



中国广告长城奖-媒介营销&互动 创意奖

2016启动说明会

现代广告杂志社



媒介营销&互动创意奖

- ▶ 国家级奖项
- ▶ 国际化
- ▶ 十余年关注互动营销

2016奖项时间进度

- ▶ 征集截止时间：8月20日
- ▶ 线上初审，公布初审结果：9月初
- ▶ 现场3分钟提案终审：10月初
- ▶ 颁奖典礼：中国国际广告节期间10月下旬

2016奖项变化

适应市场的发展，反映行业市场变化

► 整体变化

增加了奖项类别；对每一类别的细分组别划分从内容方面和广告主所属的行业都进行了划分。

► 增加细分组别

视频类：

保持原有的细分组别微电影、网剧、病毒视频、网络节目和其他五个细分组外，增加自媒体原创组别。

自媒体原创：通过自媒体、KOL等联合出品，以视频的形式帮助广告主实现新的内容输出和口碑打造，且在内容表现及商业模式上有创新

无线类

根据无线类别的营销载体和形式划分为 APP（制作APP或与APP定制的广告营销方式）、微型网站如H5、整合营销（基于移动端各平台方式上的整合）

媒介营销-内容营销类：

增加了“事件营销”：结合用户对社会、文化等领域的关注点，帮助品牌创造事件或热点，阐释品牌理念、提升影响力的营销活动。

媒介营销-跨媒介整合类：

细分为依靠多数数字平台进行整合营销的组别以及数字、传统媒体平台综合运用的整合营销。

- ▶ **媒介营销-电子商务：**区分为以电子商务为平台的品牌推广（产品组）以及电子商务频频自身推广（服务组）。

▶ 新增类别

互动创意奖-技术创新类：在互动创意奖中增加技术创新类，强调从创意方向进行的技术革新与应用。

媒介营销奖-大数据精准营销类

媒介营销奖-公关

参赛 · 初审：线上提交作品

- ▶ 初审作品：作品允许以图片、文字或视频等多种格式上传，以网文图文混排的形式呈现给评委进行线上初审。建议完成后进行编辑排版预览，美化作品。
- ✓ 根据每一类别的要求、侧重点进行案例包装。
- ✓ 系统附件：初审作品提交时以附件形式上传的内容如视频等仅为组委会系统备份。
- ✓ PPT：为终审提案时使用，最晚根据组委会要求在终审前提交。
- ✓ 视频：大赛中的视频在作品内容中以在线视频的形式上传，建议优先选择优酷网，组委会会为用户屏蔽广告。
- ✓ 线下提交文件：版权投放证明（提供盖章原件）、视频文件（如系统因文件过大不支持附件上传，可以光盘备份至组委会）。

参赛·终审：3分钟提案

- ◆ 准备篇
- ◆ 现场篇
- ◆ 评委关注篇

终审:3分钟提案 **准备篇**

- ✓ **选人**：认真选择提案人，建议是实际执行人，对案例项目有非常高的熟悉度。能够提炼案例的精髓，现场表现出来。

同时提案人兼具现场表现力。

- ✓ **演练**：提案演练，不论是多人提案亦或有视频播放或者有其他现场互动，都需要做好练习，严格把控时间。不提倡现场读稿。

- ✓ **提案内容**：

针对所在类别针对性的准备提案内容；

熟记案例的效果数据，尤其是细分数据；

再次强调反复查看自己的PPT或提案内容，**熟悉再熟悉！**

线下模拟提问，为可能面对的评委提问争取加分。

终审:3分钟提案 **现场篇**

- ✓ 现场提案的优势 广告人的创意PK，凸显评审公正性。

让案例执行人有“主人公”感觉，不是接奖杯、拍照、下台；比冷冰冰的文件，让案例获得评委纠正信息偏正的机会。

- ✓ 现场提案三分钟物尽其用 **黄金三分钟**

顺畅的语速；严格分配演讲与互动或视频播放时长；

- ✓ 现场提案表现形式 1人独白、多人互动 或交给视频

- ✓ 现场突发状况

30s倒计时提醒时PPT还有较多页：临时调整，保证三分钟提案时间内，提案内容的完整性；

视频或者PPT等文件播放有问题时，组委会会暂停计时直至文件顺利播放，请不要慌张。

✓ 其他建议

PPT页数并不是越多越好，精炼的表达案例的核心要素，更重要；

充分考虑视频在提案中的角色，是辅助或者重点，平衡其播放时间和时点。

提前到场签到，了解提案环境、提案相关设备使用，避免降低外界因素对提案发挥的影响。

终审:3分钟提案 评委关注篇

✓ 现场提案的效果

提案能让好案例增添光彩，但不能让差的案例起死回生。提案在于如何有效地表达出：项目传播效果是否让广告主满意、创意传播过程是否出彩，是否给行业带来借鉴。

✓ 现场提案的创意点

有效的向评委传达案例核心要点；

为参赛单位及广告人提供展示的平台，这个平台的价值在每年不断的提升，已经成为一种人才交流培养的标志。

✓ 提案与品牌的联系。

常见问题：

Q： 什么样的作品需要提案？

A： 初审结果公布后，入围终审的作品需准备提案，角逐金银奖及全场大奖。

Q： 提案一定要视频吗？

A： 提案资料为PPT形式，可包含视频，根据自身需求设定准备。

Q： 提案时间为3分钟，超时提案人会被终止？

A： 现场计时，不会延长；时间到，下一演讲者准时上台。现场。现场计时器会进行倒计时30s、提案结束的提醒。

Q： 何时公布获奖结果？

A： 同组别提案结束后即公布本组获奖结果；本奖项所有类别评审完毕后，角逐全场大奖。

2015提案现场视频 分享

- ◆ 2015年媒介营销奖金奖 提案《VISA “去我不一样的”》

http://v.youku.com/v_show/id_XMTYzNjI1NTY3Ng==.html

- ◆ 2015互动创意奖全场大奖 现场提案《魔力变幻跑》

http://v.youku.com/v_show/id_XMTQ5NTQyNTMzNg==.html

2016中国国际广告节

- ▶ 10月22日-24日 中国海南·海口
- ▶ 活动
 - ◆ 中国互动广告高峰论坛
 - ◆ 中国广告长城奖-媒介营销&互动创意奖颁奖典礼
- ▶ **建议征集 7月11日-7月29日**



THANKS