

附件 4：赛项细则

2025 年“学研汇智杯”全国高校商务外语综合能力大赛 (微视频作品赛项) 赛项细则

I. 考核大纲

一、基本要求

在全球新一轮信息技术加速演进、数字经济蓬勃发展的背景下，外贸企业正加快数字化转型步伐，品牌出海成为重要发展方向。数字营销作为连接国际市场、提升品牌影响力的关键手段，正在重塑外贸企业的运营模式和发展路径。面对构建新发展格局的战略任务，“校企深度协同、共筑知识体系，产业实践检验、共绘发展蓝图”的新型产学研用一体化人才培养模式已成为当前亟需探索的重要课题。

参赛团队可从本届大赛发布的企业名单（附件 1）中任选一家企业进行对接，也可根据自身产业资源情况自行联系接洽其他企业（接洽企业须同意为下一届大赛提供产业命题支持，且其经营品类应在以下范围内：消费电子、珠宝手表配饰、美容个护、运动娱乐、服装服饰、箱包、鞋靴、家居园艺、安全防护、家用电气、礼品工艺品、纺织皮革制品、汽摩配件、照明、办公用品、五金工具、家居家装、机械、电子元件组件、电气设备、建筑建材、服务设备、医疗保健）。

各参赛队围绕所选企业在海外经营过程中遇到的实际问题，结合自身专业知识，通过外语短视频形式，为其产品推广与品牌建设提供切实可行的解决方案。

二、赛项模块细则

（一）短视频营销课程与实训系统模块

1. 试题来源

北京学研汇智网络科技有限公司短视频营销课程与实训系统

2. 实训内容

需完成“课程中心”模块如下全部六个章节共计 23 个系列练习：

- 认识和入门
- 生成 BGC 类短视频
- 生成 PGC 类短视频
- 视频审核与发布
- 数据追踪与复盘
- 分析爆款短视频

3. 竞赛形式

在线练习

4. 评比方式

智能评阅和人工复核。

(二) 产品推广短视频模块

1. 制作要求

(1) 内容要求

①精准市场定位：参赛队可从本届大赛发布的企业名单（附件 1）中任选一个企业或根据自身产业资源情况自行联系其他企业进行精准对接，务必仔细开展市场调研并挖掘产品卖点，确保短视频内容紧密围绕该企业产品的核心特点和目标消费群体展开；

②高效营销策略：短视频应巧妙融合产品特性，通过创意展示、用户场景模拟、情感共鸣或痛点解决方案等形式，快速吸引目标受众，激发购买欲望。

(2) 形式要求

①语言：外语（英语或其他外语）；

②呈现方式：自定，鼓励创新表达，但需确保所有元素均与产品营销目标高度契合；

③时长：控制在 15-40 秒之间；

④图像与声音：画面清晰稳定，色彩鲜明；声音清晰可辨；

⑤格式与大小：mp4 或 WMV 格式，视频比例设置为 9:16，单个视频文件大小不超过 200M；

⑥字幕：鼓励提供外语字幕。

2. 评分标准（满分 100 分）

（1）市场定位与策略精准度（30%）

目标市场分析：是否对目标市场进行了深入分析，视频内容是否紧密围绕目标受众的需求和兴趣展开。

选品合理性：所选产品是否契合目标市场需求，具备独特性和竞争优势；是否解决了目标市场的实际痛点或满足潜在需求。

营销策略创新性：采用的营销策略是否新颖独特，能否在竞争激烈的市场中脱颖而出。

产品特性突出：视频是否准确传达了产品的核心特点和优势，能否激发消费者的购买欲望。

（2）信息传达效率与清晰度（20%）

信息精炼度：在有限的时间内，视频是否高效、准确地传达了产品信息。

视觉与听觉清晰度：视频的画面、声音是否清晰，能否确保信息的准确传达。

语言与字幕准确性：外语表达是否准确，字幕翻译是否无误，能否适应目标市场的语言习惯。

（3）情感共鸣与购买引导（25%）

情感共鸣能力：视频是否通过创意故事、用户场景模拟等方式，与观众建立情感连接，引发共鸣。

购买引导策略：是否设置了有效的购买引导信息，促进转化。

用户参与度：通过互动设计、问答环节等，提升用户参与度和购买意愿。

（4）创意与视觉冲击力（15%）

创意独特性：视频是否具有新颖的视角和表达方式，能否在众多营销视频中脱颖而出。

视觉表现力：画面的构图、色彩、特效等是否具有较强的视觉冲击力，吸引观众注意力。

技术与手法创新：是否运用了新技术、新手法，提升视频的创意性和观赏性。

（5）品牌价值与市场适应性（10%）

品牌核心价值传递：视频是否清晰传达品牌的经营理念、使命或独特卖点，是否与目标市场的价值观相契合。

文化敏感性与适应性：视频内容是否尊重目标市场的文化习惯，避免文化误解或冲突，并增强品牌的亲和力。

长期品牌影响潜力：视频是否具备促进品牌认知度、美誉度及用户忠诚度的潜力，是否通过内容设计为品牌长期发展奠定基础。

（三）品牌建设短视频模块

1.制作要求

（1）内容要求

参赛队可从本届大赛发布的企业名单（附件1）中任选一个企业或根据自身产业资源情况自行联系其他企业进行精准对接，深入实际调查研究该企业在海外经营中所面临的现实问题，通过外语短视频的方式助力其品牌建设。

（2）形式要求

①语言：外语（英语或其他外语）；

②呈现方式：不限（可为陈述、演讲、解说、脱口秀、展示、表演等方式，但应选择符合命题需求的呈现方式，鼓励创新。参赛选手或模特等人员在视频中出境与否自定。为保证评审环节的公平公正，视频中的任何位置都不能出现制作人员、学校名称等任何与参赛队相关的信息）；

③时长：3-6分钟，图像清晰稳定、声音清楚；

④格式：mp4 或 WMV 视频格式，原则上单个视频文件大小不超过 500M，能提供 srt 外语字幕者更佳；

⑤视频技术参数建议：视频编码：H.264/AVC，画面分辨率最小

不得小于 1024×576，最大不得大于 1920×1080（可使用格式工厂等软件编辑调整）。

2. 评分标准（满分 100 分）

（1）创新创业维度（20%）

- ①创意和独特性；
- ②是否有吸引人的故事情节或视觉效果；
- ③是否能够以创新的方式展示产品或服务；
- ④用于解决企业命题的创意、技术、方案、模式等的先进性情况；
- ⑤基于科学严谨的创新过程，遵循创新规律，运用各类创新的理念和范式解决企业命题。

（2）内容质量维度（15%）

- ①短视频的制作质量，包括画面清晰度、流畅度、声音质量等；
- ②是否有清晰的主题和表达；
- ③视频节奏紧凑，信息呈现流畅。

（3）品牌展示维度（25%）

- ①视频是否充分展示了品牌的独特性和核心价值；
- ②是否能够通过品牌故事、用户故事等方式，有效激发观众对品牌的兴趣和关注。

（4）吸引力维度（20%）

- ①吸引力和观众参与度；
- ②是否能够吸引目标受众的注意力；
- ③是否具有分享价值，能否在社交媒体上引起传播效应。

（5）实现维度（20%）

- ①是否匹配企业现状，具备先进性、现实性、经济性、高完成度等特点；
- ②是否能够解决企业品牌建设过程中涉及的问题，对提升品牌知名度、市场份额、用户满意度等方面带来直接或间接贡献。

（四）线上投票模块和线上汇报答辩模块

线上投票模块和线上汇报答辩模块详情届时另行通知。

II. 成绩评定方法

一、校级初赛成绩评定方法

短视频营销课程与实训系统模块由系统智能评阅和人工复核，主要参考课程完成率和试题正确率。产品推广短视频模块评审采用百分制，评委打分保留到小数点后两位，去除一个最高分和一个最低分后的平均分（保留小数点后两位）计为该参赛队的该模块成绩。

参赛队校级初赛总成绩=短视频营销课程与实训系统模块成绩*20%+产品推广短视频模块*80%（校级初赛总成绩保留小数点后两位，总成绩相同者，按产品推广短视频模块成绩排序）。

二、省级复赛成绩评定方法

产品推广短视频模块和品牌建设短视频模块评审均采用百分制，评委打分保留到小数点后两位，去除一个最高分和一个最低分后的平均分（保留小数点后两位）计为该参赛队的相应模块成绩。

线上投票模块成绩依据网络投票结果而定，投票时间 5 天，依据参赛队最终票数分赛道由多到少进行排名，按各赛道参赛队总数 10%、20%、30%、40%的比例四舍五入计算，各赛道决出 A、B、C、D 四个等次，其该模块成绩依次对应 100 分、80 分、60 分、40 分。

参赛队省级复赛总成绩=产品推广模块成绩*45%+品牌建设模块成绩*40%+线上投票模块*15%（省级复赛总成绩保留小数点后两位，总成绩相同者，按产品推广模块成绩排序）

三、全国总决赛总成绩评定方法

产品推广短视频模块和品牌建设短视频模块评审均采用百分制，评委打分保留到小数点后两位，去除一个最高分和一个最低分后的平均分（保留小数点后两位）计为该参赛队的总成绩。

参赛队省级复赛总成绩=产品推广模块成绩*45%+品牌建设模块成绩*40%+线上汇报答辩模块（15%）（全国总决赛总成绩保留小数点后两位，总成绩相同者，按产品推广模块成绩排序）。