898 期 2026-11-9 校園廣告人



首獎作品《行李箱的英雄之旅》。圖／新北市政府

圖片故事：

「2026 新北校園廣告人」上周舉辦頒獎典禮，世新大學團隊作品《行李箱的英雄之旅》以一只意外被摔出車外的行李箱為主角，展開一段從新北趕赴機場的冒險旅程，巧妙帶出淡江大橋通車後帶來的交通便利，故事節奏明快、角色設定鮮明，獲得評審肯定，奪得首獎 18 萬元大獎。

新北市長侯友宜表示，「新北校園廣告人」邁入第十年，市府以實質資源支持青年影像創作，陪伴年輕人將創意化為影像，「新北校園廣告人」今年也榮獲「傑出公關獎—政府政策溝通獎」肯定，

十年來累積超過百件作品，成功將 60 多項市政建設與政策轉化為吸睛廣告。

擔任評審團代表的華苑總監苑文達表示，今年有來自全台上百組學生團隊報名參賽，成為全台矚目的創意影像競賽。本屆作品水準極高，評審們經過多輪討論才選出獲獎作品，他表示，很高興看到同學們選擇多元的主題，以嶄新思維行銷新北，開創更多的可能性。

新聞局表示，此次活動自 3 月底開始徵件，採取廣告業界比稿模式評審，入圍團隊歷經初選、複選及影像工作坊專業師資課程指導後完成作品。本屆參賽團隊選擇主題豐富多元，包括淡江大橋、捷運三鶯線、新北鮮奶幸福周、敬老卡、安坑輕軌、新北市輔具資源中心、漳和濕地、婦女大學、國民運動中心等，跳脫傳統政策宣導片的形式，展現青年對公共議題與生活日常的細緻觀察與敘事能力。

首獎作品《行李箱的英雄之旅》藉由「行李箱」擬人化，將交通建設巧妙融入奇幻冒險故事，創意新穎且充滿想像力。透過行李箱為主人尋找最快道路的設定，帶出淡江大橋的便利，敘事節奏明

快、政策亮點清晰、情節轉折豐富，成功獲得評審青睞。

第二名作品《幸好，還沒礙太深》將輔具轉化為像戀人般的「陪伴者」，以三段對「前任回憶」的訪談形式敘事，最後揭曉洗澡椅、輪椅與拐杖等輔具在生活中的重要角色。影片用幽默反差吸引觀眾，也帶出新北市輔具資源中心對有需求民眾的支持與協助。

第三名作品《新北交通，怎麼走都贏啦！》以象棋對決包裝交通建設，透過阿伯與年輕人的對弈、趣味角色亂入及接地氣的對話，呈現新北交通路網的進化。該作品同時展現鮮明的社群傳播力，以 1.7 萬多票奪得今年的社群行銷獎。

評審特別獎《有一條線——接回你自己！》以「線」作為意象，串起善意、未知與回家的方向，透過安坑輕軌描繪一段慢慢找回自己的旅程。相較於其他作品的幽默與快節奏，該片以細膩的情感鋪陳取勝，展現青年創作者對城市交通與人心連結的特殊詮釋。

好讀本周五問：

1.請舉出你喜歡及不喜歡哪種廣告或宣傳方式？並說明理由。

2.「努力做好，就會被看到」、「讓別人看到我的努力」，你會選哪個？請說明理由。