



X



X



BAO款评审

2021 第十三届金网奖





关于金网奖



金网奖 W Awards 下设视频、直播、技术、公司及人物四大奖项。创办于2009年，十二载沉淀，源于中国互联网协会，持续输出数字营销新观点，关注新品牌、新媒体、新营销，发掘代表新生产力的新兴力量。2021年金网奖全新启动，引领视频营销新未来，助力国潮新品牌，赢得未来视界。金网奖诚邀优秀商业化视频案例提报参评，并聚焦新经济、新国潮、新平台，关注全球商业视频生态，每年奖项由行业协会、商业领袖、品牌数字化专家等组成的评审委员会终评，决出获奖作品，通过案例、企业品牌、人物评选，起到行业示范作用，推动新商业的达成。

GPO 是全球致力于推动商业进化的研究机构，通过深刻洞察影响商业变化的技术、互联网、模式等因子，发掘商业的数字化、智能化、线上线下融合发展潜力。GPO与中欧营销学会、长江互联网学会、北大新闻与传播学院有深入合作，与阿里、腾讯、字节跳动、百度、美团及传统企业品牌保持沟通交流，汇聚了上百位商业领袖、专家，推动了数字商业、直播电商、短视频经济、社交商业、小程序等新商业形态的落地。

秒影工场，商业短视频智能创意生产及营销平台，联合字节跳动、快手、阿里、腾讯、微博等主流媒体，为代理商/广告主提供跨媒体短视频营销整体解决方案。公司通过模式创新、技术驱动、流程规范来赋能商业短视频生产，运用工业化生产方式提高生产效率，依靠数据产品服务提升视频质量，打造效率更高、质量更优的短视频素材智能化生产、创意、数据及营销平台。平台日均产能超1000条商业短视频，已服务5700多家广告主，生产13万余条商业短视频，广告消费突破20亿。



主办单位:

主办单位:

金网奖

GPO

秒影工场

联合发起:



抖音



快手



淘宝



B站



微视



京东



百度



小红书



中国网络视听协会



中欧营销学会



长江互联网学会

日程安排

终评会
2021年9月

金网奖BAO款短视频案例征集
2021年6月-8月

2021年10月底
2022商业计划领航秀
暨金网奖年度颁奖盛典

内容	时间
金网奖BAO款案例征集	2021年6月-8月
终评会	2021年9月
金网奖颁奖典礼	2021年10月底



奖项分类与设置

1. 第十三届金网奖设置“视频”、“直播”、“技术”、“公司人物”四大类别奖项。
2. 视频、直播奖项：包括BAO款（短视频）、直播带货两大特设奖以及其他类，最终评出单项大奖及金、银、铜奖。

提报BAO款（短视频）类特设奖，能获得以下加权权益：

- 获奖数量更多，占整体奖项的40%，获奖概率更高
- 在前期案例提报的亮点挖掘、案例包装等方面，由组委会案例包装人员进行优化和提升，给予针对性指导与支持
- 在金网奖全年传播中拥有更多联合曝光的机会，超过50%的推广资源倾斜，涵盖文章、海报、长图等形式，提升作品的行业影响力
- 优先进入金网奖后期的案例分享、巡讲及作品集中，获得权重更高的线上获奖案例展示位置
- 获得参与角逐“全场探索大奖”的资格

3. 设全场大奖及全场探索大奖各一个，不单独参评，从终评作品角逐中产生。
4. 公司企业类奖项：设置实力型与探索型两大类，五个子类别。该类榜单秉承金网奖“向前一步”的思维，重点考量数字营销公司的探索与创新表现，发掘传统营销公司中升级的力量，发现引领未来风向的新势力。
5. 参赛报名费为免费，评选结果揭晓后，组委会将邮件通知获奖单位并缴纳费用，请仔细阅读大赛收费信息。

案例类

公司、机构、产品类

其他类

特设BAO款类

原生内容类

场景类

转化

商业短视频

内容营销

场景营销

大数据营销

娱乐营销

移动营销

智能营销

体育营销

OTT营销

带货营销

公益营销

社交营销

全场BAO款大奖

全场大奖

产品类

年度短视频营销工具TOP10

机构类

年度短视频MCN机构TOP20公司

年度短视频营销TOP20公司

探索型

年度新锐数字营销TOP20公司

年度创新数字营销TOP20公司

年度技术数字营销TOP20公司

公司类榜单紧跟行业风向，秉承金网奖“向前一步”的思维，重点考量数字营销公司的探索与创新表现，发掘传统营销公司中升级的力量，发现引领未来风向的新势力。



BAO款 - 商业短视频评选

国内首个评选商业短视频奖项

• 定义爆款 • 品鉴优品 • 碰撞思想 • 洞见未来





BAO款

背景与意义

目前短视频已占据了互联网用户20%的时长，商业短视频成为各大品牌主标配，优秀的“BAO款”短视频营销作品在用户触达的播放率、互动效果及品牌口碑、有效受众覆盖、获客成本方面均表现突出。

作为国内首个评选商业短视频“BAO款”的奖项，2021年金网奖持续寻找商业短视频领域的创造者与实践者，与更多品牌主共享短视频增长红利，推动短视频商业化落地。



BAO款评选类别

信息流广告

TVC

微电影广告

直播+带货

自制栏目与迷你短剧



BAO款评审标准——信息流广告

类别	项目	占比	参考标准	
<p>信息流广告：是指一种依据社交群体属性对用户喜好和特点进行智能推广的广告形式。其主要展现形式是穿插在信息之中。</p>	创意 (30%)	剧情类	开篇吸引度10%	前3秒十分吸睛 3-8秒理解成比低 8-20秒推进剧情并且翻转剧情引出产品 20秒后产品特点的阐述能符合受众群体需求
		后续剧情吸引度10%		
		剧情翻转顺滑度 10%		
		口播解说类	开篇吸引度15%	前3秒十分吸睛 3-8秒理解成比低 8-20秒讲述产品特点，以划定需求的受众群体 20秒后产品的特殊性，比如提升次留和花费所需的解说词
		后续解说吸引力15%		
	混剪自拍类	整体吸引度30%		
	制作 (20%)	视听语言10%		
		摄制剪辑等制作能力的精良度10%		
产品传播、转化及效果 (50%)	包括曝光、点击、转发、点赞、评论、注册、下单等效果			

BAO款评审标准——带货+直播

类别	项目
带货+直播：借助明星、网红、KOL、IP等影响力推广产品，通过人物或IP的商业价值与粉丝影响力，实现品牌人格化、情境化，带动产品销售。	创意表现 (20%)
	传播力 (30%)
	用户参与及交互表现 (20%)
	效果达成 (30%)

BAO款评审标准——微电影广告

类别	项目	占比	参考标准
微电影广告：是指为了宣传某个特定的产品或品牌而拍摄的有情节的，时长一般不超过30分钟的，以电影为表现手法的广告。	主题和立意 (25%)	立意是否明确 20%	1、剧情型推进剧情发展的影片起承转合的时间比是否满足基础的1:2:1（起为1,承为2，转合一起为1） 2、人物性格推动剧情发展的影片人物形象是否立体，主角做选择推动剧情发展的大概时间比为1:1:1 3、带出产品时是否很大程度影响了影片的观赏感觉的
		立意是否符合主流社会的价值观 5%	
	创意 (10%)	创意的新颖程度10%	
	带入感 (30%)	人物情感的带入感10%	
		推进故事发展的带入感10%	
		整体氛围的带入感10%	
	与产品的契合度 (25%)	主旨与立意是否与产品的文化精神的契合度 15分	
通过故事为依托，把产品的特点展现的完善度10分			
传播、转化及效果 (10%)	包括曝光、点击、转发、点赞、评论、注册、下单等效果		

BAO款评审标准——TVC广告

类别	项目		参考标准
TVC广告：是一种在电视媒体和网络上进行传播的广告形式。	创意 (30%)	视频的传播性15%	1、创意贴合受众群体的理解能力 2、开篇吸睛画面或者洗脑广告词 3、能清晰的了解产品名称以配合病毒式宣传
		创意是否符合主流社会价值观5%	
		创意是否贴合受众人群10%	
	制作 (20%)	拍摄10%	
		后期10%	
	与产品的契合度 (30%)	产品的特点是否突出15%	
		对产品的企业形象是否塑造成功15%	
	传播、转化及效果 (20%)	包括曝光、点击、转发、点赞、评论、注册、下单等效果	

BAO款评审标准——自制栏目与迷你短剧

类别	项目	
自制栏目与迷你短剧： 是指公司、大V等通过网络等途径向外发布他们自制特色栏目的传播方式。	栏目或短剧本身对受众群体的吸引力（30%）	
	插入广告与原本栏目或短剧的结合（40%）	广告插入的是否比较隐蔽和得体15分
		是否阐述清楚产品的特点25分
	传播、转化及效果（30%）	包括曝光、点击、转发、点赞、评论、注册、下单等效果



组委会公众号



秒影工场官微

谢谢观看

THANK YOU