



【 Intuition / 極品廣告片 2023 】

上回提到，極品廣告片 2023 首次引入「泰國 Adman 廣告大獎」，那猜不透結局的廣告風格，實在令人著迷。跳脫且觸動人心的節奏，可謂打破大部分人對廣告的印象。然而若要探討這創作文化，或要先從普遍泰國人的信仰說起。

泰國被稱為「千佛之國」，當地有超過 95% 人口信奉佛教，在成年之前，絕大部分泰國人都經歷過在學校打坐念經，每名成年男子至少會出家修行一次，終生為僧更是不少人心之所向。從個人至整個民族意識，都跟佛家思想扯上關係。

佛陀言：「此有故彼有，此滅故彼滅。」佛家思想重點圍繞著「因緣」之生滅。所謂「隨緣」絕不能跟俗語謂「佛系」或者「等運到」相提並論，而是一種不強求、不怨恨，且順其自然的態度。每個人都只能盡其本分，做其所能。這種「隨性」，便造就創作一方擁有更大自由度，選擇更多題材，如之前提及的生離死別、低層草根等。

其餘地方的商戶，一般希望將負面情緒放至最輕，就算自己的商品或服務跟生死有關，都要求類似情感避重就輕。而泰國廣告通常則剛好相反，反而盡量利用廣告內容勾起觀眾情感，再與品牌本身產生聯繫。關於情緒，一方願意投射，另一方願意接受，雙方距離自然更近。

佛說中的輪迴論，讓泰國人相信此生苦樂，從上世留下。換句話說，這輩子的際遇已經被決定，不能改變宿命，何不積極接受，甚至盡力描繪苦中感覺。創意的切入角度，往往要從地區及歷史說起。人生悲情，取幽默化解，再借廣告作為載體，變成泰國獨有特色文化。

極品廣告片 2023

日期: 9 月 14 日至 10 月 1 日

地點: 香港藝術中心古天樂電影院

網址: <https://shorturl.at/jBEIW>

聆聽當代的聲音

Voice of Contemporary _____ .

Instagram 同步更新

<https://instagram.com/dl.thevoc>

#電笠 #電笠VOC #VoiceofContemporary

#電笠Intuition #香港藝術中心 #HongKongArtsCentre

#極品廣告片 #ArtofCommercials

[Hong Kong Arts Centre - Moving Images](#) 香港藝術中心: [流動影像](#)

See Translation



Intuition
極品廣告片 2023

極品廣告片 2023

佛教「隨緣」思想造就泰式廣告風格

人生悲情取幽默化解，

借廣告作載體變成獨有文化。

#創意角度從地區歷史說起 #圍繞因緣生滅 #此生苦樂從上世留下