



戶外 - 空間小? 到外面打!

參賽資格

在 2019 年 7 月 1 日至 2020 年 10 月 10 日內，於世界各地通過媒體投放的華文廣告，不論以普通話或華語方言如廣東話、閩南話及帶有地方習慣用語表達創意的原創作品，均可報名參加。

(參選過往屆龍璽獎的作品，不可重複投稿)

2020 龍璽創意獎報名投稿時間：7 月 1 日 - 10 月 10 日

若 2020 年 9 月 20 日之後報名投稿將增收報名總額 20% 的特別處理費，請聯繫組委會。

戶外類是嘉獎在室內以外的創意體驗。參賽作品需要展示現場參與的創意。也就是說，利用公共空間來傳達信息或使消費者沈浸在一種品牌體驗中。

參賽類別

<p>A. 廣告牌</p> <p>為標準廣告牌空間（包括路邊、高速公路和公交站邊，地鐵站內外，機場、火車站、輪渡、樓宇等）製作的經典二維幅面作品和靜態數字廣告牌。強烈建議您提供廣告牌的現場照片。對於海報（1200 x 1800 毫米）或更小尺寸的作品，請參賽 B.海報類。</p>	<p>需提交材料</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 電子版平面作品 ● 非裝裱平面（實物）
<p>B. 海報</p> <p>為公共空間製作的印刷物和靜態電子版海報。例如：超市、商場、機場等。強烈建議您提供現場照片。對於面積大於（1200 x 1800 毫米）的作品，請選擇 A.廣告牌。</p>	<p>需提交材料</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 電子版平面作品 ● 非裝裱平面（實物）
<p>C. 非靜態數字屏幕</p> <p>所有標準數字戶外（DOOH）廣告都涉及，使用非靜態數字顯示屏來傳達信息。對於靜態數字廣告牌/海報，請選擇 A.廣告牌或 B.海報。</p>	<p>需提交材料</p>
<p>C01. 動畫數字屏幕</p> <p>DOOH 在戶外環境中使用動態影像/內容或動畫，包括數字廣告牌、海報、交通顯示屏和 LED 顯示屏。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 案例展示視頻 ● 案例展示圖
<p>C02. 交互式數字屏幕</p> <p>DOOH 需要互動和消費者的積極參與，包括數字觸摸屏、互動技術、社交媒體和移動集成。</p>	
<p>C03. 動態數字屏幕</p> <p>DOOH 使用個性化或實時數據或實時通知可更新的内容。參賽作品可以包括但不限於數據驅動的可视化、可更新/響應顯示，有條件内容（例如天氣）和實時更新。</p>	

<p>D. 環境廣告</p> <p>非標準和自由格式的戶外廣告，以非常規方式利用公共空間，物體和環境。此類別不接受為傳統廣告網站設計的工作，如廣告牌/海報。</p>	<p>需提交材料</p>
<p>D01. 屏幕顯示</p> <p>展示的令人信服的內容，包括旨在在戶外環境中產生重要品牌影響的對象和促銷藝術品。在展覽、裝置和店內展示等公共場所可以看到作品。</p>	
<p>D02. 特別構建</p> <p>戶外場地的實物構造和改造，包括建築外牆、街道傢具、環境和大型標牌。可能包括超大型網站、彈出式商店、3D /非標準形狀的網站、票證屏障和地面媒體。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 案例展示視頻 ● 案例展示圖
<p>D03. 現場廣告和活動</p> <p>涉及廣告客戶的活動涉及戶外活動，並由觀眾實時見證。參賽作品可能包括現場表演、示範，品牌音樂會和宣傳活動。</p>	
<p>D04. 互動體驗</p> <p>涉及消費者生活的戶外活動。參賽作品可能包括體驗式營銷、消費者和觀眾參與、實物互動和互動遊戲。</p>	
<p>D05. 戶外交通廣告</p> <p>利用車輛或過境站點/地點的非標準或自由格式廣告。參賽作品可能包括使用汽車、火車、地鐵、公共汽車、出租車、卡車、飛機等，或使用停車場、機場、車站（巴士和火車）、渡輪碼頭、道路和駕駛軌道等過境和通勤廣告站點。</p>	
<p>D06. 浸潤式體驗</p> <p>圍繞和吸引消費者的經驗，將他們運送到新的世界。例如沉浸式故事講述，體驗式營銷，使用具有強大戶外接觸點的移動設備、虛擬和增強現實、可穿戴設備、面部識別、360 度內容、遊戲化和全息圖。</p>	