



SMARTIES CHINA
CELEBRATE THE FUTURE
中国无线营销大奖

参赛指南

2020.03



SMARTIES CHINA 微信公众号

SMARTIES

The Celebration of Mobile Talent

To enter, visit <http://smarties.mmachina.cn> Deadline is July 15, 2020

MMA 中国简介

中国无线营销联盟（简称 MMA 中国）成立于 2011 年 4 月，是由中国无线营销行业成员自主发起的联盟，致力于推动中国营销行业的发展，促进成员单位的自律，合作和共赢。同时，制定和推广相关行业标准，推进中国无线营销行业的规范化发展。了解更多请访问 <https://mmachina.cn/>

中国无线营销大奖（SMARTIES China）简介

SMARTIES 是由无线营销联盟（Mobile 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 中国举办中国无线营销大奖（SMARTIES China），面向大中华区，征集并评选最具创造力和影响力的无线营销活动，表彰在无线营销实践中成绩突出的参与者。MMA 中国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，持续推动行业发展。

颁奖日期与地点

SMARTIES China 颁奖活动将于 2020 年 9 月在上海举行。敬请关注 SMARTIES China 的微信公众号以及及时获得最新信息。

SMARTIES

The Celebration of Mobile Talent

To enter, visit <http://smarties.mmachina.cn> Deadline is July 15, 2020

注意事项

1. 参赛案例要求：必须是 **2019 年 7 月 1 日至 2020 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。
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/>（将于 2020 年 3 月 31 日开放）。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	2020年7月15日前	2020年7月16-29日
MMA 中国成员	998 元/件	1398 元/件
非 MMA 中国成员	1228 元/件	1598 元/件

- 所有参赛案例的资料和付款最晚提交和完成时间为 2020 年 7 月 29 日 24 点。按时完成付款的案例才可进入初审。
- 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。
- 如您想查询您的参赛公司是否为 MMA 中国成员，或您的单位有兴趣加入 MMA 中国，敬请联系 Kate Yu（手机 18717789515，邮箱 kateyu@mmachina.cn）。

付款方式，发票，合同

付款方式：

- 线上付款：在报奖平台可直接使用支付宝或微信支付
- 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

案例类别
A.营销目的
A-1 品牌形象提升/产品或服务知名度提升
A-2 获客/直销/转化/促销
A-3 客户关系建设/管理
A-4 公益/社会影响/非营利
B.媒介策略
B-1 跨媒体/跨移动整合
B-2 移动游戏，游戏化和电竞
B-3 移动社交
B-4 程序化（新）
B-5 数据/洞察（新）
B-6 Hero App 联合营销
C.技术应用
C-1 创新
C-2 移动商务/新零售
C-3 VR/AR/MR（新）
C-4 物联网（新）
C-5 语音/移动语音（新）
C-6 机器学习和机器人（新）
D.创意
D-1 最佳移动应用/网站品牌体验（新）
D-2 最佳互动移动端创意（新）
D-3 最佳品牌传播 UGC（新）

SMARTIES

The Celebration of Mobile Talent

To enter, visit <http://smarties.mmachina.cn> Deadline is July 15, 2020

案例类别说明

A. 营销目的

A-1 品牌形象提升/产品或服务知名度提升

该类别适用于为品牌成长、发展和丰富化而创建的移动营销活动，建立品牌知名度，提高目标客户对品牌的认知。也适用于以移动媒体为核心，发布或重新推出产品/服务的活动，并取得了可衡量的成功。需要具体说明移动媒体的角色，以及如何成功实现活动目的。

A-2 获客/直销/转化/促销

该类别要求利用移动媒体直接影响销售、转化、试用、购买意向，或为将来的互动和销售引流。请展示该活动如何实现以上任一或多个目的，并且具体说明如何改变买方行为。

A-3 客户关系建设/管理

该类别适用于基于移动媒体来建立和管理客户关系的营销活动。需说明该活动如何提高客户忠诚度和/或如何吸引客户。

A-4 公益/社会影响/非营利

该类别适用于利用移动媒体为非营利组织或政府机构所开展的活动，并带来重大社会变革或提供重要的公共服务。请展示您的活动如何为您的客户增加价值，在社会上产生积极正面的影响，或使人民受益。

B.媒介策略

B-1 跨媒体/跨移动整合

该类别适用于以移动为核心策略，串联起其他形式的媒介（电视、平面、电台、户外等）来开展的营销活动；或是整合了至少 3 种移动应用或媒介（比如 App、移动网站、视频、展示类广告平台、搜索等）。该活动应该为每一种媒介/应用度身定制相应的策略。

B-2 移动游戏，游戏化和电竞

该类别适用于将移动游戏 App、游戏化应用或电竞活动，作为品牌泛营销策略的一部分或一次独立的品牌体验。请具体描述品牌如何植入到游戏环境中。如果是一个品牌游戏 App，请提交到“移动 App”类别。

B-3 移动社交

该类别适用于使用社交平台来实现商业目的或加强与品牌、社区或消费者的联系的营销活动，且必须聚焦在移动平台。

B-4 程序化（新）

该类别适用于通过程序化平台创建的移动广告解决方案，能够改进目标定向，提高购买和销售的效率和效果。

B-5 数据/洞察（新）

数据运用在营销活动的策划和执行中起着不可或缺的作用，以定向到特定的受众或群体，吸引他们互动或建立有意义的关系。该类别的参赛作品需要详细说明数据在营销策略中为实现品牌和业务目标而起到的作用。

B-6 Hero App 联合营销

该类别适用于利用头部 App 平台进行定制化的（非标准/现有的广告形式合作）联合营销。需说明营销创意如何与所选择的 Hero App 用户习惯有机结合，并具有独创性。

C. 技术应用

C-1 创新

该类别适用于在执行过程中探索新想法、新设备或新方法并有突破性的移动广告活动、应用或网站。包括新技术或突破性技术，或对现有技术的非常规/创造性使用。由于具有探索性，该类别对结果的重视程度要比其他类别低，但您也需要说明其对当前业务的影响或为将来的营销工作带来的益处。

C-2 移动商务/新零售

该类别适用于移动端的商务实践或新零售活动，使用移动技术改善或增强了消费者购买体验，或创造新的售卖方式，从而增加消费者的参与度，取得了商业成功。

C-3 VR/AR/MR（新）

该类别适用于使用移动平台或设备的增强现实、虚拟现实或混合现实技术，以增强品牌/产品/服务/信息的视觉体验和互动体验。因处于新生阶段，该类别对结果的重视程度要比其他类别低，但您也需要说明其对当前业务的影响或为将来的营销工作带来的益处。

C-4 物联网（新）

该类别适用于通过移动互联网发送和接收数据以吸引用户或增强体验的任何技术、终端或可穿戴设备。因处于起步阶段，该类别对结果的重视程度要比其他类别低，但您也需要说明其对当前业务的影响或为将来的营销工作带来的益处。

C-5 语音/移动语音（新）

该类别适用于有效利用语音和数字助理设备的营销活动，使用语音识别技术去解决问题、促进互动和/或增强消费者体验。或该营销活动展示了如何运用音频技术（音乐、语音或其他声音/音频广告）在移动环境中创造消费者需求和互动。

C-6 机器学习和机器人（新）

该类别适用于使用基于移动智能技术的创造性应用的活动，包括AI、聊天机器人、面部识别等。因处于起步阶段，该类别对结果的重视程度要比其他类别低，但您也需要说明其对当前业务的影响或为将来的营销工作带来的益处。

D.创意 (新)

D-1 最佳移动应用/网站品牌体验 (新)

该类别适用于包括移动网站、App、小程序、H5 活动网站在内的作品，要求以品牌为核心、体现品牌理念和定位并创造沉浸式和互动式体验。它可以使用户与品牌互动，加深用户对品牌的记忆，提高认可度。此类别强调视觉/听觉效果，侧重于考察 UX/UI 设计和流程设计，要求制作精良、用户体验佳。

D-2 最佳互动移动端创意 (新)

该类别适用于以手机为中心的移动端创意（包含视频），重点在于创意的互动性。衡量在第一次广告点击后的用户参与度、互动深度，以及在广告活动过程中如何留住用户。此外，也会考量用户在该创意上停留了多长时间，以及是否分享到社交平台。

D-3 最佳品牌传播 UGC (新)

该类别适用于品牌或产品在移动平台上发起的 UGC 活动，发动用户生成内容并上传分享，让用户为品牌/产品发声。形式可以是短视频、挑战赛、话题、弹幕等。

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（新）
 - 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（新）

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，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。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。

加入您的同行，成为全球移动营销行业领先者 历年 SMARTIES 获奖者名录（部分）

- 查看 2019 SMARTIES China 获奖者，请点击
<https://mmachina.cn/smarties-china-2019-winners/>

1-800-Flowers.com	Carat	FunMobility
8112 Studios	Cannon	Garanti Bank
Adidas	Chiquita	Gatorade
Adsmovil	Clinique	Google
Affle	Colgate Palmolive	Gorilla Creative
Africa Agency	COTY	GroupM
Airtel	Dell	GTB
AlmapBBDO	Dentsu Inc.	Havas Worldwide
Amazon Media Group	Digitas	HBO
Agencia3	Dinosaur Vietnam	Heineken
Audi AG	Discovery Channel	Hellman's
Arc Worldwide	Disney	Hershey's
A2G	Dove	Hudson Rouge
BBDO	DPZ&T	Ignition –Razorfish
Ben & Jerry's	DreamWorks	Initiative
Beats Music & Dr. Dre	Animation DSW	InMobi
Berakar Komunkasi	Dunkin' Donuts	Intel
Best Buy	Durex	Interactive
Billboard Magazine	Engine Creative	Avenues
Biti's	Agency	IPG
Bloomberg L.P.	ESPN	Juan Valdez Coffee
Bluseed Digital	Excedrin	Kargo
BMW	F.biz Agency	Kenneth Cole
Bullitt	Facebook Creative	Kraft Foods
Entertainment	Shop	Lane Bryant
	Fiat	Levi's
	Ford Motor Co.	

SMARTIES

The Celebration of Mobile Talent

To enter, visit <http://smarties.mmachina.cn> Deadline is July 15, 2020

Logan, Mobex &
Room 23
Leo Burnett
Lincoln
L'Oreal Paris
Lyft
Macy's
Master of Shapes
MEC
Mediaplus/Service
plan
Mercedes-Benz
USA
McDonald's
Microsoft
Mindshare
Mobiento/Deloitte
Digital
Mood/TBWA
Mr. Lama Studios
MRM/McCann
Nissan North
America
NetShoes
Nimbletank
Nice'n Easy
Nike
Ogilvy & Mather
Only IF
Opera Mediaworks
OMD
P&G/Oral-B

Paramount Pictures
Intl.
PepsiCo
Pernod Ricard
PHD
Philips
PivotRoots
Publicis Groupe
R/GA
Racold
Ray Donovan and
Showtime
Networks
Ready Set Rocket
Reckitt Benckiser
Red Bull
Red Roof Inn
Rockfish
Sam's Club
Rovio/Angry Birds
Saatchi & Saatchi
Samsung
Serviceplan
Shell
Shopee
SilverPush
Skylight/Shazam
S4M
Sony Pictures
Spotify
Starcom
State Farm

360i
T-Mobile
Taco Bell
Target Corporation
Televisa Televisión
The Creamunion
The Miami Heat
The Marketing
Store
Thinfilm
Team Detroit
Trilia/Hill Holiday
Singapore Red
Cross
UM
Unilever
Universal Pictures
USA Today
Virgin Mobile
Australia
Vodafone
Volvo Cars North
America
Walgreens
Waze
Weber Shandwick
Weve
Wunderman
Thompson
Xbox
Yonder Media
Yum! Brands
VMLY&R

SMARTIES

The Celebration of Mobile Talent

To enter, visit <http://smarties.mmachina.cn>

Deadline is July 15, 2020

线上提交参赛案例资料参考

- 参赛公司（如有两家以上联合参赛请用符号&，比如 A & B）
- 案例名称
- 品牌名称
- 广告主
- 广告代理公司
- 活动执行周期
- 活动预算范围
- 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，可以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

参赛咨询

联系人: Cathy Cao

手机: 13601795187

邮箱: smarties@mmachina.cn

MMA 中国会员咨询

联系人: Kate Yu

手机: 18717789515

邮箱: kateyu@mmachina.cn