

# 中国广告协会文件

中广协〔2014〕7号

---

## 关于做好中国广告长城奖、“国酒茅台” 中国公益广告黄河奖参赛作品征集动员 工作的通知

河南省广告协会：

第21届中国国际广告节定于2014年10月25日-28日在贵阳市举办。为彰显和推广2014年度广告业界的创意成果，现面向全球征集中国广告长城奖（简称“长城奖”）与“国酒茅台”中国公益广告黄河奖（简称“黄河奖”）参赛作品。

本年度，为提升奖项运作的专业度和现代化水平，增强作品报评工作的精准度、便捷性和技术性，减少各地广告协会的事务性工作量，两大奖项将继续采用从作品征集到评审的全程网络化方式，作品报送继续采用参赛单位自行报送方

式。希望各地广告协会继续支持中国国际广告节，将工作重点放在作品征集动员上面。现将具体事宜通知如下：

### **一、作品报送时间**

作品报送时间：2014年5月15日—7月31日

所有报名、参赛资料、作品提交须在2014年7月31日之前完成，请各参赛单位于2014年7月31日24点前完成网络提交，逾期不予受理。

### **二、报送要求**

参赛单位自行报送作品。

报送作品流程：登录官方网站—用户注册、登录—提交作品信息—上传参赛作品—支付参赛费用—作品报送成功。

### **三、单件与系列作品的划分**

“长城奖”、“黄河奖”的影视类、平面类、广播类、户外类参赛作品均设系列，按照单件与系列作品进行划分，内容相关联的两幅/条以上（含两幅/条）作品视为一个系列作品。

### **四、参赛费及支付方式**

“长城奖”参赛单位自行支付参赛费。单件参赛作品须缴纳参赛费人民币500元，系列作品参赛费按每增加一幅/条加收人民币200元计算。例如：一个平面系列作品由两幅组成，其第一幅收人民币500元，第二幅收人民币200元，累计收参赛费人民币700元，依此类推。参赛费发票由中广协广告信息文化传播有限责任公司统一开具并寄送。

参赛费支付方式：银行汇款/网银转账/网银在线支付

开户行：工商银行马连道茶城支行

户 名：中广协广告信息文化传播有限责任公司

账 号：0200 0921 0900 0011 210

“黄河奖”参赛作品不收费。

## 五、注意事项

（一）河南省广告协会应报送长城奖参赛作品数量为 15 件。

（二）河南省广告协会“长城奖”、“黄河奖”参赛作品地区编号为 17、动员报送优惠码（同动员报送后台系统查阅码）为 HN17。

（三）第 21 届中国国际广告节“长城奖”、“黄河奖”及“互动创意奖”、“媒介营销奖”、“广告主奖”、“中国元素国际创意大赛”“中国艾菲奖”等各项大赛的具体参赛办法，请登录：

中国国际广告节官网：[www.chinaciaf.org](http://www.chinaciaf.org)

中国广告长城奖官网：[www.greatwallawards.org](http://www.greatwallawards.org)

请各地广告协会根据以上内容和要求，做好第 21 届中国国际广告节奖项作品征集动员工作，支持中国广告业发展。



第 21 届中国国际广告节  
“国酒茅台”中国公益广告黄河奖  
参赛信息说明

The 21<sup>st</sup> China International Advertising Festival  
Instructions on “China Moutai ” Public Service Advertisement Grand Prix

一、名称 Title

“国酒茅台”中国公益广告黄河奖

“China Moutai ” Public Service Advertisement Grand Prix

二、奖项简介 Awards introduction

本大赛评选年度内免费发布的宣传人类道德观念、提升社会文明程度，并获得良好社会效益的公益广告作品。

本大赛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。

奖项参赛作品须符合三方面要求：一是创意独特，具有原创性、震撼力、传达准确清晰；二是制作精良，要求精细美观、结构严谨；三是不得侵犯民族宗教信仰、民族政策、相关法律法规和公众品味。

三、主、承办单位 Organizers and operators

主办单位：中国广告协会

贵州省工商行政管理局

承办单位：中广协广告信息文化传播有限责任公司

贵州省工商行政管理局消费指导咨询服务中心

四、冠单位名称 Title sponsor

贵州茅台酒厂（集团）有限公司

五、报送作品时间及范围 Entry deadline and scope of submitted

（一）作品报送时间：2014 年 5 月 15 日—7 月 31 日

所有报名、参赛资料、作品提交须在 2014 年 7 月 31 日之前完成，请于 2014 年 7 月 31 日 24 点前完成网络提交，逾期不予受理。

（二）年度奖参赛作品必须是 2013 年 7 月 1 日—2014 年 6 月 30 日间在媒体上发布过的公益广告作品。

（三）创作奖参赛作品应为未在媒体上发布过的为体现回归本真主题的公益广告作品。

（四）报送作品的地区和范围：中国境内（包括香港、澳门、台湾）及亚洲、非洲、欧洲、美洲、大洋洲等地区华文广告。

六、参赛作品分类 Entry Categories

参赛作品依发布形式分为：

A、影视类

B、平面类

C、广播类

## D、户外类

### 七、报送作品程序与要求 Entry Requirements

#### (一) 报送作品流程

登录官方网站——用户注册、登录——提交作品信息——上传参赛作品——作品报送成功

#### (二) 网上提交说明

1. 点击进入：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。

2. 用户注册信息及作品信息填写务必准确，参赛单位名称须填写营业执照名称。提交作品信息后，系统将自动生成唯一性的报名编号。

3. 影视类作品格式为 MPEG，时长限 120 秒；平面类、户外类作品格式为 jpg，不得低于 300 像素，色彩模式 CMYK，5MB 以下；广播类作品格式为 MP3 或 WMA，时长不限。

4. 报送参加年度奖评选的广告作品务必提供媒体发布证明或客户同意书。如作品中出现其他品牌的标识或名称，需提供该品牌的授权证明。若不提供上述证明，组委会有权取消其参赛或获奖资格。

5. 户外类作品报送如需提交实景图片、视频等说明性资料，上传至系统中“户外类作品证明资料”栏。

6. 各类别作品均设系列，两幅/两条以上视为系列（含两幅/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。

7. 同一个作品，可报送不同类项。

8. 不得在报送的广告作品中出现任何参赛单位的相关信息。

9. 超大作品需通过 ftp 客户端上传，参赛者需激活 ftp 上传权限。

10. 作品报送过程中，作品文件提交后，点击“最终确认”前可修改，点击“最终确认”后不可修改。

11. 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。

12. 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。

13. 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。

14. 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。

### 八、奖项设置 Awards setting

(一) 中国公益广告黄河（年度）奖（在媒体上发布过的公益广告作品，简称年度奖）

按分类（影视、平面、广播、户外）各设置：

金奖 1 奖杯 证书 奖金（5000 元）

银奖 2 奖杯 证书 奖金（3000 元）

铜奖 3 奖杯 证书 奖金（1000 元）

优秀奖 若干 证书

总计：金奖 4 银奖 8 铜奖 12 优秀奖 若干

注：等级奖作品有机会在中央电视台等媒体上展示。

(二) 中国公益广告黄河(创作)奖(未在媒体上发布过的公益广告作品, 简称创作奖)

所有参赛作品(不分类别)共设置:

金奖	2	奖杯	证书	奖金(5000元)
银奖	4	奖杯	证书	奖金(3000元)
铜奖	6	奖杯	证书	奖金(1000元)
优秀奖	若干		证书	

2014年创作主题是: 回归本真

“返璞归真, 见素抱朴”。在这个物质、信息、节奏飞速发展的大环境中, 人们为了追求可见的物质、利益、名誉等身外之物, 不断消耗着原有的生命元真, 而慢慢搁置、遗忘、忽视着生命本真。

时间、情感、道德、健康都去哪儿了? 我们是否应该回归本真, 回归家庭、自然、生活, 找寻自己的精神价值, 使心性和生命返至质朴纯真的状态, 以最真我的姿态, 爱自己、爱他人、爱万物, 感受生之趣、活之味。

本年度, 请围绕“回归本真”进行创作, 激发正能量, 共倡回归。

#### 九、作品参赛费 Entry Fees

参赛作品不收费。

#### 十、组委会联系方式 Contact Us

地址: 北京市西城区广安门外大街248号机械大厦1111室 中国广告协会会展部

收件人: 康琳/贾春红 邮 编: 100055

电 话: 010-63313792 传 真: 010-63317515

010-63361011 010-63424419

附表一

第 21 届中国国际广告节“国酒茅台”中国公益广告黄河奖参赛作品内容分类表

奖项	类别	项目内容
年度公益广告奖	A	影视类
	B	平面类
	C	广播类
	D	户外类
创作公益广告奖	E	影视类
	F	平面类
	G	广播类
	H	户外类

第21届中国国际广告节“国酒茅台”中国公益广告黄河奖参赛作品登记表

\*地区编号: \*地区: 省、市 \*单件/系列 \*幅/条数: \*参评奖项: 年度奖/创作奖

* 参赛单位全称 (营业执照名称)	* 电话		* 邮箱	* *
* 参赛单位类别	* 广告公司 <input type="checkbox"/> 媒体单位 <input type="checkbox"/> 广告主 <input type="checkbox"/> 其他 <input type="checkbox"/>		* 邮编	* *
* 通讯地址				
* 作品名称	* 类别号	* 联系人	* 年度	* *
* 客户全称	年度首次 发布媒体	发布时间		
* 创意总监	文案			
平面设计	插图/电脑绘画			
广告公司制片	导演	摄影		
音乐指导	剪辑	后期		
创意说明:				



附表三:

## 第 21 届中国国际广告节

### “国酒茅台”中国公益广告黄河奖参赛作品地区编号表

地区编号	地区	地区编号	地区	地区编号	地区
01	北京	24	云南	50	香港
02	上海	25	贵州	51	澳门
03	天津	26	西藏	52	台湾
04	重庆	27	陕西	53	亚洲
05	河北	28	甘肃	54	非洲
06	山西	29	宁夏	55	欧洲
07	内蒙古	30	青海	56	美洲
08	辽宁	31	新疆	57	大洋洲
09	吉林	32	沈阳		
10	黑龙江	33	大连		
11	山东	34	长春		
12	江苏	35	哈尔滨		
13	安徽	36	济南		
14	浙江	37	青岛		
15	江西	38	南京		
16	福建	39	杭州		
17	河南	40	宁波		
18	湖北	41	厦门		
19	湖南	42	武汉		
20	广东	43	广州		
21	广西	44	深圳		
22	海南	45	成都		
23	四川	46	西安		

第 21 届中国国际广告节  
中国广告长城奖  
参赛信息说明

**The 21<sup>st</sup> China International Advertising Festival  
Instructions on China Advertising Great-wall Awards**

**一、名称 Title**

中国广告长城奖  
China Advertising Great-wall Awards

**二、奖项简介 Awards introduction**

本奖项以创意和制作为准绳，考核、衡量和奖励年度内已在媒体上公开发布过的商业广告作品。

这一中国历史上最悠久、规模最大、影响最广泛的广告奖评选，不仅总结年度内创意、制作方面的得与失，最重要的是通过获奖作品唤醒广告人的记忆，指明广告创意、制作的前进方向，使其成为真正专业的、公正的、权威的奖项。

奖项参赛作品须符合三方面要求：一是创意独特，具有原创性、震撼力、传达准确清晰；二是制作精良，要求精细美观、结构严谨；三是不得侵犯民族宗教信仰、民族政策、相关法律法规和公众品味。

**三、主、承办单位 Organizers and operators**

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、报送作品时间及范围 Entry deadline and scope of submitted**

(一) 作品报送时间：2014 年 5 月 15 日—7 月 31 日

所有报名、参赛资料、作品提交须在 2014 年 7 月 31 日之前完成，请于 2014 年 7 月 31 日 24 点前完成网络提交，逾期不予受理。

(二) 报送的作品必须是 2013 年 7 月 1 日—2014 年 6 月 30 日间在媒体上发布过的商业广告作品。

(三) 报送作品的地区和范围：中国境内（包括香港、澳门、台湾）及亚洲、非洲、欧洲、美洲、大洋洲等地区的华文广告。

**五、参赛作品分类 Entry Categories**

参赛作品依发布形式分为：

- A、影视类（含微电影项）
- B、平面类
- C、广播类
- D、户外类

具体内容分项请参照附表一。

本年度，为鼓励和表彰广告设计中的优秀文案和创作人员，继续设置“中国广告长城奖-文案奖”（电通支持）。

1. 文案奖（电通支持）作品须为本年度内发布过的华文商业广告作品。
2. 长城奖创意类全部入围作品，自动进入文案奖（电通支持）候选作品范围，不另收参赛费。
3. 单独报送文案奖（电通支持）且不参加长城奖创意类评选的作品，收费标准与创意类一致。

## 六、报送作品程序与要求 Entry Requirements

### （一）报送作品流程

登录官方网站——用户注册、登录——提交作品信息——上传参赛作品——支付参赛费用——作品报送成功

### （二）网上提交说明

1. 点击进入：登录中国广告长城奖官网 [www.greatwallawards.org](http://www.greatwallawards.org) 或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。
2. 用户注册信息及作品信息填写务必准确，参赛单位名称须填写营业执照名称。提交作品信息后，系统将自动生成唯一性的报名编号。
3. 影视类作品格式为 MPEG，时长限 120 秒（微电影项时长限 2-20 分钟）；平面类、户外类作品格式为 jpg，不得低于 300 像素，色彩模式 CMYK，5MB 以下；广播类作品格式为 MP3 或 WMA，时长不限。
4. 报送的广告作品务必提供媒体发布证明或客户同意书。如作品中出现其他品牌的标识或名称，需提供该品牌的授权证明。若不提供上述证明，组委会有权取消其参赛或获奖资格。
5. 户外类作品报送如需提交实景图片、视频等说明性资料，上传至系统中“户外类作品证明资料”栏。
6. 各类别作品均设系列，两幅/两条以上视为系列（含两幅/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。
7. 同一个作品，可报送不同类项。
8. 不得在报送的广告作品中出现任何参赛单位的相关信息。
9. 超大作品需通过 ftp 客户端上传，参赛者需激活 ftp 上传权限。
10. 报送多个参赛作品，支付环节可合并付款。参赛费发票由中广协广告信息文化传播有限责任公司统一开具并寄送。
11. 作品报送过程中，参赛费支付前可进行作品信息及作品的修改，参赛费支付后不可修改。
12. 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。
13. 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。
14. 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。
15. 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、奖项设置 Awards setting

创意类：

(一)按照类别和项目名称：设金奖、银奖、铜奖、优秀奖。

(二)设全场大奖：在所有获金奖作品中产生。

文案奖（电通支持）：

不按照类别和项目名称：共设置 1 个金奖、2 个银奖、3 个铜奖、10 个优秀奖。

本年度增设“最具慧眼广告主奖”，颁给获得金奖和全场大奖作品的广告主，并邀请获奖者与客户同台领奖。

## 八、作品参赛费及支付方式 Entry Fees

中国境内参赛费说明：

单件参赛作品须缴纳参赛费人民币 500 元。

内容相关联的两幅/两条以上（含两幅/两条）作品属系列作品，参赛费按每增加一幅/条加收人民币 200 元计算，例如：一个平面系列作品由两幅组成，其第一幅收人民币 500 元，第二幅收人民币 200 元，累计收参赛费人民币 700 元，依此类推。

中国境外参赛费说明：

单件参赛作品须缴纳参赛费 60 美元（相关手续费参赛者自理）。

内容相关联的两幅/两条以上（含两幅/两条）作品，须缴纳参赛费 120 美元（相关手续费参赛者自理）。

参赛费支付方式：

银行汇款、网银转账、网银在线支付三种方式

开户行：工商银行马连道茶城支行

户名：中广协广告信息文化传播有限责任公司

账号：0200 0921 0900 0011 210

## 九、组委会联系方式 Contact Us

地址：北京市西城区广安门外大街 248 号机械大厦 1111 室 中国广告协会会展部

联系人：郭蔚/贾春红

邮 编：100055

电 话：010-63328683

传 真：010-63327796

010-63361011

010-63424419

第 21 届中国国际广告节中国广告长城奖参赛作品内容分类表

类别	项号	项目内容
(A类) 影视作品	1	形象项----企业形象、区域形象、旅游景点形象、城市形象等形象广告
	2	家用电器项-----大小型家用电器、灯泡、电池、摄像机、照相机、胶卷
	3	食品项-----非饮料的食品、保健食品
	4	饮料项----饮料、乳品、啤酒、白酒、红酒等
	5	家庭及个人用品项-----清洁洗涤剂、沐浴用品、美发护发、纸尿裤、日用品、芳香剂、除湿剂、防虫剂、化妆品、保养品、服饰、香水、珠宝、运动器材、钟表、眼镜、妇女保健用品、牙具、剃须刀
	6	办公设备及用品项-----电脑、打印机、复印机、光盘、录相带、文具等
	7	通讯事务项----手机、固定电话、传真机、传呼服务、电信业、通讯等其他事务
	8	医疗器材、药品项----医疗器材、中药、西药、健身器械
	9	服务类项 ----银行、金融、保险、基金、信用卡、旅行社、旅游点、商场、宾馆、餐饮业、出版社、影剧、教学、航空、铁路、汽运、货运、煤气、供电、供水及各项服务等
	10	房地产及家具建筑材料项----房地产、家具、厨具、建材、装潢
	11	交通工具及器材项----汽车、摩托车、自行车、其他交通工具及汽车装潢、汽车配件、其他器材
	12	衣物饰品项----时装、内衣、运动服装、首饰、鞋、帽、袜子、箱包、床上用品
	13	其他项----玩具、乐器等
	14	微电影（仅限 A 影视类）
(C类) 广播作品	包括全部的商业性广告作品	
(D类) 户外作品	1	路牌项
	2	灯箱项
	3	霓虹灯项
	4	车体项
	5	橱窗项
	6	其他项----含各类创新媒体

附表二 第21届中国国际广告节中国广告长城奖参赛作品登记表

\*地区编号: \*地区: \*省、市 \*单件/系列 \*幅/条数:

参赛单位全称 (营业执照名称)	*	单独报送文案奖且不参加创意类评选的在此处标记						<input type="checkbox"/> 文案奖	
参赛单位类别	*	<input type="checkbox"/> 广告公司	<input type="checkbox"/> 媒体单位	<input type="checkbox"/> 广告主	<input type="checkbox"/> 其他	电话	*	邮箱	*
通讯地址	*							邮编	*
作品名称	*	类别号	*	项号	*	发布时间	*	联系人	*
客户全称	*	首次发布媒体		*		发布时间	*		
创意总监	*	创意总监邮箱	*	创意	*	文案	*		
平面设计		美术指导		插图/电脑绘画					
广告公司制片		影视公司制片		导演		摄影			
音乐指导		音乐制作公司		剪接		后期			
创意说明:									
发票抬头	*								

附表三：

第 21 届中国国际广告节中国广告长城奖地区编号表

地区编号	地区	地区编号	地区	地区编号	地区
01	北京	24	云南	50	香港
02	上海	25	贵州	51	澳门
03	天津	26	西藏	52	台湾
04	重庆	27	陕西	53	亚洲
05	河北	28	甘肃	54	非洲
06	山西	29	宁夏	55	欧洲
07	内蒙古	30	青海	56	美洲
08	辽宁	31	新疆	57	大洋洲
09	吉林	32	沈阳		
10	黑龙江	33	大连		
11	山东	34	长春		
12	江苏	35	哈尔滨		
13	安徽	36	济南		
14	浙江	37	青岛		
15	江西	38	南京		
16	福建	39	杭州		
17	河南	40	宁波		
18	湖北	41	厦门		
19	湖南	42	武汉		
20	广东	43	广州		
21	广西	44	深圳		
22	海南	45	成都		
23	四川	46	西安		