

# 第 26 届中国国际广告节-黄河奖征集活动信息说明

## 一、名称

第 26 届中国国际广告节-黄河奖征集活动

## 二、奖项简介

始办于 1982 年,一方面,选出年度内宣传人类文明道德观念、提升社会文明程度,并获得良好社会效益的公益广告作品;另一方面,设立创作类,根据国家发展战略和规划设定主题征集作品,如“勤俭兴邦”、“生命安全”、“低碳时代”、“精准扶贫”等。活动的目的是营造和谐的社会氛围、树立良好的文化道德和社会风尚、聚焦公众关切问题、引发社会思考与集体共鸣,传播中国正能量。

另黄河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的重要标准之一。

## 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) 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

(一) 年度类：A1 影视类、B1 平面类、C1 广播类、D1 户外类、E 年度公益人物

(二) 创作类：A2 影视类、B2 平面类、C2 广播类、D2 户外类

※年度类参赛作品必须是2018年7月1号-2019年6月30号间在传统媒体或互联网媒体上发布过的公益广告作品；创作类参赛作品应为未在媒体上发布过的公益广告作品，但需符合本年度创作命题。

## 六、报送作品要求与程序

### (一) 作品格式要求

影 视	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。
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。
年度 公益人物	此类别以视频的形式报送，主要阐述参赛人物打动人心的公益事迹。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（创作类除外）——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](http://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

年度类：影视、平面、广播、户外	按类别分别设金、银、铜、优秀作品
创作类：影视、平面、广播、户外	按类别分别设金、银、铜、优秀作品
年度公益人物	产生一位

奖励金额：金 5000 元、银 3000 元、铜 1000 元

创作类主题一：孝悌精忠 家国天下

创作类主题二：精准扶贫 全面脱贫

创作类主题三：理性消费 依法维权

创作要求：坚持党性原则，把政治方向摆在第一位，牢牢坚持正确的舆论导向，牢牢坚持正面宣传为主，成风化人，凝心聚力，弘扬主旋律，激发正能量，丰富人民精神世界，大力培育和弘扬社会主义核心价值观。

## 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	优秀作品以上名单发布于中国国际广告节官网
优秀作品发布仪式	10月下旬	发布仪式形式待定，奖杯现场发放
证书发放	11-12月	所有优秀作品证书于发布活动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

报送系统技术指导：庄小峰

电 话：021-31556107

邮 箱：71885796@qq.com