



全国高校商业精英挑战赛
China University Business Elite Challenge

2024 年全国高校商业精英挑战赛品牌策划竞赛 暨（新加坡）全球品牌策划大赛中国地区 选拔赛方案及细则 （学生组+教师组）



二〇二三年九月

学生组

一、组织机构

主办单位：全球华人营销联盟（GCMF）、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、中国贸易报社

协办单位：新加坡营销协会、（香港）营销师公会、台湾行销科学学会、（台湾）中华国际经贸研究学会

承办单位：中国国际贸易促进委员会商业行业委员会、新加坡营销协会中国办公室、商业国际交流合作培训中心、贸促科技（厦门）有限责任公司

媒体支持：《中国商论》杂志、《商业文化》杂志、《中国品牌》杂志、《中国对外贸易》杂志（中文版）、《中国对外贸易》杂志（英文版）、《中国贸易报》

二、参赛对象

以工商管理、市场营销、连锁经营管理、国际贸易、电子商务、旅游管理、酒店管理和会展管理等管理类与经济类专业的高校在校学生为主，鼓励其他专业有兴趣及能力的在校学生积极参与。

三、竞赛组织

在全国高校商业精英挑战赛组委会（以下简称“竞赛组委会”）的领导下，由主办单位联合有关单位成立品牌策划竞赛执委会（以下简称“竞赛执委会”），负责竞赛的统筹工作。竞赛执委会下设秘书处和评审委员会。竞赛执委会秘书处设在中国国际贸易促进委员会商业行业委员会，负责竞赛的组织和实施工作。评审委员会成员由有关专家组成。

四、竞赛形式及规则

本次竞赛基于产学合作模式，采取团体赛形式（每个团队由 3-5 名选手和 1-2 名辅导教师组成，其中选手不可跨队/跨校组队，教师可同时指导多个团队但不可跨校指导），参赛团队以“XXX 品牌策划工作室”名义参赛，**策划并需要事先征得相关企业的书面同意（需要准备企业授权书，模板另附）**。参赛团队必须选择真实存在的**产品品牌或服务品牌**为策划对象撰写品牌策划方案，同时鼓励参赛团队选择中小微企业的产品品牌或服务品牌为策划对象，但不限定各类规模的企业，中小微企业划分标准可参考国家统计局关于印发《统计上大中小微型企业划分办法》的通知。

比赛分知识赛、校赛、省赛/全国预选赛、全国总决赛、全球总决赛五个阶段，分别由赛区组委会和竞赛执委会组织进行。

（一）知识赛：

1. 竞赛形式：知识赛阶段以个人形式参赛，参赛选手参加在线知识测评，**校赛所有参赛学生需参加知识赛。**

2. 考核内容：品牌相关基础理论知识（**组委会在院校报名后提供题库**）。

3. 如何参赛：院校报名后，以学校为单位于工作日向组委会至少提前 2 个工作日预约知识赛时间，预约成功后组委会分发知识赛链接及账号。

4. 晋级实践赛要求：知识赛满分为 100 分，成绩合格（60 分及以上）者获资格组队参加后续竞赛环节。

5. 申领证书：知识赛合格（60 分以上）的参赛选手可自愿申领《初级品牌策划师专业能力证书》，申领办法另行通知。

（二）校赛（免费）：

1. 竞赛形式：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。

2. 晋级要求：各院校自行组织校级选拔赛，于省赛/全国预选赛前提交校赛团队全部信息备案（由组委会提供模板）。校赛后推选**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，**参加了校赛的所有参赛学生需参加知识赛。**

（三）省赛/全国预选赛：

1. 竞赛形式：采用团队赛的形式，组委会组织。

2. 晋级要求：组委会将根据校赛推选上参加省赛/全国预选赛的团队（不超过 20 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。

3. 说明：设置了省赛的地区必须参加省赛，无需再参加全国预选赛，由省赛选拔出入围全国总决赛团队，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，由全国预选赛选拔出入围全国总决赛团队。

（四）全国总决赛：

1. 竞赛形式：设置研究生组、本科组和高职组（含专科、中职组）三个组别，由竞赛执委会组织进行。本科组和高职组分开评比，组委会将根据实际报名情况安排确定本科和研究生组是否分开评比。（组别分类采取就高不就低的原则，即队伍中有一人为研究生的本组即为研究生组，队伍中有一人为本科生的本组即为本科组）

2. 考核内容：

全国总决赛采取**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。策划方案具体要求可参考竞赛规则。为宣贯国际惯例规则，品牌策划方案应遵循《国际商会广告与营销传播实务统一准则》，即 Advertising and Marketing Communication Practice Consolidated ICC Code，准则英文版可登陆中国商贸教育网（www.ccpitedu.org）或者登陆 <https://iccwbo.org/publication/icc-advertising-and-marketing-communications-code/> 下载。

（五）全球总决赛：由全球华人营销联盟（GCMF）组织进行。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。

五、比赛规则

（一）品牌策划书

你的品牌策划书应当包括但不限于以下要素：

1. 目录；2. 概要；3. 引言；4. 企业品牌形象和现状分析；5. 品牌定位；6. 品牌核心价值；7. 品牌元素设计；8. 品牌推广与传播；9. 品牌资产保护；10. 风险管理；11. 财务预算；12. 附录和参考资料等内容。

注意：

1) 在分析企业目前的品牌形象和现状时，可能包括外部环境、内部环境等。

2) 在对企业的品牌进行定位时，应考虑：

- 分析并预测短期和长期的宏观与微观市场环境；

- 通过市场细分，选择目标市场，确定满足目标顾客需求的市场定位；
 - 寻找并确认主要（包括潜在）竞争对手；
 - 分析并明确本品牌与竞争对手的异、同点；
 - 阐明品牌的独特性以及风格特征。
- 3) 企业品牌核心价值需能够被企业内部和目标顾客识别并认可。
- 4) 品牌元素主要包括：品牌名称、（互联网）域名(URL)、标识、符号、形象代表（或代言人）、品牌宣传语、广告音乐、包装等。
- 5) 品牌推广和传播手段要有效地传达品牌理念和品牌文化，提升品牌形象，且方案应遵循《国际商会广告与营销传播实务统一准则(2018 年版)》，即 Advertising and Marketing Communication Practice Consolidated ICC Code）。
- 6) 需要制定相应的品牌资产保护措施，以确保品牌资产的识别、使用、保护处于受控状态。
- 7) 应防范可能给品牌以及品牌培育过程带来的风险，建立风险规避和紧急事件响应程序。
- 8) 财务预算指在品牌策划的过程中所有的成本支出。
- 9) 参赛作品**务必具有原创性**，不可过多陈述企业现有的成就和做法。
- 10) 最后，在准备品牌策划案时，你应当：
- 确保所有的策划与企业的愿景、使命和价值观一致；
 - 确保您的策划案品牌策划比重多余营销推广。
 - 引用资料需标明出处；
 - 陈述所有相关信息，例如，图表，图片，公开信息，文章，调查研究和问卷复印件（如果有的话）等等，用来在附录部分作参考；
 - 将潜在假设或理论阐述清楚。
- 11) 策划方案严禁抄袭，一经发现，取消该队参赛资格，并对团队所在院校予以警告。
- 12) 同一院校五年内不能用同一品牌作为策划对象多次参加竞赛。

作品递交格式基础要求：

- 省赛/全国预选赛及全国总决赛每一个团队递交一份策划案**(PDF 版本, 语言中文)**。

每份策划案应当包含封面，封面内容需包含作品名称，团队名称，参赛选手姓名，团队指导教师姓名，指导企业，队长联系电话和邮箱地址。总页数不超过 80 页。

- **策划案封面和正文内容页不应当出现所在院校的名称。**
- 所递交的策划案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》。

（二）陈述答辩

评委将在以下几个方面为你打分：

1. 内容完整程度；
2. 问题识别；
3. 论述和决策确认的清晰程度；
4. 结论的正确有效性
5. 对问题的切题回应度；
6. 演讲专业程度（包括视觉辅助工具的使用，例如 PPT）；
7. 发声技巧和非语言技巧；
8. 时间分配和团队合作配合程度。

六、评分细则

（一）省赛/全国总决赛评审为百分制，书面策划案满分为 60 分，展示与答辩满分为 40 分。

（二）书面策划案评分标准

- 品牌形象和现状分析的准确性（10 分）
- 品牌定位的正确性（10 分）
- 品牌元素设计的创意性（10 分）
- 品牌推广与传播的可行性（10 分）
- 品牌资产保护及风险管理的全面性（10 分）
- 与品牌策划与实施相关的财务预算的合理性。（10 分）

（三）现场展示与答辩评分标准

- 内容完整程度（5 分）
- 问题识别（5 分）
- 论述和决策确认的清晰程度（5 分）
- 结论的正确有效性（5 分）
- 对问题的切题回应度（5 分）
- 演讲专业程度（包括视觉辅助工具的使用，例如 PPT）（5 分）
- 发声技巧和非语言技巧（5 分）
- 时间分配和团队合作配合程度（5 分）

七、奖励办法

- （一）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)，按比例分别设置**全国总决赛一等奖、二等奖、三等奖**。对上述获奖的团队和个人，颁发荣誉证书。
- （二）全国总决赛精英赛全国前三名的参赛队，颁发冠军、亚军和季军的奖杯和荣誉证书，并分别给予**税前人民币 5000 元、3000 元和 2000 元**的现金奖励，**个税由主办单位代扣代缴**。
- （三）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。
- （四）本次竞赛活动设立**优秀企业奖、最具社会责任企业奖、最佳院校组织奖**等奖项，具体以组委会评定为准。
- （五）全球总决赛奖励办法另行通知。

八、收费标准

- （一）知识赛机考费每人 30 元，所有参赛学生需参加，组委会统一收取，缴费账户另行通知。
- （二）校赛/省赛/全国预选赛均免费。
- （三）全国总决赛参赛费每支队伍 2000 元，组委会统一收取，缴费账户另行通知。

九、比赛日程：2023 年 8 月—2024 年 7 月（具体以实际通知为准）

时间	赛程	需提交资料
2023 年 12 月 31 日前	1. 完成竞赛院校报名登记 2. 完成知识赛 3. 完成校赛 4. 省赛/全国预选赛（2024 年 3-4 月进行）	1. 院校登记表（尽早提交可尽早拿到知识赛题库资料） 2. 知识赛汇总表（预约考试前提交） 3. 校赛登记表（通过知识赛后可获取模板） 4. 省赛/全国预选赛团队信息统计表（通过知识赛后可获取模板）（如设置省赛的地区则需按省赛通知提交相关资料即可） 5. 各团队省赛/全国预选赛参赛作品。PDF 文件命名为：学校名称-团队名称-作品名称-组别。组别为：研究生组/本科组/高职组 以上相关表格模板另附，均需以院校为单位，由学校负责老师提交至组委会，不接受单个团队自

		行提交。 省赛需提交资料以省赛通知为准。
2024 年 4 月 19 日前	公布入围全国总决赛名单	请根据通知提交（具体以通知为准）： 1. 全国总决赛团队信息统计表（决赛获奖证书名单） 2. 全国总决赛发票信息统计表 3. 企业信息登记表 4. 企业授权书 5. 作品原创性声明及作品版权使用授权书
2024 年 5 月 25-26 日	全国总决赛分组赛（线上赛）	参赛作品（策划书 PDF+路演视频） 提交方式请根据组委会通知要求提交，通知公布之前请勿随意提交。
2024 年 6 月 15-16 日	全国总决赛精英赛（线下赛）	具体安排另行通知。
2024 年 7 月中旬（暂定）	全球总决赛	具体安排另行通知。

十、配套活动

（一）全国品牌策划与管理职业能力测评（知识赛）

（二）全国高校品牌课程骨干教师研修班

配套活动的具体实施方案另行通知。

十一、仲裁与投诉建议

（一）竞赛有关知识产权纠纷可由参赛团队向组委会提出仲裁申请，需实名制并以书面形式进行相关说明（实名制需提供学校名称-团队名称-提交者姓名），通过邮件形式提交至组委会仲裁组法律顾问邮箱：wust@genlandlaw.com，并邮件抄送 ccpithq@163.com 及 ccpithxm@163.com，组委会将在 10 个工作日内予以回复。

（二）竞赛有关投诉建议可由参赛团队向组委会提出，需实名制并以书面形式进行相关说明（实名制需提供学校名称-团队名称-提交者姓名），通过邮件形式提交至组委会仲裁组邮箱：ccpithq@163.com，并邮件抄送 ccpithxm@163.com，组委会将在 10 个工作日内予以回复。

教师组

一、竞赛形式

教师组设置品牌策划/品牌管理课程设计竞赛（个人赛）。根据品牌策划/品牌管理的专业课程（课程名称需含“品牌”），以个人的形式提交专业课程设计方案及配套资料，方案要充分体现产学合作的应用型人才培养的教育思想。

教师组竞赛只比一轮即全国总决赛，全国总决赛采取课程设计方案陈述（10 分钟）和答辩（5 分钟）的形式进行。各参赛院校可推荐不超过 5 名专业教师参加全国总决赛。

二、作品要求

参赛教师需提交以下资料：

（一）课程设计方案 PDF 文本（命名为：XX 课程设计方案），自行设计无格式要求；

（二）现场展示 PPT（命名为：XX 学校 XX 课程设计方案展示 PPT）；

以上资料请分别命名好后汇总，**2024 年 4 月 8 日 14 点前**以压缩包（命名为 XX 学校+教师姓名+XX 课程设计方案）形式提交至组委会邮箱 ccpithxm@163.com。

注意：所有提交的参赛文件内部不得以任何形式体现所在院校的信息，包括院校名称、图标等。文件命名可写院校名称。

三、竞赛时间

（一）2024 年 4 月 8 日前，教师个人提交参赛登记表。

（二）2024 年 4 月 8 日 14 点前，教师提交参赛作品参加全国总决赛。

（三）2024 年 5 月 25-26 日，全国总决赛（线上）。

四、奖励办法

教师组竞赛按照最终排名设置一、二等奖。对上述获奖的教师，颁发荣誉证书。

五、收费标准

教师组全国总决赛参赛费每人 1000 元，组委会统一收取，缴费账户另行通知。

六、教师组评分标准

评分项目	评分内容与要求	分值
课程性质	1. 清晰说明课程性质、在专业中的地位、任务及与先修、后续课程的联系。	4
	2. 课程定位准确。	4
课程目标	1. 课程总体目标符合专业和学生个人发展需要，符合商科教育人才培养要求。	4
	2. 课程知识目标明确，符合商科教育对人才培养的要求。	4
	3. 课程能力目标描述准确，具体、可检验。	4
课程内容	1. 明确解说本课程的内容体系，课程内容的框架结构，内容的逻辑关系。	10
	2. 知识点和知识应用点明确，有助于课程目标的达成。	6
	3. 教学重点、难点定位准确，分析比较透彻，确定的依据充分。	6
课程 教学 设计	1. 课程设计理念新，指导思想明确，符合商科教育理念。	6
	2. 学时数分配合理，理论教学与知识应用迁移安排适当。	5
	3. 能基于学生现状和学生发展需求以及专业职业能力知识应用培养的基本规律组织教学内容。	6
	4. 教学内容充实恰当，重点突出，难点分散，理论密切联系实践，有利于学生创新精神的培养。	6
	5. 合理开发利用课程资源；教学内容和环节设计合理。	6
	6. 科学、灵活、多样、有效、启发性地运用多种教学方法；积极合理地运用现代教育技术手段辅助教学。	6
	7. 评价考核方式合理、灵活、恰当，符合教学课程标准要求；平时评价考核与集中评价考核相结合，教师评价与学生评价相结合。	5
表达与 教态	1. 教态自然，仪表端庄大方。	5
	2. 语言准确，表达清晰流畅。	5
	3. 有说课提纲，并符合说课的基本要求。	5
	4. 按规定时间完成，不超时。	3
合计		100

大赛组委会联系方式

中国国际贸易促进委员会商业行业委员会教育培训部
地 址：北京市西城区复兴门内大街 45 号（100801）
联系人：胡心媚
电 话：010-66094064
传 真：010-66094065

网 站: www.cubec.org.cn

邮 箱: ccpithxm@163.com

QQ 号码: 1762794448

微信号: 13011205620

本竞赛相关所有最终解释权归全国高校商业精英挑战赛组委会所有。

