

教育部办公厅

关于开展全国大学生公益广告作品征集活动的函

各有关高校：

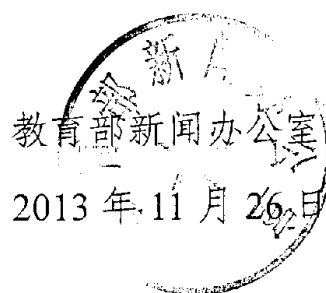
为深入贯彻全国宣传思想工作会议精神，落实中央文明办有关工作要求，进一步弘扬社会主义核心价值观，激发当代大学生投身到中国特色社会主义公益事业的热情，推动高校校园文化建设，教育部新闻办、思政司拟开展全国大学生公益广告作品征集活动。

首届活动以“传递正能量，践行中国梦”为主题，于2013年11月—2014年6月开展。活动由教育部新闻办和思政司共同指导，中国大学生在线主办，中国教育报刊社、中国教育电视台联合主办，腾讯网独家支持。为体现新媒体特点，活动重点通过网络平台，面向大学生从教育政策宣传等方面取材征集平面广告、视频广告等各类优秀公益广告作品。

希望各高校充分认识此次活动在校园精神文明建设中的作用，高度重视公益广告在传播先进文化、引领校园文明风尚中的积极作用，积极推进活动开展；充分发挥大学生个体和团体在社会公益活动中的创作个性和想象力，努力制作出一批真

实感人、贴近生活且富有创意的公益广告作品；充分参与公益广告大赛的宣传、评比活动，在作品征集、参评、网上展示、校园展播等环节上做好宣传发动工作，为活动营造良好的舆论氛围，共同推动校园及社会的精神文明建设。

作品要求及活动流程详见：<http://igongyi.univs.cn>



中国大学生在线发展中心

全国大学生公益广告作品征集活动启事

为深入贯彻全国宣传思想工作会议精神，落实中央文明办有关工作要求，进一步弘扬社会主义核心价值观，激发当代大学生投身到中国特色社会主义公益事业的热情，推动高校校园文化建设，教育部思政司、新闻办拟开展全国大学生公益广告作品征集活动。有关事宜具体情况如下：

一、活动主题：传递正能量、践行中国梦

二、活动时间：2013年11月—2014年8月

三、活动指导：教育部新闻办公室

教育部思想政治工作司

四、活动主办：中国大学生在线

五、联合主办：中国教育报刊社、中国教育电视台

六、独家支持：腾讯网

七、活动原则：与“讲文明、树新风”活动结合，与教育梦和教育重要政策的宣传结合，与大学生成长成才有机结合。

八、活动内容：通过网络平台，向大学生征集平面广告、视频广告（影视广告、微电影广告）、动画广告、广播广告、广告策划案、文字类广告（广告语、微故事）的优秀公益广告作品。

九、作品要求

1、平面广告

平面类公益广告为海报设计创作。网上提交文件格式为 jpg，规格 A3，系列作品不得超过 3 幅。

2、视频广告

包括影视广告和微电影广告。影视广告时间 30 秒以内；微电影广告要求有故事情节，时间 5 分钟以内。网上提交成片 flv 和 mp4 格式。光盘提交：avi 格式。

3、动画广告

动画广告用 flash 动画创作，时间 30 秒以内，系列作品不得超过三件。网上提交：成片 swf 和 mp4 格式。光盘提交：fla 格式。

4、广播广告

网上提交格式为 mp3，时间 60 秒以内。光盘提交：mp3 格式。

5、广告策划案

内容要求包括内容提要、广告脚本、创意设计执行提案、媒介提案、预算方案。网上提交 ppt 格式。实物作品提交：策划书打印装订成册。随策划书提交一张光盘，ppt 格式。

6、文字类

广告语和微故事，作品语言为中文，字数限制在 140 字以下。

十、作品提交

1、参赛者在“中国大学生在线公益创作征集活动”官网注册会员，在官网平台上传作品；同时注册个人腾讯微博账号，

以#大学生公益广告#为话题+简单描述+作品（海报、视频、语音或者文字）+作品编号 @中国大学生在线 @腾讯教育 形式发微博。

2、视频广告、动画广告、广播广告、广告策划案作品需网上提交和邮寄原片（详见 <http://igongyi.univs.cn>）。

十一、奖项设置

不同作品类别各设一等奖1名，二等奖2名、三等奖3名、优秀奖10名。同时，设单项奖、组织奖等奖项。

类别等级奖作者还可获得有关单位或媒体的参观、实习、访谈等机会。作品可通过平面媒体、电视媒体、网络媒体等多种渠道对优秀作品进行展播。

活动联系人及电话：

田梦 010-58582342 tianmeng@hep.com.cn

苏畅 010-58582389 suchang@hep.com.cn

全国大学生公益广告作品征集活动组委会

2013年11月25日



全国大学生公益广告创作征集活动参评办法

（一）参评资格

全国各类高等院校在校全日制大学生、学生社团和学生团体。

（二）活动主题

围绕“传递正能量、践行中国梦”主题创作公益广告作品。

（三）作品类别

参赛作品分为平面广告、视频广告、动画广告、广播广告、广告策划案、文字类。

（四）作品标准

各类参赛作品应以原创性为原则，遵守《广告法》和国家有关政策法规、行业规范等要求。鼓励采用广告新思想、新形式、新媒介进行设计和策划。

（五）活动流程

启动阶段—推广阶段—创作阶段—投票阶段—评选阶段—颁奖典礼—作品集出版—作品巡展

1. 作品征集：2013年11月25日—2014年5月15日

（1）报名及作品上传流程：作品提交到中国大学生在线网站，报名者注册为中国大学生在线会员认证用户，点击活动页面的“马上参赛”按钮，填写报名信息（社团报名时要选择自己所在社团，详见《社团备案表》）后，等待审核通过后方可上传作品。

（2）参赛作品须为参赛者本人原创，参赛者应确认拥有作品的著作权。主办方不承担包括因肖像权、名誉权、隐私权、著作权、商标权等纠纷而产生的法律责任。如出现上述纠纷，组委会保留取消其参赛资格及追回所获奖项的权利。

2. 作品投票：2013年11月25日—2014年5月15日

投票资格：会员注册用户

投票方法：每人每天对每个作品最多可投10票。

3. 作品整理：2014年5月15日—5月20日

由组委会工作人员进行

4. 作品初评评审：2013年11月15日—2014年5月25日

初评入围作品由网友投票、初评专家投票两部分组成。

(1) 网友投票排行前200幅作品

网友投票前200名的作品且通过初评专家（组委会聘请的专业评审）审核，进入终评会。网友投票时间：2013年11月15日—2014年5月15日

(2) 初评专家投票入围

初评专家对未能入选上述两环节的作品进行投票，前200名进入终评会。投票时间：5月25日。

5. 作品终评评审：2014年5月31日

采用线下评选方式，组委会邀请多位学界、业界专家组成专家组集中评选，通过集体投票及会议方式产生所有奖项。最佳人气奖、腾讯微博最具人气奖由网友投票数最多且通过专家审核的作品获得。

6. 获奖作品评审结果公示：2014年6月

7. 表彰、获奖作品展播：2014年6月—8月

(六) 作品规格及提交要求

(一) 平面广告

1. 平面类公益广告为海报设计创作。

2. 网上提交文件格式为jpg，色彩模式RGB，规格A3（297×420mm），压缩率不小于9，分辨率：300dpi，系列作品不得超过3幅。单幅作品不超过10MB。

（二）视频广告

包括影视广告和微电影广告

1. 拍摄、编辑所用工具不限，影视广告时间 30 秒以内；微电影广告要求有故事情节，时间 5 分钟以内，画面宽度均不小于 600 像素。

2. 网上提交：成片 flv 和 mp4 格式同时上传。影视广告文件 flv 格式大小不超过 10MB、mp4 格式不超过 30MB；微电影广告 flv 格式大小不超过 30MB，mp4 格式不超过 50MB。

3. 光盘提交：avi 格式。

（三）动画广告

1. 动画广告用 flash 动画创作。24 帧/秒，时间 30 秒以内，配音、配乐，系列作品不得超过三件，画面宽度 500—800 像素。

2. 网上提交：成片 swf 和 mp4 格式上传，swf 文件大小不超过 10MB，mp4 格式不超过 30MB。

3. 光盘提交：fla 格式。

（四）广播广告

1. 网上提交格式为 mp3，文件大小不超过 3MB，时间 60 秒以内。

2. 光盘提交：mp3 格式。

（五）广告策划案

1. 内容要求

(1) 内容提要 (2) 广告脚本 (4) 创意设计执行提案 (5) 媒介提案

(6) 预算方案。

2. 网上提交：ppt 格式。

3. 实物作品提交：策划书打印规格为 A4 纸，不超过 30 页，附件 10 页以内另附，装订成册。随策划书提交一张光盘，ppt 格式。

(六) 文字类

1. 广告语

公益广告语字数限制在 140 字以下，作品语言为中文。

2. 微故事

以微故事的形式创作。字数限制在 140 字以下。作品语言为中文。

(七) 参评须知

1. 集体创作的作品作者最多不得超过 3 人（广告策划案、影视广告不得超过 5 人），并在报名表创意小组名单和报名签字一栏中按第一、二、三、四、五作者的顺序填写。每件作品的指导老师，平面类作品不得超过 1 人，其他类别作品不得超过 2 人。

2. 学生创作所用素材请在报名表中注明出处。

3. 作品需为首次参加国家级赛事作品。

4. 作品版权、展播权及所获收益归主办方所有。

(八) 提交作品其他要求

作品参赛步骤：1.提交作品至中国大学生在线、腾讯微博。2. 邮寄作品。

1. 网上提交作品的要求

(1) 参赛者在“中国大学生在线公益创作征集活动”官网自行注册会员、并按提示填写报名表、承诺书和上传作品；并在腾讯网专题页面（或者在腾讯微博）注册微博账号，以#大学生公益广告#为话题+简单描述+作品（海报、视频、语音或者文字）+作品编号 @中国大学生在线 @腾讯教育 形式发微博，即可参与成功。

(2) 由中国大学生在线平台提交的作品，一件作品生成一个编号，提交到组委会的作品及光盘要与之保持一致，提交到腾讯微博的作品编号

与之保持一致。

2. 光盘作品提交

(1) 参评《作品申报表》需学校盖章，学校负责核对参评者提交的报名表、作品、光盘。

(2) 作品材料由参赛者报送（邮寄）活动组委会。

(3) 视频作品所邮寄作品内容需要与网上提交的一致，否则视为无效作品。

(4) 由微博提交的微故事、广告语作品，入围初评后根据通知进行学生实名认证。

3. 公益社团备案

公益社团通过中国大学生在线社团频道（线团 t.univs.cn）注册，《社团备案表》经邮件发送至组委会进行实名认证。

（九）奖项设置

（一）奖项设置

1. 等级奖

按类别下设一等奖 1 名，二等奖 2 名，三等奖 3 名；优秀奖 10 名。

（1）视频广告、动画广告

一等奖各 1 名，颁发证书、奖金 10000 元；

二等奖各 2 名，颁发证书、奖金 5000 元；

三等奖各 3 名，颁发证书、奖金 2000 元；

优秀奖各 10 名，颁发证书、奖金 1000 元。

（2）平面广告类、广播广告类、广告策划案

一等奖各 1 名，颁发证书、奖金 5000 元；

二等奖各 2 名，颁发证书、奖金 3000 元；

三等奖各 3 名，颁发证书、奖金 1000 元；
优秀奖各 10 名，颁发证书、奖金 500 元。

(3) 文字类

一等奖 1 名，颁发证书、奖金 3000 元；
二等奖 2 名，颁发证书、奖金 2000 元；
三等奖 3 名，颁发证书、奖金 1000 元；
优秀奖 10 名，颁发证书、奖金 500 元。

2. 单项奖

(1) 公益广告作品各类设最佳网络人气奖，通过中国大学生在线的实名用户投票数产生。

视频广告、动画广告颁发证书、奖金 3000 元。

平面广告、广播广告、广告策划案、文字类颁发证书、奖金 2000 元。

(2) 最佳创意奖各 1 个（视频类、动画类）颁发证书、奖金 3000 元。

(3) 腾讯微博最具人气奖 3 名，根据微博转评数产生（如转评数相同，则参考转评数中认证用户的占比），颁发证书、奖金 3000 元。

3. 组织奖

优秀指导教师奖。等级奖指导教师获评此奖，颁发证书；一等奖指导教师颁发证书、奖金 1000 元。

优秀组织奖 10 名。在各优秀参赛高校、院系和教育主管部门中产生，颁发证书、奖牌。

优秀公益社团奖设一等奖 1 名、二等奖 3 名、三等奖 5 名，一等奖 5000 元、二等奖 3000 元、三等奖 1000 元。在各校参赛社团中产生，根据作品数量、获奖量、宣传工作核定。

4. 其他奖励

类别等级奖作者还可获得有关单位或媒体的参观、实习等机会。

(十) 截稿时间

网上作品提交截止日期为 2014 年 5 月 15 日。

(十一) 参评费用

公益广告创作征集活动组委会的工作费用自行解决,不收取学生参评者费用。

(十二) 联系方法及邮寄地址

全国大学生公益广告创作征集活动组委会(收)

地址:北京市朝阳区惠新东街4号富盛大厦1座9层

中国大学生在线 邮编:100029

联系人:田梦 苏畅

电话:010-58582342 58582389 传真:010-58556808

邮箱:suchang@hep.com.cn