附件1：

一、竞赛要求

参赛作品应以原创、合规为原则，遵守国家有关法律法规 和行业规范。参赛作品须按照大赛组委会统一指定的命题进行 创作。参赛作品共 9 个类别：

## （一）公益类（根据专项命题进行创作，详见大赛官网）

作品从平面、摄影、视频、动画、广播、文案、策划案等类别中自主选择进行创作。作品规格、提交文件格式按相关类别作品要求执行。

## （二）平面类（移动端、传统媒体）

移动端发布的静态作品可超过6幅加手机型边框，长幅作品可排版在 3 张 A3 页面上。传统媒体包括纸质媒体平面广告、VI 设计、包装设计、产品设计等。提交文件格式为jpg，色彩模式 RGB, 规格 A3（297×420mm），分辨率 300dpi，作品不超过 3 张页面，单个文件不大于 5MB。

## （三）摄影类（根据专项命题进行创作，详见大赛官网）

**（四）视频类（影视、微电影、短视频）**

拍摄工具和制作软件不限。影视作品时间为 15 秒或 30 秒；

微电影作品时间控制在 30-180 秒之间；短视频时间为 15 秒以内（含 15 秒）。竖屏视频宽高比 9/20—9/16。画面宽度不小于600 像素。提交 flv 格式，文件大小不超过 40MB。

## （五）动画类

创作方式及制作软件不限，二维、三维动画作品均可。24 帧/秒，时间 15 秒或 30 秒，系列作品不超过 2 件，画面宽度 600

—960 像素。提交 swf 格式或flv 格式，文件大小不超过 40MB。

## （六）广播类（广播电台、互联网音频）

广播作品和移动端 APP 音频作品。时间 15 秒或 30 秒，系列作品不超过 2 件。提交mp3 格式，文件大小不超过 5MB。

## （七）文案类（广告语、质量品牌故事）

广告语字数不多于 20 字（含标点）；质量品牌故事字数在

1500字以内，作品中禁止插入图片或其它形式文件。提交时直接录入并编辑文字。

## （八）策划类（广告营销策划、品牌传播策划、公关形象策划）

策划案主要内容包括：内容提要、市场环境分析（数据翔 实并注明出处，调查表附后）、广告营销、品牌传播或公关形象 提案、创意设计执行提案、媒介计划提案、广告预算（应符合 命题预算要求）等。提交作品格式为 PDF文件，需进行版式设计且正文不超过 30 页（A4 页面，附件不超过 10 页），文件大小不超过 200MB。

## 文创类（根据专项命题进行创作，详见大赛官网）

二、竞赛须知

参赛作品的展演、刊登、出版、使用等版权归大赛组委会所有，提交的参赛作品均不退还，请自留底稿。

依据国家有关法律法规，凡主动提交作品参赛的作者， 主办方认为其已经对所提交的作品版权归属作如下不可撤销 声明。

原创声明：参赛作品是参赛者原创作品，未侵犯任何他人的任何专利、著作权及其他知识产权；该作品未在报刊、杂志、

网站及其他媒体公开发表，未申请专利或进行版权登记的作品，未参加过其他比赛，未以任何形式进入商业渠道。否则，主办单位将取消其参赛、获奖资格，并保留追究法律责任的权利。

参赛获奖作品知识产权归属：所有参赛获奖作品除作者署名权以外的全部版权归大赛组委会。

参赛者在提交作品之前，已仔细阅读上述条款，充分理解并表示同意。