**“正大杯”**

**2020年大学生创新创业实战营销大赛**

**参赛指南**

一、赛事简介

正大集团自2016年起每年举办“正大杯”大学生创新创业实战营销大赛，大赛以“创未来，趁现在”为口号，为全国大学生提供了一个展示创新创业能力的舞台，致力于发现和培养一批具有创新思维和创业潜力的优秀人才，打造全周期精准创新创业人才培养新模式。2020年起，中国青年创业就业基金会拟与正大集团连续三年共同举办大赛，进一步扩大大赛影响力和覆盖范围，引导和培养更多高校学生创新精神和创业实践能力。

二、组织架构

主办单位：中国青年创业就业基金会、正大集团

承办单位：正大集团各省分公司

协办单位：西北农林科技大学、哈尔滨商业大学、安徽农业大学、华中农业大学、河北农业大学、南京农业大学、四川农业大学

三、参赛对象

1. 16至35周岁的在校生，学历不限，专科、本科、硕士、博士等在读学生均可；

2. 参赛者以组队的形式参赛，每个团队 2-5人，应包含1名队长，1-2名指导老师；

3. 团队所隶属的赛区由参赛团队学校所在地确定。

四、赛区划分

全国共分为七个赛区。分别为:

1. 黑龙江赛区

2. 中东南赛区(浙江、安徽、海南、河南、广西北海、钦州、福建）

3. 中南赛区（湖北、湖南、江西、广西南宁、柳州、广东）

4. 北方赛区（陕西、内蒙古、甘肃、山西)

5. 西南赛区（四川、云南、贵州、重庆）

6. 津冀赛区（河北、天津）

7. 江苏赛区

五、大赛流程及规则

大赛分为注册报名、赛区初赛、赛区决赛、全国总决赛四个阶段；各赛区报名、初赛、赛区决赛时间另行通知公示。

**第一阶段：注册报名（活动启动后-6月7日）**

登陆大赛网站http://www.ccfye.com阅读并同意《参赛须知》，注册完善个人信息、创建参赛团队，完成报名。

**第二阶段：赛区初赛（6月8日-7月5日）**

各赛区分别举办初赛。初赛依据商业模式分为B2C（终端消费模式）赛道和B2B（大宗采购模式）赛道。初赛成绩排名前8的团队进入所在地的赛区决赛，晋级赛区决赛的名额依照各分赛区赛道报名比例分配，由分赛区组委会决定。

**第三阶段：赛区决赛（7月上旬）**

赛区决赛采用线上或线下答辩的形式。答辩路演时间为每个作品8分钟，其中选手阐述为6分钟，回答评委提问为2分钟。参赛团队分别从方案介绍、营销策略、产品运营、发展规划、团队展现等方面对策划案进行讲解。全国共选拔12支优秀团队进入中国总决赛，各赛区根据组委会配额对所在区参赛项目进行选拔。

**第四阶段：全国总决赛（7月下旬）**

总决赛将提前发布决赛命题，全面考验参赛选手的营销能力，针对发布的命题即时策划营销方案，并进行实践。根据新冠疫情情况，实战营销可选择线上直播营销或线下门店营销的形式。

六、评审规则

（一）赛区初赛评审规则

各赛区分别举办初赛，评审采用线上方式进行。晋级赛区决赛的名额依照各分赛区赛道报名比例分配，由分赛区组委会决定。

赛区初赛成绩=营销策划案成绩×40%+实战营销成绩×60%=总成绩。

1. 营销策划案

参赛团队登录大赛网站提交营销策划案。各大赛区评审组对参赛团队提交的营销策划案从行业分析、市场调研、商业模式、营销策略、行动方案五个方面进行评分，评分采用百分制。此项占赛区初赛成绩的40%。

营销策划案成绩=分析得分×20%+市场调研×20%+商业模式×20%+营销策略×20%+行动方案×20%。

1. 实战营销

参赛选手通过正大集团线上平台进行指定产品的实战营销。各赛区根据当地情况提供线上销售平台（其中中南区实战营销赛道所用电商平台为“正创校园”）及产品，参赛选手选择其中1个平台进行销售，以营销成绩排名计分，评分采用百分制。此项占赛区初赛成绩的60%。

比赛分为B2B赛道和B2C赛道。所有赛区均可选报B2C赛道，浙江、甘肃、成都、河南、内蒙、陕西的参赛团队可在B2C或B2B赛道任选其一，中南区实战营销赛事规则同B2C赛道。

所有选择B2C渠道的参赛团队报名完成后均需完成云商开店申请。申请方式为：以参赛团队为单位（参赛团队队长手机号为唯一认证手机号进行店铺注册），依据所属赛区分别扫描以下二维码，完成开店申请。

西南赛区：



（1）B2C赛道

比赛成绩将从销售指标、传播推广、客户推广、运营管理四个方面进行计算，评分采用百分制。

实战营销成绩=（销售额×100/最高销售额）×50%+（访问量×100/最高访问量）×20%+（客户数量×100/最高客户数量）×20%+运营管理分×10%。

销售指标：以销售额为标准，最高销售额为100分，其余销售额按比例折合实际得分值，此项占实战营销分值的50%。

传播推广：以访问量为标准，最高访问量为100分，其余访问量按比例折合实际得分值，此项占实战营销分值的20%。

客户推广：以客户数量为标准，最高客户数量为100分，其余客户数量按比例折合实际得分值，此项占实战营销分值的20%。

运营管理：各赛区销售主管，根据参赛团队表现，分别从营销创意、团队协作、客户服务等方面给予团队打分，总分100分，此项占实战营销分值的10%。

1. B2B赛道

比赛成绩将从销售指标、传播推广、客户推广、运营管理四个方面进行评比，评分采用百分制。

实战营销成绩=（销售额×100/最高销售额）×30%+（注册量×100/最高注册量）×20%+（客户数量×100/最高客户数量）×40%+运营管理分×10%。

销售指标：以销售额为标准，最高销售额为100分，其余销售额按比例折合实际得分值，此项占实战营销分值的30%。

传播推广：以注册量为标准，最高访问量为100分，其余访问量按比例折合实际得分值，此项占实战营销分值的20%。

客户推广：以客户数量为标准，最高客户数量为100分，其余客户数量按比例折合实际得分值，此项占实战营销分值的40%。

运营管理：各销售负责人，根据参赛团队表现，分别从渠道拓展、营销创意、团队协作、客户服务等方面给予团队打分，总分100分，此项占实战营销分值的10%。

（二）赛区决赛评审规则

赛区决赛采用线上或线下答辩的形式，答辩评审采取百分制。答辩路演时间为每个作品8分钟，其中选手阐述为6分钟，回答评委提问为2分钟。参赛团队分别从方案介绍、营销策略、产品运营、发展规划、团队展现等方面对策划案进行讲解。各赛区组委会将邀请正大集团各销售主管进行评审。评委将从参赛作品的创新性、商业性、可持续性及团队表现四个方面进行综合评分，评分采用百分制，各赛区根据组委会配额对所在区参赛项目进行选拔。

赛区决赛成绩=创新性得分+商业性得分+可持续性得分+团队表现得分。

创新性：在看问题的角度、解决问题的办法、业务模式思路的创新点；强调利用互联网技术、方法和思维在内容设计、文案宣传、研发、物流、信息、人力、管理等方面进行突破和创新，此项占赛区决赛成绩的30%。

商业性：在经营绩效方面考察在销售额、市场份额、持续盈利等方面的表现；商业模式方面，考察设计的完整性与可行性，并给出完整的商业模式，同时考察在机会识别与利用、竞争与合作、技术基础、产品或服务设计、资金及人员需求、现行法律限制等方面具有可行性；考察项目是否具备广阔的商业前景，此项占赛区决赛成绩的40%。

可持续性：核心方案的可用性，解决方案是否具有可复制及推广性，此项占赛区决赛成绩的15%。

团队表现：考察项目团队成员的教育背景、价值观念、擅长领域，成员的分工和业务互补情况；考察团队的组织架构、人员配置安排是否科学，此项占赛区决赛成绩的15%。

（三）全国总决赛评审规则

大赛创意、创新、创业三个方面发布总决赛命题。评委将从创意、创新、创业三个方面进行评分，评分采用百分制。

赛区决赛成绩=创意×40%+创新×20%+创业×40%。

1. 创意方面：考察是否提交针对命题的策划方案，并进行公开答辩，评审规则同赛区决赛评审规则，此项占总决赛成绩的40%。

2. 创新方面：围绕选址、装修、选品、销售、配送等方面出题并评分，此项占总决赛成绩20%。

3. 创业方面：实战营销，以比赛当天的实际销售额为准，以最高销售额为100分，其余销售额按比例折合实际得分值，此项占总决赛成绩40%。

七、奖项设置

1. 各赛区赛设立一二三等奖和优秀导师奖，颁发获奖证书及奖金；

一等奖（1个）：奖金3000元；

二等奖（3个）：奖金2000元；

三等奖（4个）：奖金1000元；

优秀导师奖1名：奖金1000元。

2. 总决赛设立金、银、铜奖和优秀导师奖，颁发获奖证书及奖金；

金奖（3个）：奖金5000元；

银奖（3个）：奖金3000元；

铜奖（6个)：奖金2000元；

优秀导师奖3名：奖金2000元。

3. 大赛设赛区优秀组织奖、高校优秀组织奖、优秀指导教师奖，由组委会颁发证书；

4. 游学交流：总决赛的优胜获奖团队，将受邀赴泰国正大集团总部游学（视疫情情况灵活调整，可考虑国内工厂参观交流），学习正大集团的管理模式、研发技术等。

5. 项目落地支持：参赛的优秀项目有机会获得正大创业基金的投资，创新创业项目与正大集团产业上下游相结合，真正落地市场化，加强产学研的深度合作，共创社会价值。

6. 其他支持：比赛中所销售的产品均由正大集团按成本价提供；参赛团队所得销售净利润，将由正大集团以助学金形式全额发放给参赛团队，团队学生可于规定时间点，在正大云商平台自行提取。

八、注意事项

1、凡报名参赛选手需关注大赛官方公众号：正大集团招聘，赛事期间的各项公告将统一在公众号发布。

2、参赛选手需按公众号公告提示，添加各赛区助手微信号，进入赛区交流微信群。