

Haier

EBC 无界生态  
无限创想



The 1st Haier Ecosystem Brand  
Creative Festival

第一届海尔生态品牌创意节

创意赋能链群  
引爆生态品牌

—— 参赛指南 ——

|   |       |            |    |
|---|-------|------------|----|
| 1 | 创意节概述 | 1.1 创意节目标  | 02 |
|   |       | 1.2 创意节诠释  | 03 |
| 2 | 创意节日程 |            | 04 |
| 3 | 参赛规则  | 3.1 参赛对象   | 05 |
|   |       | 3.2 参赛要求   | 05 |
| 4 | 创意形式  |            | 06 |
| 5 | 参赛步骤  |            | 07 |
| 6 | 评审规则  | 6.1 初审     | 12 |
|   |       | 6.2 复审     | 12 |
|   |       | 6.3 评分标准   | 12 |
|   |       | 6.4 全场大奖评审 | 13 |
| 7 | 奖项设置  | 7.1 金、银、铜奖 | 14 |
|   |       | 7.2 全场大奖   | 14 |
| 8 | 联系我们  |            | 15 |

# 1 创意节概述

## 1.1 创意节目标

### 坚定生态品牌战略

坚定生态品牌战略，砸掉产品品牌标签：通过创意节，鼓励海尔集团内部各链群改变以产品品牌思维进行品牌传播的观念，强化生态品牌的传播导向，树立生态品牌标签。

### 创新生态品牌传播

激发内部创新力，创新传播内容与形式：海尔始终踏准时代节拍，不断创新求变，通过创意节，进一步激发并提高海尔集团内部各链群的创新力，实现海尔生态品牌传播工作的自进化、自演进。

### 引爆生态品牌口碑

引领物联网时代新品牌范式，引爆用户口碑：通过创意节赛事选拔出优秀的创意作品，为海尔集团内部各链群赋能，助力各链群在进行品牌传播的同时，提升用户心中的美誉度，从而实现用户口碑的引爆引领。

## 1.2 创意节诠释

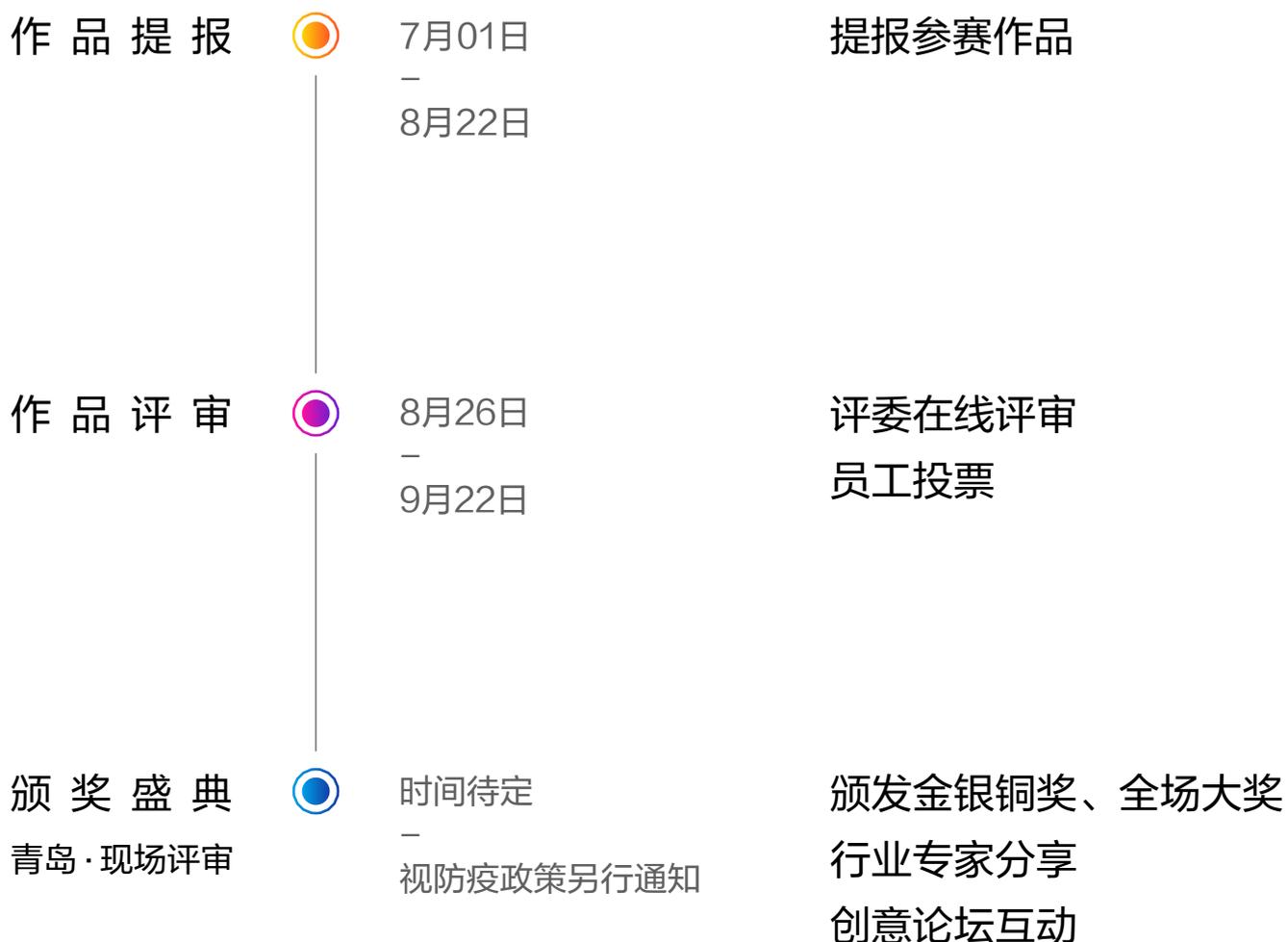
物联网改变了人们的生活和工作方式，与此同时也改变了媒体环境和用户的触媒习惯，这对企业的品牌传播提出了全新的挑战。如何立足于媒体和用户的发展变化，在品牌传播工作中创造最佳体验，成为品牌传播工作新的课题。

创意赋能链群，引爆生态品牌！这是此次海尔生态品牌创意节的使命。为了激励海尔生态品牌传播持续创新迭代，展现海尔集团作为全球领先的美好生活解决方案服务商，在生态品牌战略指引下，以用户体验为中心，在各自的领域内为用户提供不断迭代的美好生活解决方案，现面向集团内部链群，公开征集、评选极具创意的“品牌共创美好生活”方向的传播案例。

创意节赛事共设生态品牌、场景品牌及高端品牌三大品牌赛道，视频、交互、设计等多个创意形式，旨在通过创意节赛事，鼓励海尔集团内部各链群改变以产品品牌思维进行品牌传播的观念，坚定生态品牌战略、创新生态品牌传播、引爆生态品牌口碑。

品牌是企业的核心竞争力之一，这就需要我们以创意为品牌赋能，融合洞察与灵感，保持创新的可持续性，持续提升创意力，从而真正实现物联网生态品牌的引爆引领。

# 2 创意节日程



# 3 参赛规则

## 3.1 参赛对象

以海尔集团内部各链群为参赛单位，提报相关创意传播作品，以个人名义提报作品视为无效。

## 3.2 参赛要求

(1) 各链群所提报的创意传播作品必须是已执行的案例作品，且执行时间是2021年1月1日—2021年6月30日期间；

(2) 各链群需根据所提报作品的传播内容合理选择赛道。传播内容以展示无止境的体验，为社会创造价值循环为主，请选择生态品牌赛道；传播内容以展示全场景的解决方案为主，请选择场景品牌赛道；传播内容以展示高价值的服务，引领高端生活方式为主，请选择高端品牌赛道；

(3) 各链群所提报的创意传播作品不限数量，但同一个作品只能选择一个赛道且提报一次，严禁同一作品在不同赛道多次提报。赛事主办方将以此进行甄别，确保公正和公平；

(4) 所提报作品的内容必须为原创内容，严禁抄袭；

(5) 提交作品前需认真核对，作品确认提交后不可修改；

(6) 所提报作品必须符合法律法规和公序良俗，不涉及政治、宗教、种族、性别歧视等敏感内容。

# 4 创意形式

各链群需按作品的创意形式进行提报：

## A 视频组

征集具有创意性的或有完整故事情节的视频短片，包括但不限于原创视频短片、短视频等。

## B 设计组

征集为实现品牌传播诉求而创作的原创设计作品，在设计语言、设计美感、设计创意等维度具有优质、突出效果，包括但不限于原创海报、长图、条漫、摄影、文创礼品、表情包等。

## C 交互组

征集利用新颖的技术和平台，创作具有交互性的传播内容和形式，吸引用户参与互动，并主动分享传播，包括但不限于原创H5、小程序、专题页面等。

## D 文案组

征集通过文字的形式，有效传播品牌内涵，提升品牌影响力，包括但不限于原创新闻稿件、诗歌及信件寄语等。

## E 事件组

征集具有标杆性的行业事件和圈层活动，挖掘能够吸引媒体、业界、政府及各生态圈层的关注与参与的传播事件，包括但不限于公关活动、用户线上线下交互活动、脱口秀、原创歌曲等。

## F 其它创新组

征集其他创意形式的原创作品，能够对品牌故事挖掘、内容策划具有高新闻价值、高破圈效应，并有效提升用户对品牌的认知和行业的认可。

# 5 参赛步骤

## STEP 1 登录官网

2021年7月1日至2021年7月10日，进入生态品牌创意节官网首页，阅读并了解赛事日程等信息。

生态品牌创意节官网地址：<https://www.haier.com/ebc>

## STEP 2 下载参赛指南，了解参赛规则

进入生态品牌创意节官网首页，在页面底部下载参赛指南，了解参赛规则。

## STEP 3 下载案例PPT模板，整理相关资料，填写形成案例手册

进入生态品牌创意节官网首页，在页面底部下载案例模板，整理相关资料，并填写形成案例手册。必填内容及具体要求如下：

### 一、基础信息

- 作品名称，所属领域，生态合作方（包括但不限于广告公司、协会、商学院等），以及具体联系方式等信息。
- 选择赛道与创意形式。

### 二、作品详情

- 传播背景  
请列举具体的背景、趋势、现状、挑战等，帮助评审团更清晰地判断作品创作及传播的难度。
- 传播目标  
请具体描述传播的定性和定量目标。如果有数据脱敏要求，可以用数据比例来呈现。

- 创意策略

请阐述作品的核心洞察和创意。

- 执行详情

请分阶段或分步骤概述执行落地情况。

- 传播效果

请具体描述传播效果和主要亮点，包括但不限于品牌美誉度、曝光量、点击量、覆盖人次、转化率、ROI等定量指标，及权威认可等定性维度。数据来源需标明取数平台和取数时间范围。

## STEP 4 填报系统信息、上传申报资料，并确认提交

登录官网，在“作品提报”页选择“提报作品”，按照官网参赛报名系统要求填报信息，并完整上传申报资料（必须包括作品公示封面图、案例手册与作品附件三部分），确认提交。

为了保证作品能够完整呈现创意与效果，便于评审团理解和评分，不同创意形式组请根据以下具体要求上传申报资料：



### A 视频组

①**公示封面图**：支持jpg格式，分辨率不低于72dpi，颜色模式为RGB，尺寸为1600×900像素；

②**案例手册**：支持ppt/pptx格式，PPT大小不得超过30M，请不要添加任何动画等特效，且避免嵌入PSD，及锚点较多的复杂图形；文字不要跳出文本框，图片、文本框不要超出PPT区域范围；

③**作品附件**：必须上传视频附件，支持mp4格式，视频大小不得超过300M，视频数量不超过3支，保持画质清晰。同时可选择上传其他不同类型的附件（如图片、音频等，具体格式要求以网站公示为准）。



## B 设计组

①**公示封面图**：支持jpg格式，分辨率不低于72dpi，颜色模式为RGB，尺寸为1600×900像素；

②**案例手册**：支持ppt/pptx格式，PPT大小不得超过30M，请不要添加任何动画等特效，且避免嵌入PSD，及锚点较多的复杂图形；文字不要跳出文本框，图片、文本框不要超出PPT区域范围；

③**作品附件**：必须上传图片附件，支持jpg格式，分辨率不低于72dpi，颜色模式为RGB，横竖构图均可，系列作品不得超过9幅，每幅作品文件不超过10M。同时可选择上传其他不同类型的附件（如视频、音频等，具体格式要求以网站公示为准）。



## C 交互组

①**公示封面图**：支持jpg格式，分辨率不低于72dpi，颜色模式为RGB，尺寸为1600×900像素；

②**案例手册**：支持ppt/pptx格式，PPT大小不得超过30M，请不要添加任何动画等特效，且避免嵌入PSD，及锚点较多的复杂图形；文字不要跳出文本框，图片、文本框不要超出PPT区域范围；

③**作品附件**：请上传能够呈现作品内容的URL地址，不超过6个。同时可选择上传其他不同类型的附件（如图片、视频等，具体格式要求以网站公示为准）。



## D 文案组

①**公示封面图**：支持jpg格式，分辨率不低于72dpi，颜色模式为RGB，尺寸为1600×900像素；

②**案例手册**：支持ppt/pptx格式，PPT大小不得超过30M，请不要添加任何动画等特效，且避免嵌入PSD，及锚点较多的复杂图形；文字不要跳出文本框，图片、文

本框不要超出PPT区域范围；

③**作品附件**：请上传能够呈现作品内容的附件。

## E 事件组

①**公示封面图**：支持jpg格式，分辨率不低于72dpi，颜色模式为RGB，尺寸为1600×900像素；

②**案例手册**：支持ppt/pptx格式，PPT大小不得超过30M，请不要添加任何动画等特效，且避免嵌入PSD，及锚点较多的复杂图形；文字不要跳出文本框，图片、文本框不要超出PPT区域范围；

③**作品附件**：请上传能够呈现作品内容的附件。

## F 其他创新组

①**公示封面图**：支持jpg格式，分辨率不低于72dpi，颜色模式为RGB，尺寸为1600×900像素；

②**案例手册**：支持ppt/pptx格式，PPT大小不得超过30M，请不要添加任何动画等特效，且避免嵌入PSD，及锚点较多的复杂图形；文字不要跳出文本框，图片、文本框不要超出PPT区域范围；

③**作品附件**：请上传能够呈现作品内容的附件。

---

\*注：填报系统信息，上传申报资料（必须包括作品公示封面图、案例手册与作品附件三部分）后，可选择“保存并预览”或“提交为正式作品”。

若选择“保存并预览”，则出现预览效果页面；可在页面底部选择“编辑”对内容修改或“正式提交”提交为正式作品。

若选择“提交为正式作品”，官网“作品提报-我的作品”页中审核状态显示为“审核中”，可查看作品信息，等待审核结果。

## STEP 5 查收审核结果，确认报名成功

确认提交后，申报资料将进入审核阶段。官网“我的作品”页中审核状态显示为“审核中”，审核时间一般为2-5个工作日左右。赛事主办方审核后，会将审核结果以邮件的形式发送到联系人邮箱，同时可进入官网“作品提报-我的作品”页查看审核状态，审核状态为“审核通过”，则正式参赛报名成功。若审核未通过，需根据邮件中未通过原因重新编辑并再次上传申报资料，确认申报资料提交成功，重新等待审核结果。

## STEP 6 查看入围、获奖结果

初审结束后，可登录官网查看入围作品名单，同时，赛事主办方会将入围通知以邮件的形式发送到入围作品联系人邮箱。

复审结束后，可登录官网查看金、银、铜奖获奖作品名单，同时，赛事主办方会将获奖通知以邮件的形式发送到获奖作品联系人邮箱。

获得金奖的作品，将通过现场答辩决出最终的全场大奖。

# 6 评审规则。

## 6.1 初审

海尔生态品牌创意节赛事初审由评委按照评分标准初步筛选，精选30%的作品进入复审。

## 6.2 复审

海尔生态品牌创意节赛事复审由评委和内部员工共同评选出金、银、铜奖获奖作品。

评委按照评分标准对初审入围作品进行打分；同时，赛事主办方将入围作品在官网上进行公示，邀请内部员工投票。评委打分和网络投票分别占权重 80% 和 20%，依据得分高低进行排序，每个创意形式组提报的作品按照 2:3:5 的比例决出金、银、铜奖。

\*注：评委确定最终得分之前，会对所有入围作品进行讨论，根据各创意形式组实际提报作品形式和对应数量灵活设立奖项。

## 6.3 评分标准

### 一、评分维度：



## ● 战略性 20%

优秀的创意传播作品要符合生态品牌战略。其内容要坚定生态品牌的传播导向，能够助力砸掉产品品牌标签，推动生态品牌传播，实现生态品牌口碑的引爆。评委评审时需考虑创意作品的目标定位、作品是否符合生态品牌战略等，并以此予以适当考核评分。

## ● 创意性 50%

优秀的创意传播作品是情感和理性的结合。需要结合受众关注点，让受众能够深入了解品牌创造的美好体验。评委评审时需考虑作品的内容和交互形式是否创新，以及创意形式能否准确地向受众传递品牌的最佳体验。

## ● 效果性 30%

创意传播作品传播所带来的效果也尤为重要。评委评审时需考虑创意作品社会舆论口碑、在业界获得的评价，审核传播作品对于品牌传播的影响力及实际的效果，包括但不限于品牌美誉度、曝光量、点击量、覆盖人次、转化率、ROI等定量指标，及权威认可等定性维度。

## 二、评分分制—5分制：



5分



4分



3分



2分



1分

### 6.4 全场大奖评审

由生态品牌赛道中获金奖的作品所在链群派代表参与现场答辩，由评委现场投票，决出一支作品获得全场大奖。

# 7 奖项设置

## 7.1 金、银、铜奖

海尔生态品牌创意节赛事各创意形式组的金、银、铜奖作品均获得专属奖杯及证书，在颁奖盛典当日由评委颁发。



**绘声  
绘影** (视频组)  
金、银、铜奖



**妙手  
丹青** (设计组)  
金、银、铜奖



**万有  
引力** (交互组)  
金、银、铜奖



**妙笔  
生花** (文案组)  
金、银、铜奖



**深入  
人心** (事件组)  
金、银、铜奖



**别出  
心裁** (其他创意组)  
金、银、铜奖

## 7.2 全场大奖

全场大奖是由评委从生态品牌赛道获得金奖的作品中评审选出，全场大奖的设置如下：



# 8 联系我们。

## 海尔生态品牌创意节组织委员会

---

联系人：车云霞

Email: [cheyx@haier.com](mailto:cheyx@haier.com)

联系电话：17854274797

联系人：关瑜

Email: [guanyu@haier.com](mailto:guanyu@haier.com)

联系电话：15726390807