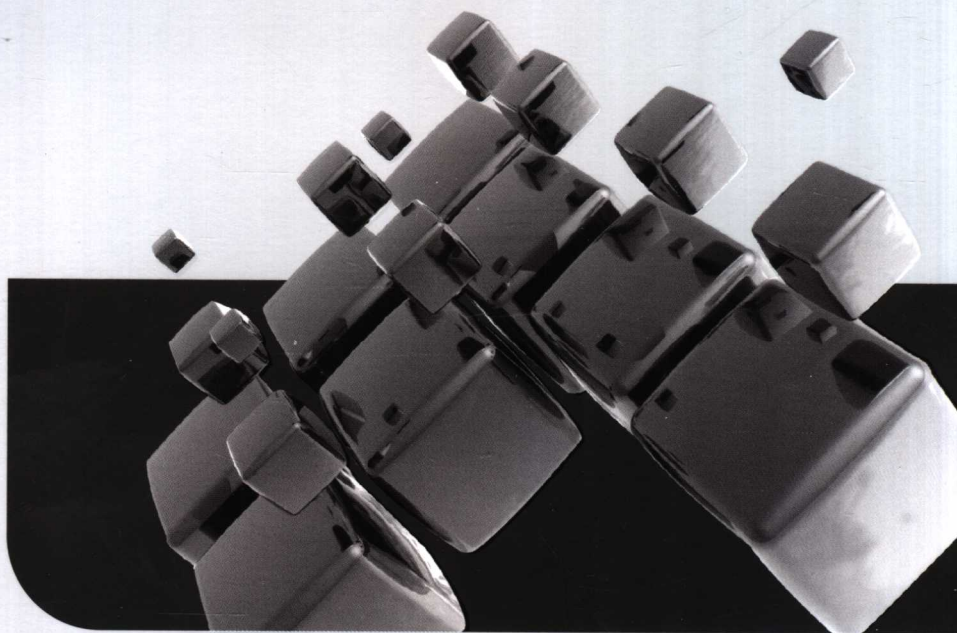




上海信息化公益广告

PUBLIC SERVICE ADVERTISING OF DIGITAL SHANGHAI

2004年大赛作品集

ANTHOLOGY OF COMPETITION

Originality

创意

Innovation

创新

Creation

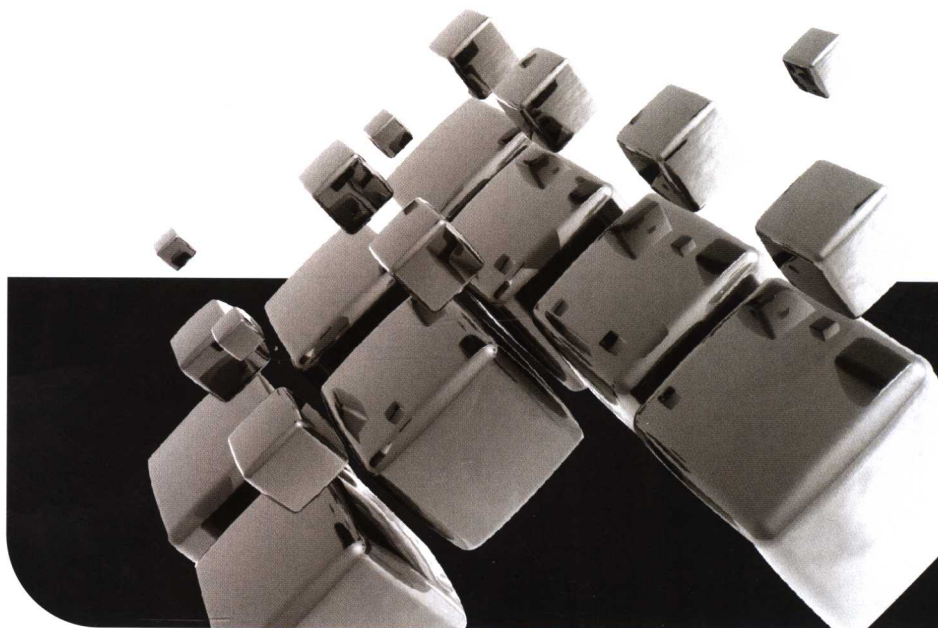
创造

Pioneer

创业

学林出版社

上海电信杯



上海信息化 公益广告

PUBLIC SERVICE ADVERTISING OF DIGITAL SHANGHAI

2004年大赛作品集

ANTHOLOGY OF COMPETITION

学林出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

上海信息化公益广告2004年大赛作品集 / 上海信息化公益广告大赛编委会 编.

——上海: 学林出版社, 2004.12

ISBN 7-80668-854-4

I. 上 ... II. 上 ... III. 广告—设计—作品集—中国—2004 IV. J524.3

中国版本图书馆CIP数据核字 (2004) 第136575号

上海信息化公益广告2004年大赛作品集



主 编: 上海信息化公益广告大赛编委会

责任编辑: 吴耀根

装帧设计: 周 韧

责任监制: 叶 刚

出 版: 上海世纪出版集团

学林出版社 (上海钦州南路81号3楼)

电话: 64515005 传真: 64515005

发 行: 新华书店上海发行所

学林图书发行部 (钦州南路81号1楼)

电话: 64515005 传真: 64515005

印 刷: 上海图宇印刷有限公司

开 本: 787 X 960 1/16

印 张: 5.25

字 数: 12万

版 次: 2004年12月第1版

2004年12月第1次印刷

印 数: 2500 册

书 号: ISBN 7-80668-854-4/J·34

定 价: 40.00元 (含光盘)

序言

< Preface

2004年上海电信杯“发展中的上海信息化”公益广告大赛历时一个半月，征集影视及平面作品共近1200件，得到了来自上海、北京、天津、重庆、浙江、广东、安徽、山东、陕西、湖北、江苏、江西、河南、四川、辽宁、黑龙江、广西、河北、山西、福建、吉林、云南等二十二个省直辖市的广告公司同仁和大专院校学生的支持，取得了不俗的成绩，为此，大赛组委会真诚地感谢所有关心上海信息化建设的广告人和积极参赛的创作者！

一个城市有一个城市的记忆！

城市的记忆中有我们的文明、思想和信仰的故事，也有我们的想象、形象和心象的节点。上海的数字化进程大大地改变了上海的城市形态和生活形态，构建了新的沟通渠道和感知神经，同样也造就了这个城市的新的思想现实和心智方式。这些重要的变化必然会反映在城市的记忆中，尤其反映在城市的“数字记忆”中。

这本广告作品集就是很好的佐证。它以极富艺术灵性的语言和符号，感性地记录了创作者对“数字上海”的认知深度和创意自由度，摹写了上海城市信息化对上海生活的改变和重塑。

反映上海城市信息化的广告是现代文化生活中新的内容，同样也是反映社会文化品位和经济盛衰的指标。

从广告发生学的角度看，广告总在诉说着时代的匮乏和想象的可能。

广告，应该成为城市的风景。

现在，速度似乎可以征服一切！太多的人为了搭上通向未来的夜行班车，匆匆赶路，结果忘了看风景。

广告，应该能够复现瞬间的激动。

现在，学会遗忘似乎就等于学会记忆！太多的人为了记住更多的精彩，结果把瞬间的激动封存于记忆深处，一切都在遗忘中消散！

广告，应该保持鲜活。

现在，制造的概念被概念的制造所代替。太多的人为了让历史携带方便，把湿漉漉的欲望捋成了干巴巴的概念，一切都被真空化了。

由此，让我们返回原点，捕捉细节，重新阅读，敏锐我们对“数字城市、数字上海”的创意感觉！

我们还在继续……

主办单位:

上海市信息化委员会

协办单位:

上海市工商行政管理局

上海师范大学

上海市电信有限公司

ORGANIZING COMMITTEE

主任:

范希平 方惠萍 俞立中 程锡元

常务副主任:

周卫东

副主任:

钟建国 吴 敏 项家祥 王 胜

顾问:

施兴德

秘书长:

张 玥 金定海

成员:

苗锦鹤	张红冰	饶明华	邱士龙
项 翔	姚诗煌	何晓鲁	王昊青
唐 勇	赵勇智		

与时俱进 创意未来

一、评审标准

- 1、创作主题准确
- 2、创意独特
- 3、制作精良

二、评审程序

1、入围作品的确定

(1) 评委先对平面、影视(脚本)、网络动画参赛作品逐一视听后,以无记名投票方式进行评选(每评委一票)。

(2) 按参评作品数量的10% - 15%作为入围作品。如遇截止票票数相等,则同时入围。

(3) 确认入围作品后,对未入围的作品按项分别进行复审,有一名评委提议,二名评委附议、可对某个入围作品进行表决。经二分之一以上评委同意,则确认入围(此作品不受入围作品总数制约)。

2、等级奖作品的评选

(1) 等级奖分为一、二、三等奖。等级奖候选作品为全部入围作品。一、二、三等奖按类别分项评选。

一、二、三等奖的比例一般按1:3:6掌握(可以空缺)。如果按比例计算一、二、三等奖的件数不是整数时,按四舍五入计算。

(2) 评委对入围作品分项视听,根据评选标准对候选作品进行逐一投票。

(3) 根据投票结果和各项等级奖的数目,按得票数多少进行排序,产生铜奖以上获奖作品。截止票数相同的作品评委再议,再次投票评选,直至达到各项等级奖的规定数目(即一、二、三等奖获奖数之和)。

(4) 对三等奖以上作品进行逐一投票,按票数多少和三等奖比例数目产生三等奖获奖作品(按倒计数方式截取作品)。

(5) 对一、二等奖以上作品评选时,经评委视听和充分研讨、议论后进行投票,按票数多少和金奖比例数目产生一等奖获奖作品。余数作品即为银奖获奖作品。

(6) 若评委认为在某项参赛作品一等奖应当空缺,在投票前经一名评委提议、两名附议,三分之二以上评委通过,即可空缺。按同样程序,亦可增加一等奖的数目。

三、对作品的否定

由评选委员会及上海信息化委员会的领导对参评作品进行审查,如有违背广告法规的,将取消评审资格并向各评委通报。

四、其他规定

1、评委对本公司或本院校的作品在评选中采取回避制(不表白,不提议,不暗示),但可投票。

2、如发现抄袭行为的作品,一名评委提议,二名评委附议,即可对此作品进行表决,超过半数的评委同意,即可确定对该作品取消或保留参评资格。

3、评选工作人员在评选过程中,对送展单位、送展地区等作品的背景情况应严格保密。评选结束后,评委和工作人员应对评选过程和结果严格保密。

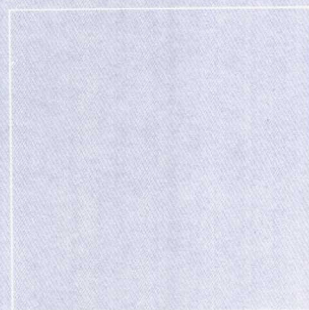


2004年11月

评委背景资料介绍

金 定海

教授
上海师范大学 副院长
中国对外经贸协会 副会长
时报华文奖评委



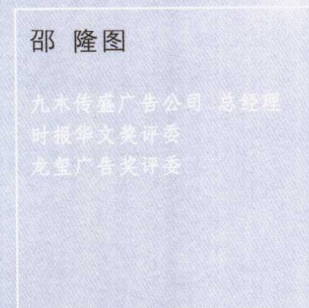
吴 敏

上海市工商行政管理局
广告管理处 处长



邵 隆图

九木传盛广告公司 总经理
时报华文奖评委
龙玺广告奖评委

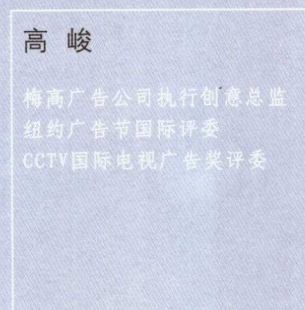


劳 双恩

智威汤逊广告有限公司
东北亚区创意总监
戛纳广告节评委
金犊奖评委

高 峻

梅高广告公司执行创意总监
纽约广告节国际评委
CCTV国际电视广告奖评委



张 惠辛

资深广告人
中国广告杂志主编
中国cis年鉴编委会主任



裘 东明

资深广告人
上海广告协会理事



梁 健

资深广告人



杨 舸

同盟广告有限公司创意总监





数字上海的魅力。

数字似乎是最古老的，在今天却变得如此神秘。现如今，科技的飞速发展给它蒙上了更多的传奇色彩，看不见摸不着却又无处不在，当您觉得懂那么一点时，一时间就变得全然无知。在信息时代，“数字”没跟谁商量好就已经改变了我们的生活，“数字上海”也就更显出它的魅力所在了，真得很感谢有这样的一次创意盛会，让我在与时俱进的高速路上又懂得了许多。

——高峻

只有公益才有巨大的感召力和持久性；

只有信息才能穿透时空、跨越国界；

只有广告才能吸引年长的、年轻的男人、女人的参与；

只有大赛才能聚集大家的智慧和才干；

只有传播才能有效地到达公众的眼前和心中。

——邵隆图

发展中的上海信息化公益广告大赛在相关政府部门共同筹划、企业鼎力支持、广告业界和广告学术界的积极参与下，取得了圆满成功。此次活动显示了公益广告在促进上海的文明进步，展示上海城市精神方面不可替代的重要作用，也为今后公益广告活动的运作积累了一定有益的经验。我们工商行政管理部门将不断努力，积极探索上海公益广告良性发展的运行机制，促进上海公益广告更上层楼。

——吴敏

广告的本质是商业的。然而，人性永远有正义的一面，社会也一刻不能缺失良知。作为一种平衡，公益广告将有永恒的生命力。这场由上海市信息委、上海市工商管理局、上海师范大学与上海电信联合主办的公益广告大赛，正是一种将上海乃至整个中国推向更高的科学文明的努力！我要向主办单位致敬，同时作为一个上海公民，我为能够尽一份绵薄之力而感到骄傲。

——张惠辛

信息化已经成为城市建设中的一个重要环节，倡导信息化的理念也越来越必要。这次“发展中的上海信息化”公益广告大赛，把一个宏观的、抽象的概念转变为切实可见的广告作品，比赛也极大地激发了参赛者的创作热情，繁荣着上海的信息化建设。更让我们欣慰的是，通过这次公益广告比赛，每个参赛者、每个评委、每个主办单位都直接参与到这次公益广告活动中来，这对于上海公益广告的发展是一个非常有力的推动。

——梁健

广告的本质就是要让人感动。所谓感动，即有所感，有所知，有所思，有所动。本届大赛出现了许多好作品，能够把十分虚玄抽象的数字化、信息化等网络概念表现得如此感性、生动，是为成功之举。

——金定海

在城市户外广告发展中，公益广告的比重应该加大，本次“发展中的上海信息化”公益广告比赛，对于发展公益广告事业起到了很大的作用。本次大赛有一个特点：就是要表现“网络化、数字化”这样一个抽象的概念，这是有难度的。衡量一个公益广告优秀与否，一是看这则广告有没有良好的视觉表现，能不能吸引受众的眼球，二是看作品能不能提供积极的想象空间。用这两个标准来衡量本次大赛的获奖作品，它们都有很高的专业水准，从这个角度来看，这次比赛是成功的。

——裘东明

信息化是城市建设中非常重要的方面，作为广告人，我们恰好可以充分利用自己的专业为这个城市服务，从这个角度上讲，本次比赛非常具有意义。在参赛作品中，我们看到了非常多的闪光点，对于参赛者的热情也感受非常深刻，尤其是在本次比赛中还有几位残疾人士参加，更是充分体现了比赛的公益性质。非常真诚地预祝“发展中的上海信息化”活动越办越好！

——杨舸

优秀的广告作品有很旺盛的生命力，它可以非常长久地影响着。发展上海的信息化建设是一个非常重要的政府工作，但需要我们每个人的努力和付出。本次公益广告比赛号召专业人士进行广告创作，充分发挥了广告人的热情，也发挥了广告的作用。希望在以后的比赛中能够看到更多更好的作品。

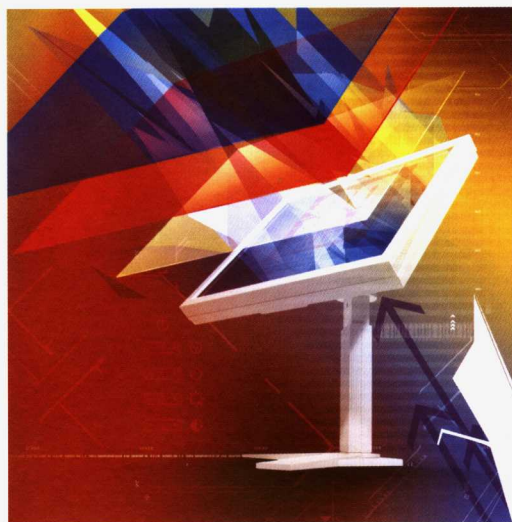
——钟锡强

我参加过国际上许多颇有影响的广告大赛评审工作，但没有哪一个国家真正的把广告比赛与公共事业结合的这么紧密。信息化的发展，对人民生活水平的提高，城市文明程度的提升具有十分重要的意义，本次“发展中的上海信息化”公益广告大赛，真正体现了我们政府与广告人对于公益事业的支持与热情。真诚地预祝信息化大赛活动越办越好！

——劳双恩



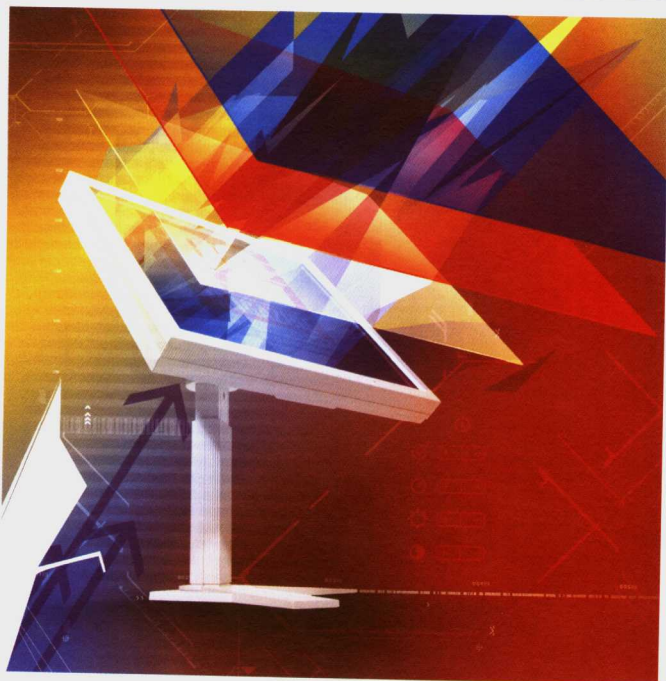
目录 < CONTENTS



10	平面银奖
14	平面铜奖
24	平面入围奖
58	平面特别奖
61	影视金奖
64	影视银奖
66	影视铜奖
72	影视入围奖
79	获奖名单



平面银奖 Silver Awards for Press >



“窗口”很小，世界很大



阁楼的一角展露于画面下端，右上方则是更为空旷的空间，“窗子很小，世界很大”的主题呼之欲出，而手指的图标则画龙点睛地和“信息化”主题相切合，非常巧妙生动。

作品名称：窗口篇
创意成员：蒋晨 钱骏
创作单位：上海师范大学人文与传播学院





诚信是财富

讲诚信才有持久效益

清晰的指纹，演变为钱币的形状，画面干净清晰。
指纹象征着诚信，钱币则代表了财富，指纹与钱币巧妙地结合在一起，广告的寓意传达得非常明确。



作品名称：诚信是财富

创意成员：陈迪曦

创作单位：四川美术学院美术教育系



两个车子之间空着一个车位，出人意料的是
一张放大的交通卡。在e时代里，最in的“交通工
具”不是名牌汽车，而是一张交通卡，有了它足
以畅行天下。

作品名称：交通卡篇

创意成员：商国魁

创作单位：上海师范大学人文与传播学院





平面铜奖 Bronze Awards for Press >

