

全国高校商业精英挑战赛品牌策划竞赛章程

为保障“全国高校商业精英挑战赛品牌策划竞赛”（以下简称“品牌策划竞赛”）活动可持续健康发展，确保竞赛组织管理科学化、规范化、标准化和程序化，特制订本竞赛规则。

第一篇 总则

第一条 全国高校商业精英挑战赛品牌策划竞赛由中国国际贸易促进委员会商业行业委员会、中国国际商会商业行业商会、中国商业文化研究会、中国商业经济学会等单位共同举办。品牌策划竞赛已连续成功举办 13 届，累计参与院校 1000 余所。该竞赛被纳入中国国际贸易促进委员会中小企业促进工作重点项目——“百所高校服务中小企业品牌建设”专项活动，每年为数千家中小企业制定品牌培育方案，推动产学研合作，13 年来共服务中小企业数万余次。

第二条 竞赛宗旨：学术引领，搭建高校、政府、企业多方育人平台。

第三条 竞赛目的：2023 年 10 月商务部办公厅发布的《商务部关于加强商务领域品牌建设的指导意见》（商建函〔2023〕634 号）中，围绕促进品牌新发展、提升商业新品质、拓展推广新渠道、丰富消费新场景四个方面提出了多项具体举措，鼓励院校、贸促机构、协会、企业共建共享品牌人才实习实训基地，深化产教融合与校企合作，搭建教育实践和技能提升平台，为品牌建设提供人才支撑。为响应《指导意见》要求，中国贸促会商业

行业委员会联合有关单位组织了全国高校商业精英挑战赛品牌策划竞赛，旨在通过以赛促教、产教融合的模式培养品牌建设高素质人才，同时也为企业品牌建设带来新思路，促进中小企业的品牌发展。

第四条 竞赛设置三大赛道（品牌策划赛道、数字营销赛道、在华留学生赛道），三个竞赛组别（研究生组、本科组、高职组），两个竞赛环节（知识赛和实践赛），四级竞赛赛制（校赛、省赛/全国预选赛、全国总决赛和全球总决赛）。知识赛为个人赛，主要考核学生个人对于基本理论和基础知识、技能的掌握程度。实践赛为团队赛（知识赛通过的学生3-5人组队），包含方案、团队答辩两部分，主要考察学生理论结合实际的能力、解决实际问题的能力。竞赛优秀的团队依次晋级获得高一级参赛资格，不能跨级参赛。

第二篇 基本规则

第一章 组织机构及职责

一、品牌策划竞赛全国组委会

第五条 品牌策划竞赛全国组委会负责竞赛规则制定和实施过程的管理、指导、督促和提供服务。

第六条 品牌策划竞赛全国组委会指导全国总决赛、全球总决赛承办单位和合作单位的工作，努力提高各级竞赛水平。

第七条 品牌策划竞赛全国组委会设置秘书处，具体负责品

牌策划竞赛的策划、组织、指导、实施、服务和管理等工作，实现对“品牌策划竞赛”的全过程、高质量管理。保证大赛事务的科学性、规范性和可持续发展，保证大赛的设计、实施和监管的合规运行。

第八条 品牌策划竞赛全国组委会下设各省组委会，各省组委会负责省赛的组织与实施，全国组委会负责指导监督各省组委会的相关工作。

二、竞赛管理和评委评审

第九条 在全国总决赛中，采用小组赛和精英赛两轮赛制，小组赛是封闭赛，精英赛是公开赛。

第十条 在全国总决赛中，小组赛评委为3名，原则上教师评委1名，企业评委2名，评委由具有丰富品牌策划理论和实践经验的专家担任，均实施相关者回避制度。

第十一条 在全国精英赛中，精英赛评委至少为5名，可由小组赛组长、相关专家组成。

第十二条 全国总决赛中要组建仲裁委员会，由主办单位、承办单位的有关负责人及行业资深专家组成。负责解决全国总决赛竞赛过程中出现的各类争议问题，接收并处理参赛院校教师学生、评委、社会人士提出的质疑和投诉，并向大赛组委会负责。

第十三条 评审基本原则。

1. 独立原则。在评审过程中，保持评审专家的独立性，按竞赛打分标准明确给出个人打分并署名。

2. 组长负责原则。每个评委组设组长一名，负责对本组评审的事务。如遇特殊情况，应及时向组委会汇报。

3. 回避原则。回避本校团队。

第十四条 评分规则。评委必须按《评分标准》所列评分项目进行打分，须客观、严谨，不得遗漏，将全体评委打分去掉最高分和最低分后取平均分作为最终得分。出现最终分数相同影响获奖等级时，评委组组长要召集组员议分，解决同分问题。

第十五条 各级赛事评委需严格遵守大赛评委对评审内容的保密义务，不使用或披露在评审工作中获悉的参赛团队的基本信息和作品信息。严格按照大赛规则和评审基本原则，对参赛选手的提问和交流，本着帮助和提高的原则，提出评审意见。未经品牌策划竞赛组委会授权，不以品牌策划竞赛评委名义参与任何与大赛评审无关的活动，也不以品牌策划竞赛评委名义对外发表任何不当言论。

第二章 竞赛流程

一、参赛报名

第十六条 以学校为单位报名参赛。报名时间：前一年的9月底至次年3月。院校报名由学校负责竞赛的老师登录全国高校商业精英挑战赛赛事一体化平台（<https://ssyth.cubec.org.cn/>）填写并提交参赛院校登记表，完成院校报名。组委会确认参赛资格后会通知联系老师组织学生

参加知识赛。

二、个人理论知识赛

第十七条 个人理论知识赛于竞赛报名后进行，采取网考形式，60分及以上为通过。网考通过的学生晋级实践赛，实践赛为团队赛。

三、校赛

第十八条 校赛由各院校结合实际情况自行组织安排进行，形式不限，组委会不参与组织。各院校自行选拔后推选参与省赛/全国预选赛的团队，且校赛所有参赛学生需参加知识赛考核，校赛所有参赛团队信息组委会需要进行备案。校赛后各赛道推选合计不超过50%且不超过20队的参赛团队晋级参加省赛/全国预选赛，且单赛道不超过10队。

四、省赛/全国预选赛

第十九条 组委会将根据校赛推选不超过20支队伍参加省赛/全国预选赛的团队提交的策划书，交由专家团队进行评审，评定入围全国总决赛的团队，晋级全国总决赛的名单将由组委会评定后统一公布。设置了省赛的地区必须参加省赛，无需再参加全国预选赛，具体省赛安排将另行通知。如未设置省赛的地区则直接参加全国预选赛。

五、全国总决赛

第二十条 设置研究生组、本科组和高职组三个组别，由竞赛执委会组织进行。全国组委会根据省赛/全国预选赛的竞赛结

果，评选出最终进入全国总决赛的参赛队。策划方案具体要求可参考竞赛规则。

第二十一条 全国总决赛采取品牌策划方案视频陈述（10分钟）与实时答辩（5分钟）的方式线上进行，竞赛语言为中文或英文。

第二十二条 全国精英赛采取品牌策划方案陈述（10分钟）与实时答辩（5分钟）的方式进行，竞赛语言为中文或英文。

六、全球总决赛

第二十三条 将有来自中国大陆地区、中国台湾地区、中国香港地区、中国澳门地区、新加坡、泰国、菲律宾、马来西亚、英国和澳大利亚等地优秀参赛队参加。全球总决赛采取品牌策划方案陈述（10分钟）与实时答辩（5分钟）的方式进行，竞赛语言为中文或英文。

第三章 参赛作品要求

第二十四条 同一院校4年内同一品牌只能使用一次。历年各院校参赛作品名称请见竞赛官网。

第二十五条 参赛作品严禁抄袭，一经发现，取消该队参赛资格，并对团队所在院校予以警告。

第二十六条 参赛作品封面和正文内容页不应当出现所在院校的名称、图片、logo等。

第二十七条 参赛作品中所使用的方法需符合《国际商会广

告与营销传播实务统一准则》。

第四章 奖励办法

第二十八条 省赛按照本科组和高职组的竞赛结果(将以获奖公告形式公布)，按一定比例分别设置省级一等奖、二等奖、三等奖。对上述获奖的团队和个人，颁发荣誉证书。

第二十九条 全国总决赛按照本科组和高职组的竞赛结果(将以获奖公告形式公布)，按一定比例分别设置全国一等奖、二等奖、三等奖。对上述获奖的团队和个人，颁发荣誉证书。

第三十条 全国精英赛设置冠军、亚军和季军，颁发奖杯和荣誉证书，并分别给予人民币现金奖励。

第三十一条 全国总决赛成绩优异的参赛队(数量依据参赛团队总数而定)，将作为中国地区代表队参加全球总决赛。

第五章 处罚办法

第三十三条 参赛作品存在舞弊、抄袭、作假均视为严重违规行为，经全国组委会查实将取消该作品的参赛资格。

第三十四条 竞赛结束后，对获奖作品保留一个月的质疑投诉期。若收到投诉，竞赛领导小组将委托主办单位有关部门进行调查。经调查属实，取消该作品获得的奖励。

第三篇 附则

第三十五条 承办竞赛省赛的高校应按当届组委会通过的申办办法，申请承办省赛；当届全国组委会通过一定的民主程序产生承办单位。

第三十六条 竞赛承办单位有权以全国组委会名义寻求赞助。

第三十七条 <https://www.ccpitcsc.org/edu.html> 为竞赛专用网站，由主办单位和承办单位共同建设。

第三十八条 本章程自全国组委会审议通过之日起生效，由竞赛主办单位及全国组委会秘书处负责解释。