

广东省广告协会文件

粤广协〔2022〕通第 006 号

关于举办 2022（广东）第 29 届广告优秀作品 暨公益广告创作大赛的通知

广州、深圳、珠海及各地级以上市广告协会，各会员单位、广告企业及从业人员：

由广东省广告协会主办的广东省广告优秀作品汇展暨平面广告创作大赛已经连续成功举办 28 届。其“公平、公正、公开”的赛事原则受到业界人士的肯定，并吸引众多省内外广告人的积极参与。为适应和满足新媒体、新形势的营销传播，大赛主办方近年增设了公关传播（活动传播、活动营销）、直播营销、娱乐营销等类别的作品，受到相关企业的踊跃参与。

各参赛单位可直接通过广东省广告协会网站注册用户，提交作品。

现就本届大赛的有关事项通知如下：

一、参赛作品要求

（一）报送作品的范围：

1、参加广东省第 29 届广告优秀作品汇展的作品，必须是在 2021 年 6 月 1 日至 2022 年 5 月 31 日期间发布过的作品。

2、由于影视广播类分别已设立公益类别，故公益广告创作大赛板块不重复设影视广播参赛作品项，其他形式的公益广告均可报送。

（二）作品分类和内容分项

参赛作品按发布形式分为七种类别：

A、影视类：分为公益广告和商业广告两项；

B、平面类（包括报纸、杂志、招贴广告作品）；

BX、平面系列类（同上）；

平面系列类是指同一客户、内容连贯的两件以上的平面作品。

C、广播类：分为公益广告和商业广告两项（见表一）；

D、户外类：包括霓虹灯、灯箱、路牌、车体、橱窗和其他；

E、公益广告创作大赛的作品内容分项参照 B、BX；

F、新媒体、数字营销类：

1、互联网原创短视频

2、新媒体营销优秀案例

3、H5 互动类

G、公关传播类：

短视频、H5 或优秀案例

(三) 作品规格

每件参赛作品，需要有一个像素为 240×180px 的形象图。

1、影视类参赛作品，内容不超过 60 秒，存储格式为*.mp4，最大不超过 6MB。两件以上独立参赛作品必须分开单独录制。系列参赛作品必须以连续播放的形式录制参赛。

2、平面类、平面系列类和自由创作大赛类参赛作品，支持格式为*.jpg 格式，单图最大为 6MB。

3、广播类参赛作品按公益、商业广告，内容不超过 60 秒，存储格式为*.mp3，最大不超过 6MB。

4、户外类参赛作品，支持格式为*.jpg 格式，单图最大为 6MB。

5、新媒体、数字营销类作品，优秀案例支持 WORD 文档格式，短视频存储格式为*.mp4。

6、公关传播类作品，优秀案例支持 WORD 文档格式，短视频存储格式为*.mp4。

二、收费标准

广东省广告协会会员单位免费参赛。

三、参赛单位

广东省广告协会会员单位、非会员单位参照会员单位标准执行。

四、评委组成

本届大赛的评委结构：资深广告人 70%；专家教授 20%；广告管理部门 10%。

五、奖项设置

（一）本届大赛的奖项按 8 类分别设金奖、银奖、铜奖、优秀奖。其中，影视类、平面类、平面系列类、户外类、公益广告创作大赛、新媒体、数字营销类、公关传播类设创意大奖。

（二）本届大赛将根据获奖情况，产生 2022 年度广东省广告创作实力十强单位、2022 年度广东省创意十佳广告人。此两项荣誉称号将采用打分制（创作大赛类不参加此项计分）产生。

1、计分标准：创意大奖 200 分；金奖 100 分；银奖 50 分；铜奖 25 分；优秀奖 5 分。

2、根据获奖情况统计产生年度创作实力十强单位。统计办法：按各单位的获奖作品得分累计，总分前十位即为创作实力十强单位。

3、根据获奖情况统计产生年度创意十佳广告人。统计办法：获奖作品中各主创人员按比例分配得分，取个人得分最高的三件作品计算，即把获奖作品得分按参赛单位所填报的参与工种平分，然后按各工种的参加人员平分，最后得出个人得分，前十位即为年度创意十佳广告人。

4、根据参赛作品数量及获奖情况，统计产生年度创意进步力量奖若干单位。

5、根据网络投票得票情况，统计产生网络人气奖作品。

（三）奖励办法：

1、创意大奖、金奖、银奖、铜奖各颁发精美奖杯及获奖证书，优秀奖等颁发获奖证书。

2、年度广东省广告创作实力十强单位、年度广东省创意十佳广

告人、年度创意进步力量奖获颁精美奖牌及证书。

六、参赛流程（详见网站流程图）

1、上传作品截止日期：9月30日。（过期不候，敬请谅解。）

2、参赛作品涉及的肖像权、著作权、商标权、名称权等有关问题由送评单位承担相关责任。

有关本届大赛活动情况，请浏览网站：www.gdad.com.cn。

联系电话：020-85587153、85587152

联系人：曾娟 13380059432 王纲 13925014659

协会邮箱：nyggzz@163.com



二〇二二年六月十五日