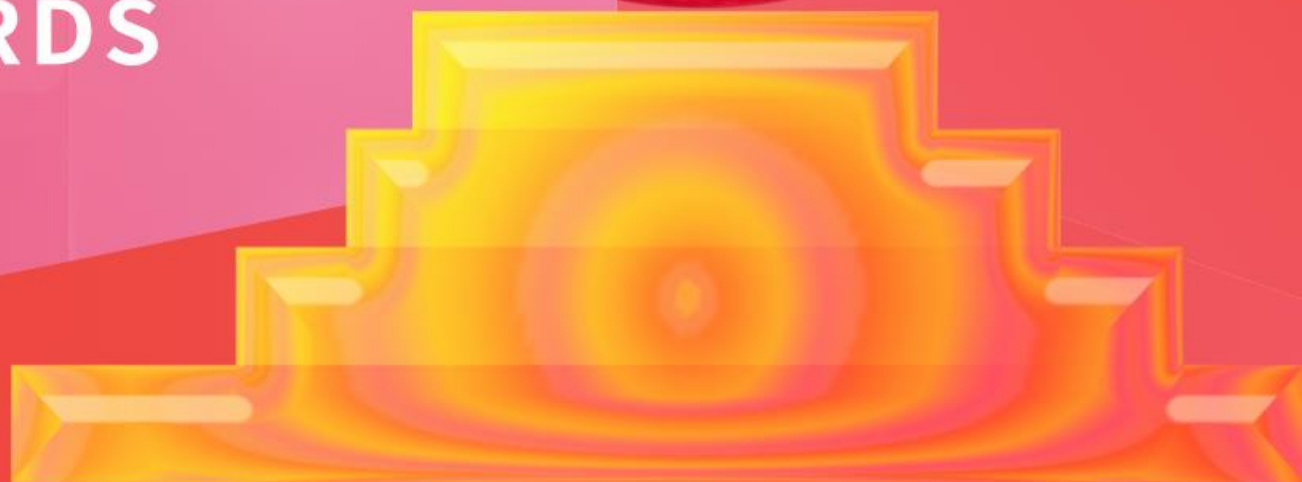


2026 DTA

数字旅游奖

DIGITAL TRAVEL AWARDS

投报手册



目录

关于主办方	03
关于DTA	04
赛道与奖项设置	06
谁适合投报?	07
赛事流程	08
评审标准	10 - 13
投报费用&优惠	15
如何投报	16
案例可享有的曝光权益	17
参赛价值	18
参赛资料准备	19
取消参赛资格	20
参赛须知	21-22

关于主办方

环球旅讯 是中国领先的旅游商业媒体与资源整合平台，自2006年成立以来，始终致力于为全球旅游业提供深度行业洞察、前沿趋势分析和高效资源连接服务。

环球旅讯旗下包括中文内容平台—环球旅讯、英文内容平台—ChinaTravelNews、年度峰会（环球旅讯峰会、住宿业峰会、商旅数字化峰会）、大型奖项及展览（DTA数字旅游奖、环球旅讯商务旅行大奖、商旅&数字旅游展）、系列活动（环球旅讯数智论坛·酒旅专场、环球旅讯数智论坛·商旅专场）、在线视频和直播栏目（旅见、旅讯第1线）、旅游商业纪录片（潮水，豹变）。

环球旅讯的业务如今已覆盖了内容、会议、展览、品牌推广及营销服务、市场研究和分析、企业服务、商旅业务、数据分析等领域，并在不断延伸，为泛旅行行业与科技、经济领域的企业决策者、品牌及市场推广、投资者搭建信息互通与合作创新的桥梁。

关于DTA

创新，从被看到开始。

“DTA 数字旅游奖”由环球旅讯主办，由专业奖项策划团队与顶级奖项评委团队鼎力打造。自2019年创立以来，DTA数字旅游奖持续深耕数字旅游领域，见证并汇聚了500+优秀案例，成为行业创新实践与成果展示的重要平台。

2026 DTA数字旅游奖 将延续【DTA 创新营销奖】与【DTA 产品创新奖】两大核心奖项设置，通过对优秀营销与产品案例的持续征集与展示，帮助行业看清趋势、识别有效路径，让真正跑通的经验被行业看见、为业者沉淀可复用的方法论，从而推动旅游企业的持续创新与转型实践。



赛制介绍



赛道与奖项设置

DTA创新营销奖

品牌营销赛道:

挖掘通过创新手段实现品牌溢价、强化文化共鸣,将“流量”转化为“品牌忠诚”与“长效资产”的范本。

1个金奖
5个卓越奖

效果营销赛道:

挖掘利用新技术、新链路更精准地洞察并触达用户,将创新直接转化为财务回报与经营增量的实战典范。

1个金奖
5个卓越奖

DTA产品创新奖

产品创新赛道:

挖掘近三年旅游业初创公司或旅游企业新孵化的创新产品案例。

1个金奖
3个卓越奖

AI产品赛道:

挖掘近三年基于“AI+旅游”趋势应运而生的创新产品及新场景应用。

1个金奖
3个卓越奖

谁适合投报？

DTA创新营销奖

1. 案例在2024年6月1日后上线；
2. 品牌方（OTA、酒店、航空公司、旅游局、邮轮、旅行社等）、平台方（腾讯、抖音、小红书）、营销服务商均可投报。
3. 案例并未参与2022-2025年“DTA数字旅游奖”评选。

DTA产品创新奖

1. 产品在2023年1月1日后上线；
2. 初创企业的项目或成熟企业孵化的创新项目均可投报，不分具体行业，不分企业或项目落地的区域；
3. 案例并未参与2022-2025年“DTA数字旅游奖”评选。

赛事流程

- **3月1日-6月30日** **案例在线投报**
有投报意向的案例需在案例征集时间内进行投报。
- **7月6日-7月17日** **评委初赛评审**
由大众评委团与专家评委团进行评审，并根据分数高低排名决定决赛入围案例「入围获卓越奖」。
- **7月28日** **入围案例公示**
获得「创新营销奖」与「产品创新奖」入围的参赛案例将在环球旅讯官网公示。
- **8月18日-8月21日** **线上决赛及评委终审**
入围案例将在“2026 DTA数字旅游奖”线上直播决赛进行案例展示，角逐金奖。
- **9月22日** **获奖案例揭晓及颁奖**
在2026环球旅讯峰会现场，进行2026 DTA数字旅游奖获奖案例公布及颁奖典礼。

评审标准



【DTA创新营销奖】品牌营销赛道

环球旅讯
TravelDaily

DTA 数字旅游奖
DIGITAL TRAVEL AWARDS

10%

目标与挑战

关注如何设定目标以打破圈层壁垒、重塑用户感知或建立长效品牌资产，及针对本次项目遇到的难点、痛点等。

20%

洞察与策略

核心创意提炼的洞察过程分析，及具体的人群策略、内容策略、投放策略等。

30%

实施与创新

关注内容叙事、IP联动、交互形式的新颖度，是否创造了令人记忆深刻、具备讨论度的品牌时刻。

40%

效果与数据

侧重品牌声量 (SOV)、品牌资产评分、搜索/讨论热度、长效回响。

【DTA创新营销奖】效果营销赛道

环球旅讯
TravelDaily

DTA 数字旅游奖
DIGITAL TRAVEL AWARDS

10%

目标与挑战

如何找到新的增量，
及针对本次项目遇到的
难点、痛点等。

20%

洞察与策略

考察对流量链路、用
户转化行为路径的精
准剖析，以及如何通
过新的策略或新的工
具或新的渠道（如 AI
预测模型）实现精准
触达。

30%

实施与创新

关注创新技术工具的
应用、投放链路优化。

40%

效果与数据

硬性经营指标（如
ROI、GMV、核销率、
获客成本（CPA））
的优化程度。

【DTA产品创新奖】产品创新赛道

环球旅讯
TravelDaily

DTA 数字旅游奖
DIGITAL TRAVEL AWARDS

30%

产品定位&创意合理性

1. 是否精准匹配用户需求与运营场景?
2. 定位是否有市场竞争力与前瞻性?



35%

产品功能&应用创新性

1. 功能、设计、使用体验上的新颖程度
2. 解决了什么痛点? 有无差异化?



35%

盈利模式&商业价值性

1. 盈利模式清晰, ROI 可验证
2. 有扩展性与复制性

【DTA产品创新奖】AI产品赛道

环球旅讯
TravelDaily

DTA 数字旅游奖
DIGITAL TRAVEL AWARDS

30%

产品定位&创意合理性

1. AI 应用场景是否明确，能否精准匹配用户需求与运营痛点？
2. 是否有不可替代性（若去掉AI，产品核心价值是否大幅下降）？
3. 市场需求是否足够，定位是否具有前瞻性？

40%

产品功能&AI应用创新性

1. 技术应用与业务目标高度契合，落地成效显著
2. AI 应用方式是否有明显的创意或突破，区别于行业常规做法
3. 数据来源是否合规、安全，技术是否具备可持续优化能力？

30%

盈利模式&商业价值性

1. AI 应用带来的直接或间接商业价值（降本、增收、转化提升等）
2. 盈利模式是否清晰、可复制、可扩展
3. 未来迭代与升级路径是否明确

投报流程&权益





投报费用&优惠

投报费用

1000 元/ 一个案例

注：如投报多个赛道或多个案例，则按投报案例数量完成付费。

优惠政策

早鸟限时优惠

【2026年3月31日】前完成付费，可享有9折优惠

如何投报?

第一步

阅读《2026 DTA数字旅游奖投报手册》，确认预备参赛案例上线时间需要符合规定时间及其他要求；

第二步

完成投报案例费用支付；

注：投报案例费用为1000元/一个案例，如投报多个赛道或多个案例，则按投报案例数量完成付费。



第三步

完成投报案例费用支付后，邮箱将会收到「付款确认函」及「投报入口」；

第四步

按要求准备案例PPT及其他案例素材，根据「投报入口」提示填写信息并上传，完成投报。

注：案例PPT需使用官方统一模版，请通过官网：<https://activity.traveldaily.cn/dta2026/> 下载或联系工作人员获取。

案例可享有的曝光权益



权益

投报案例

入围案例

金奖案例

案例信息、投报企业信息，将在环球旅讯官网、环球旅讯小程序及DTA数字旅游奖的活动页面展示

√

√

√

案例信息、投报企业信息，将通过环球旅讯官网、环球旅讯小程序、环球旅讯公众号、环球旅讯每周新闻EDM进行推广及宣传

1次

2次

3次

案例信息、投报企业信息，将在2026环球旅讯峰会会刊展示

√

√

案例信息、投报企业信息，将在2026环球旅讯峰会现场展示

√

√

赠送2026环球旅讯峰会直通票一张

√

√

赠送2026环球旅讯峰会展览现场“DTA金奖展示区”专属小型展台

√

√

有机会获得环球旅讯的原创报道机会

√

√

高视野的行业交流



企业将产品创意的研发预算或者传播创意的市场预算最大化地使用，推动了行业的发展。

“DTA数字旅游奖”希望为企业创建一个广阔的交流平台。参赛企业能够有机会增加环球旅讯的外延活动，通过高质量的发声，加强行业交流；「决赛入围」案例不仅可以得到来自评委和专家的互动点评，还将受邀出席“2026环球旅讯峰会”，与来自全球旅游业的参会嘉宾面对面交流合作。

具备公信力的奖项荣誉



公平公正的评审体系，兼具声望和专业的大赛评委，赋予了“DTA数字旅游奖”在业界的高含金量价值。

深度持续的品牌传播



以环球旅讯为核心的全渠道传播，为参赛企业提供内容协同价值。

获奖案例将在环球旅讯中英文官方网站、官方微信公众号、官方会议小程序等全渠道进行持续传播和曝光展示；更多优秀参赛案例将被收录在“2026 DTA数字旅游奖”官方网站及相关渠道。环球旅讯与大赛合作媒体将全程跟踪报道，让获奖案例得到持续深度曝光。

参赛资料准备

- 参赛案例上线时间需要符合规定时间：DTA创新营销奖案例在2024年6月1日后上线，DTA产品创新奖产品在2023年1月1日后上线
- 【案例PPT】所有参赛的作品是以Case案例的形式来递交，组委会官方是要求用 Microsoft Power Point 的 PPT 的PDF格式，并统一使用【DTA数字旅游奖】官方提供的PPT模板进行制作，每一个PPT都是一个单独的案例。
- 【案例PPT封面】参赛案例需要根据案例创意、案例名称、LOGO等自行设计封面，封面格式为PNG格式，封面尺寸为1920 x 1080，其封面将会用于官网、公众号的案例展示及宣传推广。
- 【案例视频】若案例PPT中含有案例相关视频，参赛方需要额外提供未压缩的高清视频源文件。
- 同一件作品允许参加不同赛道，但递交的案例PPT不能内容完全一致，而应该针对不同投报奖项赛道有所侧重。
- 非汉语（普通话）作品需要添加中文字幕。
- 所有参赛作品一旦提交，视为自动赋予组委会对作品的宣传、使用权利。

取消参赛资格

若出现一下任一情况，该案例作品的参赛资格将被取消，**取消参赛资格解释权归组委会所有**

- 投报案例上线时间不在规定时间范围内（DTA创新营销奖案例在2024年6月1日后上线，DTA产品创新奖产品在2023年1月1日后上线）
- 非中文材料且未包含翻译或查阅指南
- 同个案例产品投报过往届“DTA数字旅游奖”
- 非原创抄袭案例，及提报后引起版权纠纷且无法证明版权所属的案例

参赛须知

关于版权

参赛者的参赛案例必须是参赛者公司（或团体）创作的案例，与他人没有任何知识产权纠纷或迄今未发生或已妥善处理知识产权纠纷。所有因参赛者参赛案例引发的版权或知识产权纠纷一概与组委会无关。

大赛评委在评审案例过程中只会对案例的专业负责，不会涉及案例合法性问题。对存在知识产权纠纷的案例，组委会有权保留甚至撤销该案例的参赛资格。

如获奖案例存在知识产权瑕疵，组委会有权保留撤销获奖资格，召回奖状、奖杯等荣誉。

如因参赛案例存在知识产权瑕疵造成主办方经济、名誉方面损失，主办方有权要求参赛方赔偿及承担相应后果，赔偿范围包括但不限于经济损失、名誉损失、诉讼费、律师费、保全费、鉴定费等费用。

组委会有权保留拒收任何对各国文化、民族尊严或道德有侵犯以及不符合参赛要求的案例，并拥有参赛案例的展览、出版、宣传、收藏的权利。

参赛案例一经提交，则默认同意以上条例，大赛组委会对赛事规则保留最终解释权。

参赛须知

关于案例中提及的数据

为帮助评审更为客观的判断案例价值，组委会建议参赛公司为所提及的数据提供准确的出处或者来源说明，如：

- 第三方数据（需标明第三方公司名称）；
- 第一方自有数据，并经客户许可；
- 第一方自有数据。

组委会充分理解参赛企业可能对透露部分敏感信息持有疑虑。当案例中需要呈现较为敏感的数字信息时，我们建议参赛企业将数据指数化表达，换言之，可以选择以百分比或指数形式写出，以此来隐藏实际数字。

关于案例宣传

参赛投报时企业所提交的系列文件将自动作为“DTA数字旅游奖”的资产留存，不会被退回。在案例投报文件提交后，组委会将自动获权，后续可以将案例系列文件用于教育宣传目的的复制、重制以及对外展示。



DTA 数字旅游奖
DIGITAL TRAVEL AWARDS



大赛咨询

程子嘉 | Jerica
jerica@traveldaily.cn

曾琳昕 | Echo
echo@traveldaily.cn

2026 DTA

数字旅游奖

DIGITAL TRAVEL AWARDS