

关于举办第四届内蒙古工业大学 大学生广告艺术大赛的通知

各单位：

全国大学生广告艺术大赛（以下简称大广赛）是迄今为止全国规模最大、覆盖高等院校较广、参与师生人数多的国家级大学生 A 类赛事之一，大广赛旨在提高大学生的创新精神和实践能力，激发大学生的创意灵感，促进大学新闻传播、广告、设计、艺术教育的人才培养模式的改革，同时对于课程设置、教学内容和方法的出新起到了推动作用，极大地提高了大学生的动手能力、实践能力、策划能力和综合能力。

作为高水平立体化产教融合、科教融汇的竞赛平台，坚持高站位、立足大格局，大广赛在十九年的发展过程中，秉承立德树人之根本，强教兴才之责任，充分调动各行业企业资源、人才、设施等，推动实践教学与市场的交互结合，为高等教育高质量发展助力，建树了年轻活力、朝气蓬勃、昂扬向上的正能量赛事品牌形象。

为进一步推进我校美育教育，全面贯彻美育教育新途径，引领大学生树立正确的审美观，陶冶高尚情操，培养深厚的民族情感，激发想象力和创新意识以及设计能力，促进大学生的全面发展和健康成长。学校决定举办第四届内蒙古工业大学大学生广告艺术大赛暨全国大学生广告艺术大赛校赛。现将有关事项通知如下：

一、竞赛内容

大学生广告艺术大赛。

二、竞赛组织形式

竞赛由我校轻工与纺织学院承办，各教学单位负责宣传动员，并组织学生参赛。

三、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 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、新媒介进行创作。坚持原创，杜绝抄袭，请遵守《承诺书》的承诺。

四、竞赛规则

（一）参赛对象

全国各类高等院校在校全日制大学生、研究生均可参加。

团队报名作者人数：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；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。

比赛分专业组与非专业组，专业组包括轻工与纺织学院服装与服

饰设计专业学生、建筑学院建筑学、环境设计专业学生以及机械学院工业设计专业学生。非专业组为除以上 4 个专业外的学生。组队形式可跨专业、跨学院组队，但非专业组不得与专业组组队。

（二）作品申报

本次大赛不设主题，分十一大类：

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）

（三）作品评审

学校组织相关领域的专业教师依据作品的科学性、创新性和经济性等标准进行评比，并提出获奖名单。

五、竞赛日程与安排

（一）校级作品申报及评审

1、作品要求：要求构思精巧，美观大方，创作新颖有时代风范。

2、各参赛选手请将附件 1 报名表、附件 2 作品原创性声明和参赛作品打包压缩后，以“参赛作品名-参赛队长名”命名方式通过附件的形式在 3 月 31 日前将邮件发送至 texwork@imut.edu.cn，并加入 QQ 群（1080467199）中填表报名。

3、作品要求原创性，抄袭作品将视为无效。

4、一人或团体可以投多个方案，注明具体学院、专业、班级。

5、专业评委将于 2026 年 4 月 2 日对所有参赛作品进行初次评审，并公布入围复赛作品名单。计划于 4 月 11 日举行入围作品答辩评审，并举行大赛颁奖仪式。

（二）作品标准

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。

（三）作品规格及提交要求

按不同大类的详细要求如下：

A. 平面类

1. 作品要求

Aa 平面广告（VI、海报、DM、长图广告、路牌广告、杂志广告等）；

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）；

Ac 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，一组作品不得超过 3 张页面，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。

B. 视频类

1.作品要求

（1）拍摄工具及制作软件不限；

（2）**Ba** 影视广告时长：15 秒或 30 秒两种规格，限横屏，宽高比 16:9；**Bb** 微电影广告时长：60 秒到 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。）；**Bc** 短视频时长：15 秒-60 秒，限竖屏，竖屏宽高比 9:20 至 9:16。以上作品不要倒计时，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 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）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，宽高比 16:9。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，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) 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。

E. 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。

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：页面尺寸为 A4（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) 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

策划案的校级一等奖，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

G 文案类（含长文案、创意脚本）：长文案字数在 100-500 字之间（含标点）；创意脚本需包括画面内容、景别、摄法技巧、时间、机位、音效等，字数不限。

2. 作品提交

(1) 网上提交

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。

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“创意有我正青春”命题，且必须使用 AIGC 工具辅助完成，详细内容见《“创意有我正青春”命题策略单要求》。

2. 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。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. 营销创客类

营销创客类（微短剧、微视频、网络直播）是一个培养网络直播人才，集线上评比指导、线下真人参与的多维度品牌活动。此类别不设省赛，直接参加全国评审，评审结果均享受同等待遇。详细内容见

《第 17 届全国大学生广告艺术大赛营销创客类（微短剧、微视频、网络直播）参赛指南》。

K. 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。

（四）注意事项

1、创作作品中如使用了素材，务必在报名表中详细注明出处，并取得授权。创作中如使用 AIGC 辅助工具，尽量选择科技类创作方向，且必须请使用讯飞星火认知大模型（讯飞星火 APP）进行创作。其他类创作中如使用 AIGC 辅助工具，推荐首选使用讯飞星火认知大模型（讯飞星火 APP），且务必在报名表中详细注明具体内容及人机协作比例。

2、所有参赛作品概不退回。应征作品须为未经发表过的作品，如涉及抄袭、侵权行为均由作者承担一切法律责任。所有参赛作品概不退回，请作者自留底稿。

3、所有参赛作品象征意义必须健康，积极向上，均不得涉及暴力、色情、非法宗教宣传等与国家相关法律、法规相抵触的内容。

4、参赛者必须严格遵循投稿时间，逾期作品将取消参赛资格。

5、评选方法：由专业教师评委公开评分，决出一、二、三等奖及优秀奖。

（五）实验评审及表彰

校赛设立一等奖：5%，二等奖：10%，三等奖：15%。

特此通知

附件 1: 内蒙古工业大学大学生广告艺术大赛报名表

附件 2: 作品原创声明

创新创业学院

轻工与纺织学院

2026 年 3 月 12 日