附件1

**第16届大广赛江苏赛区参赛办法**

**一、参赛资格**

江苏省内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（见大广赛官网和参赛手册）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、微电影、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《中华人民共和国广告法》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），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：各高校统一**提交电子版作品，文件规格要求与网上提交要求一致。**

（二）视频类（影视、微电影、短视频）

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，视频宽高比9:20至9:16；

（3）视频画面中不要倒计时，不可出现创作者及院校相关信息。

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：mp4格式，高质量电子文件。

（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—960像素，**宽高比16:9**。不要倒计时，不可出现创作者及院校相关信息。

2、作品提交

（1）网上提交：mp4格式，文件大小不超过30MB；

（2）线下提交：mp4格式，高质量电子文件。

（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：注意H5发布平台时效限制，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，保存在**同一个pdf**文档中进行提交。

（五）广播类

1、作品要求

时长**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：文件规格要求与网上提交要求一致。

（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，不大于100MB；

（2）线下提交：提交pdf格式文件，不大于100MB，如有音、视频文件也须一并提交，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：字数在**100-500字**之间（含标点）；

（3）创意脚本：包括画面内容、景别、摄法技巧、时间、机位、音效等。

2、作品提交

（1）网上提交

①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；

②创意脚本：网上提交时请选择长文案选项，提交pdf格式文件，大小不超过10MB。

（2）线下提交：提交pdf格式文件，文件大小不超过10MB。作品内不可出现创作者及院校相关信息。

（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，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）网上提交：pdf格式文件，页面尺寸为A4，文件大小不超过100MB。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）；

（2）线下提交：提交pdf格式文件，文件大小不超过100MB。

（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）

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：pdf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》（**附件3**）。

（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：下载命题**

登录大广赛官网下载命题。

**第2：作品创作**

**第3：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：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：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。（**无需打印参赛报名表及承诺书**。文件均以参赛编号命名，其中作品文件直接以参赛编号命名，如系列作品，文件以参赛编号后添加“-1、-2、-3”依次命名，报名表文件命名方式：参赛编号+报名表，具体文件命名与整理方式见**附件2**）

**第6：学校报送至赛区**

学校在系统中将初评选出的作品信息，提交至江苏赛区组委会账号。同时将导出的《学校作品汇总表》等相关汇总表单打印盖章，连同相关作品电子文件（含电子报名表），在线下提交至赛区组委会。

（**注：仅《学校作品汇总表》等相关汇总表单需要同时提供excel格式电子版与纸质盖章版，作品文件、报名表只需提供电子版。**）

**第7：赛区报送至全国总赛区**

江苏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）院校在线下提交作品时，参赛作品均需**存入存储盘（光盘或U盘，所有作品存入一个盘即可，不需要每件作品单独刻盘）**并随其他文件一并报送，存储盘上务必标明参赛院校及专业名称。**本届各高校提交作品时请参照《第16届大广赛江苏赛区作品报送指南》（见附件2）。**

（二）大广赛江苏赛区，采取一次参赛、三级评选的方式进行。即：参赛作品经院校初选后，报赛区参加省级评选，在赛区获得优秀奖及以上的作品，再由赛区组委会统一报送（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%）参加全国总赛区的评审。江苏赛区不受理个人报送的作品。

（三）**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**。

（四）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。

（五）创作中如使用了素材，请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，且必须请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。

（六）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。

（七）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）参赛学生报送至学校

1、参赛学生将作品、报名表的电子版统一提交给学校主管赛事的负责人；

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）学校报送至赛区

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，连同其他盖章后的汇总表单、作品电子文件（含报名表电子文件）线下报送至江苏赛区。

（三）江苏赛区报送至全国总赛区

1、线上：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：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。

**九、参赛费用**

江苏赛区参照《第16届全国大学生广告艺术大赛参赛办法》收取作品费用，**单件作品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。

1、交寄作品时，请附**汇款凭证截图或支付宝账单详情截图**（支付宝截图需显示出订单号）。

2、对公支付的，请汇款至以下账户

开户行：中国工商银行股份有限公司南京金贸大街支行

账户名称：大广赛南京文化传播有限公司

账号：4301 0307 0910 0015 852。

3、作品费用由个人缴费或垫付的，请统一汇款至第16届大广赛江苏赛区指定支付宝收款账户。汇款时请备注**学校名称与汇款人姓名及联系电话**“如：南京财经大学王浩13800000000”（必要时，学校名称可用简称）。支付二维码如下：



4、各校报送作品后如需开具发票，请在《报送信息登记表》详细注明报销单位名称、纳税人识别号、回寄联系人、地址、电话、邮箱等信息。请注意，发票只能开具给实际付款方（即各院校单位），原则上每个学校只提供一张缴费金额汇总发票。

（**注：请各高校注意核对在excel表中所填的纳税人识别号，单元格格式设置问题可能导致税号数字发生变化。**）

5、公益命题作品收费与其他命题一致。

**十、奖项设置**

大广赛江苏赛区设一、二、三等奖、优秀奖。优秀指导教师奖、组织类奖项等。获得省级优秀奖及以上的作品报送参加全国评审。

**十一、截稿时间**

大广赛官网作品提交截止日期**6月12日16:00**，江苏赛区截稿时间为**6月13日**（邮寄以寄出时间为准），超出时间的作品组委会不再接收，请各院校合理安排时间（**请尽早完成网上作品提交，避免网络拥堵**）。

**十二、联系方法**

全国大学生广告艺术大赛江苏赛区组委会秘书处

地址：**南京市玄武区玄武大道699-1号徐庄行政楼B座713室。**

电话：冷老师15295598979（作品邮寄接收老师）

吴老师13951879024 刘老师18512540117

电子邮箱：js\_ada@126.com

大广赛江苏赛区微信公众号：

