

2022 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



二〇二一年九月

竞赛方案

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

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

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：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），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。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（2017）》的通知。

比赛分知识赛、全国预选赛、全国总决赛、全球总决赛四个阶段，分别由赛区组委会和竞赛执委会组织进行。

（一）知识赛阶段以个人形式参赛，参赛选手参加在线知识测评，成绩合格（60 分及

以上）者获资格组队参赛，同时可申领《初级品牌策划师专业能力证书》，申领办法另行通知。

（二）全国预选赛：组委会将根据团队提交的策划书，交由专家团队进行筛选，评定入围全国总决赛的团队。

（三）全国总决赛：设置本科组和高职组两个组别，由竞赛执委会组织进行。每所参赛院校在校内选拔的基础上，可向竞赛执委会**推荐不超过 20 个参赛队**，由竞赛执委会组织有关专家评审，评选出最终进入全国总决赛的参赛队。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（2018 年版）》，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。

全国总决赛采取品牌策划方案陈述（10 分钟）与现场答辩（5 分钟）的方式进行，竞赛语言为中文。

（四）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、台湾、香港、澳门、新加坡、泰国、菲律宾、马来西亚、英国和澳大利亚优秀参赛队参加。全球总决赛采取品牌策划方案陈述（10 分钟）与现场答辩（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

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。

作品递交格式要求：

- 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。总计页数包含目录，摘要，索引，附录，表格和参考资料，但是不含封面、调查问卷和结果。如果有问卷和调查结果，请包含在最后的部份以便能够计算清楚页码。
- 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（2018 年版）》。
- 作品递交文件命名格式：院校名称_作品名称_团队名称_组别_指导企业名称。（组别为本科组/高职组）
- 参赛作品请按规定递交时间发送至指定邮箱 ccpithxm@163.com。

（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 PowerPoint）
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）竞赛评审为百分制，书面策划案满分为 60 分，现场展示与答辩满分为 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 PowerPoint）（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高专组，按比例分别设置一、二、三等奖。对上述获奖的团队和个人，颁发奖牌和荣誉证书。

（二）全国总决赛前三名的参赛队，颁发冠军、亚军和季军的奖杯和荣誉证书，并分别给予人民币 5000 元、3000 元和 2000 元的奖励。

（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于 2022 年赴新加坡参加全球总决赛。

（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、优秀辅导教师奖等奖项，同时免费推荐教师优秀论文发表在国家级学术期刊《中国商论》；以及冠亚季军作品提炼成文章可以免费推荐发表在国家级学术期刊《中国商论》。

（五）全球总决赛奖励办法另行通知。

八、比赛日程：2021 年 9 月—2022 年 11 月

（一）2021 年 12 月 30 日前，参赛院校递交参赛院校登记表进行报名。

（二）2021 年 12 月 30 日前，参赛院校完成知识赛。

（三）2022 年 3 月 30 日前，参赛队递交参赛方案。

（四）2022 年 4 月 8 日前，确定入围全国总决赛名单。

（五）2022 年 5 月中下旬，全国总决赛，竞赛地点：昆明。

（六）2022 年 11 月中旬，全球总决赛，竞赛地点：新加坡（如有变动另行通知）。

九、配套活动

（一）全国品牌策划与管理职业能力测评

（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、参赛费用

（一）本次竞赛中国地区各高等院校均可免费报名参加。

（二）知识赛费用 30 元/人，用于机考。（详情另行通知）

（三）进入中国地区总决赛阶段的参赛团队，按照每支参赛队伍 2500 元的标准收取参赛会务费，主要用于竞赛场地、资料和评审。

十一、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.ccpitedu.org

邮 箱：ccpithxm@163.com

QQ 号码：1762794448

微信号：13011205620

