

NEWYORKFESTIVALS®
AME AWARDS



2025
Entry Guide

2025 纽约节大中华区实效奖参赛指南

参赛官网和咨询方式

如果您在参赛过程中需要帮助或有任何问题、疑虑和建议，请联系我们。

参赛官网：<https://www.home.ameawards.com/gca>

英文咨询：gayle.mandel@newyorkfestivals.com

中文咨询：jinjun.wu@newyorkfestivals.com

目录

封面.....	1
官网和咨询及目录.....	2
赛事说明.....	3
参赛价值.....	4
截止日期与报名费用.....	5
参赛资格.....	6
参赛安排与展览须知.....	6
如何参赛.....	7
奖项.....	16
活动.....	16
类别.....	17
评审.....	23
提交参赛作品.....	24
文本格式	24
荣誉名单	25
技术要求	26

2025纽约节大中华区实效奖赛事说明

为庆祝纽约节实效奖（AME）设立30周年，2024年大中华区实效奖首次亮相。

该奖项由纽约节实效奖（AME）发起，为大中华区量身定制，包括中国大陆、香港地区、澳门地区和台湾地区，旨在展示这些地区创作的具有创新性和实效性的优秀作品。大中华区实效奖大评审团和执行评审团将通过层层筛选后确定人选，他们熟练掌握华文，以其战略实力而闻名，因其卓越的创意和具有影响力的实效而受到认可。

任何在大中华区有经营活动的公司均可参赛，大中华区实效奖只接受华文作品（作品无需翻译成英文）参赛。

2025纽约节大中华区实效奖将设立四组大评审团（产品与服务、创造积极影响力、最佳专业应用和最佳媒介使用，评选出进入决赛的作品）和两组执行评审团（产品与服务/创造积极影响力和最佳专业应用/最佳媒介使用，评选出佳作奖、铜奖、银奖、金奖及全场大奖），每组均由十二位专业评审组成。评审团将通过纽约节全球在线评审系统展开，并以上海和北京这两个充满活力的城市作为现场评审地。自1957年成立以来，纽约节始终秉持国际化标准，每件参赛作品都将在评审程序完备合理的情况下被仔细评估。

获奖者将获得纽约节标志性的铜奖、银奖和金奖，以及梦寐以求的全场大奖和佳作奖证书。

为什么要参加纽约节大中华区实效奖？

在全球范围内提升您的卓越地位

纽约节大中华区实效奖评审团以其对创新、卓越创意和战略才华的坚定承诺而闻名，树立起无与伦比的全球标准。赢得实效奖（AME）不仅能够让您跻身全球最佳，还能够赢得来自那些重视作品独特性和有效性的行业专家的尊重。对于大中华区的而言，这是一个展示优秀作品如何得以从全球快速增长消费市场中脱颖而出的宝贵机会。

区域荣耀

从2024年开始，实效奖（AME）推出了年度区域营销活动奖，为来自大中华区的优秀作品在本区域内大放异彩提供了独特机会。该奖项由实效奖（AME）执行评审团根据得分评选而来，旨在表彰大中华区得分最高的金奖作品。在中国大陆、香港、台湾和澳门等地区的充满活力的市场中提高您的作品的地位，并展示您的广告活动在这个充满活力的地区中的影响力。

提升全球曝光度和本地影响力

获得金奖的作品还将自动晋级，角逐大中华区最佳作品（全场大奖）。在全球范围内获得宣传的同时，这还将为您提供定制的服务，确保您的作品能够引起大中华区的受众的共鸣，从而在这个多元文化交融的市场中取得更大的成效。

为大中华区量身定制的知名度

获奖作品将通过纽约节实效奖官网的Winning Gallery板块、新闻稿、电子公告和社交媒体平台获得海量曝光。对于大中华区实效奖获奖者而言，这意味着不仅能够在大中华区有针对性地提高知名度，还能向区域内的从业者、潜在客户和合作者中展示您的成功。区域媒体的特别报道和实效奖（AME）博客和官网对获奖者的专访，都将加强在本地区的知名度。

WARC与Global Reach的合作伙伴关系

作为额外的权益，所有获奖作品将会被展示在世界广告研究中心（WARC），这种合作关系不仅能够扩大获奖作品的全球影响力，还能够让作品成为行业知识资源的一部分，推动大中华区营销领域的沟通交流。

AME年度报告：将聚焦2025大中华区实效奖

2025年，AME年度报告将设立特别增刊，专门介绍2025大中华区实效奖的获胜代理商和品牌。

截止日期与报名费用

关键日期

开放参赛：2024年12月15日
795美元/件

首轮截止：2025年04月30日
875美元/件

最后截止：2025年05月30日
915美元/件

竞赛关闭：2025年06月15日
915美元/件

单件SINGLE或系列/活动CAMPAIGN报名费用：795美元/件 起

每个类别分别收取参赛费用。如果您要提交多个参赛作品，请支付所有参赛作品的报名费。
参赛所需的运费、保险费、关税、税费和银行转账费用由您承担。全额支付所有参赛费用
后方能进入参赛作品的评审阶段。

信用卡支付（首选付款方式）

接受VISA、MasterCard和AE支付。
若您使用Visa或MasterCard支付，需要支付总金额3%的额外费用；
若您使用AE支付，需要支付总金额3.2%的额外费用。

银行转账支付

将额外支付150美元作为银行转账手续费。请务必在电汇中附上您的INVOICE编号，
以便于我们将您的付款和参赛作品相对应。如需人民币支付及发票，需承担额外产生的相关税费，
以及供应商入库事宜等请与china@newyorkfestivals.com联系。

退款

若您需要退还参赛费用，请在提交参赛作品后的14天内提交相关申请。
申请退款将收取100美元的行政处理费用。

参赛作品进入评审阶段后不可退款，但可书面申请撤回参赛作品

您需要将所有电汇和任何订单或税务信息需求相关的财务联系信息与发票一起发送至
accounting@newyorkfestivals.com。

您的INVOICE编号和我们的银行转账信息将在结账前提供给您。您可以打印财务部门所需INVOICE，
以便完成转账。如果您对INVOICE有任何疑问，请将其转发至accounting@newyorkfestivals.com。
请勿回复invoice@newyorkfestivals.com。

参赛资格

所有参赛作品必须在2023年5月1日至2025年4月1日期间出版、发布或播出。之前参加过纽约节实效奖的作品还可以继续参赛，但不能与之前的参赛类别重复。

参赛安排与展览须知

提交的参赛作品和材料将不予退还，并可在纽约节认为合适的情况下，出于教育或宣传目的进行展览、展示、出版或复制。参赛即表示参赛者同意免除纽约节及其任何附属公司，因任何使用而产生索赔的任何成本或费用。

参赛者可以根据在线报名表上列出的选项，选择不将其参赛作品的全部内容显示在纽约节官网。

纽约节对根据本指南提交参赛作品的个人或实体的作为不承担任何责任。参赛者对任何提交内容应保证已获得权利所有者的许可。建议所有提交参赛作品的个人或实体对提交内容进行审查，以确保所有信息正确无误。

参赛作品的副本将会提供给InternationalAwardsGroup及其附属奖项公司、实效奖和纽约广告节，用于向教育机构、贸易集团和公众进行补充演示。副本不予退还。在纽约节认为适合的情况下，参赛者将授予纽约节在全球范围内的免版税展示参赛作品，包括颁奖典礼现场、由纽约节赞助的世界各地放映活动或任何私人演示，纽约节不需要向参赛者提供任何补偿。

纽约节大中华区实效奖获奖者将在世界广告研究中心（WorldAdvertisingResearchCenter,WARC）网站的AME专题区上进行展示。

若参赛者不希望在WARC上展示，请联系：gayle.mandel@newyorkfestivals.com

如何参赛

进入报奖系统后需先选择“纽约节大中华区实效奖（AME GCA）”，并在提交参赛作品前，您需要先整理一些基本信息，包括您所在公司的详细信息、参赛作品标题。 为方便您逐步了解整个参赛流程，以下是在线报名表相关截图，包括创建新参赛作品、选择类别、荣誉名单、支付、提交和上传确认等步骤。

目录

第1步：基本信息.....	8
第2步：作品简介.....	9
第3步：荣誉名单.....	10
第4步：选择类别.....	10
第5步：审查参赛作品.....	11
第6步：我的购物车.....	12
第7步：支付.....	12
第8步：审核和提交-电汇.....	13
第9步：确认编号.....	14
第10步：上传详细信息.....	15

第1步：基本信息

Create a New Entry

2024 AME AWARDS

BASE INFORMATION

Entry > Company Details

BASE INFORMATION

ENTRY TITLE

BRAND NAME

CREATED BY (AGENCY)

USE THE COMPANY IN MY PROFILE

SEARCH OUR COMPANY DATABASE

CREATE NEW COMPANY

New York Festivals

TYPE Other (Specify)

STREET 641 LEXINGTON AVENUE, 13TH FL

STREET 2

CITY New York

ZIP CODE 10022

PHONE 212-271-5278

FAX

OTHER

STREET3 NULL

STATE NY

COUNTRY USA

ADDITIONAL PHONE

SOCIAL MEDIA HANDLES

CREATIVE DIRECTOR

CREATIVE DIRECTOR EMAIL

HOLDING COMPANY

SELECT A HOLDING COMPANY

CREATE NEW HOLDING COMPANY

N/A

AGENCY NETWORK

SELECT AN AGENCY NETWORK

CREATE NEW AGENCY NETWORK

N/A

ADVERTISER

ADVERTISING AGENCY

ENTRY TYPE

RELEASE / AIR DATE

Month

Year

The Release Date Month field is required.

SHOWCASE

Yes

No

SAVE DRAFT

ADD CASE BRIEF

请提前准备以下信息：

- 参赛标题
- 品牌/网络或传播网络
- 参赛公司及创意总监
- 创意总监邮箱

报奖整个过程中，除了：Entry Title（参赛作品标题），Brand（品牌名），Company（参赛公司基本信息），and Credits（创作者名单）只能用英文（请确保您的标题、品牌和公司 / 网络的首字母大小写及拼写正确）填写外（便于获奖后在纽约节AME官网及国际合作媒体和平台传播），其他所有内容都只需要用华文提交，包括作品也只接受华文。

参赛类别：
详见文本规范

发行/播出日期：
必须在参赛资格规定日期内

YES OR NO：

SHOWCASE
选择“YES”获奖作品将完整展示在纽约节官网。
选择“NO”视为放弃展示。

BACK TO TABLE OF CONTENTS | BACK TO ENTRY PROCESS TOC

8

第2步：作品简介

CASE BRIEF

Case Brief

CASE BRIEF

This is where you get into the details of your entry—everything from the nuts and bolts to the grand plans and glorious results.

Please try to answer the following as clearly and completely as possible.
Carefully consider the most important details a judge needs to know to score your entry fairly.
Long-form answers should be no more than 150 words.
When citing your results, please include independent sources that support your work.

WINNER SHOWCASE AT OUR EXCLUSIVE CONTENT PARTNERS

Yes No

PRODUCT NAME/TYPE

CAMPAIGN START DATE

mm/dd/yyyy

CAMPAIGN END DATE

mm/dd/yyyy

CAMPAIGN DESCRIPTION

CAMPAIGN COST

CAMPAIGN SCOPE

COUNTRIES/REGION IN WHICH CAMPAIGN RAN

CAMPAIGN SUMMARY

CAMPAIGN GOALS

MARKETING CONTEXT

TARGET AUDIENCE

CAMPAIGN PLANNING

MARKETING & MEDIA STRATEGY

CREATIVE STRATEGY AND EXECUTION

EVIDENCE OF RESULT

OTHER AWARDS

在这里，您可以了解参赛作品的详细信息——从具体细节到宏伟的计划和辉煌的成果。请尽量清楚、完整地回答以下问题。仔细考虑评委需要了解的最重要的细节，以便公平地对您的参赛作品进行评分。每个部分的中文介绍不应超过300个字。在引用您的结果时，请注明支持您的参赛作品的独立参考来源。

- 在我们的独家内容合作伙伴处展示的获奖案例
- 产品名称/类型
 - 活动开始日期
 - 活动结束日期
 - 活动描述
 - 活动成本
 - 活动范围
 - 开展活动的国家/地区
 - 活动摘要
 - 活动目标
 - 营销背景
 - 目标受众
 - 活动计划
 - 营销与媒体策略
 - 创意策略和执行
 - 活动效果
 - 其他奖项

备注：为了方便在线提交，请在开始提报前准备好上面所需的文字信息。大中华区实效奖请用华文提交所有的参赛信息。

第3步：荣誉名单

ASSIGN CREDITS
Assign Credits

ASSIGN CREDITS

CREATED BY: New York Festivals
BRAND: test
ENTRY TITLE: test
COMPETITION YEAR: 2023

↕	NAME	JOB TITLE	✕
↕	NAME	JOB TITLE	✕
↕	NAME	JOB TITLE	✕
↕	NAME	JOB TITLE	✕
↕	NAME	JOB TITLE	✕

+ ADD MORE

← BACK TO CASE BRIEF

SAVE DRAFT

SELECT YOUR CATEGORY →

PREVIEW CREDITS

NOTE: Credits listed after the first 10 will only be listed on our website.

请按照重要性从高到低列出个人名单。每行名单字符数限制为100个字符（包括空格）。

奖杯将根据登记的送货地址寄出。任何退货和重新运输费用将由参赛者自行承担

参阅荣誉名单部分，了解更多详情。

第4步：选择类别

选择与您所提交参赛作品的类型、主要目的、内容或目标受众最相关的类别。一个参赛作品可以参加多个类别。您所参加的每个类别都需要缴纳报名费。

备注：参赛大中华区实效奖时，需先选“大中华区实效奖（AME GCA）”，再选择所要参赛的类别及子类别。

SELECT CATEGORY
Add Related Categories

SELECT CATEGORIES

Search Categories

> PRODUCTS & SERVICES

> CREATIVITY FOR POSITIVE IMPACT

> BEST USE OF DISCIPLINE

> BEST USE OF MEDIUM

← BACK TO CREDITS

SAVE DRAFT

REVIEW YOUR ENTRY →

第5步：审查参赛作品

✓

REVIEW ENTRY

Summary And Submit

REVIEW ENTRY

BASE INFORMATION

Entry Title: test

Entry Type: Campaign Entry

Brand Name: test

Created By (Agency): New York Festivals

Release / Air Date: February 2023

EDIT

ENTRY DETAILS

CASE BRIEF

Winner Showcase At Our Exclusive Content Partners: Yes

Product Name/Type: test

Campaign Start Date: 10/30/2023

Campaign End Date: 11/8/2023

Campaign Description: New product launch

EDIT

PIECES

File Uploads follow checkout: Please submit your order and then return to your Account Dashboard to submit your work

CREDITS

If your entry wins a Tower, the lines on your Diploma will appear as follows:

Line 1: test, test

EDIT

PRINT

CATEGORIES

Name: PS02 - Products & Services: Beauty Products & Services

EDIT

←

BACK TO CATEGORIES

SAVE DRAFT

ADD ENTRY TO CART

“ReviewEntry” 页面汇总了您的基本信息、名单和参赛类别。请确保这些详细信息正确无误。准备就绪后，单击“ADD ENTRY TO CART”按钮继续。如果您愿意，您可以在购物车添加多个条目。

注意
尽管您可能已经熟悉过去的流程，我们对其作出了部分修改。在您为所报的类别付款后才能开始上传作品。

只有支付参赛作品费用后，您才能上传您的作品。收到确认编号后，您需要在上传每件参赛作品之前用中文输入作品的详细信息，包括标题、作品类型、背景摘要和提交方式等。

BACK TO TABLE OF CONTENTS | BACK TO ENTRY PROCESS TOC

11

第6步：我的购物车

My Cart

EDIT

TEST

TYPE: Campaign Entry

CATEGORY:

- PS02 - Beauty Products & Services

\$795.00

Save for Later

\$795.00

+ ADD ENTRY

VIEW SAVED ENTRIES

CHECKOUT

购物车将显示您已经成功添加到其中的参赛作品。如果您的购物车是空的，请点击“ENTER”以建立新的参赛作品，或者返回您的账户主页完成进行中的参赛作品。

当您成功将条目添加到购物车后，将出现以下选项：

- 1. “EDIT” 编辑：将允许您返回修改作品详情；
- 2. “SAVE FOR LATER” 保存到后台：将您的参赛作品添加到您的账户主页的“已完成参赛作品”板块；
- 3. “+ADD ENTRY” 添加作品：建立新的参赛作品；
- 4. “CHECK OUT” （结账）：继续付款。

第7步：支付

Checkout

BILLING ADDRESS

FIRST NAME

Donny

LAST NAME

Gherardi

STREET

641 LEXINGTON AVENUE, 13TH FL

STREET 2

STREET 3

NULL

CITY

New York

STATE

NY

ZIP CODE

10022

COUNTRY

USA

PHONE

212-271-6278

EMAIL

dgherardi@newyorkfestivals.com

COMPANY

New York Festivals

AWARDS SHIPPING ADDRESS

FIRST NAME

LAST NAME

STREET

STREET 2

STREET 3

CITY

STATE

ZIP CODE

COUNTRY

RECIPIENT CONTACT TELEPHONE

RECIPIENT EMAIL

RECIPIENT COMPANY

请提前准备以下信息：

为了完成您的订单并关闭购物车，我们需要您提供您的账单地址和联系信息以及送货地址和付款方式。如您遇到任何错误，请联系：processing@newyorkfestivals.com

BACK TO TABLE OF CONTENTS | BACK TO ENTRY PROCESS TOC

12

PAYMENT METHOD

ORDER DETAILS

test	\$795.00
Subtotal	\$795.00
Fees	\$23.85
Total	\$818.85

CREDIT CARD

WIRE TRANSFER

Processing Fees: Visa/MC ~ 3.00% and Amex ~ 3.20%

CARD TYPE
Select Card Type

NAME ON CARD

CARD NUMBER

EXPIRATION

January

2023

CVV

SECURITY CODE

HOW DID YOU HEAR ABOUT US?
Email Newsletter

BACK TO CART

REVIEW ORDER

请提前准备以下信息：

请提供您的具体街道地址以及您的签名，以便向您邮寄奖杯。

账单地址：

名字，
姓氏，
具体地址
（xx省
xx市
xx县/区
xx街道
xx门牌号），
国家，
电话，
电子邮件，
公司

邮寄地址：

名字，
姓氏，
具体地址
（xx省
xx市
xx县/区
xx街道
xx门牌号），
国家，
电话，
电子邮件，
公司

支付方式:

(请参考手续费)

卡号，
类型，
持卡人，
卡号有效期，
电汇（额外收取150美元）

PAYMENT METHOD

ORDER DETAILS

test	\$795.00
Subtotal	\$795.00
Fees	\$150.00
Total	\$945.00

CREDIT CARD

WIRE TRANSFER

Wire Transfer Fee: \$150.00

HOW DID YOU HEAR ABOUT US?
Email Newsletter

BACK TO CART

REVIEW ORDER

第8步：审核和提交-电汇

Review

BILLING ADDRESS

SHIPPING ADDRESS

First Name Last Name
641 LEXINGTON AVENUE, 13TH FL
New York
NY
10022
USA
212-271-5278
email@newyorkfestivals.com
New York Festivals

First NameLast Name
718 Lexington Ave
New York
New York
10022
USA
2122715278
email@newyorkfestivals.com
New York Festivals

WIRE TRANSFER

Subtotal	\$650.00
Fees	\$150.00
TOTAL	\$800.00

EDIT ORDER DETAILS

CONFIRM & SUBMIT

完成付款后，最后检查账单和邮寄地址，一切信息确认无误后提交订单，关闭购物车。

审核&提交-信用卡

Review

BILLING ADDRESS

[First Name] [Last Name]

Street 1

Street 2

Street 3

City

State

Zip Code

Country

Phone

e-Mail

Company

CREDIT CARD

[First Name on Card]

*****XXXX

Expiration Date (Month YYYY)

CVV (Security Code)

Subtotal

\$BBB

Credit Card Fees

\$CCC

TOTAL

\$DDD

SHIPPING ADDRESS

[First Name] [Last Name]

Street 1

Street 2

City

State

Zip Code

Country

Phone

e-Mail

EDIT ORDER DETAILS

CONFIRM & SUBMIT

第9步：确认编号

CONFIRMATION: #407765

Entry Date: 11/28/2023

VIEW INVOICE

PIECES DETAILS

BACK TO MY ACCOUNT

NOTE: If you do not receive the invoice copy within 2 hours, please check your Spam or Bulk E-Mail folder just in case the confirmation email/invoice got delivered there instead of your inbox. If so, select the confirmation message and mark it Not Spam, which should allow future messages to get through.

确认后所生成的INVOICE和订单号将以通过电子邮件发送给您，作为您的参赛凭证。

您的订单和参赛作品将显示在账户主页底部。

收到确认编号后，您需要输入参赛作品的详细信息，包括标题、作品类型、背景摘要和提交方式。
您还可以查看订单的INVOICE。

第10步：上传详细信息

该部分主要包括评审团在评审过程中所评审的信息。如果您的参赛作品是系列作品或活动，您需要上传多件作品。请务必点击黄色按钮“SAVE”及时保存您的填写进度。

作品标题和格式

详见文本规范

背景和摘要 (800字以内)

您所填写的内容用于向大评审团和执行评审团介绍您的参赛作品。请确保您所输入的内容包括参赛目的、受众等任何必要信息。

查看背景和摘要

上传

请按照您希望评审团查看的顺序依次上传您的参赛作品。您可以通过拖放文件来上传作品。

若要添加新文件，请点击“+NEW PIECE”或“+CASESTUDY”，并输入有关新文件的背景摘要。

PIECE DETAILS

Describe And Upload

PIECE DETAILS

TITLE OF PIECE

Your Piece

*

ENTRY FORMAT

☐ .Jpg/.Jpeg

☐ .Png

☐ .Mov

☐ .Mp4

☐ .Mp3

☐ .Pdf

☐ Website

JURY BRIEF

your jury brief

797 words left

?

+ ADD TRANSLATION

ENTRY SUBMISSION

UPLOAD NOW

UPLOAD LATER

Drag & Drop

or click to browse files

SAVE AND ADD:

+ CASE STUDY

+ NEW PIECE

SAVE

奖项

每件参赛作品的获奖者可以获得一个奖项（奖杯或获奖证书取决于参赛作品获奖时的最终结果），积分详见相关文件。

您可以在AME Awards Store在线加购奖杯，并根据您的喜好对奖杯个性化定制，以表彰此次参赛中具有突出贡献的个人。

获奖者名单将于2025年7月公布，相关新闻稿将报送国际、区域和本地行业媒体。同时，相关社交平台，实效奖（AME）官网，媒体合作伙伴的出版物、新闻稿和SHOWCASE都将对获奖者进行宣传。得分最高的代理商和机构将被写入实效奖（AME）年度报告。

活动

无论您的参赛作品是单一媒体活动还是整合媒体活动，我们都会提示您完成在线流程。我们要求参赛作品附带有数字图像，以便进行评判和展示。

为帮助评审团更好地了解您的活动及其效果，您最多可以提交6件用于支持您参赛作品的文件（包括案例视频、平面的PDF文件、媒体报道和广告片等）。

类别

类别列表分为四个组别

产品与服务

本类别旨在表彰为满足消费者或企业需求而涉及的实体或数字产品和服务推广活动中的卓越营销表现。

创造积极影响力

本类别旨在表彰所有媒体平台上推动社会公益、促进有益行为、为个人、事业、社会以及动物和环境的福祉带来积极影响和成果的创意活动。

最佳专业应用

以专业技能和工艺为重点，创造性并有效地传递信息，服务于品牌的所有方法。

最佳媒介使用

以任何传播媒介为载体，宣传品牌故事，吸引消费者，推动成果，实现品牌目标，重点关注媒介本身的选择和执行。

同一个项目或活动可参加多个类别。每个类别都需要单独付费，每次提交都必须创建一个单独的条目。发给您的INVOICE将包括所有参赛条目的总计可打印记录，INVOICE将在结账时自动生成并通过电子邮件发送给您。

目录

产品与服务.....	18
创造积极影响力.....	19
最佳专业应用.....	20
最佳媒介使用.....	22

产品与服务

- PS01

汽车

车辆/售后市场产品、汽车、休闲车、摩托车、卡车。
- PS02

美容产品及服务

化妆品、自我护理、美发产品、指甲护理、沙龙、水疗服务。
- PS03

饮料

果汁、软饮料、咖啡、能量饮料、啤酒、葡萄酒、白酒。
- PS04

企业对企业

人力资源、技能评估、会计、技术支持。
- PS05

企业对消费者
- PS06

C&C
- PS07

数字商品

虚拟产品、会员资格、服务保证、订阅书籍、音乐、视频的数字下载。
- PS08

教育

实体店或在线课程、语言班、教学活动。
- PS09

电子产品

消费者与企业-音频、视频、家庭娱乐、放映室、电脑/笔记本电脑、游戏设备、虚拟现实/增强现实设备、音响系统、无人机。
- PS10

时尚

服装、鞋类、配饰、珠宝。
- PS11

个人金融和金融科技

银行、保险、投资。
- PS12

食品

新鲜食品、包装食品、冷冻食品及零食。

- PS13

家具和电器

家电、家具、室内外装饰品。
- PS14

游戏和电子竞技
- PS15

政府/政治

信息来源、招聘、政策或宣传。
- PS16

保险 新

此类别表彰来自保险行业的活动，包括人寿、健康、财产、意外伤害和任何其他类型的保险。
- PS17

健康与福祉

推广非处方产品和服务、健康和个人护理、健康教育和/或意识的活动。
- PS18

医药

面向医疗产品或服务的宣传活动，或者旨在塑造对疾病状况或治疗方法的理解，针对医疗专业人士、从业者或患者。
- PS19

家用产品和服务
- PS20

媒体和娱乐
- PS21

个人护理

卫生用品、自我护理用品、个人小工具和个人电子产品。
- PS22

房地产

商业和住宅。
- PS23

零售商品和电子商务

所有零售和电子商务包括创新的零售概念，如电子商务体验、流行商店或订阅服务。
- PS24

餐饮

快餐、休闲餐饮、高级餐饮、促销和发布。

PS25 软件和应用程序
软件、操作系统或软件/应用程序。

PS26 体育和娱乐
体育和休闲活动的设备和产品。

PS27 电信/互联网

PS28 旅游
航空公司、邮轮、度假村、主题公园、旅游及旅游套餐，包括冒险旅游、生态旅游、烹饪、志愿服务和预定服务。

PS29 青少年营销
面向儿童和青少年的产品和服务营销。

创造积极影响力

CPI01 公民/社会教育

CPI02 循环经济和产品生命周期 新
表彰采用循环经济原则并在整个产品生命周期内促进可持续发展的活动。参赛作品应展示品牌如何最大限度地减少浪费、延长产品的使用寿命，以及创建从设计和生产到使用和报废回收/再利用的闭环系统，为环境和经济效益做出贡献。

CP103 环境和可持续性

CP104 慈善呼吁

CPI05 使命驱动
以产生积极影响为使命的品牌活动，包括“买一捐一”模式、品牌回馈、盈利和行善。

CPI06 促进和平/人权

CPI07 促进健康和人类服务

CPI08 合作/伙伴关系

CPI09 社会意识内容
在地区或全球范围内，传播内容应关注社会变革的方方面面和/或社会中的公平、机会、参与和权利意识。

CPI10 社会平等-多元、公平与包容
针对性别、种族、民族、残疾、年龄等多样性方面的问题的宣传活动。这些运动旨在创建更具包容和公平的社会和组织。

CPI11 科技造福社会
利用技术对社会产生影响的活动。

CPI12 社会正义运动
与特定的社会正义运动（如黑人的命也是命、LGBTQ+权利或性别平等）相一致的活动。

CPI13 社区建设
在地方、区域或全球层面促进社区参与和凝聚力的活动。旨在培养社区成员归属感、团结和互助意识的活动。注重治愈、重建和重新建立因危机而中断的社会联系的活动。

CPI14 心理健康和幸福感
倡导心理健康支持、减少耻辱感、促进幸福感，并为建设一个更富有同情心和心理健康的社会做出贡献的运动。

CPI15 艺术对社会的影响力
该类别旨在表彰那些运用艺术、设计和视觉表达的力量来激发社会变革、培养积极行为，对个人、企业和社会产生持久影响的创意活动。这个类别的参赛作品应该展示艺术元素，如视觉美学、设计、摄影、插图或其他创造性媒介，是如何在促进积极的成果和社会公益方面发挥核心的作用。

最佳专业应用

UD01 人工智能 新
表彰有效使用聊天机器人、虚拟助手或个性化推荐引擎等人工智能驱动技术来增强客户体验、提高参与度或实现业务目标的活动。这一类别突出了人工智能在解决营销挑战和创造定制化消费者互动中的战略作用。

UD04 广告中的音频品牌 新
表彰展示有效利用音频品牌来增强品牌形象并创造令人难忘的消费者体验的广告活动，包括声音徽标、定制音景以及在播客、广告和智能设备中使用的独特音频元素。参赛作品应展示如何整合音频品牌以唤起情感、增强品牌认知度并加深受众联系，同时注重创意对消费者参与度的可衡量影响。

UD02 广告中的自发性知觉经络反应 新
表彰突出自发性知觉经络反应在广告中的有效应用。参赛作品应展示自发性知觉经络反应、微妙的声音如何增强感官体验，与受众建立情感联系，并放大品牌的信息，以创造性的、有目的的方式推动参与度。

UD05 增强现实/虚拟现实/混合现实
这个类别旨在表彰利用AR、VR和MR等新兴技术，创造身临其境的互动营销内容，通过数字、模拟或混合现实环境提高用户参与度并传递品牌信息的杰出广告活动和体验。

UD03 环境
以创新营销活动为主题的创意作品，这些活动能够与周围环境完美融合，在非常规和意想不到的地点，或通过独特的、具有情境意识的策略，有效地吸引受众。这些活动模糊了广告与环境之间的界线，提供了令人难忘且沉浸式的品牌体验。

UD06 前卫/创新
突破传统广告边界的营销活动和策略，展示最前沿的创意，非传统的想法、开创性的方法，从而有效地抓住和吸引目标受众。

UD07 品牌内容/娱乐
本类别表彰超越传统广告，将品牌信息或产品天衣无缝的融入娱乐内容。无论是以影视、网络系列剧、播客还是其他娱乐媒体的形式，通过引人入胜的故事为受众提供价值，同时有效传达品牌形象和信息。

UD08 品牌

UD09 创造性地使用技术

UD10 数据

UD11 设计

UD12 数字

UD13 直效广告和宣传品

UD14 交互式叙事 新
表彰通过沉浸式互动故事讲述吸引消费者的活动。参赛作品应突出互动元素的使用，无论是通过数字媒体、应用程序还是邀请受众参与故事的活动，从而实现消费者与品牌的互动。

UD15 整合（多种媒介）

UD16 低预算（低于100,000美元）

UD17 媒体策划

UD18 媒体合作

UD19 多元文化营销
针对目标市场的文化和民族群体进行营销。

UD20 新产品/服务推出

UD21 促销

UD22 公共关系策略
该类别旨在表彰战略性地运用公关策略、媒体关系和信息传递对公众认知产生积极影响、建立信任并实现特定传播目标。

UD23 使命驱动营销 新
表彰具有明确的社会目的，影响力超越传统品牌目标的活动。参赛作品应展示品牌的使命如何与社会、环境或社区驱动的目标保持一致，以及这些举措如何与受众产生共鸣，从而引起他们的关注并付诸行动。

UD24 赞助

UD25 用户生成内容（UGC）新
表彰利用用户生成的内容来提高品牌知名度和参与度的活动。参赛作品应展示品牌如何让受众参与、创建或分享内容，从而有效地利用真实的、由消费者驱动的故事来扩大品牌的信息。

最佳媒介使用

UM01 音频/无线电

UM02 激活和参与

表彰在积极吸引目标受众参与方面表现出色的活动。无论是通过互动体验、活动、社交媒体互动，还是通过其他有效抓住受众的策略，这些富有创意和实效的作品都能点燃受众的热情。

UM03 品牌内容/娱乐

本类别表彰超越传统广告，将品牌信息或产品天衣无缝的融入娱乐内容。无论是以影视、网络系列剧、播客还是其他娱乐媒体的形式，通过引人入胜的故事为受众提供价值，同时有效传达品牌形象和信息。

UM04 宣传品

该类别表彰有效传达品牌信息或推广产品或服务的杰出营销材料、印刷品或数字资产。包括但不限于设计、内容和宣传材料（如小册子、传单、海报和其他宣传品）等表现卓越的作品。

UM05 创造性的合作或赞助

成功利用与其他品牌、意见领袖或组织的合作关系和赞助来实现营销目标的宣传活动。

UM06 数字体验

该类别认可利用数字技术创造沉浸式、交互式和引人入胜的在线或虚拟体验的杰出活动，通常展示网页设计、用户界面、用户体验和数字叙事方面的创新。

UM07 活动

在某一环境或商业环境中与品牌进行的互动。

UM08 体验式营销

体验式营销赞扬创新的宣传活动，通过活动、装置或互动激活，创造沉浸式的、现实世界的品牌体验。该类别认可超越传统广告的策略，能够在个人层面上与观众进行互动和连接。该类别旨在表彰那些超越传统广告，与受众建立个人层面的互动和联系的策略。通过活动、装置或互动活动来创造沉浸式的、真实的品牌体验。

UM09 游戏化

该类别表彰融合游戏元素、机制或互动策略以吸引受众的营销活动或体验。

UM10 游击营销

该类别旨在表彰那些利用非常规的、吸引眼球，且通常采用低成本的营销策略并产生重大影响的营销活动。

UM11 影响者营销

由名人、有影响力的人物和机构代言和/或植入产品的营销/推广活动。

UM12 室外/户外/数字户外

UM13 播客

UM14 卖点广告

UM15 快闪店

UM16 印刷

UM17 可购买媒体

表彰将电商功能融入媒体内容的广告活动，使消费者能够直接接触广告并在体验中完成购买。包括Pinterest的购物图钉、Facebook的商店、YouTube广告的“购物时刻”。广告活动应展示这种整合如何在改善消费者的购买旅程的同时产生可衡量的影响。

UM18 社交媒体和社交视频

UM19 社交媒体运营
在品牌社交空间内吸引受众。

UM20 专业技术材料/传播
针对专业受众的传播，旨在传递信息和/或引起反响，如网站、微型网站、互动销售材料、电子零售、互动电子学习或教育平台。

UM21 广告片

UM22 用户体验设计
用户体验设计，涵盖产品开发的所有方面，包括设计、可用性、功能、品牌和营销。任何影响屏幕内外用户体验的因素。

UM23 网站

UM24 城市影响力 **新**
该类别旨在表彰那些利用城市环境、街头艺术、装置艺术和非常规媒介的力量,在目标受众中留下持久印记的活动。

评审

评审团

纽约节大中华区实效奖评审团成员包括创始人、首席创意官、首席战略官、首席执行官、首席营销官、策划主管、管理合伙人以及顶尖策略和创意人，他们都是各地区广告公司和品牌中具有影响力的领导者。评审团由拥有丰富行业经验、屡获殊荣的专业人士组成，该评审团精通创造具有突破性结果的地区和全球营销活动。

评分

评委们将根据4项具体标准对每件参赛作品进行评分，每项标准都根据重要性进行加权：

- 结果与效果30%
- 创意25%
- 执行25%
- 挑战/策略/目标20%

评审流程

参赛作品将根据策略、创意、执行和营销效果的高标准进行多轮评审，以确定入围奖、佳作奖、铜奖、银奖、金奖和全场大奖（颁给得分最高的金奖作品）。创意执行、营销简报中的细节以及作品的整体呈现形式都会被考虑进去，来自外部的成果证明也非常重要。

第一轮：初审

大评审团对本地区的参赛作品进行评审，并根据作品本身的优点打分，而不是与其他参赛作品进行比较。
这一轮将决定进入决赛的名单。

第二轮：现场终审

所有入围作品将根据其本身的优点再次进行评分。这一轮将决定佳作奖、铜奖、银奖、金奖和全场大奖（颁给得分最高的金奖作品）

提交参赛作品

我们单独制作了一份指南，完整介绍了提交作品的7个步骤。

七个步骤

- 基本信息
- 案例简介
- 荣誉名单
- 选择类别
- 审查参赛作品
- 支付
- 上传

我们的在线报名系统允许您保存数据，然后返回完成报名。同一件作品您可以参加单个类别，也可以参加多个类别，且无需分别填写报名表。只需点击每个类别旁边的方框即可。请注意，每个类别均需单独支付参赛费。

文本格式

为了更好地评判和展示您的作品，请遵守以下文本格式标准：

作品标题和品牌名称

活动名称必须使用单个/系列标题或使用斜杠分隔的单个广告标题。

单个参赛作品示例

参赛作品的标题

系列/活动参赛作品示例

标题一/标题二

带有总标题的系列/活动参赛作品范例

活动标题：标题一/标题二

客户/品牌网址

仅需提交客户端或网址

示例

www.midasawards.com

荣誉名单

在提交获奖证书/名单时，请注意，如果您的参赛作品获奖后，奖杯所配套的证书上将列出以下信息：

- 参赛作品名称
- 网络/品牌名称（如有）
- 作品标题
- 类别名称
- 比赛年份
- 前十位获奖者姓名及相应职务

其他获奖者的姓名和职务可在我们网站的“展示”部分列出。进入入围名单的作品将有机会在最终公布之前更新和更正荣誉名单和邮寄地址。但是，如果没有进行更正，参赛中列出的荣誉名单和邮件地址将被视为最终的确认信息。获奖奖杯将只寄往参赛者的邮寄地址。任何退货和重新运送的费用均由参赛者支付。
您可以为参与作品创作的个人加购定制化的奖杯。任何运费和关税均由获奖者承担。

技术要求

[返回第九步-作品详情和上传](#)

案例研究视频应该简明扼要。建议时长：3-5分钟。

上传选项

结账后，您可以通过确认页面或您的帐户控制页面中提供的链接上传作品，或者点击“上传作品”。

如有任何技术问题，请发送电子邮件发送到：processing@NewYorkFestivals.com

可接受的数字文件格式

MP3

MPEG-2音频层III，立体声或单声道，44.1kHz，16位采样，最低采样速率：160kbps。

JPG/JPEG

300dpi分辨率，RGB颜色，2000x3400像素。不接受CMYK格式。

MOV和MP4

必须使用H.264压缩，首选10位视频源（选择“启用流媒体”或“快速启动”）。
音频必须编码为48kHz16位采样的MPEG4/AACMainProfile压缩器。（最低160KBPS，建议256KBPS）。

我们不接受PRORES文件。

网址

您可以提交一个网页作为参赛作品或辅助创作材料。所有链接必须在7月31日之前保持有效，如果您的作品获奖，则链接需永久有效。链接还必须是无需登录或密码的直接链接。

如果从YouTube、Vimeo、SoundCloud或其他流媒体网站提交作品，请确保您的文件可以下载。如果无法下载，我们将需要您提交视频或音频文件，以便在您的作品进入决赛时进行展示。