

2016 年中国广告长城奖-互动创意奖

互动创意奖			
是中国广告长城奖的一类，自 2003 年开始，专注于表彰那些善用数字技术与媒体，创造富有商业价值和用户吸引力的广告创意。			
类别	组别	组别（行业）	详述
在线广告	/	· 汽车 · 消费电子 · 快消 · 其他	根据广告主的广告目标，在网络投放的商业广告，比如 BANNER、通栏、背投、全屏、富媒体、流媒体、信息流、启动画面/开屏/插屏、焦点图广告等。
视频	● 微电影 ● 网剧 ● 病毒视频 ● 网络节目 ● 自媒体原创 ● 其他	/	根据广告主的广告目标，用含有相对完整的故事情节的视频形式所完成的广告创意作品。 · 微电影：时间在 3-15 分钟，故事情节完整的视频。（时长超过 15 分钟，不超过 30 分钟用于网络传播的品牌定制电影，可以纳入此类。）； · 网剧：用超过 2 集或以上的视频，进行完整的故事讲述，单集时长超过 15 分钟； · 病毒视频：限于旨在激发网络分享行为实现快速传播的短视频； · 网络节目：以网络节目方式呈现，方式可以是定制网络节目、冠名或植入网络节目制作等； · 通过自媒体、KOL 等联合出品帮助广告主实现新的内容输出和口碑打造，在内容表现及商业模式上有创新。 · 其他：围绕 TVC 的核心诉求或视频素材，在网络以视频形式进行补充与扩大传播的广告创意作品，或者基于创新的网络视频形式、内容或互动体验等进行的广告创意视频作品。
微型网站	/	· 汽车 · 消费电子 · 快消 · 其他	根据广告主阶段性营销目标，在自有网站或商业网站平台上单独搭建的微型网站（包括但不限于 PC 端微型网站）。

无线	● APP ● 微型网站 ● 整合营销	· 汽车 · 消费电子 · 快消 · 其他	根据广告主的广告目标，以无线终端（包括但不限于手机、联网智能设备等移动设备）为信息传播、体验和互动渠道的广告创意。 · APP：为广告主制作的 APP 或与 APP 进行定制合作的广告创意； · 微信网站：不限于基于微信的 H5 营销等广告创意； · 整合营销：基于移动端进行整合营销的广告创意。
技术创新	/	· 汽车 · 消费电子 · 快消 · 其他	通过对技术的开发运用，创造富有商业价值和用户吸引力的创新性的广告创意。
公益	/	/	针对公益项目与目标而进行的广告创意。

备注：

汽 车：轿车、客车、货车、电动车

消费电子：个人和家庭消费电子产品、数码产品，比如手机、电脑、电视机等（含家电、车载电子产品等）。

快 消：仅限快消品中的个人护理用品、食品饮料、服饰、保健品、烟酒。

其 他：不在以上三种界定的，均列入其他类参赛。