



沃尔玛广告合作伙伴奖项：条款与条件

提交沃尔玛广告合作伙伴奖项（下称“奖项”）申报材料，即表示您（下称“合作伙伴”）同意遵守本《条款与条件》并受其约束。在提交材料之前，请仔细阅读以下内容。

1. 资格要求

1.1 奖项面向沃尔玛广告合作伙伴网络的所有合作伙伴，包括代理商、软件服务商和媒体合作伙伴。申报方必须在 2025 年 5 月 1 日至 2026 年 5 月 1 日期间，完整执行过至少一次广告活动或实施过一项解决方案。

1.2 在提交申报材料时，合作伙伴必须与沃尔玛广告维持有效的合作关系，即已完成入驻流程并正在开展广告业务。

1.3 申报材料必须展示出可量化的影响力，并符合奖项类别要求。

1.4 沃尔玛、其关联企业以及直接参与奖项评选流程的员工均不具备申报资格。

2. 申报流程

2.1 申报要求

2.1.1 符合条件的合作伙伴必须在申报截止日期（太平洋夏令时，2026 年 6 月 22 日晚上 11:59）前，填写并提交官方申报表，提供所有要求的详细信息及证明材料，才能申报相应奖项类别。本文提及的奖项类别、标准和要求均通过引用方式纳入本条款。



2.1.2 合作伙伴可申报多个奖项类别，但必须针对要申报的每个类别单独提交申报表。对于每个奖项类别，每位合作伙伴仅可提交一项申报材料。如果同一合作伙伴针对同一类别提交多项申报材料，这些申报材料将被视为无效。

2.1.3 所有申报材料均须为原创、可验证且基于事实。申报材料若包含虚假或误导性信息，将被取消参选资格。

2.1.4 合作伙伴提交参赛作品即代表并保证，其已获得内容所属广告主的授权，允许使用及分享参赛作品中所包含的广告活动数据、创意素材、广告商标、商标或其他知识产权，以用于合作伙伴奖项的相关用途（包括但不限于在沃尔玛广告网站、领英、微信、付费媒体及其他推广渠道展示本次奖项）。

2.2 申报材料组成部分

2.2.1 详细的广告活动说明文档（300 至 1,000 字），概述广告活动的内容、策略、效果及核心指标总结。

2.2.2 支持性数据和结果，证明广告活动取得可衡量的成果。

2.2.3 对于“创意突破奖”类别，申报材料须包含以下内容：创意素材、创意素材技术及/或创意素材格式，以及与创意素材效果相关的可度量成效指标，如点击率 (CTR) 提升、互动量、品牌提升、广告投资回报率 (ROAS) 及总销售额 (GMV, 如有) 等数据。

2.2.4 所有参赛材料在提交给评审团审核之前，将进行匿名化处理。

2.2.5 可选资料：额外的创意素材、客户证言或推荐、案例研究或相关材料；但需事先获得广告主的批准。



3. 评审标准

3.1 赛作品将根据以下标准及其权重进行评估：

- **影响力：**业务成果和客户参与度可量化的提升 (45%)
- **创新性：**以创新方式有效运用沃尔玛广告产品和服务 (45%)
- **投入度：**展现出色的合作能力和卓越的执行力 (10%)

3.2 适用于所有奖项类别的要求：根据沃尔玛广告产品的定义，“新产品与集成技术”指 2025 年 4 月 1 日后上线、并累积至少 8 周数据的功能升级及 API 端点集成。所有申报产品必须在 2026 年 4 月 20 日前正式发布（“GA”）。

3.3 各奖项类别的具体标准如下：

3.3.1 全域驱动奖：对上、中、下漏斗策略进行战略性激活；有效利用沃尔玛的全渠道能力；展示与全渠道成功相关的增量效果和收入增长。

3.3.2 科技创新奖：引入新技术、工具或功能；展现明确的竞争优势；展示在提升效率、测量能力或广告活动自动化方面的成功案例。

3.3.3 锐力增长奖：成功推动沃尔玛电商卖家的业务加速增长；在销售额、总交易额 (GMV)、广告投资回报率、获客或销售速度等方面实现可量化的增长；有策略地利用沃尔玛广告解决方案。

3.3.4 卓越协作奖：代理商与软件服务商和/或媒体合作伙伴紧密协作；在广告活动表现、效率或创新方面带来可量化的影响。

3.3.5 精准增效奖：采用创新或严谨的测量方法；清晰展示测量洞察如何优化决策或活动效果；能够量化增量效果、广告投资回报率提升、用户旅程影响或全渠道增长。



3.3.6 创意突破奖：展现出色的创意素材制作能力；有策略地运用沃尔玛广告的各类广告形式；清晰展示优质创意素材带来的可量化业务成果；采用差异化的创意素材策略。

3.3.7 跨境赋能奖：展示非美国团队支持的广告主在美国沃尔玛电商平台实现销售增长的能力；在美国市场实现可衡量的广告主成长；有策略地运用沃尔玛广告解决方案，推动跨境零售媒体有效落地。

3.3.8 媒体整合奖：通过互联网电视广告 (CTV) 显著推动零售表现与商业成果；制作高质量、吸引人的创意内容；清晰展示品牌叙事带来的可量化业务成果；有策略地运用投放策略、度量方法和洞察。

4. 评审流程

4.1 评审团由来自沃尔玛广告领导团队的各领域专家组成。

4.2 评审流程将分为两个阶段：

第 1 阶段：由沃尔玛广告员工组成的审核小组负责初评，根据参选资格及材料完整性筛选出入围名单。这些员工不会参与最终评选流程。

第 2 阶段：评委将根据评审标准，对初筛入围的申报材料进行深入评估，为每个奖项类别选出入围者和最终获奖者。

4.3 评委做出的决定为具有约束力的最终裁决。若出现评分持平（平票）的情况，将额外委任一位仲裁评委，依据评审标准对平局作品进行复审以确定获胜者。



4.4 若经沃尔玛广告评审认定，某个或多个奖项类别的所有申报材料均未达到获奖标准或参选资格，则沃尔玛广告有权不予颁奖。

4.5 对于评审结果，恕不接受任何形式的咨询或讨论。评审分数不予披露。

5. 入围者公告及奖项通知与接受

5.1 选出沃尔玛广告合作伙伴奖项的各奖项入围者后，沃尔玛广告会通过电子邮件通知决赛入围者。

5.2 入围者须在收到通知后的 7 个工作日内确认是否接受入围资格，并在规定时间内按要求提交任何额外要求的文件及市场宣传材料。若入围者未能按要求完成确认或提交相关材料，沃尔玛广告有权为相应奖项类别另行选择其他入围者。

5.3 沃尔玛广告将通过颁奖典礼、沃尔玛广告官方渠道和电子邮件通知等方式公布沃尔玛广告合作伙伴奖项的获奖者。获奖者须在收到通知后的 7 个工作日内通过电子邮件确认接受奖项，并按要求提交所有额外文件及市场宣传材料。

6. 宣传与作品使用

6.1 提交申报材料，即表示合作伙伴永久授权沃尔玛广告，允许其出于推广及营销目的，在全球范围的任何及所有现有或之后开发的媒体中使用合作伙伴提交内容的详细信息，包括合作伙伴公司名称和商标等信息；且沃尔玛广告无需另行支付费用、获取许可或发出通知。

6.2 此外，合作伙伴声明并保证已获得相关广告主的永久授权，可出于推广及营销目的，在全球范围的任何及所有现有或之后开发的媒体中使用广告主的内容，包括商标、服务标志、商品名称



和品牌标识、广告主创意素材及广告活动洞察等信息；且合作伙伴无需另行支付费用、获取许可或发出通知。

6.3 如已入选某一合作伙伴奖项类别的入围者或获奖者名单，合作伙伴可能需要提交额外的广告活动详细信息、案例研究、创意素材及/或申报材料。这些材料将依据本条款的规定，用于推广和营销目的。为确保合作伙伴的成就获得充分认可和展示，请务必及时提交各项必要材料。

6.4 获奖合作伙伴在使用沃尔玛广告颁发的奖项名称、奖杯样式、荣誉称号及相关评选结果（以下合称“获奖荣誉”）进行对内或对外宣传时，必须确保所有宣传内容真实、准确、完整，不得进行任何形式的虚假、夸大或引人误解的描述。沃尔玛广告有权随时检查获奖合作伙伴使用获奖荣誉的情况。如沃尔玛广告发现合作伙伴的宣传行为违反本条款约定，或可能对沃尔玛广告及其关联公司商誉、品牌形象、市场秩序造成不良影响，沃尔玛广告有权采取以下一项或多项措施：

（1）书面要求合作伙伴在指定期限内纠正不当宣传行为，删除或撤回相关宣传内容；（2）在沃尔玛广告官方渠道或双方约定的信息平台发布声明，澄清事实，消除影响；（3）撤销授予合作伙伴的奖项及荣誉称号，并公告撤销决定；（4）根据本《条款与条件》的约定追究合作伙伴的违约责任。

7. 资格取消与法律责任

7.1 任何申报材料如有以下情况，沃尔玛广告有权取消其参选资格：

7.1.1 包含虚假或误导性信息。

7.1.2 违反任何沃尔玛广告政策、行为准则或法律要求。

7.1.3 侵犯任何第三方的知识产权。



7.2 每位合作伙伴参与本次奖项评选，即表示同意免除、解除和不予追究沃尔玛广告及其母公司、关联公司、子公司及所有广告与推广代理商，以及上述各方的高管、董事、股东、员工、代理人 and 代表（统称“免责方”）的以下责任：因合作伙伴参与奖项评选而导致（无论全部或部分、直接或间接）的任何形式之人身伤害、法律责任、损失和损害（包括死亡或财产损失）。合作伙伴将免除免责方的相关责任，并同意赔偿和确保免责方不会承担因以下事由引发或与之相关的任何及所有费用、损失、损害、法律责任、判决及开支（包括合理的律师费及其他专业人士费用）：因合作伙伴实际或涉嫌违反本《条款与条件》中的任何声明、保证或法律义务而可能引发或以任何方式产生的任何法律索赔、诉讼或司法程序，包括因合作伙伴申报材料擅自使用或侵犯广告主或任何第三方的知识产权、名誉权或著作者人格权而产生的任何索赔；如沃尔玛广告提出要求，合作伙伴还须承担相关辩护义务。

7.3 免责方对以下任何情形概不负责：申报材料、电子邮件或任何其他通讯内容丢失、延迟、不完整、损坏、不准确、失窃、延误、传输错误、未送达或出现乱码；网络、服务器、互联网服务提供商 (ISP)、网站及其他连接的丢失、中断或不可用；可用性/可访问性问题、通信故障、计算机/卫星/电话/有线传输故障、线路中断、技术故障；信号干扰、传输混乱、延迟、传输错误、计算机硬件/软件故障/失灵/运行困难；任何其他人为、机械、电子、计算机、网络、排版、印刷等原因导致的奖项评选错误或困难/与奖项评选相关或有关联的错误或困难，包含但不限于可能与奖项评选管理、申报材料处理/评审或任何奖项相关材料有关的限制、错误或困难。如果因网站用户行为、数据篡改、黑客攻击或评奖采用或涉及的任何设备或程序的问题，出现任何不准确或错误信息，免责方亦不对此承担责任。如果任何人员因参与此次奖项评选、从任何网站下载材料或使用任何网站而导致其计算机或其他设备损坏，免责方不对此承担责任。任何人员如存在下列情况，经沃尔玛广告单方认定后，将被取消资格，且所有关联申报材料将作废：篡改或滥用奖项评选的任何方面、任何网站或社交媒体平台；存在不诚信或破坏性的行为；违反本官方规则。注意：任何蓄意破坏网站或企图妨碍本奖项正当运作的行为均可能触犯刑事及民事法律；如有此类行为，沃尔玛广告保留权利在法律允许的最大范围内追究行为人责任及要求损害赔偿与其他法律补偿（包括律师费），包括提起刑事诉讼。



8. 争议解决

沃尔玛广告与合作伙伴之间因沃尔玛广告合作伙伴奖项或本条款与条件而产生或与之相关的任何形式的所有争议，均须由司法仲裁调解服务机构（“JAMS”）在德克萨斯州通过保密且具有约束力的仲裁程序予以最终解决。

9. 一般条件

9.1 沃尔玛广告保留因任何原因随时修改或取消此次奖项评选的权利。

9.2 参与本奖项评选并不能保证未来将获得沃尔玛广告提供的任何商业机会或合作机会。

如有任何問題或需要进一步说明，请联系 partnerawards@walmart.com。

[沃尔玛广告隐私权政策](#)。