

SHOP! MARKETING AWARDS 2026

# FACT SHEET

参 | 赛 | 手 | 册

# CONTENTS

01

## 关于SHOP! MARKETING AWARDS

奖项简介 / 发展历程 / 过往获奖者 / 荣誉赋能

02

## 报名流程

报名时间与费用 / 比赛类别 / 参赛流程 /  
投稿要求 / 获奖者权益 / 套餐及说明

03

## 评审

评审团 / 评审标准

04

## 颁奖典礼

典礼回顾

SHOP! MARKETING AWARDS

# 奖项简介

## SHOP! MARKETING AWARDS

是由SHOP!国际零售协会·亚洲合作组织 (SHOP!eaco) 主办的零售营销领域国际权威奖项, 隶属于SHOP!大奖赛旗下核心赛事。自1936年协会成立以来, SHOP!营销奖在全球范围内持续表彰优秀的零售营销案例, 被誉为零售营销界的风向标。

## 90多年行业协会历史

SHOP!国际零售协会成立于1936年, 是当今世界上最悠久最权威、非营利性的国际零售组织之一。通过组织有价值的活动和前瞻性的研究及举办全球荣誉大奖赛等项目, 在全球范围内实践我们推动全球零售业发展的使命。

## 60多年奖项历史

SHOP!国际零售协会自1958年举办首届SHOP!大奖赛以来, 全球超过10万个参赛作品。旗下国际奖项有:

**SHOP! MARKETING AWARDS / SHOP! DESIGN AWARDS / SHOP! VIBESPACE AWARDS。**

2025年成立SHOP! MARKETING AWARDS, 是为挖掘表彰零售营销创新, 推动零售业新发展而设立的奖项。

SHOP! MARKETING AWARDS

# 发展历程

逾**90年历史**的协会背景,与全球消费品行业同人共见跌宕起伏。

1936

POPAI  
(Point of Purchase Advertising  
International) 成立

1956

NASF (National Association of  
Store Fixture Manufacturers)  
成立

1958

第一届属于零售界的唯一的大奖  
赛"POPAI AWARDS"对外公开  
招募作品

2015

POPAI与ARE合并,正式更名为  
SHOP!

2016

SHOP!大中华区会员参与本全  
球性的奖项活动

2019

SHOP!大奖赛颁奖典礼联合  
CCFA在青岛举办,与500位来宾  
共同见证超100个零售界的荣耀  
时刻

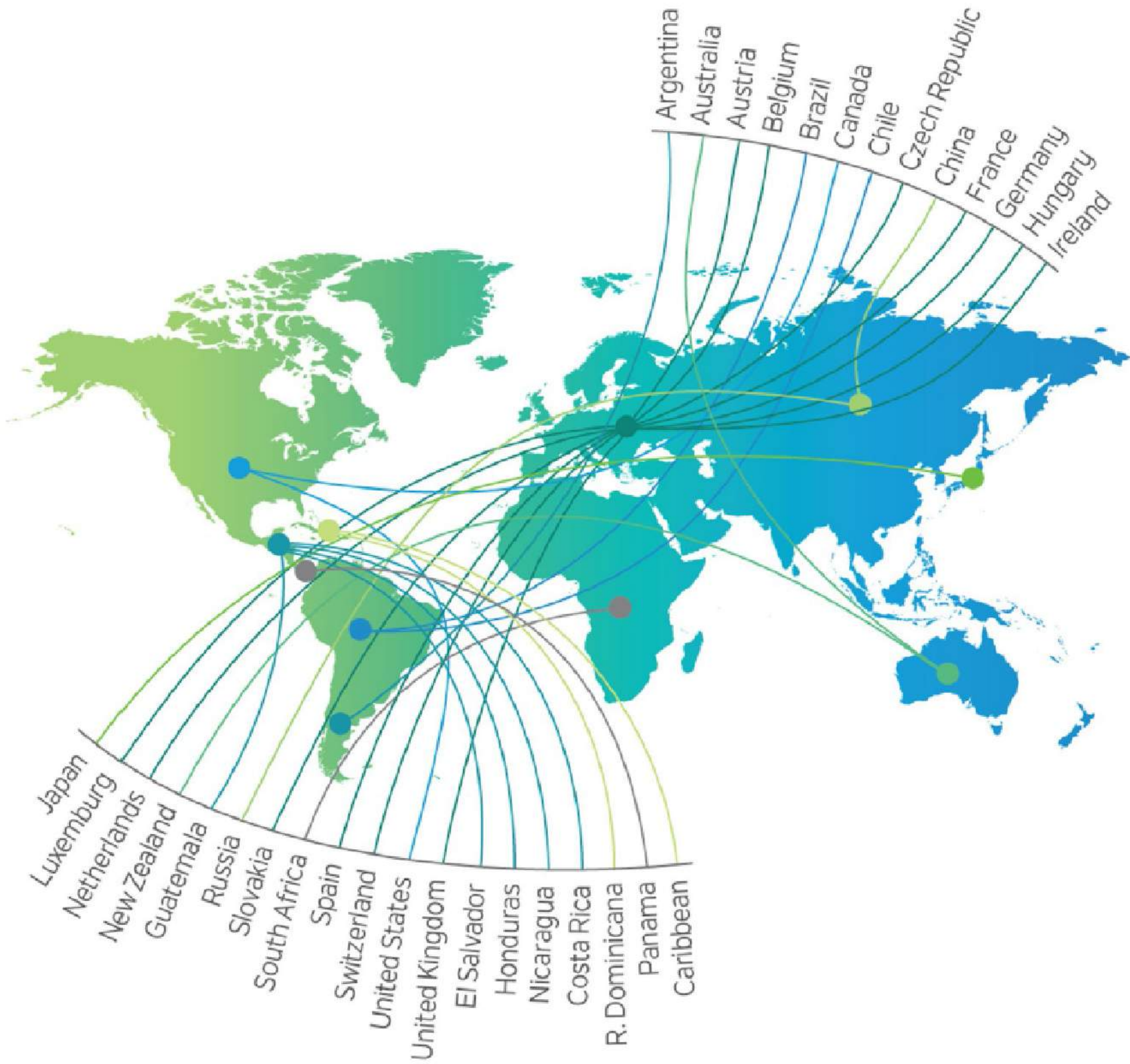
2023

SHOP!大中华区正式改名  
SHOP!eaco,并取得由SHOP!总  
部的亚洲区授权

# 发展历程

全球**15**个分支机构, 覆盖**25**个国家和地区, 拥有近**2000**个企业会员。

| 机构                                 | 国家                                                                                                                                                                                                                                                          |
|------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| AUSTRALIA/NEW ZEALAND              |                                                                                           |
| ARGENTINA                          |                                                                                                                                                                            |
| BRASIL                             |                                                                                                                                                                            |
| CENTRAL AMERICA & THE CARIBBEAN    |                                                                                                                                                                            |
| CENTRAL EUROPE                     |                                                                                                                                                                            |
| CHILE                              |                                                                                                                                                                           |
| DACH                               |    |
| FRANCE                             |                                                                                                                                                                          |
| EAST ASIA COOPERATION ORGANIZATION |                                                                                                                                                                          |
| HUNGARY                            |                                                                                                                                                                          |
| RUSSIA                             |                                                                                                                                                                          |
| SOUTH AFRICA                       |                                                                                                                                                                          |
| SPAIN                              |                                                                                                                                                                          |
| UK / IRELAND                       |                                                                                                                                                                          |
| USA / Global                       |                                                                                                                                                                          |
| JAPAN                              |                                                                                                                                                                          |



SHOP! MARKETING AWARDS

# 过往部分获奖者

全球超过10万个产品及项目参赛,是无数企业追逐的荣誉。



数字化营销奖  
策划及执行单位



SHOP! MARKETING AWARDS

# 荣誉赋能

SHOP! MARKETING AWARDS面向全球开放征集, 这是值得您参赛的理由!



## 零售界的“奥斯卡”

数十年发展史, SHOP!大奖赛已覆盖全行业, 受到全球品牌和零售商重视及青睐。

## 低成本打开海外知名度

通过参赛, 用作品的实力赢得全球曝光机会。借助SHOP!eaco, 轻松打开海外市场!

## 国际权威认证

获奖机构将获颁发SHOP!全球国际赛事认证的奖杯与证书, 国际化背书更具权威性!

## 与全球500强同台竞逐

全球超过10万个产品及项目参赛, 获奖意味着您的企业进入国际顶尖实力领域。

## 国际资源与人脉

有机会参与国际展会与考察, 与行业大咖、潜在客户取得联系。

## 激发团队鼓励创新

通过参赛, 激励您的内部团队, 成为进步的动力。

SHOP! MARKETING AWARDS

# 报名时间与费用

SHOP! MARKETING AWARDS收费标准公开透明，不存在隐藏性收费项目，参赛者可通过线上支付方式用美元付款。

目前常规阶段与评审阶段免费，评审通过后，再缴交提名费。

常规阶段

2026/06-2026/09

**FREE**

评审

2026/10

**FREE**

提名费

2026/11

**\$980** or **¥6860**

颁奖典礼

2027/03

\* 主办方保留上述时间变更的权利，请以官方最新通知为准。

# 比赛类别

目前设置【常规赛道】、【数字化营销】两大类别，共28个赛道。

| 常规赛道       | 数字化营销           |
|------------|-----------------|
| 超市、食杂店和便利店 | 专项类 - 新零售内容营销单元 |
| 百货商场和购物中心  | 专项类 - 社会化营销单元   |
| 美容美妆       | 专项类 - 视频内容营销单元  |
| 玩具、运动和时尚   | 专项类 - 内容实效电商单元  |
| 视觉/场景营销    | 专项类 - AIGC营销单元  |
| 门店设计装修     | 行业类 - 汽车营销单元    |
| 展柜和货架      | 行业类 - 快消品营销单元   |
| 快闪店、店中店和专柜 | 行业类 - 娱乐营销单元    |
| 品类管理       | 行业类 - 文旅营销单元    |
| 店内促销       | 行业类 - 金融营销单元    |
| 跨界零售       | 行业类 - 体育营销单元    |
| 购物者营销活动    | 行业类 - 大健康营销单元   |
| 绿色环保项目     | 行业类 - 教育营销单元    |
| 海外市场       | 行业类 - 公益营销单元    |

SHOP! MARKETING AWARDS

# 参赛流程及投稿要求

参加SHOP! MARKETING AWARDS，您必须提供可用于评审展示的作品和营销/品牌团队信息，如果您的参赛作品获奖，这些信息也将用于展示。一旦支付了报名费，报名即被视为完成。所需信息和材料文具的详细概述可以在下一页面中找到。

## PROCESS

### 01 注册

登录SHOP! MARKETING AWARDS  
官网注册账号

### 02 提报

登记您的产品信息及上传参赛作品文件

### 03 评审

评审团对参赛作品进行评分

### 04 结果通知

登录账号查询结果

### 05 获奖者套餐预订

选择对应的获奖者权益并支付费用

### 06 颁奖典礼

按官方通知出席颁奖典礼

# 参赛流程及投稿要求(常规赛道)

## 以下12个子赛道统一标准

超市、食杂店和便利店

百货商场和购物中心

美容美妆

玩具、运动和时尚

视觉/场景营销

门店设计装修

展柜和货架

快闪店、店中店和专柜

品类管理

店内促销

跨界零售

购物者营销活动

## 投稿要求

- 作品按每个案例来报送，报送的内容是4张图片（图片要求每张图片20M以内，可接受的格式为jpg, jpeg, png, gif）及回答组委会指定的6条问题。
- 可以附带陈述视频一条（2分钟内，100M以内，格式是mp4），陈述视频不是必选项，可以选择提交或者不提交。
- 同一个案例可以投放多个不同的奖项类别，提交的报送资料需要根据不同奖项类别的属性有所侧重来进行报送。
- 评审和打分标准：从 **设计 / 生产 / 表达 / 创新 / 效果 / 参与 / 效益** 7方面对产品进行评分。

## 参赛企业将需要对以下6个竞赛问题进行回答

- ① 这个项目的客户在需求文案中提出的营销目标是？（最多300字）
- ② 从设计、生产(或策划)和落地三个角度，描述这个项目如何满足客户需求？（最多300字）
- ③ 这个项目是否帮助增长客户业绩？如有相关的产品销售数据，尤其投入产出比，请列出。（最多300字）
- ④ 关于这个项目，是否有进一步说明或补充，如有，请列出。（最多300字）
- ⑤ 预期寿命
- ⑥ 生产数量

# 参赛流程及投稿要求 (常规赛道)

## 绿色环保项目

此奖项的设立是对那些参赛企业及其客户伙伴为减少对环境负面影响而设计或制作的展示产品、展示项目的认可,鼓励大众企业在生产及设计时候多考虑环境保护。

### 凡包含以下内容的产品及项目,可以参加本类别:

- 可重复使用或回收利用的展示产品
- 展示产品或项目在(例如)塑胶组件或复合板材上使用创新方案以代替有害材料的使用
- 设计含环保概念,产品使用了回收材料或环保材料
- 与展示有关的循环或回收项目
- 循环经济而设计、制作的产品或项目

**【绿色环保陈列展示】**提示参赛企业要考虑参赛作品是否从外观设计到使用设计都体现减少浪费及长期意识

## 投稿要求

- 作品按每个案例来报送,报送的内容是4张图片(图片要求每张图片20M以内,可接受的格式为jpg, jpeg, png, gif)及回答组委会指定的5条问题。
- 可以附带陈述视频一条(2分钟内,100M以内,格式是mp4),陈述视频不是必选项,可以选择提交或者不提交。
- 同一个案例可以投放多个不同的奖项类别,提交的报送资料需要根据不同奖项类别的属性有所侧重来进行报送
- 评审和打分标准:从**设计 / 生产 / 表达 / 创新 / 效果 / 参与 / 效益** 7方面对产品进行评分。

### 参赛企业将需要对以下5个竞赛问题进行回答

- ① 在项目设计阶段,参赛作品是否减少了对环境的污染?
- ② 如何减少参赛作品所使用的材料和生产过程中造成的环境污染?
- ③ 参赛作品的基础设施(设备、环境等)对环境变化是什么?例如降低能耗,减少废物或废物再利用,以及加强对过程的监控?
- ④ 参赛作品的供应链在生产过程中如何有效地保护环境?
- ⑤ 参赛作品现场安装工作中的最后工序是否也有利于生态环境保护?请具体说明采取的具体程序和措施。

# 参赛流程及投稿要求(常规赛道)

## 海外市场

为了提供亚洲区零售企业与国际零售、营销、广告和设计行业头部同台竞争的平台,促进中国零售道具行业和营销广告业走向世界,SHOP!大奖赛赛委会2020年成立“海外市场”类别并于本届赛事继续沿用。

若该企业所在地区没有常规SHOP!/POPAl大奖赛覆盖,则这个奖项对该企业是有绝对竞争力、更高含金量的国际认证奖项。

## 参赛作品可以是以下任一项(但不限于):

零售营销展示道具产品

零售营销广告项目

零售门店店装设计

零售营销广告活动

## 投稿要求

- 作品按每个案例来报送,报送的内容是4张图片(图片要求每张图片20M以内,可接受的格式为jpg, jpeg, png, gif)及回答组委会指定的6条问题。
- 可以附带陈述视频一条(2分钟内,100M以内,格式是mp4),陈述视频不是必选项,可以选择提交或者不提交。
- 同一个案例可以投放多个不同的奖项类别,提交的报送资料需要根据不同奖项类别的属性有所侧重来进行报送
- 评审和打分标准:从设计 / 生产 / 表达 / 创新 / 效果 / 参与 / 效益 7方面对产品进行评分。

## 参赛企业将需要对以下6个竞赛问题进行回答

- ①这个项目的客户在需求文案中提出的营销目标是?(最多300字)
- ②从设计、生产(或策划)和落地三个角度,描述这个项目如何满足客户需求?(最多300字)
- ③这个项目是否帮助增长客户业绩?如有相关的产品销售数据,尤其投入产出比,请列出。(最多300字)
- ④关于这个项目,是否有进一步说明或补充,如有,请列出。(最多300字)
- ⑤预期寿命
- ⑥生产数量

# 参赛流程及投稿要求 (数字化营销)

## 专项类 - 新零售内容营销单元

以互联网为依托,通过运用各类信息化、智能化的技术手段,对商品的生产、流通与销售过程进行升级改造,对线上服务、线下体验及现代物流进行深度融合的案例。

## 专项类 - 社会化营销单元

在社会化营销平台上,运用各种营销技术手段,达成预先设定的效果营销KPI考核指标,尤其是销售目标的优秀案例。

## 专项类 - 视频内容营销单元

通过策略与创意的融合,故事性和戏剧性的讲述,以视频形式精准高效传播品牌主张,实现品牌触达受众,提升受众互动和品牌体验,达成目标结果的案例。

## 专项类 - 内容实效电商单元

以独具洞察力的策略与创意,优秀的文案,强有力的执行,创作品牌化内容引发网友疯狂转发、评论、点赞并取得不错营销效果的优秀案例。

## 专项类 - AIGC营销单元

利用AI技术在营销领域创新应用的优秀案例。创作作品应具有营销策略的创新性、技术应用的成熟度、营销效果的显著性以及对行业的引领作用。

## 投稿要求(以上14 个子赛道统一标准)

- 作品按每个案例来报送,报送内容是一个阐述作品PPT,展示内容主要是项目背景、创意内容、投放渠道、营销效果4个版块。
- 可以附带陈述视频一条(2分钟内,100M以内,格式可以是mp4),陈述视频不是必选项,可以选择提交或者不提交。
- 同一个案例可以投放多个不同的奖项类别,提交的报送PPT和视频需要根据不同奖项类别的属性有所侧重来进行报送。
- 评审和打分标准:背景环境 10%、项目创意 30%、投放策略 25%、效果影响 35%

# 参赛流程及投稿要求 (数字化营销)

## 行业类 - 汽车营销单元

汽车企业利用数字化技术手段实现产品或服务推广,通过多方打通数据壁垒,全面洞察用户,多元化的营销手段、营销渠道和营销方式,提升营销效率的案例。

## 行业类 - 快消品营销单元

快速消费品企业通过社交媒体、微博、微信公众号、电商平台、移动端应用等渠道以及搜索引擎营销/优化等手段,利用大数据实现精准营销,提高自身品牌知名度和曝光率,扩大销售渠道,提高销售额的案例。

## 行业类 - 娱乐营销单元

企业品牌以娱乐合作营销模式("娱乐"不限于影视,综艺,音乐,游戏等),形成有效品牌目标触达,提升品牌声量,实现品牌互动和效果转化的案例。

## 行业类 - 体育营销单元

企业品牌借助体育赛事、将拥有巨大流量与影响力的优质体育内容与品牌长期的营销策略进行整合,利用技术和营销形式的数字化创新,显著提升品牌影响力,助力销售额大幅增长,实现市场收益显著跃升的案例。

## 行业类 - 大健康营销单元

企业品牌借助健康的元素/形式,建立品牌与客户的情感联系,提升品牌认知与美誉度,或进一步开展后续一系列连接和销售转化的营销活动的案例。

## 投稿要求(以上14个子赛道统一标准)

- 作品按每个案例来报送,报送内容是一个阐述作品PPT,展示内容主要是**项目背景、创意内容、投放渠道、营销效果**4个版块。
- 可以附带陈述视频一条(2分钟内,100M以内,格式可以是mp4),陈述视频不是必选项,可以选择提交或者不提交。
- 同一个案例可以投放多个不同的奖项类别,提交的报送PPT和视频需要根据不同奖项类别的属性有所侧重来进行报送。
- 评审和打分标准:**背景环境 10%、项目创意 30%、投放策略 25%、效果影响 35%**

# 参赛流程及投稿要求 (数字化营销)

## 行业类 - 教育营销单元

教育机构等企业通过建立专业网站、社交媒体营销、创造有价值的内容和使用在线广告等方式,增强品牌形象,提升营销的效果和效率的案例。

## 行业类 - 公益营销单元

以营利为目的企业把商业目标与社会效益(健康、教育、社区、家庭等)紧密结合在一起,并进而正面影响公司整体品牌战略,最终产生积极的商业和社会价值的案例。

## 行业类 - 文旅营销单元

旅游景区、酒店住宿、主题乐园、文创产品等企业,通过网站和社交媒体账号,SEO优化、SEM广告投放、新媒体推广等多种方式,提高网站的曝光度和排名,增加流量和转化率。利用大数据分析和人工智能技术,提升用户体验和满意度。通过虚拟现实、全息投影、数字化导览等创新科技手段,提高旅游产品和服务的质量和特色,增加用户粘性和口碑传播的案例。

## 行业类 - 金融营销单元

银行、保险、证券、金融科技等企业,运用人工智能、云计算等方式,实现营销策略的智能化、精细化;通过电商、出行、支付等多种生活场景,以及数字化媒体渠道进行产品销售和品牌传播,提升用户满意度和产品精准营销推广效果的案例。

## 投稿要求(以上14个子赛道统一标准)

- 作品按每个案例来报送,报送内容是一个阐述作品PPT,展示内容主要是项目背景、创意内容、投放渠道、营销效果4个版块。
- 可以附带陈述视频一条(2分钟内,100M以内,格式可以是mp4),陈述视频不是必选项,可以选择提交或者不提交。
- 同一个案例可以投放多个不同的奖项类别,提交的报送PPT和视频需要根据不同奖项类别的属性有所侧重来进行报送。
- 评审和打分标准:背景环境 10%、项目创意 30%、投放策略 25%、效果影响 35%

SHOP! MARKETING AWARDS

# 获奖者权益

SHOP! MARKETING AWARDS分为**金奖、银奖、铜奖** 3个级别。每个获奖者都是在与全球500强同台竞逐中脱颖而出的佼佼者。

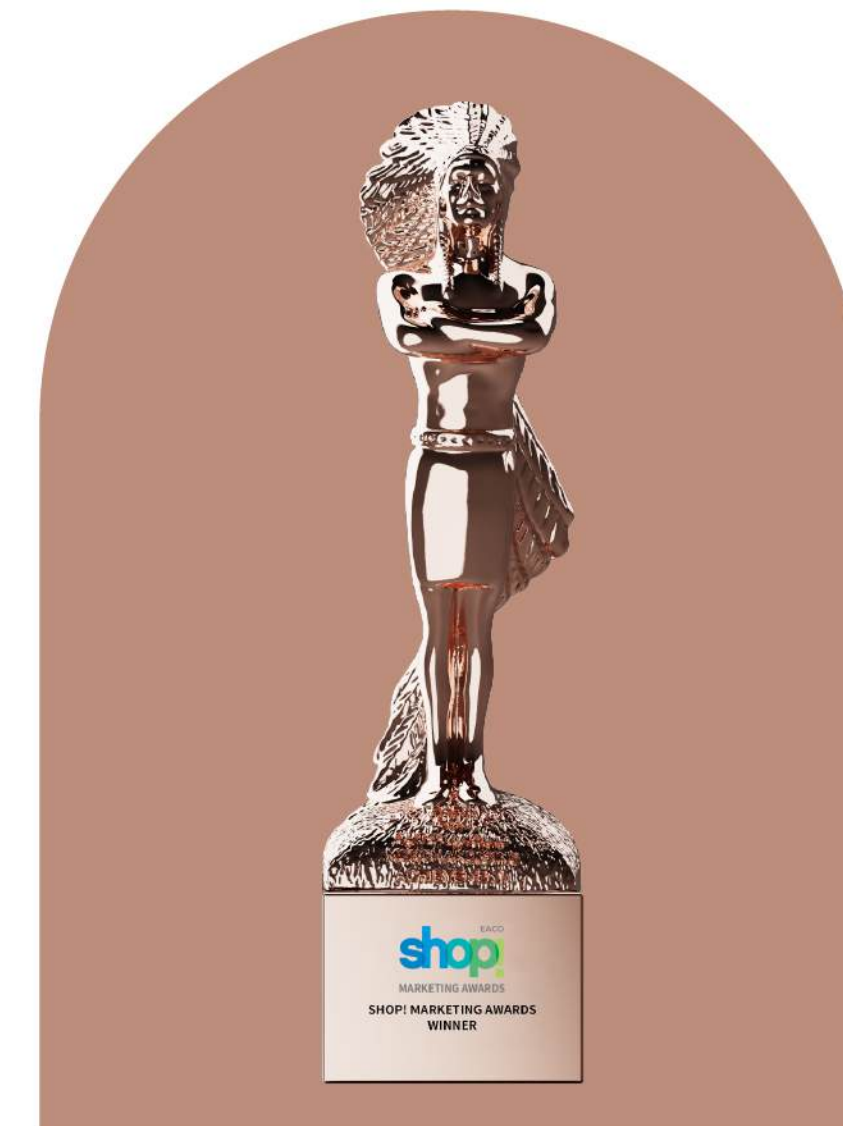
## SHOP! MARKETING AWARDS GOLD



## SHOP! MARKETING AWARDS SILVER



## SHOP! MARKETING AWARDS BRONZE



# 套餐及说明

所有金奖、银奖、铜奖的获奖者都必须购买获奖者套餐。这些权益，可帮助您向潜在客户、全球媒体、业务利益相关者传达您的成功讯息。

| 获奖者套餐               | Gold/Silver/Bronze<br>Winners' Package<br>\$980 or ¥6860 |
|---------------------|----------------------------------------------------------|
| 获奖者标签               | <input type="radio"/>                                    |
| 数字证书×1+纸质证书×1       | <input type="radio"/>                                    |
| 获奖作品线上展览            | <input type="radio"/>                                    |
| SHOP!国际零售协会官方发布获奖信息 | <input type="radio"/>                                    |
| 主流媒体报道              | <input type="radio"/>                                    |
| 社交媒体发布              | <input type="radio"/>                                    |
| 颁奖典礼门票×1            | <input type="radio"/>                                    |
| 奖杯×1                | <input type="radio"/>                                    |
| 免费成为SHOP!协会会员名额×1   | <input type="radio"/>                                    |

SHOP! MARKETING AWARDS

# 套餐及说明



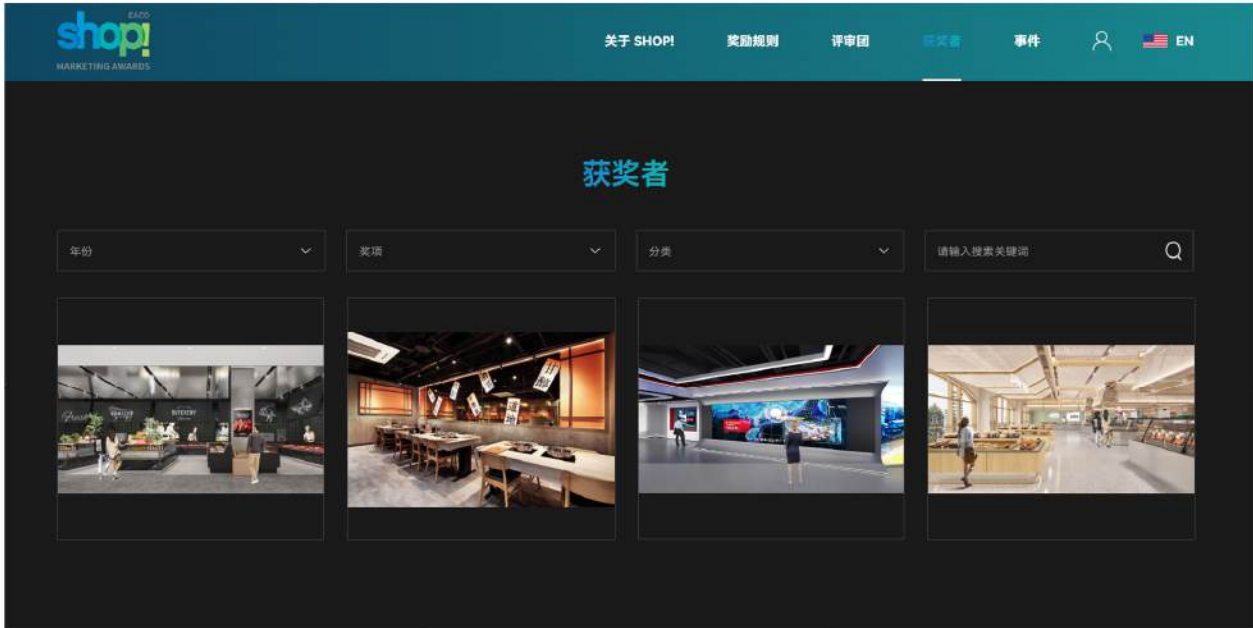
### 获奖者标签

获奖者可在全球范围内使用获奖者标签，可用于获奖作品的包装、广告、印刷品、网站及活动等。



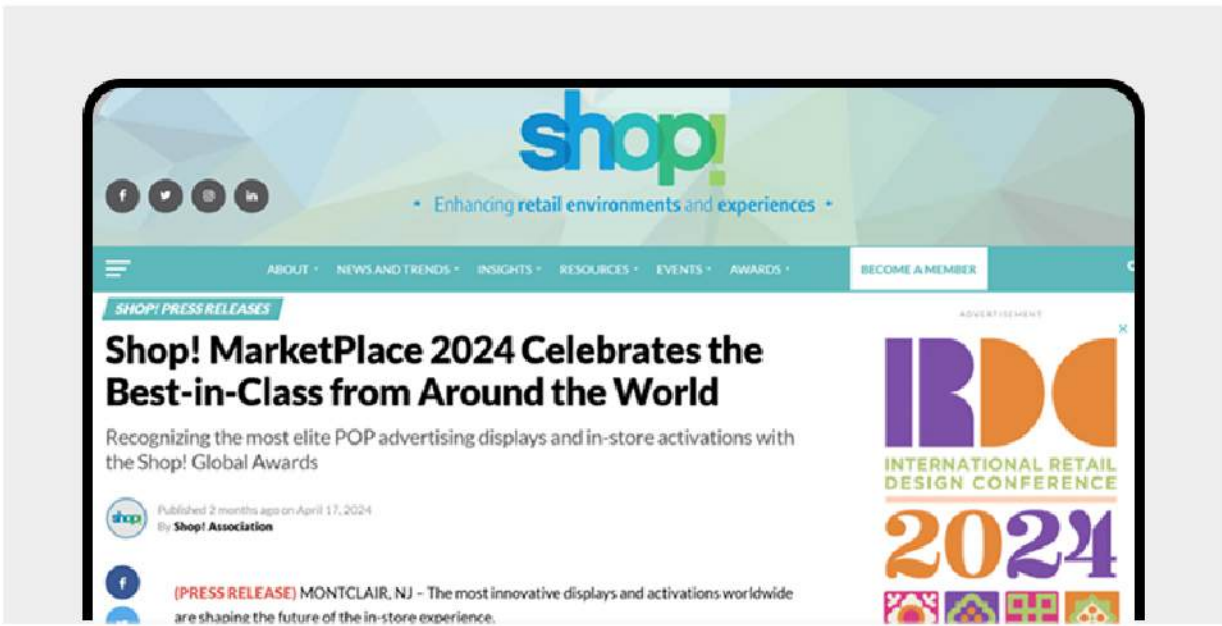
### 获奖者证书

向获奖者提供电子证书一份和纸质证书一份，以证明他们是获奖者。



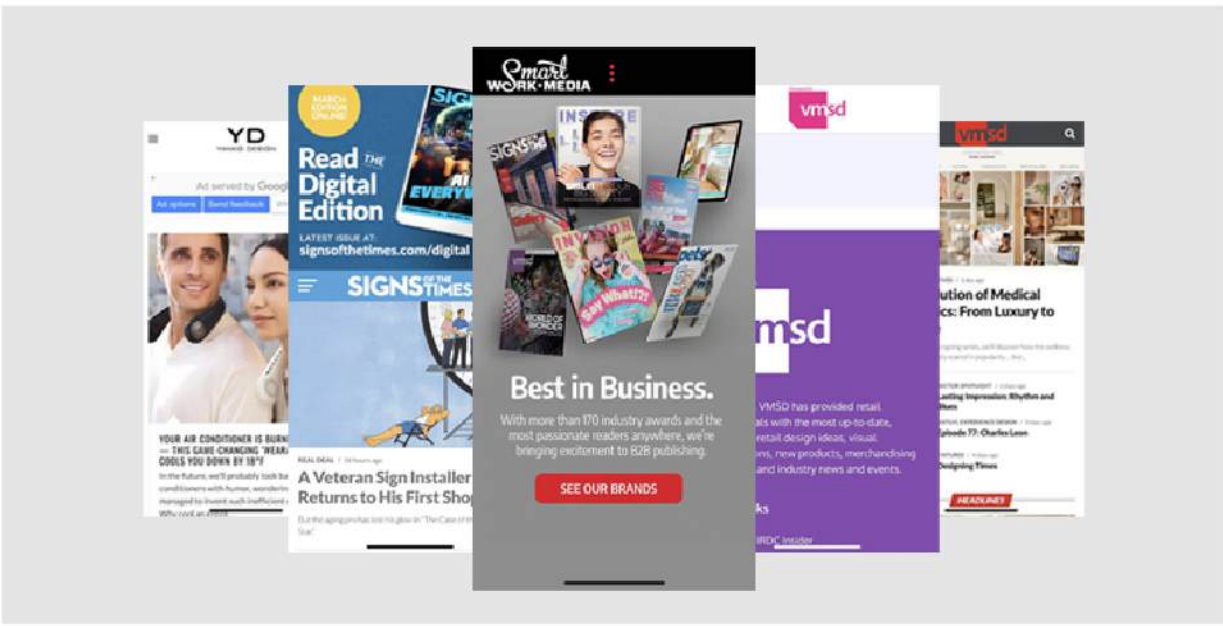
### 线上展览

所有获奖作品都将收录我们的获奖档案中，通过我们的网站上向全球用户展示。



### SHOP!全球官网报道

我们会将优秀的获奖作品用特定界面在SHOP!全球官网进行报道。



### 主流媒体报道

我们拥有全球媒体合作资源，获奖者将获得主流媒体的曝光机会。

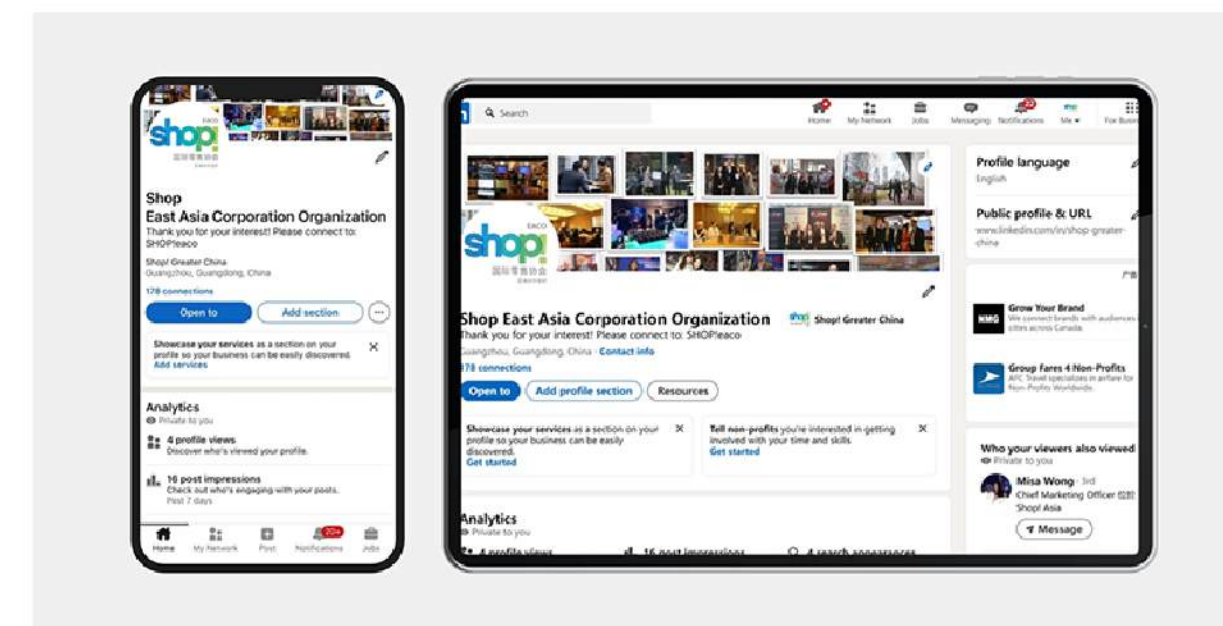
SHOP! MARKETING AWARDS

# 套餐及说明



## 颁奖典礼

获奖者将获得年度颁奖典礼门票一张，受邀参加颁奖典礼以及相关展览活动。



## 社交媒体发布

获奖者将在SHOP! MARKETING AWARDS的社群媒体露出，包括IG、Facebook、WeChat等官网账号。



## SHOP!奖杯（又称“小金人”）

由纽约Elliot J. Axelrod在1950年雕塑造型，我们为金、银、铜奖获奖者提供奖杯一个，祝贺您荣获零售界的“奥斯卡”。



## 会员名额

获奖者可以免费获得一个加入SHOP! 国际零售协会的会员名额，享受指定协会会员权益。

# 评审团

SHOP! MARKETING AWARDS评审团由全球营销领域权威人士及行业专家组成,以确保评审的专业性、公平性和权威性,评审团采用邀请制,每年不固定,此处为部分评审。



Jochen Michael Thomas

 德国

Giannoccaro意大利设计与创意机构的首席执行官  
国际商业战略师和人工智能顾问  
联合国工业发展组织 (UNIDO) 国际创业专家顾问



陈亮途

 中国·香港

SBS瑞士商学院中国区副院长  
中国非遗品牌锦上流芳的创始人



毕玉强

 中国

中国广告网董事长



哈丽特·谢弗

 英国

亚太区战略与商业主管  
亚太区服装  
曾担任英国商业奖的评委



Damon Frank Giannoccaro

 意大利

意大利设计&创意机构Giannoccaro的CMO及创意总监  
联合国工业发展组织设计方面的国际专家顾问

SHOP! MARKETING AWARDS

# 评审团

SHOP! MARKETING AWARDS评审团由全球营销领域权威人士及行业专家组成,以确保评审的专业性、公平性和权威性,评审团采用邀请制,每年不固定,此处为部分评审。



**Alexey Bazanov**

 俄罗斯

Coral Group Company的董事总经理  
Popai协会“零售营销”成员  
Popai生态委员会的创始人



**Artur Motta**

 巴西

FGV / ESPM 教授及教育副总裁  
APAS 展览的内容策展人  
乐高®认真玩®方法论的认证导师



**骆诗学**

 中国

深圳市展示道具行业协会创会会长  
深圳市百川智慧商展云科技有限公司董  
事长



**刘伟**

 中国

广东省广告集团股份有限公司营销群  
总监



**陈健**

 中国

阳狮传播广州董事总经理  
广州4A广告协会常任理事  
曾担任Cannes Lions 戛纳国际广告奖、  
中国艾菲奖、韩国釜山国际广告节等评委

# 评审标准(常规赛道)

SHOP! MARKETING AWARDS评委会将结合SHOP!国际零售大奖赛的评审标准(常规赛道),从七大维度(设计、生产、表达、创新、效果、参与、效益)对所有参赛作品进行评选。

| 设计<br>Design                                                                               | 生产<br>Production                                                                       | 表达<br>Expression                                                                  | 创新<br>Innovation                                                                        | 效果<br>Effectiveness                                                | 参与<br>Engagement                                                                     | 效益<br>Impact                                                                  |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|
| 营销案例的视觉表达与创意呈现。我们关注整体视觉语言的独特性、美学品质与品牌识别度。优秀的设计应当能够第一时间吸引目标受众的注意力,并通过具有感染力的视觉传达强化营销信息的有效触达。 | 营销物料与执行载体的落地品质。无论是实体道具、数字内容还是技术系统,我们评估其制作工艺、技术实现水准及对原始创意的还原度。精湛的生产执行是营销构想从纸面走向现实的关键保障。 | 营销信息的叙事能力与沟通效果。我们关注案例是否能够清晰、有力地向消费者传递品牌核心价值与主张。出色的表达应当引发情感共鸣,让消费者在理解信息的同时产生认同与记忆。 | 营销思维与执行手法上的突破性。我们鼓励在策略、媒介、技术或互动方式上超越行业常规做法的新尝试。创新不一定意味着“从未有过”,而是在特定场景下创造了新的消费者接触点或互动体验。 | 营销活动对预期目标的达成程度。我们评估案例在覆盖范围、认知提升、用户参与及口碑传播等方面的实际表现。效果是检验营销价值最直接的标尺。 | 消费者与营销内容之间的互动深度。我们关注案例是否成功激发了消费者的主动参与行为,包括互动点击、社交分享、用户生成内容或线下到店等。深度的参与往往意味着更紧密的品牌关系。 | 营销活动对商业成果的实际贡献。我们评估案例在销售转化、客户获取、复购提升或市场份额增长等方面的综合表现。可持续的效益是营销活动赢得市场长期认可的根本所在。 |

SHOP! MARKETING AWARDS

# 评审标准(数字化营销)

SHOP! MARKETING AWARDS评委会将结合SHOP!国际零售大奖赛的评审标准(数字化营销),从四大维度(背景环境 10%、项目创意 30%、投放策略 25%、效果影响 35%)对所有参赛作品进行评选。

背景环境  
Project  
Background

10%

项目创意  
Innovation

30%

投放策略  
Strategy

25%

效果影响  
Effectiveness

35%

# 参赛规则

- 01/** 本届大奖赛全权由SHOP! 国际零售协会·亚洲合作组织（下称“赛委会”）组织运作。
- 02/** 本届大奖赛面向国内外注册成立的零售业相关企业展开。
- 03/** 参赛企业携同客户一同以作品参赛，因此参赛前请先征求客户同意。
- 04/** 除“海外市场”类别外，参赛作品必须设计或制作于中国大陆、香港、澳门和台湾。
- 05/** 参赛作品必须是2025年3月至2026年9月投放市场的产品。
- 06/** 已参加过往届年SHOP! 大奖赛的作品不能再参赛。
- 07/** 参赛作品的问题需以全部中文或全部英文回答。
- 08/** 评委的决定将是最终决定，不设上诉。一旦参赛即代表本《参赛规则》已被参赛者接纳。
- 09/** 赛委会将对SHOP! 大奖赛有最终解释权。
- 10/** 请确保作品的所有素材均已取得商用版权，由此产生的版权纠纷将由参赛企业承担。
- 11/** 如您确认参赛，即视为同意赛事主办方使用参赛作品的素材用于赛事宣传使用。

SHOP! MARKETING AWARDS

# 颁奖典礼

我们将在现场为获奖者颁发奖杯与证书，见证零售领域的营销创新之光。

[了解更多信息请看这里。](#)



SHOP! MARKETING AWARDS

# 颁奖典礼

我们将在现场为获奖者颁发奖杯与证书，见证零售领域的营销创新之光。

[了解更多信息请看这里。](#)



# 注册报名及参赛相关等问题

## 01/SHOP!营销奖是什么?

SHOP!营销奖 (SHOP! MARKETING AWARDS)，是由SHOP!国际零售协会·亚洲合作组织 (SHOP!eaco) 主办的零售营销领域国际权威奖项，隶属于SHOP!大奖赛旗下核心赛事。自1936年协会成立以来，SHOP!营销奖在全球范围内持续表彰优秀的零售营销案例，被誉为零售营销界的风向标。

## 02/参加SHOP!营销奖我有什么好处?

通过参赛，可获得行业荣誉与大量商业利益。包括赢得全球曝光的机会，低成本打开海外知名度，与其他专业人士建立联系，为客户提供权威证明等等。

## 03/我可以一次提交一系列作品吗?

是的。一个系列可以作为一件参赛作品提交。

## 04/需要寄送实物或者原型参与评审吗?

我们希望这个奖项更加环保。因此采用线上评审方式，您只需提供数字材料参赛。

## 05/如何选择合适的参赛赛道?

请根据我们现有的赛道进行选择。如果无法找到最合适的赛道，可选择“其他”。我们会将您的参赛作品分配到正确的赛道。如果选择错误，我们可能会做筛选过程中为您更改，以确保您的参赛作品被放置SHOP! MARKETING AWARDS正确的赛道，并由对应的评审组进行评审。

# 费用支付、获奖服务等问题

## 01/如何支付费用？

SHOP! MARKETING AWARDS的费用包括参赛报名费用和获奖后获奖者套餐费用。在您参赛过程中，系统会引导您通过信用卡在线完成各项费用的支付。我们将向您账户发送invoice。

## 02/我需要支付获奖者的费用吗？

如果您的参赛作品最终获奖，需要选择对应的获奖者套餐并支付费用，获奖者套餐为必选项目。

## 03/我可以用其他货币支付吗？

我们接受美元和人民币支付。如果有不便之处，您可以咨询我们的服务团队得到解决。

## 04/我可以在获奖后订购更多证书奖杯及颁奖典礼门票吗？

是的，您可以通过电子邮件与我们联系，额外支付相关服务的费用，我们将为您制作。

## 05/如果我没有获奖，可以参加颁奖典礼吗？

可以的。您可以通过电子邮件与我们联系，额外订购颁奖典礼门票。

## 06/获奖后，我在哪里下载获奖者标签？

通过您的账户后台下载获奖者标签以及标签使用规范、电子证书等。

SHOP! MARKETING AWARDS

# 联系我们

如果您有更多参赛问题，建议您先浏览官网常见问题解答。

## 参赛报名与咨询

**Jervis Tam**

+86 134 5028 0029

service@shopmarketingawards.com

shopmarketingawards.com

### **Hong Kong address**

Unit 3-4, 12/F, Block A, Hi-tech Ind Centre, 5-21 Pak Tin Par Street,  
Tsuen Wan, New Territories, Hong Kong

