西安科技大学院处函件

关于举办我校第三届全国大学生广告艺术大赛校内选拔赛的通知

各学院、各有关单位：

为全面贯彻落实习近平总书记关于教育的重要论述，以党的二十大精神为统领，充分发挥教育、科技、人才的基础性和战略性支撑作用，助力高校基础学科、新兴学科、交叉学科的建设突破传统路径依赖，创建更加开放灵活的教育体系和学习情境；持续推进职普融通、产教融合、科教融汇的立体化平台之多样化、个性化的均衡发展、协同创新；强化与市场的功能性对接，优化教育资源配置，促进教育公平；充分发挥大广赛作为高水平专业实践竞赛的影响力和启发作用，协同推进学习型大国和教育强国的建设。特此举办全国大学生广告艺术大赛。现将有关事项通知如下：

**一、组织机构**

教务处主办，由艺术学院承办。

**二、参赛作品类别**

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）

**三、作品规格及提交要求**

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、新形势、新媒介进行创作。

**（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），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，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30 MB，微电影广告文件大小不超过40 MB；

（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3 MB；

（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10 MB。

（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）。

1. 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100 MB；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。

**四、参赛对象**

全体在校本科生和研究生。

**五、参赛流程**

**第 1 步：下载命题**

登陆大广赛官网（http://www.sun-ada.net/）下载命题。（具体命题内容见附件一）

**第 2 步：作品创作**

**第 3 步：网上提交，上传作品**

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**

作品正式提交后，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，方能在线获取参

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，报送至邮箱**

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邮箱：kechuangzhongxin03@126.com，文件均以参赛编号命名(每个参赛者文件夹的内容需包含参赛作、作品编号、报名表、承诺书、学生证截图。参赛报名表及承诺书无需打印）。

**六、参赛要求**

1.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。

2.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。**

3.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。

4.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。

5.参赛作品任何部分严禁出现参赛学生的院校、系、姓名及其特殊标志。

**七、参赛须知**

1.参赛作品提交格式必须严格按照大赛要求进行提交，并且须有本校教师担任指导教师，如不按照竞赛规格提交作品以及无指导教师的作品将取消入选资格。

2.在以往的 A 类赛事（例如：“华灿奖”、“未来设计师”、“米兰”、“好创意”等）中入选的作品不得参加此次比赛，同一作品不得在同一时间段参加多项赛事。

3.参赛作品必须是参赛者按照本次大赛要求完成的原创作品且未公开发表，参赛作品不得侵犯任何第三方的知识产权和其他权利，如有任何相关的法律纠纷，一切责任由参赛者本人承担。

4.所有获奖作品的知识产权归主办方所有，主办方有权对获奖作品进行任何形式的使用、修改、许可等活动，拥有决定获奖作品使用场合、使用方式、使用时间的权利。

5.本次活动最终解释权归主办方所有。

**八、大赛时间**

（一）作品网上提交时间：5月10日

（二）作品提交截至时间：6月12日16:00

注：相关作品提交截止时间暂定，需时刻关注我校竞赛群内通知，以最终通知为准。

**九、奖项设置**

本次校内选拔赛按校内选拔赛作品总数的 10%、15%、20%和 30%,设立一等奖、二等奖、三等奖、优秀奖，获奖者颁发荣誉证书。竞赛成绩将作为选“全国大学生广告艺术大赛”省赛选手或团队的依据。

**十、特别声明**

以上要求内容积极，健康向上，不得包含以下任何内容:

1.涉及民族歧视，或者侵害民族风俗、习惯。

2.宣扬淫秽、暴力或者教唆犯罪等。

3.侮辱或者诽谤他人，侵害他人合法权益。

4.侵犯版权\肖像权或者第三方任何权力。

5.诽谤、诋毁、或者给第三方带来不利影响。

**十一、 联系方式** 

王梓童（学生）：15229349976

李欣玥（学生）：15829628916

赛事 Q Q 群：728504648

（请参赛选手务必进入赛事群，之后所有

赛事通知以及调整都将在赛事群中下发，

所有比赛相关疑问也将在竞赛群中进行

解答，其余渠道均不解答竞赛疑问）

教务处

2024年4月8日

附件一

命题策略单（详情见官方网站）

**一、纳爱斯**

**主题一：养龈健齿 微笑纳爱斯Nice**

**主题二：围绕“维他命养龈”的品牌定位和产品功效，自拟广告主题**

**二、超能SupNice**

**围绕“为什么要使用运动洗护产品”自拟主题**

**三、Canva可画**

1.Canva可画让设计「更简单」

2.Canva可画让设计「更高效」

3.Canva可画让设计「更好看」

4.开放主题：Canva可画让XX「更XX」

从上述主题任选其一或多选，结合产品核心卖点，在目标群体中推广Canva可画产品，吸引目标群体使用产品。

**四、HBN**

**1.让“真功效”名副其实**

**2.根据品牌理念和产品卖点，自拟主题**

**五、碧莲盛**

1、碧莲盛植发：不剃发植发

2、碧莲盛养发：因为植发，更懂养发

可以从2个广告主题中任选其一或多选

**六、XXPen**

**1.“会画就用XPPen”（体现品牌精神内核）**

**2. 绕XPPen Artist Pro 16（2.5K）第二代数位屏自拟广告主题（体现技术实力与质价比）**

从2个广告主题中任选其一（或多选）。

**七、娃哈哈**

1.营养快线：早上喝一瓶，精神一上午

2.AD钙奶：陪你酸酸甜甜 懂你可可爱爱

**八、即时设计**

以“持续进化的「即时设计」”为创作主题（UI类参赛主题详见命题说明）

**九、科大讯飞**

**以“**教你身边的人用讯飞星火APP**”为方向，自拟广告主题**

**十、朗圣药业**

1.朗圣药业——随心所“育”，绽放人生之美

2.挚爱无套感，中国赤尾ZAO

（两个命题均可参与，也可择一参与）

**十一、爱华仕箱包**

爱华仕箱包  装得下，世界就是你的。

**十二、联通沃派**

**联通沃派 有梦有方向**

**十三、联通中国结**

**1.中国结里的中国情**

**2.中国结里的中国红**

**十四、999感冒灵**

**主题一：999感冒灵✕＿＿＿=冬日无限温暖**

**主题二：自拟**

**十五、小葵花**

小葵花芪斛楂，补脾养肺，增强体质

**十六、葵花熊胆痔灵膏/栓**

**主题1：治痔疮用熊胆，止痒止血很关键**

**主题2：可以发挥创意，自拟主题**

**以上主题可选择其一进行创作**

**十七、尊重与爱 同行未来**

**尊重与爱 同行未来**