

# 湖南交通工程学院教务处

---

教务通〔2024〕27号

## 关于举办 2024 年第十六届全国大学生广告艺术大赛 暨第十五届湖南省大学生广告艺术大赛 校级选拔赛的通知

为了进一步夯实我校经济类和管理类两个学科大类相关专业新一代跨文化素养、跨学科思维的“艺术+科技”原创人才培养，不断深化竞赛数字化转型，推动数字科技与艺术设计融汇创新，探寻数字化人才培养新路径，逐浪数字文化“新蓝海”迈向“数字文明”新时代，湖南交通工程学院决定举办 2024 年第十六届全国大学生广告艺术大赛暨第十五届湖南省大学生广告艺术大赛校级选拔赛，从中选拔优秀作品参加省级和全国大赛。现将相关工作通知如下：

### 一、竞赛意义

全国大学生广告艺术大赛以立德树人为根本，以强教兴才为己任，搭建了以赛促练、以赛促学、以赛促教、以赛促改、以赛促研、以赛立德的实践教学改革平台，把一群优秀的青年人聚集在一起，让他们的创造力互相激发，培养了他们的创新意识和解决问题的能力，展示了新一代大学生的才能，体现了自我价值，增强了自信心，滋养了他们的成长。

### 二、承办单位

2024 年第十六届全国大学生广告艺术大赛暨第十五届湖南省大学生广告艺术大赛校级选拔赛由教务处主办、经济管理学院承办，

并成立竞赛组织机构。

1. 成立竞赛组委会领导小组：

顾 问：彭文武

组 长：刘义伦

副组长：朱忠祥、陈伟明、王冰

成 员：周立群、王志坚、彭灵芝、田华、许芳、王财莉

2. 竞赛组委会领导小组下设竞赛办公室：经济管理学院国际经济与贸易教研室

3. 竞赛评委会由经济管理学院聘请我院传播、广告、设计等相关专业教师和行业专家组成。

### 三、参赛对象

参赛队员须为普通高等院校正式注册的全日制在校本专科生。

### 四、竞赛方式

第 1 步：下载命题

登陆大广赛官网 (<https://www.sun-ada.net/>) 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 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）

第 4 步：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，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

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。）

### 五、竞赛须知

1. 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（见大广赛官网或参赛手册）进行创作所对应类别的作品。

2. 各类参赛作品应以原创性为原则，遵守《广告法》和其他相关法律法规及政策法规、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。

3. 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。

#### 4. 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。

## 六、竞赛作品规格及提交要求

1、参赛学生将作品、报名表的电子版统一提交给学校竞赛负责人王志坚，

电话 15575563545，办公地点：教学楼 309-2 国贸教研室

2、参赛学生要保证提交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。

3. 不同类别的作品规格和提交要求不相同，请严格按照下列要求撰写作品和提交作品。

### （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），横竖不限，分辨率 300dpi，作品不得超过 3 个页面，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。

### （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 30MB，微电影广告文件大小不超过 40MB；

(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 30MB；

(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 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，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 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。

## （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——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，包括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（包括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型，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

（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。

（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）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、比赛时间

1. 竞赛时间：截至 6 月 10 日以前的作品参与校级评选
2. 竞赛地点：综合实验实训楼 123 多媒体教室。
3. 由比赛结果确定校赛获奖团队名单，并推荐校级第一名参加

省赛。

## 八、奖项设置

1. 本届大赛设一等奖（不超过参赛队伍总数的 5%）、二等奖（不超过参赛队伍总数的 10%）、三等奖（不超过参赛队伍总数的 15%）。

