

上海市广告协会

激荡30年

上海市广告协会 1986—2016

上海市广告协会 编



上海交通大学出版社
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS

需要全本请访问 www.ertongbook.com

上海市广告协会

激荡30年

上海市广告协会 1986—2016

上海市广告协会 编

上海交通大学出版社
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS

内容提要

本书对上海市广告协会 30 年来的发展历程进行了系统的梳理和回顾。全书主要从协会概要、历届会员大会、协会主要活动、协会主要成果等方面对上海市广告协会的发展历程进行梳理。此外，本书还对上海市广告业 30 年来的大事、历届上海优秀广告作品展的获奖作品等进行了汇总。本书具有重要的史料价值，对上海市广告协会的发展具有重要意义。

图书在版编目（CIP）数据

激荡 30 年：上海市广告协会：1986-2016/ 上海市广告协会编 .- 上海：上海交通大学出版社，2020

ISBN 978-7-313-21653-3

I. ①激… II . ①上… III. ①广告业 - 行业协会 - 概况 - 上海 IV. ① F713.8-26

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2019）第 153608 号

激荡 30 年：上海市广告协会 1986-2016

JIDANG 30 NIAN:SHANGHAI SHI GUANGGAO XIEHUI 1986-2016

编者：上海市广告协会

出版发行：上海交通大学出版社　　地址：上海市番禺路 951 号

邮政编码：200030　　电话：021-64071208

印刷：上海盛隆印务有限公司　　经销：全国新华书店

开本：889mm × 1194mm　1/16　　印张：29.75

字数：740 千字

版次：2020 年 6 月第 1 版　　印次：2020 年 6 月第 1 次印刷

书号：ISBN 978-7-313-21653-3

定价：168.00 元

版权所有 侵权必究

告读者：如发现本书有印装质量问题请与印刷厂质量科联系

联系电话：021-52820010

《激荡 30 年：上海市广告协会 1986—2016》

编 委 会

主　　任： 孔祥毅

副 主 任： 薛九委

主　　编： 薛九委

执行编辑： 曾顺春　林嘉婷

编撰人员（按姓氏首字母排序）： 王 倩　徐 毅　张大来　周宗耀

前 言 PREFACE

2016 年是上海市广告协会成立 30 周年。30 年来，中国广告业的经营规模发生了翻天覆地的变化。如今，中国已是全球第二大广告市场。回首过往，上海市广告协会做出了应有贡献。

30 年来，在上海市工商局的领导下，上海市广告协会充当政府与企业之间的桥梁，努力服务于会员，积极推动行业健康发展，构建国际、国内信息和商务交流平台，在制度建设、人才培训、设计比赛、专业论坛、转型发展、新媒体和新技术推广等方面做了大量工作。如上海市广告协会积极参与《中国广告》杂志社成立的筹备工作，编辑出版全国广告行业中第一本广告专业类杂志；参与举办“中国广告与品牌大会”，成为广告行业内的年度风向标；参与举办“上海国际广告技术设备展览会”，使其成为全球最大的广告设备展；参与举办梅花网高级论坛等活动，推动广告理论向前发展；举办“上海申通德高杯公益广告创意大赛”，推动社会精神文明建设，促进公益广告的发展；主办国内唯一有国际院校参与的“上海国际大学生广告节”，促进校企合作，联合培养广告界后继人才；开展年度优秀广告作品展评赛，提升广告行业创意设计水平；制定地方行业技术标准和规范，推动行业自律发展；开展各类比赛、评比、培训等活动，增添行业活力等。

需要全本请访问 www.ertongbook.com

目 录 | CONTENTS

第一章

协会概况

第一节 协会简介 2
第二节 协会机构设置 4
第三节 协会主要专业委员会 7
第四节 注销或停止活动的机构 10
第五节 各区协会 14

第二章

协会成长

第一节 协会成立 22
第二节 第一届会员大会 23
第三节 第二届会员大会 28
第四节 第三届会员大会 33
第五节 第四届会员大会 38
第六节 第五届会员大会 47

第三章

协会主要活动

第一节 上海市优秀广告作品展评赛 58
第二节 上海国际大学生广告节 60
第三节 上海国际广告技术设备展览会 63
第四节 中国广告与品牌大会 69
第五节 梅花网传播业大展 72
第六节 上海申通德高杯公益广告创意大赛 74
第七节 中国国际广告节 76

第八节 CNAA Ⅰ、CNAA Ⅱ、CNAA Ⅲ证明商标认定 79

第四章

协会成果

第一节 行业行规制定 82
第二节 理论课题研究 84
第三节 刊物网站宣传 85
第四节 奖项荣誉汇总 88

第五章

上海广告业发展大事记

第一节 大事记 92
第二节 花絮 104

第六章

上海优秀广告作品选

第 1 届上海优秀广告作品展 110
第 2 届上海优秀广告作品展 122
第 3 届上海优秀广告作品展 132
第 4 届上海优秀广告作品展 140
第 5 届上海优秀广告作品展 146
第 6 届上海优秀广告作品展 152
第 7 届上海优秀广告作品展 162
第 8 届上海优秀广告作品展 174
第 17 届上海优秀广告作品展 186

第 18 届上海优秀广告作品展 202
第 19 届上海优秀广告作品展 218
第 20 届上海优秀广告作品展 232
第 21 届上海优秀广告作品展 244
第 22 届上海优秀广告作品展 258

附 录

附录一 上海市广告协会历届会议统计表 280
附录二 上海市广告协会历届理事会领导成员名单 298
附录三 上海市广告协会第一届至第五届会议材料汇总 299
附录四 上海市广告协会参与制定的技术标准 370
附录五 上海市广告协会历届章程及规章制度 424
附录六 《中华人民共和国广告法》 458
附录七 《广告管理条例》 463

·第一章·

协会概况

第一节 协会简介

第二节 协会机构设置

第三节 协会主要专业委员会

第四节 注销或停止活动的机构

第五节 各区协会

第一节　协会简介

上海市广告协会
SHANGHAI ADVERTISING ASSOCIATION
成立于 1986 年 3 月 27 日
中国上海市长安路 1001 号长安大厦 1 号楼 4 楼

上海市广告协会在上海市社团管理局注册，接受上海市工商行政管理局指导。协会是由广告主、广告经营者、广告发布者、广告代言人（经纪公司）、广告（市场）调查机构、广告设备器材供应商等经营单位，以及地方性广告组织、广告教学单位、广告研究机构及相关组织等自愿组成的专业性、非营利性社会组织。

协会的最高权力机构是会员大会，会员大会下设理事会和常务理事会，每年各召开一次会议。协会设立秘书处，处理日常事务。秘书处设有综合部、会员部、培训部和咨询服务部。

协会下设户外广告委员会、光源与标识专业委员会、广告摄影专业委员会、售点广告展示专业委员会 4 个分支机构；内设学术工作委员会、公益广告工作委员会和上海市广告师俱乐部。

协会的主要职能是提供服务、反映诉求、规范行为。协会的主要业务范围是：宣传政策、制定规则、学术研究、业务培训、咨询服务、广告业调研以及受理投诉、调解纠纷、评比交流、反映诉求。

（1）发挥连接政府与企业的桥梁作用。学习、宣传、贯彻《中华人民共和国广告法》和有关广告管理法规、规章， 协助政府做好管理工作，同时向政府有关部门反映会员的意见和建议，充分发挥纽带作用。

（2）加强广告业自律。健全职业道德准则，建立广告投诉处理机制；推动信用体系建设，设立信用档案；促进企业公平竞争，规范广告市场秩序。

（3）开展维权，反映诉求。提供法律事务及广告发布前的咨询服务；调解业内外纠纷；提升广告业的社会影响力。

（4）加强广告理论学术研究，促进我国广告理论体系建设，推动广告业创新发展。

（5）建立广告诚信体系。建立企业竞争力与诚信度、企业经营情况、业界动态，以及优秀广告作品等信息数据库，并利用传统媒体和新媒体的融合，形成信息共享平台，为广告业发展提供信息服务。

（6）开展各类培训。组建校企合作平台，开展学术研究和人员培训服务，提高广告从业人员的专业水平、法律素质和职业道德；鼓励企业建立学生实习基地，鼓励企业搭建创业孵化平台，为广告业后续人才的培养提供服务。

（7）举办各类广告活动。推广先进的广告创意理念、媒介设施和制作技术、设备、材料、工艺在广告业中的运用；推动广告企业加强广告科技研发和技术创新，促进广告创意、设计、制作、发布水平的提高。

（8）开展国际交流与合作。积极与国际广告组织建立联系，支持广告企业走向国际市场，在企业参与

国际竞争等方面发挥作用。

（9）支持企业创新。助力中小企业发展，鼓励企业做强做大，促进企业向专业化、集约化、品牌化、规模化方向发展，提高企业经营管理水平和核心竞争力，增强企业的社会责任感；建立企业快速发展、人才快速成长的良好环境。

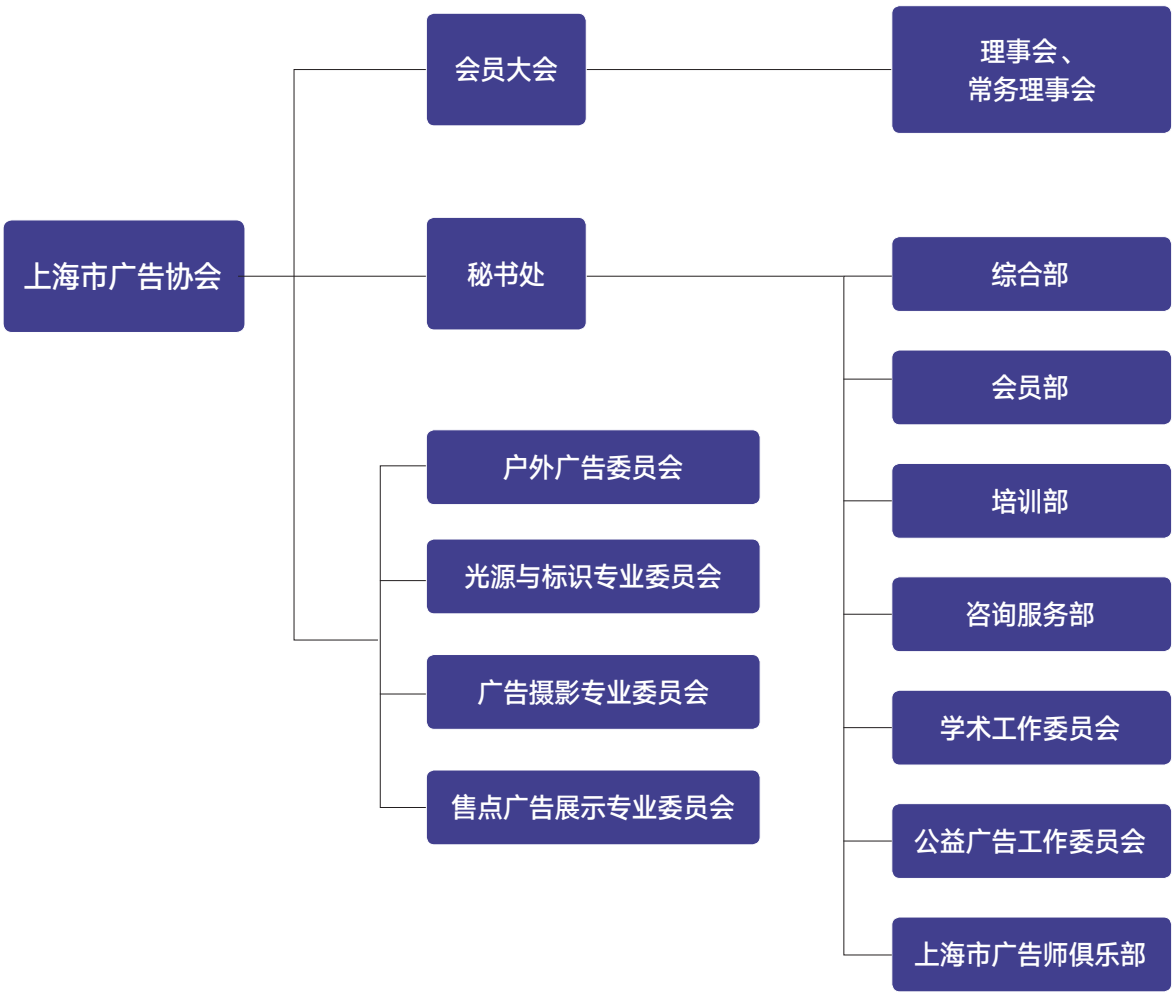
（10）承办政府部门授权或委托的有关事项。

需要全本请访问 www.ertongbook.com

第二节　协会机构设置

上海市广告协会的最高权力机构是会员大会，会员大会下设理事会和常务理事会。协会设立秘书处，处理日常事务。秘书处设有综合部、会员部、培训部、咨询服务部以及学术工作委员会、公益广告工作委员会和上海市广告师俱乐部。协会下设户外广告委员会、光源与标识专业委员会、广告摄影专业委员会、售点广告展示专业委员会 4 个分支机构。

一、上海市广告协会组织架构图



二、上海市广告协会秘书处下设部门简介

（一）综合部

综合部主要负责以下事项：内外勤、办公场所、办公设备、仓库管理，文件收发、会刊发放、政策研究，会务、来信来访和对外联络接待，内部制度及对外合同制定、管理，档案管理和统计，网站管理和网页内容编辑，会费收取，财务、人事管理，先进协会和先进个人评比，分支机构管理，参与行业规则制定，协助会员发展及其他事务。

（二）会员部

会员部主要负责会员发展和会籍管理，开展会员交流、考察以及展会、展评、论坛等活动，优秀作品、行业内优秀单位和优秀个人评比，广告企业资质认定，行业规则制定和施行，会员个性化服务以及其他事务。

（三）培训部

培训部主要负责广告师、广告审查员和其他广告业务培训及考务，广告专业技术人才队伍建设与管理，会刊编辑，协助会员发展及其他事务。

（四）咨询服务部

咨询服务部主要负责广告发布前的咨询服务，广告纠纷调解，广告案例分析，协助会员发展及其他事务。

（五）学术工作委员会

2011 年 3 月 22 日，经五届二次会员大会批准，学术工作委员会成为市广告协会内设工作机构，聘任程士安为学术工作委员会主任，邓广梅为秘书长。

【学术工作委员会主要职责】① 组织和开展广告学术理论研究，积极推进中外广告学术理论交流，促进和引导上海市广告企业走向国际广告行业的前列。②组织和开展广告法律、法规和政策的研究，积极促进上海市广告行业健全行业规范、行业自律守则、履行社会责任。③组织和开展行业分析、行业预测和行业指导，瞄准国际前沿，积极促进上海市广告行业科学、理性、健康发展。④组织和召开年度学术会议，介绍全球广告行业发展和国际学术界理论研究的进展，积极提升上海市广告行业的前瞻性和国际化水准。⑤组织和开展广告理论和广告实践的咨询服务，促进国内外同行的学习、交流和合作，打造一个国际、国内广告行业交流、合作的新平台。

（六）公益广告工作委员会

2011 年 3 月 22 日，经五届二次会员大会批准，增设公益广告工作委员会为上海市广告协会常设工作机构，聘任王濂洪为公益广告工作委员会主任，倪嵎为秘书长。

自2013年10月起，公益广告工作委员会发布上海市广告协会公益广告杂志电子版。截至2016年3月，已出版近 20 期。

【公益广告工作委员会主要职责】①组织和协调全市广告企业，开展公益广告的设计、制作、代理、发布工作，提升上海广告企业的影响力和美誉度。②组织全市广告企业及企事业单位，开展公益广告的宣传活动，建立公益广告的工作平台，争取各方对公益广告工作的支持。③配合上海市工商局、上海市文明办及有关部门，开展公益广告的组织、协调、评比、统计等工作。④组织公益广告的理论研究和实践探索，与有关院校就公益广告建立合作关系，提升上海公益广告的质量。

（七）上海市广告师俱乐部

2012 年 1 月 20 日下午，“上海市广告师俱乐部”成立暨助理广告师、广告师迎新联欢会在上海机电大厦红宝石厅隆重举行。会议由上海市广告协会主办，中国广告协会副秘书长庹登夫以及上海市广告协会会长孔祥毅、秘书长薛九委、时任市工商行政管理局广告处副处长应钧、中广国际广告创意产业基地总经理赵烨等相关领导和嘉宾参加了会议。中广协副秘书长庹登夫和市广协会会长孔祥毅共同为“上海市广告师俱乐部”揭牌，宣告俱乐部的成立。中广协副秘书长庹登夫对俱乐部的成立表示祝贺。他指出，上海成立广告师俱乐部在全国是首创，体现了上海广告行业对人才队伍建设的重视，这对促进广告行业的发展具有积极意义。中广协将进一步完善相关政策措施以帮助行业队伍的壮大和人才的优化。他表示，今后上海广告师俱乐部向中广协报送参加“中国广告节”的作品，在收费上将给予优惠；将积极推荐广告师参与国际交流活动，并尽快启动高级广告师评价工作。此次会议通过了《加入俱乐部须知》，选举上海美术设计有限公司副总经理沈弘为俱乐部主任，上海电力广告有限公司副总经理周宗耀和上海中润广告有限公司梁晓雯为副主任。本次会议为 2012 年考试合格的人员颁发了助理广告师、广告师证书。会议对俱乐部 2013 年工作进行了交流发言。

自 2011 年以来，全国助理广告师、广告师报考人数达到 15000 人，取得证书的有 3100 人，占比为 20.7%。其中上海报考人数为 473 人，取得证书的有 203 人。这 203 人成为上海市广告师俱乐部的首批会员。

第三节　协会主要专业委员会

1990 年 1 月，上海市广告协会二届一次常务理事会议审议和通过了广告公司等专业委员会的组织规则及组成人员名单，批准成立广告公司、报纸广告、书刊广告、影视广告、广告设计制作、广告摄影等专业委员会。各专业委员会是协会所属的专业工作机构，由协会理事和有关代表组成各协会会员将分别归口参加各专业委员会活动。

专业委员会坚持以党的一个中心、两个基本点的基本路线和为社会主义服务、为人民服务的基本原则为指导思想，以国家广告宣传的政策、法规为准则，在市广告协会的领导下，针对各专业的特点开展各项活动。专业委员会的主要任务是：加强广告法规的学习、宣传，增强会员的法制意识，协助政府进行行业管理，配合主管部门研究、制定广告行业的改革发展规划以及户外广告设置规划，加强广告行业的自身建设，组织企业开展经营服务、管理机制的经验交流，广告创意、创作及评比，专业人才的培训，职业道德的建设和公关联谊等项活动；反映会员的意见、要求和建议，维护会员的合法权益，促进行业协作，共同为广告事业的发展做贡献。

专业委员会的成立，是市广告协会对会员单位提供指导、协调、咨询服务的重要组织保证。市广告协会的主要任务是通过各专业委员会和各区（县）广告协会（指导、联络组）对会员单位进行指导、协调。

专业委员会的建立，为团结全市广告工作者，增强广告界的凝聚力，推动广告经营的治理整顿、深化改革作出了更大的贡献。

一、户外广告委员会

1998 年 4 月 14 日，上海市广告协会召开三届六次常务理事会，批准设立上海市广告协会户外广告委员会。上海市广告协会户外广告委员会作为专业机构在上海市广告协会的领导下开展活动。

1999 年 8 月 11 日，上海市广告协会户外广告委员会成立仪式暨上海市户外广告研讨会在银发大厦召开，市工商局、市规划局、市政管委会办公室及本市部分户外广告公司代表参加了会议，市政府副秘书长周太彤特邀参加了研讨会。会议由上海市广告协会秘书长张大镇主持，首先由张大镇宣布了上海市广告协会“关于设立上海市广告协会户外广告委员会的决定”。上海市广告协会户外广告委员会成员为裘东明、胡思华、宣勤、郭峰、杨新生、吴维圈、应曙光、王诚信、张仁康。裘东明任主任委员，胡思华、宣勤任副主任委员，张仁康任秘书长。在上海市户外广告研讨会上，裘东明和胡思华分别做了题为《户外广告是城市活力的象征》《户外广告是城市和城市投资环境的必要包装》的报告，叙述了户外广告在城市发展中的重要作用及户外广告未来的发展方向。甘忠泽局长等各级领导也做了关注和支持户外广告发展的发言。市政府副秘书长周太彤要求各个方面都要团结起来，共同推进上海的户外广告更上层次、更具品质，希望户外广告的专家们多为上海市的户外广告工作出点子、提建议，共同把上海户外广告的管理工作做得更好。首届上海户外广告研讨会成功举行，增强了上海广告界及管理部门对搞好上海的户外广告管理及发展的信心。

户外广告委员会的任务是：在上海市广告协会的领导下，加强企业之间的协调，组织同行协作和信

息沟通，促进各种形式的交流；促进户外广告新产品、新材料、新技术的推广和应用；积极促进户外广告产品质量标准、服务规范、收费方法和其他户外广告行业专业标准的制定；开展调查研究，提出行业发展规划，制定产业规模标准、专业标准和行业发展导向；配合有关方面规划本市户外广告设置，使其与城市整体形象相协调；宣传贯彻有关户外广告的法规、专业标准和城市规划，在政府有关部门与户外广告专业公司之间发挥桥梁作用，将户外广告行业的有关意见、建议反馈给政府有关部门，将政府有关部门的规定、要求传达给有关企业。

多年来，户外广告委员会承担了户外广告咨询服务工作，举办了户外广告专业培训班，组织了户外广告专题研讨，出版了《户外广告》内部专业刊物，并接受委托承担了部分地区的户外广告规划工作。

■ 户外广告委员会现任主任：裘东明　　副主任：宣 勤　秘书长：赵抗卫

二、光源与标识专业委员会

上海市广告协会光源与标识专业委员会是上海市广告协会设立的专业委员会，以《中华人民共和国广告法》为准则，协助政府对霓虹灯广告进行管理，对霓虹行业进行指导、协调，提供服务并进行监督；团结霓虹行业工作者，为促进霓虹灯广告的现代化，为繁荣和发展社会主义市场经济，美化市容景观，建设社会主义文明社会而服务。

光源与标识专业委员会的前身是上海市广告协会霓虹灯广告专业委员会。它成立于 1990 年，1995 年改组为上海市广告协会霓虹灯专业委员会。该组织曾先后制定了《上海市霓虹灯广告经营行规守则》,《关于经营霓虹灯广告生产企业的基本条件的意见》，对本市的霓虹灯行业做过一次全面性的行业调查，并协助中霓会制定并经中广协批准发布了《霓虹灯（灯箱）广告工程技术规程》和《霓虹灯变压器的安全及性能要求》两项行业标准，对规范市场、提高产品质量、开发新产品起到了积极作用。但由于近年来体制改革，人员变动较大，原上霓会委员有部分已脱离原岗位。为适应我国加入 WTO 后的市场发展，进一步规范上海霓虹与光源市场，贯彻执行上海市广告协会对各专委会的工作要求，加强霓虹灯光源行业管理，经上海市民政局批准，原“上海市广告协会霓虹灯专业委员会”更名为“上海市广告协会光源与标识专业委员会”。上海市广告协会光源与标识专业委员会（简称上标会）于 2012 年 7 月 11 日对外宣告成立。

■ 上海市广告协会霓虹灯专业委员会（后改名为：上海市广告协会光源与标示专业委员会）

主任：邵国平　副主任：陈 观　秘书长：温伯安 王新伟

三、广告摄影专业委员会

上海市广告协会广告摄影专业委员会是上海市广告协会领导下的专业委员会。其个人会员主要由从事广告摄影的专业摄影师组成，团体会员由从事广告摄影经营业务的企业组成。

凡从事广告专业摄影工作三年以上，具有一定广告摄影创作和技艺的专业摄影、设计工作者，均具有资格申请该委员会的个人会员；具有广告摄影经营资质的企业，要求参加本委员会者，可成为专委会团体会员。

广告摄影专业委员会团结广大广告摄影专业单位和工作者，以推动广告摄影专业发展，繁荣广告事业，提高专业摄影水平为宗旨。专委会积极保护会员的知识产权。

广告摄影专业委员会最初筹建于 1987 年。多年来，广告摄影委员会在全体会员的支持下，积极开展广告摄影的技术交流活动。尤其近年来为推动数码摄影等高新科技的发展做出了贡献。在全国和本市广告作品评比中，及时组织会员参赛。在中国广告协会组织的第三届全国广告摄影优秀作品展上，广告摄影专业委员会组织参选的作品中共有 78 幅入选，其中，全场设计大奖 1 幅，金奖 2 幅，银奖 13 幅，铜奖 19 幅；广告摄影专业委员会荣获全国最佳组织奖 2 次，送选作品共达 450 幅。为了向社会推荐本市优秀摄影师，广告摄影专业委员会还在 1998 年专门编印了《上海专业广告摄影师》，于 2001 年编辑了第二辑。广告摄影专业委员会联合了由上海市 8 所大学编写了《当代广告摄影》教材，与本市部分职校、技校等院校合办了广告摄影专业班，培养广告摄影专业技术人才。

1989 年 12 月 21 日，上海市广告协会召开二届一次常务理事会，正式设立上海市广告协会广告摄影专业委员会，作为专业机构在上海市广告协会的领导下开展活动。

上海市广告协会广告摄影专业委员会于 1990 年 2 月 15 日在市纺织局礼堂举行成立大会。来自广告经营单位、外贸系统、照相行业、工厂企业的广告摄影工作者一百余人出席了大会。市广告协会副会长郑延庭、中国摄影家协会上海分会副主席尹福康和市职工摄影协会负责人高保鑫、华侨摄影协会负责人夏道陵、新闻摄影协会负责人毕品富、老年摄影协会负责人吴荫祖、售点广告委员会负责人王菊英以及柯达公司驻上海代表黄振江等参加了大会。与会者热烈祝贺市广协摄影专业组织的诞生，他们一致认为在摄影与广告日益紧密融合发展的今天，专委会将在团结广告摄影同行，为发展广告摄影事业，培养和造就更多人才，提高广告摄影水平，繁荣社会主义广告摄影创作，赶超国际水准方面作出贡献。广告摄影专业委员会副主任应增础主持会议并汇报了筹建经过。市广协秘书长陈锡周宣布了市广协关于批准成立广告摄影专业委员会的决定及组成人员名单。广告摄影专业委员会主任金桂泉就广告摄影界情况和委员会任务发言。他指出广告摄影在上海有着悠久的历史和雄厚的技术力量，一是专业广告公司和外贸系统的摄影人员从解放初就努力为出口商品对外宣传作贡献；二是照相行业摄影队伍不断扩大；三是工厂企业中拥有众多丰富产品生产知识的摄影工作者。随着广告事业的不断发展，广告摄影工作者的队伍不断壮大。在 1982 年全国第一届广告摄影作品赛上，上海入选和获奖的作品数量名列榜首；在上海市第二届优秀广告展评赛中，上海广告摄影工作者的 11 幅作品获奖。其中除了具有丰富经验的老摄影工作者外，也有不少作品出自青年摄影师之手。但是，我们也清醒地认识到，上海广告摄影的队伍在老化，从广告作品上反映的构思、创作意识、制作水平等与国际同行差距较大，也落后于国内不少地区的同行。从广告摄影队伍看，1949 年到“文革”前的一代摄影工作者，大部分已退休，“文革”后的一代也到了“不惑之年”。为此，培养新一代优秀广告摄影人员，已成为适应经济文化发展的迫切需求。培养人才是社会发展的根本性问题，这也是历史赋予专委会的责任。

■ 广告摄影专业委员会现任主任：张善夫

需要全本请访问 www.ertongbook.com