附件1

2018年全国敬老养老助老公益广告作品创作要求

本次活动征集的作品共分电视类公益广告、广播类公益广告和平面设计类公益广告三种形式。其中，电视类公益广告和广播类公益广告时长原则上不超过60秒；平面设计类公益广告作品尺寸为A1（841×594mm）幅面。相关要求如下：

一、创作要求

设计制作全国敬老养老助老公益广告，要紧扣敬老养老助老主题，凝聚正能量，弘扬新风尚，回应社会各界和广大老年人密切关注的重点、热点和难点问题，贴近大众审美情趣，做到思想性、艺术性和观赏性的有机统一，做到“美起来”、“动起来”、“活起来”。

（一）征集活动要遵守法律法规，创作单位和个人应签署原创承诺，保证对作品拥有完全知识产权，不得抄袭、模仿。

（二）公益广告创作要善于从基层一线以及老年人身边选取题材，情景交融地展示改革所带来的变化，使受众爱听爱看。

（三）提倡风格多样、百花齐放，可将各地民族、文化和地方特色融入到广告中来，可选取实景、动漫、乐曲等多种表现形式，使公益广告易于被不同受众群体接受和喜好。

（四）公益广告创作中可积极探索运用现代科技手段，为广告注入现代气息和时尚元素，运用新颖别致的表现形式吸引人、打动人。

二、技术标准

（一）电视类作品。1.高清：分辨率不得低于1280×720(16：9)或960×720（4：3），码率不得低于8M/秒，格式以MP4等主流高清通用格式为主。2.动画：需转换为相应视频格式后提交，如AVI、MP4等视频格式（高清标准参照第一条）。请勿提交flv等动画格式。

（二）广播类作品。不低于16位，比特率不低于128kbps，采样频率不低于22.05khz，格式应以MP3、WMA等主流音频格式为主。

（三）平面设计类作品。光盘报送作品图片格式为jpg，色彩模式RGB，分辨率300像素/英寸，规格A1（841×594mm）。电子邮件提交格式为jpg，色彩模式RGB，分辨率72像素/英寸,规格A4（297×210mm）。评审组委会确定拟入围作品后，组委会向参评者调取原始数据文件（分层文件或矢量文件等），未按期提供者视为自动放弃入围资格。