**2025年全国高校商业精英挑战赛辽宁赛区**

**B、文旅与会展竞赛细则**

**B-1.文化旅游赛道**

（一）旅游新业态策划

一、竞赛内容

结合国家发展改革委发布的《产业结构调整指导目录（2024年本）》中规定的旅游新业态模式，任选1个旅游目的地，可以是已经建成的旅游景区也可以是有开发价值但还未建设的地区。结合：文化旅游、康养旅游、乡村旅游、红色旅游、工业旅游、科技旅游、入境游和自驾游等其中一个或多个新业态模式进行旅游目的地策划。

二、竞赛形式

团体赛形式，每个团队由3至5名参赛学生组成。每队指导老师1-2名。竞赛采取旅游新业态策划方案评审、项目陈述和现场答辩相结合的方式。

**省赛需要提交方案+PPT**

三、竞赛要求

作品需明确“+旅游”新业态主题，选择具有目的地属性的大到城市、区县、乡村等，小到旅游区、社区、景区点等，包括但不限于旅游目的地规划、体验项目设计、观赏性节目创意、营销项目策划等；立足不同类型的旅游新业态需求和市场特点，结合地区旅游发展实际，突出项目的原创性、体验性、市场性、时代性等特点，最大可能地实现项目落地转化。在旅游新业态策划方案和PPT陈述中必须包括以下重点内容：

**（一）旅游新业态模式解读**：清晰阐述所选的旅游新业态模式（如文化旅游、康养旅游等）的核心特点和发展趋势；分析该模式与所选旅游目的地的契合度及潜在优势。

**（二）旅游目的地概述**：详细介绍所选旅游目的地的地理位置、自然人文资源、现有旅游设施等；分析目的地的市场定位、目标客群及竞争优势。

**（三）策划理念与定位**：提出旅游目的地策划的创新理念，强调与传统旅游模式的区别；精准定位新业态在目的地旅游发展中的战略地位。

**（四）产品与服务设计：**设计符合所选新业态主题的旅游产品与服务，如主题线路、体验活动、特色住宿等，强调产品的独特性和市场竞争力。

**（五）市场分析与营销策略：**分析所选旅游目的地的市场需求、竞争态势及潜在消费者；制定针对性的营销策略，包括品牌建设、渠道拓展、宣传推广等。

**（六）实施计划与预期效益：**制定详细的实施计划，包括项目时间表、投资预算、人员分工等；预测新业态策划实施后的经济效益和社会效益。

**（七）风险评估与应对策略：**识别并分析项目实施过程中可能面临的风险；提出相应的风险应对策略和措施。

四、相关建议

（一）深入研究“+旅游”新业态模式。参赛者在策划前需对所选的旅游新业态主题进行深入的研究，了解其发展趋势、市场需求和成功案例，以便更好地将新业态模式融入旅游目的地策划中。

（二）突出地方特色与文化内涵。在策划过程中，要注重挖掘和突出旅游目的地的地方特色和文化内涵，通过文化元素的融入和创意的设计，提升旅游目的地的吸引力和竞争力。

（三）注重市场分析与定位。市场分析和定位是策划成功的关键。建议参赛者对目标市场进行深入的调研和分析，明确旅游目的地的目标客群、消费习惯和需求特点，以便制定有针对性的营销策略和产品设计。

（四）强化资源整合与协作。旅游新业态的发展需要整合多方面的资源，包括自然景观、文化遗产、产业基础等，实践“以文塑旅，以旅彰文”。建议参赛者在策划过程中应加强与相关部门和企业的协作，共同推动旅游新业态的发展。

（五）关注可持续发展。在策划方案中，应充分考虑环境保护、资源节约和社区参与等方面，应结合旅游业发展新趋势，利用新技术，体现科技、数字、绿色等相关元素，推动旅游新业态的可持续发展。同时，也要关注旅游目的地对当地经济的贡献和带动作用。

五、参赛作品要求

**（一）命名规范**

作品名称需以《XX策划方案》命名。

**（二）文本要求**

文本需以Word（.doc或.docx格式）或PDF格式提交，采用A4纸排版。正文部分不少于5000字（不含封面、参考资料和附录），总页数不得超过50页（含封面、目录和附录等）。文本封面需单独设计，包含队长及队员姓名、联系方式等信息，但不得出现院校名称或指导教师信息。

**（三）PPT配套**

作品应附与文本内容一致的PPT文稿，PPT页数不限，但需逻辑清晰、文字简洁，设计风格应清爽大方，配色协调、符合主题，字体规范、可读性强，充分展现策划方案的核心观点与亮点。

**（四）视频展示**

需录制一个不超过10分钟的作品陈述视频，每位团队成员均应参与讲解。视频应为横版视频，分辨率不低于1280×720P，画质清晰，音质良好，无明显杂音，画面稳定无抖动。陈述内容表达清晰、逻辑连贯，能够充分展示作品的核心亮点和主要内容。

六、竞赛评分细则

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **一级指标** | **二级指标** | **指标说明** | **分数** |
| 方案文本（40分） | 模式解读 | 清晰阐述新业态模式的核心特点和发展趋势，理解深入，分析准确。 | 10 |
| 目的地资源 | 详细介绍分析旅游目的地资源背景和市场状况。 | 10 |
| 实施计划 | 创新策划理念，设计符合新业态主题的旅游产品与服务，制定详细实施计划（包括项目计划、投资预算等）。 | 15 |
| 风险评估 | 识别并分析项目实施过程中可能面临的风险，风险识别全面，分析深入。 | 5 |
| 方案展示（40分） | 项目可行性 | 项目可行性评估全面，逻辑清晰，能够持续发展，符合可持续旅游的原则。 | 10 |
| 项目创意 | 具有独特的创意和特色，能够突出旅游目的地的个性，提供新颖的旅游体验。 | 10 |
| 陈述表达 | 陈述流畅，表达清晰，逻辑性强，能够有效说服评委。 | 10 |
| 视频展示 | 展示视频清晰流畅，收音清楚，符合时长要求。 | 5 |
| 仪容仪表 | 仪容仪表得体，团队着装统一。 | 5 |
| 方案答辩（20分） | 问题答辩 | 准确理解评委提出的问题，回答问题简明扼要；能够结合陈述深入答辩。 | 10 |
| 团队配合 | 面对连续追问反应机敏，队员之间配合默契。 | 10 |

（二）旅游项目调研

一、竞赛内容

以已建成的AAA级及以上景区为调研对象，聚焦景区品牌建设、游客满意度、游览路线设计等其中一个方向进行调研（也可自选其他内容）。通过多种调研方法完成真实的调研报告，提出切实可行的改进建议，助力提升游客满意度或预测景区发展前景。

二、竞赛形式

团体赛形式，每个团队由3至5名参赛学生组成。每队指导老师1-2名。竞赛采取会展项目调研报告评审、视频陈述和答辩相结合的方式。

**省赛需要提交方案+PPT**

三、竞赛要求

参赛团队需结合市场调研相关专业知识，对所选择的旅游项目进行背景调研、实际情况调研，进行项目分析评价并提出改进建议。旅游项目调研主要内容包括但不限于：

**（一）调研背景与目标**

简要说明项目所在旅游行业的整体发展情况及其竞争环境，为调研奠定基础；明确调研目标，概述所选旅游项目的基本信息，包括项目类型（如景区、酒店、文化体验活动等）、规模、运营方、历史背景及市场定位。

**（二）调研内容与方法**

详细描述调研的重点内容，明确调研范围（如市场营销、游客体验、资源利用、产品设计、运营管理等具体维度）。同时，阐明调研方法的选择与运用（如问卷调查、游客访谈、数据统计与分析等），并简要说明数据来源的可靠性和适用性。

**（三）调研结果**

基于调研数据，呈现项目的实际运行情况，分析项目在各个调研维度上的表现（如游客满意度、市场份额、运营效率等）。结合数据分析，深入剖析项目存在的问题或不足，并明确这些问题对旅游项目整体发展的影响。

**（四）调研结论**

基于调研发现，提出针对性结论，明确旅游项目的关键问题与发展机遇。结合行业趋势和调研结果，提供改进建议，如优化营销策略、改善游客服务、提升景区管理效率、开发新型旅游产品等，并详细阐明建议的可行性与实施路径。

四、参赛作品要求

**（一）命名规范**

作品名称需以《XX调研报告》命名。

**（二）文本要求**

文本需以Word（.doc或.docx格式）或PDF格式提交，采用A4纸排版。正文部分不少于4000字（不含封面、参考资料和附录），总页数不得超过50页（含封面、目录和附录等）。文本封面需单独设计，包含队长及队员姓名、联系方式等信息，但不得出现院校名称或指导教师信息。

**（三）PPT配套**

作品应附与文本内容一致的PPT文稿，PPT页数不限，但需逻辑清晰、文字简洁，设计风格应清爽大方，配色协调、符合主题，字体规范、可读性强，充分展现调研报告的核心观点与亮点。

**（四）真实完成**

作品应附上能够证明开展真实调研过程的相关材料，如现场图片、调研问卷、访谈记录等，确保调研的真实性和完整性，为评审提供详细的依据与参考。

**（五）视频展示**

需录制一个不超过10分钟的作品陈述视频，每位团队成员均应参与讲解。视频应为横版视频，分辨率不低于1280×720P，画质清晰，音质良好，无明显杂音，画面稳定无抖动。陈述内容表达清晰、逻辑连贯，能够充分展示作品的核心亮点和主要内容。

五、竞赛评分细则

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **一级指标** | **二级指标** | **指标说明** | **分数** |
| 报告文本（40分） | 选题依据 | 清晰阐述调研旅游项目的基本信息、聚焦旅游项目的现实问题，明确调研目标，信息准确，逻辑清晰，具有解决问题的实用价值。 | 10 |
| 方法科学 | 明确调研旅游项目的哪方面内容，调研时间和调研方法设计合理，过程科学严谨，样本选择和数据采集过程符合规范。 | 10 |
| 数据分析 | 对景区的市场环境、竞争优势、潜在挑战进行深入分析，数据准确，分析中肯，能指出发展机会和威胁。准确识别景区存在的问题，提出切实可行的改进建议，建议具有针对性和创新性。 | 10 |
| 文本规范 | 报告语言表达流畅，结构条理清晰，术语运用准确，格式和排版符合正式报告的规范要求；能提供证明真实开展调研的佐证材料。 | 10 |
| 报告展示（40分） | 项目介绍 | 对调研项目整体介绍详细，图文并茂，易于理解，具有问题导向特征。 | 10 |
| 结论建议 | 提出的结果、结论或改进建议有参考和数据支撑，预测景区的发展前景，提出合理的建议，建议具有可行性、针对性和创新性。 | 10 |
| 陈述表达 | 现场陈述流畅，表达清晰，逻辑性强，能够有效说服评委。 | 10 |
| 视频展示 | 展示视频清晰流畅，收音清楚，符合时长要求。 | 5 |
| 仪容仪表 | 仪容仪表得体，团队着装统一。 | 5 |
| 报告答辩（20分） | 问题答辩 | 准确理解评委提出的问题，回答问题简明扼要；能够结合陈述深入答辩。 | 10 |
| 团队配合 | 面对连续追问反应机敏，队员之间配合默契。 | 10 |

（三）旅游目的地营销

一、竞赛内容

选择一个城市或乡村，结合其地方资源撰写营销推介方案。方案需运用当地文旅产业资源，结合地方发展愿景，策划营销事件并设计宣传推广策略，以吸引游客、提升旅游知名度和增加旅游收入。

二、竞赛形式

团体赛形式，每个团队由3至5名参赛学生组成。每队指导老师1-2名。竞赛采取方案评审、项目陈述和现场答辩相结合的方式。

**省赛需要提交方案+PPT**

三、竞赛要求

结合旅游管理、市场营销等相关专业知识，对所营销旅游目的地进行系统分析，提出定位与发展目标，并形成行之有效的科学营销方案，主要内容包括但不限于：

(一)目的地介绍：对目的地的详细介绍，包括地理位置、文化背景、旅游资源等方面的信息。

（二）市场分析：进行详细的市场调研，包括潜在客源市场分析、竞品分析、行业趋势预测等，识别并分析项目潜在风险，提出相应的风险应对策略。

(三)营销推广：提出创新性营销策略，包括市场定位、目标客群、推广渠道等方面。设计具有吸引力和创意的推广活动，包括线上线下活动、社交媒体营销等方面。

（四）财务预算：切合实际制定合理的预算规划，包括推广费用、资源利用等方面。

（五）项目实施可行性、各部分逻辑性及可持续性（最大可能实现项目落地转化）

（六）项目创意与特色（立足不同类型的文化旅游需求和市场特点，突出项目的创意亮点，展示与众不同的营销理念和方法）

每个参赛队可按自己的策略及项目特色对以上内容有所侧重，并选择是否在营销方案及演示中包括其它相关内容的陈述，例如：品牌塑造、危机管理、信息管理、人力资源管理等等。

四、相关建议

（一）加强市场调研与分析：参赛团队应深入调研旅游目的地的市场环境，包括市场规模、客源结构、竞争态势等。对旅游目的地的竞争优劣势进行分析，以便针对性提出营销策略。

（二）明确目标群体与定位：参赛团队需明确旅游目的地的目标客群，分析其消费习惯、旅行偏好和决策过程。根据目标客群的特点，制定具有针对性的营销策略，突出旅游目的地的独特卖点。

（三）创新营销策略与活动：鼓励参赛团队提出创新性的营销策略，如利用新媒体平台、社交媒体推广、线上线下活动等。设计具有吸引力的营销活动，增加游客参与度和体验感，提升旅游目的地的知名度和美誉度。

（四）注重可持续发展与环境保护：参赛团队应在策划方案中注重旅游目的地的可持续发展。强调旅游活动与当地的互动，促进经济、社会和环境的可持续发展。

（五）科技与数字化的应用：参赛团队应利用科技和数字化的工具，如虚拟现实（VR）、增强现实（AR）等，提升游客的体验和参与度。通过数据分析、智能化推荐等技术手段，提供个性化的旅游服务和产品，满足游客的个性化需求。

五、参赛作品要求

**（一）命名规范**

作品名称需以《XX营销推介方案》命名。

**（二）文本要求**

文本需以Word（.doc或.docx格式）或PDF格式提交，采用A4纸排版。正文部分不少于5000字（不含封面、参考资料和附录），总页数不得超过50页（含封面、目录和附录等）。文本封面需单独设计，包含队长及队员姓名、联系方式等信息，但不得出现院校名称或指导教师信息。

**（三）PPT配套**

作品应附与文本内容一致的PPT文稿，PPT页数不限，但需逻辑清晰、文字简洁，设计风格应清爽大方，配色协调、符合主题，字体规范、可读性强，充分展现营销推介方案的核心观点与亮点。

**（四）视频展示**

需录制一个不超过10分钟的作品陈述视频，每位团队成员均应参与讲解。视频应为横版视频，分辨率不低于1280×720P，画质清晰，音质良好，无明显杂音，画面稳定无抖动。陈述内容表达清晰、逻辑连贯，能够充分展示作品的核心亮点和主要内容。

六、竞赛评分细则

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **一级指标** | **二级指标** | **指标说明** | **分数** |
| 方案文本（40分） | 现状分析 | 旅游目的地的主要旅游资源，包括自然景观、人文景点、活动体验等。旅游资源的特点、独特性和市场竞争力。分析当前旅游目的地的营销策略、推广活动和渠道使用情况。 | 10 |
| 市场分析 | 对旅游目的地的市场环境、竞争优势、潜在挑战有清晰的分析，评价中肯，能够指出发展的机会和威胁。 | 10 |
| 营销推广 | 营销目标明确，策略创新，推广活动具体且有吸引力，能够有效吸引目标客群。 | 15 |
| 财务预算 | 预算合理，损益分析准确，盈亏平衡点预测合理，最好和最坏情况分析全面，应对措施可行。 | 5 |
| 方案展示（40分） | 项目可行性 | 可行性分析全面，逻辑清晰，能够持续发展，符合可持续旅游的原则。 | 10 |
| 项目创意 | 具有独特的创意和特色，能够突出旅游目的地的个性，提供新颖的旅游体验。 | 10 |
| 陈述表达 | 现场陈述流畅，表达清晰，逻辑性强，能够有效说服评委。 | 10 |
| 视频展示 | 展示视频清晰流畅，收音清楚，符合时长要求。 | 5 |
| 仪容仪表 | 仪容仪表得体，团队着装统一。 | 5 |
| 方案答辩（20分） | 问题答辩 | 准确理解评委提出的问题，回答问题简明扼要；能够结合陈述深入答辩。 | 10 |
| 团队配合 | 面对连续追问反应机敏，队员之间配合默契。 | 10 |

**（四）基于AIGC研行数智化运营管理模拟竞赛**

1. **竞赛内容：**

竞赛由研学旅行数智化运营管理模拟、项目汇报答辩两部分组成。

（一）研学旅行数智化运营管理模拟

学生以“队”为单位，采用上海晨鸟信息科技有限公司提供的基于AIGC的研学旅行数智化运营管理仿真博弈平台进行线上研学旅行数智化运营管理模拟实验。

（二）项目汇报答辩

结合本组线上研学旅行数智化运营管理模拟实验情况撰写实验总结PPT，据此进行汇报答辩，实验总结内容包括但不限于团队分工、研学课程设计策略、研学产品设计策略、研学产品营销策略、研学旅行安全管理、财务分析、AIGC技术应用情况、实验心得体会等。

二、竞赛形式

竞赛以团队赛形式进行，每队应由4-6名全日制在读学生(含本科、高职)和1-2名旅游管理大类或相关专业的指导教师组成。参赛选手不得跨校组队，但是鼓励同校间跨专业组队。不得由研究生同学代替参加比赛，一经发现取消全队比赛资格。

研学旅行数智化运营管理模拟部分采用基于AIGC的研学旅行数智化运营管理仿真博弈平台进行，时间为120分钟。

决赛设置项目汇报答辩部分，每支参赛队伍15分钟，其中项目陈述10分钟，答辩环节5分钟。

初赛队伍得分以研学旅行数智化运营管理模拟得分为准，按成绩由高到低排序确定晋级全国总决赛队伍，每所院校至多可有2支队伍晋级全国总决赛。决赛队伍得分由研学旅行数智化运营管理模拟得分和项目汇报答辩两部分相加，按总成绩由高到底排名，确定获奖队伍。

三、参赛要求

研学旅行数智化运营管理模拟部分采用大赛组委会指定的基于AIGC的研学旅行数智化运营管理仿真博弈平台进行。

决赛期间，需提前一天报道，在赛场指定地点召开参赛队领队及指导教师说明会，抽取参赛号及赛位号，参赛选手在统一引导下熟悉赛场环境，18:00 封闭赛场。

决赛队伍在决赛当天 8:00 前到达赛项指定检录地点，8:00-8:40 接受检录。

决赛当天，上午完成研学旅行数智化运营管理模拟竞技，下午完成项目汇报答辩。

仲裁环节提出申诉的时间应在比赛点评颁奖结束后2小时内，过期不予受理。

项目汇报答辩环节，参赛队伍需要结合本组线上研学旅行数智化运营管理模拟实验情况撰写实验总结PPT，实验总结内容包括但不限于团队分工、研学课程设计策略、研学产品设计策略、研学产品营销策略、研学旅行安全管理、财务分析、AIGC技术应用情况、实验心得体会等。

四、赛事培训

报名该赛项的选手，组委会将安排软件使用培训，相关培训不收取任何费用。

五、评分标准

初赛队伍得分以研学旅行数智化运营管理模拟得分为准（总分100），评分规则具体如下：

表1.初赛研学旅行数智化运营管理模拟评分细则

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **评分项目** | **说明** | **分数** |
| 实验操作（满分50分） | 包括研学旅行课程设计、研学旅行产品设计与营销、研学旅行指导、计调、研学基地运营管理、研学旅行数据分析、AIGC应用等，由系统进行AI自动评分。 | 50 |
| 实验结果（满分50分） | 依据研学旅行运营利润情况，利润最高小组得50分，其它小组得分=该小组利润/最高小组利润×50，保留两位小数，利润为负的小组得0分。 | 50 |
| **总分** | **100** |

决赛队伍得分由研学旅行数智化运营管理模拟得分（总分70）和研学旅行项目策划（总分30）两部分相加，评分细则具体如下：

表2.决赛研学旅行数智化运营管理模拟评分细则

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **评分项目** | **说明** | **分数** |
| 实验操作（满分35分） | 包括研学旅行课程设计、研学旅行产品设计与营销、研学旅行指导、计调、研学基地运营管理、研学旅行数据分析、AIGC应用等，由系统进行AI自动评分。 | 35 |
| 实验结果（满分35分） | 依据研学旅行运营利润情况，利润最高小组得35分，其它小组得分=该小组利润/最高小组利润×35，保留两位小数，利润为负的小组得0分。 | 35 |
| **总分** | **70** |

表3.决赛项目汇报答辩评分细则

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **评分项目** | **说明** | **分数** |
| 实验总结PPT（满分12分） | 实验总结内容完整、全面，能够体现完整实验过程，包含比赛所规定的所有内容。 | 3 |
| 实验总结PPT设计美观、简洁明了，整体风格一致性强。 | 3 |
| 实验分析到位，逻辑性强，能够反映实验策略，体现关联知识点和决策依据，展现良好的技能水平。 | 3 |
| 实验心得体会真实，能够总结实验得失，对实验有独特理解，体现团队创新精神和创新能力。 | 3 |
| 汇报部分（满分10分） | 项目陈述：表述流畅、准确，专业度高，逻辑性强，符合时长要求。 | 5 |
| 仪表仪态：仪容仪表得体，展现良好的职业精神和职业素养。 | 5 |
| 答辩部分（满分8分） | 问题答辩：对问题理解准确，结合实验回答，简明扼要，不超限定时长。 | 4 |
| 团队配合：队员之间分工明确，配合默契，能够互相补台，共同应对突发情况。 | 4 |
| **总分** | **30** |

六、其他事项

（一）报名登记成功后，组委会将根据填报信息为参赛团队创建基于AIGC的研学旅行数智化运营管理仿真博弈平台账号。

（二）组委会统一为所有参赛院校安排一次免费培训，培训具体时间另行通知。

**B-2.会展赛道**

（一）会展项目策划实施细则

1. 竞赛内容

两个命题方向：

**（一）新项目策划**

结合会展业发展新趋势，运用新技术，融入科技、数字化、绿色等元素，展示项目的创意性与可行性，策划一个全新的会展项目。

**（二）升级项目策划**

针对市场上已有的真实会展项目，围绕宣传推广、活动内容与形式、现场服务、技术与数字化应用、参与者体验、资源整合或品牌形象升级等方向提出改进或优化方案，并根据项目特点进一步拓展。

1. 竞赛形式

团体赛形式，每个团队由3至5名参赛学生，1-2名指导教师组成。竞赛采取会展项目策划方案评审、项目陈述和现场答辩相结合的方式。

**省赛需要提交方案+PPT**

1. 竞赛要求

参赛团队需结合会展管理相关的专业知识，围绕所选会展项目进行策划，并通过方案和PPT进行陈述展示。

**（一）新项目策划方案**

参赛团队需策划一个全新的会展项目，展示项目的独特性和市场潜力，力求说服评委该项目具有可行性和投资价值。作品名称需以《XX策划方案》命名，主要内容包括但不局限于：

1.可行性分析：包括项目市场调研、竞争环境分析、亮点或特色等；

2.项目主要内容：基本信息、整体架构、活动构成、时间安排、资源分配等；

3.项目营销推广：设计宣传推广策略，结合传播渠道；

4.项目招商招展：目标客户群从哪儿来？如何招揽；

5.项目财务预算：提供损益平衡时间的预估，最佳与最坏情况分析及应对措施。

6.项目风险预估：对可能存在的风险进行预估并提出应对措施。

**（二）升级策划方案**

参赛团队需针对市场上已有真实会展项目，基于项目现状与存在的问题提出升级方案，明确升级的必要性，制定切实可行的改进措施，并分析升级后的预期成效。作品名称需以《XX升级策划方案》命名，主要内容包括但不局限于：

1.项目升级的背景与必要性：通过对项目市场表现、竞争环境及运营状况的梳理，分析当前存在的问题及不足，并结合市场趋势，明确升级的必要性，提出核心升级目标。

2.项目升级的主要内容：针对现有项目，明确升级方案的具体内容，可选择从宣传推广、活动内容与形式、现场服务、技术与数字化应用、参与者体验、资源整合或品牌形象升级等方面进行改进。策划需明确升级后的整体架构、活动调整计划、时间安排、资源分配以及具体执行路径，并注重创新性与实际可行性。

3.项目升级后的预期成效：结合数据或案例分析，预测项目在市场吸引力、客户满意度、品牌价值或财务收益等方面的提升，展现升级方案对项目长远发展的积极作用。

4.项目升级的风险预估与应对：分析升级过程中可能面临的风险，识别资源、市场、技术或执行层面的潜在问题，并制定相应的应对措施，以保证方案的顺利实施和可持续性。

1. 相关建议

（一）项目陈述结束后，应力求清楚地让评委知道：展商的目标群体、展会的展示范围、观众的目标群体，与同类展会比较，展会定位有何不同。营销计划应该对吸引不同的目标群体有针对性。

（二）选择不同的分析方法和工具，进行市场分析，阐明如何发挥优势、弱化劣势、应对风险。

（三）各个部分的计划及执行（营销、运作、预算等）均应和项目定位策略保持一致。

（四）方案中应结合会展业发展新趋势，利用会展活动的新技术，体现科技、数字、绿色等相关元素。

1. 参赛作品要求

**（一）命名规范**

新会展项目策划的作品名称需以《XX策划方案》命名，升级项目的作品名称需以《XX升级策划方案》命名。

**（二）文本要求**

文本需以Word（.doc或.docx格式）或PDF格式提交，采用A4纸排版。正文部分不少于5000字（不含封面、参考资料和附录），总页数不得超过50页（含封面、目录和附录等）。文本封面需单独设计，包含队长及队员姓名、联系方式等信息，但不得出现院校名称或指导教师信息。

**（三）PPT配套**

作品应附与文本内容配套的PPT文稿，PPT页数应不少于20页不超过100页，需逻辑清晰、文字简洁，设计风格应清爽大方，配色协调、符合主题，字体规范、可读性强，充分展现策划方案的核心观点与亮点。

**（四）视频展示**

需录制一个不低于7分钟，不超过10分钟的作品陈述视频，每位团队成员均应参与讲解。视频应为横版视频，分辨率不低于1280×720P，画质清晰，音质良好，无明显杂音，画面稳定无抖动。陈述内容表达清晰、逻辑连贯，能够充分展示作品的核心亮点和主要内容。

1. 竞赛评分细则

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 一级指标 | 二级指标 | 指标说明 | 分数 |
| 方案文本（40分） | 内容完整 | 文本涵盖项目背景、项目简介、市场调研、招展、招商、宣传推广、相关活动、现场管理、项目预算、预期效果等核心要素，内容全面、信息充实。 | 10 |
| 市场调研 | 对该会展项目的市场环境、竞争优势、潜在挑战有清晰的分析，数据准确，来源可靠，分析充分。 | 10 |
| 营销推广 | 营销目标明确，策略创新，推广活动具体且有吸引力，能够有效吸引目标客群。 | 10 |
| 项目执行 | 活动执行计划和现场管理规划详尽，包含人流管理、安全支持、执行细节等内容，具备高度可操作性和落地性。 | 10 |
| 方案展示（40分） | 项目可行性 | 项目具有商业可操作性，论述充分，组织机构设置合理、专业且权威，项目内容清晰。 | 10 |
| 项目创意 | 活动设置、宣传推广、招展招商、品牌形象及相关活动设计等富有创意，运营模式具有创新性，营销方式新颖，活动设置新颖，能融合数字化时代的创新创意点。 | 10 |
| 陈述表达 | 现场陈述流畅，表达清晰，逻辑性强，能够有效说服评委。 | 10 |
| 视频展示 | 展示视频清晰流畅，收音清楚，符合时长要求。 | 5 |
| 仪容仪表 | 仪容仪表得体，团队着装统一。 | 5 |
| 方案答辩（20分） | 问题答辩 | 准确理解评委提出的问题，回答问题简明扼要；能够结合陈述深入答辩。 | 10 |
| 团队配合 | 面对连续追问反应机敏，队员之间配合默契。 | 10 |

（二）会展项目调研实施细则

1. 竞赛内容

选择市场上已有的会展项目（展览、会议、节庆、体育赛事等活动）作为调研对象，可围绕项目的整体运行情况进行调研，或从某个具体角度展开深入调研。调研内容可包括但不限于项目的宣传推广效果、组织管理模式、参与者体验、技术应用水平、市场定位及竞争力、受众满意度等方面。

1. 竞赛形式

团体赛形式，每个团队由3至5名参赛学生，指导老师1-2名组成。竞赛采取会展项目调研报告评审、视频陈述和答辩相结合的方式。

**省赛需要提交方案+PPT**

1. 竞赛要求

参赛团队需结合市场调研相关专业知识，对所选择会展项目进行背景调研、实际情况调研，项目分析评价并提出改进建议。会展项目调研主要内容包括但不局限于：

**（一）调研背景与目标**

简要说明项目所处行业的整体情况及主要竞争环境，为调研奠定基础；明确调研目标，概述所选会展项目的基本信息，包括项目类型、规模、主办方、历史发展及其市场定位。

**（二）调研内容与方法**

详细描述调研的重点内容，明确调研范围（如宣传推广、客户体验、活动组织、资源整合等具体维度）。同时，阐明调研方法的选择与运用（如问卷调查、深度访谈、数据分析等），并简要说明数据来源的可靠性和适用性。

**（三）调研结果**

基于调研数据，呈现项目的实际运行情况，突出项目在各个调研维度上的表现（如宣传效果、参与者反馈、运营效率等）。结合数据分析，深入剖析项目存在的问题或不足，并明确这些问题对项目整体发展的影响。

**（四）调研结论**

基于调研发现，提出针对性结论，明确项目的关键问题与发展机遇。进一步结合行业趋势和调研结果，提供改进建议，如优化宣传策略、改进服务流程、提升客户满意度、加强资源整合等，详细阐明建议的可行性与实施路径。

1. 参赛作品要求

**（一）命名规范**

作品名称需以《XX调研报告》命名。

**（二）文本要求**

文本需以Word（.doc或.docx格式）或PDF格式提交，采用A4纸排版。正文部分不少于4000字（不含封面、参考资料和附录），总页数不得超过50页（含封面、目录和附录等）。文本封面需单独设计，包含队长及队员姓名、联系方式等信息，但不得出现院校名称或指导教师信息。

**（三）PPT配套**

作品应附与文本内容配套的PPT文稿，PPT页数应不少于20页不超过100页，需逻辑清晰、文字简洁，设计风格应清爽大方，配色协调、符合主题，字体规范、可读性强，充分展现调研报告的核心观点与亮点。

**（四）真实完成**

作品应附上能够证明开展真实调研过程的相关材料，如现场图片、调研问卷、访谈记录等，确保调研的真实性和完整性，为评审提供详细的依据与参考。

**（五）视频展示**

需录制一个不低于7分钟不超过10分钟的作品陈述视频，每位团队成员均应参与讲解。视频应为横版视频，分辨率不低于1280×720P，画质清晰，音质良好，无明显杂音，画面稳定无抖动。陈述内容表达清晰、逻辑连贯，能够充分展示作品的核心亮点和主要内容。

五、竞赛评分细则

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 一级指标 | 二级指标 | 指标说明 | 分数 |
| 报告文本（40分） | 选题依据 | 清晰阐述调研会展项目的基本信息、聚焦会展项目的现实问题，明确调研目标，信息准确，逻辑清晰，具有解决问题的实用价值。 | 10 |
| 方法科学 | 明确调研会展项目的哪方面内容、调研时间和调研方法设计合理，过程科学严谨，样本选择和数据采集过程符合规范。 | 10 |
| 数据分析 | 对该会展项目的市场环境、竞争优势、潜在挑战进行深入分析，数据准确，分析中肯，能指出发展机会和威胁。准确识别该会展项目存在的问题。 | 10 |
| 文本规范 | 文本语言表达流畅，结构条理清晰，术语运用准确，格式和排版符合正式报告的规范要求；文本编排工整清楚、格式规范（包括封面、目录、正文、附件)、图文并茂、标注规范，能提供证明真实开展调研的佐证材料，材料齐全。 | 10 |
| 报告展示（40分） | 项目介绍 | 对调研项目整体介绍详细，图文并茂，易于理解，具有问题导向特征。 | 10 |
| 结论建议 | 提出的结果、结论或改进建议有参考和数据支撑，建议具有可行性、针对性和创新性。 | 10 |
| 陈述表达 | 现场陈述流畅，表达清晰，逻辑性强，能够有效说服评委。 | 10 |
| 视频展示 | 展示视频清晰流畅，收音清楚，符合时长要求。 | 5 |
| 仪容仪表 | 仪容仪表得体，团队着装统一。 | 5 |
| 报告答辩（20分） | 问题答辩 | 准确理解评委提出的问题，回答问题简明扼要；能够结合陈述深入答辩。 | 10 |
| 团队配合 | 面对连续追问反应机敏，队员之间配合默契。 | 10 |

（三）会展综合实践竞赛实施细则

**一、竞赛内容**

根据统一命，使用产学融合实践教学平台（妙行系统）完成任务拆解和项目落地实施，并依托元基建平台或实物推演沙盘（可选）辅助命题项目的呈现。并按照要求使用大赛指定的产学融合实践教学平台（妙行系统）提交作品。

(一)任务1：校园活动策划阶段（区域赛）

以大学生校园活动策划为命题方向，依据本校实际情况策划相关活动（以文化活动及文创产品推广活动为主题），撰写详细的校园活动策划方案、并计算活动中文创产品销售营收预算，同时以元基建平台或实物沙盘（可选）模拟还原项目活动现场，对校园活动举办场地进行场地勘测和规划，提交《校园活动策划方案》与讲解陈述视频，重点考量对于校园活动策划的合理性、执行的可行性。

(二)任务2：项目筹备与实施（入围赛）

依托任务1中方案，小组真实落地举办该校园活动，落地过程中结合使用产学融合实践教学平台（妙行系统）完成常见项目任务环节的拆解与实施，合理分工执行，全过程记录活动实施过程，汇总文创产品的销售转化数据，活动执行中可结合数字展示概念，设计数实融合场景，完成项目所需营销传播任务和必要的现场互动，执行结束后最终编制提交《项目实施报告》PPT和《活动现场精彩回顾视频》作品。重点考量对于校园活动现场的效果呈现、团队策划落地的组织分工合理、校园营销活动的影响力等。

(三)任务3：项目复盘与现场答辩（决赛）

入围决赛的团队依照命题要求重新对整个项目进行复盘总结，综合性展示校园活动分类数据，对校园活动策划成果进行展示，展示形式自拟，也可以借助决赛现场的元基建环境予以现场效果的数字复现。参与决赛现场答辩的团队，结合自己选定的成果展示形式进行现场陈述《项目总结报告》PPT，现场评委予以提问和评分。

**二、竞赛形式**

团体赛形式，每个团队由 3 至 5 名参赛学生组成。每队指导老师 1-2 名。

竞赛采取方案策划、项目任务拆解与落地实施、决赛现场项目复盘展示陈述和现场答辩相结合的方式。根据统一命题，每个参赛队在规定的时间内完成策划、落地、复盘等阶段环节，使用产学融合实践教学平台（妙行系统）完成记录和上传后，由大赛评审组筛选入围队伍参与线下决赛，决赛期间每个团队有15分钟的时间，其中陈述 10分钟，评委当面问答5分钟。

**省赛需要提交方案+PPT**

**三、竞赛要求**

(一)竞赛现场使用大赛组委会统一指定的“产学融合实践教学平台（妙行系统）”完成任务1场策划比赛。

(二)根据大赛整体进度，会务组会公布的准确开始时间和具体项目落地实施的命题要求，各参赛队伍需按照命题和任务要求完成比赛落地相关内容的创作。

(三)决赛期间，需前一天报道，在赛场指定地点召开参赛队领队及指导教师说明会，抽取参赛号及赛位号，参赛选手在统一引导下熟悉赛场环境，18:00封闭赛场。

(四)决赛队在决赛当天8:00前到达赛项指定检录地点，8:00-8:40接受检录。

(五)决赛当天，参赛队选手根据任务情况自行分工；竞赛现场放置足够数量的竞赛工具供选手完成竞赛成果展示任务。

(六)仲裁环节提出申诉时间应在比赛点评颁奖结束后2小时内。超过时效不予受理。

**四、相关建议**

(一)项目策划阶段，根据统一命题的任务内容，对校园活动进程策划，可利用现场模拟沙盘道具或线上元基建呈现场景，着重考量团队协作、营销转化、策划方案完整性、合理信念、可行性。

(二)项目执行任务中，要求结合项目策划方案与校园的实际情况落地切实可行，流程逻辑清晰，符合活动行业操作标准。考虑周全，项目实施过程有明确的分工，能充分利用数实融合手段增强现场互动环节与特色，熟悉并运用“产学融合实践教学平台（妙行系统）”进行任务拆解和分配，实现全过程执行沟通与记录。

(三)总决赛复盘陈述环节中，应力求清楚地让评委了解相关信息：如项目策划思路、落地执行效果、校园活动成果、项目人员安排、项目复盘与总结等内容。

六、参赛作品要求

所有参赛选手的作品提交均需要在大赛组委会指定的产学融合实践教学平台（妙行系统）中完成，注意系统的规范使用，所有任务内容不得出现选手所在院校信息，拆解任务标题需要简明扼要，要素完整，过程清晰。

五、参赛作品要求

所有参赛选手的作品提交均需要在大赛组委会指定的产学融合实践教学平台（妙行系统）中完成，注意系统的规范使用，所有任务内容不得出现选手所在院校信息，拆解任务标题需要简明扼要，要素完整，过程清晰。

六、竞赛评分细则

裁判组在坚持“公平、公正、公开、科学、规范”的原则下，各行其责，按照制订的评分细则进行评分。成绩评定是根据竞赛考核目标，对参赛队选手在竞赛过程中的表现和最终成果做出评价。

每个裁判小组汇总本组所有的评分表，计算成绩，评分结果由参赛选手、裁判员签字确认。最终的成绩由裁判长及监督人员进行审核、签字确认，上报大赛组委会。赛项结束后，大赛组委会负责公布最终竞赛成绩。

竞赛成绩采用100分制，竞赛结束后裁判组对参赛队完成的各项任务分别进行评分，各项任务的得分总和即为参赛队的最终成绩。竞赛过程中，对下列行为在竞赛队总分中进行扣分，操作标准如下：

(一)参赛选手有不服从裁判、扰乱赛场秩序等行为扣10分，情节严重的，取消参赛队竞赛成绩。有作弊行为的，取消参赛队参赛资格；

(二)违反赛场纪律，依据情节轻重，扣1～5分。情节特别严重，并产生不良后果的，则报赛项执委会批准，由裁判长宣布终止该选手的比赛；

(三)现场裁判宣布竞赛时间结束，选手仍继续操作的，由现场裁判负责记录并扣1～5分，情节严重，警告无效的，取消参赛资格；

(四)评分细则：

1. 省赛阶段评分细则

|  |  |
| --- | --- |
| 评分重点 | 细则 |
| 作品提交规范(15 分) | 1. 作品命名和按要求提交作品、格式符合要求；(5 分)
 |
| 1. 策划内容符合竞赛要求；(10 分)
 |
| 策划方案的完整性及合理性(35分) | 1. 符合校园活动策划命题要求；(5 分)
 |
| 1. 沙盘模拟或元基建现场模拟布局基础需求要素完整，包括但不限于：舞台区、坐席区、设备、通道及其他功能区； (10 分)
 |
| 1. 校园活动策划可行性强；(5 分)
 |
| 1. 整体规划设计合理；(5 分)
 |
| 1. 营收预算切合实际；(5 分)
 |
| 1. 校园活动创新环节多样； (5 分)
 |
| 项目方案可执行(30 分) | 1. 项目落地实施的可行性；（ 10 分）
 |
| 1. 项目落地规划的逻辑性；（ 10 分）
 |
| 1. 项目落地内容的完整性；（ 10 分）
 |
| 项目方案陈述 (20 分) | 1. 口齿清晰，内容简练；话术与手势位置相符； (5 分)
 |
| 1. 视频展示完整；( 10 分)
 |
| 1. 展现形式有创意，描述清晰有逻辑；(5 分)
 |

1. 入围赛阶段评分细则

|  |  |
| --- | --- |
| 评分重点 | 细则 |
| 作品提交规范(15 分) | 1. 作品命名和按要求提交作品、格式符合要求；(5 分)
 |
| 1. 策划内容符合竞赛要求；(10 分)
 |
| 《项目实施报告》(35分) | 1. 清晰的任务规划、拆解和分工；(10 分)
 |
| 1. 项目任务实施的全过程记录 (10 分)
 |
| 1. 校园活动营销传播效果；(5 分)
 |
| 1. 活动亮点实施效果；(5 分)
 |
| 1. 营收转化与成本预决算；(5 分)
 |
| 《活动现场精彩回顾视频》(30 分) | 1. 项目落地可行性；（ 10 分）
 |
| 1. 项目落地逻辑性；（ 10 分）
 |
| 1. 项目落地内容完整性；（ 10 分）
 |
| 项目方案陈述 (20 分) | 1. 口齿清晰，内容简练；话术与手势位置相符； (5 分)
 |
| 1. 视频展示完整；( 10 分)
 |
| 1. 展现形式有创意，描述清晰有逻辑；(5 分)
 |

3、总决赛现场评分细则

|  |  |
| --- | --- |
| （总决赛）评分重点 | 细则 |
| 作品提交规范(10分) | 1. 作品命名和提交格式符合要求；(5分)
 |
| 1. 作品内容符合竞赛要求；(5分)
 |
| 项目拆解(15分) | 1. 符合命题要求；(5分)
 |
| 1. 过程拆解思路清晰；(5分)
 |
| 1. 过程记录分工明确；（5分）
 |
| 项目复盘总结(25分) | 1. 项目复盘完整性；（5分）
 |
| 1. 项目综合性展示；（5分）
 |
| 1. 项目综合性成果展示；（10分）
 |
| 1. 项目总结；（5分）
 |
| 复盘陈述 (20分) | 1. 口齿清晰， 内容简练；话术与手势位置相符； (10 分)
 |
| 1. 现场陈述完整；( 10分)
 |
| 现场答辩（30分） | 1. 回答问题发言声音洪亮、吐字清晰（5分）
 |
| 1. 回答内容能够准确回答评委提问（10分）
 |
| 1. 在指定时间内完成答辩（5分）
 |
| 1. 团队配合默契，分工明确（10分）
 |

备注：1、总决赛未按指定时间报到的团队，视为弃权**；**

 2、参赛团队提交作品出现抄袭、重复情况，视为无成绩。

七、其他事项

1. 报名登记成功后，组委会将根据填报信息帮助指导教师完成参赛前的软硬件条件准备。
2. 产学融合实践教学平台（妙行系统）电脑端统一登录网址：pmcs.yourutec.com
3. 使用手机号和配发的初始密码登录系统(无需注册)。
4. 参赛团队各自组建内部沟通群组用于系统练习和作品创作。
5. 由队长负责在系统内同组委会专员互为好友便于沟通和作品提交。
6. 组委会统一为所有参赛院校安排一次免费培训，培训具体时间另行通知。
7. 作品评选：由妙行技术人员委派专员统计作品，并隐藏队伍信息依据组委会统一编号 打包发送给妙行内的裁判员组群。
8. 中国会展经济研究会会展教育培训专业委员会秘书处提供全程技术支持联系人：周旺(18229883285)

**B-3.酒店赛道**

（一）酒店项目策划

一、竞赛内容

参赛选手选取一家酒店或旅馆、民宿、水屋、露营地等，根据住宿设施实际运营需要，结合各类节日或热点事件，为该店策划营销活动或事件并撰写策划方案，运用数字化营销手段，通过调整产品设计与组合，以改善经营状况，提升收益。

主要内容包括但不限于：

1. 项目背景：结合经营现状与市场需求，分析活动策划的背景与必要性，明确活动目标，如提升品牌、吸引客户或增加收益。
2. 项目内容：提出活动方案的具体内容，包括主题、执行步骤、创新亮点及时间安排，确保逻辑清晰、可操作。
3. 营销推广：通过精心设计活动宣传推广方案，制定定价策略与促销活动策略，整合线上线下传播渠道，制定高效执行策略，快速打开市场。
4. 项目资源配置与执行：明确活动所需资源（如资金、人员、场地等），并制定资源分配计划。同时，阐述活动执行流程及各环节的协调安排，确保活动顺利推进。
5. 效果预测与收益分析：从品牌建设、客户吸引力、客户满意度或经济收益等方面，预测活动的预期成效，并设计可衡量的效果评估方法。
6. 风险评估与应对措施
7. 分析活动可能面临的风险（如市场反响、资源调配等），提出针对性应对策略，确保活动具有稳定性与可控性。

二、竞赛形式

团体赛形式，每个团队由3至5名参赛学生组成。每队指导老师1-2名。竞赛采取酒店项目策划方案评审、项目陈述和现场答辩相结合的方式。

**省赛需要提交方案+PPT**

三、参赛作品要求

**（一）命名规范**

酒店活动策划方案的作品名称需以《XX酒店/旅馆/民宿/水屋/露营地XX策划方案》命名。

**（二）文本要求**

文本需以Word（.doc或.docx格式）或PDF格式提交，采用A4纸排版。正文部分不少于5000字（不含封面、参考资料和附录），总页数不得超过50页（含封面、目录和附录等）。文本封面需单独设计，包含队长及队员姓名、联系方式等信息，但不得出现院校名称或指导教师信息。

**（三）PPT配套**

作品应附与文本内容配套的PPT文稿，PPT页数应不少于20页不超过100页，但需逻辑清晰、文字简洁，设计风格应清爽大方，配色协调、符合主题，字体规范、可读性强，充分展现营销推介方案的核心观点与亮点。

**（四）视频展示**

需录制一个不低于7分钟不超过10分钟的作品陈述视频，每位团队成员均应参与讲解。视频应为横版视频，分辨率不低于1280×720P，画质清晰，音质良好，无明显杂音，画面稳定无抖动。陈述内容表达清晰、逻辑连贯，能够充分展示作品的核心亮点和主要内容。

四、竞赛评分细则

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **一级指标** | **二级指标** | **指标说明** | **分数** |
| 方案文本（40分） | 现状分析 | 针对项目所处的实际情况进行详细分析，包括土地资源、市场需求、酒店经营现状等，数据准确，逻辑清晰。 | 10 |
| 市场分析 | 对市场环境进行深入调研和分析，包括目标客群定位、竞争对手分析、行业趋势等，分析过程科学且数据可靠。 | 10 |
| 营销推广 | 提出切实可行的营销推广策略，符合酒店品牌定位，能有效吸引目标客群，提升市场竞争力。 | 15 |
| 财务预算 | 预算合理，损益分析准确，盈亏平衡点预测合理，最好和最坏情况分析全面，应对措施可行。 | 5 |
| 方案展示（40分） | 项目可行性 | 方案具备实际落地的可操作性，包括资源条件、政策环境、实施难度、风险预估等多维度评估，确保符合实际情况和行业要求。 | 10 |
| 项目创意 | 方案体现出新颖独特的创意，包括品牌定位、功能规划、经营模式和客户体验设计等方面的创新亮点，具有显著的差异化和市场吸引力。 | 10 |
| 陈述表达 | 现场陈述流畅，表达清晰，逻辑性强，能够有效说服评委。 | 10 |
| 视频展示 | 展示视频清晰流畅，收音清楚，符合时长要求。 | 5 |
| 仪容仪表 | 仪容仪表得体，团队着装统一。 | 5 |
| 方案答辩（20分） | 问题答辩 | 准确理解评委提出的问题，回答问题简明扼要；能够结合陈述深入答辩。 | 10 |
| 团队配合 | 面对连续追问反应机敏，队员之间配合默契。 | 10 |

（二）酒店项目调研

一、竞赛内容

选择一家或多家酒店或民宿等（例如对某一地区酒店）作为调研对象，可围绕整体运营情况进行调研，或从某个具体角度展开深入研究，撰写调研报告。

二、竞赛形式

团体赛形式，每个团队由3至5名参赛学生组成。每队指导老师1-2名。竞赛采取酒店项目调研方案评审、项目陈述和现场答辩相结合的方式。

**省赛需要提交方案+PPT**

三、竞赛要求

参赛团队需结合市场调研相关专业知识，对所选择住宿设施项目进行背景调研、实际情况调研，项目分析评价并提出改进建议。主要内容包括但不局限于：

**（一）调研背景与目标**

简要说明住宿业态所在地的整体情况及其市场竞争环境，为调研奠定基础。明确调研目标，概述所选酒店的基本信息，包括住宿业态类型、规模、历史发展、目标客群及市场定位等内容。

**（二）调研内容与方法**

详细描述调研的重点内容，明确调研范围（如市场营销、客户体验、服务质量、经营效率或数字化应用等具体维度）。同时，阐述调研方法的选择与运用（如问卷调查、访谈、数据分析、实地观察等），并说明数据来源的可靠性及其对调研目标的支撑作用。

**（三）调研结果**

基于调研数据，全面呈现酒店的运营现状，重点分析在调研范围内的表现（如客户满意度、服务创新、经营绩效等）。结合数据和行业标准，深入剖析酒店存在的问题或不足，并阐明这些问题对酒店整体运营或竞争力的影响。

**（四）调研结论**

基于调研发现，提出明确的结论，梳理酒店的关键问题与发展机会。结合行业趋势和调研结果，提供切实可行的改进建议，如优化服务流程、提升客户满意度、改进运营模式或加强市场推广等，详细说明建议的可行性和实施路径。

四、参赛作品要求

**（一）命名规范**

作品名称需以《XX调研报告》命名。

**（二）文本要求**

文本需以Word（.doc或.docx格式）或PDF格式提交，采用A4纸排版。正文部分不少于4000字（不含封面、参考资料和附录），总页数不得超过50页（含封面、目录和附录等）。文本封面需单独设计，包含队长及队员姓名、联系方式等信息，但不得出现院校名称或指导教师信息。

**（三）PPT配套**

作品应附与文本内容配套的PPT文稿，PPT页数应不少于20页不超过100页，但需逻辑清晰、文字简洁，设计风格应清爽大方，配色协调、符合主题，字体规范、可读性强，充分展现调研报告的核心观点与亮点。

**（四）真实完成**

作品应附上能够证明开展真实调研过程的相关材料，如现场图片、调研问卷、访谈记录等，确保调研的真实性和完整性，为评审提供详细的依据与参考。

**（五）视频展示**

需录制一个不低于7分钟，不超过10分钟的作品陈述视频，每位团队成员均应参与讲解。视频应为横版视频，分辨率不低于1280×720P，画质清晰，音质良好，无明显杂音，画面稳定无抖动。陈述内容表达清晰、逻辑连贯，能够充分展示作品的核心亮点和主要内容。

五、竞赛评分细则

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **一级指标** | **二级指标** | **指标说明** | **分数** |
| 报告文本（40分） | 选题依据 | 清晰阐述调研酒店项目的基本信息、聚焦酒店项目的现实问题，明确调研目标，信息准确，逻辑清晰，具有解决问题的实用价值。 | 10 |
| 方法科学 | 明确调研酒店项目的哪方面内容、调研时间和调研方法设计合理，过程科学严谨，样本选择和数据采集过程符合规范。 | 10 |
| 数据分析 | 对该酒店项目的市场环境、竞争优势、潜在挑战进行深入分析，数据准确，分析中肯，能指出发展机会和威胁。准确识别该酒店项目存在的问题。 | 10 |
| 文本规范 | 文本语言表达流畅，结构条理清晰，术语运用准确，格式和排版符合正式报告的规范要求；文本编排工整清楚、格式规范（包括封面、目录、正文、附件)、图文并茂、标注规范，能提供证明真实开展调研的佐证材料，材料齐全。 | 10 |
| 报告展示（40分） | 项目介绍 | 对调研项目整体介绍详细，图文并茂，易于理解，具有问题导向特征。 | 10 |
| 结论建议 | 提出的结果、结论或改进建议有参考和数据支撑，建议具有可行性、针对性和创新性。 | 10 |
| 陈述表达 | 现场陈述流畅，表达清晰，逻辑性强，能够有效说服评委。 | 10 |
| 视频展示 | 展示视频清晰流畅，收音清楚，符合时长要求。 | 5 |
| 仪容仪表 | 仪容仪表得体，团队着装统一。 | 5 |
| 报告答辩（20分） | 问题答辩 | 准确理解评委提出的问题，回答问题简明扼要；能够结合陈述深入答辩。 | 10 |
| 团队配合 | 面对连续追问反应机敏，队员之间配合默契。 | 10 |

**B-4.设计与传播赛道**

（一）文创设计赛

一、竞赛内容

参赛选手须结合某地（旅游景区）特点和当地民风民俗，为该地（旅游景区）设计任意一个旅游商品，包括但不限于：旅游纪念品、手工艺品、旅游装备、时尚消费品等。

二、竞赛形式

团体赛和个人赛，可由1个学生单独报名参赛或由3至5名参赛学生组成团队参赛。团队报名每队指导老师1-2名；个人报名每队指导老师1名，竞赛采取方案盲评的方式，**无需线上答辩**。

三、竞赛要求

所有参赛作品必须结合当地特色，具备旅游文化元素，并能体现独特的创意和设计理念。参赛作品应具有商业可行性和市场竞争力，具备一定的生产制作条件。

四、竞赛评分细则

|  |  |
| --- | --- |
| **说明** | **分数** |
| 创意独特、新颖、构思巧妙 | 20 |
| 设计合理、元素运用得、当能体现出地方特色 | 30 |
| 效果图完整、正确、规范；构图比例精准；色彩搭配合理 | 20 |
| 方案实施可行、便于推广具有商业价值。 | 20 |
| 符合所表现旅游目的地的、品牌内涵 | 10 |

（二）VI设计

一、竞赛内容

参赛选手以某个景区、旅游目的地或展览、会议或节事活动为对象，进行相关配套的VI视觉设计。

二、竞赛形式

团体赛和个人赛，可由1个学生单独报名参赛或由3至5名参赛学生组成团队参赛。团队报名每队指导老师1-2名；个人报名每队指导老师1名，竞赛采取方案盲评的方式，**无需线上答辩。**

三、竞赛要求

1.价值导向。作品需符合社会主义核心价值观，体现策划特色与时代精神。

2.创意表达。设计需新颖别致，构思简洁明快，具备艺术表现力与感染力，符合大众审美标准。

3.风格鲜明。设计需具备鲜明的个性，创意鲜活、寓意深刻，构图新颖、色彩明快，亲切友善。

4.延展适配。设计方案便于延伸使用，适合在多种载体中深化设计与推广运用，如网络媒体、平面媒体、印刷品、视频展播、宣传资料、建筑物外观、衍生纪念品等。

5.原创保正。设计稿必须为原创作品，拥有独立知识产权，且此前未以任何形式公开发表过。

四、参赛作品要求

（一）参赛团队可以利用且不限于Fancy、3DMAX、AutoCAD、Photoshop等设计工具或手绘图进行创意设计，每组作品不少于6幅配图；参赛团队提交的设计图文件（保存为\*.JPG格式，120dpi）中应含有设计图和设计说明文档，每组作品的电子文件统一存入一个文件夹，并在赛前提交至组委会。

（二）参赛团队作品至少须挑选一幅平面图、三幅效果图及200字以内创意设计文字说明内容编排在900mm×600mm的展板版心幅面范围内；所有作品横、竖式构图自定。

（三）所有参赛图、文统一制作成一份设计手册进行提交。

五、竞赛评分细则

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **一级指标** | **二级指标** | **指标说明** | **分数** |
| 设计作品（40分） | 创意新颖 | 构思巧妙，设计合理，元素运用得当。 | 20 |
| 视觉呈现 | 效果图完整、正确、规范；构图比例精准；色彩搭配合理。 | 30 |
| 细节表现 | 作品在材料、结构、色彩、灯光等方面处理细腻，符合所表现产品、品牌内涵。 | 30 |
| 可持续性 | 设计方案考虑绿色环保、材料可持续性及资源利用率，体现社会责任感和长远价值。 | 20 |

（三）展台设计

一、竞赛内容

展位设计：参赛作品需以72——360平方米为展位进行展位设计，参赛选手自拟命题进行创作。

二、竞赛形式

团体赛和个人赛，可由1个学生单独报名参赛或由3至5名参赛学生组成团队参赛。团队报名每队指导老师1-2名；个人报名每队指导老师1名，竞赛采取方案盲评的方式，**无需线上答辩。**

三、竞赛要求

展位设计作品包括如下内容：

1.空间结构效果图（显示整体展台效果、配以重要部分或细节的黑白或彩色效果图）；

2.展台平面布置规划图（与会展活动相关的场地平面设计，如：展示区、重点展示区、信息服务台、备餐设施、办公区、休息区等，以及相关的外延设计，如参展商logo、展会海报设计、展会视觉包装等具有一定独立性的会展平面视觉设计成果，该类作品应包含设计图及相关设计说明文档）；

3.人流分析图（现场人流的控制与管理的分析图纸）；

4.技术系统设计图（采用新技术和新材料的设计与说明）；

5.作品应另附相关设计说明文档（包括各设计部分结构说明，材料的使用、结构的合理性和可实施性说明，品牌分析、人流分析说明，以及对灯光、多媒体等相关细节

四、参赛作品要求

（一）参赛团队可以利用且不限于Fancy、3DMAX、AutoCAD、Photoshop等设计工具或手绘图进行创意设计，每组作品不少于6幅配图；参赛团队提交的设计图文件（保存为\*.JPG格式，120dpi）中应含有设计图和设计说明文档。

（二）参赛团队作品至少须挑选一幅平面图、三幅效果图及200字以内创意设计文字说明内容编排在900mm×600mm的展板版心幅面范围内；所有作品横、竖式构图自定。

（三）所有参赛图、文统一制作成一份设计手册进行提交。

五、竞赛评分细则

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **一级指标** | **二级指标** | **指标说明** | **分数** |
| 设计作品（40分） | 创意新颖 | 构思巧妙，设计合理，元素运用得当。 | 20 |
| 视觉呈现 | 效果图完整、正确、规范；构图比例精准；色彩搭配合理。 | 20 |
| 功能布局 | 各功能分区布局设计合理。 | 20 |
| 细节表现 | 作品在材料、结构、色彩、灯光等方面处理细腻，符合所表现产品、品牌内涵。 | 20 |
| 可持续性 | 设计方案考虑绿色环保、材料可持续性及资源利用率，体现社会责任感和长远价值。 | 20 |

（四）文旅与会展新媒体运营

一、竞赛内容

两个选题方向：

**文旅短视频命题组**：以某地市为旅游目的地，进行营销宣传短视频的创作。非命题组：围绕“乡村振兴”“共同富裕”“美丽中国”等主题，以某地为旅游目的地，进行营销宣传短视频的创作。

**会展短视频**：围绕市场上某个真实的会展项目（如展览、会议、节事活动或体育赛事等），制作一个不超过3分钟的专题短视频。

二、竞赛形式

团体赛形式，每个团队由3至5名参赛学生组成。每队指导老师1-2名。竞赛采取视频作品评审、无需答辩的方式。

三、竞赛要求

**（一）坚持原创**

参赛团队需原创拍摄、制作短视频，不得大幅度拼接或搬运已有视频素材作为作品提交。作品应在拍摄、剪辑、叙事及视觉表现等方面体现创新性。抄袭、盗版等行为将取消竞赛成绩，相关侵权责任由参赛团队承担。

**（二）展现特色**

作品需突出旅游目的地的特色资源与文化风貌，提升其吸引力与知名度，助力吸引游客，推动当地旅游业和经济发展。作品名称应体现目的地的核心特色，具体命名方式不限。

**（三）紧扣主题**

作品需结合专业知识，紧扣大赛主题，内容积极向上，立意鲜明，表现形式新颖，弘扬主旋律，传播正能量。

**（四）确保质量**

视频画面应清晰流畅，构图合理，色彩准确，运镜灵活，剪辑节奏感强，转场自然，字幕布局清晰合理。同期声、配乐等音频内容使用得当，整体视听效果优质。

四、参赛作品要求

**（一）视频质量**

作品需保证画质清晰，无模糊画面。横版、竖版视频均可，但分辨率均应符合通用规范，最高不超过1080P，并确保各素材铺满画面。画面运镜需平稳自然，避免快速切换或抖动，确保观感流畅。

**（二）字幕规范**

字幕的字体、位置、字号大小需保持统一，字幕描边浓度适宜，避免过粗影响视觉效果。字幕应以单行形式呈现，内容精炼且字数适宜。字幕需与画面内容同步，避免延迟或错位。

**（三）声音规范**

背景音量需适中，不遮盖解说音量。解说应清晰流畅，语速适中，避免使用缺乏感染力的机器配音，确保语言表达生动贴切。

**（四）突出特色**

作品内容应突出主题特色，避免过度引用网络素材。应全面展示旅游目的地的特色资源与文化魅力，包括但不限于自然景观、历史人文、风俗习惯或特色活动。作品内容应挖掘目的地的独特亮点，注重叙事角度与情感表达，避免内容空洞或单一堆砌画面。

**（五）创意表达**

作品需具有创意性，避免信息罗列或内容陈述过于平淡。内容应设计合理的叙事逻辑或情感共鸣点，确保主题鲜明，表达流畅，能够吸引观众兴趣。画面需逻辑连贯，信息传递明确。

**（六）提供脚本**

提供短视频对应脚本文稿，应包含拍摄场景、镜号、景别、画面、运镜、台词/字幕、旁白、音效、时长等要素，字数不少于300字。

**（七）时长规范**

视频需严格控制在规定的3分钟内，避免超时或内容冗余。合理分配时间，突出重点信息，确保短时间内有效传达视频主题与核心内容。

五、竞赛评分细则

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **一级指标** | **二级指标** | **指标说明** | **分数** |
| 否决指标（触发其中一项，作品直接为0分） | 偏离主题 | 内容与呈现不能契合大赛主题，或制作成了陈述汇报的视频。 | 记0分 |
| 消极导向 | 内容整体传达消极、悲观情绪，缺乏正面价值观引导，对观众产生不良影响。 | 记0分 |
| 素材拼接 | 整体均为网络素材拼接，无任何讲解或剪辑处理，堆砌素材；引用素材（如视频片段、音乐）未标明来源或未经授权，存在明显的版权争议风险。 | 记0分 |
| 视频脚本（20） | 要素齐全 | 包含拍摄场景、镜号、景别、画面、运镜、台词/字幕、旁白、音效、时长等内容。 | 10 |
| 逻辑清晰 | 具有清晰的结构和逻辑性，确保故事或信息的流畅性和连贯性。 | 5 |
| 创意新颖 | 具有独特性和新颖性，非抄袭他人作品，能够吸引观众的注意力并提供新颖的视角或信息。 | 5 |
| 视频拍摄（30分） | 拍摄画面 | 画面稳定无晃动或模糊，画质清晰，画面布局合理，主体突出，色彩搭配协调，满足观众观看需求。 | 10 |
| 拍摄镜头 | 镜头选择多样化，拍摄角度有创意，镜头语言突出主题并表达明确，分镜头数量较多且时长合理。 | 10 |
| 声音质量 | 音画同步，收音清晰，环境音效适当，背景噪音未干扰观感。 | 10 |
| 视频剪辑（40分） | 叙事流畅 | 视频内容逻辑清晰，叙事结构合理，主题和情感表达明确；镜头切换自然，节奏流畅，符合观众的观看习惯和审美需求。 | 10 |
| 配乐音效 | 配乐契合视频主题，音效增强内容表现力并突出视频氛围，配乐未遮盖解说音量。 | 10 |
| 文字排版 | 字幕的字体、位置、字号大小保持统一，字幕描边浓度适宜，单行字幕文字精练；片头片尾符合通用时长，文字清晰规范无错别字。 | 10 |
| 视频输出 | 时长3分钟内，横版视频分辨率满足最低为1280×720，最高为1920×1080；竖版视频分辨率满足最低为720×1280，最高为1080×1920 ，MP4格式，H.264编码格式，30帧率。 | 10 |
| 总体印象（10分） | 视频原创 | 内容具有原创性，有较多实拍镜头。 | 5 |
| 观感体验 | 视频整体给人以舒适、愉悦的观感，具有传播正能量、积极向上的价值。 | 5 |