

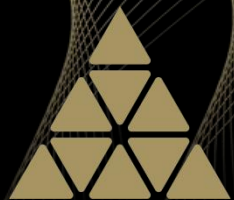


创新·实效

第九届ADMEN国际大奖

×
参赛手册

ADMEN国际大奖 全面升级



ADMEN^{INT.}
AWARDS
广告人国际大奖

ADMEN国际大奖是一项聚焦全球传媒产业、文化创意产业的国际奖项。创办于2003年，其前身是由《广告人》杂志创立的广告人实战大奖，已历时八届。2020年，ADMEN国际大奖与品牌广告主携手，全面升级。

ADMEN国际大奖以创新、实效为价值导向，以业界一流的评审团阵容，全面、公正、客观地对参评案例进行综合评价。希望遴选出中国广告行业发展过程中的杰出人物、优秀公司、经典案例，为行业的发展树立标杆、提供借鉴。

2020年，ADMEN国际大奖，全面升级。

升级一：强化广告主导向的评审团

2020年组委会组成以知名广告主为核心的评审团队，在不确定的年代，以广告主的视角来判断案例的价值。以实效为目标，以创新为锚，见证营销创变的新时代。

升级二：遴选“品牌100年度案例”树立年度行业标杆。

2020年，我们将在近千件送选案例中，优中选优，遴选出年度案例100，鼓励行业的创新与探索，表彰在过去一年中的杰出变革者。

升级三：引领品牌年轻化的风向标

2020年，千禧一代也已经20岁了，如何保持品牌的活力，如何和“Z世代”沟通，是每个企业的时代命题，2020年，特别增设品牌年轻化案例大奖，引领品牌年轻化风向标。

2020,新的一年，希望大家收获满满。



CONTENT

目录

ADMEN国际大奖

01 奖项价值

02 奖项介绍及获奖费用

03 评审标准

04 评委构成

05 活动周期

06 颁奖典礼

07 宣传平台

08 参评说明

09 往届回顾

1

ADMEN国际大奖 奖项价值

以创新开天地 以实效论英雄

以创新开天地 以实效论英雄

- 在媒介多元，技术驱动的今天，中国广告行业迎来了创新的时代，唯创新引领发展，唯创新促进增长。ADMEN国际大奖鼓励具有创新精神的案例及公司踊跃参赛。并邀请业界知名广告主以及行业各领域翘楚共同组成专家评审团，以实效论英雄，用商业价值彰显成就荣誉。

全球视野 引领营销风向标

- 联合国际传媒产业协会、世界品牌协会共建ADMEN国际大奖标准评价体系，用国际视野的标准、商业价值导向引领中国品牌的发展。

高端对话 搭建商机平台

- 以案例评奖作为出发点，整合行业的顶层智慧，碰撞激荡，为业界带来更多启发与思考。聚焦追求商业价值核心理念，以实战案例分享+品牌需求发布+行业奖项颁发构建典礼内容，搭建资本商、品牌商、获奖单位的垂直行业生态圈与商机信息交流圈。



一场与品牌同行 让传播价值共见的盛会



2

ADMEN国际大奖 奖项介绍



ADMEN国际大奖

组织机构



主办

国际品牌协会

广告人文化集团

承办

广告人文化集团

全程执行

广告人商盟

支持单位

中国商业企业管理协会

ADMEN国际大奖

奖项类别

01

年度案例

- 品牌100年度案例
- 品牌年轻化十大案例

02

案例类

- 实战金案
- 品牌年轻化案例大奖

03

机构类

- 商业价值总评榜

说明：每个获奖案例或机构类奖项，参评免费，获奖收费一万元。

奖项设置 年度案例

品牌100年度案例

年度100案例榜——在实战金案中遴选不同类别的实战金案100例，梳理行业标杆。

奖项名称示例：

XX案例荣获ADMEN国际大奖“品牌100年度案例”



品牌年轻化十大案例

品牌年轻化十大案例——在品牌年轻化案例大奖中遴选出十大年度优秀案例，引领行业风向标。

奖项名称示例：

XX案例荣获ADMEN国际大奖“品牌年轻化年度十大案例”

奖项设置 案例奖

实战金案

1. 整合营销类

(奖项名称示例：XX案例荣获ADMEN国际大奖整合营销类实战金案)

2. 内容营销类

视频营销
娱乐营销
体育营销

(奖项名称示例：XX案例荣获ADMEN国际大奖内容营销类实战金案)

3. IP营销类

内容类
设计类

(奖项名称示例：XX案例荣获ADMEN国际大奖IP营销类实战金案)

4. 活动营销类

(奖项名称示例：XX案例荣获ADMEN国际大奖活动营销类实战金案)

5. 创意传播类

(奖项名称示例：XX案例荣获ADMEN国际大奖创意传播类实战金案)

6. 数字营销类

搜索营销
移动营销
社会化营销
电商营销
大数据营销
智能营销

(奖项名称示例：XX案例荣获ADMEN国际大奖数字营销类实战金案)

7. 公益营销类

(奖项名称示例：XX案例荣获ADMEN国际大奖公益营销类实战金案)

奖项设置 案例奖



实战金案

说明：征集评选2019年度内实际实施的案例，以案例核心策略、创新点、实施效果为评价依据。案例须由代理商/媒体与广告主联合送选并共同领奖（广告主独立实施的案例，也可由广告主单独申报并单独领奖）。

01 整合营销类

通过两种或两种以上的线上传媒渠道整合，实现品牌影响增长与营销目标

02 内容营销类

通过创造或利用有价值的内容，吸引目标人群关注、参与来达到品牌影响或营销提升的目标。

03 IP营销类

寻找具有营销价值与品牌价值商业化的IP.包括原创影视栏目、节目、出版等原创内容及具有有代表性有影响的IP形象与标识设计。

04 活动营销类

通过活动策划、组织、实施为品牌提供用户参与、用户体验的营销推动活动。

05 创意传播类

以创意为核心，通过多种创新形式，激发消费者互动、分享、创造，达到品牌传播与营销的目标

06 数字营销类

通过整合数字营销平台，实现品牌影响提升与营销目标的传播活动

07 公益营销类

以宣文化理念，协助企业实施公益文化传社会公益营销、组织公益活动来达到市场销售目标

奖项设置 案例奖



01 品牌活化类

品牌活力系统的构建。通过一系列广告运动或商业合作让品牌焕发生机、充满活力。

02 青年互动类

品牌如何与年轻人互动。通过线下活动或线上运营和年轻人达成持续沟通。

品牌年轻化案例大奖

说明：征集评选2019年度内实际实施的案例，以案例核心策略、创新点、实施效果为评价依据。案例须由代理商/媒体与广告主联合送选并共同领奖（广告主独立实施的案例，也可由广告主单独申报并单独领奖）。

奖项设置

商业价值总评榜

机构类

1. 年度最具商业价值媒介策略公司

(奖项名称示例：XXX公司荣获ADMEN国际大奖2020年度最具商业价值媒介策略公司)

2. 年度最具商业价值内容营销公司

(奖项名称示例：XXX公司荣获ADMEN国际大奖2020年度最具商业价值内容营销公司)

3. 年度最具商业价值数字营销公司

(奖项名称示例：XXX公司荣获ADMEN国际大奖2020年度最具商业价值数字营销公司)

4. 年度最具商业价值整合营销公司

(奖项名称示例：XXX公司荣获ADMEN国际大奖2020年度最具商业价值整合营销公司)

5. 年度最具商业价值用户平台

(奖项名称示例：XXX公司荣获ADMEN国际大奖2020年度最具商业价值用户平台)

6. 年度最具商业价值传播平台

(奖项名称示例：XXX公司荣获ADMEN国际大奖2020年度最具商业价值传播平台)

奖项设置

商业价值总评榜



01 年度最具商业价值的传播平台

指能够为品牌提供营销传播服务的传播平台,包含:广电媒体、数字媒体、自媒体平台等

02 年度最具商业价值的用户平台

指为品牌提供营销传播服务的内容平台

03 年度最具商业价值媒介策略公司

为品牌提供媒介传播解决方案的媒介机构或媒介代理公司

04 年度最具商业价值内容营销公司

指为品牌提供原生内容创作或内容营销平台为主要服务的内容营销解决方案的公司,包含内容媒体平台与内容创意机构(影视节目制作公司、品牌内容营销公司、内容活动策划公司)

05 年度最具商业价值数字营销公司

指为品牌提供数字营销传播服务机构

06 年度最具商业价值整合营销公司

指为品牌提供整合营销传播服务机构

机构类

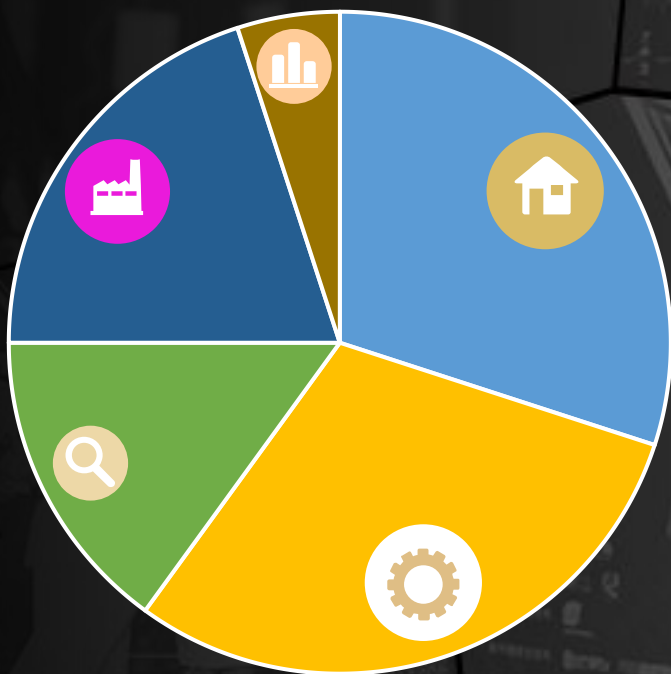
说明: 征集和评选2019年度内最具商业价值的营销传播平台与营销传播服务机构。在消费环境巨变的时代,遴选具有独特商业模式、专业优势、客户积累并能代表行业发展趋势,掌握核心竞争优势、具有投资价值的公司和品牌。

3

ADMEN国际大奖 评审标准

评审标准 案例类

ADMEN国际大奖 评价指标



策略创新性

1. 核心策略清晰、精准,具有创新性;
2. 策略具有行业高度,符合潮流、具有鲜明的时代特点;
3. 对所在行业有指导、示范意义。

效果确定性

1. 实战的核心是解决问题,达成的效果与目标的匹配;
2. 实战效果可有多维度标准,既包括投资回报ROI指标,也可以包含品牌提升性指标。

资源整合性

以案例实施整合的资源数量与整合的效果为衡量指标

执行专业性

1. 案例实践验证是切实可行,并获得用户或受益者认可的;
2. 执行组织系统健全有效,执行手段丰富有效;
3. 执行效果达到预期设计。

其他

案例在行业被认可程度以及推荐人、评委对案例的推荐、评价等主观因素。

说明:实战金案类同一案例不可申报多个类别,不可同时入选。

评审标准 机构类

ADMEN国际大奖·商业价值总评榜 评价指标



4

ADMEN国际大奖 评委构成

ADMEN国际大奖

专家评审团构成

广告主评委
80名

传媒投资方与第三方
研究机构及学者教授
5-10名

评委
构成

各类头部媒体负责
人 5-10名

广告服务机构领
军人 5-10名

2017 中国广告主国际大奖
CHINA SUMMIT 广告主国际大奖

胡斌初
中国广告协会 法律事务部部长 副会

AD MEN 国际大奖
广告主 评委

广告人必须创造别人、改变别人、就是创造别人想不到东西、能探索到别人不走的曲线、才能行径从另外一个角度引导受众认知的努力方向和形象、从而达到最佳的传播、收到最好的效果。这就是广告人的目标、体现广告人的责任！

2017 中国广告主国际大奖
CHINA SUMMIT 广告主国际大奖

陈荣华
太阳鸟集团 首席法务官 总裁

AD MEN 国际大奖
广告主 评委

广告,是理性与商业逻辑之间的转化(少许) 冲张作霖的一句:人心即江湖,说的也是这个道理。广告人,是商业与艺术、人性的连接。精准的高度、情感的广度、创意的力度,三者缺一不可,缺一不可!广告经营管理中心主任李主任的“国家品牌计划”,是为广告正名,为广告人正名的最好例证。

2017 中国广告主国际大奖
CHINA SUMMIT 广告主国际大奖

肖荣荣
韩国后通商 董事 总经理

AD MEN 国际大奖
广告主 评委

“守正、出奇、创意”,是韩国企业的理念。做广告,做品牌,出发要高,守住,但创意要高。从“AD MEN 国际大奖”,不在制定一个标准,而是鼓励创新、出奇,从这种角度解读,她给你的,除了成功的经验,更是探索未知的勇气,真正的意义,值得让你放飞自我,我认为,这也是“AD MEN”的意义所在。

2017 中国广告主国际大奖
CHINA SUMMIT 广告主国际大奖

李骏
四季沐歌集团 副总裁

AD MEN 国际大奖
广告主 评委

在信息爆炸的大数据时代,“两天过海”的虚假广告早已无处遁形,坚守、责任在商业化的广告人必须的基本素质,广告人必须做出对社会责任的选择,用态度匹配社会责任大旗,不忘初心,真心研究产品价值,洞察消费需求,为好的产品锦上添花,回归产品,让广告回归真白。

2017 中国广告主国际大奖
CHINA SUMMIT 广告主国际大奖

吴丹勇
天士奇医药集团 副总裁 品牌营销部 董事 总经理 COO

AD MEN 国际大奖
广告主 评委

在新的市场环境和信息化之下,中国广告必然全面面临的重考和定义,新崛起的 AD MEN 国际大奖能够引领新时代的“广告”回归品牌的本质属性打是,推动广告行业在品牌意识和服务模式上的根本性转变,这对于中国广告业的发展尤其是产业服务的价值增值必将产生根本性的影响,也必将进一步促进中国广告业的持续发展。

2017 中国广告主国际大奖
CHINA SUMMIT 广告主国际大奖

许自谈
丽山集团 市场部 市场部部长

AD MEN 国际大奖
广告主 评委

中国广告业经过新媒体、互联网、移动互联网的洗礼,迷失已久的广告人正在拨开迷雾,找到真正能走进人心、高融合一的营销,希望这次评选可以为创意、为广告人正名,我们期待广告、创新的价值回归!

2017 中国广告主国际大奖
CHINA SUMMIT 广告主国际大奖

吕石坚
达蒙广告 总经理

AD MEN 国际大奖
广告主 评委

过去的成就是历史,今天的努力是选择!在过去与今天之间,变的,是数字技术、消费形态和产业环境,不变的则是人性,在中国社会发展过程中,伴随各种思潮多元碰撞又加速了广告行业的这种蜕变,当前电商带来的品牌增速背景下,营销传播基于消费者而生,回归到精神层面的尤为艰难却极其珍贵。

2017 中国广告主国际大奖
CHINA SUMMIT 广告主国际大奖

张彬
汉能控股集团 高级副总经理

AD MEN 国际大奖
广告主 评委

“营销即传播,传播即营销”,舒尔茨先生的整合营销传播理论在中国已经运用近 20 年了,时代在变但整合营销传播的内涵没有变,AD MEN 国际大奖系列评选活动站在企业实践的角度展开,无疑对中国营销传播的发展极具推动价值,让广告人站在更客观、理性的角度,站在消费者和品牌的角度思考中国广告业的未来!

2017 中国广告主国际大奖
CHINA SUMMIT 广告主国际大奖

林如海
普思德教育集团 品牌运营 副总裁

AD MEN 国际大奖
广告主 评委

品牌代表着企业对消费者的承诺,是消费者对企业的信任和肯定,21 世纪品牌竞争的时代,谁能率先树立起良好的品牌形象,谁就能在市场竞争中争取优势,我们在用广告塑造品牌形象时,要有广告创意创新上下功夫,做一流的广告,做有智慧精彩的广告,只有这样,品牌形象才能成功树立,我们就能创造出更多美好的品牌。

2017 中国广告主国际大奖
CHINA SUMMIT 广告主国际大奖

杨飞
神州租车 COO

AD MEN 国际大奖
广告主 评委

我认为当下的营销要做到:一切产品皆可裂变;一切创意皆可分享;一切效果皆可追溯;要“创意”“技术”“数据”共振驱动,才能带来更多的实效,所以,我们作为广告人、营销人更要为全面、精准、了解技术,懂得数据,才能迎合时下市场营销创新的诉求和趋势,同时,当广告人以“效果合一”为目标时,也更能体现营销的意义和价值。

2017 中国广告主国际大奖
CHINA SUMMIT 广告主国际大奖

沈阳
洪合集团 品牌战略 总监

AD MEN 国际大奖
广告主 评委

营销是一种天赋,从感性到理性,从信到到理性,从感性到理性,AD MEN 国际大奖,通过消费者本源,发掘有天赋的营销探路者!

2017 中国广告主国际大奖
CHINA SUMMIT 广告主国际大奖

王春猛
马氏兄弟品牌策略咨询有限公司 品牌中心 营销部经理

AD MEN 国际大奖
广告主 评委

让传播用口碑说话,走进消费者的内心,引发体验共鸣,参与其中。

2017 中国广告主国际大奖
CHINA SUMMIT 广告主国际大奖

王冬
广州文白文化传播有限公司 品牌中心 副经理 媒介传播部 总监

AD MEN 国际大奖
广告主 评委

2016 年,中国广告营业额已经达到 6000 多亿元,这背后是无数广告人的汗水、泪水、兴奋和悲伤,我作为这其中的一份子,深深地体会到坚守不易,希望广告人能够继续勇敢面对自己的梦想,更希望通过我们的努力让广告成为融入生活的艺术。

2017 中国广告主国际大奖
CHINA SUMMIT 广告主国际大奖

王胜男
星智广告 品牌运营 总监

AD MEN 国际大奖
广告主 评委

做广告不难,做一个优秀的广告人,持续的出色优质的广告策划案却并不容易,在这样快速变化的时代,没有捷径,只有不断的学习,广泛的学习,提升包括对营销知识、心理知识、传播知识、艺术知识等在内的主流的、非主流的和价值的学习能力,并进一步锤炼自己的能力、创意和胆力,才能有所成。

广告主评委 (部分)

ADMEN AWARDS 广告人国际大奖




任妍
德事(中国)投资有限公司 品牌经理

ADMEN 国际大奖 广告主 评委

我们经常说：没有广告，广告只是放错了地方的信息。如何让广告有创意又有效？让创意更有意义？让创意更有价值？创意是广告的灵魂，讲好故事，让创意真正关联品牌与用户，才是创意满满的好广告。

ADMEN AWARDS 广告人国际大奖




杨玉奇
英商太古(中国)投资有限公司 品牌经理

ADMEN 国际大奖 广告主 评委

经济在转型升级，既有转型的阵痛，更有无限生机和希望。这生机和希望属于中国企业的，更属于中国广告人的。为高品质的产品或服务赋予创意灵感，设计时尚现代的风格，提炼精准卖点，策划有创意的营销案，助力品牌和产品提升，助力中国经济发展。(姜美玉) (姜美玉)

ADMEN AWARDS 广告人国际大奖




李佳
德事(中国)投资有限公司 品牌经理

ADMEN 国际大奖 广告主 评委

从媒体到企业再到个人，我经历了媒体的变革转型，网络新闻的日新月异，举办这样的营销，并将零碎的结果的沉淀与思考，对广告主在创意和营销广告向纵深发展无疑是一件有意义的事。让 ADMEN 成为行业的标志性地标，吸引更多广告主和广告公司，数字营销领域的构建与，真正让中国广告的优秀案例脱颖而出，让广告行业都能分享到这一成果！

ADMEN AWARDS 广告人国际大奖




初志恒
真格基金 创始人

ADMEN 国际大奖 广告主 评委

ADMEN 国际大奖用全新的视角来审视一个仅仅以来的中国广告市场，举办这样的营销，并将零碎的结果的沉淀与思考，对广告主在创意和营销广告向纵深发展无疑是一件有意义的事。让 ADMEN 成为行业的标志性地标，吸引更多广告主和广告公司，数字营销领域的构建与，真正让中国广告的优秀案例脱颖而出，让广告行业都能分享到这一成果！

ADMEN AWARDS 广告人国际大奖




杨晓林
德事(中国)投资有限公司 品牌经理

ADMEN 国际大奖 广告主 评委

新常态下的中国市场，用户需求变得更加丰富和多元，消费者不再完全按照广告广告来决策消费行为，不能通过广告与消费者的互动，并在实际行为中打动消费者，才能让品牌真正在市场竞争一席之地。创意点就是品牌，实现广告价值，ADMEN 国际大奖，只有有价值的广告点。

ADMEN AWARDS 广告人国际大奖



欧阳御怡
长沙德事(中国)投资有限公司 品牌经理

ADMEN 国际大奖 广告主 评委

好的广告一定能够起到“四两拨千斤”的效果，对企业来说不是花重金去买曝光，而是选一个切入点与消费者的关注相结合，从广告与消费者互动的过程中让消费者对企业产品的需求和品牌的忠诚度，好的广告一定是双赢的，也让消费者有了全新的体验。

ADMEN AWARDS 广告人国际大奖




陈志雄
先锋一九零(中国)投资有限公司 品牌经理

ADMEN 国际大奖 广告主 评委

作为广告主的代表，能够与众多的广告主大咖一同出席广告人国际峰会，对我来说是一次学习的过程。作为广告主，最想知道的是新时代的“广告人”是怎样工作的，他们需要具备哪些素质，不断进取，不断学习，不断创新，与广告主一起把中国广告的发展推上了一个新的高度，他们也是值得佩服的一群人。广告人杂志再次为他们正名，这应该是一次绝佳的盛会，祝期待！

ADMEN AWARDS 广告人国际大奖




陈治华
德事(中国)投资有限公司 品牌经理

ADMEN 国际大奖 广告主 评委

很高兴看到广告人文化集团联合广告主品牌峰会 ADMEN 国际大奖，全球视野，国际视野，本土生活，是中国广告界的一大盛会！感谢集团和本次峰会邀请我，为中国广告人，为中国广告行业贡献一份力量！

ADMEN AWARDS 广告人国际大奖




张铁
北京德事(中国)投资有限公司 品牌经理

ADMEN 国际大奖 广告主 评委

在资源丰盛，数字化时代，我们拥有更多更好的创意，在内容的营销与传播方式上，使消费者更有兴趣参与并愿意自发传播出去。同时，任何形式、内容的营销传播都离不开产品本身，传统的创意与产品匹配并转化于产品；最后，我们期待未来的广告人也要更多的关注社会、环境、媒体公益项目中去，让广告发挥更有意义的价值，得到更多人的关注与参与。

ADMEN AWARDS 广告人国际大奖



邹若
德事(中国)投资有限公司 品牌经理

ADMEN 国际大奖 广告主 评委

广告在品牌塑造和经济发展中都起着非常重要的作用，没有广告带来的品牌需求，也就没有企业的品牌，更不可能有高效的品牌建设。中国广告作为企业实现品牌的重要渠道和工具，对企业的品牌与品牌的建立，甚至中国经济的持续发展，都起到了积极作用。

5

ADMEN国际大奖 活动周期

ADMEN国际大奖

活动周期

参评申报期

面向大中华区进行参评征集，由参评单位按要求提交参评资料

启动时间：
2020年1月1日

截止日期：
2020年4月30日

评审时间：
2020年5月-6月

评审期

分别组织评审，最终产生各入选奖项

颁奖典礼

第九届Y2Y品牌年轻节暨ADMEN国际大奖颁奖典礼

时间：
2020年8月

地点：北京

6

ADMEN国际大奖 颁奖典礼

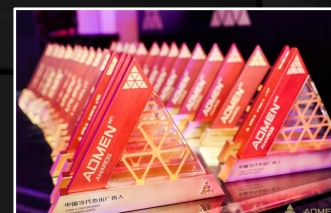
2020Y2Y品牌年轻节暨 第九届ADMEN国际大奖颁奖典礼

一场与品牌同行 让传播价值共见的盛会



- 时间：2020年8月
- 地点：北京
- 规模：800-1000人
- 出席人群：

- 1、案例获奖嘉宾（甲方品牌总监级别，乙方副总级别）
- 2、年度总评榜入选单位及商盟理事会（副总以上级别）
- 3、广告主评委（限本人）
- 4、青年榜发布（部分品牌代表，总监级别）
- 5、论坛嘉宾、媒体、领导等



广告主需求联合发布

ADMEN国际大奖

青年榜发布

品牌创新论坛

颁奖典礼

广告人商盟开年大课

7

ADMEN国际大奖 宣传平台

ADMEN国际大奖 宣传平台

官方微信

广告人智库、
ADMEN商盟官方
微信大号持续传播

户外合作 媒体

高铁媒体
地铁媒体

杂志专题

中国广告权威杂志
《广告人》杂志

微博话题

广告人新浪微博
微博大号联动

其他合作 媒体

今日头条、一点资讯
、新浪、搜狐、网易
、腾讯、人民网、新
华网等

ADMEN国际大奖

全程传播 亮点纷呈

广告人商盟日报

ADMEN COMMERCIAL UNION DAILY

广告主眼中的广告人之11大关键词

【务实】知之愈明，则行之愈笃；行之愈笃，则知之愈明。

1. 广告商盟中心广告主日报刊... 2. 广告商盟中心广告主日报刊... 3. 广告商盟中心广告主日报刊... 4. 广告商盟中心广告主日报刊... 5. 广告商盟中心广告主日报刊... 6. 广告商盟中心广告主日报刊... 7. 广告商盟中心广告主日报刊... 8. 广告商盟中心广告主日报刊... 9. 广告商盟中心广告主日报刊... 10. 广告商盟中心广告主日报刊... 11. 广告商盟中心广告主日报刊...

ADMEN国际大奖

ADMEN INTERNATIONAL AWARDS

广告人关键词之【梦想】

1. 梦想... 2. 梦想... 3. 梦想... 4. 梦想... 5. 梦想... 6. 梦想... 7. 梦想... 8. 梦想... 9. 梦想... 10. 梦想... 11. 梦想...

ADMEN International Award

Character Award 一种特殊的广告人

1. 一种特殊的广告人... 2. 一种特殊的广告人... 3. 一种特殊的广告人... 4. 一种特殊的广告人... 5. 一种特殊的广告人... 6. 一种特殊的广告人... 7. 一种特殊的广告人... 8. 一种特殊的广告人... 9. 一种特殊的广告人... 10. 一种特殊的广告人... 11. 一种特殊的广告人...

林如海

数字营销领域领军人物

我为中国广告代言!

1. 我为中国广告代言!... 2. 我为中国广告代言!... 3. 我为中国广告代言!... 4. 我为中国广告代言!... 5. 我为中国广告代言!... 6. 我为中国广告代言!... 7. 我为中国广告代言!... 8. 我为中国广告代言!... 9. 我为中国广告代言!... 10. 我为中国广告代言!... 11. 我为中国广告代言!...

广告人商盟峰会

ADMEN国际大奖颁奖盛典

1. 广告人商盟峰会... 2. 广告人商盟峰会... 3. 广告人商盟峰会... 4. 广告人商盟峰会... 5. 广告人商盟峰会... 6. 广告人商盟峰会... 7. 广告人商盟峰会... 8. 广告人商盟峰会... 9. 广告人商盟峰会... 10. 广告人商盟峰会... 11. 广告人商盟峰会...

更新于 星期三 17:40

《广告人》| 八位业界领袖成功当选华人广告界最高荣誉“ADMEN国际大奖广告先生”

1. 八位业界领袖... 2. 八位业界领袖... 3. 八位业界领袖... 4. 八位业界领袖... 5. 八位业界领袖... 6. 八位业界领袖... 7. 八位业界领袖... 8. 八位业界领袖... 9. 八位业界领袖... 10. 八位业界领袖... 11. 八位业界领袖...

广告人商盟峰会

ADMEN国际大奖颁奖盛典

1. 广告人商盟峰会... 2. 广告人商盟峰会... 3. 广告人商盟峰会... 4. 广告人商盟峰会... 5. 广告人商盟峰会... 6. 广告人商盟峰会... 7. 广告人商盟峰会... 8. 广告人商盟峰会... 9. 广告人商盟峰会... 10. 广告人商盟峰会... 11. 广告人商盟峰会...

广告人商盟峰会

ADMEN国际大奖颁奖盛典

1. 广告人商盟峰会... 2. 广告人商盟峰会... 3. 广告人商盟峰会... 4. 广告人商盟峰会... 5. 广告人商盟峰会... 6. 广告人商盟峰会... 7. 广告人商盟峰会... 8. 广告人商盟峰会... 9. 广告人商盟峰会... 10. 广告人商盟峰会... 11. 广告人商盟峰会...

广告人商盟峰会

ADMEN国际大奖颁奖盛典

1. 广告人商盟峰会... 2. 广告人商盟峰会... 3. 广告人商盟峰会... 4. 广告人商盟峰会... 5. 广告人商盟峰会... 6. 广告人商盟峰会... 7. 广告人商盟峰会... 8. 广告人商盟峰会... 9. 广告人商盟峰会... 10. 广告人商盟峰会... 11. 广告人商盟峰会...

广告人商盟峰会

ADMEN国际大奖颁奖盛典

1. 广告人商盟峰会... 2. 广告人商盟峰会... 3. 广告人商盟峰会... 4. 广告人商盟峰会... 5. 广告人商盟峰会... 6. 广告人商盟峰会... 7. 广告人商盟峰会... 8. 广告人商盟峰会... 9. 广告人商盟峰会... 10. 广告人商盟峰会... 11. 广告人商盟峰会...

8

ADMEN国际大奖 参评报名

附件：参评表格

ADMEN国际大奖

如何参评

➤ 如何参评？

- 1、填写参评报名表（见附件）
- 2、提交相关材料
- 3、审核通过，客服人员电话通知，进入正常评审流程
- 4、参加线上、线下评审
- 5、通知获奖

费用说明

- 1、参评：所有参评奖项不收参评费
- 2、获奖公司需要交统一宣传及评审、奖杯制作费用。

9

ADMEN国际大奖 往届回顾

一个具有全球视野的商业价值奖



ADMEN国际大奖

万里挑一

实战大奖始创于2003年，自创办至2009年，先后在南京、长沙、广州、青岛、上海举办了五届评奖和盛大的颁奖表彰活动。出版了《中国当代杰出广告人丛书》与《实战广告案例丛书》，收录300位广告代表人物事迹以及1400多个经典案例，记录了中国广告界的智慧成果，是迄今为止中国广告传媒界最大型的行业杰出人物与实战案例丛书。2017年奖项再度起航，升级为国际大奖，引入更多合作伙伴。

·2003.10金陵南京
·开创业界人物奖评选先河

300位获奖人荣膺“中国当代杰出广告人”

·2006.3羊城广州
·首次开启金奖案例讲评会

《实战广告案例丛书》（第二辑）出版，
收录352个案例获奖

·2009.9申城上海
·首创“媒企盛典”

邀请广告主与广告界共同出席活动，洽谈合作商机
《实战广告案例》（第四辑）出版

2018.08 北京
·首次颁发IP商业价值奖
广告主需求联合发布
广告人学院年中大课倾情奉献

首届

2003年

第三届

2006年

第五届

2009年

第七届

2018年

第二届

2005年

第四届

2007年

第六届

2017年

第八届

2019年

·2005.1

·星城长沙首创案例奖

收录了338个获奖案例的《实战广告案例丛书》（第一辑）出版

·2007.9

·琴岛青岛首创广告主终评模式

评选并出版《实战广告案例》（第三辑）

·2017.9北京

·ADMEN国际大奖全新升级

广告人中国智·中国当代杰出广告人
辉煌再现，实战金案全球公布

2019.6北京

·ADMEN国际大奖焕新

颁奖盛典落地Y2Y品牌年轻节

品牌主与乙方共同 上台领奖



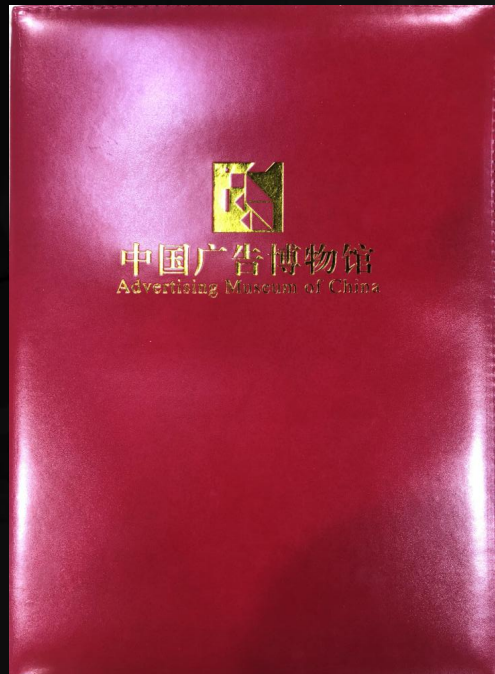
建构中国首个媒企 领袖人脉圈层组织



中国当代杰出 广告人风采重现



《广告人·中国智：中国当代杰出广告人300人传记》 被中国广告博物馆收藏



没有记忆的行业 是没有根基的行业
没有根基的行业 是没有前途的行业

《广告人·中国智：中国当代杰出广告人300人传记》梳理和表彰了2007-2016年10年间，中国传媒界、广告界、营销界及学界人物，共分为三大类：杰出成就人物为年龄在45-55周岁，在中国广告历史中具有杰出成就的人物，杰出贡献人物为年龄在35-45周岁的中坚力量，杰出新锐人物为30-35周岁的新锐青年人物。分别授予荣誉称号，并出版大型人文传记丛书，在国家广告博物馆进行影像展。

构建广告主需求资源+媒企高端人脉商机



携手中国媒企界的行业高端影响力行动,共享商机,帮助商盟成员获得长期稳定的业务增长,整合和梳理每个商盟成员个体信息、行为信息所产生的数据。



广告主联合发布需求



2018年商盟理事大会“广告主需求资源联合发布会”以满足广告主需求为核心，为广告主搭建最为便利的需求发布平台，需求发布领先一步，营销战场棋高一手。邀请碧生源控股有限公司、莎普爱思药业、圣象集团三家优秀广告主代表现场发布需求，不仅介绍了目前的传播策略、资源配置及活动营销情况，同时在产业需求、行业挑战、产品打造、有效传播等层面都提出了困惑，希望获得业界更有专业力的媒体或智业机构能够一起提出解决方案。

一场品牌需求联合发布，传递了新营销环境下品牌营销传播策略与需求的变化及趋势，为广告人商盟成员提供了营销传播的实战需求信息，彰显广告人商盟的平台优势与定位表达。广告主精确表达，媒体用心聆听，让甲乙双方加深了解，高效沟通，实现共赢。

牵手国家品牌课堂，共充智慧之电



- 由中央电视台广告经营管理中心和广告人文化集团联合推出的国家品牌课堂·广告人学院年中公开课，邀请到9位业内大咖，聚焦“中国品牌的运营升级与创新服务”，以三大模块9门课程，直击品牌热点、痛点与难点。
- 百战归来再读书，共享知识盛宴。在浮躁时代中实学有道的为来自品牌企业、主流媒体及广告公司的300多位广告人商盟理事会成员单位学员献上诚意满满的实战理论及方法。

广告主参评单位



广告主参评单位

- | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |

广告主参评单位

- | | | | | | | | |
|--|---|--|---|---|---|---|---|
|  |  RENAULT
Passion for life
激情生活 无处不在 |  JD.COM 京东 |  天能电池
TIANNENG BATTERY |  洽洽 |  ZBOM 志邦橱柜 |  中国农业银行
AGRICULTURAL BANK OF CHINA |  去哪儿旅行
总有你要的低价 |
|  |  I ♥ RIO
锐澳鸡尾酒 |  中国电信
CHINA TELECOM |  China unicom 中国联通
创新·改变世界 |  MANGO
ENTERTAINMENT
芒果娱乐 |  |  吻嘴巴
关键要长得好
好形象 好口味 |  |
|  |  恺英网络 |  舞马
Cavalier
人马共舞的至美奇境 |  广汽传祺 |  易车
yiche.com |  |  葵花药业
SUNFLOWER |  |
|  华润三九 |  |  昆仑山
雪山矿泉水 |  云南白药
YUNNAN BAIYAO |  TOYOTA
广汽丰田 |  燕京啤酒
YANJING BEER |  BIG
蓝海集团
BLUE HORIZON GROUP |  BRIDGESTONE
普利司通轮胎 |
|  |  苏宁易购
suning.com |  南孚电池 |  洁柔
C&S |  |  |  |  |
|  sunrain 太阳雨 |  VICHY
LABORATOIRES
薇姿 |  中国农垦
CHINA STATE FARM |  |  江中集团
JZJT |  |  MARGO POLO
马可波罗磁磚 |  东风汽车公司
DONGFENG MOTOR CORPORATION |



ADMEN^{INTL}
AWARDS
广告人国际大奖

期待携手