

2026 Google Ads Impact Awards: 官方條款及細則 (代理商)

參賽或得獎皆無須付費或購買任何品項。本競賽於法律禁止之地區不生效力，僅於下方列出的國家/地區有效。參與本競賽視同接受本規則。

1. 參賽地域。2026 Google Ads Impact Awards (下稱「本競賽」) 是專為以下國家/地區的代理商舉辦的獎項競賽活動，代理商須有 Google 業務團隊支援。每個國家/地區即為一個「參賽地域」：

1.1 台灣

2. 具法律約束力的合約。競賽受本條款及細則 (下稱「本規則」) 的規範，您 (下稱「您」或「參賽者」) 須同意本規則，方可參加本競賽。因此，參賽前請先詳閱本規則，確認瞭解並同意相關內容。

2.1 若您以代理商或實體成員的身分參賽，或是代表代理商或實體參賽，則您同意：(i) 本規則對該代理商/實體具有約束力；(ii) 您是該代理商/實體的員工、董事、高層管理人員、職員或授權代理人；(iii) 代表該代理商/實體簽署本規則時，您是在職權範圍內行事，且該代理商/實體已有效授權您參賽、接受本規則，並根據適用您國家/地區的法律和法規，代表該代理商/實體處理相關事宜；(iv) 該代理商/實體完全瞭解並同意您的行為，包括可能獲獎及出席獎項活動；(v) 您的行為不會違反該代理商/實體的政策或程序。代表代理商/實體參賽時，您沒有權利領取任何部分或完整獎項。在此情況，參賽者即代理商/實體。

2.2 本規則提及的「您」或「參賽者」，依情境可指您本人或您代表的參賽代理商/實體。

2.3 您同意若提交作品參加本競賽，即表示同意本規則。如不同意本規則，則不得報名參賽，亦不具備領取本規則所述獎項的資格。本規則構成您與 Google 之間的協議，具法律約束力，用於規範本競賽相關事宜。

3. 資格條件。

3.1 參加本競賽的條件如下：(i) 您須為參賽地域的合法居民，且實際位於該地域。如為代理商/實體，則總部或主要營運地點須位於參賽地域；(ii) 報名時，您須年滿所在參賽地域的法定成年年齡；(iii) 代理商須有 Google 業務團隊支援、具備有效的 Google Ads 管理員帳戶 ID (MCC)，且報名時於參賽者所在國家/地區有業務經營之實；(iv) 代理商與 Google 業務團隊的合作關係，以及擁有的 Google Ads 管理員帳戶 ID (MCC) 效期，至少須維持至 2026 年 12 月 31 日。

3.2. 除了本規則，參賽者在本競賽期間須遵守對於 Google 的所有合約義務 (包括但不限於《Google Ads 條款及細則》，以及 Google Marketing Platform 廣告產品的《服務專屬條款》)。若有相關法律禁止，則本競賽無效。Google 及其子公司、關係企業、參與評審作業的合作夥伴公司，及其各自的廣告和宣傳機構、代表和代理商之董事、主管、員工、實習生、承包商和高層管理人員 (下稱「競賽承辦人員」)，以及競賽承辦人員的直系親屬 (位於任何居住地的父母、兄弟姐妹、子女、配偶和人生伴侶) 及其家庭成員 (不論是否有血緣關係)，均不得參加本競賽。Google 保留權利，得隨時查驗資格及逕行裁定任何爭議事項。

3.3 本競賽的時間判定，是以 Google 使用的官方計時設備為唯一標準。

4. 發起人。本競賽的發起人為 Google LLC (下稱「Google」)，主要營運地點位於 1600 Amphitheatre Parkway, Mountain View, CA 94043, United States。

5. **報名期間。**本競賽將於台灣時間 2026 年 7 月 9 日開放報名，截止時間為 2026 年 8 月 6 日。

6. **報名方式。**

6.1 參賽或得獎皆無須付費或購買任何品項。如要參加本競賽，請務必填寫下方電子報名表單：

<https://business.google.com/tw/accelerate/ads-impact-awards>

6.2 每個由 Google 業務團隊支援的代理商 (具備有效的 Google Ads 管理員帳戶 ID (MCC))，在每個參賽地域，每個獎項僅能提交一份報名表。

即使 Google 業務團隊支援的代理商，在多個參賽地域均正常營運，亦不得在多個參賽地域報名同一獎項。Google 會根據報名表中的 Google Ads 管理員帳戶 ID (MCC)，辨別有業務團隊支援的代理商機構，並據此找出對應的資料。

6.3 如參賽表格所述，在以下情況下，代理商將需要提交客戶案例研究 (「案例研究」)：提交的「案例研究」的有效期間為 2025 年 7 月 9 日至 2026 年 7 月 9 日。超出該日期範圍的案例研究不應提交，亦將不予考慮評估。

7. **智慧財產權**

7.1. 對於報名本競賽時提交的內容，所有智慧財產權 (包含著作人格權) 均歸屬於您，而非 Google。提交參賽作品，即表示您授予 Google 及 Google 的子公司、代理商和合作夥伴公司「不可撤銷、可轉授權、全球適用、免權利金且非專屬」授權，可在參賽作品的智慧財產權存續期間，基於與本競賽相關的任何目的，使用、複製、重製、改作、修改、發行、散布、公開口述、公開播送、公開上映、公開演出、公開傳輸、公開發表、創作衍生作品及公開展示參賽作品，包括但不限於：(1) 允許 Google 和評審團評估參賽作品，並向大眾公布得獎者；以及 (2) 用於廣告和宣傳，以及新聞和媒體通訊；以及 Google 根據本條款使用參賽作品所需的所有法律權利。

7.2. 您保證自己擁有參賽作品的智慧財產權，且參賽作品的整體或部分均未抄襲其他任何現有作品。

7.3. 參加本競賽即表示參賽者授予 Google「全球適用、不可撤銷、可轉授權且非專屬」授權，可在任何適用智慧財產權法的完整保護期間，將參賽者的姓名、公司名稱、品牌特徵 (包括但不限於商標、標誌) 和網址用於廣告和宣傳 (包括但不限於宣傳本競賽活動)。

7.4. 參賽者若獲獎，須同意參與任何與本競賽相關的媒體或宣傳活動，並授予 Google「全球適用、不可撤銷、可轉授權且非專屬」授權，可將參賽者的姓名、影像和肖像用於廣告和宣傳。

8. **評審標準**

8.1 由贊助商、Accenture 組成的專家團隊 (下稱「評審團」)，將負責評審每份參賽作品及該公司的成效指標。評審團將根據第 8.3 節 (獎項類別) 定義的獎項評選標準，開始評估各項參賽作品。

本競賽設有以下類別獎項 (各為獨立「獎項」)，每個參賽地域實際頒發的獎項類別各有不同。每個參賽地域每個獎項只會有一位「得獎者」(請見第 9 節定義)。有關各參賽地域的詳細獎項資料，請參見下表：

獎項	參賽地域
AI 傑出應用獎 AI Excellence	台灣

廣告素材應用獎 Creative Impact	台灣
數據驅動價值獎 Data Innovation	台灣
跨國業務拓展獎 International Growth	台灣
品牌跨裝置策略獎 Media Achievement	台灣

8.2 只要所在參賽地域設有獎項，即可報名提交作品。請在報名表中選取適當的類別，參賽類別數量不限，但每個獎項僅能報名一次。請務必先查看下方的資格條件說明，確認您符合獎項的參賽資格。以下資訊也包含每個獎項的評選標準。

8.3 獎項類別。2026 年本競賽獎項類別包括：AI 傑出應用獎、廣告素材應用獎、數據驅動價值獎、跨國業務拓展獎和品牌跨裝置策略獎。

8.3.1 AI 傑出應用獎 (AI Excellence)

- 請務必在規定的字元數限制內，針對下列各點，說明您自認有資格獲得該獎項的理由：
 - 挑戰 (50 至 150 字)：簡述客戶放送廣告活動的主要業務和行銷目標，以及為何需要使用 AI 驅動的 Google Ads 解決方案。
 - 策略與執行 (50 到 400 字)：說明您在 AI 驅動的 Google Ads 解決方案的整體策略。您如何協助客戶採行這項策略，並有效地綜合運用 AI 輔助解決方案？
 - 成效與影響 (50 到 250 字)：描述 AI 輔助做法的影響，並著重說明該策略的卓越之處，為何值得獲頒此獎。請附上成效指標，證明主要 KPI 顯著進步，且能明顯看出該 AI 輔助策略有效發揮影響力，達到傳統策略難以企及的成效。
- 此類獎項的評選標準如下：
 - 產品使用情況：說明如何搭配使用 AI 驅動 Google Ads 解決方案
 - 問題解決方案/策略：列出明確的業務目標和艱難的行銷挑戰，以及連貫一致的 AI 優先策略，說明如何在漏斗各階段整合運用多項 Google Ads 解決方案，克服該挑戰。
 - 有效運用 AI：調度 AI 驅動的 Google Ads 解決方案的專業能力，如何有效搭配運用相關解決方案，實現單一產品或傳統做法難以企及的成效。
 - 成效與影響：明顯且可信的提升成果，包括主要 KPI 顯著進步，以及可明顯看出該 AI 輔助策略有效發揮影響力，達到傳統策略難以企及的成效。

8.3.2 廣告素材應用獎 (Creative Impact)

- 請務必在規定的字元數限制內，針對下列各點，說明您自認有資格獲得該獎項的理由：
 - 挑戰 (50 至 150 字)：簡述客戶的主要廣告活動目標，以及形塑創意策略的重要洞察分析。
 - 方法 (50 到 400 字)：說明您的創意策略和概念。您如何運用由 AI 驅動的 Google Ads 解決方案和格式，使廣告活動更生動有趣？
 - 成果/影響 (50 到 250 字)：描述創意策略的成效影響，並著重說明該廣告活動的卓越之處，為何值得獲此獎。請附上主要成效指標，以數據證明創意策略有效影響目標對象 (即觸及、參與度等評估指標的升幅)，以及客戶業務成果的顯著提升。
- 此類獎項的評選標準如下：
 - 產品使用情況：說明如何運用下列 Google Ads/YouTube 產品/格式，包括：
 - 最高成效廣告活動 (Performance Max campaigns)
 - 需求開發廣告活動 (Demand Gen campaigns)
 - 影片觸及廣告活動 (Video Reach campaigns)

- 影片觀看廣告活動 (Video View campaigns)
- 問題解決方案/策略: 列出明確的廣告活動目標和廣告素材挑戰或洞察分析, 以及連貫一致的創意策略, 說明如何運用各種合適的格式和管道, 滿足目標對象的需求。
- 有效運用 AI: 調度 AI 驅動的 Google Ads 解決方案的專業能力, 如何有效改進廣告素材流程、發想創新提案, 並在 Google 和 YouTube 製作高品質內容。
- 成果/影響: 明顯且可信的提升成果, 包括以數據證明創意策略有效影響目標對象 (即觸及、參與度等評估指標的升幅), 以及客戶業務成果顯著提升。

8.3.3 數據驅動價值獎 (Data Innovation)

- 請務必在規定的字元數限制內, 針對下列各點, 說明您自認有資格獲得該獎項的理由:
 - 挑戰 (50 至 150 字): 概述廣告活動目標、主要挑戰, 以及成效評估和目標對象的基準設定。
 - 策略與執行 (50 到 400 字): 說明您的策略。您如何由 AI 驅動的 Google Ads 解決方案的數據洞察, 妥善規劃廣告活動策略並有效提升成效?
 - 成效與影響 (50 到 250 字): 描述策略的成效與影響, 並著重說明該廣告活動的卓越之處, 為何值得獲頒此獎。請附上任何可衡量主要業務 KPI 升幅的指標, 包括顧客價值和品質提升。
- 此類獎項的評選標準如下:
 - 產品使用情況: 說明如何運用下列 Google Ads 產品, 包括:
 - 待開發客戶強化轉換 (Enhanced Conversions for Leads)
 - Google 代碼閘道 (Google Tag Gateway)
 - 目標顧客比對 (Customer Match)
 - Google Analytics
 - 問題解決方案/策略: 列出明確的業務目標和資料/成效評估挑戰, 以及如何規劃連貫一致的資料策略, 並運用該策略克服挑戰, 進一步提升成效。
 - 有效運用 AI: 運用 AI 驅動的 Google Ads 解決方案的專業能力, 如何提升成效評估作業, 並從廣告活動資料發掘深入的洞察分析。
 - 成果/影響: 明顯且可信的提升成果, 包括主要 KPI 有所改善, 以及客戶價值和品質顯著提升。

8.3.4 跨國業務拓展獎 (International Growth)

- 請務必在規定的字元數限制內, 針對下列各點, 說明您自認有資格獲得該獎項的理由:
 - 挑戰 (50 至 150 字): 概述客戶透過廣告活動拓展國際市場的主要目標。您是根據哪項重要洞察資料決定開拓新市場?
 - 策略與執行 (50 到 400 字): 說明您進軍新國家/地區/區域拓展市場的整體策略。您如何運用 Google Ads 解決方案, 協助客戶推動業務成長?
 - 成效與影響: 請在 50 到 250 字內, 描述您規劃的跨國業務拓展策略, 對客戶事業帶來的影響, 並著重說明該廣告活動的卓越之處, 為何值得獲頒此獎。請附上主要指標, 證明客戶在新國家/地區/區域的市場能見度顯著提升, 且業務也有明顯成長 (即出口業績成長)。
- 此類獎項的評選標準如下:
 - 產品使用情況: 說明如何搭配使用 AI 驅動的 Google Ads 解決方案
 - 問題解決方案/策略: 列出明確的跨國業務拓展目標和成長挑戰, 以及連貫一致的市場進入和擴展策略, 說明如何增加出口業績, 並在新國家/地區/區域建立永續發展業務。
 - 有效運用 AI: 運用 AI 驅動的 Google Ads 解決方案的專業能力, 如何在不同市場發掘、觸及並招攬更多高價值客群, 同時提升出口業績和效率。
 - 成果/影響: 明顯且可信的提升成果, 包括出口業績有所成長, 以及新國家/地區的市場能見度和客戶採用率均有顯著提升。

8.3.5 品牌跨裝置策略獎 (Media Achievement)

- 請務必在規定的字元數限制內, 針對下列各點, 說明您自認有資格獲得該獎項的理由:
 - 挑戰 (50 至 150 字): 概述客戶的廣告活動目標, 以及您希望克服的主要挑戰。
 - 策略與執行 (50 到 400 字): 說明您為客戶規劃的媒體策略。您如何運用由 AI 驅動的 Google Ads 解決方案, 在顧客歷程的關鍵時刻, 適時發掘並觸及客戶的目標客群?

- 成效與影響 (50 到 250 字): 描述媒體策略的成效影響, 並著重說明該廣告活動的卓越之處, 為何值得獲頒此獎。請附上主要指標, 證明主要媒體和業務 KPI 有所提升, 例如觸及、關聯性和/或顧客價值升幅。
- 此類獎項的評選標準如下:
 - 產品使用情況: 說明如何運用下列 Google Ads 產品, 包括:
 - AI Max 搜尋廣告活動 (AI Max for Search)
 - 最高成效廣告活動 (Performance Max campaigns)
 - 需求開發廣告活動 (Demand Gen campaigns)
 - 影片廣告活動 (影片觸及廣告活動 Video Reach campaign, 影片觀看廣告活動 Video View campaigns)
 - Web to App Connect
 - 應用程式安裝廣告活動 (App campaigns for Installs)
 - 問題解決方案/策略: 列出明確的業務目標/媒體挑戰, 以及連貫一致的全漏斗媒體策略, 說明如何在各管道觸及理想客群, 克服相關挑戰。
 - 有效運用 AI: 運用 Google AI 解決方案的專業能力, 如何在不同的管道提供量身打造的個人化廣告體驗。
 - 成果/影響: 明顯且可信的提升成果, 包括主要媒體和業務 KPI 有所改善, 且觸及、關聯性和顧客價值顯著提升。

8.4 此項適用所有獎項。在相關參賽地域, 依各獎項標準, 整體表現最佳的參賽者, 即為該地域該獎項的得獎者。若參賽地域沒有任何參賽者達到標準, 該獎項可能從缺。有關評審程序的詳細說明, 請參閱第 8 節 (評審標準)。若特定獎項類別的報名人數不足, Google 保留相關權利, 得將其他類別的參賽者納入本競賽, 其亦有可能獲得獎項。

9. 獎項得主與獎盃。各類獎項得獎者都將獲頒獎盃, Google 歡迎得獎者於獲獎的參賽地域, 在各種銷售與行銷宣傳品中分享得獎成就。此類分享行為須 (i) 遵守 Google 提供的品牌使用指南規範, 且 (ii) 具體宣傳方式須事先取得 Google 書面核准。如要在 2026 年的行銷宣傳品中標註得獎事項, 至少在 2026 年 12 月 31 日前, 您須為 Google 業務團隊支援的代理商, 且具備有效的 Google Ads 管理員帳戶 ID (MCC)。獎項的約略零售價值不定 (獎項價值部分來自獲獎的成就價值)。

10. 一般條件。若發生下列情事, Google 有權取消任何參賽者的競賽資格: Google 自行判定參賽者未遵守本規則; 參賽者試圖以作弊、欺騙或其他不公平的手段, 破壞本競賽的合法運作; 參賽者干擾、辱罵、威脅或騷擾任何其他參賽者、Google 或評審團人員; 或是參賽者的行為違反本競賽精神或目的。在正式宣布得獎者前, Google 可能會要求所有準得獎者簽署並繳回資格、責任和行銷免責聲明, 並提供贊助商要求的任何額外資訊。

11. 隱私權:

11.1 參賽者同意並且保證, 只允許由所屬代理商的員工或代理商委派代表, 參加獎項典禮或相關活動, 包括但不限於: Google 舉辦的 Google Ads Impact Awards 相關活動。參賽者亦同意並保證, 上述委派代表同意 Google 蒐集、處理、儲存及以其他方式使用個人資料, 包括但不限於姓名、郵寄地址、電話號碼和電子郵件地址 (下稱「個人資料」), 以利舉行及籌辦本競賽。當參賽者符合特定獎項資格, 以及 Google 頒發特定獎項時, Google 也可能會使用上述個人資料, 確認參賽者的身分、郵寄地址和電話號碼。向參賽者蒐集的所有個人資料都會受到《Google 隱私權政策》保護, 政策全文請見 <https://www.google.com/policies/privacy/>。

11.2 您聲明及擔保以下事項: 因本競賽需求向廣告客戶蒐集個人資料 (不論是報名資料或個案研究資料) 時, 所有個人資料及蒐集行為均符合您或廣告客戶適用管轄區的任何及所有隱私權、資料安全和資料保護法律、指令、法規與規則, 且廣告客戶已同意 Google 在本競賽的個案研究中使用個人資料, 並可直接聯繫廣告客戶進行訪

談、取得個案研究使用許可，以及邀請參加活動。徵求同意時，您須保留廣告客戶的同意記錄，並向廣告客戶清楚說明如何撤銷同意。若違反這項規定，Google 可能會暫停或終止您的參賽資格。

12. 公開宣傳與授權。接受獎項即表示，參賽者同意 Google 及其代理商可基於廣告與促銷目的，無償使用參賽者的姓名和/或肖像、商家名稱和網站（此外參賽者亦聲明，出席或參與 Google Ads Impact Awards 相關或任何衍生活動或典禮的委派代表，同意 Google 及其代理商使用他們的姓名和/或肖像，並同意簽署 Google 要求的免責聲明）。參賽條件規定，參賽者須授予 Google 及其子公司、代理商與合作夥伴公司「全球適用、免權利金且非專屬」授權，在法律允許的最長期限內，得使用、重製、改作、修改、發行、散布、公開口述、公開播送、公開上映、公開演出、創作衍生作品及公開展示所有本競賽資料和任何附帶材料（包括但不限於參賽者的姓名、標誌、相關圖片及其他品牌特徵，以及這些資料和材料的一切表現形式，包括但不限於書面和電子形式），以便：(1) Google 與評審團評估本競賽用途資料，以及 (2) 於線上管道展示得獎者經歷。參賽者允許 Google 在行銷資料中使用參賽者分享的線上資料和經歷。

13. 擔保與賠償：在法律允許的最大範圍內，每位參賽者均同意就下列情況所引起或與之相關的任何控訴、索賠、法律行動、訴訟或訴訟程序，為 Google 和 Accenture PLC 及其各自的關係企業、董事、主管和員工辯護，使其免受損害，並同意賠償所有損失、責任、損害、成本、費用（包括合理的律師費用）和支出：(a) 參賽者的任何行為、違約、不作為或疏忽，以及/或是違反本規則中規定的擔保事項；(b) 參賽者針對本競賽做出任何不實陳述或行為；(c) 參賽者未遵守本規則；(d) 非本規則當事人以外之任何第三人或實體，因參賽者參與本競賽而提出索賠；(e) 接受、持有、濫用或使用任何獎項，或參與任何本競賽相關活動或本競賽；(f) 蒐集、處理或保留參賽資料時發生任何錯誤；或 (g) 印刷、提供或公布任何獎項或得獎者時，發生任何排版或其他錯誤。

14. 淘汰：如果參賽者在競賽期間提供不實資訊（包括身分、郵寄地址、電話號碼、電子郵件地址、權利歸屬），或有任何不符合本規則或類似情事，可能會立即淘汰該參賽者，且不影響 Google 採取任何其他適用之救濟措施之權利。

15. 網際網路：在法律允許的最大範圍內，對於下列情況導致 Google Ads、Accelerate with Google 或 Google Marketing Platform 工具/功能故障，或報名延遲、報名資料遺失/毀損/誤送/不完整/難以辨識/未送達/銷毀，Google 概不負責。這類情況包括：系統錯誤；失敗、不完整的電腦亂碼或其他電信傳輸故障；任何硬體/軟體故障；網路連線中斷或無法使用；排版或系統/人為錯誤和故障；任何電話網路/線路、纜線連線、衛星傳輸、伺服器或供應商服務或電腦設備的技術故障；網際網路或 Google Ads 網站流量壅塞；或是上述多項情況同時發生，包括可能妨礙參賽者參加本競賽的其他電信、纜線、數位或衛星故障情形。

16. 取消、修改或取消資格的權利：若本競賽（或競賽任何部分）因任何原因未能按計畫進行，包括遭受電腦病毒感染、發生錯誤、遭到竄改、未經授權介入、詐欺、技術故障，或是任何妨害本競賽管理、安全性、公平性、公正性或正常舉辦的其他因素，Google 保留權利，得自行斟酌取消、終止、修改或暫停本競賽。此外，對於竄改報名程序或本競賽任何其他部分的參賽者，Google 有權撤銷其資格。如果參賽者蓄意破壞任何相關網站或本競賽的合法運作，均屬違反刑法和民法的行為。一旦發生這類情事，Google 有權在適用法律允許的最大範圍內，向造成破壞的參賽者求償。

17. 非關聘僱證書或僱用合約：無論任何情況，提交報名表、贏得獎項，或有關本規則中提及的任何事項，均不得解釋成 Google 提供聘僱邀約或合約。您確認是自願參加本競賽，而非出於任何保密或受託義務。您確認自己與 Google 或「競賽實體」之間不存在任何機密、受託、代理或其他關係及任何默示合約，也不會建立任何這類關係。

18. 準據法和管轄區：

18.1 位於歐洲、中東和非洲地區以外參賽地域的所有參賽者:在適用法律允許的最大範圍內,本規則和本競賽將受美國加州法律規範並依其解釋,但不適用該州的衝突法原則。如果外國法律、規則和法規與加州法律、規則和法規有任何衝突,應以加州法律、規則和法規為準。在適用法律允許的最大範圍內,Google 與本競賽參賽者,均同意接受美國加州聖塔克拉拉郡法院的專屬與屬人管轄權。

19 語言:若本規則的英文版條款與任何相關資料(包括但不限於:網站、本規則的其他語言譯文、銷售點、電視、印刷品或線上廣告、Google 員工或其他代表對本規則做出的任何說明或解釋)有任何差異或不一致之處,則於法律允許之最大範圍內,應以本規則英文版條款為準。