

第 26 届中国国际广告节-长城奖征集活动信息说明

一、名称

第 26 届中国国际广告节-长城奖征集活动

二、活动简介

始办于 1982 年，历经三十余载的不断发展和积淀，目前已成为中国广告业影响力、专业度最强的广告奖项，被业界誉为“广告赛事之泰山”。奖项以创意和制作为准绳，评选、奖励年度内公开发布过的商业广告作品，旨在总结盘点年度内在品牌创意与制作方面的卓越成果。

长城奖是挖掘培养我国优秀创意人才最专业的平台，是促进我国创意产业健康发展的科学模式，是促进中国品牌发展强大的科学之路。随着创意产业在国民经济发展中的分量越来越重、为中国品牌走向国际的梦想早日实现，长城奖的责任重大。

另长城奖是业内最具权威的奖项，中国广告协会证明商标使用管理工作也将其列为证明企业专业服务能力的标准之一。

三、主、承办单位

主办单位：中国广告协会

承办单位：中广协广告信息文化传播有限责任公司

四、报送作品要求时间及范围

（一）作品报送要求：

- 1、作品创意独特，具有原创性、震撼力、传达准确清晰；
- 2、作品制作精良，要求精细美观、结构严谨；
- 3、符合社会主义核心价值观，适合中国国情，不得侵犯民族宗教信仰、遵守民族政策、相关法律法规，尊重公众品味。

（二）作品报送时间：2019年4月22日—7月31日
所有报名、参赛资料请于2019年7月31日24点前完成网络提交，逾期不予受理。

（三）AI营销类、整合实效类、影视类、平面类、广播类、户外类、移动交互类、中国品牌海外投放的广告报送的作品必须是2018年7月1日—2019年6月30日间在传统媒体或互联网媒体上发布过的商业广告作品；

标识与展示类报送的作品必须是2016年7月1日—2019年6月30日间完成的作品。

长城奖除年度最具魅力广告人这项需单独报送展示视频外，别的人物类奖项包括年度优秀广告公司不做单独报送，基于等级奖以上作品的情况产生。

（四）报送作品的地区：中国及亚洲、非洲、欧洲、美洲、大洋洲等地区的华文广告。

五、作品分类

A、AI 营销类 B、整合实效类 C、影视类（含微电影）D、平面类 E、广播类 F、户外类 G、标识与展示类 H、移动交互类 I、中国品牌海外投放的广告 J、年度优秀创意团队 K、广告片优秀导演 L、广告片优秀摄影 M、优秀美术设计 N、年度最具魅力广告人 O、年度优秀广告公司

六、报送作品要求与程序

（一）作品格式要求

AI 营销类	<p>PPT+文案说明（H5、APP、智能硬件等），也可另附 H5 二维码、案例视频等附加材料，辅助评审。</p> <p>作品必须包含但不局限于以下人工智能技术，如语音识别、语音合成、声纹识别、自然语言处理、人脸识别、图像识别、AR/VR 等。</p> <p>请务必提供合作客户证明，参考模板详见报送系统。</p>
整合实效类	<p>通过视频或者 ppt 的方式呈现具体的营销活动，并呈现营销的效果，视频文件格式为 mp4，h.264 编码，大小控制在 500M 以内，ppt 文件务必保存为 pdf 或者视频文件，系列文件按顺序上传。参赛案例必须是 2018 年 6 月 1 日-2019 年 6 月 30 日在中国实施并投放过的营销传播活动。期间，参赛案例必须已取得一定的成就，拥有可量化的实际效果。作品开始和结束可落在该时间段外，可包含该时间段前后的数据，但参赛案例必须以该有效时间段内的数据为基础。</p>
影 视	<p>影视类作品格式为 MP4，h.264 编码，时长不超过 120 秒（微电影项时长限 2-20 分钟）；两条影片以上视为系列（含两条），系列作品请按逻辑顺序上传，系统将自动按上传顺序默认排序；同一个作品，可报送不同类项；请务必提供媒体发布证明，参考模板详见报送系统。</p>

平 面	平面类作品格式为 JPG, PNG 等, 不得低于 300 像素, CMYK 色彩模式, 5MB 以下; 两幅以上视为系列 (含两幅), 系列作品请按逻辑顺序上传, 系统将自动按上传顺序默认排序; 同一个作品, 可报送不同类项; 请务必提供媒体发布证明, 参考模板详见报送系统。
广 播	广播类作品格式为 MP3, 时长不限; 两条音频以上视为系列 (含两条), 系列作品请按逻辑顺序上传, 系统将自动按上传顺序默认排序; 请务必提供媒体发布证明, 参考模板详见报送系统。
户 外	户外类作品格式为 JPG, PNG, GIF 等 (不得低于 300 像素, CMYK 色彩模式, 5MB 以下), 如提供视频作品, 格式为 MP4, H. 264 编码; 两幅/条以上视为系列 (含两幅/条), 系列作品请按逻辑顺序上传, 系统将自动按上传顺序默认排序; 同一个作品, 可报送不同类项; 请务必提供媒体发布证明, 参考模板详见报送系统。
标识与展示类	标识类作品格式为 PDF 或 MP4, 一个作品为一个文件, 且文件应小于 10MB; 标识与展示类的作品分为三大项进行报送, 1: 设计类作品报送设计图 (效果图及三视图); 2: 制作类作品报送完工实物/实景照片 (包括局部结构细节文件); 3: 综合类 (包含展示类作品) 作品要求设计、制作、施工三项一体完成的项目, 报送图片、视频等全面说明作品优势。
移动交互类	通过视频或者 ppt 的方式呈现具体的移动交互案例, 最好体现出通过互动后所获得的效果, 视频文件格式为 mp4, h. 264 编码, 大小控制在 500M 以内, ppt 文件务必保存为 pdf 或者视频文件, 系列文件按顺序上传。 可上传作品文件, 作品体验链接或者二维码 (请保证在评审及展示期间有效)
中国品牌海外投放	平面、视频、广播、营销案例均可在这一类别上传, 上传形式参照其它各类别。 必须注意: 此类作品必须尊重中国国情, 尊重国人审美。
年度最佳创意团队	

广告片 最佳导演	这几个类别不再做单独报送，全部基于等级奖以上作品的情况产生，大家在报名系统填写相关内容时请务必认真填写。
广告片 最佳摄影	
最佳 美术设计	
年度最佳 广告公司	
年度最具 魅力广告人	此类需以展示广告人风采的视频短片报送，作品格式为 MP4, H. 264 编码，大小控制在 500M 以内，时长不超过 3 分钟。

（二）报送流程与提交说明

1. 报送流程

登录官方网站——用户注册、登录——提交作品信息——上传参赛作品——提交发布证明（标识与展示类除外）——作品报送成功

2. 网上提交说明

登录中国国际广告节官网 www.chinaciaf.org，点击“报名入口”按钮进入作品报送系统页面。

用户注册信息及作品信息填写务必准确。提交作品信息后，系统将自动生成唯一性的报名编号。

（三）注意事项

1. 不得在报送的广告作品中出现任何参赛单位的相关信息。

2. 超大作品需通过 ftp 客户端上传，参赛者需激活 ftp 上传权限。

3. 提交作品前需认真核对，作品确认提交后不可修改。

4. 凡经组委会审查核实，确认具有抄袭、投报飞机稿行为的参赛单位或个人，取消其本年度及今后的参赛资格。

5. 每件参赛作品仅限由一个单位报送，原则上由作品版权单位报送。如其他广告代理公司、制作公司或其他授权单位报名参赛，必须事先征得作品版权单位的同意，若发生版权纠纷，责任由报送单位自负，所获奖项将给予撤销。

6. 参赛作品凡涉及肖像权、著作权、商标权、名称权等法律有关问题，由参赛单位负责。

7. 参赛作品概不退还。中国广告协会有权将参赛作品进行宣传、展览和编辑出版发行。

七、等级设置

AI 营销类、整合实效类、影视类（含微电影）、平面类、广播类、户外类、标识与展示类、移动交互类、中国品牌海外投放广告	按类别设置金、银、铜、优秀作品，凡长城奖金奖作品皆可免费入围伦敦国际广告奖等级奖作品。
年度优秀创意团队、广告片优秀导演、广告片优秀摄影、优秀美术设计、年度最具魅力广告人、年度优秀广告公司	按类别各产生一个

全场最优作品	在所有金级作品中产生
最具慧眼广告主	授予所有金级作品所对应的广告主， 并邀请广告主代表与作品获奖单位 同台领取奖杯

八、关于费用

作品不收费。

九、活动流程

活动阶段	时 间	相关事宜
作品报送	4月22日-7月31日	报送方式：网络报送
作品评审	8月	评审方式：网络初审、现场集中终审
入围发布	9月中下旬	优秀作品以上获奖名单发布于中国国际广告节 官网
优秀作品 表彰仪式	10月下旬	第26届中国国际广告节上举办，现场颁发奖杯
证书发放	11-12月	所有优秀作品证书于发布仪式后由组委会直接 邮寄至各单位

十、组委会联系方式

组委会负责人：储方圆

电 话：010-59725149

组委会联系人：吴亚娴

电 话：010-59725147

标识与展示类参赛咨询：殷俊

电 话：13801909337

报送系统技术指导：庄小峰

电 话：021-31556107

邮 箱：71885796@qq.com