**第十六届全国大学生广告艺术大赛南昌大学校赛**

**竞赛评审标准及评分规制**

**一、基本标准：**

1.原创性：2.切题性；3.实效性：4.感染力；5.遵守国家法律、法规的规定，尊重民族文化和传统习俗。

**二、不同类别作品需要具体考虑的标准：**

1.平面广告类：需考虑广告创意、广告语与平面制作手段的完美结合。如有超出平面设计范畴、明显抄袭的作品，不应入选。

2.影像类：

(1)影视广告作品，需考虑广告创意、广告语、导演、表演、摄像、灯光、后期制作、剪辑、镜头组合节奏、配音等的完美结合，并考虑适播性。如有比例较大的他人视频作品（非原创）剪辑进入作品，不应入选。

(2）微电影作品，需考虑网络传播可行性，作品以原创为主，同时也允许使用电影或电视剧桥段拼接、剪辑或配音，作品必须具有完整的情节，对命题品牌的诠释采用植入式而非直白叫卖式。

3.设计类作品，需考虑兼具艺术性与实用性的特点，要求必须附设计说明，设计说明部分的文字格式必须符合参赛要求，与要求差距过大者，不应入选。

4.策划/文案类：

(1)策划类作品，需考虑营销策略的针对性、原创性、实效性，并注意其市场调查是否合理规范，其广告创意设计、媒介策略的合理性等因素。如有过度包装、页数超过规定、较大比例字体、字号不符合规定者，不应入选。

(2)文案类作品，需考虑命题企业策略单的具体要求。

5.移动交互类，需考虑作品在网络传播中的可行性与作品的趣味性，不应存在低俗、色情、暴力的负面内容。

6.其他类别，以各命题策略单要求为准。

7.所有类别作品中，如果出现参赛学生及指导教师的院校、系、姓名，以及其他特殊标记，均不应入选。

**三、省赛推荐数量规则**

以省赛分配给予的数量进行裁定。

**三、竞赛评分细则**

创意表现与原创性40%；切合命题策略40%；广告实效和可执行性20%。

**五、校赛等级奖项**

根据参赛作品数量，甄选一定百分比例的一、二、三等奖。