

2024 年第 16 届大广赛校内作品征集令

新增生成式 AI 设计赛道！

为展示首都高校相关专业的实践教学成果和当代首都大学生的创新创业综合素养，由北京市教委主办，北京服装学院承办的 2022 年第十四届全国大学生广告艺术大赛北京赛区竞赛开幕。现我校公共管理与传媒学院面向全校征集参赛作品，具体竞赛方案如下：

一、竞赛宗旨与目的

活跃大学生的课外文化生活，激发大学生的创意灵感，加强大学生实践能力、创新能力和合作精神的培养，推动高校相关学科专业人才培养模式和实践教学的改革，搭建大学生创新创业与企业、社会组织对接的平台。

二、参赛资格

北京地区各类高等院校在校全日制大学生、研究生均可参加。

三、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（参见全国大广赛官方网站

<http://www.sun-ada.net/>、参赛手册以及官方微信平台) 进行创作。

四、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）

五、参赛作品标准

各类参赛作品应以**原创性**为原则，遵守《广告法》和其他国家有关法律及政策法规、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。

六、作品报送规格及要求

（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（网上与校内都需要提交）

（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）校内提交（指向北京信息科技大学公共管理与传媒学院提交，下同）：在规定时间内发送至指定邮箱（见文末提示），与网上提交的作品要求相同，提交高质量电子文件。不接受纸质文件、光盘文件等。

（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 (网上与校内都需要提交)

(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) 校内提交: 在规定时间内发送至指定邮箱 (见文末提示), 与网上提交的作品要求相同, 提交高质量电子文件。不接受纸质文件、光盘文件等。

(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. 作品提交 (网上与校内都需要提交)

(1) 网上提交: mp4 格式, 文件大小不超过 30MB;

(2) 校内提交: 在规定时间内发送至指定邮箱 (见文末提示), 与网上提交的作品要求相同, 提交高质量电子文件。不接受纸质文件、光盘文件等。

（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（网上与校内都需要提交）

（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）校内提交：在规定时间内发送至指定邮箱（见文末提示），请将作品发布后的链接及二维码存在按参赛编号命名的 jpg 格式文件中提交。

（五）广播类

1. 作品要求：15 秒或 30 秒两种规格。

2. 作品提交（网上与校内都需要提交）

（1）网上提交：mp3 格式，文件大小不超过 3MB；

（2）校内提交：在规定时间内发送至指定邮箱（见文末提示），以参赛编号命名的 mp3 格式文件。

（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（网上与校内都需要提交）

（1）网上提交：以参赛编码命名的 pdf 格式，文件大小不超过 100MB；

（2）校内提交：以参赛编码命名的 pdf 格式文件，连同其他音视频文件压缩打包，然后将压缩包按参赛编号命名后提交。文件大小不限。在规定时间内发送至指定邮箱（见文末提示）。

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（网上与校内都需要提交）

（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）校内提交：按参赛编号命名的 **jpg 格式** 文件，作品内不可出现创作者相关信息。在规定时间内发送至指定邮箱（见文末提示）。

（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（网上与校内都需要提交）

（1）网上提交：网上与校内均提交以参赛编码命名的 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）校内提交：以参赛编码命名的 pdf 格式文件，页面尺寸为 A4，文件大小不超过 100MB。在规定时间内发送至指定邮箱（见文末提示）。

（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

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（包括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（网上与校内均需提交）

（1）网上提交：以参赛编码命名的 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）校内提交：以参赛编码命名的 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。在规定时间内发送至指定邮箱（见文末提示）。

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。

七、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。

第2步：作品创作

第3步：官网上传作品

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：网上提交，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。

确保报名表内容填写准确、完整，下载打印报名表及承诺书，全部作者在签字栏处签字，连同学生证/学生卡一并拍图或扫描为电子版，格式 jpg。

特别提示：报名表中按第一、二、三、四、五作者和指导教师的顺序填写，一经下载提交，不得变更。（特殊情况下：可由第一作者代表所有作者一并承诺签字，详见报名表）

第 5 步：线下提交作品，报送至学校

将作品电子版（以**参赛编号**命名；若为系列作品，请在参赛编号后加-1、-2、-3 以示区分），以参赛编号命名的、签字完毕的报名表及承诺书电子版（命名格式：参赛编号+报名表及承诺书）、学生证/学生卡电子版（命名格式：参赛编号+学生证/学生卡 1、……）提交给本校大广赛指定邮箱（见文末提示）。

第 6 步：学校报送至北京赛区

参赛院校自行组织校级初评，并将初评选出的作品保送至北京赛区。

第 7 步：北京赛区报送至全国赛区

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。

八、参赛注意事项

（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。参赛作品经院校初评后，报赛区评选，获得赛区等级奖的作品，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。

每位参赛选手作品名称和报名表均需以个人在全国官网报名时系统自动生成的编号命名，如“C03-01-016-0001”；若为系列作品（三张为限）则每件作品在编号后加-1、-2、-3 即可，如“C03-01-016-0001-01”、“C03-01-016-0001-02”、“C03-01-016-0001-03”。命名时不要加入学校、院系、姓名等信息，否则视为无效作品。

（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。

（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。

（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。

（七）其他注意事项：

1. 参赛者在大广赛官网自行注册账号、并按提示填写报名表及承诺书和上传作品。

2. 每件作品均需“**两次提交**”，一次为向大广赛全国组委会官方平台网上提交，一次为向北京信息科技大学公共管理与传媒学院提交。

3. 妥善保管账号信息和密码，不要多次注册、多次提交

同一件作品。尤其是团队合作项目，指定专人负责上传。

4. 一件作品生成一个编号，提交到赛区的作品要与之保持一致。

5. 尽量错开上传高峰时段，务必确保作品及参赛信息上传成功。若后台或报名表中出现作者字段或作品文件信息缺失，则视为参赛无效。

6. 其他注意事项，请密切关注大广赛官网。

九、参赛费用

不收取任何参赛费用。

十、校内交稿方式

北京信息科技大学公共管理与传媒学院接收参赛作品的时间为即日起至**2024年6月2日24:00**，逾期不予办理。

1、提交邮箱：13121279033@163.com

2、联系人：齐老师

3、联系电话：13121279033

4、提交作品清单（缺一不可）：

1) 作品电子版（以参赛编号命名，若为系列作品，请在参赛编号后加-1、-2、-3以示区分），**必须与官网提交的版本保持一致。**

2) 以参赛编号命名的、所有作者签字完毕的报名表和承诺书电子版（命名格式：参赛编号+报名表及承诺书）

3) 所有作者的学生证/学生卡电子版（命名格式：参赛编号+学生卡1、学生卡2）

4) 所有作品均以电子文件提交。策划案类作品，组委会不要求提供纸质作品，如果参赛者自行印刷作品，请联系齐老师提交。