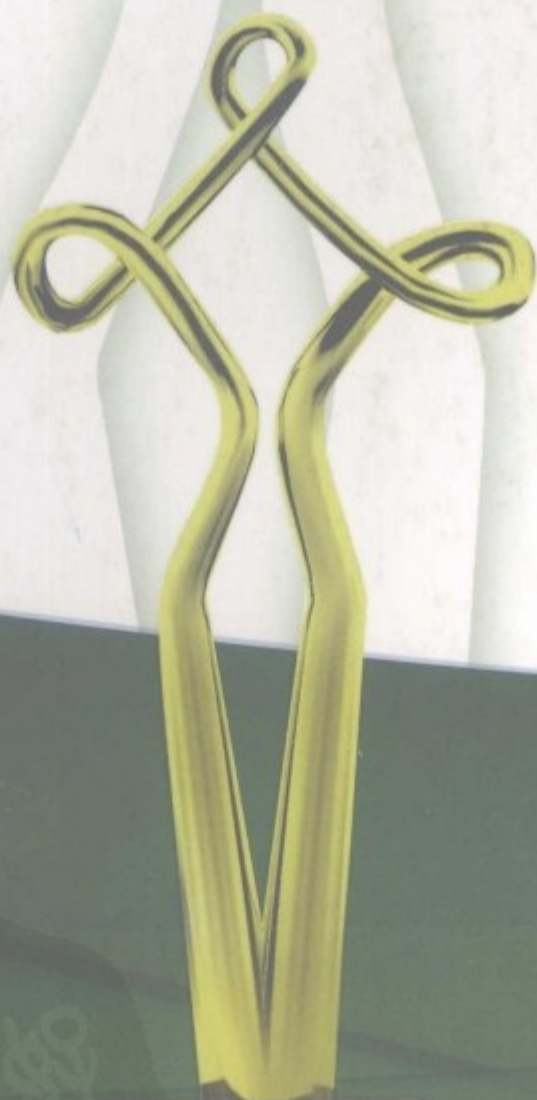




第十五届中国国际广告节  
“国酒茅台杯”  
中国公益广告黄河奖  
获奖作品集

中国广告协会 编



中国工商出版社



ISBN 978-7-80215-286-1



9 787802 152861 >

定价 48.00元

第十五届中国国际广告节  
“国酒茅台杯”中国公益广告黄河奖  
获奖作品集

中国广告协会 编



策划编辑：李稳定  
责任编辑：杨爱军

### 图书在版编目 (CIP) 数据

第十五届中国国际广告节“国酒茅台杯”中国公益广告黄河奖获奖作品集 / 中国广告协会编.  
—北京：中国工商出版社，2008.9

ISBN 978-7-80215-286-1

I. 第… II. 中… 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 (2008) 第147598号

书名：第十五届中国国际广告节“国酒茅台杯”中国公益广告黄河奖获奖作品集

---

编者：中国广告协会

出版·发行：中国工商出版社

经销：新华书店

印刷：廊坊市佳艺印务有限公司

开本：880毫米×1230毫米 1/16 印张/31 字数/20千

版本：2008年10月第1版 2008年10月第1次印刷

---

社址：北京市丰台区花乡育芳园东里23号 (100070)

电话：(010) 63730074 63748686 电子邮箱：zggsCBS@263.net

出版声明：版权所有，侵权必究

---

书号：ISBN 978-7-80215-286-1/J·2

定价：480.00元

(如有缺页或倒装，本社负责退换)



---

## 前言

---

### 关注民生·共建和谐

2006年，中国首届“国酒茅台杯”电视公益广告大奖赛在国家工商行政管理总局的指导下，在贵州省工商行政管理局的主办努力下，取得了圆满成功。大奖赛不仅完成了公益广告作品的征集评选，而且将全民公益精神的关注与茅台品牌内涵的传播进行了有效的连接。

2008年，国家工商行政管理总局进一步批示：“同意将‘国酒茅台杯’中国公益广告大赛纳入第十五届中国国际广告节的活动内容”。

相信在中国国际广告节这样一个国家级、国际性的平台上，具有思想性、教育性、制作精良的优秀公益广告作品将得到进一步的推广和传播，更多体现时代精神、反映百姓愿望的优秀公益广告作品能不断涌现出来，公益广告对传播先进文化、塑造高尚精神、引领文明风尚的积极作用将进一步得到深化。同时，对于冠名此次活动的贵州国酒茅台而言，也可以推动茅台品牌的公益内涵进一步巩固，更体现其厚重的社会责任感。

时志



---

# 目 录

---

001 第十五届中国国际广告节“国酒茅台杯”中国公益广告黄河奖 | 年度奖

002 年度奖作品

133 获奖名单

---

139 第十五届中国国际广告节“国酒茅台杯”中国公益广告黄河奖 | 创作奖

140 创作奖作品

297 获奖名单

---

303 第十五届中国国际广告节“国酒茅台杯”中国公益广告黄河奖 | 抗震救灾奖

304 抗震救灾奖作品

479 获奖名单

---

485 评委名单

490 编委会

---



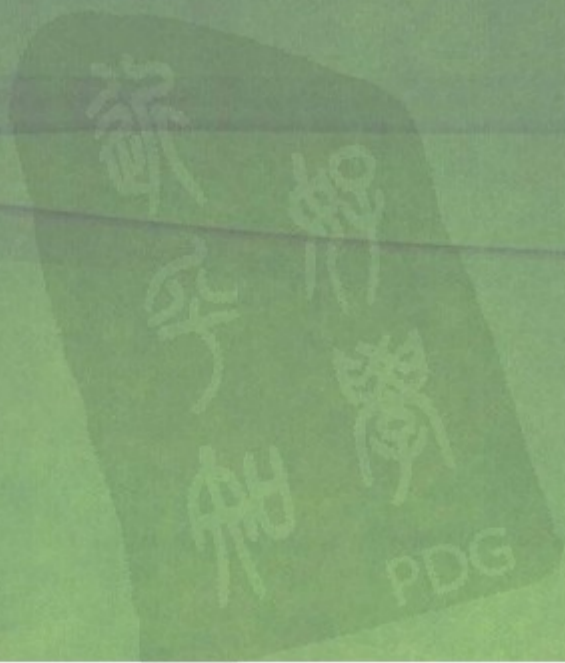


第十五届中国国际广告节  
“国酒茅台杯”中国公益广告黄河奖

---

年 度 奖

---





人来了



www.wwfchina.org

B1-107(1)



B1-107(2)



B1-107(3)

B1-107(1.2.3)

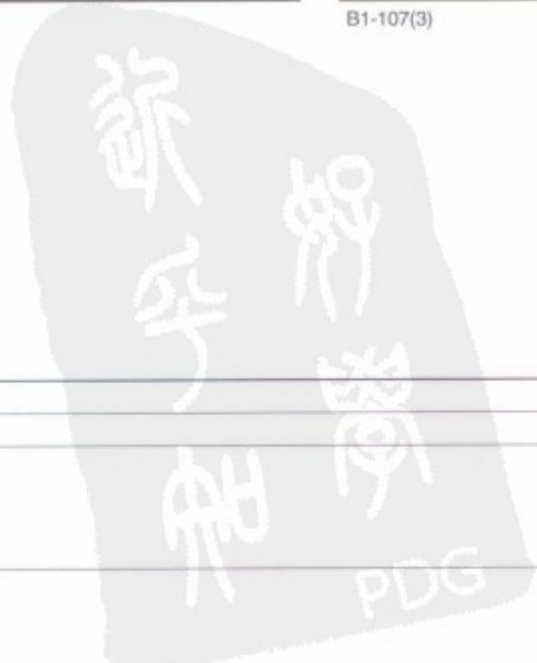
金奖

作品名称: 年度之《动物保护》

广告客户: WWF 世界自然基金会

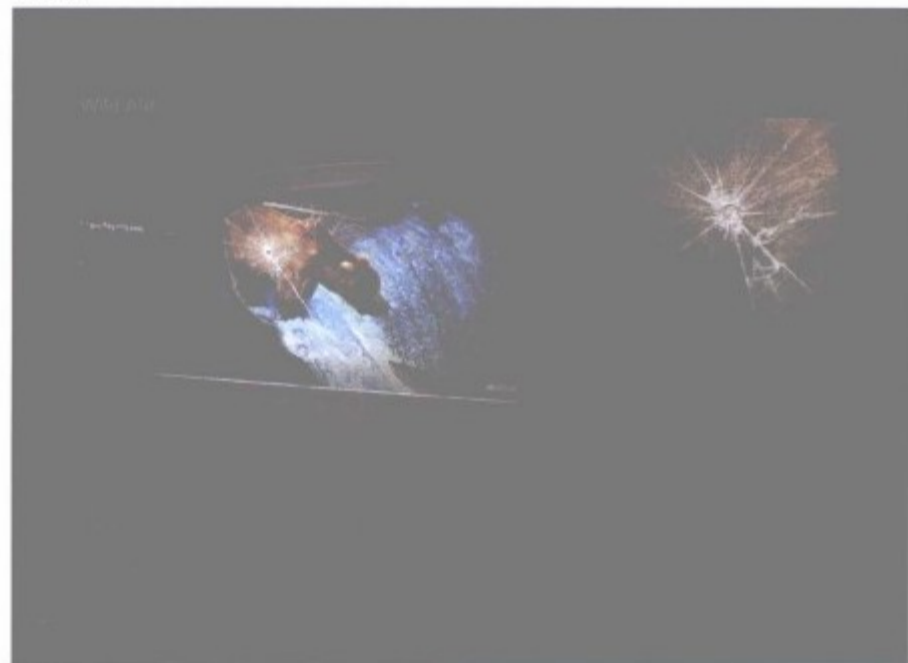
广告公司: 南京金风帆传播集团南京金风帆广告有限公司

创意总监: 刘靖





D1-93(1)



D1-93(2)



D1-93(3)

D1-93(1.2.3)

金奖

作品名称:《买卖就是杀害(大象、鲨鱼、熊)》

广告客户: 野生动物保护组织

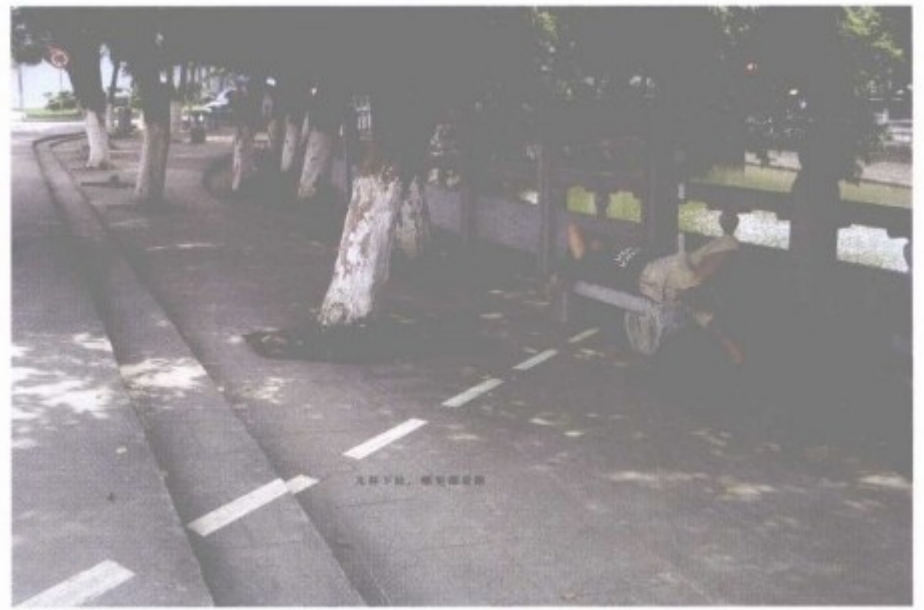
广告公司: 智威汤逊中乔广告有限公司上海分公司

创意总监: 劳双恩 杨耀淙 刘美贵 杨福兴





B1-208(1)



B1-208(2)



B1-208(3)



B1-208(4)

B1-208(1.2.3.4)

银 奖

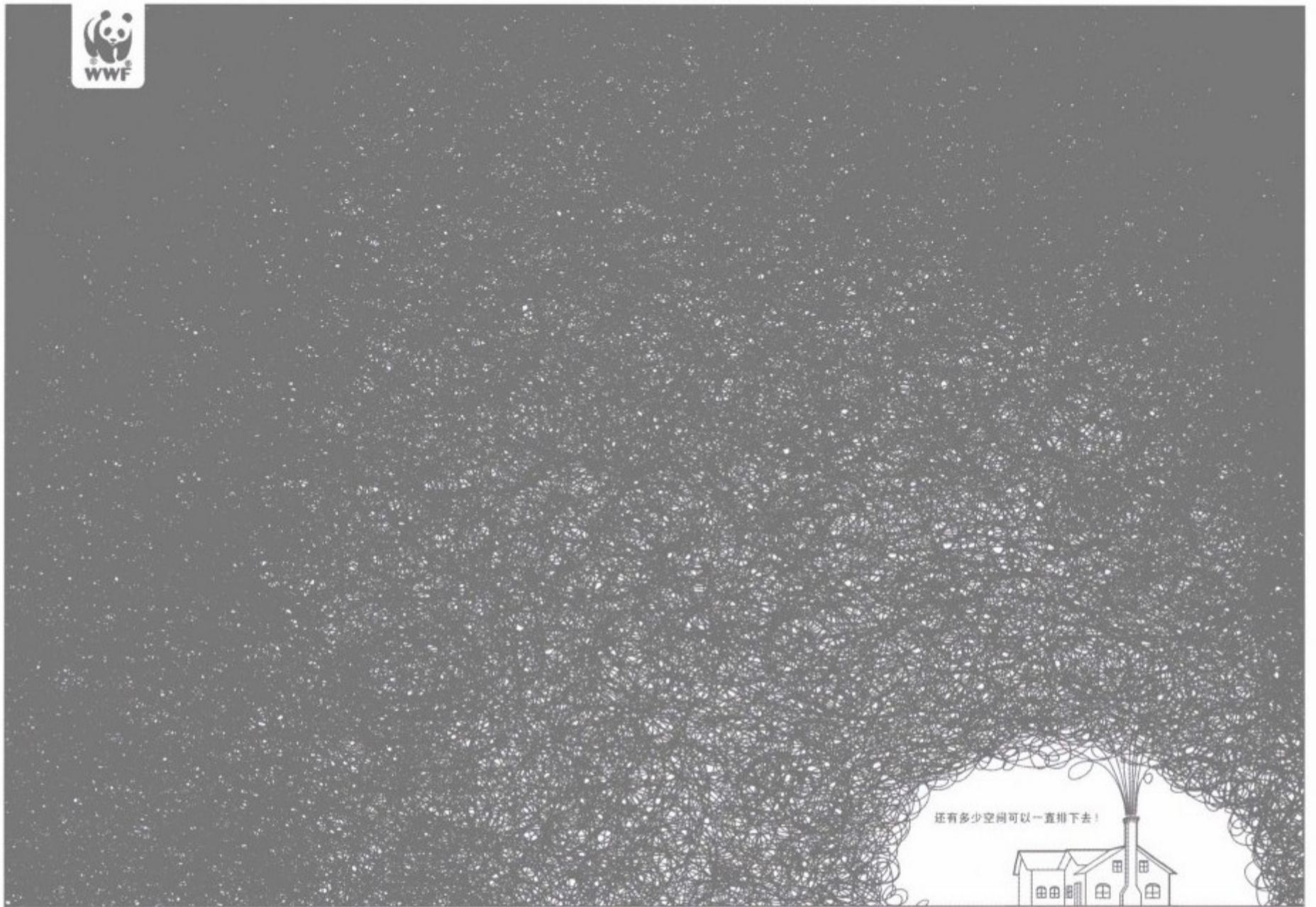
作品名称：几杯下肚，哪里都是路？《公路篇》《荷塘篇》《湖畔篇》《加油站篇》

广告客户：桂林市七星交警大队

广告公司：广西省桂林梅高广告策划有限公司

创意总监：谭伟就 杨惠忠

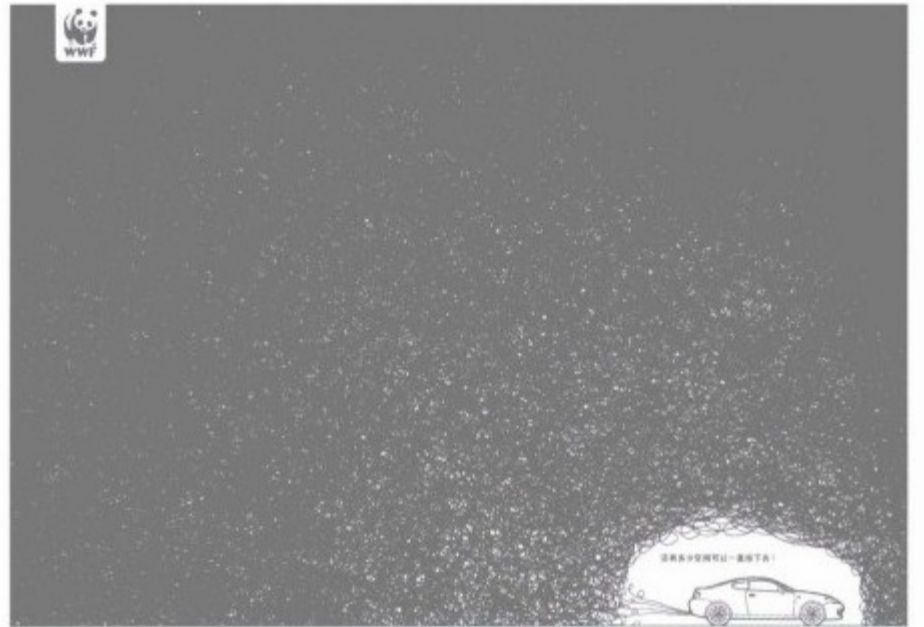




B1-270(1)



B1-270(2)



B1-270(3)

B1-270(1.2.3)

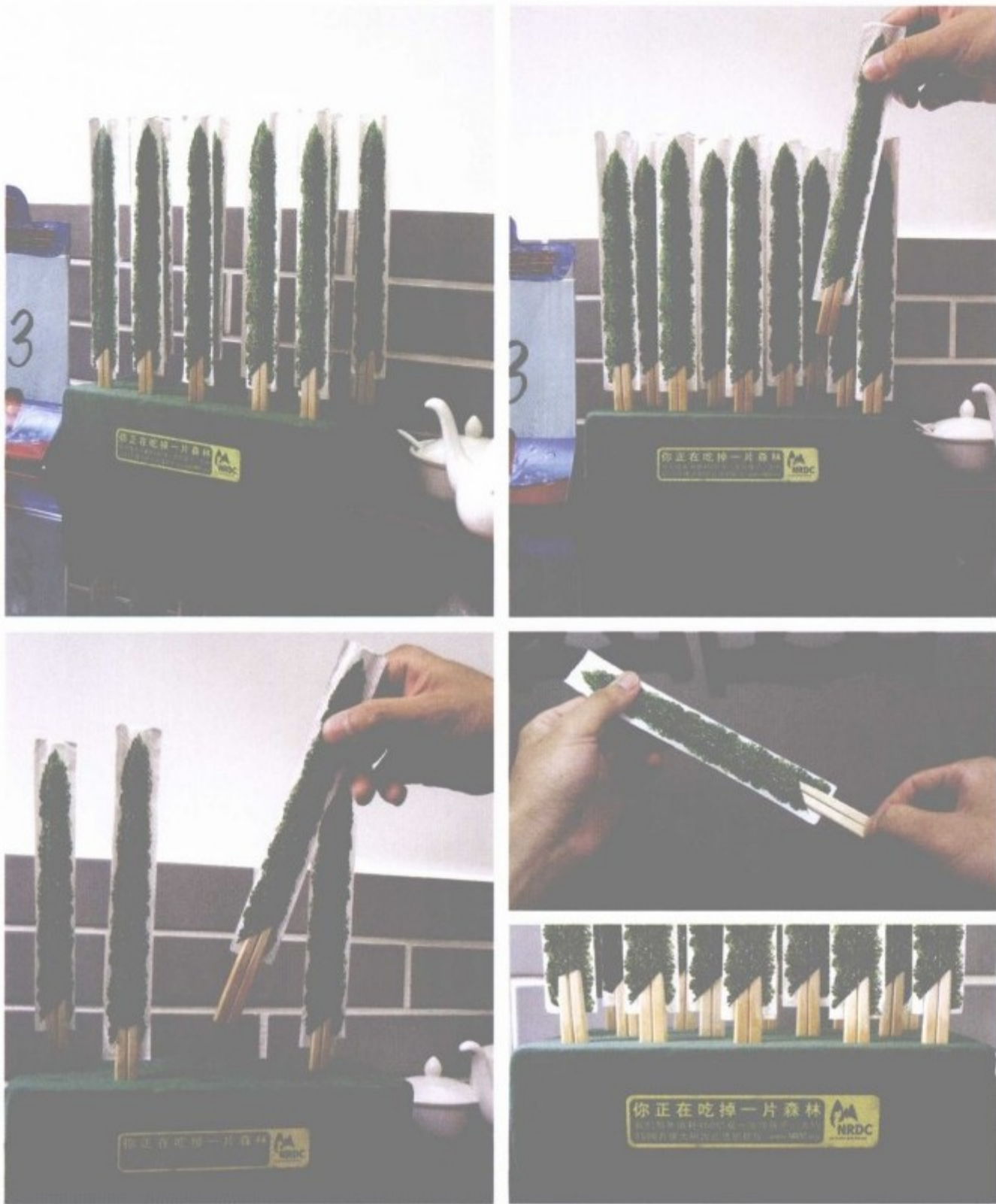
银 奖

作品名称：排放系列—《汽车篇》《工厂篇》《房子篇》

广告公司：广东省广告股份有限公司

创意总监：丁邦清





## 《一次性筷子篇》

创意说明:

中国每年消耗450亿双一次性筷子, 大约2500万棵大树因此遭到砍伐。在一次性筷子上的包装印刷上树的图案, 拔起筷子, 就象砍掉一棵大树。通过在一些餐厅摆放这个装置, 提醒人们不要使用一次性筷子。

标题

你正在吃掉一片森林。我们每年消耗450亿双一次性筷子, 大约2500万棵大树因此遭到砍伐。[www.nrdc.org](http://www.nrdc.org)

自然资源保护协会特殊媒体



D1-7

D1-7

银 奖

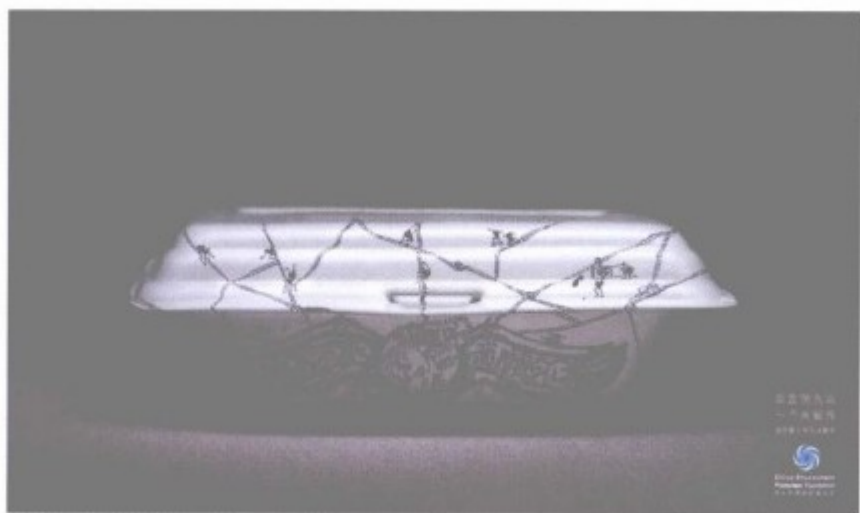
作品名称: 《一次性筷子篇》

广告客户: NRDC(自然资源保护协会)

广告公司: 北京灵感广告有限公司

创意总监: 张建军 单 飞

新 平 舟 舟 舟  
PDG



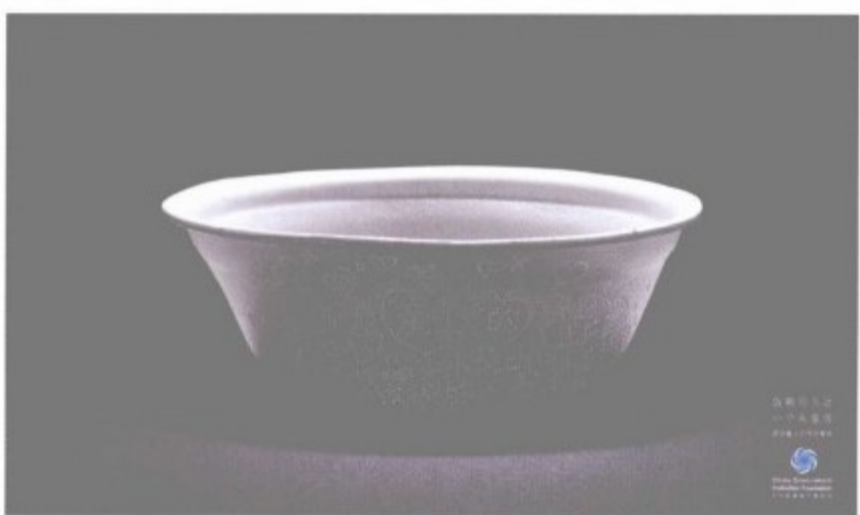
Translation on box: Dearest May, My love for you will never die, just like this box.  
 Tagline: A polystyrene box is forever. Please use less.

D1-91(1)



Translation on box: If I had to say how long my love for you would last, I hope it'll last as long as this box.  
 Tagline: A polystyrene box is forever. Please use less.

D1-91(2)



Translation on bowl: I will give you ever-lasting happiness, and anyone who sees this bowl centuries later will continue to envy us.  
 Tagline: A polystyrene bowl is forever. Please use less.

D1-91(3)



Translation on Plate: Our love will go on and on till the sea dries up and this plate disappears.  
 Tagline: A polystyrene plate is forever. Please use less.

D1-91(4)

D1-91(1,2,3,4)

银 奖

作品名称: 《信物篇》

广告客户: 中华环境保护基金会

广告公司: 智威汤逊中乔广告有限公司上海分公司

创意总监: 劳双恩 杨耀凉 胡尚 李丹





真正的海底杀手不是鲨鱼，请别低估了海洋垃圾的危险性！

WOW  
2007年10月26日 4期

B1-29



B1-29

铜奖

作品名称：海洋垃圾之《鲨鱼篇》

广告客户：厦门海洋周组委会

广告公司：厦门市传真广告有限公司

创意总监：庄自奋



B1-476(1)



B1-476(2)



B1-476(3)

B1-476(1,2,3)

铜 奖  
 作品名称：土猫转白点之《“多拉A梦”篇》《“加菲”篇》《“汤姆”篇》  
 广告客户：我爱土猫专卖店  
 广告公司：艾思国际广告  
 创意总监：吕铭传 顾昀昊





真相

两杯酒之后，你驾驶的操纵力就会下降最多达 75%。  
大陆汽车救援提醒您：请勿酒后驾驶。

B1-479



B1-479

铜 奖

作品名称：大陆救援之“山路”篇

广告客户：大陆汽车俱乐部

广告公司：艾思国际广告

创意总监：吕铭传 顾昀昊

二手烟正危害更多的儿童，拒绝二手烟，给儿童一个健康的环境。



# NO SECONDHAND SMOKE 拒绝二手烟

二手烟是危害儿童健康最常见的污染物。主要危害有：儿童哮喘、幼儿猝死综合症（SIDS）、支气管炎、肺炎和耳鼻喉炎等。哮喘每年导致美国儿童一千四百万个缺课日，成为影响儿童学习最严重的慢性病。

将异形海报从中间沿着儿童的头部撕开，撕开部分的后面有香烟的图案，撕开的部分卷起来就成了香烟的形状。就像一根烟将儿童的头部这个烧去，还在威胁着后面的儿童，以此来呼吁公众拒绝二手烟，降低二手烟对儿童的危害。

海报文字：

二手烟正危害更多的儿童，拒绝二手烟，给儿童一个健康的环境。



D1-28

D1-28

铜奖

作品名称：《卷烟》

创意总监：李树林



010  
011

年度奖 | 公益类