**第17届全国大学生广告艺术大赛参赛办法**

2025年3月5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、创作规范**

**（一）遵循命题要求**

参赛作品必须严格依照大广赛组委会统一发布的命题（见大广赛官网www.sun-ada.net或参赛手册）进行创作。

**（二）原创性与诚信创作原则**

各类参赛作品必须为本人原创作品，拥有独立知识产权，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。坚持原创，杜绝抄袭，请遵守《承诺书》的承诺。

1. **作品类别**

**A.平面类**（Aa 平面广告、Ab 产品与包装、Ac IP与创意周边）

**B.视频类**（Ba 影视广告、Bb 微电影广告、Bc 短视频）

**C.动画类**

**D.互动类**（移动端H5广告、场景互动广告）

**E.广播类**

**F.策划案类**

**G.文案类**（长文案、创意脚本）

**H.UI类**（移动端、PC端）

**I.科技类**（生成式AI设计方向）

**J.营销创客类**（Ja 微短剧、Jb 微视频、Jc 网络直播）

**K.公益类**（根据命题要求创作）

**四、作品规格及提交要求**

**（A）平面类**

1.作品要求

Aa 平面广告（VI、海报、DM、长图广告、路牌广告、杂志广告等）；

Ab 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）；

Ac 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，一组作品不得超过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。  
　**（B）视频类**

1.作品要求

（1）拍摄工具及制作软件不限；

（2）Ba 影视广告时长：15秒或30秒两种规格，限横屏，宽高比16:9；Bb 微电影广告时长：60秒到180秒，限横屏，宽高比16:9（含系列短剧，建议不超过3集，须合并为一个视频文件按一件作品提交。）；Bc 短视频时长：15秒-60秒，限竖屏，竖屏宽高比9:20至9:16。以上作品不要倒计时，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50MB；

（2）线下提交：提交高质量电子文件，格式不限。  
　**（C）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，宽高比16:9。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，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。  
　**（D）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。

**（E）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。  
　**（F）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，建议策划案需围绕 “洞察的视角、策略的推导、创意的呈现及落地的实施”等核心内容展开；

（3）文件规格：页面尺寸为A4（横竖版画面均可）, 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，参赛者约有不少于20天的准备时间，详情请关注大广赛官网。  
　　**（G）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。  
　**（H）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）  
　**（I）科技类**（生成式AI设计方向）

1.此类别内容征集仅限于大广赛所设置的“创意有我正青春”命题，且必须使用AIGC工具辅助完成，详细内容见《“创意有我正青春”命题策略单要求》。

2.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。需附上生成式AI工具的原始输出文件（如AI生成的图片、文本等）及工具使用过程的说明或截图，以证明作品的原创性；

（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。提交内容需与网上提交一致。  
**（J）营销创客类**

营销创客类（微短剧、微视频、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。此类别不设省赛，直接参加全国评审，评审结果均享受同等待遇。详细内容见《第17届全国大学生广告艺术大赛营销创客类（微短剧、微视频、网络直播）参赛指南》。

1. **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。

**五、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17届大广赛提交平台将于**2025年5月10日正式开放，截至6月12日16:00关闭；**第17届大广赛营销创客类（微短剧、微视频、网络直播）海选提交平台将于**3月5日正式开放，截至3月30日16:00关闭)**

**第4步：参赛者线上签字，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拍图或学信网截图，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**

参赛者将作品文件（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。

1. **截稿时间及作品报送**

**（一）截稿时间**

**作品网上提交起止日期**为2025年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2025年7月5日，邮寄日期以邮戳为准。

**（二）作品报送**

**1.参赛者线下向学校报送作品**

（1） 参赛者将作品、报名表的电子版统一报送给学校主管竞赛的负责人；

（2） 参赛者要保证报送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。

**2.学校向所在赛区报送作品**

（1） 学校负责核对参赛者线下报送的报名表、作品电子文件，以及线上提交平台的参赛者信息；

（2） 线上填写院校参赛作品明细表并上传至提交平台，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。

**3.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，在提交平台系统中提交两项名单——一是本赛区实际收取的参赛名单（即：赛区评审前，收到各学校上报作品且经筛选后，确认可参加本赛区评审的作品名单）；二是经过赛区评选后报送全国总评审的参评作品明细表。上述两项内容须在规定时间内报送至全国大广赛组委会；

（2） 线下：各赛区须报送全国大广赛组委会以下内容：①参加全国总评审的作品电子版；②参加全国总评审的作品名单（电子版+纸质版，在系统汇总好后下载打印盖章）；③赛区获奖名单（电子版）；④赛区获奖名单（纸质版，须有评委签名）；⑤赛区评审的评委名单（须含组别分配及单位、职务职称）。

**七、参赛须知**

**（一）赛区设置与评选流程**

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，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，由赛区统一报送至总赛区参加全国总评审（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%）；**全国总评审不受理个人报送的作品。**

**（二）作者与指导教师人数限制**

**（1）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；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；

**（2）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。

**（三）奖项设置与费用说明**

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。

全国大广赛组委会不向参赛者收取任何参赛费用，组委会秘书处的工作成本自行解决。

**（四）参赛注意事项**

（1）参赛作品中严禁出现参赛者的院校、系、姓名及其他特殊标记；

（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；如使用AIGC工具辅助创作，须在报名表中予以注明；

（3）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；

（4）禁止参赛者通过各种渠道购买作品。一经发现，立即取消其参赛资格；

（5）如参赛者决定退赛，可在2025年6月24日24:00前，登陆大广赛作品提交平台，点击【退赛】按钮申请退赛；2025年6月25日后，退赛申请将不予受理。

**（五）联系方式**

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室、1004室

邮编：100022

电话：010-58612985，010-58612105／06／07／09

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。 **八、关于作品抄袭的定义**

在大广赛的竞赛过程中，作品抄袭指的是：参赛者提交的参赛作品与已公开发表或存在于公共领域的作品（包括但不限于其他设计师作品、知名设计案例、已授权的商业产品等）存在实质性相似，且未经原作者授权许可的行为。具体判定标准如下：

（一）创意核心高度相似：参赛作品整体设计理念、主题构思、关键视觉元素组合以及创意表达方式与他人已公开作品高度雷同，即使表现形式略有差异，但核心创意仍被视为抄袭他人成果；

（二）作品内容复制比率偏高：参赛作品中有超过60%的内容（包括但不限于文字描述、图形图像、文案表述等）直接复制自他人作品，且并未对复制部分作出实质性修改或创新转化；

（三）过度模仿与借鉴：模仿与借鉴虽是设计中常用方法，但如果参赛作品过度依赖他人的设计元素、风格或手法，导致参赛作品整体呈现出明显的模仿痕迹，缺乏独立创作的特征和价值，这种过度模仿的情况同样属于抄袭范畴。

**九、对抄袭行为的处理**

大广赛秉持鼓励原创、公平竞争的原则，坚决打击任何形式的抄袭行为。希望各位参赛同学能够自觉遵守比赛规则，凭借自身的才华和努力创作出优秀的作品，共同营造一个健康、积极、富有创新精神的比赛环境。为了维护大广赛的公平性、公正性和创新性，保护知识产权、促进学术诚信，对于经查实存在抄袭行为的参赛者及其作品，将采取以下严肃的处理措施：

（一）取消参赛资格：一旦发现参赛作品被判定为抄袭行为，无论处于比赛的哪个阶段（包括校赛、省赛、全国总评审等），涉事参赛者将被立即取消参赛资格，其作品将从比赛评选流程中剔除，不得再参与后续的任何奖项评选活动。这意味着涉事参赛者将失去在本届比赛中获得荣誉和奖励的机会，同时其抄袭行为也将被记录在案，作为今后参加类似活动的不良诚信记录参考；

（二）通报抄袭行为：一旦确认抄袭行为成立，全国大广赛组委会将正式的通报文件同步给涉事参赛者所在的赛区及学校，并积极协助赛区及学校处理抄袭事件，加强宣传教育；

（三）公示抄袭事实：为了起到警示作用，全国大广赛组委会将在官方网站上，对抄袭作品详情以及抄袭事实进行公示通报批评，以便更多参赛者能够了解情况，同时也提醒其他参赛者引以为戒，遵守比赛规则和学术道德规范；

（四）追究法律责任：如果抄袭行为涉及到侵犯他人知识产权、著作权等合法权益，并且给比赛造成了一定的经济损失或不良社会影响时，全国大广赛组委会将保留追究涉事参赛者法律责任的权利，协助原创者或著作权人通过法律途径维护自身权益。这可能包括要求侵权者承担经济赔偿责任、公开道歉、恢复名誉等一系列法律后果。