



SPIKES ASIA

ENTRY KIT

Getting Ready to Enter

엔트리 키트

출품준비하기

2026 어워드 2026 AWARDS

- 목차 Contents

오디오 오 라디뮷Audio & Radio.....	3
브랜드 경험 및 활성화 Brand Experience & Activation	10
크리에이티브 B2B Creative B2B	17
크리에이티브 상거래 Creative Commerce.....	22
크리에이티브 데이터 Creative Data	32
크리에이티브 효과 Creative Effectiveness.....	37
크리에이티브 전략 Creative Strategy.....	42
디자인 Design.....	49
디지털 크래프트 Digital Craft.....	57
다이렉트 Direct.....	62
엔터테인먼트 Entertainment	71
영상 Film	79
영상 크래프트 Film Craft	89
게이밍 Gaming.....	94
글래스: 변화에 대한 상 Glass: The Award For Change.....	97
헬스케어 Healthcare.....	99
산업 크래프트 Industry Craft.....	119
혁신 Innovation	128
통합 Integrated.....	130
미디어 Media	131
음악 Music.....	144
옥외 Outdoor	149
PR _ PR	157
인쇄 및 출판 Print & Publishing	167
소셜 및 인플루언서 Social & Influencer.....	173
출품준비하기 Getting Ready to Enter.....	186
보조 자료 가이드라인 Supporting Material Guidelines.....	195
출품작 제작 방법 How to Craft your Entry	210

오디오 및 라디오

Audio & Radio

오디오 및 라디오 스파이크스는 사운드 송출 크리에이티비티에 주어지는 상입니다.

출품작은 방송 전파와 디지털 스트림에서 오디오 우수성, 음향 혁신 또는 탁월한 오디오 스토리텔링을 통해 브랜드 메시지를 전달하는 작품을 보여주어야 합니다.

- 심사 기준으로는 주로 아이디어와 집행 및 그 효과가 고려됩니다.
- 선택한 카테고리가 연관성이 있는 한 오디오 및 라디오에 동일 작품을 출품할 수 있는 횟수에는 제한이 없습니다. 단, 'D. 오디오 및 라디오 부문'에는 동일 작품을 한 번만 출품할 수 있습니다.
- 섹션 B와 D에서 각 집행은 1회 출품에 해당하며, 모든 집행은 출품 기간 내에 이루어져야 합니다.
- 섹션 A와 C에서는 복수의 집행을 하나의 출품으로 출품할 수도 있습니다. 단, 모든 오디오 및 라디오 집행은 출품 기간 이내에 이루어져야 합니다.
- 모든 사례 영상, 데모 영상, 오리지널 콘텐츠에는 자막을 포함하는 것을 강력히 권장합니다.

The Audio & Radio Spikes celebrate creativity that is wired for sound - work that communicates a brand message through audio excellence, sonic innovation or superior aural storytelling across the airwaves and digital streams.

- The main criteria considered during judging will be the idea, the execution and the impact.
- There is no overall limit to how many times the same piece of work can be entered into Audio & Radio as long as the categories chosen are relevant. However, the same piece of work may only be entered once in 'D. Audio & Radio: Sectors'.
- In sections B & D, each execution constitutes one entry and all executions must have run within the eligibility period.
- In sections A & C, multiple executions may be entered as one entry. However, all Audio & Radio executions must have run within the eligibility period.
- Subtitles are highly recommended on all case films, films, demo films and original content.

<p>A. 오디오 및 라디오 혁신</p> <p>라디오 매체의 혁신적 사용을 통한 브랜드 메시지 전달. 소비자가 오디오 콘텐츠에 교감하고 반응할 수 있도록 함으로써 소비자 경험을 향상시키고 새로운 활력을 불어넣는 작품.</p> <p>A. Innovation in Audio & Radio</p> <p>Innovative use of the audio medium to communicate a brand's message. Work that enhances and reinvigorates the consumers' experience by allowing them to engage with and respond to the audio content.</p>	<p>자료</p> <p>Materials</p>
<p>A01. 매체로서 라디오 및 오디오 사용</p> <p>브랜드 메시지를 전달하는 크리에이티브이고 혁신적인 매체로 사용되었다는 증거와 함께 매체로서 오디오 또는 라디오의 혁신적이거나 크리에이티브한 사용.</p> <p>A01. Use of Radio & Audio as a Medium</p> <p>The innovative or creative use of audio or radio as a medium, with evidence of how it was used in a creative and innovative way to communicate the brand's message.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> • 사례 영상 <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 데모 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 - JPG • 오디오 파일

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

<p>A02. 오디오 및 라디오 기술 사용 청취자의 경험을 직접적으로 향상하는 진보적 아이디어. 앱 또는 모바일/웹 기술, 소프트웨어 개발 및 오디오 제작 과정과 배급에서 발전을 보여주는 기술 사용을 포함.</p> <p>A02. Use of Audio & Radio Technology Forward thinking ideas that directly enhance the experience of the listener. This could include, but not be limited to, use of apps or mobile/web technology, software development and technology that demonstrates a development in the production process and distribution of audio.</p>	<p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Case film <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Demo film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Digital supporting content Digital supporting images – JPG Audio File
<p>A03. 음성 활성화 음성 플랫폼과 음성 활성화 기술의 혁신적 적용 및 사용을 통해 대화형/몰입형 스토리텔링을 제작하여 청취자의 참여 유도 및 경험 개선.</p> <p>A03. Voice Activation The innovative application and use of voice platforms and voice-activated technologies to create interactive/immersive storytelling that drives engagement and enhances the experience of the listener.</p>	
<p>A04. 브랜드 콘텐츠/팟캐스트 라디오 방송국, 스트리밍 플랫폼, 팟캐스트 또는 프로그램 스폰서십을 포함한 모든 오디오 플랫폼의 유료, 스폰서 또는 브랜드 자금 지원 콘텐츠. 브랜드 메시지/정신을 제시하고 청취자의 경험을 향상시키는 콘텐츠.</p> <p><i>30분 이하의 샘플 오디오 파일을 제공해 주십시오.</i></p> <p>A04. Branded Content / Podcasts Paid-for, sponsored or brand funded content / programming on all audio platforms including radio stations, streaming platforms, podcasts or programme sponsorship. Content that exemplifies the brand message / ethos and enhance the experience of the listener.</p> <p><i>Please provide a sample audio file of up to 30 minutes.</i></p>	
<p>A05. 콘텐츠 배치 적절한 프로그래밍 방식으로 맥락에 맞는 광고 메시지 생성 및 배치.</p> <p>A05. Content Placement The contextually relevant creation and placement of sponsored messaging within appropriate programming.</p>	
<p>A06. 오디오 주도 크리에이티비티 상호 보완하며 발전하는 여러 오디오 기반 요소 또는 채널을 혁신적으로 통합하여 브랜드 메시지 전달 및/또는 소비자 인지도와 태도의 변화 달성.</p> <p>A06. Audio-Led Creativity The innovative integration of multiple audio driven elements or channels that complement and build on each other to communicate the brand's message and/or change consumer awareness and attitudes.</p>	

B. 오디오 및 라디오 우수성 B. Excellence in Audio & Radio	자료 Materials
<p>B01. 음악 사용 오리지널 작곡, 라이선스 녹음 또는 기존 녹음의 편곡/변형 버전 등을 포함하되 이에 국한되지 않습니다.</p> <p>B01. Use of Music Including, but not limited to, original composition, licensed recordings or adapted / altered versions of an existing recording.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 오디오 파일 <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 데모 영상
<p>B02. 사운드 디자인 사운드 효과, 로케이션 녹음, '애티모스' 등 오디오 요소의 규정, 획득, 조작 또는 생성 과정.</p> <p>B02. Sound Design The process of specifying, acquiring, manipulating or generating audio elements, including sound effects, location recordings, 'Atmos' etc.</p>	<p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Audio File
<p>B03. 대본 브랜드 아이디어 또는 메시지를 창의적으로 탈바꿈하여 청취자의 경험을 개선하고 브리프 및 지역 규정을 충족하는 오디오 맥락으로 만드는 대본의 역량 인정.</p> <p><i>대본은 오디오 매체에 맞는 것이어야 합니다. 영상 작업을 위한 대본은 작품이 독립형 오디오 콘텐츠로 사용되지 않았다면 이 부문에 출품할 수 없습니다.</i></p> <p>B03. Script Recognises the ability of script to creatively transform a brand idea or message into an audio context that enhances the experience of the listener and meets the confines of the brief and regional regulations.</p> <p><i>Scripts should be specific to the audio medium. Scripts for film work will not be accepted here unless the work ran as a standalone audio content.</i></p>	<p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Demo film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Digital supporting content Digital supporting images - JPG
<p>B04. 캐스팅 및 연기 목소리 연기가 광고의 성공에 필수적인 경우 연기를 통한 전체적인 대본 구현 인정. 어조, 속도, 억양, 성대모사 등이 포함될 수 있음.</p> <p>B04. Casting & Performance Recognises the overall delivery of the script through performance, where voice performance is integral to the success of the spot. This may include tone and pacing, use of accents or impersonation, etc</p>	

<p>C. 문화 및 맥락</p> <p>문화적 인사이트와 지역적 맥락을 통해 생명력을 얻는 오디오 작품.</p> <p>2건 이상의 집행을 제출하는 경우, 새로운 각 집행을 표시하는 공백이 있는 단일 파일로 모든 집행을 업로드해 주십시오.</p> <p>C. Culture & Context</p> <p>Audio work that is brought to life through cultural insights and regional context.</p> <p>If you are submitting more than one execution please upload all executions in a single file with a gap to denote each new execution.</p>	<p>자료</p> <p>Materials</p>
<p>C01. 로컬 브랜드</p> <p>특정 지역 내에서만 유통되는 브랜드에 대한 작품. 명확히 정의된 지역 내 타겟 청중에게 공감과 반향을 일으킨 작품이어야 합니다.</p> <p>C01. Local Brand</p> <p>Work for brands distributed solely within a specific locality. The work should resonate with a clearly defined, local target audience.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 오디오 파일 <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG
<p>C02. 챌린저 브랜드</p> <p>경쟁업체의 압력에 대응하여 크리에이티브로 접근 방식을 조정하고 현상을 타파하는 진보적 사고와 혁신적 크리에이티비티를 사용하는 획기적 작품을 만들어내는 브랜드.</p> <p>C02. Challenger Brand</p> <p>Brands that have creatively adapted their approach in response to competitor pressure by challenging the status quo to create game-changing work that uses progressive thinking and innovative creativity.</p>	<p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Audio File <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Case film
<p>C03. 단일 시장 캠페인</p> <p>단일 국가/지역/시장에서만 방영되거나 집행된 작품. 작품은 어떻게 특정 표적 시장에 맞게 고안되었는지 설명해야 합니다.</p> <p>C03. Single-market Campaign</p> <p>Work that only aired or ran in a single country / region / market. The work should describe how it was designed for the specific target market.</p>	<p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Digital supporting content Digital supporting images - JPG
<p>C04. 소셜 행동</p> <p>특정 지역 또는 지방에서 발견되는 아이디어, 관습, 가치 및 라이프스타일에서 비롯된 식별 가능한 사회적 행동을 통해 특정 청중/커뮤니티에서 영감을 받은 작품. 작품은 소비자 행동에 대한 인사이트를 활용하여 브랜드와 강력한 연결을 형성할 수 있는 방법을 보여줘야 합니다.</p> <p>C04. Social Behaviour</p> <p>Work inspired by a specific audience or community, relying on identifiable social behaviour. The work should demonstrate how leveraging insights into consumer behaviour can create a powerful connection with a brand.</p>	
<p>C05. 유머 사용</p> <p>브랜드 커뮤니케이션에 유머 기술을 담아낸 작품. 캠페인에 재치, 풍자, 기발함을 녹여내어 청중과 공감대를 형성하면서도 즐거움을 주고, 기억에 남으며, 웃음을 유발하는 작품.</p> <p>C05. Use of Humour</p> <p>Work that celebrates the art of humour in branded communications. Infusing wit, satire, and cleverness into campaigns that provide amusement and create memorable, laughter-inducing connections with audiences.</p>	

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

<p>C06. 예산 돌파구</p> <p>시장 및/또는 업계와 관련된 많지 않은 예산 및/또는 자원을 크리에이티브로 사용하여 최대의 효과 창출. 작품작은 제한된 자원에도 불구하고 참신한 인사이트, 영리한 지출, 설득력 있는 전략적 사고로 비즈니스 문제를 어떻게 해결했는지 보여 주어야 합니다.</p> <p>C06. Breakthrough on a Budget</p> <p>Creative use of modest budgets and/or resources in relation to the market and/or industry to create maximum impact. The work should demonstrate how fresh insight, smart spending and compelling strategic thinking solved a business problem despite limited resources.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 오디오 파일 <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Audio File <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Digital supporting content Digital supporting images - JPG
<p>C07. 기업 목적 및 사회적 책임</p> <p>사회, 윤리, 환경 문제를 다루는 목적 지향적 작품작/브랜드 행동주의. 작품작은 브랜드의 목적이 고객을 문화에 연결함으로써 어떻게 가치를 창출하고 지역사회에 영향을 미쳤는지 보여 주어야 합니다.</p> <p><i>모든 비영리, 자선 단체, 정부 관련 작품작은 해당 부문 및/또는 섹션 D. 오디오 및 라디오 부문의 D06. 비영리/자선 단체/정부 카테고리에 작품해 주십시오.</i></p> <p>C07. Corporate Purpose & Social Responsibility</p> <p>Purpose-driven work/brand activism that address social, ethical and environmental issues. The work should demonstrate how the brand's purpose has created value and affected communities by connecting customers to culture.</p> <p><i>All not-for-profit, charity or government work should be entered in the relevant sector and/or D06. Not-for-profit / Charity / Government category in section D. Audio & Radio: Sectors.</i></p>	
<p>C08. 시장 교란</p> <p>현지/지역/글로벌 문제에 대응하여 전략을 조정하고 고객에 대한 배려를 보여 주는 가운데 브랜드를 전달하는 새로운 방법을 수용한 브랜드.</p> <p>C08. Market Disruption</p> <p>Brands that have creatively adapted their strategy in response to local / regional / global issues, embracing new ways of delivering their brand while showing consideration for the consumer.</p>	
<p>C09. 문화 참여 신설</p> <p>문화적 기반이 된 공동체 내 실제 경험에 근거한 전략적 솔루션을 중심으로 기획된 작품. 정체성(예: 장애, 성별, 인종, 성적 지향, 연령)에 대한 근본적 관점을 형성하는 관습, 행동, 전통의 미묘한 차이를 반영하고 이를 해석한 작품. 이러한 인사이트는 청중이 브랜드와 미디어 경험을 선택하는 방식을 드러내며, 성장과 임팩트를 이끌어냅니다.</p> <p>C09. Cultural Engagement NEW</p> <p>Work crafted around strategic solutions rooted in the lived experiences of culturally grounded communities. Work which reflects and translates the nuances of customs, behaviours, and traditions that shape foundational perspectives on identity (e.g. disability, gender, race, orientation, age). Such insights reveal how audiences choose brands and media experiences, driving growth and impact.</p>	

D. 오디오 및 라디오: 부문 이 섹션에는 동일 출품을 한 번만 제출할 수 있습니다. D. Audio & Radio: Sectors The same entry can be submitted only once in this section.	자료 Materials
D01. 소비재 식품 및 음료, 욕실 용품, 청소 용품, 기타 가정용 제품, 기타 FMCG, 의류 및 액세서리, 가구, 소비자 가전, 자동차 및 자동차 제품 및 서비스를 포함한 일상 소비재와 내구 소비재. <i>모든 패스트푸드 출품작은 D03. 여행, 레저, 소매, 레스토랑 및 패스트푸드 체인에 출품해야 합니다.</i> D01. Consumer Goods All fast moving & durable consumer goods, including food and drinks, toiletries, cleaning products, other household goods, other FMCG, clothing and accessories, furniture, consumer electronics, cars and automotive products & services. <i>All fast food entries should go in D03. Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains</i>	필수 <ul style="list-style-type: none"> 오디오 파일 선택 사항 <ul style="list-style-type: none"> URL 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG Compulsory <ul style="list-style-type: none"> Audio File Optional <ul style="list-style-type: none"> URL Digital supporting content Digital supporting images – JPG
D02. 헬스케어 제약, OTC 약품, 건강. <i>자선 단체/비영리 기관을 대상으로 제작한 출품작의 경우 D06으로 출품해야 합니다.</i> A02. Healthcare Pharma, OTC drugs, wellness. <i>If the work has been created for a Charity/NFP then this should be entered into D06.</i>	
D03. 여행, 레저, 소매, 레스토랑 및 패스트푸드 체인 대중 교통 및 관광청을 포함한 모든 교통 및 여행 관련 서비스. 박물관, 페스티벌, 헬스클럽을 포함한 모든 엔터테인먼트 및 레저 관련 서비스. 온라인 소매상, 안경점, 미용실, 부동산 중개소를 포함한 모든 매장. 카페와 술집을 포함한 모든 레스토랑 및 패스트푸드 체인. D03. Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains All transport- and travel- related services, including public transport and tourism boards. All entertainment- and leisure-related services, including museums, festivals and gyms. All shops, including online retailers, opticians, hairdressers and estate agents. All restaurants and fast food chains, including cafés and bars.	
D04. 미디어/엔터테인먼트 음악, 영화, TV, 출판 및 매체, 책, 뉴스, 디지털 플랫폼, 기타 매체. D04. Media/Entertainment Music, film, television, publications & media, books, news, digital platforms, other media.	
D05. 소비자 서비스/B2B(Business to Business) 모든 상업적 공공 서비스, 법률, 금융, B2B 기술, 컨설팅 및 전문 서비스, 기타 비즈니스 서비스, 내부 및 기업 커뮤니케이션. D05. Consumer Services/Business to Business All commercial public services, legal, financial, B2B technology, consultancies & professional services, other business services, internal & corporate communications.	

<p>D06. 비영리/자선 단체/정부 정부, 공보, NGO, 군대, 자선 단체, 비영리 단체.</p> <p><i>모든 CSR 출품작은 관련 부문 및/또는 섹션 C. 문화 및 맥락의 C07. 기업 목적 및 사회적 책임 카테고리에 출품해야 합니다</i></p> <p>D06. Not-for-profit / Charity / Government Government, public information, NGOs, military, charities, non-profit organisations.</p> <p><i>All CSR work should be entered in the relevant sector and/or C07. Corporate Purpose & Social Responsibility category in section C. Culture & Context</i></p>	
---	--

브랜드 경험 및 활성화

Brand Experience & Activation

브랜드 경험 및 활성화 스파이크스는 뛰어난 경험 디자인, 활성화, 몰입형, 소매 및 360° 고객 참여 사용을 통한 크리에이티브이고 종합적인 브랜드 구축에 주어지는 상입니다.

출품작은 고객 여정, 브랜드 경험, 모든 접점의 최적화가 어떻게 브랜드 호감도 상승과 상업적 성공으로 이어졌는지 보여 줄 필요가 있습니다.

- 심사 과정에서 여러 가지 기준이 고려되며, 다음과 같이 가중치가 부여됩니다. 20% 아이디어, 20% 전략, 30% 집행, 30% 결과.
- 브랜드 경험 및 활성화에는 동일 작품을 3회까지 출품할 수 있습니다. 다만 'A. 브랜드 경험 및 활성화: 부문'에는 동일 작품을 한 번만 출품할 수 있습니다.
- 모든 사례 영상, 데모 영상, 오리지널 콘텐츠에는 자막을 포함하는 것을 강력히 권장합니다.

The Brand Experience & Activation Spikes celebrate creative, comprehensive brand building through the next level use of experience design, activation, immersive, retail and 360° customer engagement.

The work will need to demonstrate how the customer journey, experience of the brand and optimisation of every touchpoint led to increased brand affinity and commercial success.

- A number of criteria will be considered during judging and weighted as follows: 20% Idea; 20% strategy; 30% execution; 30% results.
- The same piece of work can be entered up to three times in Brand Experience & Activation. However, the same piece of work may only be entered once in 'A. Brand Experience & Activation: Sectors'.
- Subtitles are highly recommended on all case films, films, demo films and original content.

A. 브랜드 경험 및 활성화: 부문 이 섹션에는 동일 출품을 한 번만 제출할 수 있습니다. A. Brand Experience & Activation: Sectors The same entry can be submitted only once in this section.	자료 Materials
A01. 소비재 식품 및 음료, 욕실 용품, 청소 용품, 기타 가정용 제품, 기타 FMCG, 의류 및 액세서리, 가구, 소비자 가전, 자동차 및 자동차 제품 및 서비스를 포함한 일상 소비재와 내구 소비재. <i>모든 패스트푸드 출품작은 A03. 여행, 레저, 소매, 레스토랑 및 패스트푸드 체인에 출품해야 합니다.</i> A01. Consumer Goods All fast moving & durable consumer goods, including food and drinks, toiletries, cleaning products, other household goods, other FMCG, clothing and accessories, furniture, consumer electronics, cars and automotive products & services. <i>All fast food entries should go in A03. Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains</i>	필수 <ul style="list-style-type: none"> • 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG 권장(선택 사항) <ul style="list-style-type: none"> • 사례 영상 선택 사항 <ul style="list-style-type: none"> • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 - JPG
A02. 헬스케어 제약, OTC 약물, 건강. <i>비영리/자선 단체/정부.</i> <i>자선 단체/비영리 기관을 대상으로 제작한 출품작의 경우 A06으로 출품해야 합니다.</i>	Compulsory <ul style="list-style-type: none"> • Digital presentation image - JPG

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

SPIKES ASIA AWARDS 2026

엔트리 키트 1: 브랜드 경험 및 활성화

ENTRY KIT 1 : BRAND EXPERIENCE & ACTIVATION



<p>A02. Healthcare Pharma, OTC drugs, wellness.</p> <p><i>If the work has been created for a Charity/NFP then this should be entered into A06. Not-for-profit / Charity / Government.</i></p>	<p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Digital supporting Content Digital supporting Images - JPG
<p>A03. 여행, 레저, 소매, 레스토랑 및 패스트푸드 체인 대중 교통 및 관광청을 포함한 모든 교통 및 여행 관련 서비스. 박물관, 페스티벌, 헬스클럽을 포함한 모든 엔터테인먼트 및 레저 관련 서비스. 온라인 소매상, 안경점, 미용실, 부동산 중개소를 포함한 모든 매장. 카페와 술집을 포함한 모든 레스토랑 및 패스트푸드 체인.</p> <p>A03. Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains All transport- and travel- related services, including public transport and tourism boards. All entertainment- and leisure-related services, including museums, festivals and gyms. All shops, including online retailers, opticians, hairdressers and estate agents. All restaurants and fast food chains, including cafés and bars.</p>	
<p>A04. 미디어/엔터테인먼트 음악, 영화, TV, 출판 및 매체, 책, 뉴스, 디지털 플랫폼, 기타 매체.</p> <p>A04. Media / Entertainment Music, film, television, publications & media, books, news, digital platforms, other media.</p>	
<p>A05. 소비자 서비스/B2B(Business to Business) 모든 상업적 공공 서비스, 법률, 금융, B2B 기술, 컨설팅 및 전문 서비스, 기타 비즈니스 서비스, 내부 및 기업 커뮤니케이션.</p> <p>A05. Consumer Services / Business to Business All commercial public services, Legal, financial, B2B technology, consultancies & professional services, other business services, internal & corporate communications.</p>	
<p>A06. 비영리/자선 단체/정부 정부, 공보, NGO, 군대, 자선 단체, 비영리 단체.</p> <p><i>모든 CSR 출품작은 관련 부문 및/또는 섹션 E. 문화 및 맥락의 E07. 기업 목적 및 사회적 책임 카테고리에 출품해야 합니다</i></p> <p>A06. Not-for-profit / Charity / Government Government, public information, NGOs, military, charities, non-profit organisations.</p> <p><i>All CSR work should be entered in the relevant sector and/or E07. Corporate Purpose & Social Responsibility category in section E. Culture & Context</i></p>	

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

B. 접점 및 기술 브랜드 경험 또는 활성화에서 기술과 다중 접점의 이용. B. Touchpoints & Technology The use of technology and multiple touchpoints across a brand experience or activation.	자료 Materials
B01. 모바일 및 기기 사용 모바일 앱, 휴대용 기기 또는 모바일 기술을 사용하여 브랜드 경험 또는 활성화에서 고객과의 상호작용을 창출하거나 강화하는 출품작. B01. Use of Mobile & Devices Work that uses a mobile app, portable device or mobile technology to create or enhance interaction with consumers at a brand experience or activation.	필수 <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG 권장(선택 사항) <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상 선택 사항 <ul style="list-style-type: none"> URL AR/VR 파일 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG Compulsory <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG Highly Recommended (Optional) <ul style="list-style-type: none"> Case film Optional <ul style="list-style-type: none"> URL AR/VR files Digital supporting Content Digital supporting Images - JPG
B02. 웹사이트/마이크로사이트 사용 브랜드 웹사이트 또는 마이크로사이트를 사용하여 소비자의 참여를 유도하고 전반적인 브랜드 경험을 향상하는 출품작. B02. Use of Website/Microsites Work that uses branded websites or micro sites to drive engagement with customers and increase the overall brand experience.	필수 <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG URL 권장(선택 사항) <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상 선택 사항 <ul style="list-style-type: none"> AR/VR 파일 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG Compulsory <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG URL Highly Recommended (Optional) <ul style="list-style-type: none"> Case film

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

	Optional <ul style="list-style-type: none"> AR/VR files Digital supporting Content Digital supporting Images - JPG
B03. 뉴 리얼리티 및 신흥 기술 브랜드 경험 및 활성화 내에서 기술의 경계를 크리에이티브로 넓히고 고객의 참여를 유도하는 몰입형 경험, 대규모 및 소규모 활성화 및 라이브 이벤트. AI, AR, VR, XR, 웨어러블 기술 및 모바일 기기, 음성 기술, 블록체인 기술, 게이밍, 가상 세계, 메타버스 및 그 밖의 모든 신흥 플랫폼 등을 포함할 수 있으며 이에 국한되지 않습니다. 초기 단계 기술의 시제품은 포함되지 않습니다. B03. New Realities & Emerging Tech Immersive experiences, large and small scale activations, digital and live events that creatively push the boundaries of technology and engage with consumers. This could include, but not be limited to, AI, AR, VR, XR, wearable tech and mobile devices, voice technology, blockchain technology, gamification, virtual worlds, the metaverse and all other emerging platforms. Does not include prototypes of early-stage technology.	필수 <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG 권장(선택 사항) <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상 선택 사항 <ul style="list-style-type: none"> URL AR/VR 파일 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG
B04. 게임 주도 브랜드 경험 기존의 게임 플랫폼 내에서의 전략적이고 창의적인 브랜드 통합과 같이 게임을 중심으로 하는 몰입형 브랜드 경험. 콘솔, 온라인, 모바일 게임 및 앱이 포함. B04. Gaming-Led Brand Experience Immersive brand experiences with gaming at the core, including the strategic and creative brand integration within existing gaming platforms. This may include but is not limited to console, online, mobile games and apps.	Compulsory <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG Highly Recommended (Optional) <ul style="list-style-type: none"> Case film Optional <ul style="list-style-type: none"> URL AR/VR files Digital supporting Content Digital supporting Images - JPG
B05. 디지털 설치 고객을 끌어들이고 고객과의 관계를 강화하고 고객의 참여를 유도하기 위해 준비된 대규모 또는 소규모 몰입형 디지털 경험 및 이벤트. 여기에는 VR/AR, 멀티 스크린, 다차원 경험 등이 포함될 수도 있습니다. B05. Digital Installations Immersive large- or small- scale digital experiences and events that are set up to engage with consumers. This may include but is not limited to VR/AR, multi-screen and multi-dimensional experiences.	
B06. 기술 주도 브랜드 경험 신기술이나 기존 기술을 사용하여 브랜드 경험 또는 활성화를 강화하는 작품. B06. Tech-led Brand Experience Work that uses new or existing technology to enhance a brand experience or activation.	

C. 소매 경험 및 활성화 C. Retail Experience & Activation	자료 Materials
C01. 고객 소매/매장 내 경험 구매 경로의 모든 채널에서 고객을 참여시키고 안내하는 제품 출시, 시연, 시식 시음 활동 및 팝업 등을 포함한 매장 내 및 소매 활동. C01. Customer Retail / In-Store Experience In-store and retail activities including, but not limited to, product launches, demonstrations, sampling activities and pop-ups that engage and guide consumers across all channels of their path to purchase.	필수 <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG 권장(선택 사항) <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상 선택 사항 <ul style="list-style-type: none"> URL 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG
C02. 소매 홍보 및 게임 고객의 브랜드 참여를 유도하기 위한 온라인 또는 오프라인 홍보성 공모전 또는 장려책. 소셜 미디어 공모전, 게임화 경험, 매장 내 홍보 활성화 등이 포함. C02. Retail Promotions & Competitions Online or offline promotional competitions or incentives used to drive customer engagement with a brand. This may include but is not limited to social media competitions, gamified experiences, in-store promotional activations, etc.	Compulsory <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG Highly Recommended (Optional) <ul style="list-style-type: none"> Case film
C03. 고객 획득 및 유지 고객 유치 또는 유지, 고객 활동 장려, 전체적 거래 가치 증대를 위해 의미 있고 매력적인 경험과 활성화를 창출하는 출품작. C03. Customer Acquisition & Retention Work that creates meaningful, engaging experiences and activations in order to attract or maintain customers, encourage customer activity and increase overall transaction value.	Optional <ul style="list-style-type: none"> URL Digital supporting Content Digital supporting Images - JPG

D. 브랜드 경험 우수성 D. Excellence in Brand Experience	자료 Materials
D01. 라이브 브랜드 경험 또는 활성화 소비자 또는 B2B 이벤트에서 열린 모든 라이브 브랜드 경험 또는 활성화. 설치, 제품 시연, 무역 박람회, 엑스포, 팝업 스토어 등이 포함. D01. Live Brand Experience or Activation Any live brand experience or activation that was held at a consumer or B2B event. This may include, but is not limited to, installations, product demos, trade shows, expos and pop-ups.	필수 <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG 권장(선택 사항) <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상 선택 사항 <ul style="list-style-type: none"> URL 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG
D02. 게릴라 마케팅 및 스텐트 고객 참여를 이끌어내기 위한 게릴라 마케팅, 단기/일회성 집행, 길거리 팀, 퍼블리시티 스텐트 및 길거리 스텐트를 사용한 모든 브랜드 경험 또는 활성화. D02. Guerrilla Marketing & Stunts Any brand experience or activation using guerrilla marketing, short term/one-off executions, street teams, publicity stunts and street stunts to drive customers' engagement.	Compulsory <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG Highly Recommended (Optional) <ul style="list-style-type: none"> Case film

<p>D03. 스폰서십 및 브랜드 파트너십 즉각적이고 장기적인 브랜드 경험 또는 활성화를 만들어내는 파트너십/스폰서십. 출품작은 파트너십/스폰서십이 얼마나 효과적이었는지를 기준으로 심사됩니다.</p> <p>D03. Sponsorship & Brand Partnerships Partnerships/sponsorships that create immediate and long term brand experiences or activations. The work will be judged on how effective the partnership/sponsorship was.</p>	<p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • Digital supporting Content • Digital supporting Images - JPG
<p>D04. 출시/재출시 브랜드, 제품 또는 서비스 출시 또는 재출시를 위해 만들어진 브랜드 경험 또는 활성화.</p> <p>D04. Launch / Relaunch Brand experiences or activations created to launch or re-launch a brand, product or service.</p>	
<p>D05. 360 통합 브랜드 경험 브랜드 메시지, 제품 또는 서비스를 강화하고 관심을 모으는 온라인 및 오프라인 다중 채널 경험.</p> <p>D05. 360 integrated Brand Experience Online and offline multi-channel experiences that engage and amplify a brand's message, product or service.</p>	

<p>E. 문화 및 맥락 문화적 인사이트와 지역적 맥락을 통해 생명력을 얻는 출품작.</p> <p>E. Culture & Context Work that is brought to life through cultural insights and regional context.</p>	<p>자료 Materials</p>
<p>E01. 로컬 브랜드 특정 지역 내에서만 유통되는 브랜드에 대한 출품작. 명확히 정의된 지역 내 타겟 청중에게 공감과 반향을 일으킨 작품이어야 합니다.</p> <p>E01. Local Brand Work for brands distributed solely within a specific locality. The work should resonate with a clearly defined, local target audience.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> • 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 사례 영상
<p>E02. 챌린저 브랜드 경쟁업체의 압력에 대응하여 크리에이티브로 접근 방식을 조정하고 현상을 타파하는 진보적 사고와 혁신적 크리에이티비티를 크리에이티비티를 사용하는 획기적 작품을 만들어내는 브랜드.</p> <p>E02. Challenger Brand Brands that have creatively adapted their approach in response to competitor pressure by challenging the status quo to create game-changing work that uses progressive thinking and innovative creativity.</p>	<p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> • Digital presentation image - JPG
<p>E03. 단일 시장 캠페인 단일 국가/지역/시장에서만 방영되거나 집행된 출품작. 출품작은 어떻게 특정 표적 시장에 맞게 고안되었는지 설명해야 합니다.</p> <p>E03. Single-market Campaign Work that only aired or ran in a single country / region / market. The work should describe how it was designed for the specific target market.</p>	<p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • Digital supporting Content • Digital supporting Image - JPG

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

<p>E04. 소셜 행동</p> <p>특정 지역 또는 지방에서 발견되는 아이디어, 관습, 가치 및 라이프스타일에서 비롯된 식별 가능한 사회적 행동을 통해 특정 청중/커뮤니티에서 영감을 받은 작품. 작품은 소비자 행동에 대한 인사이트를 활용하여 브랜드와 강력한 연결을 형성할 수 있는 방법을 보여줘야 합니다.</p> <p>E04. Social Behaviour</p> <p>Work inspired by a specific audience or community, relying on identifiable social behaviour. The work should demonstrate how leveraging insights into consumer behaviour can create a powerful connection with a brand.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG
<p>E05. 유머 사용</p> <p>브랜드 커뮤니케이션에 유머 기술을 담아낸 작품. 캠페인에 재치, 풍자, 기발함을 녹여내어 청중과 공감대를 형성하면서도 즐거움을 주고, 기억에 남으며, 웃음을 유발하는 작품.</p> <p>E05. Use of Humour</p> <p>Work that celebrates the art of humour in branded communications. Infusing wit, satire, and cleverness into campaigns that provide amusement and create memorable, laughter-inducing connections with audiences.</p>	<p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Case film
<p>E06. 예산 돌파구</p> <p>시장 및/또는 업계와 관련된 많지 않은 예산 및/또는 자원을 크리에이티브로 사용하여 최대의 효과 창출. 작품은 제한된 자원에도 불구하고 참신한 인사이트, 영리한 지출, 설득력 있는 전략적 사고로 비즈니스 문제를 어떻게 해결했는지 보여 주어야 합니다.</p> <p>E06. Breakthrough on a Budget</p> <p>Creative use of modest budgets and/or resources in relation to the market and/or industry to create maximum impact. The work should demonstrate how fresh insight, smart spending and compelling strategic thinking solved a business problem despite limited resources.</p>	<p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Digital supporting Content Digital supporting Image - JPG
<p>E07. 기업 목적 및 사회적 책임</p> <p>사회, 윤리, 환경 문제를 다루는 목적 지향적 작품/브랜드 행동주의. 작품은 브랜드의 목적이 고객을 문화에 연결함으로써 어떻게 가치를 창출하고 지역사회에 영향을 주었는지 보여 주어야 합니다.</p> <p><i>모든 비영리, 자선 단체, 정부 관련 작품은 해당 부문 및/또는 섹션 D. 오디오 및 라디오 부문의 D06. 비영리/자선 단체/정부 카테고리에 출품해 주십시오.</i></p> <p>E07. Corporate Purpose & Social Responsibility</p> <p>Purpose-driven work/brand activism that address social, ethical and environmental issues. Entries should demonstrate how the brand's purpose has created value and impacted communities by connecting customers to culture.</p> <p><i>All not-for-profit, charity or government work should be entered in the relevant sector and/or D06. Not-for-profit / Charity / Government category in section D. Audio & Radio: Sectors.</i></p>	
<p>E08. 시장 교란</p> <p>현지/지역/글로벌 문제에 대응하여 전략을 조정하고 고객에 대한 배려를 보여 주는 가운데 브랜드를 전달하는 새로운 방법을 수용한 브랜드.</p> <p>E08. Market Disruption</p> <p>Brands that have creatively adapted their strategy in response to local / regional / global issues, embracing new ways of delivering their brand while showing consideration for the consumer.</p>	

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

SPIKES ASIA AWARDS 2026

엔트리 키트 1: 브랜드 경험 및 활성화

ENTRY KIT 1 : BRAND EXPERIENCE & ACTIVATION

**E09. 문화 참여 신설**

문화적 기반이 된 공동체 내 실제 경험에 근거한 전략적 솔루션을 중심으로 기획된 작품. 정체성(예: 장애, 성별, 인종, 성적 지향, 연령)에 대한 근본적 관점을 형성하는 관습, 행동, 전통의 미묘한 차이를 반영하고 이를 해석한 작품. 이러한 인사이트는 청중이 브랜드와 미디어 경험을 선택하는 방식을 드러내며, 성장과 임팩트를 이끌어냅니다.

E09. Cultural Engagement NEW

Work crafted around strategic solutions rooted in the lived experiences of culturally grounded communities. Work which reflects and translates the nuances of customs, behaviours, and traditions that shape foundational perspectives on identity (e.g. disability, gender, race, orientation, age). Such insights reveal how audiences choose brands and media experiences, driving growth and impact.

크리에이티브 B2B

Creative B2B

크리에이티브 B2B 스파이크스는 다른 기업을 대신해 구매나 거래를 결정하는 비즈니스 의사결정자 또는 구매 담당자를 주요 타겟으로 하는 기업 대상 제품, 제안, 서비스, 솔루션 또는 브랜드 경험을 다루는 부문입니다.

출품작은 고객과의 연결을 강화하고 브랜드 건전성을 개선하며 궁극적으로 성장을 견인하는, 단기적 전술과 장기적 브랜드 구축 전략이 조화를 이루는 사례를 보여야 합니다.

- 심사 과정에서 여러 가지 기준이 고려되며, 다음과 같이 가중치가 부여됩니다. 20% 창의적 아이디어, 30% 전략, 20% 집행, 30% 결과.
- 선택한 카테고리가 연관성이 있는 한 크리에이티브 B2B 스파이크스에 동일 작품을 출품할 수 있는 횟수에는 제한이 없습니다.
- 'A06. 장기 브랜드 구축' 카테고리의 출품 자격 기간은 2023년 1월 1일~2026년 1월 31일입니다.
- 모든 사례 영상, 데모 영상, 오리지널 콘텐츠에는 자막을 포함하는 것을 강력히 권장합니다.

The Creative B2B Spikes celebrate a business product, proposition, service, solution or experience whose primary buyer is a business decision-maker or group of decision-makers/buyers who make purchases/transactions on behalf of another businesses.

The work should demonstrate a blend of short-term tactics and long-term brand-building strategies that connect with customers, improve brand health and ultimately drive growth.

- A number of criteria will be considered during judging, weighted as follows: 20% creative idea; 30% strategy; 20% execution; 30% results.
- There is no overall limit to how many times the same piece of work can be entered into Creative B2B Spikes as long as the categories chosen are relevant.
- For 'A06. Long-term Brand Building', the eligibility dates are 01 January 2023 – 31 January 2026.
- Subtitles are highly recommended on all case films, films, demo films and original content.

<p>A. 크리에이티브 B2B 전문인력이 기업을 대신해 구매하는 제품 또는 서비스.</p> <p>A. Creative B2B Any product or service that is purchased by professionals on behalf of businesses.</p>	<p>자료</p> <p>Materials</p>
<p>A01. 크로스-채널 스토리텔링 신설 브랜드 메시지, 제품 또는 서비스를 강화하고 관심을 모으는 온라인 또는 오프라인 다중 채널 경험.</p> <p>A01. Cross-Channel Storytelling NEW Online or offline multichannel experiences made to engage and amplify a brand's message, product or service.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> • 디지털 프레젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 사례 영상

<p>A02. 브랜드 경험 신설 브랜드와의 관계를 강화하고 기억에 남는 경험을 제공하기 위해 설계된 물리적 또는 디지털 경험. 몰입형 브랜드 스토리텔링, 체험형 마케팅, 라이브 이벤트, 모바일/VR/AR 활용, 설치형 콘텐츠, 가상 공간, 멀티스크린 및 다차원적 경험 등을 포함하되 이에 국한되지 않습니다. 초기 단계 기술의 시제품은 포함되지 않습니다.</p> <p>A02. Brand Experience NEW Physical or digital experiences that are set up to engage and strengthen relationships and make the brand more memorable. This may include but is not limited to immersive brand storytelling, experiential marketing, live events, use of mobile, VR/AR, installations, virtual worlds and multiscreen and multidimensional experiences. Does not include prototypes of early-stage technology.</p>	<p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> • Digital presentation image - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • Digital supporting Content • Digital supporting Image - JPG
<p>A03. 혁신적 콘텐츠 사용 신설 비즈니스 또는 고객 활동의 증진을 위해 콘텐츠를 창의적으로 활용한 작품. 영상, 오디오 및 라디오, 브랜드 콘텐츠, PR 등을 포함하되 이에 국한되지 않습니다.</p> <p>A03. Innovative use of Content NEW Creative use of content to increase business or customer activity. This could include, but not be limited to, film, audio and radio, branded content, PR, etc.</p>	
<p>A04. 표적화 및 참여 신설 표적화를 통해 효과적으로 신규 고객을 유치하거나 참여를 이끌어내거나 기존 고객 관계를 강화하는 작품. 데이터와 인사이트를 혁신적으로 활용하여 신규 비즈니스 또는 고객 활동 증진으로 이어진 사례를 보여야 합니다.</p> <p>A04. Targeting & Engagement NEW Work that effectively attracts new customers, drives engagement or strengthens existing customer relationships through targeting. The work should show innovative use of data and insights leading to an increase in new business or customer activity.</p>	
<p>A05. 효과 및 측정 신설 조직 성과에 실질적 영향을 미친 측정 기법을 의도적이고 체계적으로 도입한 작품. 트래픽, 전환율, 갱신율, 브랜드 인지도, 주목도, 고려도, 측정 방식의 혁신 등을 포함하되 이에 국한되지 않습니다.</p> <p>A05. Effectiveness & Measurement NEW Work that demonstrates deliberate and thoughtful introduction of measurement techniques that have had real impact on the performance of an organisation. This could include, but not be limited to, traffic, conversion rates, renewal rate, brand awareness, salience, consideration, innovation in measurement, etc.</p>	
<p>A06. 장기 브랜드 구축 신설 장기적 브랜드 선호도, 성장, 효과를 입증하는 맞춤형 브랜드 포지셔닝 전략을 보여주는 작품. 장기 캠페인이 브랜드의 전략적 목표 달성에 어떻게 기여했는지를 구체적으로 보여주어야 합니다.</p> <p><i>이 카테고리의 출품 자격 기간은 3년으로 확대되며, 2023년 1월 1일~2026년 1월 31일입니다. 모든 출품작은 반드시 단일한 장기 캠페인이어야 합니다.</i></p> <p>A06. Long-Term Brand Building NEW Customised brand positioning strategies that demonstrate long-term brand affinity, growth and effectiveness. Methods should demonstrate how a long-running campaign was instrumental in achieving a brand's strategic objectives.</p> <p><i>There is an increased eligibility for this category of 3 years: 01 January 2023 – 31 January 2026. All work entered here must be for a single long-running campaign.</i></p>	

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

<p>A07. 예산 돌파구 신설 시장 및/또는 업계와 관련된 많지 않은 예산 및/또는 자원을 창의적으로 사용하여 최대의 효과 창출. 출품작은 제한된 자원에도 불구하고 참신한 인사이트, 영리한 지출, 설득력 있는 전략적 사고로 비즈니스 문제를 어떻게 해결했는지 보여 주어야 합니다.</p> <p>A07. Breakthrough on a Budget NEW Creative use of modest budgets and/or resources in relation to the market and/or industry to create maximum impact. The work should demonstrate how fresh insight, smart spending and compelling strategic thinking solved a business problem despite limited resources.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> • 디지털 프레젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> • Digital presentation image - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • Digital supporting Content • Digital supporting Image - JPG
<p>A08. 챌린저 브랜드 신설 경쟁업체의 압력에 대응하여 창의적으로 접근 방식을 조정하고 현상을 타파하는 진보적 사고와 혁신적 창의성을 사용하는 획기적 작품을 만들어내는 브랜드.</p> <p>A08. Challenger Brand NEW Brands that have creatively adapted their approach in response to competitor pressure by challenging the status quo to create game-changing work that uses progressive thinking and innovative creativity.</p>	
<p>A09. 기업 목적 및 사회적 책임 신설 사회, 윤리, 환경 문제를 다루는 목적 지향적 출품작/브랜드 행동주의. 출품작은 브랜드의 목적이 고객을 문화에 연결함으로써 어떻게 가치를 창출하고 공동체에 영향을 주었는지 보여 주어야 합니다.</p> <p>A09. Corporate Purpose & Social Responsibility NEW Purpose-driven work/brand activism that addresses social, ethical and environmental issues. The work should demonstrate how the brand's purpose has created value and affected communities by connecting customers to culture.</p>	
<p>A10. 시장 재편 신설 현지/지역/글로벌 문제에 대응하여 전략을 조정하고 고객에 대한 배려를 보여 주는 가운데 브랜드를 전달하는 새로운 방법을 수용한 브랜드.</p> <p>A10. Market Disruption NEW Brands that have creatively adapted their strategy in response to local / regional / global issues, embracing new ways of delivering their brand while showing consideration for the consumer.</p>	
<p>A11. B2B 크래프트 신설 탁월한 크래프트를 통해 구현된 창의적 B2B 아이디어. 아트 디렉션, 디지털 크래프트, 영상 제작, 카피라이팅, 일러스트레이션, 타이포그래피, 사진 등을 포함하되 이에 국한되지 않습니다.</p> <p>A11. Craft in B2B NEW Creative B2B ideas brought to life through exceptional craft. This could include, but not be limited to, art direction, digital craft, film craft, copywriting, illustration, typography, photography, etc.</p>	

<p>A12. 통합 캠페인 신설</p> <p>온라인과 오프라인을 아우르며 브랜드의 메시지를 여러 플랫폼과 채널에 걸쳐 효과적으로 전달한 작품. 브랜드의 메시지, 제품 또는 서비스를 담은 B2B 콘텐츠가 다양한 채널에서 어떻게 일관성 있게 구현되고 의미 있는 경험과 고객 참여를 확산시켰는지 선보여야 합니다.</p> <p>A12. Integrated Campaigns NEW</p> <p>Work that successfully carries a brand's message across multiple platforms/channels, both online and offline. The work should demonstrate how B2B content featuring a brand's message, product or service has been seamlessly implemented on various channels to amplify meaningful experiences and customer engagement.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> • 디지털 프레젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> • Digital presentation image - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • Digital supporting Content • Digital supporting Image - JPG
<p>A13. B2B 인플루언서 마케팅 신설</p> <p>인플루언서를 창의적으로 활용해 업계 내 담론을 이끌어내고 구매 의사결정에 영향을 미치며, 브랜드 인식 제고, 비즈니스 목표 달성, 커뮤니티 또는 소비자에게 긍정적 영향을 준 작품.</p> <p>A13. B2B Influencer Marketing NEW</p> <p>Creative use of influencers to drive industry conversation and purchase decisions and improve brand perception, impact business objectives, community or consumers.</p>	

크리에이티브 상거래

Creative Commerce

크리에이티브 상거래 스파이크스는 온라인 및 오프라인 상거래, 결제 솔루션, 거래 여정에 대한 혁신적이고 크리에이티브한 접근법에 주어지는 상입니다.

출품작은 종단 간 고객 여정의 모든 지점에서의 혁신과 최적화가 어떻게 고객 참여 증가와 상업적 성공을 이끌어냈는지 보여 주어야 합니다.

- 심사 과정에서 여러 가지 기준이 고려되며, 다음과 같이 가중치가 부여됩니다. 30% 아이디어, 20% 전략, 20% 집행, 30% 결과.
- 크리에이티브 상거래에는 동일 작품을 3회까지 출품할 수 있습니다.
- 다만 'A. 크리에이티브 상거래: 부문'에는 동일 작품을 한 번만 출품할 수 있습니다.
- 모든 사례 영상, 데모 영상, 오리지널 콘텐츠에는 자막을 포함하는 것을 강력히 권장합니다.

The Creative Commerce Spikes celebrate the innovative and creative approach to online and offline commerce, payment solutions and transactional journeys.

The work will need to demonstrate how innovation and optimisation at any point of the end-to-end customer journey led to increased consumer engagement and commercial success.

- A number of criteria will be considered during judging, weighted as follows: 30% Idea, 20% strategy, 20% execution, 30% results.
- The same piece of work can be entered up to three times in Creative Commerce. However, the same piece of work may only be entered once in 'A. Creative Commerce: Sectors'.
- Subtitles are highly recommended on all case films, films, demo films and original content.

A. 크리에이티브 상거래: 부문 이 섹션에는 동일한 출품작을 한 번만 제출할 수 있습니다. A. Creative Commerce: Sectors The same work can be submitted only once in this Section.	자료 Materials
A01. 소비재 식품 및 음료, 육식 용품, 청소 용품, 기타 가정용 제품, 기타 FMCG, 의류 및 액세서리, 가구, 소비자 가전, 자동차 및 자동차 제품 및 서비스를 포함한 일상 소비재와 내구 소비재. <i>모든 패스트푸드 출품작은 A03. 여행, 레저, 소매, 레스토랑 및 패스트푸드 체인에 출품해야 합니다</i> A01. Consumer Goods All fast moving & durable consumer goods, including food and drinks, toiletries, cleaning products, other household goods, other FMCG, clothing and accessories, furniture, consumer electronics, cars and automotive products & services. <i>All fast food entries should go in A03. Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains</i>	필수 <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 – JPG 권장(선택 사항) <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상 선택 사항 <ul style="list-style-type: none"> URL 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 – JPG
A02. 헬스케어 제약, OTC 약품, 건강. A02. Healthcare Pharma, OTC drugs, wellness.	Compulsory <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image – JPG Highly Recommended (Optional) <ul style="list-style-type: none"> Case film

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

SPIKES ASIA AWARDS 2026

엔트리 키트 1: 크리에이티브 상거래

ENTRY KIT 1 : CREATIVE COMMERCE



<p>A03. 여행, 레저, 소매, 레스토랑 및 패스트푸드 체인</p> <p>대중 교통 및 관광청을 포함한 모든 교통 및 여행 관련 서비스. 박물관, 페스티벌, 헬스클럽을 포함한 모든 엔터테인먼트 및 레저 관련 서비스. 온라인 소매상, 안경점, 미용실, 부동산 중개소를 포함한 모든 매장. 카페와 술집을 포함한 모든 레스토랑 및 패스트푸드 체인.</p> <p>A03. Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains</p> <p>All transport- and travel- related services, including public transport and tourism boards. All entertainment- and leisure-related services, including museums, festivals and gyms. All shops, including online retailers, opticians, hairdressers and estate agents. All restaurants and fast food chains, including cafés and bars.</p>	<p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • Digital supporting content • Digital supporting Images - JPG
<p>A04. 미디어/엔터테인먼트</p> <p>음악, 영화, TV, 출판 및 매체, 책, 뉴스, 디지털 플랫폼, 기타 매체.</p> <p>A04. Media / Entertainment</p> <p>Music, film, television, publications & media, books, news, digital platforms, other media.</p>	
<p>A05. 소비자 서비스/B2B(Business to Business)</p> <p>모든 상업적 공공 서비스, 법률, 금융, B2B 기술, 컨설팅 및 전문 서비스, 기타 비즈니스 서비스, 내부 및 기업 커뮤니케이션.</p> <p>A05. Consumer Services / Business to Business</p> <p>All commercial public services, legal, financial, B2B technology, consultancies & professional services, other business services, internal & corporate communications.</p>	

<p>B. 상거래 채널</p> <p>이 카테고리의 출품작 심사 기준은 상거래 크리에이티비티와 채널 혁신입니다.</p> <p>B. Commerce Channels</p> <p>Work in these categories will be judged on commerce creativity and channel innovation.</p>	<p>자료</p> <p>Materials</p>
<p>B01. 소셜/인플루언서 상거래</p> <p>소셜 플랫폼을 활용하여 고객을 끌어들이고 비즈니스 성과를 이끌어내는 출품작.</p> <p>B01. Social / Influencer Commerce</p> <p>Work which harnesses social platforms to engage consumers and drive business results.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> • 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> • Digital presentation image - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • Digital supporting content • Digital supporting Images - JPG
<p>B02. 모바일 주도 상거래</p> <p>고객 여정 최적화, 참여 증대, 상업적 성공을 이끌어 낸 모바일 상거래 솔루션의 크리에이티브 활용. 여기에는 앱, 월렛, 보상 프로그램, 초편의성(hyper convenience) 등이 포함될 수 있습니다.</p> <p>B02. Mobile-led Commerce</p> <p>The creative application of mobile commerce solutions which led to the optimisation of the customer journey, increased engagement and commercial success. This may include, but is not limited to apps, wallets, reward programs and hyper convenience.</p>	
<p>B03. 엔터테인먼트 상거래</p> <p>예기치 못한 파트너십과 브랜드 경험을 통한 거래 커머스와 엔터테인먼트 콘텐츠의 매끄러운 통합. 장편 콘텐츠, 리테일 씨어터, 게이밍, 스포츠, 음악, 가상 세계 등 포함.</p> <p>B03. Entertainment Commerce</p> <p>The seamless integration of transactional commerce and entertainment content through unexpected partnerships and brand experiences. This may include, but not limited to, long-form content, retail theatre, gaming, sports, music, virtual worlds, etc.</p>	

SPIKES ASIA AWARDS 2026

엔트리 키트 1: 크리에이티브 상거래

ENTRY KIT 1 : CREATIVE COMMERCE



<p>B04. 옴니채널 상거래 소셜, 디지털 및/또는 물리적 채널의 여러 전환 접점을 효과적으로 통합하는 출품작.</p> <p>B04. Omnichannel Commerce Work that effectively integrates multiple conversion touchpoints in Social, digital and/or physical channels.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> • 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 - JPG
<p>B06. 혁신적인 상거래 채널 사용 새롭거나 기존의 기술, 플랫폼, 매체 또는 채널의 독창적 사용을 보여 주는 상거래 출품작.</p> <p>B05. Innovative Use of Commerce Channel Commerce work that demonstrates the inventive use of new or existing technology, platforms, media or channels.</p>	<p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> • Digital presentation image - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Case film
<p>B06. 커머스 미디어 신설 상업적 미디어 공간을 강력한 브랜드 스토리텔링 기회로 전환한 작품. 이 카테고리는 소매 채널의 광고 네트워크, 쇼퍼블 포맷, 커머스 플랫폼 등을 전략적으로 활용해 구매 의사결정 순간에 의미 있는 연결을 만들어낸 작품을 평가합니다. 출품작은 커머스 생태계 내 광고 집행이 참여도를 높이고, 측정 가능한 비즈니스 성과로 이어지는 방식을 선보여야 합니다.</p> <p>B06. Commerce Media NEW Celebrating work that transforms commercial media spaces into powerful brand storytelling opportunities. This category recognises work that strategically harnesses retail media networks, shoppable formats, and commerce platforms to create meaningful connections at the moment of purchase decision. The work should demonstrate how media placement within the commerce ecosystem drives both engagement and measurable business impact.</p>	<p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • Digital supporting content • Digital supporting Images - JPG

C.참여 이 섹션의 크리에이티브 상거래 출품작은 청중을 끌어들이고 매혹하는 것에 초점을 맞춰야 함. C. Engagement Creative commerce work in this section should focus on engaging and captivating audiences both online and offline.	자료 Materials
C01. 타겟팅, 인사이트, 개인화 사용자의 쇼핑 경험을 향상하고 참여를 유도하여 비즈니스 목표를 달성하는 동적 콘텐츠. C01. Targeting, Insights and Personalisation Dynamic content that enriches the user's shopping experience and drives engagement to achieve business results.	필수 <ul style="list-style-type: none"> • 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG 권장(선택 사항) <ul style="list-style-type: none"> • 사례 영상
C02. 대화형 커머스 신설 메시징 서비스, 챗봇, 음성 비서, 고객 지원 시스템 등을 활용해 개인화된 실시간 고객 소통으로 온라인 쇼핑 경험을 향상시킨 작품. C02. Conversational Commerce NEW Work that uses messaging services, chatbots, voice assistants, customer assistance, etc. to improve the online shopping experience through real-time, personalised customer engagement	선택 사항 <ul style="list-style-type: none"> • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 - JPG Compulsory <ul style="list-style-type: none"> • Digital presentation image - JPG
C03. 매장 내 경험 오프라인 소매 프로모션, 매장 디스플레이, 팝업 매장 및 이벤트, 제품 샘플링/시험 사용, 한정판 제품 등 포함. C03. In-Store Experiences This could include, but not limited to, offline retail promotions, store displays, pop-up stores and events, product sampling/trial, limited edition products, etc.	Highly Recommended (Optional) <ul style="list-style-type: none"> • Case film
C04. 고객 획득 및 유지 고객을 유치 또는 유지하고, 고객 활동을 장려하며, 전체 거래 가치를 증대하도록 고안된 온라인 및 오프라인 출품작. 여기에는 프로모션, 경쟁, 지오펜싱, 앱 및 소셜 통합 등이 포함될 수 있습니다. C04. Customer Acquisition & Retention Online and offline work designed to attract or maintain customers, encourage customer activity and increase overall transaction value. This may include, but is not limited to, promotions, competitions, geofencing, app and social integration etc.	Optional <ul style="list-style-type: none"> • URL • Digital supporting content • Digital supporting Images - JPG

<p>C05. 뉴 리얼리티 및 신흥 기술</p> <p>상거래 내 기술의 경계를 크리에이티브로 넓히는 몰입형 경험. AI, AR, VR, 웨어러블 기술 및 모바일 기기, 음성 기술, 블록체인 기술, 웹3, 게임화, 가상 세계, 메타버스 및 그 밖의 모든 신흥 플랫폼 등을 포함. 초기 단계 기술의 시제품은 포함되지 않음.</p> <p>C05. New Realities & Emerging Tech</p> <p>Immersive experiences that creatively push the boundaries of technology within commerce. This may include but not limited to AI, AR, VR, wearable tech and mobile devices, voice technology, blockchain technology, Web3, gamification, virtual worlds, the metaverse and all other emerging platforms. Does not include prototypes of early-stage technology.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> • 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • AR/VR 파일 • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> • Digital presentation image - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • AR/VR files • Digital supporting content • Digital supporting Images - JPG
<p>C06. 브랜드 전략 신설</p> <p>고객경험 및 참여에 실질적 영향을 미치는 브랜드 과제에 대한 혁신적인 전략적 솔루션.</p> <p>C06. Brand Strategy NEW</p> <p>Innovative strategic solutions to brand challenges that have a tangible impact on customer experience and engagement.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> • 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG • URL <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> • Digital presentation image - JPG • URL <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> • Digital supporting content • Digital supporting Images - JPG

<p>D. 사용자 경험</p> <p>이 섹션의 커머스 관련 작품은 고객 여정 전반에 걸쳐 모든 접점에서 끊임 없이 매끄러운 경험 제공에 중점을 두어야 합니다.</p> <p>D. User Experience</p> <p>Commerce work in this section should focus on the customer journey, ensuring a seamless experience at every touchpoint.</p>	<p>자료</p> <p>Materials</p>
<p>D01. 엔드투엔드 커머스 신설</p> <p>첫 인지 단계부터 구매 이후 단계까지, 고객 여정 전반을 아우르는 경험. UX, UI, 사용자 경험 패턴, 이용 관행, 선호도, 브랜딩 등을 포함하되 이에 국한되지 않습니다.</p> <p>D01. End-to-End Commerce NEW</p> <p>Celebrating the entire customer journey, from initial awareness through to post-purchase. This could include, but not be limited to, UX, UI, user experience patterns, conventions, preferences, branding, etc.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> • 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> • Digital presentation image - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • Digital supporting content • Digital supporting Images - JPG
<p>D02. 전자상거래 웹사이트/앱</p> <p>탁월한 전자상거래 B2B/B2C 웹사이트 또는 앱 창출. 판매를 촉진하기 위한 웹사이트/앱의 원활한 사용자 경험, 기능 및 전환율 등이 포함.</p> <p>D02. eCommerce Websites / Apps</p> <p>The creation of exceptional eCommerce B2B or B2C websites or apps. This may include, but is not limited to, the seamless user experience, functionality and the conversion rate of the website /app in order to drive sales.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> • 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> • Digital presentation image - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Case film

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

	Optional <ul style="list-style-type: none"> • URL • Digital supporting content • Digital supporting Images - JPG
D03. 결제 솔루션 결제 솔루션의 크리에이티브 사용. 소프트웨어 및 앱, 블록체인 기술, 암호 화폐, NFT, 모바일 월렛 및 보상 프로그램 자동화, 권한 위임, 초편의성 및 주문 버튼 등을 포함. 초기 단계 기술의 시제품은 포함되지 않음. D03. Payment Solutions Creative use of payment solutions. This could include, but not limited to, software & apps, blockchain technology, cryptocurrencies, NFTs, mobile wallets and reward programs automation, delegated authority, hyper-convenience and order buttons. Does not include prototypes of early-stage technology.	필수 <ul style="list-style-type: none"> • 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG 권장(선택 사항) <ul style="list-style-type: none"> • 사례 영상 선택 사항 <ul style="list-style-type: none"> • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 - JPG
D04. 지속 가능한 상거래 책임감 있는 소비 및 생산, 포장, 경제 모델(즉, 보충) 환경 친화적인 배송 옵션, 폐기물 관리, 제품 상거래 등을 포함. D04. Sustainable Commerce This could include, but not limited to, responsible consumption and production, packaging, economic models (ie replenishment), environmentally friendly shipping options, waste management, commerce for good, etc.	Compulsory <ul style="list-style-type: none"> • Digital presentation image - JPG Highly Recommended (Optional) <ul style="list-style-type: none"> • Case film Optional <ul style="list-style-type: none"> • URL • Digital supporting content • Digital supporting Images - JPG
D05. 인클루시브 커머스 신설 다양한 소비자를 위해 포용성과 접근성을 우선시한 커머스 전략을 성공적으로 설계하고 실행한 사례. 출품작은 제품 혁신, 기술, 유통 등 어떤 방식이든 포용적 접근을 통해 경제적 참여의 형평성을 높이고, 보다 다양하고 주체적인 소비자층을 형성한 사례를 선보여야 합니다. D05. Inclusive Commerce NEW Initiatives that have successfully designed and implemented commerce strategies prioritising inclusivity and accessibility for diverse audiences. Work that embraces inclusivity whether through product innovation, technology, or distribution, driving equitable economic participation and fostering a more diverse and empowered consumer base	

<p>E. 도전 및 돌파구</p> <p>깊이 있는 문화적 인사이트, 지역적 맥락, 진보적 사고를 통해 생명을 얻는 크리에이티브이고 혁신적인 출품작.</p> <p>E. Challenges & Breakthroughs</p> <p>Creative and innovative work which is brought to life through deep cultural insight, regional context and progressive thinking.</p>	<p>자료</p> <p>Materials</p>
<p>E01. 챌린저 브랜드 신설</p> <p>경쟁업체의 압력에 대응하여 창의적으로 접근 방식을 조정하고 현상을 타파하는 진보적 사고와 혁신적 창의성을 사용하는 획기적 작품을 만들어내는 브랜드.</p> <p>E01. Challenger Brand NEW</p> <p>Brands that have creatively adapted their approach in response to competitor pressure by challenging the status quo to create game-changing work that uses progressive thinking and innovative creativity.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> • 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 - JPG
<p>E02. 소셜 행동</p> <p>특정 지역 또는 지방에서 발견되는 아이디어, 관습, 가치 및 라이프스타일에서 비롯된 식별 가능한 사회적 행동을 통해 특정 청중/커뮤니티에서 영감을 받은 출품작. 출품작은 소비자 행동에 대한 인사이트를 활용하여 브랜드와 강력한 연결을 형성할 수 있는 방법을 보여줘야 합니다.</p> <p>E02. Social Behaviour</p> <p>Work inspired by a specific audience or community, relying on identifiable social behaviour. The work should demonstrate how leveraging insights into consumer behaviour can create a powerful connection with a brand.</p>	<p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> • Digital presentation image - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Case film
<p>E03. 예산 돌파구 신설</p> <p>시장 및/또는 업계와 관련된 많지 않은 예산 및/또는 자원을 창의적으로 사용하여 최대의 효과 창출. 출품작은 제한된 자원에도 불구하고 참신한 인사이트, 영리한 지출, 설득력 있는 전략적 사고로 비즈니스 문제를 어떻게 해결했는지 보여 주어야 합니다.</p> <p>E03. Breakthrough on a Budget NEW</p> <p>Creative use of modest budgets and/or resources in relation to the market and/or industry to create maximum impact. The work should demonstrate how fresh insight, smart spending and compelling strategic thinking solved a business problem despite limited resources.</p>	<p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • Digital supporting content • Digital supporting Images - JPG
<p>E04. 기업 목적 및 사회적 책임</p> <p>사회, 윤리, 환경 문제를 다루는 목적 지향적 출품작/브랜드 행동주의. 출품작은 브랜드의 목적이 고객을 문화에 연결함으로써 어떻게 가치를 창출하고 지역사회에 영향을 주었는지 보여 주어야 합니다.</p> <p>E04. Corporate Purpose & Social Responsibility</p> <p>Purpose-driven work / brand activism that address social, ethical and environmental issues. The work should demonstrate how the brand's purpose has created value and impacted communities by connecting customers to culture.</p>	

<p>E05. 유머 사용 신설</p> <p>브랜드 커뮤니케이션에서 유머의 예술성을 담아낸 작품으로, 재치, 풍자, 기발함을 녹여내어 청중과 공감대를 형성하면서도 즐거움을 주고, 기억에 남으며, 웃음을 유발하는 캠페인.</p> <p>E05. Use of Humour NEW</p> <p>Work that celebrates the art of humour in branded communications, infusing wit, satire, and cleverness into campaigns that provide amusement and create memorable, laughter-inducing connections with audiences.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> • 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> • Digital presentation image - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • Digital supporting content • Digital supporting Images - JPG
<p>E06. 시장 교란</p> <p>현지/지역/글로벌 문제에 대응하여 전략을 조정하고 고객에 대한 배려를 보여 주는 가운데 브랜드를 전달하는 새로운 방법을 수용한 브랜드.</p> <p>E06. Market Disruption</p> <p>Brands that have creatively adapted their strategy in response to local / regional / global issues, embracing new ways of delivering their brand while showing consideration for the consumer.</p>	
<p>E07. 문화 참여 신설</p> <p>문화적 기반이 된 공동체 내 실제 경험에 근거해 전략적 솔루션을 설계한 마케터들을 기리는 작품. 이러한 접근 방식은 정체성(예: 장애, 성별, 인종, 성적 지향, 연령)에 대한 근본적 관점을 형성하는 관습, 행동, 전통의 미묘한 차이를 반영하고 이를 해석합니다. 이러한 인사이트는 다양한 청중이 브랜드와 미디어 경험을 선택하는 방식을 드러내며, 성장과 임팩트를 이끌어냅니다.</p> <p>E07. Cultural Engagement NEW</p> <p>Work that honours marketers who craft strategic solutions rooted in the lived experiences of culturally grounded communities. This approach reflects and translates the nuances of customs, behaviours, and traditions that shape foundational perspectives on identity (e.g. disability, gender, race, orientation, age). Such insights reveal how diverse audiences choose brands and media experiences, driving growth and impact.</p>	

크리에이티브 데이터

Creative Data

크리에이티브 데이터 스파이크스는 아이디어와 정보의 상호작용에 주어지는 상입니다.

출품작은 데이터의 크리에이티브 활용, 해석, 분석 또는 응용으로 출품작이 어떻게 개선되었는지 또는 어떻게 이를 기반으로 했는지 보여 주어야 합니다. 아이디어의 핵심에 데이터의 크리에이티브 활용이 있어야 하며, 결과/영향이 명확하고 확고해야 합니다.

- 심사 과정에서 여러 가지 기준이 고려되며, 다음과 같이 가중치가 부여됩니다. 20% 크리에이티브 아이디어/데이터 솔루션, 30% 데이터 기반 전략, 30% 데이터 사용, 20% 데이터 기반 결과.
- 선택한 카테고리가 연관성이 있는 한 동일 작품을 크리에이티브 데이터에 출품할 수 있는 횟수에는 제한이 없습니다.
- 모든 사례 영상, 데모 영상, 오리지널 콘텐츠에는 자막을 포함하는 것을 강력히 권장합니다.

The Creative Data Spikes celebrate the interplay of ideas and information.

The work should demonstrate how the it was enhanced or driven by the creative use, interpretation, analysis or application of data. The creative use of data must sit at the core of the idea, and the results / impact must be clear and robust.

- A number of criteria will be considered during judging, weighted as follows: 20% creative idea/data solution; 30% data driven strategy; 30% use of data; 20% data driven results.
- There is no overall limit to how many times the same piece of work can be entered into Creative Data as long as the categories chosen are relevant.
- Subtitles are highly recommended on all case films, films, demo films and original content.

A. 크리에이티브 데이터 A. Creative Data	자료 Materials
<p>A01. 데이터 강화 크리에이티브 개인화 및 인터랙티브 등을 포함한 데이터 또는 데이터 기반 방법의 사용을 통해 향상되는 크리에이티브 출품작. 고객경험과 성과를 모두 개선한다는 점을 보여 주어야 합니다.</p> <p>A01. Data-Enhanced Creativity Creative work elevated through the use of data or data-driven methods. This may include, but not limited to, personalisation and interactivity. The enhancement should demonstrably improve both the customer experience and the outcome.</p> <p>A02. 데이터 기반 타겟팅 크리에이티브한 데이터 사용 또는 해석을 통해 효과적인 타겟팅 구현. 출품작은 데이터가 어떻게 계획적 타겟팅에 기여했는지, 타겟, 브랜드 메시지 또는 채널을 정의하는 데 도움이 되는 중요한 정량적 인사이트를 제공했는지, 개인화를 개선하거나 시장에서의 브랜드 위상을 높였는지 보여 주어야 합니다.</p> <p>A02. Data-driven Targeting The creative use or interpretation of data to deliver effective targeting. The Work should demonstrate how data contributed either to programmatic targeting or provided a key quantitative insight that helped define the target brand message or channel, allowed for better personalisation or increased a brand's position in the market.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> • 디지털 프레젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> • Digital presentation image - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Case film

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

<p>A03. 데이터 기반 소비자 제품</p> <p>데이터와 조사를 사용하여 만들어진 물리적 제품이나 디지털 제품. 데이터가 제품 개발에 어떻게 기여했고 제품이 비즈니스 목표를 어떻게 충족했는지 명확히 보여 주는 출품작. 제품 개선에 기반한 매출 데이터와 지속적 데이터가 심사됩니다.</p> <p>A03. Data-driven Consumer Product</p> <p>Physical or digital products created using data and research. Work which clearly demonstrates how data has contributed to the development of the product and how the product met business objectives. Sales data and ongoing data based product improvements will be considered.</p>	<p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none">• URL• Digital supporting content• Digital supporting Images - JPG
<p>A04. 데이터 스토리텔링</p> <p>강력한 브랜드 서사를 전달하는 크리에이티브 데이터 사용. 출품작은 데이터 기반 인사이트가 소비자 참여를 어떻게 늘렸는지 또는 데이터에서 도출된 메시지를 어떻게 제시하여 성공적인 브랜드/소비자 스토리를 제공했는지 보여 주어야 합니다.</p> <p>A04. Data Storytelling</p> <p>The creative use of data to convey a powerful brand narrative. The work should show how data driven insight increased consumer engagement or how messages derived from data were presented to provide successful brand / consumer stories.</p>	
<p>A05. 데이터 시각화</p> <p>복잡한 데이터의 맞춤형 시각화를 통해 명확하고 효율적으로 소비자에게 정보를 전달함으로써 행동 변화 유도. 온라인 동적, 정적, 인터랙티브 또는 실시간 인포그래픽과 시각적 설치물 및 활성화 등 오프라인 시각화 포함.</p> <p>A05. Data Visualisation</p> <p>Bespoke visualisations of complex data that communicates information clearly and efficiently to consumers in a way that led to a change in behaviour. This includes but is not limited to online dynamic, static, interactive or real-time infographics and offline visualisations such as visual installations and activations.</p>	
<p>A06. 데이터 기술</p> <p>모델, 도구, 플랫폼, 앱, 알고리즘 등 데이터 기반 기술의 모든 형식. 출품작은 데이터 기술의 응용이나 발명이 크리에이티브 메시지를 어떻게 향상시켰는지 보여 주어야 합니다. 출품작은 데이터 기술을 이용한 캠페인 개선 방법을 명확하게 설명해야 하며, 청중, 메시지, 채널, 전달 방식에 대한 자세한 내용을 포함해야 합니다.</p> <p>A06. Data-technology</p> <p>All forms of data driven technology, including but not limited to, models, tools, platforms, apps and algorithms. The Work must demonstrate how the application or invention of data technology enhanced a creative message. The work should clearly illustrate how the data technology improved a campaign, including a breakdown of audience, message, channels and delivery.</p>	
<p>A07. 실시간 데이터 사용</p> <p>동적 콘텐츠를 제공하거나 지속적 소비자 관계를 가능케 하는 데이터의 실시간 생성 또는 사용. 출품작은 실시간 데이터와 크리에이티브 결과물의 반응적 관계를 명확히 보여 줌으로써 데이터가 출품작의 관련성, 적시성, 개인화를 높임으로써 소비자 경험을 어떻게 개선했는지 명확히 보여 주어야 합니다.</p> <p>A07. Use of Real-time Data</p> <p>Data created or used in real-time that provides dynamic content or enables an on-going consumer relationship. The Work should clearly demonstrate the responsive relationship between real-time data and the creative output, showing how the data improved the consumer experience by making the work more relevant, timelier or personalised.</p>	

<p>A08. 소셜 데이터 및 인사이트</p> <p>특정 청중이나 커뮤니티를 타겟팅하거나 끌어들이거나 관계를 발전시키기 위해 소셜 미디어 플랫폼에서 특별히 생성된 데이터의 크리에이티브 해석. 소셜 데이터와 관련 타겟팅 방법의 전략적 사용을 통해 얻은 인사이트가 심사됩니다.</p> <p>A08. Social Data & Insight</p> <p>The creative interpretation of data specifically generated from social media platforms in order to target, engage or develop a relationship with a specific audience or community. Insights gained through the strategic use of social data and associated targeting methods will be considered.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> • 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> • Digital presentation image - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • Digital supporting content • Digital supporting Images - JPG
<p>A09. 크리에이티브 데이터 수집 및 연구</p> <p>더 강력한 브랜드 전략을 실행하기 위해 수행된 데이터 기반 연구(시장 조사 포함), 데이터 소싱 및/또는 데이터 집계. 출품작은 선택한 프로세스, 조사 방법론, 기술, 채널 및/또는 리소스가 전체 성과에 어떤 영향을 미쳤는지 빠짐없이 설명해야 합니다.</p> <p>A09. Creative Data Collection & Research</p> <p>Data-driven research (including market research), data sourcing and/or data aggregation, carried out in order to deliver a stronger brand strategy. The Work should thoroughly outline how the selected processes, research methodologies, technologies, channels and/or resources influenced the overall outcome.</p>	
<p>A10. 데이터 통합</p> <p>여러 데이터 스트림을 통합하여 크리에이티브 캠페인 또는 브랜드 전략의 계획 단계부터 전달 단계까지 새로운 인사이트 제공. 여기에는 다양한 소스로부터의 데이터 수집 또는 융합, 기술 지원 통합과 데이터 스트림 연결 등을 포함하되 이에 국한되지 않습니다.</p> <p>A10. Data Integration</p> <p>The integration of multiple data streams to provide new insights from planning through to delivery of a creative campaign or brand strategy. This may include but is not limited to data collection or fusion and technology-enabled integration of data from various sources and connection of data streams.</p>	

B. 문화 및 맥락 B. Culture & Context	자료 Materials
<p>B01. 로컬 브랜드 신설</p> <p>특정 지역 내에서만 유통되는 브랜드에 대한 데이터 기반 캠페인. 명확히 정의된 지역 내 타겟 청중에게 공감과 반향을 일으킨 작품이어야 합니다.</p> <p>B01. Local Brand NEW</p> <p>Data-driven work for brands distributed solely within a specific locality. The work should resonate with a clearly defined, local target audience.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> • 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 사례 영상
<p>B02. 챌린저 브랜드 신설</p> <p>치열한 경쟁 앞에서 기존 질서를 깨고 새로운 접근법을 창의적으로 제시한 브랜드. 데이터의 혁신적 활용 또는 해석을 통해 기존 영역을 재편하고 강력한 임팩트를 만들어낸 작품.</p> <p>B02. Challenger Brand NEW</p> <p>Brands that have creatively adapted their approach in response to competitor pressure by challenging the status quo. Work that uses innovative applications or interpretations of data to produce impactful work that disrupts their segment.</p>	<p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> • Digital presentation image - JPG
<p>B03. 단일 시장 캠페인 신설</p> <p>단일 국가/지역/시장에서만 송출되거나 집행된 데이터 기반 캠페인. 출품작은 해당 캠페인이 특정 표적 시장에 맞춰 어떻게 설계됐는지 설명해야 합니다.</p> <p>B03. Single-Market Campaign NEW</p> <p>Data-driven work that aired or ran in a single country / region / market. The work should describe how the campaign was designed for the specific target market.</p>	<p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • Digital supporting content • Digital supporting Images - JPG
<p>B04. 사회적 행동 신설</p> <p>특정 청중/커뮤니티에서 명확히 드러나는 사회적 행동 데이터를 기반으로 기획된 작품. 출품작은 소비자 행동 인사이트를 활용해 브랜드와의 강력한 연결을 형성한 과정을 선보여야 합니다.</p> <p>B04. Social Behaviour NEW</p> <p>Work that leverages data inspired by a specific audience or community, relying on identifiable social behaviour. The work should demonstrate how leveraging insights into consumer behaviour can create a powerful connection with a brand.</p>	
<p>B05. 유머 사용 신설</p> <p>브랜드 커뮤니케이션에서 유머의 예술성을 담아낸 작품으로, 재치, 풍자, 기발함을 녹여내어 청중과 공감대를 형성하면서도 즐거움을 주고, 기억에 남으며, 웃음을 유발하는 캠페인.</p> <p>B05. Use of Humour NEW</p> <p>Work that celebrates the art of humour in branded communications, infusing wit, satire, and cleverness into campaigns that provide amusement and create memorable, laughter-inducing connections with audiences.</p>	
<p>B06. 예산 돌파구 신설</p> <p>시장 및/또는 업계와 관련된 많지 않은 예산 및/또는 자원을 창의적으로 사용하여 최대의 효과 창출. 출품작은 제한된 자원에도 불구하고 창의적인 데이터 활용, 참신한 인사이트, 영리한 지출, 설득력 있는 전략적 사고로 비즈니스 문제를 어떻게 해결했는지 보여 주어야 합니다.</p> <p>B06. Breakthrough on a Budget NEW</p> <p>Creative use of modest budgets and/or resources in relation to the market and/or industry to create maximum impact. The work should demonstrate how the creative use of data, fresh insight, smart spending and compelling strategic thinking solved a business problem despite limited resources.</p>	

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

<p>B07. 기업 목적 및 사회적 책임 신설</p> <p>사회, 윤리, 환경 문제를 다루는 목적 지향적 출품작/브랜드 행동주의. 데이터를 창의적으로 활용해 브랜드의 목적을 한층 강화하고, 고객과 문화를 연결함으로써 새로운 가치를 창출한 사례를 선보여야 합니다.</p> <p>B07. Corporate Purpose & Social Responsibility NEW</p> <p>Purpose-driven work/brand activism that addresses social, ethical and environmental issues. The work should demonstrate how the creative use of data helped to elevate the brand's purpose and created value by connecting customers to culture.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> • 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> • Digital presentation image - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • Digital supporting content • Digital supporting Images - JPG
<p>B08. 시장 재편 신설</p> <p>지역/국가/글로벌 이슈에 대응해 전략을 창의적으로 재구성한 브랜드. 데이터의 창의적 활용을 통해 소비자 이해를 바탕으로 브랜드 전달 방식을 새롭게 구현한 사례를 선보여야 합니다.</p> <p>B08. Market Disruption NEW</p> <p>Brands that have creatively adapted their strategy in response to local / regional / global issues. The work should demonstrate how the creative use of data helped embrace new ways of delivering their brand while showing consideration for the consumer.</p>	
<p>B09. 문화 참여 신설</p> <p>문화적 기반이 된 공동체 내 실제 경험에 근거해 전략적 솔루션을 설계한 마케터들을 기리는 데이터 기반 작품. 이러한 접근 방식은 정체성(예: 장애, 성별, 인종, 성적 지향, 연령)에 대한 근본적 관점을 형성하는 관습, 행동, 전통의 미묘한 차이를 반영하고 이를 해석합니다. 이러한 인사이트는 다양한 청중이 브랜드와 미디어 경험을 선택하는 방식을 드러내며, 성장과 임팩트를 이끌어냅니다.</p> <p>B09. Cultural Engagement NEW</p> <p>Data-driven work that honours marketers who craft strategic solutions rooted in the lived experiences of culturally grounded communities. This approach reflects and translates the nuances of customs, behaviours, and traditions that shape foundational perspectives on identity (e.g. disability, gender, race, orientation, age). Such insights reveal how diverse audiences choose brands and media experiences, driving growth and impact.</p>	

크리에이티브 효과

Creative Effectiveness

크리에이티브 효과 스파이크스는 크리에이티브 출품작의 측정 가능한 효과에 주어지는 상입니다.

출품작은 크리에이티브에 기반한 효과적 전략이 어떻게 선택한 비즈니스 목표를 달성했고, 긍정적인 고객 성과를 어떻게 만들어 냈으며, 장기적으로 지속 가능한 비즈니스 영향을 이끌어 냈는지 보여 주어야 합니다.

- 심사 과정에서 여러 가지 기준이 고려되며, 다음과 같이 가중치가 부여됩니다. 25% 아이디어, 25% 전략, 50% 영향 및 결과.
- 크리에이티브 효과에는 동일 작품을 3회까지 출품할 수 있습니다. 다만 'A. 크리에이티브 효과:부문'에는 동일 작품을 한 번만 출품할 수 있습니다.
- 출품하려면 출품작이 2023, 2024 또는 2025 스파이크스 아시아 페스티벌 중 하나에서 최고상을 받거나 최종 후보에 올랐어야 합니다.
- 모든 사례 영상, 데모 영상, 오리지널 콘텐츠에는 자막을 포함하는 것을 강력히 권장합니다.

The Creative Effectiveness Spikes celebrates the measurable impact of creative work.

The work should demonstrate how an effective strategy rooted in creativity has met its chosen business objectives, generated positive customer outcomes and driven sustainable business impact over time.

- A number of criteria will be considered during judging, weighted as follows: 25% idea; 25% strategy; 50% impact and results.
- The same piece of work can be entered up to three times in Creative Effectiveness. However, the same piece of work may only be entered once in 'A. Creative Effectiveness: Sectors'.
- To be eligible your work must have won or been shortlisted at Spikes Asia in 2023, 2024 or 2025.
- Subtitles are highly recommended on all case films, films, demo films and original content.

<p>A. 크리에이티브 효과: 부문</p> <p>이 섹션의 출품작은 특정 부문에서 달성된 효과성과 해당 출품작이 목표와 목적을 달성 또는 초과했는지 여부에 초점을 맞춰야 합니다.</p> <p>이 섹션에는 동일 출품을 한 번만 제출할 수 있습니다.</p> <p>A. Creative Effectiveness: Sectors</p> <p>Work in this section should focus on effectiveness achieved in a particular sector, and whether the work achieved or exceeded its objectives and goals.</p> <p>The same entry can be submitted only once in this section.</p>	<p>자료</p> <p>Materials</p>
<p>A01. 소비재</p> <p>식품 및 음료, 욕실 용품, 청소 용품, 기타 가정용 제품, 기타 FMCG, 의류 및 액세서리, 가구, 소비자 가전, 자동차 및 자동차 제품 및 서비스를 포함한 일상 소비재와 내구 소비재.</p> <p><i>모든 패스트푸드 출품작은 A03. 여행, 레저, 소매, 레스토랑 및 패스트푸드 체인에 출품해야 합니다.</i></p> <p>A01. Consumer Goods</p> <p>All fast moving & durable consumer goods, including food and drinks, toiletries, cleaning products, other household goods, other FMCG, clothing and accessories, furniture, consumer electronics, cars and automotive products & services.</p> <p><i>All fast food entries should go in A03. Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains.</i></p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> • 서면 설명서면 설명 • 고객 승인서 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • 부록 • 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> • Written Explanation • Client approval letter

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

<div><div>A02. 헬스케어</div><div>제약, OTC 약품, 건강.</div><div>자선 단체/ 비영리 기관을 대상으로 제작한 작품의 경우 A06으로 출품해야 합니다. 비영리/ 자선 단체/ 정부.</div><div>A02. Healthcare</div><div>Pharma, OTC drugs, wellness.</div><div>If the work has been created for a Charity/NFP then this should be entered into A06. Not-for-profit / Charity / Government.</div></div>	<div>Optional</div> <div><div>• URL</div><div>• Appendix</div><div>• Digital supporting Images - JPG</div></div>
<div><div>A03. 여행, 레저, 소매, 레스토랑 및 패스트푸드 체인</div><div>대중 교통 및 관광청을 포함한 모든 교통 및 여행 관련 서비스. 박물관, 페스티벌, 헬스클럽을 포함한 모든 엔터테인먼트 및 레저 관련 서비스. 온라인 소매상, 안경점, 미용실, 부동산 중개소를 포함한 모든 매장. 카페와 술집을 포함한 모든 레스토랑 및 패스트푸드 체인.</div><div>A03. Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains</div><div>All transport- and travel- related services, including public transport and tourism boards. All entertainment- and leisure-related services, including museums, festivals and gyms. All shops, including online retailers, opticians, hairdressers and estate agents. All restaurants and fast food chains, including cafés and bars.</div></div>	
<div><div>A04. 미디어/엔터테인먼트</div><div>음악, 영화, TV, 출판 및 매체, 책, 뉴스, 디지털 플랫폼, 기타 매체.</div><div>A04. Media / Entertainment</div><div>Music, film, television, publications & media, books, news, digital platforms, other media.</div></div>	
<div><div>A05. 소비자 서비스/B2B(Business to Business)</div><div>모든 상업적 공공 서비스, 법률, 금융, B2B 기술, 컨설팅 및 전문 서비스, 기타 비즈니스 서비스, 내부 및 기업 커뮤니케이션.</div><div>A05. Consumer Services / Business to Business</div><div>All commercial public services, legal, financial, B2B technology, consultancies & professional services, other business services, internal & corporate communications.</div></div>	
<div><div>A06. 비영리/자선 단체/정부</div><div>정부, 공보, NGO, 군대, 자선 단체, 비영리 단체.</div><div>기업의 사회적 책임에 대한 모든 작품은 관련 부문 및/또는 섹션 B. 다중 시장 부문의 B03. 섹션을 위한 크리에이티브 효과 카테고리 출품해야 합니다.</div><div>A06. Not-for-profit / Charity / Government</div><div>Government, public information, NGOs, military, charities, non-profit organisations.</div><div>All corporate social responsibility work should be entered in the relevant sector and/or B03. Creative Effectiveness for Good category in section B. Multi Market.</div></div>	

<p>B. 시장</p> <p>이 섹션의 출품작은 출품작을 통해 브랜드가 선택된 시장에서 어떻게 목표를 달성했는지 보여 주어야 합니다.</p> <p>B. Market</p> <p>Work in this Section should demonstrate how the work enabled the brand to effectively achieve their objectives in a chosen market.</p>	<p>자료</p> <p>Materials</p>
<p>B01. 단일 시장</p> <p>핵심에 단일 표적 시장이 있는 단일 시장에서 구현된 출품작. 출품작은 표적 시장에 맞게 출품작이 어떻게 크리에이티브로 고안되었는지와 어떻게 실질적 비즈니스 결과를 달성했는지 설명해야 합니다.</p> <p>B01. Single Market</p> <p>Work that has been implemented in a single market with a single target market at its core. The work should describe how it was designed for the target market and how the tangible business results were achieved.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> • 서면 설명서면 설명 • 고객 승인서 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • 부록 • 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> • Written Explanation • Client approval letter <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • Appendix • Digital supporting Images - JPG
<p>B02. 다중 시장</p> <p>여러 시장에서 구현된 출품작. 출품작은 다중 시장에 맞게 어떻게 고안되었는지와 어떻게 실질적 비즈니스 결과를 달성했는지 설명해야 합니다.</p> <p>B02. Multi Market</p> <p>Work that has been implemented across multiple markets. The work should describe how it was designed for multiple markets and how the tangible business results were achieved.</p>	
<p>B03. 선을 위한 크리에이티브 효과</p> <p>핵심에 사회적 목표가 있는 크리에이티브 출품작의 측정 가능한 영향에 주어지는 상. 자선 단체, 비영리 또는 정부 기구 또는 비영리 조직과의 협력을 보여 줄 수 있는 브랜드를 위한 출품작이어야 합니다. 출품작은 캠페인이 실질적 결과를 어떻게 이끌어 냈는지, 문화적 변화에 얼마나 중요했는지 또는 브랜드 목표 달성에 얼마나 필수적이었는지 보여 주어야 합니다.</p> <p>B03. Creative Effectiveness for Good</p> <p>Celebrating the measurable impact of creative work with social purpose at the heart. The work should be for a charity, non-profit or government body or for brands who can demonstrate they worked in partnership with a not-for-profit organisation. The work should illustrate how the campaign drove tangible results and was instrumental to cultural change or integral to achieving a brand's purpose.</p>	

<p>C. 브랜드 도전 및 기회</p> <p>이 카테고리의 출품작은 파악된 브랜드 도전이나 기회에 초점을 맞춰야 합니다. 출품작은 브랜드의 전략적 대응과 선택한 특정 채널 및 접점과 그 이유를 설명해야 합니다.</p> <p>C. Brand Challenges & Opportunities</p> <p>Work in these categories should focus on the brand challenge or opportunity identified. The work should explain their strategic response, as well as specific channels and touchpoints chosen and why.</p>	<p>자료</p> <p>Materials</p>
<p>C01. 출시</p> <p>제품 또는 서비스의 출시를 위해 만든 출품작</p> <p>C01. Launch</p> <p>Work created to launch a product or service.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> • 서면 설명 • 고객 승인서 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • 부록 • 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> • Written Explanation • Client approval letter <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • Appendix • Digital supporting Images - JPG
<p>C02. 리브랜딩</p> <p>제품, 서비스 또는 조직의 기존 정체성의 리브랜딩/리프레시.</p> <p>C02. Rebrand</p> <p>Rebrand/refresh of an existing brand identity for any product, service or organization.</p>	
<p>C03. 획득</p> <p>효과적으로 신규 고객을 유치하거나 새로운 참여를 이끌어내는 출품작. 출품작은 새로운 비즈니스 또는 고객 활동의 증가를 보여 주어야 합니다.</p> <p>C03. Acquisition</p> <p>Work that effectively attracts new customers or drives new engagement. The work should show an increase in new business or customer activity.</p>	
<p>C04. 유지</p> <p>기존 고객 관계를 향상하거나 강화하는 출품작. 출품작은 새로운 비즈니스 또는 고객 활동의 증가를 보여 주어야 합니다.</p> <p>C04. Retention</p> <p>Work that enhances or strengthens existing customer relationships. The work should show an increase in new business or customer activity.</p>	
<p>C05. 실시간 대응</p> <p>세계적 사건, 공공 문제, 그 밖에 소셜 공유와 측정 가능한 대응을 촉구하는 현실적인 실시간 활동에 대응하는 효과적으로 타겟팅된 출품작.</p> <p>C05. Real-time Response</p> <p>Effective targeted work which responds to world events, public affairs and other real-world, real-time activity prompting social sharing and a measurable response.</p>	
<p>C06. 지속 가능한 성공</p> <p>크리에이티브 출품작의 장기적 영향에 주어지는 상. 출품작은 장기 집행 캠페인이 실질적 결과를 어떻게 이끌어 냈는지, 문화적 변화에 얼마나 중요했는지 또는 브랜드 목표 달성에 얼마나 필수적이었는지 보여 주어야 합니다. 이 카테고리의 출품작은 여러 해에 걸친 결과를 보여 주어야 합니다.</p> <p>C06. Sustained Success</p> <p>Celebrating the long-term impact of creative work. The work should demonstrate how a long running campaign drove tangible business results, was instrumental to cultural change or integral to achieving a brand's purpose. The work in this category must show results over several years.</p>	

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

SPIKES ASIA AWARDS 2026

엔트리 키트 1: 크리에이티브 효과

ENTRY KIT 1 : CREATIVE EFFECTIVENESS



<p>C07. 협업</p> <p>비즈니스 목표 달성을 위한 브랜드와 에이전시 또는 파트너 에이전시의 협업에 따른 크리에이티브 작품의 측정 가능한 영향에 주어지는 상. 작품은 협업이 어떻게 실질적 비즈니스 결과를 이끌어 냈는지 보여 주어야 합니다.</p> <p>C07. Collaboration</p> <p>Celebrating the measurable impact of creative work that is the result of a collaboration between brands and agencies or partner agencies to achieve a business goal. The work should demonstrate how the collaborative effort drove tangible business results.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> • 서면 설명 • 고객 승인서 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • 부록 • 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> • Written Explanation • Client approval letter <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • Appendix • Digital supporting Images - JPG
<p>C08. 예산 돌파구</p> <p>시장 및/또는 업계와 관련된 많지 않은 예산 및/또는 자원을 크리에이티브로 사용하여 최대의 효과 창출. 작품은 제한된 자원에도 불구하고 참신한 인사이트, 영리한 지출, 설득력 있는 전략적 사고로 비즈니스 문제를 어떻게 해결했는지 보여 주어야 합니다.</p> <p>C08. Breakthrough on a Budget</p> <p>Creative use of modest budgets and/or resources in relation to the market and/or industry to create maximum impact. The work should demonstrate how fresh insight, smart spending and compelling strategic thinking solved a business problem despite limited resources.</p>	
<p>C09. 챌린저 브랜드</p> <p>경쟁업체의 압력에 대응하여 크리에이티브로 접근 방식을 조정하고 현상을 타파하는 진보적 사고와 혁신적 크리에이티브를 사용하는 획기적 작품을 만들어내는 브랜드.</p> <p>C09. Challenger Brand</p> <p>Brands which have creatively adapted their approach in response to competitor pressure by challenging the status quo to create game-changing work that uses progressive thinking and innovative creativity.</p>	
<p>C010. 시장 교란</p> <p>현지/지역/글로벌 문제에 대응하여 전략을 조정하고 고객에 대한 배려를 보여 주는 가운데 브랜드를 전달하는 새로운 방법을 수용한 브랜드.</p> <p>C10. Market Disruption</p> <p>Brands that have creatively adapted their strategy in response to local / regional / global issues, embracing new ways of delivering their brand while showing consideration for the consumer.</p>	

크리에이티브 전략

Creative Strategy

크리에이티브 전략 스파이크스는 아이디어의 바탕이 되는 아이디어에 주어지는 상입니다. 즉 전략적 기획이 브랜드를 어떻게 재정의하고, 비즈니스를 재창조하며, 소비자 또는 더 광범위한 문화에 어떤 영향을 미칠 수 있는지 심사합니다.

출품작은 설득력 있는 크리에이티브 전략을 이끌어 낸 탁월한 비즈니스/브랜드 과제 해석, 획기적인 사고, 혁신적인 문제 해결을 보여 주어야 합니다.

- 심사 과정에서 여러 가지 기준이 고려되며, 다음과 같이 가중치가 부여됩니다. 30% 비즈니스/브랜드 과제 해석, 30% 인사이트
획기적인 사고, 20% 크리에이티브 아이디어, 20% 성과/ 결과.
- 크리에이티브 전략에는 동일 작품을 3회까지 출품할 수 있습니다.
- 크리에이티브 전략 스파이크스 어워드의 등록 기간은 2023년 1월 1일~2026년 1월 31일로, 평가되는 전략이 등록 기간 내에 처음
시행된 경우에 해당합니다. 단, 'C04 장기 전략' 카테고리의 등록 기간은 2021년 1월 1일~2026년 1월 31일입니다.
- 모든 사례 영상, 데모 영상, 오리지널 콘텐츠에는 자막을 포함하는 것을 강력히 권장합니다.

The Creative Strategy Spikes celebrate the idea behind the idea - how strategic planning can redefine a brand, reinvent its business, and influence consumers or wider culture.

The work should demonstrate exceptional interpretation of the business/brand challenge, breakthrough thinking and transformational problem solving that led to compelling creative strategy.

- A number of criteria will be considered during judging, weighted as follows: 30% interpretation of business/brand challenge; 30% insight/breakthrough thinking; 20% creative idea; 20% outcome/results.
- The same piece of work can be entered up to three times in Creative Strategy.
- The Creative Strategy Spikes Award eligibility dates are 01 January 2023 - 31 January 2026, where the strategy being judged was first implemented within the eligibility period. For 'C04 Long-term Strategy', the eligibility dates are 01 January 2021 - 31 January 2026.
- Subtitles are highly recommended on all case films, films, demo films and original content.

A. 크리에이티브 전략: 부문 이 섹션에는 동일 출품을 한 번만 제출할 수 있습니다. A. Creative Strategy: Sectors The same entry can be submitted only once in this section.	자료 Materials
A01. 소비재 식품 및 음료, 육식 용품, 청소 용품, 기타 가정용 제품, 기타 FMCG, 의류 및 액세서리, 가구, 소비자 가전, 자동차 및 자동차 제품 및 서비스를 포함한 일상 소비재와 내구 소비재. A01. Consumer Goods All fast moving & durable consumer goods, including food and drinks, toiletries, cleaning products, other household goods, other FMCG, clothing and accessories, furniture, consumer electronics, cars and automotive products & services.	필수 <ul style="list-style-type: none"> • 정보 데크 권장(선택 사항) <ul style="list-style-type: none"> • 사례 영상 선택 사항 <ul style="list-style-type: none"> • URL • 부록 • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 - JPG Compulsory <ul style="list-style-type: none"> • Information deck Highly Recommended (Optional) <ul style="list-style-type: none"> • Case film
A02. 헬스케어 제약, OTC 약품, 건강. <i>자선 단체/비영리 기관을 대상으로 제작한 출품작의 경우 A06으로 출품해야 합니다. 비영리/자선 단체/정부.</i> A02. Healthcare Pharma, OTC drugs, wellness. <i>If the work has been created for a Charity/NFP then this should be entered into A06. Not-for-profit / Charity / Government.</i>	

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

	Optional <ul style="list-style-type: none"> • URL • Appendix • Digital supporting content • Digital supporting Images - JPG
A03. 여행, 레저, 소매, 레스토랑 및 패스트푸드 체인 대중 교통 및 관광청을 포함한 모든 교통 및 여행 관련 서비스. 박물관, 페스티벌, 헬스클럽을 포함한 모든 엔터테인먼트 및 레저 관련 서비스. 온라인 쇼핑, 안경점, 미용실, 부동산 중개소를 포함한 모든 매장. 카페와 술집을 포함한 모든 레스토랑 및 패스트푸드 체인.	
A03. Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains All transport- and travel- related services, including public transport and tourism boards. All entertainment- and leisure-related services, including museums, festivals and gyms. All shops, including online retailers, opticians, hairdressers and estate agents. All restaurants and fast food chains, including cafés and bars.	
A04. 미디어/엔터테인먼트 음악, 영화, TV, 출판 및 매체, 책, 뉴스, 디지털 플랫폼, 기타 매체.	
A04. Media / Entertainment Music, film, television, publications & media, books, news, digital platforms, other media.	
A05. 소비자 서비스/B2B 모든 상업적 공공 서비스, 법률, 금융, B2B 기술, 컨설팅 및 전문 서비스, 기타 비즈니스 서비스, 내부 및 기업 커뮤니케이션.	
A05. Consumer Services / Business to Business All commercial public services, legal, financial, B2B technology, consultancies & professional services, other business services, internal & corporate communications.	
A06. 비영리/자선 단체/정부 정부, 공보, NGO, 군대, 자선 단체, 비영리 단체. <i>모든 CSR 출품작은 관련 부문 및/또는 섹션 C. 도전 및 돌파구의 C05. 기업 목표 및 사회적 책임 카테고리에 출품해야 합니다</i>	
A06. Not-for-profit / Charity / Government Government, public information, NGOs, military, charities, non-profit organisations. <i>All CSR work should be entered in the relevant sector and/or C05. Corporate Purpose & Social Responsibility category in section C. Challenges & Breakthroughs</i>	

B. 인사이트 및 조사 B. Insights & Research	자료 Materials
<p>B01. 데이터 및 분석</p> <p>명확한 비즈니스 문제/기회를 밝혀내는 통찰력 있는 데이터 분석과 해석에 영감을 받은 전략. 데이터 과학, 위탁 연구, 온라인 행동 데이터, 통계 분석, 판매 정보, 소비자 퍼스트 파티 데이터 등을 포함.</p> <p>B01. Data & Analytics</p> <p>Strategy inspired by insightful analysis and interpretation of data, revealing a clear business problem/opportunity. Including, but not limited to, the use of data science, commissioned research, online behavioural data, statistical analysis, sales information, consumer first party data etc.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> • 정보 데크 <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • 부록 • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 - JPG
<p>B02. 청중 인사이트</p> <p>청중/소비자에 대한 깊은 이해로 비즈니스에 어떻게 혁신적인 영향을 미쳤는지 평가. 행동 과학을 활용하여 청중 프로필을 구축하고 생성한 방식이 드러난 출품작. 행동 경제학, 소비자 인사이트, 소셜 리스닝, 문화적 동향, 문화기술지, 경험 매핑, 신경 과학 등을 포함.</p> <p>B02. Audience Insight</p> <p>How deep understanding of the audience/consumers has created a transformative effect on the business. Work that demonstrates the application of behavioural science in relation to building and creating the audience profile. This may include but isn't limited to behavioural economics, consumer insight, social listening, cultural trends, ethnography, experience mapping, neuroscience, etc.</p>	<p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> • Information deck <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • Appendix • Digital supporting content • Digital supporting Images - JPG

C. 도전 및 돌파구 C. Challenges & Breakthroughs	자료 Materials
<p>C01. 챌린저 브랜드 전략</p> <p>경쟁업체의 압력에 대응하여 크리에이티브로 접근 방식을 조정하고 현상을 타파하는 진보적 사고와 혁신적 크리에이티브리티를 사용하는 획기적 작품을 만들어내는 브랜드에 주어지는 상. 작품작은 카테고리의 지배적인 서사 관습에 도전함으로써 핵심 전략적 사고와 그것이 브랜드 가치에 미치는 긍정적 영향을 보여 주어야 합니다.</p> <p>C01. Challenger Brand Strategy</p> <p>Celebrating brands that have creatively adapted their approach in response to competitor pressure by challenging the status quo to create game-changing work that uses progressive thinking and innovative creativity. The work should demonstrate the core strategic thought and its positive effect on brand value by challenging the dominant narrative conventions in their category.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 정보 데크 <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL 부록 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG
<p>C02. 예산 돌파구</p> <p>시장 및/또는 업계와 관련된 많지 않은 예산 및/또는 자원을 크리에이티브로 사용하여 최대의 효과 창출. 작품작은 제한된 자원에도 불구하고 참신한 인사이트, 영리한 지출, 설득력 있는 전략적 사고로 비즈니스 문제를 어떻게 해결했는지 보여 주어야 합니다.</p> <p>C02. Breakthrough on a Budget</p> <p>Creative use of modest budgets and/or resources in relation to the market and/or industry to create maximum impact. The work should demonstrate how fresh insight, smart spending and compelling strategic thinking solved a business problem despite limited resources.</p>	<p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Information deck <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Case film
<p>C03. 다중 시장 전략</p> <p>여러 시장에서 전략의 성공적 변형 및 통합. 실질적 비즈니스 결과를 이끌어내거나 브랜드 목표를 달성하기 위해 특정 시장에 글로벌 전략을 적용한 방법.</p> <p><i>출품작은 전략이 적용된 최소한 3개 국가/지역을 명시해야 합니다.</i></p> <p>C03. Multi-market Strategy</p> <p>Successful translation and integration of strategy across multiple markets. How a global strategy was applied to specific markets in order to drive tangible business results, or achieve a brand's purpose.</p> <p><i>Entries should identify a minimum of three countries/regions the strategy was applied to.</i></p>	<p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Appendix Digital supporting content Digital supporting Images - JPG
<p>C04. 장기 전략</p> <p>장기 전략의 크리에이티브리티에 주어지는 상. 작품작은 장기적 전략이 브랜드 목표 달성, 참여 유도, 브랜드 정체성 형성에 얼마나 중요했는지 보여 주어야 합니다.</p> <p><i>이 카테고리의 출품 기간은 5년 이상으로 2021년1월1일~2026년1월31일입니다. 모든 출품작은 반드시 단일한 장기 캠페인이어야 합니다.</i></p> <p>C04. Long-term Strategy</p> <p>Celebrating the creativity of long-term strategy. The work should demonstrate how a long-running strategy was instrumental to achieving a brand's purpose, driving engagement and shaping brand identity.</p> <p><i>There is an increased eligibility for this category of 5 years: 01 January 2021 – 31 January 2026. All work entered here must be for a single long-running campaign.</i></p>	

<p>C05. 기업 목적 및 사회적 책임 사회, 윤리, 환경 문제를 다루는 목적 지향적 출품작/브랜드 행동주의. 브랜드의 목적이 고객을 문화에 연결함으로써 가치를 창출하고 지역사회에 영향을 준 방법.</p> <p><i>모든 비영리, 자선 단체, 정부 관련 출품작은 해당 부문 및/또는 섹션 A. 크리에이티브 전략 부문의 A06. 비영리/자선 단체/정부 카테고리에 출품해 주십시오.</i></p> <p>C05. Corporate Purpose & Social Responsibility Purpose driven work / brand activism that addresses social, ethical and environmental issues. How the brand's purpose has created value and impacted communities by connecting customers to culture.</p> <p><i>All not-for-profit, charity or government work should be entered in the relevant sector and/or A06. Not-for-profit / Charity / Government category in section A. Creative Strategy: Sectors.</i></p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 정보 데크 <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL 부록 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Information deck
<p>C06. 시장 교란 현지/지역/글로벌 문제에 대응하여 전략을 조정하고 고객에 대한 배려를 보여 주는 가운데 브랜드를 전달하는 새로운 방법을 수용한 브랜드.</p> <p>C06. Market Disruption Brands that have creatively adapted their strategy in response to local / regional / global issues, embracing new ways of delivering their brand while showing consideration for the consumer.</p>	<p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Appendix Digital supporting content Digital supporting Images - JPG
<p>C07. 문화 참여 신설 문화적 기반이 된 공동체 내 실제 경험에 근거해 전략적 솔루션을 설계한 마케터들을 기리는 작품. 정체성(예: 장애, 성별, 인종, 성적 지향, 연령)에 대한 근본적 관점을 형성하는 관습, 행동, 전통의 미묘한 차이를 반영하고 이를 해석한 작품. 이러한 인사이트는 다양한 청중이 브랜드와 미디어 경험을 선택하는 방식을 드러내며, 성장과 임팩트를 이끌어냅니다.</p> <p>C07. Cultural Engagement NEW Work that honours marketers who craft strategic solutions rooted in the lived experiences of culturally grounded communities. This approach reflects and translates the nuances of customs, behaviours, and traditions that shape foundational perspectives on identity (e.g. disability, gender, race, orientation, age). Such insights reveal how diverse audiences choose brands and media experiences, driving growth and impact.</p>	

D. 파트너십 및 관점 D. Partnerships & Perspectives	자료 Materials
<p>D01. 용감한 브랜드</p> <p>도전과 관련된 진보적 사고를 포함한 탁월한 브랜드 용기. 위험 감수가 브랜드의 실질적 결과를 이끌어낸 방식.</p> <p>D01. Brave Brands</p> <p>Outstanding brand bravery including progressive thinking relating to a challenge. How risk-taking has produced tangible results for the brand.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 정보 데크 <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL 부록 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Information deck <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Appendix Digital supporting content Digital supporting Images - JPG
<p>D02. 협업</p> <p>크리에이티브 에이전시 및/또는 미디어 및/또는 브랜드의 상호 교류를 담은 작품에 주어지는 상. 작품은 브랜드에 대한 깊이 공유되는 이해와 가능한 한 최상의 결과를 달성하기 위해 구성된 통합 업무 관계의 존재에 초점을 맞추어야 함.</p> <p>D02. Collaboration</p> <p>Celebrating the intersection between creative agency and/or media and/or brand. The work should demonstrate the focus on the existence of a deep shared understanding of the brand and a unified working relationship to achieve the best possible results.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 정보 데크 <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL 부록 시상식용 영상 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Information deck <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Appendix Awards Show Film Digital supporting content Digital supporting Images - JPG

E. 크리에이티브 전략 우수성 E. Excellence in Creative Strategy	자료 Materials
<p>E01. 경험 및 관계 모델</p> <p>디지털 세계와 실제 세계의 접점을 넘나드는 원활한 여정을 선사하여 고객과 관계를 강화하고 브랜드와 소비자 간 새로운 참여 경로를 제공하는 창의적인 소비자 경험 이니셔티브.</p> <p>E01. Experience and Relationship Models</p> <p>Creative customer experience initiatives that strengthen relationships with customers by creating seamless journeys across digital and physical touchpoints and/or offer new routes of engagement between brand and consumer.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 정보 데크 <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL 부록 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG
<p>E02. 브랜드 전략</p> <p>브랜드의 핵심적, 전략적 포지셔닝에 대한 보상. 작품은 가치 제안, 사명, 서사, 브랜드 포지셔닝 달성 방식을 보여 주어야 하며, 이것이 최종적으로 새로운 관심 유발, 더 높은 브랜드 친화력, 상업적 성공으로 이어졌음을 보여 주어야 함.</p> <p>E02. Brand Strategy</p> <p>Rewarding the core, strategic positioning of a brand. The work should demonstrate how the value proposition, mission, narrative and brand positioning was achieved, and ultimately led to renewed interest, higher brand affinity and commercial success.</p>	<p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Information deck <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Appendix Digital supporting content Digital supporting Images - JPG

디자인

Design

디자인 스파이크스는 시각적 기교에 주어지는 상입니다.

출품작은 시각적 및 전략적 디자인을 활용하여 강력한 브랜드 연결을 구축하고, 청중을 참여시키며, 일관되고 영향력 있는 커뮤니케이션을 통해 지속적인 인상을 남기는 창의적 접근법을 선보여야 합니다.

- 심사 과정에서 여러 가지 기준이 고려되며, 다음과 같이 가중치가 부여됩니다. 40% 아이디어, 40% 집행, 20% 결과.
- 선택한 카테고리가 연관성이 있는 한 디자인에 동일 작품을 출품할 수 있는 횟수에는 제한이 없습니다.
- 'A04. 제품 디자인' 부문으로 출품되는 모든 출품작은 구매 가능한 경우에만 자격이 주어집니다.
- 모든 사례 영상, 데모 영상, 오리지널 콘텐츠에는 자막을 포함하는 것을 강력히 권장합니다.

The Design Spikes celebrate visual craftsmanship.

The work should creative approaches that use visual and strategic design to build strong brand connections, engage audiences, and leave lasting impressions through cohesive, impactful communication.

- A number of criteria will be considered during judging, weighted as follows: 40% idea; 40% execution; 20% results.
- There is no overall limit to how many times the same piece of work can be entered into Design as long as the categories chosen are relevant.
- All work entered into category 'A04. Product Design' must be available for purchase in order to be eligible.
- Subtitles are highly recommended on all case films, films, demo films and original content.

A. 브랜드 디자인 다양한 플랫폼 전반에 메시지를 효과적으로 전달하는 탁월한 시각적 커뮤니케이션 및 디자인. A. Brand Design Excellence in visual communication and design that effectively conveys messages across various platforms.	자료 Materials
A01. 브랜드/ 기업 정체성 제품, 서비스 또는 조직의 새로운 브랜드 또는 기업 정체성 창출. 로고, 문구류, 기타 브랜드 관련 자료 등을 포함하되 이에 국한되지 않습니다. <i>새로운 브랜드 및 기업 정체성을 드러내는 이미지여야 합니다.</i> A01. Brand/Corporate Identity Creation of a new brand or corporate identity for any product, service or organisation. This can include, but not be limited to, logos, stationery, and other branded materials. <i>Please note this must be for a new brand or corporate identity.</i>	필수 <ul style="list-style-type: none"> • 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG 권장(선택 사항) <ul style="list-style-type: none"> • 사례 영상 • 실물 보조 자료 선택 사항 <ul style="list-style-type: none"> • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 - JPG
A02. 기존 브랜드의 리브랜딩/리프레시 제품, 서비스 또는 조직을 위한 기존 브랜드 정체성의 리브랜딩/리프레시. <i>비교를 위해 이전 브랜딩의 예를 제공해 주십시오.</i> A02. Rebrand/Refresh of an existing Brand Rebrand/refresh of an existing brand identity for any product, service or organisation. <i>Please provide examples of the previous branding for comparison.</i>	Compulsory <ul style="list-style-type: none"> • Digital presentation image - JPG Highly Recommended (Optional) <ul style="list-style-type: none"> • Case film • Physical support material

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

	Optional <ul style="list-style-type: none"> • URL • Digital supporting content • Digital supporting Images - JPG
<p>A03. 패키지 디자인 신설 브랜드 경험을 향상시키는 혁신적이고 효과적인 패키지 디자인.</p> <p><i>심사위원단이 체험할 수 있는 물리적 샘플을 보내 주십시오. 심사위원단이 체험할 수 있는 물리적 샘플의 데모 영상을 제공해 주십시오.</i></p> <p>A03. Packaging Design NEW Celebrates innovative and effective packaging that enhances the brand experience.</p> <p><i>Please send physical samples for the jury to experience. Please also provide a demo film of the physical samples for the jury to experience.</i></p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> • 디지털 프레젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 사례 영상 • 데모 영상 • 실물 보조 자료 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 - JPG
<p>A04. 제품 디자인 신설 소비재부터 의료용 제품까지, 기능적/미학적 완성도를 통해 브랜드 가치를 높인 사례로, 형태, 기능, 사용성, 심미성, 문제 해결력, 생산 과정, 연구, 제조 가능성 등을 통해 브랜드의 품질과 제품 정체성을 구현한 디자인.</p> <p><i>출품작은 2025년 1월 1일부터 2026년 1월 31일 사이에 실제 판매된 제품이어야 합니다. 심사위원단이 체험할 수 있는 물리적 샘플을 보내 주십시오. 심사위원단이 체험할 수 있는 물리적 샘플의 데모 영상을 제공해 주십시오.</i></p> <p>A04. Product Design NEW Design that increases brand value through functional and aesthetic resolution demonstrating brand qualities/product identity across consumer goods and medical products through form, function, usability, aesthetics, problem-solving, production, research and manufacturability.</p> <p><i>The product must have been available for purchase between 01 January 2025 and 31 January 2026. Please send physical samples for the jury to experience. Please also provide a demo film of the physical samples for the jury to experience.</i></p>	<p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> • Digital presentation image - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Case film • Demo film • Physical support material <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • Digital supporting content • Digital supporting Images - JPG
<p>A05. 출판 및 편집 디자인 신설 잡지, 신문, 브로슈어, 기사 등을 포함하되 이에 국한되지 않습니다.</p> <p><i>온라인 출판물은 'A07. 디지털 디자인' 부문에 출품해야 합니다.</i></p> <p>A05. Publications & Editorial Design NEW This could include, but not be limited to, magazines, newspapers, brochures or articles.</p> <p><i>Online publications should be entered into A07. Digital Design.</i></p>	

<p>A06. 도서 인쇄된 책의 편집 및 커버 디자인 등 포함. 제출 시, 고려/평가해야 할 부분이 표시인지, 도서 전체인지 표시해야 합니다.</p> <p><i>전자서적은 'A07. 디지털 디자인' 부문에 출품해야 합니다.</i></p> <p>A06. Books Including, but not limited to, editorial and cover design for printed books. The submission should indicate whether only the cover or the whole book should be considered/judged.</p> <p><i>E-Books should be entered into A07. Digital Design.</i></p>	
<p>A07. 디지털 디자인 디지털 제품의 기능과 사용을 지원하는 디자인의 집행. 웹사이트, 온라인 간행물, 디지털 설치물, 앱, 데이터 시각화, 가상 공간 등을 포함하되 이에 국한되지 않습니다. 초기 단계 기술의 시제품은 포함되지 않습니다.</p> <p>A07. Digital Design The execution of design to aid the function and use of the digital product. This may include · but is not limited to · websites · online publications · digital installations · apps · data visualisation · virtual worlds · etc. Does not include prototypes of early-stage technology</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> • 디지털 프레젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 사례 영상 • 데모 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> • Digital presentation image - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Case film • Demo film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • Digital supporting content • Digital supporting Images - JPG
<p>A08. 브랜드 환경 및 경험 디자인 시공간에서 전달된 브랜드 스토리 또는 메시지의 개인적 경험에 초점을 맞춰 타겟 청중이 그 경험을 놀랄 만하고, 의미 있고, 기억할 만한 것으로 여긴 이유를 보여 주는 출품작. 리테일 공간, 팝업 스토어, 전시 부스, 브랜드 인테리어 등을 포함하되 이에 국한되지 않습니다.</p> <p>A08. Brand Environment & Experience Design Work focused on the personal experience of the brand story or message as told in space and in time · demonstrating why the target audience found the experience remarkable, meaningful and memorable. This may include, but not be limited to, retail environments, pop-up stores, exhibition stands or branded interiors, etc.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> • 디지털 프레젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 사례 영상 • 데모 영상 • 실물 보조 자료 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> • Digital presentation image - JPG

	<p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Case film • Demo film • Physical support material <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • Digital supporting content • Digital supporting Images - JPG
<p>A09. 디자인 주도 효과 신설</p> <p>측정 가능하고 구체적인 비즈니스 성과를 달성한 작품. 출품작은 효과가 어떻게 측정되고 평가되었는지 명확히 설명해야 하며, 해당 작품이 문화적 변화를 이끌었거나 브랜드의 목적 달성에 핵심적인 역할을 했음을 선보여야 합니다.</p> <p>A09. Design-Driven Effectiveness NEW</p> <p>Work that has produced measurable, tangible business results. The work should detail how effectiveness was measured and evaluated and should demonstrate how the work was instrumental to cultural change or integral to achieving a brand's purpose.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> • 디지털 프레젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 사례 영상 • 실물 보조 자료 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> • Digital presentation image - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Case film • Physical support material <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • Digital supporting content • Digital supporting Images - JPG
<p>A10. 브랜드 홍보물</p> <p>브랜드를 홍보하고 제품 또는 서비스의 판매 및 마케팅을 지원하는 미디어를 포함. 보도자료 키트, 미디어 키트, 게임, 브랜드 문구류 등을 포함하되 이에 국한되지 않습니다.</p> <p>A10. Brand Collateral</p> <p>Collection of media used to promote the brand and support the sales and marketing of a product or service. This could include · but not be limited to · press/media kits · games · branded stationery · etc</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> • 디지털 프레젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 사례 영상 • 데모 영상 • 실물 보조 자료

<p>A11. 스페셜 에디션 및 맞춤형 아이템 소량 한정 생산된 국내 소비재나 제품, 또는 개별 주문 제작된 단일 맞춤형 아이템.</p> <p>A11. Special Editions & Bespoke Items Domestic consumer objects and products that are produced in a low-volume series, as well as bespoke, one-off items.</p>	<p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> • Digital presentation image - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Case film • Demo film • Physical support material <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • Digital supporting content • Digital supporting Images - JPG
<p>A12. 소셜 미디어 디자인 신설 소셜 미디어 플랫폼을 통해 참여도를 높이기 위한 디자인 집행. 페이스북, 인스타그램, X(구 트위터), 스냅챗, 틱톡 등 다양한 소셜 미디어 플랫폼을 포함하되 이에 국한되지 않습니다.</p> <p>A12. Social Media Design NEW The execution of design with the intention of increasing engagement through social media platforms. This may include, but is not limited to, Facebook, Instagram, X, Snapchat, TikTok and other social media platforms.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> • 디지털 프레젠테이션 이미지 - JPG • URL <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> • Digital presentation Image - JPG • URL <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> • Digital supporting content • Digital supporting Images - JPG
<p>A13. 포스터 프로모션 및 브랜드 커뮤니케이션의 사용을 위한 포스터 디자인.</p> <p><i>2건 이상의 포스터 캠페인은 단일 출품작으로 제출해야 합니다. 다른 매체용으로 개발해 포스터 형식으로 단순 전용한 콘셉트는 이 카테고리에 출품할 수 없습니다.</i></p> <p>A13. Posters Poster design for the use of promotion and brand communication.</p> <p><i>Poster campaigns of more than two executions should be entered together as a single entry. Concepts developed for another medium and applied to a poster format are not eligible in this category.</i></p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> • 디지털 프레젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 사례 영상 • 실물 보조 자료 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

	<ul style="list-style-type: none"> • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> • Digital presentation image - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Case film • Physical support material <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • Digital supporting content • Digital supporting Images - JPG
<p>A14. 홍보용 아이템/홍보용 인쇄 매체 달력, 초대장, 엽서, 티켓, 시즌 그리팅 카드, 의류, 판촉용 선물 및 샘플 등을 포함하되 이에 국한되지 않습니다.</p> <p>A14. Promotional Items/Promotional Printed Media This could include, but not be limited to, calendars, invitations, postcards, tickets and seasonal greeting cards, clothing, promotional gifts and samples, etc.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> • 디지털 프레젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 사례 영상 • 데모 영상 • 실물 보조 자료 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> • Digital presentation image - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Case film • Demo film • Physical support material <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • Digital supporting content • Digital supporting Images - JPG

B. 커혁신적 디자인 기존 접근 방법을 넘어서 의미 있는 변화를 만들어 내는 혁신적이고 영향력 있으며 미래 지향적 작품에 중점을 둔 혁신적 디자인. B. Transformative Design Transformational design focusing on innovative, impactful, and forward-thinking work that goes beyond traditional approaches to create meaningful change.	자료 Materials
B01. 인클루시브 디자인 신설 다양한 청중을 위해 포용성과 접근성을 최우선으로 고려한 디자인. 장애인, 소외된 계층, 다양한 사회문화적 배경을 가진 사람들의 다양한 관점과 니즈를 반영하는 포용적 디자인 원칙에 대한 깊은 이해를 선보여야 합니다. B01. Inclusive Design NEW Design work that prioritises inclusivity, ensuring accessibility and engagement for a diverse audience. The work should demonstrate a deep understanding of inclusive design principles, embracing diverse perspectives and needs, including those of individuals with disabilities, underrepresented communities, and varying socio-cultural backgrounds.	필수 <ul style="list-style-type: none"> • 디지털 프레젠테이션 이미지 - JPG 권장(선택 사항) <ul style="list-style-type: none"> • 사례 영상 선택 사항 <ul style="list-style-type: none"> • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 - JPG
B02. 지속가능성 중심 디자인 신설 혁신적 디자인과 메시지를 통해 지속가능성을 선도한 디자인. 작품작은 환경 보호, 윤리적 실천, 사회적 책임에 대한 명확한 의지를 선보이고 이를 작품의 핵심 가치로 통합해야 합니다. B02. Sustainability-Focused Design NEW Design work that champions sustainability through innovative design and messaging. The work should demonstrate a clear commitment to environmental stewardship, ethical practices, and social responsibility, integrating these values into the core of the work.	Compulsory <ul style="list-style-type: none"> • Digital presentation image - JPG Highly Recommended (Optional) <ul style="list-style-type: none"> • Case film Optional <ul style="list-style-type: none"> • URL • Digital supporting content • Digital supporting Images - JPG
B03. 디자인 혁신 신설 새로운 기술, 매체, 창의적 접근법을 활용해 전통적 디자인의 한계를 넘어선 혁신적이거나 실험적인 디자인. B03. Innovation in Design NEW Groundbreaking or experimental design that pushes the boundaries of traditional design work, utilising new technologies, mediums or creative approaches	
B04. 신기술 활용 신설 AI, AR/VR 등 첨단 기술을 통합해 혁신적이고 변혁적인 디자인 경험을 창출한 사례. B04. Use of Emerging Technology NEW Recognises the integration of cutting-edge technologies, such as AI, AR/VR, etc, to create innovative and transformative design experiences.	
B05. 행동 변화를 위한 디자인 신설 사람들의 습관, 태도, 행동을 긍정적인 방향으로 변화시킨 디자인 솔루션. 사회, 안전, 건강 등 특정 목적을 달성하기 위해 시각 커뮤니케이션, 사용자 경험, 제품 혁신 등을 통해 습관, 태도, 행동 변화를 전략적으로 유도한 디자인 활용 사례를 선보여야 합니다. B05. Design for Behavioural Change NEW Design solutions that successfully influence and inspire positive behavioural change. The work should demonstrate how design, through visual communication, user experience, or product innovation, has been strategically used to alter habits, attitudes, or actions toward a desired outcome—whether social, safety, or health-related.	

SPIKES ASIA AWARDS 2026

엔트리 키트 1: 디자인

ENTRY KIT 1 : DESIGN

**B06. 브랜드 전환 신설**

브랜드 정체성 변화를 주도한 탁월한 디자인 작업. 리브랜딩, 비주얼 리프레시, 커뮤니케이션 스타일 변화 등을 통해 디자인 중심 사고로 브랜드의 전략적 재구성/혁신에 성공한 사례를 선보여야 합니다.

B06. Brand Transformation NEW

Exceptional design work that has played a pivotal role in transforming a brand's identity. The work should demonstrate how design-led thinking has been strategically used to revitalize or reinvent a brand, whether through a complete rebrand, a visual refresh, or a shift in communication style.

디지털 크래프트

Digital Craft

디지털 크래프트 스파이크스는 뛰어난 기술적 기교에 주어지는 상입니다.

출품작은 디지털 맥락에서 탁월한 형식과 기능을 보여 주어야 합니다. 즉 모든 디지털 환경을 위해 창작된 완벽한 디자인, 뛰어난 집행, 탁월한 사용자 경험을 갖춘 출품작으로 브랜드를 한 단계 발전시켜야 합니다.

- 심사에서는 주로 집행과 경험이 기준으로 고려됩니다.
- 디지털 크래프트에 동일 작품을 출품할 수 있는 횟수에는 제한이 없습니다.
- 모든 사례 영상, 데모 영상, 오리지널 콘텐츠에는 자막을 포함하는 것을 강력히 권장합니다.

The Digital Craft Spikes celebrate technological artistry.

The work should demonstrate exceptional form and function in a digital context. It should have a flawless design and masterful execution and offer an outstanding user experience created for all digital environments that moves a brand forward.

- The main criteria considered during judging will be the execution and experience.
- There is no overall limit to how many times the same piece of work can be entered into Digital Craft.
- Subtitles are highly recommended on all case films, films, demo films and original content.

A. 형식 사운드 및 비주얼에 출품한 출품작의 전체적인 크리에이티브, 미학적 가치. A. Form The overall creative aesthetic value of the work entered in both sound and visuals.	자료 Materials
A01. 디지털 일러스트레이션 및 이미지 디자인 디지털 맥락 내에서 일러스트레이션을 창의적으로 활용하고 사진과 같이 고정된 이미지를 디지털로 조작함. A01. Digital Illustration & Image Design Creative application of illustration within a digital context and digital manipulation of still imagery including photography.	필수 <ul style="list-style-type: none"> • 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG • URL 권장(선택 사항) <ul style="list-style-type: none"> • 데모 영상
A02. 비디오/동영상 기술적 기량이 관련된 온라인 비디오 및 디지털 영상의 크리에이티브 사용. 360도 및 인터랙티브 비디오를 포함. A02. Video/Moving Image Creative use of online video and digital footage with technical skill involved. This includes but not limited to 360 and interactive video.	선택 사항 <ul style="list-style-type: none"> • AR/VR 파일 • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 - JPG
A03. 모션 그래픽 디자인 및 애니메이션 신설 디지털 환경에서 모션 그래픽 디자인과 애니메이션을 창의적으로 활용한 사례. A03. Motion Graphics Design & Animation NEW Creative use of motion graphics design and animation in a digital context.	Compulsory <ul style="list-style-type: none"> • Digital presentation image - JPG • URL Highly Recommended (Optional)

<p>A04. 음악/사운드 디자인 음악 및/또는 사운드 디자인의 크리에이티브 사용. 소닉 브랜딩(sonic branding), 음악/브랜드 파트너십, 음악 기반 출품작을 포함.</p> <p>A04. Music/Sound Design Creative use of music and/or sound design. This includes but is not limited to sonic branding and music/ brand partnership and music-initiated work.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Demo film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> • AR/VR files • Digital supporting content • Digital supporting Images - JPG
<p>A05. 전반적인 미학적 디자인(UI 포함) 디지털/그래픽 디자인의 미학적 구성과 우아함의 전반적 성취.</p> <p>A05. Overall Aesthetic Design (incl. UI) The overall achievement in aesthetic composition and fluidity of digital/graphic design.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> • 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG • URL
<p>A06. UX 및 여정 디자인 모든 상호작용 지점에서의 적절하고 원활하며 일관된 사용자 경험을 통해 디지털 제품이나 서비스에 대한 정서적, 행동적 반응에 초점을 맞춘 디자인 실무. 전반적인 지원, 구조 및 사용성에 특히 중점을 둠.</p> <p>A06. UX & Journey Design Design practice focused on the emotional and behavioural response to a digital product or service with relevant, seamless and consistent user experience at every point of interaction, with particular focus on the overall support, structure and usability.</p>	<p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 데모 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> • AR/VR 파일 • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 - JPG
<p>A07. 경험 디자인: 다중 플랫폼 고객을 끌어들이고 고객과의 관계를 강화하기 위해 마련된 대규모 또는 소규모 몰입형 디지털 경험 및 이벤트. 여기에는 VR, AR, 설치물, 음성 작동 기술, 멀티 스크린/다차원 경험, 메타버스, 가상 세계 등이 포함될 수 있습니다. 초기 단계 기술의 시제품은 포함되지 않음.</p> <p>A07. Experience Design: Multi-platform Immersive large- or small-scale digital experiences and events that are set up to engage and strengthen relationships with the consumer. This may include, but is not limited to VR, AR, installations, voice-activated technologies, multiscreen/multidimensional experiences, the metaverse and virtual worlds. Does not include prototypes of early-stage technology.</p>	<p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> • Digital presentation image - JPG • URL <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Demo film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> • AR/VR files • Digital supporting content • Digital supporting Images - JPG

B. 콘텐츠 브랜드 경험 향상을 위해 활용된 데이터 및 인공지능 제시. B. Content The presentation of data and artificial intelligence utilised to enhance brand experience.	자료 Materials
B01. 크로스-채널 스토리텔링 신설 브랜드 아이덴티티를 구현하거나 발전시키는 크로스플랫폼 디지털 콘텐츠를 제작한 사례. 데스크톱, 리치 미디어, 모바일, 웨어러블 기술, 옥외 설치물, 빌보드, 리테일 경험 등을 포함하되 이에 국한되지 않습니다. B01. Cross-Channel Storytelling NEW Creation of cross-platform digital content that develops or embodies a brand identity. This may include, but is not limited to, desktop, rich media, mobile, wearable technology, outdoor installations, billboards, retail experiences, etc.	필수 <ul style="list-style-type: none"> • 디지털 프레젠테이션 이미지 - JPG • URL 권장(선택 사항) <ul style="list-style-type: none"> • 데모 영상
B02. 실시간 콘텍스트 콘텐츠 신설 브랜드가 세계적 이슈, 사회적 사건, 기타 현실 세계의 실시간 상황 등에 즉각적이고 의미 있게 반응할 수 있도록 제작된 실시간 또는 준실시간 콘텐츠 제작. B02. Real-Time Contextual Content NEW Creation of real-time or near-real-time content allowing brands to respond to world events, public affairs and other real-world, real-time activity in an immediate and meaningful way.	선택 사항 <ul style="list-style-type: none"> • AR/VR 파일 • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 - JPG Compulsory <ul style="list-style-type: none"> • Digital presentation image - JPG • URL
B03. 개인화 스토리텔링 및 경험 신설 특정 청중을 대상으로 제작된 동적이고 직관적이며 표적화된 고도의 관련성을 지닌 콘텐츠 또는 디지털 경험. B03. Personalised Storytelling & Experience NEW Dynamic, intuitive, targeted and highly relevant content or digital experiences created for specific audiences.	Highly Recommended (Optional) <ul style="list-style-type: none"> • Demo film
B04. 탁월한 이미지 설명 신설 시각장애인 및 저시력 사용자를 위해 정보를 전달하고 분위기를 조성하며 브랜드를 표현하는, 완성도 높고 효과적인 이미지 설명. <i>이미지 설명은 완전성, 정확성, 간결성을 갖추어야 하며, 모든 출품작은 해당 자격 기간 내에 실제로 집행된 것이어야 합니다.</i> B04. Excellence in Image Description NEW Beautifully crafted and effective image descriptions used to convey information, establish a mood and express a brand for people who are blind and partially sighted. <i>The image description should be complete, accurate, and concise and all work must have run within the eligibility period.</i>	Optional <ul style="list-style-type: none"> • AR/VR files • Digital supporting content • Digital supporting Images - JPG

C. 데이터 및 AI 브랜드 경험을 향상시키기 위해 활용된 데이터와 AI의 제시. C. Data & AI The presentation of data and artificial intelligence used to enhance brand experience.	자료 Materials
C01. 데이터 스토리텔링 데이터의 크리에이티브 사용을 통한 브랜드 스토리 전달. 출품작은 특정 청중, 문화 또는 공동체를 끌어들이거나 의미 있는 관계를 발전시키기 위해 큐레이션된 데이터/인사이트가 어떻게 사용되었는지 보여 주어야 함. C01. Data Storytelling The creative use of data to convey a brand story. The work should demonstrate how the curated data insight was used in order to engage or develop a meaningful relationship with a specific audience, culture or community.	필수 <ul style="list-style-type: none"> • 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG • URL 권장(선택 사항) <ul style="list-style-type: none"> • 데모 영상 선택 사항 <ul style="list-style-type: none"> • AR/VR 파일 • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 - JPG Compulsory <ul style="list-style-type: none"> • Digital presentation image - JPG • URL Highly Recommended (Optional) <ul style="list-style-type: none"> • Demo film Optional <ul style="list-style-type: none"> • AR/VR files • Digital supporting content • Digital supporting Images - JPG
C02. 데이터 시각화 디지털 데이터와 인사이트의 크리에이티브한 시각적 표현과 제시. C02. Data Visualisation Creative visual representation and presentation of digital data and insights.	
C03. 데이터 큐레이션 여러 데이터 소스를 창의적으로 수집, 추적 및 사용하여 전략적이고 창의적으로 통찰력 있는 사용자 경험 또는 디자인/콘텐츠를 독특하고 유의미한 방식으로 제공하는 것을 말합니다. 비 전통적인 인터페이스, 사용자 데이터 캡처, 인공 지능, 머신 러닝, 소셜 리스닝/분석, GPS, 사물 인터넷, 생체 인식 등을 포함 C03. Curation of Data The creative collection, tracking and use of multiple sources of data to deliver a strategically and creatively insightful user experience or piece of design/ content in a unique and significantly way. This may include, but is not limited to, non-traditional interfaces, user data capture, artificial intelligence, machine learning, social listening/ analytics, GPS, internet of things, biometrics, etc.	
C04. AI 스토리텔링 인공 지능을 창의적으로 사용하여 특정 청중 또는 커뮤니티와 의미 있는 관계를 맺고 발전시킴. 출품작은 진정한 지능 또는 머신 러닝 활용 방식을 보여 주어야 함. C04. AI Storytelling The creative use of artificial intelligence to engage or develop a meaningful relationship with a specific audience or community. The work should demonstrate how true intelligence or machine learning was utilised.	

<p>D. 기술</p> <p>크리에이티브 디지털 콘텐츠의 플랫폼으로 활용된 기술의 가치와, 사용자 경험 향상을 위해 이 기술이 실행된 방법.</p> <p>D. Technology</p> <p>The value of the applied technology as a platform for creative digital content and how it is executed to enhance the user experience.</p>	<p>자료</p> <p>Materials</p>
<p>D01. 혁신적인 기술 사용</p> <p>사용자 경험 및/또는 브랜드 커뮤니케이션 향상에 사용되는 기존 기술 또는 신기술. 스마트 자동화, AI 애플리케이션, 챗봇, 아바타, 가상 인플루언서, 주문형 서비스, 콘텐츠 크라우드소싱/배포, 클라우드 서비스, 마켓플레이스 등 포함. 초기 단계 기술의 시제품은 포함되지 않음.</p> <p>D01. Innovative Use of Technology</p> <p>Existing or new technology used to enhance the user experience and/or brand communication. This could include, but not limited to, smart automation, AI applications, chatbots, avatars, virtual influencers, utility apps, on-demand services, content crowdsourcing / distribution, cloud services and marketplaces. Does not include prototypes of early-stage technology.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> • 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG • URL <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 데모 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> • AR/VR 파일 • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 - JPG
<p>D02. 네이티브 및 빌트인 기능 통합</p> <p>모바일/데스크톱 또는 카메라, 마이크, 터치스크린, 블루투스, 모바일 센서, GPS 등 기타 디지털 기기의 빌트인 및 기존 필수 기능의 크리에이티브 사용.</p> <p>D02. Native & Built-in Feature Integration</p> <p>The creative use of built-in and existing integral features of a mobile/desktop or other digital device. This includes cameras, microphones, touchscreens, Bluetooth, mobile sensors, GPS etc.</p>	<p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> • Digital presentation image - JPG • URL <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Demo film
<p>D03. 디지털 크래프트의 기술적 성취</p> <p>디지털 통신/경험의 전반적인 발전에 기여하기 위해 아름답게 실행된 공예와 비할 데 없는 수준의 기술적 이해/발전이 균형을 이루는 디지털 크리에이티브 작품.</p> <p>D03. Technological Achievement in Digital Craft</p> <p>Digital creative work that balances beautifully executed craft with an unparalleled level of technical understanding/advancement in order to contribute to the overall progress of digital communications/experiences.</p>	<p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> • AR/VR files • Digital supporting content • Digital supporting Images - JPG
<p>D04. 뉴 리얼리티 및 신흥 기술</p> <p>디지털 크래프트 내에서 기술의 영역을 크리에이티브로 넓히는 몰입형 경험의 크리에이티브 활용. AI, AR, VR, XR, 웨어러블 기술 및 모바일 기기, 음성 기술, 비디오 매핑, 블록체인 기술, 게임화, 가상 세계, 메타버스 및 그 밖의 모든 신흥 플랫폼 등을 포함. 초기 단계 기술의 시제품은 포함되지 않음.</p> <p>D04. New Realities & Emerging Tech</p> <p>The creative application of immersive experiences that creatively push the boundaries of technology within digital craft. This could include, but not limited to AI, AR, VR, XR, wearable tech and mobile devices, voice technology, video mapping, blockchain technology, gamification, virtual worlds, the metaverse and all other emerging platforms. Does not include prototypes of early-stage technology.</p>	

다이렉트

Direct

다이렉트 스파이크스는 타겟팅 및 반응 중심 크리에이티비티에 주어지는 상입니다.

출품작은 특정 타겟 청중 집단을 끌어들이고 고객 관계를 발전시켜 행동을 고취하고 측정 가능한 결과를 산출하기 위한 전략의 일부로 인사이트 및/또는 데이터가 어떻게 사용되었는지 보여주어야 합니다.

- 심사 과정에서 여러 가지 기준이 고려되며, 다음과 같이 가중치가 부여됩니다. 30% 아이디어, 20% 전략, 20% 집행, 30% 영향 및 결과.
- 다이렉트에는 동일 작품을 3회까지 출품할 수 있습니다. 다만 'A. 다이렉트: 부문'에는 동일 작품을 한 번만 출품할 수 있습니다.
- 모든 사례 영상, 데모 영상, 오리지널 콘텐츠에는 자막을 포함하는 것을 강력히 권장합니다.

The Direct Spikes celebrate targeted and response-driven creativity.

The work should demonstrate how insights and/or data were used as part of the strategy to engage specific target audience groups and develop customer relationships, inspiring action and producing measurable results.

- A number of criteria will be considered during judging, weighted as follows: 30% idea; 20% strategy; 20% execution; 30% impact and results.
- The same piece of work can be entered up to three times in Direct. However, the same piece of work may only be entered once in 'A. Direct: Sectors'.
- Subtitles are highly recommended on all case films, films, demo films and original content.

A. 다이렉트: 부문 이 섹션에는 동일 출품작을 한 번만 제출할 수 있습니다. A. Direct: Sectors The same work can be submitted only once in this section.	자료 Materials
A01. 소비재 식품 및 음료, 욕실 용품, 청소 용품, 기타 가정용 제품, 기타 FMCG, 의류 및 액세서리, 가구, 소비자 가전, 자동차 및 자동차 제품 및 서비스를 포함한 일상 소비재와 내구 소비재. <i>모든 패스트푸드 출품작은 A03. 여행, 레저, 소매, 레스토랑 및 패스트푸드 체인에 출품해야 합니다.</i> A01. Consumer Goods All fast moving & durable consumer goods, including food and drinks, toiletries, cleaning products, other household goods, other FMCG, clothing and accessories, furniture, consumer electronics, cars and automotive products & services. <i>All fast food entries should go in A03. Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains</i>	필수 <ul style="list-style-type: none"> • 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG 권장(선택 사항) <ul style="list-style-type: none"> • 사례 영상 선택 사항 <ul style="list-style-type: none"> • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 - JPG Compulsory <ul style="list-style-type: none"> • Digital presentation image - JPG
A02. 헬스케어 제약, OTC 약품, 건강. <i>자선 단체/비영리 기관을 대상으로 제작한 출품작의 경우 A06으로 출품해야 합니다. 비영리/자선 단체/정부.</i> A02. Healthcare Pharma, OTC drugs, wellness. <i>If the work has been created for a Charity/NFP then this should be entered into A06. Not-for-profit / Charity / Government.</i>	Highly Recommended (Optional) <ul style="list-style-type: none"> • Case film Optional <ul style="list-style-type: none"> • URL • Digital supporting content • Digital supporting Images - JPG

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

<div><div>A03. 여행, 레저, 소매, 레스토랑 및 패스트푸드 체인</div><div>대중 교통 및 관광청을 포함한 모든 교통 및 여행 관련 서비스. 박물관, 페스티벌, 헬스클럽을 포함한 모든 엔터테인먼트 및 레저 관련 서비스. 온라인 소매상, 안경점, 미용실, 부동산 중개소를 포함한 모든 매장. 카페와 술집을 포함한 모든 레스토랑 및 패스트푸드 체인.</div></div>	<div><div>필수</div><div><ul style="list-style-type: none">• 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG</div><div><div>권장(선택 사항)</div><div><ul style="list-style-type: none">• 사례 영상</div></div><div><div>선택 사항</div><div><ul style="list-style-type: none">• URL• 디지털 보조 콘텐츠• 디지털 보조 이미지 - JPG</div></div><div><div>Compulsory</div><div><ul style="list-style-type: none">• Digital presentation image - JPG</div></div><div><div>Highly Recommended (Optional)</div><div><ul style="list-style-type: none">• Case film</div></div><div><div>Optional</div><div><ul style="list-style-type: none">• URL• Digital supporting content• Digital supporting Images - JPG</div></div></div>
<div><div>A04. 미디어/엔터테인먼트</div><div>음악, 영화, TV, 출판 및 매체, 책, 뉴스, 디지털 플랫폼, 기타 매체.</div></div>	
<div><div>A04. Media / Entertainment</div><div>Music, film, television, publications & media, books, news, digital platforms, other media.</div></div>	
<div><div>A05. 소비자 서비스/B2B(Business to Business)</div><div>모든 상업적 공공 서비스, 법률, 금융, B2B 기술, 컨설팅 및 전문 서비스, 기타 비즈니스 서비스, 내부 및 기업 커뮤니케이션.</div></div>	
<div><div>A05. Consumer Services / Business to Business</div><div>All commercial public services, Legal, financial, B2B technology, consultancies & professional services, other business services, internal & corporate communications.</div></div>	
<div><div>A06. 비영리/자선 단체/정부</div><div>정부, 공보, NGO, 군대, 자선 단체, 비영리 단체.</div></div> <div><div>모든 CSR 출품작은 관련 부문 및/또는 섹션 F. 문화 및 맥락의 F07. 기업 목적 및 사회적 책임 카테고리에 출품해야 합니다</div></div>	
<div><div>A06. Not-for-profit / Charity / Government</div><div>Government, public information, NGOs, military, charities, non-profit organisations.</div></div> <div><div>All CSR work should be entered in the relevant sector and/or F07. Corporate Purpose & Social Responsibility category in section F. Culture & Context</div></div>	

B. 다이렉트의 사용 해당 매체가 브랜드의 다이렉트 커뮤니케이션으로 사용된 방법. B. Use of Direct How the medium was used as a piece of direct communication for a brand.	자료 Materials
B01. 메일링 / 프로그래매틱 메일 프로그래매틱 메일링 캠페인에 주어지는 상. 이 카테고리의 출품작에는 사용된 기술 및 프로세스의 효율성, 효과적인 배치, 성과에 대한 증거가 설명되어야 함. <i>심사위원단이 체험할 수 있는 물리적 샘플을 보내 주십시오.</i> B01. Mailing / Programmatic Mail Celebrating targeted and programmatic mailing campaigns. The work in this category should demonstrate efficiency in the technology and processes used, effective placement and evidence of results. <i>Please send physical samples for the jury to experience.</i>	필수 <ul style="list-style-type: none"> • 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG 권장(선택 사항) <ul style="list-style-type: none"> • 사례 영상 • 데모 영상 • 실물 보조 자료 선택 사항 <ul style="list-style-type: none"> • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 - JPG
B02. 소규모 미디어 작은 물리적 물체 및 그 밖의 모든 휴대용(또는 크기가 그에 상응하는) 항목을 포함한 비우편 및 인쇄 콜라터럴. <i>'소규모'란 배급 규모가 아니라 앰비언트 항목의 물리적 크기를 말합니다. 심사위원단이 체험할 수 있는 물리적 샘플을 보내 주십시오.</i> B02. Small-Scale Media Non-mail and print collateral, including small physical objects and all other hand-held (or equivalent in size) items. <i>'Small Scale' refers to the physical size of the ambient item, not the scale of the distribution. Please send physical samples for the jury to experience.</i>	Compulsory <ul style="list-style-type: none"> • Digital presentation image - JPG Highly Recommended (Optional) <ul style="list-style-type: none"> • Case film • Demo film • Physical support material Optional <ul style="list-style-type: none"> • URL • Digital supporting content • Digital supporting Images - JPG

<p>B03. 대형 미디어</p> <p>직접적인 반응 스텐트, 스트리트 팀, 직접적인 반응 이벤트, 옥외/앰비언트 미디어 및 직접적 상호작용을 장려하고 측정 가능한 반응을 추구하는 기타 매체를 포함하는 비전통적 매체.</p> <p><i>'대규모'란 배급 규모가 아니라 앰비언트 항목의 물리적 크기를 말합니다.</i></p> <p>B03. Large-Scale Media</p> <p>Non-traditional media. This includes but not limited to direct response stunts, street teams, direct response events, outdoor/ambient media and other mediums that encourage direct interaction and seek a measurable response.</p> <p><i>'Large Scale' refers to the physical size of the ambient item, not the scale of the distribution.</i></p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> • 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> • Digital presentation image - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • Digital supporting content • Digital supporting Images - JPG
<p>B04. 방송 이용</p> <p>영화, TV 또는 오디오를 사용하여 선택한 매체가 다른 다이렉트 요소로 이어졌는지 보여 주는 다이렉트 중심 작품.</p> <p>B04. Use of Broadcast</p> <p>Direct led work using cinema, TV or audio. The work should demonstrate how the chosen medium led the other direct elements within the work.</p>	
<p>B05. 인쇄/옥외 사용</p> <p>인쇄 또는 옥외 광고를 사용하는 다이렉트 작품. 표준 광고 공간을 사용한 신문, 잡지, 삽입 광고, 엽제지, 전통적 광고판 또는 포스터 공간, 버스 정류장 및 교통 광고 등을 포함.</p> <p><i>증강현실 광고판은 B03. 대형 미디어에 출품해야 합니다.</i></p> <p>B05. Use of Print / Outdoor</p> <p>Direct work using Print or Outdoor. Including, but not limited to, newspapers, magazines, inserts, trade journals, traditional billboard or poster sites, bus shelters and transit advertising using standard advertising space.</p> <p><i>Augmented billboards should be entered into B03. Large Scale Media.</i></p>	

<p>C. 데이터 및 기술</p> <p>데이터나 기술의 크리에이티브 사용을 중심으로 고객경험을 향상시키고 측정 가능한 비즈니스 결과를 낳은 출품작.</p> <p>C. Data & Technology</p> <p>Work driven by the creative use of data or technology which enhanced the customer experience and led to measurable business results.</p>	<p>자료</p> <p>Materials</p>
<p>C01. 데이터 기반의 직접적인 전략</p> <p>다이렉트 전략의 근간을 형성하는 데이터 및 인사이트 활용. 데이터 기반 전략이 어떻게 고객 행동 프로파일링 및 세분화에 일조하고 궁극적으로 성공적인 다이렉트 마케팅 활동으로 이어졌는가 보여 주어야 함.</p> <p>C01. Data-Driven Direct Strategy</p> <p>The application of data and insights that significantly forms the basis of the direct strategy, demonstrating how the data-driven strategy helped to profile customer's behaviours and segmentation, that ultimately led to successful direct marketing activities.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG
<p>C02. 데이터 기반 타겟팅</p> <p>특정 청중을 위한 타겟 커뮤니케이션 구축에 사용된 데이터 해석과 분석. 여기에는 하이퍼 타겟팅, 청중 매핑, 타겟팅 세분화 등이 포함될 수 있습니다.</p> <p>C02. Data-driven Targeting</p> <p>Work where the interpretation and analysis of data was used to build a targeted communication for a specific audience. This may include but is not limited, to hyper-targeting, precision targeting, audience mapping and targeting segmentation.</p>	<p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Digital supporting content Digital supporting Images - JPG
<p>C03. 뉴 리얼리티 및 신흥 기술</p> <p>디지털 크래프트 내에서 기술의 영역을 크리에이티브로 넓히는 몰입형 경험의 크리에이티브 활용. AI, AR, VR, XR, 웨어러블 기술 및 모바일 기기, 음성 기술, 비디오 매핑, 블록체인 기술, 게임화, 가상 세계, 메타버스 및 그 밖의 모든 신흥 플랫폼 등을 포함. 초기 단계 기술의 시제품은 포함되지 않음.</p> <p>C03. New Realities & Emerging Tech</p> <p>The creative application of immersive experiences that push the boundaries of technology within direct strategies to engage and strengthen relationships with consumers. This could include, but not be limited to, AI, AR, VR, XR, wearable tech and mobile devices, GPS, NFC, facial recognition, voice technology, blockchain technology, gamification, virtual worlds, the metaverse and all other emerging platforms. Does not include prototypes of early-stage technology.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL AR/VR 파일 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL AR/VR files

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

	<ul style="list-style-type: none"> Digital supporting content Digital supporting Images - JPG
<p>D. 디지털 및 소셜</p> <p>브랜드를 위한 직접적인 커뮤니케이션의 일환으로 사용되는 디지털 매체/기술.</p> <p>D. Digital & Social</p> <p>Digital and social mediums/techniques used as a piece of direct communication for a brand.</p>	<p>자료</p> <p>Materials</p>
<p>D01. 모바일 사용</p> <p>휴대 전화, 모바일 기술 등의 모바일/휴대용 기기를 통해 제공되는 표적화된 커뮤니케이션.</p> <p>D01. Use of Mobile</p> <p>Targeted communication delivered through mobile/portable devices such as mobile phones, mobile technology, etc.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG URL <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상
<p>D02. 소셜 플랫폼 사용</p> <p>소셜 미디어, 스트리밍 플랫폼, 블로그, Wiki, 비디오 공유 사이트, 호스팅 서비스 등을 사용하여 커뮤니티/소비자와의 관계를 구축 및/또는 강화하는 출판물.</p> <p>D02. Use of Social Platforms</p> <p>Work that uses social media, streaming platforms, blogs, Wikis, video-sharing sites, hosted services etc. to create and/or enhance relationships with a community/consumers.</p>	<p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> AR/VR 파일 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG
<p>D03. 실시간 대응</p> <p>세계적 사건, 공공 문제, 그 밖에 사회적 공유와 측정 가능한 대응을 촉구하는 현실적인 실시간 활동에 대응하는 표적화된 소셜 활동.</p> <p>D03. Real-Time Response</p> <p>Targeted social activity that responds to world events, public affairs and other real-world, real-time activity prompting social sharing and a measurable response.</p>	<p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG URL <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Case film
<p>D04. 공동 제작 및 사용자 생성 콘텐츠</p> <p>명확한 콜 투 액션을 통해 커뮤니티/팬층의 브랜드 이니셔티브 기여 또는 협력을 장려하도록 고안된 소셜 활동.</p> <p>D04. Co-creation & User-Generated Content</p> <p>Social activity designed to encourage a community/fanbase to contribute or collaborate with a brand initiative through a clear call to action.</p>	<p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> AR/VR files Digital supporting content Digital supporting Images - JPG

E. 다이렉트 우수성 E. Excellence in Direct	자료 Materials
<p>E01. 출시/재출시 제품이나 서비스를 시장에 출시하거나 재출시하기 위해 만든 직접 마케팅 캠페인. 신규 고객 확보 및 이탈한 고객의 재방문을 목표로 하는 작업도 포함될 수 있음.</p> <p>E01. Launch / Relaunch Direct marketing campaigns created to launch or relaunch a product or service on the market. This can also include work aiming to acquire new customers, and reinvigorate lapsed customers.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> • 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> • Digital presentation image - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • Digital supporting content • Digital supporting Images - JPG

<p>F. 문화 및 맥락</p> <p>문화적 인사이트와 지역적 맥락을 통해 생명력을 얻는 작품작.</p> <p>F. Culture & Context</p> <p>Work that is brought to life through cultural insights and regional context.</p>	<p>자료</p> <p>Materials</p>
<p>F01. 로컬 브랜드</p> <p>특정 지역 내에서만 유통되는 브랜드에 대한 작품작. 명확히 정의된 지역 내 타깃 청중에게 공감과 반향을 일으킨 작품이어야 합니다.</p> <p>F01. Local Brand</p> <p>Work for brands distributed solely within a specific locality. The work should resonate with a clearly defined, local target audience.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상
<p>F02. 챌린저 브랜드</p> <p>경쟁업체의 압력에 대응하여 크리에이티브로 접근 방식을 조정하고 현상을 타파하는 진보적 사고와 혁신적 크리에이티비티를 사용하는 획기적 작품을 만들어내는 브랜드.</p> <p>F02. Challenger Brand</p> <p>Brands which have creatively adapted their approach in response to competitor pressure by challenging the status quo to create game-changing work that uses progressive thinking and innovative creativity.</p>	<p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG
<p>F03. 단일 시장 캠페인</p> <p>단일 국가/지역/시장에서만 방영되거나 집행된 작품작.</p> <p>출품작은 어떻게 특정 표적 시장에 맞게 고안되었는지 설명해야 합니다.</p> <p>F03. Single-market Campaign</p> <p>Work that only aired or ran in a single country / region / market. The work should describe how it was designed for the specific target market.</p>	<p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Digital supporting content Digital supporting Images - JPG
<p>F04. 소셜 행동</p> <p>특정 지역 또는 지방에서 발견되는 아이디어, 관습, 가치 및 라이프스타일에서 비롯된 식별 가능한 사회적 행동을 통해 특정 청중/커뮤니티에서 영감을 받은 작품작. 출품작은 소비자 행동에 대한 인사이트를 활용하여 브랜드와 강력한 연결을 형성할 수 있는 방법을 보여줘야 합니다.</p> <p>F04. Social Behaviour</p> <p>Work inspired by a specific audience or community, relying on identifiable social behaviour. The work should demonstrate how leveraging insights into consumer behaviour can create a powerful connection with a brand.</p>	
<p>F05. 유머 사용</p> <p>브랜드 커뮤니케이션에 유머 기술을 담아낸 작품작. 캠페인에 재치, 풍자, 기발함을 녹여내어 청중과 공감대를 형성하면서도 즐거움을 주고, 기억에 남으며, 웃음을 유발하는 작품작.</p> <p>F05. Use of Humour</p> <p>Work that celebrates the art of humour in branded communications. Infusing wit, satire, and cleverness into campaigns that provide amusement and create memorable, laughter-inducing connections with audiences.</p>	

<div><div>F06. 예산 돌파구</div><div>시장 및/또는 업계와 관련된 많지 않은 예산 및/또는 자원을 크리에이티브로 사용하여 최대의 효과 창출. 작품은 제한된 자원에도 불구하고 참신한 인사이트, 영리한 지출, 설득력 있는 전략적 사고로 비즈니스 문제를 어떻게 해결했는지 보여 주어야 합니다.</div><div>F06. Breakthrough on a Budget</div><div>Creative use of modest budgets and/or resources in relation to the market and/or industry to create maximum impact. The work should demonstrate how fresh insight, smart spending and compelling strategic thinking solved a business problem despite limited resources.</div></div>	<div><div>필수</div><div><ul style="list-style-type: none">• 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG</div><div><div>권장(선택 사항)</div><div><ul style="list-style-type: none">• 사례 영상</div></div><div><div>선택 사항</div><div><ul style="list-style-type: none">• URL• 디지털 보조 콘텐츠• 디지털 보조 이미지 - JPG</div></div><div><div>Compulsory</div><div><ul style="list-style-type: none">• Digital presentation image - JPG</div></div><div><div>Highly Recommended (Optional)</div><div><ul style="list-style-type: none">• Case film</div></div><div><div>Optional</div><div><ul style="list-style-type: none">• URL• Digital supporting content• Digital supporting Images - JPG</div></div></div>
<div><div>F07. 기업 목적 및 사회적 책임</div><div>사회, 윤리, 환경 문제를 다루는 목적 지향적 작품/브랜드 행동주의. 작품은 브랜드의 목적이 고객을 문화에 연결함으로써 어떻게 가치를 창출하고 지역사회에 영향을 주었는지 보여 주어야 합니다.</div><div><div>모든 비영리, 자선 단체, 정부 관련 작품은 해당 부문 및/또는 섹션 A. 다이렉트 부문의 A06. 비영리/자선 단체/정부 카테고리에 출품해 주십시오.</div></div><div>F07. Corporate Purpose & Social Responsibility</div><div>Purpose driven work / brand activism which address social, ethical and environmental issues. The work should demonstrate how the brand’s purpose has created value and impacted communities by connecting customers to culture.</div><div><div>All not-for-profit, charity or government work should be entered in the relevant sector and/or A06. Not-for-profit / Charity / Government category in section A. Direct: Sectors.</div></div></div>	
<div><div>F08. 시장 교란</div><div>현지/지역/글로벌 문제에 대응하여 전략을 조정하고 고객에 대한 배려를 보여 주는 가운데 브랜드를 전달하는 새로운 방법을 수용한 브랜드.</div><div>F08. Market Disruption</div><div>Brands that have creatively adapted their strategy in response to local / regional / global issues, embracing new ways of delivering their brand while showing consideration for the consumer.</div></div>	
<div><div>F09. 문화 참여 신설</div><div>문화적 기반이 된 공동체 내 실제 경험에 근거한 전략적 솔루션을 중심으로 기획된 작품. 정체성(예: 장애, 성별, 인종, 성적 지향, 연령)에 대한 근본적 관점을 형성하는 관습, 행동, 전통의 미묘한 차이를 반영하고 이를 해석한 작품. 이러한 인사이트는 청중이 브랜드와 미디어 경험을 선택하는 방식을 드러내며, 성장과 임팩트를 이끌어냅니다.</div><div>F09. Cultural Engagement NEW</div><div>Work crafted around strategic solutions rooted in the lived experiences of culturally grounded communities. Work which reflects and translates the nuances of customs, behaviours, and traditions that shape foundational perspectives on identity (e.g. disability, gender, race, orientation, age). Such insights reveal how audiences choose brands and media experiences, driving growth and impact.</div></div>	

엔터테인먼트

Entertainment

엔터테인먼트 스파이크스는 브랜드 콘텐츠를 문화로 바꿔 놓는 크리에이티비티에 주어지는 상입니다.

출품작은 건너뛸 수 없는 아이디어를 보여 주어야 합니다. 즉 브랜드 메시지를 단도직입적으로 전달하거나 새로운 방식으로 소비자와 교감하기 위한 매력적인 출품작이어야 합니다.

- 심사 과정에서 여러 가지 기준이 고려되며, 다음과 같이 가중치가 부여됩니다. 30% 크리에이티브 아이디어, 20% 전략 및 인사이트, 30% 제작 및 집행, 20% 결과.
- 브랜드는 연예인, 아티스트, 크리에이터, 인플루언서, 스트리머, 운동 선수, 팀, 조직, 스폰서, 플랫폼, 미디어 소유자, 권리 보유자, 또는 엔터테인먼트 산업과 관련된 제품과 콘텐츠를 제작하고 배포하는 주체를 말합니다.
- 선택한 카테고리가 연관성이 있는 한 엔터테인먼트에 동일 작품을 출품할 수 있는 횟수에는 제한이 없습니다.
- 모든 사례 영상, 데모 영상, 오리지널 콘텐츠에는 자막을 포함하는 것을 강력히 권장합니다.

The Entertainment Spikes celebrate creativity that turns branded content into culture.

The work will need to demonstrate ideas that are unskippable. It should captivate in order to cut through, communicating a brand message or connecting with consumers in a new way.

- A number of criteria will be considered during judging, weighted as follows: 30% creative idea; 20% strategy & insight; 30% craft & execution; 20% results.
- Brands refers to talent, artists, creators, influencers, streamers, athletes, teams, organisations, sponsors, platforms, media owners, rights holders or any entity that produces and distributes products and content related to the entertainment industry.
- There is no overall limit to how many times the same piece of work can be entered into Entertainment as long as the categories chosen are relevant.
- Subtitles are highly recommended on all case films, films, demo films and original content.

<p>A. 브랜디드 콘텐츠</p> <p>엔터테인먼트를 통해 문화와 가치에 연결함으로써 브랜드 인지도를 구축하도록 만든 크리에이티브 콘텐츠.</p> <p>A. Branded Content</p> <p>Creative content crafted to build awareness for a brand by associating it with culture and values through entertainment.</p>	<p>자료</p> <p>Materials</p>
<p>A01. 픽션 및 논픽션 영상: 5분 이하</p> <p>영화, TV, 온라인 또는 주문형 비디오 플랫폼을 위해 만들어진 브랜디드 픽션 또는 논픽션 영상, 시리즈, 다큐멘터리/리얼리티 영상.</p> <p><i>시리즈를 제출하는 경우, 다음 에피소드 시작을 표시하는 슬레이트가 있는 단일 비디오 파일로 모든 에피소드를 업로드하십시오. 전통적 영상 광고는 필름 스파이크스에 출품해야 합니다.</i></p> <p>A01. Fiction & Non-Fiction Film Up to 5 minutes</p> <p>Branded fiction or non-fiction film, series or documentary/reality film created for cinema, TV, online or video on demand platforms.</p> <p><i>If you are submitting a series please upload all episodes in a single video file with slates denoting the start of the next episode. Traditional film advertising should be entered into the Film Spikes.</i></p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> • 독창적 콘텐츠 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> • Original content <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • Digital supporting content • Digital supporting Images - JPG

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

<p>A02. 픽션 및 논픽션 영상: 5~30분 영화, TV, 온라인 또는 주문형 비디오 플랫폼을 위해 만들어진 브랜드 픽션 또는 논픽션 영상, 시리즈, 다큐멘터리/리얼리티 영상.</p> <p><i>시리즈를 제출하는 경우, 다음 에피소드 시작을 표시하는 슬레이트가 있는 단일 비디오 파일로 모든 에피소드를 업로드하십시오. 전통적 영상 광고는 필름 스파이크스에 출품해야 합니다.</i></p> <p>A02. Fiction & Non-Fiction Film: 5-30 minutes Branded fiction or non-fiction film, series or documentary/reality film created for cinema, TV, online or video on demand platforms.</p> <p><i>If you are submitting a series please upload all episodes in a single video file with slates denoting the start of the next episode. Traditional film advertising should be entered into the Film Spikes.</i></p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> • 독창적 콘텐츠 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> • Original content <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • Digital supporting content • Digital supporting Images - JPG
<p>A03. 픽션 및 논픽션 영상: 30분 이상 영화, TV, 온라인 또는 주문형 비디오 플랫폼을 위해 만들어진 브랜드 픽션 또는 논픽션 영상, 시리즈, 다큐멘터리/리얼리티 영상.</p> <p><i>시리즈를 제출하는 경우, 다음 에피소드 시작을 표시하는 슬레이트가 있는 단일 비디오 파일로 모든 에피소드를 업로드하십시오. 전통적 영상 광고는 필름 스파이크스에 출품해야 합니다.</i></p> <p>A03. Fiction & Non-Fiction Film Over 30 minutes Branded fiction or non-fiction film, series or documentary/reality film created for cinema, TV, online or video on demand platforms.</p> <p><i>If you are submitting a series please upload all episodes in a single video file with slates denoting the start of the next episode. Traditional film advertising should be entered into the Film Spikes.</i></p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> • 오디오 파일 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> • Audio File <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • Digital supporting content • Digital supporting Images - JPG
<p>A04. 오디오 콘텐츠 라디오, 팟캐스트 또는 기타 오디오 플랫폼을 위해 만들어진 콘텐츠.</p> <p>A04. Audio Content Content created for radio, podcasts or other audio platforms.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> • 오디오 파일 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> • Audio File <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • Digital supporting content • Digital supporting Images - JPG

<p>A05. 브랜드 통합 브랜드를 영화, 다큐멘터리, 시리즈, 라이브 스트림, TV 또는 라디오/오디오 쇼 등 기존 콘텐츠 통합.</p> <p>A05. Brand Integration Integration of brands into existing content such as films, documentaries, series, live streams, TV or radio/audio shows.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상
<p>A06. 퍼블리셔 및 네트워크를 위한 홍보 콘텐츠 미디어 기업, 네트워크, 방송사 또는 퍼블리셔 홍보를 위해 만들어진 독창적 콘텐츠/프로그래밍. 출판물의 콘텐츠뿐만 아니라 어떻게 퍼블리셔의 정체성을 전달하거나 발전시켰는지를 중점적으로 심사.</p> <p>A06. Promotional Content for Publishers and Networks Original content/programming created to promote a media company, network, broadcaster or publisher. The work will be judged not just on the content, but also on how it communicated or evolved the identity of the publisher.</p>	<p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Digital supporting content Digital supporting Images - JPG

<p>B. 엔터테인먼트 주도 브랜드 경험 청중을 끌어들이거나 관심을 지속하기 위한 의미 있고 매력적인 경험 및 활성화</p> <p>B. Entertainment-led Brand Experience Meaningful, engaging experiences and activations created to attract or maintain an audience.</p>	<p>자료 Materials</p>
<p>B01. 라이브 엔터테인먼트 브랜드 메시지 증폭과 청중과의 교감 증대를 목표로 실제 또는 가상 세계에서 이루어지는 콘서트, 라이브 스트림, 스텐트, 페스티벌을 포함한 라이브 엔터테인먼트.</p> <p>B01. Live Entertainment Live entertainment, including concerts, live streams, stunts and festivals held physically or within virtual worlds, crafted to amplify a brand's message and increase engagement with an audience.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Digital supporting content Digital supporting Images - JPG

<p>B02. 뉴 리얼리티 및 신흥 기술</p> <p>엔터테인먼트 내에서 기술의 경계를 크리에이티브로 넓히는 몰입형 경험. AI, AR, VR, XR, 음성 기술, 블록체인 기술, 게이밍, 가상 세계, 메타버스 및 그 밖의 모든 신흥 플랫폼 등을 포함. 초기 단계 기술의 시제품은 포함되지 않음.</p> <p>B02. New Realities & Emerging Tech</p> <p>Immersive experiences which creatively push the boundaries of technology within entertainment. This could include, but not limited to AI, AR, VR, XR, voice technology, blockchain technology, gamification, virtual worlds, the metaverse and all other emerging platforms. Does not include prototypes of early-stage technology.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL AR/VR 파일 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL AR/VR files Digital supporting content Digital supporting Images - JPG
<p>C. 커뮤니티</p> <p>커뮤니티 또는 팬층을 형성, 유지, 육성하는 데 초점을 맞춘 작품.</p> <p>C. Community</p> <p>Work that focuses on the development, maintenance and nurturing of a community or fanbase.</p> <p>C01. 청중 참여 또는 배급 전략</p> <p>콘텐츠 도달 범위를 크리에이티브이고 효과적으로 늘리는 탁월한 청중 참여 및 배급 전략.</p> <p>C01. Audience Engagement/Distribution Strategy</p> <p>Audience engagement and distribution strategies that creatively and effectively further the content's reach.</p>	<p>자료</p> <p>Materials</p> <p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Case film

	Optional <ul style="list-style-type: none"> • URL • Digital supporting content • Digital supporting Images - JPG
D. 파트너십 브랜드 및 엔터테인먼트 기업 간의 우수한 전략적 파트너십. D. Partnership Exceptional strategic partnerships between brands and entertainment entities.	자료 Materials
D01. 브랜드 파트너십, 스폰서십, 협업 브랜드 콘텐츠와 엔터테인먼트를 활용하여 특정 비즈니스 목표를 달성하고 모든 관계자와 상호 이익을 얻기 위한 전략적 브랜드 파트너십 및 협업. D01. Brand Partnerships, Sponsorships & Collaborations Strategic brand partnerships and collaborations that leverage branded content and entertainment to meet specific business goals and mutually benefit everyone involved.	필수 <ul style="list-style-type: none"> • 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG 권장(선택 사항) <ul style="list-style-type: none"> • 사례 영상
D02. 연예인과의 파트너십 브랜드와 연예인의 전략적 파트너십. 출품작은 파트너십이 얼마나 효과적이고 상호 이익이 되었는지를 기준으로 심사됨. D02. Partnerships with Talent Strategic partnerships between a brand and a talent. The work will be judged on how effective and mutually beneficial the partnership was.	선택 사항 <ul style="list-style-type: none"> • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 - JPG Compulsory <ul style="list-style-type: none"> • Digital presentation image - JPG Highly Recommended (Optional) <ul style="list-style-type: none"> • Case film Optional <ul style="list-style-type: none"> • URL • Digital supporting content • Digital supporting Images - JPG

<p>E. 도전 및 돌파구</p> <p>깊이 있는 문화적 인사이트, 지역적 맥락, 진보적 사고를 통해 생명을 얻는 크리에이티브이고 혁신적인 작품.</p> <p>E. Challenges & Breakthroughs</p> <p>Creative and innovative work that is brought to life through deep cultural insight, regional context and progressive thinking.</p>	<p>자료</p> <p>Materials</p>
<p>E01. 엔터테인먼트의 다양성 및 포용성</p> <p>엔터테인먼트 커뮤니티 내의 성, 성적 취향, 장애, 나이, 인종, 민족, 출신국, 종교 또는 기타 신분에 따른 차이에 맞서는 브랜드 주도 작품.</p> <p>E01. Diversity & Inclusion in Entertainment</p> <p>Brand-led creative work that tackles and confronts disparities based on sex, sexuality, disability, age, race, ethnicity, origin, religion or other status within the entertainment community.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Digital supporting content Digital supporting Images - JPG
<p>E02. 브랜드 콘텐츠 혁신</p> <p>획기적이고 유례 없는 브랜드 콘텐츠.</p> <p>E02. Innovation in Branded Content</p> <p>Ground-breaking and unparalleled branded content.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL AR/VR 파일 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Case film

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

	Optional <ul style="list-style-type: none"> • URL • AR/VR files • Digital supporting content • Digital supporting Images - JPG
F. 브랜디드 스포츠 스포츠와 e스포츠의 팬 문화 및 영향력을 활용하여 사람들을 브랜드에 연결시키는 크리에이티비티. E스포츠는 섹션 F 내의 모든 카테고리에 출품할 수 있습니다. F. Branded Sports Creativity that taps into fan culture and leverages the power of sports and esports in connecting people to brands. Esports may be entered across all categories within Section F.	자료 Materials
F01. 영상 시리즈 및 오디오 스포츠 단체 또는 브랜드의 메시지를 증폭시키는 것을 목표로 하는 다큐멘터리, 시리즈 등 스포츠를 핵심으로 하는 브랜디드 영화, 오디오 및 라디오 콘텐츠. <i>시리즈를 제출하는 경우, 다음 에피소드 시작을 표시하는 슬레이트가 있는 단일 비디오 파일로 모든 에피소드를 업로드하십시오. 전통적 영상 광고는 필름 스파이크스에 출품해야 합니다.</i> F01. Film Series & Audio Branded film, audio and radio content, including documentaries and series, with sports at its core that aims to amplify a sports organisation's or brand's message. <i>If you are submitting a series please upload all episodes in a single video file with slates denoting the start of the next episode. Traditional film advertising should be entered into the Film Spikes.</i>	필수 <ul style="list-style-type: none"> • 독창적 콘텐츠 선택 사항 <ul style="list-style-type: none"> • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 - JPG Compulsory <ul style="list-style-type: none"> • Original content Optional <ul style="list-style-type: none"> • URL • Digital supporting content • Digital supporting Images - JPG
F02. 스포츠 라이브 경험 실제 또는 가상 세계에서 개최되어 브랜드가 메시지를 증폭하고 청중과 교감할 수 있도록 하는 라이브 스포츠 또는 e스포츠 이벤트, 쇼, 스텐트, 설치로 브랜드 또는 스폰서 통합. F02. Sports Live Experience Brand or sponsor integration into live sport or esports event shows, stunts and installations held physically or within virtual worlds, enabling a brand to provide message amplification and engage with an audience.	필수 <ul style="list-style-type: none"> • 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG 권장(선택 사항) <ul style="list-style-type: none"> • 사례 영상 선택 사항 <ul style="list-style-type: none"> • URL • AR/VR 파일 • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 - JPG
F03. 뉴 리얼리티 및 신흥 기술 스포츠 엔터테인먼트 내에서 기술의 영역을 크리에이티브로 넓히는 몰입형 경험. AI, AR, VR, XR, 웨어러블 기술 및 모바일 기기, 음성 기술, 블록체인 기술, 게이밍, 가상 세계, 메타버스 및 그 밖의 모든 신흥 플랫폼 등을 포함. 초기 단계 기술의 시제품은 포함되지 않음. F03. New Realities & Emerging Tech The immersive experiences that creatively push the boundaries of technology within sport entertainment. This could include, but not limited to AI, AR, VR, XR, wearable tech and mobile devices, voice technology, blockchain technology, gamification, virtual worlds, the metaverse and all other emerging platforms. Does not include prototypes of early-stage technology.	Compulsory <ul style="list-style-type: none"> • Digital presentation image - JPG Highly Recommended (Optional) <ul style="list-style-type: none"> • Case film

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

	Optional <ul style="list-style-type: none"> • URL • AR/VR files • Digital supporting content • Digital supporting Images - JPG
F04. 팬 참여 또는 배급 전략 스포츠 관련 팬층을 구축하고 참여를 유도하여 커뮤니티 활동과 브랜드 호감도를 높이기 위한 청중 참여 및 배급 전략. F04. Fan Engagement/ Distribution Strategy Audience engagement and distribution strategies designed to build and engage a sports-related fanbase, enhancing community activity and brand affinity.	필수 <ul style="list-style-type: none"> • 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG 권장(선택 사항) <ul style="list-style-type: none"> • 사례 영상 선택 사항 <ul style="list-style-type: none"> • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 - JPG Compulsory <ul style="list-style-type: none"> • Digital presentation image - JPG Highly Recommended (Optional) <ul style="list-style-type: none"> • Case film Optional <ul style="list-style-type: none"> • URL • Digital supporting content • Digital supporting Images - JPG
F05. 브랜드 파트너십, 스폰서십, 협업 스포츠, 브랜드 콘텐츠 및 엔터테인먼트를 활용하여 특정 비즈니스 목표를 달성하고 관련된 모든 사람에게 상호 이익을 제공하는 전략적 브랜드 파트너십 및 협업. F05. Brand Partnerships, Sponsorships & Collaborations Strategic brand partnerships and collaborations that leverage sports, branded content and entertainment to meet specific business goals and mutually benefit everyone involved.	
F06. 스포츠의 다양성 및 포용성 스포츠를 활용하여 스포츠 또는 스포츠 관련 커뮤니티 내의 성, 성적 취향, 장애, 나이, 인종, 민족, 출신국, 종교 또는 기타 신분에 따른 차이에 맞서는 브랜드 주도 크리에이티브 작품. F06. Diversity & Inclusion in Sport Brand-led creative work that leverages sport to tackle and confront disparities based on sex, sexuality, disability, age, race, ethnicity, origin, religion or other status within a sport or sports related community.	

영상

Film

필름 스파이크스는 영상의 크리에이티비티에 주어지는 상입니다.

출품작은 스크린을 위한 뛰어난 브랜드 스토리텔링, 즉 TV, 영화, 온라인 및 옥외(Out-Of-Home) 경험을 위해 창작된 영상화된 콘텐츠를 보여주어야 합니다.

- 심사 기준으로는 주로 아이디어와 집행 및 그 효과가 고려됩니다.
- 선택한 카테고리가 연관성이 있는 한 영상에 동일 작품을 출품할 수 있는 횟수에는 제한이 없습니다. 다만 섹션 'A. TV/영화 필름: 부문'과 섹션 'B. 온라인 필름: 부문'에는 동일 작품을 한 번만 출품할 수 있습니다.
- 섹션 A, B, C, D에서 각 집행은 1회 출품에 해당합니다. 섹션 E, F에서는 여러 번의 집행을 1회 응모로 출품할 수 있지만 모든 영상 집행은 출품 기간 내에 이루어져야 합니다.
- 여러 개의 마이크로필름으로 구성된 작품은 최대 3분 이내라면 하나의 출품작으로 제출할 수 있습니다. 각 마이크로필름의 길이는 최대 15초를 초과할 수 없으며, 모든 출품작은 해당 자격 기간 내에 실제로 집행된 것이어야 합니다.
- 모든 사례 영상, 데모 영상, 오리지널 콘텐츠에는 자막을 포함하는 것을 강력히 권장합니다.

The Film Spikes celebrate the creativity of the moving image.

The work should demonstrate brilliant brand storytelling intended for a screen; filmed content created for TV, cinema, online and out-of-home experiences.

- The main criteria considered during judging will be the idea, the execution and the impact.
- There is no overall limit to how many times the same piece of work can be entered into Film as long as the categories chosen are relevant. However, the same piece of work may only be entered once into section 'A. TV / Cinema Film: Sectors' and once into section 'B. Online Film: Sectors'.
- In sections A, B, C and D each execution constitutes one entry. In Sections E and F multiple executions may be entered as one entry. However all Film executions must have run within the eligibility period.
- Multiple microfilm executions can be entered as one entry up to a maximum 3 minutes. Each microfilm should be a maximum of 15 seconds in length and all entries must have run within the eligibility period.
- Subtitles are highly recommended on all case films, films, demo films and original content.

<p>A. TV/영화 영상: 부문</p> <p>TV에서 방영되거나 영화관에서 상영된 영상. 모든 영상 길이는 180초 이하여야 합니다. 이 섹션에는 동일 출품을 한 번만 제출할 수 있습니다.</p> <p>A. TV/Cinema Film: Sectors</p> <p>Films that aired on TV or in cinemas. All films must be 180 seconds or fewer. The same entry can be submitted only once in this section.</p>	<p>자료</p> <p>Materials</p>
<p>A01. 소비재</p> <p>식품 및 음료, 육식 용품, 청소 용품, 기타 가정용 제품, 기타 FMCG, 의류 및 액세서리, 가구, 소비자 가전, 자동차 및 자동차 제품 및 서비스를 포함한 일상 소비재와 내구 소비재.</p> <p><i>모든 패스트푸드 출품작은 A03. 여행, 레저, 소매, 레스토랑 및 패스트푸드 체인에 출품해야 합니다.</i></p> <p>A01. Consumer Goods</p> <p>All fast moving & durable consumer goods, including food and drinks, toiletries, cleaning products, other household goods, other FMCG, clothing and accessories, furniture, consumer electronics, cars and automotive products & services.</p> <p><i>All fast food entries should go in A03. Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains</i></p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> • 영상(3분) <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> • Film (3 mins)

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

<p>A02. 헬스케어 제약, OTC 약품, 건강.</p> <p><i>자선 단체/ 비영리 기관을 대상으로 제작한 작품의 경우 A06으로 출품해야 합니다. 비영리/ 자선 단체/ 정부.</i></p> <p>A02. Healthcare Pharma, OTC drugs, wellness.</p> <p><i>If the work has been created for a Charity/NFP then this should be entered into A06. Not-for-profit / Charity / Government.</i></p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 영상(3분) <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Film (3 mins)
<p>A03. 여행, 레저, 소매, 레스토랑 및 패스트푸드 체인 대중 교통 및 관광청을 포함한 모든 교통 및 여행 관련 서비스. 박물관, 페스티벌, 헬스클럽을 포함한 모든 엔터테인먼트 및 레저 관련 서비스. 온라인 소매상, 안경점, 미용실, 부동산 중개소를 포함한 모든 매장. 카페와 술집을 포함한 모든 레스토랑 및 패스트푸드 체인.</p> <p>A03. Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains All transport- and travel-related services, including public transport and tourism boards. All entertainment- and leisure-related services, including museums, festivals and gyms. All shops, including online retailers, opticians, hairdressers and estate agents. All restaurants and fast food chains, including cafés and bars.</p>	
<p>A04. 미디어/엔터테인먼트 음악, 영화, TV, 출판 및 매체, 책, 뉴스, 디지털 플랫폼, 기타 매체.</p> <p>A04. Media / Entertainment Music, film, television, publications & media, books, news, digital platforms, other media.</p>	
<p>A05. 소비자 서비스/B2B(Business to Business) 모든 상업적 공공 서비스, 법률, 금융, B2B 기술, 컨설팅 및 전문 서비스, 기타 비즈니스 서비스, 내부 및 기업 커뮤니케이션.</p> <p>A05. Consumer Services / Business to Business All commercial public services, legal, financial, B2B technology, consultancies & professional services, other business services, internal & corporate communications.</p>	
<p>A06. 비영리/자선 단체/정부 정부, 공보, NGO, 군대, 자선 단체, 비영리 단체.</p> <p><i>모든 CSR 작품은 관련 부문 및/또는 섹션 F. 문화 및 맥락의 F07. 기업 목적 및 사회적 책임 카테고리에 출품해야 합니다</i></p> <p>A06. Not-for-profit / Charity / Government Government, public information, NGOs, military, charities, non-profit organisations.</p> <p><i>All CSR work should be entered in the relevant sector and/or F07. Corporate Purpose & Social Responsibility category in section F. Culture & Context</i></p>	

B. 온라인 필름: 부문 프리롤(pre-roll) 광고를 포함하여 온라인으로 방영된 영상. 이 섹션의 출품작은 온라인 미디어 배치를 포함해야 합니다. 이 섹션에는 동일 작품을 한 번만 출품할 수 있습니다. B. Online Film: Sectors Films that aired online, including pre-roll adverts. The work in this Section should include an online media placement. The same piece of work may only be entered once in this Section.	자료 Materials
B01. 소비재 식품 및 음료, 욕실 용품, 청소 용품, 기타 가정용 제품, 기타 FMCG, 의류 및 액세서리, 가구, 소비자 가전, 자동차 및 자동차 제품 및 서비스를 포함한 일상 소비재와 내구 소비재. <i>모든 패스트푸드 출품작은 B03. 여행, 레저, 소매, 레스토랑 및 패스트푸드 체인에 출품해야 합니다.</i> B01. Consumer Goods All fast moving & durable consumer goods, including food and drinks, toiletries, cleaning products, other household goods, other FMCG, clothing and accessories, furniture, consumer electronics, cars and automotive products & services. <i>All fast food entries should go in B03. Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains</i>	필수 <ul style="list-style-type: none"> 영상 URL 선택 사항 <ul style="list-style-type: none"> AR/VR 파일 Compulsory <ul style="list-style-type: none"> Film URL Optional <ul style="list-style-type: none"> AR/VR files
B02. 헬스케어 제약, OTC 약품, 건강. <i>자선 단체/비영리 기관을 대상으로 제작한 출품작의 경우 B06으로 출품해야 합니다. 비영리/자선 단체/정부.</i> B02. Healthcare Pharma, OTC drugs, wellness. <i>If the work has been created for a Charity/NFP then this should be entered into B06. Not-for-profit/ Charity / Government.</i>	
B03. 여행, 레저, 소매, 레스토랑 및 패스트푸드 체인 대중 교통 및 관광청을 포함한 모든 교통 및 여행 관련 서비스. 박물관, 페스티벌, 헬스클럽을 포함한 모든 엔터테인먼트 및 레저 관련 서비스. 온라인 소매상, 안경점, 미용실, 부동산 중개소를 포함한 모든 매장. 카페와 술집을 포함한 모든 레스토랑 및 패스트푸드 체인. B03. Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains All transport- and travel-related services, including public transport and tourism boards. All entertainment- and leisure-related services, including museums, festivals and gyms. All shops, including online retailers, opticians, hairdressers and estate agents. All restaurants and fast food chains, including cafés and bars.	
B04. 미디어/엔터테인먼트 음악, 영화, TV, 출판 및 매체, 책, 뉴스, 디지털 플랫폼, 기타 매체. B04. Media / Entertainment Music, film, television, publications & media, books, news, digital platforms, other media.	

SPIKES ASIA AWARDS 2026

엔트리 키트 1: 영상

ENTRY KIT 1 : FILM



<p>B05. 소비자 서비스/B2B(Business to Business) 모든 상업적 공공 서비스, 법률, 금융, B2B 기술, 컨설팅 및 전문 서비스, 기타 비즈니스 서비스, 내부 및 기업 커뮤니케이션.</p> <p>B05. Consumer Services / Business to Business All commercial public services, legal, financial, B2B technology, consultancies & professional services, other business services, internal & corporate communications.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> • 영상 • URL <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> • AR/VR 파일
<p>B06. 비영리/자선 단체/정부 정부, 공보, NGO, 군대, 자선 단체, 비영리 단체.</p> <p><i>모든 CSR 출품작은 관련 부문 및/또는 섹션 F. 문화 및 맥락의 F07. 기업 목적 및 사회적 책임 카테고리에 출품해야 합니다</i></p> <p>B06. Not-for-profit / Charity / Government Government, public information, NGOs, military, charities, non-profit organisations.</p> <p><i>All CSR work should be entered in the relevant sector and/or F07. Corporate Purpose & Social Responsibility category in section F. Culture & Context</i></p>	<p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> • Film • URL <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> • AR/VR files

<p>C. 바이럴 영상 C. Viral Film</p>	<p>자료 Materials</p>
<p>C01. 바이럴 영상 온라인 공유 및/또는 사용자 배포를 주된 의도로 하여 창작된 영상.</p> <p>C01. Viral Firm Films created with the primary intention of being shared and/or distributed by user online.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> • 영상 • URL <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> • AR/VR 파일 • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> • Film • URL <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> • AR/VR files • Digital supporting content • Digital supporting Images - JPG

D. 스크린 및 이벤트 TV, 영화 또는 온라인 이외의 스크린에서 상영된 영상. D. Screens & Events Films that aired on screens other than TV, cinema or online.	자료 Materials
D01. 스크린 및 이벤트 스포츠 경기장, 페스티벌, 엑스포, 무역 박람회, 시상식, 세미나, 내부 프리젠테이션 등을 포함하되 이에 국한되지 않는 공공 및 민간 이벤트에서 상영된 영상. D01. Screens & Events Films shown at public and private events. This could include, but not limited to, sporting venues, festivals, expos, trade shows, award shows, seminars and internal presentations.	필수 <ul style="list-style-type: none"> 영상 권장(선택 사항) <ul style="list-style-type: none"> 데모 영상 선택 사항 <ul style="list-style-type: none"> URL AR/VR 파일 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG Compulsory <ul style="list-style-type: none"> Film Highly Recommended (Optional) <ul style="list-style-type: none"> Demo film Optional <ul style="list-style-type: none"> URL AR/VR files Digital supporting content Digital supporting Images - JPG
D02. 마이크로필름 Facebook, Twitter, TikTok, Instagram, Snapchat 등의 소셜 플랫폼을 위해 만들어진 단편 영상. <i>여러 번의 집행은 최대 3분까지는 1회 응모로 출품할 수 있습니다. 각 마이크로필름의 길이는 15초 이하여야 합니다.</i> D02. Microfilm Short-form films made for social platforms. This could include, but not limited to, Facebook, Twitter, TikTok, Instagram, Snapchat etc. <i>Multiple executions can be entered as one entry up to a maximum of 3 minutes. Each microfilm should be a maximum of 15 seconds in length.</i>	필수 <ul style="list-style-type: none"> 영상(1분) URL 선택 사항 <ul style="list-style-type: none"> AR/VR 파일 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG Compulsory <ul style="list-style-type: none"> Film (1 min) URL Optional <ul style="list-style-type: none"> AR/VR files Digital supporting content Digital supporting Images - JPG

<p>D03. 뉴 리얼리티 및 신흥 기술</p> <p>영상 내 경계를 크리에이티브로 넓히는 몰입형 경험을 위해 창작된 비디오 및 컴퓨터 생성 콘텐츠. 사진, AI, AR, VR, XR, 게임화, 가상 세계, 메타버스 및 그 밖의 모든 신흥 플랫폼 등을 포함. 초기 단계 기술의 시제품은 포함되지 않음.</p> <p>D03. New Realities & Emerging Tech</p> <p>Video and computer-generated content created for immersive experiences that creatively push the boundaries within film. This could include, but not limited to photography, AI, AR, VR, XR, gamification, virtual worlds, the metaverse and all other emerging platforms. Does not include prototypes of early-stage technology.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 영상 <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 데모 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL AR/VR 파일 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Film <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Demo film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL AR/VR files Digital supporting content Digital supporting Images - JPG
--	--

<p>E. 영상 혁신</p> <p>브랜드의 메시지를 전달하기 위한 영상 매체의 혁신적 사용.</p> <p>영상 시리즈를 제출하는 경우, 다음 집행 시작을 표시하는 슬레이트가 있는 단일 비디오 파일로 모든 집행을 업로드하십시오.</p> <p>E. Innovation in Film</p> <p>Innovative use of the film medium to communicate a brand's message.</p> <p>If you are submitting a series of films please upload all executions in a single video file with slates denoting the start of the next execution.</p>	<p>자료</p> <p>Materials</p>
<p>E01. TV/영화 영상</p> <p>브랜드 메시지를 전달하기 위한 TV/영화의 혁신적 사용.</p> <p>E01. TV/Cinema Film</p> <p>Innovative use of TV/cinema to communicate a brand's message.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 영상 <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 데모 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Film <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Demo film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital supporting content Digital supporting Images - JPG
<p>E02. 온라인 및 바이럴 영상</p> <p>브랜드의 메시지를 전달하기 위한 온라인 영상의 혁신적 사용.</p> <p>E02. Online & Viral Film</p> <p>Innovative use of online film to communicate a brand's message.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 영상 URL <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 데모 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> AR/VR 파일 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Film URL <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Demo film

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

	Optional <ul style="list-style-type: none"> • AR/VR files • Digital supporting content • Digital supporting Images - JPG
E03. 스크린 및 이벤트 공개 및 비공개 행사에서 상영되는 브랜드 메시지를 전달하기 위한 영상 콘텐츠의 혁신적 사용. E03. Screens & Events Innovative use of film content shown at public and private events to communicate a brand's message.	필수 <ul style="list-style-type: none"> • 영상 권장(선택 사항) <ul style="list-style-type: none"> • 데모 영상 선택 사항 <ul style="list-style-type: none"> • URL • AR/VR 파일 • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 - JPG Compulsory <ul style="list-style-type: none"> • Film Highly Recommended (Optional) <ul style="list-style-type: none"> • Demo film Optional <ul style="list-style-type: none"> • URL • AR/VR files • Digital supporting content • Digital supporting Images - JPG

<p>F. 문화 및 맥락</p> <p>문화적 인사이트와 지역적 맥락을 통해 생명력을 얻는 출품작.</p> <p>영상 시리즈를 제출하는 경우, 다음 집행 시작을 표시하는 슬레이트가 있는 단일 비디오 파일로 모든 집행을 업로드하십시오.</p> <p>F. Culture & Context</p> <p>Work that is brought to life through cultural insights and regional context.</p> <p>If you are submitting a series of films please upload all executions in a single video file with slates denoting the start of the next execution.</p>	<p>자료</p> <p>Materials</p>
<p>F01. 로컬 브랜드</p> <p>특정 지역 내에서만 유통되는 브랜드에 대한 출품작. 명확히 정의된 지역 내 타겟 청중에게 공감과 반향을 일으킨 작품이어야 합니다.</p> <p>F01. Local Brand</p> <p>Work for brands distributed solely within a specific locality. The work should resonate with a clearly defined, local target audience.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 영상 <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL AR/VR 파일 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Film
<p>F02. 챌린저 브랜드</p> <p>경쟁업체의 압력에 대응하여 크리에이티브로 접근 방식을 조정하고 현상을 타파하는 진보적 사고와 혁신적 크리에이티비티를 사용하는 획기적 작품을 만들어내는 브랜드.</p> <p>F02. Challenger Brand</p> <p>Brands which have creatively adapted their approach in response to competitor pressure by challenging the status quo to create game-changing work that uses progressive thinking and innovative creativity.</p>	
<p>F03. 단일 시장 캠페인</p> <p>단일 국가/지역/시장에서만 방영되거나 집행된 출품작.</p> <p>출품작은 어떻게 특정 표적 시장에 맞게 고안되었는지 설명해야 합니다.</p> <p>F03. Single-market Campaign</p> <p>Work that only aired or ran in a single country / region / market. The work should describe how it was designed for the specific target market.</p>	<p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL AR/VR files Digital supporting content Digital supporting Images - JPG
<p>F04. 소셜 행동 및 문화적 인사이트</p> <p>특정 지역 또는 지방에서 발견되는 아이디어, 관습, 가치 및 라이프스타일에서 비롯된 식별 가능한 사회적 행동을 통해 특정 청중/커뮤니티에서 영감을 받은 출품작. 출품작은 소비자 행동에 대한 인사이트를 활용하여 브랜드와 강력한 연결을 형성할 수 있는 방법을 보여줘야 합니다.</p> <p>G04. Social Behaviour</p> <p>Work inspired by a specific audience or community, relying on identifiable social behaviour. The work should demonstrate how leveraging insights into consumer behaviour can create a powerful connection with a brand.</p>	
<p>F05. 유머 사용</p> <p>브랜드 커뮤니케이션에 유머 기술을 담아낸 출품작. 캠페인에 재치, 풍자, 기발함을 녹여내어 청중과 공감대를 형성하면서도 즐거움을 주고, 기억에 남으며, 웃음을 유발하는 출품작.</p> <p>F05. Use of Humour</p> <p>Work that celebrates the art of humour in branded communications. Infusing wit, satire, and cleverness into campaigns that provide amusement and create memorable, laughter-inducing connections with audiences.</p>	

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

<p>F06. 예산 돌파구 시장 및/또는 업계와 관련된 많지 않은 예산 및/또는 자원을 크리에이티브로 사용하여 최대의 효과 창출. 작품작은 제한된 자원에도 불구하고 참신한 인사이트, 영리한 지출, 설득력 있는 전략적 사고로 비즈니스 문제를 어떻게 해결했는지 보여 주어야 합니다.</p> <p>F06. Breakthrough on a Budget Creative use of modest budgets and/or resources in relation to the market and/or industry to create maximum impact. The work should demonstrate how fresh insight, smart spending and compelling strategic thinking solved a business problem despite limited resources.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 영상 <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL AR/VR 파일 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Film <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL AR/VR files Digital supporting content Digital supporting Images - JPG
<p>F07. 기업 목적 및 사회적 책임 사회, 윤리, 환경 문제를 다루는 목적 지향적 작품/브랜드 행동주의. 작품작은 브랜드의 목적이 고객을 문화에 연결함으로써 어떻게 가치를 창출하고 지역사회에 영향을 주었는지 보여 주어야 합니다.</p> <p><i>모든 비영리, 자선 단체, 정부 관련 작품작은 해당 부문 및/또는 '섹션 A. TV/영화 영상' 부문의 'A06. 비영리/자선 단체/정부' 카테고리, 또는 '섹션 B. 온라인 영상' 부문의 'B06. 비영리/자선 단체/정부' 카테고리에 출품해 주십시오.</i></p> <p>F07. Corporate Purpose & Social Responsibility Purpose-driven work / brand activism which address social, ethical and environmental issues. Entries should demonstrate how the brand's purpose has created value and affected communities by connecting customers to culture.</p> <p><i>All not-for-profit, charity or government work should be entered in the relevant sector and/or A06. Not-for-profit / Charity / Government category in section A. TV/Cinema Film: Sectors or B06. Not-for-profit / Charity / Government category in section B. Online Film: Sectors.</i></p>	
<p>F08. 시장 교란 현지/지역/글로벌 문제에 대응하여 전략을 조정하고 고객에 대한 배려를 보여 주는 가운데 브랜드를 전달하는 새로운 방법을 수용한 브랜드.</p> <p>F08. Market Disruption Brands that have creatively adapted their strategy in response to local / regional / global issues, embracing new ways of delivering their brand while showing consideration for the consumer.</p>	
<p>F09. 문화 참여 신설 문화적 기반이 된 공동체 내 실제 경험에 근거한 전략적 솔루션을 중심으로 기획된 작품. 정체성(예: 장애, 성별, 인종, 성적 지향, 연령)에 대한 근본적 관점을 형성하는 관습, 행동, 전통의 미묘한 차이를 반영하고 이를 해석한 작품. 이러한 인사이트는 청중이 브랜드와 미디어 경험을 선택하는 방식을 드러내며, 성장과 임팩트를 이끌어냅니다.</p> <p>F09. Cultural Engagement NEW Work crafted around strategic solutions rooted in the lived experiences of culturally grounded communities. Work which reflects and translates the nuances of customs, behaviours, and traditions that shape foundational perspectives on identity (e.g. disability, gender, race, orientation, age). Such insights reveal how audiences choose brands and media experiences, driving growth and impact.</p>	

영상 크래프트

Film Craft

영상 크래프트 스파이크스는 영화 예술성에 주어지는 상입니다.

출품작은 탁월한 영화 제작을 보여 주어야 합니다. 즉 제작/사후 제작에서의 기술적 기량과 솜씨를 드러내거나 아이디어를 향상시키거나 그 집행을 극적으로 개선하는 출품작이어야 합니다.

- 심사 기준으로는 주로 집행이 고려됩니다.
- 동일 작품을 영상 크래프트에 출품할 수 있는 횟수에는 제한이 없습니다.
- 각 실행물은 하나의 출품작으로 간주되며, 모든 실행물은 해당 자격 기간 내에 실제로 집행된 것이어야 합니다.
- 마이크로필름의 복수 집행은 최대 3분까지는 1회 응모로 출품할 수 있습니다. 각 마이크로필름의 길이는 15초 이하여야 하며, 모든 출품작은 등록 기간 내에 시행되어야 합니다.
- 모든 사례 영상, 데모 영상, 오리지널 콘텐츠에는 자막을 포함하는 것을 강력히 권장합니다.

The Film Craft Spikes celebrate onscreen artistry.

The work should demonstrate exceptional filmmaking. It should showcase technical skill and prowess in production/post-production, elevates an idea or dramatically enhances its execution.

- The main criteria considered during judging will be the execution.
- There is no overall limit to how many times the same piece of work can be entered into Film Craft.
- Each execution constitutes one entry, and all executions must have run within the eligibility period.
- Multiple microfilms executions can be entered as one entry up to a maximum of 3 minutes. Each microfilm should be a maximum of 15 seconds in length and all entries must have run within the eligibility period.
- Subtitles are highly recommended on all case films, films, demo films and original content.

A. 제작 A. Production	자료 Materials
<p>A01. 연출 감독의 비전을 통한 크리에이티브 브리프 해석을 포함하여 연출의 비전과 성취 및 해당 비전이 성취된 정도. 여기에는 캐스팅, 세트 디자인, 사운드 디자인 및 촬영을 어떻게 활용하여 해당 비전을 성취했는지 등이 포함될 수 있습니다.</p> <p>A01. Direction The vision and achievement of the direction including the translation of the creative brief through a director's vision and how well that vision has been achieved. This may include but is not limited to, the way that casting, set design, sound design and cinematography have been used to bring that vision to life.</p> <p>A02. 대본 영상의 쓰여진 대본. 또한 본 분석에는 대본 분석에는 대본이 크리에이티브 아이디어를 얼마나 성공적으로 구현하고 최종 집행을 뒷받침하는지 등 대사, 보이스 오버, 장면 세팅, 움직임, 액션 및 표현이 포함됩니다.</p> <p><i>제출의 일부로 대본의 영어 번역을 서면으로 제공해야 합니다.</i></p> <p>A02. Script The film's script, as written. Analysis of the script will include dialogue, voiceovers, scene setting, movement, actions and expressions. This analysis will also look at how successfully the script delivers on the creative idea and supports the final execution.</p> <p><i>You are required to provide a written English translation of the script as part of your submission.</i></p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> • 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • 데모 영상 • AR/VR 파일 • 디지털 보조 콘텐츠 <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> • Film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • Demo film • AR/VR files • Digital supporting content

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

<p>A03. 캐스팅 캐스팅의 비전 및 성취. 배우, 무용수, 가수, 모델, 비전문가, 동물, 기타 연예인의 사전 제작 선정 포함.</p> <p><i>상영된 영상 외에 캐스팅 과정을 보여 주는 2분 길이의 데모 영상을 제공하는 것이 좋습니다.</i></p> <p>A03. Casting The vision and achievement of the casting. This includes but is not limited to the pre-production selection of actors, dancers, singers, models, non-professionals, animals and other talent.</p> <p><i>It is highly recommended to provide a two-minute Demo film showcasing the casting process in addition to the film as it aired.</i></p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 영상 <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 데모 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL AR/VR 파일 디지털 보조 콘텐츠 <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Film <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Demo film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL AR/VR files Digital supporting content
<p>A04. 프로덕션 디자인/아트 디렉션 프로덕션 디자인/아트 디렉션의 미학. 여기에는 세트 디자인과 로케이션 빌드 및 작품의 전반적인 룩 앤 필과 분위기, 그리고 시각적 구성요소의 교묘한 관리로 서사가 어떻게 향상되었는지가 포함됩니다.</p> <p>A04. Production Design/Art Direction The aesthetic of the production design/art direction. This includes set design and location builds, as well as the overall look, feel and atmosphere of the piece and how the narrative has been enhanced by the artful management of the visual components.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL AR/VR 파일 데모 영상 디지털 보조 콘텐츠
<p>A05. 촬영 촬영의 품질과 효과. 스타일, 예술적 선택, 카메라워크, 영화적 기법, 샷 구성, 조명 및 기타 효과가 심사됩니다.</p> <p>A05. Cinematography The quality and effect of the cinematography. The style, artistic choices, camerawork, cinematic techniques, shot composition, lighting and other effects will be considered.</p>	<p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL AR/VR files Demo film Digital supporting content
<p>A06. 오리지널 음악의 사용 영상 광고를 위해 특별히 창작된 오리지널 음악 작곡의 효과와 성공. 전체 작품에 대한 기여와 함께 트랙 자체의 예술적 성취도 심사됩니다.</p> <p>A06. Use of Original Music The impact and success of original music compositions, created specifically for film advertisements. The artistic achievement of the track itself will be considered, along with its contribution to the piece as a whole.</p>	
<p>A07. 라이선스/편곡 음악의 사용 라이선스 음악 또는 편곡된 음악의 선택. 트랙이 대본을 뒷받침하거나, 필요한 분위기를 만들거나, 기타 크리에이티브 브리프를 구현하는 방식이 심사됩니다.</p> <p>A07. Use of Licensed/Adapted Music The selection of licensed or adapted music. The way a track supports the script, creates the necessary atmosphere or otherwise delivers on the creative brief will be considered.</p>	

<p>A08. 제작 성취</p> <p>작품의 개별적 야심과 도전의 맥락 내에서 평가된 영상의 전반적인 성공. 제작 규모, 예산 제약, 기술적 문제, 제작 과정에서 당면한 과제, 제작 팀이 가용 자원을 어떻게 최대한 활용하여 최종 집행을 달성했는지가 심사됩니다.</p> <p><i>상영된 영상 외에 제작 과정을 보여 주는 2분 길이의 데모 영상(예: '메이킹 영상' 또는 '비하인드 더 산' 영상)을 제공하는 것이 좋습니다.</i></p> <p>A08. Achievement in Production</p> <p>The overall success of a film, assessed within the context of its individual ambitions and challenges. Scale of production, budget constraints, technical issues, challenges faced during the production process and how the production team made best use of resources available to them to achieve the final execution will be considered.</p> <p><i>It is highly recommended to provide a two-minute demo film showcasing the production process e.g. a 'making-of' or 'behind the scenes' film, in addition to the film as it aired</i></p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 영상 <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 데모 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL AR/VR 파일 디지털 보조 콘텐츠 <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Film <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Demo film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL AR/VR files Digital supporting content
---	---

B. 포스트 프로덕션 B. Post-Production	자료 Materials
<p>B01. 편집</p> <p>편집의 기술적 및 크리에이티브 성공. 타이밍, 속도, 시각적 다이내믹스, 대사 다이내믹스, 사운드 통합, 전체적 스토리텔링을 포함한 영상 편집의 모든 측면에 대한 심사를 포함,</p> <p>B01. Editing</p> <p>The technical and creative success of the edit. All aspects of the film's edit will be considered. This includes but not limited to timing, pace, visual dynamics, dialogue dynamics, sound integration and overall storytelling.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL AR/VR 파일 데모 영상 디지털 보조 콘텐츠 <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL AR/VR files Demo film Digital supporting content
<p>B02. 컬러 교정/보정</p> <p>특정 감정을 불러일으키고 영상의 최종적 모습을 변화시키는 일관되고 양식화된 컬러 배치를 만들기 위한 컬러 교정 및 보정의 전반적 성취.</p> <p>조명, 미술, 연출 디자인과 조화를 이루어 최종적 화면의 분위기, 느낌, 해석에 영향을 주고 이를 향상시키는 보정 효과 포함.</p> <p><i>보정/교정 전과 후의 효과를 보여 주는 2분 길이의 데모 영상을 제공하는 것이 좋습니다.</i></p> <p>B02. Colour Correction/Grading</p> <p>The overall achievement in colour correction and grading to create consistent and stylised colour schemes that evoke a specific emotion and transform the final look of the film. This could include, but not limited to, how the grading works cohesively with the lighting, production design and direction to affect and enhance the mood, feel and interpretation of the final footage.</p> <p><i>It is highly recommended to provide a two-minute demo film showcasing the before and after effects of correction/grading.</i></p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 영상 <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 데모 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL AR/VR 파일 디지털 보조 콘텐츠 <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Film <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Demo film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL AR/VR files Digital supporting content

<p>B03. 사운드 디자인</p> <p>영상 광고 내에서의 사운드 디자인의 크리에이티브 사용. 녹음, 믹싱, 샘플 합성, 사운드 효과의 기술적 우수성과 편집과의 조화, 전체 작품에 미치는 영향이 심사됩니다.</p> <p>B03. Sound Design</p> <p>The creative use of sound design within film advertising. Technical excellence in recording, mixing and the synthesis of samples and sound effects will be considered, along with the cohesion of the edit and its impact on the overall piece.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL AR/VR 파일 데모 영상 디지털 보조 콘텐츠 <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL AR/VR files Demo film Digital supporting content
<p>B04. 애니메이션</p> <p>영상에서 애니메이션의 사용과 미학. 셀, 스톱 모션, 그래픽, 실루엣 및 2D 또는 3D 컴퓨터 그래픽 등 모든 유형의 애니메이션이 허용됩니다. 애니메이션과 실사 촬영이 모두 포함된 영상의 경우, 애니메이션이 심사됩니다.</p> <p>B04. Animation</p> <p>The use and aesthetic of animation in film. All types of animation, including cell, stop-motion, graphic, silhouette and computer animation in 2D or 3D will be accepted. For films that include both animation and live action, it will be the animation that is judged.</p>	
<p>B05. 시각 효과</p> <p>효과 자체의 우수성과 실제 화면과의 성공적 결합을 포함하여 영상 환경과 기타 시각 효과의 창작.</p> <p><i>시각 효과가 어떻게 만들어졌는지 보여 주는 2분 길이의 데모 영상을 제공하는 것이 좋습니다.</i></p> <p>B05. Visual Effects</p> <p>The creation of film environments and other visual effects, including the aesthetic and technical excellence of the effects themselves along with the success of their integration into real footage.</p> <p><i>It is highly recommended to provide a two-minute demo film showcasing how the visual effects were created.</i></p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 영상 <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 데모 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL AR/VR 파일 디지털 보조 콘텐츠 <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Film <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Demo film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL AR/VR files Digital supporting content

게이밍

Gaming

게이밍 스파이크스는 게임 플레이를 통해 사람들을 브랜드에 연결하는 크리에이티브 출품작에 주어지는 상입니다.

출품은 브랜드가 복잡한 게임 커뮤니티를 어떻게 성공적으로 활용하고 상업적 성공을 이끌면서 전체 게이밍 경험에 실제 가치를 원활하게 더했는지 보여 주어야 합니다.

- 심사 과정에서 여러 가지 기준이 고려되며, 다음과 같이 가중치가 부여됩니다. 20% 전략 및 인사이트, 30% 크리에이티브 아이디어, 30% 기교 및 집행, 20% 결과.
- 브랜드는 연예인, 아티스트, 크리에이터, 인플루언서, 스트리머, 운동 선수, 팀, 조직, 스폰서, 플랫폼, 미디어 소유자, 권리 보유자, 또는 게임 산업과 관련된 제품과 콘텐츠를 제작하고 배포하는 주체를 말합니다.
- E-스포츠는 게이밍 스파이크스 내의 모든 카테고리에 출품할 수 있습니다.
- 선택한 카테고리가 연관성이 있는 한 게이밍 스파이크스에 동일 작품을 출품할 수 있는 횟수에는 제한이 없습니다.
- 모든 사례 영상, 데모 영상, 오리지널 콘텐츠에는 자막을 포함하는 것을 강력히 권장합니다.

The Gaming Spikes celebrate creative work that connects people to brands through gameplay.

The work should demonstrate how brands successfully tapped into complex gaming communities and seamlessly added real value to the overall gaming experience while driving commercial success.

- A number of criteria will be considered during judging, weighted as follows: 20% strategy & insight; 30% creative idea; 30% craft & execution; 20% results.
- Brands refers to talent, artists, creators, influencers, streamers, athletes, teams, organisations, sponsors, platforms, media owners, rights holders or any entity that produces and distributes products and content related to the gaming industry.
- Esports may be entered across all categories within Gaming Spikes.
- There is no overall limit to how many times the same piece of work can be entered into Gaming Spikes as long as the categories chosen are relevant.
- Subtitles are highly recommended on all case films, films, demo films and original content.

A. 게이밍 A. Gaming	자료 Materials
<p>A01. 오디오-비주얼 콘텐츠</p> <p>브랜드의 메시지 증폭 또는 새로운 게임이나 게이밍 제품의 홍보를 목적으로 하는 게이밍의 예고편, 다큐멘터리, 시리즈, 포스터, 오리지널 음악 콘텐츠를 핵심으로 포함한 브랜드 영상, 키 아트, 라디오/오디오 콘텐츠.</p> <p><i>영상 시리즈를 제출하는 경우, 다음 집행 시작을 표시하는 슬레이트가 있는 단일 비디오 파일로 모든 집행을 업로드하십시오.</i></p> <p>A01. Audio-visual Content</p> <p>Branded film, key art and radio & audio content including but not limited to trailers, documentaries, series, posters and original music content with gaming at their core which aim to amplify a brand's message or promote a new game or gaming product.</p> <p><i>If you are submitting a series of films please upload all executions in a single video file with slates denoting the start of the next execution.</i></p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> • 독창적 콘텐츠 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • AR/VR 파일 • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> • Original content <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • AR/VR files • Digital supporting content • Digital supporting Images - JPG

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

<p>A02. 라이브 게이밍 경험 제품 출시나 프로모션을 위한 소비자 또는 B2B 이벤트에서 열린 라이브 게이밍 경험 또는 활성화. 실제 또는 가상 세계의 설치물, 페스티벌, 총회, 제품 데모, 팝업, e스포츠 경기, 가상 콘서트 및 라이브 공연 등 포함.</p> <p>A02. Live Gaming Experience Any live gaming experience or activation that was held at a consumer or B2B event for product launch or promotion. Including but not limited to installations, festivals, conventions, product demos, pop-ups, esports competitions, virtual concerts and live performances held physically or within virtual worlds.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> • 독창적 콘텐츠 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • AR/VR 파일 • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> • Original content <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • AR/VR files • Digital supporting content • Digital supporting Images - JPG
<p>A03. 게임을 위한 브랜드 통합 브랜드를 게임 또는 게이밍 플랫폼에 원활하게 통합하여 전체적인 게이밍 경험을 향상시키고 실질적인 비즈니스 결과를 제공. 일회성 스텐트와 이벤트, 기존 또는 새로운 게이밍 플랫폼 내의 임시 환경 또는 영구적 브랜드 설치물 등을 포함.</p> <p>A03. Brand Integration for Games The seamless integration of a brand into a game or gaming platform, enhancing the overall gaming experience and delivering tangible business results. Including, but not limited to, one-off stunts and events, temporary environments or permanent brand installations within existing or new gaming platforms.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> • 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • AR/VR 파일 • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 - JPG
<p>A04. 게이밍/스트리밍 플랫폼 사용 브랜드, 제품 또는 서비스를 효과적으로 홍보하기 위한 게이밍/스트리밍 플랫폼의 혁신적 사용.</p> <p>A04. Use of Gaming/Streaming Platforms Innovative use of gaming streaming platforms to effectively promote a brand, product or service.</p>	<p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> • Digital presentation image - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Case film
<p>A05. 출시/재출시 게임 또는 게이밍 제품의 출시 또는 재출시를 위해 창작된 몰입형 게이밍 경험.</p> <p>A05. Launch Relaunch Immersive gaming experiences created to launch or relaunch a game or gaming product.</p>	<p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • AR/VR files • Digital supporting content • Digital supporting Images - JPG
<p>A06. 커뮤니티 관리/소셜 참여 게이밍 청중의 개발, 유지, 육성에 초점을 맞춘 출품작. 출품작은 게이밍 커뮤니티와의 교감이 소셜 참여를 어떻게 증가시켜 브랜드 평판과 커뮤니티 내 신뢰를 강화했는지 보여 주어야 합니다.</p> <p>A06. Community Management /Social Engagement Work which focuses on the development, maintenance and nurturing of a gaming audience. The work should demonstrate how engaging with a gaming community has increased social engagement, enhancing the brand reputation and trust within the community.</p>	

<p>A07. 인플루언서 및 공동 제작</p> <p>콘텐츠 크리에이터 및/또는 인플루언서의 크리에이티브이고 혁신적인 사용을 통해 게이밍 커뮤니티 내에서 브랜드 메시지를 강화하고 특정 청중과 교감. 여기에는 협업, 스폰서 콘텐츠, 사용자 생성 콘텐츠 등이 포함될 수 있습니다.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none">• 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none">• 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none">• URL• AR/VR 파일• 디지털 보조 콘텐츠• 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none">• Digital presentation image - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none">• Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none">• URL• AR/VR files• Digital supporting content• Digital supporting Images - JPG
<p>A08. 브랜드 파트너십, 스폰서십, 협업</p> <p>게이밍 경험, 브랜드 콘텐츠, 엔터테인먼트를 특정 비즈니스 목표 달성 및 모든 관련 당사자의 상호 이익에 활용하는 게이밍 브랜드와 비게이밍 브랜드의 전략적 파트너십과 협업.</p>	
<p>A08. Brand Partnerships, Sponsorships & Collaborations</p> <p>Strategic partnerships and collaborations between gaming brands and non-gaming brands that leverage gaming experiences, branded content and entertainment to meet specific business goals and mutually benefit everyone involved.</p>	
<p>A09. 게이밍의 다양성 및 포용성</p> <p>게이밍 커뮤니티 내의 성, 성적 취향, 장애, 나이, 인종, 민족, 출신국, 종교 또는 기타 신분에 따른 차이에 맞서는 게이밍 출판물.</p>	
<p>A09. Diversity & Inclusion in Gaming</p> <p>Gaming work that tackles and confronts disparities based on sex, sexuality, disability, age, race, ethnicity, origin, religion or other status within the gaming community.</p>	
<p>A10. 게이밍 혁신</p> <p>신기술 또는 기존 기술, 플랫폼, 매체 또는 채널의 혁신적 사용을 통해 게이머의 게이밍 경험, 편의성, 성능, 안전성, 접근성을 향상시키는 브랜드 제품 및 콘텐츠 창작.</p>	
<p>A10. Innovation in Gaming</p> <p>The innovative use of new or existing technology, platforms, media or channels to create branded products and content that enhance the gaming experience, comfort, performance, safety and accessibility for gamers.</p>	

글래스: 변화에 대한 상

GLASS: THE AWARD FOR CHANGE

글래스: 변화 스파이크 상은 광고에서 소외 집단을 의식적으로 대표하고 권한을 부여하여 불평등과 편견을 다루는 창의적인 출품작을 인정합니다. 여기에는 장애인, 흑인 및 원주민, 난민, 망명 신청자, 이주민, 소수 종교 집단, 소외된 민족 집단, LGBTQ+ 커뮤니티, 사회경제적으로 소외된 집단, 모든 연령대의 사람들, 특히 사회에서 소외되거나 사회적으로 낙인 찍힌 사람들을 포함하되 이에 국한되지 않습니다.

탁월한 창의력을 발휘하여 문화적 변화를 주도하고 체계적 변화를 창출하여 서비스 대인 집단에 긍정적 영향을 주는 새로운 기준을 설정하는 브랜드에 주어지는 상입니다.

- 심사 과정에서 여러 가지 기준이 고려되며, 다음과 같이 가중치가 부여됩니다. 25% 아이디어, 25% 전략, 50% 영향 및 결과.
- 글래스에는 동일 작품을 최대 2회까지 출품할 수 있습니다
- 글래스 출품작은 제품이나 서비스 또는 커뮤니케이션 매체에 상관없이 상업적 클라이언트와 비상업적 클라이언트를 가리지 않습니다.
- 모든 사례 영상, 영상, 데모 영상 및 오리지널 콘텐츠는 영문 자막을 반드시 포함해야 합니다.
- 글래스 출품비는 페스티벌이 개최된 이후에 발표될 관련 자선 단체에 전액 기부됩니다.

Glass: The Spikes for Change recognise creative work that addresses inequality and prejudice by consciously representing and empowering marginalised communities. This can include, but not be limited to, disabled people, Black and Indigenous people, refugees, asylum seekers, displaced individuals, minority religious groups, marginalised ethnic groups, LGBTQ+ communities, underserved socioeconomic groups and people of all ages, especially those underrepresented or stigmatised in society.

Celebrating brands that use creative excellence to drive cultural shifts, create systemic change, and set new standards for positive impact for the communities it serves.

- A number of criteria will be considered during judging and weighted as follows: 25% idea; 25% strategy; 50% impact and results.
- The same piece of work can be entered up to two times in Glass.
- The work entered into Glass can be for any commercial or non-commercial client, regardless of the product or service or the medium of communication.
- All case films, films, demo films and original content must be subtitled in English.
- All entry fees for Glass are donated to related charities that will be announced after the festival has taken place.

A. 글래스 A. Glass	자료 Materials
<p>A01. 기술 신설</p> <p>온라인 및 오프라인 공간에서 개인, 집단, 아이디어의 표현 방식을 향상, 촉진, 개선하는 기술 또는 기술적 솔루션. 작품은 기술의 설계, 실행, 영향 전반에 다양성과 포용성이 어떻게 내재되어 있으며, 이를 통해 긍정적 사회 변화를 이끌고 혁신을 촉진했는지 선보여야 합니다.</p> <p>A01. Technology NEW</p> <p>Technology and technological solutions that enhance, facilitate, or improve the way individuals, groups, and ideas are represented in digital and physical spaces. The work should demonstrate how diversity and inclusion are embedded in the technology's design, execution, and impact, driving positive social change and innovation.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG
<p>A02. 제품/서비스 신설</p> <p>다양한 배경, 문화, 정체성을 지닌 개인과 집단을 존중하고 올바르게 표현하도록 설계된 제품 및 서비스. 작품은 제품 및 서비스가 편견을 줄이고 공정성을 높임으로써, 청중과의 연결성과 서비스를 향상시키고 포용적이고 존중하는 환경을 강화한 사례를 선보여야 합니다.</p> <p>A02. Product/Service NEW</p> <p>Products and services designed to uplift and accurately represent individuals and communities from varied backgrounds, cultures, and identities. The work should show that by reducing bias and promoting fairness, these products and services enable brands to better serve and connect with audiences, fostering a more inclusive and respectful environment.</p>	<p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Digital supporting content Digital supporting Images - JPG
<p>A03. 이니셔티브 신설</p> <p>미디어와 대중 공간 전반에서 개인과 집단이 표현되는 방식을 개선하기 위해 기획된 프로그램, 캠페인, 운동. 작품은 구조적 변화를 이끌고, 다양한 정체성과 경험, 관점을 공정하게 표현하기 위해 해당 이니셔티브가 어떻게 실행되었는지 선보여야 합니다.</p> <p>A03. Initiatives NEW</p> <p>Programmes, campaigns, and movements aimed at improving how people and communities are represented across media and public spaces. The work should demonstrate how the initiative has been implemented to drive systemic change, and promote the equitable portrayal of diverse identities, experiences, and perspectives.</p>	
<p>A04. 내부 방침 및 가치관 신설</p> <p>조직 내부 운영과 인력 구성에서 공정하고 포용적이며 진정성 있는 대표성을 보장하기 위해 도입된 정책, 기준, 문화적 관행. 포용적인 조직 문화를 조성하거나, 조직 전반의 의사결정 과정에 형평성과 대표성을 반영하는 노력 등을 포함하되 이에 국한되지 않습니다.</p> <p>A04. Internal Practices and Values NEW</p> <p>Policies, standards, and cultural practices that organisations implement to ensure fair, inclusive, and authentic representation within their internal operations and workforce. This may include but is not limited to fostering an inclusive culture, and embedding equitable representation in decision-making processes across an organisation.</p>	

헬스케어

Healthcare

헬스케어 스파이크스는 소비자 헬스케어와 규제가 더 강한 제약 산업에서 찾을 수 있는 크리에이티비티에 주어지는 상입니다.

소비자 헬스케어 출품작은 공개적으로 비처방 제품을 교육 및 홍보하고 자가 진단을 허용하거나 사전 개인 위생을 촉진하는 매력을 지닌 출품작에 대한 탁월한 접근법을 보여 주어야 합니다.

제약 출품작은 의료 전문가, 환자, 타겟 소비자에게 정보를 제공하고 소통하는 아이디어를 보여 주어야 합니다. 즉 과학과 혁신에 활기를 불어넣어 진단, 처방, 질병 완화 또는 질병 관리를 촉진하는 출품작이어야 합니다.

- 심사 기준은 매체에 따라 다릅니다.
- 선택한 카테고리 및 매체가 연관성이 있는 한 헬스케어에 동일 작품을 출품할 수 있는 횟수에는 제한이 없습니다. 단, 동일한 작품은 A~D 부문 또는 E 부문 가운데 하나에만 출품할 수 있습니다.
- 모든 응모자는 '섹션 E. 제약: 프로모션, 인식, 참여'제출과 관련된 해당 지역 규제 요구사항을 제공해야 합니다.
- 모든 사례 영상, 데모 영상, 오리지널 콘텐츠에는 자막을 포함하는 것을 강력히 권장합니다.

The Healthcare Spikes celebrate creativity found in consumer healthcare as well as the more regulated pharmaceutical industry.

Consumer Healthcare entries should demonstrate an inspired approach to exceptionally engaging work which publicly educates, promotes non-prescription products, allows self-diagnosis or facilitates pro-active personal care.

Pharma entries should demonstrate ideas that inform and engage health practitioners, patients and targeted consumers; work that brings science and innovation to life, facilitating diagnosis, prescription, disease mitigation or illness management.

- Criteria considered during judging will be medium dependent.
- There is no overall limit to how many times the same piece of work may be entered into Healthcare as long as the categories and mediums chosen are relevant. However, the same piece of work may only be entered in either Section A, B, C & D or Section E.
- All entrants must provide regulatory requirements specific to your region regarding submissions into Section E. Pharma: Promotion, Awareness & Engagement.
- Subtitles are highly recommended on all case films, films, demo films and original content.

A. 건강 및 웰니스: 소비자 제품 프로모션

처방전은 필요하지 않지만 의미 있는 건강 효과를 제공하거나 개인의 웰빙을 지원하는 특정 브랜드 제품의 선택을 촉진하기 위해 창작된 출품작.

A. Health & Wellness: Consumer Products Promotion

Work created to drive choice for a specific branded product that does not require prescription but provides either a meaningful health benefit or supports personal wellbeing.

A01. OTC 경구약

비처방 약물, OTC 약물 및 정제, 소화 건강.

아래 목록에서 해당 헬스케어 매체를 선택하십시오.

A01. OTC Oral Medicines

Non-prescription drugs, OTC medicines & tablets, digestive health.

Choose your Healthcare mediums from the list below.

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

A02. OTC 응용

방충제, 피부약(비화장품), 티눈 치료제, 사마귀 치료제, 운동 선수 발 치료제, 점안액, 귀약, 히트 크림, 손톱 관리제, 발 관리제, 손 소독제, 치약, 구강 청결제, 약용 샴푸, 탈모 관리 제품.

아래 목록에서 해당 헬스케어 매체를 선택하십시오.

A02. OTC Applications

Insect repellents, skin remedies (non-cosmetic), corn treatments, wart & verruca treatments, athlete's foot treatments, eye drops, ear drops, heat creams, nail treatments, foot treatments, hand sanitizer, toothpaste, mouthwash, medicated shampoo, hair loss products.

Choose your Healthcare mediums from the list below.

A03. OTC 제품

콘돔, 콘택트 렌즈, 처방 안경, 치실, 반창고, 히트 패드, 구급 상자 품목, 정형용 지지대, 허리 지지대, 요실금 제품, 임신 테스트, 불임 검사 품목/제품, 무약물 진통제, 기타 건강 및 웰니스 제품.

아래 목록에서 해당 헬스케어 매체를 선택하십시오.

A03. OTC Products

Condoms, contact lenses, prescription glasses, dental floss, adhesive plasters, heat pads, first aid kit items, orthotics, back supports, incontinence products, pregnancy tests, fertility testing kits/products, drug free pain relief, other health and wellness products.

Choose your Healthcare mediums from the list below.

A04. 식의약품

비타민, 미네랄, 약초 요법, 보충제, 기능성 식품, 미량 영양소, 오메가3, 항산화제, 프로바이오틱, 발포 비타민 음료.

아래 목록에서 해당 헬스케어 매체를 선택하십시오.

A04. Nutraceuticals

Vitamins, minerals, herbal remedies, supplements, functional food, micronutrients, omega3s, antioxidants, probiotics, effervescent vitamin drinks.

Choose your Healthcare mediums from the list below.

A05. 건강 및 웰니스 기술

피트니스, 다이어트, 스트레스, 수면 등 건강한 라이프스타일을 돕는 디지털 제품, 앱, 웨어러블, 가제트.

아래 목록에서 해당 헬스케어 매체를 선택하십시오.

A05. Health & Wellness Tech

Digital products, apps, wearables and gadgets that aid a healthy lifestyle, including but not limited to fitness, diet, stress and sleep.

Choose your Healthcare mediums from the list below.

B. 건강 및 웰니스: 인식 및 옹호

일반적인 공중 보건 인식을 증진하거나, 예방적 개인 위생을 장려하거나, 정당한 건강 관련 대의에 대한 옹호와 기부를 고무하는 출품작.

B. Health & Wellness: Awareness & Advocacy

Work that promotes general public health awareness, encourages proactive personal care or inspires advocacy and donations for legitimate health related causes.

B01. 브랜드 주도 교육 및 인식

건강 인식을 증진하고 예방적 개인 위생을 장려하기 위해 브랜드/고객이 자금을 지원한 커뮤니케이션. 자가 검진, 금연, 약물 반대, 건강 및 위생 정보, AIDS 인식 제고, 알코올 남용 인식 제고, 성 건강 의식 제고, 식품 정보, 심혈관 관리, 운동 및 웰빙 등 포함. 이 카테고리에는 브랜드가 없는 질병 인식 제고도 포함됩니다.

아래 목록에서 해당 헬스케어 매체를 선택하십시오.

B01. Brand-led Education & Awareness

Brand/Client funded communications to promote health awareness and encourage proactive personal care. This can include, but not limited to, self-examination, anti-smoking, anti-drugs, health and hygiene information, AIDS awareness, alcohol abuse awareness, sexual health awareness, dietary information, cardio-vascular care, exercise and wellbeing. This category will also include unbranded disease awareness.

Choose your Healthcare mediums from the list below.

B02. 비영리/재단 주도 교육 및 인식

자가 검진, 금연, 약물 반대, 건강 및 위생 정보, AIDS 인식 제고, 알코올 남용 인식 제고, 성 건강 의식 제고, 식품 정보, 심혈관 관리, 운동 및 웰빙 등 공중 보건 인식 메시지 및 비영리 코드 마케팅.

아래 목록에서 해당 헬스케어 매체를 선택하십시오.

B02. Non-profit/Foundation-led Education & Awareness

Public health awareness messages and non-profit cause marketing such as self-examination, anti-smoking, anti-drugs, health and hygiene information, AIDS awareness, alcohol abuse awareness, sexual health awareness, dietary information, cardiovascular care, exercise and wellbeing.

Choose your Healthcare mediums from the list below.

B03. 모금 및 옹호

고객 지향적 건강 및 웰니스 자선 단체 및 기관 모금, 환자 옹호(일반 대중을 상대로 한), 질병 및 질환 옹호, 치료 문헌, 헌혈 및 장기 기증, 자원 봉사자 등.

아래 목록에서 해당 헬스케어 매체를 선택하십시오.

B03. Fundraising & Advocacy

Customer-oriented health and wellness charity and institutions fundraising, patient advocacy (to the general public), disease and condition advocacy, treatment literature, blood and organ donations, volunteers, etc.

Choose your Healthcare mediums from the list below.

C. 건강 및 웰니스: 건강 서비스 및 기업 커뮤니케이션

대중을 상대로 한 기업 이미지 캠페인을 통해 건강 브랜드의 정신을 홍보하거나 공중보건 서비스 및 시설, 의료 보험, 재정 계획을 직접적으로 홍보하기 위해 만들어진 출품작.

C. Health & Wellness: Health Services & Corporate Communications

Work created to communicate a health brand ethos through public-facing corporate image campaigns or directly promote public health services and facilities, medical insurance and financial plans.

C01. 기업 이미지 및 커뮤니케이션

건강 및 웰니스 제품, 회사, 제조사, 진료소, 병원, 소매 및 시설을 위한 기업 이미지 출품작.

아래 목록에서 해당 헬스케어 매체를 선택하십시오.

C01. Corporate Image & Communication

Corporate image work for health & wellness products, companies, producers, clinics, hospitals, retail and facilities.

Choose your Healthcare mediums from the list below.

C02. 건강 서비스 및 시설

병원, 진료소 및 치료소, 정신과 의사, 심리학자, 치료사, 물리 치료사, 안경사, 검안사, 치과, 발 치료사, 접골사, 척추 지압사, 피부과 의사, 산부인과 의사, 심장병 전문의, 소아과 의사, 성형외과 의사, 비뇨기과 전문의, 내분비학자, 종양학자, 영양학자, 영양사, 약국, 건강 매장, 헬스클럽, 피트니스 및 요가 스튜디오를 포함한 소비자 시설을 직접적으로 홍보하는 커뮤니케이션.

아래 목록에서 해당 헬스케어 매체를 선택하십시오.

C02. Health Services & Facilities

Communications directly promoting consumer facilities, including: hospitals, clinics and surgeries, psychiatrists, psychologists, therapists, physiotherapists, opticians, optometrists, dental clinics, chiropractors, osteopaths, chiropractors, dermatologists, obstetricians and gynaecologists, cardiologists, paediatricians, plastic surgeons, urologists, endocrinologist, oncologist, nutritionists, dieticians, pharmacies, health shops, gyms, fitness & yoga studios.

Choose your Healthcare mediums from the list below.

C03. 보험

의료 보험 및 재정 계획.

아래 목록에서 해당 헬스케어 매체를 선택하십시오.

C03. Insurance

Medical insurance and financial plans.

Choose your Healthcare mediums from the list below.

D. 건강 및 웰니스: 동물 건강

D. Health & Wellness: Animal Health

D01. 동물 건강

의미 있는 건강상 이득을 보여 주어 소비자들의 관심을 끄는 반려동물 및 기타 동물 건강 제품과 서비스. 동물 병원 및 진료소, 동물 자선 단체 및 시설을 위한 모금, 동물 복지 포함.

아래 목록에서 해당 헬스케어 매체를 선택하십시오.

D01. Animal Health

Pets and other animal health products and services for the attention of consumers that show a meaningful health benefit. Includes veterinary clinics and surgeries, fundraising for animal charities and facilities, animal wellbeing.

Choose your Healthcare mediums from the list below.

E. 제약: 프로모션, 인식, 참여

제품 프로모션, 질병/질환 인식 및 이해, 참여를 통한 보건 증진을 통해 환자, 헬스케어 전문가, 타겟 소비자 참여를 목표로 제약 브랜드를 위해 창작된 출품작.

E. Pharma: Promotion, Awareness & Engagement

Work created for pharmaceutical brands to engage patients, healthcare professionals and targeted consumers through the promotion of products, awareness and understanding of disease/medical conditions and the advancement of healthcare through engagement.

E01. 환자 대상 다이렉트

환자를 직접 타겟팅하고 특정 브랜드의 규제 대상 처방 제품, 서비스 또는 치료법의 출시 및/또는 홍보를 위해 만들어진 출품작.

출품작은 헬스케어 전문가가 진단하거나 치료하는 질병 또는 질환의 관리와 관련이 있어야 합니다. 아래 목록에서 해당 헬스케어 매체를 선택하십시오.

E01. Direct to Patient

Direct to patient work created to launch and/or promote a specific branded regulated prescription product, service or therapy.

The work must be in relation to the management of a disease or medical condition diagnosed and treated by a healthcare professional. Choose your Healthcare mediums from the list below.

E02. 헬스케어 전문가 대상 다이렉트

헬스케어 전문가를 직접 타겟팅하고 특정 브랜드의 규제 대상 처방 제품, 서비스 또는 치료법의 출시 및/또는 홍보를 위해 만들어진 출품작.

출품작은 헬스케어 전문가가 진단하거나 치료하는 질병 또는 질환의 관리와 관련이 있어야 합니다. 아래 목록에서 해당 헬스케어 매체를 선택하십시오.

E02. Direct to Healthcare Professional

Work targeted directly at healthcare professionals and created to launch and/or promote a specific branded regulated prescription product, service or therapy.

The work must be in relation to the management of a disease or medical condition diagnosed and treated by a healthcare professional. Choose your Healthcare mediums from the list below.

E03. 환자 참여

고객 및/또는 브랜드의 긍정적 평판을 구축하면서 환자 순응도를 지원하는 목적이며, 적절하고 책임감 있는 치료법의 사용을 촉진하며, 환자 경험을 개선하고, 보다 나은 결과를 이끌어내는 출품작. 여기에는 환자 여정, 순응 프로그램, 검사 서비스, 심리 사회학적 지원 서비스 향상 등이 포함될 수 있습니다.

접근 방식으로는 환자 여정, 규정 준수 프로그램, 검증 서비스, 심리사회 지원 서비스를 개선하기 위한 데이터 분석 및 연결 기술의 사용을 포함.

아래 목록에서 해당 헬스케어 매체를 선택하십시오.

E03. Patient Engagement

Work aimed at patient intended to support adherence; drives proper and responsible usage of treatment; improves patient experience; and drives better outcomes while building a positive reputation for a client and/or brand.

Approaches may include, but is not limited to, the use of data analytics and connective technology to enhance the patient journey, compliance programmes, screening services and psychosocial support services

Choose your Healthcare mediums from the list below.

E04. 헬스케어 전문가 참여

환자 또는 의료 전문가를 위한 기술 솔루션의 혁신적 사용. 접근 방식으로는 환자의 치료, 진단 및 데이터 수집, 기술, 소프트웨어 및 하드웨어, 임상 시험 도구, 치료 제품 등을 포함.

아래 목록에서 해당 헬스케어 매체를 선택하십시오.

E04. Healthcare Professional Engagement

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

SPIKES ASIA AWARDS 2026

엔트리 키트 1: 헬스케어

ENTRY KIT 1 : HEALTHCARE



Innovative uses of technology solutions for patients or healthcare professionals. Approaches may include, but not be limited to the treatment, diagnosis and data collection of patients; technology; software and hardware; clinical trial tools; treatment products; etc.

Choose your Healthcare mediums from the list below.

E05. 질병 인식 및 이해: 헬스케어 전문가/소비자 대상 다이렉트

헬스케어 전문가/소비자를 대상으로 질병/질환에 대한 인식과 이해를 제고하기 위해 만들어진 출품작.

아래 목록에서 해당 헬스케어 매체를 선택하십시오.

E05. Disease Awareness & Understanding: Direct to Patient or Healthcare Professional

Work created to raise awareness and understanding of a disease or medical condition for patients or healthcare professionals.

Choose your Healthcare mediums from the list below.

헬스케어 매체

Healthcare Mediums

오디오 및 라디오 Audio & Radio	자료 Materials
<p>오디오 및 라디오</p> <p>방송 전파와 디지털 스트림에서 오디오 우수성, 음향 혁신 또는 탁월한 오디오 스토리텔링을 통해 브랜드 메시지를 전달하는 출품작.</p> <ul style="list-style-type: none"> 심사 기준으로는 주로 아이디어, 집행, 효과가 고려됩니다. 각 집행은 1회 출품에 해당합니다. <p>Audio & Radio</p> <p>Work that communicates a brand message through audio excellence, sonic innovation or superior aural storytelling across the airwaves and digital streams.,</p> <ul style="list-style-type: none"> Criteria considered during judging will predominantly be the idea, the execution and the impact. Each execution constitutes one entry. 	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 오디오 파일 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Audio File <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Digital supporting content Digital supporting Images - JPG
브랜드 경험 및 활성화 Brand Experience & Activation	자료 Materials
<p>브랜드 경험 및 활성화</p> <p>뛰어난 경험 디자인, 활성화, 몰입형, 소매 및 360° 고객 참여 사용을 통한 크리에이티브이고 종합적인 브랜드 구축. 출품작은 고객 여정, 브랜드 경험, 모든 접점의 최적화가 어떻게 브랜드 호감도 상승과 상업적 성공으로 이어졌는지 보여 주어야 합니다.</p> <ul style="list-style-type: none"> 심사 과정에서 여러 가지 기준이 고려되며, 다음과 같이 가중치가 부여됩니다. 20% 아이디어, 20% 전략, 30% 집행, 30% 결과. <p>Brand Experience & Activation</p> <p>Creative, comprehensive brand building through the next level use of experience design, activation, immersive, retail and 360° customer engagement. Entries should demonstrate how the customer journey, experience of the brand and optimisation of every touch point led to increased brand affinity and commercial success.</p> <ul style="list-style-type: none"> A number of criteria will be considered during judging, weighted as follows: 20% Idea; 20% strategy; 30% execution; 30% results. 	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Digital supporting content Digital supporting Images - JPG

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

크리에이티브 데이터 Creative Data	자료 Materials
<p>크리에이티브 데이터</p> <p>데이터의 크리에이티브 사용, 해석, 분석 또는 응용으로 향상되거나 강화된 작품. 데이터의 크리에이티브 사용이 아이디어의 핵심에 있어야 하며, 결과/영향이 명확하고 확고해야 합니다.</p> <ul style="list-style-type: none"> 심사 과정에서 여러 가지 기준이 고려되며, 다음과 같이 가중치가 부여됩니다. 30% 전략, 30% 데이터 이용, 20% 아이디어, 20% 영향 및 결과. <p>Creative Data</p> <p>Work enhanced or driven by the creative use, interpretation, analysis or application of data. The creative use of data must sit at the core of the idea and the results/ impact must be clear and robust.</p> <ul style="list-style-type: none"> A number of criteria will be considered during judging and weighted as follows: 30% strategy; 30% use of data; 20% idea; 20% impact and results. 	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Digital supporting content Digital supporting Images - JPG

디지털 크래프트 Digital Craft	자료 Materials
<p>디지털 크래프트: 인터페이스 및 탐색(UI)/사용자 경험(UX)</p> <p>디지털 의료 내에서 대화형 여정과 탁월한 형태, 기능에 초점을 맞춘 작품. 완벽한 디자인, 전문적인 집행, 탁월한 사용자 경험을 보여주며 모든 디지털 플랫폼에서 의료 분야를 발전시키는 작품.</p> <ul style="list-style-type: none"> 심사에서는 주로 집행과 경험이 기준으로 고려됩니다. <p>Digital Craft: Interface & Navigation (UI)/ User Experience (UX)</p> <p>Work focused on the interactive journey and exceptional form and function within digital healthcare. Work that demonstrates flawless design, expert execution, and outstanding user experiences across all digital platforms to drive progress in healthcare.</p> <ul style="list-style-type: none"> Criteria considered during judging will predominantly be the execution and experience. 	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG URL <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 데모 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG URL <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Demo film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital supporting content Digital supporting Images - JPG

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

다이렉트 Direct	자료 Materials
<p>다이렉트</p> <p>타겟팅 및 반응 중심 크리에이티비티. 출품작은 특정 타겟 오디언스 집단을 끌어들이고 고객관계를 발전시켜 행동을 고취하고 측정 가능한 결과를 산출하기 위한 전략의 일부로 인사이트 및/또는 데이터가 어떻게 사용되었는지 보여 주어야 합니다.</p> <ul style="list-style-type: none"> 심사 과정에서 여러 가지 기준이 고려되며, 다음과 같이 가중치가 부여됩니다. 30% 아이디어, 20% 전략, 20% 집행, 30% 영향 및 결과. <p>Direct</p> <p>Targeted and response-driven creativity. The work should demonstrate how insights and/or data were used as part of the strategy to engage specific target audience groups and develop customer relationships, inspiring action and producing measurable results.</p> <ul style="list-style-type: none"> A number of criteria will be considered during judging and weighted as follows: 30% idea; 20% strategy; 20% execution; 30% impact and results. 	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Digital supporting content Digital supporting Images - JPG

엔터테인먼트 Entertainment	자료 Materials
<p>엔터테인먼트</p> <p>건너될 수 없고 음악, 스포츠, 게임 등의 엔터테인먼트 플랫폼을 통해 사용자를 끌어들이며 브랜드 메시지를 전달하거나 새로운 방식으로 소비자와 교감하는 아이디어.</p> <ul style="list-style-type: none"> 심사 과정에서 여러 가지 기준이 고려되며, 다음과 같이 가중치가 부여됩니다. 20% 전략 및 인사이트, 30% 크리에이티브 아이디어, 30% 기교 및 집행, 20% 영향 및 결과. 브랜드는 연예인, 아티스트, 크리에이터, 인플루언서, 스트리머, 운동 선수, 팀, 조직, 스폰서, 플랫폼, 미디어 소유자, 권리 보유자, 또는 엔터테인먼트 산업과 관련된 제품과 콘텐츠를 제작하고 배포하는 주체를 말합니다. 시리즈를 제출하는 경우, 다음 에피소드 시작을 표시하는 슬레이트가 있는 단일 비디오 파일로 모든 에피소드를 업로드하십시오. 전통적 영상 광고는 영상 매체에 출품해야 합니다. <p>Entertainment</p> <p>Ideas that are unskippable, engaging users through entertainment platforms such as music, sport and gaming; communicating a brand message or connecting with consumers in a new way.</p> <ul style="list-style-type: none"> A number of criteria will be considered during judging and weighted as follows: 20% strategy & insight; 30% creative idea; 30% craft & execution; 20% impact and results. Brands refers to talent, artists, creators, influencers, streamers, athletes, teams, organisations, sponsors, platforms, media owners, rights holders or any entity that produces and distributes products and content related to the entertainment industry. If you are submitting a series please upload all episodes in a single video file with slates denoting the start of the next episode. Traditional film advertising should be entered into the Film medium. 	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG 독창적 콘텐츠 <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Digital supporting content Digital supporting Images - JPG Original content

영상 Film	자료 Materials
<p>영상: 영화, TV, 디지털 영상 콘텐츠</p> <p>영상의 크리에이티비티. 출품작은 스크린을 위한 빼어난 브랜드 스토리텔링, 즉 TV, 영화, 온라인 및 옥외(Out-Of-Home) 경험을 위해 창작된 영상화된 콘텐츠를 보여 주어야 합니다.</p> <ul style="list-style-type: none"> 심사 기준으로는 주로 아이디어와 집행 및 그 효과가 고려됩니다. 영어로 되어 있지 않은 출품작은 영어로 이해할 수 있도록 공개 또는 방영 시와 똑같이 자막 처리해야 합니다. 더빙은 허용되지 않습니다. 각 영상 집행은 1회 출품에 해당합니다 <p>Film: Cinema, TV and Digital Film Content</p> <p>Creativity of the moving image. The work should demonstrate brilliant brand storytelling intended for a screen; filmed content created for TV, cinema, online and out-of-home experiences.</p> <ul style="list-style-type: none"> Criteria considered during judging will predominantly be the idea, the execution and the impact. Work that's not in English should be subtitled, so that it can be understood in English, exactly as it was published or aired. Please note that dubbing is not allowed. Each film execution constitutes one entry 	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Digital supporting content Digital supporting Images - JPG

영상 크래프트 Film Craft	자료 Materials
<p>영상 크래프트: 애니메이션/시각 효과</p> <p>영상을 위해 창작된 모든 형식과 스타일의 애니메이션 및 시각 효과.</p> <ul style="list-style-type: none"> 심사 기준으로는 주로 아이디어와 집행이 고려됩니다. 영어로 되어 있지 않은 출품작은 영어로 이해할 수 있도록 공개 또는 방영 시와 똑같이 자막 처리해야 합니다. 더빙은 허용되지 않습니다. 각 영상 집행은 1회 출품에 해당합니다 <p>Film Craft: Animation/Visual Effects</p> <p>All forms and styles of animation and visual effects created for film.</p> <ul style="list-style-type: none"> Criteria considered during judging will predominantly be the idea and the execution. Work that's not in English should be subtitled, so that it can be understood in English, exactly as it was published or aired. Please note that dubbing is not allowed. Each film execution constitutes one entry 	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 영상 <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 데모 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Film
<p>영상 크래프트: 촬영</p> <p>촬영의 품질과 효과. 스타일, 예술적 선택, 카메라워크, 영화적 기법, 샷 구성, 조명 및 기타 효과가 심사됩니다.</p> <ul style="list-style-type: none"> 심사 기준으로는 주로 아이디어와 집행이 고려됩니다. 영어로 되어 있지 않은 출품작은 영어로 이해할 수 있도록 공개 또는 방영 시와 똑같이 자막 처리해야 합니다. 더빙은 허용되지 않습니다. 각 영상 집행은 1회 출품에 해당합니다 <p>Film Craft: Cinematography</p> <p>The quality and effect of the cinematography. The style, artistic choices, camerawork, cinematic techniques, shot composition, lighting and other effects will be considered.</p> <ul style="list-style-type: none"> Criteria considered during judging will predominantly be the idea and the execution. Work that's not in English should be subtitled, so that it can be understood in English, exactly as it was published or aired. Please note that dubbing is not allowed. Each film execution constitutes one entry 	<p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Demo film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Digital supporting content Digital supporting Images - JPG
<p>영상 크래프트: 연출</p> <p>감독의 비전을 통한 크리에이티브 브리프 해석을 포함하여 연출의 비전과 성취 및 해당 비전이 성취된 정도. 여기에는 캐스팅, 세트 디자인, 사운드 디자인 및 촬영을 어떻게 활용하여 해당 비전을 성취했는지 등이 포함될 수 있으며 이에 국한되지 않습니다.</p> <ul style="list-style-type: none"> 심사 기준으로는 주로 아이디어와 집행이 고려됩니다. 영어로 되어 있지 않은 출품작은 영어로 이해할 수 있도록 공개 또는 방영 시와 똑같이 자막 처리해야 합니다. 더빙은 허용되지 않습니다. 각 영상 집행은 1회 출품에 해당합니다 <p>Film Craft: Direction</p> <p>The vision and achievement of the direction including the translation of the creative brief through a director's vision and how well that vision has been achieved. This may include, but is not limited to, the way that casting, set design, sound design and cinematography have been used to bring that vision to life.</p> <ul style="list-style-type: none"> Criteria considered during judging will predominantly be the idea and the execution. Work that's not in English should be subtitled, so that it can be understood in English, exactly as it was published or aired. Please note that dubbing is not allowed. Each film execution constitutes one entry 	

<p>영상 크래프트: 프로덕션 디자인/아트 디렉션</p> <p>프로덕션 디자인/아트 디렉션의 미학. 여기에는 세트 디자인과 로케이션 빌드 및 작품의 전반적인 룩 앤 필과 분위기가 포함됩니다. 심사위원단은 시각적 구성요소의 교묘한 관리가 서사를 얼마나 향상시켰는지 고려합니다.</p> <ul style="list-style-type: none"> 심사 기준으로는 주로 아이디어와 집행이 고려됩니다. 영어로 되어 있지 않은 출품작은 영어로 이해할 수 있도록 공개 또는 방영 시와 똑같이 자막 처리해야 합니다. 더빙은 허용되지 않습니다. 각 영상 집행은 1회 출품에 해당합니다 <p>Film Craft: Production Design/Art Direction</p> <p>The aesthetic of the production design/art direction. This includes set design and location builds, as well as the overall look, feel and atmosphere of the piece. The Jury will consider how the narrative has been enhanced by the artful management of the visual components.</p> <ul style="list-style-type: none"> Criteria considered during judging will predominantly be the idea and the execution. Work that's not in English should be subtitled, so that it can be understood in English, exactly as it was published or aired. Please note that dubbing is not allowed. Each film execution constitutes one entry 	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 영상 <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 데모 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Film <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Demo film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Digital supporting content Digital supporting Images - JPG
<p>영상 크래프트: 대본</p> <p>영상의 쓰여진 대본. 대본 분석에는 대사, 보이스 오버, 장면 세팅, 움직임, 액션 및 표현이 포함됩니다. 심사위원단은 대본이 크리에이티브 아이디어를 얼마나 성공적으로 구현하고 중요한 건강 관련 정보를 얼마나 효과적으로 전달하는지 고려합니다.</p> <ul style="list-style-type: none"> 심사 기준으로는 주로 아이디어와 집행이 고려됩니다. 영어로 되어 있지 않은 출품작은 영어로 이해할 수 있도록 공개 또는 방영 시와 똑같이 자막 처리해야 합니다. 더빙은 허용되지 않습니다. 각 영상 집행은 1회 출품에 해당합니다 <p>Film Craft: Script</p> <p>The film's script, as written. Analysis of the script will include dialogue, voiceovers, scene setting, movement, actions and expressions. The Jury will consider how successfully the script delivers on the creative idea, while also considering the effectiveness in conveying important health related information.</p> <ul style="list-style-type: none"> Criteria considered during judging will predominantly be the idea and the execution. Work that's not in English should be subtitled, so that it can be understood in English, exactly as it was published or aired. Please note that dubbing is not allowed. Each film execution constitutes one entry 	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 영상 <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 데모 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Film <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Demo film
<p>영상 크래프트: 음악/사운드 디자인 사용</p> <p>영상 광고 내에서 오리지널/라이선스 음악의 효과와 성공 및/또는 사운드 디자인의 크리에이티브 사용.</p> <ul style="list-style-type: none"> 심사 기준으로는 주로 아이디어와 집행이 고려됩니다. 영어로 되어 있지 않은 출품작은 영어로 이해할 수 있도록 공개 또는 방영 시와 똑같이 자막 처리해야 합니다. 더빙은 허용되지 않습니다. 각 영상 집행은 1회 출품에 해당합니다 <p>Film Craft: Use of Music/Sound Design</p> <p>The impact and success of original/licensed music and/or the creative use of sound design within film advertising.</p> <ul style="list-style-type: none"> Criteria considered during judging will predominantly be the idea and the execution. Work that's not in English should be subtitled, so that it can be understood in English, exactly as it was published or aired. Please note that dubbing is not allowed. Each film execution constitutes one entry 	<p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Digital supporting content Digital supporting Images - JPG

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

헬스케어 제품 혁신 Healthcare Product Innovation	자료 Materials
<p>헬스케어 제품 혁신</p> <p>건강 브랜드의 비즈니스 또는 환자 문제 해결에 일조했거나 브랜드의 커뮤니케이션 니즈 해결을 위해 제작/개발된 제품, 기기, 서비스 혁신.</p> <ul style="list-style-type: none"> 심사 과정에서 여러 가지 기준이 고려되며, 다음과 같이 가중치가 부여됩니다. 40% 아이디어, 40% 집행, 형식, 기능, 20% 결과. <p>Healthcare Product Innovation</p> <p>Products, devices and service innovations that have helped solve a business or patient issue for a health brand, or have been produced/developed in order to solve a brand's communication need.</p> <ul style="list-style-type: none"> A number of criteria will be considered during judging and weighted as follows: 40% idea; 40% execution, form and function; 20% results. 	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Digital supporting content Digital supporting Images - JPG

산업 크래프트 Industry Craft	자료 Materials
<p>산업 크래프트: 아트 디렉션</p> <p>전반적 디자인, 연출, 시각적 집행.</p> <ul style="list-style-type: none"> 모든 브랜드 및 커뮤니케이션 디자인, 포장 디자인, 인쇄, 출판, 옥외. 심사 기준으로는 주로 집행이 고려됩니다. 표준 인쇄 및 옥외 출력물의 경우 각 집행이 1회 출력물에 해당합니다. 포장 및 브랜드 커뮤니케이션 및 디자인 출력물의 경우 전체 캠페인을 하나의 출력물로 응모해야 합니다. 동일 작품을 산업 크래프트에 출품할 수 있는 횟수에는 제한이 없습니다. <p>Industry Craft: Art Direction</p> <p>The overall design, direction and visual execution.</p> <ul style="list-style-type: none"> Brand & Communications Design, Packaging Design, Print & Publishing & Outdoor. Criteria considered during judging will predominantly be the execution. For Standard Print and Outdoor entries, each execution constitutes one entry. For Packaging & Brand Communication & Design entries, whole campaigns should be entered as one entry. There's no overall limit to how many times the same piece of work can be entered into Industry Craft. 	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 증빙 자료 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 데모 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital proof - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Demo film
<p>산업 크래프트: 광고 문안</p> <p>광고 문안이 크리에이티브 아이디어를 어떻게 구현하는가.</p> <ul style="list-style-type: none"> 모든 브랜드 및 커뮤니케이션 디자인, 포장 디자인, 인쇄, 출판, 옥외. 심사 기준으로는 주로 집행이 고려됩니다. 표준 인쇄 및 옥외 출력물의 경우 각 집행이 1회 출력물에 해당합니다. 포장 및 브랜드 커뮤니케이션 및 디자인 출력물의 경우 전체 캠페인을 하나의 출력물로 응모해야 합니다. 동일 작품을 산업 크래프트에 출품할 수 있는 횟수에는 제한이 없습니다. <p>Industry Craft: Copywriting</p> <p>How the copywriting brings the creative idea to life.</p> <ul style="list-style-type: none"> All Brand & Communications Design, Packaging Design, Print & Publishing & Outdoor. Criteria considered during judging will predominantly be the execution. For Standard Print and Outdoor entries, each execution constitutes one entry. For Packaging & Brand Communication & Design entries, whole campaigns should be entered as one entry. There's no overall limit to how many times the same piece of work can be entered into Industry Craft. 	<p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Digital supporting content Digital supporting Images - JPG

<p>산업 크래프트: 일러스트레이션</p> <p>일러스트레이션의 크리에이티브 효과.</p> <ul style="list-style-type: none"> 모든 브랜드 및 커뮤니케이션 디자인, 포장 디자인, 인쇄, 출판, 옥외. 심사 기준으로는 주로 집행이 고려됩니다. 표준 인쇄 및 옥외 출품의 경우 각 집행이 1회 출품에 해당합니다. 포장 및 브랜드 커뮤니케이션 및 디자인 출품의 경우 전체 캠페인을 하나의 출품으로 응모해야 합니다. 동일 작품을 산업 크래프트에 출품할 수 있는 횟수에는 제한이 없습니다. <p>Industry Craft: Illustration</p> <p>The creative impact of the illustration.</p> <ul style="list-style-type: none"> Brand & Communications Design, Packaging Design, Print & Publishing & Outdoor. Criteria considered during judging will predominantly be the execution. For Standard Print and Outdoor entries, each execution constitutes one entry. For Packaging & Brand Communication & Design entries, whole campaigns should be entered as one entry. There's no overall limit to how many times the same piece of work can be entered into Industry Craft. 	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 증빙 자료 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 데모 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL 시상식용 영상 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital proof - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Demo film
<p>산업 크래프트: 사진</p> <p>사진 및 크리에이티브 표현의 사용을 통한 참여.</p> <ul style="list-style-type: none"> 모든 브랜드 및 커뮤니케이션 디자인, 포장 디자인, 인쇄, 출판, 옥외. 심사 기준으로는 주로 집행이 고려됩니다. 표준 인쇄 및 옥외 출품의 경우 각 집행이 1회 출품에 해당합니다. 포장 및 브랜드 커뮤니케이션 및 디자인 출품의 경우 전체 캠페인을 하나의 출품으로 응모해야 합니다. 동일 작품을 산업 크래프트에 출품할 수 있는 횟수에는 제한이 없습니다. <p>Industry Craft: Photography</p> <p>Engagement through use of photography and creative expression.</p> <ul style="list-style-type: none"> Brand & Communications Design, Packaging Design, Print & Publishing & Outdoor. Criteria considered during judging will predominantly be the execution. For Standard Print and Outdoor entries, each execution constitutes one entry. For Packaging & Brand Communication & Design entries, whole campaigns should be entered as one entry. There's no overall limit to how many times the same piece of work can be entered into Industry Craft. 	<p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Digital supporting content Digital supporting Images - JPG
<p>산업 크래프트: 타이포그래피</p> <p>타이포그래피 사용을 통해 디자인 미학 및 스토리텔링 전달.</p> <ul style="list-style-type: none"> 모든 브랜드 및 커뮤니케이션 디자인, 포장 디자인, 인쇄, 출판, 옥외. 심사 기준으로는 주로 집행이 고려됩니다. 표준 인쇄 및 옥외 출품의 경우 각 집행이 1회 출품에 해당합니다. 포장 및 브랜드 커뮤니케이션 및 디자인 출품의 경우 전체 캠페인을 하나의 출품으로 응모해야 합니다. 동일 작품을 산업 크래프트에 출품할 수 있는 횟수에는 제한이 없습니다. <p>Industry Craft: Typography</p> <p>Design aesthetics and storytelling conveyed through the use of typography.</p> <ul style="list-style-type: none"> Brand & Communications Design, Packaging Design, Print & Publishing & Outdoor. Criteria considered during judging will predominantly be the execution. For Standard Print and Outdoor entries, each execution constitutes one entry. For Packaging & Brand Communication & Design entries, whole campaigns should be entered as one entry. There's no overall limit to how many times the same piece of work can be entered into Industry Craft. 	

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

통합 Integrated	자료 Materials
<p>통합</p> <p>여러 미디어 플랫폼을 사용한 출품작. 출품작은 캠페인 전반에 걸쳐 선택한 요소 또는 채널을 통합하고, 다양한 미디어가 어떻게 서로를 보완하고 구축하여 가시적인 비즈니스 결과를 이끌어 냈는지, 문화적 변화에 중요한 역할을 했거나 브랜드 목적 달성에 필수적인 역할을 했는지 보여 주어야 합니다.</p> <ul style="list-style-type: none"> 심사 기준으로는 주로 아이디어, 전략, 집행, 결과가 고려됩니다. <p>Integrated</p> <p>Work that uses multiple media platforms. The work should demonstrate the integration of chosen elements or channels throughout the campaign and how the different media complemented and built on each other to drive tangible business results and were instrumental to cultural change or integral in the achievement of brand purpose.</p> <ul style="list-style-type: none"> Criteria considered during judging will predominantly be the idea, strategy, execution and results. 	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Digital supporting content Digital supporting Images - JPG
모바일 Mobile	자료 Materials
<p>모바일</p> <p>장치 기반의 크리에이티비티 출품작은 휴대용 플랫폼에서의 성능을 보여주어야 하며, 휴대 또는 웨어러블 환경이 아이디어의 필수 요소로 포함되고 집행에 주된 역할을 해야 합니다.</p> <ul style="list-style-type: none"> 심사 기준으로는 아이디어, 집행, 플랫폼 관련성, 효과 및 결과 등이 고려됩니다. <p>Mobile</p> <p>Device-driven creativity. The work should demonstrate performance in portable platforms. Includes work where a handheld or wearable environment is central to the idea and enables key aspects of the execution.</p> <ul style="list-style-type: none"> Criteria considered during judging include idea, execution, platform relevance, impact and results. 	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Digital supporting content Digital supporting

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

		Images - JPG
옥외 Outdoor	자료 Materials	
<p>옥외: 앰비언트</p> <p>공공 공간, 사물, 환경을 비전통적 방식으로 활용하는 자유로운 형식의 비표준 옥외 광고. 소규모 솔루션, 특수 광고, 설치, 라이브 광고 및 이벤트 등을 포함하되 이에 국한되지 않습니다.</p> <ul style="list-style-type: none"> 심사 기준으로는 주로 아이디어, 집행, 효과가 고려됩니다. <p>Outdoor: Ambient</p> <p>Non-standard and free-format outdoor advertising that leverages the use of public spaces, objects and environments in an unconventional manner. This could include, but not limited to, small scale solutions, special build, installations, live advertising and events.</p> <ul style="list-style-type: none"> Criteria considered during judging will predominantly be the idea, the execution and the impact. 	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 데모 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Demo film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Digital supporting content Digital supporting Images - JPG 	
<p>옥외: 표준</p> <p>정적/디지털 광고판, 포스터, 버스 정류장, 매장 내 포스터, POS, 사이니지, 교통 솔루션, 배너 등을 위한 콘텐츠.</p> <ul style="list-style-type: none"> 심사 기준으로는 주로 아이디어, 집행, 효과가 고려됩니다. 표준 옥외 작품의 경우 각 집행이 1회 출품에 해당합니다. <p>Outdoor: Standard</p> <p>Content intended for static and digital billboards, posters, bus stops, in store posters, point of sale, signage, transit solutions, banners etc.</p> <ul style="list-style-type: none"> Criteria considered during judging will predominantly be the idea, the execution and the impact. For Standard Outdoor entries each execution constitutes one entry. 	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 증빙 자료 - JPG <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital proof - JPG <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Digital supporting content Digital supporting Images - JPG 	

PR PR	자료 Materials
<p>PR</p> <p>언드(earned) 미디어에 기반한 독창적 사고, 혁신적 인사이트, 전략이 어떻게 여론에 영향을 주고, 비즈니스, 사회 및/또는 문화 변화를 이끌어 냈는지 보여 주는 전략적이고 크리에이티브한 커뮤니케이션. 출품작의 핵심 스토리텔링은 조직이나 브랜드의 평판과 비즈니스를 확립, 보호, 강화해야 합니다.</p> <ul style="list-style-type: none"> 심사 과정에서 여러 가지 기준이 고려되며, 다음과 같이 가중치가 부여됩니다. 20% 아이디어, 30% PR 전략, 20% PR 집행, 30% 영향 및 결과. <p>PR</p> <p>Strategic and creative communication that demonstrates how original thinking, transformative insight and a strategy rooted in earned has influenced opinion and driven business, societal, and/or cultural change. Work with storytelling at its core, which established, protected and enhanced reputation and business of an organisation or brand.</p> <ul style="list-style-type: none"> A number of criteria will be considered during judging and weighted as follows: 20% idea; 30% PR strategy; 20% PR execution; 30% impact and results. 	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Digital supporting content Digital supporting Images - JPG

인쇄 및 출판 Print & Publishing	자료 Materials
<p>인쇄 및 출판: 콜라터럴</p> <p>브로셔, 소책자, 리브 비하인드(leave behind), 맞춤형 세일즈 자료, 상세 자료(detail aid), 판촉 품목, 브랜드 판촉물, 달력, 뉴스레터, 연간 보고서 및 보도자료.</p> <ul style="list-style-type: none"> 심사 기준으로는 주로 아이디어, 집행, 효과가 고려됩니다. <p>Print & Publishing: Collateral</p> <p>Brochures, booklets, leave behinds, custom sales materials, detail aids, promotional items, brand reminders, calendars, newsletters, annual reports and press releases.</p> <ul style="list-style-type: none"> Criteria considered during judging will predominantly be the idea, the execution and the impact. 	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 데모 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL 시상식용 영상 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Demo film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Digital supporting content Digital supporting Images - JPG
<p>인쇄 및 출판: 표준</p> <p>신문, 잡지, 의학 저널, 삽입 광고 등 출판 인쇄 매체를 위한 콘텐츠.</p> <ul style="list-style-type: none"> 심사 기준으로는 주로 아이디어, 집행, 효과가 고려됩니다. 표준 인쇄 출력물의 경우 각 집행이 1회 출품에 해당합니다. <p>Print & Publishing: Standard</p> <p>Content intended for published printed media including, but not limited to; newspaper, magazines, medical journals and inserts.</p> <ul style="list-style-type: none"> Criteria considered during judging will predominantly be the idea, the execution and the impact. For Standard Print entries each execution constitutes one entry. 	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 증빙 자료 - JPG <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL 시상식용 영상 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital proof - JPG <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Digital supporting content Digital supporting Images - JPG

소셜 및 크리에이터 Social & Creator	자료 Materials
<p>소셜 및 크리에이터</p> <p>헬스케어 솔루션을 위해 온라인 커뮤니티와 교감하고 의미 있는 관계를 강화하며 브랜드의 측정 가능한 결과를 제공하기 위해 만들어진 전략적인 소셜 사고와 전략적인 인플루언서 마케팅.</p> <ul style="list-style-type: none"> 심사 과정에서 여러 가지 기준이 고려되며, 다음과 같이 가중치가 부여됩니다. 30% 아이디어, 20% 전략, 20% 집행, 30% 결과. <p>Social & Creator</p> <p>Creative social thinking and strategic influencer marketing specifically created for healthcare solutions to engage with online communities, enhance meaningful relations and deliver measurable results for a brand.</p> <ul style="list-style-type: none"> A number of criteria will be considered during judging and weighted as follows: 30% idea; 20% strategy; 20% execution; 30% results. 	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG URL <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG URL <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital supporting content Digital supporting Images - JPG
기술의 사용 Use of Technology	자료 Materials
<p>기술의 사용</p> <p>기존 기술 또는 신기술 사용을 통한 브랜드 캠페인 집행 또는 지원. AI, AR, VR, 로봇틱스, 가제트 및 전자 제품, 웨어러블 및 인터랙티브 기술 등 포함. 초기 단계 기술의 시제품은 포함되지 않음.</p> <ul style="list-style-type: none"> 심사 기준으로는 주로 아이디어와 집행, 브랜드, 제품 또는 서비스에 미치는 기술의 결과가 고려됩니다 <p>Use of Technology</p> <p>Use of existing or new technology to execute or support a brand campaign. Including, but not limited to, AI, AR and VR, robotics, gadgets and electronics, wearable and interactive technology etc. Does not include prototypes of early stage tech.</p> <ul style="list-style-type: none"> Criteria considered will predominately be the idea, execution and results of the technology on the brand, product or service. 	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Digital supporting content Digital supporting Images - JPG

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

산업 크래프트

Industry Craft

산업 크래프트 스파이크스는 아름답게 구현된 솔루션을 제공하고 크리에이티브 아이디어에 생명을 불어넣는 데 필요한 크리에이티브 예술성, 재능, 기량에 주어지는 상입니다.

출품작은 크리에이티브 기법 활용에서 최고 수준의 전문성과 비전을 보여 주어야 합니다.

- 심사 기준으로는 주로 집행이 고려됩니다. 디지털 전용 작품은 디지털 크래프트 부문에 출품해야 하며, 이 부문에는 출품할 수 없습니다.
 - 포장, 인쇄 및 출판, 옥외 단일 집행은 관련 카테고리에만 출품해야 합니다. 하지만 보다 폭넓은 캠페인의 일부를 구성하는 경우에는 브랜드 및 커뮤니케이션 디자인에 출품할 수 있습니다.
 - 표준 인쇄 및 옥외 작품의 경우, 각 집행이 1회 출품에 해당합니다.
 - 포장 및 브랜드 커뮤니케이션 및 디자인 작품의 경우, 전체 캠페인을 하나의 출품으로 응모해야 합니다.
 - 산업 크래프트에 동일 작품을 출품할 수 있는 횟수에는 제한이 없습니다.
 - 모든 사례 영상, 데모 영상, 오리지널 콘텐츠에는 자막을 포함하는 것을 강력히 권장합니다.

The Industry Craft Spikes celebrate the creative artistry, talent and skill required to deliver a beautifully executed solution and bring a creative idea to life.

The work should demonstrate the highest levels of expertise and vision in the application of creative techniques.

- The main criterion considered during judging will be the execution. Digital only work should be entered into digital craft and will not be eligible here.
- Single executions of Packaging, Print & Publishing and Outdoor should only be entered into the relevant category. However if they form part of a wider campaign, they will be accepted into Brand & Communications Design.
- For Standard Print and Outdoor entries, each execution constitutes one entry.
- For Packaging & Brand Communication & Design entries, whole campaigns should be entered as one entry.
- There is no overall limit to how many times the same piece of work can be entered into Industry Craft.
- Subtitles are highly recommended on all case films, films, demo films and original content.

A. 타이포그래피 타이포그래피 사용을 통해 디자인 미학 및 스토리텔링 전달. A. Typography Design aesthetics and storytelling conveyed through the use of typography.	자료 Materials
A01. 타이포그래피: 브랜드 및 커뮤니케이션 디자인 브랜드 정체성, 로고 디자인, 셀프 프로모션, 브랜드 환경 디자인, 브랜드 콜라터럴, 기업 커뮤니케이션, 판촉 품목 및 기타 종합적 브랜딩 프로그램 포함. <i>독립형 포장, 인쇄 및 출판, 옥외 포스터 디자인 출품작은 여기 제출하면 안 됩니다. 심사위원단이 체험할 수 있는 물리적 샘플을 보내 주십시오.</i> A01. Typography: Brand & Communications Design Including brand identity, logo design, self-promotion, brand environment design, brand collateral, corporate communications, promotional items and other comprehensive branding programmes. <i>Standalone Packaging, Print & Publishing and Outdoor poster design work should not be submitted here. Please send physical samples for the jury to experience.</i>	필수 <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG 권장(선택 사항) <ul style="list-style-type: none"> 데모 영상 실물 보조 자료 선택 사항 <ul style="list-style-type: none"> URL 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

	<p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Demo film Physical support material <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Digital supporting content Digital supporting Images - JPG
<p>A02. 타이포그래피: 옥외 전통적 광고판, 디지털 옥외 스크린 또는 앰비언트 작품 등을 포함한 옥외 출품작.</p> <p>A02. Typography: Outdoor Any outdoor work, including but not limited to, traditional billboards, posters, digital outdoor screens or ambient work.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 증빙 자료 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 데모 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG
<p>A03. 타이포그래피: 인쇄 및 출판 일체의 인쇄 또는 출판 작품.</p> <p>A03. Typography: Print & Publishing Any print or published work.</p>	<p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital proof - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Demo film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Digital supporting content Digital supporting Images - JPG
<p>A04. 타이포그래피: 포장 디자인 일체의 포장.</p> <p><i>심사위원단이 체험할 수 있는 물리적 샘플을 보내 주십시오.</i></p> <p>A04. Typography: Packaging Design Any packaging.</p> <p><i>Please send physical samples for the jury to experience.</i></p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 데모 영상 실물 보조 자료 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL 데모 영상 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital Presentation Image JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Demo film Physical support material

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

	Optional <ul style="list-style-type: none"> • URL • Digital supporting content • Digital supporting Images - JPG
--	--

B. 아트 디렉션 이 카테고리의 출품작은 전체적 디자인, 연출 및 시각적 수법에 초점을 맞춥니다. B. Art Direction The work in these categories will focus on the overall design, direction and visual execution.	자료 Materials
B01. 아트 디렉션: 브랜드 및 커뮤니케이션 디자인 브랜드 정체성, 로고 디자인, 셀프 프로모션, 브랜드 환경 디자인, 브랜드 콜라터럴, 기업 커뮤니케이션, 판촉 품목 및 기타 종합적 브랜딩 프로그램 포함. <i>독립형 포장, 인쇄 및 출판, 옥외 포스터 디자인 출품작은 여기 제출하면 안 됩니다. 심사위원단이 체험할 수 있는 물리적 샘플을 보내 주십시오.</i> B01. Art Direction: Brand & Communications Design Including brand identity, logo design, self-promotion, brand environment design, brand collateral, corporate communications, promotional items and other comprehensive branding programmes. <i>Standalone Packaging, Print & Publishing and Outdoor poster design work should not be submitted here. Please send physical samples for the jury to experience.</i>	필수 <ul style="list-style-type: none"> • 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG 권장(선택 사항) <ul style="list-style-type: none"> • 데모 영상 • 실물 보조 자료 선택 사항 <ul style="list-style-type: none"> • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 - JPG Compulsory <ul style="list-style-type: none"> • Digital presentation image - JPG Highly Recommended (Optional) <ul style="list-style-type: none"> • Demo film • Physical support material Optional <ul style="list-style-type: none"> • URL • Digital supporting content • Digital supporting Images - JPG
B02. 아트 디렉션: 옥외 전통적 광고판, 디지털 옥외 스크린 또는 앰비언트 작품 등을 포함한 옥외 출품작. B02. Art Direction: Outdoor Any outdoor work, including but not limited to, traditional billboards, posters, digital outdoor screens or ambient work.	필수 <ul style="list-style-type: none"> • 디지털 증빙 자료 - JPG 권장(선택 사항) <ul style="list-style-type: none"> • 데모 영상 선택 사항 <ul style="list-style-type: none"> • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 - JPG
B03. 아트 디렉션: 인쇄 및 출판 일체의 인쇄 또는 출판 작품. B03. Art Direction: Print & Publishing Any print or published work.	Compulsory <ul style="list-style-type: none"> • Digital proof - JPG Highly Recommended (Optional) <ul style="list-style-type: none"> • Demo film

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

	Optional <ul style="list-style-type: none"> • URL • Digital supporting content • Digital supporting Images - JPG
B04. 아트 디렉션: 포장 디자인 일체의 포장. <i>심사위원단이 체험할 수 있는 물리적 샘플을 보내 주십시오.</i> B04. Art Direction: Packaging Design Any packaging. <i>Please send physical samples for the jury to experience.</i>	필수 <ul style="list-style-type: none"> • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG 권장(선택 사항) <ul style="list-style-type: none"> • 데모 영상 • 실물 보조 자료 선택 사항 <ul style="list-style-type: none"> • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 - JPG Compulsory <ul style="list-style-type: none"> • Digital Presentation Image JPG Highly Recommended (Optional) <ul style="list-style-type: none"> • Demo film • Physical support material Optional <ul style="list-style-type: none"> • URL • Digital supporting content • Digital supporting Images - JPG

C. 일러스트레이션 이 카테고리의 출품작은 일러스트레이션의 크리에이티브 영향에 초점을 맞춥니다. C. Illustration The work in these categories will focus on the creative impact of the illustration.	자료 Materials
C01. 일러스트레이션: 브랜드 및 커뮤니케이션 디자인 브랜드 정체성, 로고 디자인, 셀프 프로모션, 브랜드 환경 디자인, 브랜드 콜라터럴, 기업 커뮤니케이션, 판촉 품목 및 기타 종합적 브랜딩 프로그램 포함. <i>독립형 포장, 인쇄 및 출판, 옥외 포스터 디자인 출품작은 여기 제출하면 안 됩니다. 심사위원단이 체험할 수 있는 물리적 샘플을 보내 주십시오.</i> C01. Illustration: Brand & Communications Design Including brand identity, logo design, self-promotion, brand environment design, brand collateral, corporate communications, promotional items and other comprehensive branding programmes. <i>Standalone Packaging, Print & Publishing and Outdoor poster design work should not be submitted here. Please send physical samples for the jury to experience.</i>	필수 <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG 권장(선택 사항) <ul style="list-style-type: none"> 데모 영상 실물 보조 자료 선택 사항 <ul style="list-style-type: none"> URL 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG Compulsory <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG Highly Recommended (Optional) <ul style="list-style-type: none"> Demo film Physical support material Optional <ul style="list-style-type: none"> URL Digital supporting content Digital supporting Images - JPG
C02. 일러스트레이션: 옥외 전통적 광고판, 디지털 옥외 스크린 또는 앰비언트 작품 등을 포함한 옥외 출품작. C02. Illustration: Outdoor Any outdoor work, including but not limited to, traditional billboards, posters, digital outdoor screens or ambient work.	필수 <ul style="list-style-type: none"> 디지털 증빙 자료 - JPG 권장(선택 사항) <ul style="list-style-type: none"> 데모 영상 선택 사항 <ul style="list-style-type: none"> URL 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG
C03. 일러스트레이션: 인쇄 및 출판 일체의 인쇄 또는 출판 작품. C03. Illustration: Print & Publishing Any print or published work.	Compulsory <ul style="list-style-type: none"> Digital proof - JPG Highly Recommended (Optional) <ul style="list-style-type: none"> Demo film Optional <ul style="list-style-type: none"> URL Digital supporting content Digital supporting Images - JPG

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

<p>C04. 일러스트레이션: 포장 디자인 일체의 포장.</p> <p><i>심사위원단이 체험할 수 있는 물리적 샘플을 보내 주십시오.</i></p> <p>C04. Illustration: Packaging Design Any packaging.</p> <p><i>Please send physical samples for the jury to experience.</i></p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 데모 영상 실물 보조 자료 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Demo film Physical support material <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Digital supporting content Digital supporting Images - JPG
<p>D. 사진 이 카테고리의 출품작은 크리에이티브 표현을 통한 교감에 초점을 맞춥니다.</p> <p>D. Photography The work in these categories will focus on engagement through creative expression.</p> <p>D01. 사진: 브랜드 및 커뮤니케이션 디자인 브랜드 정체성, 로고 디자인, 셀프 프로모션, 브랜드 환경 디자인, 브랜드 콜라터럴, 기업 커뮤니케이션, 판촉 품목 및 기타 종합적 브랜딩 프로그램 포함.</p> <p><i>독립형 포장, 인쇄 및 출판, 옥외 포스터 디자인 출품작은 여기 제출하면 안 됩니다. 심사위원단이 체험할 수 있는 물리적 샘플을 보내 주십시오.</i></p> <p>D01. Photography: Brand & Communications Design Including brand identity, logo design, self-promotion, brand environment design, brand collateral, corporate communications, promotional items and other comprehensive branding programmes.</p> <p><i>Standalone Packaging, Print & Publishing and Outdoor poster design work should not be submitted here. Please send physical samples for the jury to experience.</i></p>	<p>자료 Materials</p> <p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 데모 영상 실물 보조 자료 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Demo film Physical support material <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Digital supporting content Digital supporting Images - JPG

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

<p>D02. 사진: 옥외 전통적 광고판, 디지털 옥외 스크린 또는 앰비언트 작품 등을 포함한 옥외 작품작.</p> <p>D02. Photography: Outdoor Any outdoor work, including but not limited to, traditional billboards, posters, digital outdoor screens or ambient work.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 증빙 자료 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 데모 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG
<p>D03. 사진: 인쇄 및 출판 일체의 인쇄 또는 출판 작품.</p> <p>D03. Photography: Print & Publishing Any print or published work.</p>	<p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital proof - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Demo film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Digital supporting content Digital supporting Images - JPG

<p>E. 광고 문안 이 카테고리의 작품작은 광고 문안이 크리에이티브 아이디어에 어떻게 생명을 불어넣는지에 초점을 맞춥니다.</p> <p>E. Copywriting The work in these categories will focus on how the copywriting brings the creative idea to life.</p>	<p>자료 Materials</p>
<p>E01. 광고 문안: 브랜드 및 커뮤니케이션 디자인 브랜드 정체성, 로고 디자인, 셀프 프로모션, 브랜드 환경 디자인, 브랜드 콜라터럴, 기업 커뮤니케이션, 판촉 품목 및 기타 종합적 브랜딩 프로그램 포함.</p> <p><i>독립형 포장, 인쇄 및 출판, 옥외 포스터 디자인 작품작은 여기 제출하면 안 됩니다. 심사위원단이 체험할 수 있는 물리적 샘플을 보내 주십시오.</i></p> <p>E01. Copywriting: Brand & Communications Design Including brand identity, logo design, self-promotion, brand environment design, brand collateral, corporate communications, promotional items and other comprehensive branding programmes.</p> <p><i>Standalone Packaging, Print & Publishing and Outdoor poster design work should not be submitted here. Please send physical samples for the jury to experience.</i></p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 데모 영상 실물 보조 자료 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Demo film Physical support material

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

	Optional <ul style="list-style-type: none"> • URL • Digital supporting content • Digital supporting Images - JPG
E02. 광고 문안: 옥외 전통적 광고판, 디지털 옥외 스크린 또는 앰비언트 작품 등을 포함한 옥외 출품작. E02. Copywriting: Outdoor Any outdoor work, including but not limited to, traditional billboards, posters, digital outdoor screens or ambient work.	필수 <ul style="list-style-type: none"> • 디지털 증빙 자료 - JPG 권장(선택 사항) <ul style="list-style-type: none"> • 데모 영상 선택 사항 <ul style="list-style-type: none"> • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 - JPG
E03. 광고 문안: 인쇄 및 출판 일체의 인쇄 또는 출판 작품. E03. Copywriting: Print & Publishing Any print or published work.	Compulsory <ul style="list-style-type: none"> • Digital proof - JPG Highly Recommended (Optional) <ul style="list-style-type: none"> • Demo film Optional <ul style="list-style-type: none"> • URL • Digital supporting content • Digital supporting Images - JPG
E04. 광고 문안: 포장 디자인 일체의 포장. <i>심사위원단이 체험할 수 있는 물리적 샘플을 보내 주십시오.</i> E04. Copywriting: Packaging Design Any packaging. <i>Please send physical samples for the jury to experience.</i>	필수 <ul style="list-style-type: none"> • 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG 권장(선택 사항) <ul style="list-style-type: none"> • 데모 영상 • 실물 보조 자료 선택 사항 <ul style="list-style-type: none"> • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 - JPG Compulsory <ul style="list-style-type: none"> • Digital presentation image - JPG Highly Recommended (Optional) <ul style="list-style-type: none"> • Demo film • Physical support material Optional <ul style="list-style-type: none"> • URL • Digital supporting content • Digital supporting Images - JPG

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

<p>E05. 광고 문안: 탁월한 이미지 설명 신설</p> <p>시각장애인 및 저시력 사용자를 위해 정보를 전달하고 분위기를 조성하며 브랜드를 표현하는, 완성도 높고 효과적인 이미지 설명.</p> <p>이미지 설명은 완전성, 정확성, 간결성을 갖춰야 하며, 모든 출품작은 해당 자격 기간 내에 실제로 집행된 것이어야 합니다.</p> <p>E05. Copywriting: Excellence in Image Description NEW</p> <p>Beautifully crafted and effective image descriptions used to convey information, establish a mood and express a brand for people who are blind and partially sighted.</p> <p>The image description should be complete, accurate, and concise and all work must have run within the eligibility period.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> • 디지털 증빙 자료 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 데모 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • 디지털 보조 콘텐츠 <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> • Digital presentation image - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Demo film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • Digital supporting content
--	---

혁신

Innovation

혁신 스파이크스는 상상을 현실로 바꾸어 큰 영향력을 미친 획기적인 혁신, 기술, 문제 해결 아이디어에 주어지는 상입니다.

- 동일 작품은 A 또는 B 부문 중 하나에만 출품할 수 있습니다. 'B. 혁신' 부문은 최대 두 번까지 출품 가능합니다. 단, 'A. 초기 단계 기술' 부문에는 동일 작품을 한 번만 출품할 수 있습니다.
- 'A01. 초기 단계 기술'에는 프로토타입 또는 시험 제작 단계의 작품을 출품할 수 있습니다. 그러나, 개발 이전 단계의 아이디어나 콘셉트만으로는 출품할 수 없습니다. 모든 카테고리의 응모자는 출품한 기술을 완전히 시연할 수 있는 직위여야 합니다. 콘셉트 자체만의 출품은 허용되지 않습니다.
- 최종 후보에 오른 응모자들은 심사위원단을 상대로 온라인으로 출품작을 프리젠테이션해야 합니다.
- 모든 사례 영상, 데모 영상, 오리지널 콘텐츠에는 자막을 포함하는 것을 강력히 권장합니다.

The Innovation Spikes celebrate ground-breaking innovation, technology and problem solving ideas that turn imagination into impactful reality.

- The same piece of work may only be entered in either section A or B. Work can be entered up to two times in section 'B. Innovation'. However, the same piece of work may only be entered once in 'A. Early Stage Technology'.
- Work entered into 'A01. Early Stage Technology' may be at prototype/pre-production stage. However pre-development ideas/concepts are not eligible. Entrants in all categories must be in a position to fully demonstrate any technology entered. Concepts alone will not be permitted.
- Shortlisted entrants will be required to present their work to the jury online.
- Subtitles are highly recommended on all case films, films, demo films and original content.

A. 초기 단계 기술 A. Early-Stage Technology	자료 Materials
<p>A01. 초기 단계 기술 아직 시제품 및 베타 단계에 있는 기술을 선보이는 출품작. 아직 자금을 모으는 중이거나 예상 규모의 일부만 운영 중일 수 있습니다.</p> <p>A01. Early-stage Technology Work that showcases technology still in the prototype and beta stages of their creation. They may still be attracting funding or only operating at a fraction of their projected scale.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> • 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> • Digital presentation image - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • Digital supporting content • Digital supporting Images - JPG

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

B. 혁신 B. Innovation	자료 Materials
<p>B01. 브랜드 주도 혁신 브랜드 과제의 솔루션 발견 및/또는 특정 브랜드 발전에 기반한 진보적 방법을 통해 브랜드와 일치하는 획기적이고 혁신적인 아이디어.</p> <p>B01. Brand-Led Innovation Brand-aligned, breakthrough and revolutionary ideas, and forward-thinking methods that are rooted in finding solutions to specific brand challenges and/or propelling a brand forward.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상 <p>선택 사항</p>
<p>B02. 제품 혁신 비즈니스 또는 소비자 과제에 따라 생성 및 개발한 제품. 솔루션 기반 제품, 소비자 경험, 기술과 일상 생활 및 지속 가능성의 통합을 포함.</p> <p>B02. Product Innovation Products created and developed in response to a business or consumer challenge. This could include, but is not limited to, solutions-driven products, consumer experience, integration of technology into daily life and sustainability.</p>	<ul style="list-style-type: none"> URL 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG
<p>B03. 환경 혁신 환경에 긍정적으로 기여함을 보여주는 작품. 재생 가능성을 높이는 혁신적 접근 방식을 갖추고 환경에 장기적으로 지속 가능한 영향을 미치는 작품.</p> <p>B03. Environmental Innovation Work that demonstrates a positive environmental contribution. Innovative approaches to being regenerative and work that creates a long-term sustainable impact on the environment.</p>	<p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Case film <p>Optional</p>
<p>B04. 사회 혁신 복잡한 사회적 과제를 해결하는 작품. 긍정적이고 획기적인 변화를 추구하는 혁신적 솔루션. 교육, 의료, 평등, 금융 포용성, 사회 정의, 문화 규범을 포함.</p> <p>B04. Societal Innovation Work that addresses complex societal challenges. Innovative solutions that seek to drive positive and transformative change. This could include, but not be limited to, education, healthcare, equality, financial inclusion, social justice and cultural norms.</p>	<ul style="list-style-type: none"> URL Digital supporting content Digital supporting Images - JPG
<p>B05. 기술 브랜드를 발전시켜 가치를 높이고 개선하는 획기적 기술 또는 솔루션. 데이터 주도 기술, 혁신적 플랫폼, 도구, 모델, 프로그램, 하드웨어, 소프트웨어, 비스포크 제품 및 솔루션을 포함.</p> <p>B05. Technology Breakthrough technology or solutions that aim to advance, enrich or improve a brand. This could include, but not be limited to data-led technologies, innovative platforms, tools, models, programmes, hardware, software, bespoke products and solutions.</p>	
<p>B06. 핀테크 금융 상황을 새롭게 변화시키기 위한 혁신적인 기회를 보여주는 작품. 비용 절감을 통한 신흥 시장 접근성 확장, 소비자에게 권한을 부여하는 혁신적 금융 상품 개발, 소비자가 자신의 금융 관리 방식을 새롭게 바꾸는 지불 시스템 혁신을 포함.</p> <p>B06. Fintech Work that demonstrates innovative opportunities that aim to reshape the financial landscape. This could include, but not be limited to, expanding access in emerging markets by reducing costs, pioneering financial products that empower consumers and revolutionising payments to reshape how consumers handle their finances.</p>	

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

통합

Integrated

통합 스파이크스는 여러 매체 플랫폼을 사용하는 출품작에 주어지는 상입니다.

출품작은 캠페인 동안 선택한 요소 또는 채널의 통합을 입증해야 합니다. 다양한 매체가 어떻게 상호 보완하고 상호 기반하여 실질적인 비즈니스 성과를 끌어냈고, 문화적 변화 주도 또는 브랜드 목표 달성에 얼마나 필수적이었는지 보여 주어야 합니다.

- 통합에는 동일 작품을 한 번만 출품할 수 있습니다.
- 모든 사례 영상, 데모 영상, 오리지널 콘텐츠에는 자막을 포함하는 것을 강력히 권장합니다.

The Integrated Spikes celebrate work that uses multiple media platforms.

The work should demonstrate the integration of chosen elements or channels throughout the campaign. It should illustrate how the different media complemented and built on each other to drive tangible business results, while being instrumental in driving cultural change or integral to achieving the brand's purpose.

- The same piece of work can only be entered once in Integrated.
- Subtitles are highly recommended on all case films, films, demo films and original content.

A. 통합 A. Integrated	자료 Materials
<p>A01. 통합 여러 채널과 접점을 크리에이티브로 사용하여 강력한 아이디어를 사회에 통합하고 행동 변화와 실질적 비즈니스 결과를 이끌어내는 출품작.</p> <p>A01. Integrated Work that creatively uses multiple channels and touchpoints to successfully integrate a powerful idea into society, driving behavioural change tangible business results.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> • 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> • Digital presentation image - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • Digital supporting content • Digital supporting Images - JPG

미디어

Media

미디어 스파이크스는 크리에이티비티의 맥락에 주어지는 상입니다.

출품작은 미디어 아이디어의 탁월하고 혁신적인 구현을 보여 주어야 합니다. 즉 소비자를 새로운 여정으로 안내하고 새로운 경험을 선사하는 획기적인 채널 전략을 통해 향상되고 강화되는 출품작이어야 합니다.

- 심사 과정에서 여러 가지 기준이 고려되며, 다음과 같이 가중치가 부여됩니다. 30% 인사이트 및 아이디어, 30% 미디어 전략 및 타겟팅, 20% 미디어 집행, 20% 영향 및 결과.
- 미디어 부문에는 동일 작품을 3회까지 출품할 수 있지만 섹션 'E: 미디어 크래프트 우수성'은 포함되지 않습니다. 다만 'A. 미디어: 부문'에는 동일 작품을 한 번만 출품할 수 있습니다.
- 섹션 E: 미디어 크래프트 우수성 출품작은 Independent Media Agencies 또는 Media Network나 Independent Media Network가 소유한 회사만 제출하고 비용을 지불 받을 수 있습니다. 이 섹션의 각 카테고리에는 동일 작품을 한 번만 출품할 수 있습니다.
- 모든 사례 영상, 데모 영상, 오리지널 콘텐츠에는 자막을 포함하는 것을 강력히 권장합니다.

The Media Spikes celebrate the context of creativity.

The work should demonstrate an inspiring and innovative implementation of media ideas, enhanced and amplified by a game-changing channel strategy that takes consumers on new journeys and unlocks new experiences.

- A number of criteria will be considered during judging and weighted as follows: 30% insight and idea; 30% media strategy and targeting; 20% media execution; 20% impact and results.
- The same piece of work can be entered up to three times in Media, not including Section 'E: Excellence in Media Craft'. However, the same piece of work may only be entered once in 'A. Media: Sectors'.
- The work in Section 'E: Excellence in Media Craft' can only be submitted and paid for by independent media agencies or companies owned by a media network or independent media network. The same piece of work can be entered only once in each category within this section.
- Subtitles are highly recommended on all case films, films, demo films and original content.

A. 미디어: 부문 이 섹션에는 동일 출품작을 한 번만 제출할 수 있습니다. A. Media: Sectors The same work can be submitted only once in this Section.	자료 Materials
A01. 소비재 식품 및 음료, 세면 용품, 청소 용품, 기타 가정용 제품, 기타 FMCG, 의류 및 액세서리, 가구, 소비자 가전, 자동차 및 자동차 제품 및 서비스를 포함한 일상 소비재와 내구 소비재. <i>모든 패스트푸드 출품작은 A03. 여행, 레저, 소매, 레스토랑 및 패스트푸드 체인에 출품해야 합니다.</i> A01. Consumer Goods All fast moving & durable consumer goods, including food and drinks, toiletries, cleaning products, other household goods, other FMCG, clothing and accessories, furniture, consumer electronics and cars and automotive products & services. <i>All fast food entries should go in A03. Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains.</i>	필수 <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG 권장(선택 사항) <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상 선택 사항 <ul style="list-style-type: none"> URL 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

<p>A02. 헬스케어 제약, OTC 약품, 건강.</p> <p><i>자선 단체/ 비영리 기관을 대상으로 제작한 작품의 경우 A06으로 출품해야 합니다. 비영리/ 자선 단체/ 정부.</i></p> <p>A02. Healthcare Pharma, OTC drugs, wellness.</p> <p><i>If the work has been created for a Charity/NFP then this should be entered into A06. Not-for-profit / Charity / Government.</i></p>	<p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Digital supporting content Digital supporting Images - JPG
<p>A03. 여행, 레저, 소매, 레스토랑 및 패스트푸드 체인 대중 교통 및 관광청을 포함한 모든 교통 및 여행 관련 서비스. 박물관, 페스티벌, 헬스클럽을 포함한 모든 엔터테인먼트 및 레저 관련 서비스. 온라인 소매상, 안경점, 미용실, 부동산 중개소를 포함한 모든 매장. 카페와 술집을 포함한 모든 레스토랑 및 패스트푸드 체인.</p> <p>A03. Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains All transport- and travel-related services, including public transport and tourism boards. All entertainment- and leisure-related services, including museums, festivals and gyms. All shops, including online retailers, opticians, hairdressers and estate agents. All restaurants and fast food chains, including cafés and bars.</p>	
<p>A04. 미디어/엔터테인먼트 음악, 영화, TV, 출판 및 매체, 책, 뉴스, 디지털 플랫폼, 기타 매체.</p> <p>A04. Media / Entertainment Music, film, television, publications & media, books, news, digital platforms, other media.</p>	
<p>A05. 소비자 서비스/B2B(Business to Business) 모든 상업적 공공 서비스, 법률, 금융, B2B 기술, 컨설팅 및 전문 서비스, 기타 비즈니스 서비스, 내부 및 기업 커뮤니케이션.</p> <p>A05. Consumer Services / Business to Business All commercial public services, legal, financial, B2B technology, consultancies & professional services, other business services, internal & corporate communications.</p>	
<p>A06. 비영리/자선 단체/정부 정부, 공보, NGO, 군대, 자선 단체, 비영리 단체.</p> <p><i>모든 CSR 작품은 관련 부문 및/또는 섹션 D. 문화 및 맥락의 D07. 기업 목적 및 사회적 책임 카테고리에 출품해야 합니다</i></p> <p>A06. Not-for-profit / Charity / Government Government, public information, NGOs, military, charities, non-profit organisations.</p> <p><i>All CSR work should be entered in the relevant sector and/or D07. Corporate Purpose & Social Responsibility category in Section D. Culture & Context.</i></p>	

<p>B. 채널</p> <p>이 카테고리의 출품작은 매체 크리에이티비티 및 채널 혁신이 심사됩니다. 즉 기존 형식을 뛰어넘어 매체 가능성을 넓힘으로써 브랜드 메시지를 효과적으로 전달하는 출품작이어야 합니다.</p> <p>B. Channels</p> <p>Work in these categories will be judged on media creativity and channel innovation. Work should unleash the media opportunities beyond existing formats to effectively communicate the brand message.</p>	<p>자료</p> <p>Materials</p>
<p>B01. 스크린 및 오디오 비주얼 플랫폼 사용</p> <p>TV, 주문형 비디오 플랫폼(VOD), 스트리밍 플랫폼 및 기타 온라인 서비스 공급업체 포함. TV 이외의 스크린에는 터치스크린, 동적 디지털 스크린, 인터랙티브 스크린, 반응형 디스플레이 등을 포함하되 이에 국한되지 않습니다.</p> <p>B01. Use of Screens & Audio Visual Platforms</p> <p>This includes but is not limited to TV, video-on-demand platforms (VOD), streaming platforms and other online service providers. Screens other than TV might include, but are not limited to, touchscreens, dynamic digital screens, interactive screens and responsive displays.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG
<p>B02. 오디오 플랫폼 사용</p> <p>라디오, 팟캐스트, 소셜 오디오 플랫폼, 기타 오디오 기술을 포함.</p> <p>B02. Use of Audio Platforms</p> <p>This includes but is not limited to radio, podcasts, social audio platforms and other audio technology.</p>	<p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Digital supporting content Digital supporting Images - JPG
<p>B03. 인쇄 사용</p> <p>다운로드 가능한 애플리케이션, QR 코드, AR, 3D 프린팅 등 디지털 및 인터랙티브 요소가 있는 신문, 잡지, 삽입 광고, 엽제지, 인쇄 출품작 등을 포함.</p> <p>B03. Use of Print</p> <p>The work in this category may include, but is not limited to, newspapers, magazines, inserts and trade journals, print work with digital and interactive elements such as downloadable applications, QR codes, AR and 3D printing.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상 데모 영상 실물 보조 자료 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

	<p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Case film Demo film Physical support material <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Digital supporting content Digital supporting Images - JPG
<p>B04. 옥외 사용 전통적 광고판 또는 포스터 장소, 버스 정류장, 월스케이프, 표준 광고 공간을 활용한 대중교통 광고를 포함.</p> <p>B04. Use of Outdoor Including traditional billboard or poster sites, bus shelters, wallsapes and transit advertising using standard advertising space.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Digital supporting content Digital supporting Images - JPG
<p>B05. 소규모 미디어 작은 물리적 물체 및 그 밖의 모든 휴대용(또는 크기가 그에 상당하는) 항목을 포함한 비우편 및 인쇄 콜라터럴.</p> <p><i>'소규모'란 배급 규모가 아니라 앰비언트 항목의 물리적 크기를 말합니다. 심사위원단이 체험할 수 있는 물리적 샘플을 보내 주십시오.</i></p> <p>B05. Small-Scale Media Non-mail and print collateral, including small physical objects and all other hand-held (or equivalent in size) items.</p> <p><i>'Small Scale' refers to the physical size of the ambient item, not the scale of the distribution. Please send physical samples for the jury to experience.</i></p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상 데모 영상 실물 보조 자료 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

	<p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Case film • Demo film • Physical support material <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • Digital supporting content • Digital supporting Images - JPG
<p>B06. 대형 미디어</p> <p>3D 및 비표준 형태의 장소, 개찰구, 사이니지, 벽면, 디지털 광고판, 윈도우 클링, 건물 래핑, 헬리콥터 배너 및 공간 또는 기존 영구 구조물을 활용하는 기타 집행을 포함하되 이에 국한되지 않는 비전통적 옥외/광고판.</p> <p><i>'대규모'란 배급 규모가 아니라 앰비언트 항목의 물리적 크기를 말합니다.</i></p> <p>B06. Large-Scale Media</p> <p>Non-traditional outdoor/billboards. This includes but is not limited to 3D and non-standard shaped sites, ticket barriers, signage, wallscape, digital billboards, window clings, building wrapping, helicopter banners and other executions that utilise a space or an existing permanent feature.</p> <p><i>'Large Scale' refers to the physical size of the ambient item or execution, not the scale of the distribution.</i></p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> • 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> • Digital presentation image - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • Digital supporting content • Digital supporting Images - JPG
<p>B07. 이벤트 & 스톤트 사용</p> <p>전통적 환경, 디지털 환경, 새로 등장하는 환경 내에서 스톤트, 이벤트, 이벤트 스폰서십, 대회, 판촉용 게임, 스트리트 아트, 게릴라 마케팅, 출시 파티, 라이브 쇼, 라이브 스트리밍 이벤트, 페스티벌, 콘서트, 스포츠 이벤트 등을 사용하는 출품작.</p> <p>B07. Use of Events & Stunts</p> <p>Work which uses stunts, events, event sponsorship, competitions, promotional games, street art, guerrilla marketing, launch parties, live shows, live streamed events, festivals, concerts, sporting events, etc. within traditional, digital and new emerging environments.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> • 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG • URL <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> • AR/VR 파일 • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 -
<p>B08. 디지털 플랫폼 사용</p> <p>매체 캠페인에서 온라인 플랫폼 또는 관련 기술과 디지털 환경의 활용. 여기에는 웹사이트, 검색 엔진, 전자상거래 플랫폼, 배너 광고, 인스턴트 메시징, 모바일 앱 등이 포함될 수 있습니다.</p> <p><i>소셜 미디어 주도 캠페인은 B10. 소셜 플랫폼 사용으로 출품해야 합니다.</i></p> <p>B08. Use of Digital Platforms</p> <p>Online platforms or associated technologies and the harnessing of a digital environment in a media campaign. These might include, but are not limited to, websites, search engines, ecommerce platforms, banner ads, instant messaging, mobile apps, etc.</p> <p><i>Social media-led campaigns should be entered in B10. Use of Social Platforms.</i></p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> • 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG • URL <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> • AR/VR 파일 • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 -

<p>B09. 모바일 사용 스마트폰, 태블릿, 블루투스, SMS, MMS, WAP, GPS, 모바일 게임 및 애플리케이션 등을 포함한 모바일 기술.</p> <p>B09. Use of Mobile Mobile technology including smartphones, tablets, Bluetooth, SMS, MMS, WAP, GPS, mobile games and applications, etc.</p>	<p>JPG</p> <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG URL <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> AR/VR files Digital supporting content Digital supporting Images - JPG
<p>B010. 소셜 플랫폼 사용 소셜 미디어, 브이로그, 블로그, Wiki, 콘텐츠 공유 사이트, 호스팅된 서비스 등을 사용하여 커뮤니티/소비자와의 관계를 창출 및/또는 강화하는 출판물. 소셜 데이터와 관련 타겟팅 방법의 전략적 사용을 통해 얻은 인사이트도 심사됩니다.</p> <p><i>이 카테고리에 출판하는 출판물은 소셜 미디어에 진출한 캠페인과는 달리 소셜 플랫폼에서 계획 및 집행되어야 합니다.</i></p> <p>B010. Use of Social Platforms Work that uses social media, vlogs, blogs, wikis, content-sharing sites, hosted services, etc. to create and/or enhance relationships with a community/consumers. Insights gained through the strategic use of social data and associated targeting methods will also be considered.</p> <p><i>Work entered in this category should be planned and executed on social platforms as opposed to campaigns that went social.</i></p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG URL <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG URL
<p>B11. 혁신적 인플루언서 사용 인플루언서를 크리에이티브이고 혁신적으로 사용하여 특정 청중에 대한 브랜드 메시지 및 인지도를 촉진하고 비즈니스 결과를 증진.</p> <p>B11. Innovative Use of Influencers The creative and innovative use of influencers to drive brand message and awareness to a specific audience and/or to drive business results.</p>	<p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital supporting content Digital supporting Images - JPG
<p>B12. 뉴 리얼리티 및 신흥 기술 기존 기술이나 신기술을 사용하여 매체 캠페인을 집행 또는 지원함으로써 기존 플랫폼이나 매체 형식의 경계를 넓힘. AR, VR, AI, 웨어러블 기술 및 모바일 기기, 음성 기술, 블록체인 기술, 게임화, 가상 세계, 메타버스 및 그 밖의 모든 신흥 플랫폼 등을 포함. 초기 단계 기술의 시제품은 포함되지 않음.</p> <p>B12. New Realities & Emerging Tech Use of existing or new technology to execute or support a media campaign, which creatively pushes the boundaries of existing platforms or media formats. Including but not limited to AR, VR, AI, wearable tech and mobile devices, voice technology, blockchain technology, gamification, virtual worlds, metaverse and all other emerging platforms. Does not include prototypes of early-stage technology.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL AR/VR 파일 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

	<p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL AR/VR files Digital supporting content Digital supporting Images - JPG
<p>B13. 리테일 미디어 신설</p> <p>리테일러가 보유한 채널(웹사이트, 앱, 매장 내 디스플레이 등)을 전략적으로 활용하여, 소비자의 주요 의사결정 순간에 효과적으로 참여를 유도하고, 표적화된 인사이트를 통해 브랜드의 연관성을 높이며 측정 가능한 비즈니스 성과를 창출한 브랜드.</p> <p>B13. Retail Media NEW</p> <p>Brands that strategically harness retailer-owned channels (such as websites, apps and in-store displays) to engage consumers at crucial decision-making moments, using targeted insights to enhance brand relevance and drive measurable business outcomes.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Digital supporting content Digital supporting Images - JPG

<p>C. 인사이트 및 매체 전략</p> <p>이 카테고리의 출품작은 인사이트와 데이터가 소비자의 참여를 유도하는 콘텐츠의 성공적 배치 및 미디어 집행에 얼마나 기여하였는지 보여주어야 함. 출품작은 타겟 청중의 참여도를 얼마나 잘 보여주었는지를 기준으로 심사됨. 이러한 카테고리의 출품작은 콘텐츠 자체로 평가받는 것이 아니라, 콘텐츠를 제작, 활용, 의미 강화하는 미디어의 역할에 따라 평가받는다는 점에 유의해야 함.</p> <p>C. Insights & Media Strategy</p> <p>Work in these categories should demonstrate how insights and data contributed to the successful placement and media execution of content used to engage with consumers. The work will be judged on how successfully it demonstrates target-audience-related engagement. Please note that the work in these categories will not be judged on the content itself, but the role of media in creating, leveraging and amplifying the content.</p>	<p>자료</p> <p>Materials</p>
<p>C01. 청중 인사이트</p> <p>맞춤형 매체 전략 개발을 위해 청중 인사이트를 사용하고 소비자 행동 또는 니즈 이해. 이 카테고리의 출품작은 이러한 인사이트가 매체 캠페인의 효과에 어떻게 기여했고 실질적 영향을 만들어 냈는지 보여주어야 합니다.</p> <p>C01. Audience Insights</p> <p>The use of audience insights and understanding of consumer behaviours or needs in order to develop a customised media strategy. The work in this category should demonstrate how these insights contributed to the effectiveness of the media campaign and generated real impact.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG
<p>C02. 브랜드 또는 제품의 프로그램 또는 플랫폼 통합 사용</p> <p>영화, TV, 미니 시리즈, 웹 시리즈, 뮤직비디오, 스트리밍 서비스, 스폰서십 등에서의 제품 배치 및 브랜딩 등을 포함.</p> <p>C02. Use of Brand or Product Integration into a Programme or Platform</p> <p>Including, but not limited to, product placement and branding in film, TV, mini-series, web series, music video, streaming services, sponsorship, etc.</p>	<p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Case film
<p>C03. 데이터 기반 타겟팅</p> <p>크리에이티브 데이터 사용 또는 데이터 기반의 효과적인 타겟팅의 해석. 출품작은 얼마나 계획적 타겟팅에 기여하거나 타겟, 브랜드 메시지 또는 채널을 정의하는 데 도움이 되는 중요한 정량적 인사이트 제공했는지 보여 주어야 합니다.</p> <p>C03. Data-Driven Targeting</p> <p>The creative use or interpretation of data-driven effective targeting. The work should demonstrate how data either contributing to programmatic targeting or providing a key quantitative insight that helped define the target, brand message or channel.</p>	<p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Digital supporting content Digital supporting Images - JPG
<p>C04. 디지털 또는 소셜용으로 창작된 브랜드 콘텐츠 사용</p> <p>브랜드 소셜 미디어, 웹사이트, 마이크로사이트, 모바일 애플리케이션, 게임, 네이티브 광고 등 포함.</p> <p>C04. Use of Branded Content created for Digital or Social</p> <p>Including branded social media, websites, microsites, mobile applications, games, native advertising, etc.</p>	

<p>C05. 데이터 통합</p> <p>데이터의 크리에이티브 해석을 통해 다양한 스트림을 통합하여 크리에이티브 캠페인 또는 브랜드 전략의 계획 단계부터 전달 단계까지 새로운 인사이트 제공.</p> <p>C05. Data Integration</p> <p>The creative interpretation of data to demonstrate how different streams were integrated to provide new insights from planning through to delivery of a creative campaign or brand strategy.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Digital supporting content Digital supporting Images - JPG
<p>C06. 브랜드 IP의 공동 제작</p> <p>매체 파트너와 협업하여 새로운 IP와 브랜드 또는 제품과 공유하는 IP를 만들어 참여와 구체적인 비즈니스 결과를 촉진. 출품작은 통합된 업무 관계가 얼마나 효과적이었고 상호 이익이 되었는지 보여 주어야 합니다.</p> <p>C06. Co-creation of Branded IP</p> <p>The creation of a new and shared piece of IP by a brand or product in collaboration with its media partners to drive engagement and specific business results. The work should demonstrate how effective and mutually beneficial the unified working relationship was.</p>	

<p>D. 문화 및 맥락</p> <p>문화적 인사이트와 지역적 맥락을 통해 생명력을 얻는 출품작.</p> <p>D. Culture & Context</p> <p>Work that is brought to life through cultural insights and regional context.</p>	<p>자료</p> <p>Materials</p>
<p>D01. 로컬 브랜드</p> <p>특정 지역 내에서만 유통되는 브랜드에 대한 출품작. 명확히 정의된 지역 내 타깃 청중에게 공감과 반향을 일으킨 작품이어야 합니다.</p> <p>D01. Local Brand</p> <p>Work for brands distributed solely within a specific locality. The work should resonate with a clearly defined, local target audience.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Digital supporting content Digital supporting Images - JPG
<p>D02. 챌린저 브랜드</p> <p>경쟁업체의 압력에 대응하여 크리에이티브로 접근 방식을 조정하고 현상을 타파하는 진보적 사고와 혁신적 크리에이티비티를 사용하는 획기적 작품을 만들어내는 브랜드.</p> <p>D02. Challenger Brand</p> <p>Brands which have creatively adapted their approach in response to competitor pressure by challenging the status quo to create game-changing work that uses progressive thinking and innovative creativity.</p>	
<p>D03. 단일 시장 캠페인</p> <p>단일 국가/지역/시장에서만 방영되거나 집행된 출품작. 출품작은 특정 표적 시장에 맞게 작품을 어떻게 고안했는지 설명해야 합니다.</p> <p>D03. Single-market Campaign</p> <p>Work that only aired or ran in a single country / region / market. The work should describe how it was designed for the specific target market.</p>	

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

<p>D04. 소셜 행동 및 문화적 인사이트</p> <p>특정 지역 또는 지방에서 발견되는 아이디어, 관습, 가치 및 라이프스타일에서 비롯된 식별 가능한 사회적 행동을 통해 특정 청중/커뮤니티에서 영감을 받은 작품. 작품은 소비자 행동에 대한 인사이트를 활용하여 브랜드와 강력한 연결을 형성할 수 있는 방법을 보여줘야 합니다.</p> <p>D04. Social Behaviour</p> <p>Work inspired by a specific audience or community, relying on identifiable social behaviour. The work should demonstrate how leveraging insights into consumer behaviour can create a powerful connection with a brand.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Digital supporting content Digital supporting Images - JPG
<p>D05. 유머 사용</p> <p>브랜드 커뮤니케이션에 유머 기술을 담아낸 작품. 캠페인에 재치, 풍자, 기발함을 녹여내어 청중과 공감대를 형성하면서도 즐거움을 주고, 기억에 남으며, 웃음을 유발하는 작품.</p> <p>D05. Use of Humour</p> <p>Work that celebrates the art of humour in branded communications. Infusing wit, satire, and cleverness into campaigns that provide amusement and create memorable, laughter-inducing connections with audiences.</p>	
<p>D06. 예산 돌파구</p> <p>시장 및/또는 업계와 관련된 많지 않은 예산 및/또는 자원을 크리에이티브로 사용하여 최대의 효과 창출. 작품은 제한된 자원에도 불구하고 참신한 인사이트, 영리한 지출, 설득력 있는 전략적 사고로 비즈니스 문제를 어떻게 해결했는지 보여 주어야 합니다.</p> <p>D06. Breakthrough on a Budget</p> <p>Creative use of modest budgets and/or resources in relation to the market and/or industry to create maximum impact. The work should demonstrate how fresh insight, smart spending and compelling strategic thinking solved a business problem despite limited resources.</p>	
<p>D07. 기업 목적 및 사회적 책임</p> <p>사회, 윤리, 환경 문제를 다루는 목적 지향적 작품/브랜드 행동주의. 작품은 브랜드의 목적이 고객을 문화에 연결함으로써 어떻게 가치를 창출하고 지역사회에 영향을 주었는지 보여 주어야 합니다.</p> <p><i>모든 비영리, 자선 단체, 정부 관련 작품은 해당 부문 및/또는 섹션 A. 미디어 부문의 A06. 비영리/자선 단체/정부 카테고리 제출해 주십시오.</i></p> <p>D07. Corporate Purpose & Social Responsibility</p> <p>Purpose-driven work or brand activism which address social, ethical and environmental issues. The work should demonstrate how the brand's purpose has created value and affected communities by connecting customers to culture.</p> <p><i>All not-for-profit, charity or government work should be entered in the relevant sector and/or A06. Not-for-profit / Charity / Government category in section A. Media Sectors.</i></p>	
<p>D08. 시장 교란</p> <p>현지/지역/글로벌 문제에 대응하여 전략을 조정하고 고객에 대한 배려를 보여 주는 가운데 브랜드를 전달하는 새로운 방법을 수용한 브랜드.</p> <p>D08. Market Disruption</p> <p>Brands that have creatively adapted their strategy in response to local / regional / global issues, embracing new ways of delivering their brand while showing consideration for the consumer.</p>	

D09. 문화 참여 신설

문화적 기반이 된 공동체 내 실제 경험에 근거한 전략적 솔루션을 중심으로 기획된 작품. 정체성(예: 장애, 성별, 인종, 성적 지향, 연령)에 대한 근본적 관점을 형성하는 관습, 행동, 전통의 미묘한 차이를 반영하고 이를 해석한 작품. 이러한 인사이트는 청중이 브랜드와 미디어 경험을 선택하는 방식을 드러내며, 성장과 임팩트를 이끌어냅니다.

D09. Cultural Engagement NEW

Work crafted around strategic solutions rooted in the lived experiences of culturally grounded communities. Work which reflects and translates the nuances of customs, behaviours, and traditions that shape foundational perspectives on identity (e.g. disability, gender, race, orientation, age). Such insights reveal how audiences choose brands and media experiences, driving growth and impact.

<p>E. 매체 우수성</p> <p>매체 활용을 통해 브랜드 메시지를 전달하거나, 행동을 변화시키거나, 대규모 소비자 참여를 이끌어내는 독창성과 탁월한 솜씨를 보여 주는 작품작.</p> <p>이 섹션의 작품작은 Independent Media Agencies 또는 Media Network나 Independent Media Network가 소유한 회사만 제출하고 비용을 지불 받을 수 있습니다. 이 섹션의 각 카테고리에는 동일 작품을 한 번만 출품할 수 있습니다.</p> <p>E. Excellence in Media</p> <p>Work that exhibits ingenuity and outstanding craftsmanship in harnessing media to deliver a brand message, change behaviour or engage consumers at scale.</p> <p>The work in this section can only be submitted and paid for by Independent Media Agencies or companies owned by a Media Network or Independent Media Network. The same piece of work can be entered only once in each category within this Section.</p>	<p>자료</p> <p>Materials</p>
<p>E01. 매체 인사이트 및 전략</p> <p>브랜드의 구체적인 비즈니스 목표, 마케팅 목표, 전체적 포지셔닝을 달성하는 맞춤형 매체 전략 개발을 위한 인사이트 활용과 소비자 행동/니즈 이해.</p> <p>E01. Media Insights & Strategy</p> <p>The use of unlocked insights and understanding of consumer behaviour/needs in order to develop a customised media strategy to meet a brand's specific business objectives, marketing goals and overall positioning.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG
<p>E02. 매체 기획</p> <p>깊이 있는 청중 인사이트와 크리에이티브 매체 채널 사용에 기반하여 브랜드 메시지를 전달하는 매체 플랫폼 소싱 및 선택. 작품작은 원하는 반응을 끌어내기 위한 메시지 도달 범위, 침투율, 빈도를 자세히 설명해야 합니다.</p> <p>E02. Media Planning</p> <p>Sourcing and selection of media platforms to deliver a brand's message based on deep audience insight and creative use of media channels. The work should detail the reach, penetration and frequency of the message to generate the desired response.</p>	<p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Case film
<p>E03. 매체 집행</p> <p>출품작은 매체 사고와 매체 소유주와의 능숙한 협상이 선택된 채널에서의 캠페인 집행에 어떻게 기여했고 비즈니스 목표를 어떻게 달성했는지 보여 주어야 합니다. 심사 과정에서는 브랜드 스토리텔링의 일부로서 매체 채널의 효과적 사용과 크리에이티브 전달을 고려합니다.</p> <p>E03. Media Execution</p> <p>The work should demonstrate how media thinking and skilful negotiations with media owners contributed to the execution of a campaign strategy across selected channels and achieved business goals. Consideration will be given to effective use of media channels as part of the brand storytelling and to the creative delivery.</p>	<p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Digital supporting content Digital supporting Images - JPG

<p>E04. 채널 통합 사용</p> <p>여러 브랜드 접점을 연결함으로써 선택한 매체 채널들의 경계를 성공적으로 허물어 다양한 매체의 상호 보완과 상호 기반을 통해 명확한 브랜드 목표를 어떻게 달성하는지 보여 주는 작품.</p> <p><i>이 카테고리의 작품은 캠페인에서 여러 유형의 매체(예. 스크린, 소셜, 옥외, 인쇄, 뉴 리얼리티 등)가 사용되었음을 보여 주어야 합니다.</i></p> <p>E04. Use of Channel Integration</p> <p>Work which connects multiple brand touch-points, successfully blurring the line between chosen media channels and demonstrating how the different mediums complement and build on each other to cut through and deliver results on clear brand objectives.</p> <p><i>The work in this category must show that multiple types of media were used in the campaign (e.g. screens, social, outdoor, print, new realities).</i></p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Digital supporting content Digital supporting Images - JPG
<p>E05. 데이터 및 분석 사용</p> <p>미디어 전략의 기반을 형성하거나 목표와 브랜드 메시지 또는 채널 설정에 도움이 되는 인사이트를 발견하기 위해 데이터 및 분석을 적용. 작품은 조사 또는 인사이트의 증거, 사고의 품질, 전략의 개발을 제공해야 합니다.</p> <p>E05. Use of Data & Analytics</p> <p>The application of data and analytics to form the basis of a media strategy or drive insights that help define the target, brand message or channel. The work should provide evidence of research or insight, quality of thinking and the development of a strategy.</p>	

음악

Music

음악 스파이크스는 크리에이티브한 음악 협업과 브랜드 음악 콘텐츠에 주어지는 상입니다.

출품작은 브랜드를 위한 오리지널 음악 제작, 프로모션 또는 배급을 보여 주어야 합니다. 즉 녹음 아티스트나 플랫폼을 크리에이티브로 활용하여 소비자들과 소통하는 출품작이어야 합니다.

- 심사 과정에서 여러 가지 기준이 고려되며, 다음과 같이 가중치가 부여됩니다. 20% 전략 및 인사이트, 30% 크리에이티브 아이디어, 30% 기교 및 집행, 20% 결과.
- 브랜드는 연예인, 아티스트, 크리에이터, 인플루언서, 조직, 스폰서, 플랫폼, 미디어 소유자, 권리 보유자, 또는 음악 산업과 관련된 제품과 콘텐츠를 제작하고 배급하는 주체를 말합니다.
- 선택한 카테고리가 연관성이 있는 한 음악 스파이크스에 동일 작품을 출품할 수 있는 횟수에는 제한이 없습니다.
- 모든 사례 영상, 데모 영상, 오리지널 콘텐츠에는 자막을 포함하는 것을 강력히 권장합니다.

The Music Spikes celebrate creative musical collaborations and branded music content.

The work should demonstrate original production, promotion or distribution of music for brands. Work that creatively leverage a recording artist or platform to communicate with consumers.

- A number of criteria will be considered during judging, weighted as follows: 20% strategy & insight; 30% creative idea; 30% craft & execution; 20% results.
- Brands refers to talent, artists, creators, influencers, organisations, sponsors, platforms, media owners, rights holders or any entity that produces and distributes products and content related to the music industry.
- There is no overall limit to how many times the same piece of work can be entered into the Music Spikes as long as the categories chosen are relevant.
- Subtitles are highly recommended on all case films, films, demo films and original content.

A. 음악용 브랜드 콘텐츠 A. Branded Content for Music	자료 Materials
A01. 뮤직비디오 우수성 독창적 뮤직비디오와 인터랙티브 뮤직비디오의 탁월한 예를 보여 주어야 합니다. A01. Excellence in Music Video Exceptional examples of original music videos and interactive music videos.	필수 <ul style="list-style-type: none"> • 독창적 콘텐츠 선택 사항 <ul style="list-style-type: none"> • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 - JPG Compulsory <ul style="list-style-type: none"> • Original content Optional <ul style="list-style-type: none"> • URL • Digital supporting content • Digital supporting Images - JPG

<p>A02. 브랜드 또는 제품과 음악 콘텐츠 통합 적절하고 공생적인 브랜드와 뮤직비디오 또는 기타 음악 콘텐츠 통합.</p> <p>A02. Brand or Product Integration into Music Content Relevant and symbiotic brand integration into music videos or other music content.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 독창적 콘텐츠 <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Original content <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Case film
<p>A03. 오리지널 작곡의 사용 브랜드에서 사용하기 위해 특별히 창작된 오리지널 음악 작곡의 효과와 성공. 음반 자체의 예술적 성과와 더불어 브랜드 콘텐츠에서의 성공적인 사용이 고려됨.</p> <p>A03. Use of Original Composition The impact and success of original music compositions created specifically for a brand's use. The artistic achievement of the track itself will be considered, as well as its successful use in branded content.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 독창적 콘텐츠 <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Original content <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Case film
<p>A04. 라이선스/편곡 음악의 사용 라이선스 또는 편곡되었지만 특별히 브랜드의 커뮤니케이션에 사용하기 위해 창작되지 않은 트랙의 배치. 브랜드를 위한 음악의 소싱 및 적합성이 심사됩니다.</p> <p>A04. Use of Licensed/Adapted Music Placement of a track that has been licensed or adapted by, but not specifically created for, a brand for use in its communications. The sourcing and suitability of the music for the brand will be considered.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 독창적 콘텐츠 <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Original content <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Case film

<p>B. 음악 주도 브랜드 경험 B. Music-Led Brand Experience</p>	<p>자료 Materials</p>
<p>B01. 음악 라이브 경험 실제 또는 가상 세계에서 진행되는 콘서트, 스텐트, 설치, 활성화 등을 포함하되 이에 국한되지 않는 음악이 핵심인 경험의 디자인 및 제작.</p> <p>B01. Live Music Experience The design and production of experiences with music at the core. This may include but is not limited to concerts, stunts, installations and activations held physically or within virtual worlds.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL AR/VR 파일 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Case film

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

SPIKES ASIA AWARDS 2026

엔트리 키트 1: 음악

ENTRY KIT 1 : MUSIC



	<p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> • URL • AR/VR files • Digital supporting content • Digital supporting Images - JPG
--	--

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

C. 커뮤니티 C. Community	자료 Materials
<p>C01. 팬 참여/커뮤니티 구축 아티스트의 팬층을 구축하고 참여를 유도하여 커뮤니티 활동과 브랜드 호감도를 높이기 위한 전략적 이니셔티브.</p> <p>C01. Fan Engagement/Community Building Strategic initiatives designed to build and engage an artist's fanbase, enhancing community activity and brand affinity.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG
<p>C02. 인플루언서 및 공동 제작 콘텐츠 크리에이터 및/또는 인플루언서의 크리에이티브이고 혁신적인 사용을 통해 게이밍 커뮤니티 내에서 브랜드 메시지를 강화하고 특정 청중과 교감. 여기에는 협업, 스폰서 콘텐츠, 사용자 생성 콘텐츠 등이 포함될 수 있습니다.</p> <p>C02. Influencer & Co-Creation The creative and innovative use of content creators, streamers and/or influencers to drive a brand's message and engage with a specific audience through music. This may include, but is not limited to, collaborations, sponsored content and user-generated content.</p>	<p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Case film
<p>C03. 브랜드 파트너십, 스폰서십, 협업 음악, 브랜드 콘텐츠, 엔터테인먼트를 활용하여 특정 비즈니스 목표를 달성하고 모든 관계자와 상호 이익을 얻기 위한 전략적 브랜드 파트너십 및 협업.</p> <p>C03. Brand Partnerships, Sponsorships & Collaborations Strategic brand partnerships and collaborations that leverage music, branded content and entertainment to meet specific business goals and mutually benefit everyone involved.</p>	<p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Digital supporting content Digital supporting Images - JPG

D. 음악 혁신 D. Innovation in Music	자료 Materials
<p>D01. 음악 혁신</p> <p>브랜드 또는 아티스트를 위한 음악 플랫폼 및 기술의 혁신적 사용. 스트리밍 플랫폼, 비디오 호스팅 서비스, 가상 세계, 재생 목록 전략, 앱, 웨어러블을 포함. 심사에서는 브랜드의 콘텐츠와 그 제품 또는 서비스를 강화하는 기술의 창의적 활용에 중점을 둡니다. 초기 단계 기술의 시제품은 포함되지 않음.</p> <p>D01. Innovative in Music</p> <p>The innovative use of music platforms and technology for a brand or artist. This could include, but not be limited to, streaming platforms, video hosting services, virtual worlds, playlist strategies, apps and wearables. Focus will be placed on the creative application of technology to enrich a brand's content and its product or service. Does not include prototypes of early-stage technology.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL AR/VR 파일 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL AR/VR files Digital supporting content Digital supporting Images - JPG

옥외

Outdoor

옥외 스파이크스는 옥외에서 경험하는 크리에이티비티에 주어지는 상입니다.

출품작은 현장에서 교감하는 아이디어를 보여 주어야 합니다. 즉 공공 공간을 활용하여 메시지를 전달하거나 소비자가 브랜드 경험에 몰입하게 만드는 출품작이어야 합니다.

- 심사 기준으로는 주로 아이디어와 집행이 고려됩니다.
- 선택한 카테고리가 연관성이 있는 한 옥외에 동일 작품을 출품할 수 있는 횟수에는 제한이 없습니다. 다만 'A. 부문: 광고판' 및/또는 'B. 부문: 포스터'에는 동일 작품을 한 번만 출품할 수 있습니다.
- 섹션 A와 B에서 각 집행은 1회 출품에 해당하며, 모든 집행은 출품 기간 내에 이루어져야 합니다.
- 섹션 C, D, E에서는 여러 번의 집행을 1회 출품으로 출품할 수 있지만 모든 옥외 집행은 출품 기간 내에 이루어져야 합니다.
- 모든 사례 영상, 데모 영상, 오리지널 콘텐츠에는 자막을 포함하는 것을 강력히 권장합니다.

The Outdoor Spikes celebrate creativity experienced out of home.

The work should demonstrate ideas that engage in the field. Work that leverages public spaces to communicate a message or immerse consumers in a brand experience.

- The main criteria considered during judging will be the idea, the execution and the impact.
- There is no overall limit to how many times the same piece of work can be entered into Outdoor as long as the categories chosen are relevant. However, the same piece of work may only be entered once in 'A. Sectors: Billboards' and/or 'B. Sectors: Posters'.
- In sections A and B each execution constitutes one entry and all executions must have run within the eligibility period.
- In Sections C, D, and E multiple executions can be entered as one entry however all Outdoor executions must have run within the eligibility period.
- Subtitles are highly recommended on all case films, films, demo films and original content.

<p>A. 광고판: 부문</p> <p>도로변, 고속도로, 환승 구역 등 표준 광고판 공간을 위해 만들어진 고전적인 이차원 광고판 및 정적인 디지털 광고판이 포함되나 이에 국한되지 않습니다.</p> <p>A. Billboards: Sectors</p> <p>Classic two dimensional sheet and static digital billboards made for standard billboard spaces. This may include, but is not limited to, roadsides, highways and transit sides.</p>	<p>자료</p> <p>Materials</p>
<p>A01. 소비재</p> <p>식품 및 음료, 육식 용품, 청소 용품, 기타 가정용 제품, 기타 FMCG, 의류 및 액세서리, 가구, 소비자 가전, 자동차 및 자동차 제품 및 서비스를 포함한 일상 소비재와 내구 소비재.</p> <p><i>모든 패스트푸드 출품작은 A03. 여행, 레저, 소매, 레스토랑 및 패스트푸드 체인에 출품해야 합니다.</i></p> <p>A01. Consumer Goods</p> <p>All fast moving & durable consumer goods, including food and drinks, toiletries, cleaning products, other household goods, other FMCG, clothing and accessories, furniture, consumer electronics, cars and automotive products & services.</p> <p><i>All fast food entries should go in A03. Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains</i></p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> • 디지털 증빙 자료 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> • Digital proof - JPG

<div><div>A02. 헬스케어</div><div>제약, OTC 약품, 건강.</div><div>자선 단체/비영리 기관을 대상으로 제작한 작품작의 경우 A06으로 출품해야 합니다. 비영리/자선 단체/정부.</div><div>A02. Healthcare</div><div>Pharma, OTC drugs, wellness.</div><div>If the work has been created for a Charity/NFP then this should be entered into A06. Not-for-profit / Charity / Government.</div></div>	<div><div>필수</div><div><ul style="list-style-type: none">디지털 증빙 자료 - JPG</div><div><div>선택 사항</div><div><ul style="list-style-type: none">디지털 보조 이미지 - JPG</div></div><div><div>Compulsory</div><div><ul style="list-style-type: none">Digital proof - JPG</div></div><div><div>Optional</div><div><ul style="list-style-type: none">Digital Supporting Images JPG</div></div></div>
<div><div>A03. 여행, 레저, 소매, 레스토랑 및 패스트푸드 체인</div><div>대중 교통 및 관광청을 포함한 모든 교통 및 여행 관련 서비스. 박물관, 페스티벌, 헬스클럽을 포함한 모든 엔터테인먼트 및 레저 관련 서비스. 온라인 소매상, 안경점, 미용실, 부동산 중개소를 포함한 모든 매장. 카페와 술집을 포함한 모든 레스토랑 및 패스트푸드 체인.</div><div>A03. Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains</div><div>All transport- and travel-related services, including public transport and tourism boards. All entertainment- and leisure-related services, including museums, festivals and gyms. All shops, including online retailers, opticians, hairdressers and estate agents. All restaurants and fast food chains, including cafés and bars.</div></div>	
<div><div>A04. 미디어/엔터테인먼트</div><div>음악, 영화, TV, 출판 및 매체, 책, 뉴스, 디지털 플랫폼, 기타 매체.</div><div>A04. Media / Entertainment</div><div>Music, film, television, publications & media, books, news, digital platforms, other media.</div></div>	
<div><div>A05. 소비자 서비스/B2B(Business to Business)</div><div>모든 상업적 공공 서비스, 법률, 금융, B2B 기술, 컨설팅 및 전문 서비스, 기타 비즈니스 서비스, 내부 및 기업 커뮤니케이션.</div><div>A05. Consumer Services / Business to Business</div><div>All commercial public services, legal, financial, B2B technology, consultancies & professional services, other business services, internal & corporate communications.</div></div>	
<div><div>A06. 비영리/자선 단체/정부</div><div>정부, 공보, NGO, 군대, 자선 단체, 비영리 단체.</div><div>모든 CSR 작품작은 관련 부문 및/또는 섹션 E. 문화 및 맥락의 E07. 기업 목적 및 사회적 책임 카테고리에 출품해야 합니다</div><div>A06. Not-for-profit / Charity / Government</div><div>Government, public information, NGOs, military, charities, non-profit organisations.</div><div>All CSR work should be entered in the relevant sector and/or E07. Corporate Purpose & Social Responsibility category in section E. Culture & Context</div></div>	

B. 포스터: 부문 슈퍼마켓, 쇼핑몰, 공항과 같은 공공 공간을 위해 만들어진 고전적 포스터 및 정적 디지털 포스터. B. Posters: Sectors Classic sheet and static digital posters made for public spaces. e.g. supermarkets, shopping malls, airports.	자료 Materials
B01. 소비재 식품 및 음료, 욕실 용품, 청소 용품, 기타 가정용 제품, 기타 FMCG, 의류 및 액세서리, 가구, 소비자 가전, 자동차 및 자동차 제품 및 서비스를 포함한 일상 소비재와 내구 소비재. <i>모든 패스트푸드 출품작은 B03. 여행, 레저, 소매, 레스토랑 및 패스트푸드 체인에 출품해야 합니다.</i> B01. Consumer Goods All fast moving & durable consumer goods, including food and drinks, toiletries, cleaning products, other household goods, other FMCG, clothing and accessories, furniture, consumer electronics, cars and automotive products & services. <i>All fast food entries should go in B03. Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains</i>	필수 <ul style="list-style-type: none"> 디지털 증빙 자료 - JPG Compulsory <ul style="list-style-type: none"> Digital proof - JPG
B02. 헬스케어 제약, OTC 약품, 건강. <i>자선 단체/비영리 기관을 대상으로 제작한 출품작의 경우 B06으로 출품해야 합니다. 비영리/자선 단체/정부.</i> B02. Healthcare Pharma, OTC drugs, wellness. <i>If the work has been created for a Charity/NFP then this should be entered into B06. Not-for-profit / Charity / Government.</i>	
B03. 여행, 레저, 소매, 레스토랑 및 패스트푸드 체인 대중 교통 및 관광청을 포함한 모든 교통 및 여행 관련 서비스. 박물관, 페스티벌, 헬스클럽을 포함한 모든 엔터테인먼트 및 레저 관련 서비스. 온라인 소매상, 안경점, 미용실, 부동산 중개소를 포함한 모든 매장. 카페와 술집을 포함한 모든 레스토랑 및 패스트푸드 체인. B03. Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains All transport- and travel-related services, including public transport and tourism boards. All entertainment- and leisure-related services, including museums, festivals and gyms. All shops, including online retailers, opticians, hairdressers and estate agents. All restaurants and fast food chains, including cafés and bars.	
B04. 미디어/엔터테인먼트 음악, 영화, TV, 출판 및 매체, 책, 뉴스, 디지털 플랫폼, 기타 매체. B04. Media / Entertainment Music, film, television, publications & media, books, news, digital platforms, other media.	
B05. 소비자 서비스/B2B(Business to Business) 모든 상업적 공공 서비스, 법률, 금융, B2B 기술, 컨설팅 및 전문 서비스, 기타 비즈니스 서비스, 내부 및 기업 커뮤니케이션. B05. Consumer Services / Business to Business All commercial public services, legal, financial, B2B technology, consultancies & professional services, other business services, internal & corporate communications.	

<p>B06. 비영리/자선 단체/정부 정부, 공보, NGO, 군대, 자선 단체, 비영리 단체.</p> <p><i>모든 CSR 출품작은 관련 부문 및/또는 섹션 E. 문화 및 맥락의 E07. 기업 목적 및 사회적 책임 카테고리에 출품해야 합니다</i></p> <p>B06. Not-for-profit / Charity / Government Government, public information, NGOs, military, charities, non-profit organisations.</p> <p><i>All CSR work should be entered in the relevant sector and/or E07. Corporate Purpose & Social Responsibility category in section E. Culture & Context</i></p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 증빙 자료 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital proof - JPG
<p>C. 앰비언트 및 익스피어리언스 공공장소, 사물 및 환경을 활용하는 모든 표준, 비표준 및 자유 형식의 옥외 광고 작품. 정적 디지털 광고판/포스터의 경우 A. 광고판: 부문 또는 B. 포스터: 부문에 출품하십시오.</p> <p>C. Ambient & Experiential All standard, non-standard and free-format out-of-home work that leverages the use of public spaces, objects and environments. For static digital billboards/posters please enter A. Billboards: Sectors or B. Posters: Sectors.</p>	<p>자료 Materials</p>
<p>C01. 디스플레이 옥외 환경에서 의미 있는 브랜드 효과를 내기 위해 고안된 오브젝트와 홍보 아트워크를 포함한 디스플레이 상의 콘텐츠. 전시, 설치, 매장 내 디스플레이 등 작품을 공공 공간에서 볼 수 있습니다.</p> <p>C01. Displays Content on display including objects and promotional artwork designed to make a significant brand impact within the out of home environment. Work may be viewable in public spaces including exhibitions, installations and in-store displays.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 시상식용 영상
<p>C02. 인터랙티브/동적 디지털 스크린 디지털 옥외 광고(DOOH)로, 선형적 영화/콘텐츠 또는 애니메이션을 포함하거나 상호 작용 및 적극적인 소비자 참여가 필요한 디지털 터치스크린, 모션 기술, 소셜 미디어, 모바일 애니메이션 사용을 포함해야 함.</p> <p>C02. Interactive/Dynamic Digital Screens Digital out of home (DOOH) that requires either linear motion picture/content or animation or interaction and active consumer engagement using digital touchscreens, motion technology, social media and mobile animation.</p>	<p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG
<p>C03. 특수 광고 건물 외부, 길거리 가구, 환경 및 대규모 사이니지를 포함한 옥외 광고 장소의 물리적 건축 및 개조. 초대형 부지, 팝업 매장, 3D/비표준 형태의 부지, 개찰구 및 바닥 매체 등 포함.</p> <p>C03. Special Build Physical constructions and adaptations of out of home sites including building exteriors, street furniture, the environment and large scale signage. This could include, but not limited to, supersize sites, pop-up shops, 3D / non-standard shaped sites, ticket barriers and floor media.</p>	<p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Demo film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Digital supporting content Digital Supporting Image - JPG
<p>C04. 라이브 광고 및 이벤트 광고주 측의 라이브 광고, 이벤트 등을 청중이 실시간으로 보게 되는 옥외 활성화. 출품작에는 라이브 공연, 시연, 브랜드 콘서트, 홍보 이벤트 등이 포함될 수 있습니다.</p> <p>C04. Live Advertising & Events Out of home activations that involve something live on the part of the advertiser and are witnessed by an audience in real-time. The work may include, but is not limited to live performances, demonstrations, branded concerts and promotional events.</p>	

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

<p>C05. 인터랙티브 경험 신설</p> <p>소비자가 직접 참여하는 옥외 체험형 캠페인. 체험형 마케팅, AR, MR, 소비자 및 청중 참여, 물리적 상호작용, 인터랙티브 게임 등을 포함하되 이에 국한되지 않습니다.</p> <p>C05. Interactive Experiences NEW</p> <p>Out-of-home activations that involve consumers. The work may include experiential marketing, AR, MR, consumer and audience participation, physical interaction and interactive games.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 시상식용 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Demo film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Digital supporting content Digital Supporting Image - JPG
<p>C06. 교통</p> <p>차량이나 환승 구역/장소를 사용한 비표준 또는 자유 형식 광고. 출품작에는 차량, 열차, 버스, 택시, 트럭, 항공기 등의 사용이나 주차장, 공항, 버스 정거장, 기차역, 여객선 터미널, 도로 및 드라이빙 트랙 같은 비표준 환승 및 출퇴근 광고 장소의 사용이 포함될 수 있습니다.</p> <p>C06. Transit</p> <p>Non-standard or free-format advertising using vehicles or transit sites/locations. The work may include the use of cars, trains, buses, taxis, trucks, airplanes etc. or of non-standard transit and commuter advertising sites such as car parks, airports, bus & train stations, ferry ports, roads and driving tracks.</p>	
<p>C07. 몰입형 경험</p> <p>집 밖의 환경에서 소비자 주변의 참여를 유도하는 몰입형 대규모 또는 소규모 경험. 몰입형 스토리텔링, 체험 마케팅, 모바일, VR/AR, 가상 세계, 설치물, 멀티스크린 및 다차원 경험 등을 포함. 초기 단계 기술의 시제품은 포함되지 않음.</p> <p>C07. Immersive Experiences</p> <p>Immersive large- or small-scale experiences that surround and engage consumers within an out-of-home environment. This may include but is not limited to immersive storytelling, experiential marketing, use of mobile, VR/AR, virtual worlds, installations and multiscreen and multidimensional experiences. Does not include prototypes of early-stage technology.</p>	

D. 옥외 혁신 옥외 매체의 크리에이티브/혁신적 사용을 통한 브랜드 메시지 전달. D. Innovation in Outdoor The creative and/or innovative use of an out-of-home medium to communicate the brand's message.	자료 Materials
D01. 표준 장소 광고판, 포스터, 교통 광고, 통근 열차, 월스케이프, 디스플레이, 길거리 광고 등을 포함하여 전통적 옥외와 같은 매체의 경계나 범위를 넓히는 표준 옥외 광고 장소를 위해 창작된 작품. <i>2건 이상의 집행을 제출하는 경우, 모든 집행을 하나의 디지털 프리젠테이션 이미지로 업로드해 주십시오.</i> D01. Standard Sites Work created for standard out-of-home sites that pushes boundaries or broadens the scope of traditional out-of-home mediums such as billboards, posters, transit advertising, commuter rail, wallsapes, displays, street advertising. <i>If you are submitting more than one execution please upload all executions in a single digital presentation image.</i>	필수 <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG 권장(선택 사항) <ul style="list-style-type: none"> 데모 영상 선택 사항 <ul style="list-style-type: none"> URL 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG
D02. 앰비언트 옥외 공공 공간, 오브젝트, 환경을 활용하고 혁신에 있어 진보적인 비표준 앰비언트 옥외 광고 장소를 위해 창작된 작품. D02. Ambient Outdoor Work created for non-standard, ambient out of home sites which leverage public spaces, objects and environments and are forward thinking in their innovation.	Compulsory <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG Highly Recommended (Optional) <ul style="list-style-type: none"> Demo film
D03. 기술 강력한 옥외 접점이 있는 모바일, 홀로그래픽 이미지, 드론, AR, 컴퓨터 생성 이미지, 알고리즘, 인공 지능 사용 등을 포함하되 이에 국한되지 않는 옥외 경험을 창출하는 혁신적 기술 사용. D03. Technology Innovative use of technology to create out-of-home experiences. This could include, but not be limited to, the use of mobile with a strong out-of-home touch point, holographic images, drones, augmented reality, computer-generated imagery, algorithms and artificial intelligence.	Optional <ul style="list-style-type: none"> URL Digital supporting content Digital supporting Images - JPG

<p>E. 문화 및 맥락</p> <p>문화적 인사이트와 지역적 맥락을 통해 생명력을 얻는 출품작.</p> <p>2건 이상의 집행을 제출하는 경우, 모든 집행을 하나의 디지털 프리젠테이션 이미지로 업로드해 주십시오.</p> <p>E. Culture & Context</p> <p>Work that is brought to life through cultural insights and regional context.</p> <p>If you are submitting more than one execution please upload all executions in a single digital presentation image.</p>	<p>자료</p> <p>Materials</p>
<p>E01. 로컬 브랜드</p> <p>특정 지역 내에서만 유통되는 브랜드에 대한 출품작. 명확히 정의된 지역 내 타깃 청중에게 공감과 반향을 일으킨 작품이어야 합니다.</p> <p>E01. Local Brand</p> <p>Work for brands distributed solely within a specific locality. The work should resonate with a clearly defined, local target audience.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG
<p>E02. 챌린저 브랜드</p> <p>경쟁업체의 압력에 대응하여 크리에이티브로 접근 방식을 조정하고 현상을 타파하는 진보적 사고와 혁신적 크리에이티비티를 사용하는 획기적 작품을 만들어내는 브랜드.</p> <p>E02. Challenger Brand</p> <p>Brands which have creatively adapted their approach in response to competitor pressure by challenging the status quo to create game-changing work that uses progressive thinking and innovative creativity.</p>	<p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Digital supporting content Digital supporting Images - JPG
<p>E03. 단일 시장 캠페인</p> <p>단일 국가/지역/시장에서만 방영되거나 집행된 출품작. 출품작은 특정 표적 시장에 맞게 작품을 어떻게 고안했는지 설명해야 합니다.</p> <p>E03. Single-market Campaign</p> <p>Work that only aired or ran in a single country / region / market. The work should describe how it was designed for the specific target market.</p>	
<p>E04. 소셜 행동</p> <p>특정 지역 또는 지방에서 발견되는 아이디어, 관습, 가치 및 라이프스타일에서 비롯된 식별 가능한 사회적 행동을 통해 특정 청중/커뮤니티에서 영감을 받은 출품작. 출품작은 소비자 행동에 대한 인사이트를 활용하여 브랜드와 강력한 연결을 형성할 수 있는 방법을 보여줘야 합니다.</p> <p>E04. Social Behaviour</p> <p>Work inspired by a specific audience or community, relying on identifiable social behaviour. The work should demonstrate how leveraging insights into consumer behaviour can create a powerful connection with a brand.</p>	
<p>E05. 유머 사용</p> <p>브랜드 커뮤니케이션에 유머 기술을 담아낸 출품작. 캠페인에 재치, 풍자, 기발함을 녹여내어 청중과 공감대를 형성하면서도 즐거움을 주고, 기억에 남으며, 웃음을 유발하는 출품작.</p> <p>E05. Use of Humour</p> <p>Work that celebrates the art of humour in branded communications. Infusing wit, satire, and cleverness into campaigns that provide amusement and create memorable, laughter-inducing connections with audiences.</p>	

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

<div>E06. 예산 돌파구</div> <div>시장 및/또는 업계와 관련된 많지 않은 예산 및/또는 자원을 크리에이티브로 사용하여 최대의 효과 창출. 작품은 제한된 자원에도 불구하고 참신한 인사이트, 영리한 지출, 설득력 있는 전략적 사고로 비즈니스 문제를 어떻게 해결했는지 보여 주어야 합니다.</div> <div>E06. Breakthrough on a Budget</div> <div>Creative use of modest budgets and/or resources in relation to the market and/or industry to create maximum impact. The work should demonstrate how fresh insight, smart spending and compelling strategic thinking solved a business problem despite limited resources.</div>	<div>필수</div> <div><ul style="list-style-type: none">디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG</div> <div>권장(선택 사항)</div> <div><ul style="list-style-type: none">사례 영상</div> <div>선택 사항</div> <div><ul style="list-style-type: none">URL디지털 보조 콘텐츠디지털 보조 이미지 - JPG</div> <div>Compulsory</div> <div><ul style="list-style-type: none">Digital presentation image - JPG</div> <div>Highly Recommended (Optional)</div> <div><ul style="list-style-type: none">Case film</div> <div>Optional</div> <div><ul style="list-style-type: none">URLDigital supporting contentDigital supporting Images - JPG</div>
<div>E07. 기업 목적 및 사회적 책임</div> <div>사회, 윤리, 환경 문제를 다루는 목적 지향적 작품/브랜드 행동주의. 작품은 브랜드의 목적이 고객을 문화에 연결함으로써 어떻게 가치를 창출하고 지역사회에 영향을 주었는지 보여 주어야 합니다.</div> <div>모든 비영리, 자선 단체, 정부 관련 작품은 해당 부문 및/또는 '섹션 A. 빌보드' 부문의 'A06. 비영리/ 자선 단체/ 정부' 카테고리, 또는 '섹션 B. 포스터' 부문의 'B06. 비영리/ 자선 단체/ 정부' 카테고리에 출품해 주십시오.</div> <div>E07. Corporate Purpose & Social Responsibility</div> <div>Purpose driven work / brand activism which address social, ethical and environmental issues. The work should demonstrate how the brand's purpose has created value and impacted communities by connecting customers to culture.</div> <div>All not-for-profit, charity or government work should be entered in the relevant sector and/or A06. Not-for-profit / Charity / Government category in section A. Billboards: Sectors or B06. Not-for-profit / Charity / Government category in section B. Posters: Sectors.</div>	
<div>E08. 시장 교란</div> <div>현지/지역/글로벌 문제에 대응하여 전략을 조정하고 고객에 대한 배려를 보여 주는 가운데 브랜드를 전달하는 새로운 방법을 수용한 브랜드.</div> <div>E08. Market Disruption</div> <div>Brands that have creatively adapted their strategy in response to local / regional / global issues, embracing new ways of delivering their brand while showing consideration for the consumer.</div>	
<div>E09. 문화 참여 신설</div> <div>문화적 기반이 된 공동체 내 실제 경험에 근거한 전략적 솔루션을 중심으로 기획된 작품. 정체성(예: 장애, 성별, 인종, 성적 지향, 연령)에 대한 근본적 관점을 형성하는 관습, 행동, 전통의 미묘한 차이를 반영하고 이를 해석한 작품. 이러한 인사이트는 청중이 브랜드와 미디어 경험을 선택하는 방식을 드러내며, 성장과 임팩트를 이끌어냅니다.</div> <div>E09. Cultural Engagement NEW</div> <div>Work crafted around strategic solutions rooted in the lived experiences of culturally grounded communities. Work which reflects and translates the nuances of customs, behaviours, and traditions that shape foundational perspectives on identity (e.g. disability, gender, race, orientation, age). Such insights reveal how audiences choose brands and media experiences, driving growth and impact.</div>	

PR

PR 스파이크스는 전략적이고 크리에이티브한 커뮤니케이션 기교에 주어지는 상입니다.

출품작은 언드 미디어(earned media)에 기반한 독창적 사고, 혁신적 인사이트, 전략이 어떻게 여론에 영향을 주고, 비즈니스, 사회 및 문화 진보 및 변화를 이끌어 냈는지 보여 주어야 합니다. 출품작의 핵심 스토리텔링은 조직이나 브랜드의 평판과 비즈니스를 확립, 보호, 강화해야 합니다.

- 심사 과정에서 여러 가지 기준이 고려되며, 다음과 같이 가중치가 부여됩니다. 20% 아이디어, 30% PR 전략, 20% PR 집행, 30% 영향 및 결과.
- PR에는 동일 작품을 3회까지 출품할 수 있습니다. 다만 'A. PR: 부문'에는 동일 작품을 한 번만 출품할 수 있습니다.
- 섹션 'E'의 출품작: PR 크래프트 우수성 출품작은 오로지 독립 PR 에이전시 또는 PR 네트워크 또는 독립 PR 네트워크에 소속된 회사만 제출하고 비용을 지불받을 수 있습니다. 이 섹션의 각 카테고리에는 동일 작품을 한 번만 출품할 수 있습니다.
- 모든 사례 영상, 데모 영상, 오리지널 콘텐츠에는 자막을 포함하는 것을 강력히 권장합니다.

The PR Spikes celebrate the craft of strategic and creative communication.

The work should demonstrate how original thinking, transformative insight and a strategy rooted in earned media have influenced opinion and driven progress and change in business, societal, or culture. Work that has storytelling at its core and establishes, protects and enhances the reputation and business of an organisation or brand.

- A number of criteria will be considered during judging, weighted as follows: 20% idea; 30% PR strategy; 20% PR execution; 30% impact and results.
- The same piece of work can be entered up to three times in PR. However, the same piece of work may only be entered once in 'A. PR: Sectors'.
- The work in section 'E: Excellence in PR Craft' can only be submitted and paid for by independent PR agencies or companies owned by a PR network or independent PR network. The same piece of work can be entered only once in each category within this section.
- Subtitles are highly recommended on all case films, films, demo films and original content.

A. PR: 부문 이 섹션에는 동일 출품을 한 번만 제출할 수 있습니다. A. PR: Sectors The same entry can be submitted only once in this section.	자료 Materials
A01. 소비재 식품 및 음료, 육식 용품, 청소 용품, 기타 가정용 제품, 기타 FMCG, 의류 및 액세서리, 가구, 소비자 가전, 자동차 및 자동차 제품 및 서비스를 포함한 일상 소비재와 내구 소비재. <i>모든 패스트푸드 출품작은 A03. 여행, 레저, 소매, 레스토랑 및 패스트푸드 체인에 출품해야 합니다.</i> A01. Consumer Goods All fast moving & durable consumer goods, including food and drinks, toiletries, cleaning products, other household goods, other FMCG, clothing and accessories, furniture, consumer electronics, cars and automotive products & services. <i>All fast food entries should go in A03. Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains</i>	필수 <ul style="list-style-type: none"> • 디지털 프레젠테이션 이미지 - JPG 권장(선택 사항) <ul style="list-style-type: none"> • 사례 영상 선택 사항 <ul style="list-style-type: none"> • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 - JPG Compulsory <ul style="list-style-type: none"> • Digital presentation image - JPG

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

<div><div>A02. 헬스케어</div><div>제약, OTC 약품, 건강.</div><div>자선 단체/비영리 기관을 대상으로 제작한 작품의 경우 A06으로 출품해야 합니다. 비영리/자선 단체/정부.</div><div>A02. Healthcare</div><div>Pharma, OTC drugs, wellness.</div><div>If the work has been created for a Charity/NFP then this should be entered into A06. Not-for-profit / Charity / Government.</div></div>	<div><div>Highly Recommended (Optional)</div><div><div>• Case film</div></div><div>Optional</div><div><div>• URL</div><div>• Digital supporting content</div><div>• Digital supporting Images - JPG</div></div></div>
<div><div>A03. 여행, 레저, 소매, 레스토랑 및 패스트푸드 체인</div><div>대중 교통 및 관광청을 포함한 모든 교통 및 여행 관련 서비스. 박물관, 페스티벌, 헬스클럽을 포함한 모든 엔터테인먼트 및 레저 관련 서비스. 온라인 소매상, 안경점, 미용실, 부동산 중개소를 포함한 모든 매장. 카페와 술집을 포함한 모든 레스토랑 및 패스트푸드 체인.</div><div>A03. Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains</div><div>All transport- and travel-related services, including public transport and tourism boards. All entertainment- and leisure-related services, including museums, festivals and gyms. All shops, including online retailers, opticians, hairdressers and estate agents. All restaurants and fast food chains, including cafés and bars.</div></div>	
<div><div>A04. 미디어/엔터테인먼트</div><div>음악, 영화, TV, 출판 및 매체, 책, 뉴스, 디지털 플랫폼, 기타 매체.</div><div>A04. Media / Entertainment</div><div>Music, film, television, publications & media, books, news, digital platforms and other media.</div></div>	
<div><div>A05. 소비자 서비스/B2B(Business to Business)</div><div>모든 상업적 공공 서비스, 법률, 금융, B2B 기술, 컨설팅 및 전문 서비스, 기타 비즈니스 서비스, 내부 및 기업 커뮤니케이션.</div><div>A05. Consumer Services / Business to Business</div><div>All commercial public services, legal, financial, B2B technology, consultancies & professional services, other business services, internal & corporate communications.</div></div>	
<div><div>A06. 비영리/자선 단체/정부</div><div>정부, 공보, NGO, 군대, 자선 단체, 비영리 단체.</div><div>모든 CSR 작품작은 관련 부문 및/또는 섹션 F. 문화 및 맥락의 F07. 기업 목적 및 사회적 책임 카테고리에 출품해야 합니다</div><div>A06. Not-for-profit / Charity / Government</div><div>Government, public information, NGOs, military, charities, non-profit organisations.</div><div>All CSR work should be entered in the relevant sector and/or F07. Corporate Purpose & Social Responsibility category in section F. Culture & Context</div></div>	

B. 소셜 참여 및 인플루언서 마케팅 이 카테고리의 출품작은 PR 캠페인 지원 또는 집행을 위해 소셜/디지털 플랫폼을 어떻게 활용했는지에 초점을 맞춰 심사됩니다. B. Social Engagement & Influencer Marketing In these categories, your entry will be judged on how social/ digital platforms were leveraged to support or execute the PR campaign.	자료 Materials
B01. 소셜 참여 브랜드 인지도와 옹호를 구축하는 PR(Public Relation) 및 소셜 미디어 스토리텔링에 주어지는 상. 출품작은 소셜 미디어를 어떻게 활용하여 브랜드 인지도와 관련성을 높였는지 보여 주어야 합니다. B01. Social Engagement Celebrating public relations and social media storytelling that build brand awareness and advocacy. The work should demonstrate how social media was harnessed to increase brand awareness and relevance.	필수 <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG URL 권장(선택 사항) <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상
B02. 커뮤니티 관리 브랜드 관계 개발, 유지, 육성에 주어지는 상. 출품작은 브랜드의 온라인 커뮤니티/타겟 청중과의 교감이 온라인 커뮤니티 내에서 어떻게 브랜드 평판을 구축하고 신뢰와 권위를 확립했는지 보여 주어야 합니다. B02. Community Management Recognising the development, maintenance and nurturing of brand relationships. The work should demonstrate how engaging with a brand's online community/targeted audience built its reputation and established trust and authority within the online community.	선택 사항 <ul style="list-style-type: none"> 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG Compulsory <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG URL
B03. 실시간 대응 세계적 사건, 공공 문제, 기타 현실적인 실시간 활동에 관한 대화에 크리에이티브이고 유의미하게 대응하고 참여하기 위해 고안된 실시간 소셜 활동. B03. Real-time Response Real-time social activity designed to respond and engage in the conversation around world events, public affairs and other real-world, real-time activity in a creative and meaningful way.	Highly Recommended (Optional) <ul style="list-style-type: none"> Case film Optional <ul style="list-style-type: none"> Digital supporting content Digital supporting Images - JPG
B04. 콘텐츠 창작 및 제작 엔터테인먼트, 공감 또는 교육을 위해 창작되고 제작된 콘텐츠. 출품작은 창작된 콘텐츠가 청중과 어떤 연관성을 갖고 청중을 끌어들이며 브랜드 메시징에 어떻게 부합하는지 보여 주어야 합니다. B04. Content Creation & Production Content created and produced to entertain, inspire or educate. The work should demonstrate how the content created was audience relevant and engaging as well as in line with brand messaging.	
B05. 콘텐츠 발견 및 증폭 최대의 잠재적 청중에 다가가기 위한 콘텐츠 증폭 및 배급에 대한 크리에이티브 접근법에 주어지는 상. 출품작은 언드 미디어, 페이드 미디어, 온드 미디어의 조합이 브랜드 참여 및 인지도 증가에 어떤 기여를 했는지 보여 주어야 합니다. B05. Content Discovery & Amplification Recognising a creative approach to content amplification and distribution in order to reach the largest potential audience. The work should demonstrate how a combination of earned, paid, shared and owned media contributed to increased brand engagement and awareness.	
B06. 혁신적 인플루언서/크리에이터 사용 인플루언서의 크리에이티브, 혁신적 사용을 통해 특정 청중에 대한 브랜드 메시지 및 인지도 증진. B06. Innovative Use of Influencers/ Creators The creative and innovative use of influencers/ creators to drive brand message and awareness to a specific audience.	

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

<p>C. 인사이트 및 측정</p> <p>이 카테고리의 출품작은 크리에이티브 영감과 커뮤니케이션 전략을 이끌어내는 데이터 사용의 효과를 보여 주어야 합니다. 출품작은 조직 성과에 실질적 영향을 미친 인사이트와 측정의 신중하고 사려 깊은 도입에 초점을 맞춰 심사됩니다. 출품작은 비광고 커뮤니케이션이 대처해야 하는 다양한 평판 및 이해관계자 과제에 맞선 활동의 성공을 보여 주어야 합니다.</p> <p>C. Insights & Measurement</p> <p>These categories showcase effectiveness in using data to drive creative inspiration and communications strategies. The work will be judged on the deliberate and thoughtful introduction of insights and measurements to develop campaigns that have had real impact on the performance of an organisation. The work should demonstrate the success of activities that tackles the wide range of reputational and stakeholder challenges that non-advertising communications have to address.</p>	<p>자료</p> <p>Materials</p>
<p>C01. 조사, 데이터, 분석</p> <p>PR 프로그램에 유의미한 기여 또는 정보를 제공하는 조사, 데이터 기반 또는 실행 가능한 인사이트. 출품작은 조사 또는 인사이트의 증거, 사고의 품질, 전략의 개발을 제공해야 합니다.</p> <p>C01. Research, Data & Analytics</p> <p>Research, data-led or actionable insight that provides a meaningful contribution or input to a public relations programme. The work should provide evidence of research or insight, quality of thinking and the development of a strategy.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG
<p>C02. PR 효과</p> <p>비즈니스와 평판에 미친 영향이 입증된 크리에이티브 출품작. 출품작은 결과 데이터와 결과 평가에 사용된 측정 도구 및 분석 방법에 대한 자세한 설명을 제공해야 합니다. 실질적 비즈니스 결과와 매체의 질과 양이 심사됩니다.</p> <p>C02. PR Effectiveness</p> <p>Recognises creative work that has a proven impact on business and reputation. The work should provide results data, as well as details of measurement tools and analysis methods used to evaluate results. Consideration will be given to tangible business results and the quality and quantity of media.</p>	<p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Digital supporting content Digital supporting Images - JPG

<p>D. PR 기법</p> <p>이 카테고리의 출품작은 도달 범위를 넓히고 원하는 캠페인 성과를 달성하기 위해 선택한 크리에이티브한 PR 기법 구현을 구현했는지를 기준으로 심사됩니다.</p> <p>D. PR Techniques</p> <p>In these categories, your entry will be judged on the creative implementation of your chosen PR technique in order to increase reach and achieve desired campaign outcomes.</p>	<p>자료</p> <p>Materials</p>
<p>D01. 미디어 관계</p> <p>캠페인의 제일 앞에 저널리즘을 내세우고 논설 참여, 교육 또는 영향력 행사를 위한 높은 정도의 혁신의 증거가 있는 PR. 출품작은 깊이, 품질, 메시지를 포함하여 매체 성과의 관련성을 설명해야 합니다. 이 전략이 원하는 캠페인 성과를 어떻게 달성 또는 지원했는지가 심사됩니다.</p> <p>D01. Media Relations</p> <p>PR that puts journalism at the forefront of the campaign, with evidence of a high-degree of innovation intended to engage, educate or influence editorial. The work should explain the relevance of media outcomes, including depth, quality and messaging. Consideration will be given to how this strategy achieved or supported the desired campaign outcome.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG
<p>D02. 이벤트 및 스텐트 사용</p> <p>광범위한 홍보 전략의 일환으로 브랜드의 가치와 평판 또는 커뮤니케이션 프로젝트를 구축하기 위해 스텐트, 이벤트, 대회, 홍보용 게임, 팝업 이벤트, 스트리트 아트, 게릴라 마케팅, 기업 이벤트, 출시 파티, 라이브 스트리밍 이벤트, 페스티벌 등을 사용하는 출품작.</p> <p>D02. Use of Events & Stunts</p> <p>Work which uses stunts, events, competitions, promotional games, pop-up events, street art, guerrilla marketing, corporate events, launch parties, live streamed events, festivals etc. to build the value and reputation of a brand or communication project as part of a wider public relations strategy.</p>	<p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Digital supporting content Digital supporting Images - JPG
<p>D03. 출시/재출시</p> <p>제품 또는 서비스 출시 또는 재출시를 위해 창작된 출품작.</p> <p>D03. Launch/Relaunch</p> <p>Work created to launch or re-launch a product or service.</p>	
<p>D04. 브랜드 보이스 및 전략적 스토리텔링</p> <p>브랜드/조직의 특정 관점/스토리를 일관된 적절한 방식으로 전달하고 직원, 주주, 고객과 정서적 유대를 구축하기 위해 고안된 맞춤형 전략.</p> <p>D04. Brand Voice & Strategic Storytelling</p> <p>Customised strategies designed to communicate a particular point of view/story of a brand/organisation in a consistently relevant way and to build an emotional connection with employees, shareholders and customers alike.</p>	
<p>D05. 기술의 사용</p> <p>인공지능, 가상 현실, 가상 세계, 로보틱스, 가제트 및 전자 제품, 웨어러블 및 인터랙티브 기술 등 디지털 혁신의 경계를 넓혀 PR 캠페인을 집행 또는 지원하는 기존 기술이나 새로운 기술. 초기 단계 기술의 시제품은 포함되지 않음.</p> <p>D05. Use of Technology</p> <p>Existing or new technology that pushes the boundaries of digital innovation to execute or support a PR campaign, including artificial intelligence, virtual reality, virtual worlds, robotics, gadgets and electronics, wearable and interactive technology, etc. Does not include prototypes of early-stage technology.</p>	

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

<p>D06. 직원 참여 신설</p> <p>직원에게 정보를 제공하고 교육하거나 영감을 주기 위해 설계된 커뮤니케이션 프로그램 또는 이니셔티브로, 조직 내부 그룹의 참여를 유도하고 견고한 팀 문화 형성을 목표로 하는 것. 출품작은 직원 참여를 촉진하고 조직의 목표 달성, 직원 충성도 및 만족도 향상을 이끈 혁신적 접근 방식을 선보여야 합니다.</p> <p>D06. Employee Engagement NEW</p> <p>Communications programmes or initiatives designed to inform, educate or inspire employees - engaging internal communities and cultivating strong team dynamics. The work should demonstrate innovative approaches to engaging staff, driving organisational goals and building employee loyalty and satisfaction.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Digital supporting content Digital supporting Images - JPG
--	---

<p>E. 우수성: PR 기교</p> <p>해당 카테고리의 출품작은 선택한 PR 전문 분야 내에서 탁월하고 창의적 모범 관행을 보여주는지를 기준으로 심사됨.</p> <p>이 섹션의 출품작은 독립 PR 에이전시 또는 PR 네트워크 또는 독립 PR 네트워크에 소속된 회사만 제출하고 비용을 지불받을 수 있습니다. 이 섹션의 각 카테고리에는 동일 작품을 한 번만 출품할 수 있습니다.</p> <p>E. Excellence: PR Craft</p> <p>Work in these categories will be judged on the demonstration of exceptional and creative best practice within the chosen PR specialism.</p> <p>Entries in this section can only be submitted and paid for by Independent PR agencies or companies owned by a PR network or independent PR network. The same piece of work can be entered only once in each category within this section.</p>	<p>자료</p> <p>Materials</p>
<p>E01. 기업 이미지, 커뮤니케이션, 평판 관리</p> <p>이미지를 구축/위상을 높이고 기업 브랜드, 조직 또는 기업에 대한 인식을 형성하는 출품작.</p> <p>E01. Corporate Image, Communication & Reputation Management</p> <p>Work that builds the image/raises the profile and shapes the perceptions of a corporate brand, organisation or corporation.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상
<p>E02. 공공 관계 및 로비</p> <p>로비 또는 보다 광범위한 공공 관계 전략 및 정치 또는 투표 이니셔티브를 사용하여 공공 정책 의제에 영향을 미치도록 기획된 출품작.</p> <p>E02. Public Affairs & Lobbying</p> <p>Work planned to influence or inform the public policy agenda using either lobbying or wider public affairs strategies, as well as political or ballot initiatives.</p>	<p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG
<p>E03. 위기 커뮤니케이션 및 이슈 관리</p> <p>회사의 신뢰성과 평판에 영향을 미칠 수 있는 위기나 이슈에 대비한 계획 및/또는 그 결과에 대한 대처. 출품작은 위기 커뮤니케이션 전략의 계획 및/또는 실행의 증거와 원하는 성과를 어떻게 달성했는지 보여 주어야 합니다.</p> <p><i>이 카테고리 출품작의 콘텐츠는 완전히 기밀이 유지되며 심사 목적으로만 사용됩니다.</i></p> <p>E03. Crisis Communications & Issue Management</p> <p>The planning and/or handling of the consequences of a crisis or an issue that may affect a company's credibility and reputation. The work should demonstrate evidence of the planning and/or implementation of a crisis communication strategy and how the desired outcome was achieved.</p> <p><i>The content of entries in this category can be kept entirely confidential and used for judging purposes only.</i></p>	<p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Digital supporting content Digital supporting Images - JPG
<p>E04. 내부 커뮤니케이션</p> <p>직원들을 회사 정체성 또는 메시지에 연결하기 위한 변화 관리를 포함한 내부 커뮤니케이션 및 활동 참여. 출품작은 활동이 측정 가능한 결과, 직원 만족도, 비즈니스 성장으로 어떻게 연결되었는지 보여 주어야 합니다.</p> <p>E04. Internal Communications</p> <p>Engaging internal communications and activities, including change management, intended to connect employees with a company identity or message. The work should demonstrate how activities translated into measurable results, employee satisfaction, and business growth.</p>	

<p>E05. 스폰서십 및 브랜드 파트너십</p> <p>구체적 인지도/비즈니스 목표를 달성하고 브랜드, 조직 또는 기업의 이미지를 향상시키기 위해 스폰서십 및/또는 파트너십 프로그램을 활용한 출품작.</p> <p>E05. Sponsorship & Brand Partnerships</p> <p>Work which utilised sponsorship and/or partnership programs in order to meet specific awareness/business goals as well as to enhance the image of a brand, organisation or corporation.</p>	
---	--

F. 문화 및 맥락 F. Culture & Context	자료 Materials
F01. 로컬 브랜드 특정 지역 내에서만 유통되는 브랜드에 대한 작품작. 명확히 정의된 지역 내 타깃 청중에게 공감과 반향을 일으킨 작품이어야 합니다. F01. Local Brand Work for brands distributed solely within a specific locality. The work should resonate with a clearly defined, local target audience.	필수 <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG 권장(선택 사항) <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상
F02. 챌린저 브랜드 경쟁업체의 압력에 대응하여 크리에이티브로 접근 방식을 조정하고 현상을 타파하는 진보적 사고와 혁신적 크리에이티비티를 사용하는 획기적 작품을 만들어내는 브랜드. F02. Challenger Brand Brands which have creatively adapted their approach in response to competitor pressure by challenging the status quo to create game-changing work that uses progressive thinking and innovative creativity.	선택 사항 <ul style="list-style-type: none"> URL 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG Compulsory <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG
F03. 단일 시장 캠페인 단일 국가/지역/시장에서만 방영되거나 집행된 작품작. 작품작은 어떻게 특정 표적 시장에 맞게 고안되었는지 설명해야 합니다. F03. Single-market Campaign Work that only aired or ran in a single country / region / market. The work should describe how it was designed for the specific target market.	Highly Recommended (Optional) <ul style="list-style-type: none"> Case film Optional <ul style="list-style-type: none"> URL Digital supporting content Digital supporting Images - JPG
F04. 소셜 행동 특정 지역 또는 지방에서 발견되는 아이디어, 관습, 가치 및 라이프스타일에서 비롯된 식별 가능한 사회적 행동을 통해 특정 청중/커뮤니티에서 영감을 받은 작품작. 작품작은 소비자 행동에 대한 인사이트를 활용하여 브랜드와 강력한 연결을 형성할 수 있는 방법을 보여줘야 합니다. F04. Social Behaviour Work inspired by a specific audience or community, relying on identifiable social behaviour. The work should demonstrate how leveraging insights into consumer behaviour can create a powerful connection with a brand.	
F05. 유머 사용 브랜드 커뮤니케이션에 유머 기술을 담아낸 작품작. 캠페인에 재치, 풍자, 기발함을 녹여내어 청중과 공감대를 형성하면서도 즐거움을 주고, 기억에 남으며, 웃음을 유발하는 작품작. F05. Use of Humour Work that celebrates the art of humour in branded communications. Infusing wit, satire, and cleverness into campaigns that provide amusement and create memorable, laughter-inducing connections with audiences.	

<p>F06. 예산 돌파구</p> <p>시장 및/또는 업계와 관련된 많지 않은 예산 및/또는 자원을 크리에이티브로 사용하여 최대의 효과 창출. 작품작은 제한된 자원에도 불구하고 참신한 인사이트, 영리한 지출, 설득력 있는 전략적 사고로 비즈니스 문제를 어떻게 해결했는지 보여 주어야 합니다.</p> <p>F06. Breakthrough on a Budget</p> <p>Creative use of modest budgets and/or resources in relation to the market and/or industry to create maximum impact. The work should demonstrate how fresh insight, smart spending and compelling strategic thinking solved a business problem despite limited resources.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Digital supporting content Digital Supporting Images JPG
<p>F07. 기업 목적 및 사회적 책임</p> <p>사회, 윤리, 환경 문제를 다루는 목적 지향적 작품작/브랜드 행동주의. 작품작은 브랜드의 목적이 고객을 문화에 연결함으로써 어떻게 가치를 창출하고 지역사회에 영향을 주었는지 보여 주어야 합니다.</p> <p><i>모든 비영리, 자선 단체, 정부 관련 작품작은 해당 부문 및/또는 섹션 A. PR 부문의 A06. 비영리/자선 단체/정부 카테고리에 작품해 주십시오.</i></p> <p>F07. Corporate Purpose & Social Responsibility</p> <p>Purpose driven work / brand activism which address social, ethical and environmental issues. The work should demonstrate how the brand's purpose has created value and impacted communities by connecting customers to culture.</p> <p><i>All not-for-profit, charity or government work should be entered in the relevant sector and/or A06. Not-for-profit / Charity / Government category in section A. PR: Sectors.</i></p>	
<p>F08. 시장 교란</p> <p>현지/지역/글로벌 문제에 대응하여 전략을 조정하고 고객에 대한 배려를 보여 주는 가운데 브랜드를 전달하는 새로운 방법을 수용한 브랜드.</p> <p>F08. Market Disruption</p> <p>Brands that have creatively adapted their strategy in response to local / regional / global issues, embracing new ways of delivering their brand while showing consideration for the consumer.</p>	
<p>F09. 문화 참여 신설</p> <p>문화적 기반이 된 공동체 내 실제 경험에 근거한 전략적 솔루션을 중심으로 기획된 작품. 정체성(예: 장애, 성별, 인종, 성적 지향, 연령)에 대한 근본적 관점을 형성하는 관습, 행동, 전통의 미묘한 차이를 반영하고 이를 해석한 작품. 이러한 인사이트는 청중이 브랜드와 미디어 경험을 선택하는 방식을 드러내며, 성장과 임팩트를 이끌어냅니다.</p> <p>F09. Cultural Engagement NEW</p> <p>Work crafted around strategic solutions rooted in the lived experiences of culturally grounded communities. Work which reflects and translates the nuances of customs, behaviours, and traditions that shape foundational perspectives on identity (e.g. disability, gender, race, orientation, age). Such insights reveal how audiences choose brands and media experiences, driving growth and impact.</p>	

인쇄 및 출판

Print & Publishing

인쇄 및 출판 스파이크스는 유통 크리에이티비티에 주어지는 상입니다.

출품작은 곧바로 시선을 끄는 아이디어를 보여 줄 필요가 있습니다. 즉 도서, 잡지, 표지 및 공개 배포를 위한 디지털 출판을 포함한 출판 매체에서 독창성과 탁월한 솜씨를 보여 주는 출품작이어야 합니다.

- 심사 기준으로는 주로 아이디어와 집행 및 그 효과가 고려됩니다.
- 선택한 카테고리가 연관성이 있는 한 인쇄 및 출판에 동일 작품을 출품할 수 있는 횟수에는 제한이 없습니다. 다만 'A. 인쇄: 부문'에는 동일 작품을 한 번만 출품할 수 있습니다.
- 섹션 A에서 각 집행은 1회 출품에 해당하며, 모든 집행은 출품 기간 내에 이루어져야 합니다.
- 섹션 B, C 와 D에서는 여러 번의 집행을 1회 출품으로 출품할 수 있지만 모든 인쇄 및 출판 집행은 출품 기간 내에 이루어져야 합니다.
- 모든 사례 영상, 데모 영상, 오리지널 콘텐츠에는 자막을 포함하는 것을 강력히 권장합니다.

The Print & Publishing Spikes celebrate creativity in circulation.

The work will need to demonstrate ideas that leap off the page. Entries should showcase ingenuity and outstanding craftsmanship in published media including books, magazines, covers and digital publications for public distribution.

- The main criteria considered during judging will be the idea, the execution and the impact.
- There is no overall limit to how many times the same piece of work can be entered into Print & Publishing as long as the categories chosen are relevant. However, the same piece of work may only be entered once in 'A. Print: Sectors'.
- In section A each execution constitutes one entry and all executions must have run within the eligibility period.
- In Sections B, C and D multiple executions can be entered as one entry however all Print & Publishing executions must have run within the eligibility period.
- Subtitles are highly recommended on all case films, films, demo films and original content.

<p>A. 인쇄 및 출판: 부문</p> <p>이 섹션에는 동일 출품을 한 번만 제출할 수 있습니다.</p> <p>A. Print & Publishing: Sectors</p> <p>The same entry can be submitted only once in this section.</p>	<p>자료</p> <p>Materials</p>
<p>A01. 소비재</p> <p>식품 및 음료, 욕실 용품, 청소 용품, 기타 가정용 제품, 기타 FMCG, 의류 및 액세서리, 가구, 소비자 가전, 자동차 및 자동차 제품 및 서비스를 포함한 일상 소비재와 내구 소비재.</p> <p><i>모든 패스트푸드 출품작은 A03. 여행, 레저, 소매, 레스토랑 및 패스트푸드 체인에 출품해야 합니다.</i></p> <p>A01. Consumer Goods</p> <p>All fast moving & durable consumer goods, including food and drinks, toiletries, cleaning products, other household goods, other FMCG, clothing and accessories, furniture, consumer electronics, cars and automotive products & services.</p> <p><i>All fast food entries should go in A03. Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains</i></p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> • 디지털 증빙 자료 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> • Digital proof - JPG

<p>A02. 헬스케어 제약, OTC 약품, 건강.</p> <p><i>자선 단체/비영리 기관을 대상으로 제작한 출판물의 경우 A06으로 출품해야 합니다. 비영리/자선 단체/정부.</i></p> <p>A02. Healthcare Pharma, OTC drugs, wellness.</p> <p><i>If the work has been created for a Charity/NFP then this should be entered into A06. Not-for-profit / Charity / Government.</i></p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 증빙 자료 - JPG <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital proof - JPG <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital Supporting Images JPG
<p>A03. 여행, 레저, 소매, 레스토랑 및 패스트푸드 체인 대중 교통 및 관광청을 포함한 모든 교통 및 여행 관련 서비스. 박물관, 페스티벌, 헬스클럽을 포함한 모든 엔터테인먼트 및 레저 관련 서비스. 온라인 소매상, 안경점, 미용실, 부동산 중개소를 포함한 모든 매장. 카페와 술집을 포함한 모든 레스토랑 및 패스트푸드 체인.</p> <p>A03. Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains All transport- and travel-related services, including public transport and tourism boards. All entertainment- and leisure-related services, including museums, festivals and gyms. All shops, including online retailers, opticians, hairdressers and estate agents. All restaurants and fast food chains, including cafes and bars.</p>	
<p>A04. 미디어/엔터테인먼트 음악, 영화, TV, 출판 및 매체, 책, 뉴스, 디지털 플랫폼, 기타 매체.</p> <p>A04. Media / Entertainment Music, film, television, publications & media, books, news, digital platforms, other media.</p>	
<p>A05. 소비자 서비스/B2B(Business to Business) 모든 상업적 공공 서비스, 법률, 금융, B2B 기술, 컨설팅 및 전문 서비스, 기타 비즈니스 서비스, 내부 및 기업 커뮤니케이션.</p> <p>A05. Consumer Services / Business to Business All commercial public services, legal, financial, B2B technology, consultancies & professional services, other business services, internal & corporate communications.</p>	
<p>A06. 비영리/자선 단체/정부 정부, 공보, NGO, 군대, 자선 단체, 비영리 단체.</p> <p><i>모든 CSR 출판물은 관련 부문 및/또는 섹션 D. 문화 및 맥락의 D07. 기업 목적 및 사회적 책임 카테고리에 출품해야 합니다</i></p> <p>A06. Not-for-profit / Charity / Government Government, public information, NGOs, military, charities, non-profit organisations.</p> <p><i>All CSR work should be entered in the relevant sector and/or D07. Corporate Purpose & Social Responsibility category in section D. Culture & Context</i></p>	

<p>B. 출판</p> <p>기존 인쇄 미디어 및 출판 미디어 제작. 도서, 잡지, 표지, 디지털 출판물을 포함. 제출 시, 고려/평가해야 할 부분이 표지인지, 출판물 전체인지 표시해야 함.</p> <p>B. Publications</p> <p>The creation of original printed or published media. This may include, but not be limited to, books, magazines, covers and digital publications. The submission should indicate whether only the cover or the whole publication should be considered/judged.</p>	<p>자료</p> <p>Materials</p>
<p>B01. 상업 출판</p> <p>브랜드 인지도를 높이거나 프로필을 알리기 위한 상업용 또는 홍보용으로 제작한 도서 및 잡지.</p> <p><i>심사위원단이 체험할 수 있는 물리적 샘플을 보내 주십시오.</i></p> <p>B01. Commercial Publications</p> <p>Books and magazines created for commercial or promotional purposes, to increase brand visibility or profile.</p> <p><i>Please send physical samples for the jury to experience.</i></p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 데모 영상 실물 보조 자료 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG
<p>B02. 선을 위한 출판</p> <p>자선 단체, 비영리 단체, 공공 부문, NGO를 대표하여 제작한 도서 및 잡지.</p> <p><i>심사위원단이 체험할 수 있는 물리적 샘플을 보내 주십시오.</i></p> <p>B02. Publications for Good</p> <p>Books and magazines created on behalf of charities, non-profit organisations, public sectors or NGOs.</p> <p><i>Please send physical samples for the jury to experience.</i></p>	<p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Demo film Physical support material <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Digital supporting content Digital supporting Images - JPG

<p>C 인쇄 및 출판 혁신</p> <p>2건 이상의 집행을 제출하는 경우, 모든 집행을 하나의 디지털 프리젠테이션 이미지로 업로드해 주십시오.</p> <p>C. Innovation in Print & Publishing</p> <p>If you are submitting more than one execution please upload all executions in a single digital presentation image.</p>	<p>자료</p> <p>Materials</p>
<p>C01. 인쇄 및 출판의 혁신적이고 조정된 사용</p> <p>물리적으로 능동적인 요소를 포함하도록 수정되거나 조정된 비전통적이고 혁신적인 인쇄 출품작. 여기에는 AI, AR, 웨어러블 기술, 가상 세계, 게임화, 다운로드 가능한 애플리케이션, QR 코드 및 3D 프린팅 등 디지털 및 인터랙티브 요소가 있는 인쇄 출품작 등이 포함될 수 있습니다.</p> <p><i>심사위원단이 체험할 수 있는 물리적 샘플을 보내 주십시오.</i></p> <p>C01. Innovative and Adapted Use of Print & Publishing</p> <p>Non-traditional and innovative print work that has been modified or adapted to have physically active elements. This may include, but is not limited to, print work with digital and interactive elements such as AI, AR, wearable tech, virtual worlds, gamification, downloadable applications, QR codes and 3D printing.</p> <p><i>Please send physical samples for the jury to experience.</i></p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 데모 영상 실물 보조 자료 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Demo film Physical support material <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Digital supporting content Digital supporting Images - JPG

D. 문화 및 맥락 문화적 인사이트와 지역적 맥락을 통해 생명력을 얻는 작품작. 2건 이상의 집행을 제출하는 경우, 모든 집행을 하나의 디지털 프리젠테이션 이미지로 업로드해 주십시오. D. Culture & Context Work that is brought to life through cultural insights and regional context. If you are submitting more than one execution please upload all executions in a single digital presentation image.	자료 Materials
D01. 로컬 브랜드 특정 지역 내에서만 유통되는 브랜드에 대한 작품작. 명확히 정의된 지역 내 타깃 청중에게 공감과 반향을 일으킨 작품이어야 합니다. D01. Local Brand Work for brands distributed solely within a specific locality. The work should resonate with a clearly defined, local target audience.	필수 <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG 권장(선택 사항) <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상
D02. 챌린저 브랜드 경쟁업체의 압력에 대응하여 크리에이티브로 접근 방식을 조정하고 현상을 타파하는 진보적 사고와 혁신적 크리에이티비티를 사용하는 획기적 작품을 만들어내는 브랜드. D02. Challenger Brand Brands which have creatively adapted their approach in response to competitor pressure by challenging the status quo to create game-changing work that uses progressive thinking and innovative creativity.	선택 사항 <ul style="list-style-type: none"> URL 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG Compulsory <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG
D03. 단일 시장 캠페인 단일 국가/지역/시장에서만 방영되거나 집행된 작품작. 출품작은 어떻게 특정 표적 시장에 맞게 고안되었는지 설명해야 합니다. D03. Single-market Campaign Work that only aired or ran in a single country / region / market. The work should describe how it was designed for the specific target market.	Highly Recommended (Optional) <ul style="list-style-type: none"> Case film Optional <ul style="list-style-type: none"> URL Digital supporting content Digital supporting Images - JPG
D04. 소셜 행동 특정 지역 또는 지방에서 발견되는 아이디어, 관습, 가치 및 라이프스타일에서 비롯된 식별 가능한 사회적 행동을 통해 특정 청중/커뮤니티에서 영감을 받은 작품작. 작품작은 소비자 행동에 대한 인사이트를 활용하여 브랜드와 강력한 연결을 형성할 수 있는 방법을 보여줘야 합니다. D04. Social Behaviour Work inspired by a specific audience or community, relying on identifiable social behaviour. The work should demonstrate how leveraging insights into consumer behaviour can create a powerful connection with a brand.	
D05. 유머 사용 브랜드 커뮤니케이션에 유머 기술을 담아낸 작품작. 캠페인에 재치, 풍자, 기발함을 녹여내어 청중과 공감대를 형성하면서도 즐거움을 주고, 기억에 남으며, 웃음을 유발하는 작품작. D05. Use of Humour Work that celebrates the art of humour in branded communications. Infusing wit, satire, and cleverness into campaigns that provide amusement and create memorable, laughter-inducing connections with audiences.	필수

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

<p>D06. 예산 돌파구 시장 및/또는 업계와 관련된 많지 않은 예산 및/또는 자원을 크리에이티브로 사용하여 최대의 효과 창출. 출품작은 제한된 자원에도 불구하고 참신한 인사이트, 영리한 지출, 설득력 있는 전략적 사고로 비즈니스 문제를 어떻게 해결했는지 보여 주어야 합니다.</p> <p>D06. Breakthrough on a Budget Creative use of modest budgets and/or resources in relation to the market and/or industry to create maximum impact. The work should demonstrate how fresh insight, smart spending and compelling strategic thinking solved a business problem despite limited resources.</p>	<ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> URL 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG
<p>D07. 기업 목적 및 사회적 책임 사회, 윤리, 환경 문제를 다루는 목적 지향적 출품작/브랜드 행동주의. 출품작은 브랜드의 목적이 고객을 문화에 연결함으로써 어떻게 가치를 창출하고 지역사회에 영향을 주었는지 보여 주어야 합니다.</p> <p><i>모든 비영리, 자선 단체, 정부 관련 출품작은 해당 부문 및/또는 섹션 A. 인쇄 및 출판 부문의 A06. 비영리/자선 단체/정부 카테고리에 출품해 주십시오.</i></p> <p>D07. Corporate Purpose & Social Responsibility Purpose-driven work / brand activism which address social, ethical and environmental issues. The work should demonstrate how the brand's purpose has created value and impacted communities by connecting customers to culture.</p> <p><i>All not-for-profit, charity or government work should be entered in the relevant sector and/or A06. Not-for-profit / Charity / Government category in section A. Print & Publishing: Sectors.</i></p>	<p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Digital supporting content Digital supporting Images - JPG
<p>D08. 시장 교란 현지/지역/글로벌 문제에 대응하여 전략을 조정하고 고객에 대한 배려를 보여 주는 가운데 브랜드를 전달하는 새로운 방법을 수용한 브랜드.</p> <p>D08. Market Disruption Brands that have creatively adapted their strategy in response to local / regional / global issues, embracing new ways of delivering their brand while showing consideration for the consumer.</p>	
<p>D09. 문화 참여 신설 문화적 기반이 된 공동체 내 실제 경험에 근거한 전략적 솔루션을 중심으로 기획된 작품. 정체성(예: 장애, 성별, 인종, 성적 지향, 연령)에 대한 근본적 관점을 형성하는 관습, 행동, 전통의 미묘한 차이를 반영하고 이를 해석한 작품. 이러한 인사이트는 청중이 브랜드와 미디어 경험을 선택하는 방식을 드러내며, 성장과 임팩트를 이끌어냅니다.</p> <p>D09. Cultural Engagement NEW Work crafted around strategic solutions rooted in the lived experiences of culturally grounded communities. Work which reflects and translates the nuances of customs, behaviours, and traditions that shape foundational perspectives on identity (e.g. disability, gender, race, orientation, age). Such insights reveal how audiences choose brands and media experiences, driving growth and impact.</p>	

소셜 및 크리에이터

Social & Creator

소셜 및 크리에이터 스파이크스는 크리에이티브한 소셜 사고와 전략적 인플루언서 마케팅 솔루션에 주어지는 상입니다.

출품작은 소셜 미디어, 브랜드 앰배서더, 인플루언서의 참여 수준, 사회적 도달 범위, 크리에이티브 활용이 어떻게 상업적 성공을 이끌어 냈는지 보여 주어야 합니다.

- 심사 과정에서 여러 가지 기준이 고려되며, 다음과 같이 가중치가 부여됩니다. 30% 아이디어, 20% 전략, 20% 집행, 30% 결과.
- 선택한 카테고리가 연관성이 있는 한 소셜 및 인플루언서에 동일 작품을 출품할 수 있는 횟수에는 제한이 없습니다. 다만 'A. 소셜 및 인플루언서: 부문'에는 동일 작품을 한 번만 출품할 수 있습니다.
- 모든 사례 영상, 데모 영상, 오리지널 콘텐츠에는 자막을 포함하는 것을 강력히 권장합니다.

The Social & Creator Spikes celebrate creative social thinking and strategic influencer marketing solutions.

The work should demonstrate how levels of engagement, social reach and the creative use of social media, brand ambassadors and influencers led to commercial success.

- A number of criteria will be considered during judging, weighted as follows: 30% Idea; 20% strategy; 20% execution; 30% results.
- There is no overall limit to how many times the same piece of work can be entered into Social & Influencer as long as the categories chosen are relevant. However, the same piece of work may only be entered once in 'A. Social & Influencer: Sectors'.
- Subtitles are highly recommended on all case films, films, demo films and original content.

A. 소셜 및 인플루언서: 부문 이 섹션에는 동일 출품을 한 번만 제출할 수 있습니다. A. Social & Influencer: Sectors The same entry can be submitted only once in this section.	자료 Materials
A01. 소비재 식품 및 음료, 육식 용품, 청소 용품, 기타 가정용 제품, 기타 FMCG, 의류 및 액세서리, 가구, 소비자 가전, 자동차 및 자동차 제품 및 서비스를 포함한 일상 소비재와 내구 소비재. <i>모든 패스트푸드 출품작은 A03. 여행, 레저, 소매, 레스토랑 및 패스트푸드 체인에 출품해야 합니다.</i> A01. Consumer Goods All fast moving & durable consumer goods, including food and drinks, toiletries, cleaning products, other household goods, other FMCG, clothing and accessories, furniture, consumer electronics, cars and automotive products & services. <i>All fast food entries should go in A03. Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains.</i>	필수 <ul style="list-style-type: none"> • 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG • URL 권장(선택 사항) <ul style="list-style-type: none"> • 사례 영상 선택 사항 <ul style="list-style-type: none"> • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 - JPG
A02. 헬스케어 제약, OTC 약품, 건강. <i>자선 단체/비영리 기관을 대상으로 제작한 출품작의 경우 A06으로 출품해야 합니다. 비영리/자선 단체/정부.</i> A02. Healthcare Pharma, OTC drugs, wellness. <i>If the work has been created for a Charity/NFP then this should be entered into A06. Not-for-profit / Charity / Government.</i>	Compulsory <ul style="list-style-type: none"> • Digital presentation image - JPG • URL Highly Recommended (Optional) <ul style="list-style-type: none"> • Case film

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

<div><div>A03. 여행, 레저, 소매, 레스토랑 및 패스트푸드 체인</div><div>대중 교통 및 관광청을 포함한 모든 교통 및 여행 관련 서비스. 박물관, 페스티벌, 헬스클럽을 포함한 모든 엔터테인먼트 및 레저 관련 서비스. 온라인 소매상, 안경점, 미용실, 부동산 중개소를 포함한 모든 매장. 카페와 술집을 포함한 모든 레스토랑 및 패스트푸드 체인.</div></div>	<div>Optional</div> <ul style="list-style-type: none">Digital supporting contentDigital supporting Images - JPG
<div><div>A03. Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains</div><div>All transport- and travel-related services, including public transport and tourism boards. All entertainment- and leisure-related services, including museums, festivals and gyms. All shops, including online retailers, opticians, hairdressers and estate agents. All restaurants and fast food chains, including cafés and bars.</div></div>	
<div><div>A04. 미디어/엔터테인먼트</div><div>음악, 영화, TV, 출판 및 매체, 책, 뉴스, 디지털 플랫폼, 기타 매체.</div></div>	
<div><div>A04. Media / Entertainment</div><div>Music, film, television, publications & media, books, news, digital platforms, other media.</div></div>	
<div><div>A05. 소비자 서비스/B2B(Business to Business)</div><div>모든 상업적 공공 서비스, 법률, 금융, B2B 기술, 컨설팅 및 전문 서비스, 기타 비즈니스 서비스, 내부 및 기업 커뮤니케이션.</div></div>	
<div><div>A05. Consumer Services / Business to Business</div><div>All commercial public services, legal, financial, B2B technology, consultancies & professional services, other business services, internal & corporate communications.</div></div>	
<div><div>A06. 비영리/자선 단체/정부</div><div>정부, 공보, NGO, 군대, 자선 단체, 비영리 단체.</div></div>	
<div>모든 CSR 출품작은 관련 부문 및/또는 섹션 E. 문화 및 맥락의 E07. 기업 목적 및 사회적 책임 카테고리에 출품해야 합니다</div>	
<div><div>A06. Not-for-profit / Charity / Government</div><div>Government, public information, NGOs, military, charities, non-profit organisations.</div></div>	
<div>All CSR work should be entered in the relevant sector and/or E07. Corporate Purpose & Social Responsibility category in section E. Culture & Context.</div>	

B. 소셜 인사이트 및 참여 이 카테고리의 출품작은 얼마나 성공적으로 소셜 미디어를 사용하여 온라인 커뮤니티와 교감하고 브랜드의 측정 가능하고 유의미한 결과를 성취했는지 심사됩니다. B. Social Insights & Engagement Work in these categories will be judged on how successfully social was used to engage with online communities and deliver measurable and meaningful results for a brand.	자료 Materials
B01. 커뮤니티 관리 온라인 소셜 커뮤니티 참여, 구축 또는 유지를 위해 고안된 소셜 활동. 활성/비활성 사용자를 겨냥한 타겟 커뮤니케이션의 참여 수준과 관련성이 모두 심사됩니다. B01. Community Management Social activity that is designed to engage, build or maintain an online social community. Engagement levels and the relevance of targeted communications directed at active/non-active users will all be considered.	필수 <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG URL 권장(선택 사항) <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상
B02. 오디언스 타겟팅 / 참여 전략 신설 행동, 관심사, 위치 정보 등 소셜 인사이트를 기반으로 특정 공동체, 집단, 개인에게 맞춤형 소셜 활동. 네이티브 광고, 캠페인 집행 자동화, 메시지 개인화, 연관성 강화, 크리에이티브 실행 등을 포함하되 이에 국한되지 않습니다. B02. Audience Targeting/Engagement Strategies NEW Social activity customised for predefined communities, groups or individuals based on social insights such as behaviour, interests, geolocation, etc. This may include, but is not limited to, native advertising and programmatic campaigns, the customisation of messages, their relevance and creative execution, etc.	선택 사항 <ul style="list-style-type: none"> 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG Compulsory <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG URL
B03. 실시간 대응 소셜 플랫폼을 사용하여 세계적 사건, 공공 문제, 그 밖에 사회적 공유와 참여를 촉구하는 실시간 활동에 유의미하고 시급하며 크리에이티브로 대응하는 타겟팅된 소셜 활동. B03. Real-time Response Targeted social activity that utilises social platforms to respond to world events, public affairs and other real-time activity in a meaningful, time sensitive and creative way, that prompts social sharing and engagement.	Highly Recommended (Optional) <ul style="list-style-type: none"> Case film
B04. 소셜 리스닝 및 인사이트 데이터 및 인사이트의 사용을 통해 특정 청중이나 커뮤니티와 유의미한 관계를 맺거나 발전시키도록 확대된 소셜 캠페인. 소셜 데이터/리스닝/분석의 전략적 활용을 통해 얻은 인사이트가 심사됩니다. B04. Social Listening & Insight Social campaigns that are elevated through their use of data and insights to engage or develop a meaningful relationship with a specific audience or community. Insights gained through the strategic application of social data / listening / analytics will be considered.	Optional <ul style="list-style-type: none"> Digital supporting content Digital supporting Images - JPG
B05. 브랜드 스토리텔링 신설 특정 청중과 의미 있는 관계를 형성하기 위해 브랜드와 소비자의 이야기를 효과적으로 활용한 소셜 캠페인. 크리에이터, 인플루언서 또는 커뮤니티를 통해(즉, 브랜드가 크리에이터/인플루언서를 매개로 청중과 간접 소통하는 방식) 전개된 사례를 포함합니다. B05. Brand Storytelling NEW Social campaigns that use exceptional brand/consumer stories to drive meaningful engagement with a specific audience. This could be through creators, influencers or communities (where brands speak indirectly to audiences through creators/influencers).	

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

<p>B06. 커뮤니티의 혁신적인 참여</p> <p>기존 소셜 플랫폼 및/또는 온라인 커뮤니티의 크리에이티브 사용을 통해 비즈니스 목표에 영향을 미치거나 브랜드, 커뮤니티 또는 소비자와의 관계 강화. 여기에는 기존 소셜 플랫폼을 위해 구축된 새로운 기능의 사용, 참여 수준, 소셜 도달 범위 및 크리에이티브 전략 등도 포함될 수 있습니다.</p> <p>B06. Innovative Engagement of Community</p> <p>Creative use of existing social platforms and/or online communities to impact business objectives or enhance relationships with a brand, community or consumers. This may also include the use of new functions built for existing social platforms, levels of engagement, social reach and the creative strategy etc.</p>	
<p>B07. 뉴 리얼리티 및 신흥 기술</p> <p>소셜 미디어 내 기술의 경계를 크리에이티브로 넓히는 몰입형 경험. AI, AR, VR, XR,, 웨어러블 기술 및 모바일 기기, 음성 기술, 블록체인 기술, 게이미화, 가상 세계, 메타버스 및 그 밖의 모든 신흥 플랫폼 등을 포함. 초기 단계 기술의 시제품은 포함되지 않습니다.</p> <p>B07. New Realities & Emerging Tech</p> <p>Immersive experiences that creatively push the boundaries of technology within social media. This could include, but not limited to AI, AR, VR, XR, wearable tech and mobile devices, voice technology, blockchain technology, gamification, virtual worlds, the metaverse and all other emerging platforms. Does not include prototypes of early-stage technology.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> • 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG • URL <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> • AR/VR 파일 • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> • Digital presentation image - JPG • URL <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> • AR/VR files • Digital supporting content • Digital supporting Images - JPG

<p>B08. 크리에이터 및 인플루언서 기반 인사이트</p> <p>특정 청중이나 커뮤니티를 타겟팅하거나 끌어들이거나 관계를 발전시키기 위해 크리에이터 또는 인플루언서 캠페인에서 특별히 생성된 데이터의 창의적 해석.</p> <p>B08. Creator & Influencer Sourced Insight</p> <p>The creative interpretation of data specifically generated from creator or influencer campaigns in order to target, engage or develop a relationship with a specific audience or community.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> • 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG • URL <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> • AR/VR 파일 • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> • Digital presentation image - JPG • URL <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> • Digital supporting content • Digital supporting Images - JPG
---	---

<p>C. 크리에이터 및 인플루언서 마케팅</p> <p>이 카테고리의 출품작은 소셜 인플루언서 및 콘텐츠 크리에이터를 활용하여 소셜 캠페인을 얼마나 개선하였는지 보여주어야 함.</p> <p>C. Creator & Influencer Marketing</p> <p>The work in this category should demonstrate how a social campaign was enhanced through the use of social influencers and content creators.</p>	<p>자료</p> <p>Materials</p>
<p>C01. 유기적 도달 및 영향력 신설</p> <p>브랜드 주도로 시작된 소셜 캠페인이 대중문화의 일부로 자리잡으며, 그 결과 셀럽, 소셜 앰배서더, 인플루언서에 의해 자발적으로 확산된 사례. 출품 시 어떤 셀럽, 소셜 앰배서더, 인플루언서가 캠페인을 확산시켰는지 명시해야 합니다(유료 확산과 유기적 확산(오가닉)의 결과는 '결과' 항목에 별도 구분하여 기재할 것).</p> <p>C01. Organic Reach & Influence NEW</p> <p>Brand-led social campaigns that become part of popular culture and as a result are picked up by a celebrity, social ambassador or influencer, further expanding the campaign's reach and impact. Entries must state which celebrities, social ambassadors or influencers picked up the campaign (organic and paid results to be provided separately in the Results field).</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG URL <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG
<p>C02. 크리에이터 크로스채널 스토리텔링 신설</p> <p>브랜드 또는 에이전시가 콘텐츠 크리에이터와 협업하여 디지털, 소셜, 전통 미디어를 아우르는 일관된 브랜드 스토리를 성공적으로 구축한 사례. 출품작은 크리에이터 고유의 역량과 진정성 있는 콘텐츠가 어떻게 통합되어 다양한 청중을 참여시켰는지, 다양한 접점에서 도달 범위를 확장하고 의미 있는 브랜드 임팩트를 창출했는지 선보여야 합니다.</p> <p>C02. Creator Cross-Channel Storytelling NEW</p> <p>Brands or agencies that have successfully partnered with content creators to develop cohesive stories that seamlessly span digital, social and traditional media, creating a unified brand message. The work should demonstrate how creators' unique voices and authentic content have been effectively integrated to engage diverse audiences, amplify reach and drive meaningful brand impact across various touchpoints.</p>	<p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG URL <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Case film
<p>C03. 크리에이터 협업 신설</p> <p>브랜드와 크리에이터 간의 임팩트 있고 창의적인 협업 사례. 출품작은 크리에이터 고유의 역량과 브랜드 아이덴티티가 어떻게 조화를 이루어, 진정성 있고 몰입감 있는 매력적인 내러티브를 만들어냈는지 선보여야 합니다. 이러한 파트너십은 브랜드 메시지가 크리에이터의 스토리텔링을 통해 자연스럽게 통합되어, 서로에게 긍정적 영향을 주고 오래 기억에 남는 캠페인으로 이어졌음을 입증해야 합니다.</p> <p>C03. Creator Collaboration NEW</p> <p>Impactful and creative collaborations between a creator and a brand. The work should demonstrate a blend of the creator's unique voice with the brand's identity to produce compelling, authentic, and engaging narratives. These partnerships should showcase strong synergy, creativity and a seamless integration of the brand's message through the creator's storytelling, resulting in a mutually beneficial and memorable campaign.</p>	<p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital supporting content Digital supporting Images - JPG
<p>C04. 크리에이터 주도형 콘텐츠 전략 신설</p> <p>크리에이터가 콘텐츠 전략을 주도하여 브랜드 콘텐츠 전반에 대한 장기적 비전을 형성하는 데 핵심 역할을 수행한 사례. 출품작은 청중 참여에 대한 깊은 이해, 혁신적 콘텐츠 기획, 브랜드 목표와의 명확한 일관성을 선보여야 합니다.</p> <p>C04. Creator-Led Content Strategy NEW</p> <p>Content strategies driven by creators, where the creator plays a pivotal role in shaping the overall long-term vision for a brand's content. The strategy should demonstrate a deep understanding of audience engagement, innovative content planning and a clear alignment with the brand's goals.</p>	

<p>C05. 탁월한 크래프트 신설</p> <p>크리에이터가 브랜드나 플랫폼의 목표에 부합하는 독창적이고 일관된 비전을 구현하는 역량을 보여주는 작품. 출품작은 크리에이터가 콘텐츠 전반의 미감, 톤, 실행을 이끌 스킬이 있고 그 결과 청중에게 강렬하고 기억에 남는 경험을 제공했는지 선보여야 합니다.</p> <p>C05. Excellence in Craft NEW</p> <p>Work which demonstrates a creator's ability to craft a distinctive, cohesive vision that aligns with a brand or platform's objectives while showcasing the creator's skill in guiding the overall aesthetic, tone, and execution of content, resulting in a compelling and memorable audience experience.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG URL <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG URL <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital supporting content Digital supporting Images - JPG
<p>C06. 커뮤니티 구축 신설</p> <p>브랜드나 캠페인을 중심으로 활발하고 충성도 높은 크리에이터 커뮤니티를 구축한 사례. 출품작은 커뮤니티가 어떻게 효과적으로 성장하고 유지되었는지, 진정성 있는 협업과 소통이 어떻게 장려되었는지, 해당 커뮤니티가 브랜드에 어떤 긍정적인 영향을 미쳤는지 선보여야 합니다.</p> <p>C06. Community Building NEW</p> <p>Work that fosters vibrant, engaged and loyal creator communities around a brand or campaign. The work should demonstrate how the creator community was effectively nurtured, how authentic collaboration and communication were encouraged and how the community positively impacted the brand.</p>	

<p>D. 소셜 콘텐츠 마케팅</p> <p>이 카테고리의 출품작은 콘텐츠를 얼마나 성공적으로 사용하여 소비자와 타겟 오디언스를 끌어들이었는지가 심사됩니다.</p> <p>D. Social Content Marketing</p> <p>Work in these categories will be judged on how successfully content was used to engage with consumers and target audiences.</p>	<p>자료</p> <p>Materials</p>
<p>D01. 콘텐츠 배치</p> <p>소셜 채널을 사용한 콘텐츠 및 편집 전략과 배치. 보다 광범위한 소셜 캠페인을 추진 또는 강화할 수 있는 적절한 콘텐츠의 전략적 배열 및 큐레이션.</p> <p>D01. Content Placement</p> <p>Content and editorial strategy and placement using social channels. The strategic arrangement and curation of appropriate content that may either drive or enhance a wider social campaign.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG URL <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG URL <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital supporting content Digital supporting Images - JPG
<p>D02. 소셜 영상 신설</p> <p>온라인 소셜 플랫폼에서 광범위한 공유를 목적으로 제작된 소셜 영상. 성과 및 조회수 등의 지표가 고려됩니다.</p> <p>D02. Social Film NEW</p> <p>One-off social film specifically created for online social platforms that are intended for widespread sharing. Results and number of views will be taken into consideration.</p>	<p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG Film URL <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Demo film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> AR/VR files Digital supporting content Digital supporting Images - JPG

SPIKES ASIA AWARDS 2026

엔트리 키트 1: 소셜 및 크리에이터

ENTRY KIT 1: SOCIAL & CREATOR



<p>D03. 소셜 영상 시리즈 신설</p> <p>온라인 소셜 플랫폼에서 광범위한 공유를 목적으로 제작된 소셜 영상 시리즈. 심사 과정에서 성과 및 조회수 등의 지표가 고려됩니다.</p> <p><i>시리즈는 하나의 영상 파일로 업로드하되, 에피소드 시작 부분에는 다음 에피소드 시작을 표시하는 슬레이트(구분 화면)를 삽입하시기 바랍니다.</i></p> <p>D03. Social Film Series NEW</p> <p>Social film series specifically created for online social platforms that are intended for widespread sharing. Results and number of views will be taken into consideration during the judging process.</p> <p><i>Please upload all executions in a single video file with slates denoting the start of the next execution.</i></p>	<p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Film URL <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Demo film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> AR/VR files Digital supporting content Digital supporting Images - JPG
<p>D04. 공동 제작 및 사용자 생성 콘텐츠</p> <p>충성도 및 참여 증대를 위한 브랜드 이니셔티브를 통해 커뮤니티/팬층의 기여 또는 협업을 장려하도록 고안된 소셜 활동.</p> <p>D04. Co-Creation & User Generated Content</p> <p>Social activity designed to encourage a community/fanbase to contribute or collaborate with a brand initiative to enhance loyalty and engagement.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG URL <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG URL <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital supporting content Digital supporting Images - JPG

SPIKES ASIA AWARDS 2026

엔트리 키트 1: 소셜 및 크리에이터

ENTRY KIT 1: SOCIAL & CREATOR



<p>D05. 소셜 커머스</p> <p>소셜 미디어, 소셜 플랫폼, 가상 커뮤니티를 전자상거래와 옴커머스에 활용하여 비즈니스 결과를 증진하는 작품.</p> <p>D05. Social Commerce</p> <p>Work which harnesses social media, social platforms and virtual communities for eCommerce and mCommerce to drive business results.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG URL <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG <p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG URL <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital supporting content Digital supporting Images - JPG
--	---

E. 소셜 및 크리에이터 탁월성 E. Excellence in Social & Creator	자료. Materials
<p>E01. 멀티플랫폼 소셜 캠페인 신설</p> <p>온라인 및/또는 오프라인 플랫폼과 라이브 이벤트 등 다양한 미디어를 활용한 소셜 캠페인. 출품작은 이러한 요소들이 캠페인의 전체 실행을 견인하거나, 캠페인에서 필수적 역할을 했음을 입증해야 합니다.</p> <p>E01. Multi-Platform Social Campaign NEW</p> <p>Social campaigns that utilise multiple media online and/or offline platforms and live events. The work should illustrate that these elements drive or are inherently necessary to the overall execution of the social campaign.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG URL <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG
<p>E02. 스폰서십 및 브랜드 파트너십 신설</p> <p>인지도 제고 또는 비즈니스 목표를 달성하고 기업 브랜드나 조직 이미지를 강화하기 위해 제품 또는 서비스를 지원하는 스폰서십 및/또는 파트너십 프로그램을 활용한 소셜 캠페인.</p> <p>E02. Sponsorship & Brand Partnership NEW</p> <p>Social campaigns that utilise sponsorship and/or partnership programmes to support a product or service in order to meet specific awareness/business goals and to enhance the image of a corporate brand, organisation or corporation.</p>	<p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG URL
<p>E03. 사회적 목적 신설</p> <p>사회적 가치나 공익 목적과의 진정성 있는 연계를 통해 소비자 참여를 이끌어내기 위해 기획된 소셜 캠페인. 출품작은 브랜드의 핵심 가치가 해당 사회적 가치 또는 목적과 어떻게 합치되는지 명확히 선보여야 합니다. 비영리 사회공헌 이니셔티브 등을 포함하되 이에 국한되지 않습니다.</p> <p>E03. Social Purpose NEW</p> <p>Social campaigns specifically designed to engage consumers through authentic alignments with a social purpose/cause. The work should demonstrate how the core values of the brand align with the cause or wider social purpose. This may include, but is not limited to, nonprofit social responsibility initiatives.</p>	<p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital supporting content Digital supporting Images - JPG

F. 문화 및 맥락 F. Culture & Context	자료. Materials
F01. 로컬 브랜드 특정 지역 내에서만 유통되는 브랜드에 대한 작품작. 명확히 정의된 지역 내 타깃 청중에게 공감과 반향을 일으킨 작품이어야 합니다. F01. Local Brand Work for brands distributed solely within a specific locality. The work should resonate with a clearly defined, local target audience.	필수 <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG URL 권장(선택 사항) <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상 선택 사항 <ul style="list-style-type: none"> 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG
F02. 챌린저 브랜드 경쟁업체의 압력에 대응하여 크리에이티브로 접근 방식을 조정하고 현상을 타파하는 진보적 사고와 혁신적 크리에이티비티를 사용하는 획기적 작품을 만들어내는 브랜드. F02. Challenger Brand Brands which have creatively adapted their approach in response to competitor pressure by challenging the status quo to create game-changing work that uses progressive thinking and innovative creativity.	Compulsory <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG URL
F03. 단일 시장 캠페인 단일 국가/지역/시장에서 방송되거나 집행된 작품작. 작품작은 특정 표적 시장에 맞게 캠페인을 어떻게 고안했는지 설명해야 합니다. F03. Single-market Campaign Work which aired or ran in a single country / region / market. Entries should describe how the campaign was designed for the specific target market.	Highly Recommended (Optional) <ul style="list-style-type: none"> Case film Optional <ul style="list-style-type: none"> Digital supporting content Digital supporting Images - JPG
F04. 소셜 행동 및 문화적 인사이트 특정 지역 또는 지방에서 발견되는 아이디어, 관습, 가치 및 라이프스타일에서 비롯된 식별 가능한 사회적 행동을 통해 특정 청중/커뮤니티에서 영감을 받은 작품작. 작품작은 소비자 행동에 대한 인사이트를 활용하여 브랜드와 강력한 연결을 형성할 수 있는 방법을 보여줘야 합니다. E04. Social Behaviour Work inspired by a specific audience or community, relying on identifiable social behaviour. The work should demonstrate how leveraging insights into consumer behaviour can create a powerful connection with a brand.	
F05. 유머 사용 브랜드 커뮤니케이션에 유머 기술을 담아낸 작품작. 캠페인에 재치, 풍자, 기발함을 녹여내어 청중과 공감대를 형성하면서도 즐거움을 주고, 기억에 남으며, 웃음을 유발하는 작품작. E05. Use of Humour Work that celebrates the art of humour in branded communications. Infusing wit, satire, and cleverness into campaigns that provide amusement and create memorable, laughter-inducing connections with audiences.	

<p>F06. 예산 돌파구 시장 및/또는 업계와 관련된 많지 않은 예산 및/또는 자원을 크리에이티브로 사용하여 최대의 효과 창출. 출품작은 제한된 자원에도 불구하고 참신한 인사이트, 영리한 지출, 설득력 있는 전략적 사고로 비즈니스 문제를 어떻게 해결했는지 보여 주어야 합니다.</p> <p>F06. Breakthrough on a Budget Creative use of modest budgets and/or resources in relation to the market and/or industry to create maximum impact. The work should demonstrate how fresh insight, smart spending and compelling strategic thinking solved a business problem despite limited resources.</p>	<p>필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 프리젠테이션 이미지 - JPG URL <p>권장(선택 사항)</p> <ul style="list-style-type: none"> 사례 영상 <p>선택 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> 디지털 보조 콘텐츠 디지털 보조 이미지 - JPG
<p>F07. 기업 목적 및 사회적 책임 사회, 윤리, 환경 문제를 다루는 목적 지향적 출품작/브랜드 행동주의. 출품작은 브랜드의 목적이 고객을 문화에 연결함으로써 어떻게 가치를 창출하고 지역사회에 영향을 주었는지 보여 주어야 합니다.</p> <p><i>모든 비영리, 자선 단체, 정부 관련 출품작은 해당 부문 및/또는 섹션 A. 소셜 및 인플루언서 부문의 A06. 비영리/자선 단체/정부 카테고리에 출품해 주십시오.</i></p> <p>F07. Corporate Purpose & Social Responsibility Purpose-driven work / brand activism which address social, ethical and environmental issues. The work should demonstrate how the brand's purpose has created value and impacted communities by connecting customers to culture.</p> <p><i>All not-for-profit, charity or government work should be entered in the relevant sector and/or A06. Not-for-profit / Charity / Government category in section A. Social & Creator: Sectors.</i></p>	<p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital presentation image - JPG URL <p>Highly Recommended (Optional)</p> <ul style="list-style-type: none"> Case film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital supporting content Digital Supporting Images JPG
<p>F08. 시장 교란 현지/지역/글로벌 문제에 대응하여 전략을 조정하고 고객에 대한 배려를 보여 주는 가운데 브랜드를 전달하는 새로운 방법을 수용한 브랜드.</p> <p>F08. Market Disruption Brands that have creatively adapted their strategy in response to local / regional / global issues, embracing new ways of delivering their brand while showing consideration for the consumer.</p>	

- 출품 준비하기
- Getting Ready to Enter

출품 준비하기

GETTING READY TO ENTER

한 작품을 여러 번 출품하려면 출품작 제목을 추가하고, 출품작 정보를 작성하고, 관여한 회사와 사람들을 명시하고, 출품하려는 모든 관련 카테고리를 선택하십시오. 모든 스파이크스 아시아 상에 해당하는 공통 사항과 출품하는 카테고리에 고유한 몇 가지 특정 정보를 제출해야 합니다. 걱정하지 마십시오. 제출 후에도 개별 출품을 편집할 수 있습니다.

To enter a piece of work multiple times, simply add the title of the entry, fill in the entry information, let us know which companies and people were involved and select all the relevant categories you wish to enter. You'll be required to submit common information that applies to all the Spikes Asia awards and some specific information unique to the category you're entering. Don't worry – you can still edit individual entries.

스파이크스 아시아에 처음 출품하는 경우

도움이 필요하십니까? awards@spikes.asia에 이메일을 보내면 우리 전문가 중 한 명이 과정을 안내해 드리겠습니다.

FIRST TIME ENTERING SPIKES ASIA?

Need help? Drop us an email at awards@spikes.asia and we'll arrange for one of our experts to talk you through the process.

모든 세부정보를 당장은 알 수 없는 경우

걱정하지 마십시오, 양식은 순서에 상관없이 작성할 수 있으며, 언제든지 진행 상태를 저장할 수 있습니다.

DON'T HAVE ALL THE DETAILS RIGHT AWAY?

Don't worry, you can complete the form in any order and save your progress at any time.

답변해야 할 모든 질문들은 각 개별 카테고리를 위한 엔트리 시스템에서 다운로드하실 수 있습니다.

**ALL THE QUESTIONS YOU NEED TO ANSWER ARE AVAILABLE TO
DOWNLOAD ON THE ENTRY SYSTEM FOR EACH INDIVIDUAL CATEGORY.**

- 출품 준비하기
- Getting Ready to Enter

공통 사항

COMMON INFORMATION

출품작 제목

Entry Title

출품작 제목 지정

GIVE YOUR ENTRY A TITLE

먼저 출품작 제목을 정해야 합니다. 이 작품을 출품하려는 스파이크스 아시아 상과 카테고리를 선택하려면 먼저 이 정보를 제출해야 합니다. 이 작품을 여러 카테고리에 출품하는 경우, 여기서 정하는 제목이 선택된 출품작 전체에 적용됩니다.

To begin, you need to give your entry a title. We need this information before you select the Spikes Asia award and categories you'd like to enter this work into. If you're entering this work into multiple categories, the title you give here will be applied across all of those selected entries.

상 및 카테고리 선택

CHOOSE AWARD AND CATEGORIES

이 작품을 출품할 스파이크스 아시아 상을 선택해야 합니다. 상마다 출품 한도가 각각 다릅니다.

선택한 상 또는 카테고리는 지불 전까지 추가, 삭제 또는 편집할 수 있습니다. 스파이크스 아시아 상에 대한 모든 세부정보는 스파이크스 아시아 [웹사이트](#)에서 확인할 수 있습니다.

It's time to select the Spikes awards you'd like to enter with this piece of work. Entry limits within each Spikes award are different.

You may add, remove or edit the awards or categories selected at a later stage before payment. You can find all the details about the Spikes Asia awards on our [website](#).

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

- 출품 준비하기
- Getting Ready to Enter

다중 집행 정보

MULTIPLE EXECUTIONS INFORMATION

집행 캠페인은 같은 핵심 창의성 아이디어로 연결되며, 같은 제품 또는 서비스를 같은 매체를 통해 광고하는 출품작 그룹입니다. 각 집행은 개별적으로 비용을 지불해야 합니다. 창의적 콘셉트 2개 이상의 일련의 변형을 선택하여 집행 캠페인의 일환으로 제출할 수 있습니다.

특정 상과 카테고리만 집행 캠페인을 허용하며 심사위원단은 단일 집행을 시상할 것인지 또는 일련의 집행을 시상할 것인지 선택할 수 있습니다.

A campaign of executions is a group of entries that are linked by the same overarching creative idea. To be eligible, each entry in the campaign will promote the same product or service using the same medium. Each execution is a standalone entry and must be paid for individually. You can choose a series of 2 or more variations of the creative concept to submit as part of a campaign of executions.

*Only certain Awards and categories allow campaigns of executions. The Jury can choose to award just a single execution from the campaign, or they can choose to recognise the full series with a Campaign Award.

회사

COMPANIES

어떤 회사가 관여했습니까?

WHICH COMPANIES WERE INVOLVED?

귀사는 출품 회사이며 먼저 귀사 정보를 기입해야 합니다. 원하는 만큼 회사를 추가할 수 있습니다 모든 출품에는 하나 이상의 '출품 회사'와 하나 이상의 '아이디어 창작' 회사가 필요합니다. 이 두 회사가 같은 회사인 경우도 있습니다.

출품 회사는 출품료를 지불할 책임이 있으며, 출품 관련 문의와 관련된 유일한 연락창구로 간주됩니다. 여러 회사를 입력할 때는 원하는 공개 순서로 입력해야 합니다. 인증서에도 회사가 해당 순서로 표시됩니다.

특별상 계산에 직접적 영향을 미치므로 출품할 때는 각 회사가 기여한 정확한 역할을 명시해야 합니다.

중요: 나중에 선택하는 상과 카테고리에 따라 이 섹션으로 돌아와 회사를 추가해야 할 수도 있습니다(예: 미디어에 출품하는 경우, '미디어 배치' 역할을 한 회사를 제공해야 합니다).

출품작이 스파이크스 아시아 상을 수상하면 여기에 기여한 사항을 명시한 회사와 개인은 자동으로 [스�파이크스 아시아 웹사이트](#)에서 트로피 및 인증서 구매 자격을 얻게 됩니다.

You are the Entrant Company and will be required to fill out your own information first. You may add as many additional companies as you wish. Each entry requires at least one 'Entrant Company' and one 'Idea Creation' company. Sometimes it will be the same company for both.

The Entrant Company is responsible for payment of entry fees and will be considered the sole contact for any entry-related queries. You should enter the companies in the order you'd like them to be published, as this is how they'll appear on your certificates.

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

- 출품 준비하기
- Getting Ready to Enter

When making your entry, please make sure you credit companies in the correct roles as this directly affects the calculations for the Special Awards.

IMPORTANT: You may be asked to return to this section to add more companies depending on the Spikes award and categories you select later (e.g. if you enter Media, you'll be asked to provide a company that played a 'Media Placement' role).

If your entry wins a Spikes Asia Award, companies and individuals credited here will automatically be eligible to purchase trophies and certificates on the Spikes Asia website.

연락처

CONTACTS

연락 책임자는 누구입니까?

출품작과 관련하여 연락을 드려야 할 수 있습니다. 연락해야 할 사람의 세부정보를 제공해 주십시오.

WHO IS THE LEAD CONTACT?

We may need to contact you about your entry. Please provide details of who we should contact.

심사 중 연락처

심사 도중 작품 관련 문의사항이 있을 때 페스티벌 주최 측에서 연락할 사람입니다. 이 연락 담당자는 출품 회사 소속이어야 하고, 캠페인에 직접 관여했으며, 심사 중에는 업무 시간과 업무 외 시간에도 연락이 가능해야 합니다.

CONTACT DURING JUDGING

This is the person the Festival will contact if any questions arise about the work during judging. This contact person must be from the entrant company, must have been directly involved with the campaign and must be contactable both within and outside of office hours during judging.

브랜드 연락처: 작품을 의뢰한 브랜드 소속 연락처 정보.

이 이메일 주소가 브랜드 업무용 이메일인지 확인해야 합니다. 개인 또는 일반 연락처 정보는 인정되지 않습니다.

BRAND CONTACT: Contact details of the brand that commissioned the work.

You'll need to verify that this email address is a brand work email. We don't accept private or general contact details.

출품별 정보

ENTRY-SPECIFIC INFO

미디어 정보

MEDIA INFO

여기에 작품이 언제 어디에서 출시되었는지에 관한 정보를 제공해야 합니다. 출품가능일은 출품하는 스파이크스 어워드에 따라 달라집니다.

작품의 출품 자격 여부를 확신할 수 없는 경우 [어워드 지원](#) 페이지를 참조하십시오. 출품작을 제작하기 전에 등록 기간을 반드시 확인하시기 바랍니다.

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

- 출품 준비하기
- Getting Ready to Enter

Here you need to provide information about where and when your work launched. Eligibility dates are dependent on the Spikes Award being entered.

If you're not sure whether your work is eligible, please see our [Awards Support](#) page. We strongly recommend checking eligibility dates before you start to create your entry submissions.

미디어 배치

작품의 집행에 관한 정보를 제공해 주십시오. 어떻게 집행했고 어느 미디어에서 집행했는지 알려주십시오. 출품작이 구체적으로 어디에 게재되었습니까? (예: BBC World Service, Facebook, Times Square, 쇼핑센터 내부 등)

참고: 출품작의 복수 미디어 배치를 제공할 수 있습니다.

MEDIA PLACEMENT

Please provide information about the executions of your work. Tell us what you did and where it happened. Where did the work appear specifically? (e.g. on BBC World Service, Facebook, Times Square, Inside a shopping centre)

Note: You'll have the option to provide multiple media placements for your entry.

크리에이티브 효과만 해당

크리에이티브 효과 스파이크스에는 추가 필수 미디어 정보 섹션을 작성해야 합니다. 다음 섹션을 검토하십시오.

미디어/에이전시/제작 비용과 관련된 이 작품의 평균 총 지출을 명시하십시오.

CREATIVE EFFECTIVENESS ONLY

For the Creative Effectiveness Spikes, you need to complete an extended mandatory section on media information. Please review the following sections.

Please give an indication of the average total spend for this work in relation to media / agency / production costs.

- 캠페인 기간 DURATION OF CAMPAIGN
- 성별 GENDER
- 타겟 청중 TARGET AUDIENCE
- 사회 경제 수준 SOCIOECONOMIC LEVEL
- 장소/지역에 따른 예산 LOCATION/REGION BUDGET

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

- 출품 준비하기
- Getting Ready to Enter

부문 Sector	하위부문 Subsector
자동차 AUTOMOTIVE	
	기타 자동차 Other Automotive
	차량 Vehicles
B2B B2B	
	B2B 기술 B2B Technology
	컨설팅 및 전문 Consultancies & Professional
	법률 Legal
	기타 비즈니스 서비스 Other Business Services
소비 내구재 CONSUMER DURABLES	
	패션 Fashion
	가구 및 조명 Furniture & Lighting
	가전제품 Home Appliances
	가정용품 Homewares
	기술 Technology
	장난감 Toys
소비자 서비스 CONSUMER SERVICES	
	에너지 Energy
	금융 Financial
	보험 Insurance
	기타 소비자 서비스 Other Consumer Services

부문 Sector	하위부문 Subsector
레저 LEISURE	
	도박 Gambling
	게이밍 Gaming
	라이브 이벤트 Live Events
	박물관 및 미술관 Museums & Galleries
	기타 레크리에이션 Other Recreation
	스포츠 Sports
미디어/엔터테인먼트 MEDIA/ENTERTAINMENT	
	도서 Books
	디지털 플랫폼 Digital Platforms
	영상 Film
	음악 Music
	뉴스 News
	기타 미디어 Other Media
	출판 및 미디어 Publications & Media
	텔레비전 Television
비영리/자선 단체/정부 NOT-FOR-PROFIT / CHARITY / GOVERNMENT	
	자선 단체 Charities
	정부 Government
	군 Military
	비영리 Non-profits

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

- 출품 준비하기
- Getting Ready to Enter

	사교육 Private Education		기타 비영리 Other Not-for-profit
	민간 의료 Private Healthcare	소매 RETAIL	
	통신 Telecommunications		전자상거래 eCommerce
FMCG			패스트 푸드 Fast Food
FMCG			레스토랑 Restaurants
	미용 Beauty		소매 Retail
	가정용 제품 Household Goods	여행 TRAVEL	
	음료 Drinks		교통 Transport
	음식 Food		여행 및 관광 Travel & Tourism
	기타 FMCG Other FMCG		
의료 HEALTHCARE			
	OTC 약품 OTC Drugs		
	제약 Pharma		
	웰니스 Wellness		

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

- 출품 준비하기
- Getting Ready to Enter

크리에이티브 팀

CREATIVE TEAM

누가 관여했습니까?

표시하고 싶은 순서대로 중요한 기여를 한 사람들의 세부정보를 입력하십시오. 출품작이 수상하는 경우, 이 정보는 출품작과 함께 스파이크스 아시아 웹사이트에 표시됩니다. 크리에이티브 팀 크레딧은 **2026년 3월 20일**까지 변경할 수 있습니다.

순서를 바꾸고 싶으십니까? 이름을 '드래그 앤 드롭'하여 목록 위 또는 아래로 옮길 수 있습니다.

업로드한 일부 미디어는 '크레딧 라이브러리'에서 확인할 수 있습니다. 시간을 절약하기 위해 여기에서 크레딧을 여러 출품에 배정할 수 있습니다.

WHO WAS INVOLVED?

Enter the details of people who made a significant contribution to this entry in the order you'd like them to appear. This information will appear alongside your entry on the Spikes Asia website if your entry wins. Creative team credits can be altered until **20 March 2026**.

Want to change the order? You can 'drag and drop' the names to move them up or down the list.

Once you've uploaded each credit, it will become available in your 'Credit Library.' From here, you can assign the credits to multiple entries to save time.

지속가능성 맥락(선택 사항)

이 작품의 탄소 배출량 측정 여부에 대해 코멘트를 입력해야 합니다. 작품의 지속 가능한 개발, 제작, 집행을 위해 어떤 점이 고려되었는지에 대한 코멘트를 입력하는 옵션도 있습니다.

AdNet Zero의 자랑스러운 일원으로서 스파이크스 아시아는 광고 개발, 제작, 집행을 탄소 영향에 대하여 진정한 탄소 중립을 달성할 공동의 책임이 있다고 믿습니다. 자세한 정보는 [여기](#)에서 확인할 수 있습니다.

Ad Net Zero는 Lions, 4A's, Advertising Association, ANA, Dentsu, Diageo, EACA, Google, Havas, IAA, IAB, IPG, IPA, ISBA, Meta, Omnicom Group, Publicis Groupe, PubMatic, Reckitt, Sky, Unilever, Procter & Gamble, Union des Marques, VoxComm, WFA, WPP의 지원을 받습니다.

SUSTAINABILITY CONTEXT (OPTIONAL)

You'll be asked to comment on whether the carbon emissions of this piece of work were measured. You'll also have the option to comment on what consideration was given to the sustainable development, production and running of the work.

As a proud member of Ad Net Zero, we believe that it's our collective responsibility to reduce the carbon impact of developing, producing and running advertising to real net zero. You can find more information [here](#).

Ad Net Zero is supported by Lions, 4A's, the Advertising Association, the ANA, Dentsu, Diageo, the EACA, Google, Havas, the IAA, the IAB, IPG, the IPA, the ISBA, Meta, Omnicom Group, Publicis Groupe, PubMatic, Reckitt, Sky, Unilever, Procter & Gamble, Union des Marques, VoxComm, the WFA and WPP.

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

- 출품 준비하기
- Getting Ready to Enter

DEI 맥락(해당되는 경우)

해당하는 경우 다음에 대한 코멘트를 입력하는 옵션이 있습니다.

- 팀 구성 시 어떤 점을 고려하였습니까?
- 출품작에서 각 개인의 표출 방식을 결정할 때 어떤 점을 고려했습니까?
- 출품작 개발 과정에서 DEI를 존중하는 사고방식이 어떤 역할을 했습니까?

DEI CONTEXT (IF APPROPRIATE)

You will have the option to comment on the following if appropriate:

- What consideration was given to the composition of the team(s) involved?
- What consideration was given to how individuals are represented in the work?
- What role did DEI thinking play throughout the development of the work?

팀 크레딧

프로젝트에서 참여한 각 개인을 포함시키십시오. 제공하신 세부정보는 제3자와 공유하지 않습니다.

TEAM CREDITS

Include each individual who worked on the project. We won't share any details you provide with third parties.

미디어 업로드

출품작을 업로드하십시오! 상마다 디지털 미디어 요구사항이 다릅니다. '필수 미디어'를 먼저 업로드하십시오.

UPLOAD MEDIA

Upload your work! Each award has different digital media requirements. Please upload the 'compulsory media' first.

디지털 미디어(필수 사항)

업로드한 일부 미디어는 '미디어 라이브러리'에서 확인할 수 있습니다. 여기에서 여러 출품에 미디어를 할당하여 시간을 절약할 수 있습니다. 미디어는 최종본이어야 하며, 모든 관련 권리를 보유하고 있어야 합니다. 교체 파일은 받지 않습니다. 체크아웃은 '필수 미디어'를 업로드한 후에만 가능합니다.

DIGITAL MEDIA (COMPULSORY)

Once you've uploaded some media, it will become available in your 'Media Library'. From here, you can assign the media to multiple entries to save time. Your media has to be the final version, and you must hold all applicable rights. We don't accept replacement files. You can only check out once you've uploaded the 'compulsory media'.

디지털 보조 미디어(선택 사항)

다음과 같은 선택적 보조 자료를 출품과 함께 업로드할 수도 있습니다. 자세한 정보는 '비디오 파일 형식 가이드라인'을 참조하십시오.

DIGITAL SUPPORTING MEDIA (OPTIONAL)

You may also upload the following optional supporting digital materials with your entry. See the 'Video File Format Guidelines' for more information.

- | | |
|--------------|------------------------------|
| • 사례 영상 | • 디지털 보조 이미지 |
| • case films | • digital supporting images |
| • 데모 영상 | • 디지털 보조 콘텐츠 |
| • demo films | • digital supporting content |

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

보조 자료 가이드라인

SUPPORTING MATERIAL GUIDELINES

보조 자료는 출품에서 가장 중요한 요소에 속합니다. 심사위원단은 결정을 내리는 과정에서 보조 자료를 검토하고, 보고, 읽게 됩니다. 스파이크스 상마다 자료 요구사항이 각각 다릅니다. 요구사항이 어떤 경우에는 필수 사항인 반면, 어떤 경우에는 권장 사항 또는 선택 사항입니다.

출품 제출 후 정보를 추가하거나 파일을 교체하는 것에 관한 엄격한 규칙이 있다는 점을 명심하십시오. 출품 미디어(예: 사례 영상, JPG)는 어떤 경우에도 업데이트할 수 없습니다. 지불 전에 제출 준비가 완벽히 되었는지 확인하십시오.

출품비를 낸 이후에 새로운 성과가 수집된 경우, 2026년 1월 30일 전까지만 출품 양식의 결과 섹션에 추가로 작성할 수 있습니다.

Supporting materials are some of the most important elements of your entry. This is what the jury will examine, watch and read during their decision-making. Each Spikes Award has different material requirements. In some cases, they are mandatory whereas in others, they are recommended or optional.

It's important to remember there are strict rules about adding extra information or replacing files once you've submitted your entry. Entry media e.g. case films and JPGs, cannot be updated under any circumstances. Please make sure you are absolutely ready to submit before you pay.

If new results are collected after the entry has been paid for, we will only accept additional written information in the results section of the entry form before 30 January 2026.

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

- 보조 자료 가이드라인
- Supporting Material Guidelines

작품이 페스티벌에서 출품 취소되지 않도록 다음과 같은 가이드라인을 준수하십시오.

In order to avoid your work being withdrawn from the Festival, please adhere to the following guidelines:

- 모든 사례 영상 및 프레젠테이션 이미지는 영어로 되어 있어야 합니다.
- 원래 영어로 공개되지 않은 작품(TV 광고, 인쇄 광고, 광고판 등)은 영어를 사용하는 심사위원단이 이해할 수 있도록 공개 또는 방영된 것과 똑같이 번역 또는 자막 처리할 수 있습니다.
- 원본 비디오 작품 번역 시 더빙은 허용되지 않습니다. 보이스오버는 번역할 수 있지만 시화(visible speech)는 원래 언어로 두고 자막 처리해야 합니다.
- 보조 자료에 소속 에이전시 또는 기여한 크리에이티브 회사나 개인이 언급되어서는 안 됩니다.
- All case films and presentation images must be in English.
- Work which was not originally published in English (TVCs, print ads, billboards etc.) can be translated or subtitled exactly as it was published or aired, so that they can be understood by the English-speaking jury.
- If translating the original video work, please note that dubbing is not allowed. Voiceovers can be translated but visible speech must be kept in the original language and subtitled.
- Supporting materials must not contain any reference to your agency or any contributing creative companies or individuals.

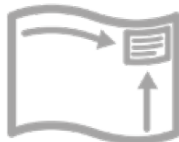
영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

레이블 및 배송 가이드라인

LABELLING AND DELIVERY GUIDELINES

- **출품 레이블:** 지불 후 확인 이메일로 개별적 출품 레이블이 제공됩니다. 레이블에는 출품작에 고유한 개별 출품 번호가 기재되어 있으며, 심사 후반부에 심사위원단에게 제공되기 때문에 접수 시 실물 자료를 당사가 식별하는 데 매우 중요합니다. 출품 레이블은 보조 자료에 적절히 부착해야 합니다.
- **ENTRY LABELS:** The individual entry labels are provided with your confirmation email, after payment. Labels have individual entry numbers which are specific to your entries and are vital for us to identify your physical material(s) when they arrive, as they will be made available to the jury in the latter stages of judging. The entry labels must be attached to the supporting material, as appropriate.



Attention: Spikes Asia
Spikes Asia
71 Robinson Road, #14-01,
Singapore 068895
Telephone number: +65 9728 6037

- **배송 주소 레이블:** 확인 이메일에는 패키지 외부에 부착할 배송 주소 레이블이 있습니다. 레이블의 부착 위치 및 부착 방법에 관한 지침도 확인 이메일에 있습니다. 온라인 계정에서 지침을 다운로드할 수도 있습니다. 레이블이 올바르게 부착되지 않은 출품 자료는 받지 않습니다.
- **PACKAGE ADDRESS LABELS:** On your confirmation email, there will be a package address label for the outside of your package(s). Instructions on where and how to attach them are in your confirmation email. You can also download them from your online account. We are unable to accept entry materials which are not labelled correctly.
- **대형 품목:** 보조 자료의 실물이 과도하게 크거나 조립 지침이 필요한 경우 awards@spikes.asia로 문의하시기 바랍니다.
- **LARGE ITEMS:** If your physical support materials are oversized or require assembly instructions please contact awards@spikes.asia.
- 제출 완료 후 7일 이내에 실물 자료를 보내 주십시오.
- Please send us your physical materials within seven days of completing your submission.

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

- 보조 자료 가이드라인

- Supporting Material Guidelines

- 위의 싱가포르 주소로 2026년 2월 27일 전에 실물 자료가 도착해야 합니다.
- Please ensure your physical materials arrive at the Singapore address above before 27 February 2026.
- 인쇄된 증빙 자료 또는 보드는 더 이상 보조 자료로 접수하지 않으므로 보내지 마십시오.
- **We kindly ask you to refrain from sending us any printed proofs or boards as we are no longer accepting these as supporting materials.**
- 자료가 확실히 배송될 수 있도록 배송료 및 우편료 일체를 미리 지불해야 합니다. 페스티벌 조직위는 배송 중 어느 단계에서도 자료에 대한 책임을 지지 않습니다. 출품작이 분실되거나 통관이 지연되거나 배송을 위한 지불이 필요할 경우, 해결할 책임은 오로지 출품자에게 있습니다.
- You must cover all courier and mailing costs in advance, to secure the delivery of your materials. The Festival Organisers cannot accept responsibility for packages at any stage of transit. If entries are lost, held up at customs or require payment for delivery, resolution is the sole responsibility of the entrant.
- 배송물에 다음과 같이 표기된 세관 송장이 포함되어야 합니다. 'Festival MATERIAL - NO COMMERCIAL VALUE'. 필요할 경우, 명목금액(예: 1.50 싱가포르 달러)을 지정할 수 있습니다.
- A Customs Invoice should be included in your consignment, saying: 'Festival MATERIAL - NO COMMERCIAL VALUE'. A nominal amount of money, e.g. SGD \$1.50 per material, can be stated if necessary.
- 배송 중 또는 페스티벌 부지에서의 제품 파손 또는 분실에 대비한 보험을 들어야 합니다. 분실, 파손 또는 발생한 비용에 대해 당사는 책임을 지지 않습니다.
- Products should be insured against damage or loss in transit or on Festival premises. We do not accept any liability for any loss, damage or expense incurred.
- 실물 보조 자료는 접수된 후에 페스티벌 조직위의 자산이 됩니다. 심사 후에는 자료를 출품자에게 반환하지 않습니다. 예외적인 상황에서 페스티벌 주최 측의 재량에 따라 대형 또는 귀중한 품목의 반환에 동의할 수 있습니다. 다만 2026년 2월 14일까지 페스티벌 주최 측과의 사전 합의가 필요하며, 모든 배송 비용은 출품자가 부담해야 합니다. 자세히 알아보려면 awards@spikes.asia로 이메일을 보내 주십시오.
- Physical support material becomes the property of the Festival Organisers once it has been received. We cannot return materials to entrants after judging. In exceptional circumstances and at the Festival's discretion, we may agree to return large or valuable items. However, this must be pre agreed with the Festival in writing by 14 February 2026 and all transit costs must be covered by the entrant. Please email awards@spikes.asia for more info.

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

- 보조 자료 가이드라인
- Supporting Material Guidelines

이미지 파일 형식 가이드라인

IMAGE FILE FORMAT GUIDELINES

디지털 프레젠테이션 이미지

DIGITAL PRESENTATION IMAGE

이미지와 영어 텍스트를 포함하여 브리프, 집행, 결과를 간결하게 요약하는 시각적 출품작 프레젠테이션.

A visual presentation of your work, including images and English text, concisely summarising the brief, execution and results.

사양:
SPECIFICATIONS:

- JPG
- 7063 x 5008 pixels
- 5 - 15MB

7063 px

JPG

5008 px

SATO 2531 | ASUNIWA



DENTSU DIGITAL, TOKYO GOLD, GLASS: THE AWARD FOR CHANGE SPIKES ASIA

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

- 보조 자료 가이드라인
- Supporting Material Guidelines

디지털 증빙 자료

DIGITAL PROOF

원본 광고 또는 정확하게 이루어진 집행의 디지털 버전.

The digital version of the original advertisement or execution, exactly as it as it appeared when published/ distributed, or an in-situ image showing where and how the content was displayed in its intended environment.

사양:

SPECIFICATIONS:

- JPG
- 7063 x 5008 pixels
- 5 - 15MB

7063 px

JPG

5008 px

BEYOND THE STORM CLOUDS | SPACE STRATEGY FUND



DENTSU INC., TOKYO SHORTLISTED, INDUSTRY CRAFT SPIKES ASIA

에매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

In the English and Korean version, the English version shall prevail.

- 보조 자료 가이드라인
- Supporting Material Guidelines

보조 이미지

SUPPORTING IMAGES

심사 시 출품작 보조에 도움이 될 수 있는 디지털 이미지. 최대 2개. 필요하고 관련이 있는 경우에 한해 포함.

Digital images that may help support your entry in the jury room. Maximum 2. Only to be included if necessary and relevant.

사양:

SPECIFICATIONS:

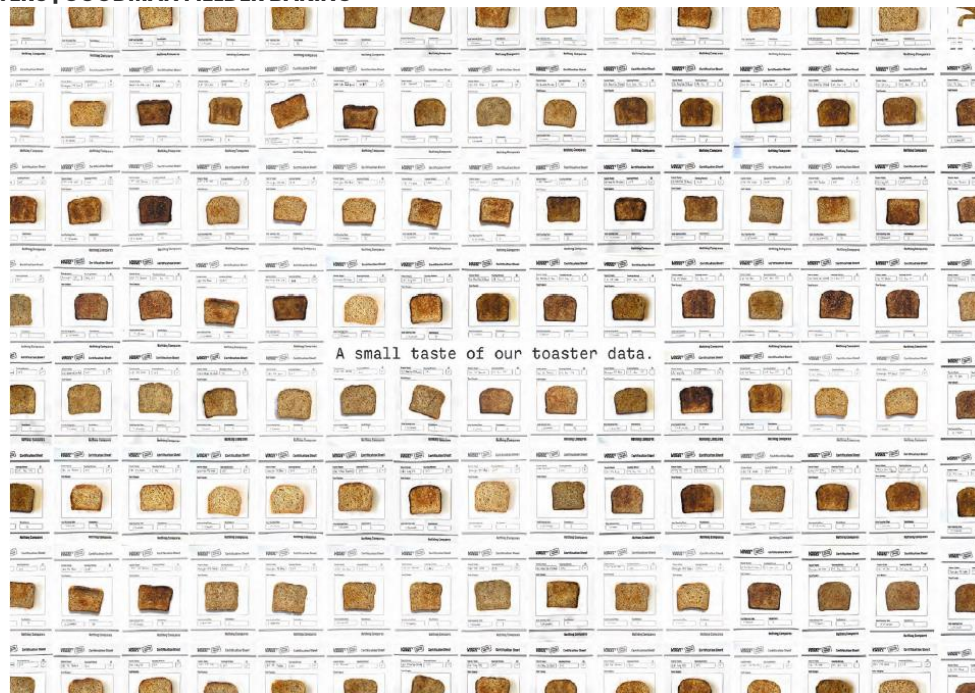
- JPG
- 7063 x 5008 pixels
- 5 – 15MB

7063 px

JPG

5008 px

CERTIFIED TOASTERS | GOODMAN FIELDER BAKING



DDB NEW ZEALAND, AUCKLAND

GRAND PRIX, CREATIVE COMMERCE SPIKES ASIA

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

비디오 파일 형식 가이드라인

VIDEO FILE FORMAT GUIDELINES

MOV 또는 MP4 형식의 고화질 비디오를 제공해 주십시오. 파일 최대 크기는 350MB입니다
Please supply a high quality video as .MOV or .MP4. The maximum file size is 350MB

	화면비 ASPECT RATIO	해상도 RESOLUTION	형식/코덱 FORMAT/ CODEC	오디오 AUDIO
권장 PREFERRED	풀 HD 1080p Full HD 1080p	1920 x 1080	.MOV/H.264	AAC, 스테레오, 48kHz AAC, Stereo, 48kHz
	HD 720p HD 720p	1280 x 720		
최소 ACCEPTED	4:3 또는 16:9 4:3 or 16:9	1024x576	.MP4/H.264	AAC, 스테레오, 48kHz AAC, Stereo, 48kHz
		720x576		
		854x480		
		640x480		

사례 영상(최대 120초)

CASE FILM (120 SECONDS MAXIMUM)

작품을 설명하는 짧은 영상. 콘텐츠에 브리프, 집행, 결과 포함. 심사에 사용되며 공개됩니다. 사례 영상에는 영문 자막을 포함하는 것을 강력히 권장합니다.

A short film explaining your work. Content includes the brief, execution and results. This will be used in judging and displayed publicly. It is highly recommended that case films are subtitled in English.

사양:

SPECIFICATIONS:

- .MOV
- .MP4
- 350MB.

사례 영상 예
Example Case film

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

- 보조 자료 가이드라인
- Supporting Material Guidelines

영상

FILM

방영된 것과 똑같은 원래 영상 광고 또는 콘텐츠. 추가 슬레이트, 프레임이나 정보 불필요. 영어로 되어 있지 않은 작품작은 영어로 이해할 수 있도록 공개 또는 방영 시와 똑같이 자막 처리해야 합니다. 더빙은 허용되지 않습니다. 보이스오버는 번역할 수 있지만 시화(visible speech)는 원래 언어로 두고 자막 처리해야 합니다. 영어로 된 작품에는 자막을 포함하는 것을 강력히 권장합니다.

The original film advertisement or content, exactly as it aired. No extra slates, frames or information. Work which is not in English should be subtitled, so that it can be understood in English, exactly as it was published or aired. Please note that dubbing is not allowed. Voiceovers can be translated but visible speech must be kept in the original language and subtitled. For any work that is in English, it is highly recommended to include subtitles.

데모 영상(최대 120초)

DEMO FILM (120 SECONDS MAXIMUM)

출품하는 스파이크스 상 부문에 따라, 데모 영상은 '메이킹' 영상, 실제 실행 장면의 녹화 영상, 작품의 특정 요소를 보여주는 단계별 설명 중 하나여야 합니다. 데모 영상은 영어로 되어 있어야 합니다.

Depending on the Spikes Award being entered, this is either a 'making of', a recording of the activation in action or a walk through showing the specific elements of your work. Demo Films should be in English.

사양:

SPECIFICATIONS:

- .MOV
- .MP4
- 2,000MB.

영상 출품 예

Example Film Entry

사양:

SPECIFICATIONS:

- .MOV
- .MP4
- 2,000MB.

'단계별 설명' 데모 영상 예

Example 'Walk through' Demo film

'메이킹' 데모 영상 예

Example 'Making of' Demo film

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

URLS

URL은 출품하는 스파이크스 상 부문에 따라 필수 또는 선택 사항일 수 있습니다.

작품이 페스티벌에서 출품 취소되지 않도록 2026년 5월 31일까지 온라인으로 접속할 수 있는 URL이어야 합니다.

URLs may be compulsory or optional depending on the Spikes award being entered.

In order to avoid your work being withdrawn from the Festival, your URL must be accessible online. until 31st May 2026.

‘앱 URL’ 입력

전 세계에서 사용 가능한 앱이 아닌 경우 다음의 세부정보를 제공하여 주십시오.

이 세부정보는 누구와도 공유되지 않으며, 오로지 심사 과정에서 앱 테스트를 위해 사용됩니다.

ENTERING ‘APP URL’

If your app is not available globally, please provide the following details.

These details will not be shared with anyone and are solely for app testing during judging.

URL은 ‘http://’ 또는 ‘https://’로 시작해야 하며, 로그인 또는 비밀번호 입력 없이 접속할 수 있는 것이 좋습니다.

URLs must start with ‘http://’ or ‘https://’ and preferably be accessible without a login or password.

- 앱 이름 App name
- App Store/Google Play 사용자 이름 Username
- App Store/Google Play 암호 Password

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

- 보조 자료 가이드라인
- Supporting Material Guidelines

콘텐츠 URL

디지털 집행에 대한 직접 링크(예: 웹사이트, 마이크로사이트, 앱 다운로드 페이지 또는 소셜 미디어 페이지).

CONTENT URL

Direct link to your digital execution e.g. website, microsite, app download page or social media page.

웹사이트/마이크로사이트 출품 예

앱 다운로드 페이지 예

소셜 미디어 게시물 예

Example of a website / microsite entry

Example of an app download page

Example social media post

비디오 URL

온라인 비디오 방영 위치에 대한 직접 링크.

VIDEO URL

Direct link to where the online video aired.

비디오 URL 예

Example Video URL

프레젠테이션 웹페이지 URL

직접 링크가 영어가 아닌 경우, 영어로 출품작을 설명하는 페이지로 연결되는 URL을 제공할 수 있습니다.

PRESENTATION WEB PAGE URL

If your direct link is not in English, you may provide a URL which leads to a page which explains your work in English.

프레젠테이션 웹페이지 URL 예

Example Presentation Web Page URL

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

- 보조 자료 가이드라인
- Supporting Material Guidelines

기타 파일 형식

OTHER FILE FORMATS

오디오 파일

방송된 원본 라디오 광고의 MP3 오디오 파일.

AUDIO FILE

MP3 audio file of original audio/radio advertisement, as it aired.

원본 콘텐츠

방영된 것과 똑같은 원래 브랜드 콘텐츠. 이는 작품 형식과 제출하는 카테고리에 따라 영상이 될 수도, 오디오 파일 또는 이미지가 될 수도 있습니다. 오리지널 콘텐츠 영상에는 영문 자막을 포함하는 것을 강력히 권장합니다.

ORIGINAL CONTENT

The original branded content, exactly as it aired. Depending on the type of work and the specific category being entered, this can be either a film or an audio file or an image. It is highly recommended that original content films are subtitled in English.

디지털 보조 콘텐츠

출품작과 관련된 모든 보조 문서, 비디오 또는 오디오 파일.

DIGITAL SUPPORTING CONTENT

Any supporting documents, videos, or audio files which are relevant to your entry.

사양 SPECIFICATIONS:

- 258 kbps 권장
- 최소 128 kbps 이상
- 258 kbps preferred
- 128 kbps = minimum accepted

허용되는 파일 형식 FILE TYPES ACCEPTED:

.MOV, MP4, MP3, .JPG, .JPEG

허용되는 파일 형식: FILE TYPES ACCEPTED:

JPG, MP3, MP4, MOV, DOC, DOCX, PDF, XLS, XLSX, PPT, PPTX

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

- 보조 자료 가이드라인
- Supporting Material Guidelines

AR/VR 파일 FILES

심사위원단이 체험할 수 있도록 특정 카테고리에 출품한 작품의 AR/VR 요소가 포함된 .zip 파일 모음.

A collection of .zip files containing the AR/VR element of the work entered into certain specific categories for the jury to experience.

부록

서면 제출을 뒷받침하는 보충 자료 모음. 여기에는 그래프, 다이어그램, 신문 스크랩, 스크린 캡처, 또는 단일 PDF 파일로 제출한 원본 데이터가 포함될 수 있습니다.

APPENDIX

A collection of supplementary material to support the written submission. This could include graphs, diagrams, press clippings, screen grabs or the original source data submitted as a single PDF file.

정보 데크

작품의 모든 면이 포함된 정보 데크(PDF). 여기에는 원래 목표, 전략 및 기획, 작품의 고안 및 구현 방법 정보, 사용된 데이터 소스와 기술, 비즈니스, 브랜드, 고객별 결과 및 효과 내역이 포함될 수 있으며 이에 국한되지 않습니다.

INFORMATION DECK

An information deck (PDF) containing all aspects of the work. This could include, but not be limited to, original objectives; the strategy and planning; information about how the work was designed and implemented; data sources and technology used; and a breakdown of the results and impact for business, brand and customer.

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

- 보조 자료 가이드라인
- Supporting Material Guidelines

기타 파일 형식

OTHER FILE FORMATS

실물 보조 자료

PHYSICAL SUPPORT MATERIAL

캠페인의 초점에 핵심이 되는 실물 자료라면 무엇이든 심사위원단이 체험할 수 있도록 제출 가능합니다. 이러한 자료는 심사 후반부에 심사위원단에게 제공됩니다.

Any physical material central to the campaign's focus can be submitted for the jury to experience. Please note that these materials will be made available to the jury in the latter stages of judging.

서면 제출

WRITTEN SUBMISSION

출품 포털의 서면 설명 섹션에 포함된 일련의 질문. 이 양식을 통해 출품작의 성공 기반이 된 핵심 맥락을 담아내고 출품작의 포괄적인 개요를 심사위원단에게 제공합니다.

A series of questions on the entry portal under the written explanation section. This form captures all the essential context surrounding the success of the work and provides jurors with a comprehensive overview of the entry.

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

지불

PAYMENTS

체크아웃 시 지불 수단을 선택하십시오.

카드 지불을 선택하면 카드 세부정보 입력 창으로 이동하며 바로 지불 처리됩니다. 그런 다음 확인 메일이 발송됩니다.

At the checkout, please choose a payment method.

Card payment will direct you to put in your card details and pay immediately. You'll then be sent a confirmation email.

은행 이체를 선택하면 견적 송장이 생성되어 메일로 발송됩니다.

Bank transfer will generate a proforma invoice to your email.

- 지불은 즉시 진행되어야 합니다. 주문 ID를 지불 참조 번호로 사용하십시오.
- 지불 시 사용한 전체 주문 ID가 기재된 송금 내역을 견적 송장 사본과 함께 awards@spikes.asia로 보내주시기 바랍니다.
- 약 2주 이내에 세금 계산서가 이메일로 발송됩니다.
- Payment must be raised immediately – ensure the OrderID is the payment reference.
- We ask for a remittance to be emailed to awards@spikes.asia showing the full order IDs covered by the payment with a copy of the proforma invoice.
- A tax invoice will then be emailed to you within approximately two weeks.

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

출품작 제작 방법

HOW TO CRAFT YOUR ENTRY

프로세스 설명

SO, WHAT IS THE PROCESS?

1.

어워드 관리자 지명 Appoint an award manager

귀사에서 출품 활동을 조율하고 당사와 우선적으로 연락하게 될 담당자를 선택하십시오. Choose someone within your company to coordinate your entry activities and act as the first point of communication with us.

2.

규정 확인 Check the Rules

작품의 페스티벌 출품 자격을 확인합니다. 주요 날짜, 마감 기한 및 기타 주요 기준을 살펴보십시오. 전체 출품 규정은 [여기](#)에서 확인할 수 있습니다.

Make sure you check your work's eligibility for the Festival. Take a look at our key dates, deadlines and other key criteria. The full Entry Rules can be found [here](#).

3.

엔트리 키트 다운로드 Download our Entry Kits

출품 과정에서 참고할 수 있는 엔트리 키트 사본이 있어야 합니다.

Ensure you have a copy of our Entry Kits that you can refer to throughout the entry process.

4.

상 파악 Know the Awards

올해는 카테고리가 추가되거나 개정되어 상이 업데이트되었습니다. 심사 기준과 자료 요구사항도 고려해야 합니다. 시간을 들여 옵션을 파악하십시오. 언제든지 조언이 필요할 경우 [문의](#)하십시오. 스파이크스 아시아 어워드의 전문가가 기꺼이 도와드릴 것입니다.

This year, we've updated our Awards with additional or revised categories. There are also judging criteria and material requirements to consider. Take some time to get to know your options. Remember, if you need advice at any point in the process, just [get in touch](#) and one of our Awards experts will be happy to help.

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

5.

계정 로그인 또는 생성 Log in or create an account

6.

출품작 제작 Create your entries

일찍 시작할수록 필요한 추가 도움을 넉넉히 받을 수 있습니다.

The sooner you start, the longer we'll be able to offer you extra help if you need it.

7.

제출 및 지불 Submit and pay

첫 연체료는 2026년 12월 18일 이후에 적용됩니다.

Remember the first late fee applies after 18 December 2026.

8.

검토 및 수정 Review and revise

스파이크스 아시아는 출품작의 모든 면을 검토하므로 명확한 설명 또는 변경을 요청하기 위해 연락을 드릴 수 있습니다.

We check all aspects of entries thoroughly, so we may be in touch to ask for clarification or changes.

9.

심사 Judging

심사위원단은 심사 중에 모든 출품작을 꼼꼼하게 검토하고 수상작을 결정합니다.

심사위원단이 출품작과 관련하여 문의할 수 있으므로 심사기간 동안 연락이 가능해야 합니다.

Juries carefully review all the entries and determine winners during judging. Make sure you're available throughout this period, as the Jury may have questions about your work.

10.

결과 Results

최종 후보와 수상자는 www.lovethework.com에 발표됩니다.

The shortlists and winner will be announced on www.lovethework.com.

11.

트로피 Trophies

수상 회사와 최종 후보 회사에는 트로피와 인증서가 발송됩니다. 수상은 팀이 함께 노력한 결과이므로 출품작 크레딧에 오른 사람들을 위한 트로피와 인증서를 [주문](#)할 수도 있습니다.

Trophies and certificates are sent out to winning and shortlisted entrant companies. We know that winning is a team effort, so trophies and certificates can also be [ordered](#) for anyone credited on the entry.

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

케이스 필름에 대한 주요 팁

TOP TIPS FOR YOUR CASE FILM

간결성

BE CONCISE

심사위원단은 간결하고 정연한 설명을 바탕으로 프로젝트의 가치를 완벽하게 파악할 수 있는 전문가입니다.

You're dealing with professionals who are perfectly capable of grasping whether a project has merit based on a concise, coherent explanation.

간단명료함

BE UPFRONT

심사위원단이 캠페인의 특성과 결과를 곧바로 이해할 수 있도록 아이디어를 간단명료하고 빠르게 설명하십시오. 불필요하게 장황한 서사나 미사여구는 사용하지 않는 것이 좋습니다. 사례 영상을 하나의 사실로 생각하십시오. 모든 핵심 정보가 먼저 제시되어야 하며, 그 뒤에 아이디어를 확장하는 것이 좋습니다.

Explain the idea upfront and quickly so the Jury can understand the dimensions of the campaign and its results from the very beginning. Avoid using unnecessary buildup or stylistic filler. Treat your case film like a piece of editorial. All the key information early on – expansion of the idea to follow.

단순성

SIMPLICITY

적을수록 좋습니다. 장황하지 않고 복잡하지 않은 명확한 아이디어와 설득력 있는 전략 전달에 실패하는 사례 영상이 너무 많습니다. 집중과 명확성의 필요성은 경시할 수 없습니다.

Less is always more. So many case films fail to communicate a clear idea and a compelling strategy that isn't cluttered and confusing. The need for focus and clarity cannot be underestimated.

문화 및 맥락

CULTURE AND CONTEXT

심사위원단은 다양한 국적으로 구성되어 영어가 모국어가 아닌 심사위원도 있습니다. 이 다양성을 존중해 주십시오. 문화적 뉘앙스나 생소한 문화적 맥락이 중요한 출품작은 추가 정보를 함께 제공해야 합니다.

Our Juries are international, and English is not always their first language. Respect this diversity. Entries that rely on a cultural nuance or unfamiliar cultural context should come with additional information.

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.

If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

참신한 관점

TAKE A FRESH PERSPECTIVE

출품작에 많은 시간과 노력을 기울였겠지만 심사위원단의 사정은 다릅니다. 참신한 시각으로 아이디어를 살펴보고 새로운 청중을 위해 핵심을 간결하게 제시하십시오.

You may have lived and breathed the work, but the Jury hasn't. Look at the idea with a fresh pair of eyes and break it down to its core for a new audience.

이해하기 쉽게

MAKE IT EASY FOR THEM

아이디어는 자명해야 합니다. 불필요하고 복잡한 제작 가치로 인해 이해하기 어려워서는 안 됩니다. 간결하게 만드십시오.

The idea should speak for itself. Avoid creating barriers with unnecessary and elaborate production values. Keep it straightforward.

업계 용어

INDUSTRY JARGON

업계 용어와 마케팅 언어 사용을 피하십시오. 출품작 판매가 아닌 설명에 집중하십시오. 과장은 많지만 정작 내용은 빈약한 사례 영상은 심사위원단에게 깊은 인상을 주지 못합니다.

Avoid industry jargon and marketing speak. Don't sell – explain your work. A case film with excessive hype and empty statements will not impress the Jury.

스토리텔링

TELL A STORY

설명은 단순하고 강력하며 간결한 서사가 중심이 되어야 합니다. 스토리텔링이 중요합니다.

Structure your explanation around a simple, powerful and succinct narrative. Storytelling is key.

카테고리 선택

CATEGORY SELECTION

출품작에 가장 적합한 카테고리를 신중하게 선택하고, 출품작이 연관성과 특별함을 청중에게 보여주십시오. 출품작을 출품할 카테고리를 잘 모르겠다면 조언을 할 수 있는 어워드 전문가에게 물어보십시오.

Carefully consider the best category for your entry and ensure that it demonstrates both relevance and specificity for its audiences. If you're unsure where your work can go, ask an Awards expert who can give you some advice.

결과

RESULTS

확실하고 유의미하며 측정 가능한 결과를 제공해야 합니다. 정직하고 구체적이어야 하며, 실질적이고 정량적인 수치와 통계를 제공하십시오. 일부 카테고리에서는 결과가 점수의 30%를 차지합니다. 결과와 원래 목적, 전략, 목표의 연관성을 명확히 하십시오.

Make sure you provide them and that they are robust, meaningful and measurable. Be honest, specific and provide workable, quantitative figures and stats. In some categories, results count for 30% of the mark. Clearly link your results back to original goals, strategies and objectives.