

2022 年全国高校商业精英挑战赛

国际贸易竞赛跨境电商赛道

竞赛细则

竞赛细则

一、组织机构

主办单位：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

中国商业经济学会

承办单位：中国国际贸易促进委员会商业行业委员会

媒体支持：《中国对外贸易》杂志、《中国贸易报》等

二、参赛对象

学习跨境电商、电子商务、商务英语、国际贸易、贸易经济、市场营销、工商管理等相关专业的在校学生。

三、竞赛平台

本次竞赛以“跨境电商综合实训平台”软件为指定竞赛平台，采取远程竞赛的方式，即参赛队无需集中，只需在竞赛期间登录竞赛组委会指定的服务器进行操作即可。该软件是虚拟仿真实验教学系统，包括主流跨境电商平台类型：B2B 国际站、B2C 速卖通和亚马逊，社交媒体脸书、新媒体直播等。模拟初创跨境电商公司从数据分析、选品定位、开店上架、运营推广四个阶段，以及各阶段需要涉及到的知识点和技能操作。旨在实训者的参与感、趣味性以及综合能力提升。

四、竞赛流程

本次竞赛为**跨境电商模拟竞赛**，分为**知识赛**、**全国预选赛**和**全国总决赛**。

（一）知识赛阶段

知识赛采用上机考试的形式进行，**知识赛为各院校所有参赛者必须参加的环节**。由各院校负责人汇总《知识赛考生信息汇总表》，至少提前三个工作日发送到组委会指定邮箱，为参赛选手申请机考账号、密码和登录地址，知识赛测评内容可参考《知识赛题库》文件。知识赛申请邮件主题和知识赛表格命名方式为：学校+跨境电商知识赛+测试时间。机考时长 120 分钟，时间各校自定，机考合格者获得参赛资格。

（二）全国预选赛阶段

全国预选赛为**团体赛**形式，由各院校参赛选手自行组成团队（每队由**3-5**名选手，**1-2**名指导老师），指导老师负责本校的赛事组织及联络工作。参赛团队需在该阶段完成**跨境电商选品及运营方案赛**（以下简称“方案赛”）和**跨境电商新媒体直播赛**（以下简称“直播

赛”）。全国预选赛成绩按照**方案赛成绩*50%+直播赛成绩*50%**综合选拔出优秀团队晋级全国总决赛。

1. 跨境电商选品及运营方案赛：每个团队由 3-5 名选手组成。参赛团队模拟跨境电商企业身份，撰写并提交一份跨境电商选品策划及运营方案（PDF 格式，方案文件命名为：**作品名称+团队名称+本科/高（中）职**），方案需包含封面，封面需体现作品名称、团队名称、参赛团队成员和指导教师姓名及联系电话，方案全部不得出现所在院校名称、图片及 LOGO 等。方案撰写要求如下：

（1）运用跨境电商数据分析方法论证开发该产品的可行性；

（2）主要开发的国家和市场分析；

（3）拟投放的第三方跨境电商平台包括但不限于亚马逊、速卖通、eBay、Wish 和敦煌；

（4）确定产品的定位和定价策略；

（5）新产品的英文文案；

（6）优质产品图片（主图、细节图）；

（7）PDF 参赛方案统一在跨境电商新媒体直播赛上传页面提交，详见直播赛流程。

2. 跨境电商新媒体直播赛：为团体赛形式，每个团队由 3-5 名选手组成。团队选手登录平台，完成直播策划、选品定价、脚本编排和直播的比赛，该竞赛环节主要考核选手对直播方式的掌握以及运用外语营销的能力，目的是提升选手的直播营销能力。竞赛规则如下：

操作流程：

在平台设定直播间的宣传封面、直播目标。

在平台选择商品和设定价格。

在平台进行基本脚本的编排。

在平台进行营销脚本的编排。

在线下进行直播前后景的搭建。

使用安卓手机 APP 或电脑 OBS 进行直播。

最后在直播平台“submit report”提交 5 分钟的直播剪辑视频（直播语言为英文、视频为 MP4 格式、100M 以内）。

胜负决定标准：根据评审得分进行排名。

判分依据：总分为 100 分

序号	评审内容	分值	
1	直播间策划（封面、主题、商品数等）	10	
2	组货盘（三个产品）	10	
3	脚本设计、文案编排	10	
4	直播间前景、后景的搭建	15	
5	开场热场	10	
6	完整介绍三个商品	10	
7	商品间自然过渡	5	
8	直播间的感染力、氛围	5	
9	英语口语表达水平	20	
10	直播间助播人员和主播的协作	5	

（三）全国总决赛阶段

全国总决赛为团体赛形式，每个团队由 3-5 名选手组成。参赛团队需在该阶段完成**跨境电商平台营销操作赛**和**沙盘对抗赛**。全国总决赛成绩按照**操作赛成绩*50%+沙盘对抗赛成绩*50%**。

1. **平台营销操作赛**。每个团队本轮比赛使用平台的两个模块，一个是**跨境电商数据分析模块**，一个是**跨境电商平台仿真模块**。团队选手登录指定平台完成数据分析、店铺开通、上架商品、处理订单的比赛，该竞赛环节主要考核选手跨境电商站内营销版块操作能力，目的是提升选手的操作能力。

操作流程：

1、要求使用数据分析模块进行分析，要求选手分析行业数据和关键词数据，通过关键词引导到商品上，选手需要根据数据选品。

2、分别在 B2B 国际站、速卖通和亚马逊三个仿真实训模块上，每个平台都需完成店铺的开通（包含开店注册、开通出口通），准备商品（包括商品标题、主图、属性、描述页的编辑和商品的上架），完成店铺注册和上架商品的操作，并将自己的店铺发布在 Facebook 仿真平台上。每个商品可生成分享链接和分享码；复制分享链接和下载分享码，分享到 facebook 仿真实训平台进行模拟推广。

平台赛胜负决定标准：根据得分进行排名。

判分依据：总分为 100 分。

序号	竞赛内容		题型	分数	
	业务	考核点		配分	得分

1	跨境数据分析	选择关键词	实训 操作	15	
2		选择产品		10	
3	B2B 国际站	开店注册		2	
4		开通出口通		2	
5		产品管理操作		10	
6		询盘信息操作		3	
7		商机报价操作		3	
8		P4P 营销操作		3	
9		交易订单操作		2	
10	速卖通	账号及认证操作		2	
11		产品管理操作		15	
12		交易订单操作		3	
13		店铺管理操作		2	
14		营销活动操作		3	
15	亚马逊	开店注册操作		5	
16		库存模块操作		15	
17		广告模块操作		5	

2. 沙盘对抗赛：每个团队由 3-5 名选手组成，团队选手登录平台完成**商机沙盘对抗**和**营销策略对抗**的比赛，该竞赛环节主要考核选手**的营销策略和反应**，提升选手的营销能力。

竞赛操作流程：

在商机沙盘模块模拟真实的跨境商家商机报价的竞争环境，选手需要不断刷新（1 分钟 1 次）页面，NPC 会发布商机（跨境采购需求），商机包括需求的商品和数量，选手的商品库根据平台提供的总商品库进行选品，选品后不能修改。根据选手选择的商品，在匹配商机需求的前提下进行报价（如果不匹配无法在报价时选择对应商品），报价要求选手分析买家需求商品的数量和报价的卖家数，以此来分析竞争程度。每个商机有 3 次报价的机会，NPC 会在一定时间内（不固定的时间）锁定订单，锁定订单的条件为 NPC 判断用最少的成本采购到所需的商品。

营销策略沙盘模块进行 3 轮设置，选手的商品库根据平台提供的总商品库进行选品，选品后不能修改。选手选择跨境营销渠道后选择要进行推广的商品，设定好预算和出价即可，选手有初始的预算金额，3 轮比赛只能使用这个预算金额，不能超过该预算。选手需要分析用哪些商品投放哪些渠道可以获取更多的流量。等第 1 轮时间到时，系统会根据每个选手的商品、预算和出价进行流量分配，同时会扣除在第 1 轮中使用的预算，第 2 轮开始时的剩余预算为总预算减去第 1 轮中已经消耗的预算。第 3 轮开始时的剩余预算为总预算减去第 1 轮和第 2 轮中已经消耗的预算。

胜负决定标准：根据得分进行排名。

判分依据：

总分为 100 分，**商机沙盘模块和营销策略沙盘模块各占 50%的比重**，商机沙盘模块根据卖出的商品种类、数量和利润计算综合得分，其中商品种类占 20%权重，商品数量占 30%权重，利润占 50%权重。营销策略沙盘根据流量获取的总数进行最终排名。选手只要有分配预算和出价就可以获取流量，但是流量的大小会根据渠道的流量规模、商品的竞争程度，以及选手设定的预算出价进行计算分配，算法上是流量规模越大，商品的竞争程度越低，预算越多，出价越高则能获取更多的流量。营销沙盘对抗模块分为 3 轮进行，可以进行 3 次的策略制定和调整，第 1 轮主要目的是试探市场环境，此时选手完全不知道竞争对手选择的产品和渠道，第 1 轮结束后，根据分值排名和自己获取流量的数据可以判断出市场竞争情况，可在第 2 轮保持原有策略或进行策略的调整，第 3 轮也是如此。3 轮对抗会分别根据本轮获取流量的数量显示排名，所有选手可以看到排名情况，但是获取到的流量数量只有自己才能看到自己的情况，选手应根据排名情况进行推理判断。

五、比赛规则

（一）比赛晋级

各院校可自行组织校内知识赛并推荐队伍参加全国预选赛，全国预选赛各校原则上不得推选超过 20 支团队。全国预选赛优胜团队晋级全国总决赛。

（二）软件平台胜负判定标准

比赛胜负以成绩的高低排序，**全国总决赛阶段由软件自动产生，不涉及人工评分**。具体每一项的得分以软件中的评分项为准。

（三）疑义应答

每场竞赛结果如有疑义，由参赛队的组织指导老师以电子邮件方式于当日 18:00 前书面提出和电话通知大赛组委会联系人，大赛组委会会议讨论后次日 12:00 前做出最后决定并给予电子邮件回复。

六、参赛报名

- （一）参赛对象为全国地区各高校在校学生，不限院、系、年级皆可组队参加，参加全国预选赛时每个院校不超过 20 个队伍。
- （二）每个参赛队的人数 3-5 人，建议先采取校内选拔。
- （三）组队命名：队伍名称自行取名，全国预选赛方案赛作品名称自行取名，每个参赛队伍须设队长 1 名，**队长手机号作为团队平台比赛账号**，队长为团队与指导老师的联系人。
- （四）每个学校至少有 1 名指导老师参与，要求提供参赛院校与队员详细信息，院、系盖章确认，指导老师或领队是与大赛组委会的联系协调人。

七、奖励办法

- (一) 全国总决赛赛出一、二、三等奖（按参赛队伍比例设置）。对上述获奖的团队和个人，颁发奖牌和荣誉证书。
- (二) 本次竞赛冠军、亚军和季军将颁发水晶奖杯和荣誉证书，并分别给予人民币 5000 元、3000 元和 2000 元的奖励。
- (三) 本次竞赛还将设立最佳院校组织奖、优秀辅导教师奖等奖项。区域（省）奖项视各区域（省）实际报名情况而定。

八、比赛日程

- (一) 竞赛报名: 2022 年 4 月至 5 月 10 日止, 提交报名登记表至 282128923@qq.com。
- (二) 知识赛: 由各院校自行组织校内知识赛。组织知识赛请填写附件 知识赛报名汇总表发至组委会, 并备注考试时间。
- (三) 2022 年 5 月中旬, 开通竞赛指定软件练习平台。
- (四) 2022 年 10 月, 完成全国预选赛, 发布全国总决赛入围通知。
- (五) 2022 年 10 月底-11 月初, 完成全国总决赛。
- (六) 2022 年 12 月, 完成全国精英赛及颁奖典礼。
- (七) 日程安排如下:

阶段	方式	事项	日期	说明
全国预选赛	远程竞赛	跨境电商选品及运营方案赛	10 月 9 日 9:00 (星期日) -11 日 17:00 (星期二)	方案赛
		跨境电商新媒体直播赛	10 月 9 日 9:00 (星期日) -11 日 17:00 (星期二)	软件赛
		公布全国总决赛入围名单	10 月 14 日 (星期五)	组委会公布
全国总决赛	远程竞赛	跨境电商平台营销操作赛	10 月 29 日 9:00-10:30 (星期六)	软件赛
		跨境电商沙盘对抗赛	10 月 29 日 10:30-11:30 (星期六)	软件赛

阶段	方式	事项	日期	说明
		公布全国总决赛获奖结果	10月31日（星期一）	组委会公布
	现场竞赛	全国总决赛精英赛	待定	待定
		颁奖典礼	待定	待定

九、收费标准

知识赛按照 30 元/人的标准收取机考费用，全国总决赛按照 1500 元/队。所有汇款须注明“跨境电商竞赛”，发票项目为“参赛费”。全国预选赛、全国精英赛阶段和竞赛指定软件平台练习阶段免费。中国国际贸易促进委员会商业行业委员会指定帐户：

账户名称：北京中商汇才教育管理咨询有限公司

账号：8110701013302226156

开户行：中信银行北京西单支行

开户行行号：302100011235

十、竞赛注意事项

- 1、竞赛之环境设定值，由组委会评审员设定。
- 2、报名成功者将收到主办方发给的确认邮件，同时公告竞赛平台网址，请参赛者的邮件一定正确，注意查收。
- 3、主办单位可依照报名组数，保留调整比赛日期之权利。

附件. 2022 年全国高校商业精英挑战赛国际贸易竞赛跨境电商赛道参赛院校登记表

参赛院校基本信息			
单位名称	(盖章)		
院校类别(可多选) 请用“√”填写	☐ 211 ☐ 985 ☐ 双一流 ☐ 其他(以上都不是) ☐ 国家骨干 ☐ 国家示范 ☐ 双高 ☐ 其他(以上都不是)		
负责老师姓名		联系人姓名	
院系		院系	
专业		专业	
职务		职务	
电话		电话	
手机		手机	
电邮		电邮	
地址(含邮编)			
拟推荐参赛队数	本科: _____ 队 高(中)职: _____ 队		
拟推荐大赛执委会委员的基本信息			
姓名		性别	
部门		职务	
手机		电子邮箱	

附件. 方案赛评分规则（100 分）

序号	评分项	评分指标	差		中差		中等		好		极好	
1	方案及 产品描述	1. 产品定位和市场定位准确。 2. 价格策略合理，商业目标明确。 3. 产品理念出色，全盘战略目标合理。	2	4	6	8	10	12	14	16	18	20
2	数据分析	运用跨境电商数据分析工具多维度分析，数据挖掘有价值，能有效支撑调研结论。	2	4	6	8	10	12	14	16	18	20
3	市场推广	对市场容量、竞争状况、发展趋势、客户需求、产品策略等分析科学严谨。	2	4	6	8	10	12	14	16	18	20
4	文案内容	1. 标题制作符合平台规定，核心关键词、属性词选取准确，用词规范。 2. 产品卖点提炼准确到位，属性和详细描述完整。 3. 主图和细节图制作能反映产品特点。	2	4	6	8	10	12	14	16	18	20
5	创新创意	1. 设计新颖、富有创意。 2. 方案富有创意，整体效果好，有艺术性。	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
6	团队管理	运营计划重点明确，各阶段执行有条理，对经营难度分析准确，团队成员分工合理。	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10