

案例类别总览

A.商业向善	A-1 品牌向善/品牌倡议 A-2 社会影响力营销
B.影响力营销	B-1 品牌体验 B-2 即时影响力/促销 B-3 客户增长与转化策略 new B-4 新品/服务发布及换新 B-5 热点营销 B-6 小预算大影响 B-7 创作者/达人/明星营销 B-8 跨界合作、公关与品牌内容 new
C.媒介与增长	C-1 全渠道营销 C-2 跨数字媒体营销 C-3 社交媒体营销 C-4 AI驱动数据洞察与场景营销 new C-5 前沿技术营销 C-6 零售媒介及O2O C-7 AI驱动的用户互动

案例类别总览

D.创意/创新	D-1 整合电商创新与直播营销 D-2 设计/消费者/用户体验 new D-3 个性化 new D-4 长/短视频 D-5 AI广告创新 D-6 AI创意驱动 D-7 D2C/电商营销
E.出海营销	E-1 品牌出海 E-2 出海效果增长 new E-3 本地化与内容创新 new E-4 出海技术与新场景营销 new

*E.出海营销是中国区专属类目，故该赛道中的SMARTIES™获奖记录将不被纳入RECMA，WARC Media 100 Ranking 和 MMA SMARTIES™ Business Impact Index。

案例类别说明

A. 商业向善

A-1 品牌向善/品牌倡议

旨在表彰利用品牌平台的力量来支持社会事业或解决重大社会问题的营销活动。参赛作品将根据品牌承诺的公信力、其观点的清晰度与勇气，以及品牌使命如何融入其叙事、行动和行为中进行评估。该类别强调利用品牌影响力和触达范围对社会产生有意义影响的重要性。它突显了品牌在为更广泛的社会利益做出贡献方面的作用，涵盖从环境可持续性到社会、政治和经济行动主义的广泛倡议。

评分标准：

品牌在广告与营销中驱动社会影响力、创新、用户互动及可持续发展方面所扮演的角色。获奖作品需通过坚定致力于社会变革、运用创新策略进行倡导、有效动员受众，并展现出产生持久效益的潜力，来证明其做出的重大积极贡献。

策略	执行	结果	创意	总分
30	25	20	25	100

案例类别说明

A. 商业向善

A-2 社会影响力营销

旨在表彰利用营销推动重大社会变革的活动，重点关注对公共服务、社会责任以及社会态度或行为的积极转变做出贡献的倡议。它认可那些超越传统营销、为世界带来有意义改变的努力。成功的参赛作品需清楚地展示营销活动如何通过提升认知、促进参与、改变行为或产生现实世界的影响力，直接促成积极的改变。

评分标准：

创意水平、受众互动、可衡量的成果及其效益的可持续性。获奖作品需对社会事业做出实质性贡献，采用创新的倡导策略，有效动员目标受众，并展现出产生持久效益的潜力。

策略	执行	结果	创意	总分
35	25	20	20	100

案例类别说明

B.影响力营销

B-1 品牌体验

旨在表彰创造沉浸式、令人难忘的品牌互动的营销活动，这些活动利用创新策略和技术来促进深度的消费者连接、以人为本的设计以及品牌忠诚度。该类别关注那些重新定义品牌与消费者互动方式的活动，它们为品牌如何吸引、启发和连接受众确立了新标准，从而打造全方位的客户体验。

评分标准：

创新互动、与客户建立深度连接、技术整合、交付成果以及长期维持热度方面的能力。获奖作品需展现创意与技术的独特融合，打造与消费者产生深度情感共鸣的体验，并强效驱动品牌增长。

策略	执行	结果	创意	总分
25	20	35	20	100

案例类别说明

B.影响力营销

B-2 即时影响力/促销

旨在表彰那些不仅在创意上吸引消费者，而且能通过促销直接推动业务成果的营销活动，展现促销在当今竞争激烈市场中的力量。这些活动通过极具创意且行之有效的促销策略，带来实际的业务影响与成果，有效驱动消费者互动和销售增长。

评分标准：

创新创意、互动效能、可衡量的业务影响及卓越的执行力。获奖作品需展现出快速引爆目标受众的杰出能力，使促销策略与品牌目标高度契合，从而实现显著且即时的业务转化与成果。

策略	执行	结果	创意	总分
15	25	40	20	100

案例类别说明

B.影响力营销

B-3 客户增长及转化策略

旨在表彰通过数据驱动、自动化、策略和营销技术来获客、培育并转化用户的营销活动，并认可那些通过使用CRM、自动化、AI、受众细分和预测模型来生成高质量线索、优化客户旅程并推动可衡量的销售和留存结果，从而提升业务表现的倡议。获奖的活动需展现出对获客效率、转化影响力和长期客户价值的明确关注。

评分标准：

技术的战略性整合、互动创新，以及客户的获客与意向转化。获奖作品需展示其如何巧妙运用CRM及相关营销技术，在成功获取潜在客户线索的同时，大幅跃升客户互动体验与整体业务影响力。

策略	执行	结果	创意	总分
15	30	35	20	100

案例类别说明

B.影响力营销

B-4 新品/服务发布与换新

旨在表彰成功将产品或服务引入（或重新引入）市场的营销活动。该类别认可战略营销在确保上市效果方面发挥的关键作用，重点突出那些从一开始就成功捕捉消费者兴趣、制造话题声量，并最终推动销售和市场份额增长的营销活动。

评分标准：

营销活动在创新性、战略落地、市场穿透力、量化成果以及可持续增长潜力方面的表现。获奖作品需展现出深厚的操盘能力，不仅能成功引爆新品或服务上市，更能稳固其市场占位，引领品牌迈向长期成功。

策略	执行	结果	创意	总分
20	35	35	15	100

案例类别说明

B.影响力营销

B-5 热点营销

旨在表彰在利用当下数据和趋势方面表现卓越的营销活动（活动落地激活和/或定向），展现其敏捷性与战略创新。它认可品牌在利用实时信息打造高度相关、极具吸引力且能有效达成业务目标的营销信息方面所展现出的敏捷反应和创造力。

评分标准：

敏捷性、相关性、创新技术的运用、对业务目标的拉动作用及可衡量的成果。获奖作品需展现出通过动态捕捉实时事件、热点趋势或数据来吸引受众的卓越能力，进而创造显著的商业价值。

策略	执行	结果	创意	总分
15	25	40	20	100

案例类别说明

B.影响力营销

B-6 小预算大影响

旨在表彰在有限资金资源（预算在5,000至25,000美元之间）下取得重大营销成功的活动，凸显创意与战略效率的力量。该总预算必须包含所有与活动相关的成本，包括但不限于制作、媒体投放、演艺人员、技术、合作伙伴关系以及任何其他执行费用。参赛作品必须包含折算为美元的预算明细。

评分标准：

创意与创新、战略能效、影响力与触达广度、可衡量的成果，以及可持续性与可扩展性。获奖作品需展现出将小预算杠杆效用最大化的非凡能力，在市场声量与消费者互动上斩获亮眼成绩，为高性价比营销树立行业标杆。

策略	执行	结果	创意	总分
15	25	40	20	100

案例类别说明

B.影响力营销

B-7 创作者/达人/明星营销

旨在表彰通过真实且具说服力的合作，有效利用人物影响力来提升品牌互动并达成营销目标的活动。品牌需战略性地将创作者、影响者（KOL）或明星作为其营销活动的一部分，以触达并吸引目标受众。参赛作品需展示品牌叙事，以及通过突出上述群体而在营销活动中驱动的消费者互动和参与度的提升。

评分标准：

品牌目标的战略协同、内容的真实性与质感、受众互动与触达、对营销目标的量化影响，以及内容的创新演绎。获奖作品需展示KOL或明星影响力与品牌信息的完美交融，从而强效拉升互动参与、品牌知名度及业务增长。

策略	执行	结果	创意	总分
25	25	40	10	100

案例类别说明

B.影响力营销

B-8 跨界合作、公关与品牌内容

旨在表彰结合公关策略以产生媒体口碑 (earned media)、扩大自然触达范围、强化品牌声誉并创造影响力的营销活动。它鼓励利用当代传播实践、原创内容、合作伙伴关系、强大的叙事和创新形式来吸引受众、塑造认知并推动有意义业务成果的项目。符合条件的参赛作品包括在节日、体育赛事、音乐会、展览、大型公众集会、品牌自有活动以及任何能够驱动沉浸式体验、多渠道激活或线上/线下整合的高曝光度场合执行的倡议。

评分标准:

通过创新，巧妙运用现代传播手法、原创优质内容、跨界合作、宏大叙事及创新形式来吸引受众，从而驱动可衡量的结果与投资回报率 (ROI)。获奖作品需展现出对创意链路的卓越驾驭，生成引人入胜的个性化内容，大幅提升互动率与商业转化。

策略	执行	结果	创意	总分
15	30	35	20	100

案例类别说明

C.媒介与增长

C-1 全渠道营销

旨在表彰跨越多个渠道实现无缝客户体验的营销活动，展现战略的连贯性与整合性。它赞扬利用各种媒体触点（如电视、平面、广播、户外/数字户外媒体、公关、直效营销和数字平台）的战略和战术能力，以打造连贯的品牌故事，在消费者旅程的多个触点上吸引他们。

评分标准：

跨渠道的战略连贯性、无缝全域整合、媒体资源的创意化运用、业务成果以及有效的衡量与优化机制。获奖作品需展示如何通过多渠道协同发力来引爆品牌声量，在整个消费者决策旅程中实现深度卷入，并驱动显著的业务增长。

策略	执行	结果	创意	总分
15	30	40	15	100

案例类别说明

C.媒介与增长

C-2 跨数字媒体营销

旨在表彰整合多种数字平台的多样性以创造引人入胜且具影响力的品牌体验的数字营销活动，展现纯数字全面战略的力量。强调跨越各种应用和设备（至少3种，包括桌面端、移动端、可穿戴设备、数字装置等）的统一数字战略的重要性。营销活动应强调品牌驾驭复杂数字环境的能力，以发展有意义的消费者互动并驱动业务影响。

评分标准：

跨越各大平台玩转数字媒体，激发消费者深度互动，并交付可衡量的业务影响。获奖作品需巧妙融合多元数字技术，与消费者建立深厚的情感羁绊，在品牌知名度、互动参与及全盘业务表现上斩获重大成果。

策略	执行	结果	创意	总分
20	30	35	15	100

案例类别说明

C.媒介与增长

C-3 社交媒体营销

旨在表彰利用社交媒体平台实现营销目标的杰出活动，在这些活动中，社交平台本身是主要/核心渠道和战略驱动力。该类别赞扬战略性地使用社交网络、消息应用和短信服务来吸引受众、推动销售、提升品牌可见度，并与社区或消费者建立有意义的联系，强调通过战略性互动和创新内容来驱动业务成果。

评分标准：

战略规划与落地执行、内容的创意与质感、受众互动与圈层社区建设、对业务目标的拉动，以及顺应社交媒体趋势的创新玩法为核心。获奖作品需展现出借助社交媒体与受众建立紧密连接的卓越能力，切实提升品牌的曝光度、互动量及整体生意盘。

策略	执行	结果	创意	总分
20	25	30	20	100

案例类别说明

C.媒介与增长

C-4 AI驱动数据洞察与场景营销

旨在表彰有效利用AI驱动的数据分析的营销活动，这些分析能够清晰地阐述通过研究、数据分析或对消费者、文化或业务痛点的深刻理解而发现的洞察，并结合场景信息和技术，为目标受众量身定制营销信息并提供个性化的营销体验。数据驱动的决策在制定营销战略中的重要性，对于打造高参与度、有效且达成业务目标的成功营销活动至关重要。

评分标准：

强调对AI驱动数据的战略性运用、个性化与高相关性、洞察的创新落地、对业务目标的驱动力及可衡量的成果。获奖作品需展现出利用消费者洞察大幅提升营销效能的非凡能力，在互动参与、转化率及整体业务大盘上实现跨越式增长。

策略	执行	结果	创意	总分
20	30	35	15	100

案例类别说明

C.媒介与增长

C-5 前沿技术营销

旨在表彰创造性地应用新兴或前沿技术来转变消费者互动、提升品牌交互，并开创营销创新新形式的活动。该类别包括利用AR/VR、空间计算、音频/语音/声效体验、NFT和Web3，以及位置智能、蓝牙、传感器、物联网（IoT）、自动化和其他突破性数字能力的倡议。该类别的营销活动突破了技术为品牌和消费者所能解锁的边界，提供互动、智能且面向未来的体验，重新定义了受众与品牌连接的方式。

评分标准：

聚焦于为品牌与消费者解锁新潜能，提供交互式、智能化且极具未来感的沉浸体验，重新定义受众与品牌的连接方式；涵盖技术的创新突破、沉浸式体验的营造、与品牌信息的契合度、互动与参与的激发，以及对品牌目标和投资回报率（ROI）的切实提升。

策略	执行	结果	创意	总分
20	30	35	15	100

案例类别说明

C.媒介与增长

C-6 零售媒介及O2O

旨在表彰利用零售媒体渠道（线上或实体店）带来有意义业务影响的营销活动或倡议。这可能包括赞助产品植入、零售店内数字媒体、零售商生态系统内的品牌内容、零售展示与媒体、线上零售平台广告、“边看边买（shop-the-ad）”激活，或整合的全渠道零售媒体战略。

评分标准：

以创新的零售策略、线上线下（O2O）体验的无缝融合、消费者互动与体验、销售转化与生意增长，以及对技术与数据的战略级运用为核心。获奖作品需展示出极具先锋性的零售打法，完美缝合数字与物理触点，打造独一无二的整合式购物旅程，为业务表现和客户满意度注入强劲动能。

策略	执行	结果	创意	总分
25	15	40	20	100

案例类别说明

C.媒介与增长

C-7 AI驱动用户互动

旨在表彰利用人工智能显著提升受众参与度的营销活动。该奖项认可应用AI技术来大规模分析行为、预测偏好、自动化互动并个性化沟通的努力。它展示了AI如何成为更深入、更有效地理解和连接受众的关键工具，从而提升参与度、满意度和忠诚度。

评分标准：

AI技术的高效运用、受众参与度的跃升、互动策略的创新与创意、对业务目标的量化拉动，以及数据的合规向善使用。获奖作品需展现出利用AI深度洞察并吸引受众的卓越能力，从而带来实打实的商业变现并全面沉淀受众忠诚度。

策略	执行	结果	创意	总分
20	30	30	10	100

案例类别说明

D.创意/创新

D-1 整合电商创新与直播营销

旨在表彰在利用包含将实时视频内容融入电商平台在内的全方位（360度）整合数字战略方面表现卓越的营销活动，以增强电商体验，巧妙地结合各种数字工具和战略来彻底改变电商体验，推动实质性的业务增长并提升客户互动。

评分标准：

聚焦于电商创新、数字工具的深度整合、消费者的互动与转化、可衡量的业务影响，以及模式的可持续与可扩展性。获奖作品需交出可量化的成绩单，展现利用整合数字解决方案重塑线上购物体验的非凡功力，在销售额、客户满意度及全盘市场表现上取得全面成功。

策略	执行	结果	创意	总分
20	20	45	15	100

案例类别说明

D.创意/创新

D-2 设计/消费者/用户体验

旨在表彰通过创新和深思熟虑的设计，在创造线上和线下卓越客户及用户体验方面表现突出的营销活动，从而显著提升用户的满意度和参与度。

评分标准：

设计创新、对用户互动的引爆力、用户旅程的无缝与直觉化体验、美学与功能的和谐统一，以及对业务目标的量化拉动。获奖作品需在打造体验的过程中展现出顶尖的设计思维，不仅精准满足用户需求，更能强效驱动业务增长与客户忠诚度。

策略	执行	结果	创意	总分
15	15	30	40	100

案例类别说明

D.创意/创新

D-3 个性化

旨在表彰在向消费者提供高度定制化内容方面取得卓越成就的营销活动，利用数据和技术增强互动并驱动业务成果。

评分标准：

聚焦于个性化的深度、个性化技术的创新、消费者的互动与反响、对营销目标的驱动力，以及跨渠道的全域整合。获奖作品需展现出利用“千人千面”显著升维消费者体验的杰出能力，从而引爆互动与忠诚度，并在营销效能和投资回报率（ROI）上实现可衡量的跃升。

策略	执行	结果	创意	总分
15	15	30	40	100

案例类别说明

D.创意/创新

D-4 长/短视频

旨在认可利用视频内容（不一定需要高成本制作，包含微短剧在内）来吸引受众的营销活动和内容，利用创造性的叙事和高制作水准来实现显著的参与度和业务成果。重点突出利用视频力量传达引人入胜的信息、驱动消费者互动，并在数字和传统平台（包括微短剧）上增强品牌形象的营销活动。

评分标准：

以创意与叙事、制作精良度、互动与穿透力，以及视频的战略运用为核心。获奖作品需展现出通过极具张力的叙事或演绎来死死抓住受众眼球的卓越能力，将视频内容无缝嵌入营销全链路，强效拉动认知与互动，并取得可衡量的突围成果。请随案例研究一并提交视频原件以供评审。

策略	执行	结果	创意	总分
15	15	30	40	100

案例类别说明

D.创意/创新

D-5 AI广告创新

旨在表彰创新性地整合人工智能（AI），利用生成式/预测性AI来彻底改变广告策略、增强个性化以及提升整体活动参与度的营销活动。这些活动展示了如何使用AI来转变传统的创意实践。例如在新产品或客户服务等客户供给开发中，以极具创意的方式提升客户互动并个性化体验，整合广告内容和策略，提升整体的消费者体验。

评分标准：

ROI及其他核心KPI的显著提升，以此印证在广告活动中引入AI的效益，同时聚焦精准定向与个性化效能的创新与落地。获奖作品需证明AI如何对广告效果实现降维打击式的提升，从而带来更爆棚的互动、更极致的体验以及更丰厚的投资回报。

策略	执行	结果	创意	总分
15	15	30	40	100

案例类别说明

D.创意/创新

D-6 AI创意驱动

旨在表彰出色地将人工智能与创意策略相结合，从而提升广告效果并提供创新营销解决方案的营销活动。该类别赞扬在创造性使用AI工具（包括图像和视频生成、语音合成、多语种翻译和实时流媒体）方面的杰出成就，以增强营销活动的适应性和影响力。该奖项认可不仅优化了成本，还为不同受众动态定制内容的参赛作品，聚焦于那些无缝整合AI以驱动互动并交付可衡量业务成果的先驱者。

评分标准：

AI整合的创新度、创意穿透力、落地执行与效能、消费者体验的升维，以及可衡量的结果与ROI。获奖作品需展现出在利用AI重塑创意生产链路方面的非凡表现，生成极具杀伤力的个性化内容，大幅拉升互动量与商业转化。

策略	执行	结果	创意	总分
20	20	30	30	100

案例类别说明

D.创意/创新

D-7 D2C/电商营销

旨在满足本土区域D2C品牌、电商公司和游戏企业拓展海外市场日益增长的需求，表彰在全球市场推广实践中表现杰出的数字营销活动。它旨在树立国际营销标杆，为行业从业者提供有价值的参考。该类别适用于D2C品牌、电商或游戏公司在区域和海外市场开展的数字营销案例，帮助客户触达海外用户，最终实现品牌知名度和影响力的提升，或高效的转化成果。

评分标准：

关注市场洞察与战略布局；创意与落地执行；媒体矩阵选择与整合；用户触达与互动卷入；品牌声量与影响力的拓盘；转化收割表现；投资回报率与长效增长潜力。成功案例需清晰复盘在上述全维度的表现，提供量化数据以自证营销动作的实效性，并沉淀关键经验与洞察，为行业大盘提供高价值的实战指南。

策略	执行	结果	创意	总分
25	15	40	20	100

案例类别说明

E. 出海营销

E-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。

评分标准：

市场洞察与策略、创意与执行、媒介选择与整合、用户触达与互动、品牌知名度和影响力提升、转化效果、投资回报率和可持续性。成功的案例应能清晰展示以上各方面信息，提供可量化数据证明营销活动的有效性，并总结经验教训，为其他企业提供借鉴意义。

策略	执行	结果	创意	总分
20	25	35	20	100

案例类别说明

E. 出海营销

E-2 出海效果增长

表彰以业务增长为核心导向，通过营销手段实现用户获取、销售转化或投资回报最大化的出海营销案例。该类别适用于跨境电商、应用增长、游戏推广等以效果为导向的项目，重点关注增长策略的有效性、转化链路设计及数据驱动能力。

评分标准：

考量增长策略的科学性及市场适配度。重点评估在执行过程中对数据工具的运用效率，以及如何通过持续的优化实现获客成本与业务收益的平衡。获奖案例需提供清晰的数据证明，展示其在目标市场实现的业绩突破与增长的可持续性。

策略	执行	结果	创意	总分
20	25	35	20	100

案例类别说明

E. 出海营销

E-3 本地化与内容创新

表彰针对海外市场进行内容创意与传播方式创新，并有效实现本地文化适配与用户沟通的营销案例。该类别适用于社交媒体营销、KOL/创作者合作、内容矩阵运营等项目，重点关注对目标市场文化与用户行为的洞察，以及内容在本地市场的共鸣与传播效果。

评分标准：

本地化洞察的准确性，以及内容在当地文化环境下的穿透力。重点评估执行过程中对当地社交习惯与审美偏好的把握，特别强调创意在本地化适配中的再造价值。获奖案例应证明内容创新显著提升了品牌在当地市场的知名度与互动深度。

策略	执行	结果	创意	总分
20	25	20	35	100

案例类别说明

E. 出海营销

E-4 出海技术与新场景营销

表彰通过技术手段或创新媒介应用，提升海外营销效率与体验的案例。该类别适用于AI营销、数据驱动营销、自动化投放、创新互动体验等项目，重点关注技术在营销中的实际应用价值及其对业务结果的推动作用。

评分标准：

原创性及其在特定营销场景中的应用价值。重点评估技术落地对行业营销基建的启示意义，以及在应对跨境挑战时的适配性与稳定性。获奖案例需证明该尝试不仅带来了交互方式的革新，更实现了营销效率或商业模式的实质性增长。

策略	执行	结果	创意	总分
30	20	20	30	100

联系我们

Xianyu Shi

手机/微信: 13918424125

邮箱: shixianyu@mmaglobal.com

Rosemary Zhu

手机/微信: 18018667505

邮箱: rosemary@mmaglobal.com