

2019
대한민국
광고대상



대한민국광고대상 개요 | Korea Advertising Awards

1981년 한국방송광고대상의 후신으로 1994년부터 한국광고총연합회(구 한국광고협회, 한국광고단체연합회)에 의해 대대적인 개편을 통해 새로운 광고상으로 거듭난 한국 광고계의 최고 권위의 광고상입니다. 매년 각 광고회사에서 엄선한 약 2,000여 편의 작품들이 출품되고 있습니다. 대한민국광고대상은 국내 유일의 TV, 라디오, 신문, 잡지, 옥외광고 등 전 광고 매체를 아우르는 종합광고상으로 시대의 변화에 걸맞게 2001년도부터 온라인 등 뉴미디어에 대한 시상을 추가했으며, 더불어 2010년대 부터는 디자인, 통합캠페인 등 급변하는 광고 방식과 매체를 포용함으로써 명실상부한 대한민국 최고의 종합 광고상으로 자리매김했습니다.

2019년 대한민국광고대상은 총 11개 일반부문 및 4개의 특별상 부문으로 구분되어 있습니다.

대한민국광고대상의 심사는 2단계에 걸쳐서 진행됩니다. 출품된 작품들을 대상으로 35인의 광고전문가로 구성된 **예심 심사위원회**를 통해 본심에 선정될 작품들이 선정되며, 28인으로 구성된 **본심 심사위원회**에서 각각의 부분에 대한 대상 및 금, 은, 동상 수상작이 최종 선정됩니다.

상징물 | Symbol & Trophy

대한민국광고대상은 영물이라고 알려진 호랑이를 상징물로 하고 있습니다. 이러한 상징성은 국내 최고의 광고물이라는 의미를 담은 것이며, 이는 시상식 및 각종 제작물을 통해 표현되고 있습니다. 특히 대한민국광고대상의 트로피는 호랑이의 형상을 본 떠 행사의 전통성과 대표성을 표현하고 있습니다.

Symbol



Calligraphy



Trophy



대한민국광고대상 시상식 | Korea Advertising Awards





출품요강

Rules & Regulations

출품안내

접수일정 및 방법	6
출품자격 및 요건	6
출품료	7
출품 카테고리	8
출품시 유의사항	9

부문별 작품 제출시 유의사항

TV광고 부문 (TV)	12
오디오 부문 (Audio)	12
동영상광고 부문 (Film)	13
인쇄광고 부문 (Print)	13
옥외광고 부문 (Outdoor)	14
디지털광고 부문 (Digital)	15
디자인 부문 (Design)	18
프로모션 부문 (Promotion)	18
통합 미디어 부문 (Integrated Ad)	19
브랜드콘텐츠 부문 (Branded Contents)	20
공익/공공광고 부문 (Public Service)	20
특별상 부문	21

심사방식/심사기준

심사방식	24
심사기준	24
수상후보작 발표	25
수상후보작 구비서류	25
기타유의사항	26



출품 안내 | Korea Advertising Awards

대한민국
광고대상

접수일정 및 방식	6
출품자격 및 요건	6
출품료	7
출품 카테고리	8
출품시 유의사항	9

접수 일정 및 방법

접수기간 | 2019년 9월 9일(월) ~ 9월 23일(월), 총 15일

접수방법 | 광고정보센터(<http://adawards.ad.co.kr>) 에서 온라인을 통한 접수

※ 접수관련 문의 : 한국광고총연합회 사무처 대한민국광고대상 담당자 정현영 팀장 (전화 02-2144-0766)

출품자격 및 요건

출품자격 | 2018년 9월 1일부터 2019년 9월 23일(접수마감 시 까지) 사이에 ‘국내 매체’ 또는 ‘내국인을 대상으로 하는 온라인 매체’에 집행된 광고물로 한정

※ 해외 광고회사에서 제작한 글로벌 소재를 국내에서 집행만 한 경우에는 출품 불가(공동 기획 및 제작인 경우에는 출품 가능)

※ 특별상 - 해외집행광고는 시행요강의 별도 출품 자격 확인

출품요건 | 출품은 광고주, 광고회사, 제작사 등 출품 작품에 관련된 회사들이 공동으로 출품하는 것을 원칙으로 하되
광고주, 광고회사, 제작사 중 출품 신청을 하는 회사의 대표자 명의로 출품해야 함.

출품료

구분	금액	비고
단발	1편당 15만원 (VAT 별도)	매체불문 1작품 출품 시
시리즈, 캠페인 전략	1시리즈 20만원 (VAT 별도)	매체불문 2작품 이상의 시리즈 광고 출품 시 디지털광고, 통합미디어의 캠페인전략 (기획서) 부문 출품시
통합미디어 크리에이티브	1캠페인 당 30만원 (VAT 별도)	통합미디어 크리에이티브 작품작 및 특별상 부문에 3개 이상의 매체를 사용한 캠페인 출품 시

- * 시리즈 광고 출품 기준 : 1. 광고상품, 매체, 컨셉이 동일한 광고 / 2. 표현요소, 기법의 연속성이 인정되는 광고
- * 출품편수 및 시리즈 구성은 출품사가 자율적으로 판단하여 제출함.
- * 통합미디어는 3개 이상의 서로 다른 매체(ex. TV, 인쇄, 온라인 매체)를 사용한 캠페인에 해당함.
- * 온라인 매체(브랜드사이트, 유튜브, 페이스북 캠페인 등)는 통합하여 1개 매체로 인정
- * 특별상 출품작품은 통합미디어 부문으로도 출품이 가능함.

출품 카테고리

구분		설명
TV광고 부문		TV를 통해 집행된 영상 광고물 (지상파, 케이블, 종편 등)
오디오 부문		오디오를 활용한 일체의 광고물. 방송(TV,라디오 등) 및 웹 오디오 방송 등을 위해 제작된 광고물. 로고송, 징글 등 광고를 위해 제작된 광고음악(CM) 포함. 다른 분야와 중복 출품 가능
동영상광고 부문		TV를 제외한 웹사이트 및 프리롤 광고 등 각종 바이럴용 영상광고, 이벤트 영상, 극장 전용 광고 등
인쇄광고 부문		신문, 잡지, 포스터 등 각종 인쇄형태의 광고물
옥외광고 부문		옥외 및 옥내 광고물, 각종 야립, POP 등
디지털광고 부문	크리에이티브	웹사이트, 소셜미디어, 모바일 앱 등 모든 온라인 매체에 해당하며, 제작물의 크리에이티브를 중점으로 평가
	캠페인 전략	웹사이트, 소셜미디어, 모바일 앱 등 모든 온라인 매체에 해당하며, 캠페인의 전략, 마케팅 기여도, 목표 달성 등 효과를 중점으로 평가
디자인 부문		각종 광고를 위한 인쇄/판촉물 디자인 및 기념품 등 제품 디자인, 제품 홍보를 위한 소개서 및 브로셔 등
프로모션 부문		이벤트, 공연, 매장 내 행사, 전시 부스, 가두 캠페인 등
통합미디어 부문	크리에이티브	3개 이상의 서로 다른 매체(Media Mix)를 이용한 광고 캠페인에 해당하며, 제작물의 크리에이티브를 중점으로 평가
	캠페인 전략	3개 이상의 서로 다른 매체(Media Mix)를 이용한 광고 캠페인에 해당하며, 캠페인의 전략, 마케팅 기여도, 목표 달성 등 효과를 중점으로 평가
브랜드콘텐츠 부문		웹툰, 앨범, 뮤직비디오, 웹드라마, 모바일게임 등 브랜드의 홍보를 전제하고 기획, 제작된 모든 콘텐츠
공익/공공광고 부문		광고 주체와 상관없이 공익성(공공성) 있는 주제를 바탕으로 집행된 광고물. 다른 분야와 중복 출품 가능
특별상 부문	표현기법	제작, 편집, 표현 기법 등이 부각되는 모든 광고물(영상, 사진, 디지털 일러스트레이션, UI, Rich Media 등)
	이노베이션	VR, AR, 3D, 홀로그램, 드론, 가상현실, 양방향 광고 등 새로운 유형의 미디어 커뮤니케이션을 전제했거나, 기능하는 모든 광고물
	해외집행광고	국내 광고회사(해외법인)에서 기획 혹은 제작됐으며, 해외 매체 또는 장소를 통해 집행된 광고물
	정부광고	광고 주체가 정부/공공기관인 광고물. 1) 중앙정부 2) 지방자치단체 3) 공기업 및 기타로 나누어 출품하며, 공익광고 및 타 분야와 중복출품 가능

* 해외집행광고를 제외한 모든 부문의 경우 중복출품 및 중복수상이 가능함.

출품시 유의사항

1. 작품 접수 전용 사이트를 통한 출품 | 광고정보센터 (<http://adawards.ad.co.kr>)에서 접수, 결제 진행
2. 출품 분야 선택 및 정보 입력 시 유의 사항

1) 부문별 중복 출품 가능

- DOOH 광고는 동영상(Film) 부문과 옥외(Outdoor) 부문에 중복 출품 가능
- 매체에 제한을 두지 않는 부문(ex. 공익광고 등) 의 경우, 모든 작품 중복 출품 가능

2) 작품 업로드 시 유의점 : 광고주 및 제품이 동일하더라도 광고 내용이 다를 경우 각각 개별 작품으로 출품

3) 온라인 접수시 필요한 기재사항 (작품 접수 전 아래 기재사항을 사전에 확인하신 후 출품하시기 바랍니다.)

- 출품부문, 단발/시리즈/캠페인전략/통합미디어 선택, 편수(시리즈) 입력, 브랜드명, 제품명, 작품명, 사이즈/규격(초/mm/단), 집행일(월/일), 집행매체(매체명)
- 광고주명, 광고주 연락처, 광고회사명, 광고회사 연락처, 제작사명, 제작사 연락처, 광고정보센터 등재여부
- AE / CD / CW / PD / AD, 감독, 편집, 녹음, 사진(스튜디오), 음악, 기타 스텝명 (복수기재/신규직책 기재 가능)

4) 정보 입력시 유의사항

- 스텝명은 상장 및 작품집에 기록되는 정보이니 정확하게 입력하여 주시길 바랍니다, 또한 한번 기재, 제출된 스텝명은 수정 불가
- 출품작품의 제목, 규격 등은 가능한 자세하고, 정확하게 입력하여 주시기 바랍니다.
- 입력된 정보가 업로드한 작품과 동일한지 반드시 확인하여 주시기 바랍니다. 한번 출품 완료된 작품은 수정할 수 없습니다.
- 30편 이상의 대량 출품의 경우, 별도 정보 입력을 위한 엑셀파일을 제공하오니 사무처로 문의 바랍니다.

출품시 유의사항

3. 작품 파일 업로드시 유의 사항

1) 제출되는 작품 파일의 규격을 반드시 준수하여 주시기 바랍니다. (전 부문 공통)

- 영상 파일 : MP4/FLV/WMV(긴 축 720픽셀 이하), 편당 300MB 이하
- 이미지 파일 : JPEG(RGB모드만 가능, 집행원본 또는 실사본, 긴 축 3,000픽셀 이하), 편당 10MB 이하
- 음성 파일 : MP3/WMA, 편당 10MB 이하
- 온라인 파일 : HTML(URL포함), 편당 500MB 이하(초과시 별도 제출)

2) 파일명은 영문으로 제출함을 원칙으로 하며, HTML서버 구현 시 영문 대소문자 구분이 있으니 주의하여 확인 바랍니다.

3) 작품파일 업로드 후 온라인 상에서 파일이 제대로 재생되는지 확인 바랍니다.

4) 파일 규격을 벗어난 경우(용량 및 사이즈 초과, CMYK 사용 등) 심사 시 재생이 원활하지 않아 불이익을 받을 수 있습니다.

5) 각 부문별 세부 작품 제출 요령은 시행요강을 참고하여 주시기 바라며, 작품 파일 규격 미달로 인해 심사의 불이익이 발생할 경우, 본 사무처에서 책임지지 않음을 알려드립니다.

4. 출품료 결제

- 작품 접수 전 반드시 등록할 작품 파일과 출품 정보를 준비해 주십시오.
- 작품 접수는 출품료 결제까지 완료되어야 접수가 완료되오니 유의하시기 바랍니다.
- 출품료의 경우 신용카드, 가상계좌 입금의 방식이 제공됩니다.
- 작품 접수를 위해서는 광고정보센터 회원가입이 되어 있어야 하며, 기업의 사업자등록번호가 필수 입력사항이오니 사전에 준비하여 주시기 바랍니다.



부문별 작품 제출시 유의사항

TV광고 부문 (TV)	12
오디오 부문 (Audio)	12
동영상광고 부문 (Film)	13
인쇄광고 부문 (Print)	13
옥외광고 부문 (Outdoor)	14
디지털광고 부문 (Digital)	15
디자인 부문 (Design)	18
프로모션 부문 (Promotion)	18
통합 미디어 부문 (Integrated Ad)	19
브랜드드 콘텐츠 부문 (Branded Contents)	20
공익/공공광고 부문 (Public Service)	20
특별상 부문	21

부문별 작품 제출시 유의사항

TV광고부문 (TV)

제출가능 파일형태 : mp4, wmv, flv

지상파, 케이블, 종편, DMB, IPTV 등을 통해서 집행된 영상광고물

- 1) 작품 파일 형식 : mp4 파일, wmv 파일, flv 파일
- 2) 작품 규격 : 긴 축 720픽셀 이하, 편당 최대 용량 300MB 이하
- 3) 구비 서류 : 본 시행요강 내에 “수상 후보작 구비서류” 페이지 참조

오디오부문 (Audio)

영상광고 제출가능 파일형태 : mp4, wmv, flv

오디오광고 제출가능 파일형태 : mp3, wma

오디오를 활용한 일체의 광고물 (TV, 라디오, 웹오디오 등 매체 제한 없음) 및 광고를 위해 제작된 모든 음원.
로고송, 징글 등 광고를 위해 제작된 광고음악 포함

- 1) 작품 파일 형식 : 영상(mp4 파일, wmv 파일, flv 파일),
오디오(mp3 파일, wma 파일) *wav 파일은 시스템에서 인식 불가, 반드시 변환 후 제출
- 2) 작품 규격 : 영상(긴 축 720픽셀 이하, 편당 최대 용량 300MB 이하), 오디오(편당 최대 용량 10MB 이하)
- 3) 구비 서류 : 본 시행요강 내에 “수상 후보작 구비서류” 페이지 참조

부문별 작품 제출시 유의사항

동영상광고 부문 (Film)

제출가능 파일형태 : mp4, wmv, flv

‘TV광고’를 제외한 비TV 부문임

웹사이트 및 프리롤 광고 등 각종 바이럴용 영상광고, 이벤트 영상, 극장 전용 광고 등

- 1) 작품 파일 형식 : mp4 파일, wmv 파일, flv 파일, 별도의 설명이미지 파일 제출 불가
- 2) 작품 규격 : 긴 축 720픽셀 이하, 편당 최대 용량 300MB 이하
- 3) 구비 서류 : 본 시행요강 내에 “수상 후보작 구비서류” 페이지 참조

인쇄광고 부문 (Print)

제출가능 파일형태 : jpg

신문, 잡지 또는 포스터 등 각종 인쇄 형태의 광고물

- 1) 작품 파일 형식 : jpeg 규격 (확장자 *.jpg여야 하며, **반드시 RGB 모드로 제출하여야 함**. CMYK모드시 시스템에서 인식 불가)
- 2) 작품 규격 : 가로, 세로 중 긴 면의 길이가 3,000픽셀 이하로 사이즈를 조정하여 제출해야 하며, 편당 최대 용량 10MB 이하
- 3) 유의 사항 : 잡지 광고물의 경우 발행 일자 기준으로 9월 23일 이전에 출판된 광고물에 한함.
- 4) 구비 서류 : 본 시행요강 내에 “수상 후보작 구비서류” 페이지 참조

부문별 작품 제출시 유의사항

옥외광고 부문 (Outdoor)

제출가능 파일형태 : mp4, wmv, flv, mp3, wma, jpg

야립, 돌출, POP, 버스쉘터, 랩핑, 교통시설 이용물, 스크린 도어 등

옥외 또는 옥내 시설을 이용한 다양한 형태의 광고물

- 1) 작품제출 방법 : **해당 옥외광고물을 촬영한 영상물(실제 집행 중)이나 현장 사진(10장 이내)등을 제출**해야 하며,
랩핑/버스쉘터의 이미지를 활용한 광고의 경우 추가적으로 해당 작품 파일을 제출할 수 있습니다.
- 2) 작품 파일 형식
 - 영상물 : mp4, flv 또는 wmv 포맷의 파일 / 규격 : 긴 축 720픽셀 이하 총 300MB 용량 이하
 - 사진/인쇄물 : jpeg 규격(확장자 *.jpg여야 하며, **반드시 RGB 모드로 제출하여야 함**. CMYK모드시 시스템에서 인식 불가)
편당 최대 10MB 이하
 - 오디오 : mp3, wma 파일, 최대 10MB 이하(wav 파일은 시스템에서 인식 불가, 반드시 변환 후 제출)
- 3) 유의 사항 : 해당 광고물이 옥외에서 집행된 형태 및 전체적인 맥락을 파악할 수 있도록 제출해야 함.
- 4) 필요할 경우, PPT 제출 가능 (파일 내에 동영상, 이미지 등이 삽입되도록 구성, 표지포함 10장 이하)
- 5) 구비 서류 : 본 시행요강 내에 “수상 후보작 구비서류” 페이지 참조

부문별 작품 제출시 유의사항

디지털광고 부문 (Digital)

제출가능 파일형태 :

- 크리에이티브 : mp4, wmv, flv, jpg, html(zip)
- 캠페인 전략 : pptx

세부 부문으로 “크리에이티브”와 “캠페인 전략”으로 구분됨

1) 상세 카테고리

구분	설명
크리에이티브	웹사이트, 소셜미디어, 모바일앱 등 모든 온라인 매체에 해당하며, 제작물의 크리에이티브 중점으로 평가
디지털광고 부문 캠페인 전략	웹사이트, 소셜미디어, 모바일앱 등 모든 온라인 매체에 해당하며, 캠페인의 전략, 마케팅 기여도, 목표 달성 등 효과 중점으로 평가

2) 작품 파일 형식

- **크리에이티브 부문** : 영상물(mp4, 또는 flv, wmv) 이미지(jpg), html(하단규격 참고), **캠페인 설명 PPT 제출 금지**
 - ※ 심사가 크리에이티브를 중심으로 진행되기 때문에, 불필요한 설명자료를 첨부할 경우 오히려 부정적인 영향을 미칠 수 있으므로 반드시 필요한 자료만 제출하시기 바랍니다.
- **캠페인 전략 부문** : PPT 파일(배경/기획의도/전략/기여도, 효과 등에 관한 설명 중심으로 증명 가능한 근거 자료 포함, 파일 내에 동영상, 이미지 등이 삽입되도록 구성, 표지포함 15장 이하)

가) html 작품 제출 방법

- 로컬PC에서 실행이 가능하도록 html파일을 구성하여 제출 (총 500MB 이하, Zip으로 묶어서 제출)
- 단, 시작페이지는 반드시 “index.html”로 설정해야 함.(확장자가 htm이거나 대문자로 작성할 경우 재생이 불가할 수 있음)

부문별 작품 제출시 유의사항

디지털광고 부문 (Digital)

- 작품 심사 시 웹페이지를 시작하는 것과 동일한 방식으로 index.html로 시작해서 각 메뉴 및 각종 링크 등이 구현 가능하게 구성
- 위와 같은 구현을 위해 경로는 기본 폴더로부터 상대경로로 설정해야 함. 예시)

나) 확장형 배너 광고의 경우, 광고가 집행된 사이트를 배경으로 실제로 로컬 PC에서 구현될 수 있게 구성

3) 유의 사항

가) html 형태로 제출시 작품이 포함된 폴더를 영문명을 갖는 Zip 파일로 압축하여 업로드 할 것.

※ html 소스 안에 있는 개별파일 링크는 반드시 상대패스로 작성 바랍니다.

(절대패스로 되어 있는 경우 심사용 서버에서 정상적인 실행이 되지 않을 수 있습니다.)

나) 파일 등록 후 정상 실행 여부를 반드시 확인해주시기 바랍니다.(접수페이지에서 확인 가능)

※ 용량 문제 등 기술적인 문제로 오프라인 구성 불가 시, URL 및 주요 스크린샷 제출 가능

(단, 해당 작품이 심사일까지 집행되고 있어야 함)

※ 위와 같은 형식으로 제출할 경우, 반드시 해당 웹사이트가 오픈 가능한지 확인해야 하며 심사당일 오류로 인하여 탈락할 경우는 사무처에서 책임지지 않음을 알려드립니다. (URL 제출시에도 index.html은 제작하여 제출하여야 함)

다) 사이트 또는 배너 등의 페이지가 여러 개인 경우 한 개의 index.html을 통해서 모두 연결되도록 제작 요망, 여러 개의 index.html을 가지거나 다수의 폴더를 단순 압축한 경우 심사 시 구현이 불가 합니다.

4) 구비 서류 : 본 시행요강 내에 “수상 후보작 구비서류” 페이지 참조

부문별 작품 제출시 유의사항

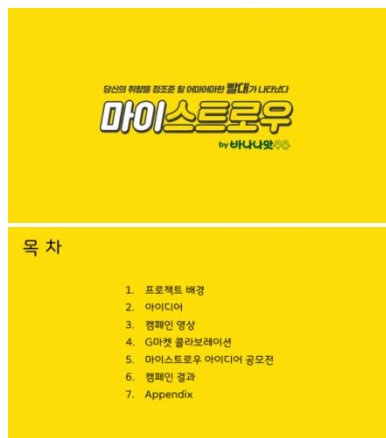
디지털광고 부문 (Digital)

출품예시

Tip 1 : 크리에이티브 부문에는 꼭 Html을 사용할 필요는 없으며, 캠페인을 가장 잘 보여줄 수 있는 형태를 사용하세요!

Tip 2 : 캠페인 전략 부문은 PPT로 제출해야 하며, PPT 내부에 영상 및 이미지 등 제작물을 포함시켜 구현 되면 좋아요!

**PDF파일 + 별도 영상 형태의 제출은 심사 시 누락 가능성이 커서 제출 불가*



▶ 캠페인 전략 부문 : PPT로 캠페인 설명을 작성한 사례



▶ 하나의 동영상에 모든 설명 내용을 포함한 사례



▶ HTML 내부에 동영상과 캠페인 설명을 포함한 사례

부문별 작품 제출시 유의사항

디자인 부문 (Design)

제출가능 파일형태 : jpg, pptx

홍보용 브로슈어, DM 등 인쇄를 포함하여, 기념품/홍보용 제품 등을 포괄적으로 출품

- 1) 작품 파일 형식 : jpeg 규격(확장자 *.jpg)여야 하며, **반드시 RGB 모드로 제출하여야 함**. CMYK모드 인식 불가)
- 2) 작품 규격 : 가로, 세로 중 긴 면의 길이가 3,000픽셀 이하로 사이즈로 제출해야 하며, 편당 최대 용량 10MB 이하
- 3) 필요할 경우, PPT 제출 가능(파일 내에 작품 설명 및 사진 등이 삽입되도록 구성, 표지포함 10장 이하)
- 4) 유의 사항
 - 가) 작품 구현에 필수적인 경우에만 실물 제출이 가능합니다. (사전 문의 바람)
 - 나) 작품의 다양한 Variations를 함께 제출할 경우, 출품료는 시리즈 광고로 적용됩니다.
- 5) 구비 서류 : 본 시행요강 내에 “수상 후보작 구비서류” 페이지 참조

프로모션 부문 (Promotion)

제출가능 파일형태 : pptx, mp4

이벤트/공연/전시/매장 내 행사/체험/페스티벌/플래시몹 등 오프라인에서 집행된 캠페인을 출품
단, 온라인 캠페인의 경우에는 오프라인 캠페인과 연계된 경우에만 출품가능

- 1) 작품제출 방법 : mp4, flv 또는 wmv 포맷의 파일 / 규격 : 긴 축 720픽셀 이하 총 300MB 용량 이하
또는 PPT파일 (파일 내에 해당 프로모션을 설명할 수 있는 동영상, 이미지 등이 삽입되도록 구성, 표지포함 10장 이하)
- 2) 구비 서류 : 본 시행요강 내에 “수상 후보작 구비서류” 페이지 참조

부문별 작품 제출시 유의사항

제출가능 파일형태 :

- 크리에이티브 : mp4, wmv, flv, jpg, html(zip)
- 캠페인 전략 : pptx

통합 미디어 (Integrated Ad)

세부 부문으로 “크리에이티브”와 “캠페인 전략”으로 구분됩니다.

1) 상세 카테고리

구분		설명
통합미디어 부문	크리에이티브	3개 이상의 서로 다른 매체(Media Mix)를 이용한 광고 캠페인에 해당하며, 제작물의 크리에이티브를 중점으로 평가
	캠페인 전략	3개 이상의 서로 다른 매체(Media Mix)를 이용한 광고 캠페인에 해당하며, 캠페인의 전략, 마케팅 기여도, 목표 달성 등 효과를 중점으로 평가

2) 작품 필수 요건 : 3종류 이상의 서로 다른 매체가 사용된 일련의 광고캠페인 심사

※ **집행 증명이 가능한 PPL의 경우 매체로 인정함(단, 기획기사와 같은 언론매체를 통한 홍보는 매체로 인정하지 않음)**

3) 작품 파일 형식

· 크리에이티브 부문 : 영상물(mp4, 또는 flv, wmv) 이미지(jpg), html(디지털광고 출품 참고), **캠페인 설명 PPT 제출 금지**

※ 심사가 크리에이티브를 중심으로 진행되기 때문에, 불필요한 설명자료를 첨부할 경우 오히려 부정적인 영향을 미칠 수 있으므로 반드시 필요한 자료만 제출하시기 바랍니다.

· 캠페인 전략 부문 : PPT 파일 (배경/기획의도/전략/기여도, 효과 등에 관한 설명 중심이며 증명 가능한 근거 자료 포함, 파일 내에 동영상, 이미지 등이 삽입되도록 구성, 표지 포함 15장 이하)

4) 구비 서류 : 본 시행요강 내에 “수상 후보작 구비서류” 페이지 참조

부문별 작품 제출시 유의사항

브랜드콘텐츠 부문 (Branded Contents)

제출가능 파일형태 : mp4, wmv, flv, mp3, wma, jpg, html(zip), pptx

웹툰, 앨범, 뮤직비디오, 웹드라마, 모바일게임 등 브랜드의 홍보를 전제하고 기획, 제작된 모든 콘텐츠 (매체 형태 제한 없음)

- 1) 작품제출 방법 : mp4, flv 또는 wmv 포맷의 파일 / 규격 : 긴 축 720픽셀 이하 총 300MB 용량 이하
또는 PPT파일 (파일 내에 해당 작품을 설명할 수 있는 동영상, 이미지 등이 삽입되도록 구성, 표지포함 10장 이하)
- 2) 광고물 제출 : 타 부문의 매체 형태별 출품규격에 의합니다. (해당 매체부문 출품규격 참고)
- 3) 유의사항 : 콘텐츠적 성격이 적은 단순 바이럴 광고 영상의 경우 심사 대상에서 제외 (심사위원회에서 판단)
- 4) 구비 서류 : 본 시행요강 내에 “수상 후보작 구비서류” 페이지 참조

공익/공공광고 부문 (Public Service)

제출가능 파일형태 : mp4, wmv, flv, mp3, wma, jpg, html(zip)

광고 주체와 상관없이 공익성(공공성) 있는 주제를 바탕으로 제작, 집행된 광고

- 1) 작품 규격 : 일반 부문의 매체형태별 출품규격에 의합니다. (해당 매체부문 출품규격 참고)
- 2) 구비 서류 : 본 시행요강 내에 “수상 후보작 구비서류” 페이지 참조

부문별 작품 제출시 유의사항

특별상 부문

1) 표현기법광고

제출가능 파일형태 : mp4, wmv, flv, jpg, html(zip)

- ① 크리에이티브의 표현 방식 및 기술에 관한 평가
- ② 제작, 편집, 표현 기법 등이 부각되는 모든 광고물 (영상, 사진, 디지털 일러스트레이션, UI, Rich Media 등)
- ③ 작품 파일 규격 및 출품 방식은 일반부문 출품 방식과 동일함. (해당 매체부문 출품규격 참고)
- ④ 구비 서류 : 본 시행요강 내에 “수상 후보작 구비서류” 페이지 참고

2) 해외집행광고

제출가능 파일형태 : mp4, wmv, flv, jpg, html(zip), pptx

- ① 국내 광고회사(해외법인)에서 기획 혹은 제작됐으며, 명확히 해외 시장을 타겟으로 하여 해외 매체 또는 장소를 통해 집행된 경우에만 출품 가능.
 - ※ 유튜브 등 온라인 동영상 집행의 경우 국문을 혼용하지 않는 해외이용자 대상의 사이트나 계정의 경우만 인정
 - ※ 외국인 관광객을 대상으로 하더라도 국내에서만 집행된 광고물은 출품 불가.
- ② 매체형태의 제한은 없습니다.
- ③ 작품 파일 규격 및 출품 방식은 일반부문 출품 방식과 동일함. (해당 매체부문 출품규격 참고)
- ④ 구비 서류 : 본 시행요강 내에 “수상 후보작 구비서류” 페이지 참조

부문별 작품 제출시 유의사항

특별상 부문

3) 이노베이션 광고

제출가능 파일형태 : mp4, wmv, flv, mp3, wma, jpg, html(zip), pptx

- ① VR, AR, 3D, 홀로그램, 드론, 가상현실, 양방향 광고 등 새로운 유형의 미디어 커뮤니케이션을 전제했거나, 기능하는 모든 광고물 출품 가능.
- ② 집행매체나 형태의 제한은 없습니다.
- ③ 작품 규격 : 해당 매체부문의 출품 규격 및 방식 참고 ※ 현 규격으로 구현이 불가능한 경우 사무처로 문의
- ④ 구비 서류 : 본 시행요강 내에 “수상 후보작 구비서류” 페이지 참조

4) 정부광고

제출가능 파일형태 : mp4, wmv, flv, mp3, wma, jpg, html(zip), pptx

광고 주체가 정부/지자체/공공법인인 광고

구분	설명	비고
공공/정부광고	중앙정부	중앙정부 부처 또는 정부기관이 주체가 되어 집행한 광고물
	지방자치단체	지방자치단체가 주체가 되어 집행한 광고물
	공기업 및 기타	공사, 공단, 재단 등 공기업 및 기타 공공기관이 주체가 되어 집행한 광고물
		매체 제한 없음

- ① 작품 규격 : 해당 매체부문의 출품 규격 및 방식 참고
- ② 출품 자격 : “정부기관 및 공공법인 등의 광고시행에 관한 법률”에 의거, 한국언론진흥재단을 통한 집행 증빙 해야 함



심사방식 및 심사기준

대한민국
광고대상

심사방식	24
심사기준	24
수상 후보작 발표	25
수상 후보작 구비서류	25
기타유의사항	26

심사방식

- 1) 예심은 고유의 “심사시스템”을 통해 분과별 (5개 분과, 각 7인) 심사위원들이 각 작품별로 평가(6~10점)를 진행하고, 채점결과에 따라 최종 본심 상정작 선정 (최종 수상작의 약 3배수 선발)
- 2) 본심은 예심에서 상정된 작품들을 대상으로 “심사시스템”을 통해 분과별(4개 분과, 각 7인) 심사위원들이 각 작품별로 1차 심사, 수상 후보작을 선정 후, 2차로 전체심사를 통하여 최종 수상작 선정
- 3) 각 분과별 심사 시, 최저점과 최고점은 제외하고 평균점수 적용
- 4) 현업 심사위원의 경우, 현 소속사의 작품은 심사에서 제외
- 5) ‘이달의 광고’ (한국광고총연합회 주관, 격월 선정) 에서 베스트 작품으로 선정된 광고는 대한민국광고대상 본심에 자동 상정 (예심까지 자동 통과)
- 6) 특별상의 경우 별도 심사위원을 구성, 심사를 진행할 수 있음

심사기준

심사기준의 아래와 같은 총 5가지 항목에 대해서 심사위원의 종합적인 판단을 통해 평가함
더불어, 각 부문별 목적성에 부합하는 정도(매체 특성 활용, 전략 부문의 경우 효과성 등) 이 심사 기준에 포함

- 1) 크리에이티브
- 2) 작품의 완성도
- 3) 브랜드와의 관련성
- 4) 메시지 전달성
- 5) 사회 반영적 표현성

수상 후보작 발표

- 1) 수상 후보작은 검증 절차를 거쳐 10월 중에 광고정보센터(adic.or.kr) 및 대한민국광고대상 홈페이지 공지와 개별 통보함
- 2) 수상 후보작은 실제 집행을 최대한 객관적으로 증빙할 수 있는 구비서류를 제출해야 함
- 3) 본 시행요강 및 출품에 관련된 자세한 내용은 광고정보센터(adic.or.kr)를 통해 다운받을 수 있음

수상 후보작 구비서류

- 1) TV광고, 오디오 부문 : 광고물 방송일자 확인이 가능한 모든 문서 가능 (베이스스넷 화면 스크린샷 JPG 등 가능)
- 2) 인쇄광고 부문 : 게재지의 게재면(제호, 게재일자 포함) 첨부 (게재면 복사/스캔/PDF출력물 등)
- 3) 디지털광고 부문 : 게재 기간 또는 게재 일을 확인할 수 있는 증빙서류 사본 등
- 4) 옥외광고 부문 : 실제 집행한 실사 촬영본 혹은 집행사실 확인서 등
- 5) 광고정보센터(adic.or.kr) 광고자료 코너에 등재된 광고물일 경우 해당 URL로 대체 가능
- 6) 이 외에도 객관적으로 증빙 가능한 자료들인 경우, 확인 후 인정 가능

* 수상작으로 결정, 시상완료 후에도 실제 게재, 설치, 방송된 소재를 수정 출품 등 부적격한 상황 발견 시, 수상이 취소되며 관련 상장, 트로피 등은 회수 조치함.

기타 유의 사항

- 1) 출품작은 한국광고총연합회에 귀속하며 반환하지 않음
- 2) 한국광고총연합회는 출품된 작품에 대하여 관련 회사의 허락 없이도 방영, 출판, 송신 등 사용할 수 있는 권리가 있음
또한 한국광고총연합회의 허락 없이는 대한민국광고대상 수상작품집을 방영, 출판할 수 없음
- 3) 본 수상작품을 게재, 방송 시에는 주최 및 정확한 수상 내용을 표기해야 함
- 4) 한국광고총연합회는 수상작으로 결정, 시상완료 후에도 모방, 표절작품으로 판명되는 경우, 수상을 취소하며 관련 상장, 트로피 등을 회수 조치함
- 5) 세부사항 문의처 : 한국광고총연합회 대한민국광고대상 담당 정현영 팀장 02)2144-0766. adkor@ad.co.kr