

**南京市市场监督管理局
南京市精神文明建设指导委员会办公室
南京市互联网信息办公室
南京市文化和旅游局**

宁市监广〔2020〕150号

**关于举办 2020 南京市第五届“金梧桐”
公益广告创意设计大赛活动的通知**

江北新区、各区市场监管局、文明办、文旅局，各区网信办，各广告经营单位，各影视制作经营机构，各网络媒体、社会新媒体：

为深入贯彻落实习近平新时代中国特色社会主义思想，以社会主义核心价值观为引领，全面落实国家六部委颁发的《公益广告促进和管理暂行办法》，提升南京公益广告创意设计整体水平，全力推进公益广告事业发展，市市场监督管理局、市文明办、市网信办、市文化和旅游局（市广播电视局）将组织开展 2020 年

南京市第五届“金梧桐”公益广告创意设计大赛活动。现将有关事项通知如下：

一、赛事主题

本次大赛的主题为“我的小康”。

2020年是我国全面建成小康社会收官之年，也是南京高水平全面建成小康社会决胜之年。这意味着当今世界上最大的发展中国家、人口最多的国家即将解决绝对贫困问题。本次大赛以“我的小康”为主题，围绕这一重要历史节点，关注时代特征与个体故事，以创意设计语言，围绕美丽、富强、互动、共享、传播等关键词，聚焦中国人民奋进拼搏的小康故事，反映我国特别是南京全面建设小康社会以来在经济建设、民主法治建设、精神文明建设、社会民生改善、生态文明建设等方面的重要变革和成就，充分展示南京高质量小康社会的美好蓝图。

创意设计以公益广告为载体，应注重突出思想道德内涵，坚持正确价值导向，善于从百姓身边事中选取题材，运用大众化、形象化、具体化的表达方式凝聚思想共识、汇集精神力量，传播社会主义核心价值观，凸显全面建成小康社会道路上人民奔跑进取的精神。要注重思想性、艺术性、观赏性的有机统一，积极探索运用现代科技手段开展创意设计，展示、解读、传播小康社会的方方面面，为公益广告和公益传播注入现代气息和时尚元素。在全社会营造为决胜全面建成小康社会，实现中华民族伟大复兴中国梦而奋斗的良好氛围。

二、举办单位

主办：市市场监管局、市文明办、市网信办、市文旅局（市广电局）

承办：南京市广告协会、南京创意设计中心

三、活动安排

1.启动阶段：6月中旬赛事启动，进行线上发布。

2.征集阶段：6月中旬至9月上旬进行作品征集，9月5日作品报名截止。“广播电视专项奖”报名截止时间为2020年7月26日。参与金梧桐大赛的所有作品，组委会将统一于2020年9月中上旬向“紫金奖文化创意设计大赛”进行报送。

3.评审和传播阶段：

(1) 10月中旬，组织参赛作品评审工作；

(2) 11月，公布大赛获奖作品。

4.表彰阶段：12月底，举办大赛颁奖仪式，开展获奖作品展示推广活动。

四、作品要求

(一)参赛作品分为平面作品(含动态海报)、视听类作品(含音频作品、视频作品、短视频作品、动画作品、微电影类作品等)、新媒体类作品(含表情包、互动游戏、公众号美文美图创作、公益活动设计和执行等多种展现形式)、融媒体传播类作品。大赛鼓励参赛作品有其他表现形式的创新。参赛作品将择优在报刊、广播、电视、网络及户外媒体上发布。

(二) 参赛作品应符合赛事主题和内容，不得出现黄色、暴力、违反法律法规的文字、画面以及会涉及到危害自身及公共安全的装置和行为艺术等。

(三) 参赛作品须创意独特、准确清晰、结构严谨、制作精良、综合效果好，要正面积极、温暖明白、有内涵、易理解。

(四) 参赛作品必须是原创作品，不得侵犯任何第三方的知识产权或其他权利。凡参赛作品涉及的版权、肖像权等法律纠纷，责任由参赛者自负。

(五) 参赛作品恕不退还，请参赛者自留备份。主办方对所有参赛作品拥有公益性宣传使用权。

(六) 参赛报名者除按要求完整填写参赛作品报名表上必填内容之外，还须将报名表中有关作品创意制作团队的人员构成填写齐全。

(七) 参赛者应仔细填写参赛作品报名表，错填或未填写联系方式导致无法联络的，责任由参赛者自行承担。

(八) 所有参赛作品上不得出现参赛者姓名、选送机构等文字、logo 及相关信息，否则将视为无效。

(九) 参赛者应全面了解本次大赛规则。凡提交参赛作品者，视为已全面了解并接受大赛规则，自愿受其约束。

五、征集范围

(一) 创意设计作品奖

1. 平面类作品

(1) 平面海报：海报、艺术主题漫画、插画类等形式。以系列作品 4 幅左右为一组，文件格式为 JPG，色彩模式 CMYK，规格 A3 (297×420mm)，分辨率 300dpi，单张图片大小不超过 20M。

(2) 动态海报：以系列作品 4 幅为一组，文件格式为 GIF，规格 500×720px，分辨率 72dpi，文件大小不超过 2MB。

2. 视听类作品

(1) 音频作品：时间长度以 15 秒、20 秒、30 秒、45 秒、60 秒为宜。储存格式为 MP3 或 WMA，文件大小不超过 3MB，并附广告词文字稿（“作品名.doc”格式电子稿）。

(2) 视频作品：含视频广告、视频动画、短视频、微电影等，时长不超过 3 分钟（包含片头、片尾），画幅宽高比 16:9，分辨率不低于 1280×720，格式为 MP4，应配有中文字幕，单个文件大小不超过 100M，系列作品不超过 3 件。鼓励制作 4K 超高清格式的公益广播作品，分辨率为 3840×2160（16:9），码率不低于 15M/秒，格式为 MP4。

3. 新媒体类作品

新媒体类作品包含创新传播、移动媒体、互动 H5、表情包等多种形式。

(1) 创新传播作品：利用装置、道具、场地、AI 场景、数字化艺术等方式进行传播，以图文版面或视频展示作品，图文版面格式为 JPG，A3 尺寸，分辨率 300dpi；视频格式为 MP4，分辨率 1280×720，时长 3 分钟以内，大小不超过 100MB。

(2) 移动媒体作品：便于微博、微信、抖音等网络平台进行传播。作品提交二维码图片和截屏画面，或提交视频文件，视频格式为 MP4，大小不超过 30MB。

(3) 互动 H5 作品：便于在移动客户端交互使用，作品提交二维码图片和录屏视频文件，视频格式为 MP4，大小不超过 30MB。

(4) 表情包作品：格式为 GIF，分辨率 240×240 像素，以 24 张为一组，只能选择静态表情或动态表情中的一种。

4. 融媒体类作品

以视频介绍、作品链接二维码、图片文本等方式展示作品，需包含创意缘起、创意主题、传播方式与特色、传播过程、传播效果（点击量、发文数、互动数）等内容进行说明。

(二) 传播奖

广告企业根据 2019 年 4 月-2020 年 3 月底的社会主义核心价值观公益广告发布情况，包括在 2020 年新冠肺炎疫情阻击战中积极履行社会责任、发布抗疫主题公益广告情况，拍摄制作成果展示片，内容包括公益广告发布地点（平台）、发布次数、数据传播量。围绕主题突出、创意新颖、制作精美、影响力强、依法发布等方面制作成视频宣传片，时间 3 分钟以内，拍摄工具及制作软件不限。画面宽度不小于 600 像素，不要倒计时，光盘提交，需附在南京市市场监督管理局广告服务平台上提交的 2019 年 4 月-2020 年 3 月底的公益广告备案表并备注系统生成的发布号及 1500 字以内的申报说明。

（三）广播电视专项奖

围绕中国梦、社会主义核心价值观、中华优秀传统文化等重大主题以及“三大攻坚战”“安全生产”“敬老养老助老”“知识产权保护”“税收”“新冠疫情防控”等主题展开广播和电视作品创作。作品格式需符合以下要求：广播类作品不低于 16 位，比特率不低于 128kbps，采样频率不低于 44100hz，格式为 MP3 或 WMA；电视类作品分辨率不低于 1280×720（16:9），码率不低于 8M/秒，格式为 MP4，鼓励制播 4K 超高清格式公益广告作品，4K 超高清电视类作品分辨率为 3840×2160（16:9），码率不低于 15M/秒，格式为 MP4。需于 2020 年 7 月 26 日前完成作品提交，并填报《江苏省广播类\电视类公益广告优秀作品推荐表》（附件 4）。

另外，围绕宣传南京城市形象和丰富的文化旅游资源，设立 9 万元专项资金，征集公益电视广告创意，择优订制 15 秒、60 秒两个版本公益电视宣传片，6 月 30 日前提交创意。

六、奖项设置

（一）金梧桐·公益广告创意设计奖：总奖金额 50 万元。金奖若干，每项奖金 5 万；银奖若干，每项奖金 3 万元；铜奖若干，每项奖金 1 万元；大学生奖若干，每项奖金 5000 元；优秀奖若干项，包含优秀指导老师奖和优秀组织奖，颁发证书。

（二）金梧桐·十佳公益广告企业传播奖：评选 10 家广告企业，每家奖金 5 万元。

(三) 金梧桐·广播电视专项奖：总奖金额 11 万元。一等奖 2 名，每项奖金 2 万元；二等奖 4 名，每项奖金 1 万元；三等奖 6 名，每项奖金 0.5 万元。

七、活动要求

(一) 高度重视，加强领导。各区相关部门要做好赛事作品征集工作，要把此次公益传播设计大赛作为近阶段一项重要工作来抓，加强领导，同时要将工作细化，将任务明确到人，将责任落实到人，采取有效措施，切实按照通知要求，按时保质保量推报优秀作品参赛。

(二) 广泛宣传、积极发动。各区要通过广播、电视、报纸、户外 LED 显示屏等传统媒体以及互联网门户网站、官方微博、微信等途径开展赛事宣传及作品征集，各区市场监督管理局要对属地园区做好宣传发动工作，并组织属地园区内相关企业参加本次公益传播设计大赛并积极投稿；承办单位南京市广告协会要广泛动员广告企业参赛，南京创意设计中心要充分调动广大广告创意设计人员、在校大学生的创作热情，深入高校张贴公益大赛广告海报、开展校园宣讲和大师工作坊，努力营造全社会积极参与赛事的浓厚氛围。

(三) 精心组织、狠抓落实。此次公益传播设计大赛专门设立了赛事组织奖，以表彰赛事作品征集活动组织突出的单位。各区要精心谋划作品征集具体方案，认真组织实施；要大力开展相关创作活动，组织专业力量，创作一批创意新颖、内涵深刻的公

益广告作品；要对征集的作品进行认真筛选，确保作品数量足、品质优。

八、作品宣传

所有参赛作品评选合格后将在国内平面媒体、广播、电视、新媒体，以及南京市的公交车站、地铁、户外 LED 大屏等各渠道进行公益推广，作者享有署名权。优秀获奖作品将在 2020 南京融合传播峰会上进行展示。

九、报名方式

通过关注“南京创意设计中心”微信公众号回复“金梧桐 2020”获取《报名表》与参赛须知及相关资料，并于 9 月 5 日前以电子邮件形式向大赛组委会提交以下内容，邮箱：jinwutongguanggao@ncdc.org.cn。

作品邮件提交格式如下：

1. 邮件主题：XX 类作品+公司/学校+参赛者姓名；
2. 邮件内容包含：①作品原件；②电子报名表；③参赛须知（参赛者承诺）签字版扫描件。

联系电话：025-58505255

联系邮箱：jinwutongguanggao@ncdc.org.cn

联系地址：南京市秦淮区菱角市 66 号国家领军人才创业园 19 号楼一楼 邮编：210000

附件：1.2020 第五届“金梧桐”公益广告创意设计大赛报名表

2.2020 南京市“金梧桐”十佳公益广告企业传播奖报名表

3.第五届“金梧桐”公益广告创意设计大赛参赛须知

(参赛者承诺)

4.2020 江苏省广播类、电视类公益广告优秀作品推荐表



南京市市场监督管理局



南京市精神文明建设指导委员会办公室



南京市互联网信息办公室



南京市文化和旅游局

2020年6月5日