第16届全国大学生广告艺术大赛参赛办法

2024年4月7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（见大广赛官网或参赛手册）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、科技类（生成式AI设计方向）

　　10、营销创客类（电商短视频、网络直播）

　　11、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与创意周边（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），横竖不限，分辨率300dpi，作品不得超过3张页面，单个文件不大于5MB。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，宽高比16:9；微电影广告时长：30-180秒，限横屏，宽高比16:9；短视频时长：30秒以内（含30秒），限竖屏，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30MB；

　　（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，符合相关设备的设计规范要求即可；

　　（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，核心主功能流程界面数量建议不少于10--15个；

　　（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）线上线下均提交pdf格式文件，页面尺寸为A4，文件大小不超过100MB。

　　（2）如需补充交互效果或演示视频，可以在pdf文档中附上二维码，如果是视频或文件链接，建议附在作品说明中；（注：须确保文件开启公开可访问，不建议提交海外工具链接）

　（九）科技类

　　（生成式AI设计方向——须根据以下特定创作方向进行设计）

　　【第16届大广赛生成式AI创作唯一指定工具：讯飞星火认知大模型（讯飞星火APP）】

　　1.作品内容

　　方向一：品牌形象IP策略方案。挑选第16届大广赛任意一个命题品牌，结合该品牌目标受众、品牌定位等特点，协同设计制定其品牌形象IP包装及推广策略方案。

　　方向二：种草创意规划书。以“向身边的人推荐讯飞星火APP”为目标，任意挑选一类目标群体，结合讯飞星火APP的功能特点与人群受众的场景化需求，用讯飞星火APP协同制定种草创意规划书。

　　方向三：动态传承“传统文化之二十四节气”创意内容规划书。任意挑选二十四节气中的一个节点，与讯飞星火APP协同，策划并输出创意内容。

　　2.创作解析及设计要求

　　方向一：在第16届大广赛命题品牌中任选一个品牌，须围绕选定品牌的定位方向、目标受众特征等关键点，充分融合品牌文化及品牌内涵，借助讯飞星火APP，协同设计创作品牌形象IP策略方案，构建所选定品牌特有的IP文化体系。结合讯飞星火APP不同模块的功能特点，为所选定的品牌设计制定IP策略方案，可从策略层面、内容层面、传播层面、视觉表现层面四个维度切入思考，包含但不限于目标受众定位分析、品牌故事、主题内容、合作方选择、IP定位策略、IP推广策略、专属IP周边设计等，助力提升品牌竞争力。须附创意说明（包含但不限于过程中使用讯飞星火协同创作的内容，如：调研分析过程、提示词、工具组合、生成过程截图，视觉设计释义、人机协作比例等）。

　　方向二：讯飞星火是什么？讯飞星火APP怎么用？讯飞星火APP能解决哪些问题？围绕上述问题，以“向身边的人推荐讯飞星火APP”为目标，任意挑选一类目标群体，结合讯飞星火APP的功能特点与人群受众的场景化需求，使用讯飞星火APP协同制定种草创意规划书，包括但不限于视频创意脚本规划、互动H5种草创意脚本规划、动画片种草脚本规划等各类形式，让所选这一类目标群体认识使用讯飞星火APP的同时，获得真正有价值的帮助和惊喜感。

　　方向三：二十四节气作为中国传统文化的瑰宝，蕴含着丰富的历史文化内涵。在国际气象界，二十四节气被誉为“中国的第五大发明”。伴随2016年“二十四节气”申遗成功，“非遗有可能死在博物馆中”逐渐成为专家们的担忧。基于洞察及调研，结合对“传统文化之二十四节气”的理解，结合讯飞星火APP的功能特点，为动态传承“传统文化之二十四节气”出谋划策，以感知二十四节气中的中华民族智慧，从而彰显中华民族的精神气质与民俗风尚，铸牢中华民族共同体意识。任意挑选一个二十四节气节点，与讯飞星火APP协同，围绕该节气的时令、习俗、文化等特点，输出创意内容规划书。整体规划书包括但不限于节气策略洞察、创意策划及呈现等（如：节气的调研分析、推广主题、创意策划及执行等，其具体视觉执行不限于平面海报、视频、互动H5等形式，须将作品或作品链接插入提交的pdf文件中）。甚至可以打开脑洞，任选第16届大广赛任一命题品牌，设计IP合作（须考虑到跨界的关联性）。此外，规划书中必须包含附录部分（包含但不限于过程中使用讯飞星火协同创作的内容，如：提示词、滚图逻辑、具体模块、工具组合、生成过程截图、AI协作比例等）。

　　3.作品提交

　　（1）网上提交：pdf文件，页面尺寸为A4，内容不超过40页，文件大小不超过100MB；如创意执行中有视频、音频，可将链接插入pdf文件中。

　　（2）线下提交：可编辑的pdf或PPT文件，如作品创意执行中有平面、音频、视频文件，须一并提交高质量文件，文件大小不限。

　　注：参赛提交作品方案必须是基于唯一指定工具讯飞星火APP相关技术创作或辅助制作的。

　（十）营销创客类

　　营销创客类（电商短视频、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。

　　详细内容见《营销创客类（电商短视频、网络直播）参赛指南》。

　（十一）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、参赛流程

　　第1步：下载命题

　　登陆大广赛官网下载命题。

　　第2步：作品创作

　　第3步：网上提交，上传作品

　　在作品提交平台注册，按流程正确填写信息并按要求上传作品，作品上传成功后，系统自动生成唯一对应的参赛编号、参赛报名表及承诺书，同时所有参赛者须仔细阅读承诺书。

　　（注：第16届大广赛提交平台将于5月10日正式开放，截至6月12日16:00关闭；营销创客类（电商短视频、网络直播）海选提交平台将于4月12日正式开放，截至4月22日16:00关闭)

　　第4步：作者线上签字，获取参赛报名表、承诺书

　　作品提交过程中，所有参赛者须上传学生证截图，在线电子签名，且将作品转为正式作品后，方能获取参赛报名表及承诺书，请所有参赛者仔细阅读和检查，保证填写准确完整。

　　特别提示：参赛报名表中按作者和指导教师的先后顺序填写，一经确认提交不得变更。（特殊情况下，多人团队可由其中一名作者代表其他作者在参赛承诺书和报名表上签字，并代为上传学生证。）

　　第5步：线下提交作品文件， 报送至学校

　　作品文件（系统已生成参赛编号的正式作品）及参赛报名表的电子版报送至学校，文件均以参赛编号命名。（无需打印参赛报名表及承诺书。）

　　第6步：学校报送至赛区

　　学校在系统中将初评选出的作品信息，提交至所在赛区组委会账号。同时将导出的《学校作品汇总表》盖章，连同相关作品电子文件，在线下提交至赛区组委会。

　　各赛区联系方式见大广赛官网首页“赛区列表”。

　　第7步：赛区报送至全国大广赛组委会秘书处

　　各赛区在系统中将评选出的参评作品信息，提交至全国大广赛组委会秘书处账号。同时将导出的《赛区汇总表》和赛区评奖委员会组成名单盖章，连同相关作品电子文件和带评委签字的获奖结果扫描件，在线下提交至全国大广赛组委会秘书处。

七、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%，文案类作品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、科技类、营销创客类不超过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。创作中如使用AIGC辅助工具，尽量选择科技类创作方向，且必须使用讯飞星火认知大模型（讯飞星火APP）进行创作。其他类创作中如使用AIGC辅助工具，推荐首选使用讯飞星火认知大模型（讯飞星火APP），且务必在报名表中详细注明具体内容及人机协作比例。

　（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。指同一件或多件创意雷同作品，在未经剪辑或仅缩短时间等简单处理后，按不同类别或不同命题提交；也指将别的赛事创作的作品再投大广赛，或大广赛作品投至其他赛事。一经发现，取消参赛及获奖资格。

八、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和电子版的赛区获奖名单（附评委签名，内容填写要与参赛报名表保持一致）、参评作品名单（可从线上系统汇总好后下载打印）、赛区评奖委员会组成名单。

九、参赛费用

　　全国大广赛组委会不收取参赛费用，组委会秘书处的工作费用和其他成本自行解决。各赛区可根据本地实际情况自行决定是否收取参赛费（原则上每件作品最高不能超过50元，系列作品60元），参赛费用原则上应由参赛学生所在院校承担，参赛费用主要用于赛区赛事的组织、宣传、邮寄作品、评选、颁奖等活动。

十、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。

十一、截稿时间

　　作品网上提交起止日期为5月10日至6月12日16:00，各赛区截稿时间以各赛区通知为准。

　　各赛区报送全国大广赛组委会参评作品的截止时间为7月5日，邮寄日期以邮戳为准。

十二、联系方法

　　全国大学生广告艺术大赛组委会秘书处

　　地址：北京市朝阳区广渠门外大街8号优士阁A座1007、1004室

　　邮编：100022

　　电话：010-58612105／06／07／09

　　邮箱：sun\_ada@126.com

　　QQ：1871292261　2634420625

　　各赛区联系方式请浏览大广赛官网（www.sun-ada.net）首页的赛区列表。