豪情與才情，向前人的豐功偉業宣戰，誓言變天的勇氣。

對於原本就喜變善變的廣告人，唯一不變的可能就是：對於一年一度的時報廣告金像獎不變的關注。

一年來的鬥爭、無數慘烈的廝殺、所有流血與流汗的代價，都在開票的一刻，得到最後的答案。

對於廣告人而言，雖非勝者為王、敗者為寇，然而當握住金像獎、站上領獎台的一剎那，確實是有如奪得天下的君王般意氣風發！

滾滾長江東逝水，一代後浪推前浪，第廿三屆時報廣告金像獎，我們看到了新一代的廣告人胸中潛藏了超越前人的野心與成果。

當一代新人踩著舊人的肩頭而上，人們欣然接受變天的事實並為之徹夜歡呼至天明！

中國時報發行人

余建新



百變

蛟龍
終非池中物
英雄胸中
百萬兵



二十三屆時報廣告金像獎

目

錄

02 序

- 06 籌備委員
- 07 評審團主席總評
- 08 評審團介紹
- 10 得獎作品

10 平面類

- 11 最佳平面廣告金像獎
- 12 公共服務別
- 17 企業形象別
- 24 商品別-電器項
- 27 商品別-交通項
- 32 商品別-食品項
- 35 商品別-飲料項
- 40 商品別-個人用品項
- 46 商品別-電腦資訊項
- 50 商品別-文教項
- 54 商品別-觀光旅遊項
- 58 商品別-通訊事務項
- 61 商品別-金融服務項
- 65 商品別-通路服務項
- 71 商品別-網站項
- 75 商品別-其他項

79 海報類

84 戶外廣告類

89 影片類

- 90 最佳影片廣告金像獎
- 92 公共服務別
- 94 企業形象別
- 98 商品別-電器項
- 99 商品別-交通項
- 102 商品別-食品項
- 104 商品別-飲料項
- 107 商品別-家庭用品項
- 109 商品別-個人用品項
- 111 商品別-文教項
- 114 商品別-通訊事務項
- 120 商品別-金融服務項
- 123 商品別-通路服務項
- 127 商品別-網站項
- 129 商品別-其他項

134 廣播類

138 分類廣告類

142 評審實錄

- 144 複審評審 眾人的主觀，形成群體的客觀
- 146 決審評審 把關從嚴，得獎數探底 金獎總數不過半
- 162 總決審評審 精緻與幽默，於機鋒交會中勝出
- 168 評審整體論 不景氣的年代，仍對創意多所期待

176 附錄

177 附錄一：2000年水資源特別獎評審會

讓商業廣告蘊含更多對環境的關心

184 水資源特別獎得獎作品

190 附錄二：選舉與921廣告之延伸座談

新舊世紀交錯之際，談台灣廣告

198 九二一震災相關作品

208 總統大選相關作品

214 金像獎外一章

2000年時報廣告獎很不政治

216 23屆時報廣告金像獎得獎名單

228 跋

230 活動翦影

232 索引

蛟龍
於非池中物
英骨胸中
百萬兵



二
十
三
屆
時
報
廣
告
金
像
獎
2000 TIMES ADVERTISING AWARDS ANNUAL

籌
備
委
員

- 台北市廣告代理商業同業公會
胡榮澗 理事長(台灣電通董事長)
- 國際廣告協會中華民國分會(IAA)
沈達吉 理事長(清華廣告董事長)
- 台北市廣告業經營人協會(4A)
葉明桂 理事長(奧美廣告總經理)
- 台北市分類廣告職業工會
賴良平 理事長
- 政大新聞系
徐佳士 教授
- 上奇公司
張振明 總裁
- 上通廣告
林崇仁 董事長
- 太笈策略
洪志勳 總經理
- 伊登國際
阮世聞 董事長
- 百帝廣告
楊淑鈴 董事總經理
- 志上廣告
施劍塵 董事長
- 李奧貝納
冉龍華 總經理
- 東方廣告
蔡鴻賢 總裁
- 東奇廣告
蘇偉碩 總經理
- 英泰廣告
林呈綠 總經理
- 國華廣告
陳登榜 總經理
- 雪苧設計顧問
謝中川 董事長
- 麥肯集團
彭德湘 總經理
- 博上廣告
許益謙 總經理

- 博文廣告
吳炎輝 董事長兼總經理
- 博陽行銷顧問
莊欽裕 常務董事長
- 博達華商廣告
楊敏雄 董事長
- 喬商廣告
劉安立 總經理
- 智威湯遜
林文河 總經理
- 智得溝通
沈呂百 董事長
- 華得廣告
葉雪元 董事長
- 華懋國際廣告
蔡裕民 董事長
- 黃禾廣告
黃奇鏘 董事長
- 奧美廣告
莊淑芬 董事長
- 意識形態
鄭松茂 董事長
- 運籌廣告
曾百川 董事長
- 達一廣告
徐一鳴 董事長兼創意總監
- 達美高
鄭以萍 總經理
- 電通揚雅
熊起龍 董事長
- 聯旭國際
中根強 總經理
- 靈智廣告
唐淑芬 總經理
- 靈獅廣告
龐建輝 董事長
- 廣告雜誌
段鍾沂 發行人

評審團

評 總 席 主

每一次擔任廣告獎的評審都會得到一種額外樂趣，就是看到廣告與社會相互挑逗的過程；每一次社會有新的情緒，廣告就會為我們找出來。並不是每一次的廣告獎在創意上都是豐收的季節，今年有那麼多的從缺，可見創意和股市一樣的低迷。可是還是有很多新類型的廣告會出現，比如新投入的社會力量，像今年經過一次總統大選，政治競選廣告就變得非常活潑、生猛，並且在探索它的各種可能性；網站也是一個新的事業，它開始進入我們社會，成為廣告景觀的一環。有些事業，像電信業投入很多，我們因而看到很多活潑的電信廣告；也有些行業因為經濟不景氣而呈現衰退的現象，像房地產廣告。總之作為一個評審總有額外的收穫，讓我們看到各種情緒、各種動機、各種新生的力量，在社會上不停的更迭。如果有機會把時報廣告金像獎23年所有得獎作品排序下來，也許我們看到很多社會的線索。

二十三屆時報廣告金像獎評審團 主席

詹宏志

每次社會

有新的情緒，

廣告

就會為我們找出來。



李奧貝納 執行創意總監

王懿行

奧美廣告 執行創意總監

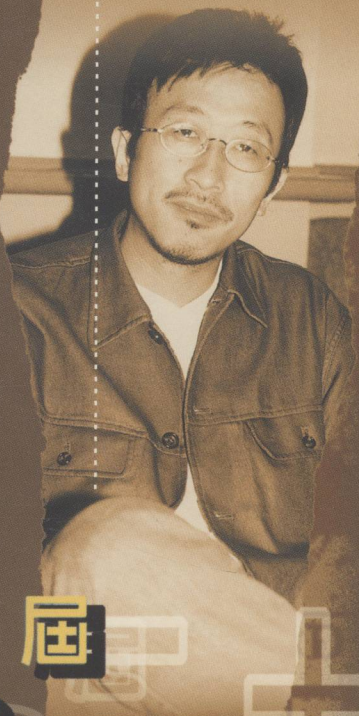
杜致成

碩心國際行銷 董事長

梁開明

麥肯廣告 執行創意總監

郭重均



第23屆時報廣告金像獎評審

TIMES A



上奇公司 執行創意總監

吳力強



達美高 總經理兼創意執行長

鄭以萍



文建會 副主委

羅文嘉



合廣告 創意總監

范可欽

黃禾廣告 總經理

何清輝

智得溝通 董事長

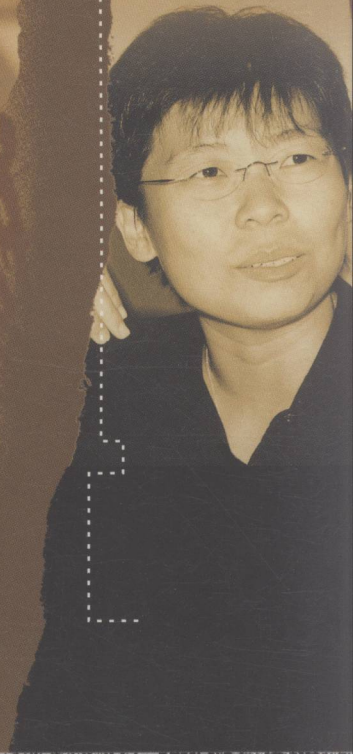
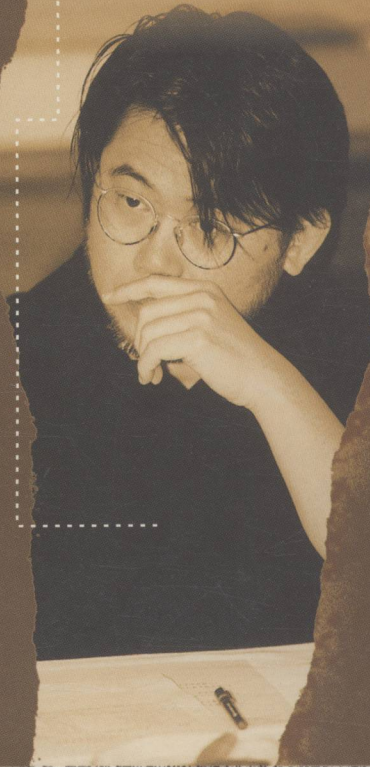
沈呂百

十月影視 負責人

符昌鋒

政大 廣告系副教授

陳文玲



專



二十三屆時報廣告金像獎 評審主席

PC Home Online 網路家庭集團 董事長

詹宏志

VERTISING AWARDS ANNUAL



台灣電通 創作部副總經理

林森川



意識形態 執行創意總監

許舜英



盛世長城 中國區總經理

陳薇薇



英泰廣告 總經理

林呈緣

百變

致
龍
給
非
池
中
物
其
尊
胸
中
百
萬
兵



二十三屆時報廣告金像獎得獎作品

平 面 類



最佳平面廣告金像獎

中興百貨—衣櫃篇、貨架篇

廣告主：中興百貨

廣告代理：意識形態

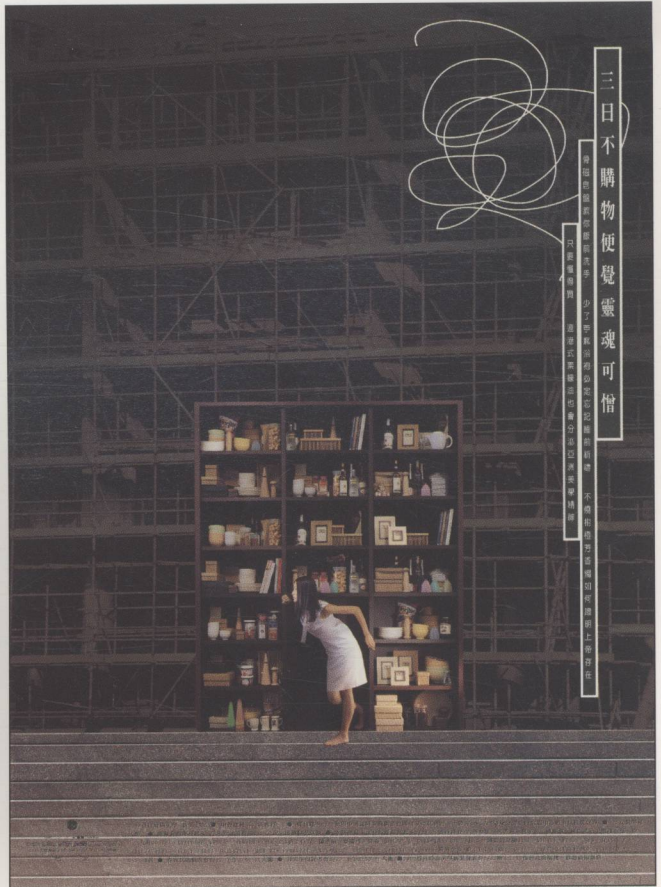
業務服務：唐榕

文案：石孟慈

創意總監：許舜英

美術指導：林建宏

創作主旨：物慾橫流光是買還不夠，還要不斷的買大量的買，它就是現代消費最極致的消費心理。



銀像獎

台權會蘇建和案—希望我們在這裡系列

廣告主：台灣人權促進會

廣告代理：聯旭國際

業務服務：邱紹民

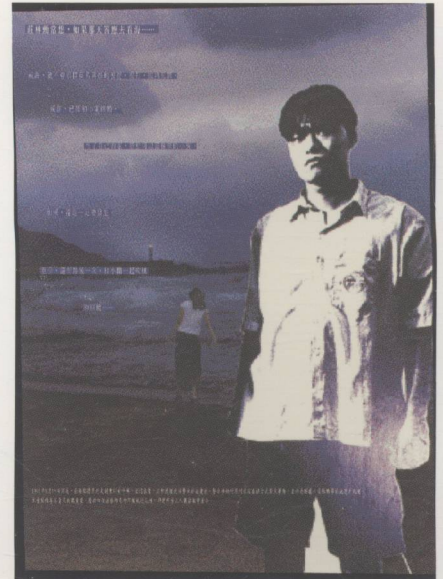
文案：賴治怡

客戶總監：邱惠卿

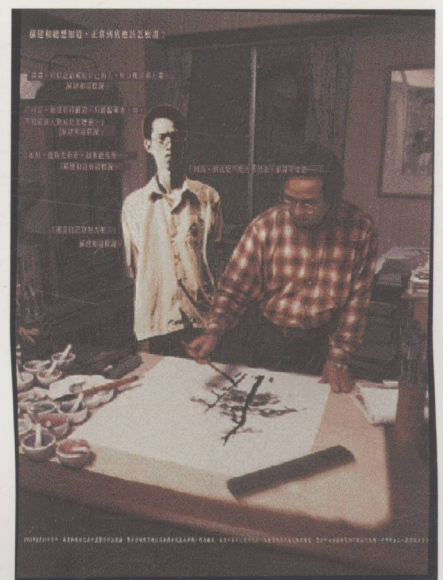
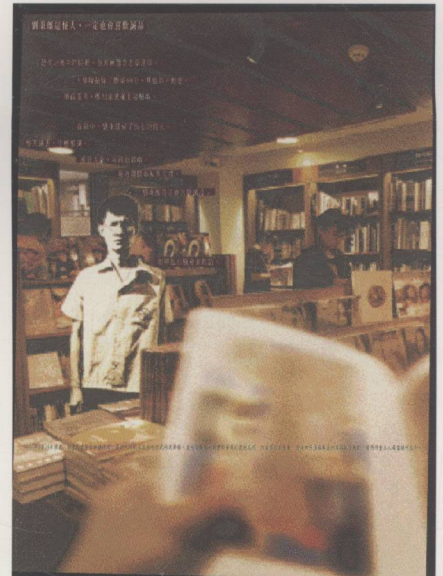
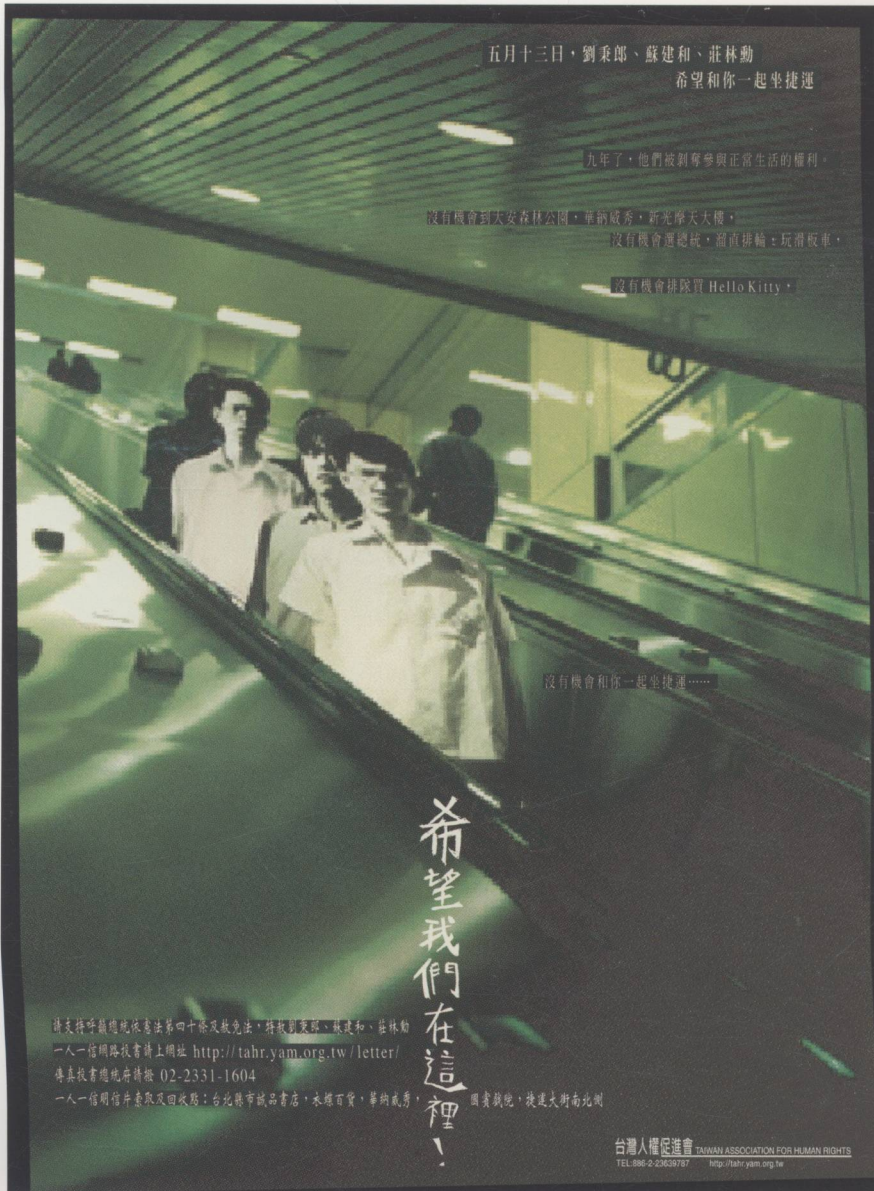
創意總監：曾淑美、林立生

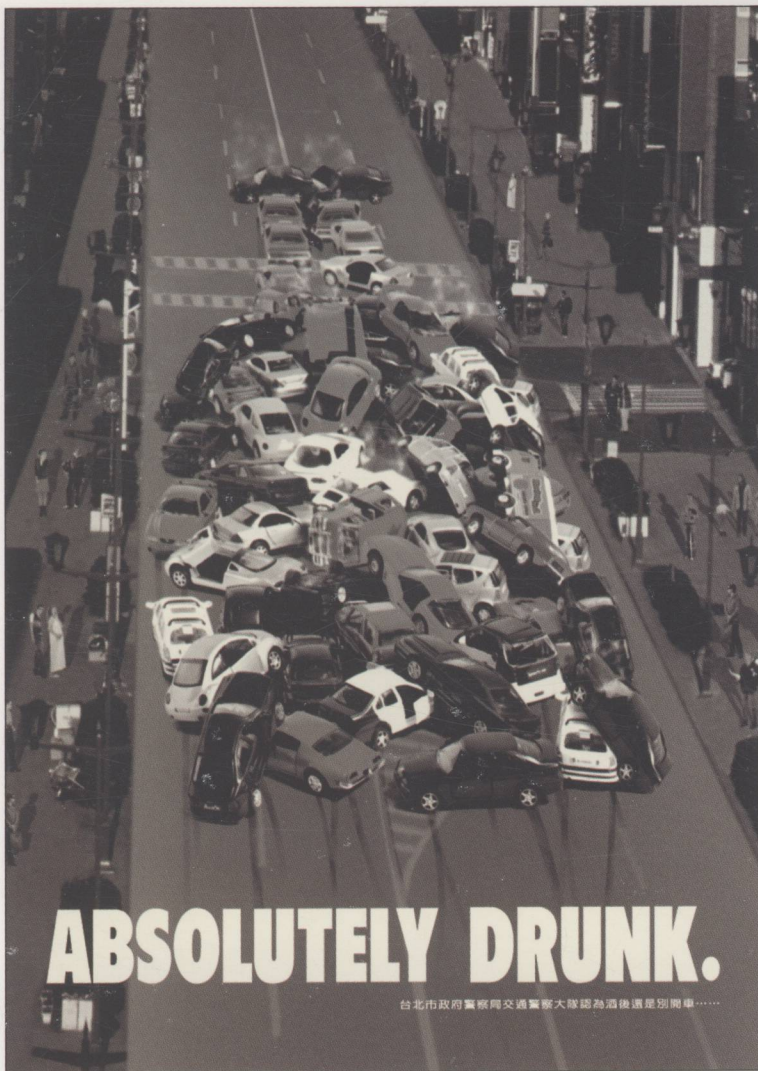
美術指導：盧錦琴、鍾宜成

創作主旨：沒有證據，被關了九年，蘇建和、莊林勳、劉秉郎三人就這樣殘酷的剝奪了參與正常生活的權利，這個社會欠他們其實不只是九年，而是長久被漠視的人權勇氣！希望我們在這裡只是個過程，希望還他們一個公道才是結果！



02





03

03

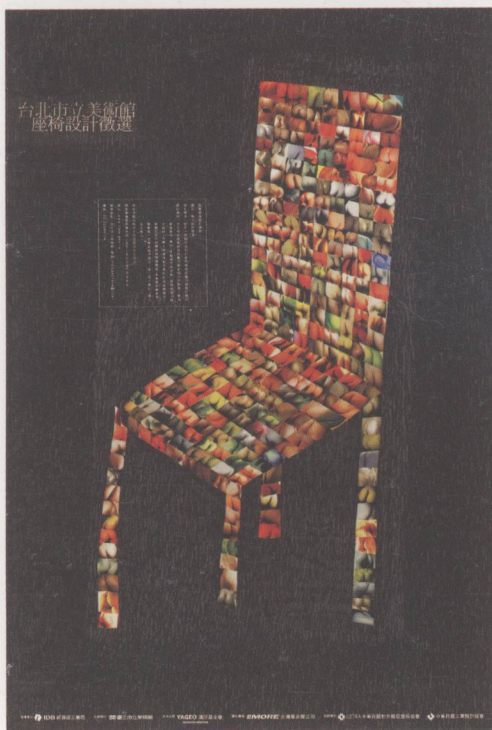
銅像獎

北市政府警察局交通警察大隊—Absolut 酒瓶篇
 廣告主：台北市政府警察局交通警察大隊
 廣告代理：麥肯廣告
 業務服務：馬安琪
 文案：李敬媛
 創意總監：郭重均、鄭硯中
 美術指導：鄭硯中
 創作主旨：以其人之道還其人之身，運用知名酒商的知名廣告形式，傳達「酒後不開車」。

04

佳作獎

北美館一椅子篇
 廣告主：北美館
 廣告代理：奧美廣告
 業務服務：曾拓榮、徐筱琦
 文案：朱玲瑤
 客戶總監：葉明桂
 創意總監：杜致成
 美術指導：蔡施文
 創作主旨：設計一把椅子吸引大家用他的好腦子想把好椅子。



04

公
共
服
務
別

佳作獎

921系列-在地的愛、孤兒安泰、聲聲感謝、再造家園

廣告主：安泰人壽台灣分公司

廣告代理：達一廣告

業務服務：黃素鈴

文案：徐一鳴

客戶總監：徐一宜

創意總監：徐一鳴

美術指導：周炯輝

插畫：江惠如

創作主旨：在地的愛篇：突如其來的九二一大地震，不但震傷台灣也震傷國人。安泰在災變發生後，迅速決定捐款與應變的措施，並以最快的速度成立「安泰緊急應變小組」，深入災區協助抗災。同時也期望台灣各界給予九二一災民關懷幫助。孤兒安泰篇：除了在九二一災變後馬上採取緊急的協助措施，也當機立斷設立「九二一安泰撫育金」專案，希望能提供長期的支援，讓九二一中受災的孤兒能在長大成人前生活無虞。聲聲感謝篇：九二一大地震雖然帶給台灣人民嚴重創傷，但全國各界也充分展現了同胞大愛，有錢出錢，有力出力，對於能共伸援手的安泰全體同仁及物流運輸業者如大潤發，安泰表達感激。再造家園篇：安泰除了在災變發生後，以最快的速度成立「安泰緊急應變小組」，以及「九二一安泰撫育金」專案，並特別成立「吾愛吾家」修繕貸款專案，提供災民就業機會與訓練，希望災民能重新站起來。

在地的災害，需要 在地的愛

九二一以後的過去，是痛了台灣，也痛了全世界。在災區中，我們看見了無數的災民，他們在失去家園、失去親人、失去工作、失去希望的情況下，在災區中掙扎求生。在災區中，我們看見了無數的災民，他們在失去家園、失去親人、失去工作、失去希望的情況下，在災區中掙扎求生。在災區中，我們看見了無數的災民，他們在失去家園、失去親人、失去工作、失去希望的情況下，在災區中掙扎求生。

Etna 美國安泰人壽
真誠的保險服務
1908亞洲最佳保險公司
2007台灣最佳保險公司 | 080-011-686
http://www.etna.com.tw

05

台灣安泰 孤兒安泰

九二一這天，一場災難，摧殘了台灣，也摧殘了國人心中那顆最柔軟的心。安泰人壽台灣分公司，在災變發生後，迅速決定捐款與應變的措施，並以最快的速度成立「安泰緊急應變小組」，深入災區協助抗災。同時也期望台灣各界給予九二一災民關懷幫助。孤兒安泰篇：除了在九二一災變後馬上採取緊急的協助措施，也當機立斷設立「九二一安泰撫育金」專案，希望能提供長期的支援，讓九二一中受災的孤兒能在長大成人前生活無虞。

Etna 美國安泰人壽
真誠的保險服務
1908亞洲最佳保險公司
2007台灣最佳保險公司 | 080-011-686
http://www.etna.com.tw

車車的關愛 聲聲的感謝

九二一這天，一場災難，摧殘了台灣，也摧殘了國人心中那顆最柔軟的心。安泰人壽台灣分公司，在災變發生後，迅速決定捐款與應變的措施，並以最快的速度成立「安泰緊急應變小組」，深入災區協助抗災。同時也期望台灣各界給予九二一災民關懷幫助。聲聲感謝篇：九二一大地震雖然帶給台灣人民嚴重創傷，但全國各界也充分展現了同胞大愛，有錢出錢，有力出力，對於能共伸援手的安泰全體同仁及物流運輸業者如大潤發，安泰表達感激。

Etna 美國安泰人壽
真誠的保險服務
1908亞洲最佳保險公司
2007台灣最佳保險公司 | 080-011-686
http://www.etna.com.tw

想重建一個家 請加入我們這一家

九二一這天，一場災難，摧殘了台灣，也摧殘了國人心中那顆最柔軟的心。安泰人壽台灣分公司，在災變發生後，迅速決定捐款與應變的措施，並以最快的速度成立「安泰緊急應變小組」，深入災區協助抗災。同時也期望台灣各界給予九二一災民關懷幫助。再造家園篇：安泰除了在災變發生後，以最快的速度成立「安泰緊急應變小組」，以及「九二一安泰撫育金」專案，並特別成立「吾愛吾家」修繕貸款專案，提供災民就業機會與訓練，希望災民能重新站起來。

Etna 美國安泰人壽
真誠的保險服務
1908亞洲最佳保險公司
2007台灣最佳保險公司 | 080-011-686
http://www.etna.com.tw

佳作獎

兒福聯盟—心裡的震央系列

廣告主：兒福聯盟

廣告代理：龍傑琦創意工作室

文案：龍傑琦

創意總監：龍傑琦

攝影：長瀨影視

美術指導：龍傑琦

創作主旨：用災區懵懂無知孩子的眼光來看 921 大地震，就像一場好玩的遊戲，其實真正的餘震是在他們日後生活遭受困難才開始。兒福聯盟呼籲一時的善念並不足以解決問題，對他們更須專心專業一輩子。

