
一句話能改變品牌的命運

2016 年廣告流行語金句創作比賽

參賽報名簡章

一、參賽資格：

- 1、學生組：凡就讀台灣各級學校之在校生(不含研究所及在職學分班)，可分成個人組/團體組(最多5人)。
- 2、社會組：非在校生之社會人士(含研究所及在職學分班)，可分成個人組/團體組(最多5人)。

二、參賽辦法：

1、參賽方式：

請參考**指定主題**，從中選定一品牌，針對其特色自行發想創作一句廣告語(slogan)，字數建議以20字內為宜。※請務必於**對應欄位**寫明選擇企業及產品名稱。

2、報名方式：有以下兩種方式可選擇

(1)請將報名表(見附錄)填妥置於信封後，親送或郵寄至本社，並請註名『金句創作比賽 + 組別』及聯絡人姓名電話。(10457 台北市南京東路2段100號12樓 動腦俱樂部 收)

(2)請於本網站進行報名作業：<http://ppt.cc/3qllO>

※一件作品請填寫一份報名表，每人(組)不限參賽件數。

※未滿20歲之參賽者，一律以紙本報名，報名表須由法定代理人簽名同意。

※大量團體報名請以紙本報名

3、報名費用：

(1)為保障參賽品質，每件作品請繳交新台幣**200元**報名費；

(2)繳費方式：匯款/ATM轉帳帳號：彰化銀行吉林分行(代碼009)

帳號：**3003-01-029-80-700** 動腦傳播股份有限公司

※報名請附上報名費匯款或ATM轉帳單據(註明姓名及電話)。

三、收件日期：即日起至**2016年4月30日**截止(郵寄郵戳為憑)

四、指定創作主題(企業-產品名稱)

甲、露特娜股份有限公司-森歐黎漾

乙、美吾華股份有限公司-卡樂芙染髮劑

丙、廣宇國際股份有限公司-艾貝歐(胺基酸彈力潔顏慕斯)

丁、亞太電信(股)公司-全國壹大網

戊、台灣可果美股份有限公司-可果美(品牌形象)

五、評審方式：

- 1、金句獎籌備委員會評定－籌備委員會將邀請廣告界、媒體界、文化界、學界等代表組成公正評審團，依評審團評定，分數加總，最終評定即為「廣告流行語金句創作獎」得獎者。
- 2、評審標準：
 - x原創性－創意點強弱。
 - x社會性－是否對社會大眾具有正面的影響力。
 - x傳播性－是否琅琅上口、記憶點深刻。
 - x市場性－與產品的連結性，對於產品銷售有無幫助。
 - x文字運用能力。
 - x符合廣告主策略需求。
- 3、消費者網路票選－得獎作品以多媒體形式製成選票，刊登於網路，公開徵求社會大眾直接票選，票選截止後統計得票數，得票數高者即為「人氣獎」得獎者。
投票日期：**5/18(一)~6/3(五)**。

六、獎勵辦法：

- ◎金獎：每組別各 1 名共 2 名，各榮獲獎金 新台幣 10,000 元，獎狀一張。
- ◎銀獎：每組別各 1 名共 2 名，各榮獲獎金 新台幣 8,000 元，獎狀一張。
- ◎銅獎：每組別各 1 名共 2 名，各榮獲獎金 新台幣 5,000 元，獎狀一張。
- ◎佳作：每組別各 3 名共 6 名，各榮獲獎金 新台幣 1,000 元，獎狀一張。
- ◎人氣獎：每組別各 3 名共 6 名，各榮獲獎狀一張。
- ◎特別獎：由提供項目的企業廣告主挑選最佳金句，新台幣 2,000 元，獎狀一張。

七、得獎結果公佈：

將於 **2016 年 6 月 8 日〈三〉** 於活動網頁公布得獎名單。

八、頒獎典禮

2016年6月22日〈三〉 盛大舉行，

活動詳情請上「2015廣告流行語金句獎」網站 <http://ppt.cc/3qllO>

或來電洽詢02-27132644 分機28黃宜庭，E-mail：adclub@brain.com.tw



2016 第十六屆金句創作比賽參賽報名表

(打★號之欄位必填)

(本表重複影印使用 No. _____)

★ 選擇企業	(請填寫所選擇企業的公司名稱)
★ 產品名稱	(請填寫品牌及產品或服務名稱)
★ 創作金句	(建議 20 字內為宜)
★ 創意概念 (150 字以內)	

★ 組別：		(學生證影本請黏貼於背面紙張空白處)			
<input type="checkbox"/> 社會組	現任公司		★ 部門單位		
<input type="checkbox"/> 校園組	就讀學校		★ 科系年級		
★ 創作人：					
<input type="checkbox"/> 個人組 <input type="checkbox"/> 團體組 組長填第一個， 為主要聯絡人及 領獎人	編號	姓名	職稱	手機	電子信箱
	1				
	2				
	3				
	4				
★ 約定事項 (請詳閱)					
(1)投件者須擔保作品具有原創性，及投件者擁有參賽作品之著作權。如參賽作品發生抄襲、冒名或其他違法之情事，投件者應自行負擔相關之民刑事法律責任，主辦單位並將追回獎金及獎盃、獎狀。如因而致主辦單位受有損害，主辦單位有權向投件者請求損害賠償(包含主辦單位因而支出之律師費、訴訟費用等)。 (2)評審結果未達評審認定標準者，獎項得予以從缺。 (3)得獎者將個別以電話和電子郵件通知，並於本活動網站公告之；未得獎者將不另外通知。 (4)獎金將於領據簽收請款後匯入得獎者指定帳戶，匯款金額將預先扣繳所得稅法規定之稅額。如有需要，得獎者應提供身份證或居留證等文件資料供主辦單位辦理申報稅額事宜。 (5)投件作品不論得獎與否，皆不退件，請自行影印存檔。寄送時請確認包裝妥當，寄送過程中所造成之遺漏，主辦單位概不負責。 (6)得獎作品之著作人格權歸原創者所有，著作財產權將讓與主辦單位、及競賽主題的贊助廠商。主辦及贊助廠商為推廣宣傳目的得為出版、展覽、修改、重製、公開播放、公開傳輸及公開展示等利用之行為(例示，不限於此)，不另支付費用。於主辦單位及贊助廠商利用之範圍內，投件者不行使著作人格權。 (7)主辦單位對於所有參賽作品之金句均有授與各傳播媒體報導轉載播放之權利。 (8)主辦單位並擁有將該參賽作品編製成錄影帶、光碟或任何形式載體，以營利或非營利方式推廣之權利。 (9)投稿者之報名表即作為同意讓與著作財產權予主辦單位、贊助廠商之證明，不另立據。 (10)凡報名參賽者，即視同承認本報名規定的各項內容及規定本活動參賽規則，如有異動，以本活動網站公布為準。 (11)主辦單位保有所有相關活動最終解釋權及活動更改權利。 (12)若因本約定涉訟者，投件者及報名單位同意以台灣台北地方法院為第一審管轄法院。					

<p>★個人資料告知聲明暨提供同意書</p>	<p><input type="checkbox"/>我已詳細閱讀並同意以下條款：動腦雜誌、動腦傳播(包括動腦俱樂部、動腦講座)，得於 2016 第十六屆金句創作比賽之目的範圍內蒐集、處理及利用本人之姓名、電話、職稱、電子郵件等基本資料。動腦應對所蒐集之資料依法保密。本人有權利對於個人資料隨時查詢或請求閱覽，請求製給複製本，請求補充或更正，請求停止搜集、處理或利用及請求刪除，行使權利之方式逕以電話通知動腦讀者服務(02)2713-2644 分機 14、22 辦理。</p> <p><input type="checkbox"/> (若同意請勾選) 我已詳細閱讀並同意以下條款：動腦雜誌、動腦傳播(包括動腦俱樂部、動腦講座)，得於 2016 第十六屆金句創作比賽結束後，於行銷之目的範圍內蒐集、處理及利用本人之姓名、電話、職稱、電子郵件等基本資料，動腦並得利用本人之上開資料而為其客戶在台灣對本人發送商品廣告訊息。除本人有反對之表示，動腦得永久利用本人之個人資料。動腦應對所蒐集之資料依法保密。本人有權利對於個人資料隨時查詢或請求閱覽，請求製給複製本，請求補充或更正，請求停止搜集、處理或利用及請求刪除，行使權利之方式逕以電話通知動腦讀者服務(02)2713-2644 分機 14、22 辦理。</p>
<p>★創作人簽章</p>	
<p><input type="checkbox"/>參賽者簽章</p>	<p>(所有參賽者皆需簽名並保證以上所填資料絕無虛假)</p>
<p><input type="checkbox"/>法定代理人簽章</p>	<p>(未滿 20 歲者請法定代理人簽名)</p>

學生證影本黏貼處	匯款證明黏貼處

2016 第十六屆金句創作比賽 參賽策略單

廣告標語看似簡單，其實有著大學問。除了運用各種文字技巧，讓標語響亮好記憶，最重要的是要一語中的，打中消費者的心。首先你必須深刻了解自己的產品，再來找到目標客群，知道他們在想什麼，最後才是寫出關鍵那一句。

請針對你所參賽的產品/品牌，填寫以下問題：

1.	選擇企業
2.	產品名稱
3.	你覺得哪些人是購買本產品/品牌的大宗，請詳細描述他們可能有的特質？ (例如：年紀/日常習慣/生活態度/喜歡什麼/在意什麼/)
範例	20-25歲的女性，可能是大學生或社會新鮮人。她對流行、時尚很敏銳，樂於表現自我，在意同儕或同事的看法，希望自己無時無刻看起來都很亮眼，平時會仿效外國明星的穿著，常用網路接收國外新訊息，著迷於手帳本、紙膠帶等，可以表現自我風格的生活療癒小物。
4.	請試想，上述那些人，最主要是以什麼方式接收資訊？他們收聽或收看哪些媒體(例如：網路、電視、電台、報紙、雜誌)，並寫出具體名稱/節目。
範例	網路 50%(facebook、ptt 八卦板、戲劇版、yahoo 首頁、payeasy)，等等...
5.	在參與競賽之前，你對於本產品/品牌的印象為何
6.	參賽發想的過程中，你認為本產品/品牌的 U.S.P.利基點(獨有特色、優勢)為何？
7.	請簡述你的金句創意概念，發想的過程及切入點 (例如：產品力出發/結合時事/品牌形象出發/)

2016 第十六屆金句創作比賽 品牌提供策略單

1.企業名稱	露特娜股份有限公司
提供創作主題	Saholea 森歐黎漾
產品說明	<p>saholea 森歐黎漾植研萃淨平衡洗髮露</p> <ul style="list-style-type: none"> ■個性: 洗戀·洗鍊「洗出純精的自我、到戀上自己」 ■無色素、無矽靈，堅持純淨不添加: 不添加有疑慮成分、僅添加自信 ■親膚溫合 ■多種胺基酸+玻尿酸配方 ■洋甘菊鮮萃-24 小時鮮萃技術: 舒緩平衡、蓬鬆控油
品牌核心概念	<p>Shaolea 森歐黎漾為洗沐品牌,為專業髮品開發高效安全的髮品。理念:「安心的純淨洗滌 聰明的煥髮新生，一切的創新研發只為解決妳的對健康美麗的需求」</p> <p>個性: 鄰家跣</p> <p>鄰家: 取其產品特性的-親膚性佳(弱酸性 pH 值)、洗沐品為日常中隨手可及的商品,給予非常親民鄰家的感覺</p> <p>跣: 取其不含矽靈、使洗後能乾淨俐落、不殘留，以及不添加多於化學有害成分、僅添加自信、反璞歸真回到肌膚原始狀態，原始最美的赤裸美肌</p>
企業網站或其他參考資訊	https://www.saholea.com/
目標消費族群	25-38 輕熟女
預期目標效益	

2.企業名稱	美吾華股份有限公司
提供創作主題	卡樂芙染髮劑
產品說明	<p>(1) 14 種流行髮色，放膽玩色，無色限，什麼 color 都能 cover。</p> <p>(2) 兩種劑型，操作方便。Change is fun! 染髮、玩髮一次完成。 * 泡沫染髮劑(4 色): 泡泡ㄉㄨㄉㄨ不滴落，均勻上色。 * 優質染髮霜(9 色): 便捷染髮梳，乳霜不滴落，均勻上色。</p> <p>(3) 黑髮專用，絕對閃亮。</p> <p>(4) 蜂王漿精華、水解小麥蛋白、橄欖油、胺基酸及多元植物添加，讓髮色更持久亮麗。</p> <p>不含化學成分 PPD，減少刺激，降低敏感。</p>
品牌核心概念	年輕、有活力、有個性、愛美愛變、超顯色、colorful。
企業網站或其他參考資訊	美吾髮 美麗吾髮黨 FB 粉絲團 https://www.facebook.com/maywufa FUN 膽玩色 無色限 卡樂芙染髮劑 https://www.youtube.com/watch?v=VH024XOiN8A Colorful !! 卡樂芙 零失誤超顯色 DIY 染髮教學 https://www.youtube.com/watch?v=-26QncPodJo 卡樂芙 Change is fun! 2014 玩色派對 http://colorful.events.pixnet.net/?utm_source=fans&utm_medium=fans1&utm_campaign=colorful2014 卡樂芙官方網站 http://colorful.mwf.com.tw/
目標消費族群	18-25 歲 大學生、小資女
預期目標效益	提高「品牌記憶度」及「產品市佔率」

3.企業名稱	廣宇國際股份有限公司
提供創作主題	Aperio・艾貝歐（胺基酸彈力潔顏慕斯）
產品說明	「慕斯」類的潔顏用品被視為最適合敏感性肌膚的潔顏品，分子小，能夠深入淨透肌膚每個毛孔，完整帶走髒污。而搭配「胺基酸」這個與肌膚 pH 值最相近的成分，可以不用擔心因為清潔而傷害肌膚；因此能在安全的狀況下調理油水平衡、代謝粉刺。
品牌核心概念	<p>【慢保養】 相較於時下流行的速成(懶人)保養，Aperio 的天然成分，致力於讓女性學會放慢腳步，傾聽肌膚的聲音，慢慢變美麗、一天比一天更有自信。</p> <p>【零負擔】 全產品採用天然的成分，不添加有害物質。</p> <p>【輕質感】 質地輕柔、舒適、不油膩，讓人不會有多餘的負擔。</p>
企業網站或其他參考資訊	<p>【官網】： http://www.aperio.com.tw/</p> <p>【粉絲團網址】： www.facebook.com/AperioNatural</p>
目標消費族群	31-35 歲都會女性
預期目標效益	讓更多消費者注意到 Aperio・艾貝歐，引發想了解的好奇心。

4.企業名稱	亞太電信(股)公司
提供創作主題	全國壹大網
產品說明	<p>「全國壹大網」打遍所有行動門號，不分網內外，通通都算網內價。不管你是撥打中華電信、台灣大哥大、遠傳電信或是台灣之興，所有的行動門號，通通都可以免費講。</p> <p>超低月租費 \$ 399，讓你每通免費講 3 分鐘，在送你 1GB 行動上網，另有多款大螢幕 0 元手機可供選擇。</p> <p>「\$ 399 限時加碼專案」再送六個月上網吃到飽，第七個月起加付 \$ 100，上網量加倍送(2GB)</p>
品牌核心概念	<p>「Gt 智慧生活」提供『行動、寬頻、數位』等資通訊與軟硬體整合產品及服務；我們承諾消費者『價值多一些，花費少一點，幸福永遠早一步』。Gt 所代表的就是 Good Time、Get Together、Great Technology，三個 Gt 元素，分別是讓消費者永遠都能享受幸福時刻（Good Time）、不論何時何地總是跟你在一起的好夥伴（Get Together），以及整合軟硬體創新科技提供最好的解決方案與服務（Great Technology）！</p>
企業網站或其他參考資訊	<p>http://www.aptg.com.tw/my/index.htm</p> <p>http://event.aptg.com.tw/20160223/?_ga=1.77435793.563897170.1399340641</p>
目標消費族群	30-49 歲，工作上業務或外勤人員，常需與人互動溝通，個性樂觀活潑
預期目標效益	提升消費者申辦亞太電信意願，增加品牌認同感。

5.企業名稱	台灣可果美股份有限公司
提供創作主題	可果美(品牌形象)
產品說明	<ul style="list-style-type: none"> • 台灣可果美創立至今已將近 50 個年頭，台日合資成立的背景讓台灣可果美可以快速掌握日本最新技術與生產經驗，同時也是全台為一的製作蕃茄廠商。 • 在這近半世紀的堅持中，透過並與日本可果美交流最新技術和豐富經驗，不斷地研究與改良，穩健地成長茁壯，將最高品質的番茄和蔬菜做成另人安心、美味的蕃茄醬、蕃茄汁與其他產品，並希望透過醬料與蔬果飲料能提升國人健康、增進國人吃的幸福。 • 近年來隨著生活形態與烹飪習慣的改變，可果美也開始重視食農教育，更希望透過向下扎根，推動健康飲食與健康生活，讓更多小朋友認識食物、珍惜並愛上食物。
品牌核心概念	自然、健康
企業網站或其他參考資訊	www.kagome.com.tw
目標消費族群	20-45 歲的消費者
預期目標效益	透過創作體現可果美品牌用心製作商品以及關懷食農教育。