



“电商奥斯卡” 金麦奖

2017 GOLDEN WHEAT AWARDS

ENTRY KIT

参赛手册

目录

Contents

- I. 奖项介绍 Introduction
- II. 大赛日程 Competition Calendar
- III. 参赛资格 Qualification
- IV. 参赛类别 Categories
- V. 如何参赛 How to Enter
- VI. 评审标准 Judging Criteria
- VII. 联系我们 Contact



I. 奖项介绍 Introduction

金麦奖是由浙江日报报业集团与阿里巴巴集团旗下的淘宝天下在 2013 年发起主办，是国内首个引入国际评奖标准的电商营销奖项，被誉为“电商奥斯卡”。

作为国内最具影响力和权威性的电商行业综合性奖项，金麦奖旨在剖析电商前沿趋势和发展模式，树立电商生态圈营销标杆，涵盖电商产业链上下游，挖掘并嘉奖全网最具影响力和价值的电商营销案例及团体。

II. 赛事日程 Competition Calendar

征稿时间	2017 年 3 月 28 日—11 月 21 日
初审时间	2017 年 11 月 25 日—12 月 5 日
终审时间	2017 年 12 月 7 日—9 日
颁奖典礼	2017 年 12 月 19 日—20 日

III. 参赛资格 Qualification

主体资格：全球范围内的互联网公司、数字营销代理机构、广告主以及第三方研究机构等均可报名参赛。

作品要求：申报 2017 金麦奖的参赛作品必须是 2016 年 11 月 22 日~2017 年 11 月 21 日期间创立或执行的原创性内容。

IV. 参赛类别 Categories

2017 年金麦奖共设“产品类”、“生态类”、“品牌类”、“公益类”、“品质类”、“五周年纪念奖”六大类，大类下分设不同类型奖项。

“产品类”奖项参选作品为营销案例，将按等级由高至低分设金、银、铜奖（等级奖）与入围奖，分别设金奖 1 名、银奖 2 名、铜奖 3 名，允许空缺；“品牌类”、“生态类”、“品质类”、“公益类”奖项将以机构为单位进行参选，并根据细分类别设置奖项；“五周年纪念奖”表彰电商行业五年发展极具影响力的品牌企业及电商人物。（同一参赛单位可投报不同大类奖项，所需材料不同）

在充分尊重参赛单位选择的前提下，如组委会认为案例投报不妥，将直接联系参赛单位，建议更改参赛类别。为了让更多优秀的参赛作品得到应有的肯定与



表彰，金麦奖组委会将保留细分、合并奖项类型的权利。

1、2017 金麦奖 产品类大奖

旨在评选国内外在互联网领域各个产品行业营销方面具有标杆意义的互联网营销实战案例，深刻反映互联网营销发展的时代脉搏。从营销案例的背景和目
标、项目方案、执行过程、营销效果及市场反馈等方面考量。

- 女装类：女性服饰
- 男装类：男性服饰
- 鞋包类：男鞋、女鞋、箱包、运动户外
- 饰品类：珠宝、首饰、钟表、配饰、眼镜
- 美妆洗护类：护肤护理、香水彩妆、清洁用品
- 家居生活类：家具建材、家居家纺、车饰车用品、厨房用品、鲜花宠物
- 家电数码类：3C 数码产品、数码配件、通信设备、家用电器
- 食品饮料类：粮油、零食、特产、生鲜、酒水饮料
- 母婴健康类：母婴食品及用品，童鞋童装、玩具、医药保健
- 生活服务类：为生活提供便捷的服务产品，如旅游、打车 app 等

2、2017 金麦奖 生态类大奖

旨在评选在互联网生态中服务企业发展、品牌传播、促进销售并有卓越贡献的机构，从行业认知与定位、服务业务范畴、经典案例表现、效果评估等方面考
量。

- 营销服务奖：为企业定制个性化、高质量的营销方案，并具有成功案例的服务方
- 视觉服务奖：为企业提供视觉服务并具有成功案例的服务方
- 技术服务奖：为企业提供网络基础设施，安全、管理软件平台等服务方
- 物流服务奖：物流领域为用户提供优质服务且具有特色亮点的服务方
- 金融服务奖：为企业提供便捷、可靠金融服务的服务方

3、2017 金麦奖 品牌类大奖

旨在评选在电商领域具有突出价值及表现的品牌，从行业背景、定位与特
征、品牌传播力和创新性、市场效果评估及影响力指数等方面考量。



- 年度发展潜力品牌：有鲜明模式、特点，极具发展潜力及价值的初创品牌（成立 2 年内）
- 年度创新营销品牌：突破传统，开拓全新模式并实现创新发展的电商品牌
- 年度跨界合作品牌：IP 跨界、异业合作取得突出效果的电商品牌
- 年度跨境电商品牌：跨境电商领域突出表现的品牌，可以是本土电商的跨境尝试，也可以是境外电商在中国市场的探索

4、2017 金麦奖 公益类大奖

金麦奖聚焦电商公益事业，旨在挖掘并嘉奖更多具有社会责任感的企业及相关公益项目，将从所提交材料的整体情况去考量。

- 年度电商公益项目：非盈利性和具有社会效益性的电商公益项目

5、2017 金麦奖 品质类大奖

旨在嘉奖恪守质量规范、严格安全生产并具有良好品牌口碑的电商企业，以具体型号产品为对象申报参赛。由国家质量管理部门和权威媒体审查把关，以严格标准进行评审，出具产品检测报告，并开放给广大消费者来共同评选。（需缴纳产品抽样、检测费用）

- 年度品质奖：质量技术过硬，品质值得信赖，检测过关并具有良好口碑的电商企业产品

6、2017 金麦奖 五周年纪念奖

表彰电商行业五年发展以来具有极大影响力，并与金麦奖有所关联，共同提升的品牌企业及电商人物。

- 十大影响力奖

V. 如何参赛 How to Enter

步骤一：线上注册报名

通过金麦奖官网进入线上参赛系统：<http://www.gwawards.org>（金麦奖官网为大赛唯一指定报名通道）。进入金麦参赛页面，点击“我要报名”完成基本信息的填写、提交，并下载《2017 金麦奖参赛手册》仔细阅读。



步骤二：填写参赛表

在线填写参赛表，选取参赛类型，回答相应问题（每次填写参赛表只能选择一个奖项类型，不同奖项类型问题会有区别，若要同时投报不同奖项需多次填写）。每个问题的回答字数不超过 1000 字，填写时请清晰描述，提炼亮点并丰富展现，将直接影响到评委评判。参赛表内所有相关问题均必须填写，如无法提供相关信息则填写“无”。

步骤三：参赛材料提交

参赛表填写完成后，需提交以下参赛材料正式完成报名，请严格按照下表格式要求提交。

材料		要求
1	作品 PPT 或 视频	PPT 要求: 30 页以内，pdf 格式，大小不得超过 20MB。 视频要求: a. 1 个视频，4 分钟以内（仅限优酷土豆链接）； b. 视频中不得包含您无权使用的作品。 *视频及 PPT 至少需提供其中一项，也可两项都提供。
2	企业品牌 LOGO	请提供贡献公司、客户公司（如有）的 LOGO（如涉及到其他第三方公司也请提供），JPG、PNG、AI 格式均可，每个大小不超过 2MB。
3	授权书	下载组委会提供的授权书，填写并签字之后，扫描上传（必须为带有真实签名的扫描件），要求 jpg 或 png 格式，大小在 1MB 以内。

除 PPT 以外的参赛材料均在线上提交，PPT 以“2017 金麦奖参赛+企业名称+参赛类别”命名发送至大赛指定邮箱：gw@gwawards.org。

步骤四：作品查询

线上提交的作品在审核通过前，您随时可以替换或者删除所上传的材料。

作品 PPT 提交后 2 个工作日内，组委会将回复参赛单位予以核实；如未回复，可联系赛事工作人员查询作品收讫情况。

作品提交截止日期：2017 年 11 月 21 日（品质类、五周年纪念奖除外）

VI. 评审标准 Judging Criteria

1. 评审流程

2017 金麦奖共设两轮评审。初审为线上评审，每个作品保证有不少于 5 位评委独立进行打分，取其平均值，决定入围案例。终审为线下评审，评委在终审会现场决定各个类别的等级奖项，并非所有类别都会产生对应奖项，允许空缺。

评审结束后，金麦奖组委会将以电话或邮件的形式联系获奖者，邀请参加颁奖典礼。

2. 评分标准

评委将就以下评分标准对参赛作品进行评估并打分：

案例类

产品类

行业具有标杆意义的互联网营销实战案例，深刻反映互联网营销发展的时代脉搏。

背景与目标 15%

根据产品所针对的人群市场，投放预算和产品亮点等，KPI 和具体目标。

营销策略与创意 25%

根据营销推广需求制定精准的营销策略和创意，令人眼前一亮并让目标消费者积极参与其中。

执行与媒体表现 25%

针对营销策略，在媒介上进行投放与传播，有效地执行、实施。

营销效果与市场反馈 35%

ROI 情况，取得效果甚至远超预期目标，加深与消费者的互动，提升产品/品牌的知名度和美誉度，促进销售与推广。

(* 产品类部分奖项类目，将引入行业大数据分析报告增加考评维度)

非案例类

生态类

整个行业生态链的优秀服务商，挖掘和满足市场需求，引领和推动网络营销的成长与发展，在业界树立良好的口碑。

行业认知与定位 15%

对于整个行业有很清晰的认知，对于品牌的发展有很明确的定位。

平台特征 25%

有一定的核心模式和竞争力，能够有效地帮助品牌获取精准用户。

服务客户 25%

服务中的品牌客户名录，行业市场的占有率情况。

服务案例与效果 35%

以 2-3 个突出的服务案例与效果，评估在提升知名度、促进销售等方面所取得的效果。

品牌类

在电商领域具有突出价值及表现的品牌。

行业认知与定位 15%

对于整个行业有很清晰的认知，对于品牌的发展有很明确的定位。

创新性 25%

品牌的市场定位和特色，创新性的核心模式和竞争力。

影响力 25%

在行业中具有较大影响力，通过行业数据、媒介指数做客观评估分析。

品牌案例与效果 35%

以 1-2 个突出的品牌传播案例与效果，评估品牌发展情况。

公益类

从所提交材料的整体情况考量。



品质类

由国家质量监督部门提供技术支持，联合权威媒体审查把关，对参赛产品进行质量检测并出具检测报告，由专业评审与消费者投票共同评审产生，详见具体方案。

五周年纪念奖

品牌企业及电商人物，与电商行业经历五年发展，具有极大影响力，并与金麦奖有所关联（历届获奖单位），综合方面考量评审。

3. 资格取消

发生以下任一情况的参赛案例或机构将被取消参赛资格：

a. 参赛单位未提供营销结果数据或数据没有明确的来源甚至造假。（数据来源包括但不限于：调研机构、广告客户及第三方检测）

b. 电商服务代理公司的名称或 LOGO 出现在参赛材料中。

注：某些作品可能其案例品牌即参赛代理公司本身，或其案例品牌官方赞助商、媒介平台等即其参赛代理公司时，参赛代理公司名称或 LOGO 出现于市场投放的创意素材上，不视为违反参赛规则。

c. 在案例 PPT 或视频中没有案例整体的创意素材。

4. 规避原则

评审过程中，如参赛作品来自评委所在公司、由其公司或直接竞争对手参与制作，该评委将规避该案例的评审过程，不参与打分与讨论。

5. 评委建议

准备作品之前，您需要充分理解各个参赛类别的定义。金麦奖组委会将通过官网及官方微信、微博发布重要参赛信息，请持续关注并充分利用资源，这将有助于填写一份出色的参赛表。

清晰，简洁，诚实。简洁明了地阐述传播的成就，简单至上，抓住重点，并请如实汇报结果。我们喜欢看有趣的作品，所以不妨把参赛材料填得有个性一点。向我们展示你的案例，不要局限于回答问题。优秀的作品应该是一个抓住重点问题、语言表达流畅、具有吸引力的故事。作品呈现之初应该交代其商业背



景，并在最后说明创意对品牌产生的影响。在讲述项目的时候，每一部分都应该呼应主题，确保在结果部分重申项目的目标，并且将结果与目标直接联系起来。不要专注于创意策略却忽略了媒体策略，而应该把所有做出贡献的部分都涵盖进来，为项目付出最多的核心人物应该要参与参赛材料的填写。

金麦奖评委都是这个行业的专家。他们能够洞悉目标，读懂数据，所以，简洁、诚实的陈述比繁复的内容更合评委们的胃口。

VII. 联系我们 Contact

赛事咨询

赵龙

Email: wb-zl241989@alibaba-inc.com

Tel: 15858122671

计佳荣

Email: wb-jjr217165@alibaba-inc.com

Tel: 15088330272

媒体合作

沈雨琛

Email: wb-syc217177@alibaba-inc.com

Tel: 18667003950



www.gwawards.org