**“第20届上海国际大学生广告节”命题策略单**

**独家总冠名 - 纽西之谜 命题策略单**

|  |  |
| --- | --- |
| **作品类型及编号** | A1 品牌命题 |
| **命题单位** | geoskincare/纽西之谜 |
| **官网地址** | www.nzgeoskincare.com.cn |
| **产品名称** | 纽西之谜火山岩泥毛孔紧实面膜 |
| **品牌背景** | 新西兰nzskincare company ltd公司创立于2000年。在新西兰这片纯净土地自然物种中，蕴藏着纯净天然的力量。一直以来，纽西之谜致力于研发真正健康天然的肌肤护理产品，成为自然成分的“伯乐”，更引导和帮助全世界女性，了解这些自然力量对她们的作用。  纽西之谜以“自然修养护肤”为品牌理念，“自然而然，美出强大”为品牌slogan，秉持ORIGIN-N-TECH，即纯净天然的护肤理念，以萃取全球自然精华的天然护肤产品，为全球女性引领纯净自然护肤潮流。  近年来纽西之谜也不断活跃在荧幕上，合作《极限挑战》、《奔跑吧》、《演员请就位2》、《蒙面舞王》等热门综艺；同时也与真人版电影《花木兰》、动画版《天官赐福》等大IP联名合作集中亮相，不断刷新品牌在用户心中的知名度和认可度，持续打造更强品牌声量！ |
| **产品背景** | 产品名称：纽西之谜火山岩泥毛孔紧实面膜  适合肌肤：油性肌肤、混合性肌肤、粉刺暗疮型肌肤、毛孔需要清洁肌肤  核心成分：香橼果水，薰衣草提取物，金缕梅提取物等  功能特色：深层清洁、净化毛孔，敷30 分钟滋润不拔干  产品功效：清洁毛孔、吸附控油、易清洗、改善皮肤状态、细嫩有光泽  使用感受：一抹推开，不拔干不紧绷，清洁力度强 |
| **目标群体** | 油性肌肤、混合性肌肤、粉刺暗疮型肌肤、毛孔需要清洁的人群 |
| **命题主旨** | 纽西之谜火山岩泥毛孔紧实面膜创意大赛 |
| **命题要求**  **阐述**  **(请详细阅读)** | 请根据火山岩泥面膜的产品特点  “深层清洁，久敷不干”  及纽西之谜的品牌理念“自然修养护肤”解读“火山岩泥面膜”对于清洁面膜的全新概念，自由关联纽西之谜“自然而然，美出强大”的品牌slogan。 |
| **创意形式** | 视频作品以.mp4格式提交，文件大小不大于50M，最多2个；  平面设计以.jpg格式提交，单张大小不大于10M，最多10张；  活动创意以.pdf格式提交，文件大小不大于15M，最多1个； |
| **作品要素** | 参赛作品中提到纽西之谜“自然而然，美出强大”的slogan最佳  巧妙露出纽西之谜火山岩泥毛孔紧实面膜产品更佳。  （素材可从命题单位提供的素材包中下载） |

作品上传网址：[www.shuad.net](http://www.shuad.net)

\*注：所有参赛作品必须为原创，若有抄袭现象，由参赛选手自行负责，大赛组委会有权取消其参赛资格。提交作品时，须同时提交一幅.jpg格式的封面文件，该封面文件不得透露个人、学校等与参赛者相关的信息。封面文件大小≤2MB。

**“第20届上海国际大学生广告节”命题策略单**

**独家战略合作品牌 - 瑞琪奥兰 品牌命题策略单**

|  |  |
| --- | --- |
| **作品类型及编号** | A2 品牌命题广告 |
| **命题单位** | 瑞琪奥兰 |
| **官网** | https://www.richorahoney.co.nz/ |
| **品牌背景** | RICHORA瑞琪奥兰品牌，新西兰高奢麦卢卡品牌，专注于麦卢卡成分研究，品牌主张天然健康的蜜式新生活。“瑞琪奥兰，由爱而生”，源自新西兰传奇地热城罗托鲁瓦，东经176度、南纬38度，这里拥有全球珍稀的麦卢卡自然资源，也流传着毛利民族最伟大的爱情故事。 |
| **产品背景** | **产品名称：**瑞琪奥兰麦卢卡蜂蜜UMF10+润喉糖（柠檬薄荷口味）  **产品昵称：**护嗓小蜜丸  **产品代言人：**王一博  **容量：**54g/袋  **质地/颜色：**淡黄色 **本次活动slogan：好一颗“护嗓小蜜丸”**  **主要成分：**UMF10+麦卢卡蜂蜜  **适合人群**：老师，歌手，主持人，主播，配音员，话剧演员的利嗓神器，是健康的戒烟糖，帮助“老烟枪”一族，清新口气，润喉化痰  **产品卖点：**风靡新西兰，孕妇和儿童都能吃的健康多功能“养生糖”  1、牛津大学报告，麦卢卡蜂蜜有止咳效果，比抗生素等药物健康  2、配方升级：核心成分UMF10+麦卢卡蜂蜜，含量比原配方提高1倍，止咳润嗓；  3、0白砂糖、0脂肪、0抗生素，不惧肥胖，戒糖控糖人群食用无负担  4、独立包装，携带方便，以蜜养嗓 |
| **目标群体** | 面向大众年轻人市场 |
| **命题主旨** | 瑞琪奥兰麦卢卡蜂蜜UMF10+润喉糖创意大赛 |
| **命题要求**  **阐述**  **(请详细阅读)** | 请根据瑞琪奥兰麦卢卡蜂蜜润喉糖的产品特点及瑞琪奥兰品牌理念来解读麦卢卡蜂蜜润喉糖对于功能健康零食的全新概念，自由诠释并衍生解释“护嗓小蜜丸”的主旨。 |
| **创意形式** | 视频作品以.mp4格式提交，文件大小不大于50M，最多2个；  平面设计以.jpg格式提交，单张大小不大于10M，最多10张；  活动创意以.pdf格式提交，文件大小不大于15M，最多1个； |
| **作品要素** | 参赛作品中提到：好一颗“护嗓小蜜丸”的slogan最佳，巧妙露出瑞琪奥兰麦卢卡蜂蜜UMF10+润喉糖-“护嗓小蜜丸”产品更佳。 |

作品上传网址：[www.shuad.net](http://www.shuad.net)

\*注：所有参赛作品必须为原创，若有抄袭现象，由参赛选手自行负责，大赛组委会有权取消其参赛资格。提交作品时，须同时提交一幅.jpg格式的封面文件，该封面文件不得透露个人、学校等与参赛者相关的信息。封面文件大小≤2MB。

**“第20届上海国际大学生广告节”命题策略单**

|  |  |
| --- | --- |
| **作品类型及编号** | B1 公益命题 |
| **命题单位** | 上海市市场监督管理局 |
| **官网** | Scjgj.sh.gov.cn |
| **命题背景** | 广告与人们的生活息息相关，广告产业的发展,丰富了社会主义文化的内涵,也让人们的生活变得更加美好灿烂。  数字化在广告领域的深耕蔓延，也赋予了创意更多可能性，品牌策略、内容创新、数据生态、营销场景、整合传播等都在数字广告的赋能下得以颠覆重构。 |
| **目标群体** | 青年大学生群体 |
| **命题主旨** | 广告，让生活更美好 |
| **命题要求**  **阐述** | 以“广告，让生活更美好”为主题，创意角度不限，作品体现新时代下，广告在引导消费、推动创新、促进发展和传播能量的正向作用，为广告行业提振信心，提高广告行业的社会公信力和美誉度，同时加强同学对广告行业的理解与认可。  （方向仅供参考）参赛者可从学习、工作、生活等场景出发，作品中呈现反映广告给品牌、消费者或行业所带来的种种变化，诉说你们眼中的广告面貌；也可创作你们心中能弘扬传递正能量，体现生活美好的广告作品；还可创作发起广告拒绝虚假宣传、拒绝虚假流量等层面的倡议内容。 |
| **创意形式** | 平面设计（含动态海报设计）、视频类、互动类等；  作品应适合数字化主流平台的展示、播放或运行。 |
| **设计要求** | 平面设计以.jpg或.gif格式提交，单张大小不大于10M，最多10张；  视频作品以.mp4格式提交，文件大小不大于50M，最多2个；  互动类PDF、MP4、JPG/PNG三种格式均可，另外需提供H5、MiniSite或二维码等作品互动展示的链接。  （更多详细要求请在大广节官网查询） |

作品上传网址：[www.shuad.net](http://www.shuad.net)

\*注：所有参赛作品必须为原创，若有抄袭现象，由参赛选手自行负责，大赛组委会有权取消其参赛资格。提交作品时，须同时提交一幅.jpg格式的封面文件，该封面文件不得透露个人、学校等与参赛者相关的信息。封面文件大小≤2MB。

**“第20届上海国际大学生广告节”命题策略单**

|  |  |
| --- | --- |
| **作品类型及编号** | B2 公益命题 |
| **命题单位** | 上海市普陀区文化和旅游局 |
| **命题背景** | 苏州河作为上海的母亲河，不仅见证着这座城市的人文底蕴和历史变迁，更成为上海的城市名片和上海人的共同记忆。普陀区是上海中心城区中苏州河岸线最长的区，苏州河流经普陀14公里，留下21公里岸线，勾勒出18道绝美河湾。苏州河普陀段是中国近代民族工业和工人运动的发源地，分布着近现代工业文化遗产、文教建筑、公共建筑、民居建筑等近50处。近年来，普陀区结合苏州河沿岸断点贯通及周边景观提升工程，围绕全力打响“苏河水岸”文旅品牌，保护修缮并活化利用中央造币厂旧址、上海啤酒有限公司旧址、沪西工人半日学校旧址等文物建筑，新建上海少年儿童图书馆新馆、SMG创意视频基地等重大文化设施，积极联动M50创意园、长风公园·长风海洋世界、顾正红纪念馆、苏州河工业文明展示馆、苏宁艺术馆等沿岸文旅资源点位，为上海环球港、长风大悦城、“天安千树”等城市综合体引入文化艺术元素，导入并培育上海国际电影节互联网影视峰会、中国声音大会、苏州河文化艺术节暨上海旅游节“苏河水岸”系列活动、电竞上海全民锦标赛等品牌文旅活动，设计推出彰显水岸特色的微旅行线路，积极打造苏河之冠城市文化生活街区和长风亲子活动体验区，全力打造苏州河世界级“城市文化生活休闲带”。 |
| **目标群体** | 全人群，不限 |
| **命题主旨** | **发掘苏州河百年工业文明，打造苏州河世界级“城市文化生活休闲带”** |
| **命题要求**  **阐述** | 从苏州河百年工业文明历史中采撷创作灵感，以年轻人特有的洞察和创意加持，通过传统和现代、历史与未来的碰撞，赋予苏州河全新的表达方式，展现世界级“城市文化生活休闲带”的独特魅力。 |
| **创意形式** | 创意视频、创意海报、创意书画、创意装置、文创产品设计及其他各类文创作品。作品应展现苏州河独特魅力，具有审美价值、实用价值或社会价值。 |
| **设计要求** | 视频作品以.mp4格式提交，文件大小不大于50M，最多2个；  海报、书画作品以.jpg格式提交，单张大小不小于5M，不大于20M，最多10张；  创意装置、文创产品设计等其他文创作品以.pdf格式提交，文件大小不大于20M，最多1个； |
| **作品要素** | 苏州河相关素材（素材可从命题单位提供的素材包中下载） |

作品上传地址：[www.shuad.net](http://www.shuad.net)

\*注：所有参赛作品必须为原创，若有抄袭现象，由参赛选手自行负责，大赛组委会有权取消其参赛资格。提交作品时，须同时提交一幅.jpg格式的封面文件，该封面文件不得透露个人、学校等与参赛者相关的信息。封面文件大小≤2MB。