

# 全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛

## 竞赛组织委员会文件

三创赛竞组委文〔2025〕39号

### 第十六届全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛

#### 文旅电商实战赛实施方案

#### 一、竞赛背景

为深入贯彻《“十四五”数字经济发展规划》、《“十四五”文化和旅游发展规划》、《“十四五”文化和旅游科技创新规划》，推动数字技术与文旅产业深度融合，进一步培育和挖掘文旅新业态人才，培养文旅电商领域的创新实践人才，促进大学生在文旅领域创业与就业，第十六届全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛竞赛组织委员会（以下简称三创赛竞组委）增设文旅电商实战赛。

三创（杭州）网络科技有限公司是三创赛竞组委指定的本届文旅电商实战赛的唯一运营服务合作单位和技术支持平台。本届赛事携手阿里巴巴旗下亲橙空间<Y/OUR SPACE>、阿里校友联合会和高校校友联盟，为参赛团队提供赛事实战平台、企业老师指导、供应链对接、实战培训及赛后实习就业创业机会，助力团队实现以赛促学、促教、促创、促就。

#### 二、赛事时间和要点

##### （一）大赛报名和选择赛事

报名时间。2025 年 11 月 1 日-2025 年 12 月 31 日止。

1.准备报名。参赛团队全体成员在报名参加三创赛前，务必认真阅读《第十六届全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛竞赛规则（2025 年 10 月修订）》（以下简称《规则》）。

2.官网报名。参赛团队在三创赛官网（[www.3chuang.net](http://www.3chuang.net)）上报名。报名时从常规赛和实战赛选项中选实战赛，然后选择“文旅电商实战赛”，填写团队具体报名信息。

3.报名审核。各高校校赛竞组委对报名参赛团队提交的报名信息进行审核，为通过审核的参赛团队提供相关支持，为“文旅电商实战赛”平台在其后对该团队的指导和服务提供准确的信息。

4.合作签约。实战运营活动必须和赛事指定合作平台主体签订相关的合作协议，协议必须体现合作双方的权责利。

5.比赛形式。文旅电商实战赛与常规赛形式相同，仍按校赛、省级赛、国赛三级赛事比赛。校赛常规赛和实战赛一起举行，省级赛时常规赛和实战赛可以一起举行或单独举行。国赛单独举行。

6.竞赛培训。按《第十六届全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛文旅电商实战赛指南》（以下简称《指南》、见附件）实施培训。具体培训安排见后续培训通知。

## **（二）实战赛活动**

1.实战时间：报名后即可开始实战活动（即 11 月 1 日即可开始），直到国赛前 10 天结束。校赛、省级赛、国赛的文旅电商实战赛各数据统计时间均为现场赛前 10 天截止。

2.实战内容：按《指南》开展实战活动，创造实战业绩。

### （三）校级现场赛

1.时间安排：2026 年 3 月 10 日—2026 年 4 月 10 日。

2.项目报告提交：各参赛团队基于文旅电商实践活动提交一份《第十六届三创赛文旅电商实战赛项目报告书》（在各级赛事项目合规检查时提交电子版 PDF 和演讲的 PPT；在现场比赛开始前提交纸质版），内容具体见《指南》。

3.比赛形式：参赛团队在现场参加各级比赛时需向评委提供纸质版《项目报告书》（现场赛为纸质版、线上赛为电子版，《参赛团队承诺与说明书》《团队高校指导老师承诺书》《实战赛参赛学生知情书》均需附在封二、三、四位置）、演讲文稿（PPT 电子版）、文旅电商实战赛指定的实战平台产生的实战数据作为佐证材料。具体要求见《指南》。

4.小组赛参赛团队答辩时间共 15 分钟（ $\leq 15$  分钟），其中团队演讲 8 分钟（ $\leq 8$  分钟），评委提问与参赛团队回答 7 分钟（ $= 7$  分钟）；终极赛每个参赛团队演讲 8 分钟（ $\leq 8$  分钟）。

### （四）省级现场赛

1.时间安排：2026 年 4 月 20 日—2026 年 6 月 22 日。

2.比赛内容：见《指南》。

3.比赛形式：见《指南》。

4.省级现场赛要点：

（1）在三创赛竞组委指导下，由各省级赛竞组委组织；

(2) 由各省级赛竞组委确定晋级该省级赛的各校团队名额并通知各校赛竞组委；

(3) 校赛竞组委接到通知后，尽快通知晋级省级赛的该校团队队长；

(4) 省级现场赛结束后给出省级赛的获奖名单，经公示通过后最终确认；

(5) 参赛团队可以在校赛的基础上，在省级现场赛开始前，进一步拓展实战业绩，完善比赛文案，以便在省级赛上赛出更好的水平和风格。

### **(五) 全国现场总决赛**

1.时间安排：2026 年 7 月 10 日—2026 年 8 月 10 日。

2.比赛内容：见《指南》。

3.比赛形式：见《指南》。

4.全国现场总决赛要点：

(1) 全国现场总决赛的具体时间、地点和各省晋级团队数另行通知；

(2) 参赛团队可以在省级赛的基础上，在全国现场总决赛开始前，进一步拓展实战业绩，完善比赛文案，以便在全国总决赛上赛出更好的水平和风格。

## **三、竞赛说明**

1.参赛选手须在三创赛官网上报名，选手须是经教育部批准设立的普通高等学校的在校大学生(本科、专科、研究生均可，专业不限)，

经所在学校教务处等机构审核通过后方具备参赛资格。

2.大赛为团队赛，每组成员要求 3 至 5 人，为促进就业创业，鼓励高年级同学和外国留学生参赛，并配备 0 至 2 位高校指导老师，0 至 2 位企业指导老师。

3.大赛本着公平、公正、公开的原则，参赛团队必须采用合法合规的营销方法，在竞赛过程中可能产生的经济收益归参赛团队所有（与合作企业签订合同确定）。

4.参赛团队在参赛过程中应遵守有关法律法规，不破坏公序良俗，三创赛竞组委不承担包括（但不限于）肖像权、名誉权、隐私权、著作权、商标权等侵权纠纷而产生的法律责任，其法律责任由参赛团队承担，参赛团队出现因所销售产品违反国家有关法律法规的情况，三创赛竞组委不承担任何责任。

5.每支参赛团队需签署诚信承诺书，一经发现包括（但不限于）刷单、恶意竞争等情况，则取消比赛成绩；每支参赛团队须保证大赛使用账号均属本队伍使用，不得转借、出让与他人，一经发现取消比赛成绩。

6.参赛团队同意三创赛竞组委对团队提供的数据、信息、材料等真实性进行调查及核实，参赛团队将全力配合并及时提供证明文件、数据等资料。

7.因三创赛组织、管理和服务等业务收集的参赛团队成员的姓名、联系方式、团队 ID、学籍等个人信息，仅供此次大赛使用。

8.参赛团队已知悉大赛报名条件，并承诺在报名和参赛过程中始

终保持该条件。

#### 四、奖项设置

三创赛竞组委的授奖见三创赛规则。所有获奖团队，将获得三创赛竞组委提供的相应奖项的数字证书。

第十六届全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛

竞赛组织委员会

2025 年竞赛组织委员会



附件:

## 第十六届全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛 文旅电商实战赛指南

### 一、赛事简介

#### 1.比赛背景

为深入贯彻《“十四五”数字经济发展规划》、《“十四五”文化和旅游发展规划》、《“十四五”文化和旅游科技创新规划》，推动数字技术与文旅产业深度融合，进一步培育和挖掘文旅新业态人才，培养文旅电商领域的创新实践人才，促进大学生在文旅领域创业与就业，第十六届全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛竞赛组织委员会（以下简称三创赛竞组委）增设文旅电商实战赛。

三创（杭州）网络科技有限公司是三创赛竞组委指定的本届文旅电商实战赛的唯一运营服务合作单位和技术支持平台。本届赛事携手阿里巴巴旗下亲橙空间<Y/OUR SPACE>、阿里校友联合会和高校校友联盟，为参赛团队提供赛事实战平台、企业老师指导、供应链对接、实战培训及赛后实习就业创业机会，助力团队实现以赛促学、促教、促创、促就。

#### 2.比赛目的

（1）以赛育文：传承创新，讲好中国文旅故事

通过赛事引导大学生深入挖掘地方文化、非遗技艺、民俗风情与旅游资源，将文化内涵融入短视频创作与直播内容，提升文化传播力与叙事能力。鼓励选手用年轻化、数字化的方式表达地域特色，推动

中华优秀传统文化创造性转化与创新性发展，培育具备文化自觉与品牌意识的新时代文旅传播者。

### （2）以赛兴旅：数字赋能，激活区域旅游活力

借助直播带货、短视频种草、内容营销等电商手段，推广地方景区、特色线路、民宿体验与文旅项目，打造“线上引流+线下体验”的融合模式。通过学生创意激发旅游消费新场景，助力乡村振兴与县域旅游经济发展，实现数字技术对旅游资源的价值释放。

### （3）以赛促融：产教协同，构建文旅人才生态

深化“政校企景”多方协同机制，对接文旅企业、景区园区、文创机构的人才需求，推动高校人才培养与产业实际接轨。通过实战项目提升学生在文旅 IP 打造、内容运营、活动策划、用户转化等方面的综合能力，培育“懂文化、会旅游、精运营”的复合型数字文旅人才。

### （4）以赛创产：轻创孵化，打通文旅产品链路

以赛事为平台，链接地方特色文旅商品、文创产品、农旅伴手礼等优质供应链资源，推动“内容→流量→交易→品牌”的闭环形成。鼓励学生团队以项目制方式开展轻资产创业实践，探索“文旅+电商+内容”的新业态，孵化具有可持续性的微创业项目，助力地方文旅产业转型升级。

## 3.比赛内容

第十六届三创赛文旅电商实战赛指定平台为：抖音。各参赛团队根据赛事手册要求开展如下内容的实战：



短视频运营。参赛团队基于赛事指定产品池产品，围绕“数字文旅”主题创作短视频，完成指定内容分发；

直播运营。参赛团队基于赛事指定产品池产品进行直播运营。

## 二、报名流程

1.参赛团队通过三创赛官网报名。报名时从常规赛和实战赛选项中选实战赛，然后选择文旅电商实战赛，填写团队具体报名信息。

2.校赛竞组委对参赛团队进行审核。各高校校赛竞组委对报名后的参赛团队提交的报名信息进行审核，为通过审核的参赛团队提供相关支持。

3.参赛团队获取参赛手册和参赛证。团队提交报名信息后，参赛团队队长添加文旅电商实战赛赛事服务人员企业微信，工作人员将在3个工作日内将参赛手册发送至队长微信，三创赛报名截止日后15个工作日内授予参赛团队《三创赛文旅电商实战赛团队参赛证》。

4.参赛团队开展实战落地。参赛团队根据文旅电商实战赛赛事服务人员发送的参赛手册指引和赛事线上培训，完成赛事平台注册、功能开通及账号绑定，然后根据赛事规则和要求开展比赛实战落地。

## 三、实战活动

### 1.实战时间

第十六届三创赛于2025年10月20日正式开始报名，团队见此通知，即可报名参加文旅电商实战赛；报名后即可启动项目运营。校赛、省级赛、国赛的文旅电商实战赛各数据统计时间均为现场赛前10天截止。

## 2. 实战内容

(1) 参赛团队将与“文旅电商实战赛”平台的赛事服务工作人员进行衔接,由赛事服务工作人员指导参赛团队进行参赛手册的学习和操作。

(2) 参赛团队在赛事服务工作人员指导下,在文旅电商实战赛指定的实战平台上开设实战账号,然后开展实战活动。

(3) 参赛团队在实战过程中不断对赛事指定合作主体的产品、营销、销售等数据进行迭代分析,展现出数字文旅方向数智驱动下的决策逻辑和经营过程。

## 3. 比赛形式

(1) 文旅电商实战赛仍然按校赛、省级赛、国赛三级赛事比赛,未参加上级赛事的团队不得参加高一级赛事。文旅电商实战赛校赛和省级赛可与相应的常规赛一起举行,鼓励有条件的省级赛区独立举办文旅电商实战赛省级赛,具体形式包括(但不限于)与其他实战赛联合举办省级赛,或若干省级赛区联合举办文旅电商实战赛省级赛。文旅电商实战赛国赛独立举办。

(2) 参赛团队的实战数据由文旅电商实战平台实时采集和保存。各参赛团队按比赛规则要求在指定的赛事平台开设账号并完成账号绑定动作,文旅电商实战保障服务团队将参赛团队在指定实战平台实战过程数据进行实时抓取记录、汇总、管理。

(3) 参赛团队的比赛成绩由答辩现场评委给出。参加各级比赛时需向评委提供完整作品,包括《项目报告书》(现场赛为纸质版、

线上赛为电子版，《参赛团队承诺与说明书》《团队高校指导老师承诺书》《实战赛参赛学生知情书》均需附在封二、三、四位置）、演讲文稿（PPT 电子版）、文旅电商实战赛指定的实战平台产生的实战数据作为佐证材料。

（4）小组赛参赛团队答辩时间共 15 分钟（ $\leq 15$  分钟），其中团队演讲 8 分钟（ $\leq 8$  分钟），评委提问与参赛团队回答 7 分钟（=7 分钟）；终极赛每个参赛团队演讲 8 分钟（ $\leq 8$  分钟）。

#### 四、评分规则

第十六届三创赛竞赛规则第五十八条规定，在实战赛环节比赛评分细则中创业项目分值为 45 分。

表 1.文旅电商实战赛评分表

评分项目	评分说明	分值
1.创新	参赛项目在文旅电商方面具备了明确的创新点：在新产品、新技术、新模式、新服务等方面至少有一个明确的创新点。	0-15
2.创意	参赛项目在文旅电商方向进行了较好的、创新性的商务策划和可行性分析。商务策划主要是对业务模式、营销模式、技术模式、财务支持等进行设计。项目可行性分析主要是对经济、管理、技术、市场等方面的可行性进行分析。	0-15
3.创业	参赛团队根据赛事内容要求开展创业，取得实战的创业成绩；评价指标主要包含创业准备、创业过程、创业业绩，详情见“文旅电商实战赛创业分评分规则”；平台给出本团队实战活动的数据供参赛团队制作《项目报告书》（可作为附件全部引用）。	0-45
4.演讲	团队组织合理、分工合作、配合得当；服装整洁，举止文明，表达清楚；有问必答，回答合理。	0-15
5.文案	提交的文案和演讲 PPT 逻辑结构合理，内容介绍完整、严谨，文字、图表清晰通顺，附录充分。	0-10

表 2：文旅电商实战赛创业分各二级指标评分规则

二级指标	指标内涵	指标说明	评分方式
创业准备 (10 分)	“资质的准备”：与赛事指定平台签订相关的合作协议。	必须项	未提供视为无效参赛团队
	<p>团队应提供创业准备相关材料或说明。</p> <p>1. “团队”的准备：团队应明确具体的企业化分工，如项目负责人、技术专家和市场营销人员等，以形成完整项目团队。</p> <p>2. “账号”的准备：根据赛事手册指引完成账号绑定、橱窗开通、选品、账号优化等。</p> <p>(1) 参赛团队注册有效账号不低于 2 个，开通橱窗并绑定赛事平台机构视为有效。</p> <p>(2) 所有账号 ID 只能数字和英文字母组成，不能出现其他字符；</p>	<p>1.团队在赛事指定实战平台开通实名认证的实战账号（仅限参赛团队成员），整个赛事期间中不能修改 ID 及其账号绑定的手机号，以确保能准确采集到账号的相关数据。该项为现场评委观测点。</p> <p>2.团队在《项目报告书》中说明团队分工情况，该项为现场评委观测点。</p>	<p>平台根据指标完成情况给出分级结果。现场赛评委根据团队的文案、答辩情况、实际创业准备情况，参考平台给出的等级，进行最终综合评定。</p> <p><b>【0~10 分】</b></p>
创业过程 (20 分)	<p>团队应持续实战并产生过程数据。<b>短视频周发布量、周播放总量、周分享量、有效直播场次共 4 个观测点。每个观测点设置周基准线。</b></p> <p><b>1.有效短视频数据：</b>团队应持续创作和发布与赛事指定产品池产品相关且非同质化的有效短视频。</p> <p>(1) <b>短视频发布量：</b>短视频的周发布数以 2 个为周基准线（每周发布数累计不低于 2 个）；</p> <p>(2) <b>短视频播放量：</b>短视频周播放量以 100 次作为周基准线（每周播放量累计不低于 100 次）；</p> <p>(3) <b>短视频分享量：</b>短视频周分享量以 5 次作为周基准线（每周分享量累计不低于 5 次）；</p> <p>说明：</p>	<p>1.观测点累计达成数：从团队报名后创业过程中以周单位，任一观测点达到周基准线的总数。</p> <p>2.观测点有效达成比=观测点累计达成数/观测点基准数；</p> <p>3.依据团队观测点有效达成比进行等级评定<sup>1</sup>。</p> <p>说明：校赛针对各观测点分别采样抽取最高 10 周的数据，因此校赛观测点基准数为 40 个；省级赛针对各观测点分别采样抽取最高 15 周的数据，因此省级赛观测点基准数为 60 个。国赛针对各观测点分别采样抽取最</p>	<p>1.平台根据创业过程观测点有效达成比给出分级结果。</p> <p>2.现场赛评委根据团队的项目报告书、答辩情况、实际的创业过程情况，参考平台给出的分级结果进行最终综合评定。</p> <p><b>【0~20 分】</b></p>

	<p>①短视频必须与文旅有关，并带上“#三创赛文旅”标签话题，否则视为无效短视频，其数据不纳入统计。</p> <p>②抖音平台账号需开通团购带货权限且满足抖音平台短视频及直播挂生活服务商品的条件（具体以平台官方发布的要求为准）</p> <p><b>2. 有效直播数据:</b>团队针对赛事指定产品池产品进行直播运营。</p> <p><b>直播有效场次:</b>直播有效场次以2场作为周基准线（每周有效直播场次累计不低于2场，有效场次定义是连续直播时间不低于1小时）</p> <p>说明： 不能出现无人无产品直播，需用赛事指定产品池产品进行直播，否则视为无效直播，其数据不纳入统计。</p>	<p>高20周的数据，因此国赛观测点基准数为80个。</p>	
	<p>参赛团队报名后，至少要有两周的实际创业过程数据（至少完成一个观测点数）呈现在项目报告中。</p>	必须项	若无创业过程数据，视为无效参赛团队
创业业绩 (15分)	<p>参赛团队应持续实战并产出相应的创业业绩。设置有效核销交易额共1个观测点。此观测点设置周基准线。</p> <p><b>有效核销交易额:</b>参赛团队每周通过短视频和直播等方式推广的订单且完成核销的交易额。</p> <p>说明： 1) 只统计赛事指定产品池产品推广所产生的核销交易额； ②周核销交易额以100元作为周基准线。（每周有效核销交易额累计不低于100元）</p> <p><b>2、有效核销交易额排名系</b></p>	<p>1.观测点累计达成数：从团队报名后创业业绩中以周单位，任一观测点达到周基准线的总数。</p> <p>2.观测点有效达成比=各观测点累计达成数/观测点基准数*<b>有效核销交易额排名系数</b>；</p> <p>3.依据团队观测点有效达成比进行等级评定<sup>1</sup>。</p> <p>说明：校赛针对各观测点分别采样抽取最高10周的数据，</p>	<p>1.平台根据创业业绩观测点有效达成比给出分级结果。</p> <p>2.现场赛评委根据团队的项目报告书、答辩情况、实际的创业业绩，参考平台给出的等级进行最终综合评定。</p> <p><b>【0~15分】</b></p>

	<p><b>数:</b> 依据团队实战全过程累计的有效核销交易额在本级赛中“超越**%团队”的排名情况给出排名系数。具体如下：超越（80%，100%】的排名系数为 1.5； 超越(60%，80%】的排名系数为 1.3； 超越(40%，60%】的排名系数为 1.0； 超越(0%，40%】的排名系数为 0.8。</p>	<p>因此校赛观测点基准数为 10 个；省级赛针对各观测点分别采样抽取最高 15 周的数据，因此省级赛观测点基准数为 15 个。国赛针对各观测点分别采样抽取最高 20 周的数据，因此国赛观测点基准数为 20 个。</p>	
<p>根据观测点有效达成比进行等级评定<sup>1</sup>规则：【90%，∞】为 A、【80%，90%）为 B、【60%，80%）为 C、【40%，60%）为 D，【0%，40%）为 E。</p>			

备注说明：

1.参赛团队在公域平台所有经营活动必须符合国家法律法规以及平台规则，参赛团队刷单违法、虚假数据违规，一旦确认，取消比赛成绩。

2.以上所有指标项，是在指定平台绑定关联后完成的数据才能纳入数据汇总。平台数据交由第三方公证处对整个比赛过程中的数据进行公证。每支参赛团队须保证大赛使用账号均属本队伍使用，不得转借、出让与他人，一经发现取消比赛成绩。

3.参赛团队应积极开展创业实战，在完成“创业准备”的基础上，积极开展“创业过程”，获得有效数据。

4.现场评委和竞组委可在平台上查询参赛团队实战全过程数据和累计数据。

5.参赛团队已知悉大赛报名条件，承诺在报名和参赛过程中始终

保持该条件。

## 五、注意事项

1.本次大赛本着公平、公正、公开的原则，参赛团队必须遵循法律法规，采用正当合规的营销策略，确保竞赛环境纯净，促进健康竞争。

2.每支参赛团队需签署诚信承诺书，一经发现包括（但不限于）刷单、恶意竞争等情况，则取消比赛成绩；每支参赛团队须保证大赛使用账号均属本队伍使用，不得转借、出让与他人，一经发现取消比赛成绩；

3.参赛团队同意三创赛竞组委对团队提供的数据、信息、材料等真实性进行调查及核实，参赛团队将全力配合并及时提供证明文件、数据等资料；

4.因三创赛组织、管理和服务等业务收集的参赛团队成员的姓名、联系方式、团队 ID、学籍等个人信息，仅供此次大赛使用；

5.参赛团队已知悉大赛报名条件，并承诺在报名和参赛过程中始终保持该条件；

6.对于在实战赛平台企业没有参与记录和产生相关数据的参赛团队，视为无效的实战赛团队。

## 六、联系方式

第十六届三创赛文旅电商实战赛服务人员指定联系方式。



## 七、其他说明

- 1.有关文旅电商实战赛规则的进一步完善由第十六届三创赛竞组委负责。
- 2.本章程的最终解释权属第十六届三创赛竞组委。

第十六届全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛

文旅电商实战赛专家组

2025 年 11 月 1 日