

2009 香港廣告商會金帆廣告大獎

參選類別

A) 平面/海報類

平面類（單件）

1. 公共服務/團體/慈善工作
2. 飲料、食品、零食、糖果
3. 個人用品
4. 家庭用品
5. 零售業
(超級市場、食店、商店、連鎖店、商場、地產)
6. 服務及運輸業
(銀行、卡務、金融服務、保險、航空、公共交通、快遞)
7. 通訊及傳媒
(傳訊網絡、出版、網頁、廣告公司、媒體平台)
8. 娛樂及消閒
(酒店、旅遊、賭場、主題公園、娛樂)
9. 企業形象

海報（單件）

10. 海報

系列廣告

11. 平面廣告系列
12. 海報廣告系列

B) 廣播類

(網上電影及短片並不符合此類別的參賽資格，詳情請參閱 D31。)

影視廣告 (單件)

13. 公共服務/團體/慈善工作
14. 飲料、食品、零食、糖果
15. 個人用品
16. 家庭用品
17. 零售業
(超級市場、食店、商店、連鎖店、商場、地產)
18. 服務及運輸業
(銀行、卡務、金融服務、保險、航空、公共交通、快遞)
19. 通訊及傳媒
(傳訊網絡、出版、網頁、廣告公司、媒體平台)
20. 娛樂及消閒
(酒店、旅遊、賭場、主題公園、娛樂)
21. 企業形象

電台廣告 (單件)

22. 電台廣告

系列廣告

23. 影視廣告系列
24. 電台廣告系列

C) 戶外廣告類

單件

25. 最佳傳統戶外廣告

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、車站、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現存戶外媒體。

26. 最佳另類戶外廣告

以非傳統媒體或另類戶外廣告表現超凡創意設計的作品。

系列

27. 最佳戶外廣告系列

D) 互動及直銷類

互動類一(單件)

28. 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。*

29. 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。

30. 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。

31. 最佳互動影片

(作品不能同時在參加組別 B，如可證明同一作品曾於電視及網上媒體分別廣播則屬例外。)

表揚網上電影及短片超凡創意設計的獎項。

32. 最佳病毒式發佈推廣 (Best Viral)

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。

33. 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。評判將根據構思創意、設計、成效及執行方案評審參賽作品。

34. 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。

35. 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(單件)

36. 最佳直銷郵件

表揚平面直銷郵件及表揚立體(3-D)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。

37. 最佳直銷效應廣播廣告（電視，互動電視及電台）

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 **B13-B21** 其中之一類別參賽，則不獲接納參賽此類別）

38. 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。

系列

39. 最佳互動系列廣告

表揚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 個或以上不同的互動元素整合營銷。

E) 媒體類 (若創作公司及媒體公司一起參與策劃，需共同遞交作品)

媒體類 (單件)

40. 最佳平面媒體應用

41. 最佳廣播媒體應用 (包括電視、電台、電影院、戶外電視)

42. 最佳戶外媒體應用

於所有交通工具及車站位置的作品，包括巴士、電車、港鐵、機場、小輪、巴士站及廣告牌等。

43. 最佳另類戶外媒體應用

非傳統的戶外媒體運用，例如酒吧及餐廳 (包括洗手間)，玻璃，杯墊，煙灰缸，油泵，傳單，貼紙，招牌等。

44. 最佳網絡應用

45. 最佳手機創意應用

46. 最佳品牌內容、品牌體驗及贊助活動應用

47. 最佳小額媒體推廣應用 (不多於港幣 50 萬元)

48. 最佳消費者洞察/策略性媒體方案

媒體類 (系列)

49. 最佳綜合媒體系列廣告

F) 綜合類 (若創作公司及媒體公司一起參與策劃，需共同遞交作品)

50. 最佳綜合廣告推廣系列

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。

G) 工藝類

(每個類別只有一個最佳作品獲得金獎，其他入圍作品將獲頒授證書。)(金帆獎項將不會授予此類別)

51. 最佳中文文案(電視、電台、平面及其他)

52. 最佳英文文案(電視、電台、平面及其他)

53. 最佳設計/美術

54. 最佳插圖

55. 最佳字體設計(英文)

56. 最佳字體設計(中文)

57. 最佳平面攝影

58. 最佳導演

- 59. 最佳剪接
- 60. 最佳影視攝影
- 61. 最佳聲效及配樂
- 62. 最佳動畫／特技效果

H) 社區大獎 (金帆獎項將不會授予此類別)

為更關注本港社區，今年新增設“社區大獎”，接受各式各樣的創意作品參賽。

今年的主題為：“Let's Do Some Good”。

獎項旨在鼓勵各界以傳統或新穎的傳播方式、技巧及媒體，推行非凡概念，為香港社會出一份力。題目可以為環保、社會、教育或福利。

作品形式可包括錄像、設計樣本或設計圖版。

評審會根據作品的原創性、實行的可行性和預期效果為評核要素。

勝出作品的概念或可獲贊助製作或由香港廣告商會成員公司推行至目標群、客戶或特區政府。

社區大獎分為兩個組別：

- 1) 廣告業界
- 2) 學生組 – 即 2009 學界創作大獎，由創意事務委員會進行評審

客戶大獎 (金帆獎項將不會授予此類別)

-毋須參賽作品

-評審將選出創作最多具創新元素的廣告作為全場客戶大獎，以表揚其卓越成績。各類別的參加者及所有作品也符合參賽資格

金帆類

將不會授予工藝類、社區大獎及客戶大獎

平面金帆

毋須參賽作品。A1-12 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。B13-24 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。C25-27 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。D28-39 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。E40-49 組別的金獎得獎作品符合參賽資格。

綜合金帆

毋須參賽作品。F50 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。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。