

# 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〕38号

### 第十六届全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛

#### 美妆新零售实战赛实施方案

##### 一、竞赛背景

全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛（简称三创赛）是在2009年由教育部委托教育部高校电子商务类专业教学指导委员会主办的全国性在校大学生学科性竞赛。根据教育部、财政部（教高函〔2010〕13号）文件精神，三创赛是激发大学生兴趣与潜能，培养大学生创新意识、创意思维、创业能力以及团队协作实战精神的比赛。三创赛已成功举办十五届，成为全国范围内极具影响力的高水平学科竞赛。

随着数字经济的蓬勃发展，新零售模式，特别是线上线下深度融合的业态，已成为消费市场增长的核心驱动力。美妆行业作为新零售探索的前沿阵地，其市场规模与发展潜力巨大。在此背景下，第十六届三创赛竞赛组织委员会（以下简称“三创赛竞组委”）携手诗得丽智慧生物（广州）有限公司、三创（杭州）网络科技有限公司，共同举办“美妆新零售实战赛”。

赛事将聚焦于美妆行业真实商业场景，通过提供美妆产业带优质产品及三创好物平台的产品，引导参赛团队深入市场一线，应用统一的实战平台和新零售工具、策略解决实际商业问题，旨在培养和选拔一批既懂理论又精通实战的创新型商业领袖，实现以赛促学、以赛促创、以赛促就的竞赛目标。

## 二、赛事时间和要点

### （一）大赛报名和选择赛事

1.报名时间：2025 年 11 月 1 日起至 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》（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“美妆新零售实战赛”，填写团队具体报名信息与承诺书。

2.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学校支持，为“美妆新零售实战赛”平台在其后对该团队的指导和服务提供准确的信息。

3.企业对接：报名成功的团队，队长须扫描官方发布的二维码，添加“美妆新零售实战赛”企业公众号，由实战平台的专属客服团队提供一对一的指导与服务，并获取官方赛事手册、产品资料及平台操作指南。

4.比赛形式：美妆新零售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，省级赛事常规赛和实战赛可以一起举行或单独举行，国赛单独举行。

5.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”挑战赛美妆新零售实战赛指南》（以下简称《指南》，见附件）实施培训。具体培训安排见后续通知。

## （二）实战赛活动

1.实战时间：报名后即可开始实战活动，直到国赛前10天结束。校赛、省级赛、国赛的美妆新零售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.现场赛时间：2026年3月10日—2026年4月10日。

2.项目报告提交：各参赛团队基于美妆新零售实践活动提交一份《第十六届三创赛美妆新零售实战赛项目报告书》（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》《指导教师承诺书》均需附在封面之后）、演讲文稿（PPT电子版）、美妆新零售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（≤15 分钟），其中团队演讲 8 分钟（≤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（≤8 分钟）。

5.团队的创业分（45 分）。其中创业准备（10 分）由现场评委根据创业的各方面准备情况和商业逻辑进行综合评分；创业过程（20 分）由平台给出参赛团队每周的实战过程数据，现场赛评委依据实战数据总体情况及持续性、稳定性、逻辑性和成效性等维度进行综合评分；创业业绩（15 分）由现场赛评委依据团队在创业业绩各观测点总体呈现及团队实战过程的持续性、稳定性、逻辑性和成效性等维度进行综合评分。对团队的创业分（45 分）为 0（合作企业没有数据给出）的项目，不被该赛事专家组承认，为无效项目，不能参加比赛。

#### （四）省级现场赛

1.时间安排：2026 年 4 月 11 日—2026 年 6 月 30 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—2026 年 8 月。

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

1.参赛资格：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.团队组成：大赛为团队赛，每组成员要求 3 至 5 人，并配备 0 至

2 名高校指导老师，0 至 2 名企业指导老师。

3.公平竞赛：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。每个参赛团队需签署诚信承诺书，一经发现恶性竞争等情况，则取消比赛成绩；每个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。

4.知识产权：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，大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。

5.数据有效性：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。只有在美妆新零售实战赛指定平台上产生或被追踪到的数据，才被视为有效业绩并纳入评审体系。

6.信息保护：因三创赛组织、管理和服务等业务收集的参赛者的姓名、联系方式、团队 ID、学籍等个人信息，仅供此次大赛使用。

7.资格承诺：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

### （一）竞组委等级奖和单项奖

详见《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》。

## （二）合作企业“核心”品牌产品营销专项奖

本赛事合作企业增设“核心”品牌产品营销专项奖，用于表彰在该品牌营销中表现优异的团队。评奖和奖金及奖品由诗得丽集团提供。

### 1.综合营销类

“核心营销奖”：奖励国赛阶段参赛团队中，在“核心”品牌产品营销（不含其他品牌商品的销售）环节表现优异的团队，总奖金池150万元。

| 奖项 | 评奖数量 | 奖金    |
|----|------|-------|
| 冠军 | 3    | 35 万元 |
| 亚军 | 3    | 10 万元 |
| 季军 | 3    | 5 万元  |

“最佳营销奖”：奖励在国赛和各省级赛美妆新零售实战赛赛项前三名（含各品牌商品的实战）的团队。奖状由三创赛竞组委和诗得丽公司盖双章。

| 奖项       | 奖品                         |
|----------|----------------------------|
| 国赛特等奖第一名 | 华为手机+核心洗护套装，总价值不低于 10000 元 |
| 国赛特等奖第二名 | 华为电脑+核心洗护套装，总价值不低于 6000 元  |
| 国赛特等奖第三名 | 华为平板+核心洗护套装，总价值不低于 3000 元  |
| 省级赛第一名   | 核心洗护套装，总价值不低于 3000 元       |

|        |                      |
|--------|----------------------|
| 省级赛第二名 | 核心洗护套装，总价值不低于 2000 元 |
| 省级赛第三名 | 核心洗护套装，总价值不低于 1000 元 |

## 2.新媒体营销类

奖励国赛参赛团队中，在“核心”品牌产品（不含其他品牌商品的销售）的直播、短视频、图文制作等营销活动中表现优异的团队。

| 奖项类别      | 奖项名称          | 奖励标准   |
|-----------|---------------|--|
| 单项<br>营销类 | 核心品牌最佳单场直播带货奖 | 各奖项第一名：<br>华为手机+核心洗护套装<br>（总价值不低于 10000 元）<br><br>各奖项第二名：<br>华为电脑+核心洗护套装<br>（总价值不低于 6000 元）<br><br>各奖项第三名：<br>华为平板+核心洗护套装<br>（总价值不低于 3000 元） |
|           | 核心品牌单条短视频带货奖  |  |
|           | 核心品牌单条图文带货奖   |  |
| 内容<br>创作类 | 核心品牌最佳短视频创作奖  |  |
|           | 核心品牌最佳种草图文奖   |  |
|           | 核心品牌最佳文案策划奖   |  |
|           | 核心品牌最佳拍摄奖     |  |
| 文化<br>传播类 | 核心品牌文化传播短视频奖  |  |
|           | 核心品牌文化传播图文奖   |  |
|           | 核心品牌文化传播单场直播奖 |  |



| 奖项类别      | 奖项名称             | 奖励标准 |
|-----------|------------------|------|
| 组织<br>管理类 | 核心品牌最佳学校组织奖      |      |
| 指导<br>支持类 | 核心品牌金牌导师奖        |      |
| 媒体<br>传播类 | 核心品牌最佳媒体传播奖——图文类 |      |
|           | 核心品牌最佳媒体传播奖——视频类 |      |
| 国际<br>合作类 | 核心品牌国际生单项奖       |      |

注：

①以上专项奖项的评选细则由合作企业另行制定，经该赛事专家组通过，报经三创赛竞组委批准后公布和实施。

②华为手机、华为电脑、华为平板皆为当季发布的新品或市场主流销售的产品，不得以过时淘汰的产品作为奖品。

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 11 月



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 美妆新零售实战赛指南

为推动美妆新零售业态的快速发展，引领大学生参与数字经济建设，将线上零售技巧与线下实体场景相结合，创新发展新零售，培养基于三创赛的美妆新零售人才，为大学生就业、创业服务，第十六届三创赛竞组委设置美妆新零售实战赛。

### 一、赛事简介

#### 1.比赛目的

(1) 以赛促学。培养互联网营销新型人才。通过美妆新零售实战赛，让大学生深入一线市场切实了解美妆行业的状况，通过实践学习和掌握营销技巧、数字转型、电子商务等专业技能与行业规范，在比赛中增长数字营销实践经验。

(2) 以赛促创。比赛中体验轻创业。通过美妆新零售实战赛，让参赛学生了解新零售营销、经营的各个环节、团队组建与配合，在培训和大赛中找准自己定位，发掘自身能力。

(3) 以赛促就。探索就业新方向。大赛将通过比赛对接企业对创新营销人才的需求来带动大学生就业，在比赛中全面提高学生的产品营销、活动策划、运营落地等能力，增强学生的实践技能，形成高校毕业生高质量就业的局面。

#### 2.比赛内容

第十六届三创赛竞赛组织委员会携手诗得丽智慧生物（广州）有限公司、三创（杭州）网络科技有限公司，开展美妆新零售实战赛，各参赛团队根据赛事手册要求，开展如下内容的实战：

（1）内容创作与传播：参赛团队应深入理解品牌内涵与产品特性，进行创意短视频制作、高质量“种草”图文撰写、营销文案策划等，并通过多渠道进行传播。

（2）直播营销与运营：参赛团队在指定的直播平台绑定账号、策划直播活动，通过直播形式开展商品宣发、获客营销以及客户管理等实战活动。

（3）综合运营：参赛团队以服务消费者为导向，以数据驱动为动力，线上线下融合，公域私域打通，运用人工智能、大数据分析、直播营销等手段创新商业模式，制定美妆产品新零售整体运营方案，全渠道传播、全方位落地营销活动，推动完成用户增长和关系绑定，转化为真实销售业绩。

## **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，然后选择美妆新零售实战赛，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

队队长添加美妆新零售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参赛团队队长微信，7个工作日内授予参赛团队《三创赛美妆新零售实战赛团队参赛证》。

4.参赛团队开展新零售实战实践。参赛团队根据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新零售实战实践。

### 三、实战活动

#### 1.实战时间

报名后即可启动项目实战。校赛、省级赛、国赛的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“美妆新零售实战赛”平台的赛事陪跑专员进行衔接，由赛事陪跑专员指导参赛团队进行参赛手册的学习和操作。

（2）参赛团队在赛事陪跑专员指导下开展商家合作对接，与合作商家主体签署合作协议，合作协议要求明确团队成员名称、合作主体单位名称、合作产品、参赛团队具体需要做的事情及商务利益约定等内容。

（3）参赛团队在实战过程中需不断对合作主体的产品、营销、销售等数据进行迭代分析，展现出参赛者自身对新零售创新营销决策逻辑和经营策略的理解和实施。

#### 3.比赛形式

(1) 美妆新零售实战赛仍然按校赛、省级赛、国赛三级赛事比赛，未参加低一级赛事的团队不得参加高一级赛事。

(2) 参赛团队的实战数据由美妆新零售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，合作企业服务团队将参赛团队在指定平台实战过程数据进行实时抓取记录、汇总和管理，并提交给三创赛竞组委，以资三创赛评委使用。

(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》《指导教师承诺书》均需附在封面之后）、演讲文稿（PPT 电子版）、美妆新零售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）。

(5) 专项奖励设置与评奖与校赛、省赛、国赛时间同步，奖项根据选择的品牌规定晋级条件（细则见专项奖设置和实施指南）。

#### 四、美妆新零售实战赛评分规则

##### 1. 常规奖项评分细则

按第十六届三创赛竞赛规则，在实战赛比赛评分细则中创业项分值为 45 分。

表 1 美妆新零售实战赛评分表

| 评分项目 | 评分要点   | 分值     |
|------|--|--------|
| 1.创新 | 围绕美妆新零售，所设计营销方式的独特性和新颖性，包括但不限于互动形式、场景设计、技术应用、内容策划等，参赛者应从目标的市场定位、客户细分、营销渠道选择等方面进行创新性思考；以及这些创新如何提升美妆行业的数字化水平、服务质量及用户体验等。 | 0-15 分 |
| 2.创意 | 参赛者应根据品牌特性因时因地制宜地对营销实践活动进行内容形式上的选择、设计及策划、实施、复盘等，通过区别于传统营销的创意性营销，进一步帮助品牌完成数字化转型迭代，吸引、维持、提升消费者兴趣，并增强品牌的吸引力和辨识度。          | 0-15 分 |
| 3.创业 | 参赛团队根据赛事内容要求开展创业，取得真实的创业成绩和成果；评价指标主要包含创业准备、创业过程、创业业绩，详情见“美妆新零售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 分 |
| 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 分 |
| 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 分 |

| 二级指标          | 指标内涵   | 指标要求   | 评分方式  |
|---------------|--|--|---|
| 创业准备<br>(10分) | 参赛团队与合作主体签订相关的合作协议。  | 未提供合作协议或授权书，视为无效参赛团队   | 必须项   |
|               | 参赛团队应提供创业准备相关材料或说明：<br>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。<br>2. 账号的准备：在指定平台开通实名认证账号，并与指定MCN机构绑定。<br>3. 产品的准备：参赛团队运用技术和工具进行选品分析，构建科学合理的产品矩阵。<br>4. 参赛团队需要明确项目的战略规划、市场分析、目标客群画像；参赛团队运用科学的方法和工具推动营销实践的落地实施，以确保所制定的方式方法满足市场需求并具有竞争优势。 | 1. 团队在指定实战平台开实名认证账号，该项为评委观测点。<br>2. 团队在《团队承诺书》中说明账号准备、团队分工、营销策划等情况，各项为评委观测点。   | 现场赛评委根据团队的文案、答辩情况、实际创业准备情况，进行综合评定。<br><b>【0~10分】</b>  |
| 创业过程<br>(20分) | 1. 参赛团队应保持持续的营销活动并达成相应过程数据。设置视频发布、直播场次等两个观测点，每个观测点设置周基准线。<br>2. 内容产出：团队应持续创作和发布与产品相关且非同质化的有效短视频，周内容产出以5条短视频/图文作为周基准线。<br>3. 直播执行：团队应针对产品进行有效直播，时长>2小时方认定为有效直播，周有效直播场次以1场作为周基准线。  | 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。<br>2. 观测点有效达成比=观测点累计达成周数/观测点基准数；<br>3. 依据团队观测点有效达成比进行等级评定 <sup>1</sup> 。<br>说明：校赛针对各观测点分别抽取最高10周的数据，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，观测点基准数为60个；国赛针对各观测点分别采样抽取最高20周的数据，观测点基准数为80个。 | 1. 平台根据创业过程观测点有效达成比给出分级结果。<br>2. 现场赛评委根据团队的文案、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。<br><b>【0~15分】</b> |
|               | 参赛团队必须有实际的创业过程   | 无创业过程数据，视为无效参赛团队   | 必须项   |

|                       |  |   |  |
|-----------------------|--|---|--|
| 创业<br>业绩<br>(15<br>分) | <p>参赛团队应持续经营并产出相应创业业绩，设置赛段内商品交易总额（GMV）（含三创好物平台的分销 GMV）1 个观测点。观测点设置周基准线。</p> <p>1.GMV：团队每周通过短视频和直播等方式在指定平台完成结算 GMV。</p> <p>2.只统计已经结算的 GMV；</p> <p>3.周结算 GMV 以 300 元作为周基准线。</p> <p>4.参赛团队的有效结算 GMV 排名系数：依据团队实战全过程累计的结算 GMV 在赛段中的排名情况给出排名系数。具体如下：</p> <p>【--， 15%】排名系数为 1.2；</p> <p>（15%， 35%】排名系数为 1.1；</p> <p>（35%， 60%】的排名系数为 1；</p> <p>（60%， 100%】的排名系数为 0.8；</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，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）*有效结算 GMV 排名系数；</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：校赛针对观测点分别采样抽取最高 10 周的数据，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，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，观测点基准数为 20 个。</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文案、答辩情况、实际的创业业绩情况，参考平台给出的分级结果进行最终综合评定。</p> <p>【0~15 分】</p> |
|-----------------------|--|---|--|

表 2：美妆新零售实战赛创业分各二级指标评分规则

注：

1.依据各团队观测点有效达成比评定等级，其中：85%-100%为 A、65%-85%为 B、40%-65%为 C、0-40%为 D。

说明：

- 1.参赛团队在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。
- 3.平台实时记录参赛团队全过程的实战数据，并给出参赛团队的各指标全周期（以周为时间单位）数据报告，各参赛团队需将其呈现在文案中。



## 2. “核心”品牌产品营销专项奖”评分细则

除三创赛竞组委设置的奖项外，本届赛事对在核心品牌营销特定领域表现卓越的团队进行专项评奖。

| 奖别    | 指标内涵                                | 奖项名称          | 核心观测点                           | 评分方式  |
|-------|-------------------------------------|---------------|---------------------------------|---|
| 综合营销类 | 综合评估团队在全赛程中的整合营销战略、执行质量与最终商业成果      | 核心品牌最佳营销奖     | 赛程内团队账号累计商品交易总额（GMV）            | 由专项奖评审委员根据官方平台最终 GMV 真实数据进行评                              |
| 单项营销奖 | 聚焦于单次营销事件的直接销售转化能力，衡量团队的“即时销售”爆发力   | 核心品牌最佳单场直播带货奖 | 赛程内团队账号单次商品交易总额（GMV）            | 团队提交代表性成果参评。依据官方平台的数据核实，单场直播销售 GMV（扣除退货）最高的前三名获奖          |
|       |                                     | 核心品牌单条短视频带货奖  | 赛程内团队账号单次商品交易总额（GMV）            | 团队提交代表性作品参评。依据官方平台的数据核实，单条短视频销售 GMV（扣除退货）最高的前三名获奖         |
|       |                                     | 核心品牌单条图文带货奖   | 赛程内团队账号单次商品交易总额（GMV）            | 团队提交代表性作品参评。依据官方平台的数据核实，单条图文带货 GMV（扣除退货）最高的前三名获奖          |
| 内容创作类 | 评估团队在短视频、图文等方面的原创能力、创意水平、制作质量以及传播效果 | 核心品牌最佳短视频创作奖  | <b>短视频：</b> 单条短视频的播放量、点赞、评论、分享数 | 团队提交代表性作品参评。依据官方平台的数据，计算展现数据、完播率、点赞与转发数据计算总评分数，得分最高的前三名获奖 |
|       |                                     | 核心品牌最佳种草图文奖   | <b>图文：</b> 单篇图文的阅读量、点赞、评论、分享数   | 团队提交代表性作品参评，依据官方平台的数据，计算展现数据、点赞、评价、转发数据计算总评分数，得分最高的前三名获奖  |
|       |                                     | 核心品牌最佳文案策划奖   | 文案策划总篇数、文案点击率、转发量               | 团队提交代表性作品参评。评审专家，评选得分最高的前三名获奖                             |
|       |                                     | 核心品牌短视频最佳拍摄奖  | 短视频清晰度、流畅度、色彩饱和度、分辨率、帧率及美感      | 团队提交代表性作品参评。5 名电视台专业摄影师独立评分，得分最高的前三名获奖                    |
| 文化    | 评估团队对诗得丽公                           | 核心品牌          | 品牌故事、科技内涵及价值                    | 由专项奖评审委员会对团队提交的品牌文化相关                                     |

| 奖别        | 指标内涵                                  | 奖项名称                 | 核心观测点  | 评分方式   |
|-----------|---------------------------------------|----------------------|--|--|
| 传播类       | 司核心品牌故事、科技内涵及价值观的理解深度与传播效能            | 文化传播短视频奖             | 观的理解深度与传播效能  | 作品（视频、图文、直播录屏等）进行定性评估，评分最高的前三名获奖                           |
|           |                                       | 核心品牌<br>文化传播图文奖      | 品牌故事、科技内涵及价值观的理解深度与传播效能                                | 由专项奖评审委员会对团队提交的品牌文化相关作品（视频、图文、直播录屏等）进行定性评估，评分最高的前三名获奖      |
|           |                                       | 核心品牌<br>文化传播单场直播奖    | 品牌故事、科技内涵及价值观的理解深度与传播效能                                | 团队提交代表性直播场次参赛。依据官方平台的数据，计算展现数据、点赞、评价、转发数据计算总评分数，得分最高的前三名获奖 |
| 组织<br>管理类 | 表彰在赛事组织、宣传动员及支持保障工作中表现突出的参赛高校         | 核心品牌优秀组织奖            | 1) 学校有效参赛团队总数；2) 参赛团队的整体竞赛成绩                           | 由三创赛竞组委报名系统的统计数据作为参赛团队数据，与晋级省级赛事及国家赛事团队数量综合计算得分前三进行综合评定    |
| 指导<br>支持类 | 表彰在指导学生团队过程中倾注心血、方法得当并取得卓越育人成效的指导老师   | 核心品牌<br>金牌指导老师       | 1) 所指导团队的获奖等级与数量；2) 指导工作的投入程度与创新性；3) 对学生专业能力与综合素养提升的贡献 | 根据所指导团队的最终成绩，并结合省级赛及国赛评委会的推荐意见进行评选                         |
| 媒体<br>传播类 | 评估团队利用外部媒体资源，扩大项目及诗得丽品牌影响力的能力         | 核心品牌<br>最佳媒体传播奖——图文类 | 与美妆新零售实战赛相关的图文在校级、省级及以上媒体报道量                           | 参赛团队提交媒体报道的佐证材料（如链接、截图），由专项奖评审委员会综合媒体级别与数量综合评分，得分最高的前三名获奖  |
|           |                                       | 核心品牌<br>最佳媒体传播奖——视频类 | 与美妆新零售实战赛相关的短视频在校级、省级及以上媒体报道量                          | 参赛团队提交媒体报道的佐证材料（如链接、截图），由专项奖评审委员会综合媒体级别与数量综合评分，得分最高的前三名获奖  |
| 国际<br>合作奖 | 鼓励并表彰国际学生利用其独特的跨文化背景与全球视野，在赛事中做出的特殊贡献 | 核心品牌<br>优秀国际团队奖      | 1) 项目能有效体现跨文化视角或面向国际市场的潜力；3) 国际学生在团队中的实际贡献度            | 含国际学生的团队提交国际学生在竞赛中的贡献，由专项奖评审专家根据其在跨文化领域的价值进行评价，评分最高的前三名获奖  |

注：参赛团队可以自由选择参与多个奖项的评审；如在多个单项方面表现优异，就高评奖，团队至多获得一个奖项，不重复获奖。

## 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

第十六届三创赛美妆新零售实战赛服务人员指定联系方式:



## 七、其他说明

- 1.有关美妆新零售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

美妆新零售实战赛专家组

2025 年 11 月 1 日