



## 智赢2018第十届中国广告主峰会暨 金远奖颁奖盛典

尊敬的 \_\_\_\_\_ 先生/女士，您好！

智赢2018第十届中国广告主峰会暨金远奖颁奖盛典将于2018年05月在北京召开。

### 会议内容

“广告点石成金，品牌高声致远——金远奖，金品质，远实力”。由广告主传媒（《广告主》杂志）联手中国传媒大学商学院、品微会共同打造的“中国广告主峰会暨第十届金远奖颁奖盛典”将于2018年5月24日在京举行，峰会主题为“智赢2018”。届时全球500强企业及国内一线品牌企业的营销高管将与营销传播服务公司、媒体广告运营负责人一道共探新时代、新技术背景下的智慧“赢”销之道，发现传播新机会，创造营销新价值、共议营销传播新模式。

从即日起，凡在大中华区开展营销传播活动的合法企业、政府（社会）组织、媒体经营机构、广告公司、公关公司、营销策划公司、市场调研公司等具备较强行业影响力的单位和个人均可向中国广告主峰会组委会报送材料，申请相关奖项。

主题阐释：

AI，AR，VR，H5，DSP，PUGC，区块链，新零售，信息流，短视频，直播，二次元、佛系……新概念、新名词层出不穷，不断涌现，即便是站在时代潮流最前端的营销传播人士也会有应接不暇的焦虑感。焦虑的不只是需要不断充电新知识，Get新技能，还有这些剧变背后对营销效果的拷问与追求。

新时代、新技术背景下，营销需要更智能，也需要更智慧。智能让营销更有效率与效果，全面掌握、熟练运用营销新技术、新媒介的公司才会有前途，这是时代发展、市场变化的必然。然而，无论时代如何变化，技术怎样更替，营销行业作为智业的根本未变，营销传播人士需要更智慧，才能娴熟运用新技能，洞察新市场，整合新媒介，赢取新胜利。

让我们一起智赢2018！

往届回顾：

营销传播服务行业各个链条上相关公司尤其是大量品牌主的深度参与一直是广告主峰会区别行业同类型活动的主要特点之一，可以这样说，到目前为止，你能想起的广告主、广告公司、公关公司、媒体、营销研究机构、策划机构都曾参与过广告主峰会，参加过金远奖申报。

2017年5月5日，由《广告主》杂志、品微会主办，中国传媒大学商学院学术支持的“迭变2017：第九届广告主峰会暨金远奖颁奖盛典”在北京盘古七星酒店召开，来自蒙牛集团、汇源果汁集团、仲景宛西制药、新希望乳业、探路者、碧生源控股、洛娃集团、御芝林集团、钱包金服、蘑菇街、四季沐歌、酷派集团、搜狐、河北广播电视台、世纪鲲鹏、顺为互动等单位的高层和来宾一道探讨了迭变营销、营销蝶变之道。

2016年4月22日，由《广告主》杂志、品微会主办，中国传媒大学商学院学术支持的“智见2016：第八届广告主峰会暨金远奖颁奖盛典”在北京盘古七星酒店召开，峰会聚集了360、蓬景数字、天脉聚源、周黑鸭、福田汽车、老板电器、蓝港互动、泰一指尚、养乐多、人人贷、华谊嘉信、BOSS直聘、全景动力、合润传媒、迪思传媒、剧星传媒、修正药业、京东、TCL集团、天威传播、康蒙来公关等国内众多品牌主、营销传播服务公司、媒体的参与，盛况空前，影响巨大。

2015年5月8日，由《广告主》杂志、品微会主办，中国传媒大学MBA学院学术支持的“转型营销·2015第七届中国广告主峰会暨金远奖颁奖盛典”在北京柏悦大酒店圆满落幕。本次盛会汇聚了国内100余家知名广告主高层参与，按电视营销传播论坛、网络营销传播主题论坛、品牌化内容与娱乐营销主题论坛、数字营销论坛、整合营销传播论

坛五大论坛渐次展开，论道社会经济转型大背景下的营销传播大趋势、新思路、潮案例、牛做法。来自华泰汽车、七匹狼、白象食品、爱奇艺、途牛旅游网、大众汽车、世纪佳缘、鲁花集团等单位的高管参加了演讲与圆桌互动环节。

价值分析：

### 一、超值口碑传播与公关平台

峰会暨金远奖颁奖现场，云集了国内一线广告主、营销传播服务公司、媒体广告运营的负责人，其中大约40%为国内大中型企业高级经理、市场总监、广告总监、品牌总监及以上人员，60%为营销传播服务公司、媒体广告运营的负责人，营销传播精英的聚会既是一场思想的头脑风暴、实战的心得体会与经验教训的分享，更是一个千载难逢的口碑传播机会和拓展业务关系的公关平台。

### 二、超强整合营销传播效果

1.提前3个月进行网络整合传播，《广告主》杂志、广告主传媒微信号、广告主网微博、游戏行业观察微信号将在峰会前后进行连续跟踪报道，在搜狐新闻客户端、今日头条、一点资讯等主流新闻APP会前会后进行推广，此外，还将联合《销售与市场》、梅花信息网、《互联网周刊》等专业杂志、互联网媒体进行报道，至少5万以上EDM邮件进行精准传播。

2.超过15家财经、营销类、广告类报刊进行广告、文章或资讯推广。

超强的整合营销传播价值将为与会个人、单位的品牌累积超值的品牌资产。

### 三、权威品牌背书

第十届中国广告主金远奖将全面与国际五大营销传播类奖项全面接轨，从奖项申报、初审、复审到全场大奖的评审，严格遵循科学公正公开公平的原则进行评议，力保奖项本身的权威性、专业性、公信力与含金量。金远奖评委会由国内知名营销传播专家丁俊杰、罗子明、张树庭、王雪野、刘国基等学术评委和来自中粮集团、阳光保险集团、贵州茅台集团、华泽集团等企业80多名高管组成的品微会会员担任终审评委，专家的影响力与客观公正性、奖项的广告主视角毋庸置疑。在国内同类奖项中，广告主金远奖来自知名广告主的评委最多，评审全程由国内营销传播界顶级学府中国传媒大学商学院提供学术支持，更是为参评单位与个人的品牌提供了有力背书。

申报评议流程：

从即日起，凡在大中华区开展营销传播活动的合法企业、政府（社会）组织、媒体经营机构、广告公司、公关公司、营销策划公司、市场调研公司等具备较强行业影响力的单位和个人均可向中国广告主峰会组委会报送材料，申请相关奖项。

奖项设置：

中国广告主金远奖是在秉承戛纳、莫比、纽约、克里奥、伦敦等全球五大广告奖先进理念和运作策略的基础上，融入艾菲奖的实效诉求，结合本土实际打造的大中华区营销传播领域的权威至高奖项；是大中华区内唯一一个着眼广告主，以广告主的视角，对企业的广告创新力、品牌突破力、社会责任感以及广告主个人、团队营销传播表现进行全面、科学、公正评估表彰的奖项体系；也是大中华区内唯一一项基于整合营销传播理念，对营销传播产业链的各个环节以及各种媒介（组合）的传播案例进行评估表彰的全媒体奖项评价体系，涵盖案例奖、公司奖、人物奖和工具奖四个大类，共32个子类，具体奖项类别列如下：

#### 一、案例奖（A类）

案例奖是金远奖的主打，基于全媒体的视野，对利用各大细分媒体展开的营销传播案例进行评审，选拔出出类拔萃者进行颁奖表彰，是目前国内最全面的营销传播案例奖项。案例奖共包括以下九个小类：

A1—电视类：包括传统模拟电视与互联网电视，主要指利用电视终端开机大屏广告、节目导航条广告、节目菜单广告、节目创意广告（贴片）、标版广告、栏目（剧场）特约冠名、栏目（剧目）植入、电视媒介组织的线下活动等形式的营销传播案例；

A2—平面类：包括杂志和报纸两种媒体形式。主要指利用平面创意广告（内容创意和形式创意）、报刊栏目（版面）冠名、专题重点报道、线下活动等形式的平面媒体传播经典大案；

A3—广播类：包括传统广播与数字广播，主要指利用广播节目贴片广告、节目冠名、专题节目、植入广告、广播媒体组织的线下活动等形式进行营销传播的案例；

A4—户外类：在城乡公共生活空间里发布广告的各种媒介形式，如楼宇媒体、车载（身）媒体、银行网点媒体、医院媒体、高校媒体、墙体广告、高速单立柱、公交广告站牌、航机机身、地铁广告等。主要利用这些媒体为广告主的品牌提升和产品销售提供服务的户外媒体传播经典大案；

A5—网络类：

A5.1 社会化营销：主要利用社交媒体进行营销的案例，如微博、微信、知乎、豆瓣、百度贴吧等；

A5.2 大数据营销：主要利用程序化购买、深度数据整合与挖掘进行营销的案例；

A5.3 直播营销：主要利用各类移动直播平台进行营销的案例，如花椒、映客等；

A5.4 短视频营销：主要是运用短视频进行营销的案例；

A5.5 网生内容营销：主要指运用网络综艺、栏目、网络大电影等原生网络内容进行营销的案例；

A5.6 网上影视营销：主要指运用互联网平台播出的电影、电视剧进行营销的案例；

A5.7 信息流营销：主要指利用信息流广告进行营销的案例；

A5.8 H5营销：主要指利用H5形式进行营销的案例；

A5.9 音频营销：主要指运用网络音频内容进行营销的案例；

A6—电影类：主要指利用电影贴片广告、映前广告、阵地广告、植入式广告、品牌（形象）授权、首映活动等形式进行的电影、影院经典传播大案；

A7-游戏动漫类：主要指运用游戏、动漫等形式进行营销传播的案例；

A8-音乐体育类：主要指运用音乐、演唱会、赛事活动等进行营销传播的案例；

A9-公益类：主要指企业通过捐赠、慈善等形式提升品牌声誉与形象的案例；

A10-综合类：不属于A1-A7类的其他营销传播案例，比如品牌化内容营销、公共关系战略管理、危机公关、品牌策略与定位服务、营销策划全案服务、广告创意等方面的案例。

A11—整合传播类：包括A1-A6两种或两种以上传播形式的案例。

案例类设金、银、铜奖，获奖比例分别不超过每个细分类别报送案例总量的5%、10%、20%。若某细分类别申报数量有限，则视案例本身质量决定是否最终入选奖项。本届大会设案例类全场大奖1个，所有细分类别的金奖获得者有资格PK全场大奖，是否参与PK全场大奖视金奖获得者意愿及组委会意见而定。

## 二、公司奖（B类）

公司奖表彰在国内营销传播实践中创新能力强的企业，嘉奖那些值得信赖与喜爱的品牌与公司，具体如下：

### B1、最具营销创新力企业

表彰那些在营销传播实践中创新力强的企业，如运用新策略、新创意、新技术、新方法、新媒介等取得不错业绩、获得业界广泛认同的企业。

### B2、消费者最喜爱的品牌

表彰那些最受消费者欢迎、喜爱的品牌。

### B3、广告主最信赖的广告公司

表彰那些服务与效果都深得广告主信赖与托付的广告公司。

### B4、广告主最信赖的公关公司

表彰那些服务与效果都深得广告主信赖与托付的公关公司。

### B5、广告主最信赖的媒体

表彰那些服务与效果都深得广告主信赖与托付的媒体（包括各类有广告服务的APP）。

## B6、广告主最信赖的研究机构

表彰那些服务与质量都深得广告主信赖与托付的研究机构。

## B7、广告主最信赖的营销服务机构

表彰那些为品牌主提供营销策划、市场调研，并深得广告主信赖的营销策划公司。

## B8、自主申报专项

在符合金远奖总体章程的前提下，品牌主、广告公司、公关公司、媒体、营销策划公司可根据自身在某一细分领域的核心竞争力，进行自主申报。如“汽车行业最具成长力广告公司”、“华东地区最具竞争力广告公司”、“最具竞争力SEM服务公司”、“最具营销价值省级地面频道”等等。评委会将根据行业和申报单位的具体实际，决定是否设置该奖项。每个专项奖仅授予1家公司。

## 三、人物类（C类）

人物类表彰国内营销传播实践中在某个方面或细分领域表现突出、影响卓著的个人或团队。

### C1、营销传播领军人物

表彰在营销传播领域贡献卓著的知名企业董事长、总经理，知名广告公司、公关公司总裁、总经理、CEO,知名媒体社长、总编辑、总经理、CEO、总裁、电视台台长等；

### C2、营销传播新锐人物

表彰营销传播行业过去1年内涌现出来的具有一定知名度与影响力的新锐人物，限知名企业总监以上，知名广告公司、公关公司副总经理以上，知名媒体广告部主任以上人员；或处于上升成长期的新锐品牌，新锐广告、公关公司，新锐媒体的总经理、董事长等；

### C3、团队类

在符合金远奖总体章程的前提下，团队奖可根据团队性质、特点、取得的成绩等实际情况由申报单位自主申报，如客户服务最佳团队、市场企划最佳团队、品牌营销最佳团队等。评委会将认真审核申报资料，决定是否授予该团队以相关荣誉。

## 四、工具类（D类）

工具类奖项表彰在营销传播实践中积累起来的卓越品牌传播模型、营销工具和技术平台。

### D1—最具价值营销模型

表彰营销策划公司、品牌咨询公司、全案广告公司、媒体公司等品牌管理、品牌传播、品牌评估的理论、方法、模型

### D2—最具价值营销工具/最具价值营销平台

表彰创意与技术完美结合的营销工具、平台。

评审标准：

案例类嘉奖那些策略一流、创意新颖、分享踊跃、销售火爆、服务上佳的案例；公司奖从企业可持续发展与社会责任、创新能力、服务能力、产品口碑、行业地位、社会知名度与美誉度等方面进行综合考量；人物奖则从人物和事件的标本价值和历史地位等方面来进行评价；工具类奖项将从其先进性、性价比、行业认可度等方面进行考察。

案例类奖项评审采取5分制评分法，即按申报奖项质量的高低，分别给其赋以5分、4分、3分、2分、1分的分值，对应质量很好、比较好、一般、比较差、很差的不同等级。组委会将按案例总分得出金银铜奖获得者。

相关费用：

免费参加奖项申报，经评委会评审最终获奖者，案例类奖项金奖、银奖、铜奖需分别缴纳评审费等相关费用8000元、5000元、3000元。公司类、人物类、工具类奖项需缴纳评审费等相关费用8000元，拒不缴纳相关费用者，组委会有权取消奖项，并将该单位拉入黑名单，禁止申报奖项3年。

## 会议日程

- 8:30-9:30 ● 1、签到及领取资料；  
2、主会场播放主赞助商宣传视频

### 9:30-9:40 致开幕词

- 9:30-9:35 ● 中国传媒大学商学院院长王学野教授致辞  
9:35-9:40 ● 广告主传媒总编辑刘再兴致辞

### 9:40-10:55 Panel 1: 智能营销传播专题论坛

- 9:40-9:55 ● 演讲1: 知名智能营销服务公司或媒体高管1名  
9:55-10:10 ● 演讲2: 广告主高层1名  
10:10-10:55 ● **圆桌互动**  
主持人1名, 知名广告主总监级别以上高管(2名), 智能营销服务公司VP级别以上高管(1名), 数字媒体高管(1名)

### 10:55-11:55 Panel 2: 互联网整合营销传播论坛

- 10:55-11:10 ● 演讲3: 知名广告主或互联网整合营销服务公司、媒体高管1名  
11:10-11:55 ● **圆桌互动**  
主持人1名, 知名广告主总监级别以上高管(2名), 数字营销服务公司VP级别以上高管(1名), 数字媒体高管(1名)

### 13:00-14:00 Panel 3 内容营销主题论坛

- 13:00-13:15 ● 演讲4: 知名品牌主或内容营销服务公司VP级别高管1名  
13:15-14:00 ● **圆桌互动**  
专家学者(兼主持人, 1名), 知名品牌主总监级别以上高管(2名), 内容营销服务公司VP级别以上高管(2名)

### 14:00-15:00 Panel 4 场景营销主题论坛

演讲5: 知名品牌主或内容营销服务公司VP级别以上

- 14:00-14:15 ● 演讲5：知名品牌或场景营销服务公司VP级别高管1名
- 圆桌互动**
- 14:15-15:00 ● 专家学者（兼主持人，1名），知名品牌总监以上高管（2名），场景营销服务公司VP级别以上高管（1名），场景化媒体高管（1名）
- 15:00-16:00 Panel 5 信息流广告主题论坛**
- 15:00-15:15 ● 演讲6：知名品牌或信息流广告服务公司VP级别高管1名
- 圆桌互动**
- 15:15-16:00 ● 专家学者（兼主持人，1名），知名品牌总监级别以上高管（2名），信息流营销服务公司VP级别以上高管（1名），媒体高管（1名）
- 16:00-17:00 Panel 6 短视频营销主题论坛**
- 16:00-16:15 ● 演讲7：知名品牌或短视频营销公司高管1名
- 圆桌互动**
- 16:15-17:00 ● 专家学者（兼主持人，1名），知名品牌总监级别以上高管（2名），短视频营销公司VP级别以上高管（1名），媒体高管1名
- 17:00-18:00 Panel 7 移动直播营销主题论坛**
- 17:00-17:15 ● 演讲8：知名品牌或移动直播营销公司VP级别高管1名
- 圆桌互动**
- 17:15-18:00 ● 专家学者兼主持人（1名），知名品牌总监级别以上高管（2名），移动直播营销公司VP级别以上高管（2名）
- 19:00-21:00 答谢晚宴暨第十届中国广告主金远奖颁奖盛典**

## 会议嘉宾

评委会（最终出席嘉宾以会议现场为准）

评委会由业内知名专家学者、品牌广告主高层、研究机构负责人、营销服务公司高层、媒体高管组成，乙方评委组成初审团，甲方评委、乙方与学术机构评委组成复审团，评审团成员具体如下：

中国传媒大学商学院院长王学野

北京工商大学传媒与艺术学院院长罗子明

中国传媒大学商学院教授刘国基

CSM媒介研究副总经理郑维东

奥康集团总裁办主任罗会榕

西藏5100副总经理佟利

鲁花集团品牌总监初志恒

途牛旅游网高级副总裁王树柏

蒙牛集团功能品牌总监白洪羽

TCL集团品牌中心总经理张晓光

马应龙销售公司副总经理王春猛

贵州茅台集团习酒公司营销总顾问徐郢

新的电动车总裁胡松翥

盘古餐饮总裁胡刚

酒仙网市场负责人范晋宇

百胜集团小肥羊品牌中心总经理张卫萍

同方电脑市场总经理贾静

圣象地板品牌中心总经理陈治华

汉能集团副总裁张彬

七匹狼副总裁、FreeJoy创始人闫军

众泰汽车副总裁解伟

修正药业品牌中心总经理李佳

仲景宛西制药市场总监杨玉奇

三胞乐语首席战略官江波

匹克体育营销中心品牌总监刘翔

霸王集团副总经理汪亮

锦道软装CEO林周勇

迪思传媒总裁黄小川

曲美家居市场总监粟凡

桂龙药业市场总监尹朝木

新希望乳业品牌总监熊发玉

跑能创始人王利锋

绿盾口罩品牌总监管丽君

鲜活优选创始人刘琦

拉芳集团总裁办主任崔洪喜

神奇药业市场总监饶念

恒源祥品牌副总监马敏

绿源电动车副总裁丁霄

土巴兔公关总监张赟慧

洛娃集团执行董事赵建利

百丽集团天美意品牌运营中心总监付世祥

苏酒集团（洋河）新闻发言人、外联公关部主任刘聪聪

泸州老窖6080酒业营销公司总经理叶茂

灵峰药业广告总监陶思娜

6人游旅行网联合创始人晁夕

杭州行以致远品牌营销服务机构创始人蔡毅

聚星体育总裁方立松

爱国者新媒体中心副总经理何承飞

福田汽车企划总监韩鹏

Fun Lab创始人杨云霄

造作首席营销官王赋

艾莱依品牌推广总监陈昌伟

御芝林集团品牌总监李冬玲

老板电器电商总经理蒋凌伟

北汽新能源品牌与文化部总监彭友林

四季沐歌品牌总监李文平

R2Games联合创始人陈志平

江中制药集团市场总监李斌

爱钱进市场总监汪鼎然

凯迪仕智能锁市场总监吕振宇

华信证券副总裁袁晓懋

俏十岁董事副总裁宋学军

途游游戏副总裁罗伊利

北大医疗董秘、副总经理赵蓓蓓

京润珍珠董事总经理周朔

阿芙精油市场总监姜承明

简理财市场总监姚阿珊



十月妈咪副总裁卫达

杰士邦电商总经理周密

汇源果汁副总裁李生延

海尔集团数字化营销总监杨琦

花印首席品牌官季立政

世纪佳缘执行副总裁张亚红

圣元国际集团品牌公关负责人张迎玖

《广告主》杂志主编刘再兴

.....

( 评委排名未分先后 )

## 会议门票

参会票：0元，需审核。

贵宾票：仅售20张，每张4880元，可出席全天会议、领取全套会议资料、获赠一级参会奖品、参与峰会抽奖、享用贵宾午餐、出席晚宴并参与晚宴抽奖、引荐相关嘉宾，自动成为广告主传媒营销人脉圈成员，加入广告主传媒组建的各大营销微信群，有机会参与广告主传媒全年主办的各类会议与沙龙活动。

嘉宾票：仅售50张，每张980元，可出席全天会议，领取全套会议资料，获赠会议普通礼品、参会峰会抽奖，享用嘉宾午餐，自动成为广告主传媒营销人脉圈成员，有机会参与广告主传媒全年主办的各类会议与沙龙活动。贵宾票恕不打折销售，各单位限买1张。

