2022禹唐体育年度体育营销评选

报名表

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **基本信息** | | | | | |
| 公司全称 | *此处名称将用于开具相关发票* | | 公司简称 | |  |
| 联系人 |  | | 职位 | |  |
| 固定电话 |  | | 手机 | |  |
| 邮箱 |  | | QQ/微信 | |  |
| 联系地址 |  | | | | |
| 公司Logo | 参评公司logo及案例相关赛事主logo，jpg及AI格式（以附件形式发送） | | | | |
| **参评奖项（具体分支详见附录）** | | | | | |
| **营销案例方向** | | 参评数量 【 】件 | | 奖项分支：（ ） | |
| **赛事IP和场馆方向** | | 参评数量 【 】件 | | 奖项分支：（ ） | |
| **营销人物方向** | | 参评数量 【 】件 | | 奖项分支：（年度体育营销人物） | |
| **总计【 】件** | | | | | |

* **授权说明**
* 由于所有评选作品将会对外公布与线上展示，参与评选的公司在提交内容前须征求赛事方及相关合作伙伴的同意，且保证图片、照片、视频拥有版权使用权。如发生版权纠纷，将由参与评选的公司承担所有相关法律责任。
* 所有评选内容一旦提交则自动视为同意作品交由禹唐体育年度体育营销评选评委会保管，评委会可将其用作研究、出版发行及线上推广等项目，且可在相关线上渠道/平台进行传播，不属于侵权或泄密。
* 请确保评选材料的信息真实有效。如有不便对外公开的数据或内容，请在提交前自行删除相关内容，或向评委会特殊说明。
* 禹唐体育对各奖项的参选资格有最终解释权。
* **报名表提交**
* 报名表提交截止日期：2022年9月23日晚18:00，禹唐将在收到报名表后向参评方发送评选内容填写模版和参评手册。
* 报名表请以邮件方式提交： [发送至info@ytsports.cn](mailto:发送至info@ytsports.cn)邮箱，禹唐体育将在收到报名表后三个工作日内给予反馈。

**附录：2022禹唐体育年度体育营销评选奖项设置**

**1.营销案例方向（共10席）**

**最佳整合营销案例（2席）。**从产品、渠道和促销等角度全面对体育资产进行激活和使用的整合营销策略，进而达到质量突出的营销效果。

**最佳数字营销案例（2席）。**借助社交媒体、线上平台等数字化手段，与目标人群建立良性的互动联系，克服疫情带来的空间限制，实现既定的营销目标。

**最佳科技类营销案例（2席）。**从属于科技行业，或围绕区块链、大数据等新兴的科技元素，为营销活动赋能，满足消费人群的新需求，挖掘体育资产价值激活的新方向。

**最佳体验式营销案例（2席）。**在全民建设热潮下，融入赛事打造的核心场景中，借助线上和线下独特的体验活动，拉近品牌与消费者的距离，促进核心产品的销售转换。

**最佳代言资源激活案例（2席）。**根据品牌自身的需求匹配契合度高的运动明星，并围绕代言资源，或借势与代言资源相关的核心大赛，形成了系统的营销激活内容，达到预期的营销目标。

**2.赛事IP和场馆方向（共10席）**

**年度自主创新赛事IP（3席）。**在赛事体系设计、赛程内容和商业架构等方面有区别于行业传统的创新元素，形成差异化竞争优势。

**年度全民健身新锐赛事（2席）。**在全民健身战略落实的大背景下诞生，在赛事体系和内容上满足群众特定的体育参与和消费需求的国家级或地方赛事资源。

**年度最佳户外休闲与体验赛事（2席）。**结合体育、旅游与户外休闲场景，满足消费群体多元的运动和社交需求，融入地方自然和人文特色的体育资源。

**年度最佳数字化与科技应用（2席）。**结合数字化趋势和元宇宙、VR技术、大数据等科技手段，对核心IP进行升级与优化的体育场馆和赛事运营方。

**年度最佳引进赛事IP（1席）。**结合国内市场需求，从国际单项协会和赛事组织方引入国内的精品资源，为城市、赞助商和特定的消费群体创造多维度的价值。

**3.体育营销人物方向（共3席）**

**年度体育营销人物（3席）。**包括中国范围内体育营销相关的企业或品牌管理者、广告/公关/营销公司管理者、赛事/场馆运营管理者、体育媒体管理者、政府或研究机构等体育产业各领域的专业人士，在2022年度为行业和所属团队带来了突出价值。