

环球旅讯
TravelDaily



2024 DIGITAL TRAVEL AWARDS

DTA 数字旅游奖

投报手册

DTA

目录

关于主办方	03
赛道与奖项设置	04
谁适合投报	05
赛事流程	06
如何投报	07
案例可享有的曝光权益	09
参赛价值	10
评审标准	11
参赛资料准备	14
取消参赛资格	15
参赛须知	16

关于DTA主办方

环球旅讯创立于2006年，是全球领先的旅游商业和科技内容平台及会展活动平台，致力于以独立的态度和专业视角，向全球旅游业者传递影响旅游业未来发展的创新科技趋势和商业模式。

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、数字旅游展、ITB China）、城市巡回沙龙（环球旅讯数智论坛），以及直播&视频栏目（旅讯Live、旅见、超哥老友记、旅讯第1线等）。

除了线上线下的行业活动外，环球旅讯还运营了一站式企业服务平台——旅连连及旅游人的专属社区--环球旅讯微信小程序。

赛道与奖项设置

DTA创新营销奖

将划分为2个赛道：【短视频及直播营销赛道】和【创新营销奖赛道】

其中，短视频及直播营销赛道专注于挖掘以短视频、直播、短剧等视频媒介驱动创新的营销案例；而创新营销奖赛道则专注于挖掘综合了各个媒介进行营销创意传递的创新营销案例。每个赛道下，各设金奖（1个）与提名奖（8个）。

DTA产品创新奖

将沿用往届赛道设置，仅设立1个【产品创新赛道】

基于AI的浪潮，在原有的金奖基础上，增设最佳AI应用奖，即在【DTA产品创新奖】赛道，将设置金奖（1个）、最佳AI创新应用奖（1个）及提名奖（8个），鼓励基于用户需求的产品创新。

谁适合投报?

DTA创新营销奖

1. 案例在2023年1月1日后上线；
2. 无论是品牌方（OTA、酒店、航空公司、旅游局、邮轮、旅行社等），还是平台方（腾讯、抖音、小红书）还是营销服务商均可投报。

DTA产品创新奖

1. 产品在2020年1月1日后上线；
2. 可以是初创企业的项目也可以是成熟企业孵化的创新项目，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2021-2024年“DTA数字旅游奖”评选。

赛事流程

- **3月26日-6月26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1日-7月5日** **评委初审**
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入围案例「提名奖」。
- **7月10日-9月25日** **入围案例公示**
获得「创新营销奖」与「产品创新奖」提名的参赛案例将在环球旅讯官网公示。
- **8月7日-8月9日** **线上决赛及评委终审**
提名案例将在“2024 DTA数字旅游奖”线上直播决赛进行案例展示，角逐金奖。
- **9月25日** **获奖案例揭晓及颁奖**
在2024环球旅讯峰会现场，进行2024 DTA数字旅游奖获奖案例公布并进行颁奖。
- **10月14日-12月14日** **获奖案例持续宣传**



如何投报？

第一步

阅读《2024 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；

注：DTA创新营销奖案例在2023年1月1日后上线，DTA产品创新奖产品在2020年1月1日后上线。

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，则按投报案例数量来完成付费。

第三步

完成投报案例费用支付后，将会收到「付款确认函」及「案例投报在线入口」；

第四步

按需准备案例PPT及其他素材，根据「案例投报在线入口」提示填写信息并上传，完成投报。

案例投报权益

2024 DTA 数字旅游奖
案例征集

DTA

案例可享有的曝光权益



- 投报案例**的案例信息、投报企业信息将在环球旅讯官网、环球旅讯小程序、旅连连及**DTA**数字旅游奖的活动页面展示；
- 入围案例**的案例信息、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；
- 入围案例**的案例信息、投报企业信息将在**2024**环球旅讯峰会的会刊展示；
- 入围案例**的案例信息，将在**2024**环球旅讯峰会现场的“**DTA**高光时刻”展示区展示，具体展示的信息及展示方式将由环球旅讯另行沟通
- 金奖及最佳AI创新应用奖**的案例，将可获得环球旅讯的原创报道机会；
- 金奖及最佳AI创新应用奖**的案例，将在**2024**环球旅讯峰会现场的“**DTA**高光时刻”展示区设专属小型展台，展台由环球旅讯统一规划及制作。

参赛价值

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；「提名奖」获得者不仅可以得到来自评委和专家的互动点评，还将受邀出席“2024环球旅讯峰会”以及“2024 TDC NIGHT”，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“2024 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。

DTA创新营销奖 评审标准

25%

目标设定&策略合理性

评委将结合企业当下所处的市场背景、面临的挑战以及该营销案例的目标，评估策略制定的合理性及有效性。



35%

营销创意&创新前瞻性

包括但不限于立意、营销形式及投放渠道的创新性及内容创意。评审的核心是看这个作品或案例是否让目标受众能够有非常好的品牌体验。



40%

效果转化可观性

评委将根据案例的投入资源及结果产出进行综合评估。

DTA产品创新奖 评审标准

30%

产品定位&创意合理性

评委将结合产品的市场定位、目标用户、与竞品的差异化定位，评估该产品的定位是否具有创新性。



35%
50%

金奖

最佳AI创新应用

产品功能&应用创新性

评委将从产品功能是否有创新、是否能切实解决用户在不同应用场景的需求或更好地满足用户在不同应用场景的需求，来评估产品功能&应用场景的创新性及实用性。



35%
20%

盈利模式&商业价值性

评委将根据产品在市场中的应用现状，评估其是否具有健康的盈利模式、可持续变现能力和良好的商业价值。参赛案例需提供背景并阐述成果、指标对品牌的重要性，并与参赛表第一部分中的目标呼应。

初审评分规则

1. 案例初审最终得分 = 特邀评委评分 (30%) + 专家评委评分 (70%)
2. 主办方将以上述比例加权计算每个参赛案例的得分，并根据分数高低排名决定并根据分数高低排名决定入围案例「提名奖」
3. 【DTA产品创新奖】最多接受10家入围案例；【DTA创新营销奖】每个赛道最多接受9家入围案例，2个赛道共计18家入围案例。

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2023年1月1日后上线，DTA产品创新奖产品在2020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 的文件格式，并统一使用【DTA 数字旅游奖】官网提供的PPT模板进行操作，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750x450，其封面将会作为案例宣传、投票等素材。
- 【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2023年1月1日后上线，DTA产品创新奖产品在2020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
- 作弊：一经发现刷票或其他作弊行为，**组委将直接取消其参赛资格并公示**，参赛企业还将被拉入【DTA 数字旅游奖】黑名单，3年内不可投报

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。

环球旅讯
TravelDaily



大赛咨询

曾昕琳 | Echo
echo@traveldaily.cn
尚缘 | Sanyun
sanyun@traveldaily.cn

