第二届“金鹗奖”品牌传播作品案例征集大赛

参 赛 手 册

陕西广协文化发展有限公司

2024 年 12 月

一、前言

朱鹮，是分布于陕西省汉中市洋县秦岭南麓的珍稀鸟类，是国家一级保护动物，被称作“东方宝石”“吉祥之鸟”，与大熊猫、金丝猴、羚牛并称“秦岭四宝”。朱鹮的栖息繁衍离不开优美的生态环境和科学的保护措施，同样，广告业的发展离不开优良的营商环境和持续的创新活力。

为推动提升陕西广告作品质量，不断扩大优质广告作品供给，汇集年度优秀品牌传播案例和学术成果，褒奖在品牌传播中取得卓越成就的企业、机构和个人，引领提升广告作品的文化内涵和创意水平，提升广告业服务高质量发展的能力和质量。陕西省广告协会特指导举办“金鹮奖”品牌传播作品案例征集大赛。

二、金鹮奖简介

大赛指导思想:

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的二十大精神和习近平总书记“广告宣传也要讲导向”重要指示精神，以服务高质量发展为主题，坚持政府引导、协会主导、市场运作，聚焦品牌传播融合发展，洞察时代商业变革趋势，彰显广告产业助推经济发展、承载社会文明的重要价值和作用，对品牌传播起到引领、启迪和借鉴作用，为推动陕西广告产业高质量发展做出贡献。

大赛使命:

一是引领品牌传播正确导向。牢固树立以人民为中心的创作

生产导向，以满足人民日益增长的美好生活需要为根本目的，引领健康的审美观、消费观和价值观。

二是推动品牌传播提升质量。充分挖掘和展现品牌传播向融合性、前沿性发展成果，鼓励品牌传播与中华优秀传统文化、现代理念融合，推动提升品牌传播的文化内涵和创意水平。

三是表彰品牌传播创作团队。充分激发品牌传播的创新和竞争活力，彰显品牌传播优秀企业、机构和个人风采，对获奖者在业务经营、职称评定等方面的发展有所帮助，增强产业服务能力。

四是鼓励公益作品创作传播。引领广告行业弘扬社会主义核心价值观、弘扬中华优秀传统文化、弘扬民族精神，宣传党和国家的方针政策、呈现党的风貌，弘扬主旋律、传播正能量。

五是搭建政商学界交流平台。邀请政商学界专家参与作品评审，搭建权威平台，推荐优秀作品参加全国广告作品评比赛事，打造享有行业公信力、助力品牌传播的高端竞赛。

三、首届“金鹛奖”回顾

首届“金鹛奖”自启动以来，得到了广大企业、机构和个人的积极响应与热烈参与，最终收集123份作品，经过严格的评选流程，首届“金鹛奖”共评出创意作品、媒介创新、营销案例、公益广告和广告学术5大类29件优秀作品，不仅全面展示了品牌传播的最新成果和创新趋势，也为陕西广告行业树立了新的标杆和方向。

在首届“金鹛奖”的评选过程中，所有参赛作品都经过了严格

的筛选和评审。由专业评委组成的评审团，从作品的创意性、创新性、实效性等多个维度进行了综合评估，确保评选出的作品能够代表当时广告行业的基本水平。最终，29 件优秀作品脱颖而出，它们不仅在各自的领域内有着出色的表现，更在整体上展现了广告行业的多元性和活力。

首届“金鹂奖”颁奖典礼在 2024 年陕西广告业发展大会上隆重举行，这一盛会不仅是对获奖作品的表彰，更是对陕西广告行业的一次激励和鼓舞。颁奖典礼上，陕西省市场监督管理局、中国广告协会、陕西省广告协会等单位的领导亲临现场，与特邀品牌企业、高校、行业精英们共同见证了这一荣耀时刻。









四、组织机构

指导单位：陕西省广告协会

主办单位：陕西广协文化发展有限公司

大赛组委会负责大赛的组织协调、推进实施、运行管理、服务保障等工作。

五、参赛作品类别

A.创意作品类：视频、视觉设计、音频作品投放或者展览展示案例；

B.媒介创新类：传统媒介、数字媒介创新营销案例；

C.营销案例类：整合营销、内容营销、文旅营销、电商营销、场景营销、数字营销、企业社会责任案例；

D.公益广告类：公益广告案例；

E.广告学术类：论文、研究报告、著作等各类研究成果。

六、报送要求

（一）报送作品范围

2024年1月1日—2024年12月31日，陕西境内企业、媒体机构在媒体上发布过或已经执行过的品牌传播作品及活动案例，外地企业、媒体机构在陕西境内媒体上发布过或已经执行过的也可报送；陕西境内高校教师和行业从业人员在国内外公开发表或出版过的论文、研究报告、著作等各类广告学术研究成果，外地高校教师和行业从业人员在陕西学术期刊或陕西境内公开发表或出版过的也可报送。

（二）报送时限

参赛作品报送截止时间为2025年3月10日，所有报名、参赛资料请于2025年3月10日前完成网络提交，逾期不予受理。如遇多次网络上传失败，参赛者可采用U盘，快递至组委会的方式投稿。

（三）作品内容要求

1.创意作品要求参赛作品为原创，创意独特并充分展现美学，制作精良、结构严谨，有记忆点、有影响力，传达准确清晰;

2.媒介创新要求参赛作品首先从所投放媒介的创新点出发，而后从策划、包装、数据等方面综合考量展示;

3.营销案例要求参赛作品策划一流、创意新颖，营销方式多元且执行完整，在互动、销售、服务上有正向反馈，提供相关数据支持，并保证数据真实有效;

4.公益广告要求弘扬社会主义核心价值观、弘扬中华优秀传统文化、弘扬民族精神、宣传党和国家的方针政策、呈现党的风貌等弘扬主旋律、传播正能量的公益作品。

5.广告学术要求参赛作品内容涉及广告、品牌、营销及传播等方面，内容新颖，具有学术价值和前瞻性，符合实际市场环境预期。

6.符合《广告法》等相关法律法规要求，符合社会主义核心价值观，适合中国国情，不得侵犯民族宗教信仰、遵守民族政策、不得有黄色暴力等内容，尊重大众普遍审美。

七、报送说明

（一）评审类别及报送要求

创意作品类	作品说明及要求	需提交材料
Aa 视频创意	在电视、影院、网络、新媒体平台上播放的视频广告作品，除微电影的影片长度必须在 180 秒以内，微电影长度在 10 分钟以内。 影片格式为 MP4，单个影片小于 300M，编码格式 H.264	影片原视频 案例展示视频/图片 发布链接（若有） 创作说明
Ab 视觉设计创意	通过设计显示的符号、图形和字体等专业系统设计，以规范品牌或公司视觉形象表达，包括但不限于 logo、VI 系统、形象墙，展陈设计、宣传海报、产品包装等。 平面作品格式为 JPG，PNG等，不得低于300 像素，CMYK 色彩模式，5MB 以下	设计原图 案例展示视频/图片 作品实物 （若有） 创作说明
Ac 音频创意	语言类广告或使用音乐创作的音频广告，包括但不限于电台广告、互联网广播广告、有声书、广播剧、企业歌曲、广告歌曲、广播节目、电台直播节目等。 音频类作品格式为 MP3，单条时长不超过 2分钟，单个音频<100M。	音频 案例展示视频/图片 发布链接（若有） 创作说明

备注：创作说明中需介绍本作品创作的背景和目标、创意洞察、策略与执行、效果影响。

媒介创新类	作品要求	需提交材料
Ba 传统媒介	通过创新技术或创意方法发挥传统媒介特点和优势，以提升传播效果和用户体验的营销案例。传统媒介是指电视、广播、户外、报纸期刊等。	案例展示视频/图片 发布链接（若有） 案例说明
Bb 数字媒介	通过创新技术或创意方法发挥数字媒介(包括但不限于搜索引擎广告、社交广告、视频广告、移动应用广告）属性和特点的营销案例。	案例展示视频/图片 发布链接（若有） 案例说明

备注：案例展示视频，时长不超过 3 分钟，单个视频<100M；案例说明包含背景&目标、媒介策略、执行、效果（曝光量、互动量、社会反响等）。

营销案例类	作品要求	需提交材料
Ca 整合营销	对多种不同的传播工具和推广手段的整合运用，实现企业或品牌营销目标的案例。	营销案例方案 案例展示视频 案例说明（案例包含H5、小程序等体验互动活动，可上传体验二维码）
Cb 内容营销	通过策划活动或者利用有影响力的事件、与有影响力的人物合作等方式，实现企业或品牌营销目标的案例。	
Cc 文旅营销	结合文化元素和旅游资源的优秀营销案例，包括但不限于旅游景区、文化博物馆、艺术节、文化主题公园等文旅景区、企业所创新的相关广告营销活动。	
Cd 电商营销	通过互联网作为经营媒介，直接向顾客销售产品及服务的营销案例。包括不限于直播电商、内容电商等营销形式。	

Ce 场景营销	通过特定场景的营造(包含时间或空间、虚拟或现实)，来与消费者进行互动,以创造性的方式激发他们在场景的需求，从而达成营销目标。	
Cf 数字营销	通过数字化转型将消费、场景和业态、渠道进行融和与重构；将数字化赋能于场景体验,带来独特的融合场景，实现营销升级。	
Cg 企业社会责任	主要指通过企业社会责任活动、行为等提升品牌声誉与形象、提振营销效果的案例。	

备注：营销方案小于 20M；案例说明内容包含：背景&目标、媒介策略、执行、效果（曝光量、互动量、社会反响等）；案例展示视频，时长不超过 3 分钟，单个视频<100M。

公益广告类	作品说明及要求	需提交材料
公益广告	为党政机关、公益机构或非盈利组织创作的公益广告案例,呈现陕西高质量项目推进年、营商环境突破年、干部作风能力提升年活动精神面貌的公益作品。	影片原视频 案例展示视频/图片 发布链接（若有） 创作说明

广告学术类	作品说明及要求	需提交材料
论文、研究报告、著作等	论文指选用与论证内容有关的数据，经过综合分析、判断推理，形成的与广告行业、发展趋势、新型媒体形式等方面的论文。 研究报告指对广告行业现状调查研究，科学整理、真实记录、综合分析、形成科学的观察结果。 著作指内容涉及广告、品牌、营销及传播等方面书籍、选集、教材等。	如为论文或研究报告，需提交包括所发表的刊物封面、目录、全文及版权页等内容的PDF或WORD格式材料; 如为著作，请提供至少1本。 原则上申报者应是著作的第一作者；如非第一作者申报本奖项，需附上其他作者放弃申报的书面说明。 教材类作品需已投入使用。 发表图片/链接（若有） 创作说明

（二）报送流程

1.登陆陕西省广告协会官网。

2.点击协会官网首页主图“第二届金鹂奖品牌传播作品案例征集大赛”。

3.登录账号。

（1）协会会员使用企业账号和密码登录;

（2）非会员先注册（分企业和个人）后登录。

4.按照报送说明中的类别要求提交参赛信息，并上传参赛作品案例。

5.提交成功，等待组委会审核资料信息情况，发交费通知函。

6.交纳参赛费1800元/件（公益广告类和广告学术类除外），申报完成（其中评审费1000元、奖杯证书制作费800元）。

交费信息如下:

账户名：陕西广协文化发展有限公司

开户行：中国工商银行陕西自贸区西安国际港务区支行

账　号：3700030309100137037

（三）注意事项

1.同一作品只能选择一个子类别进行报送。

2.同一作品不同参赛单位可协商统一提交，并事先征得版权单位的授权。尊重知识产权，参赛作品凡涉及肖像权、著作权、商标权、名称权、数据保密等法律有关问题，由报送单位自行负责。

3.作品中涉及数据需真实有效，并标注第三方来源。

4.提交作品前请认真核对，作品确认提交后不可修改。

5.所有报送材料及内容视同可以对外公开发表，主办方有权将参赛作品进行宣传、展示和编辑出版发行。

八、评审标准与推广

（一）根据参赛作品报送的子类别进行评审，均设置金鹗奖若干个。评审标准如下:

1.创意创新（30%）

该维度主要评估广告从创意构想到具体执行展现出的创意

度、创新性和独特性。

2.策略专业（20%）

该维度主要评估广告营销策略的专业性，包括清晰的产品定位、有效的传播规划等。

3.执行情况（20%）

该维度主要针对广告活动实施完成度进行评估，包括广告活动的规划、资源调配、策划、制作、推广等环节的具体表现。

4.实现效果（30%）

该维度主要评估广告的效果，如广告在市场上的表现、受众喜好度、宣传效果、效果转化等。

（二）获奖作品将获得荣誉证书和奖杯。证书和奖杯所刻信息默认为参赛单位报送作品案例时所填写的单位名称。

（三）获奖作品推广渠道

1.通过组委会进行线上线下展出和宣传。

2.在陕西品牌传播大会上进行表彰展示。

3.通过赛事合作媒体、平台宣传。

九、大赛流程

（一）报送作品。2025年3月10日前提交参赛作品。

（二）作品评审。2025年3月下旬，邀请专家组成大赛评审委员会，按照大赛评选类别及比例评选获奖作品。

（三）颁奖典礼。在陕西品牌传播大会现场揭晓获奖名单，并颁发奖杯、荣誉证书。

大赛组委会将加强组织领导,健全组织机构，完善工作机制，精心策划、创新大赛组织形式；坚持“专业、公平、公正”的原则，规范管理赛事活动，严格专家评委选任，科学合理设置奖项、规模和作品评价标准、程序，挖掘更具有影响力和价值的品牌传播作品案例，给予品牌企业和参赛者更多展现的机会。

大赛组委会联系方式:

联系人：罗丽娟

电 话：029-81889709 18629689709

邮 箱：shaanxad@163.com