

全国三维数字化创新设计大赛

跨境数字贸易专项赛

(附件)

2025年5月

一、初赛/校内选拔赛

评分规则：客观题总共 25 题，满分 100 分，由竞赛系统自动评分

二、复赛/省赛

(一) 评分规则：满分 100 分，团队赛每支队伍得分前 3 位参赛选手成绩的平均分作为队伍成绩。

(二) 评分标准

- 短视频组：

评分构成	评分内容	评分细则	分值
脚本设计	短视频脚本	脚本中商品介绍内容丰富，展现商品卖点	8
		脚本结构清晰，营销/引流方式合理可行，具有创意	8
		脚本内容中的时间设置合理，整体完善可执行	7
		脚本语言表达准确通顺，用词准确，逻辑清晰，衔接顺畅	7
视频拍摄与制作	短视频内容	介绍产品信息，按3秒黄金开头，5秒整体完播分层次埋钩子引导关注	10
		商品卖点提炼及展示合理	8
		是否合规：防止搬运，敏感词误用、画面违规	10
	短视频质量	拍摄角度合适，运镜手法得当，景别丰富，镜头表现力丰富	10
	视频剪辑与技术表现力	视频清晰完整、播放流畅，剪辑节奏把握得体；字幕、背景音乐添加合理；时长符合要求；剪辑节奏（3秒黄金开头）、字幕清晰度（英文/小语种）、音画同步	15
	短视频创意	内容具有营销创意性、正向传播性，有吸引力和亮点；有爆款潜质	10
短视频语言	短视频中的语言表达准确流畅，用词丰富，修辞恰当，逻辑清晰，衔接顺畅；能准确流利使用英语或者小语种	7	
总分			100

- 直播组：

评分构成	评分内容	评分细则	分值
直播准备	商品创建	创建并上传商品信息，商品名称准确，商品描述完整，主图及详情图上传正确	8
		语言表达准确，表意清晰，用词准确	2
	直播策划	直播脚本内容完整、时间分配合理，整体流程合理、连贯	5
		脚本是否包含两款商品信息介绍、卖点展示和促销信息等内容，商品销售环节设计合理	5
		直播脚本互动方案设计合理、直播策划脚本中的语言表达准确通顺，逻辑清晰，用词丰富，衔接顺畅	5
		引流短视频，内容完整、具有营销创意性、达到引流效果	10
直播过程	直播销售	正确介绍商品的基本属性和卖点，直播过程中展示商品全貌和细节	10
		准确讲解商品的促销信息，合理运用催单手法	10
	直播互动	对弹幕信息回复及时准确，具有引导下单促转化的效果	5
		在直播过程中采用适当互动方法，互动节奏合理，互动方法有效	5
		直播过程中有直播开场问候、热场话术、直播收尾页部分	5
	其他	不使用直播禁用词，不存在虚假宣传	5
		主播及助播表现自然，仪态得体，有应变能力，讲解充满激情，有感染力	5
		团队合作紧密，气氛烘托到位，成员间配合默契；直播时长控制在8—10分钟	5
	语言表达	直播语言表达准确流畅，用词丰富，修辞恰当，表达情感充沛有感染力；能准确流利使用英语	15
	总分		

（三）竞赛要求

• 短视频组

任务要求：围绕主办方指定商品，创作一条 60 秒以内（含 60 秒）的 TikTok 推广短视频，内容需体现商品核心卖点与创意传播价值，语言为英语。参赛队伍需通过赛事指定平台上传短视频内容策划文件（选题、短视频脚本）以及成品视频文件。

团队分工要求：

每支队伍需明确以下核心分工（可兼任）：

- **短视频运营/策划：**负责选题策划、脚本撰写及内容运营逻辑设计
- **剪辑师：**完成视频拍摄、后期剪辑及特效包装
- **出镜主播：**承担镜头前表演、商品讲解或互动演绎

文件提交规范：

1. 提交材料

通过赛事官方平台上传以下文件：

- **内容策划文档（PDF格式）：**选题策略（200 字内，含目标受众与传播亮点）+ 短视频脚本
- **成品视频（MP4、MOV格式）：**分辨率 \geq 1080P，文件大小 \leq 2G

2. 命名规则

- **策划文档：**学校名称_队伍编号_策划案（例：XX大学_Team01_策划案）
- **视频文件：**学校名称_队伍编号_作品名称（例：XX大学_Team01_SummerVibe）

3. 截止时间：2025 年 9 月 19 日前

• 直播组

任务要求：围绕主办方指定商品，参赛队伍在模拟平台完成直播运营任务并进行10分钟英文直播，推广指定商品。语言为**英语**。参赛队伍需明确队伍内分工，通过赛事指定平台上传材料：**直播策划文档**以及**成品直播视频**。具体要求参考官方要求细则。

团队分工要求：

每支队伍需明确以下核心分工（可兼任）：

- **直播策划：**设计直播脚本、流程动线、促销策略及互动话术
- **出镜主播：**主导商品讲解、观众互动及临场应变
- **视频剪辑：**制作直播预热短视频及后期花絮包装
- **场控：**管理直播后台（弹幕回复、设备调试、流程推进与计时）

文件提交规范：

1. 提交材料

通过赛事官方平台上传以下文件：

- **直播策划文档（PDF格式）：**全流程脚本（含环节设计、时间节点、互动话术）
- **直播录屏文件（MP4格式）：**完整直播过程，分辨率 $\geq 1080P$ ，文件大小 $\leq 2GB$

2. 命名规则

- **策划文档：**学校名称_队伍编号_直播策划（例：XX大学_Team02_直播策划）
- **直播录屏：**学校名称_队伍编号_直播实录

3. 截止时间：2025 年 9 月 19 日前

注意事项

1. 直播内容需为原创，禁止直接套用现有直播模板或抄袭他人话术。
2. 除主办方指定商品外，不得在直播中植入其他品牌商品或二维码。

三、国赛

(一) 评分规则：

1. 总成绩计算方式

总决赛参赛队伍的总成绩由“实战运营”得分与“项目路演”得分两部分组成，总成绩满分为100分。

具体计算方式如下： $\{\text{总成绩}\} = \{\text{实战运营得分}\} * 30\% + \{\text{项目路演得分}\} * 70\%$

2. 预选赛直播运营佣金得分计算方式（占总成绩30%）

根据各参赛队伍在半决赛“实战运营”环节中所获得的有效佣金总额，以本轮所有队伍中佣金金额最高者为基准，其他队伍的得分按比例折算，满分为30分。具体计算公式如下：

$\{\text{实战运营得分}\} = \{\text{本队佣金金额}\} / \{\text{参赛队伍中最高佣金金额}\} * 30$
分

3. 预选赛短视频组得分计算方式（占总成绩30%）

根据各参赛队伍在“实战运营”环节中所获得的数据总分（总粉丝数+总播放量+有效佣金总额）进行排名，打分权重为4:4:2，不同部分分别以本轮所有队伍中最高粉丝数、最高总播放量以及佣金金额最高者为基准，其他队伍的得分按比例折算，满分分别为40分、40分、20分。

4. 说明：

- 所有队伍须提交完整的运营数据，经主办方审核有效后方可计入成绩；
- 若出现并列最高粉丝数/总播放量/佣金金额的情况，则该部分得分均为满分；
- 其余队伍均以该最高基准按比例折算，得分保留一位小数；
- 若出现无效数据、缺失数据等情况，将视为该环节得分为0。

(二) 评分标准

• 短视频组：

维度	评分规则	分值
账号基础与粉丝运营 (20)	粉丝量级：按实际情况，分为5个等级，分别对应1、3、6、8、10分	10
	粉丝互动率：点赞率 $\geq 5\%$ ：5分，3%-5%：3分，1%-3%：1分 $< 1\%$ ：0分（计算公式：单视频点赞量/播放量）	5
	账号垂直度：内容与商品类目高度相关，主页设计统一（如Banner、简介、置顶视频联动）：5分内容分散或与商品关联性弱：0-2分	5
数据表现 (30)	播放量：总播放量（权重50%）+ 完播率（权重50%），完播率 $\geq 30\%$ 额外+10分。	10
	互动率：点赞、评论、分享综合计算，高于行业均值（如5%）得满分，每低1%扣5分。	10
	转化率：GMV贡献：通过视频引导的订单金额占比团队总GMV的30%以上：10分；10%-30%：6分； $< 10\%$ ：2分 （需提供TikTok Shop后台转化数据证明）	10
内容质量 (20)	创意与脚本：黄金三秒吸引力，脚本结构是否包含清晰逻辑、是否融入目标市场文化元素或本地化表达	5
	视觉呈现：画质是否清晰，剪辑转场流畅，特效使用合理；多场景演绎；英语字幕清晰，BGM与内容情绪匹配，音效增强表现力	10
	商业价值：核心功能展示时长占比 $\geq 30\%$ ，突出差异化优势；引导话术明确（如“限时折扣”“点击购物车”），跳转链接点击率 $\geq 3\%$	5
团队协作与执行 (10)	分工明确性：角色覆盖是否明确短视频策划、出境主播、短视频运营、剪辑四大职能（可兼任）（5分）	10
合规与创新 (10)	原创性：无搬运、抄袭，素材（包括音乐、画面）均为原创或合规授权	10
	创新性：运用AI工具生成内容、实验性拍摄手法；常规内容制作：1-2分	
路演表现 (10)	内容完整与创意：PPT的内容结构；脚本原创性、视觉吸引力、热点捕捉能力。	10
	数据解读：资料提交完成度、复盘报告逻辑性、优化方案可行性（如A/B测试设计）。	
	现场问答：回答问题深度、现场反应力	
总分	100	
附加扣分项：违规操作：刷量、虚假宣传等，一经核实扣20分 超时：视频时长 > 60 秒，每超1秒扣1分（上限5分）		
<p>数据统计周期：以作品提交后30天为评估窗口；</p> <p>权重分配建议：初创团队可侧重“内容质量”，成熟团队侧重“数据表现”；</p> <p>争议处理：出现同分时，优先按“转化效果\rightarrow粉丝增长\rightarrow创新性”顺序决排名</p>		

- 直播组：

维度	评分规则	分值
直播内容质量 (30)	流程设计： 环节完整性：是否包含开场引流、商品讲解、促销活动、互动答疑、逼单收尾等核心环节 (5分) 节奏把控：各环节时间分配合理，无冷场或拖沓（如商品讲解占比≤40%，互动环节≥20%） (5分) 文化适配性：是否融入目标市场文化元素（如节日热点、本地化话术） (5分)	10
	创意与互动： 开场吸引力：前3分钟能否通过福利预告、悬念设置或道具演示留住观众 (5分) 互动玩法：是否设计弹幕问答、红包雨、限时秒杀等实时互动形式 (5分) 多场景呈现：至少覆盖3种商品使用场景（如家庭、户外、办公），增强代入感 (5分)	10
	视觉与技术： 直播间布置：背景设计、灯光效果、商品陈列是否专业（如科技感背景、多机位切换） (5分) 技术流畅度：画面清晰度≥720P，无卡顿或音画不同步 (5分)	10
数据表现 (40)	流量与互动： 观看人数：≥1万：10分；5000-1万：7分；1000-5000：4分；<1000：1分；（具体按选手实际成绩而定） 互动率：综合计算点赞、评论、分享率，总分≥10%：5分；5%-10%：3分；<5%：0分	15
	转化效果： 订单转化率：通过直播引导的订单数占比观众总数≥5%：10分；2%-5%：6分；<2%：2分 GMV贡献：直播销售额占团队总GMV的40%以上：5分；20%-40%：3分；<20%：1分	25
团队协作与执行 (15)	分工明确性： 角色覆盖：是否明确直播策划、出镜主播、场控、剪辑四大职能（可兼任） (5分) 预热视频质量：15秒预热视频是否突出商品卖点、引导关注（如点击率≥3%） (5分)	5
	执行配合： 主播表现：话术专业度（如商品参数准确）、临场应变能力（如突发问题处理） (5分) 场控效率：弹幕回复速度≤30秒、促销活动准时触发 (5分)	10
合规与创新 (5)	原创性：直播内容无抄袭他人话术或模板，素材（音乐、贴片）均为原创或合规授权 (5分)	5
	创新性： 运用数字人主播、虚拟场景、AI实时翻译等新技术，或实验性玩法（如盲盒开箱）：3-5分；常规直播形式：1-2分	

路演表现 (10)	内容完整与创意: PPT的内容结构; 产品讲解清晰度、促单技巧 (如紧迫感营造)、违规词规避 (如“绝对化用语”)。	10
	数据复盘深度: 资料提交完成度、优化方案可行性 (如调整投流时段、改进话术)。	
	现场问答: 回答问题深度、现场反应力	
总分	100	
<p>附加扣分项: 违规操作: 刷量、虚假宣传 (如夸大功效), 扣20分 超时: 直播时长 > 20分钟, 每超1分钟扣2分 (上限10分)</p>		
<p>数据统计周期: 以直播结束后7天为转化评估窗口 (含预热视频引流效果); 权重优先级: 初创团队侧重“内容质量”, 成熟团队侧重“数据表现”; 争议处理: 同分时按“GMV贡献→互动率→创新性”顺序决排名。</p>		

(三) 竞赛要求

各参赛队伍的参赛材料需在正式比赛日前 3 个工作日, 上传百度网盘生成链接, 联系工作人员进行提交, 提交文件内容要求如下:

路演汇报书 (PPT 转 PDF 格式): 包括但不限于项目介绍、团队分工、语言表达、项目复盘等。