

附件 1：省赛参赛规则

一、参赛资格

浙江省第十四届大学生广告艺术竞赛暨第十八届全国大学生广告艺术大赛浙江分赛区选拔赛，采取一次参赛、两级评奖的方式进行。即：以院校为单位（浙江省大学生广告创意设计竞赛不受理个人报送的作品），将参赛作品通过网络报第十八届全国大学生广告艺术大赛指定网站，同时报送浙江省大学生广告艺术竞赛组委会办公室与指定网站。经浙江省分赛区专家评审，按一定比例择优报送全国大学生广告艺术大赛总赛区评奖。

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。

三、作品类别

- 1.平面类（Aa 平面广告、Ab 产品与包装、Ac IP 与创意周边）
- 2.视频类（Ba 影视广告、Bb 微电影广告[含系列短剧]、Bc 短视频）

- 3.动画类
- 4.互动类（Da 线上互动广告、Db 线下互动广告）
- 5.广播类（Ea 15 秒广播广告、Eb 30 秒广播广告）
- 6.策划案类
- 7.文案类（创意长文案或种草长文案）
- 8.UI 类（移动端、PC 端）
- 9.科技类（生成式 AI 设计方向，根据具体要求创作）
- 10.公益类（根据公益命题要求创作）

四、作品规格及提交要求

（一）平面类

1.作品要求

- （1）平面广告（VI、海报、DM、长图广告、路牌广告、杂志广告等）
- （2）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）
- （3）IP 与创意周边（IP、文创及其他创意周边）。

平面类收取单幅作品、系列作品两种形式，单幅作品尺寸为 A3(297×420mm 横竖不限)，色彩模式 RGB，分辨率 300dpi；系列作品不得超过 3 张画面。

2.作品提交

- （1）网上提交：文件格式为 jpg，单个文件不大于 5MB；
- （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) Ba 影视广告：15 秒或 30 秒两种规格，限横屏，宽高比 16:9；

(2) Bb 微电影广告：60 秒-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）；

(3) Bc 短视频广告：15 秒-60 秒，限竖屏，宽高比 9:20 至 9:16。以上作品拍摄工具及制作软件不限，严禁出现倒计时及创作者相关信息。

2. 作品提交

(1) 线上提交：mp4 格式，影视广告、短视频广告文件大小不超过 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。

(三) 动画类

1. 作品要求

(1) 15 秒或 30 秒两种规格，24 帧/秒。须有配音、配乐，宽高比 16:9。

(2) 创作方式及制作软件不限，作品要符合动画广告的特点，严禁出现倒计时及创作者相关信息。

2. 作品提交

(1) 线上提交：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) Da 线上互动广告（含 H5 互动、AR/VR 互动、体验互动、点击互动、小程序互动等）。自由选择线上创作平台，作品分辨率需适合主流移动端设备屏幕尺寸，总页数不超过 15 页；

(2) Db 线下互动广告（含场景体验、道具互动、智能设备互动、活动互动等）。须围绕实际场景进行创作，注重用户的感官体验和现场参与感，并将创作过程、互动演示效果及演示说明，呈现为一个视频文件提交。

互动类作品需以受众为中心注重广告主与受众的双向沟通，避免单向灌输，应通过设计互动环节（如点击、参与、体验、分享等），引导受众主动参与广告内容，从而加深受众对品牌或产品的印象，提升广告转化率与用户粘性。

2.作品提交

(1) Da 线上互动广告：线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），线下需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；

(2) Db 线下互动广告：拍摄工具及制作软件不限，横竖屏不限。mp4 格式文件，视频时长 180 秒以内（含 180 秒），大小不超过 50MB，画面比例 16:9。线下提交高质量电子文件，格式不限。

（五）广播类

1.作品要求：15 秒或 30 秒两种规格。

(1) Ea 15 秒广播广告：15 秒时长，可集中突出爆点创意构思；

(2) Eb 30 秒广播广告：30 秒时长，可突出讲故事能力。

2.作品提交

(1) 线上提交：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，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：页面比例为 16:9（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) 线上提交：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。

(七) 文案类

1. 作品要求

创意长文案或种草长文案，须根据具体命题要求创作，字数在 100-500 字之间（含标点）；作品内无需加入命题 logo、图片、表情及其它形式文件，严禁出现创作者相关信息。

2. 作品提交

(1) 线上提交：提交时在作品“文本输入框”直接录入作品内容；

(2) 线下提交：可编辑的 doc 或 pdf 格式文件。

(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）

1.此类别内容征集仅限于大广赛所设置的“AI 无界 创意赋新章”命题，且必须使用 AI 工具辅助完成，详细内容见《“AI 无界 创意赋新章”命题策略单要求》。

2.作品提交

(1) 线上提交：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。

(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。

五、参赛流程

本次竞赛须分别在大广赛官网提交平台及省赛平台上进行报名、提交、审核及报送，具体请参阅省赛通知及各方操作手册。

六、参赛须知

(一) 大广赛在全国各省设立赛区，采取一次参赛、三级评选的具体方式如下：

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) 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) 作者与指导教师人数限制

作者人数：平面类、文案类不超过 2 人/组；短视频广告、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（授权书可线下附带提交至学校）；如使用 AIGC 工具辅助创作，须在报名表中予以注明；

(五) 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；

(六) 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；

(七) 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。

七、作品报送

(一) 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。

(二) 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。

八、奖项设置

浙江赛区设一、二、三等奖及优秀奖，优秀指导教师奖、组织类奖项等。

九、截稿时间

第十八届全国大学生广告艺术大赛网上提交截止时间为 2025 年 6 月 12 日 16:00；浙江省第十二届大学生广告艺术竞赛网上提交截止时间为 2025 年 6 月 12 日 23:00。

特别提醒，各参赛高校作品在两个平台线上审核报送的截止时间请参阅省赛通知，线下寄发截止时间为 2025 年 6 月 14 日，以邮戳为准。

邮寄地址：杭州市西湖区浙江大学紫金港校区西区成均苑三幢 308，邮编：310058，收件人：叶盛广，电话：15394282987。

（为避免可能产生的物流问题，建议使用顺丰快递）