

# 第 18 届全国大学生广告艺术大赛参赛指南

2026 年 4 月 1 日修订版

## 第一部分 参赛办法

### 一、参赛资格

全国各类高等院校在校全日制大学生、研究生、港澳台籍学生、外籍留学生均可参加。

### 二、创作规范

#### （一）遵循命题要求

参赛作品必须严格依照大广赛组委会统一发布的命题（见大广赛官网 [www.sun-ada.net](http://www.sun-ada.net) 或参赛手册）进行创作。

#### （二）原创性与诚信创作原则

各类参赛作品必须为本人原创作品，拥有独立知识产权，遵守《广告法》和其他相关法律及政策法规、行业规范等要求。鼓励采用广告新思维、新形式、新技术进行创作。坚持原创，杜绝抄袭，请遵守《承诺书》的承诺。

### 三、作品类别

A. 平面类（Aa 平面广告、Ab 产品与包装、Ac IP 与创意周边）

B. 视频类（Ba 影视广告、Bb 微电影广告[含系列短剧]、Bc 短视频广告）

C. 动画类

D. 互动类（Da 线上互动广告、Db 线下互动广告）

E. 广播类（Ea 15 秒广播广告、Eb 30 秒广播广告）

F. 策划案类

G. 文案类（创意长文案或种草长文案）

H.UI 类（移动端、PC 端）

I.科技类（生成式 AI 设计方向，根据具体要求创作）

J.营销创客单元（微短剧、AIGC 微短剧、微视频、网络直播）

K.公益单元（根据公益命题要求创作）

#### 四、作品规格及提交要求

##### A.平面类

###### 1.作品要求

（1）Aa 平面广告（VI、海报、DM、长图广告、路牌广告、杂志广告等）；

（2）Ab 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）；

（3）Ac IP 与创意周边（IP、文创及其他创意周边）。

平面类收取单幅作品、系列作品两种形式，单幅作品尺寸为 A3(297×420mm 横竖不限)，色彩模式 RGB，分辨率 300dpi；系列作品不得超过 3 张画面。

###### 2.作品提交

（1）线上提交：jpg 格式，单个文件不大于 5MB；

（2）线下提交：与网上提交的作品要求相同。

##### B.视频类

###### 1.作品要求

（1）Ba 影视广告：15 秒或 30 秒两种规格，限横屏，宽高比 16:9；

（2）Bb 微电影广告：60 秒-180 秒，限横屏，宽高比 16:9（含系列短剧，建议不超过 3 集，须合并为一个视频文件按一件作品提交）；

（3）Bc 短视频广告：15 秒-60 秒，限竖屏，宽高比 9:20 至 9:16。

以上作品拍摄工具及制作软件不限，严禁出现倒计时及创作者相关信息。

## 2.作品提交

(1) 线上提交：mp4 格式，影视广告、短视频广告文件大小不超过 30MB，微电影广告文件大小不超过 50MB；

(2) 线下提交：提交高质量电子文件，格式不限。

## C.动画类

### 1.作品要求

(1) 15 秒或 30 秒两种规格，24 帧/秒。须有配音、配乐，宽高比 16:9。

(2) 创作方式及制作软件不限，作品要符合动画广告的特点，严禁出现倒计时及创作者相关信息。

### 2.作品提交

(1) 线上提交：mp4 格式，文件大小不超过 30 MB；

(2) 线下提交：提交高质量电子文件，格式不限。

## D.互动类

### 1.作品要求

(1) Da 线上互动广告（含 H5 互动、AR/VR 互动、体验互动、点击互动、小程序互动等）。自由选择线上创作平台，作品分辨率需适合主流移动端设备屏幕尺寸，总页数不超过 15 页；

(2) Db 线下互动广告（含场景体验、道具互动、智能设备互动、活动互动等）。须围绕实际场景进行创作，注重用户的感官体验和现场参与感，并将创作过程、互动演示效果及演示说明，呈现为一个视频文件提交。

互动类作品需以受众为中心注重广告主与受众的双向沟通，避免单向灌输，

应通过设计互动环节（如点击、参与、体验、分享等），引导受众主动参与广告内容，从而加深受众对品牌或产品的印象，提升广告转化率与用户粘性。

## 2.作品提交

(1) Da 线上互动广告：线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），线下需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；

(2) Db 线下互动广告：拍摄工具及制作软件不限，横竖屏不限。mp4 格式文件，视频时长180秒以内（含180秒），大小不超过50MB，画面比例16:9。线下提交高质量电子文件，格式不限。

## E.广播类

1.作品要求：广播广告包含15秒或30秒两种时长规格。

(1) Ea 15秒广播广告：15秒时长，可集中突出爆点创意构思；

(2) Eb 30秒广播广告：30秒时长，可突出讲故事能力。

## 2.作品提交

(1) 线上提交：mp3格式，文件大小不超过3MB；

(2) 线下提交：mp3格式。

## F.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，建议策划案需围绕“洞察的视角、策略的推导、创意的呈现及落地的实施”等核心内容展开；

(3) 文件规格：页面比例为16:9（横竖版画面均可），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) 线上提交：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，参赛者约有不少于 20 天的准备时间，详情请关注大广赛官网。

## G.文案类

### 1.作品要求

创意长文案或种草长文案，须根据具体命题要求创作，字数在 100-500 字之间（含标点）；作品内无需加入命题 logo、图片、表情及其它形式文件，严禁出现创作者相关信息。

### 2.作品提交

(1) 线上提交：提交时在作品“文本输入框”直接录入作品内容；

(2) 线下提交：可编辑的 doc 或 pdf 格式文件。

## H.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）。

### 1. 科技类（生成式 AI 设计方向）

1. 此类别内容征集仅限于大广赛所设置的“AI 无界 创意赋新章”命题，且必须使用 AI 工具辅助完成，详细内容见《“AI 无界 创意赋新章”命题策略单要求》。

## 2. 作品提交

(1) 线上提交：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。需附上生成式 AI 工具的原始输出文件（如 AI 生成的图片、文本等）及工具使用过程的说明或截图，以证明作品的原创性；

(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。提交内容需与网上提交一致。

#### J.营销创客单元

营销创客单元（微短剧、AIGC 微短剧、微视频、网络直播）。此单元分区域选拔赛、实战竞技赛、全国总决赛三部分，本单元所有奖项享有大广赛全国奖的同等待遇。详细内容见《第 18 届全国大学生广告艺术大赛营销创客单元（微短剧、AIGC 微短剧、微视频、网络直播）参赛指南》（点击文字浏览）。

#### K.公益单元

- 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。

### 五、参赛流程

第 1 步：查阅命题及下载命题素材包（详细见大广赛官网）

第 2 步：作品创作

第 3 步：线上（“线上”指大广赛专属提交平台）提交，上传作品

①在大广赛官网“提交平台”注册账号，按流程填写正确信息；

②参赛者须上传学生证拍图或学信网截图，每组作品只需一名代表进行线上提交；

③参赛者需在线电子签名（特殊情况下，可第一作者代签）。

第 4 步：获取参赛报名表、承诺书

①作品提交成功后，将进入到草稿箱，确认无误后转为正式作品；

②只有将作品转为正式作品，系统才自动生成唯一对应的参赛编号，方能获取参赛报名表及承诺书；

③请所有参赛者仔细阅读和检查，保证信息填写准确完整。（特别提示：作者和指导教师的先后顺序一经确认提交不得变更。）

第5步：线下提交作品文件，报送至学校

内容详见“七、作品报送流程”。

## 六、作品提交及报送时间

1.校赛作品截止：2026年6月2日

2.学校初评：2026年6月3日—6月8日

3.线上提交时间：5月10日0:00--6月10日16:00

（注：只有校赛获奖作品线上提交省赛平台，校赛未获奖不用提交省赛平台）

## 七、作品报送流程

第1步：参赛者线下向学校报送作品（详见附件1）

第2步：学校向所在赛区报送作品

## 第二部分：参赛须知

### 一、赛区设置与评选流程

大广赛在全国各省设立赛区，采取一次参赛、三级评选的方式，即：参赛作品经院校初评后，报赛区评选，获得赛区优秀奖以上的作品，由赛区统一报送至总赛区参加全国总评审（平面类作品不超过所在赛区参赛作品总数的15%，文案类作品不超过所在赛区参赛作品总数的5%，其他类别不超过20%）；全国总评审不受理个人报送的作品。

### 二、作者与指导教师人数限制

（一）作者人数：平面类、文案类不超过2人/组；短视频广告、互动类、

广播类不超过3人/组；影视广告、微电影广告、动画类、策划案类、UI类、科技类不超过5人/组；营销创客单元人数要求，详见大广赛官网《营销创客单元参赛指南》。

（二）指导教师人数：平面类、文案类不超过1人/组；其他类别不超过2人/组。

### 三、奖项设置与费用说明

全国总评审设一、二、三等奖、优秀奖及1个全场大奖，优秀指导教师奖，组织类奖项等；各赛区设一、二、三等奖及优秀奖，优秀指导教师奖、组织类奖项等。

全国大广赛组委会不向参赛学生、参赛学校、各省赛区收取任何参赛费用，组委会秘书处的工作成本自行解决。

### 四、参赛注意事项

（一）参赛作品中严禁出现参赛者的院校、系、姓名及其他特殊标记。

（二）所有参赛者均须完成参赛作品线上提交流程，提交的同时完成参赛报名。

（三）大广赛严禁跨赛区、跨学校组队参赛，但鼓励同一学校跨专业组队参赛。

（四）禁止一稿多投。指同一件或多件创意雷同作品，在未经剪辑或仅缩短时间等简单处理后，按不同类别或不同命题提交；也指将其他赛事创作的作品再投大广赛，或大广赛作品投至其他赛事。一经发现，取消参赛及获奖资格。

（五）禁止参赛者通过各种渠道购买作品。一经发现，立即取消其参赛资格。

（六）阿里云作为本届大广赛的独家AI战略合作伙伴，为参赛学生提供千

万算力及 AI 创作工具。请点击大广赛官网首页领取算力入口，查看详情。

（七）字由平台为本届大广赛提供字体技术支持，即基于字由平台会员权益的字体授权与服务；参赛选手可通过竞赛专属活动页面注册后免费领取 3 个月字体会员。并按照【字由官网用户协议及字体授权书的要求（使用方式、期限及使用限制）】使用字体，应用于为本竞赛所创作的参赛作品中。

（八）创作中如使用了素材，务必在报名表中详细注明出处，并取得授权（授权书可线下附带提交至学校）；如使用 AIGC 工具辅助创作，须在报名表中予以注明。

（九）如参赛者决定退赛，可在 2026 年 6 月 24 日 24:00 前，登陆大广赛作品提交平台，点击【退赛】按钮申请退赛；2026 年 6 月 25 日后，退赛申请将不予受理。

## 五、联系方式

地址:设计学院 4 号楼 201 办公室

邮箱: [704117373@qq.com](mailto:704117373@qq.com)

电话: 15250112729 (微信同号)

## 第三部分：争议与解决

### 一、关于作品抄袭的定义

在大广赛的竞赛过程中，作品抄袭指的是：参赛者提交的参赛作品与已公开发表或存在于公共领域的作品（包括但不限于其他设计师作品、知名设计案例、已授权的商业产品等）存在实质性相似。具体判定标准如下：

（一）创意核心高度相似：指参赛作品整体设计理念、主题构思、关键视觉元素组合以及创意表达方式，与他人已公开作品高度雷同。即使表现形式略有差异，但作品核心创意高度相似的，仍被视为抄袭他人成果；

（二）作品内容复制比率偏高：参赛作品中超过 60% 的内容（包括但不限于文字描述、图形图像、文案表述等）直接复制自他人作品，且并未对复制部分作出实质性修改或创新转化；

（三）过度模仿与借鉴：模仿与借鉴虽是设计中常用方法，但如果参赛作品过度依赖他人的设计元素、风格或手法，导致参赛作品整体呈现出明显的模仿痕迹，缺乏独立创作的特征和价值，这种过度模仿的情况同样属于抄袭范畴。

（四）未经授权许可：指未经著作权人许可，使用著作权人享有著作权的原创作品，并以自己名义参加大广赛的侵权行为。

## 二、对抄袭行为的处理

大广赛秉持鼓励原创、公平竞争的原则，坚决打击任何形式的抄袭行为。希望各位参赛同学能够自觉遵守比赛规则，凭借自身的才华和努力创作出优秀的作品，共同营造一个健康、积极、富有创新精神的比赛环境。为了维护大广赛的公平性、公正性和创新性，保护知识产权、促进学术诚信，对于经查实存在抄袭行为的参赛者及其作品，将采取以下严肃的处理措施：

（一）取消参赛资格：一旦参赛作品被判定为抄袭，无论处于比赛的哪个阶段（包括校赛、省赛、全国总评审等），涉事参赛者将被立即取消参赛资格，其作品将从比赛评选流程中剔除，不得再参与后续的任何奖项评选活动。这意味着涉事参赛者将失去在本届比赛中获得荣誉和奖励的机会，同时其抄袭行为也将被记录在案，作为今后参加类似活动的不良诚信记录参考；

（二）通报抄袭行为：一旦确认抄袭行为成立，全国大广赛组委会将通报给涉事参赛者所在的赛区及学校，并积极协助赛区及学校处理抄袭事件，对该种情况加强教育；

（三）公示抄袭事实：为了起到警示作用，全国大广赛组委会将在官方网站上，对抄袭作品详情以及抄袭事实进行公示通报批评，以便更多参赛者能够从中引以为戒，遵守比赛规则，遵循创作原则；

（四）追究法律责任：如果抄袭行为涉及到侵犯他人知识产权、著作权等合法权益，并且给比赛造成了一定的经济损失或不良社会影响时，全国大广赛组委会将保留追究涉事参赛者法律责任的权利，协助原创者或著作权人通过法律途径维护其权益。这可能包括要求侵权者承担经济赔偿责任、公开道歉、恢复名誉等一系列法律后果。