

MMA

SMARTIES™
CHINA

FUTURE OF MARKETING EXCELLENCE

参 赛 指 南

2023. 04



MMA 微信公众号

关于 MMA 中国营销创新

MMA 是一个全球性的营销行业前沿技术和创新理念的交流和推动平台，在全球有 800 多家成员单位，在中国也有近 100 家行业伙伴加入，10 多年来，MMA 持续关注 and 推动中国新兴营销媒体技术和业态，携手成员单位，促进自律、合作、共赢和创新的行业环境，制定和推广相关行业标准，并提供营销培训课程，为行业沉淀和累积人才，推进中国新兴营销行业的规范化发展和繁荣。

MMA 在国内每年举行两次大型的行业盛会 MMA IMPACT 论坛和 SMARTIES CHINA 大奖，致力于发表营销创新的观点和内容，并表彰行业内优秀的创新案例、企业与人才。

MMA 中国持续关注新热点赛道，在多个创新领域分别设立了委员会，开展线上研讨会、线下培训课程和沙龙以及企业互访等活动，落地数字营销化人才认证体系。MMA 不断吸纳新兴营销技术公司，打通品牌主和营销技术供应商的壁垒，2021 年 10 月 MMA 更率先推出元宇宙营销白皮书，为品牌广告主进入新的虚拟营销时代提供指导。了解更多请访 <https://mmachina.cn/>

关于 SMARTIES China 中国营销创新大奖

SMARTIES 是由营销创新联盟 (Modern Marketing Association) 于 2005 年创立的年度性竞赛，第一个也是唯一一个旨在表彰无线营销领域的创新和创造力从而产生重大影响的全球性奖项。2012 年起，MMA 中国举办 SMARTIES China，面向大中华区，征集并评选最具创造力和影响力的营销创新活动，表彰在营销创新实践中成绩突出的参与者。MMA 希望评选出的优秀作品可以启发相关行业的从业者，促进行业整体水平

的提高，持续推动媒体技术，广告营销技术和创新应用的长足进步与发展。

颁奖日期和地点

SMARTIES China 颁奖活动将于 **2023 年 9 月**在**上海**举办。具体举办形式和时间敬请关注 MMA 中国的微信公众号以及时获得最新信息。

注意事项

1. 参赛案例要求：必须是 **2022 年 7 月 1 日至 2023 年 6 月 30 日期间**在大中华区实际执行并实施完毕的营销活动，或为中国企业策划执行的出海营销活动。
2. 仔细查看类别，然后确定您的案例最适合哪（几）个类别。同一个活动可报送多个类别，但建议您针对不同类别提交不同的材料。
3. 仔细阅读每个类别的说明和评审侧重点，分析您的案例在以下四个方面的优势：策略，创意和技术，执行和效果，并准备相应材料。
4. 提交材料的要求：
 - a) 基本的文字说明，完整描述您的案例（注意每一部分的字数上限）。
 - b) 效果数据：请确保真实，需注明第三方监测/验证机构。
 - c) 辅助材料：PDF 或视频或活动网站（至少提供一项）。视频大小不超过 100M，MP4 格式，必须是独立的视频文件。

5. 请确保您所提交的参赛公司名称、案例名称、广告主和品牌名称、代理商名称等准确无误。**参赛公司名称**是在作品获奖后在所有宣传材料和奖杯上使用的（非合同/发票抬头）。
6. 请获得您所报送案例的任何必要的客户或内部批准。
7. 案例提交网址：<http://smarties.mmachina.cn/>。注册/登陆您的账户，先提交一个案例来熟悉流程，在截止日前随时可以修改案例内容。
8. 建议参赛者尽早提交参赛资料，以便工作人员有足够的时间对您的作品进行检查和预审，这样工作人员可以在必要时提供相关反馈。
9. 对于入围和获奖作品，MMA 中国有权在 SMARTIES 大奖相关活动和宣传中使用和发布其内容和视频。

案例提交截止日期及费用

参赛公司	2023 年 5 月 30 日前	2023 年 6 月 1 日-6 月 30 日
MMA 中国成员	1398 元/件	1698 元/件
非 MMA 中国成员	1598 元/件	1998 元/件

1. 所有参赛案例的资料和付款最晚提交和完成时间为 **2023 年 6 月 30 日 24 点**。按时完成付款的案例才可进入初审。
2. **所有获奖案例，获得的证书和奖杯所刻信息默认为参赛单位报奖案例时于报赛系统所填写的名称**
3. MMA 中国成员是指当下在 MMA 中国登记的有效期内的成员单位。若是以集团登记，其子公司只能用非成员价计算参赛费。

付款方式，发票，合同

付款方式：

1. 线上付款：在报奖平台可直接使用支付宝或微信支付
2. 银行汇款：可通过银行汇款至主办方的企业银行账户

发票：

您可在报奖平台上直接填写发票申请信息。

合同：

如您因付款流程需要合同，请联系组委会。

案例类别总览

A.公益类目
A-1 品牌宗旨/行动主义 <small>NEW</small>
A-2 社会影响营销 <small>NEW</small>
B.营销目的
B-1 品牌体验
B-2 即时营销/实时营销 <small>NEW</small>
B-3 客户生命周期营销/用户增长/CRM <small>NEW</small>
B-4 新品上市整合营销 <small>NEW</small>
C.媒介类目
C-1 跨平台-所有媒体 <small>NEW</small>
C-2 跨平台-仅限数字
C-3 社交媒体市场营销
C-4 品牌内容深度共创 <small>NEW</small>
C-5 游戏、游戏化和电子竞技
D.技术类目
D-1 基于数据洞察的品牌创新
D-2 程序化（独家合作：   ）
D-3 智能终端营销 <small>NEW</small>
D-4 实验/创新技术 <small>NEW</small>
D-5 AR/VR/MR 技术/元宇宙营销技术

E.电商营销
E-1 整合电商创新 <small>NEW</small>
E-2 O2O/新零售/创新销售渠道
F.创意类目
F-1 消费者体验 (CX) 营销 <small>NEW</small>
F-2 生成式 AI 营销 <small>NEW</small>
F-3 短视频营销 <small>NEW</small>
F-4 长视频营销 <small>NEW</small>
F-5 文化创意/创新/品牌跨界
G.出海营销
G-1 出海营销

案例类别说明

A. 公益类目

A-1 品牌宗旨/行动主义 NEW

该类别旨在表彰利用品牌平台推动一项事业或社会问题（包括可持续性）、造福社会并回馈社会以实现更大利益的活动。参赛案例可以包括针对品牌、产品、服务发起的相关社交，企业可持续性，经济和/或环境的公益营销活动，可以是一个新的公益倡议或者在原有公益项目上的持续和扩展。

A-2 社会影响营销 NEW

该类别旨在表彰对现代营销的认可，它推动社会责任营销，创造重大社会变革和/或提供公共服务，同时展示真正的影响和创造力，并转化为令人信服的行动号召，以实现积极的社会变革。参赛案例可以包括公益性的游说、筹款、扩大影响力、信息告知或能积极改变人们态度和行为的

B. 营销目的

B-1 品牌体验

品牌传播和市场定位是商业成功的核心。该类别旨在表彰能展现优秀的营销策略以连接品牌和消费者，促进品牌成长、发展和丰富品牌内涵的营销活动，包括在单一或多个媒体平台创造的360度用户体验，以建立品牌知名度，创造与消费者的有效关联，令人难忘的互动体验或独特的情感共鸣。

B-2 即时营销/实时营销 ^{NEW}

该类别旨在表彰那些能利用有效的促销手段或实时的信息技术/平台实现品牌的营销目的和销售转化的活动。参赛案例是直接面向消费者或者销售人员/分销商的进行的促销活动，可以是抽奖、试用、优惠券、赠品、奖励计划或体验等以支持销售业绩或品牌/产品的市场影响力，或者是利用新兴技术解决方案，结合即时环境或信息（地理位置，天气状况等等）来展示和交付富有创意的营销内容以实现最终的销售转化。

B-3 客户生命周期营销/用户增长/CRM ^{NEW}

建立消费者对品牌的信任和忠诚度并始终确保客户体验至关重要。

该类别旨在表彰那些以用户为先，能提供一流的消费者体验，并同时与用户建立良好的关系以追求品牌增长和成功，从而对业务产生重大积极影响的案例。

B-4 新品上市整合营销 ^{NEW}

这个类别旨在表彰成功的产品或服务发布上市营销活动。参赛案例可以是针对新上市或重新发布的产品或服务的营销活动，有效提升了消费者认知度或业绩提升，或者获得了其他可被衡量的增长。请重点阐述营销互动的创新性，创意，清晰的策略思考，以及有效性和切实的效果。

C.媒介类目

C-1 跨平台-所有媒体 NEW

该类别旨在表彰以数字为核心战略的活动，展示使用多种媒体接触点（电视、印刷品、广播、户外、公关、直接营销等）的战略和战术思维，以在传递关键信息的同时产生引人注目的商业影响。媒体策略强调多渠道如何结合在一起以提供出色的结果。

C-2 跨平台-仅限数字

该类别旨在表彰至少集成了3种增强品牌体验的应用程序或媒体跨平台数字营销活动。需展示用于开发和扩大有意义的消费者参与和业务影响的各种数字平台和设备。这可能包括但不限于台式机、移动设备、可穿戴技术、户外装置、（数字）广告牌、零售体验等。此类别的提交应达到上述标记，并在提供投资回报率的同时针对每种体验进行战略性定制。

C-3 社交媒体市场营销

该类别旨在表彰效果显著的社交营销活动或社交策略。参赛案例可以使用一个或多个社交平台来促成营销目的，加强消费者与品牌或社群的关系；也可以是使用社交消息应用程序（例如微信、微博、抖音、小红书等）和文本消息（SMS/MMS、RCS），与目标受众进行互动交流以推广产品或服务，推动销售、参与度、发掘潜在客户甚至引流至门店等，需要阐述营销目标和ROI是如何被满足的。

C-4 品牌内容深度共创 ^{NEW}

该类别旨在表彰品牌或产品与相关创作者（Creator，可以是垂直领域的博主/达人或 KOL 等）深度共创营销内容（PGC）的活动或案例。参赛材料需要展示品牌为触达特定社群或提高品牌参与度、销量、创造关于某个品牌的话题、产品或服务，并促进网站、平台转化等，从而与创作者就品牌或产品推广进行深度共创的策略，创意，落地执行和营销或传播效果。这里所指的品牌相关内容可以是图像、视频、文本、音频等。案例材料应当说明整个营销活动对实际业务的正面作用或实际获得的投资回报。

C-5 游戏、游戏化和电子竞技

该类别旨在表彰品牌在游戏应用程序、游戏化应用程序或电子竞技活动领域的营销活动，它们可以是更泛营销策略的一部分，也可以是独立的品牌体验。请具体描述品牌在游戏环境中的定位以及从活动中获得的业务预期结果。

D.技术类目

D-1 基于数据洞察的品牌创新

客户数据的使用、分析和相关技术以便于与特定的目标消费者或社群建立深远品牌联系，在今天的营销活动的策划和执行中起着不可或缺的作用。该类别旨在表彰变革性地运用消费者洞察来打造合适的营销策略，找到基于数据驱动的客户洞察以解决问题的创新品牌活动。这些营销活动也必须同时有助于 ROI 或品牌影响力的提升，例如通过细分市场和有针对性的策略，以提升改善用户对品牌、产品或服务的体验。

D-2 程序化 (独家合作:)

尽管新的营销概念层出不穷，但是程序化广告投放，仍然是广告主触达消费者的重要手段。

该类别的参赛案例应该着重描述如何利用技术手段实现数字广告购买和销售的过程。可以是根据广告主定义参数，自动实现广告计划、广告投放、效果分析、内容等的全流程管理。也可以是基于人工智能、算法、大数据等技术助力品牌主实现目标用户的精准曝光、媒体采购和投放的效率优化，通过对受众的有效触达提升广告投放的效果。

D-3 智能终端营销 ^{NEW}

该类别旨在表彰通过智能终端营销活动打造的案例，能够增强消费者体验，强化品牌特色，扩充品牌营销场景，达成前期的营销策略和广告投放的效果。

该营销案例可以是集成多个智能终端的整合营销，也可能是基于某一智能终端特性的创意营销。智能终端包含但不限于智能电视 (OTT)、智能音箱、智能穿戴设备、智能手机、智能车载屏、智能家居、数字户外媒体、语音识别技术、音频广告、人工智能、机器人、可穿戴和互动技术 (XR-AR/VR) 等终端形态。

D-4 实验/创新技术 ^{NEW}

该类别旨在表彰利用或应用实验性/创新技术增强品牌体验的营销活动，该营销活动能够以一种创新的方式让消费者惊叹、有助于推动消费者更深入的参与并能够为其提供难忘的数字或物理体验。营销活动以创新的方式展示新技术或现有技术、对品牌产生重大商业影响的真正创新或突破性的技术应用，将媒体的创意使用视为其中更加广泛的一部分。

D-5 AR/VR/MR 技术/元宇宙营销技术

该类别旨在表彰使用新技术来增强品牌、产品、服务或信息的视觉体验以执行或支持媒体营销活动，或者通过在元宇宙中为客户建立第一方社区和体验，与元宇宙创作者建立伙伴关系并共同协作，通过创作者的受众为品牌带来创新、影响和沟通能力，在元宇宙中寻找广告机会的营销活动。其中使用的技术包括但不限于人工智能、增强现实、虚拟现实、机器人、小工具和电子产品、可穿戴和空间互动技术等。营销案例可以是某一技术的独立体验，也可以是结合了所有技术的扩展现实。

E. 电商营销

E-1 整合电商创新 NEW

该类别旨在表彰通过在电商平台上开展创新的营销/销售方法，以实现营销目的和业绩的营销活动，请突出展示全域电商（包括直播）的营销和广告策略、创意、在线体验和焕新的最佳应用。请分享可量化的结果，展示营销活动如何成功推动品牌体验、目的和流量，从而产生业务影响和 ROI

E-2 O2O/新零售/创新销售渠道

该类别旨在表彰通过线上线下渠道和数据的整合与创新，为用户提供更好的参与/购买体验，展示 O2O 新技术的最佳应用。请突出展示营销和广告策略、吸引消费者注意力的创意、目标定位、受众吸引和销售促进。请分享可量化的结果，展示在营销活动中如何成功推动品牌体验/目的、流量，从而产生业务影响和投资回报率。

F.创意类目

F-1 消费者体验 (CX) 营销 NEW

该类别旨在表彰品牌在产品和服务与消费者交互过程中，提供了优秀的消费者体验的营销案例。该营销案例应注重表现：在消费者售前售后的品牌体验、用户体验和产品体验中，帮助消费者快速、准确的完成操作，解决消费者的问题，在不断收集消费者的反馈中不断改进和优化消费者体验旅程。请分享可量化的结果，展示在营销活动中如何成功推动消费者体验，提升品牌形象，从而产生业务影响和投资回报率。

F-2 生成式 AI 营销 NEW

该类别旨在表彰利用生成式 AI (Generative AI) 相关应用的营销案例，为品牌和营销活动大规模地创建更为丰富、更为个性化和更为有趣的内容，实现更多的业务成果并提高投资回报率。

F-3 短视频营销 NEW

该类别旨在表彰透过单支或系列的一分钟内短视频广告，通过定位平台的用户群体，扩大广告传播范围，创造消费者需求和参与，以提升品牌形象或进行产品促销的营销案例。该营销案例应形成了较为有效的传播推广，或者创造性地使用数字镜头或在线视频，来创建或增强品牌体验或焕新。包括但不限于基于移动设备的 VR 和 360° 全景视频体验、带货视频、个性化视频等，推动有效的业务成果和参与。

F-4 长视频营销 NEW

该类别旨在表彰通过展示一分钟以上十五分钟以内单支或系列的长视频广告，通过视频内容创意或是品牌与平台创造者共同参与内容的共创，

以提升品牌形象或进行产品促销的营销案例。该营销案例应注重以视频内容本身吸引消费者参与和互动，例如微视频、微电影等，或是创造性地使用数字镜头或在线视频，来创建或增强品牌体验或焕新。包括但不限于基于移动设备的 VR 和 360° 全景视频体验、带货视频、个性化视频等，推动有效的业务成果和参与。

F-5 文化创意/创新/品牌跨界

该类别适用于品牌或产品借助新国潮、传统文化创意进行营销活动，文化艺术因素在品牌或产品中逐步体现。"文化+"的跨界融合成为品牌产品创意，使品牌提升知名度营销目的。

G.品牌出海

G-1 品牌出海

应中国品牌、电商和游戏企业快速增长的出海市场发展需求，表彰其在全球市场推广实践中的优秀的数字营销活动，为行业树立出海营销的标杆，为从业者提供借鉴意义。该类别适用于为中国品牌或电商或游戏企业在海外市场进行数字营销的案例，帮助客户触达海外用户，最终实现提高品牌知名度和影响力或实现高效转化。

奖项设置

案例类别奖项等级：

- 金奖
- 银奖
- 铜奖

最佳案例

§ 从所有案例类别的金奖得主中由终审评审团讨论决出

行业奖项

§ 从所有案例类别的金银铜奖得主中根据权重计算得出，奖项设置如下：

- 最佳品牌
- 最佳广告主
- 最佳媒介代理商
- 最佳创意代理商
- 最佳媒体平台
- 最佳技术平台
- 最佳案例

评审设置

初审

由 MMA 中国成员公司的总经理以上级别代表组成的初审评委团，来自广告主、代理商、媒体主、技术和服务提供商、第三方监测验证和调研公司，以及特邀行业媒体主编和业界专家等，在线进行评选，选出入围案例。

终审

由评审主席领衔 2 位评审组长定向邀请知名品牌广告主的高层、媒介和创意代理公司的 C-level 级别高管、营销技术领域的专家等，组成强大的终审评委团。分组进行线下封闭式评审，遵照严谨的评审流程，公平、公正地选出优胜作品。

线上提交参赛案例资料参考（实际提交材料以平台为准）

- 案例名称
- 参赛公司
- 活动周期
- 活动预算
- 广告主
- 品牌名称
- 广告代理公司
- 案例分析：
 - (1) 背景/目标/挑战（限 300 字内）
 - (2) 策略/创意/技术（限 500 字内）
 - (3) 操作/执行（限 500 字内）
 - (4) 活动效果：包括可衡量的数据，社会影响/行业影响 *
需注明第三方监测/验证机构（限 300 字内）
- 辅助材料（以下两项请至少提供一项）：
 - (1) PDF：如您有图片、PPT 类资料，请以 PDF 文件形式提交，仅可提供一个文件。
 - (2) 视频/网址：视频大小不超过 100M，MP4 格式，请提供独立的视频文件。网址是指参赛案例的活动网站。如您提交视频网站地址，可能在评审过程中无法打开或出现其他商业广告从而影响评审。

联系我们

Xianyu Shi 微信：13918424125 邮箱：shixianyu@mmachina.cn

Kate Yu 微信：18717789515 邮箱：kateyu@mmachina.cn