



2024年广告人商盟系列活动之一



以创新引领未来 以实效见证实力

第十三届ADMEN国际大奖申报手册

CONTENTS

目 录



奖项介绍及价值



组织机构



类别设置



评委构成及评审标准



颁奖盛典及活动周期



申报流程



宣传平台



往届回顾



合作伙伴



奖项介绍

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。奖项前身是由《广告人》杂志创立的广告人实战大奖，于2003年创办发展至今，历经十二届。ADMEN国际大奖全面覆盖国内外参赛服务机构、海量广告主，高质量案例作品，见证了十几年来广告行业的创新及发展。

2024年ADMEN国际大奖不忘初心，继续坚持以创新、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，继续为业界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，树立行业标杆。



主 办：国际品牌协会 广告人文化集团
协 办：中国广告协会
独家承办：创意星球
全程执行：广告人商盟

2024年ADMEN国际大奖奖项设置

• 广告主需求资源采购基地——年度优质供应商 • 案例奖——实战金案 • 人物奖——2024中国当代杰出广告人评选



奖项介绍

ADMEN国际大奖历经二十一年、十二届的发展、创新，已经吸引了众多广告主、媒体及专业服务机构、行业杰出人物、优秀案例的参与，其中：

1 参评优秀案例 20000+

经过十二届的案例累计了20000多优秀案例，其中近1600件案例获得年度“实战金案”的殊荣，成为中国广告传媒行业的案例经典；

2 参评媒体及专业服务机构 3000+

评选年度优质供应商，其覆盖了中国媒体及专业服务机构，包括：广播电视、互联网媒介与资源服务平台、场景媒体、品牌咨询与策略服务机构、内容创作机构、媒介运营机构、活动运营机构等，公司来自中国内地及海内外；

3 参评广告主及品牌 3500+

ADMEN大奖多年来备受广告主关注，已经吸引了几乎各行业主流企业及品牌参与其中，包括：食品饮料、家居家电、日化、医药保健品、交通运输、金融保险、生活服务、母婴用品等；

4 参评企业及业界人物 8000+

中国当代杰出广告人评选旨在记录中国广告业的历史进程，展示当代广告人的睿智激情，我们特别推出当代杰出广告人系列评传活动，经过专业评委的认真、公正的考量，已经有700余位业界精英成为“中国当代杰出广告人”和“当代中国品牌杰出青年才俊”荣誉的获得者；

5 专业专家评委 500+

保证奖项评选的权威性及公正性，ADMEN大奖构建了严谨的专家评审团，他们来自权威媒体、知名企业、专业服务机构、互联网媒介与咨询服务平台、第三方机构及高等院校等；

6 传播曝光量 6000w+

ADMEN大奖宣传曝光不断升级，历经21年，已经举办的共12届ADMEN大奖传播数据显示，奖项宣传总曝光量达5000w+，包括：微博话题、微信公众号、活动官网及其它中央级媒体等。



奖项价值

构建广告主需求资源采购基地，
展现中国广告服务的整体风采。

以创新引领未来 以实效见证实力

中国广告传媒行业发展的见证者和推动者

岁月更迭，中国的营销、广告、传媒及消费环境发生了巨大变化，品牌在新媒体浪潮的助推下不断蜕变崛起；而应对新消费，满足多元化的需求业已成为营销领域最为关注的方向。

全球视野 引领营销风向标

自2003年起，广告人文化集团不断优化ADMEN国际大奖评审标准及评价体系，用国际化的视野、商业价值导向引领中国品牌的繁荣和发展。

媒企对话 搭建商机平台

以年度案例评优为原点，整合行业顶层智慧，碰撞激荡，为业界带来更多启发与思考。以聚焦核心商业价值为宗旨，以实战案例分享+品牌需求发布+行业榜单揭晓等构建ADMEN盛典内容，搭建资本方、品牌商、获奖机构的垂直行业生态圈与商机信息交流圈。

链接教育 赋能人才培养

利用广告人文化集团多年积累的青年创意高校平台及资源，以业界专家遴选出的优质案例全面对接高校教学系统，助力产教融合、落地实践教学，实现校企联盟的新目标，全面提升在校大学生的视野与格局，提升高校师生的专业力及实操能力。

中国广告主需求核心资源图谱

以广告主行业为基础，以广告主需求为导向，以广告业服务为核心，
打造中国广告主需求核心资源图谱。

广告主核心行业构成

服务业	服务行业
	金融行业
	泛娱乐行业
	文旅行业
	政府公共服务
制造业	教育行业
	大快消行业
	交通行业
	家居行业
	大健康行业
	时尚行业
	农业
	重工业
销售商	房地产行业
	电商行业
	综合电商
	垂直电商
	私域电商
	批发零售业
	销售代理商

广告主

三种核心需求、广告界九类核心服务

品牌打造

1 消费洞察
市场调查+洞察趋势+细分需求+产品形象
2 品牌构建
品牌灵魂+品牌定位+品牌愿景+竞争策略
3 品牌识别
品牌内涵+品牌符号+品牌语言+品牌文化

媒介传播

4 传播策划
目标设定+内容策划+传播计划
5 媒介管理
媒介整合+发布管理+传播监测
6 传播效果
曝光效果+互动效果+效果转化

产品营销

7 营销策划
营销目标+渠道策划+促销活动
8 渠道建设
渠道策略+渠道建设+渠道策略+数据引流
9 用户互动
互动话题+互动平台+互动管理+运营转换

广告界

中国广告主需求资源

1. 专业服务公司

策略服务类

1. 品牌综合服务集团 2. 品牌策略服务

专业服务类

1. 创意传播机构 2. 影视创作机构 3. 品牌设计机构
4. 活动执行机构 5. 市场研究服务 6. 专业技术与工具
平台服务

2. 媒介平台

品牌影响力媒体

1. 权威广电媒体 2. 互联网综合资讯媒体 3. 报刊

营销力内容平台

1. 户外场景媒体 2. 音视频内容平台

促销媒体

1. 社交内容平台 2. 电商平台

媒介公司

媒介代理公司

1. 媒介策略服务 2. 媒介代理服务

数字营销公司

1. 整合营销服务 2. 数字技术服务 3. 营销资源服务

高校师生

广告学、新闻传播、艺术设计、影视、营销与管理

广告主需求资源采购基地

核心资源



广告主需求资源采购基地 ——2024年度优质供应商

类别设置

根据申报情况，评出XXX类年度优质供应商

说明：征集和评选2023-2024年度广告主需求资源采购基地的优质供应商，包括年度媒介平台、年度媒介服务机构和年度策略与创意机构。在营销及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。

年度媒介平台类

- 1 年度权威媒体平台
- 2 年度省级主流媒体平台
- 3 年度互联网媒介与资源服务平台
- 4 年度场景媒体平台
- 5 年度电商平台
- 6 年度社交类平台
- 7 年度音视频类平台

(榜单名称示例：XXX公司荣获ADMEN国际大奖
广告主需求资源采购基地 ·
2024年度优质供应商 · 年度权威媒体平台)

年度媒介服务机构类

- 1 年度媒介策略与传播资源服务机构
- 2 年度数字营销服务机构
- 3 年度公关传播机构

(榜单名称示例：XXX公司荣获ADMEN国际大奖
广告主需求资源采购基地 ·
2024年度优质供应商 · 年度数字营销服务机构)

年度策略与创意机构类

- 1 年度品牌综合服务机构
- 2 年度内容营销服务机构
- 3 年度影视创意制作机构
- 4 年度市场研究咨询机构
- 5 年度独立创意服务机构
- 6 年度活动策划执行机构

(榜单名称示例：XXX公司荣获ADMEN国际大奖
广告主需求资源采购基地 ·
2024年度优质供应商 · 年度品牌综合服务机构)

参评公司须同时提交公司招商合作资源，将作为公司资源评价依据，并有机会通过广告人商盟平台分享，助力公司拓展与广告主商务合作。



实战金案

类别设置

说明：征集评选2023-2024年度内实际实施的营销传播案例，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，可由广告主单独申报并单独领奖）。

1.整合营销类

通过整合两种或两种以上的媒介渠道，实现品牌影响提升与营销目标

2.内容营销类

视频营销 话题营销 娱乐营销 品牌跨界营销

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

3.IP营销类

内容类

设计类

评选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代表性有影响的IP形象与标识设计

4.活动营销类

通过活动策划、组织、实施为品牌提供用户参与、用户体验的营销推广活动

5.数字营销类

移动营销 电商营销 智能营销
场景营销 直播营销 OTT营销 私域营销

通过整合数字营销平台，实现品牌影响力提升与营销目标的传播活动

6.元宇宙营销类

通过打造虚拟数字偶像、虚拟空间及推出NFT、利用AR、VR、AIGC等技术，实现品牌增效及传播多元化的案例。

7.公益营销类

以文化理念，协助企业实施推广公益文化、宣传社会公益营销、组织公益活动，从而实现提升品牌目标的传播活动

8.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

9.体育营销类

以体育赛事为载体而进行的产品推广和品牌建设等营销活动

10.品牌年轻化类

年度内实际实施，以年轻化核心策略、创新点、实施效果为评价依据的案例



ADMEN^{INT.}
AWARDS
广告人国际大奖

实战金案

类别设置

客户申报

初评



XX案例荣获ADMEN国际大奖

整合营销类实战金案

内容营销类实战金案
IP营销类实战金案

数字营销类实战金案
元宇宙营类实战金案
创意传播类实战金案

活动营销类实战金案
体育营销类实战金案
公益营销类实战金案
品牌年轻化实战金案

复评



实战金案·
年度十大案例奖
(无需单独申报, 可空缺)

整合营销类10大案例

内容营销类10大案例

数字营销类10大案例

活动营销类+
品牌年轻化类10大案例

终评



实战金案·
年度独立奖项
(无需单独申报, 可空缺)

活动营销类年度最佳
数字营销类年度最佳
内容营销类年度最佳
整合营销类年度最佳

决审



全场大奖



2024 中国当代杰出广告人评选

类别设置

说明：2017-2023，中国广告业的发生巨变的六年，那些用智慧去延续和改变行业的中坚力量，那些有所成就却依然怀揣梦想的贡献人物。2024年，面对全新的营销传播生态，中国广告传媒行业也开启了价值重构的过程，2024中国当代杰出广告人评选让新时代的中国广告人再展风采。

—— 杰出成就人物 ——

传媒经理人· 数字营销人
策划创意人· 学术研究人



2024中国当代 杰出广告人评选



—— 杰出贡献人物 ——

传媒经理人· 数字营销人
策划创意人· 学术研究人



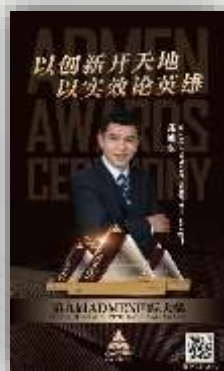
—— 杰出新锐人物 ——

传媒经理人· 数字营销人
策划创意人· 学术研究人

征集方案参见
“2024中国当代杰出广告人评选”



评委阵容



广告主评委



传媒投资方

第三方研究机构

学者、教授



各类头部媒体
负责人



广告服务机构
领军人



评委
构成





评审标准

1. 广告主需求资源采购基地
· 年度优质供应商

评委及客户推荐

推荐单位的推荐语，认同度与评委的推荐集中度

专业创造力

公司年度的代表案例，具有行业示范性价值与影响

资源整合力

公司自身行业资源情况与整合，可用于营销传播服务的资源价值

行业影响力

公司在同业中的地位，以公司的业界口碑、行业获奖情况、领军人行业影响力等为参照

客户服务力

公司所服务的客户规模、客户稳定性，及年度客户增长率

公司经营力

公司年度经营规模与实现增长的幅度

评审标准

2. 实战金案

说明

同一案例不可申报多个类别，且不可同时入选多个类别。



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、借鉴意义。



效果确定性

1. 实战的核心是解决问题，达成的成果与目标的匹配；
2. 实战成果可有多维度评判标准，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

1. 以案例实施整合的资源数量与整合的效果为衡量指标；
2. 注重资源价值的有效利用及转化等。



执行专业性

1. 案例通过实施验证是切实可行，并获得用户或受益者认可；
2. 执行组织系统健全有效，执行手段丰富多样；
3. 执行效果达到预期目标。



其他

1. 案例在行业被认可及借鉴的程度；
2. 案例推荐人、评委对案例的推荐、评价等主观因素。



评审标准

3. 2024中国当代杰出广告人评选

—— 杰出成就人物 ——

传媒经理人· 数字营销人
策划创意人· 学术研究者



1. 年龄：45-55周岁
2. 资历：入行10年以上，有较为突出的行业贡献，有持续服务的客户和优质案例作品，在中国广告业发展中有一定成就。
3. 职级要求：现职广告集团（总公司）董事长、创始人、总裁；现职传媒集团主管市场营销工作的高级副总裁、首席营销官、首席品牌官等职务；现职广播电视台主管广告的台长、副台长。

—— 杰出贡献人物 ——

传媒经理人· 数字营销人
策划创意人· 学术研究者



1. 年龄：35-45周岁
2. 资历：入行5年以上，在业界具有一定影响力，有持续服务的客户和优质案例作品，在行业或者特殊领域具有杰出贡献。
3. 职级要求：现职广告集团分支机构董事长、总裁，或大型广告传媒集团主管市场营销工作的副总裁、品牌与营销传播总经理以上级别职务；现职广播电视台副台长、广告部主任；

—— 杰出新锐人物 ——

传媒经理人· 数字营销人
策划创意人· 学术研究者



1. 年龄：30-35周岁
2. 资历：在业界具有一定影响力，有持续服务的客户和优质案例作品，具有新锐思想和创新案例的代表人物。
3. 职级要求：现职广告传媒公司主管市场营销与广告传播工作的总经理、副总经理以及品牌传播、市场营销、广告创意、媒介企划的总监等以上级职；广播电视台广告部副主任、企划总监等职务。



颁奖盛典

- 时间：2024年6月18日（拟）
- 地点：北京
- 出席人群：
 - 1、案例奖、机构奖及人物奖获奖嘉宾
 - 2、年度总评榜入选单位及商盟理事会
 - 3、广告主评委（限本人）
 - 4、论坛嘉宾、媒体、领导等
- 所有获奖单位及个人均有奖杯及证书

Y2Y品牌年轻节 第十三届ADMEN国际大奖颁奖盛典 一场与品牌同行 让传播价值共见的盛会





颁奖盛典

广告主与服务方共同上台领取荣誉





ADMEN^{INT.}
AWARDS
广告人国际大奖

活动周期

启动征集
2023年12月18日

2023年
12月28日-
2024年5月31日
征集期

参评征集期
面向全球进行案例征集
由参评单位按要求提交参评资料

5月31日
征集截止

6月15日
评审会

评审期
组织评审
最终产生各入选榜单



颁奖盛典
Y2Y品牌年轻节
ADMEN国际大奖颁奖盛典
时间：2024年7月19日





申报流程

2023年开始，申报ADMEN国际大奖实战金案类别的作品可同步提交案例结案视频，时长控制在15分钟。

经评审后，最终入选案例结案视频将择优纳入中国创意教育产教融合示范工程-高校教学案例库，成为高校新闻传播、广告、艺术设计、市场营销等专业教辅。

➤ 如何参评

- 1.上传链接：与组委会联系获取
- 2.组委会内容审核，通过后由客服人员电话通知，进入正常评审流程；
- 3.内容评审（线上、线下）；
- 4.通知获奖及确认参会。

特别说明：

1 奖项申报公司需提交公司介绍PPT与公司核心服务与合作资源，作为资源评价的参考，同时纳入广告人商盟行业资源库，面向商盟进行分享，助力企业商务合作拓展。

2 由于获奖作品会对外公布展示，参赛公司在参赛前应保证提交作品中涉及到的图片、视频等，须拥有使用版权。所有参赛作品一旦提交则视为自动同意作品交由ADMEN国际大奖组委会保管，组委会可将其用作研究、出版、发行及ADMEN大奖项目推广等，不属于侵权或泄密。如有不便对外公开的数据或内容请在提交前自行删除或进行脱敏处理。



宣传平台

广告人网

网站专题报道
内容持续更新及传播

官方微信

广告人智库
广告人商盟
官方微信大号
持续传播

多种传播形式

海报、长图、视频
等多形式传播

微博话题

广告人新浪微博
打造官方话题

业界KOL 自发传播

全网联合宣发

中国日报网、网易、
新浪、搜狐、腾讯、
人民网、新华网等
官方媒体、门户网
站全网宣发

获奖案例将纳入

广告人网—中国广告传媒业案例库
创意星球网—高校广告传媒类教学案例库





宣传平台

全程传播 亮点纷呈





宣传平台

全网宣发 扩散传播

中国日报中文网 财经频道 > 产业资讯

ADMEN国际大奖颁奖典礼绽放云端 | 高光时刻，你我共“在场”！

来源：东方网 2021-08-24 14:29

分享

见证荣耀，看见未来。8月22日，由广告人文化集团、中国中外名人文化研究会联合主办，创意星球网全程执行，国际品牌协会、广告人联盟作为支持单位，网易传媒作为战略合作伙伴，华风集团作为天气媒体支持单位的Y2Y品牌年轻节暨第十届ADMEN国际大奖颁奖盛典在创意星球网和网易平台云端直播间开播。来自五湖四海的行业大咖、评委、众多品牌方、获奖企业相聚云端，在疫情的特殊时刻，共同见证这一大型跨屏直播，共同见证彼此的荣耀时刻。云端互动，你我共“在场”。



ADMEN国际大奖颁奖典礼绽放云端...

推荐 春风习习 锐评 国际 国内 评论 视频 文娱 体育 原创 直播 财智 城市 生态 地方 环保 汽车
ADMEN国际大奖颁奖典礼绽放云端 | 高光时刻，你我共“在场”！

2021-08-24 14:25:17 | 来源：中国山东网 | 编辑：杨毅

见证荣耀，看见未来。8月22日，由广告人文化集团、中国中外名人文化研究会联合主办，创意星球网全程执行，国际品牌协会、广告人联盟作为支持单位，网易传媒作为战略合作伙伴，华风集团作为天气媒体支持单位的Y2Y品牌年轻节暨第十届ADMEN国际大奖颁奖盛典在创意星球网和网易平台云端直播间开播。来自五湖四海的行业大咖、评委、众多品牌方、获奖企业相聚云端，在疫情的特殊时刻，共同见证这一大型跨屏直播，共同见证彼此的荣耀时刻。云端互动，你我共“在场”。



在活动开场，主办方代表广告人文化集团总裁穆红女士带来《助中国品牌强大，让青春梦想飞翔》主题演讲。助力品牌升级，激活品牌内生动力一直是全体广告人努力的方向，广告人文化集团作为Y2Y品牌年轻节

网易新闻

ADMEN国际大奖颁奖典礼绽放云端 | 高光时刻，你我共“在场”！

大众新闻
2021-08-24 14:29

「原标题：ADMEN国际大奖颁奖典礼绽放云端 | 高光时刻，你我共“在场”！」

见证荣耀，看见未来。8月22日，由广告人文化集团、中国中外名人文化研究会联合主办，创意星球网全程执行，国际品牌协会、广告人联盟作为支持单位，华风集团作为天气媒体支持单位的Y2Y品牌年轻节暨第十届ADMEN国际大奖颁奖盛典在创意星球网开播。来自五湖四海的行业大咖、评委、众多品牌方、获奖企业相聚云端，在疫情的特殊时刻，共同见证这一大型跨屏直播，共同见证彼此的荣耀时刻。云端互动，你我共“在场”。



网易新闻 | 有态度

打开

ADMEN国际大奖颁奖典礼绽放云端...

商业频道

ADMEN国际大奖颁奖典礼绽放云端 | 高光时刻，你我共“在场”！

创视网
2021-08-24 14:29

关注

A大

见证荣耀，看见未来。8月22日，由广告人文化集团、中国中外名人文化研究会联合主办，创意星球网全程执行，国际品牌协会、广告人联盟作为支持单位，网易传媒作为战略合作伙伴，华风集团作为天气媒体支持单位的Y2Y品牌年轻节暨第十届ADMEN国际大奖颁奖盛典在创意星球网和网易平台云端直播间开播。来自五湖四海的行业大咖、评委、众多品牌方、获奖企业相聚云端，在疫情的特殊时刻，共同见证这一大型跨屏直播，共同见证彼此的荣耀时刻。云端互动，你我共“在场”。



锦成这样还不宣？

打开



往届回顾

ADMEN国际大奖始创于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年榜单再度起航，升级为国际大奖，引入更多合作伙伴。

首届
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”

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

第二届
2005.1
湖南长沙

第三届
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

第四届
2007.9
山东青岛

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）

第五届
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

第六届
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

第七届
2018.8
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

第八届
2019.6
北京

ADMEN国际大奖
焕新颁奖盛典落地
Y2Y品牌年轻节

第九届
2020.8
天津

品牌100年度案例
点燃全场
遴选“品牌100年度案例”树立年度行业标杆

第十届
2021.8
线上

顺应时代
创新性扩容
颁奖典礼首次绽放云端

第十一届
2022.8
天津

疫情环境
依然被高度业界关注，
重建品牌信心的风向标

第十二届
2023.7
北京

疫后重聚
众多知名品牌及主流媒体品牌、智业迥鼓
齐聚北京，共同探寻
未来发展之路



往届回顾

建构中国首个媒企领袖人脉圈层组织

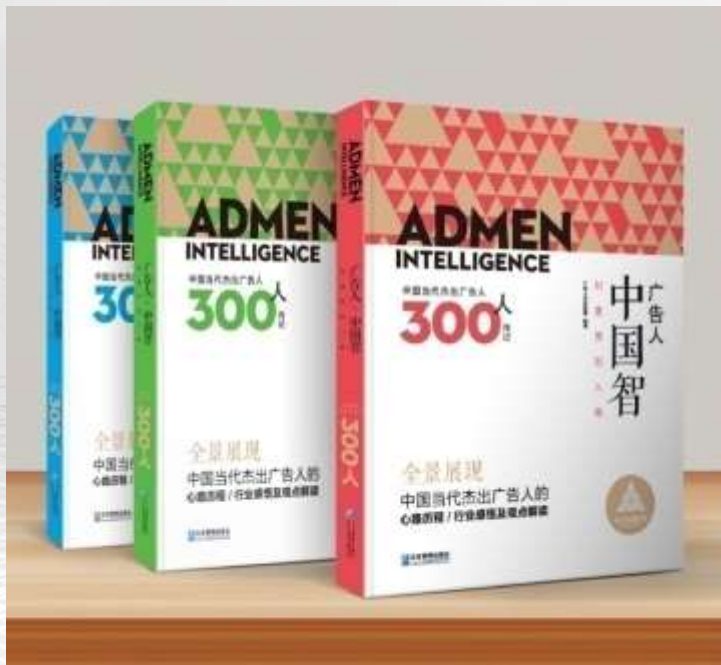






往届回顾

《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，中国广告界、传媒界、营销界及教育界人物，以年龄及个人成就与行业贡献为参照，划分为：杰出成就人物、杰出贡献人物、杰出新锐人物分别授予荣誉称号，并出版大型人文传记丛书，在中国广告博物馆进行展览、收藏，成为中国广告发展历史的重要阶段性记录。



往届回顾

构建广告主需求资源+媒企高端人脉商机



携手中国媒企界的高端影响力伙伴一起行动，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。

广告人和广告主的联合国大会





合作伙伴 (部分)



T H A N K S



组委会联络人：申女士

Tel: 15630383122; E-mail: 931736019@qq.com