

2021 4A创意奖 报奖类别细则

类项	类项定义	类别	子类别	
1 影视广播类	为电视台、电影院、电梯媒体、户外媒体、互联网平台创作的，符合相应媒体规格和时长要求的，并严格遵守媒体相关审核条件的广告影片。 为电台、广播网络平台创作的，符合相应媒体规格和时长要求的，并严格遵守媒体相关审核条件的广播作品。	1 广播类	此项无子类，详见说明	
		2 电视广告/影院影片类	1	0-60秒视频作品
			2	60-300秒视频作品
			3	300秒以上的视频作品
		3 网络视频类（包含微电影）	1	0-60秒视频作品
			2	60-300秒视频作品
			3	300秒以上的视频作品（中长视频&微电影）
		4 其他屏幕类	1	屏幕和活动类-在公共和私人活动(体育活动、节日、展览、贸易展、奖项表演、研讨会及内部演示)上展示的电影
			2	虚拟类-视频和计算机生成的内容，其制作目的为沉浸式体验和/或互动，包括但不限于360度实时摄影或可探索数字模拟环境
		2 设计类	需要展现设计在定义品牌或传达其关键信息时的运用； 以及具有独特视觉分辨率并能够引发消费者品牌认知或理解的作品。	1 品牌建设
2 沟通设计				
3 数字与交互设计				
4 品牌环境与体验设计				
5 包装				
6 产品				
3 平面类	在出版的平面媒体上做的广告，包括报纸、杂志、期刊、单页插入式广告及社论式广告，参赛作品需要展现跃然纸上的创意，体现独创性和杰出的技术。	平面类	此项无子类，详见说明	
4 户外类	在户外执行的环境广告，包括广告牌及海报等。	1 广告牌/街头海报	此项无子类，详见说明	
		2 室内海报		
		3 环境类		
		4 非静态数字屏幕		
5 公关类	在个人、业务、或机构与他们的受众之间建立并保持信任与理解，创造性地运用声誉管理策略。	公关类	此项无子类，详见说明	
6 直效类	包括传统的直效营销，以及所有获得消费者可衡量反应的营销方式。	1 直效	此项无子类，详见说明	
		2 直效营销运用		
		3 数字及社交媒体运用		
		4 策略		

说明：以上类别所有产品品类在合法媒体发布过的广告作品均可参赛

品类包括食品和饮品类（含酒类）、个人用品类、医疗保健类、家庭用品类、生活杂物类、服饰及饰物类、电器类、交通类、网站类、观光旅游类、大众服务类、文教类、金融服务类、公共服务类、企业形象类、IT类、建筑装潢类、通信产品服务类、商业出版类、数字出版类、其它类（无法归入以上类别的特殊产品与服务）

类项	类项定义	类别	子类别
7 品牌娱乐类	为品牌冠以内容的方式做行销，不一定有品牌露出，让人们在欣赏娱乐的同时接受品牌资讯。	品牌娱乐类	1 非虚构影片，包括真人秀，纪录片和其他娱乐节目
			2 最佳音乐运用
			3 最佳体验娱乐营销
			4 最佳互动及社交媒体运用
			5 最佳游戏运用
			6 最佳品牌植入运用
8 创意工艺类	在广告制作、创作工艺上的设计或技术执行方面的突出表现，使作品拥有精良的制作质量。	1 平面工艺类	1 最佳文案
			2 最佳美术指导
			3 最佳插图
			4 最佳摄影
			5 最佳修片/图像合成
			6 最佳字体设计
		2 影视工艺类	1 最佳导演
			2 最佳脚本/文案
			3 最佳美术指导
			4 最佳剪接
			5 最佳摄影
			6 最佳原创音乐
			7 最佳配乐或音效设计
			8 最佳后期制作效果
			9 最佳动画
			10 最佳视觉效果
			11 最佳计算机修片和图像合成
		3 特别工艺类	1 最佳Logo设计
2 最佳包装设计			
3 最佳产品设计			
9 创意整合传播类	以创意为主导，跨平台执行的完全综合类活动。在同一创意概念下使用至少两种不同媒体形式（二个以上五个以下），如影视、平面、广播、户外、及其他线上线下行销模式的广告作品。品牌联合/跨界营销，由多个品牌联合推出的品牌联合营销或跨界营销。	创意整合传播类	

类项	类项定义	类别	子类别
10 互动类	以数字技术，在数字媒体移动设备上进行的广告或广告活动。	1 线下互动	1 展览
			2 活动或演出
			3 体验营销，包括装置体验等
			4 其他互动营销
		2 线上互动	1 最佳网站设计
			2 最佳在线互动游戏运用
			3 最佳在线视频运用（包括抖音、快手等平台短视频）
			4 最佳互动视频运用
			5 最佳病毒广告运用
			6 最佳社交媒体运用
			7 最佳电商营销
			8 最佳用户体验
11 移动类	依附于手机设备、手机软件、和手机网页，并能吸引消费者，达到商业增长的目的案例。	移动	1 创新科技使用（包括定位，用户体验等新型科技营销）
			2 移动设备网站
			3 移动应用程序
			4 最佳H5设计及应用
			5 最佳视频运用（包括抖音、快手等平台短视频）
			6 最佳游戏运用
			7 最佳社交媒体运用
			8 最佳电商运用
			9 最佳数据洞察运用
12 数字工艺类	在数字营销制作、创作工艺上的设计或创新技术执行方面的突出表现，使作品拥有精良的制作质量。	1 声音及图像工艺	1 最佳界面设计（UI）
			2 最佳数字插图
			3 最佳视频或动效
			4 图片设计
			5 最佳音乐或声音运用
			6 最佳字体
		2 功能运用	1 最佳用户体验设计
			2 最佳3D效果运用
			3 最佳科技创新运用
13 创新营销类	具有突破性的创新、技术和解决方案。同时还包括工具、产品、模型、平台和其他形式的广告技术在内的独立技术解决方案，以及利用新技术的创意广告。	创新营销类	

类项	类项定义	类别	子类别	
14 数字整合传播	以数字营销为主导，跨平台执行的完全综合类活动。在同一产品概念下使用至少两种不同媒体形式（二个以上五个以下），如互动、移动设备、及其他线上线下行销模式的广告作品。	数字整合传播		
15 媒介营销	针对企业形象、品牌或产品推广的需求，使用媒介广告形式策划与执行的广告与营销活动。	1 媒体企划类-整合媒体营销	1	整合媒体营销（内容营销、移动媒体整合营销、社会化媒体营销、搜索营销、电商推广服务营销、数据管理营销等）
			2	单一媒体营销（内容营销、移动媒体整合营销、社会化媒体营销、搜索营销、电商推广服务营销、数据管理营销等）
		2 创新媒体类	1	媒体创意
			2	媒体创新
			3	单一媒体活化
16 性别平等类	为改善社会和实现两性平等，保护女性权益、提升女性地位、鼓励女性突破行业准入障碍的创意作品。	性别平等类		
17 公益类	为公益机构或非盈利组织所创作的公益广告，以传播公益理念，吸引更多受众关注或参与其中。为商业品牌所创作的公益广告，超越品牌本身的目的，利用创意沟通来转变文化、创造变革对社会影响的公益作品。	公益类	1	非盈利组织公益广告，为公益机构或非盈利组织所创作的公益广告，以传播公益理念，吸引更多受众关注或参与其中。
			2	品牌主导的公益广告，为商业品牌所创作的公益广告，传播该品牌宣传的公益理念，进而达到传播该品牌的目的。