



## 第16届大广赛 “营销创客类（电商短视频、网络直播）竞赛” 参赛指南

### 一、“营销创客类（电商短视频、网络直播）竞赛” 参赛类别背景

2022年6月，国家广播电视总局、文化和旅游部共同制定了《网络主播行为规范》，指出：网络主播在传播科学文化知识、丰富精神文化生活、促进经济社会发展等方面，肩负重要职责、发挥重要作用。而无论是在当下还是未来，传播正能量、展现真善美，具备语言文化素养，具有健康格调品位的网络直播人才会越来越受欢迎，其就业前景大有可为。为了培养优秀直播人才、开拓直播前景、树立行业规范，本次大广赛以网络直播的营销项目为命题，结合实践教学，精准营销。学生在深度挖掘、了解、分析企业品牌营销的基础上进行创作，以此举办“第16届全国大学生广告艺术大赛营销创客类（电商短视频、网络直播）竞赛”。

### 二、“营销创客类（电商短视频、网络直播）竞赛” 参赛类别的意义

第16届大广赛“营销创客类（电商短视频、网络直播）竞赛”以进一步扎实推进社会主义文化强国，深度探究大广赛“以赛促练、以赛促学、以赛促教、以赛促改、以赛促研、以赛立德”的学科竞赛本质为准则。以全面践行实践教学平台的责任，加快大广赛助力实践教学课程体系改革，提升全国高职院校相关专业教师的教育教学实践能力，加强网络营销专业师资队伍的建设。以营造积极向上、健康有序、和谐清朗的网络空间为目标，力求在选拔高端直播行业人才，树立直播行业行为规范的同时，为高校毕业生的顺利就业和自主创业搭桥铺路，为社会挖掘、输送、储备符合经济全球化的信息时代发展要求的创新型人才，并以此助推实践教学发展的改革之路，搭建一个直播行业创业新平台。

### 三、营销创客类方向说明

#### 1、方向一：电商短视频

## 2、方向二：网络直播

### 四、参赛环节及要求

#### （一）“营销创客类（电商短视频、网络直播）竞赛”参赛环节

第16届大广赛营销创客类（电商短视频、网络直播）竞赛由海选阶段与实战阶段两部分组成。

**1、海选阶段：**以学校为单位报名，每个学校每个方向推荐不超过5组团队（共不超过10组团队），每个团队必须3—5人，指导教师1-2人，参赛团队提交报名表时要明确团队中各成员职位。（注意：电商短视频团队须明确导演、摄像、编剧、摄制人员；网络直播团队须明确：主播、副播、运营人员、摄制人员）；每所院校所推荐的团队中参赛人员和不能重复，每位指导教师指导作品不超过3组。海选中选品为第16届大广赛命题品牌中的产品（通信、美妆、日化、箱包、服装、饮料、食品、学习工具）

**2. 实战阶段：**实战阶段分为初赛、复赛、决赛3个部分。选品为大广赛营销创客竞赛类别指定产品，各团队在实战阶段将进行短视频投放或线上直播，并根据各组的实战数据，在经过专家评审后评定奖项。

#### （二）“营销创客类（电商短视频、网络直播）竞赛”海选阶段要求说明

#### 1、“营销创客类（电商短视频、网络直播）竞赛”参赛类别的产品选取范畴

可在2024年第16届大广赛命题品牌中选择任意一款命题产品，且必须是本届竞赛品牌的命题产品，进行视频创作。

#### 2、海选作品规格及提交要求

##### （1）海选阶段账号要求

①**电商短视频**账号为新起抖音账号或原粉丝量小于30人，已发布短视频少于5条。

②**网络直播**无限制。

##### （2）海选作品形式

可在2024年第16届大广赛命题品牌中选择任意一款命题产品，创作一条视频。建议选择（通信、美妆、日化、箱包、服装、饮料、食品、学习工具

等产品)。要求主题明确、内容新颖、具有较强传播力,有较强感染力,符合品牌调性,适用于网络平台传播。

①**电商短视频**:创作一条带货种草短视频。通过真实、沉浸式的使用场景,向目标人群种草产品,传递产品卖点及使用效果,具备强种草点或购买驱动力,适用于电商详情页的展示,及社交媒体种草传播;

②**网络直播**:创作一条模拟直播带货视频。主题清晰、内容新颖、话术规范,具有一定传播度,有较强的说服力,符合品牌调性,适用于电商平台传播。

### (3) 海选作品要求

视频画面像素不低于720p;限竖屏,视频宽高比9:20至9:16;视频内不可倒计时,不可出现创作者相关信息;视频格式为mp4,每个文件大小不超过60MB;拍摄工具及制作软件不限。

①**电商短视频**:视频时长60秒以内;

②**网络直播**:视频时长不少于90秒。

### (4) 海选作品提交

海选作品无需线下提交,网上正式提交后,需上传参赛者的学生证截图,并完成在线电子签名后,方能获取参赛报名表及承诺书(报名表和承诺书是进入到决赛环节后,获取短视频平台账号的有效依据,请参赛者认真阅读,仔细检查,保证信息填写准确且完整)。注意:营销创客类(电商短视频、网络直播)海选提交时间是2024年4月12日-4月22日。

该类别作品无需线下提交,不参加赛区评选。

## (三) “营销创客类(电商短视频、网络直播)竞赛”实战阶段要求说明

4月中下旬,组委会统一公告并通知海选入围作品的参赛团队,进入实战环节。

### 1、电商短视频实战环节基本事项

①撰写短视频策划案

②准备设备(拍摄设备、剪辑设备)

③在规定的时间内,完成短视频脚本、剪辑制作、视频投放等相关内容。

有关详情，届时请关注大广赛官方通知。

## 2、网络直播实战环节基本事项

①直播账号获取，入围团队需在正式开播前满足抖音挂载小黄车条件；  
(账号实名、粉丝量 1000+、公开视频不低于 10 条等)

②直播定位：风格定位与设计、主播人设构建、主播镜头形象包装；

③直播选品：所有参赛直播间橱窗商品统一配置，直播选品由会务组统一分配；根据比赛指定选品，了解品牌代播内容规范；

④直播策划：需包含直播背景分析、直播推广方案的制定、直播内容策略的制定、直播脚本撰写等内容。注意提交直播内容方案将记录考核，注：文件格式:pdf；

⑤直播间开播：参赛团队运营成员分工，直播设备准备；

⑥直播评估与优化。

有关详情，届时请关注大广赛官方通知。

(注：参赛选手须了解参赛须知、签署行为规范书)

## 五、时间安排

“营销创客类（电商短视频、网络直播）竞赛”				
参赛类别相关时间安排				
第一环节：海选阶段				
序号	具体事项	时间安排	电商短视频	网络直播
1	海选作品 提交	4月12日-4月22日	创作提交视频	
2	海选作品 评选	4月23日-4月28日		
第二环节：实战前准备				
1	通知入围 团队	4月29日-4月30日		
2	实战账号 确定	5月6日-5月7日		
3	入围团队 指定选品	5月13日-5月17日		
4	向入围团 队寄品	截止到5月20日		
第三环节：实战阶段安排				
1	第一轮实 战环节	5月21日-5月30日	提交十条参赛作品	每日直播时长不 低于4h, 评委会 监督检查。
2	第二轮实 战环节	6月17日-6月26日	提交十条参赛作品	每日直播时长不 低于4h, 评委会 监督检查。
3	决赛环节	7月12日-7月21日	提交十条参赛作品	每日直播时长不 低于4h, 评委会 监督检查。
4	决赛结果 公示	8月中旬		
5	决赛结果 公布		总决赛具体时间 将另行通知	总决赛具体时间 将另行通知

## 六、参赛注意事项

1、参赛作品必须是参赛者原创作品，遵守《反不正当竞争法》、《广告法》和《网络直播营销活动行为规范》及其他相关法律及政策法规、行业规范等要求。鼓励采用广告新思维、新形式、新媒介进行创作。

2、团队一旦出现以下违规行为，将取消比赛成绩。违规行为包括但不限于以下内容：（1）短视频平台规则违规：具体依照相关法律与平台规则，涉及出现违禁内容、涉嫌抄袭、全部使用 AI 制作视频等；（2）任务未完成：未在指定时间内完成规定数量短视频并上传视为弃赛，每日直播未完成规定直播时长 4 小时取消比赛资格；（3）消极比赛、退赛：直播过程中出现 3 次以上出现与直播内容无关话题、无声直播等行为，一经发现提醒无效视为退赛，将取消所获奖项；入围比赛后，中途退赛团队将没有任何奖项；（4）《直播行为规范》违规：出现虚假、夸大宣传；出现不当言论或刷单行为等，具体依照相关法律与平台规则。（5）直播实战中，不允许除团队成员外的其他人员或虚拟人偶代播。

## 七、评选规则

### 1、海选作品评判细则

（1）短视频“种草”作品定位合理、准确，创意新颖；具有较强表现力；短视频剪辑技巧；短视频视听流程设计完整性。

（2）直播“模拟带货”视频话术具有吸引力、简洁明了，并且能够传递产品或服务的特点和优势，视听语言流程设计具有完整性。

### 2、实战阶段评判细则

（1）电商短视频实战阶段评分标准如下：

①实战阶段后视频发布数量、总播放量、总点赞量总评论量、总转发量；截止日期的直播间账号粉丝量。

②选品主题定位合理、准确、创意新颖；考虑目标受众、市场需求、品牌调性等。

③镜头语言：画面构图、剪辑技巧、灯光效果、音效合成等。保证短视频的流畅性，增加观看的快感，有效地传达故事和信息。

④话术表达：在短视频中使用的文案或解说词。话术具有吸引力、简洁

明了,并且能够传递产品或服务的特点和优势,引起观众的兴趣和购买欲望。

⑤团队商业化:品牌方对于团队合作的认可度,及多样化的盈利方式。

(2)网络直播实战阶段评分标准如下:

①直播数据:直播时长、曝光次数、进入用户、GMV、GPM、UV、购买人数。

②直播间搭建:基础软硬件设备搭建、构图合理、贴片使用得当等。

③直播话术:表达清晰、节奏明快、逻辑清晰。

④团队运营:主播、运营、助播等工种分工配合效率及默契度。

⑤团队商业化:品牌方对于团队合作的认可度,及多样化的盈利方式。

## 八、奖项设置

“电商短视频”和“网络直播”获奖比例均为:

(1)海选作品入围比例60%;

(2)入围作品获奖比例:一等奖5%、二等奖15%、三等奖20%、优秀奖30%。