



2024
CHINA BRAND MARKETING AWARDS
第八届麒麟国际广告奖

参赛指南

01

关于奖项

INTRODUCTION

02

评审规划

JUDGMENT

03

赛事须知

INSTRUCTIONS

04

奖项设置

SETTING



目录
CONTENTS

01
PART

PART ONE

活动简介

INTRODUCTION

关于奖项

INTRODUCTION


2024 第八届麒麟国际广告奖

2024 CHINA BRAND MARKETING AWARDS

于2017年发起并创立，面向大中华区以及亚洲范围征集的品牌营销专业奖项，评选并表彰在品牌营销领域有卓越表现的企业机构、品牌和行业精英。

奖项赛事从诞生之日起就始终坚持评选活动的专业性、公平性和权威性，持续记录中国品牌在营销领域的发展与成长，不断挖掘市场中的行业强者，发挥好营销风向标的作用。

主办单位： 今日广告
A O T O D A Y

指导单位： 上海市创意产业协会
Shanghai Creative Industry Association

发展历程

亮点：内容X娱乐



亮点：内容商业



亮点：数智增长



亮点：品牌IP创意



2018.第二届

2017.首届

2019.第三届

2020.第四届

2021.第五届

2022.第六届

2023.第七届

2024.第八届

亮点：内容新浪潮



亮点：娱乐营销



亮点：元宇宙



亮点：AIGC

奖项理念

使 命

提升行业标准，推动中国品牌成长。

愿 景

不负使命，与釜山广告奖（AD STARS）、亚洲创意节（Spikes Asia）一起成为亚洲广告营销奖项代表。

价 值 观

尊重品牌、塑造品牌，建立对于品牌认知的底层逻辑，推动广告营销行业可持续发展，共同成长。

奖杯设计



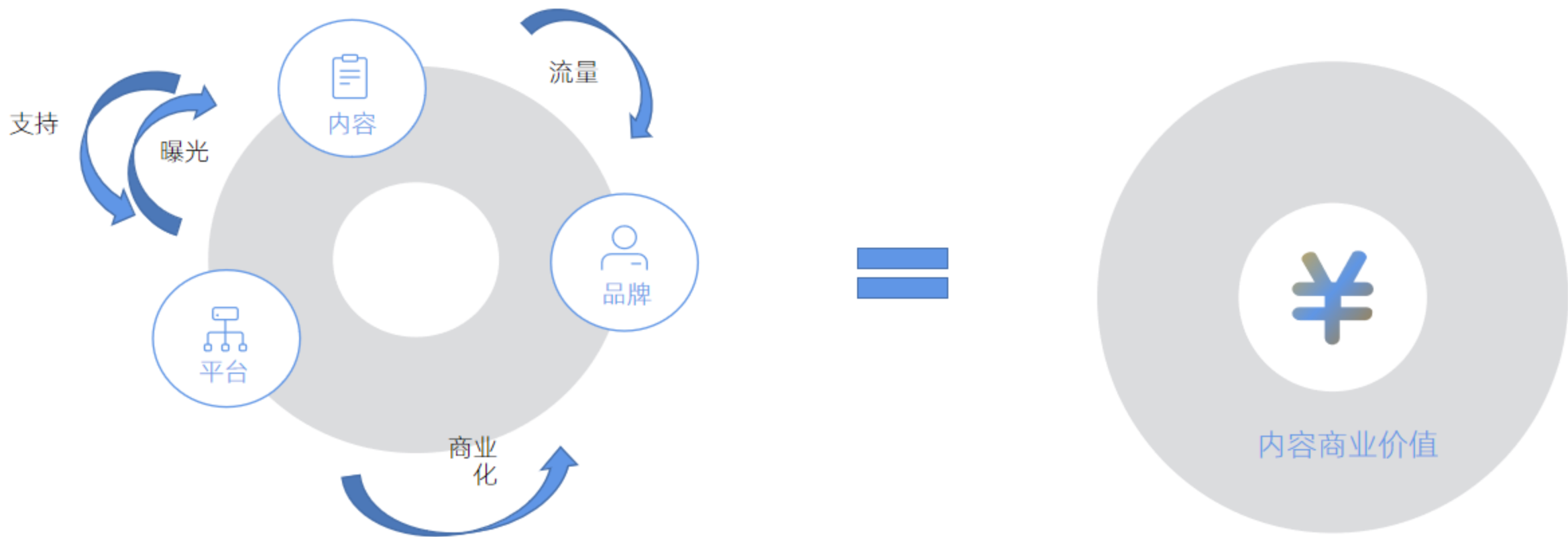
”

麒麟奖杯由麒麟国际广告奖组委会联合知名创意人共同打造，由流光溢彩的琉璃制成，造型为腾空而起的威武麒麟。

奖杯创意来源于中国传统瑞兽麒麟，奖杯形象寓意“麒麟腾飞”，有着深深的中国传统文化风格，也寓意中国创意的觉醒和腾飞。

结合奖项规则，设有金、银、铜及全场大奖等不同等级奖杯。

商业价值模型



*平台指短视频、视频媒体、社交媒体、智能分发、直播平台等

*内容指综艺、电影、视频、KOL、MCN机构等

*品牌指拥有辨识度和知名度的企业产品服务，如快消、汽车、3C产品

报奖价值

提升竞争力

为企业市场价值提供专业背书，
增加影响力，体现核心竞争力

提升技能

可以通过参加赛事活动，领略更多的
顶尖创意作品，与来自全球的创意大
咖进行切磋，感受最前沿的创意、策
略与执行方法

荣誉与声望

提升获奖者自身的职业信誉，
还能增强所在企业的社会声望

学习机会

获奖者获得参与行业盛典机会，
聆听广告大咖现场分享，与行
业精英现场交流

鼓舞士气

获奖企业得到行业认可，为企业
上下带来信心和精神上的激励，
更有利于其继续深耕于行业



02
PART

PART TWO

评审规划

JUDGMENT

评审阵容

2023第七届评审阵容

2023 CHINA BRAND MARKETING AWARDS FINAL JUDGING 第七届麒麟国际广告奖终审会评委



主办方:



学术支持:



媒体合作:



战略合作伙伴:



现场照片直播支持:



指导单位:



指定运动服饰:



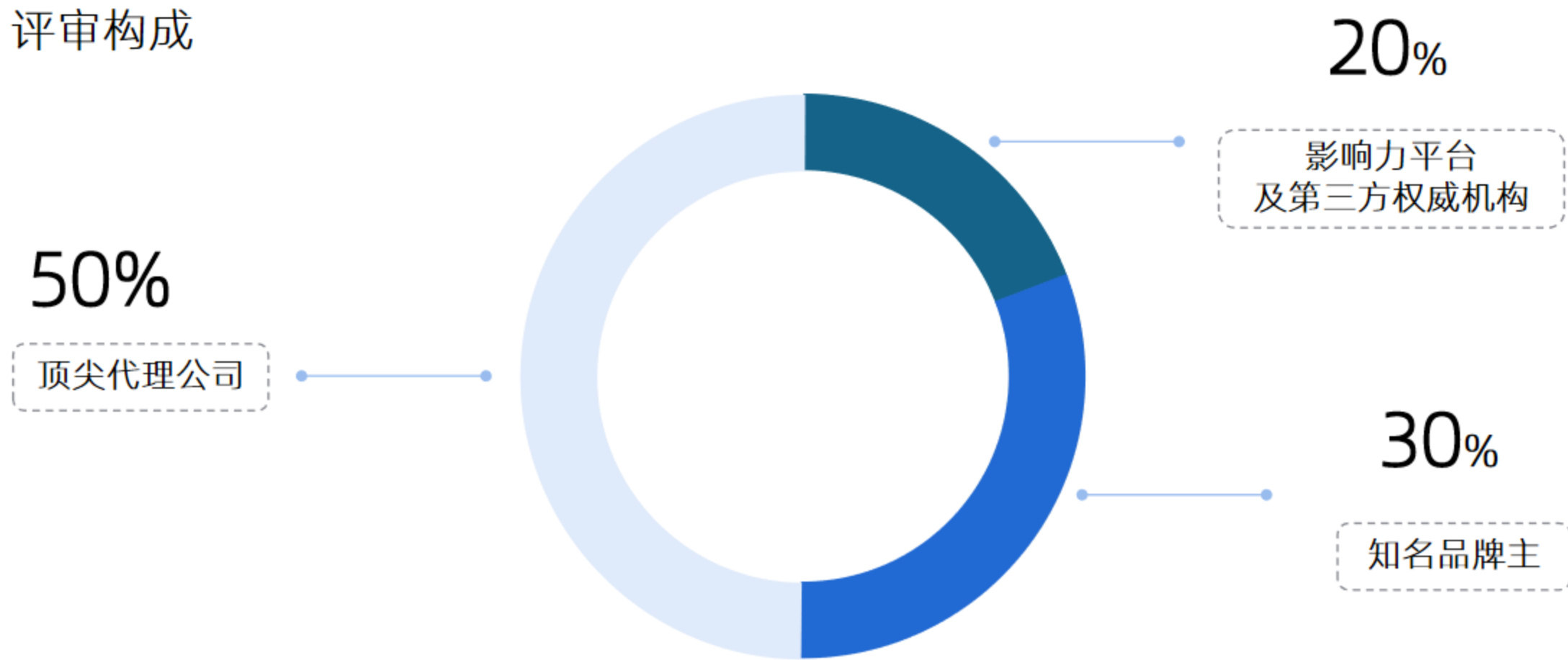
支持单位:



户外传播:



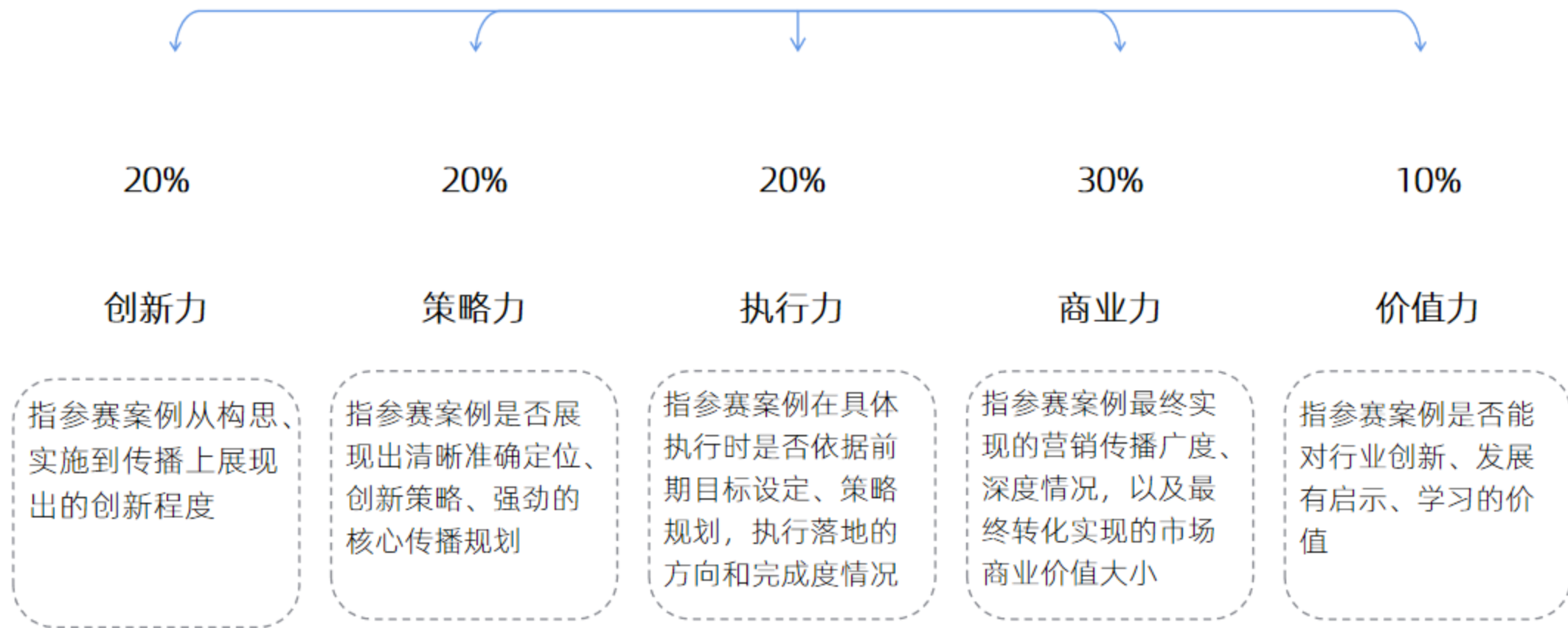
评审构成



作为在品牌综合营销领域具有专业影响力的行业奖项，麒麟国际广告奖每年都会邀请行业内知名品牌主、广告人、媒体人作为奖项评审，其中代理公司评审约占为50%，品牌主评审约占30%，来自平台方和第三方机构的评审占比约为20%。评审嘉宾均参与和管理过1000w以上的营销项目，拥有丰富的经验和敏锐的行业观察力，在行业中具有很高的名誉与声望的代表。

评审标准.案例类

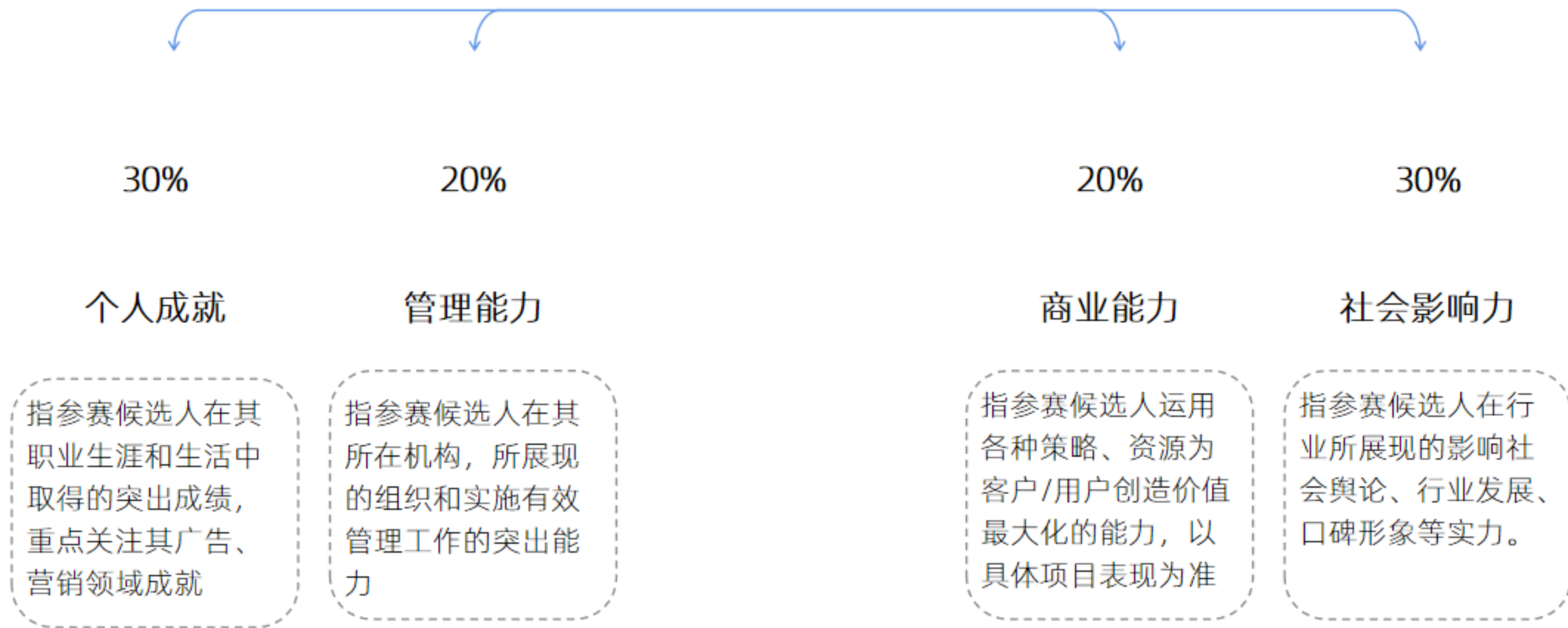
麒麟奖·案例类评选标准



*评分以每个维度满分100分为基准，试行综合加权核算评分，最后根据评委平均分得出最终该申报案例评分。

评审标准.人物/团队类

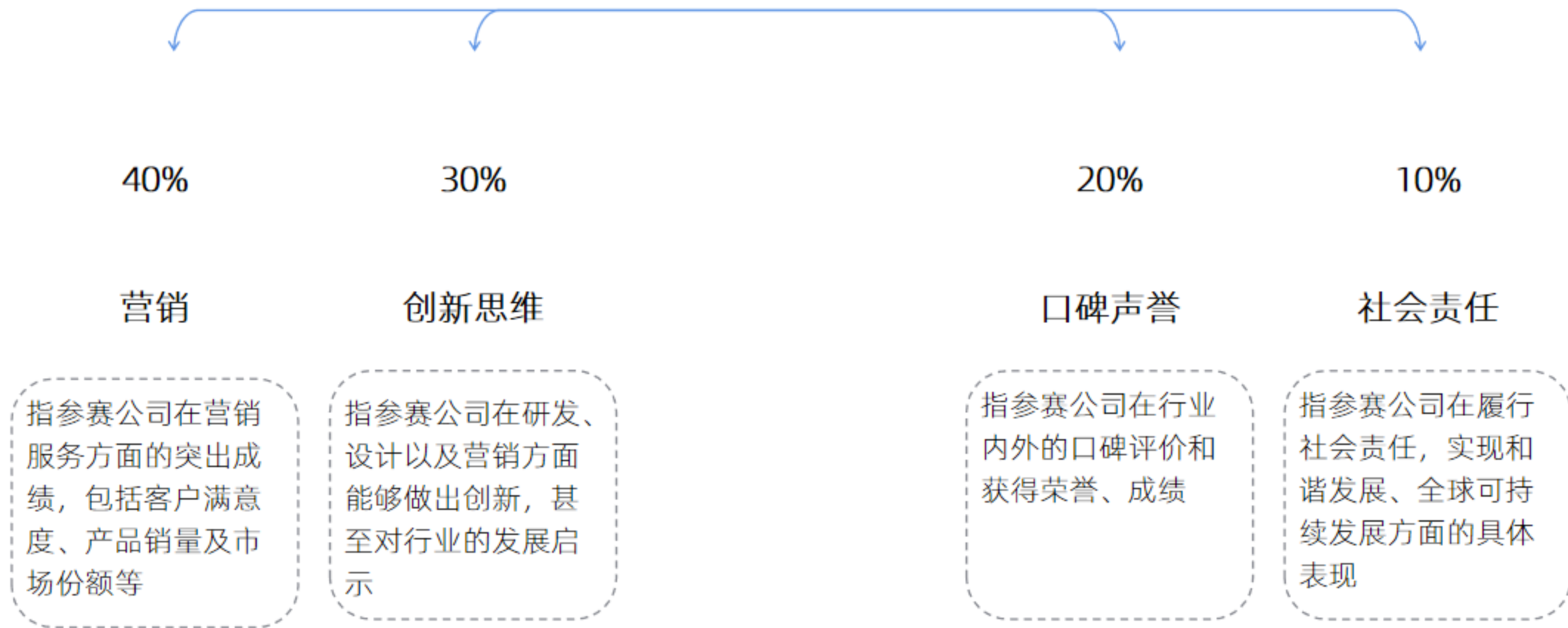
麒麟奖·人物/团队类评选标准



*评分以每个维度满分100分为基准，试行综合加权核算评分，最后根据评委平均分得出最终该申报案例评分。

评审标准·公司类

麒麟奖·公司类评选标准



*评分以每个维度满分100分为基准，试行综合加权核算评分，最后根据评委平均分得出最终该申报案例评分。

03
PART

PART THREE

赛事须知

INSTRUCTIONS

参赛日程

3月6日

奖项启动申报

登入麒麟官网报奖网站
注册报奖公司账号
上传公司参赛的优秀案例

7月6日

案例终审会

2024第八届麒麟国际广告奖
线下终审会举办
百名评委完成所有报奖案例评
审工作

7月26日

获奖榜单发布

在官网.公众号等平台公布
2024第八届麒麟国际广告奖
获奖榜单

6月30日

案例申报截止

申报截止时间前
申报网站完成确认提交案例

7月26日

颁奖典礼

2024第八届麒麟国际广告奖盛典举办
公布年度获奖名单
现场颁布优秀获奖者

参赛须知



参赛对象

品牌主 | 代理公司 | 媒体公司 | 营销技术公司 | 公关公司 | MCN机构以及其他营销相关机构。



作品要求

作品执行时间：2023年7月1日-2024年6月30日期间。

作品投放范围：须为2023年7月1日-2024年7月1日期间，在大中华区（中国大陆及港澳台地区）真实投放实施的营销传播案例

作品数据效果：案例作品所提交的传播效果数据必须真实有效。如有第三方监测数据，请以第三方监测数据为准。

注：所有作品均需符合中国法律法规、广告行业政策及赛事要求。

参赛须知

作品要求	文字	简体中文，14号宋体，非中文作品需增加中文翻译。
	配图	图片数量<15张，JPG格式，精度300dpi。
	视频	MP4格式，单个视频<100M， 视频数量不超过5个，可提供在线视频链接或百度网盘下载链接。 非中文作品需增加中文字幕
	音频	MP4格式，单个视频<100M，单个案例视频数量不超过5个。
	PDF	横板4:3尺寸,页数不超过30页，单个PDF<20M.
	备注	以上相关作品涉及音乐、图片、视频等内容需获得版权。

参赛须知

1. 参赛作品提交指导

2024年报奖单位可通过新版线上系统参与报奖，具体操作步骤为：

第1步：登入赛事官方网站 <http://www.kirinawards.com/>，下载参赛指南并进行注册。

第2步：成功注册后，请根据官方要求上传参赛确认函。

第3步：请根据公司选择的参赛类别，在线填写并上传案例作品等相关资料（包括但不限于图片/视频/音频/PDF）。

第4步：请检查报奖资料是否符合官方规则要求，最后于作品截止日前完成最终确认流程。



作品准备



系统注册



上传作品



确认提交

参赛须知

2. 参赛作品版权说明

- 1) 所有参赛作品不得侵犯他人作品之版权，对于有版权纠纷的作品，将由作品提交方负责处理相关事宜，并且麒麟国际广告奖组委会有权取消涉嫌侵权作品的参赛资格。
- 2) 所有参赛作品一旦提交，视为同意授权麒麟国际广告奖组委会拥有该作品的宣传、使用和出版权利。麒麟国际广告奖组委会使用相关素材用于编辑出版案例年鉴，在官网上发布。
- 3) 如参赛案例作品中有不便对外公开的数据或内容，请在提交之前及时删除。

参赛须知

3. 参赛作品取消说明

凡提报参赛，视为认可麒麟国际广告奖组委会的各项规定，尊重评审团作出的庄重而权威的评审决策。如对评审结果有异议，可向组委会提出申诉；若出现以下任一情况，该作品将被取消参赛资格：

- (1) 提报的案例作品实施时间在规定的时间内(2023年7月1日-2024年6月30日期间)之外。
- (2) 案例作品的名称和内容中一律规避代理公司名称及LOGO，否则，此案例作品无效。
- (3) 作品涉嫌抄袭或虚假问题，以及提报后引起版权纠纷无法证明版权所属的作品。
- (4) 未包含中文翻译或查阅指南的非中文案例作品。
- (5) 提报案例作品不符合国家法律法规及广告行业政策。
- (6) 拒绝接受评审结果，评审后不得选奖、弃奖情况。

注1：针对有严重违反参赛规则的参赛企业，将处于3年禁赛处理，并通报全体评审团成员。

注2：奖项组委会保留将案例重新分类、重新定义类别的权利。

参赛费用

为鼓励行业发展，挖掘更多优质广告营销作品及企业，麒麟奖自2022年起改为**免费报名**，参赛企业如获得奖项，需支付所有申报奖项组织、评审产生的工本费用。

*注：当同一案例作品提报多个类别时，系统将对应类别自动生成多个案例作品，工本费按照最终获奖的案例作品数来征收。

阶段	介绍	费用	权益
申报期	报名费	免费	与其他优秀企业参与DMAA共竞技
获奖期	【金奖】	RMB: 8,000/件 USD: 1,136/件	金奖获奖证书1套 金奖奖杯1套
	【银奖】	RMB: 7,000/件 USD: 995/件	银奖获奖证书1套 银奖奖杯1套
	【铜奖】	RMB: 6,000/件 USD: 853/件	铜奖获奖证书1套 铜奖奖杯1套
	【年度奖】	RMB:8,000/件 USD: 1,136/件	年度奖获奖证书1套 年度奖奖杯1套
	奖杯加印	RMB:2,000/件 USD: 278/件	复刻奖杯证书1套

注：以上价格不含税，发票增值税点为6%

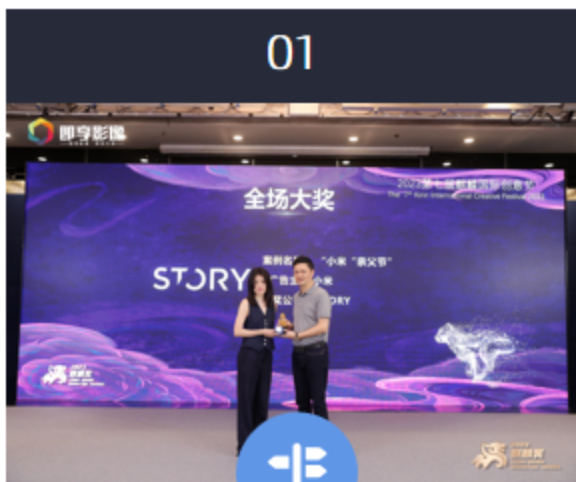
获奖权益

高光时刻

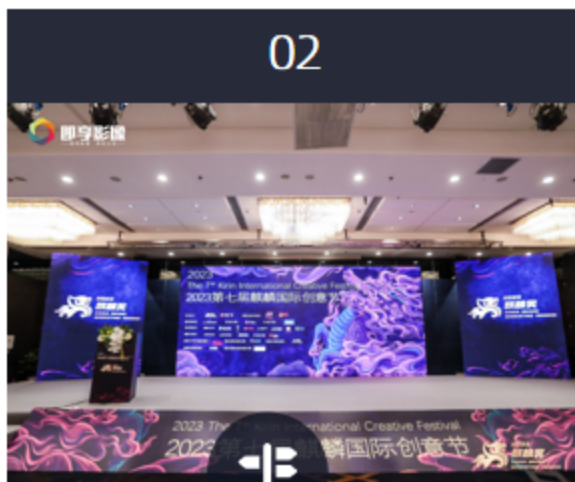
权威背书

行业认可

海量曝光



获奖企业参与创意节
登台领奖



获奖公司享受今日广告
官方PR资源：网站+微博+微信等



获奖公司名单
合作媒体与网媒海量曝光

04
PART

PART FOUR

奖项设置

SETTING

奖项组别

第八届麒麟国际广告奖共设置15大奖项组别，各组别下共计包含200+个细分类别。具体如下，申报公司请根据自身企业情况和案例属性进行选择申报：



A. 品牌案例组



B. 体验营销组



C. 品牌咨询组



D. 品牌设计组



E. 娱乐营销组



F. 广告影片组



G. 公关传播组



H. 音乐营销组



I. 技艺创新组



J. 医疗健康组



K. 数字营销组



L. 媒体传播组



M. 年度奖项组



N. NFT元宇宙营销赛道



O. 出海营销组

A. 品牌案例组

品牌案例组是按品牌所在行业类别进行分类，主要针对品牌营销相关案例，参赛公司可以根据品牌客户的类别进行填报，品牌主和代理公司均可申报此组奖项。

品牌案例组

A

A-1.食品类	A-2.饮料类	A-3.酒饮类
A-4.快消日化类	A-5.家居类	A-6.金融类
A-7.医疗健康类	A-8.耐用消费品类	A-9.汽车类
A-10.3C电器类	A-11.美妆个护类	A-12.服饰类
A-13.旅游类	A-14.科技技术类	A-15.房地产类
A-16.母婴类	A-17.宠物类	A-18.互联网服务类
A-19.健康保健类		

B. 体验营销组

体验营销组是针对品牌通过站在消费者感官、情感、思考、行动、关联等方面，重新定义、设计营销，以增加品牌好感以及实现其他商业目的优秀案例。

体验营销组

B

B-1.品牌体验营销	B-1-1.活动营销类	B-1-2.节日营销类	B-1-3.展览装置类
	B-1-4.赛事推广类	B-1-5.零售体验类	B-1-6.整合品牌体验类
B-2.消费者触点	B-2-1.技术整合类	B-2-2.移动设备类	B-2-3.数字和社会化平台使用类
	B-2-4.数字装置类	B-2-5.语音体验活动类	
B-3.品牌策略	B-3-1.新品牌策划类	B-3-2.品牌重塑类	
B-4.营销案例	B-4-1.品牌体验营销类		

C. 品牌咨询组

品牌咨询组旨在表彰为品牌解决品牌增长、品牌战略和品牌转型等问题所带来的营销策略以及执行方案。参赛作品应该从客户的战略出发，帮助客户带来卓有成效的策略方案。

品牌咨询组

C

C-1.品牌实效

C-1-1.实效营销类

C-1-2.传播效果类

C-1-3.效果转化类

C-2.品牌战略

C-2-1.竞争品牌战略类

C-2-2.品牌长期战略类

C-2-3.CSR社会责任类

C-3.品牌转型

C-3-1.品牌战略转型类

D. 品牌设计组

品牌设计组表彰优秀的品牌视觉工艺。参赛作品应展示如何使用设计来定义品牌，或如何传达其关键信息以及利用独特的视觉识别可引起消费者认可或理解。

品牌设计组

D

D-1. 品牌综合方案	D-1-1.品牌VI体系设计类	D-1-2.品牌焕新类	
D-2. 品牌传播设计	D-2-1.书籍设计类	D-2-2.品牌宣传册设计类	D-2-3.海报设计类
D-3. 数字互动设计	D-3-1.数字互动设计类 (注: H5/App/公众号内容设计)		
D-4. 品牌体验设计	D-4-1.零售体验设计类	D-4-2.店内宣传品设计类	D-4-3.品牌快闪店类
	D-4-4.活动策展类		
D-5. 品牌包装设计	D-5-1.食品饮料包装类	D-5-2.快消费品包装类	D-5-3.美容保健品包装类
	D-5-4.耐用消费品包装类	D-5-5.农产品包装类	
D-6.产品包装设计	D-6-1.消费品设计类	D-6-2.社会环保类	D-6-3.创新解决方案类

E. 娱乐营销组

娱乐营销组表彰的是将内容转化为文化的创造力。参赛作品应展示出不可忽视的想法，应以崭新的方式渗透、传达品牌信息或与消费者建立联系。

娱乐营销组

E

E-1. 娱乐营销	E-1-1. IP跨界营销类	E-1-2. 游戏赛事营销类	E-1-3. 品牌内容植入类
	E-1-4. 网络综艺类	E-1-5. 网络剧集类	E-1-6. 网络直播类
	E-1-7. 品牌联名类	E-1-8. 品牌跨界娱乐营销类	
E-2. 体育营销	E-2-1. 体育明星代言类	E-2-2. 赛事现场体验类	E-2-3. 体育营销数字新技术类
	E-2-4. 体育赛事赞助类	E-2-5. 体育定向受众营销类	E-2-6. 体育赛事营销类
	E-2-7. 体育营销整合类		

F. 广告影片组

广告影片组旨在挖掘在中国发布的具有创意性、艺术感、商业价值的优质广告影视作品，表彰在洞察、创意和制作工艺有突出表现的品牌、代理公司和制作公司。

广告影片组

F

F-1. 广告拍摄与制作	F-1-1.品牌广告片类	F-1-2.病毒视频类	F-1-3.品牌微电影类
	F-1-4.系列广告片类		
F-2. 广告创意	F-2-1.广告影片创意类	F-2-2.商业短片类	

G. 公关传播组

公关传播组表彰的是公关战略和创意沟通中展现出出色技巧的案例作品。参赛作品应包含有影响力的观点，并具备推动商业、社会或文化变革的想法，能以讲故事为核心，建立，保护和增强组织或品牌的声誉和业务。

公关传播组

G

G-1. 社交媒体营销	G-1-1. 社会化营销类	G-1-2. 舆情管理类	G-1-3. 实时响应传播类
	G-1-4. 品牌内容营销类	G-1-5. KOL营销创新类	
G-2. 洞察与测量	G-2-1. 研究、数据和分析类	G-2-2. 公关传播效果类	
G-3. 公关技巧	G-3-1. 媒体关系管理类	G-3-2. 品牌事件传播类	F-3-3. 品牌发布会类
	G-3-4. 品牌声量与战略类	G-3-5. 品牌营销策略类	
G-4. 公关传播案例	G-4-1. 企业形象、沟通和声誉管理类	G-4-2. 公共事务管理类	G-4-3. 危机沟通与问题管理类
	G-4-4. 企业内部传播类	G-4-5. 赞助与品牌合作类	
G-5. 公关活动	G-5-1. 企业公关传播活动类		
G-6. 企业社会责任	G-6-1. 企业社会责任类	G-6-2. 企业ESG传播类	

H. 音乐营销组

音乐营销组表彰为增强品牌与消费者的沟通和交流，提升品牌曝光、促进产品销售而打造的创新音乐合作和原创音乐内容。参赛作品应展示品牌音乐的原始制作，推广或发行；作品应是唱片艺术家或平台创造性地与消费者进行沟通的媒介。

音乐营销组

H

H-1. 音乐内容	H-1-1. 音乐视频类	H-1-2. 音乐内容营销类	H-1-3. 音乐现场体验类
H-2. 音乐创新	H-2-1. 音乐平台服务类	H-2-2. 音乐技术创新类	
H-3. 音乐人合作	H-3-1. 原创作曲类	H-3-2. 授权改编音乐类	H-3-3. 品牌代言类
	H-3-4. 艺术家原创内容类	H-3-5. 品牌合作内容类	

I. 技艺创新组

技艺创新组表彰的是提供专业、精美执行解决方案，并将创意变为现实所需的创意艺术、才能和技能。参赛作品应展示出在运用创新技术方面的最高专业知识和远见。报奖偏向于相关的创意和制作公司或者个人。

技艺创新组



I-1.视觉排版类

I-2.美术设计类

I-3.商业插画类

I-4.摄影类

I-5.文案类

I-6 AIGC营销类

J. 医疗健康组

医疗健康组表彰的是在消费者医疗保健以及监管更加严格的制药行业中建立的创造力。参赛作品应展示一种鼓舞人心的方法来使工作更加活跃，该方法能够进行公开教育，推广非处方产品，允许自我诊断或促进积极的个人护理。

医疗健康组

J

J-1.健康护理产品宣传	J-1-1. 非处方药类	J-1-2. 非处方申请类	J-1-3. 医疗器械类
	J-1-4. 保健品类	J-1-5. 健康医疗技术类	
J-2.健康护理意识与宣传	J-2-1. 品牌受众教育类	J-2-2. 非营利/基金会受众教育类	J-2-3. 筹款与宣传类
J-3.卫生服务与企业沟通	J-3-1. 企业形象与沟通类	J-3-2.卫生服务与设施类	J-3-3.保险类
J-4.动物健康护理	J-4-1. 动物健康类		
J-5.药品推广与宣传	J-5-1. 面向患者类	J-5-2. 面向医疗专业人员类	J-5-3. 疾病意识与理解类
	J-5-4. 医疗专家参与类	J-5-5. 患者参与度类	

K. 数字营销组

数字营销组旨在表彰品牌利用线上渠道作为传播手段所进行的传播推广活动。参赛作品应该利用多种线上渠道为客户带来实际效果的品牌传播案例

数字营销组

K

K-1.数字营销内容	K-1-1.整合营销类	K1-2.短视频营销类	K-1-3.社会化营销类
	K-1-4.电商内容营销类	K-1-5.出海营销类	K-1-6.虚拟偶像类
K-2.数字营销技术	K-2-1.定制技术类	K-2-2.营销工具类	K-2-3.OTT营销类
	K-2-4.元宇宙营销类	K-2-5.CRM客户管理类NEW	K-2-6.私域营销类
	K-2-7.AI营销类		

L. 媒体传播组

媒体传播组旨在表彰利用媒体渠道（不限于线上渠道）为客户所执行的媒体投放活动。参赛案例应该利用媒体渠道的特性为品牌带来良好的传播效果。

媒体传播组



L-1. 线上媒体渠道	L-1-1.短视频平台投放类	L-1-2.视频网站投放类	
L-2.其他媒体渠道	L-2-1.广播广告类	L-2-2.户外广告类	L-2-3.电视广告类
	L-2-4.电梯广告类		

M. 年度奖项组

年度奖项组主要针对本年度在品牌营销领域有突出表现、优异成绩的企业机构或个人。

年度奖项组

M

M-1. 商业单项奖	M-1-1.年度商业价值综艺	M-1-2.年度商业价值媒体平台	
M-2. 年度公司	M-2-1.年度最佳创意代理商	M-2-2.年度最佳独立广告公司	M-2-3.年度最佳社会化媒体代理商
	M-2-4.年度最佳公关传播代理商	M-2-5.年度最佳数字营销代理商	M-2-6.年度最佳媒介代理商
	M-2-7.年度最佳娱乐营销代理商	M-2-8.年度创意热店	M-2-9.年度最佳元宇宙营销公司
	M-2-10.年度MCN机构	M-2-11.年度最佳ESG咨询服务公司	M-2-12.年度最佳AI营销服务商
M-3. 年度人物	M-3-1.年度创新品牌人物	M-3-2.年度影响力品牌人物	M-3-3.年度创意人
	M-3-4.年度CMO		
M-4.年度品牌	M-4-1.年度影响力品牌	M-4-2.年度社会责任企业	M-4-3.年度最佳ESG实践品牌
M-5.年度团队	M-5-1.年度企业传播团队	M-5-2.年度市场团队	M-5-3.年度业务拓展团队
	M-5-4.年度品牌服务团队		
M-6.年度出海	M-6-1.年度中国品牌出海领军人物	M-6-2.年度出海服务商	M-6-3.年度中国影响力出海品牌
	M-6-4.年度出海创新服务商	M-6-5.年度全球化营销平台	

N. NFT元宇宙营销赛道

NFT元宇宙营销赛道旨在表彰通过构建NFT、虚拟场景、虚拟人物、交互体验等方式将产品和营销活动呈现给消费者。参赛作品应展示作品的独创性并赋予其专有权利。

NFT元宇宙营销赛道

N

N-1.年度十大元宇宙营销案例

N-2.NFT数字藏品类

N-3.虚拟活动类

N-4.虚拟人物类

0. 出海营销组

出海营销组旨在表彰通过互联网营销方式推动公司或品牌走向海外市场的营销案例。参赛作品应该为品牌全球化提供影响力与实际销售双方面的提升。

出海营销组

0

0-1.游戏出海营销类

0-2.娱乐出海营销类

0-3.社媒出海传播类

0-4.短视频出海营销类

0-5.品牌出海咨询类

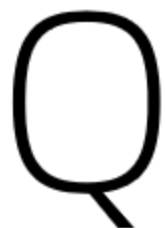
0-6.媒介出海投放类

0-7.旅游出海营销类

0-8.汽车出海营销类

0-9.电商出海营销类

0-10.出海零售体验类

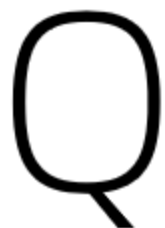


Q1.申报麒麟国际广告奖需要付费吗?

为鼓励企业积极申报，申报参赛作品不收取任何费用，作品递交成功后，由麒麟组委会组织奖项评选后最终评出的获奖作品，经组委会发送正式获奖通知后，需支付6000元-8000元/件获奖作品费用，在颁奖典礼现场为获奖作品颁发获奖证书及奖杯。（参考参赛费用P24）

Q2.申报奖项获奖后可以挑选奖项吗?

麒麟国际广告奖为免费报奖，终审后的获奖企业需支付对应工本费（包括评审费、材料费、奖项证书工本费等），如企业申报同一案例赢得多个参赛奖项，则根据该企业获奖案例数收取对应获奖费用。**原则上不允许挑选/放弃获奖奖项**，建议您报奖前慎重选择提报赛道，避免赛后随意放弃获奖结果，这将影响奖项活动的有序进行。对于临时放弃奖项的参赛公司，将禁赛3年，并通报所有评审委员。



Q3.同一个案例可以申报不同类别吗?

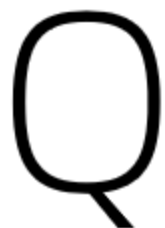
同一案例可以申报多个类别，生成多个参赛作品，建议类别数量不超过5个，终审后不允许挑选/放弃获奖奖项。

Q4.有没有申报数量的限制?

奖项无申报数量限制，但组委会将审核申报案例质量，如案例不符合要求将被退回修改。

Q5.想要提报的案例是与其他公司共同创作完成的，可以参赛吗?

可以。但报奖前需要获得合作公司官方授权，相关授权证明随报奖案例提交给奖项工作人员。



Q6.PDF/视频/音频必须要提供吗？

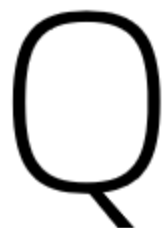
为保证评审能充分了解提报案例作品情况，建议您在提报时，提供相关视频/音频文件资料，以免影响作品评分。考虑到PDF文件作为辅助资料，不作必须提报要求，但优质的PDF文件可以增加评审对作品认知和认可。

Q7.提交的案例可以后面更换资料么？

在奖项申报截止日前可以更换资料。

Q8.是否可提交未翻译版的营销案例？

为保证评审能充分了解提报案例作品情况，建议您在提报时，提供相关视频/音频文件资料，以免影响作品评分。考虑到PDF文件作为辅助资料，不作必须提报要求，但优质的PDF文件可以增加评审对作品认知和认可。



Q9.是否接收用于测试市场开展的营销案例?

抱歉，暂不接收此类营销案例。

Q10.如因客观原因导致线上无法成功提交申报案例，是否可以通过其他方式参与?

本届麒麟国际广告奖已上线官方申报平台，方便各企业通过线上申报提交案例，如因客观原因导致无法线上操作，可及时联系DMAA组委会工作人员处理，官方联系邮箱为：emmayu@adtchina.cn。

联系我们

【报奖咨询】



EMMA

Phone: 19121640495

Wechat: adtchina

Email: emmayu@adtchina.cn

【市场合作】



Catherine

Phone: 13641611812

Wechat: CC_17416

Email: catherine_xiang@adtchina.cn