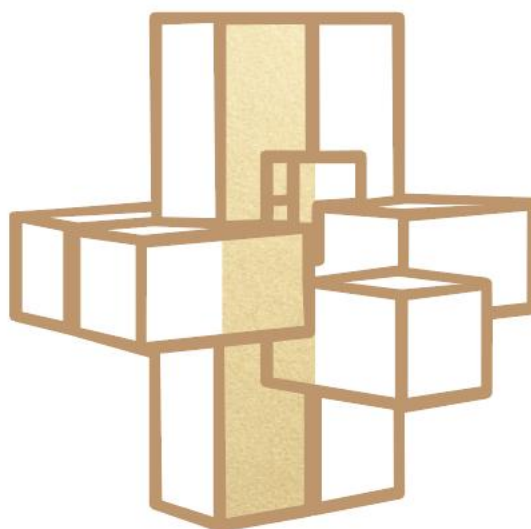


# 2023 ECI AWARDS ENTRY KIT

国际数字创新奖  
ECI Awards 艾奇奖

参 赛 指 南



## 目录

一、关于 ECI AWARDS.....	3
二、主办单位：IECIA 国际数字创新组织.....	5
三、2023 年赛制迭代说明.....	7
四、参赛类别.....	9
五、奖项设置.....	1
六、赛事进程及费用说明.....	1
七、参赛理由.....	2
八、参赛资格.....	3
九、案例提报流程.....	4
十、联系我们.....	7
附件 1：.....	8
附件 2：.....	38
附件 3：.....	39
附件 4：.....	42
附件 5：.....	45
附件 6：.....	46
附件 7：.....	48
附件 8：.....	错误！未定义书签。

## 一、关于 ECI AWARDS

常用名称：ECI AWARDS 国际数字创新奖

英文全称：Entrepreneurship, Creativity & Innovation Awards

中文简称：国际艾奇奖

奖项简介：

ECI AWARDS 国际数字创新奖由 IECIA 国际数字经济创新组织 于 2014 年设立，是全球数字经济领域、第一个使用“创新的有效性 /The effectiveness of Innovation”作为评估标准的国际奖项。

ECI AWARDS 致力于表彰在“技术、产品、商业模式、服务模式、管理模式和营销”等环节中，极具创新应用价值的【案例】，以及作出创新贡献的【人物】与【机构】。

ECI 表彰的创新不是“新发明之新”，而是“新价值之新”，是能实际应用在文化和商业的生活中，为人类带来更美好的生活与未来。

ECI AWARDS 也不只是表彰具有商业价值的创新，更赞赏能够定义未来，促进人类社会可持续性发展，体现人文精神的创新，被誉为数字经济创新领域的“诺贝尔奖”。

### ECI 创新观 Opinion

创新是发明加应用。

创新是为社会和经济创造新价值。

创新是一个“赋予人和资源以更新和更强的创造财富的能力”的任务。

创新以是否给社会和经济带来新价值为核心标准，起标杆作用，代表变革趋势。

### 口号 Slogan

\*本手册主要用于 ECI AWARDS 【案例类】参赛的指引说明，如须了解【机构类】【人物类】奖项可与 ECI 组委会联系咨询

创新应用，定义未来。

Define the Future.

## 2023 年赛事类别 Class

- ① 营销创新
- ② 产品创新
- ③ 模式创新
- ④ MarTech 营销技术创新
- ⑤ AI 应用创新
- ⑥ 元宇宙创新
- ⑦ 公益创新
- ⑧ 未来乡村 (NEW)
- ⑨ 消费导购 (NEW)

## ECI AWARDS 奖项形象片

《创新人物篇》



《创新智慧篇》



《创新评委篇》



## 二、主办单位：IECIA 国际数字创新组织



### IECIA 国际数字经济创新组织

International Entrepreneurs, Creatives & Innovators Association

IECIA 国际数字经济创新组织（英文全称 International Entrepreneurs, Creatives & Innovators Association），成立于 2014 年，是全球首个专注于“促进数字经济创新”的非营利性教育组织。由中国学者联合 27 个国家及地区数字经济领域的创新专家与学者共同发起，以“Bring Innovation to Life/ 将创新带入生活”为使命，通过 ECI Awards 奖项的认可，实现“发现创新、表彰创新”；设立 ECI Academy 创新学院，实现“研究创新、教育创新和孵化创新”；创办 ECI Festival 国际创新节，持续提供资源与服务，促进企业家 /Entrepreneurs，创意人 /Creatives 和创投者 /Innovators 三者之间在数字经济产业创新链中的交流、合作与共赢。

Founded in 2014, IECIA (International Entrepreneurs, Creatives & Innovators Association) is the first global non-profit organization committed to promotion, recognition, research, education and consultation of innovation in digital economy. With the mission of "Bring Innovation to Life", IECIA promotes innovation through the recognition of ECI Awards; the education of ECI Academy; provision of resources and services through ECI Festival to facilitate win-win co-operations among Entrepreneurs, Creatives and Innovators in the innovation chain of digital economy. So far, IECIA has members in 27 countries and regions around the world.

**联合27个国家/地区专家学者共同发起并推广**

中国、美国、英国、德国、法国、俄罗斯、瑞士、意大利、荷兰、智利、新加坡、日本、韩国、以色列、马来西亚、泰国、印度、尼泊尔、巴基斯坦、澳大利亚、巴西、瑞典、斯里兰卡、孟加拉国、香港地区、澳门地区、台湾地区。

**IECIA五大创新链赋能模块****组织使命**

# Bring Innovation to Life!

将创新带入生活!

**组织使命形象片**

《将创新带入生活》



识别二维码观看



### 三、2023 年赛制迭代说明

#### 1、全类别整体迭代，提升数字经济生态创新引领作用

ECI AWARDS2023 年赛制编制以持续提升“赛事机制与国内国际数字经济市场生态的匹配度、对行业创新发展趋势引领作用、相关行业广泛的参与度”为指导思想，对【营销创新】、【产品创新】、【模式创新】、【MarTech 创新】、【AI 应用创新】、【元宇宙创新】、【公益创新】、【未来乡村创新】8 个参赛类别，分别从【类别设置】、【类别定义】、【评审规则】等方面进行了全面迭代编制。

#### 2、跨界专业研讨，彰显【创新奖】的创新价值主张

为保障赛制的专业性，ECI 组委会特别邀请 44 位来自知名品牌、科技、互联网、数字营销、广告、传媒、投资机构、研究机构以及学界等领域的国内国际专家组成“ECI AWARDS 2023 年度赛制编制专家委员会”（后附《专委会专家名单》），通过 8 个类别组数轮研讨与不断地修订，最终呈现了本年度赛制。

ECI AWARDS 作为一个“创新奖”，在 2023 年将更加彰显其对“创新的有效性（创新的应用价值）”关注与推崇。在《参赛表》及《评审规则》进一步将“创新点”作为独立维度，引导参赛机构、评委从“案例/作品/项目的背景洞察、概念、技术、产品设计、营销方式、金融、管理、运营”等角度去不断思考与审视，这些创新价值可能是包括但不限于对社会、对行业、对企业、对合作伙伴/客户/用户的价值。

#### 3、几个迭代细则说明与提示：

- ① 在 2022 年 7 大类别基础上，紧贴“乡村振兴”国家级社会级创新大趋势，新增了【未来乡村创新】类别。

\*本手册主要用于 ECI AWARDS【案例类】参赛的指引说明，如须了解【机构类】【人物类】奖项可与 ECI 组委会联系咨询

② 【营销创新】类别整体划分出【行业类】与【方式类】两个二级类别，旨在评选出各垂直领域，对行业创新发展有推动或突破性贡献优秀案例。

③ 【模式创新】将更加聚焦【商业模式创新】，ECI 组委会在 2023 年将更加深入地联合投资领域的机构伙伴，重点征集已完成“天使轮及以上融资”的创新创业项目，进行重点评估与孵化。

④ 【产品创新】、【AI 应用创新】、【元宇宙创新】、【公益创新】等四个类别根据各领域的最新发展趋势，对类别设置、定义的进行了不同程度的调整或细化。

⑤ 各类别的《参赛表》《评审规则》存在差异，参赛单位在参赛务必仔细阅读、了解，如有疑问或建议可及时与组委会进行咨询或沟通。

⑥ 参赛费用的收取从原有的一种收费方式调整为两种方式。一种为延续往年标准的分进程预缴费方式（传统标准），另一种为结合 ECI2023 年创新伙伴计划年费模式的获奖后付费试（新标准），具体可参见第六部分的《赛事进程及费用说明》部分。



## 四、参赛类别

1、ECI AWARDS2023 年度共设立了 8 个参赛类别，概览如下：

ECI AWARDS 2023年度参赛类别一览			
一级类别		二级类别	
A	营销创新	A1	营销创新-行业类
		A2	营销创新-方式类
B	产品创新	B1	产品创新-硬科技及智能硬件类
		B2	产品创新-数字软件及应用程序类
		B3	产品创新-消费品类
C	模式创新	C1	模式创新-商业模式类
		C2	模式创新-服务模式类
		C3	模式创新-管理模式类
D	MarTech 营销技术创新	D1	MarTech创新-广告科技类
		D2	MarTech创新-私域与触点科技类
		D3	MarTech创新-社交与关系科技类
		D4	MarTech创新-交易与销售科技类
		D5	MarTech创新-数据智能与安全类
		D6	MarTech创新-内容与体验科技类
E	AI应用创新	E1	AI应用创新-行业&企业级
		E2	AI应用创新-营销级
		E3	AI应用创新-生活消费级
F	元宇宙创新	F1	元宇宙创新-技术（软硬件）
		F2	元宇宙创新-设计
		F3	元宇宙创新-AIGC
		F4	元宇宙创新-城市更新数字化
		F5	元宇宙创新-可持续“模式”
G	公益创新	G1	公益创新-人
		G2	公益创新-环境
H	未来乡村创新	H1	未来乡村创新-产业及融合类
		H2	未来乡村创新-设计类
		H3	未来乡村创新-公共服务类
I	消费导购行业创新	I1	消费导购平台
		I2	消费导购品牌
		I3	消费导购达人/MCN机构
		I4	消费导购服务商

2、各类别具体说明详见：附件 1《ECI AWARDS 2023 年度参赛类别说明》。

\*本手册主要用于 ECI AWARDS【案例类】参赛的指引说明，如须了解【机构类】【人物类】奖项可与 ECI 组委会联系咨询

## 五、奖项设置

### ECI AWARDS 2023年度【案例类】奖项设置及表彰方式

奖项名称	设置说明	表彰方式
年度全场大奖	1、全场大奖一定是取得重大突破性、颠覆性、或产生巨大影响力的创新成就，具备商业价值、科技价值、社会价值的创新案例。可以是重塑某个行业的某种商业模式或创新产品、技术；也可以是取得杰出成效的某种创新营销方式或公益项目……这些创新未来将可能改善人类的生活方式。 2、获得【各类别全场大奖】的终审案例有资格参与年度全场大奖角逐。 3、通过各类别终审主席团通过【年度监审会】就各自推荐的案例进行终极推荐PK，得分最高的案例可获此殊荣 4、具有唯一性，且允许空缺。	1、颁奖盛典独立上台授奖 2、获奖感言 3、专访报道：1项 4、案例发布：1篇 5、定制奖杯：1座 6、获奖证书：1套
各类别全场大奖	1、该奖项从8个一级类别的金奖案例中评选产生。 2、作为本类别最优秀的案例代表，参与【年度全场大奖】的PK。 3、具有唯一性，且允许空缺。	1、颁奖盛典上台授奖 2、获奖感言 3、专访报道：1项 4、案例发布：1篇 5、定制奖杯：1座 6、获奖证书：1套
各类别等级奖	1、通过各类别终审案例中评选产生。 2、组委会与各类别终审主席团可根据类别中优秀案例的数量及质量情况，以确定是从一级类别还是二级类别开始设定等级奖。 3、各类别等级奖包括金、银、铜三级，原则上各类别可评选出1金、2银、3铜，但也允许空缺，且允许增加各级奖杯数量。	1、金奖上台授奖，其它等级奖将在现场宣读，需到领奖台领取奖杯等 2、案例发布：1篇 5、定制奖杯：1座 6、获奖证书：1套
入围奖	通过初审评选入围终审的案例可获得入围奖	1、获奖证书：1套 2、入围公告发布
组委会特别推荐奖	1、创新需要【勇气】【尝试】与【探索】，组委会将发现那些具有【探索】故事或先驱意义的创新实践给予特别推荐奖的表彰。 2、允许空缺。	1、颁奖盛典独立上台授奖 2、获奖感言 3、专访报道：1项 4、案例发布：1篇 5、定制奖杯：1座 6、获奖证书：1套

## 六、赛事进程及费用说明

ECI Awards 2023 赛事进程及报名费用【传统标准】			
赛事进度	中国收费标准 (RMB)	国际收费标准 (USD)	计划周期
第一轮	¥3700 /件	\$550 /件	4月27日-5月31日
第二轮	¥4700 /件	\$700 /件	6月1日 - 6月30日
第三轮	¥5700 /件	\$850 /件	7月1日- 7月31日
第四轮	¥6700 /件	\$950 /件	8月1日 - 8月31日
第五轮	¥7700 /件	\$1100 /件	9月1日 - 9月30日
首轮评审			10月中旬
终 审			11月中旬
颁奖典礼			12月中旬

## 七、参赛理由

### 1、品牌价值 Branding

全球数字商业创新平台为参赛单位提供广阔的品牌传播机会，扩大品牌知名度及影响力，赢得 ECI 即代表一种“创新力”国际成就。

### 2、市场价值 Marketing

增强现有客户认同，众多的创新创业企业（投融资模式运营的品牌商）为参赛企业提供庞大新客户资源群。

### 3、合作价值 Cooperating

参赛企业来自品牌主、服务商、平台商、专业机构等数字商业全产业链，为企业带来丰富上下游合作伙伴，实现行业互动与资源置换。

### 4、行业影响力 Index

ECI AWARDS 每年统计数字商业创新排名，评选年度商业创新机构并进行表彰。赛事获奖情况将是年度商业创新机构评选的重要参考依据。

### 5、金融价值 Finance

ECI AWARDS 联合投融资机构，挖掘具有巨大市场潜力的数字商业创新项目，让他们有足够的资本进行技术研发、服务创新、营销创新等数字商业全产业链环节的完善与创新，为数字商业未来发展创造无限可能。

## 八、参赛资格

### 1、参赛主体：

须是全球范围内根据所属国家相关法律法规，合法注册成立并有效存续的公司或机构。

### 2、案例类型：

可以是已实施完成或进展中的企业或机构利用数字手段实施或原生于互联网的创新成果，须与 ECI AWARDS2023 年度开放报名的参赛类别相匹配；如为一个完整的商业计划书，则须至少完成天使轮及以上融资；

### 4、时间要求：

参赛案例须是 2022 年 1 月 1 日~2023 年 9 月 30 日期间已实施完成或尚在进展中。

### 4、注意事项：

- 提供 2023 年 9 月 30 日前的市场环境、数据、结果等信息能够帮助评委们更为深入理解与评估参赛案例的目标设定及所获得的成效（背景信息能够帮助评委理解您的案例，但只有 2022 年 1 月 1 日~2023 年 9 月 30 日时间段内的成果能作为衡量案例的要素）。
- 为确保顺利参赛，您必须通过线上报名系统提交全部资料。案例正式提交后，系统会自动发送一封确认邮件到您邮箱。提交成功后，将无法自行在线上修改任何案例信息；如确需修改请联系 ECI 组委会赛事助理。

## 九、案例提报流程

### 1、下载参赛材料

登录 ECI AWARDS（艾奇奖）官网 [www.eciawards.org](http://www.eciawards.org) 下载参赛材料。

准备参赛案例前，请仔细阅读所有参赛材料，您需充分理解各个参赛类别的定义。

### 2、参赛账号注册

通过 ECI AWARDS 官网首页入口或点此链接进入线上参赛系统：

<http://www.eciawards.org/index.php/Home/Login/index.html>

（往年 ECI AWARDS 艾奇奖参赛单位可凭原有账号、密码请直接登录，2023 年新参赛单位请先点击“去注册”，并按照相关提示操作即可。）

### 3、报名缴费

#### ① 付款节点与费用标准

参与 2023 ECI AWARDS 艾奇奖需先根据所报的案例数量和赛事进程收费标准，进行报名缴费，方可取得参赛资格。

报名费用标准参见本手册《六、赛事进程及费用说明》

#### ② 组委会收款账户信息

账户名称：伊斯艾（上海）传媒科技有限公司

开户行：中国银行上海莲花南路支行

账号：4559 8074 4700



### ③ 支付完成通知

请按照下方付款账户信息汇款，并将汇款凭证发送至 [seven@eci-academy.com](mailto:seven@eci-academy.com)，待组委会审核确认收款后将为您开通相关案例提交通道。

## 4、案例材料填写

注册完成后，您需要在线上填写申报案例的以下内容：（填报截止日期九月二十日）

### ①案例基础信息

您需在案例详情页面输入参赛案例的基础信息。请确保此部分键入的信息与参赛表首页填写的基本信息一致，入围及获奖案例用以公示的案例名称将以您在该页面提交的信息为准。

### ②获奖企业及案例表彰信息

请在上传案例时，按照提示准确填写获奖企业表彰信息，包括【参赛案例】、【参赛单位】、【参赛品牌】的名称。

如果该案例获奖，表彰信息将用于**入围/获奖名单发布、奖杯证书制作、案例集编撰以及 ECI INDEX 创新力排名榜单、年度创新机构榜单**等发布。填写信息前，请与所在公司公关部门、客户公司及其他贡献公司协作，以确保在该页面输入的品牌、贡献公司信息均正确，参赛单位对所填信息的准确性负责。请注意：当年赛事结束之后，不得修改表彰信息。若确须提出修改申请，组委会将根据具体情况酌情给予修改机会以及收取相应手续费用。

### ③案例中英文概述

若贵司案例最终获奖或入围，我们将会在后端的全球推广与展示宣传中用到案例概述。所以请您认真撰写，确保语句通顺、连贯，无错别字。案例介绍材料（包括参赛表、PPT 或视频形式）需就产品/项目的背景目标、方案与执行、创新亮点、价值转化等四个维度的进行客观、准确地总结与呈现。

### ④出版规定及许可



所有 ECI AWARDS2023 年度国际艾奇奖入围或获奖案例都会以各种形式, 通过各种渠道得到宣传。ECI 组委会拥有出版、编辑和展示参赛案例中所包含的图片、文字及视频等材料的权利。如有不便对外公开的数据或内容, 请在提交前删除相关内容。请确保您所提交的案例为原创, 或您有权提交此案例。

## 5、参赛材料

### ① 提交及格式要求说明

须严格按下表要求准备参赛材料, 并以电子文档形式在线提交。在最终点击【确认提交】之前您可以自行替换所上传的材料, 【确认提交】后报名系统关闭前如有极特殊情况确须修改的须联系组委会沟通并书面提交申请后方可调整。

ECI AWARDS 2023年度参赛材料提交及格式要求			
序号	参赛材料	提交要求	格式要求
1	参赛表	必填项	1、需要PDF和DOC格式的参赛表各1份 2、请使用 <u>黑体</u> 、 <u>10号</u> 字填写, 重点可用 <u>下划线</u> 、 <u>加粗</u> 、 <u>红色</u> 字体颜色来标识; 3、如遇不能回答的问题, 请在该问题正文处注明原因, 不得删除或者略过该问题; 4、参赛表总页数不得超过10页, 可插入不超过5张图片, 文件大小不可超过3M。
2	案例主KV图	必填项	1、该图片可以是体现案例价值或案例形象的一张图 (后附参考示例图); 2、JPG格式, 分辨率300dpi, 大小2M以内。
3	公司LOGO	必填项	1、请提供参赛公司、参赛品牌/客户公司(如有)的logo, 如涉及其他第三方贡献公司也请提供; 2、LOGO务必提供ai或者psd格式的文件。
4	案例总结-视频	案例总结 视频或PPT 至少须二选一	1、仅限上传1个视频, 3分钟以内, 大小不超过50M, MP4格式; 2、视频中不得涉及您无权使用的内容; 3、总结视频应是对“案例背景与目标、解决方案、价值转化、创新综述”的视频化展现或陈述, 有助于评委快速理解案例情况与价值。
5	案例总结-PPT	案例总结 视频或PPT 至少须二选一	1、仅限上传1份PPT, 不超过30页; 2、文件大小不超过20M。

### ② 文件命名要求

- 所有文件(包括但不限于: 参赛表、案例简介视频、案例简介 PPT、案例简介一张图、参赛机构 LOGO、参赛品牌 LOGO 等)上传时, 请使用系统自动生成的“案例编号”作为文件命名前缀, 标准文件名称示例: S-ES-1302-参赛表、S-ES-1302-案例简介视频、S-ES-1302-参赛机构 LOGO。
- “案例编号”在填写完案例基础信息后, 在“我的参赛案例>案例编号”处可见, 建议直接复制后完成命名设置。

## 十、联系我们

1、官方网站: [www.eciawards.org](http://www.eciawards.org)

2、官方微信: ECITIMES 创新时代 (订阅号)      ECIAwards 艾奇奖 (服务号)

3、参赛咨询

**ECI 小 7 同学 Seven**

Mobile: 182 0219 7977 (同微信号)

Email: [seven@eci-academy.com](mailto:seven@eci-academy.com)

4、评委报名

**冯老师 Faye**

Mobile: 130 6264 6939 (同微信号)

Email: [faye@eci-academy.com](mailto:faye@eci-academy.com)

## 附件 1:

## ECI AWARDS 2023 年度【案例奖】参赛类别说明

## 一、【A-营销创新】类别说明

**一级类别说明：**ECI AWARDS 营销创新类别主要表彰在 2B、2C 与 2G 等市场营销活动中运用数字化技术、数字化渠道、数字化传播资源等开展具有创新性的解决方案及创意作品。营销创新类别按“行业”及“方式”两大类进行细分，旨在评选出各垂直领域，为行业、企业、机构或品牌的创新发展有改善、促进、推动或突破性贡献优秀案例或作品。

A-营销创新类			
A1-营销创新-行业类		A2-营销创新-方式类	
A101	农林牧渔	A119	调查、研究与咨询
A102	食品	A120	资源与渠道
A103	饮品	A121	整合营销
A104	乳品	A122	创意&设计
A105	服饰	A123	制作
A106	生活服务	A124	公关
A107	日化用品	*	元宇宙营销
A108	大交通	*	MarTech营销技术
A109	大健康	*	AI应用-营销级
A110	教育培训	*号类别说明详见各专项奖	
A111	3C数码		
A112	家居办公		
A113	文体娱乐		
A114	旅游		
A115	金融		
A116	宠物		
A117	机构组织		
A118	平台		

## （一）【A1-营销创新-行业类】

**二级类别说明：**旨在发现不同行业中通过营销以推动行业、企业、机构或品牌发展的创新案例或作品，包括但不限于：农林牧渔、食品、服饰、生活服务、日化用品、大交通、大健康、教育培训、3C 数码、家居办公、文体娱乐、旅游、金融、宠物、机构组织等行业。

### A101 农林牧渔

包括但不限于：服饰、箱包、鞋帽、配饰、其它服

包括但不限于：农业、林业、牧业、渔业、其它农  
林牧渔相关

饰相关

### A102 食品

包括但不限于：方便食品、功能性食品、糖巧、膨  
化食品、烘焙糕点、滋补品、植物基食品、休闲零  
食、肉制品、速冻食品、代餐、生鲜、烟酒茶、预  
制食品、其它食品相关

### A106 生活服务

包括打不限于：房地产及居住、餐饮、丽人、家政、  
住宿、摄影摄像、养生、其它生活服务相关

### A103 饮品

包括但不限于：酒与酒精饮料、功能饮料、咖啡、  
茶和植物饮料、碳酸饮料、植物基饮品、固体饮料、  
果蔬汁和果味饮料、包装饮用水、冷冻饮品

### A107 日化用品

包括但不限于：洗涤剂、化妆品、护肤用品、清洁用  
品、其它日化用品

### A104 乳品

包括但不限于：酸奶和乳酸菌饮料、乳饮品、乳粉  
及其他乳制品、休闲零食

### A108 大交通

包括但不限于：汽车品牌、汽车后市场、出行服务、  
配送/速递/物流、其它大交通相关

### A105 服饰

### A109 大健康

包括但不限于：医疗服务、医药保健产品、营养保  
健产品、健康、医疗保健器械、休闲保健服务、健  
康咨询管理、其它大健康相关

**A110 教育培训**

包括但不限于：K12 少儿教育、职业教育、学历教育、非学历教育、在线教育、其它教育培训相关

**A111 3C 数码**

包括但不限于：计算机、通讯、消费电子产品、其它 3C 数码相关

**A112 家居、家电、办公**

包括但不限于：家装、家具、家电、办公设备、办公用品、办公服务、其它相关

**A113 文体娱乐**

包括但不限于：影视、音乐、图书、动漫、艺术、演出、展览、体育赛事、电竞、其它文体娱乐相关

**A114 旅游**

包括但不限于：目的地、旅游服务、旅游平台、其它旅游相关

**A115 金融**

包括但不限于：银行、保险、证券、信托、租赁、其它金融相关

**A116 宠物**

包括但不限于：宠物交易、宠物食品用品、宠物医疗、宠物服务、其它宠物相关

**A117 机构组织**

包括但不限于：行政机构、NGO 与 NPO、其他机构

**A118 平台**

包括但不限于：网络销售类平台（综合商品交易类、垂直商品交易类、商超团购类）、生活服务类平台（出行服务类、旅游服务类、配送服务类、家政服务类、房屋经纪类）、社交娱乐类平台（即时通讯、游戏休闲类、视听服务类、直播视频类、短视频类、文学类）、信息资讯类平台（新闻门户类、搜索引擎类、用户内容生成（UGC）类、视听资讯类、新闻机构类）、金融服务类平台（综合金融服务类、支付结算类、消费金融类、金融资讯类、证券投资类）、计算应用类平台（智能终端类、操作系统类、手机软件（APP）应用商店类、信息管理类、云计算类、网络服务类、工业互联网类。

## （二）【A2-营销创新-方式类】

**二级类别说明：**旨在发现通过不同方式的营销创新活动，以促进行业、企业、机构或品牌发展的案例或作品，主要包括：调查与研究、资源与渠道、整合营销、创意&设计、制作、公关等营销方式。

### A119 调查、研究与咨询

包括但不限于：行业分析/行业研究、消费者研究、品牌研究、广告与媒介研究、零售研究（含电商研究、产品研究等）、管理咨询/战略咨询、政策研究、其它咨询/调研

### A120 资源与渠道

包括但不限于：电视、平面、广播、户外、数字户外媒体、社交营销（社区、社群）、搜索营销、OTT 大屏营销、视频直播、移动营销、终端智能设备整合营销、融媒体创新、数字媒体整合、全媒体整合、实体渠道与线下促销、电商渠道与直播、明星/KOL 营销/达人营销、VR/AR 营销、社群、其它

### A121 整合营销

包括但不限于：专项营销、年度营销、事件营销、跨界营销、场景营销、体验营销、内容营销、种草营销、细分人群营销、新品上

市、增长破局、区域营销、出海营销、全球化营销

### A122 创意&设计

包括但不限于：展示广告、界面设计、视频创意、H5 创意、大数据创意、程序化创意、交互创意、数字创意整合、产品设计、工业设计、交互体验设计、包装设计、商业展陈、品牌设计、其它创意&设计

### A123 制作

包括但不限于：音频制作、影视制作、平面制作、互动制作、印刷制作、摄影服务、特殊制作

### A124 公关

包括但不限于：社会化媒体传播、KOL& 明星项目、活动策划及管理、公关整合传播、危机应对



## 二、【B-产品创新类】

**一级类别说明：**【产品&服务创新类别】的表彰旨在发现：通过科学技术以及工业设计（包括但不限于外观、材料、形态、应用、功能、使用等）实现创新的【硬科技及智能硬件产品】；通过运用先进的技术、超前的 UI 设计、友好的交互方式、提高用户体验实现的【数字软件产品&服务】；通过包括但不限于材料、技术、模式、文化、场景、体验等方面的创新实现的【消费品类产品&服务】。

B-产品创新类					
B1-硬科技及智能硬件产品类		B2-数字软件产品&服务类		B3-消费品类产品&服务	
B101	生物医药	B107	个人应用软件	B111	食品
B102	人工智能	B108	企业服务软件	B112	饮料
B103	脑机接口	B109	平台服务软件	B113	护肤彩妆
B104	肌电技术	B110	工业软件	B114	家用日化快消
B105	IVD体外诊断			B115	衣着
B106	其他			B116	家庭设备用品及维修服务
				B117	医疗保健
				B118	交通通信
				B119	文娱教育及服务
				B120	居住

### B1-硬科技及智能硬件产品类

各类动物血清、生物试剂、微生物培养基、食品安全快

### 二级类别说明：该类别旨在表彰企业将硬科技融入智能

速检测仪、细胞培养系列耗材

硬件，实现更多创新功能，产生新的需求以及形成新的

硬件品类，以促进和推动原创高科技的商业化。

### B102 人工智能

用于支持人工智能技术实现的物理设备，包括但不限于

CPU、GPU、TPU、FPGA、ASIC、机器翻译，问答系

统，智能客服，智能输入，语音识别

### B101 生物医药

综合利用微生物学、化学、生物化学、生物技术、药学

等科学的原理和方法制造的一类用于预防、治疗和诊断

的制品。

### B103 脑机接口

指在人或动物大脑与外部设备之间创建的直接连接，实

包括但不限于 Elisa 试剂盒、细胞/细胞株、科研抗体、

现脑与信息设备的信息交换，包括但不限于脑波头戴式耳机、



脑控家居、脑机交互手环、智能假肢、脑机交互肌肉训练设备、脑机交互虚拟现实眼镜

#### B104 肌电技术

应用电子学仪器记录肌肉静止或收缩时的电活动，及用电刺激检查神经、肌肉兴奋及传导功能的方法。通过肌电来确定周围神经、神经元、神经肌肉接头及肌肉本身的功能状态，包括但不限于无限表面肌电、肌电手环、肌电图机仪、双通道肌电设备

#### B105 IVD 体外诊断

指在人体之外，通过对人体样本(血液、体液、组织等)进行检测而获取临床诊断信息，进而判断疾病或机体功能的产品和服务，包括但不限于生化分析仪、化学发光仪、酶标分析仪、PCR 仪、医用成核母粒、免疫诊断

#### B106 其他

包括但不限于量子通信及加密、云计算、大数据等

#### B2-数字软件产品&服务类

**二级类别说明：**旨在表彰将 AI、大数据、云计算等各种高新技术应用于软件产品的商业行为，以推动技术实现商业价值，并进一步促进原创技术的发展。

#### B107 个人应用软件

指满足个人需求或目标的软件，包括但不限于文字处理器、电子邮件客户端、媒体播放器、图像编辑器、个人财务软件、个人日历和提醒软件、游戏、其他

#### B108 企业服务软件

指的是支持企业、事业单位或者政府等机构各项业务运作的软件系统，包括但不限于客户关系管理软件、人力资源管理软件、供应链管理软件、财务和会计软件、生产计划和控制软件、项目管理软件、商务分析软件

#### B109 平台服务软件

指将一个完整的软件研发和部署平台,包括应用设计、应用开发、应用测试和应用托管,都作为一种服务提供给客户，包括但不限于云计算平台、移动应用平台、社交媒体平台、营销自动化平台、电子商务平台、大数据平台

**B110 工业软件**

指在工业领域里应用的软件，包括但不限于计算机辅助设计和制造软件、工业自动化和控制软件、供应链管理软件、质量控制和检测软件、模拟和仿真软件、能源管理和优化软件

**B3-消费品类产品&服务**

**二级类别说明：旨在表彰将 AI、大数据、云计算等各种高新技术应用于消费者服务型产品的商业行为，以推动技术实现商业价值，并进一步促进原创技术的发展。**

**B111 食品**

包括但不限于：方便食品、功能性食品、糖巧、膨化食品、烘培糕点、滋补品、植物基食品、休闲零食、肉制品、速冻食品、代餐、生鲜、烟酒茶、预制食品、其它食品相关

**B112 饮料**

包括但不限于：酒与酒精饮料、功能饮料、咖啡、茶和植物饮料、碳酸饮料、植物基饮品、固体饮料、果蔬汁和果味饮料、包装饮用水、冷冻饮品

**B113 护肤彩妆**

包括美妆个护类产品及相关服务，产品如身体乳液、底妆、眼影、睫毛膏、美瞳、睫毛夹、美容仪器、口腔护理等（不含口服美容品及补充剂），相关服务如沙龙、皮肤护理

**B114 家用日化快消**

包括但不限于：家装、家具、家电、办公设备、办公用品、办公服务、洗涤剂、化妆品、护肤用品、清洁用品、其它日化用品

**B115 衣着**

包括但不限于：服饰、箱包、鞋帽、配饰、其它服饰相关

**B116 家庭设备用品及维修服务**

包括但不限于通讯、消费电子产品、数码产品、投影仪、家电

**B117 医疗保障**

合理组织财政资源，满足与经济发展水平相适应的医疗

资金需求，包括但不限于城市医疗救助制度、农村医疗救助制度、新型农村合作医疗、城乡医疗救助

### **B118 交通信息**

指在交通运输领域内流通着可利用的信息，包括但不限于机场、车站客流疏导系、城市交通智能调度、高速公路智能调度、运营车辆调度管理、机动车自动控制

### **B119 文娱教育及服务**

包括但不限于文娱用耐用消费品及服务、教育、文化娱乐类、旅游

### **B120 居住**

包括但不限于住房、酒店、租赁

### 三、【模式创新】类别说明

模式创新类别表彰在企业经营过程中，通过商业模式创新、服务模式创新、管理模式创新，已经产生或者预计可产生商业价值的模式。

C-模式创新类					
C1-商业模式类		C2-服务模式类		C3-管理模式类	
C101	商业模式消费级	C103	服务模式消费级	C105	管理模式消费级
C102	商业模式企业与机构级	C104	服务模式企业与机构级	C106	管理模式企业与机构级

#### C1 商业模式类

指包括但不限于企业与企业之间、企业的部门之间、乃至与顾客之间、与渠道之间都存在各种各样的交易关系和连结方式的创新。

包括但不限于商业模式消费级、商业模式企业与机构级

#### C2 服务模式类

在服务过程中采取的不同模式，包括但不限于体验式服

务、专人服务、自助式服务.....

包括但不限于服务模式消费级、服务模式企业与机构级

#### C3 管理模式类

在管理理念指导下建构起来，由管理方法、管理模型、管理制度、管理工具、管理程序组成的管理行为体系结构。

包括但不限于管理模式消费级、管理模式企业与机构级

#### 四、【MarTech 营销技术创新】类别说明

ECI@MarTech 营销技术创新奖表彰的是 MarTech 行业链条上不同职能角色们，包含 MarTech 的技术提供方、企业的甲方/MarTech 使用方、Agency/服务方等，提供的策略解决方案/技术解决方案/技术/产品/行业研究/行业洞察等创新成果。

包含 MarTech 行业链条上的行业咨询、行业研究、工具提供商，如：CDP 提供商、中台/平台提供商、营销自动化、销售自动化、私域运营、会员忠诚度管理、内容生态、广告技术、数字化运营、AI 技术、数据技术、整体解决方案提供商、行业投资方、品牌客户、服务商等领域。

D-MarTech营销技术创新类					
D1-广告科技创新类		D2-私域与触点创新类			
D101	传统广告智能化	D107	流量管理与增长	D114	社交媒体/KOL营销
D102	搜索营销	D108	私域运营，个性化	D115	社交粉丝裂变营销
D103	程序化广告产品/技术 DSP、SSP、TD、Adx	D109	会员关系管理、 会员与忠诚度管理		
D104	程序化户外 DOOH	D110	营销自动化技术		
D105	RTA营销	D111	App应用/小程序 /网站/公关渠道		
D106	动态创意、 创意智能化管理/分发	D112	短信、邮件、Html5、视像会议		
		D113	智能客服、 语音机器人		
D4-交易与销售创新类		D5-数据智能与安全创新类		D6-内容与体验创新类	
D116	线下渠道/零售门店 智能营销技术	D120	监测方法与技术	D127	内容资产管理与分发 (DAM)
D117	商业终端交易	D121	A/B测试、 智能算法推荐	D128	AI创意/自动化创意
D118	电子商务	D122	数据科学	D129	VR、AR、元宇宙
D119	直播电商	D123	数据中台	D130	人脸识别、AI机器人等
		D124	数字营销服务		
		D125	智能应用		
		D126	个人隐私保护、 数据安全合规技术与实践		

## D1 广告科技创新类

企业通过公域渠道进行数字化、智能化广告投放（包括但不限于移动广告、展示广告、搜索/社交广告、媒体投放平台、程序化广告等品牌类和效果类投放），宣传其形象或推销其产品。申报方可通过展示产品技术或解决方案来突出案例的独特之处。

包括但不限于传统广告智能化、搜索营销（SEM、SEO）、"程序化广告产品/技术（开机/插屏、banner、音/视频、原生信息流、互动广告格式等 AdTech）、DSP、SSP、TD、Adx"、程序化户外 DOOH、RTA 营销、动态创意、创意智能化管理/分发

## D2 私域与触点创新类

企业通过各种私域渠道（如企业微信号，公众号，社群、小程序、微商城、APP、视频号等）的技术应用或解决方案从而提升品牌与消费者之间的粘性，沉淀会员或提升复购。以及通过营销技术或解决方案，更高效管理自有媒体、社交媒体和线上线下销售渠道等消费者触点。

包括但不限于流量管理与增长、私域运营，个性化（SCRM/CRM、智能客服）、会员关系管理，会员与忠诚度管理、营销自动化技术、App 应用/小程序/网站/公关渠道、短信、邮件、Html5、视像会议、智能客服、

语音机器人、社交媒体/KOL 营销、社交粉丝裂变营销

## D3 交易与销售创新类

品牌方通过创新的营销技术或解决方案增强与消费者的互动，提升客户体验、营销服务的效率，为个性化的精准营销提供支撑。

包括但不限于线下渠道/零售门店智能营销技术、商业终端交易、电子商务、直播电商

## D4 数据智能与安全创新类

企业通过 DMP、CDP 和数据中台等营销技术的应用，以及围绕数据合规、供应商评估、数字营销媒体计划/购买、数字营销咨询、数字营销运营等方案与服务，为企业带来效能和效益提升，及基于数据的行为分析、效果监测与分析、受众分析、数据可视化和预测性分析等。

包括但不限于监测方法与技术（广告测量、网站分析、效果评估/归因等）、A/B 测试，与智能算法推荐、数据科学（标签体系、数据丰富/增强、人群画像、机器学习模型、知识图谱等）、数据中台（数据湖/仓、CDP、DMP 等）、数字营销服务（线索管理、业务代理、策略咨询、运营/代运营等）、智能应用（数据可视化、BI 分析/看板等）、个人隐私保护、数据安全合规技术

与实践

精准营销提供支撑。

## D5 内容与体验创新类

包括但不限于内容资产管理与分发 (DAM)、AI 创意/

自动化创意、VR、AR、元宇宙、人脸识别、AI 机器人

品牌方通过创新的营销技术或解决方案增强与消费者

等

的互动，提升客户体验、营销服务的效率，为个性化的



## 五、【AI 应用创新】类别说明

AI 创新类指通过对 AI 技术的创新运用，使得产品体验、营销方式，或商业模式、管理模式、服务模式得到了极大的提升，并已经产生商业价值，或者即将产生商业价值。

E-AI应用创新类					
E1-企业级		E2-企业内部环节		E3-个人用户	
E101	医疗健康	E113	研发	E119	医疗健康
E102	零售	E114	生产	E120	零售
E103	制造与能源	E115	供应链	E121	制造与能源
E104	信息技术与媒体	E116	营销	E122	信息技术与媒体
E105	金融服务	E117	服务	E123	金融服务
E106	基础设施与运输	E118	管理	E124	基础设施与运输
E107	专业服务			E125	专业服务
E108	安防			E126	安防
E109	教育			E127	教育
E110	智慧城市			E128	智慧城市
E111	农业			E129	农业
E112	智能驾驶			E130	智能驾驶

### E1 行业&企业级

个性化治疗、医疗机器人和助手、健康管理和监测

**二级类别说明：**指在各个行业中广泛应用人工智能技术

和算法来解决业务需求和挑战的现象。这些应用程序包括机器学习、自然语言处理、图像识别、数据分析和预测分析等技术，旨在改善业务流程、提高效率、优化决策和提供更好的产品或服务。

### E102 零售

通过 AI 应用程序帮助零售商了解消费者，优化商品和服务，提高销售额和利润，包括但不限于智能推荐、价格优化、库存管理、营销增强、智能客服和聊天机器人

### E101 医疗健康

指各种使用人工智能技术和算法来改善医疗健康领域的解决方案和工具，包括但不限于：医学图像计算机辅助诊断（X 射线、CT 和 MRI 扫描图像）、药物研发、

### E103 制造与能源

帮助制造商和能源公司提高成产效率、降低成本、提高产品质量，并促进能源使用效率和环保，包括但不限于品质管控、预测性维护、生产优化、工业机器人、智能

油田和输电系统、变电站维护、新能源预测

#### **E104 信息技术与媒体**

指在信息技术和媒体中的企业提高更加定制化的服务和更好的用户体验，同时帮助企业更快、更智能处理海量的数据并提供更精准的业务决策，包括但不限于自然语言处理、声音和图像识别、推荐系统、搜索引擎优化和搜索广告、智能客服机器人

#### **E105 金融服务**

帮助金融机构更好的了解客户需求和风险管理，提高服务质量和效率，包括但不限于风险管理、投资管理、信用评估与授信决策、银行客户服务与联络、欺诈检测

#### **E106 基础设施与运输**

有助于提高交通运输效率、提高基础设施设备利用率、更快的诊断和修复设备、增强运输安全性并优化能源消耗，包括但不限于智能交通管理、物流和运输、智能建筑、大型基础设施运营和维护、航空铁路海洋运输

#### **E107 专业服务**

指在金融、法律、商业、咨询等方面的专业服务，包括

但不限于自动化定制与产品推荐、自动化客户服务、法律智能化、财务规划、投资咨询、咨询与商业战略

#### **E108 安防**

利用 AI 技术来检测和防止威胁，提高安全性和保护隐私，包括但不限于视频监控、家庭安全、健康监护、网络安全、智能门禁

#### **E109 教育**

指通过 AI 改善用户学习体验、提高教学效率和教学质量，包括但不限于智能教育平台、科技拓展教育、自动化评估和安排、个性化辅导和反馈、语音和图像识别

#### **E110 智慧城市**

指通过 AI 应用城市可变得更加智能和可持续，并能够提供给更优质的公共服务，包括但不限于城市交通、能源管理、垃圾管理、治安和安全管理、公共服务

#### **E111 农业**

帮助提高农业经济效益和生产率，减少浪费、减少对农业资源的需求，包括但不限于智能农业机器人、农业物联网、精准农业、农业知识传播、农产品检测

## E112 智能驾驶

可以提高驾乘人员的安全性、行车效率和舒适的，并减少道路拥堵和环保污染，包括但不限于自动驾驶、智能导航、智能安全检测、驾驶行为分析、智能停车智能交通管理

## E2 企业内部环节

**二级类别说明：企业内部环节是指在企业内部涉及到 AI 技术的研发、部署和运营等方面的一系列活动。这些活动通常发生在企业内部团队或部门，以实现 AI 技术在企业内部的应用和价值提升**

### E113 研发

企业内部环节研发指的是企业内部团队针对自身业务需求和场景，设计、开发和优化人工智能技术的过程。包括但不限于需求分析、技术选型、模型设计、数据处理、模型训练、模型验证、模型处理、模型维护与优化

### E114 生产

指在企业内部涉及到 AI 技术的生产和实施等方面的一系列活动。这些活动通常在企业内部团队或部门中进行，

以实现 AI 技术在企业内部的应用和价值提升。包括但不限于产品规划、项目管理、技术研发、生产工艺优化、生产监控与管理、质量管理、客户服务与支持

### E115 供应链

指在企业内部涉及到 AI 技术的供应链管理和优化等方面的一系列活动。包括但不限于需求预测、采购与供应商管理、生产计划与调度、物流与运输管理、库存管理、质量控制与追溯、客户服务与支持

### E116 营销

指在企业内部涉及到 AI 技术的市场营销和客户关系管理等方面的一系列活动。包括但不限于市场分析、目标客户画像、市场营销策略、销售与客服支持、客户关系管理（CRM）、广告与内容营销、数据挖掘与分析

### E117 服务

指在企业内部涉及到 AI 技术的客户服务、支持、运维等方面的一系列活动。包括但不限于客户服务、支持与解答、故障排查与诊断、系统运维与监控、客户满意度调查、员工培训与支持、预测性维护

**E118 管理**

指在企业内部涉及到 AI 技术的组织、人员、流程、政策等方面的一系列活动。包括但不限于组织结构调整、人力资源管理、流程优化、决策支持、风险管理、合规管理、数据安全与隐私保护

**E3 个人用户****E119 医疗健康**

指各种使用人工智能技术和算法来改善医疗健康领域的解决方案和工具，包括但不限于：医学图像计算机辅助诊断（X 射线、CT 和 MRI 扫描图像）、药物研发、个性化治疗、医疗机器人和助手、健康管理和监测

**E120 零售**

通过 AI 应用程序帮助零售商了解消费者，优化商品和服务，提高销售额和利润，包括但不限于智能推荐、价格优化、库存管理、营销增强、智能客服和聊天机器人

**E121 制造与能源**

帮助制造商和能源公司提高生产效率、降低成本、提高产品质量，并促进能源使用效率和环保，包括但不限于品质管控、预测性维护、生产优化、工业机器人、智能

油田和输电系统、变电站维护、新能源预测

**E122 信息技术与媒体**

指在信息技术和媒体中的企业提高更加定制化的服务和更好的用户体验，同时帮助企业更快、更智能处理海量的数据并提供更精准的业务决策，包括但不限于自然语言处理、声音和图像识别、推荐系统、搜索引擎优化和搜索广告、智能客服机器人

**E123 金融服务**

帮助金融机构更好的了解客户需求和风险管理，提高服务质量和效率，包括但不限于风险管理、投资管理、信用评估与授信决策、银行客户服务与联络、欺诈检测

**E124 基础设施与运输**

有助于提高交通运输效率、提高基础设施设备利用率、更快的诊断和修复设备、增强运输安全性并优化能源消耗，包括但不限于智能交通管理、物流和运输、智能建筑、大型基础设施运营和维护、航空铁路海洋运输

**E125 专业服务**

指在金融、法律、商业、咨询等方面的专业服务，包括

但不限于自动化定制与产品推荐、自动化客户服务、法律智能化、财务规划、投资咨询、咨询与商业战略

### E126 安防

利用 AI 技术来检测和防止威胁，提高安全性和保护隐私，包括但不限于视频监控、家庭安全、健康监护、网络安全、智能门禁

### E127 教育

指通过 AI 改善用户学习体验、提高教学效率和教学质量，包括但不限于智能教育平台、科技拓展教育、自动化评估和安排、个性化辅导和反馈、语音和图像识别

### E128 智慧城市

指通过 AI 应用城市可变得更加智能和可持续，并能够提供给更优质的公共服务，包括但不限于城市交通、能源管理、垃圾管理、治安和安全管理、公共服务

### E129 农业

帮助提高农业经济效益和生产率，减少浪费、减少对农业资源的需求，包括但不限于智能农业机器人、农业物联网、精准农业、农业知识传播、农产品检测

### E130 智能驾驶

可以提高驾乘人员的安全性、行车效率和舒适的，并减少道路拥堵和环保污染，包括但不限于自动驾驶、智能导航、智能安全检测、驾驶行为分析、智能停车智能交通管理

## 六、【元宇宙和 AIGC 创新】类别说明

元宇宙和 AIGC 创新类别赛道, 立足于激发创意和提升内容多样性的角度, 展开对于参赛作品的降本增效成果、创意策略模型等的评定。案例将集中包括大模型、生成式 AI、ChatGPT 等数字生态平台的接口应用开发和实操案例等; 通过对于创新技术类别案例的筛选和奖评, 旨在推动包括 VR/AR、智能穿戴、生物识别、数字孪生、工业互联网、区块链、NFT、人工智能、算力等新技术的融合普及应用, 推动元宇宙创新技术落地, 引导和推动元宇宙产业健康发展, 为政府及创新企业方搭建更多赋能场景和履约实践平台。

F-元宇宙和AIGC创新类			
F1-技术 (软硬件)		F2-设计	
F101	XR混合现实	F104	虚拟数字人
F102	可穿戴及便携终端	F105	模型搭建
F103	虚幻引擎底座	F106	NFT铸造
		F107	视效
F3-城市更新数字化		F4可持续发展	
F108	乡村振兴	F111	应用场景
F109	文化旅游	F112	消费与服务
F110	现代商业		

### F1 技术 (软硬件)

针对数字技术在硬件设备接入及软件开发层面所创建的场景解决方案。

#### F101 XR 混合现实

包括但不限于使用 VR、AR、MR、3D 建模渲染和动画、IoT 设备进行产品体验和营销尝试

#### F102 可穿戴及便携终端

包括但不限于使用智慧眼镜及数字化设备或装置完成交互体验、数字资产管理、移动云计算等。通过传感器收集与用户身体、身体动作、位置信息相关的数据, 再通过元宇宙自身的技术对这些数据进行解析, 实现更多样化和可归纳的体验。

#### F103 虚幻引擎底座

包括但不限于漫游场景、模型制作、游戏引擎技术调试



和测试。能够创建和操作虚拟环境、虚拟物品和虚拟人物，可以实现自由的电影级实时渲染，提供流畅、深度交互的体验。

## F2 设计

**二级类别说明：使用创新设计方案推动数字营销的落地执行和效果呈现。**

### F104 虚拟数字人

包括但不限于 Q 版玩家角色、NPC 角色、虚拟助手、数字化的超写实人物。指在虚拟世界中被创建出来的人类形象化虚拟角色，这些数字人具有人的形态、特征和行为，但是在虚拟世界中进行操作使用。

### F105 模型搭建

包括但不限于结构设计、三维制作、数字建模、材料贴图、光线调试。指利用计算机与虚拟现实技术为虚拟世界建立各种不同的物理空间和物体的过程，通过虚拟世界中的各种物理规则，实现复杂的虚拟环境、场景和物体的制作和沉浸式交互体验。

### F106 NFT 铸造

包括但不限于虚拟场景绘制、角色设计、虚拟物品装备设计、虚拟艺术制作、UI/UX 设计。指利用区块链技术为数字资产（如图片、音频、视频等）创建独特的不可替代的数字通证。

### F107 视效

包括但不限于计算机生成动态影像、光影、颜色、粒子效果等。指通过各种技术手段为虚拟现实场景和角色增加丰富、逼真、独特的视觉体验的过程。

## F3 城市更新数字化

**二级类别说明：基于城市规划数据等完成针对城市公共空间和服务更新等数字化升级方式。**

### F108 乡村振兴

包括但不限于数字村民、虚拟乡村场景建设、农业产业数字化、宣传推广、农村教育与培训。指在元宇宙虚拟空间中，通过数字技术手段和虚拟现实技术，对传统乡村进行振兴和重建的过程。

### F109 文化旅游



包括但不限于虚拟旅游场景建设、虚拟导游服务、虚拟文化体验、数据分析应用。利用元宇宙虚拟现实技术和数字技术，创造虚拟的文化旅游场景，为人们提供在虚拟空间中进行旅游、体验和学习的机会。

#### F110 现代商业

包括但不限于虚拟商城、虚拟商品、虚拟广告、虚拟会议、虚拟娱乐。指基于虚拟现实技术与数字化技术的商业活动，在元宇宙虚拟环境中运行和实现。它利用虚拟世界所提供的特性，满足消费者与商业组织的需求。

#### F4 可持续发展

**二级类别说明：旨在通过数字化与虚拟化手段，促进经**

**济的可持续发展，同时也对环保、社会责任等方面对社会产生积极影响，达致可持续发展的目标。**

#### F111 应用场景

包括但不限于文商农旅教等行业/产业场景。指利用虚拟现实技术和数字技术，创造数实互生的生活生产性体验，为用户提供数字交互机会。

#### F112 消费与服务

包括但不限于虚拟商品、虚拟现实商城、数字消费行动等。指利用虚拟现实技术、数字技术及其它相关技术，为用户提供在线虚拟消费和服务的活动。

## 七、【公益创新】类别说明

公益创新类旨在用于表彰对人类繁荣和平与合作、环境整治与改善有贡献与促进作用的，包括但不限于：广告作品、传播行动或公共活动、演讲、行为艺术、数字技术或应用工具、解决方案等。

G-公益创新类			
G1-人		G2-环境	
G101	消除贫困	G106	清洁饮水
G102	消除饥饿	G107	清洁能源
G103	健康福祉	G108	体面工作
G104	优质教育	G109	工业创新
G105	性别平等	G110	社会平等
		G111	永续社区
		G112	永续供求
		G113	气候行动
		G114	海洋环境
		G115	陆地生态
		G116	机构正义
		G117	全球伙伴

### G1 人

包括但不限于消除饥饿、实现粮食安全、

二级类别说明：旨在用于表彰对人类繁荣和平与合作，

改善营养、食品生产体系完善

包括但不限于：广告作品、传播行动或公共活动、演讲、

行为艺术、数字技术或应用工具、解决方案等。

G103 健康福祉

包括但不限于产妇死亡、传染疾病、药物

G101 消除贫困

滥用、性与生殖的保健

包括但不限于饥饿与营养不良、灾害频发的地质

条件、社会歧视、教育与其他基础服务有限接触

G104 优质教育

包括但不限于可负担和平等安全的教育

G102 消除饥饿

## G105 性别平等

包括但不限于实现两性平等、赋予所有人平等权

利

建设有风险抵御能力的基础设施、促进包容的可持续工业，并推动创新

## G110 社会平等

减少国家内部和国家之间的不平等

## G111 永续社区

建设包容、安全、有风险抵御能力和可持续的城市及人类住区

## G112 永续供求

确保可持续消费和生产模式

## G113 气候行动

采取紧急行动应对气候变化及其影响

## G114 海洋环境

保护和可持续利用海洋及海洋资源以促进可持续发展

## G115 陆地生态

保护、恢复和促进可持续利用陆地生态系统、可持续森林管理、防治荒漠化、制止和扭转土地退化现象、遏制生物多样性的丧失

## G116 机构正义

促进有利于可持续发展的和平和包容社会、为所有人提供诉诸司法的机会，在各层级建立有效、负责和包容的机构

## G2 环境

**二级类别说明：旨在用于表彰对环境整治与改善有贡献**

**与促进作用的，包括但不限于：广告作品、传播行动或公共活动、演讲、行为艺术、数字技术或应用工具、解决方案等。**

## G106 清洁饮水

对大众用水和卫生供应和可持续管理做出的贡献

## G107 清洁能源

提供合理、可靠、可持续和现代化的能源

## G108 体面工作

促进持久、包容、可持续的经济增长，实现充分和生产性就业，确保人人有体面工作

## G109 工业创新

加强执行手段、重振可持续发展全球伙伴关系

G117 全球伙伴

## 八、【未来乡村创新】类别说明

该类别用于表彰在乡村建设与发展实践中具有全球标杆意义的创新案例，包括创意设计、商业模式、服务模式等等，旨在引导和推动面向未来的和美乡村建设与发展。

H-未来乡村创新类					
H1-产业类		H2-设计类		H3-公共服务类	
H101	农产品培育、种植、加工	H109	村庄规划设计	H115	文化创新
H102	农产品品牌、营销	H110	乡村建筑空间与环境艺术设计	H116	乡村治理
H103	乡村电商	H111	乡村公共设施设计	H117	智慧类
H104	IP类活动	H112	乡村领域产品及包装设计	H118	交通
H105	乡村旅游	H113	新食品与饮料产品设计	H119	邻里
H106	乡村酒店、民宿与度假村	H114	非遗文创	H120	大健康
H107	智慧农业与现代化			H121	双碳
H108	涉农资源整合共享			H122	乡村数字基础设施建设
				H123	乡村数字普惠服务

### H1 产业类

表彰通过数字经济或文化创意实现一二三产业融合发展的创新型业态或商业模式。这些业态商业模式能够：

1、实现商业经营上的成功，获得更好的收益和利润；2、促进当地农民的参与，并提高他们的收入；3、促进乡村闲置资源的有效利用。

包括但不限于：农产品培育、种植、加工，农产品品牌、营销，乡村电商，IP类活动，乡村旅游，乡村酒店、民宿与度假村，智慧农业与现代化，涉农资源整合共享。

### H2 设计类

表彰乡村建设中的创新型建筑设计案例。这些设计能够：

1、更好地满足居民现代生活方式所需要的功能；2、更多地体现在地文化、生态、环境的融合；3、更好地体现经济适用、资源节约、低碳环保。

包括但不限于：村庄规划设计、乡村建筑空间与环境艺术设计、乡村公共设施设计、乡村领域产品及包装设计、新食品与饮料产品设计、非遗文创。

### H3 公共服务类

表彰为村庄居民提供公共服务的创新案例。这些案例能够：1、提供更好、更多的公共服务；2、让村庄居民更容易或更愿意接受公共服务；3、不依赖外部“输血”而实现可持续运行。

包括但不限于：文化创新（文化场馆、文化活动、乡村文化品牌建设等），乡村治理（治理体系变革、公共管理、风俗进化、公共服务短板改进、治理数字化等），智慧类（乡村新基建、智慧农业、产业数字化、农村电

子商务配套设施提升、数字公共服务等），交通（数字化交通服务应用、新能源应用、物流改善等），邻里（互动交流空间、美德传播与促进、生活配套提升、机制完善等），大健康（公共卫生管理、全生命周期健康管理、农村医疗改善、养老服务提升等），双碳（生态环境保护、农业绿色发展、节能减排、生态文化及低碳理念推广等），乡村数字基础设施建设，乡村数字普惠服务

## 九、【数字零售创新】类别说明

数字零售创新奖表彰的是零售消费行业上的不同优秀角色，包含数字零售行业的平台方、品牌方、达人、机构、服务商，提供的策略解决方案/产品/传播/渠道/营销行业研究等创新案例

I-数字零售创新类			
I1-零售平台		I2-零售品牌	
I101	货架式电商平台	I201	品牌事件营销
I102	社交电商平台	I202	社媒传播数据
I103	促销平台	I203	商品销售数据
I104	返利平台	I204	品牌用户资产
I105	内容社区平台	I205	其他
I106	生活服务平台		
I107	其他平台		
I3-零售达人/机构		I4-零售服务商	
I301	话题营销	I401	产业互联网
I302	TVC/Vlog制作传播	I402	智库
I303	私域运营	I403	媒体
I304	创意快闪	I404	数据中台
I305	直播带货	I405	代运营
I306	其他	I406	私域运营
		I407	投放工具
		I408	内容种草
		I409	达人营销
		I410	直播带货
		I411	其他

### I1 零售平台

通过提供经营者入驻平台，结合平台站内广告、内容打

通营销与销售环节，为消费者和商家在短时间内将流量转化为交易行为，或者帮助用户做出消费决策并做好商

品服务。申报方可通过展示平台解决方案来突出数字零售案例（showcase）的独特之处。

包括但不限于货架式电商平台、社交电商平台、促销平台、返利平台、内容社区平台、生活服务平台等。

## 12 零售品牌

是品牌所有者，通过产品创新、传播创新、渠道创新等形式改变/形成消费者对企业的认知，进行心智的占领从而拿到优秀的营销成果，案例需凸出定位、策略、路径、渠道的独特之处。

包括但不限于品牌事件营销、社媒传播数据、商品销售数据、品牌用户资产等。

## 13 零售达人/机构

拥有一定知名度、影响力的平台达人或 mcn 机构，通过各种渠道（如抖音、快手、微信公众号，社群、小程

序、微商城、APP、视频号等）的技术应用和内容解决方案从而提升品牌与消费者之间的互动，推动产生品牌曝光、内容互动、销售转化。

包括但不限于话题营销、TVC/Vlog 制作传播、私域运营、创意快闪、直播带货等内容。

## 14 零售服务商

为消费零售交易达成提供支持，围绕产品开发、品牌定位、用户经营、渠道经营、销售分发等提供服务和解决方案，为企业带来效益提升。通过创新的营销技术或解决方案增强与消费者的互动，提升客户体验、营销服务的效率，为个性化的精准营销提供支撑。

包括但不限于产业互联网、智库、媒体、数据中台、代运营、私域运营、投放工具、内容种草、达人营销、直播带货等。

## 十、【ESG 创新】类别说明

该类别用于表彰在 ESG（环境、社会和公司治理）实践中具有全球标杆意义的创新案例，包括行业创新、主题创新、沟通传播创新等，旨在助力推广 ESG 理念，积极团结各方力量，协力共建可持续发展的和谐社会，引领新时代经济高质量发展。

J-ESG创新类					
J1-行业类		J2-主题类		J3-沟通传播类	
J101	大金融	J201	碳中和	J301	投资者关系沟通
J102	大制造	J202	绿色投资	J302	融媒传播
J103	大消费	J203	社会责任	J303	ESG理念传播
J104	化工	J204	消费者权益保护	J304	意义共创
J105	建筑工程	J205	员工健康与发展	J305	价值故事传播
J106	互联网				
J107	医药生物				
J108	汽车				
J109	电力				
J110	电子				
J111	房地产				
J112	交通物流				
J113	公用事业				
J114	油气				



**【J1-ESG 创新-行业类】**

**二级类别说明：**旨在发现不同行业中通过创新以推动行业、企业、机构或品牌发展的 ESG 实践案例或作品，包括但不限于：大金融、大制造、大消费、化工、建筑、互联网、医药生物、汽车、电力、电子、房地产、交通物流、公用事业、能源等行业。

**J101-大金融：**包括但不限于主动将 ESG 理念融入自身的发展战略，推动转型金融发展，致力于通过绿色金融支持环保、绿色能源、绿色交通等零碳排放产业，建立绿色考核和风险管理机制，积极打造绿色支付场景，在业务、服务对象和应用场景等多方面开展创新实践，发力于绿色债券、绿色基金、绿色保险、碳排放权交易等多元产品。

**J102-大制造：**包括但不限于主动掌握碳数据以便监控生产污染和碳排放量较高的高耗能设备，充分利用 AIoT 技术以降本增效，加强员工 ESG 教育以培育绿色可持续发展理念，加强原料供应商碳盘查以推动上碳，通过技术升级减少碳排放和控制生产过程对环境的负面影响，深入落实绿色转型和数智转型战略，利用数字化平台将从生产到销售、物流、最终到客户的全流程线上化，推动工厂自动化和管理可视化等。

**J103-大消费：**包括但不限于秉承“商业向善”原则，面向消费者群体践行和传播 ESG 理念，将环保理念融入设计、生产和管理流程之中，大力实施绿色产业链战略，深耕环保包装、高质量供应链等领域，致力于打造循环经济，践行员工价值领先目标，追求企业与员工共同成长，积极参与社会公益，履行社会责任，创造社会价值。

**J104-化工：**包括但不限于以绿色科技创新为支撑，大力推进节能降碳，全面提高资源利用效率，将绿色低碳发展理念贯穿于包括产品研发设计、生产制造、三废排放等环节在内的全生命周期，完善从基础原材料到终端产品全链条的绿色产品供给机制，建立健全体系化的管理

规定以指导员工安全生产，注重数字化管理和信息化管理，加强 ESG 数字化方面的投入，围绕产业创新、环境保护、能源效率等方面推进可持续发展目标，积极拓展产业链伙伴合作关系，提供优质公共产品，引领行业高质量发展。

**J105-建筑：**包括但不限于注重绿色技术的灵活与创新应用，积极推动绿色建筑发展，减少建筑对环境和人类健康的伤害，从室外环境保护、室内环境优化、雨水收集回用、太阳能热水系统、空调系统节能、自然光综合利用、绿色智能化管理系统等方面入手，全面提升建筑的能耗表现、室内环境质量以及可持续性，基于智能化、信息化、数字化技术来将常规建造提升为智能建造，通过开发相关产品为客户提供服务，打造绿色性能分析平台和碳计量产品，跟踪能源使用、废物产生、建筑可达性、社区设施和治理等指标以便做出改进和推进 ESG 实践改革，积极参与民生项目工程，助力城乡生态修复工作，开展乡村振兴实践工作。

**J106-互联网：**包括但不限于通过技术创新和商业化路径推动低碳转型，构建全链路绿色物流体系以推进物流减碳和系统转型目标，发挥平台生态的力量，推动社会向数字循环经济转型，通过绿色 AI 技术推动可持续发展，规划布局自身数据中心的绿色转型，主动对外公开披露 ESG 相关信息，推动实现社会公众的有效监督，定期发布个人信息保护社会责任报告，建立互联网平台信息公示制度，增强平台经营透明度，强化信用约束和社会监督，对平台数据安全情况、平台规则和自身承诺的执行



情况、个人信息保护情况、数据开发利用情况等年度审计并披露结果，健全员工健康福利计划，打造让员工感到被尊重、获得支持和启发的工作环境。

**J107-医药生物：**包括但不限于加强产品质量管理，保证原材料质量合规，改进和完善生产质量管理体系和药物警戒体系，实施药品研发、生产、流通全生命周期质量管理与风险管控，为市场提供安全、有效的医药产品，推动产品升级和扩充药品阵容以满足疾病治疗和人民健康的需要，完善药品召回制度，努力降低生产成本以推进医药普惠目标，切实跟进医药反腐工作，整治医药领域腐败问题，杜绝商业贿赂行为，在仓储、物流、配送各个环节践行绿色低碳，打造供应链碳减排示范效应，大力管控“三废”排放问题。

**J108-汽车：**包括但不限于大力推进产业升级，积极拥抱新能源，持续开发绿色创新产品，开展全方位低碳运营，在产业变革和升级的过程中推动 ESG 实践，关注环境管理和应对气候变化，设立用水目标、能源使用目标、减废目标及碳排放目标，布局并深耕新能源产业，提升公司碳排放管控能力和水平，建立碳排放管理体系，推进能源电气化、电气绿色化和智能数字化，发展绿色低碳和高质量发展的价值观，从多角度、多层次激励工程技术人员持续创新，在商业价值和社会责任之间取得平衡。

**J109-电力：**包括但不限于聚焦光伏发电、风电、水电等绿色电力领域，从气候风险、水资源、环境与生物多样性、清洁能源、电力生产保供、毒废弃物和碳排放等多个角度发力推动 ESG 实践，在筛选供应商时充分考虑 ESG 管理因素，将供应商环境影响、安全管理、合法用工、员工健康等因素纳入筛选标准，在企业内部开展制订制度、风险识别、合规审查、风险应对、责任追究、考核评价、合规培训等有组织、有计划的管理活动，探

索建立系统性的行业 ESG 推广应用机制。

**J110-电子：**包括但不限于在生产过程中采取使用可再生能源、执行节能改造等各种措施来降低碳排放，推动绿色设计，采用环保材料和工艺，降低产品的环境影响，通过资源管理、废弃物处理和回收利用等措施推动资源再利用，延长产品生命周期和重复使用材料，打造专业的再利用和转售平台，顺应数字化、网络化、智能化、绿色化的行业发展趋势，赋能行业数字化转型和自主可控发展。

**J111-房地产：**包括但不限于在生产经营过程中践行绿色发展理念，制定清晰的环境管理目标，追求实现高质量发展，服务“双碳”目标，推动低碳转型，将绿色观念融入项目开发全流程，强化社会担当，严格管控产品安全与质量，积极投身社会公益，从绿色建筑、排放物管理、产品责任、社区关系、职业健康安全、反贪腐等维度全面发力，在选址、租赁谈判、设计和运营设施、空间营造和社群培育和负责任的采购等决策阶段中推行 ESG 实践，协力提升房地产的环境和社会影响，助力推动房地产的商品化和社会化属性之间达成新的平衡。

**J112-交通物流：**包括但不限于打造绿色物流应用项目，如采购纯电、LNG 以及氢燃料电池等新能源车辆替换传统燃油车辆，以大数据分析优化车辆投放和线路规划，打造并部署上线碳足迹计算器，持续监控并定期披露温室气体排放量，创设数智碳管理平台，使用循环材料替换一次性材料，强化绿色运输、绿色包装、绿色办公，推进行业塑料污染和过度包装治理，深度应用大数据、云计算、人工智能等数字与智能技术以促进现代物流转型升级，通过 AIoT、自动化、无人化投入来提高网络运营效率，充分发挥信息科技的赋能作用，提高物流运营管理的数字化、自动化、智能化水平。

**J113-公用事业：**包括但不限于打造自上而下的 ESG 管理体系，建立用于监督和管理可持续相关风险及机遇的治理流程、控制措施和程序，加强气候风险的识别与评估，并制定应对措施，持续推进节能减碳降污工作，更新低排放、高效生产设备以提高低碳运营效率，在数据统计分析的基础上明确节能减碳目标，强化能源节约和温室气体减排管理，健全和完善民生项目，积极主动参与重大产业平台和重点基础设施项目建设，充分保障民生资源供给，降低废弃物排放量和合理高效地处理废弃物，降低营运活动对周边社区的影响，重视资源节约循环利用，不断提高企业资源利用效率。

**J114-油气：**包括但不限于推进绿色低碳转型，加强温室气体核算核查和考核，加强碳资产管理，参与碳市场交易，布局碳汇林和碳中和林建设，探索低碳业务发展，推进生态圈建设，从温室气体排放、空气质量、水资源管理、生物多样性影响、当地居民安全和社区关系、员工健康与安全、商业道德和透明度、重大风险事件管理等维度出发，将 ESG 因素纳入项目投资全流程，孵化面向数字化转型及绿色低碳转型的新业务、新服务和新方案，投资可再生太阳能和风能等能源项目，利用碳捕集与封存技术推进净零战略，降低产品碳足迹，开发预测分析等人工智能技术以减少油气活动对环境的危害。

**J115-碳中和：**包括但不限于构建绿色低碳的技术创新和制造产业体系，推进产业链创新合作，在生产运营中采用高效的技术和可持续工艺流程，把握重点市场能源转型机遇，加快绿色生产和绿色供应链建设，积极布局企业碳资产，提高能源资源利用效率和生产力，提升气候治理能力，推进创新资源在全球顺畅流动以加快低碳科技研发创新，强化在新能源、新材料、新工艺、数字化等关键技术领域的国际合作，推动产业、技术、金融、

人才交流平台的共建，拥抱循环经济以优化资源利用和减少垃圾生产。

**J116-绿色投资：**包括但不限于建立完整的绿色投资体系，设立明晰的绿色项目标准与评估方法，将绿色理念纳入到投资全流程，在项目筛选、投资决策、投资管理阶段都积极贯彻绿色发展的要求，做好风险管控，跟踪投后管理，把握再生资源利用、能效提升、终端消费电气化、零碳发电技术、储能、氢能和数字化等绿色产业投资机会，推进金融和投资决策的绿色化，助力提升绿色金融能力。

**J117-社会责任：**包括但不限于尊重和回应利益相关方的利益，履行对员工、消费者、社会公益、环境和资源的经济责任、法律责任、伦理道德责任、慈善责任、管理责任等，积极参与社区福利投资和社会慈善事业，为社区提供就业机会，在生产过程中强调对人的价值的关注，负责任地承担社会公民的角色，努力提供对社会有价值的物品和服务，向股东提供真实、可靠的经营和投资相关信息，注重促进经济可持续发展。

**J118-消费者权益保护：**包括但不限于重视保护消费者的安全权、知情权、选择权、隐私权、公正交易权、求偿权、评论权、受教导权、受尊敬权和监视权，建立健全顶层设计、管理架构、制度机制、专项领域、基础建设的消费者权益保护架构，升级用户服务保障体系，利用数字化建设加强消保工作，健全企业自身的投诉管理机制，设置完善的内部投诉管理长效机制，积极开展投诉溯源管理，有针对性地加强消费者教育，打造消费者教育基地。

**J119-员工健康与发展：**包括但不限于将员工健康管理纳入公司战略管理体系，维护员工生理健康和心理健康，利用网络化信息收集员工健康信息，建立员工电子健康

信息档案，对员工健康状态进行评估，从社会、生理、心理等各个角度系统性关注员工健康状态，从而降低医疗成本支出，提高整体生产效率，常设健康管理师和心理咨询师等专业人员，通过讲座、心理咨询等方式对员工进行心理指导，建立健全员工培训和学习体系以提升其专业知识和技能，帮助员工进行职业规划，明确职业发展目标并提供相应支持和资源，对员工的绩效进行评估和管理，完善薪酬制度、晋升机制、奖励制度等激励措施，重视培养和发展员工的领导力，建立完善的员工反馈机制，营造良好的工作环境和文化。

**J120-投资者关系沟通：**包括但不限于通过业绩说明会和发布会、路演、反向路演，投资者和分析师来访、有关机构举办的投资者集体接待日活动、证券公司和证券媒体等机构举办的年会/策略会/论坛等会议、投资者关系热线电话、电子邮箱、公司网站、微信公众号、媒体采访、微信群、短信等方式，与公众、投资者、分析师、媒体进行充分沟通，积极响应投资者的沟通要求，树立良好的公众形象，壮大公司的投资者队伍，站在投资者的立场上进行及时的、公平的、高透明度的信息披露，确保信息准确完整、清晰易懂。

**J121-融媒传播：**包括但不限于响应 ESG 发展号召，通过各种平台与渠道建立全盘的 ESG 传播机制，积极寻求权威机构、权威媒体的认可，定期发布 ESG 报告，充分利用官网、微信公众号、微博、抖音等社交媒体或数字平台进行传播，清晰阐述企业价值和历史业绩，突出企业对当地经济、员工和社会带来的好处，用差异化内容体现企业如何为当地发展做出贡献，树立正确的论调并提升曝光度，开展国际传播活动以夯实品牌认知基础。

**J122-ESG 理念传播：**包括但不限于利用各种平台和渠道

积极传播 ESG 理念，找到与大众沟通的共鸣点和参与点，提升公众和普通投资者对 ESG 的认知，通过自制内容和携手其他企业、权威媒体、权威机构开展活动的方式，全方位呈现 ESG 内容，聚合品牌和多圈层的垂类生态，结合不同特定圈层和 IP，通过持续不断的积累来形成影响力，号召公众参与传播，形成更大、更广泛的传播力量，与大众建立更深层的价值观认同。

**J123-意义共创：**包括但不限于从意义生产与消费的均衡性评估 ESG 的传播效果，以服务于公众需求为 ESG 实践起点，着力建设公众对企业的认同，关注公众需求，提供有益的信息，通过与公众的合作与对话来塑造和共同创造 ESG 的意义，积极将 ESG 理念与中国传统文化和精神相结合，讲好中国故事，体现中国特色，致力于提升中国 ESG 故事的传播主体在国际 ESG 领域的话语权。

**J124-价值故事传播：**包括但不限于挖掘企业实施 ESG 战略的故事，找到公众的易感点，用消费者听得懂的语言进行讲述，处理好 ESG 传播的感性诉求和理性诉求之间的平衡，将复杂的、专业的评价体系与企业优势相结合，面向公众讲好企业价值故事，传播企业管理层和员工的共同参与落地 ESG 战略的故事，将企业的使命、愿景、价值观、企业精神等企业文化元素融入到故事中，与其他企业、非政府组织、学术机构等进行合作，挖掘层次更高、更有深度的 ESG 故事。

## 十一、补充说明

1. 在充分尊重参赛单位选择的前提下，如组委会认为案例类别投报不妥，我们将与参赛负责人取得联系，沟通更改参赛类别。
2. 为了让更多优秀的参赛案例得到应有的肯定与表彰，ECI 组委会将保留细分、合并类别的权利。

## 附件 2:

# ECI AWARDS2023 年度【创新机构】【创新人物】类别设置

## 一、【创新机构类奖项】类别

1. ECI AWARDS 2023 【营销创新力品牌】年度机构榜
2. ECI AWARDS 2023 【营销创新力服务】年度机构榜
3. ECI AWARDS 2023 【产品创新】年度机构榜
4. ECI AWARDS 2023 【模式创新】年度机构榜
5. ECI AWARDS 2023 【MarTech 营销技术创新】年度机构榜
6. ECI AWARDS 2023 【AI 应用创新】年度机构榜
7. ECI AWARDS 2023 【元宇宙创新】年度机构榜
8. ECI AWARDS 2023 【公益创新】年度机构榜
9. ECI AWARDS 2023 【未来乡村创新】年度机构榜

\*创新机构类奖项根据 ECI INDEX 创新力积分评出。

## 二、【创新人物类奖项】类别

1. ECI AWARDS 2023 年度【创新领袖人物】
2. ECI AWARDS 2023 年度【数字创新杰出女性领导者】
3. ECI AWARDS 2023 年度【首席创新官】
4. ECI AWARDS 2023 年度【数字创新影响力人物】
5. ECI AWARDS 2023 年度【最具创新力营销人物】
6. ECI AWARDS 2023 年度【杰出商业创意人】
7. ECI AWARDS 2023 年度【数字创新新锐人物】
8. ECI AWARDS 2023 年度【组委会特别贡献人物】



## 附件 3:

# 评审规则&评委入选标准

## 1、取消参赛资格原因

若出现以下任一情况，评委可取消这个参赛案例的参赛资格。

- (1) 所提交材料未达到参赛手册或参赛表上列举的格式要求。
- (2) 案例明显侵犯其他原创知识产权。
- (3) 没有按时缴纳参赛费用。

## 2、评委规避原则

评审过程中，如参赛案例来自评委所在公司，由其公司或直接竞争对手参与制作，评委将被要求规避该案例的评审过程，不参与打分与讨论。

## 3、评审流程

我们将邀请全球最富经验与洞察的数字商业创新领袖参与案例评审。评审分为两个阶段，打分均采用匿名保密机制。

ECI AWARDS（艾奇奖）共设两轮评审，两轮评审之间会召开一次监审大会，划定入围分数线，确定入围案例。初审为线上评审，每个案例保证有不少于 5 名评委独立进行打分，取其平均值。终审为线上国际及线下国内评审，在评审主席团的指导下分类别组进行评审，每组由评审主席、监审主席和秘书长主持，每组不少于 7 位评委，在自我参赛单位回避的前提下，不少于 5 位评委的有效打分，组委会统计分数后，再由主席团决定各类别等级奖分数线，并通报各类别评审团，由各类别评审团推荐其所在类别的全场大奖候选案例，最终由主席团通过监审会决议、投票评出各类别全场大奖及年度全场大奖。

#### 4、评分标准

评委将就以下 4 个方面的表现对参赛案例进行评估并打分

评审维度	权重占比
背景+目标	10%
方案+执行	35%
创新亮点	30%
转换价值	25%

#### 5、评委入选标准

ECI AWARDS 作为唯一——一个连接品牌、技术、资本的商业创新奖项平台，通过集合投资背景、技术背景和营销背景的专家，共同评选出具有创新力、投资价值、定义未来的优秀项目/案例，通过表彰和传播获奖案例，树立行业创新标杆。按照 ECI AWARDS 评委选择的标准，2023 年评委的产生将沿用自荐、推荐和定向邀请的方式，经 ECI 专家委员会主席团审定后正式公布，评委线上申报链接为：<https://jinshuju.net/f/eOCJl>，具体标准及流程如下：

##### ECI AWARDS 评委推荐及自荐标准：

- 1、所在公司获得过 ECI AWARDS 等级奖以上成绩，并具有数字创新经验的公司决策层高管。
- 2、专业背景及相关要求
  - ① 产品研发背景的评委和所代表公司必须具有行业示范性，个人拥有技术知识产权者最佳；
  - ② 投资背景的专家须具有 10 年及以上投资经验，其个人或公司有投资 A 股或海外 IPO 的案例，且基金管理规模大过 30 亿人民币。
  - ③ 营销背景的评委和所在公司必须具有行业代表性，包括品牌方、媒体、代理公司。其个人须为公司市场营销的决策人或核心业务负责人，且所操盘年度营销营业额不低于 6 亿人民币；
  - ④ 在研究机构、学院、行业协会、咨询机构具有超过 10 年经验的专家；



⑤ 内容创新评委背景需要具备（但不仅限于）程序化创意，IP 文创，富媒体内容、长/中/短视频创作或分发机构，社交媒体传播/KOL/网红/直播，元宇宙等业态经验；

⑥ ECI Global 国际案例组的评委须有 2 个及以上国家、境外区域或城市的市场类且累计超过 5 年及以上经验，并有良好的英文（听说读写）能力。

3、组委会根据相关领域及行业发展趋势，每年还将邀请能够代表或引领数字经济相关行业或领域专业水准及创新精神的专家担任评委，其营业额、市场预算、资金规模等会做适度调整，此部分评委比例不超过评审团总数量的 20%。

4、遵纪守法，具备民事行为能力，并且不存在限制民事行为能力的情况，不存在法律、法规和规章规定的其他禁止或限制条件。

5、愿意并胜任评委工作，坚持原则，乐于奉献，有良好的职业道德及行业公益心，承诺认真、公正、严谨履行评审工作职责。

注：为了保证 ECI AWARDS 评审的公正性和专业性，2023 年评委将由 30%企业家及品牌主； 30%互联网平台及产品技术专家；25%营销、创意及传媒领域专家；10%投融资领域专家；5%研究学者构成；主席团及组委会有资格进行评委名单的优化。

## 附件 4:

## ECI INDEX 创新力积分年度榜单说明

## (一) 积分规则

- 1、所有获得入围奖及各等级奖的参赛案例，都可获 ECI INDEX 创新力积分，该积分将作为 ECI 年度创新机构评选的重要指标。
- 2、同一集团企业组织其旗下分公司统一参赛的所有获奖案例分数，可统一计入集团企业最终分数；同一服务机构组织不同客户公司案例参赛的所有获奖案例分数，可统一计入该服务机构最终分数。
- 3、2023 年度 ECI AWARDS 各奖项等级对应的积分标准如下：

奖项等级	可获积分
年度全场大奖	17
类别年度大奖	10
组委会特别推荐奖	8
金奖	6
银奖	4
铜奖	2
入围奖	1

## 4、机构总积分计算示例

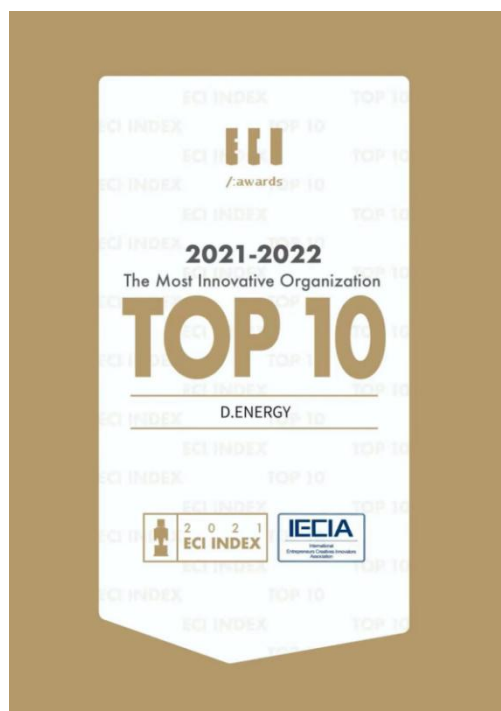
参赛单位	参赛案例	获奖等级	积分
内蒙古伊利实业集团股份有限公司	2022年巧乐兹私域运营	全场大奖	12
	伊利消费者数字化运营平台	金	6
	“从营到销，从流量到留量”伊利导购数字化转型实践	银	4
	伊利“我耀冬奥年”品牌包装营销	铜	2
	安慕希有汽儿产品创新	铜	2
	冰工厂新品创新	入围	1
	金典超滤牛奶	入围	1
	绮炫炫玲珑差异化创新爆品打造	入围	1
	甄稀偷心奶霸生牛乳冰淇淋	入围	1
	伊利须尽欢数字化新品爆品打造	入围	1
	巧乐兹公私域联动创新营销	入围	1
【伊利集团】2022年度ECI Index积分累计：12+6+4+2+2+1+1+1+1+1+1=			32
参赛单位	参赛案例	获奖等级	积分
小红书	带vivoX70去露营： 从出片到出圈 只需一个周末	金	6
	倩碧紫光眼霜， 一场关于“EYE”的双向奔赴	银	4
	纯甄： 嘞里啪啦馋年味，舌尖上的烟火气	银	4
	生活面前 没有小众： FindN折叠屏创新种草突围	银	4
	我们开了一家《人生五味便利店》—— 既要声量、又要销量、还要品牌好感的零食品类O2O新玩法	铜	2
	国货突围， 珀莱雅早C晚A快速俘获Z世代芳心	铜	2
	DW粉底液x小红书： 以运动之名，拉新Z时代消费者	铜	2
	盼盼厚椰乳真的好喝厚 - 只有魔法能打败魔法	入围	1
	好的内容，三方共赢 ——QQ星和闺蜜们一起打造妈妈育儿的“百科全书”	入围	1
	爱冒险夏日计划	入围	1
	小红书野奢秘境漫游： 整合民宿资源 三方联合营销 打造向往感出行IP	入围	1
【小红书】2022年度ECI Index积分累计：6+4+4+4+2+2+2+1+1+1+1=			28

## (二) 榜单及证书

1、组委会将通过ECI FESTIVAL国际数字创新节、ECI组委会官方媒体及合作媒体等，对ECI INDEX创新力积分年度榜单进行发布与推广。

ECI Index 2021-2022创新机构Top10		
排名	品牌名称	案例积分
1	网易传媒	45
2	上海天与空广告有限公司	40
3	上海胜加广告有限公司	33
4	小米营销	27
5	W	24
6	知乎	21
7	阿里云计算有限公司	19
8	上海宝尊电子商务有限公司	13
9	360智慧商业	12
9	方树文化传播（上海）有限公司	12
9	加和科技	12
9	汽车之家	12
9	Carnivo	12
10	上海英睿孚信息科技有限公司	10
10	清大文产数字产业院TSINGTA META	10
10	CCE Group	10

2、组委会将向年度榜单中TOP10公司授予《2023 The Most Innovative Organization TOP10》。



备注：

① 证书中获奖机构名称默认为参赛单位在线上报名时填写的公司表彰信息。

## 附件 5:

## 奖杯/证书加制申请表

ECI AWARDS 2023国际艾奇奖-奖杯/证书加制申请表	
基础信息登记	
*申请公司	
*申请人姓名	
*联系方式	
*收件地址	
*收件人姓名	
*联系方式	
奖杯刻制内容登记	
*案例名称	
参赛品牌	
*主要贡献公司	
第二贡献公司	
第三贡献公司	
第四贡献公司	
第五贡献公司	
证书印制内容登记	
*案例名称	
参赛品牌	
*主要贡献公司	
第二贡献公司	
第三贡献公司	
第四贡献公司	
第五贡献公司	
说明: 如需加制多个奖杯或证书, 请自行添加表格进行登记; 带*号的内容为必填项。	
数量及费用统计	
奖杯加制数量总计	
证书加制数量总计	
应用付费用总计(元)	
申请公司 (盖章)	
申请日期: 年 月 日	

申请表下载链接: <https://kdocs.cn/l/ceqPfbzFiyG7>

## 附件 6:创新伙伴计划

ECI年度创新伙伴计划		
年费/万元	主要权益	
1.7	ECI AWARDS 国际艾奇奖	1、全年3个首轮报名费优惠，限本公司案例
	ECI FESTIVAL 国际创新节	1、论坛白天场通票2张
		2、颁奖晚宴VIP票1张
	ECI MEDIA 背书发布	1、ECI官方媒体发布1篇/次，包括：创新评委、创新资讯、创新案例、创新发布
5.7	ECI AWARDS 国际艾奇奖	1、全年7个首轮报名费优惠，限本公司案例
	ECI FESTIVAL 国际创新节	1、论坛白天场通票5张
		2、颁奖晚宴VIP票2张
		3、创新节赞助冲抵额2万元（当年有效，不可用于票务类）
	ECI ACADEMY 创新学院	1、巡讲、参访活动名额2个
		2、课程或案例收录进入创新学院知识库，须通过学院专家组评审
	ECI MEDIA 背书发布	1、ECI官方媒体发布3篇/次，包括：创新评委、创新资讯、创新案例、创新发布



ECI年度创新伙伴计划		
年费/万元	主要权益	
17	ECI COMMITTEE 创新专委会	1、参与赛事机制或行业标准的制定，可发起合作类别、行业研究、联名活动及推广等提案
	ECI AWARDS 国际艾奇奖	1、全年不限量享首轮报名费优惠
	ECI FESTIVAL 国际创新节	1、可在创新节合作项目中任选价值总计10万元的赞助权益
		2、论坛白天场通票6张
		3、颁奖晚宴VIP票2张
	ECI ACADEMY 创新学院	1、巡讲、参访活动名额4个
		2、高层出任课程讲师/赛道解读评委代表/活动主持人/分享嘉宾等，1次
		3、课程或案例收录进入创新学院知识库，须通过学院专家组评审
	ECI MEDIA 背书发布	1、ECI官方媒体发布4篇/次，头条1次，包括：创新评委、创新资讯、创新案例、创新发布
27	ECI COMMITTEE 创新专委会	1、参与赛事机制或行业标准的制定，可发起联合赛道、行业研究、联名活动及推广等提案
	ECI AWARDS 国际艾奇奖	1、全年不限量享首轮报名费优惠，限本公司案例
	ECI FESTIVAL 国际创新节	1、可在创新节合作项目中任选价值总计20万元的赞助权益
		2、论坛白天场通票10张
		3、颁奖晚宴VIP票3张
	ECI ACADEMY 创新学院	1、巡讲、参访活动名额6个
		2、高层出任课程讲师/赛道解读评委代表/活动主持人/分享嘉宾等，2次
		3、课程或案例收录进入创新学院知识库，须通过学院专家组评审
	ECI MEDIA 背书发布	1、ECI官方媒体发布6篇/次，头条2次，包括：创新评委、创新资讯、创新案例、创新发布
		2、1年期有效



## 附件 7:

### 各类别《参赛表（模版）》压缩包

包括以下文件:

《00 ECI Awards（国际艾奇奖）2023 年参赛指南》

《01 营销创新类参赛表》

《02 产品创新类参赛表》

《03 模式创新类参赛表》

《04 MarTech 营销技术创新类参赛表》

《05 AI 创新类参赛表》

《06 元宇宙创新类参赛表》

《07 公益创新类参赛表》

《08 未来乡村创新类参赛表》