2024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：2024年9月27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：2024禹唐体育年度体育营销评选奖项设置**

**1.营销案例方向**

**最佳大赛营销案例。**从产品、渠道、活动、品牌影响力等角度全面激活品牌在巴黎奥运会、欧洲杯、美洲杯等顶级体育大赛的赞助投资，推动企业全球化进程。

**最佳品牌出海营销案例。**在海外目标市场中，借助特定的体育营销资源，并结合品牌定制的营销活动，实现品牌影响力和产品认知度在目标市场及人群中的传播，助力品牌的国际化拓展目标。

**最佳科技与数字营销案例。**借助社交媒体、线上平台等数字化手段，或运用大数据、web3.0、人工智能等新兴科技工具，与目标人群建立良性的互动联系，打破传统的空间局限性，实现既定的营销目标。

**最佳体验式营销案例。**在全民健身的大背景下，品牌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。

**最佳代言激活案例。**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。

**最佳可持续与ESG案例。**以强调企业责任和品牌价值观为主要出发点，在整体战略上突出可持续、ESG（环境、社会和公司治理）等社会议题的意义和必要性，意在积累长期品牌价值。

**2.赛事IP方向**

**最佳国际引进赛事。**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。

**最佳职业竞体联赛。**赛事体系设计、赛程内容和商业架构具备完整运营体系，在受众层面形成良好口碑，并且获得商业市场认可的职业竞技体育赛事IP。

**最佳城市体育创新赛事。**与赛事所在城市的体育事业发展目标向顺应，在赛事体系、传播内容、精神理念等层面上，满足受众特定的观赛和体验需求的同时，能够凸显当地城市发展特点，点缀城市体育名片建设的赛事IP。

**最佳商业新锐运动员。**年轻一代运动员正在成为产业领域内的主力军，他们的商业价值也日渐凸显，其中的佼佼者正在被体育营销市场发掘。从其自身而言，个性化的形象和社交平台的打造也为企业提供了新的营销维度。

**最佳科技与智慧场馆。**结合数字化趋势和人工智能、VR技术、大数据等科技手段，带来全新的硬件设施与内容体验的体育场馆，场馆拥有明确的体育运营内容，并收获市场的初步认可。

**最佳女性与亲子赛事。**女性参与体育赛事的热情增长催生了众多女子主题赛事IP，其独特的受众覆盖面成为市场重要的新生力量。以青少年及其家庭为核心人群，打造的单一项目或综合性的运动体验或竞技赛事IP，赛事目前在特定地域和人群中已初步收获认可，并形成良性的运营生态。

**3.体育营销人物方向**

**年度体育营销人物。**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2024年度为行业和所属团队带来了突出价值。