



2020中国品牌「金象奖」

参评手册

【指导单位】

SFC 南方财经全媒体集团
Southern Finance Omnimedia Corp.

【主办单位】

21世纪经济报道
21ST CENTURY BUSINESS HERALD

【联合主办】

根元咨询
MetaThink





中国品牌「金象奖」

价值

Value of

Golden Elephant
Award

of China Brand Building Case



金象奖 价值

1

金象奖介绍

中国品牌「金象奖」由21世纪经济报道于2005年创办，至今已成功举办了十四届，成为中国最具专业性和影响力的品牌年度盛事之一。活动综合品牌行业发展趋势、企业品牌建设行为等多方因素，在**品牌创建**、**品质提升**、**品牌传播**、**品牌维护**、**品牌创新**等领域，从不同角度，深度分析在一年度的市场中表现突出的，有指导意义的品牌建设实践案例。

自创建以来，每年来自金融、地产、汽车、服饰、日化、食品、烟酒、互联网、3C、快速消费品、新能源等数十个行业企业参与中国品牌「金象奖」活动，呈现当年度优秀品牌建设案例，诉说精彩品牌故事。





金象奖 价值

2

组织架构

【指导单位】南方财经全媒体集团

【主办单位】21世纪经济报道、21财经APP

【联合主办】Metathink根元咨询集团

【官方会员服务平台】21俱乐部

【21直播平台】21TALK、21大学、21云论坛

【学术支持】清华大学经济管理学院、复旦大学管理学院、中国传媒大学广告学院、
厦门大学新闻传播学院、中山大学管理学院、暨南大学管理学院、
南开大学商学院

【智库支持】胖鲸智库

【年度合作支持媒体】界面新闻

【首席战略财经门户网站】和讯网

【独家财经门户网站】东方财富网

【战略合作平台】36Kr

【数字营销行业平台】数英网

【财经战略平台】《财经》新媒体

【全球信息发布】美通社

【平面媒体】南方日报、南方周末、南方都市报、投资快报、21世纪商业评论、快公司、
城市画报、南方人物周刊、华夏时报、创业邦

【互联网平台】21经济网、21财经搜索、财富动力网、网易新闻、凤凰网

【移动互联网平台】21官方微信（jjbd21）、官方微博（@21世纪经济报道），论坛官方
微信（brandforum），21俱乐部官方微信（club21club），21品牌
活动官方抖音（@21talk），21微信矩阵（识库、21财闻汇、21金融
圈、21Tech、21资本、复利投资、21新健康、21财经搜索），21头
条号、21企鹅号、21网易号，南方+App



金象奖
价值

3

参与品牌

每年来自金融、地产、汽车、服饰、日化、食品、烟酒、互联网、3C、快速消费品、新能源等数十个行业近百家企业参与中国品牌「金象奖」活动，呈现当年度优秀品牌建设案例，诉说精彩品牌故事。

历届参与品牌：（部分，排名不分先后）





金象奖
价值

3

参与品牌

国内外知名品牌服务机构积极参与中国品牌「金象奖」，为活动贡献了无限创意。

历届参与品牌服务机构：（部分，排名不分先后）





金象奖 价值

4

参评价值



中国品牌「金象奖」是中国唯一，深度关注品牌建设案例和营销案例的评选，自2005年发起至今，已成功举办了十四届。

自创立以来，中国品牌「金象奖」始终坚持活动的专业性、公平性和权威性。商业领袖、领先媒体、顶尖学术机构、资深品牌专家齐聚，贡献前沿理论和精彩品牌建设故事，构成中国品牌「金象奖」独有的魅力和价值。



金象奖
价值

专业机构强强联手

项目由《21世纪经济报道》与专业品牌顾问机构Metathink根元咨询集团联合举办，充分利用覆盖全球的资源网络为项目助力。

21世纪经济报道
21st CENTURY BUSINESS HERALD



根元咨询
MetaThink

邀请多元评委参与，增加公信力和专业度，创造新价值

中国品牌「金象奖」评审委员专业且多元化，由行业协会专家、清华、北大、复旦等知名高校的资深学者教授、知名品牌咨询机构专家、资深品牌研究专家、领先媒体高层、商业领军者、品牌投资人、跨界意见组成，全程为活动提供专业智力支持。评选体系及过程专业、严谨，公平和权威。

历届评委（部分）：



清华大学



北京大学



复旦大学



交通大学



中山大学



南开大学



中国传媒大学



厦门大学



暨南大学



金象奖 价值

案例丰富，形式活泼

项目巡阅年度中国最佳品牌案例，每年参与的品牌案例数量超过300个，包含案例初评选、复评，最为优秀的6家企业品牌代表将在中国品牌「金象奖」总决赛上同台竞演，所有的获奖企业和个人都将参与同天举办的颁奖典礼，及中国品牌价值管理论坛。这是中国品牌界创新探讨与实践碰撞的思想盛会，也是年度最佳品牌建设案例实战交锋的擂台，是一场不容错过的年度品牌盛典。

人气汇聚

权威与高端并行，策略与实践共驾，顺趋势，见实效。年度盛会每年吸引行业重磅嘉宾出席，集合企业领军人物；企业品牌、市场营销、传播等部门高管；资深品牌专家、KOL；学术专家；媒体大咖；品牌投资人；跨界名人等，共济一堂，交流切磋、奇思妙想，贡献前沿洞见和精彩品牌故事，构成活动独有的魅力和价值。

近年活动出席嘉宾*：

- | | |
|--|--------------------------|
|  科勒 KOHLER | 阮家明 科勒厨卫集团总裁 |
|  红星·美凯龙 MACALLINE | 车建新 红星美凯龙集团董事长&CEO |
|  diagaid | 崔大鹏 大正市场研究机构董事总经理 |
|  蒙牛 | 孙先红 蒙牛乳业副总裁 |
|  SIEMENS | 许国祯 西门子(中国) 副总裁 |
|  Baidu 百度 | 李 靖 百度副总裁 |
|  罗辑思维 | 罗振宇 《罗辑思维》主讲人、资深媒体人和传播专家 |
|  Focus Media 分众传媒 | 江南春 分众传媒首席执行官兼董事局主席 |
|  北京现代 | 徐和谊 北京现代汽车董事长 |
|  王品集团 wow prime | 陈正辉 王品集团董事长 |
|  慧择 huize.com | 马存军 慧择网创始人、董事长 |
|  圣象 | 陈建军 圣象集团总裁 |
|  平安银行 PING AN BANK | 许琼华 平安银行信用卡中心副总裁 |

*时任职位，仅列举部分，排名不分先后。



中国品牌「金象奖」奖项设置

Awards Categories of

Golden Elephant
Award

of China Brand Building Case



金象奖 奖项设置

A类 品牌建设类 Brand-building Case

A类奖项参评要求：参评案例应为企业在品牌创建、品质提升、品牌传播、品牌维护、品牌创新等领域，围绕品牌建设相关的一项事实或一组事件，发生时间不限。如案例为非系统性品牌建设行为，例如单一的广告、营销、创意作品，视为品牌建设的实施行为，可参与B类整合营销类奖项的评选。

1.年度大奖（3个）

A01 年度金奖

A02 年度银奖

A03 年度铜奖

*根据评选指标，通过初评、复评会议、总决赛竞演环节评审，总决赛竞演现场得分前三名分别获得金、银、铜奖。

*金奖得主将获得《21世纪经济报道》金象奖特刊半版内容传播资源，其完整案例将收录《2020中国最佳品牌建设案例》，由合作院校及品牌咨询专家进行案例学术研究，更有机会入选清华、复旦等高校的商学院教学案例库。

2.年度卓越品牌建设案例奖（10个）

A11 年度卓越品牌建设案例奖

*根据评选指标，通过初评、复评会议环节评审，根据最终评分产生榜单。



金象奖 奖项设置

B类 整合营销类 Integrated Marketing

B类奖项参评要求：参评案例应为品牌建设在实施层面的整合营销行为，例如商业广告、营销战役、公关活动、创意作品等，案例实施时间为2018年1月以后。

年度卓越整合营销案例奖（10个）

B01 年度卓越整合营销案例奖

*根据评选指标，通过初评、复评会议环节评审，参与B类评选的案例中，评分最高的10个案例获得该奖项。

整合营销案例奖（若干）

B11 年度卓越数字营销案例奖

B12 年度卓越事件营销案例奖

B13 年度卓越体育营销案例奖

B14 年度卓越文化营销案例奖

B15 年度卓越品牌焕新案例奖

B16 年度卓越创意传播案例奖

B17 年度卓越公益创新案例奖

B18 年度卓越新锐品牌案例奖

*由评委会对在某个领域表现特别突出的案例颁发。



金象奖 奖项设置

C类 人物 & 作品类 Characters & Works

C01 年度品牌人物

*由评委会提名，根据评审指标，颁发给成功帮助品牌在品牌美誉度、品牌价值、品牌公信力等领域有显著提升的品牌创始人、首席营销官、品牌专家学者等品牌人物。

C02 年度卓越视频内容奖

*以上奖项由评委会对在某个领域表现特别突出的案例颁发。

D类 品牌机构类 Agency

D01 年度卓越服务机构

*由品牌服务机构推荐案例参评，并最终获得A类年度卓越品牌建设案例奖或B类年度卓越整合营销案例奖的品牌服务机构将自动获得



中国品牌「金象奖」 评委评审

Evaluation Index of

Golden Elephant
Award

of China Brand Building Case



金象奖 评委评审

1

评审流程

案例提交	初评	复评会议	总决赛、颁奖典礼
4月1日-6月30日	7月1日-7月15日	8月初	9月初
在线申报	线上评审	线下 / 线上	上海

案例提交

案例企业可通过自行申报或品牌服务机构推荐两种方式进行报名，两者均须通过官方指定在线申报渠道进行报名。

初评

由组委会将参评案例分组随机分配给评审委员会成员，评委专家按照案例评选指标进行评分，每个案例至少由3位评委专家评分。根据案例得分，所有参评案例前50名案例进入复评，并在网上公布。

复评会议

入围企业进行入围辅导，组委会评委对入围案例进行专访及案例梳理、演讲技巧培训等。复评会组织案例企业代表现场陈述，不能到场企业代表可网络连线参与线上复评，评委对案例进行深入互动讨论，并现场打分和点评。

评委占80%权重，大众线上投票占20%权重。

最终分数最高的10个品牌建设案例将获得年度卓越品牌建设案例奖，其中前6名入围年度总决赛，争夺年度金银铜大奖。参评B类整合营销类评选的案例，最终分数最高的10个案例获得年度卓越整合营销案例奖，其余奖项由评委提名、讨论通过产生。

总决赛、颁奖典礼

对入围的6个案例进行一对一深入辅导完善案例以及品牌诊断，同时请专家对案例陈述代表进行演讲技巧的培训和包装。经总决赛现场PK角逐及答辩后，最终由专家评委+现场听众投票选出年度金、银、铜大奖；同期举办第十六届中国品牌价值管理论坛暨2020中国品牌【金象奖】颁奖典礼。



金象奖 评委评审

2

评选指标

A类 品牌建设类/B类 整合营销类

初评：评审委员会根据初评评选指标进行评分。

复评：评审委员会根据复评评选指标进行评分（占总比分80%的权重），大众网络投票（占总比分20%的权重）。根据评委及大众网络投票的分数权重，决出排名。

总决赛：评审委员会根据总决赛评选指标进行评分，决出金、银、铜奖。

初评		复评	
评分指标	权重	评分指标	权重
1 对市场机会的把握能力	20%	1 对市场机会的把握能力	20%
2 品牌建设行为的严谨性	20%	2 品牌建设行为的严谨性	15%
3 品牌建设行为的创造性	20%	3 品牌建设行为的创造性	15%
4 品牌建设成效	30%	4.1 品牌建设对实际市场地位的提升	15%
		4.2 品牌建设对品牌领导力的提升	10%
		4.3 品牌建设对产业链合作伙伴影响力的提升	10%
5 品牌建设案例的借鉴和指导价值	10%	5 品牌建设案例的借鉴和指导价值	15%
权重总计	100%	权重总计	100%

“实际市场地位的提升”指：企业或组织实际的市场表现如市场份额等。“品牌领导力的提升”指：企业或组织行业领袖形象、企业公民形象的提升。

“产业链合作伙伴影响力的提升”指：企业或组织对产业链和相关资源拥有者、潜在人力资源的影响力的提升。

“案例的借鉴和指导价值”指：成功案例的普遍性、可复制性。



金象奖
评委评审

2

评选指标

C类 年度品牌人物

1. 评选对象包括：品牌创始人/首席营销官/品牌专家学者/其他（城市品牌建设者、品牌代言人等）。
2. 评选要求包括：在现有品牌超过3年以上服务经验，并成功帮助品牌在品牌美誉度、品牌价值、品牌公信力等领域有显著提升的案例或数据。

评分指标	权重	指标内涵	权重
1 品牌领导力	25%	1 服务品牌的年限	10%
		2 品牌管理能力	15%
2 品牌创造力	30%	3 品牌定位能力	10%
		4 品牌营销理念创新	10%
		5 品牌推广渠道创新	10%
3 品牌推动力	20%	6 品牌远见	10%
		7 品牌变革推动	10%
4 品牌影响力	25%	8 品牌联想度	10%
		9 品牌精神代表	15%



金象奖
评委评审

3

评审委员会

评审委员会（拟，排名以姓氏拼音为序）

组委会广邀学术界、企业界和媒体界多位品牌权威专家担任评委工作，致力于维护评审工作的严谨、客观、公正。

白长虹 南开大学商学院院长、旅游与服务学院创始院长

陈富国 MetaThink根元咨询集团主席兼CEO

崔大鹏 大正市场研究有限公司总经理

范 怵 胖鲸CEO

黄 飞 电通安吉斯集团中国、集团媒体品牌首席产品官

黄合水 厦门大学新闻传播学院副院长、教授、博导

黄昇民 中国传媒大学资深教授，中国广告博物馆馆长

金错刀 金错刀频道、爆品战略研究中心创始人

蒋青云 复旦大学管理学院市场营销系系主任、教授、博导

康 迪 时趣首席内容官

刘 凌 WOWidea传播集团总裁兼首席品牌官、Growth Lab Asia 亚洲品牌增长研究院首席顾问

梅 波 弯弓Digital创始人、弯弓研究院院长、MarTech营销技术和内容营销深度研究者、资深媒体人

马晓波 胜加广告CEO/CCO

卫海英 暨南大学管理学院党委书记、营销学教授、博导

王海忠 中山大学中国品牌研究中心主任；教授、博导

赵 平 清华大学经济管理学院中国企业研究中心主任

周 文 MetaThink根元咨询联合创始人&董事总经理

（更多专家评委邀请中）





中国品牌「金象奖」 如何参评

How to participate in

Golden Elephant
Award of China Brand Building Case



金象奖 如何参评

1

关于案例

- A类 品牌建设案例类 案例要求：企业在品牌创建、品质提升、品牌传播、品牌维护、品牌创新等领域，围绕品牌建设相关的一项事实或一组事件，发生时间不限。
- B类 整合营销类 案例要求：品牌建设在实施层面的整合营销行为，例如商业广告、营销战役、公关活动、创意作品等，案例实施时间为2018年1月以后。
- 可同时报名参评A类、B类奖项。
- 组委会保留向参评企业核实参评案例的权力。对于提供虚假信息的企业，组委会将取消其参评以及获奖资格。

2

提交案例

- 参评案例征集从2020年4月1日开始至2020年6月30日结束。
- 其它能证明案例效果的辅助材料，可邮件发送至官方邮箱brandbuilding@126.com

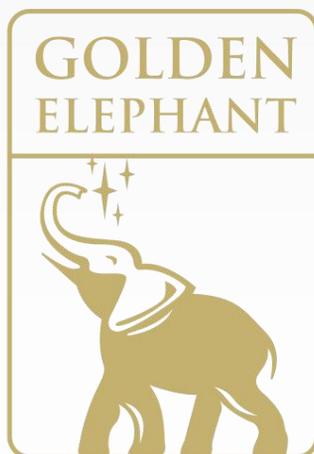


- 为保障奖项以公正的态度评选，提交参评案例时无需缴纳任何费用。但为保证项目可持续运营及发展，参评案例确认获奖后，需支付基础运营费用2000元/项（运营服务费用涵盖：宣介会、案例辅导、奖杯制作、总决赛会务费等）。

3

版权事宜

- 所有参评案例一旦提交，则视为自动赋予金象奖组委会对该案例的使用和出版权利。金象奖组委会有权在活动广告、活动官网、颁奖活动、案例库、案例集出版等场景使用参评案例的图像、文字、logo和视频；如果由于参评案例及附属资料的版权引起与第三方的争议，将由参评案例提交者负责处理相关事宜。



2020中国品牌「金象奖」

联系组委会

2020中国品牌「金象奖」组委会

官方邮箱：brandbuilding@126.com

咨询电话：陆女士 020-87374337（工作日10:00-18:00）

地址：广东省广州市广州大道中289号南方传媒大厦A塔26楼 邮编：510601