



entry kit

Contents

- 03 参赛作品要求及规则
- 06 参赛流程
- 07 参赛作品类别
- 24 评审方法
- 28 提报作品及规则
- 30 制作人员名单 / 奖杯与证书 / 出版
- 31 付费参赛

Key Dates

- 作品提交截止：2021年5月15日
- 入围名单发表：2021年7月16日
- 获奖名单发表：2021年8月27日
- AD STARS FESTIVAL：2021年8月25~27日

about AD STARS

“共享创意解决方案，改变世界”为釜山国际广告节的宗旨，作为韩国国内唯一创造与技术相融合的广告庆典，致力于通过广告和交流平台，分享对人类做出贡献的创意性解决方案

AD STARS 作品提报由广告类（Advertising Award），视频类（Video Award），公益广告（PSA Award）三部分组成，并进行评审及颁奖。

提报日程，参赛作品要求，参赛作品规则，参赛流程，制作团队名单，奖杯，规则等所有事项完全一致。

AD STARS 最高荣誉奖是 Grand Prix of the Year，一个从公益广告中产生，剩下一个从其它广告类别里产生。

参赛作品要求及规则

作品要求及规则

- 除学生类别的所有参赛作品均需在广告主的同意下，由广告主支付媒体费用，并实际被执行的作品才可参赛。必要时 AD STARS 组委会可向参赛者要求提交获奖者执行确认书（媒体），以便向广告主确认。参赛者若无法证明，将有可能被取消获奖资格。
- 2020 年 5 月 1 日至 2021 年 6 月 15 日期间执行的广告作品均可参赛。

若 2020 年 5 月 1 日之前发行的广告，参赛广告则需在上述期间实际被执行。

已参加 AD STARS 2020 的作品无参赛资格。但，参赛广告虽为 2020 年 AD STARS 的参赛作品系列，但添加了新内容，该作品则可参赛。

参赛作品规则

1. AD STARS 的所有参赛作品均需通过官网(www.adstars.org)提交。参赛者登录后，输入参赛作品的相关信息，按照参赛作品要求，以文件的形式上传作品即可。
2. 参赛者需按照参赛页面的形式，用英文提交作品的相关信息。
 - 客户的简要说明
 - 策略描述
 - 结果及效果描述
 - 附加描述(可选)

每一项最多可输入 800 个字节。提交的日期需属实，组委会如有需要，可要求参赛者提交其它材料。

3. **参赛作品的所有相关信息均需用英文填写。**如用其他语言提交作品，参赛作品的翻译需参赛者自行完成后，提交附件，英文翻译部分将作为参考资料，以便进行评审。提交的英文翻译需直译且便于理解，若英文翻译的作品信息表达不明确，作品将不在审评范围之内。

视频：请把英文翻译内容添加到字幕上。

广播：请把英文翻译内容剧本以文件形式提交。

网站：请提交主页、标题、原文的英文翻译版本。

4. 制作名单

同一参赛作品不能由两个公司或多个公司各自提交参赛。作品若由两个公司共同完成，需在参赛前两个公司经商议后，最终由一个公司名义提交作品。若两个公司均有提交同一部参赛作品，组委会则仅认证最先提交作品的公司，组委会仅认证提交作品的公司。但其他参与制作的所有公司或个人均可填写在制作团队名单中。AD STARS 不限制作人员及公司的数量，在每个作品的制作团队名单中，可填写所有参与制作的公司及个人。

5. AD STARS 具有对参赛类别合并、调整规则、分类的权利。AD STARS 组委会和 AD STARS 终审评委团具有变动参赛作品类别的权利。AD STARS 组委会有权利不评审违反参赛规则的作品。
6. 参赛者必须选择提交参赛作品时通过什么样的思维方式传达，这与评审和颁奖无关，只用于今后参赛作品的存档管理，详细信息请参考官网。
7. AD STARS 的参赛作品均需通过来自全球 200 余名评审委员的线上初审后，进入终审的作品，需再次经过终审评委的第一轮线上评选及第二轮现场终审。
8. 参赛者须事先获得所有音乐、文字、肖像等使用许可权。如发生纠纷，应出示许可在 AD STARS 参赛的相关证明。参赛者有责任获得所有文件使用许可权。广告的制作、提交、邮寄等产生的一切费用均由参赛者自行承担，AD STARS 组委会均不承担支付任何相关费用。
9. 参赛者提交作品时，须同意 AD STARS 的规则，更多具体内容请参考官网。
10. AD STARS 尊重文化背景(Cultural Context)，参赛作品以文化为背景的情况，希望参赛者对作品进行附加说明。
11. AD STARS 的参赛结果若已定下最终评审结果，则不会出现任何变动。

参赛流程

STEP 1	进入 AD STARS 官方网站 www.adstars.org ，确认参赛作品相关规则、类别、时间、提交材料等。可参考参赛手册，便于顺利参赛。
STEP 2	整理作品相关信息。提交作品时，需提交参赛者公司信息、作品标题、广告主、作品制作团队名单、选择诉求方法及广告设计概念等。
STEP 3	请准备作品提交规则 (Material requirement) 中所规定的文件。
STEP 4	请登录 AD STARS 官网 (www.adstars.org) 申请会员账号并登录。
STEP 5	请根据参赛指南填写及提交相关作品信息，上传所需材料。
STEP 6	作品提交完成 (个别付费类别参赛作品需付费后, 方可参赛)
STEP 7	参赛作品通过第一轮初审后，进入终审作品则通过邮件的方式个别通知，邮件将发送到提交作品时填写的邮箱。

类别概要

AD STARS 领域参赛作品类别共由 18 个类别构成。

子类别指南

AD STARS 领域的子类别请参考以下材料：

子类别 A 是种类，分为产品&服务类别 (Sectors)。而子类别 B、C、D...则是媒体之分。**产品&服务子类别的参赛作品，每个业种只能提交一次。但提交产品&服务子类别 (A) 的所有参赛作品依据媒体特点，参赛作品可重复提交到子类别 (B、C、D...)**。

例如：OUTDOOR Category

3. Outdoor

A. Sectors

A01. Foods

A02. Drinks (Alcoholic & Non-Alcoholic)

A03. Cosmetic / Beauty / Clothing / Footwear and Accessories

A04. Pharmaceutical / Toiletries

A05. Furniture / Household

A06. Vehicles

A07. Electronics / IT / Office Equipments / Home Electronics & Audio-Visual
/ Business Equipment & Services

A08. Finance / Services / Entertainment & Leisure / Travel / Restaurants
/ Commercial Public Services / Pets

A09. Distribution / Publication

A10. Corporate /Institution

A11. Not-for-Profit / Charity / Government

B. Ambient

C. Outdoor Craft

例如：A 是汽车广告作品，该作品可提交到类别 A. Sectors 的交通工具类别及 C. 户外广告制作类别，但在类别 A. Sectors 业种中，参赛者仅可在 11 个类别中选择其中的一个类别。

Diverse Insights, Place Brand 类别由于范畴的特性，没有产品及服务类系列。

具体内容

参赛作品类别及子类别如下：

子类别的详细说明，也请参考官网。

1. 影视 (Film)

影视广告是指传统的电视广告、电影广告及网络广告（包括 Pre-roll ads）。评审委员将评选出富有创意，且具备卓越执行力的作品，达到与品牌之间强而有力的协同效应和广告目标。

A. Sectors (行业)

***Sectors 包括以下 11 个类别，11 个类别与 Sectors 的子类别一致。**

子类别
A01. 食品 (Foods) 肉类、鱼类、海鲜、汤类、熟食、果蔬、大米、意大利面、披萨、酱汁、蛋黄酱、醋、油、香料、香草、预加工食品、婴儿食品&奶粉、奶油、黄油、奶酪、鸡蛋、人造奶油&涂抹式、巧克力、糖果、口香糖、薯片、快餐、坚果类、巧克力棒、蛋糕、饼干、苏打饼干、糖、果酱、蜂蜜、花生酱、糖浆、面包、燕麦面包、面粉、制作面包材料、燕麦片、酸奶&液体酸奶、甜点、冰淇淋
A02. 饮品 (含酒精&无酒精) Drinks (Alcoholic & Non-Alcoholic) 啤酒（包括无酒精啤酒）、雪碧、拉格啤酒、软饮料、红酒、香槟、加强型葡萄酒、蒸馏酒、利口酒、咖啡、茶、巧克力饮料&麦芽饮料、无碳酸饮料&碳酸饮料、果汁&蔬菜汁、矿泉水、加味牛奶
A03. 化妆品/美容/服装/鞋和饰品 Cosmetic / Beauty / Clothing / Footwear and Accessories

爽肤水、乳液、洗浴用品、化妆、护肤品&护甲用品、香水、香露&须后水、体香剂&香体喷雾、洗发露&护发素、发胶、发用凝胶、摩丝、染发剂、香皂、淋浴&洗浴用品、防晒霜、日晒产品、吹风机、直板夹、卷发器;衣服、针织衫、内衣、紧身衣&长筒袜、鞋、运动服、衣用纺织品&缝纫材料、珠宝类、手表、行李包、手提包、时尚用品&设计师、太阳镜&镜架、礼品&问候卡片、笔和个人办公用品

A04. 医用品/卫生用品 Pharmaceutical / Toiletries

普通药品&药片、处方药、维他命&中药治疗方剂、减肥辅助剂&产品、防虫剂、创可贴、皮肤病药品、防脱发乳液、避孕套、验孕棒、其他药品、隐形眼睛、助听器;牙膏、牙刷、空腔清洁剂、卫生纸、棉栓、一次性抹布、湿巾、尿布、剃须刀&剃须用品、卷发梳、梳子、假发、脱毛用品、烟&相关用品

A05. 家具/家庭用品 Furniture / Household

室内用&庭院用家具、洗衣机、烘干机、洗碗机、冰箱、厨具、微波炉、厨房用品、家用电器&食具、玻璃制品、床&餐桌用亚麻布、浴室产品、淋浴&马桶、房屋装修&建筑用品、墙&地纸、门&窗、取暖器材、空调、灯、表、安保产品、感烟探测器、工具、庭院工具、器械类&产品;洗衣液、纤维柔顺剂、洗洁精、清洁用品、空气清新剂、杀虫剂、箔纸、保鲜膜&食品包装、灯泡、电池（不包括汽车电池）、粘合剂、肥料、鞋油、厨房纸巾、光泽剂&木材保护剂、油漆

A06. 汽车 Vehicles

吉普车&包括四轮驱动汽车、汽车用品&服务、敞篷货车、有盖小货车、大型货车、轻便型摩托车、轮胎、备用零件、包括车用音响等饰品、加油站、燃气、汽油、故障&修理中心、汽车销售&分期付款&租赁服务

A07. 电子/IT/办公设备/家用电器/AV机/商务设备&服务

Electronics / IT/ Office Equipment / Home Electronics & Audio-Visual / Business Equipment & Services

电视机、录像机、组合音响&录像带、照相机、摄像机、胶卷、音响、随身听、CD机&迷你光碟、MP3、家用电脑、DVD机、手机&传呼机和个人通讯设备、双筒望远镜

(※请注意,提供手机服务的公司需向“商业公共服务”部门提交产品。)

B2B 服务、就业服务公司、商用电脑&软件、复印机、传真、商务电话设备、办公室家具&文具、办公室清洁服务、送货服务、广告代理公司&制片厂、广告使用、网页设计、各类会议和比赛、证券公司

A08. 金融/服务/演艺&休闲/旅行/餐厅/商业公共服务/宠物

Finance / Services / Entertainment & Leisure / Travel / Restaurants / Commercial Public Services / Pets

银行、房屋信贷互助会、信用卡、活期存款&定期储蓄、抵押&贷款、投资公司、个人保险&健康保险&建筑物保险、汽车保险、养老金&退休金、房地产投资、休闲&主题公园、体育馆、健康&减肥俱乐部、运动会、音乐盛典、管弦乐&乐器、展览会&演出、夜总

<p>会、酒吧、博物馆、画廊、电影院&剧场、体育&户外设备、自行车、轮船&房车、玩具、棋牌游戏、电脑游戏、PS 游戏机、x-box、便携式游戏机、彩票、赌博、高尔夫&乡村俱乐部、成人玩具、约会中介服务、航空公司&火车&公共汽车公司、渡轮&邮轮、旅行社、旅游局、酒店、度假村、城市&宣传国家、租赁汽车服务、观光通行证、快餐餐厅、连锁餐厅、咖啡厅、通讯服务、互联网服务供应商、电缆&卫星电视供应商、VOD 供应商、电话簿、通信录、邮政服务、电、天然气、电力&自来水公司、私人健康管理&诊所、私立学校&大学、私人服务（例如：法律&建筑&园林管理服务）、宠物用品（饲料、护理用品等）</p>
<p>A09. 流通/出版 Distribution / Publication</p> <p>报纸、杂志、图书、唱片、CD&DVD、电视台&广播电视台、网络&节目、播放赞助；百货商店&专卖店、服装&鞋店、商店信用卡、超市、DIY 商店、药店、眼镜店、发廊、美容院、洗衣房、房屋中介、打印社、电视&广播&其他租赁公司、邮售公司&目录、网店和拍卖</p>
<p>A10. 企业/机构 Corporate / Institution</p> <p>无基本特定产品的企业形象、会议&活动赞助、圣诞祝福语、企业合并&上市股票&转让</p>
<p>A11. 非盈利/慈善/政府 Not-for-Profit / Charity / Government</p> <p>政府机关，公共新闻，其它非盈利，军队，捐赠等</p>

B. Film Craft

演出场景、广告词、编辑、背景音乐等的利用。无论主题、产品、独特性和创意性如何，如果某一部影片提供了一种令人愉悦而又有趣的体验，这部作品在产品及服务部门没有获得奖项，在其他大的领域也有可以获得奖项。

参赛作品应具有以下所列的技术完成程度：

- B01. Art direction / Production Design
- B02. Direction
- B03. Achievement in Production
- B04. Cinematography
- B05. Editing
- B06. Script
- B07. Use of Music
- B08. Sound Design
- B09. Visual Effects
- B10. Animation

2. 印刷类 (Print)

印刷广告是指刊登在报纸、杂志、期刊等印刷媒体上的广告。印刷类别评审委员将根据作品丰富的创意性进行评审。

A. 行业 (Sectors)

B. 印刷技术 (Print Craft)

评审委员们将对印刷产品类广告在技术性执行过程中所体现出来的技术完成度进行评审及授奖。对评审委员来说，与客户或品牌相关的创意思法(这方面通常是广告的必要部分，且不能被忽视)

印刷领域的参赛作品应具有以下所列的技术完成程度：

B01. Art Direction

B02. Copywriting

B03. Illustration

B04. Photography

B05. Typography

3. 户外 (Outdoor)

户外广告是指在 Out-of-Home 中设置的广告牌和招贴广告。户外类别的奖颁范围是在室外 Out-of-Home 中的广告与传播交流活动。评审委员将通过传统形式(广告牌、海报)和新潮形式(异型广告、用于周围环境的非标准形式广告)两个形式来审评参赛作品对消费者的吸引力程度。

A. 行业 (Sectors)

B. 异性 广告 (Ambient、非标准形式的户外广告) 该类别包括以下分类：

B01. Non-Standard Indoor Advertising

B02. Small Scale Special Solutions

B03. Special Build

B04. Live Advertising and Events

B05. Transit

B06. Interactive Outdoor Experience

B07. Digital Screen

B08. Non-Formatted Digital Outdoor

C. Outdoor Craft

评审委员们将对该类别广告在技术性执行过程中所体现出来的技术完成度进行评审及授奖。对评审委来说，与客户或品牌相关的创意思法(这方面通常是广告的必要部分，且不能被忽视)

C01. Art Direction

C02. Copywriting

C03. Illustration

C04. Photography

C05. Typography

4. 广播 (Radio & Audio)

广播广告是指通过广播电视台和在线广播平台向大众传播的传统广告。

A. 行业 (Sectors)

B. 广播技术 (Radio & Audio Craft)

评审委员们将对该类别在执行过程中所体现出来的广播广告技术完成度进行评审及授奖。这可能从编剧及表演的质量、使用音乐或音效设计的熟练程度及广播媒介的使用。

B01. Music / Sound Design

B02. Scriptwriting

B03. Active Performance

B04. Use of Radio as a Medium

5. 设计 (Design)

设计是传播和体验的辅助工具，传达品牌精神和产品信息，评审委员将对使用卓越设计的作品进行颁奖。

A. 行业 (Sectors)

B. 通讯设计 (Communication Design)

B01. Posters

B02. Stationery

B03. Publications (Digital Brochures, Editorial Designs, eBook)

B04. Self-Promotion (POS, Consumer Touchpoints, In-store Digital Signage and Designs, Flyers, Tickets, Invitations, Postcards, Calendars, Christmas and Other Greeting Cards)

B05. Promotional Items (Retail Environment and Experience, Live Events, Exhibition and Experience)

B06. Digital Design (Data-Visualization, Digital Installations and Events, UX, UI and Journey Designs)

B07. Packaging

B08. Typography

6. 交互式 (Interactive)

互动广告的定义包括在线品牌、数字和技术交流。此类别的参赛作品要求制作方完美表达出作品内在的想法、技术、创意性，并证明他们的目标对象如何增强了品牌价值，从而提高企业的销售量和品牌认知度。

A. Sectors

B. Use of Interactive

B01. Use of Web Platforms

网站、microsite、web 服务、程序应用

B02. Online Ad

以收费方式在网上发布的个人作品(横幅、富媒体等)

B03. Web Campaigns

以收费方式在网上发布的个人作品(横幅、富媒体等)

B04. Social

这是为 SNS 制作的社交媒体数字作品。该作品根据在线上网站上面受到的评价而进行评审。热度、社会影响力、商业上取得的成效，将由利用社交网络及相关活动进行说明。

B05. Other Interactive Works (games/Branded Tech)

* 游戏:为某个品牌创建的游戏(不适用于不是为某个品牌创建的游戏)通过某个网站来访问,用户能够通过点击 URL 获得游戏访问权。

* 品牌技术:为了提高品牌的价值而开发并用于提高品牌价值的技术或品牌解决方案。在产品 and 消费者之间创造出品牌价值的同时,可以提高用户的行为方式或生活方式质量的网络数字服务或工具。在此基础上(例:可下载的应用程序或网络游戏、数字签名、屏幕保护程序、日历、记事本等)

C. 交互式技术 (Interactive Craft)

- C01. User Experience (UX)
- C02. Site Optimization
- C03. Omni Channel Interaction
- C04. Cross Device Interaction
- C05. Use of Social Data
- C06. Interactive Technology
- C07. Innovative Use of Technology

7. 移动 (Mobile)

移动广告是指在移动设备、应用程序、移动网络中呈现的创意作品。

A. Sectors

B. Use of Mobile

- B01. Use of Mobile Websites
为移动设备开发的网站。
- B02. Mobile Applications / Mobile Games
 - * 为移动设备开发的网站。
 - * 手游:可以在移动设备上播放或专门为移动设备设计的相关品牌游戏。
- B03. Social for Mobile
具有创造性的移动社交及使用移动设备的社区网站应用程序的解决方案
- B04. Mobile Advertising
为移动端设计和播放的横幅及其他富媒体

C. Mobile Craft

审查员将从移动端领域的作品的设计、技术执行过程中展现出的技术完成度, 移动端设计及界面的质量、导航系统及用户的体验、移动端网站/应用程序等进行评估。

- C01. User Experience (UX)
- C02. Activation by Location
- C03. Augmented Mobile Experience
- C04. Virtual Reality Experience
- C05. Networked / Connected Mobile Technology
- C06. Wearable Technology
- C07. Innovative Use of Technology

8. 数据新视角 (Data Insights)

将从产品及方案成熟度、平台能力、应用程序、创新能力等多方面进行评审，参赛者须展示如何利用数据的连接性，挖掘数据间的关系，激发大数据的真正价值。包括从客户、信息、渠道、未来潜力等多个维度展示数据技术所做出的贡献。

A. Sectors

B. Use of Data

B01. Data-Driven Targeting

数据的收集能更有效地实现目标的完成。例如，通过使用数据的战略及见解，展现如何利用数据来提高市场中的品牌定位并达成品牌信息的目标。在这一类别中提报者须通过品牌营销等多个方面，降低成本或从收入中获益。

B02. Data Visualization

数据可视化是指将数据以视觉形式来呈现，通过一个合乎逻辑的、易于理解的方式，如使用图表、图形和设计元素，以帮助消费者更容易的解释趋势和统计复杂数据。数据可视化可以是静态的或交互的。包括网络动态、静态、对话型、实时信息画面及线下视觉化等。

B03. Data Storytelling

通过使用各种数据创造强大的品牌信息进而推动消费者的参与。重要的是要说明是如何使用数据反映强有力的广告信息及品牌故事。

B04. Data Technology

将从产品及方案成熟度、平台能力、应用程序、创新能力等多方面进行评审，参赛者须展示如何利用数据的连接性，挖掘数据间的关系，激发大数据的真正价值。包括从客户、信息、渠道、未来潜力等多个维度展示数据技术所做出的贡献。

B05. Data Integration

数据集成就是将若干个分散的数据源中的数据，逻辑地或物理地集成到一个统一的数据集合中，创建一个高度集成且有效的广告。

B06. Social Data

社会化数据类别通过结合人为的过滤和从头开始构建的分析引擎，利用数据和元数据来建立与消费者和社区的目标关系。例如，参赛者须展示如何利用社会化数据来获得有意义的品牌见解，提高销售及品牌知名度。

B07. Innovative Use of Technology

社会化数据类别通过结合人为的过滤和从头开始构建的分析引擎，利用数据和元数据来建立与受众和社区的目标关系。例如，参赛者须展示如何利用社会化数据来获得有意义的品牌见解，提高销售及品牌知名度。

9. 社会&影响者 (Social & Influencer)

为奖励具有影响力的营销解决方案，以及利用社交平台及网络等有效推动品牌的社会影响力。参赛者须展示如何在创意基础上，通过使用社交网络、平台、品牌宣传大使等带来品牌在商业上的成功。

A. Sectors

B. Social Insight & Engagement

B01. Community Building & Management

社交网络平台的建立与管理。审查员们不仅要对活跃用户及非活跃用户进行针对性的对话及沟通考核，也会考虑社会群体参与社交网络的程度。

B02. Audience Targeting / Engagement Strategies

通过对用户行为数据的分析，找出潜在目标客群，为节省广告成本，提高广告效果，并证明其为最成功的消费者参与案例。受众参与方式及程度将作为审查标准，参赛者须证明与其相关的任何一个媒体频道中受众“与品牌共度的时间”、“与品牌互动的次数”以及“下载次数”等。

B03. Real-time Response

通过使用社交平台即时及有意义的方式回应各种世界性的事件、官方事件及其他实时活动，促进社会的共享和参与。

B04. Social Data & Insight

通过社交平台及社交用户数据的收集和分析，提高对受众的了解。从社交媒体到电子商务，该类别为纪念具有真实数据和网站活动，通过获得的结果来证明这一数据的最佳使用方法。审查委员将会考虑 AOV(平均订购价格)的增加、CPA(按广告投放实际效果，即按回应的有效问卷或定单来计费)、CPC(以每点击一次计费)的减少等数据作为评审标准。

B05. Social Customer Strategy

包括客户为中心的社交活动，旨在支持品牌的客户服务和在线体验。

B06. Brand Storytelling

通过特别的品牌及消费者案例，旨在引导特定对象顾客参与有意义的社会活动的广告。

B07. Livestream

该类别包括利用品牌社交平台实时发送视频的现场活动

10. 公共关系 (PR)

PR 是指通过构建个人、企业、组织与大众之间的信任和理解，形成声誉管理，并创新使用名誉管理。PR 类别要求获奖作品是既新颖又有创意的 PR 活动、在品牌/组织活动中促进消费者踊跃参加的同时并证明其具备最优秀水平的战略性计划、创意、经营业绩的方案与策略

A. 行业 (Sectors)

B. 实践&专业 (Practices & Specialism)

B01. Corporate Reputation & Communication

B02. Corporate Responsibility

B03. Public Affairs & Lobbying

B04. Crisis Communications & Issue Management

B05. Media Relations

B06. Events & Experiential (PR campaign that use an event or stunt)

B07. Celebrity Endorsement

B08. Sponsorship

B09. Launch or Re-launch

B10. Brand Voice (incl. strategic storytelling)

11. 品牌体验与激活 (Brand Experience & Activation)

是为带动大众即刻行动的一种活动，也可以是为销售一个产品或服务而提出的建议。这里包括样品提供、共同推广、比赛、活动、商场内广告、展览、以及其他数字媒体的宣传工具。

A. Sectors

B. Use of Brand Experience & Activation

B01. Use of Promotional Stunts / Live Advertising / Live Shows / Concerts / Festivals

B02. Use of Exhibitions and Installations

(例如:自动售卖机、互动数码活动、数码装置、地面图像、交通广告)

B03. Use of Merchandising / In-Store Marketing

(例如:展览品、售点材料、货架/店面设计、促销包装)

B04. Use of Broadcast in a Promotional Campaign

(例如:电影、电视和广播)

B05. Use of Print or Standard Outdoor in a Promotional Campaign

(例如:报纸、杂志、行业期刊、广告牌、户外横幅)

B06. Use of Digital in a Promotional Campaign

(例如:网站、微网站、搜索引擎营销、病毒营销、横幅广告、电子邮件营销、Digital POS、电子游戏)

B07. Other Digital Solutions in a Promotional Campaign

(例如:手机广告、二维码、品牌内容、蓝牙、MMS、SMS、PDG、GPS、MP3 播放器、游戏和应用、小部件、屏幕图表和其他移动通信、数字装置)

B08. Use of Social in a Promotional Campaign

(例如:利用社交平台与消费者建立关系的促销活动)

12. 直接 (Direct)

直接广告是指一方面以特定目标群体为对象，建立并维持与他们的关系，另一方面设计直接通信，使大众产生特定反应或引发他们特定的行动。此类别的获奖作品不仅要包括反应机制（优惠券、电话号码等），还要发挥引发大众行动的直接效果，获得可衡量的反应。

A. Sectors

B. Use of Direct Marketing

B01. Mailings

B02. Ambient Media

(例如:奖品、赠品、印刷宣传品、Direct Response stunts、Street teams、Direct Response Events 等强调广告的发布环境或者直接从发布环境入手进行广告创作的环境媒体)

B03. Use of Digital in a Direct Marketing Campaign

(例如:网站、微网站、搜索引擎营销、病毒营销、横幅广告、电子邮件营销、Digital POS、视频游戏、移动广告、二维码、品牌内容、蓝牙、MMS、SMS、PDA、GPS、Tablet、MP3、游戏和应用程序、小部件、屏幕图表、数字装置)

B04. Use of social in a direct marketing campaign.

13. 媒体 (Media)

媒体类别是指媒体的创新应用，以及媒体如何展示对目标市场的正确理解，通过多个渠道实施创意型战略，并且以扩商务成果，达到成功的目标。

A. Sectors

B. Use of Media

B01. Use of Screens

B02. Use of Print in a Media Campaign

B03. Use of Outdoor in a Media Campaign

B04. Use of Ambient Media

B05. Use of Special Events and Stunt/Live Advertising

B06. Use of Digital in a Media Campaign

B07. Use of Social in a Media Campaign

B08. Use of Mobile Devices

#14. 整合 (Integrated(付费))

联合广告是指综合多样化平台而上映的广告。联合广告通过运用一个创意，尽可能的发挥其潜力，从而增加目标群体接触品牌的每个瞬间，对该品牌的期待感。联合广告需至少是应用两个平台的广告，方可参赛。

A. Sectors

* 付费参赛方法详情请参考第 31 页。

#15. 创新 (Innovation(付费))

革新是指品牌、技术和创意，以新的方式与客户沟通，也是指本身就具备突破性的技术和创新。此类别的参赛作品需证明一个新的创意。对于已存在的创意/概念，不符合参赛条件。参赛作品需明确展现并证明其技术。

A. Sectors

* 付费参赛方法详情请参考 31 页。

16. 不同见解 (Diverse Insights)

在“Sharing Diverse insights (分享不同见解)”的口号下, AD STARS 尊重有各国文化差异和背景的多样性广告构想。AD STARS 是为尊重和鼓励多元文化特征广告而开设的类别。

在 Diverse Insight (不同见解) 类别中, 评审委员将选出使用目标大众独特地域文化特征的广告。如其他类别的参赛作品是基于对独特地域文化特征的见解, 那么该参赛作品也可以参加此类别。Diverse Insights (不同见解) 类别中所属分类

17. 区域品牌 (Place Brand)

AD STARS 是为挖掘一个国家或城市在发展品牌化时, 获得优秀传播成果的先进案例, 为此开设了 Place Brand 类别。国家、城市、省份的品牌可以参与此类别。此类别包括与国家、城市、省份相关联的活动、旅游、庆典等。

A. National Brands

国家品牌相关的庆典活动及旅游的广告宣传、营销和推广活动。

B. City Brands (including province)

城市品牌 (包括省份) 相关的广告宣传、推广活动及与城市有关的旅游活动。

18. 创意电子商务 (Creative eCommerce)

颁奖给创意电子商务, 结算解决方案, 独特创新的作品, 评委对客户的革新和优化如何让消费者参与和引导商业成功的作品做出评审

A. Sectors

VIDEO STARS 参赛作品类别

概要

品牌视频内容已经不再只属于创新者和先行者的领域。越来越多的品牌为了达到营销目标，制作娱乐性和吸引眼球的品牌视频。越来越多的创作者以客户为目标，制作具有创意的原创品牌视频内容。通过开设视频之星，选拔最具独创性的视频内容。

在 4 个子类别中，视频类 1-3 个子类别并不是相互排斥的。因此，任何具有两个或多个目的的视频都可能适用多个类别。因此一个作品可提报多个子类别。评委团将对每个子类别进行评审，因此一个作品可能会在两个或更多的子类别中获得奖项。

类别

参赛作品类别如下：

1. Branded Information Videos

此类品牌视频是为提供关于品牌、产品、服务、企业信息的视频。它包括多种形式，例如针对新产品上市的品牌视频、以宣传为目的的品牌视频、直接营销视频、商场内视频、以及以雇佣为目的的视频等。

2. Branded Entertainment Videos

此类别是指利用其他娱乐内容或包含娱乐内容的综合品牌视频。包括使用话剧、纪录片、连续剧、音乐视频、游戏、电影等制作的视频。

- A. Music Videos
 - A01. Music Video in Creativity
 - A02. Music Video in Craft
- B. Games
- C. Movies
- D. Broadcast
- E. Others

3. Branded Viral Videos

以网上共享及网上用户的分布作为主要意图的品牌视频。这个类别不限格式及媒体，可接受任何类型的视频。它包括网络视频、移动视频、藤视频（超短篇视频俱乐部）、以及向大众共享作为目的而制作的视频等

4. Non Branded Videos

非品牌视频是指那些没有推广品牌的视频。它是以普通客户为对象的视频。它包括受一名创作者的启发而产生的构想以及表现力突出的视频。

PSA（公益广告）参赛作品类别

概要

公益广告(PSA)是指含有公共福利主题的公益广告。此类别是包括环境保护、提高人权、教育、卫生等以人类的幸福和企业的社会责任为背景的广告。如果一个广告是以公共福利为基础，那么它可以通过非营利机构、非政府机构、政府以及私人企业来提交参赛作品。

类别

参赛作品类别如下：

1. **Green**
可以提报关于环境的广告
2. **Human Rights**
可以提报关于人权的广告
3. **Education**
可以提报关于教育的广告
4. **Healthcare**
可以提报有关公共医疗健康和安全的广告
5. **Gender Equality**
可以提报关于性别平等的广告

6. Peace & Justice

可以提报关于正义、和平、拥抱社会的广告

7. Partnerships

可以提报通过全球伙伴关系刺激经济发展的广告
(例如：财政援助、搜救等)

8. Others

任何有关公共利益的广告均可提报。

(任何不符合 1~7 为主题的广告都可以直接通过类别 8 进行提报)

PIVOT 特别类别

概要和类别

为了应对危机（包含 COVID-19 pandemic 所有危机），在维持品牌核心价值的同时，灵活转换的战略，谋求品牌形象的增长，或为社会及搞活经济做出贡献的活动。

BRAND PIVOT 象征企业方向及战略的改变，即商业和品牌的想法变化。这是最能体现危机中的创意和广告功能的类别，包含了从新的角度看待变化情况的新战略。

A. Sectors

评审方法

品牌视频专家等组成。评审委员由全球各领域营销传播的广告主、广告公司的策划及制作、数字专家、PR 专家、媒体专家、

AD STARS 尊重文化圈的多样性，评委团无指定的国家或文化圈，按照各洲、各国进行安排。一切评审分数均透明公正、公平。

评审委员先浏览参赛申请书再对作品 (Creative Material) 进行评审。

评审委员弃权：每一位评委都将对自己公司作品和相关作品无条件弃权。除此之外，评委在特定类别中也可能需执行弃权制度。

例如，汽车领域的评委对存在竞争关系的其他汽车作品，不能参与评审。

参赛作品的审查过程将分阶段性。在第一轮线上预选初审中，获得较高分数的作品将入围终审名单，

第一轮线上预选初审获得较高分数的作品，才可参加第二轮评审。

线上初审团是由全球 200 余名的评审委员组成，线上阅览参赛作品信息和创意资料 Creative Material。评委将根据参赛作品类别按照以下标准对作品进行评分：

影视 (Film) / 印刷 (Print) / 户外 (Outdoor) / 广播 (Radio) / 交互 (Interactive) / 移动 (Mobile) / 设计 (Design) / 影视广告制作 (Film Craft) / 公益广告 (PSA) / 不同见解 (Diverse Insight) / 区域品牌 (Place Brand) 及视频奖 (Video Stars) 类别评审标准：

Idea	40%
Relevance	30%
Execution	30%
Total	100%

整合 (Integrated) / 品牌体验与激活 (Brand Experience & Activation) / 创意电子商务 (Creative eCommerce) / 直接 (Direct) / 公共关系 (PR) / 媒体 (Media) / 创新 (Innovation) / 数据新视角 (Data Insights) / 社会& 影响者 (Social & Influencer) / Pivot 类别评审标准：

Strategic Challenge & Objectives	23.3%
Idea	23.3%
Bringing the Idea to Life	23.3%
Results	30%
Total	100%

评审委员将根据作品得分，评选入围作品。进入第二轮评审的作品（入选率为 10%）。

初审第一轮由全球 200 余名评审委员组成的线上评委按照评审标准进行评审，其中 10% 可以进入终审。终审将汇集全球广告界权威人士，直接对作品进行评审。终审第一轮在线上进行评审，其中 40% 的参赛作品将进入终审第二轮线上评审。

(AD STARS 对终审讨论非常重视，因疫情原因无法线下进行，将以线上讨论方式代替)

年度大奖 / Grand Prix of the Year

初审评委分为 5 组，并对指定作品进行评审。每位评委分别为作品打分，组委会统计作品得分，重新递交到终审评委。评委审核后，评选出各类别大奖、金、银、铜、水晶奖的获奖作品。评选由评委进行讨论和投票后最终决定。但是相同作品不能在相同类别里获得两个大奖或获得两个金奖（Craft 除外），获奖作品数量由评委决定。

各参赛作品类别的获奖作品数量由评审团决定。

获奖作品最终决定后，把各个类别大奖获奖作品汇集在一起，由评委最终评选出两个年度全场大奖（Grand Prix of the Year）。

AD STARS 较重视公益广告，在获得年度大奖（Grand Prix of the Year）两部作品中，再选出一个包含公益性的作品。

年度大奖（Grand Prix of the Year）的作品将获得奖杯及一万美金的奖励。

特别奖 / SPECIAL AWARDS

特别奖获奖作品在参赛作品范围之内，不需另外提交其他作品，特别奖获奖作品是根据获奖结果的总积分或组委会决定。

NETWORK of the Year

本奖项颁发给拥有最多优秀创意系列广告的 Network。统计各获奖作品从入围决赛名单到年度大奖（Grand Prix of the Year）的累计分数，对得分最高的 network 颁发此奖项。

年度最佳广告（代理）公司 / AGENCY of the Year

本奖项颁发给制作最多优秀创意系列广告的广告（代理）公司。统计各获奖作品从入围决赛名单到

年度大奖（Grand Prix of the Year）的累计分数，对得分最高的广告（代理）公司颁发此奖项。

年度最佳广告主 / ADVERTISER of the Year

本奖项颁发给过去三年间制作最多优秀创意系列广告的广告主。过去三年间统计各获奖作品从水晶奖到年度大奖（Grand Prix of the Year）的累计分数，对得分最高的广告主颁发此奖项。

年度最佳制作公司 / Production Company of the Year

这个奖颁给制作过很多优秀活动的制作公司，通过在 Film/Print/Outdoor Craft 获奖作品中从水晶到年度大奖的分数累计，分数最高的制作公司获得。

统计本年度获奖累计积分方法

年度大奖 (Grand Prix of the Year) -7 分

大奖- 6 分

金奖- 5 分

银奖- 4 分

铜奖- 3 分

水晶奖-2 分

最终名单-1 分 (NETWORK/AGENCY 奖 累计符合)

AD STARS 国际名誉奖 / AD STARS International Honorary Awards

釜山国际广告节于 2010 年第一次设立此奖项。对通过广告界各种革新成果与研究, 广泛传播文化、社会活动的集体或个人颁发奖项。此奖项是为促进今后国际性广告活动与广告研究的同时, 为维护世界和平、提高人类生活文化做贡献。

获奖者不分国家、种族、宗教、企业等, 任何对广告界做出贡献的个人或集体都有机会获奖。

* 非专业类别颁奖制度有所不同, 具体内容请参考官网

INNO STARS 创新奖

釜山国际广告节于 2017 年第一次设立此奖项。在全球国际广告大咖的协同下开展新版块“釜山国际广告节创新奖”，2018 年正式更名为“INNO STARS”征集表彰全球优秀企业、市场营销为创新核心企业、广告主、广告公司、平台、媒体、内容等，获奖者不分国家、种族、宗教、企业等，任何对广告界及市场营销领域做出贡献的个人或集体都有机会获奖。

提交作品及作品规则

下方表格为各提交作品类别简要介绍，请按照各类别要求提交作品。具体提交作品规定请参考官网。所提交作品须填写英文（或英文字幕）。

Category	Compulsory Creative Material	Supporting Creative Material	Remarks
Film	Original ad with English subtitle (if necessary)	Case film(Film Craft) Short case film	*Submission Format Film : .MOV or MP4 Image : JPG Radio : MP3 *Length Film : Max 3 min Case film : Max 3min Short case film : Max 45 sec(for screening at the awards ceremony) Entrants can submit documents to provide additional Information on entries
Print	Digital image		
Outdoor	Digital image or Case film	Case film	
Radio & Audio	MP3 files(Max 3min) Written Script(English)	English Version MP3(for non-English ads) Case film(for explaining craft)	
Design	Digital presentation board	Case film Design Sample Short case film	
Interactive	URL or Demo URL/site/game (if submission is no longer live) Digital presentation board	Case film	
Mobile	Mobile URL Digital presentation board or Case film	Additional URL Short case film	

Data Insights	Digital presentation board or Case film	Short case film	
Social & Influencer	Digital presentation board or Case film	URL Short case film	
PR	Digital presentation board or Case film	Campaign samples Short case film	
Brand Experience & Activation	Digital presentation board or Case film	Campaign samples Short case film	
Direct	Digital presentation board or Case film	Campaign samples Short case film	
Media	Digital presentation board or Case film	Campaign samples Case film Short case film	
Integrated	Case film(contains more than 2 different channels)	Campaign samples Short case film	
Innovation	Case film	Short case film	
Diverse Insights	Film or Digital Image	Case film Short case film	
Place Brand	Film or Digital Image	Case film Short case film	
Creative eCommerce	Digital presentation board or Case film	Campaign samples Short case film	
PSA	Film or Digital Image	Case film Short case film	
VIDEO STARS	Film	Case film Short case film	
Pivot	Digital presentation board or Case film	Campaign samples Short case film	

制作团体名单/奖杯和证书/规则

制作团队名单

提交广告作品时，可注明所有合作伙伴和参赛者的制作团队。制作团队不仅包括广告主，还包括所有合作公司，例如综合性广告公司、媒体、数字、推广、PR、活动、媒体平台、研究公司、制作、视频制作，请参赛者慎重标注。

请准确注明所有广告主与代理公司的名称，确认合作公司负责人。作品在评审中、评审前不予更改制作团队名单。

未注明或注明错误需更改时，需支付 10 万韩币行政费。提交作品时，请正确注明制作团体名单。广告节结束后，只能更改经组委会认证的制作团体名单。

奖杯和证书

AD STARS 向每一位获得年度大奖（Grand Prix of the Year）、大奖（Grand Prix）、金奖的获奖者各颁发一个奖杯。

AD STARS 在颁奖典礼上向获奖作品公司颁发奖杯，若获奖公司未到现场，在活动结束后，则需购买奖杯，运费自付（即，各个公司支付）。

银奖、铜奖、水晶奖获奖者可在官网额外购买奖杯或证书。

规则

- AD STARS 可用很多方式进行提交介绍，版权归 AD STARS 所有。
- 提交的作品需原版或具备可参赛权。
- 音乐/广告词/肖像权或其他著作权许可必须事前确认并所有，发生纷争时需向釜山国际广告节提供相关证据。出品人负责获得许可。
- 广告制作/出品/使用及其他所有费用由出品人负责；釜山国际广告节概不承担。
- 釜山国际广告节会要求提供作品实际执行时间证明材料，出品人需在 15 日内提交。
- 参赛者提交的作品和所有相关资料属 AD STARS 所有，概不退还。
- AD STARS 拥有参赛作品示和放映权利的权利，对此参赛者不得要求 AD STARS 支付费用。

- 参赛者同意并允许组委会为宣传 AD STARS，向公共或个人机构销售或租赁作品。
- 获奖者在为个人宣传，有使用获奖经历的权利。
- 参赛者需经组委会确认，持有参赛作品的法律权利，如若有侵权行为，将承担赔偿责任。
- 为上述目的，参赛者应无偿授予 AD STARS 组委会作品中出现的商标、动漫人物以及其他内容的使用权限。
- AD STARS 组委会拥有作品、照片及副本等著作权。可长期无有效期间进行播放/展示/出版及其它媒体上使用。
- 第三方提交、放映或复制所提交的作品时，AD STARS 组委会享有收取授权费的权利。
- 参赛者对作品中使用的所有音乐应获得相关使用许可或能够对此作出证明。
- 参赛者为授权人，在 AD STARS 使用许可和公开作品时，不能影响作品或产生追加费用。
- 参赛者应可公证向 AD STARS 提交的作品相关的所有使用权利许可。
- 参赛者在展览期间不得对为上述目的而进行的一切活动索取费用，AD STARS 视参赛者同意这一点。
- 所有参赛作品以及与作品相关的信息都将全部公开在 AD STARS 网站和 AD STARS 相关印刷品与宣传材料上。与此相关的信息保密责任，参赛者应负全责。

付费参赛

参赛费用支付

仅 Integrated/Innovation（专业广告人）类别为付费参赛。

各参赛作品仅允许有一个作品提报公司。作品提报公司需支付参赛费，提报作品的公司为相应参赛作品 的唯一联系公司。如作品有多个制作公司，可在制作团体名单中注明。提交作品结束前，请填写好所有 与作品相关的公司。

参赛者需线上提交作品，并支付参赛费用，如未支付参赛费，将无法参赛。

支付参赛费截止日期： 提报作品最终截止日期

付费提报参赛者需线上提交整合（Integrated）类别作品后，选择信用卡或汇款支付参赛费用。当选择汇款支付时，系统将自动发送汇款明细至参赛者邮箱。如支付有任何问题请发送邮件至 info@adstars.org 进行咨询。

参赛作品类别	参赛费
Integrated	100美元
Innovation	100美元

退款

作品提报截止前，可更换参赛作品、修改参赛申请书。支付参赛费后，不予退款。

组委会认为作品因某种原因，不适宜参赛时，但参赛者已成功提交该作品，该作品将不予被评审，在釜山国际广告节结束后进行退款。

提交作品

AD STARS 实行线上提报作品，请登录 AD STARS 官方网站(www.adstars.org) 提交参赛作品。感谢您关注 AD STARS，提交参赛作品！

如您还有其它疑问，请通过以下方式与我们联系：

AD STARS 组委会

904, Centum Sky BIZ, 97, Centum jungang-ro, Haeundae-gu, Busan, Republic of Korea

邮编：48058

Q Q： 321597719

电话：+82- (0) 51-623-5539

传真：+82 (0) 51-623-5529

邮箱：info@adstars.org