



參賽手冊
ENTRYKIT

七月一日至八月十四日收件報名
八月二日頒獎典禮

2026

AAA
CREATIVE AWARDS
創意獎

愛我

別走

我做廣告的

I MAKE ADS.

因為 貓在鋼琴上昏倒了
還是單純因為 許光漢
不論你做廣告的原因是什麼
不可否認做廣告的樣子好迷人

因為做廣告曾經是
最時尚的最前衛的
最感性的最有型的
最能玩的最瘋狂的
最自由的最晚到的
二〇二六年4A創意獎

不只要看見精彩創意
更要再次看見

每個正在做廣告的你
最真實的最努力的
最熱情的最幼稚的
最不可理喻的

所有最迷人樣子
今年讓我們一起大聲說

我做廣告的

I MAKE ADS.

參賽規範

關於 4A 創意獎

主辦單位 / 贊助單位 / 籌備會

參賽規則

參賽資格

評選方式與得獎結果

年度積分計算

報名費用與關鍵日程

獎項類別

2026 獎項分類與增設

A. 平面與戶外類 Print & Outdoor

B. 影片與聲音類 Film & Audio

C. 製作工藝類 Craft

D. 設計類 Design

E. 參與體驗類 Engagement & Experience

F. 娛樂類 Entertainment

G. 創新與科技類 Innovation & Tech

H. 商務類 Commerce

I. 整合類 Integrated

J. 策略類 Strategy

K. 永續行銷類 Sustainable Marketing

特別說明：各獎項創意核心精神

S. 年度大獎

參賽指南

報名提交流程

作品提交提醒

交件素材規格

報名費繳付方式

作品處理與發佈

注意事項

聯絡方式（收件小組/ 4A 秘書處）

4A 創意獎 (4A Creative Awards)

自 1991 年由 4A (台北市廣告業經營人協會) 創立以來
不僅是台灣廣告界的最高榮譽，更是見證台灣行銷傳播史演進的重要標竿
每年的頒獎典禮不僅是創意人的榮耀時刻
更是整個行銷傳播產業 (包含代理商、廣告主、製作公司及媒體端)
共同引頸期盼的年度盛事

二〇二六年

【4A 創意獎】正式邁入第三十五屆

這不僅是一個數字的里程碑
更是台灣創意產業與科技、商業、社會價值深度對話的全新轉點
在過去，創意被視為廣告表現的靈魂
在二〇二六年，我們賦予「創意」更寬廣的定義
創意不再侷限於單純的廣告訊息
而是存在於各行各業、各種媒介形式之中
用以推動實質商業成長、解決營運痛點、引發社會變革的核心動能
在資訊碎片化與 AI 技術湧現的時代，創意不再僅是廣告表現的點綴
而是推動現代商業轉型、驅動消費經濟成長、以及引發社會正向變革的核心引擎
本屆獎項致力於將台灣的專業創意，轉化為實質的社會影響力
讓每一次的品牌溝通
都成為引領產業升級與接軌國際的關鍵力量

第三十五屆 4A 創意獎 籌備會

簡志霖 主任委員/ 格威博報堂集團開發長、艾斯傳媒行銷 / 聯樂數位行銷 / 迪維數位智造 董事總經理

周筱俐 籌備委員/ 偉太廣告董事長暨總經理

潘其偉 籌備委員/ 台灣電通營運長

林智豪 籌備委員/ 雪瓦廣告集團執行長暨創意長

陳琦琦 當然委員/ 4A理事長/米蘭數位傳播集團共同創辦人暨副董事長

主辦單位



The Association of Accredited Advertising Agents of Taipei R.O.C
台北市廣告業經營人協會

協辦單位



媒體夥伴



參賽規則

作品提交

- 參賽公司保證報名之各項作品，確實為參賽公司製作之廣告作品，絕無剽竊、冒名、違法或侵權之情事，並已取得內容素材之所有相關權利人（包括但不限於著作權、商標權、肖像權等）必要之授權同意，得製作該作品、參加本活動並授權本活動主辦單位依本辦法規定使用，主辦單位亦無須再另向第三人或團體取得相關授權或支付授權費用。如有相關違反，參賽公司即喪失參賽權利及領獎資格，並應自行負擔相關責任或賠償。若有第三人就參賽公司參賽作品追究法律責任，一概由參賽公司全權負責，參賽公司並應賠償主辦單位因此所受之損失。
- 參賽作品提交前，須經廣告客戶及／或作品合法權利人授權。
- 每件作品於同一獎項中僅得由單一單位提交，且須事先取得所有相關權利方之同意。
- 如同一作品於同一獎項有兩間以上不同參賽單位重複提交，主辦單位將取消該作品之參賽資格。
- 參賽者須依規定提交所有必要之參賽資料與文件。
- 涉及冒犯國家或宗教情感，或違反公共秩序與善良風俗之作品，將不予受理。
- 違反台灣相關法律、規範或產業自律準則之作品，將不予受理。

作品使用與發表

- 無論於活動期間或活動結束後，凡涉及作品使用與發表授權之任何變更（包括但不限於展覽、頒獎典禮、展示呈現，或提供第三方作為推廣用途），均須經主辦單位核准。

AI 使用與揭露

- 【4A創意獎】秉持創意誠信與原創性之原則，並認可 AI 為有價值的創作輔助工具；但以人為本的創意、決策與創作主導權，仍為所有參賽作品之核心。
- AI 的使用須符合相關法律、人權與倫理價值，包括透明性、公平性與隱私保護。
- AI 可作為創作過程中的輔助工具，但不得取代人類創作主導或概念發想。
- 參賽者報名時須於「AI 使用披露聲明」中，完整且如實說明 AI 在作品創作過程中的使用方式。

參賽資格取消

- 凡經查明以不實或不當方式取得參賽資格之作品，將予以取消資格。
- 主辦單位保留取消下列作品參賽資格之權利：
 - 內容不當、具冒犯性或違反公共標準者；
 - 未能提供足以證明作品合法性之必要文件者；
 - 提供不完整、不正確或具誤導性資訊者；
 - 未於評審開始前，繳清全部報名費者。
- 對於錯誤提交、撤回或遭取消資格之作品，已繳交之費用概不退還。
- 凡遭取消資格之作品，其相關積分、獎項或資格均視為無效。

主辦單位擁有條款解釋與最終決定權

- 主辦單位保留要求參賽單位提供補充資料，以驗證作品之真實性與合規性之權利。
- 主辦單位得視需要，委任獨立之 AI 倫理或鑑識專家進行審查。
- 為促進透明度與產業信任，AI 使用披露聲明得作為官方對外溝通的資訊。

參賽資格

開放式報名

不限代理商 或 廣告主，非 4A 會員公司 皆可報名參賽。
無論是數位代理商、公關公司、媒體公司、獨立工作室、政府單位、學術單位，還是品牌內部的創意團隊，我們皆張開雙臂歡迎，旨在打造一個無邊界的創意交流平台。

參賽區域

涵蓋台灣、大陸、香港、新加坡等華文市場。

作品期限

2025 年 8 月 1 日至 2026 年 7 月 31 日期間，於各報紙、雜誌、數位、戶外、電視、廣播、電影院及行動通訊媒介「首次刊播」之華文作品。

惟下列為本年度新增設獎項*，開放刊播期間自 2025 年 1 月 1 日至 2026 年 7 月 31 日之作品參賽：

參賽類別	獎項名稱
C. 製作工藝類 Craft	C5. 最佳影片導演工藝
	C6. 最佳影片攝影工藝
	C7. 最佳影片剪輯與視覺特效工藝
	C8. 最佳影片聲音設計與配樂工藝
D. 設計類 Design	D5. 最佳空間環境設計
E. 參與體驗類 Engagement & Experience	E3. 最佳策展體驗
	E4. 最佳公關事件行銷
F. 娛樂類 Entertainment	F3. 最佳運動娛樂行銷
J. 策略類 Strategy	J1. 最佳創意策略
	J3. 最佳媒體策略
	J4. 最佳公關策略

*詳細內容請看 2026 獎項分類與增設

2026
AAA
CREATIVE AWARDS
創意獎

愛我

別走

為創意掏心掏肺
我做廣告的

I MAKE ADS.

評選方式 與得獎結果

評審機制

- 採用多輪審查制，由跨國創意總監、行銷傳播產業專家領袖等組成評審團，並由籌備會邀請指定「評審團主席」及「評審團副主席」。
- 評審團就所有獎項評選相關事項之決定，均為最終且具約束力。
- 評審過程中之所有討論內容應予保密。

初審 | 8/26-9/4

- 由初選評審團針對參賽作品進行線上打分。
- 評審需看完每一作品之所有報名上傳內容後，逐一進行評分。（1-9分；並有評分標準）
- 各獎項入圍數須達參賽件數 1/3 或至少 1 件。
- 依總分平均排序，由評審團主席參考分數決定入圍名額。

複審 | 9/15-9/21

- 由決選評審團針對入圍作品進行線上打分。
- 評審需看完每一件入圍作品內容後，逐一進行評分。（1-9分；並有評分標準）

決審 | 9/29

- 由決審評審團於實體會議中，針對入圍作品進行討論後投票決定，各獎項選出 [金獎]、[銀獎]、[銅獎] 及 [佳作]。
- [金獎] 需達各評審團可投票人數三分之二。
- [銀獎]、[銅獎] 與 [佳作] 需達各評審團可投票人數二分之一。
- 最終決審會議中，選出 [評審團特別獎]、[全場最大獎]。

獎項得主決定方式與 C 製作工藝類積分設定

- 各類別獎項之最終分配由決審評審團決定。
- 若決審評審團認為某子類別未達得獎標準，得不頒發該類別之獎項。
- 各類別得獎數量不設上限。
- C 製作工藝類獎項旨在表彰技術執行的卓越，其目標是強化創意精髓。為彰顯代理商在策略與創意上的核心競爭力，確保年度最佳代理商的積分，能如實反映該公司為最能帶動產業影響力的領先地位。避免單一高製作水準的作品，透過多項製作工藝類獎項累積過高積分，進而影響對公司整體創意能量的客觀評估；因此參照國際獎項評分標準，C 製作工藝類積分設定為創意類別獎項的一定比例，且 C 製作工藝類之金獎作品不會參加全場最大獎之評選。
- 主辦單位保留最終獎項調整與解釋權。

評選方式 與得獎結果

評審迴避原則

- 迴避所屬公司作品入圍的獎項：評審目前所屬公司的作品如有入圍評選獎項，評審必須離場迴避該獎項。
- 迴避隔離：迴避的方式該評審必須暫時離開評審室，不可留在現場聆聽、不能投票評分、不得參與任何可能影響結果的討論。
- 所屬集團迴避：評審職稱若是以集團為首，所屬集團的作品入圍的獎項均予以迴避投票；而若廣告客戶是集團的作品，則所屬集團公司的評審，均予以迴避投票。
- 所屬公司 / 或同集團認定原則：所屬公司（或同集團）的認定以參賽報名時填寫之「代理商」欄位為準。
- 評審團主席裁量權：如有發生具爭議的利益衝突情況，該類別的評審團主席擁有最終決定權，可以決定該名評審員是否需要迴避特定的投票或討論。

年度積分計算

兩間（含）以上代理商積分計算方式：

若一件獲獎作品或活動由兩間以上代理商共同完成（在「代理商」欄位填寫兩間以上的代理商），獲獎作品的分數將按代理商數量進行平均分配。

- 範例參考：由廣告代理商 A 和廣告代理商 B 共同合作完成的作品獲得銀獎（15 分），兩家代理商各獲幾分 7.5 分。

廣告代理商	積分
A	7.5 分
B	7.5 分

最高總積分同分處理原則

若兩間（含）以上廣告代理商或廣告客戶的總積分相同（最高分），年度大獎將頒發給擁有「最高級別獎項」數量最多的單位。

- 範例參考：若廣告代理商 A 與廣告代理商 B 均獲得累計同分 110 分（最高分，「年度最佳代理商」則頒發給獲得「最高級別獎項」數量最多的廣告代理商 A。

廣告代理商 A	積分	廣告代理商 B	積分
全場最大獎 x 1	35 分	金獎 x 2	50 分
金獎 x 3	75 分	銀獎 x 2	30 分
總分	110 分	銅獎 x 3	30 分
		總分	110 分

報名費用與 關鍵日程

作品提交日期

報名期間為 2026 年 7 月 1 日至 2026 年 8 月 14 日止。

2026 年度為鼓勵提早完成報名，新增早鳥價與延遲價之費用，詳細計算方式如下：

作品費用	報名確認截止日	費用計算
早鳥價	2026 年 7 月 14 日 (二)	-20%
一般價	2026 年 8 月 14 日 (五)	-
延遲價	2026 年 8 月 15 日以後	+20%

作品報名費用

各獎項報名費皆為：

作品類型	4A會員價	非會員價
單件	3,000元	4,000元
系列 / Campaign	5,000元	6,000元

關鍵日程

項目	日期
初選評審 (線上打分)	2026 年 8 月 26 日 (三) ~ 2026 年 9 月 4 日 (五)
入圍名單公布	2026 年 9 月 9 日 (三) *入圍作品英文資料修訂：公布後會開放修訂期間
複選評審 (線上打分)	2026 年 9 月 15 日 (二) ~ 2026 年 9 月 21 日 (一)
決選評審會 (實體評選)	2026 年 9 月 29 日 (二)
頒獎典禮 / After Party	2026 年 10 月 2 日 (五)
得獎名單公布	2026 年 10 月 2 日 (五)

最懂得抓你眼球 我做廣告的

I MAKE ADS.



2026
AAA
CREATIVE AWARDS
創意獎

2026 獎項分類 與增設

本屆獎項結構進行了歷年最大幅度的體質調整，由原有的「6 大類、38 獎項」擴增為「11 大類、47 獎項」，旨在精準對接國際賽事標準（如 Cannes Lions, ADFEST），並讓各種專業職能的「大創意」都能獲得應有的肯定。

2026 獎項分類	2026 獎項名稱	備註
A. 平面與戶外類 Print & Outdoor	A1. 最佳平面廣告創意獎	
	A2. 最佳平面系列廣告創意獎	
	A3. 最佳海報創意獎	
	A4. 最佳環境媒體創意獎	
B. 影片與聲音類 Film & Audio	B1. 最佳短影音廣告影片創意獎	
	B2. 最佳廣告影片創意獎	
	B3. 最佳長秒數廣告影片創意獎	
	B4. 最佳系列廣告影片創意獎	
	B5. 最佳聲音行銷創意獎	
C. 製作工藝類 Craft	C1. 最佳平面文案創意獎	
	C2. 最佳影片文案創意獎	
	C3. 最佳數位文案創意獎	
	C4. 最佳平面藝術指導獎	
	C5. 最佳影片導演工藝獎	NEW
	C6. 最佳影片攝影工藝獎	NEW
	C7. 最佳影片剪輯與視覺特效工藝獎	NEW
	C8. 最佳影片聲音設計與配樂工藝獎	NEW
	C9. 最佳數位視覺工藝獎	

2026 獎項分類 與增設

2026 獎項分類	2026 獎項名稱	備註
D. 設計類 Design	D1. 最佳品牌識別設計獎	
	D2. 最佳販促製作物設計獎	
	D3. 最佳包裝設計獎	
	D4. 最佳 UI / UX 設計獎	
	D5. 最佳空間與環境設計創意獎	NEW
E. 參與體驗類 Engagement & Experience	E1. 最佳互動體驗創意獎	
	E2. 最佳社群參與擴散創意獎	
	E3. 最佳策展體驗創意獎	NEW
	E4. 最佳公關事件行銷創意獎	NEW
F. 娛樂類 Entertainment	F1. 最佳品牌娛樂創意獎	
	F2. 最佳音樂娛樂行銷創意獎	
	F3. 最佳運動娛樂行銷創意獎	NEW
	F4. 最佳影響者行銷創意獎	
G. 創新與科技類 Innovation & Tech	G1. 最佳媒體創新運用獎	
	G2. 最佳科技應用創意獎	
	G3. 最佳數據創意方案獎	
	G4. 最佳 AI 應用創意獎	
H. 商務類 Commerce	H1. 最佳通路行銷創意獎	
	H2. 最佳上市廣宣創意獎	
	H3. 最佳促銷創意獎	

2026 獎項分類 與增設

2026 獎項分類	2026 獎項名稱	備註
I. 整合類 Integrated	I1. 最佳數位整合創意獎	
	I2. 最佳全傳播整合創意獎	
J. 策略類 Strategy	J1. 最佳創意策略獎	NEW
	J2. 最佳在地文化洞察策略獎	
	J3. 最佳媒體策略獎	NEW
	J4. 最佳公關策略獎	NEW
K. 永續行銷類 Sustainable Marketing	K1. 最佳公益行銷創意獎	
	K2. 最佳地方創生創意獎	
	K3. 最佳永續行銷創意獎	

* 各獎項之詳細內容請看該獎項介紹。

十八般武藝樣樣精通 我做廣告的

I MAKE ADS.



2026
AAA
CREATIVE AWARDS
創意獎

A. 平面與戶外類 Print & Outdoor

表彰利用平面媒體特性或實體環境空間，透過具備衝擊力的廣告創意，達成品牌溝通並引發受眾深刻印象之作品。

A.

平面與戶外類

Print & Outdoor

獎項名稱	獎項定義說明	作品文件說明
A1. 最佳平面廣告創意獎 Best Print Ad (Single)	充分發揮平面媒體特性，藉由卓越的視覺張力與文案內容，精準傳達品牌訊息。參賽作品指運用優秀創意於報刊、雜誌、通路或品牌視覺中公開刊登之單一製作物。	必要項目： <ul style="list-style-type: none">· 作品說明摘要· 作品圖片· AI 使用披露聲明· 相關授權同意書 建議提供： <ul style="list-style-type: none">· 建議在「補充資料」欄位中，上傳公開刊播樣張（實際印刷證明）圖檔的雲端連結(URL)，讓評審更清楚該作品帶來的閱讀體驗。
A2. 最佳平面系列廣告創意獎 Best Print Ad (Series)	基於同一核心創意概念，於平面媒體上進行多維度演繹。透過一致的視覺風格與文案調性達成持久品牌印象。需提交最少兩張（含）以上之系列作品。	必要項目： <ul style="list-style-type: none">· 作品說明摘要· 兩張（含）以上作品圖片· AI 使用披露聲明· 相關授權同意書 建議提供： <ul style="list-style-type: none">· 建議在「補充資料」欄位中，上傳公開刊播樣張（實際印刷證明）圖檔的雲端連結(URL)，讓評審更清楚該作品帶來的閱讀體驗。

注意事項：A1、A2 入圍作品需再提交實體作品裱版

A.

平面與戶外類

Print & Outdoor

獎項名稱

獎項定義說明

作品文件說明

A3. 最佳海報創意獎

Best Poster

運用強烈巧妙的標題文字與視覺對比，將訊息張貼於特定公共場所。評選重點在於瞬間吸引消費者駐足。報名需提交實際張貼證明，入圍後需繳交實體品。

必要項目：

- 作品說明摘要
- 作品圖片
- AI 使用披露聲明
- 相關授權同意書

建議提供：

- 建議在「補充資料」欄位中，上傳實際張貼於戶外、店內或公共空間證明圖檔的雲端連結 (URL)，讓評審更能模擬該作品吸引目光的瀏覽體驗。

A4. 最佳環境媒體創意獎

Best Outdoor & Ambient Media

將生活環境中的萬物，轉化為品牌對話可能的廣告創意。重點在於創意如何與環境情境或實體載體完美結合，透過標題文字與視覺效果的巧妙設計，為流動觀眾創造耳目一新的視覺或心理衝擊。媒體類型不侷限於傳統戶外媒體或非廣告載體（如杯墊、包裝、門票、日用品）或既有公眾設施（如櫥窗、交通載具、街道家具）

必要項目：

- 作品說明摘要
- 作品圖片
- 3 分鐘內個案影片
- 個案說明展示圖
- AI 使用披露聲明
- 相關授權同意書

建議提供：

- 建議在「補充資料」欄位中，上傳實際地點（如街道、建築、賣場等）展示的照片、受眾與作品互動照片圖檔的雲端連結 (URL)，讓評審更能模擬該作品的情境體驗。

注意事項：A3 入圍作品需再提交實體作品樣版，A4 若有實體製作物入圍時需再提交。

B. 影片與聲音類 Film & Audio

表彰利用動態影像的敘事技巧、時間軸的表現力或聲音媒介特性，透過具備感染力與傳播力的廣告創意，達成品牌溝通並引發受眾共鳴之作品。

B.

影片與聲音類

Film & Audio

獎項名稱	獎項定義說明	作品文件說明
B1. 最佳短影音廣告影片創意獎 Best Film: Short Format (15s and under)	15 秒（含）以下之廣告影片。評選重點在於如何在極短時間內抓住眼球，展現創意的爆發力，透過視覺及聽覺，綜合表現出印象強烈的影音效果，引起受眾興趣，完成訊息傳遞	
B2. 最佳廣告影片創意獎（16-60s） Best Film: Standard (16s-60s)	16 秒至 60 秒之廣告影片。評選重點在於敘事節奏的流暢性、情感鋪陳的細膩度，以及創意與品牌訊息高度融合的完成度。	必要項目： <ul style="list-style-type: none">· 作品說明摘要· 廣告影片· AI 使用披露聲明· 相關授權同意書
B3. 最佳長秒數廣告影片創意獎 Best Film: Long Format (Over 61s)	61 秒以上之廣告影片，包含微電影、品牌故事片等。側重於敘事的深度與結構完整性，並考察其維持受眾長時投入的感染力。	
B4. 最佳系列廣告影片創意獎 Best Film Campaign	針對同一創意策略，透過兩支（含）以上影片進行連貫式傳播。評選多支系列廣告影片，如何在不同章節或篇幅下，維持一致的品牌個性與核心價值演繹。	必要項目： <ul style="list-style-type: none">· 作品說明摘要· 兩支（含）以上廣告影片· AI 使用披露聲明· 相關授權同意書

注意事項：B1、B2、B3獎項，僅限以「單支影片」報名。不得將系列影片「剪輯合併」為單支影片參賽。

B. 影片與聲音類 Film & Audio

獎項名稱	獎項定義說明	作品文件說明
B5. 最佳聲音行銷創意獎 Best Audio & Radio	運用聽覺媒體（Podcast、Radio 或串流音樂）構築品牌想像。評選人聲、音效與配樂的創意組合，在無視覺輔助下達成卓越敘事。	必要項目： <ul style="list-style-type: none">· 作品說明摘要· 廣告音檔（請提供音檔的線上收聽URL）· 若作品為Radio類，請提供作品文案（旁白）· AI 使用披露聲明· 相關授權同意書 建議提供： <ul style="list-style-type: none">· 可製作「3 分鐘內個案影片」，更能精準傳達該作品的創意核心（若作品為Podcast類強烈建議提供）。

C. 製作工藝類 Craft

表彰對執行細節的極致追求。我們深信優秀的工藝不應僅止於展現卓越的文字魅力、視覺美學或數位技術，更在於透過各項專業技術的深度磨練，全方位地「強化創意精髓」。評選重點在於執行細節如何精準轉譯創意簡報，並將原創思維加以昇華，讓創意因執行的卓越表現，而產生更強大的感染力、記憶點與社會影響力。

C. 製作工藝類 Craft

獎項名稱	獎項定義說明	作品文件說明
C1. 最佳平面文案創意獎 Best Copywriting for Print & Publishing	表彰文字對核心創意的深化能力。評選標準包含標題震撼力與內文敘事邏輯，重點在於文字如何精準勾勒品牌靈魂，讓創意因修辭的精煉，而更具說服力與策略張力。	必要項目： <ul style="list-style-type: none">· 作品說明摘要· 作品文案· 作品圖片· AI 使用披露聲明· 相關授權同意書
C2. 最佳影片文案創意獎 Best Scriptwriting for Film	針對影音腳本、對白或旁白進行評選。考察語言節奏如何推進故事情節並強化原創思維，讓受眾透過語言細節深刻感受創意背後的情感意境。	必要項目： <ul style="list-style-type: none">· 作品說明摘要· 作品文案· 廣告影片· AI 使用披露聲明· 相關授權同意書
C3. 最佳數位文案創意獎 Best Social & Digital Copywriting	針對數位載體特性之寫作工藝。評選重點在於文字如何與數位互動結合，在碎片化環境中精準捕捉注意力，並透過獨特的語感誘發參與，強化數位創意的影響力。	必要項目： <ul style="list-style-type: none">· 作品說明摘要· 作品文案· 作品圖片· AI 使用披露聲明· 相關授權同意書 建議提供： <ul style="list-style-type: none">· 可製作「3 分鐘內個案影片」，更能精準傳達該作品的創意核心。

注意事項：C1 入圍作品需再提交實體作品裱版

C. 製作工藝類 Craft

獎項名稱

獎項定義說明

作品文件說明

C4. 最佳平面藝術指導獎 Best Art Direction for Print & Publishing

評選視覺美學（排版、構圖、影像質感）的極致展現。重點在於藝術指導如何將抽象的創意概念轉化為具備強烈質感的視覺資產，使視覺不僅是裝飾，更是創意的強力載體。

必要項目：

- 作品說明摘要
- 作品圖片
- AI 使用披露聲明
- 相關授權同意書

建議提供：

- 建議在「補充資料」的欄位中，放上公開刊播樣張（實際印刷證明）圖檔的雲端連結(URL)，讓評審更清楚該作品帶來的閱讀體驗。

*NEW

C5. 最佳影片導演工藝獎 Film Craft: Best Direction

針對導演的敘事風格、鏡頭語言與場面調度能力進行評選，導演如何強化故事並提升創意的穿透力。評審將考察導演如何運用創意與技術，將作品昇華至超越腳本的層次，使其更具吸引力、記憶點與影響力。包含導演對創意簡報的轉譯，及如何整合選角、美術設計、聲音設計與攝影工藝，賦予作品鮮活靈魂與獨特影像韻味。

必要項目：

- 作品說明摘要
- 廣告影片
- AI 使用披露聲明
- 相關授權同意書

強烈建議提供：

- 可製作「3 分鐘內個案影片」，用幕後花絮的方式來展現導演對作品的掌控力、或展示導演如何克服拍攝挑戰。
- 若沒有製作個案影片，則建議提供個案說明展示圖。

注意事項：C4 入圍作品需再提交實體作品裱版

C. 製作工藝類 Craft

獎項名稱

獎項定義說明

作品文件說明

*NEW

C6. 最佳影片攝影工藝獎 Film Craft: Best Cinematography

評選影片拍攝過程中的光影處理、構圖美學、攝影機運動及整體視覺風格的藝術成就。重點在於攝影工藝如何深化故事意境，透過精確的鏡頭語言，強化核心創意概念的渲染力。評審將考量攝影師如何運用取景角度與構圖，將創意轉譯為具備感官震撼力、記憶點與高度敘事價值的影像質感。

必要項目：

- 作品說明摘要
- 廣告影片
- AI 使用披露聲明
- 相關授權同意書

強烈建議提供：

- 可製作「3 分鐘內個案影片」，用幕後花絮的方式來展示攝影細節、光影與質感的表現。
- 若沒有製作個案影片，則建議提供個案說明展示圖

*NEW

C7. 最佳影片剪輯與視覺特效工藝獎 Film Craft: Best Editing & Visual Effects

評選影片剪輯的節奏感、敘事結構以及後期技術（含調光、數位特效 CGI、影像合成等）的執行品質。評審重點在於剪輯工藝如何深化故事層次並強化核心創意；以及視覺特效不論是透過數位產製或實境拍攝之優化，如何完美融入影像，進而提升整體的視覺衝擊力、記憶點與敘事張力。

必要項目：

- 作品說明摘要
- 廣告影片
- AI 使用披露聲明
- 相關授權同意書

強烈建議提供：

- 可製作「3 分鐘內個案影片」，用幕後花絮的方式來展示「Before & After」的對比，展示後製過程中專業技術的價值。
- 若沒有製作個案影片，則建議提供個案說明展示圖。

C. 製作工藝類 Craft

獎項名稱

獎項定義說明

作品文件說明

*NEW

C8. 最佳影片聲音設計與配樂工藝獎

Film Craft: Best Use of Music & Sound Design

評選影片中聲音元素與音樂運用的藝術成就。包含原創配樂的創作、既有音樂（含改編、混音或授權）的選擇與轉譯，以及聲音設計（如音效 SFX、環境音、擬音 Foley、對白剪輯與錄音工程）的整合執行。評審重點在於聲音與音樂如何深化故事意境、營造特定的氛圍與情緒，並透過聽覺工藝細膩處理，強化核心創意的感染力、記憶點與整體感官震撼。

必要項目：

- 作品說明摘要
- 廣告影片
- AI 使用披露聲明
- 相關授權同意書

強烈建議提供：

- 可製作「3 分鐘內個案影片」，用幕後花絮的方式來展示聲音或配樂如何賦予影像「靈魂」。
- 若沒有製作個案影片，則建議提供個案說明展示圖

C9. 最佳數位視覺工藝獎

Digital Craft: Best Visual Artistry

表彰在數位環境展現極致技術美學與感官體驗的作品。評選範疇包含數位載體介面視覺、動態影像、數位插畫與圖像設計。重點在於作品如何透過數位工藝技術，將形式與功能完美結合，成就美感視覺呈現，提升使用者體驗。

評審將著重於視覺設計的執行品質與美學高度，如何協助品牌在數位載體中，建立獨特且引人入勝的視覺語彙。

必要項目：

- 作品說明摘要
- 作品圖片
- 3 分鐘內個案影片
- AI 使用披露聲明
- 相關授權同意書

強烈建議提供：

- 由於數位作品具備互動性，可在「補充資料」欄位中，放上作品完整的互動過程錄影 URL、與讓評審可直接體驗之作品 URL。若有登入限制，須提供帳密。

預約電話：02-8773

2026
AAA
CREATIVE AWARDS
創意獎

我不怕被客戶打電話打槍打臉

我做廣告的

I MAKE ADS.

D. 設計類 Design

表彰透過視覺美學、結構功能或空間策略，為品牌建立獨特辨識度之作品。舉凡具備品牌精神之文創產品與周邊設計，若能有效解決溝通問題並創造品牌價值，皆在此列。

D. 設計類 Design

獎項名稱	獎項定義說明	作品文件說明
D1. 最佳品牌識別設計獎 Best Brand Identity Design	包含：Logo 設計、視覺規範（VI）或形象重塑。 評選重點在於設計是否具備跨載體通用性，並能精準傳遞品牌的精神內核與獨特辨識度。	必要項目： <ul style="list-style-type: none">· 作品說明摘要· 作品圖片· 3 分鐘內個案影片· 個案說明展示圖· AI 使用披露聲明· 相關授權同意書 建議提供： <ul style="list-style-type: none">· 可在「補充資料」欄位中，放上品牌規範手冊或實際應用於線上與實體的照片圖檔雲端URL，讓評審清楚看到品牌識別如何在不同媒介（線下、線上、空間）中延展。
D2. 最佳販促製作物設計獎 Best Promo & POS Design	針對 DM、型錄、贈品、品牌文創或週邊商品... 等等促進銷售之設計。評核創意與功能性的深度連結。重點在於作品如何透過「實體物感」轉化溝通訊息，在傳遞品牌價值的同時，精準觸發受眾的參與動機與購買衝擊。	必要項目： <ul style="list-style-type: none">· 作品說明摘要· 作品圖片· 3 分鐘內個案影片· 個案說明展示圖· AI 使用披露聲明· 相關授權同意書
D3. 最佳包裝設計獎 Best Packaging Design	運用結構創新、媒材應用或平面美學，提升產品貨架吸引力。考量使用者開箱體驗、訊息傳達與永續性。	必要項目： <ul style="list-style-type: none">· 作品說明摘要· 作品圖片· 3 分鐘內個案影片· 個案說明展示圖· AI 使用披露聲明· 相關授權同意書

注意事項：D2、D3 入圍作品需再提交實體作品。D1 若有實體製作物入圍需再提交。

D. 設計類 Design

獎項名稱	獎項定義說明	作品文件說明
D4. 最佳 UI / UX 設計獎 Best Digital UX Design	評選數位媒介作品 (App, Web) 的介面視覺美學 (UI) 與使用者互動體驗 (UX)。側重操作直覺性、流程流暢度，以及透過設計提升用戶滿意度。	必要項目： <ul style="list-style-type: none">· 作品說明摘要· 作品圖片· 3 分鐘內個案影片· 個案說明展示圖· AI 使用披露聲明· 相關授權同意書 強烈建議提供： <ul style="list-style-type: none">· 由於數位作品具備互動性，可在「補充資料」欄位中，放上作品完整的互動過程錄影URL、與讓評審可直接體驗之作品URL。若有登入限制，須提供帳密。
*NEW D5. 最佳空間與環境設計創意獎 Best Spatial Design	表彰在實體場域中，透過對三維空間的立體解構與結構規劃，展現卓越品牌美學之作品。包含門市空間、櫥窗美學、展示環境或快閃店之建築與室內構成。 評選重點在於如何運用空間量體、光影調度與立體動線，共同形塑具備沉浸感且質感卓越的三維品牌氛圍。	必要項目： <ul style="list-style-type: none">· 作品說明摘要· 作品圖片· 3 分鐘內個案影片· 個案說明展示圖· AI 使用披露聲明· 相關授權同意書

E. 參與體驗類 Engagement & Experience

表彰利用品牌與受眾間的雙向連結、參與機制設計或沈浸式場域特質，透過具備互動性與感染力的廣告創意，達成品牌溝通並引發受眾深度參與之作品。

E.

參與體驗類

Engagement & Experience

獎項名稱

獎項定義說明

作品文件說明

E1. 最佳互動體驗創意獎

Best Creative Use of Interactive Experiences

評選各類形式的互動體驗，包含但不限於現場活動、線上互動遊戲或虛實整合體驗。

重點在於機制是否具備創意性，引導受眾深度參與品牌活動。

必要項目：

- 作品說明摘要
- 3 分鐘內個案影片
- 個案說明展示圖
- AI 使用披露聲明
- 相關授權同意書

E2. 最佳社群參與擴散創意獎

Best Creative Use of Social Engagement

表彰利用社群平台互動特性、線上社群關係或動態影音內容，透過具備社交價值與共鳴感的廣告創意，達成與受眾深度連結並引發自發性分享擴散之作品。評選重點在於創意如何透過社群載體與影音格式，精準轉譯品牌訊息，展現出卓越的社群穿透力與自然觸及之成效。

雖然不是純實效獎，但在社群擴散的成效相當重要，報名資料內請提供相關數據來證明「擴散性」。

強烈建議提供：

- 若作品包含數位互動平台、App 或網頁，可在「補充資料」欄位中放上作品完整的互動過程錄影URL 與讓評審可直接體驗之作品URL。若有登入限制，須提供帳密。
- 可在作品展示的「圖片」欄位中上傳受眾與作品互動等圖片，讓評審更能模擬該作品的情境體驗。

E. 參與體驗類

Engagement & Experience

獎項名稱	獎項定義說明	作品文件說明
<p>*NEW</p> <p>E3. 最佳策展體驗創意獎 Best Creative Use of Curation Experiences</p>	<p>表彰以特定主題為核心，透過實體場域或數位虛擬環境的敘事路徑規劃，引導受眾進入品牌世界的廣告創意。本項旨在評選受眾在體驗過程中的「故事旅程」與感官沉浸感。評選範疇包含實體展覽、虛擬展廳、數位策展專案、元宇宙體驗或虛實整合的沉浸式空間。重點在於策劃者如何運用場景規劃、互動機制與技術手段（如VR/AR、數位展示技術等），精準轉譯品牌訊息並轉化為具備深度、美學與連貫性的敘事旅程展現出卓越的創意穿透力與情感共鳴。</p>	<p>必要項目：</p> <ul style="list-style-type: none"> · 作品說明摘要 · 3 分鐘內個案影片 · 個案說明展示圖 · AI 使用披露聲明 · 相關授權同意書 <p>強烈建議提供：</p> <ul style="list-style-type: none"> · 若作品包含數位互動平台、App 或網頁，可在「補充資料」欄位中放上作品完整的互動過程錄影URL 與讓評審可直接體驗之作品URL。若有登入限制，須提供帳密。 · 可在作品展示的「圖片」欄位中上傳受眾與作品互動等圖片，讓評審更能模擬該作品的情境體驗。
<p>*NEW</p> <p>E4. 最佳公關事件行銷創意獎 Best Creative Use of PR Event Marketing</p>	<p>表彰利用公關事件、戰術執行或議題操作特性透過具備策略性與社會影響力的廣告創意，達成品牌溝通並引發公眾共鳴之作品。評選重點不在於「曝光量」，在於創意如何在真實世界的社會關注點中，精準操動議題節奏，將品牌價值轉化為具影響力的社會共識，成功創造公共對話、改變觀點或促進行動，展現出卓越的創意穿透力與議題感染力。</p>	

F. 娛樂類 Entertainment

表彰將品牌訊息無縫織入流行文化與娛樂載體，使品牌成為娛樂內容不可或缺之環節的廣告創意。創意如何透過影音內容、音樂、運動或影響者力量，達成品牌內容與娛樂體驗的無縫接軌，展現出卓越的敘事魅力與文化滲透力，使受眾在沈浸於內容的同時，忘記廣告邊界而主動投入。

F. 娛樂類 Entertainment

獎項名稱	獎項定義說明	作品文件說明
F1. 最佳品牌娛樂創意獎 Best Branded Entertainment	表彰將品牌訊息，轉化為娛樂內容之傑出創意。評選重點在於內容是否具備極高觀賞價值與敘事魅力，透過品牌內容與娛樂內容的無縫接軌，讓受眾在探索故事的旅程中，忘記廣告邊界而主動投入，進而使品牌成為文化的一部分而非干擾。包含但不限於微電影、遊戲或各類影音娛樂內容。	必要項目： <ul style="list-style-type: none"> · 作品說明摘要 · 3分鐘內個案影片 · 個案說明展示圖 · AI 使用披露聲明 · 相關授權同意書
F2. 最佳音樂娛樂行銷創意獎 Best Entertainment for Music	表彰以音樂為核心，將品牌訊息與旋律、節奏無縫整合的創意合作。評選原創音樂、改編音樂、MV 或品牌與藝人的策略性結合。重點在於品牌內容如何與音樂感官自然交融，讓受眾在聽覺享受中自然消除對廣告的防禦心，進而主動投入情感，使音樂成為傳遞品牌靈魂的主角。	強烈建議提供： <ul style="list-style-type: none"> · 若作品包含數位互動平台、App 或網頁，可在「補充資料」欄位中放上作品完整的互動過程錄影URL 與讓評審可直接體驗之作品URL。若有登入限制，須提供帳密。 · 可在作品展示的「圖片」欄位中上傳受眾與作品互動等圖片，讓評審更能模擬該作品的娛樂體驗。
*NEW F3. 最佳運動娛樂行銷創意獎 Best Entertainment for Sport	表彰運用運動精神、電競文化或粉絲社群連結受眾的創意。參賽作品如何槓桿運動的情感張力，將品牌訊息無縫嵌入熱血競技內容中。強調品牌價值與運動激情的無縫對接，將熱血情感轉化為深層的品牌認同。	
F4. 最佳影響者行銷創意獎 Best Creative Use of Creator & Influencer	策略性運用創作者、網紅之影響力。評選如何發揮創作者特色並與品牌創意結合，產出具備高度說服力與原創性的內容，達到目標受眾對於品牌或產品的關注與行動。	

G. 創新與科技類 Innovation & Tech

表彰利用新興科技、數據洞察或媒體管道的創新運用，透過具備前瞻性與突破性的廣告創意，達成品牌溝通並創造全新互動可能之作品。

G. 創新與科技類 Innovation & Tech

獎項名稱

獎項定義說明

作品文件說明

G1. 最佳媒體創新運用獎 Best Creative & Innovative Use of Media

表彰最具創新與創意，且不限媒體型態、形式或置入方式的媒體運用作品。本獎項聚焦於對媒體特性或媒介本身（涵蓋傳統媒體與數位媒體）的突破性開發與運用。創意如何巧妙利用媒介特有的物理、數位或感官特質，創造出具備趣味性、震撼力或前所未有的訊息呈現方式，精準轉譯品牌訊息並展現卓越的創意穿透力。

必要項目：

- 作品說明摘要
- 3 分鐘內個案影片
- 個案說明展示圖
- AI 使用披露聲明
- 相關授權同意書

G2. 最佳科技應用創意獎 Best Creative Use of Technology

運用硬體、軟體或新興技術（如 IoT、感應科技穿戴裝置、AR/VR 等）所創造的傑出廣告創意。評選重點在於技術如何被創意巧妙地運用於解決行銷難題，而非技術本身的展示。重點在於科技如何與創意概念無縫融合，創造出前所未有的互動感官體驗，進而強化品牌訊息的感染力。

強烈建議提供：

- 若作品包含數位互動平台、App 或網頁，可在「補充資料」欄位中放上作品完整的互動過程錄影 URL 與讓評審可直接體驗之作品 URL。若有登入限制，須提供帳密。
- 可在作品展示的「圖片」欄位中上傳受眾與作品互動等圖片，讓評審更能模擬該作品的實際體驗。

G. 創新與科技類 Innovation & Tech

獎項名稱

獎項定義說明

作品文件說明

G3. 最佳數據創意方案獎 Best Creative Used of Data-driven Solution

將大數據分析，轉化為具吸引力的內容、視覺、個人化體驗或商業決策的廣告創意。參賽作品的數據洞察，是否被成功轉化為具備人性溫度，或商業穿透力的創意輸出。評選重點在於如何透過數據的解析與應用，精準預測受眾需求或創造即時回饋機制，使品牌訊息在正確的時刻達成最強大的說服力。

必要項目：

- 作品說明摘要
- 3 分鐘內個案影片
- 個案說明展示圖
- AI 使用披露聲明
- 相關授權同意書

G4. 最佳 AI 應用創意獎 Best AI-Driven Creativity

表彰以創意先行 (Idea First) 為核心原則，將生成式 AI (GenAI) 策略性地運用於概念發想、視覺產製、敘事結構或互動體驗之傑出作品。評選重點不在於 AI 技術工具的堆疊，而在於人性洞察與核心概念如何透過 AI 技術，達成前所未有的創意突破。AI 在此被視為創意的放大器，應能顯著強化品牌訊息的穿透力，並在確保人文溫度與原創性的前提下，實現過去難以企及的感官震撼與互動效能。

強烈建議提供：

- 若作品包含數位互動平台、App 或網頁（如G3包含數據驅動網頁、G4包含互動式 AI 如即時生成影像 AI 對話），可在「補充資料」欄位中，放上作品完整的互動過程錄影URL、與讓評審可直接體驗之作品URL。若有登入限制，須提供帳號密碼。
- 可在作品展示的「圖片」欄位中上傳受眾與作品互動等圖片，讓評審更能模擬該作品的實際體驗。

2026
AAA
CREATIVE AWARDS
創意獎



要提幾路都沒問題
我做廣告的
I MAKE ADS.

H. 商務類 Commerce

表彰全通路（Omnichannel）環境中，展現強大導購轉化與商務實效之傑出廣告創意。評選重點在於創意如何精準轉譯品牌訊息並解決商務痛點；不論是透過優化消費旅程、精準引爆新品市場定位，或是設計具備高度誘發力的促銷機制，皆應展現出卓越的創意穿透力，將品牌溝通成功轉化為實質的商務成果與市場破局能力。

H. 商務類 Commerce

獎項名稱	獎項定義說明	作品文件說明
<p>H1. 最佳通路行銷創意獎 Creative Excellence in Retail Experience & Activation</p>	<p>表彰針對通路環境（包含實體門市或電子商務平台）之傑出廣告創意。聚焦於將銷售據點，轉化為具備溝通能力的媒體平台，透過創新機制、產品特性的創意演繹或對受眾利益點的精準洞察，達成引發（單一或系列商品）購買意願並提升商務實績之目標。評選重點在於創意如何優化消費路徑，並在購買決策的關鍵點，精準轉譯品牌訊息，使行銷成效達到甚至超越商務預期。</p>	<p>必要項目：</p> <ul style="list-style-type: none"> · 作品說明摘要 · 作品圖片 · 3分鐘內個案影片 · 個案說明展示圖 · AI 使用披露聲明 · 相關授權同意書
<p>H2. 最佳上市廣宣創意獎 Creative Excellence in Launch Campaign</p>	<p>針對新商品、新品牌或新服務上市之廣告創意作品。本獎項聚焦於如何在競爭激烈的市場中，透過具備震撼力與吸引力的廣告創意，在短時間內精準引爆品牌聲量，並在維持高度商品相關性的前提下，成功建立受眾的品牌認知與商務轉化。評選重點在於創意如何驅動異軍突起的市場印象並在新品切入市場的關鍵時刻，精準轉譯品牌訊息以達成新局。</p>	<p>強烈建議提供：</p> <ul style="list-style-type: none"> · 若作品包含數位互動平台、App 或網頁等，可在「補充資料」欄位中，放上作品完整的互動過程錄影 URL、與讓評審可直接體驗之作品 URL。若有登入限制，須提供帳密 · 可在作品展示的「圖片」欄位中上傳現場執行、受眾與作品互動等圖片，讓評審更能模擬該作品的實際體驗。
<p>H3. 最佳促銷創意獎 Best Promotional Creativity</p>	<p>以促進銷售為核心目標之創意行銷活動。聚焦於透過創新的促銷機制（如贈獎、限時折扣或特定誘因設計），明確傳達促銷訊息，並引導受眾即時行動。評審重點在於創意如何為標準的銷售手段注入魅力，將單純的交易行為轉化為具備互動樂趣的品牌體驗，進而有效達成短期銷售衝刺，並展現卓越的商務轉化力。</p>	

I. 整合類 Integrated

表彰跨越不同媒體管道與溝通載體，透過具備延展性與一致性的廣告創意，達成整體品牌影響力之作品。

I. 整合類 Integrated

獎項名稱

獎項定義說明

作品文件說明

I1. 最佳數位整合創意獎 Best Digital Integrated Campaign

表彰在數位生態系中，跨越不同平台與技術載體（如社群、網頁、行動載具、虛擬環境、電子商務等）進行高度整合的廣告創意。評選重點在於單一核心創意，如何根據不同數位媒體特性進行演繹與連結，透過數位環境下的無縫串連，精準轉譯品牌訊息，並展現出卓越的品牌影響力。

必要項目：

- 作品說明摘要
- 3分鐘內個案影片
- 個案說明展示圖
- AI 使用披露聲明
- 相關授權同意書

I2. 最佳全傳播整合創意獎 Best Cross-Media Integrated Campaign

表彰跨越多元媒體類別（橫跨平面、影音、戶外、公關、數位、商務等不同領域）之全方位整合廣告創意。作品須展現出創意在不同媒體管道中，如何因地制宜地發揮綜效。評選重點在於整合策略的完整性、媒體間的共鳴度，以及如何精準轉譯品牌訊息以達成整體社會影響力。參賽作品通常須包含至少三種（含）以上不同媒體類別之運用。

強烈建議提供：

- 若作品包含數位互動平台、App或網頁，可在「補充資料」欄位中放上作品完整的互動過程錄影URL與讓評審可直接體驗之作品URL。若有登入限制，須提供帳密。
- 可在作品展示的「圖片」欄位中上傳受眾與作品互動等圖片，讓評審更能模擬該作品的實際體驗。

J. 策略類 Strategy

表彰在執行之前的深度洞察、策略轉折與行銷藍圖設計，是品牌致勝的基礎。

J. 策略類 Strategy

獎項名稱	獎項定義說明	作品文件說明
<p>*NEW</p> <p>J1. 最佳創意策略獎 Best Creative Strategy</p>	<p>表彰對市場與受眾的突破性洞察。評選重點在於策略如何成功重新定義問題，並為後續創意提供具高度爆發力的切入點。</p>	
<p>J2. 最佳在地文化洞察策略獎 Best Cultural local Insight Strategy</p>	<p>創意作品如何結合在地獨有的信仰、價值觀、習俗和社會行為等等的文化洞察，協助品牌在行銷傳播中對消費者、整個社會產生想要的影響。</p>	<p>必要項目：</p> <ul style="list-style-type: none">· 作品說明摘要· 3 分鐘內個案影片· 個案說明展示圖· AI 使用披露聲明· 相關授權同意書
<p>*NEW</p> <p>J3. 最佳媒體策略獎 Best Creative Media Strategy</p>	<p>突破媒體排程與框架。評選如何運用創新的媒體組合、數據導向佈局，在關鍵接觸點達成超乎預期的傳播效果。</p>	<p>建議提供：</p> <ul style="list-style-type: none">· 除上述項目外，歡迎上傳作品圖片或補充資料，讓作品呈現更具完整性。
<p>*NEW</p> <p>J4. 最佳公關策略獎 Best Creative PR Strategy</p>	<p>旨在建立名聲、敘事引導或改變認知之創意策略。評選其對社會議題的掌控力、輿論引導技巧與專業深度。</p>	

K. 永續行銷類 Sustainable Marketing

表彰品牌如何發揮影響力，對環境、社會及在地文化產生正向變革。

K. 永續行銷類 Sustainable Marketing

獎項名稱	獎項定義說明	作品文件說明
K1. 最佳公益行銷創意獎 Best Creativity for Public Service	為 NGO、政府或公益組織發聲的創意廣告作品。評選創意能否觸動人心，並轉化為實質關注、捐助行動或政策推動。	必要項目： <ul style="list-style-type: none">· 作品說明摘要· 3 分鐘內個案影片
K2. 最佳地方創生創意獎 Best Regional Revitalization	針對在地產業、社區之活化，使用創意傳播手段企圖提升在地文化、發展地方特色產業或觀光，進而創造在地收益形成正向循環的任何媒體類型的行銷作品參賽。評選如何運用創意提升在地資產價值，達成文化保存與商務發展的雙贏循環。	<ul style="list-style-type: none">· 個案說明展示圖· AI 使用披露聲明· 相關授權同意書 建議提供： <ul style="list-style-type: none">· 除上述項目外，歡迎上傳作品圖片或補充資料，讓作品呈現更具完整性。
K3. 最佳永續行銷創意獎 Best Creativity for Sustainable Marketing	將 SDGs 永續目標融入品牌商標，善用行銷創意提升企業或品牌的影響力，將永續的觀念及實際的作為，藉由行銷創意影響社會，帶來正向循環評選如何達成社會影響力，同時強化品牌長期信任與社會責任。	

殺不死的海星打不死的我
我做廣告的
I MAKE ADS.



2026
AAA
CREATIVE AWARDS
創意獎

特別說明： 各獎項創意 核心精神

「創意核心精神」是主辦單位為各獎項制定的核心評判標準。

對參賽者而言：這是報名的「指南針」

幫助你理解該獎項最看重的核心價值，是技術突破、在地洞察，還是社會影響力？

對評審而言：這是評分的依據

確保來自不同背景的評審，在討論作品時能有一致的判斷基準，避免因個人喜好而偏離了獎項設立的本衷。

特別說明： 各獎項創意 核心精神

A. 平面與戶外類 Print & Outdoor

獎項名稱

創意核心精神

A1. 最佳平面廣告創意獎
Best Print Ad (Single)

瞬間說服的視覺靈魂。在靜態版位中，透過單一圖像轉化複雜訊息為情感共鳴。

A2. 最佳平面系列廣告創意獎
Best Print Ad (Series)

概念演繹的延展性。考驗單一核心創意如何在不同場景中，仍保有強大的一致性，達成創意影響力的乘數效應。

A3. 最佳海報創意獎
Best Poster

基於對於溝通環境的洞悉，產出環境干擾下的極致張力。在雜亂的真實場域中，以純粹的視覺比例與色彩奪取路人注意力。

A4. 最佳環境媒體創意獎
Best Outdoor & Ambient Media

媒介即訊息的實體化實踐。無論是傳統戶外媒體的創意深化，或是非廣告載體的驚喜轉譯，旨在洞察環境特性，讓品牌訊息精準的與流動觀眾相遇。

特別說明： 各獎項創意 核心精神

B. 影片與聲音類 Film & Audio

獎項名稱

創意核心精神

B1. 最佳短影音廣告影片創意獎
Best Film: Short Format (15s and
under)

瞬間記憶的爆發力。在短時間內透過精鍊的鏡頭語言，建立極高的品牌聯想度。

B2. 最佳廣告影片創意獎 (16-
60s)
Best Film: Standard (16s-60s)

精準的敘事控制。在標準時數內完成鋪陳與轉折，達成品牌價值的情感轉化。

B3. 最佳長秒數廣告影片創意獎
Best Film: Long Format (Over 61s)

挑戰時代的閱聽耐性，沈浸式的情感經營。賦予品牌更深層的人文厚度，讓觀眾忘記這是廣告而主動沈浸其中。

B4. 最佳系列廣告影片創意獎
Best Film Campaign

連貫敘事的品牌張力，達成創意影響力的乘數效應。在多篇章的影像結構中，透過核心概念的重複與演進，深化受眾對品牌個性的長期記憶。

B5. 最佳聲音行銷創意獎
Best Audio & Radio

在影像過剩的傳播背景下，挑戰想像力的聽覺劇場。運用聽覺元素構建品牌空間感，達成卓越的敘事與記憶力。

特別說明： 各獎項創意 核心精神

C. 製作工藝類 (Craft)

獎項名稱

創意核心精神

C1. 最佳平面文案創意獎
Best Copywriting for Print & Publishing

文字對創意的精準收網。以文字賦予創意骨肉，使訊息傳達無可取代。

C2. 最佳影片文案創意獎
Best Scriptwriting for Film

語言對敘事的節奏控制。文字如何賦予影像生命，引導受眾進入創意的核心。

C3. 最佳數位文案創意獎
Best Social & Digital Copywriting

指尖上的溝通藝術。在數位語境中，以文字引線觸發行為改變。

C4. 最佳平面藝術指導獎
Best Art Direction for Print & Publishing

視覺美學對概念的定調。透過專業審美定義品牌質感，在單幅視覺的有限空間中，讓創意具備一入魂的力量。

C5. 最佳影片導演工藝獎
Film Craft: Best Direction

導演工藝對創意概念的昇華。導演作為創意的轉譯者，創造出最大的影像閱讀魅力，賦予原創思維具備電影感的生命力。

C6. 最佳影片攝影工藝獎
Film Craft: Best Cinematography

以光影賦予故事視角與靈魂。攝影師不只是畫面的捕捉者，更是畫面訊息與戲劇推演的推手，透過鏡頭將品牌訊息轉化為感官美學的藝術轉譯者。

C7. 最佳影片剪輯與視覺特效
工藝獎
Film Craft: Best Editing & Visual Effects

剪輯與視覺工藝對敘事的精準推進。技術應隱於創意之後，卻能讓故事的穿透力倍增。

C8. 最佳影片聲音設計與配樂
工藝獎
Film Craft: Best Use of Music & Sound Design

在影片中以聽覺建構品牌的情感張力。聲音不只是背景，而是引導受眾情緒、賦予影像深度空間感與生命力的敘事靈魂。

C9. 最佳數位視覺工藝獎
Digital Craft: Best Visual Artistry

技術藝術化對數位體驗的賦能。數位工藝不只是美化，而是透過技術的極致執行，讓品牌訊息在數位維度中，具備撼動人心的美學張力與流暢的功能體驗。

特別說明： 各獎項創意 核心精神

D. 設計類 Design

獎項名稱

創意核心精神

D1. 最佳品牌識別設計獎
Best Brand Identity Design

品牌靈魂的當代化符號化。建立具備長期延展性與情感辨識度的視覺系統，成為品牌資產。

D2. 最佳販促製作物設計獎
Best Promo & POS Design

促購設計的工藝之美。將贈品或型錄轉化為具備收藏價值的品牌藝術，點燃受眾的佔有與珍藏渴望。

D3. 最佳包裝設計獎
Best Packaging Design

觸覺與開箱的儀式感。讓包裝成為品牌體驗的一部分，甚至具備重複使用的永續價值。

D4. 最佳 UI / UX 設計獎
Best Digital UX Design

直覺互動的感官引領。在數位介面的操作流暢度中，以使用者為核心，轉化技術框架為優雅且高效的 brand 體驗。

D5. 最佳空間與環境設計創意獎
Best Spatial Design

品牌精神的三維轉譯。透過立體空間的敘事，將平面的品牌價值轉化為具備體感、深度與溫度的實體環境體驗。

特別說明： 各獎項創意 核心精神

E. 參與體驗類 Engagement & Experience

獎項名稱

創意核心精神

E1. 最佳互動體驗創意獎
Best Creative Use of Interactive
Experiences

行為改變的催化劑。讓受眾從旁觀者轉化為參與者，進而建立深層品牌忠誠度。

E2. 最佳社群參與擴散創意獎
Best Creative Use of Social
Engagement

社群能量的自發引爆與共鳴。透過具備社群感染力的內容與機制設計，讓品牌融入社群對話，將受眾與創作者轉化為品牌自發傳播的推手。

E3. 最佳策展體驗創意獎
Best Creative Use of Curation
Experiences

品牌敘事的立體旅程。打破靜態展示的限制，透過有意識的動線編排與沉浸氛圍，讓受眾在探索主題的過程中，與品牌精神達成深度的心智連結。

E4. 最佳公關事件行銷創意獎
Best Creative Use of PR Event
Marketing

議題即力量：引領社會共識的藝術。不追求短暫的聲量爆發，而是透過深刻的洞察與戰術布局，在真實世界的脈動中，將品牌精神轉化為大眾認同的社會價值。

特別說明： 各獎項創意 核心精神

F. 娛樂類 Entertainment

獎項名稱

創意核心精神

F1. 最佳品牌娛樂創意獎
Best Branded Entertainment

消弭廣告與娛樂的邊界。品牌不再是生活的打擾者，而是透過無縫融合的精彩故事，轉化為受眾主動追求與投入的文化資產。

F2. 最佳音樂娛樂行銷創意獎
Best Entertainment for Music

聽覺的情感無縫共振。透過旋律與品牌靈魂的深度重組，建立超越語言的連結，讓品牌精神在聽眾的感官中主動扎根。

F3. 最佳運動娛樂行銷創意獎
Best Entertainment for Sport

運動精神與品牌價值的熱血融合。槓桿追求極限、團隊榮譽的社群情感，將品牌訊息轉化為受眾無法抗拒並主動投入的競技信仰。

F4. 最佳影響者行銷創意獎
Best Creative Use of Creator & Influencer

社群影響力的價值共創。借助創作者的真實人設與語感，讓品牌訊息更具備親和力。

特別說明： 各獎項創意 核心精神

G. 創新與科技類 Innovation & Tech

獎項名稱	創意核心精神
G1. 最佳媒體創新運用獎 Best Creative & Innovative Use of Media	媒介本質的創意解放。不受限於媒介的既定用法，透過對媒體特性的深刻理解與大膽轉化，讓載體本身成為創意的發言核心，創造出令人耳目一新的溝通體驗。
G2. 最佳科技應用創意獎 Best Creative Use of Technology	科技賦予創意的無限可能。將冰冷的技術轉化為有溫度的互動載體，讓品牌概念在科技的驅動下，觸達人類感官的新邊界。
G3. 最佳數據創意方案獎 Best Creative Used of Data-driven Solution	數據背後的洞察與人性。將繁雜的數字轉化為動人的敘事，透過數據的精準引導，讓創意產出更具科學基礎的震撼力。
G4. 最佳 AI 應用創意獎 Best AI-Driven Creativity	技術服務於靈魂，AI 讓好點子進化。堅持以人為本的創意洞察，將 AI 視為突破想像邊界的羽翼，讓核心創意在科技的加持下，展現出更具未來感的品牌生命力。

特別說明： 各獎項創意 核心精神

H. 商務類 Commerce

獎項名稱

創意核心精神

H1. 最佳通路行銷創意獎
Creative Excellence in Retail
Experience & Activation

消費路徑的終端引爆。在購買決策的最後一哩路，透過創意的臨門一腳，將品牌訊息轉化為實質的成交動能，達成商務與創意的雙贏。

H2. 最佳上市廣宣創意獎
Creative Excellence in Launch
Campaign

市場切入的創意利刃。在新品牌或新品上市的競爭環境中，結合爆發性創意與精準策略，瞬間擊穿受眾心智防線，建立強而有力的品牌定位。

H3. 最佳促銷創意獎
Best Promotional Creativity

消費慾望的臨門一腳。在誘發購買的銷售路徑中，植入出其不意的創意誘因，將被動的促銷訊息轉化為主動的品牌參與，達成商務目標的關鍵觸發。

特別說明： 各獎項創意 核心精神

I. 整合類 Integrated

獎項名稱

創意核心精神

I1. 最佳數位整合創意獎
Best Digital Integrated Campaign

數位生態的無界串連。在碎片化的數位接觸點中，以強大的核心創意黏合受眾體驗，創造數位傳播綜效，建構出具備一致性與擴張力的品牌世界。

I2. 最佳全傳播整合創意獎
Best Cross-Media Integrated Campaign

全維度創意的整合綜效。打破媒體疆界，以創意驅動多點爆發，在海陸空全方位的傳播佈局中，型塑無死角的品牌震撼力。

特別說明： 各獎項創意 核心精神

J. 策略類 Strategy

獎項名稱	創意核心精神
J1. 最佳創意策略獎 Best Creative Strategy	破局者的戰略藍圖。在混亂的數據中梳理出最致命的洞察，為創意架設最強引擎。
J2. 最佳在地文化洞察策略獎 Best Cultural local Insight Strategy	文化認同的根基。連結品牌與在地價值的深層情感，達成最具溫度的溝通。
J3. 最佳媒體策略獎 Best Creative Media Strategy	傳播路徑的奇襲藝術。媒體不只是載體，而是與創意共生、達成最高效能的戰術。
J4. 最佳公關策略獎 Best Creative PR Strategy	社會認知的主導權。透過敘事策略在公共空間中，為品牌贏得聲譽與發言權。

特別說明： 各獎項創意 核心精神

K. 永續行銷類 Sustainable Marketing

獎項名稱

創意核心精神

K1. 最佳公益行銷創意獎
Best Creativity for Public Service

創意對社會的溫暖推動力。運用廣告專業解決真實世界的社會問題。

K2. 最佳地方創生創意獎
Best Regional Revitalization

傳統文化的當代復興。讓在地特色賦予創新的商業價值，創造永續生命力。

K3. 最佳永續行銷創意獎
Best Creativity for Sustainable
Marketing

品牌價值與地球共存。將社會責任轉化為商業優勢，建立具長期信任感的品牌。

年度大獎

不接受報名

評審團特別獎 | Jury's Special Award

經決審評審團全體委員討論後表決，通過法定票數後給獎。
此作品 / 廣告客戶在創意、或技巧、或洞察上、或是具原創性，
對行銷傳播產業具有重大啟發，值得彰顯其價值者。

本獎項非報名參賽項目，不限頒給參賽作品，可以是人、事、物或任何議題。

全場最大獎 | Grand Prix

從所有金獎作品中（除 C 製作工藝類外），由決選評審團挑選出年度最傑出創意作品。

年度廣告客戶 | Client of the Year

統計所有得獎作品，此獎項頒發給根據「廣告客戶」欄位的評分，計算得出最高分的廣告客戶。

年度最佳代理商 | Agency of the Year

統計所有得獎作品，此獎項頒發給根據「代理商」欄位的評分，計算累積最高分的廣告代理商。

- 每位參賽者在線上提交的指定欄位中填寫的內容將被視為最終結果，併計入這些特別獎項的評分。
- 主辦單位對參賽單位造成的文字錯誤或名稱不一致而導致的積分無法分配，概不負責。
- 為彰顯年度代理商在策略與創意上的核心競爭力，C 製作工藝類積分設定為創意類別獎項的一定比例。

各獎項積分如下：

獎項	積分	C 製作工藝類積分
佳作	5 分	3 分
銅獎	10 分	6 分
銀獎	15 分	9 分
金獎	25 分	15 分
全場最大獎	35 分	-- (不參與全場最大獎)

2026
AAA
CREATIVE AWARDS
創意獎



我不喜歡撞idea
我做廣告的

I MAKE ADS.

報名提交流程

參賽作品提交流程：

第一步： 註冊帳號

請至【4A創意獎】報名系統 <https://entry.aaaa.org.tw/> 進行參賽單位註冊，填寫公司抬頭、統編、地址、聯絡窗口等資料。
每家公司限1組註冊帳號。

第二步： 新增參賽作品

請於報名期間內填寫報名資料，並依各獎項之作品交件規定上傳所有參賽作品檔案。
請務必確認「代理商」欄位資料，此欄位將作為年度大獎積分計算的唯一依據。主辦單位對參賽單位造成的文字錯誤或名稱不一致而導致的積分無法分配，概不負責。

第三步： 最後確認 與繳費

參賽作品全數上傳後，請務必填妥並確認作品「參賽同意書」、「授權同意書」及「工作團隊名單」是否已完整填妥並上傳至報名系統。
繳交報名所有必要素材及報名費後，報名程序才算完成。
未於期限 2026/9/4 內繳清報名費之參賽公司，將視同放棄報名。

作品提交提醒

每件參賽作品皆須逐一上傳完整資料，包含中文與英文參賽資料，內容應包括作品名稱、概念說明、作品展示、以及其他必要資訊，以利評選與後續公開展示。

以下關鍵步驟，提醒您在準備報名前與報名期間做好確認！

5/5 徵件說明會

確認參賽規範

在開放報名前查看參賽資格、重要日期與獎項積分說明等。

深入瞭解獎項

本屆獎項有較大調整，研究各獎項類別與獎項定義說明，確認要報名的作品與對應獎項。必要時可諮詢【4A 創意獎收件小組】。（可透過 LINE 官方帳號、或 Email）

準備參賽素材

閱讀參賽規則、各獎項之作品文件規定與文件素材規格。開始準備報獎作品的參賽資料。

7/1 開放報名

註冊帳號

建議單一窗口管理報名與資料填寫。

上傳參賽作品

備齊所有參賽資料與素材後上傳。

把握早鳥優惠

在 7/14 前完成報名可享報名費 20% 早鳥優惠！

8/14 報名截止

確認提交與報名費支付

請於 9/4 前繳清報名費。

報名截止前，將由工作小組核對報名資料及檔案，若因報名手續或報名表填寫不完整、作品規格或參賽資格不合，以致影響資格或評審結果，恕不另行通知且不予退費。

9/9 入圍名單公布

入圍作品補充資料

英文資料修訂：公布後會開放修訂期間

報名 A 平面類、D 設計類等獎項入圍後需遞交實體作品裱版或製作物。

交件素材規格

各獎項之交件素材項目與規格說明請參閱下表：

素材項目	規格說明
作品圖片	.jpg、png、解析度 300dpi、RGB、小於 2MB (作品原檔之高解析圖檔，只有在必要且相關的情況下提交)
廣告影片	URL：自行上傳至雲端平台（建議 Youtube）產生超連結（URL）系列作品（2 件或 2 件以上）請將每件 / 篇作品單獨上傳 1 個 URL
3 分鐘內個案說明影片 Case Film	URL：自行上傳至雲端平台（建議 Youtube）產生超連結（URL）
個案說明展示圖 Digital Presentation Image	.jpg、png、解析度建議 2048 x 1452 像素、300 dpi，小於 2MB。 可視為作品代表圖的概念。評審會透過圖像，在一眼之間理解作品創意核心、迅速掌握作品重點與印象。範例參考：



報名 C5、C6、C7、C8 若沒有製作個案影片則建議提供；A1、A2、A3、B 類所有獎項、C4、C9 可提供（非必填）；報名 C1、C2、C3 獎項無需提供。
除上述獎項外皆為交件必要項目。

參賽之廣告影片作品、圖像作品、與個案說明展示圖等相關內容，皆「不能出現」任何代理商或製作公司名稱、LOGO 與任何圖像，以保持賽事評審的公正性。

*詳細請參考【4A 創意獎】網站「報名交件規格」頁面。

文件素材規格

素材項目	規格說明
補充資料	<p>URL：可以是「互動網站展示」網址、或「雲端硬碟」的網址（將相關檔案等集中於一個資料夾），方便評審看更多檔案。</p> <p>報名 C 製作工藝、D 設計、E 參與體驗、F 娛樂、G 創新與科技、I 整合類獎項，若作品包含互動平台、網頁或 App 等數位形式，建議同時提供作品呈現截圖、作品完整的互動過程錄影、網址、QR Code…等方便評審瀏覽作品呈現，並可直接體驗作品。（報名其他獎項者，若作品有需讓評審進一步體驗，亦歡迎補充資料。）</p> <p>URL 或數位作品若需要登入才能瀏覽，請提供可供評審操作的一組帳號及密碼，以利評審瀏覽作品，並務必確保評審期間可以正常瀏覽運作。</p>
平面類入圍作品需 提交實體作品裱版	<p>9/21（一）前寄到4A創意獎收件小組收 收件地址將另行通知</p> <p>實體作品請裱於厚卡紙上，規格為菊版對開以下（海報以菊版全開裱裱）；卡紙底色限白色或黑色，卡紙與作品邊界上下左右請保留至少三公分；海報作品若尺寸過大，可裱於全開厚卡紙上。</p> <p>系列作品（2 件或 2 件以上）務請說明，並視為一件作品評選，請按順序在卡紙背面自行以膠帶連接，正面評選順序為由左至右。</p> <p>作品及裱卡紙正面，請勿書寫或留任何記號。</p> <p>請將作品名稱及作品編號標示於裱版背面。</p> <p>報名 A1、A2、A3、C1、C4 獎項者</p>
實體類入圍作品需 提交實體製作物	<p>9/21（一）前寄到4A創意獎收件小組收 收件地址將另行通知</p> <p>報名D2、D3 獎項、或報名 A4、D1 包含有實體製作物</p>

參賽之廣告影片作品、圖像作品、與個案說明展示圖等相關內容，皆「不能出現」任何代理商或製作公司名稱、LOGO與任何圖像，以保持賽事評審的公正性。

*詳細請參考【4A創意獎】網站「報名文件規格」頁面。

報名費繳付方式

匯款資訊

- 報名費請匯至主辦單位指定帳戶。

為確保金流資訊正確，完整帳戶資料將於 2026 年 7 月 1 日隨報名系統啟動正式公告，敬請密切關注官方最新訊息。

條款與條件

- 費用負擔：所有銀行相關費用及手續費由參賽者自行負擔（請勿扣除匯費）。主辦單位須收到應繳之全額款項後，參賽程序方視為完成。
- 憑證開立：報名費收據，將由【4A 台北市廣告業經營人協會】於確認繳費後開立寄發。
- 提前請款：如需先行取得繳費證明或請款單以辦理撥款，請聯繫【4A 台北市廣告業經營人協會 / 秘書處】黃世忠先生（Email：hello@aaaa.org.tw）。
- 權利保留：主辦單位保留拒絕處理未符合付款規定之參賽申請之權利。
- 截止期限：請務必於 2026 年 9 月 4 日前繳清報名費，方完備報名作業，逾期將視同放棄參賽資格。

海外公司報名

- 海外公司報名請洽【4A 創意獎收件小組】張美羚 小姐

Email：award@aaaa.org.tw

想不出來不准睡覺 我做廣告的

I MAKE ADS.



2026
AAA
CREATIVE AWARDS
創意獎

作品處理與發佈

1. 所有提交的參賽作品均歸 4A 創意獎 / 主辦單位所有，恕不退還。
2. 為了推廣 4A 創意獎，每位參賽者授權 4A 創意獎 / 主辦單位在適當的時間與地點，免費於公開或私人展示其品牌溝通素材。此外，參賽者承諾允許 4A 創意獎 / 主辦單位將參賽作品借閱或出售給任何有興趣推廣 4A 創意獎 / 主辦單位的公、私立組織（不論直接或間接形式）。若素材涉及版權或授權疑慮，導致無法在後續展示（例如於網站或推廣活動展示），參賽者必須在提交作品時特別備註說明。
3. 基於進一步推廣之目的，每位參賽者須根據 4A 創意獎 / 主辦單位之要求，提供其入圍或獲獎廣告作品的多份不同數位副本。4A 創意獎 / 主辦單位亦得將提交的廣告作品用於類似用途。
4. 任何獲獎作品皆可由 4A 創意獎 / 主辦單位彙編成獲獎作品集。此類獲獎素材集（或其任何摘錄內容）不得被複製、銷售或進行商業運作。每位參賽者同意，若發現未經授權的作品集正被販售或散佈，將立即通知 4A 創意獎 / 主辦單位，並支持 4A 創意獎 / 主辦單位採取相關法律行動以防止違反此項條款。
5. 每位參賽者同意，不因本條款第 2 條所列之任何演示、或本條款第 4 條所列之作品集發佈行為，追究 4A 創意獎 / 主辦單位之法律責任。
6. 獲獎者有權將所獲獎項用於推廣用途，但前提是必須對獲獎內容進行準確描述。
7. 4A 創意獎 / 主辦單位基於研究、宣傳與推廣等需要，對於所有入選 / 得獎作品仍享有文件、圖面、檔案等進行攝影、出版、著作、展覽及其它圖版揭載等利用權利，各入選 / 得獎者不得提出異議，並應配合提供相關圖片與資料。主辦單位可逕行將參賽作品及其圖像使用於宣傳、發表、出版、佈置、展覽、刊登報章雜誌、或印製圖書等用途。參與本競賽之獲獎作品，主辦單位得以創意推廣為目的，將作品上傳至官網或其他網路媒體平台，提供各界交流分享。
8. 每位參賽者同意參加【4A創意獎】徵選活動（以下稱「本活動」），茲同意無償授權本活動主辦單位 4A 台北市廣告業經營人協會，於為舉辦、宣傳本活動及促進廣告產業發展之目的範圍內，得不限期間、次數自行、委託或再授權他人利用本公司之參選作品，包括但不限於重製、節錄、編輯、出版、公開播送、公開傳輸、公開上映於相關活動、媒體或文宣出版品等利用行為。

注意事項

- 每位參賽者對所提供之補充材料的品質負全部責任，並免除【4A創意獎】 / 主辦單位對第三方應承擔的任何責任。
- 代理商名稱、製作單位名稱、廣告客戶名稱、品牌 / 產品 / 服務的名稱請謹慎填寫，若獲獎將列印於獎座或證書上，恕不接受任何變動或更改。
- 所有參賽者必須嚴格遵守「參賽規範」。完成報名作品提交即視為完全接受所有【4A創意獎】之規則。若未遵守任何參賽規則與規範，將導致作品被自動取消資格。
- 主辦單位對 2026 第35屆【4A創意獎】相關所有事項之決定均為最終結果，並具法律約束力。
- 主辦單位得保留終止、修改及取消此活動之權利並以官方網站之最新公告為準，不另行通知。
- 所有參賽者同意並遵守上述規定，否則主辦單位有權取消其參賽權利及領獎資格。
- 主辦單位蒐集個人資料，蒐集之目的係作為本次活動調查報名意願以及發送本活動相關訊息，如：提醒遞交報名表及相關時程、聯繫本活動相關事宜及活動成效分析之用。
- 主辦單位將於蒐集後自行或委託第三人，於上述蒐集目的範圍內處理或使用個人資料。
- 如有未盡事宜，悉依主辦單位相關規定或解釋，並得隨時補充公告之。

聯絡方式

(收件小組 / 4A秘書處)

賽事諮詢歡迎加 LINE

誠摯邀請您加入【4A 創意獎】LINE 官方帳號，第一手接收賽事最新消息！

敬請透過下方行動條碼來加入成為我們的 LINE 好友。



最新消息與文件下載

造訪 4A 官網 <https://www.aaaa.org.tw/>

提供[參賽說明手冊]、[報名系統之作品欄位表]、[後台操作手冊]下載與掌握最新消息

報名聯絡人 4A 創意獎收件小組

張美玲 小姐 (Renee)

Email : award@aaaa.org.tw

繳費或其他事項聯絡人 4A 台北市廣告業經營人協會/秘書處

黃世忠 先生 (Jerry)

電話：02-2346-7977 Email : hello@aaaa.org.tw

地址：台北市信義區松德路161號21樓

賽事聯絡特別說明

若評選過程中產生任何疑問，【4A 創意獎收件小組】可能需要直接聯繫參賽單位，以便向評審團提供進一步說明。

除非絕對必要且該疑問將影響作品的評選結果，

否則【4A 創意獎收件小組】不會主動聯繫客戶。



The Association of Accredited Advertising Agents of Taipei R.O.C

台北市廣告業經營人協會

2026.05.25.V1.8