



2026年广告人商盟系列活动之



实效创新 与智共生

第十五届ADMEN国际大赏申报手册

CONTENTS

目录

○ | 项目介绍及价值

● | 组织机构

○ | 类别设置及评审标准

● | 评委构成

○ | 颁奖盛典及活动周期

● | 申报流程

○ | 宣传平台

● | 往届回顾

○ | 合作伙伴



ADMEN^{INT.}
GRAND PRIZE
广告人国际大赏

项目介绍

ADMEN国际大赏是一项聚焦全球传媒产业、文化创意产业的国际奖项。奖项前身是由《广告人》杂志创立的广告人实战大奖，于2003年创办发展至今，历经十五届。

为了更好地适应时代要求，传播行业内的卓越成就与深刻洞察，自2024年度起，“ADMEN国际大奖”将正式升级为“ADMEN国际大赏”。这一改变代表了我们对于内容深度和广度的全新承诺。ADMEN国际大赏全面覆盖国内外参赛服务机构、海量广告主，高质量案例作品，见证了十几年来广告行业的创新及发展。

2026年ADMEN国际大赏不忘初心，继续坚持以创新、实效为价值导向，以业界一流的评审团阵容，全面、公正、客观地对参评案例进行综合评价，继续为业界遴选出中国广告行业发展过程中的杰出人物、优秀公司、经典案例，树立行业标杆。



主 办：国际品牌协会 广告人文化集团
独家承办：创意星球
全程执行：广告人商盟 创意星图

2026年ADMEN国际大赏奖项设置

· 机构类-年度优质供应商 · 案例类-实战金案 · 人物奖-当代品牌杰出青年才俊



项目介绍

ADMEN国际大赏历经二十三年、十四届的发展、创新，已经吸引了众多广告主、媒体及专业服务机构、行业杰出人物、优秀案例的参与，其中：

1 参评优秀案例 **20000+**

经过十四届的案例累计了20000多优秀案例，其中近2000件案例获得年度“实战金案”的殊荣，成为中国广告传媒行业的案例经典；

2 参评媒体及专业服务机构 **3000+**

评选年度优质供应商，其覆盖了中国媒体及专业服务机构，包括：广播电视、互联网媒介与资源服务平台、场景媒体、品牌咨询与策略服务机构、内容创作机构、媒介运营机构、活动运营机构等，公司来自中国内地及海内外；

3 参评广告主及品牌 **3500+**

ADMEN大赏多年来备受广告主关注，已经吸引了几乎各行业主流企业及品牌参与其中，包括：食品饮料、家居家电、日化、医药保健品、交通运输、金融保险、生活服务、母婴用品等；

4 参评企业及业界人物 **8000+**

中国当代杰出广告人评选旨在记录中国广告业的历史进程，展示当代广告人的睿智激情，我们特别推出当代杰出广告人系列评传活动，经过专业评委的认真、公正的考量，已经有1000余位业界精英成为“中国当代杰出广告人”和“当代中国品牌杰出青年才俊”荣誉的获得者；

5 专业专家评委 **500+**

保证奖项评选的权威性及公正性，ADMEN大赏构建了严谨的专家评审团，他们来自权威媒体、知名企业、专业服务机构、互联网媒介与咨询服务平台、第三方机构及高等院校等；

6 传播曝光量 **6000w+**

ADMEN大赏宣传曝光不断升级，历经23年，已经举办的共14届ADMEN大赏传播数据显示，奖项宣传总曝光量达6000w+，包括：微博话题、微信公众号、活动官网及其它中央级媒体等。



项目价值

构建广告主需求资源采购基地，
展现中国广告服务整体风采。

以创新引领未来 以实效见证实力

● 中国广告传媒行业发展的见证者和推动者

岁月更迭，中国的营销、广告、传媒及消费环境发生了巨大变化，品牌在新媒体浪潮的助推下不断蜕变崛起；而应对新消费，满足多元化的需求业已成为营销领域最为关注的方向。

○ 全球视野 引领营销风向标

自2003年起，广告人文化集团不断优化ADMEN国际大赏评审标准及评价体系，用国际化的视野、商业价值导向引领中国品牌的繁荣和发展。

● 媒企对话 搭建商机平台

以年度案例评优为原点，整合行业顶层智慧，碰撞激荡，为业界带来更多启发与思考。以聚焦核心商业价值为宗旨，以实战案例分享+品牌需求发布+行业榜单揭晓等构建ADMEN盛典内容，搭建资本方、品牌商、获奖机构的垂直行业生态圈与商机信息交流圈。

○ 链接教育 赋能人才培养

利用广告人文化集团多年积累的青年创意高校平台及资源，以业界专家遴选出的优质案例全面对接高校教学系统，助力产教融合、落地实践教学，实现校企联盟的新目标，全面提升在校大学生的视野与格局，提升高校师生的专业力及实操能力。



2026年度优质供应商

类别设置

根据申报情况，评出相应类别年度优质供应商

说明：征集和评选2025-2026年度优质供应商，包括年度媒介平台、年度媒介服务机构和年度策略与创意机构、年度AIGC营销服务机构。在营销及消费环境巨变的时代，遴选具有独特商业模式、专业优势、客户积累并能代表行业发展趋势，掌握核心竞争优势、具有投资价值的公司。

年度媒介平台类

- 1 年度权威媒体平台
- 2 年度互联网媒介与资源服务平台
- 3 年度场景媒体平台
- 4 年度电商平台
- 5 年度社交类平台
- 6 年度音视频类平台

(榜单名称示例：XXX公司荣获ADMEN国际大赏
2026年度优质供应商·年度权威媒体平台)

年度媒介服务机构类

- 1 年度媒介策略与传播资源服务机构
- 2 年度数字营销服务机构
- 3 年度公关传播机构
- 4 年度MCN机构
- 5 年度大数据创新服务机构
- 6 年度出海营销服务机构

(榜单名称示例：XXX公司荣获ADMEN国际大赏
2026年度优质供应商·年度数字营销服务机构)

年度策略与创意机构类

- 1 年度品牌综合服务机构
- 2 年度内容营销服务机构
- 3 年度影视创意制作机构
- 4 年度市场研究咨询机构
- 5 年度独立创意服务机构
- 6 年度活动策划执行机构

(榜单名称示例：XXX公司荣获ADMEN国际大赏
2026年度优质供应商·年度品牌综合服务机构)

年度AIGC营销服务类

- 1 年度 AIGC 应用工具
- 2 年度 AIGC 服务平台
- 3 年度 AIGC 技术引擎
- 4 年度 GEO优化服务机构

(榜单名称示例：XXX公司荣获ADMEN国际大赏
2026年度优质供应商·AIGC应用工具)

参赛公司须同时提交公司招商合作资源，将作为公司资源评价依据，并有机会通过广告人商盟平台分享，助力公司拓展与广告主商务合作。



ADMEN^{INT.}
GRAND PRIZE
广告人国际大赏

评审标准

评委及客户推荐

推荐单位的推荐语，认同度与评委的推荐集中度

专业创造力

公司年度的代表案例，具有行业示范性价值与影响

资源整合力

公司自身行业资源情况与整合，可用于营销传播服务的资源价值

行业影响力

公司在同业中的地位，以公司的业界口碑、行业获奖情况、领军人行业影响力等为参照

客户服务力

公司所服务的客户规模、客户稳定性，及年度客户增长率

公司经营力

公司年度经营规模与实现增长的幅度

实战金案

类别设置

说明：征集评选2025-2026年度内实际实施的营销传播案例，以案例核心策略、创新点、实施效果为评价依据。案例须由代理商/媒体与广告主联合送选并共同领奖（广告主独立实施的案例，可由广告主单独申报并单独领奖）。

1.整合营销类

通过整合两种或两种以上的媒介渠道，实现品牌影响提升与营销目标。

2.内容营销类

通过创造或利用有价值的内容，吸引目标人群关注、参与来达到品牌影响或营销提升的目标。

3.IP营销类

评选具有营销价值与品牌价值商业化的IP，包括原创影视栏目、节目、出版等原创内容及具有代表性有影响的IP形象与标识设计。

4.活动营销类

通过活动策划、组织、实施为品牌提供用户参与、用户体验的营销推广活动。

5.数字营销类

利用互联网、社交媒体、搜索引擎等数字渠道，通过精准投放广告、SEO优化、数据分析等手段，实现品牌宣传、产品推广和客户获取的营销策略。

6.公益营销与ESG类

以文化理念，协助企业实施推广公益文化、宣传社会公益营销、组织公益活动，从而实现提升品牌目的传播活动。

7.创意传播类

以创意为核心，通过多种创新形式，激发消费者互动、分享、创造，达到品牌传播与营销的目标。

8.体育营销类

以体育赛事为载体而进行的产品推广和品牌传播等营销活动。

9.品牌年轻化类

年度内实际实施，以年轻化核心策略、创新点、实施效果为评价依据的案例。

10.娱乐营销类

娱乐营销是指企业借助娱乐元素或活动，通过创意性的形式与消费者产生情感共鸣，从而提升品牌形象、促进产品销售的一种营销策略，主要方式有：明星代言；影视、综艺植入等。

11.AIGC营销类

利用人工智能（AI）、大数据、智能化算法和云计算技术，进行市场营销活动的一种方式。其核心是通过AI生成内容，来吸引、影响和转化目标用户，提升品牌价值和营销效果。

12.场景营销类

移动互联环境下，根据消费者所处的地点、时间和情境，进行深度的场景分析和信息沟通。结合线上和线下的优势，通过精准识别场景化需求，并以场景触发消费行为，为企业获取用户、建立场景认知和使用习惯提供支持。



ADMEN^{INT.}
GRAND PRIZE
广告人国际大奖

实战金案

类别设置

说明：征集评选2025-2026年度内实际实施的营销传播案例，以案例核心策略、创新点、实施效果为评价依据。案例须由代理商/媒体与广告主联合送选并共同领奖（广告主独立实施的案例，可由广告主单独申报并单独领奖）。

13.出海营销类

企业将自身的产品或服务推向国际市场，通过一系列的市场调研、品牌定位、渠道拓展、营销推广及客户服务等策略，以吸引海外消费者并提升其品牌在全球范围内的知名度和影响力的过程。

14.私域营销类

企业利用自己的官网、官方微信、App等自有平台，建立起与用户之间的直接、有效的沟通桥梁，以实现精细化运营和营销目标的一种营销方式，将潜在客户转化为忠实客户，并持续进行价值转化和复购的过程。

15.社会化营销类

利用社交媒体和网络技术进行营销的方式，它通过借助用户生成的内容、社交网络传播、用户互动等方式，向目标受众进行推广，并提升品牌知名度和市场销售额。

16.短剧营销类

短剧营销，主要是指品牌通过赞助、定制、植入以及合作等方式，在短剧内容中融入自身的品牌信息以及产品内容。

17.直播营销类

利用实时视频直播的方式与观众互动并推动销售转化的营销方式，实时性、互动性和视觉化展示，直接与受众沟通，增强信任感，实现购买。

18.电商营销类

通过互联网平台和数字渠道，推广和销售产品或服务，结合传统营销与数字技术的优势提升品牌知名度、用户参与度并实现销售转化。

19.视频营销类

通过制作和发布视频内容来推广品牌、产品或服务，以达到吸引受众、提升品牌知名度、增加用户参与度并最终推动销售转化的营销方式。

20.跨界营销类

不同品牌、行业或领域的品牌通过合作，整合各自的资源、产品、服务或品牌形象，以创造新的市场机会或增强品牌影响力，实现1+1>2的效果。



ADMEN^{INT.}
GRAND PRIZE
广告人国际大赏

实战金案

类别设置



评审标准

说明

同一案例不可申报多个类别，且不可同时入选多个类别。



策略创新性

- 1.核心策略清晰、精准、具有创新性；
- 2.策略具有行业高度，符合潮流、具有鲜明的时代特点；
- 3.对所在行业有指导、借鉴意义。



效果确定性

- 1.实战的核心是解决问题，达成的成果与目标的匹配；
- 2.实战成果可有多维度评判标准，既包括投资回报ROI指标；也可以包含品牌提升性指标。



资源整合性

- 1.以案例实施整合的资源数量与整合的效果为衡量指标；
- 2.注重资源价值的有效利用及转化等。



执行专业性

- 1.案例通过实施验证是切实可行，并获得用户或受益者认可；
- 2.执行组织系统健全有效，执行手段丰富多样；
- 3.执行效果达到预期目标。



其他

- 1.案例在行业被认可及借鉴的程度；
- 2.案例推荐人、评委对案例的推荐、评价等主观因素。



当代杰出广告人之 当代品牌杰出青年才俊 类别设置

说明：当代品牌杰出青年才俊评选旨在遴选在中国品牌营销与广告传播领域新生代先进代表人物。他们具有独到的前瞻性视野、理念与探索实践；有一定专业研究成果；有显著的品牌营销传播服务成就与代表案例，而且个人成就被行业认同。



评审标准

广告界

当代品牌杰出青年才俊
专业服务机构类



在广告综合代理、营销策划、品牌咨询、市场调研、创意设计、影视制作、展览展示等领域为品牌提供策略咨询与策划创意服务的专业人员，以杰出成绩成为行业同龄人的领袖或榜样。

传媒界

当代品牌杰出青年才俊
互联网·电视·户外等媒介资源类



熟知中国互联网及传媒行业状况，具有先进的传媒经营理念、传播专业技能与创新实践成果。在品牌传播策略、传媒资本运作、传媒产品研发、品牌传播、内容运营等领域有成功案例成果，成为新传播的领军人物。

企业界

当代品牌杰出青年才俊
广告主类



在品牌定位、品牌规划、品牌形象、营销策略以及市场营销、品牌传播、用户运营等领域具有专业建树与成果，是品牌成长中具有突出贡献的重要人物。



评委阵容



广告主评委



传媒投资方
第三方研究机构
学者、教授



各类头部媒体
负责人



广告服务机构
领军人





颁奖盛典

- 时间：2026年7月（拟）
- 地点：北京
- 出席人群：
 - 1、案例奖、机构奖及人物奖获奖嘉宾
 - 2、年度总评榜入选单位及商盟理事会
 - 3、广告主评委
 - 4、论坛嘉宾、媒体、领导等
- 所有获奖单位均有奖杯及证书

Y2Y品牌年轻节 第十五届ADMEN国际大赏颁奖盛典 一场与品牌同行 让传播价值共见的盛会





颁奖盛典

广告主与服务方共同上台领取荣誉





ADMEN^{INT.}
GRAND PRIZE
广告人国际大赏

活动周期

启动征集
2026年1月30日

2026年
1月30日-
5月30日
征集期

参评征集期
面向全球进行案例征集
由参评单位按要求提交参评资料

5月30日
征集截止

评审期
组织评审
最终产生各入选榜单

6月
评审会



颁奖盛典
Y2Y品牌年轻节
ADMEN国际大赏颁奖盛典
时间：2026年7月





申报流程

➤ 如何参评

- 1.上传链接：与组委会联系获取
- 2.组委会内容审核，通过后由客服人员电话通知，进入正常评审流程；
- 3.内容评审（线上、线下）；
- 4.通知获奖及确认参会。

2024年开始，申报ADMEN国际大赏实战金案类别的作品可同步提交案例结案视频，时长控制在15分钟。

经评审后，最终入选案例结案视频将择优纳入中国创意教育产教融合示范工程-高校教学案例库，成为高校新闻传播、广告、艺术设计、市场营销等专业教辅。

特别说明：

1 奖项申报公司需提交公司介绍PPT与公司核心服务与合作资源，作为资源评价的参考，同时纳入广告人商盟行业资源库，面向商盟进行分享，助力企业商务合作拓展。

2 由于获奖作品会对外公布展示，参赛公司在参赛前应保证提交作品中涉及到的图片、视频等，须拥有使用版权。所有参赛作品一旦提交则视为自动同意作品交由ADMEN国际大赏组委会保管，组委会可将其用作研究、出版、发行及ADMEN大赏项目推广等，不属于侵权或泄密。如有不便对外公开的数据或内容请在提交前自行删除或进行脱敏处理。



宣传平台

广告人网

网站专题报道
内容持续更新及传播

官方微信

广告人智库
广告人商盟
官方微信大号
持续传播

多种传播形式

海报、长图、视频
等多形式传播

微博话题

广告人新浪微博
打造官方话题

业界KOL 自发传播

全网联合宣发

中国日报网、网易、
新浪、搜狐、腾讯、
人民网、新华网等
官方媒体、门户网
站全网宣发

获奖案例将纳入

广告人网—中国广告传媒业案例库
创意星球网—高校广告传媒类教学案例库





宣传平台

[全网宣发 扩散传播]

凤凰网财经 财经 > 商讯 > 正文

实效创新 与智共生 | 2025ADMEN国际大赏获奖名单公布

中商网
2025年08月07日 16:59:15 来自北京



7月30日，2025ADMEN盛典在北京广播大厦盛大举行。盛典以「实效创新 与智共生」为主题，依托2025Y2Y品牌年轻节，吸引了来自全国超500家广告主企业、媒体平台与品牌服务机构的杰出代表齐聚一堂，见证行业年度高光时刻，共探AI时代营销新范式。

ADMEN国际大赏以认证杰出人物、优秀机构、经典案例为原点，以整合行业顶层视野，促进智慧碰撞激荡，树立创新发展标杆为己任。

2025ADMEN国际大赏，再次汇聚由业界精英与学界翘楚所组成的评委阵容，对参评人物、机构和案例进行了专业、客观、公正的评议。最终脱颖而出的「当代品牌杰出青年才俊」「年度优质供应商」与「实战金案」，正是对过去一年中行业开拓精神与创新成果的集体呈现。

2025ADMEN国际大赏“年度优质供应商”按照机构类型划分三类。即“年度媒介服务机构”“年度策略和创意机构”和“年度媒介平台”。



sina 新浪财经 滚动新闻 > 正文

实效创新 与智共生 | 2025ADMEN国际大赏获奖名单公布

2025年08月07日 17:35 中宏网官微



7月30日，2025ADMEN盛典在北京广播大厦盛大举行。盛典以「实效创新 与智共生」为主题，依托2025Y2Y品牌年轻节，吸引了来自全国超500家广告主企业、媒体平台与品牌服务机构的杰出代表齐聚一堂，见证行业年度高光时刻，共探AI时代营销新范式。

ADMEN国际大赏以认证杰出人物、优秀机构、经典案例为原点，以整合行业顶层视野，促进智慧碰撞激荡，树立创新发展标杆为己任。

2025ADMEN国际大赏，再次汇聚由业界精英与学界翘楚所组成的评委阵容，对参评人物、机构和案例进行了专业、客观、公正的评议。最终脱颖而出的「当代品牌杰出青年才俊」「年度优质供应商」与「实战金案」，正是对过去一年中行业开拓精神与创新成果的集体呈现。

2025ADMEN国际大赏“年度优质供应商”按照机构类型划分三类。即“年度媒介服务机构”“年度策略和创意机构”和“年度媒介平台”。



找星 118.com

新闻 体育 汽车 房产 旅游 教育 时尚 科技 财经 娱乐 更多

实效创新 与智共生 | 2025ADMEN国际大赏获奖名单公布

编辑于 2025-08-07 17:36 发布于 北京市



7月30日，2025ADMEN盛典在北京广播大厦盛大举行。盛典以「实效创新 与智共生」为主题，依托2025Y2Y品牌年轻节，吸引了来自全国超500家广告主企业、媒体平台与品牌服务机构的杰出代表齐聚一堂，见证行业年度高光时刻，共探AI时代营销新范式。

ADMEN国际大赏以认证杰出人物、优秀机构、经典案例为原点，以整合行业顶层视野，促进智慧碰撞激荡，树立创新发展标杆为己任。

2025ADMEN国际大赏，再次汇聚由业界精英与学界翘楚所组成的评委阵容，对参评人物、机构和案例进行了专业、客观、公正的评议。最终脱颖而出的「当代品牌杰出青年才俊」「年度优质供应商」与「实战金案」，正是对过去一年中行业开拓精神与创新成果的集体呈现。

2025ADMEN国际大赏“年度优质供应商”按照机构类型划分三类。即“年度媒介服务机构”“年度策略和创意机构”和“年度媒介平台”。





ADMEN^{INT.}
GRAND PRIZE
广告人国际大赏

往届回顾

『 历时久远，案例丰富，创新升级，行业标杆 』

首届
2003.10
金陵南京

开创业界人物
奖评选先河
300位获奖人荣膺
“中国当代杰出广告人”

星城长沙首创
案例奖
收录了338个获奖案例的《实战广告案例丛书》（第一辑）出版

第二届
2005.1
湖南长沙

第三届
2006.3
羊城广州

首次开启金奖案例讲评会
《实战广告案例丛书》（第二辑）出版，收录352个案例获奖

琴岛青岛
首创广告主终评模式
评选并出版《实战广告案例》（第三辑）

第四届
2007.9
山东青岛

第五届
2009.9
申城上海

首创“媒企盛典”
邀请广告主与广告界共同出席活动，洽谈合作商机
《实战广告案例》（第四辑）出版

ADMEN国际大赏全新升级
广告人中国智·中国当代杰出广告人辉煌再现
实战金案全球公布

第六届
2017.9
北京

第七届
2018.8
北京

首次颁发IP商业价值奖
广告主需求联合发布
广告人学院年中大课倾情奉献

ADMEN国际大赏焕新颁奖盛典落地
Y2Y品牌年轻节

第八届
2019.6
北京

第九届
2020.8
天津

品牌100年年度案例点燃全场
遴选“品牌100年度案例”树立年度行业标杆

顺应时代
创新性扩容颁奖典礼
首次绽放云端

第十届
2021.8
线上

第十一届
2022.8
天津

疫情环境依然被高度业界关注，重建品牌信心的风向标

疫后重聚
众多知名品牌及主流媒体品牌、智业迥鼓齐聚北京，共同探寻未来发展之路

第十二届
2023.7
北京

第十三届
2024.8
北京

全国各地超800多家知名品牌齐聚北京、共同见证彼此荣耀时刻

实效创新与智共生
以年轻之力
开品牌新局

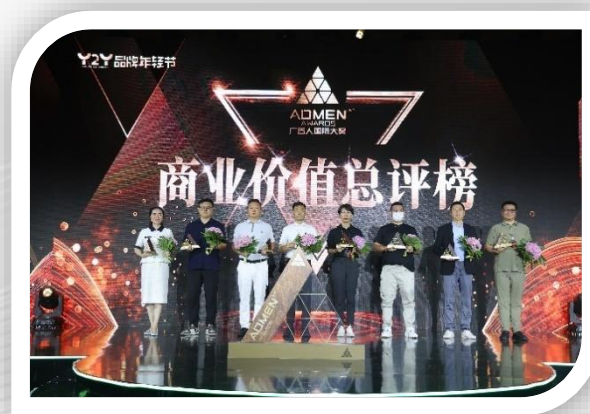
第十四届
2025.7
北京



ADMEN^{INT.}
GRAND PRIZE
广告人国际大赏

往届回顾

建构中国首个媒企领袖人脉圈层组织

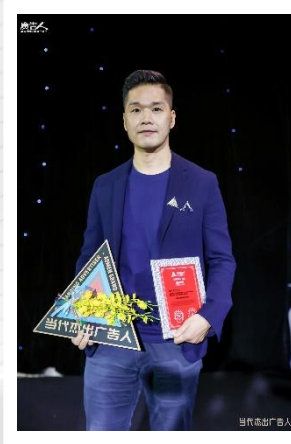
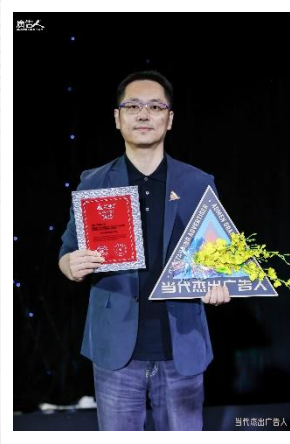
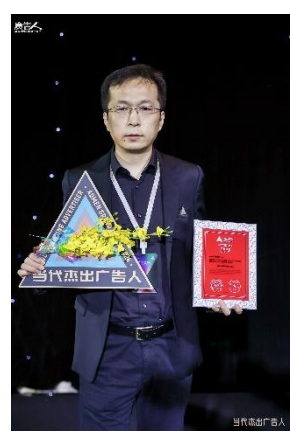




ADMEN^{INT.}
GRAND PRIZE
广告人国际大赏

往届回顾

当代杰出广告人风采展现





ADMEN^{INT.}
GRAND PRIZE
广告人国际大赏

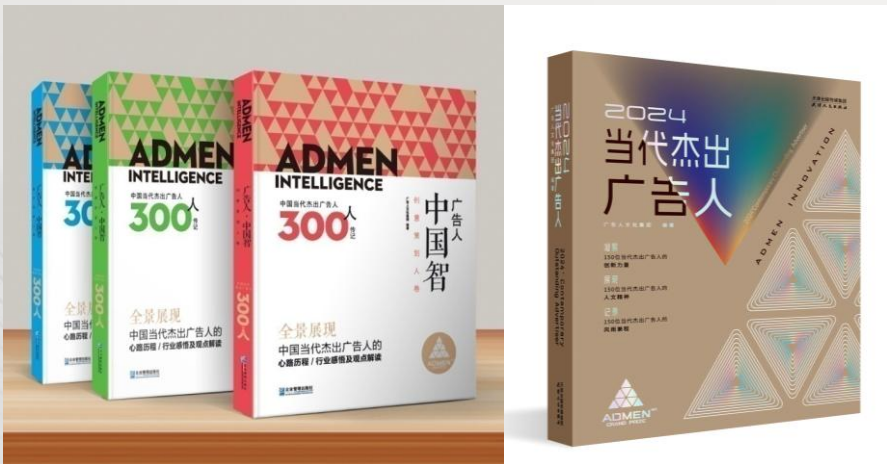
往届回顾

《广告人·中国智：中国当代杰出广告人300人传记》 《2024当代杰出广告人》 被中国广告博物馆收藏

没有记忆的行业 是没有根基的行业
没有根基的行业 是没有前途的行业

《广告人·中国智：中国当代杰出广告人300人传记》梳理和表彰了2007-2016年10年间，中国广告界、传媒界、营销界及教育界人物，以年龄及个人成就与行业贡献为参照，划分为：杰出成就人物、杰出贡献人物、杰出新锐人物分别授予荣誉称号，并出版大型人文传记丛书，在中国广告博物馆进行展览、收藏，成为中国广告发展历史的重要阶段性记录。

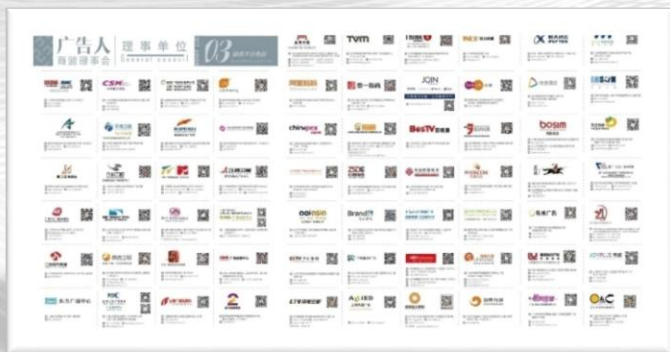
《2024当代杰出广告人》本书设计精美，装帧考究，以600页的厚重，承载了150余位在市场风云变幻中坚守初心、勇攀高峰的广告界精英所亲笔撰写的心路历程与行业洞见，堪称是对过去二十年来中国广告行业发展历程的一次全面回顾与总结。





往届回顾

构建广告主需求资源+媒企高端人脉商机



携手中国媒企界的高端影响力伙伴一起行动，共享商机，帮助商盟成员获得长期稳定的业务增长，整合和梳理每个商盟成员个体信息、行为信息所产生的数据。





ADMEN^{INT.}
GRAND PRIZE
广告人国际大赏

合作伙伴 (部分)

T H A N K S



ADMEN^{INT.}
GRAND PRIZE
广告人国际大赏

组委会联络人：申媛媛 15630383122