**第15届全国大学生广告艺术大赛参赛办法**

2023年5月16日修订版

**一、参赛资格**

　　全国各类高等院校在校全日制大学生、研究生均可参加。

**二、参赛规定**

　　参赛作品必须按照大广赛组委会统一指定的命题和规定的企业背景资料（见大广赛官网：http://www.sun-ada.net）进行创作。

**三、作品类别**

　　1、平面类（平面广告、产品与包装、IP与创意周边）

　　2、视频类（影视广告、微电影广告、短视频）

　　3、动画类

　　4、互动类（移动端H5广告、场景互动广告）

　　5、广播类

　　6、策划案类

　　7、文案类（广告语、长文案、创意脚本）

　　8、UI类（移动端、PC端）

　　9、营销创客类（网络直播）

　　10、公益类（根据命题要求创作）

**四、作品标准**

　　各类参赛作品应以原创性为原则，遵守《广告法》和其他相关法律及政策法规、行业规范等要求。鼓励采用广告新思维、新形式、新媒介进行创作。

**五、作品规格及提交要求**

**（一）平面类**

　　1、作品要求

　　方向一：平面广告（VI、海报、DM、长图广告、路牌广告、杂志广告等）；

　　方向二：产品与包装（图案、插画、趣味涂鸦、瓶身、产品组合形态、外观、礼盒及箱体设计等）；

　　方向三：IP与周边（IP、文创及其他创意周边）。

　　2、作品提交

　　（1）网上提交：文件格式为jpg，色彩模式RGB, 规格A3（297×420mm），分辨率300dpi，作品不得超过3张页面，单个文件不大于5 MB。长图广告作品数量6幅以内（含6幅）拼合在3张A3页面内；

　　（2）线下提交：与网上提交的作品要求相同。

**（二）视频类**

　　1、作品要求

　　（1）拍摄工具及制作软件不限；

　　（2）影视广告时长：15秒或30秒两种规格，限横屏；微电影广告时长：30-180秒，限横屏；短视频时长：30秒以内（含30秒），限竖屏，视频宽高比9:20至9:16。不要倒计时，不可出现创作者相关信息。

　　2、作品提交

　　（1）网上提交：mp4格式，影视广告、短视频文件大小不超过30MB，微电影广告文件大小不超过40MB；

　　（2）线下提交：格式不限，电子文件要高质量。

**（三）动画类**

　　1、作品要求

　　（1）创作方式及制作软件不限，作品要符合动画广告的特点；

　　（2）15秒或30秒两种规格，24帧/秒。须有配音、配乐，画面宽度600至960像素，宽高比16:9。不要倒计时，不可出现创作者相关信息。

　　2、作品要求

　　（1）网上提交：mp4格式，文件大小不超过30 MB；

　　（2）线下提交：提交高质量电子文件，格式不限。

**（四）互动类**

　　1、作品要求

　　（1）自由选择创作平台，可以为H5动画、H5游戏、H5电子杂志、H5交互视频等。作品分辨率要适合手机屏幕尺寸，即默认页面宽度640px，高度可以为1008px、1030px，总页数不超过15页。

　　（2）场景互动广告以H5文件形式加以演示说明，并提交作品链接。

　　2、作品提交

　　（1）网上提交：作品发布后的链接及二维码。注：保证作品在1年内能正常查看。

　　（2）线下提交：请将作品发布后的链接及二维码，存在word文档中提交给所在学校。

**（五）广播类**

　　1、作品要求：15秒或30秒两种规格。

　　2、作品提交

　　（1）网上提交：mp3格式，文件大小不超过3MB；

　　（2）线下提交：mp3格式。

**（六）策划案类**

　　1、作品要求

　　（1）根据命题策略单中具体要求和侧重点进行创作；

　　（2）如命题策略单中无侧重说明，广告及营销策划案可参考以下内容框架：①内容提要；②市场分析（数据翔实，引用数据资料注明出处，调查表附后）；③营销策略；④创意设计执行；⑤广告预算及媒介计划（应符合企业命题中的广告总预算）；

　　（3）文件规格：页面尺寸为A4, 正文不超过30页（含封面、正文内容、封底），附件不超过10页。

　　2、作品提交

　　（1）网上提交：pdf格式，文件大小不超过100MB；

　　（2）线下提交：可编辑的pdf或ppt格式文件，如有音频、视频文件也需一并提交，文件大小不限。

　　3、策划案现场决赛

　　策划案的全国一等奖，通过现场提案的形式产生，参赛学生约有不少于20天的准备时间，详情请关注大广赛官网。

**（七）文案类**

　　1、作品要求

　　（1）广告语：字数不多于30字（含标点）；

　　（2）长文案（含创意脚本：包括画面内容、景别、摄法技巧、时间、机位、音效等）：字数在100-500字之间（含标点）。

　　2、作品提交

　　（1）网上提交

　　广告语、长文案：提交时直接录入、编辑文字，作品无需加入命题logo，不得在作品中插入图片及其他形式文件；

　　创意脚本：网上提交时请选择长文案选项，pdf格式，不超过10MB。

　　（2）线下提交：可编辑的doc或pdf格式文件，作品内不可出现创作者相关信息。

**（八）UI类**

　　1、作品要求

　　（1）移动端：App界面设计、电商详情页、小程序、智能眼镜、智能手表等可穿戴设备。须符合移动端界面视觉设计的规范要求（建议App以iOS的设计规范为参照标准，小程序以微信小程序的设计规范为参考标准，智能手表可参考Iwatch智能手表的设计规范）；

　　（2）PC端：网页设计、数字智能电视的界面设计、车载HMI等。须符合PC端界面视觉设计的规范要求；

　　（3）作品须符合相应设计规范及具体命题要求，主功能流程明确且完整，无过多干扰项，主功能流程页面数量10--15P；

　　（4）须展示完整界面和设计细节，体现设计说明、交互逻辑、UI效果图等可以充分展示设计作品的内容（注：设计说明无固定要求，可概述设计背景、受众群体、阐述设计理念、设计方向、设计目标、需求分析等）。

　　2、作品提交  
　　（1）线上提交pdf格式文件，线下可提交pdf或ppt格式文件，页面尺寸为A4，页面数量10--15P，文件大小不超过100 MB，若需展示交互效果可以在文档中附上文件预览链接或二维码；  
　　（2）使用在线设计工具创作的作品，可提交文件链接及二维码（注：须确保文件开启公开可访问）。

**（九）营销创客类**

　　营销创客类（网络直播）是一个培养网络直播人才，集线上评比指导、线下真人参与的多维度品牌活动。

**（十）公益类（根据命题要求创作）**

　　1、根据公益命题具体要求，从所征集类别中自选类别进行创作。

　　2、作品规格、提交方式及要求，按相关类别标准执行。

**六、参赛须知**

　（一）大广赛在全国各省设立赛区，采取一次参赛、三级评选的方式具体如下：

即：参赛作品经院校初评后，报赛区评选，获得赛区优秀奖以上的作品，由赛区统一报送（平面类作品不超过所在赛区参赛作品总数的15%，文案类不超过所在赛区参赛作品总数的5%，其他类别不超过20%）总赛区参加全国总评审。全国总评审不受理个人报送的作品。

　（二）参赛作品任何部分严禁出现参赛学生的院校、系、姓名及其他特殊标记。

　（三）作者人数及指导教师人数要求

**作者人数**：平面类、文案类不超过2人/组；短视频、互动类、广播类不超过3人/组；其他视频类（影视广告、微电影广告）、动画类、策划案类、UI类、营销创客类（网络直播）不超过5人/组。

**指导教师人数**：平面类、文案类不得超过1人/组；其他类别不得超过2人/组。

　（四）创作中如使用了素材，务必在报名表中详细注明出处，并取得授权。

　（五）坚持原创，杜绝抄袭，请遵守《承诺书》的承诺；如出现抄袭或过度模仿的情况，由各赛区通知学校进行严肃处理。

　（六）禁止一稿多投，指同一件作品按不同类别提交或创意雷同作品按不同命题提交，也不能将别的赛事创作的作品再投大广赛，一经发现，取消参赛资格。

**七、提交作品其他要求**

　（一）参赛学生线下向学校提交作品  
　　1、参赛学生将作品、报名表的电子版统一提交给学校主管竞赛的负责人。  
　　2、参赛学生要保证提交到学校的作品及报名表内容与提交平台一致，否则视为无效作品。  
　（二）学校向所在赛区报送作品  
　　1、学校负责核对参赛学生线下提交的报名表、作品电子文件，以及线上的学生信息；  
　　2、线上填写院校参赛作品明细表并提交，然后下载打印加盖公章后，连同作品电子文件线下报送至所在赛区。  
　（三）各赛区向全国大广赛组委会报送作品  
　　1、线上：各赛区评审后从系统提交参评作品及参评作品明细表，并在规定时间内报送提交至全国大广赛组委会；  
　　2、线下：各赛区须报送参加全国总评审的作品电子文件，及加盖公章的纸质版的赛区获奖名单和参评作品名单（可从线上系统汇总好后下载打印）、内容填写要与参赛报名表保持一致。

**八、奖项设置**

　　全国总评审设一、二、三等奖、优秀奖及1个全场大奖，优秀指导教师奖，组织类奖项等。各赛区设一、二、三等奖及优秀奖，优秀指导教师奖、组织类奖项等。