

# 2008 金帆廣告大獎

## 參選類別

### A) 平面/海報類

#### 個別平面類

1. 公共服務/團體/慈善工作
2. 大眾消費品牌  
(服飾、飲料、食品、糖果、個人用品、家庭用品、數碼及電器產品)
3. 零售業  
(超級市場、食店、商店、連鎖店、商場)
4. 服務業  
(銀行、卡務、金融服務、保險、酒店、旅遊、賭場、娛樂、地產)
5. 通訊及傳媒  
(手機、傳訊網絡、出版、網頁、廣告公司、媒體平台)
6. 運輸  
(航空、汽車及配件類、公共交通、快遞)
7. 企業形象、商業公會及其他

#### 個別海報

8. 最佳海報廣告

#### 系列廣告

9. 最佳平面廣告系列
10. 最佳海報廣告系列

## **B) 平面創意工藝類**

11. 最佳平面中文文案
12. 最佳平面英文文案
13. 最佳平面美術
14. 最佳平面插圖
15. 最佳平面字體設計 (英文及中文)
16. 最佳平面攝影

(如果相同作品已於 G52-G59 其中之一類別參賽，則不獲接納參賽此類別)

## **C) 廣播類**

(病毒式影視廣告並不符合此類別的參賽資格，有關病毒式發佈推廣及 Podcast 視聽，請參閱 F 40 / 43)

### 個別廣告

17. 公共服務/團體/慈善工作
18. 大眾消費品牌  
(服飾、飲料、食品、糖果、個人用品、家庭用品、數碼及電器產品)
19. 零售業  
(超級市場、食店、商店、精品店、連鎖店, 商場)
20. 服務業  
(銀行、卡務、金融服務、保險、酒店、旅遊、賭場、娛樂、地產)
21. 通訊及傳媒  
(手機、傳訊網絡、出版、廣告公司、網頁、媒體平台)
22. 運輸  
(航空、汽車及配件類、公共交通、快遞)
23. 企業形象、商業公會及其他

### 系列廣告

24. 最佳影視廣告系列
25. 最佳電台廣告系列

## **D) 視聽創意工藝類**

26. 最佳視聽中文文案 (電影／電台)

27. 最佳視聽英文文案 (電影／電台)

28. 最佳中文電台廣告

29. 最佳導演

30. 最佳剪接

31. 最佳影視攝影

32. 最佳聲效及配樂

33. 最佳動畫／特技效果

*(如果相同作品已於 G52-G59 其中之一類別參賽，則不獲接納參賽此類別)*

## **E) 戶外廣告類**

### 個別廣告

34. 最佳戶外廣告

*以與別不同及具創意的方式採用媒體或環境的作品，包括巴士、電車、港鐵、的士及小輪的廣告及設計、銷售點、宣傳品及所有其他形式的創新媒體。*

35. 最佳另類戶外廣告

*表揚最佳另類戶外廣告超凡創意設計的獎項。*

### 系列廣告

36. 最佳戶外廣告系列

*參賽作品說明與 E34 相同。*

## **F) 互動及直銷類**

### **互動類一個別廣告**

#### **37. 最佳網站/迷你站**

- A. 系列廣告網站：表揚品牌建立/系列廣告網站（包括組織社區網站）超凡創意設計的獎項。這些網站的使用期限通常較公司網站為短。評判將根據構思創意度及用戶體驗評審參賽作品。
- B. 公司網站：表揚公司網站超凡創意設計的獎項。評判將根據構思創意度、內容結構及用戶體驗評審參賽作品。

#### **38. 最佳網上廣告**

表揚任何格式網上廣告（展出）超凡創意設計的獎項。評判將根據構思創意度、設計及執行方案評審參賽作品。

#### **39. 最佳電郵推廣**

表揚電郵推廣超凡創意設計的獎項。評判將根據構思創意度、設計、回覆機制及執行方案評審參賽作品。評審將會考慮回覆率，但並非必須提供有關資料。

#### **40. 最佳病毒式發佈推廣 (Viral Marketing)**

表揚病毒式推廣超凡創意設計的獎項。參賽作品應包括任何設計產生病毒式影響（迅速自行發佈的訊息 – 毋須額外廣告成本）的互動廣告原素。評判將根據構思創意度、病毒潛力及執行方案評審參賽作品。

#### **41. 最佳手機創意**

表揚使用手機無線推廣元素（短訊／多媒體訊息，WAP。Mobi 站等）超凡創意設計的獎項。評判將根據構思創度、設計、回覆集成及執行方案評審參賽作品。

#### **42. 最佳遊戲創意**

表揚遊戲超凡創意設計的獎項。參賽作品將包括所有形式的電子遊戲，例如電腦遊戲、網上遊戲、及掌上電子設備遊戲。評判將根據構思創度、設計及用戶體驗評審參賽作品。

#### **43. 最佳 Podcast 視聽**

表揚為某品牌或公司製作的 Podcast 或 VideoCast 超凡創意設計的獎項。評判將根據構思創度、內容及執行方案評審參賽作品。

#### 44. 最佳網上社群媒體應用

表揚利用網上社群媒體推廣（如 Blog, Facebook, Xanga, My Space 等）超凡創意設計的獎項。

### 直銷類一個別廣告

#### 45. 最佳平面直銷郵件

表揚平面直銷郵件（並不包括產品樣本、跳出元素的平面直銷郵件）超凡創意設計的獎項。評判將根據構思創意度及執行方案評審參賽作品。

#### 46. 最佳立體(3-D)直銷郵件

表揚立體直銷郵件（包括產品樣本、跳出元素及立體介入元素的立體直銷郵件）超凡創意設計的獎項。評判將根據構思創意度及執行方案評審參賽作品。

#### 47. 最佳直銷效應平面廣告

表揚直銷效應平面廣告超凡創意設計的獎項。評判將根據構思創意度及執行方案評審參賽作品。  
（如果相同作品已於 A1-10 其中之一類別參賽，則不獲接納參賽此類別）

#### 48. 最佳直銷效應廣播廣告（電視／電台）

表揚直銷效應廣播廣告（電視／電台）超凡創意設計的獎項。評判將根據構思創意度及執行方案評審參賽作品。

（如果相同作品已於 C17-C25 其中之一類別參賽，則不獲接納參賽此類別）

#### 49. 最佳現場推廣（上門、採購、產品樣本、現場推廣活動等）

表揚現場推廣超凡創意設計的獎項。評判將根據構思創意度及執行方案評審參賽作品。

#### 50. 最佳顧客忠誠度/關係推廣

表揚顧客忠誠度／關係推廣超凡創意設計的獎項。參賽作品需包括一頁資料，簡介顧客忠誠度／關係計劃、策略及結果。評判將根據構思創意度、建議及執行方案評審參賽作品。

### 系列廣告

#### 51. 最佳直銷／互動系列廣告

表揚直銷／互動系列廣告超凡創意設計的獎項。參賽作品應包括至少 3 個或以上不同的直銷/互動元素整合營銷。

## **G) 互動及直銷創意工藝類**

52. 最佳中文文案

53. 最佳英文文案

54. 最佳美術

55. 最佳插圖

56. 最佳文字體設計 (英文及中文)

57. 最佳攝影

58. 最佳聲效及配樂

59. 最佳動畫/特技效果

(如果相同作品已於 B11-16 及 D26-33 其中之一類別參賽，則不獲接納參賽此類別)

## **H) 媒體類**

60. 最佳平面媒體應用

61. 最佳廣播媒體應用 (包括電視、電台、電影院、戶外電視)

62. 最佳戶外媒體應用 (只包括標準廣告位)

63. 最佳環境媒體應用

64. 最佳網絡/新媒體應用 (包括手機、掌上電子設備、橫額、社群媒體等)

65. 最佳搜索引擎推廣應用

66. 最佳品牌內容、品牌體驗及贊助活動應用

67. 最佳小額媒體推廣應用 (不多於港幣 50 萬元)

68. 最佳消費者洞察/策略性方案

\*最佳綜合媒體廣告推廣系列 (詳情請參閱 I 69)

## **I) 綜合/創新類**

### **69. 最佳綜合媒體廣告推廣系列**

以傳統形式廣告的新媒體超凡創意設計。參賽作品應為包含 3 項或以上不同形式媒體廣告（例如：電台、電視、平面廣告、海報、戶外、直銷、數碼、移動、宣傳品）的綜合推廣活動以達到預先界定的業務目標。評判將根據構思創意度、設計、執行方案及媒體應用等評審作品。

### **70. 最佳前所未有創新廣告**

表揚建立創新和前所未有的新媒體的傑出表現。評判將根據構思創意度、設計、回覆途徑及執行方案等評審作品。

## **客戶大獎**

### **毋須參賽作品**

評審團會於本年度得分最高的三位廣告客戶之中，挑選得獎者。（工藝類作品除外）

## 金帆類

將不會授予所有創意工藝類

### 平面/海報金帆

毋須參賽作品。A1-A10 組別的金獎得獎作品符合參賽資格。

### 廣播金帆

毋須參賽作品。C17-C25 組別的金獎得獎作品符合參賽資格。

### 戶外金帆

毋須參賽作品。E34-E36 組別的金獎得獎作品符合參賽資格。

### 互動/直銷金帆

毋須參賽作品。F37-F51 組別的金獎得獎作品符合參賽資格。

### 媒體金帆

毋須參賽作品。H60-H68 組別的金獎得獎作品符合參賽資格。

### 綜合/新創金帆

毋須參賽作品。I69-I70 組別的金獎得獎作品符合參賽資格。

## 金帆全場大獎

毋須參賽作品。除客戶大獎外，所有金帆得獎作品均符合評選資格。

香港廣告商會保留必要時更改細則的權利，最後決定權由主辦機構擁有。