全国高校商业精英挑战赛组委会

2027 年全国高校商业精英挑战赛
品牌策划竞赛数字营销赛道方案及细则

目录

一、组织机构 ..... - 1 -
二、参赛对象 ..... - 1 -
三、比赛日程 ..... - 1 -
四、竞赛流程 ..... - 3 -
（一）知识赛 ..... - 3 -
（二）校赛 ..... - 4 -
（三）省赛 ..... - 5 -
（四）全国预选赛 ..... - 5 -
（五）全国总决赛 ..... - 5 -
五、参赛须知及合规指引 ..... - 6 -
六、作品要求 ..... - 8 -
七、评分细则 ..... - 12 -
八、奖励办法 ..... - 14 -
九、收费标准 ..... - 14 -
十、仲裁与投诉建议 ..... - 15 -
十一、竞赛组委会联系方式 ..... - 15 -
附件 1：全国总决赛评分表 ..... - 19 -
附件 2：全国总决赛扣分细则 ..... - 21 -
附件 3：企业授权书模板 ..... - 19 -
附件 4：免责声明模板 ..... - 19 -
附件 5：作品原创性及版权声明模板 ..... - 21 -
附件 6：2027 年全国高校商业精英挑战赛品牌策划竞赛数字营销赛道 AI 工具使用规范 ..... - 23 -

一、组织机构

主办单位：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

承办单位：中国国际贸易促进委员会商业行业委员会

方维（深圳）国际商业有限公司

二、参赛对象

全国普通高等学校及高等职业院校（含高职高专）全日制在校专科生、本科生及研究生。所学专业不限，鼓励以团队形式跨专业、跨学科组队参赛。

三、比赛日程

（一）竞赛报名

报名截止日期：2027 年 2 月 24 日。

各参赛院校需**指定一名参赛负责教师**，登录全国高校商业精英挑战赛赛事一体化平台（https://ssyth.cubec.org.cn/）首页，右上角切换至“2027 年制”，完成**院校竞赛报名信息填写和报名表上传，注册成为院校负责人**。

学生无需提交此报名，教师选择全国高校商业精英挑战赛品牌策划竞赛-查看详情-**数字营销赛道**-立即报名-填写提交信息-等待组委会审核通过。报名信息填写页面右上角点击“查看报名进度”可查询报名结果。查询显示“**审核已通过**”即为报名成功，同时负责人手机号将会收到短信通知，下发

院校**校负责人管理账号及密码（原则上每个学校下发一个）**，负责人可使用此账号进行知识赛预约及后续参赛资料提交。

（二）竞赛形式

本次竞赛采取团体赛形式（**每个团队由 3-5 名选手和 1-2 名辅导教师组成**，其中选手不可跨队/跨校组队，教师可同时指导多个团队但不可跨校指导）。

竞赛设置**研究生组、本科组和高职组（含专科、中职组）**三个组别，由竞赛执委会组织进行。组别分类采取就高不就低的原则，即队伍中有一人最高学历为本科生的本组即为本科组。

竞赛要求**参赛团队自行选择一家真实存在的企业品牌或产品，围绕其营销需求制定数字化传播策划方案，并创作宣传创意短视频。**

（三）竞赛安排

比赛分知识赛、校赛、省赛/全国预选赛、全国总决赛、全国精英赛五个阶段，分别由赛区组委会和竞赛执委会组织进行。赛程时间为 2026 年 9 月—2027 年 6 月（具体以实际通知为准），具体安排如下:

时间（2027 年）	赛程	提交资料说明
2 月 26 日前	**2027 年 2 月 24 日前**院校负责人完成报名登记（尽早提交）	*报名需提交院校登记表（报名请尽早提交可尽早拿到知识赛题库资料）。
	2027 年 2 月 26 日前完成知识赛和校赛	*知识赛需提交汇总表、汇款截图、发票信息统计表（预约知识赛时提交）。

3 月 3 日前	**2027 年 3 月 1 日前**完成省赛 **2027 年 3 月 3 日前**提交作品完成全国预选赛	*省赛/全国预选赛需提交校赛、省赛/全国预选赛团队信息、参赛作品、企业授权书、免责声明、作品原创性声明及作品版权声明等（省赛具体时间安排以省赛通知为准）。 *以上资料相关模板见竞赛平台，均需以院校为单位，由学校负责老师汇总提交，不接受单个团队自行提交。
3 月 15 日前	公布入围全国总决赛名单	*参加全国总决赛请根据入围通知提交（具体以通知为准）： 1.全国总决赛团队信息表； 2.发票信息统计表； 3.企业信息登记表； 4.企业授权书； 5.免责声明； 6.作品原创性声明及作品版权声明； 7.参赛作品（营销方案+展示视频）。
4 月 24 日-25 日	全国总决赛（线上赛）	具体安排另行通知。
6 月 5 日-6 日	全国精英赛（线下赛）	具体安排另行通知。

四、竞赛流程

（一）知识赛

1. 竞赛形式：知识赛阶段以个人形式参加在线知识测评，**校赛所有参赛学生都需参加知识赛**。

2. 考核内容：数字营销相关理论知识（**报名审核通过后负责人即可登录平台知识赛预约界面下载题库**）。

3. 晋级实践赛要求：知识赛满分为 100 分，成绩合格（60 分及以上）者获资格组队参加后续竞赛环节。

4. 申领证书：知识赛合格（60 分及以上）的参赛选手可自愿申领《用户增长运营师职业技能等级证书（三级）》及《初级数字营销师专业能力证书》，申领办法另行通知。

5. 如何参赛：院校报名审核通过后，负责人通过组委会下发的指定账号密码登录竞赛平台点击【预约知识赛】，

原则上每个学校预约一次考试，所有学生报名完成后一次性缴费预约。**该界面可下载知识赛题库、竞赛学习资料等相关资料**。按照要求上传提交：**预约时间、知识赛考生人员信息、汇款截图、发票信息统计表**，请提前至少 3 个工作日提交预约。组委会审核通过前支持在教师端修改预约信息及资料。组委会审核通过后下发短信告知知识赛考试平台，负责人转发告知学生在指定时间登录平台完成考试即可。

6. 学生如何参加知识赛：进入本校负责人提供的考试链接，**点击“知识赛考试”-选择“考生”身份-输入账号（考生手机号）、密码（手机号后六位）-登录考试-点击立即考试（预约时间到后）-考完点击提交即可**（登录后界面有平台技术人员联系方式，考试过程遇到问题可直接联系技术处理）。

7. 考试成绩：各校负责人登录赛事平台在预约知识赛对应场次界面，查看导出知识赛成绩及下一步竞赛相关资料。

（二）校赛

1. 竞赛形式：校赛由各院校结合实际情况自行组织安排，形式不限。

2. 晋级要求：各院校自行组织校级选拔赛，汇总校赛阶段相关信息。各院校在校赛选拔的基础上，可**推选不超过校赛队伍总数的 50%且不超过 10 支队伍参加省赛/全国预选赛；**如果参赛院校同时参加品牌策划竞赛多个赛道的（品牌策划赛道、数字营销赛道和在华留学生赛道），**则多个赛道**

推选合计总队数不能超过20支且每个赛道不超过10支队。

（三）省赛

1. 竞赛形式：采用团队赛形式，由省赛组委会组织进行。若省内有关单位设置了省赛，则该省参赛院校需按照相关要求参加省赛后，根据省赛结果进入全国总决赛（具体按照省赛相关通知）；若省内没有设置省赛，校赛后则直接参加全国预选赛。

2. 晋级要求：省组委会将根据省赛团队提交的参赛作品，组织专家团队进行评审，省赛选出省级一等奖、二等奖、三等奖。

3. 考核内容：省赛采取评审**短视频+数字营销方案**的方式进行，竞赛语言为中文。

（四）全国预选赛

1. 竞赛形式：采用团队赛形式，由竞赛执委会组织进行。

2. 考核内容：全国预选赛采取评审短视频+数字营销方案的方式线上进行。

（五）全国总决赛

1. 竞赛形式：采用团队赛的形式，分成若干个小组进行评比。原则上本科组、研究生组和高职组（含专科、中职组）分开评比，但组委会有权根据实际各组别参赛队伍数量进行调整决定是否分开评比。

2. 考核内容：全国总决赛采取**数字营销方案视频陈述（10 分钟）与实时答辩（5 分钟）**的方式线上进行，竞赛语言为中文。由于全国总决赛与省赛/全国预选赛评审人员不一致，参赛队伍在**数字营销方案视频陈述（10 分钟）**环节，应主动介绍 3 分钟创意短视频的相关内容，可将短视频成片或关键画面嵌入 10 分钟陈述 PPT 中进行展示，以确保方案的完整连贯性。

3. 晋级要求：全国总决赛按一定比例评选出全国一等奖、二等奖、三等奖。每组第一（暂定）晋级全国精英赛，评选出全国的冠亚季军。

五、参赛须知及合规指引

为保障参赛作品的合法性，规范赛事活动行为，避免侵犯企业合法权益，根据《中华人民共和国著作权法》《中华人民共和国商标法》《中华人民共和国反不正当竞争法》等相关法律法规，特作如下说明和要求：

（一）选题要求

1. 参赛团队策划的**企业须真实存在**。确定策划企业有以下两种方式：一是自主选择一家真实存在的企业品牌或产品，须取得该企业授权并提交《企业授权书》（模板见附件 3）；二是选择组委会指定的命题企业（具体企业名单后续将在竞赛官网 https://ssyth.cubec.org.cn/发布）。**数字营销赛道各参赛院校推至省赛/全国预选赛的队伍中，以命题企业为**

策划对象参赛的团队，每校不得超过 2 支。命题企业的授权书由学校负责老师联系组委会统一获取。选择命题企业的团队，即视为同意赛后将策划方案提供给相关命题企业免费查阅。

2. 策划的品牌或产品可为国内或国际知名品牌或产品，但作品内容须为原创模拟性创作，不得冒充品牌官方合作项目或发布虚假商业信息；

3. **同一院校 2 年内（2026-2027）同一品牌及产品（含该品牌旗下全线产品）只能使用一次参加品牌策划竞赛数字营销赛道。**历年各院校参赛作品查重名单请见官方平台（https://ssyth.cubec.org.cn/newsDetails?id=2882）。组委会将进行统一查重，核实重复提交的作品将做取消参赛资格及奖项的处理。

4. 同一年内同一院校参加数字营销赛道参赛作品**不得与品牌策划赛道、在华留学生赛道作品重复**（包括雷同、核心内容一致或微调后提交的作品）。

（二）内容规范

1. 参赛团队可自拟队名和作品名称，但名称及作品内容均**不得出现任何可指向参赛者所在学校的文字、图形或声音等信息**；

2. 参赛作品内容（含画面、文案和配音等）均**不得包含任何有关国家领导人以及敏感政治话题的图片或言论。**

（三）版权与合法性要求

1. 参赛作品（包括但不限于方案文本、视频、图片等）必须为原创作品，不得抄袭、仿冒他人作品；不得侵犯任何第三方的著作权、商标权、名誉权、肖像权、商业秘密或其他合法权益；

2. 参赛作品若使用企业商标、LOGO、官方广告语、图片、视频等受版权保护内容，需自行取得企业或权利人的授权。所用素材如含非原创部分（如图片、配乐、视频片段等），应使用免版权或授权范围内素材，并注明来源。

3. **参赛团队须签署并提交《免责声明》**（模板见附件 4）并在数字营销**方案附录附上《AI 使用声明》**（详见附件 6）。

（四）作品用途与使用范围

1. 所有参赛作品仅用于本次赛事展示、交流与评审；

2. 主办方有权在官网、社交媒体、赛事宣传中使用参赛作品（不作商业用途），参赛即视为同意该授权；

3. 如作品获奖或需进行展示推广，主办方有权要求补充授权声明或企业使用函。

六、作品要求

（一）短视频创作要求

1. 紧扣营销方案：内容必须紧扣数字营销方案，能够体现数字营销的特点和优势。

2. 主题定位明确：需与营销方案配套，明确创作主题

与目标受众定位，具有清晰的叙事结构。

3. 核心信息清晰：准确、有效地传达营销方案的核心信息（如产品卖点、活动主旨、品牌主张），并契合企业品牌或产品的核心价值。

4. 创意与吸引力：具备独特的创意构思和新颖的表现形式（如创意广告、产品介绍、直播切片、探店体验、品牌短剧等），能迅速吸引用户注意力并自然引导进入主题。

5. 感染力与共鸣：需具有感染力，能引发目标观众的情感共鸣或价值认同，并具备在目标平台上的传播潜力。

6. 技术应用：能根据营销目标，合理设计脚本；注重镜头语言、画面质感、音效设计、配音、字幕等；不能有静帧、卡顿、黑屏、无声音等问题。

7. 合法合规：内容必须严格遵守《中华人民共和国广告法》及相关法律法规的规定，不得含有虚假或引人误解的宣传；若含 AI 生成画面、数字人形象或合成配音，必须在视频画面中**显著标注“本视频含 AI 生成内容”等，且须符合《人工智能生成合成内容标识办法》和发布平台有关规定**，严禁侵权、虚假宣传、内容搬运及低俗营销，确保内容真实合规。

8. 内容禁忌：严禁包含以下内容：淫秽、色情、赌博、迷信、恐怖、暴力等不良信息；民族、种族、宗教、性别、地域、职业等歧视性内容；损害国家尊严、利益和社会公共

利益的内容。

9. 形象维护：应树立品牌/产品的正面形象，不得以任何形式诋毁、贬损品牌/产品。如因内容问题与品牌企业产生纠纷的，责任由参赛方自行承担，主办方不承担任何责任。

10. 原创版权：参赛视频须为参赛方原创内容，不得有任何侵权行为。一经发现，主办方有权立即取消其参赛资格。若存在侵权行为，如涉及版权、使用权等纠纷，所有相关责任由参赛方自行承担。

（二）数字营销方案撰写要求

1. **数字营销方案应围绕企业（品牌或产品）实际营销需求，综合运用数字营销理论、平台工具和数据分析方法，形成具有完整逻辑链、创新思路和可执行性的方案**。作品应能够充分体现团队对营销问题的分析能力、用户洞察能力、策略设计能力、数据归因能力、资源规划能力及数字营销创新应用能力。

2. **方案内容结构不限，参赛团队可根据企业特点、行业环境及营销目标自主设计方案框架、章节结构和呈现方式**。内容原则上能够体现以下要素：项目背景与营销问题分析、营销目标与策略设计、数字营销执行方案、营销资源配置与预算安排、营销效果评估等。

3. 参赛团队可根据项目特点，**自主增加有助于展示方案价值的内容**，如数据分析、消费者洞察、创意展示、风险

控制、技术应用、社会价值等。

（三）参赛作品注意事项

1. 参赛作品**务必具有原创性、针对性和创新性。**

2. 在准备短视频/数字营销方案时，你应当:

（1）确保所策划的与企业的愿景、使命和价值观一致;

（2）**引用资料、呈现的数据均须标明出处或来源;**

（3）陈述所有相关信息，如图表、图片、文章、公开信息、调查研究、问卷复印件等，可呈现于附录部分;

（4）将潜在假设或理论阐述清楚。

3. 方案严禁抄袭/完全使用 AI 工具进行创作（AI 工具使用规范见附件 6），一经发现，取消该队参赛资格，并对团队所在院校予以警告。

（四）作品提交要求

1. 每队提交**一个短视频，MP4 格式，时长 3 分钟以内**，大小不超过 50M，画面清晰、音画同步。短视频必须为**团队原创拍摄或制作**，严禁抄袭与搬运。发布主体须为本队**学生实名账号，发布平台不能少于 3 个主流平台（如抖音、小红书、哔哩哔哩等）**，发布时须选择**公开发表**，并**带话题#全国高校商业精英挑战赛、#数字营销赛**等。发布时间应早于省赛/全国预选赛作品提交截止日期 **7 个自然日**。

2. 每队提交**一份营销方案，A4 竖版页面**，PDF 格式，语言为中文，除封面、目录、摘要外其他内容（含短视频脚

本、各平台传播数据等附页）总计不超过 80 页，自行设计页面排版即可。

3. 作品文件命名为：**学校名称-团队名称-作品名称-作品形式**（如：北京大学-第一小队-XXX-短视频/方案）。

4. 每份营销方案应当包含封面，封面的文字内容需包含作品名称、团队名称、指导企业名称，**请勿体现参赛人员姓名及联系方式。**

5. 短视频内容与方案封面和所有内容页（含附件）均不应当出现所在院校的名称、图片、LOGO 等。

6. 校赛被淘汰的团队作品无需提交。

七、评分细则

（一）全国预选赛评分标准（合计 100 分）

1. 短视频评分标准（40 分）

(1) 内容契合度（与数字营销方案配套，能准确传达方案的核心策略并契合企业品牌/产品核心价值）（10 分）

(2) 创新性与亮点（创意独特、形式新颖，能快速吸引用户注意力并自然引入主题）（10 分）

(3) 平台适配与互动设计（视频格式/风格符合目标平台调性，设计引导互动环节，传播路径可行）（10 分）

(4) 制作质量（脚本设计合理，注重画面质感，无播放不良问题）（10 分）

2. 数字营销方案评分标准（60 分）

(1) 分析全面性与深度（10 分）

(2) 用户洞察与策略定位（10 分）

(3) 策略可行性与渠道匹配度（10 分）

(4) 数据来源与归因逻辑(包括但不限于短视频的浏览、互动、转化数据等）（10 分）

(5) 执行计划与财务预算合理性（10 分）

(6) 方案创新性与价值（10 分）

（二）全国总决赛评分标准（合计 100 分）

1. 数字营销方案评分标准（60 分）

(1) 分析全面性与深度（10 分）

(2) 用户洞察与策略定位（10 分）

(3) 策略可行性与渠道匹配度（10 分）

(4) 数据来源与归因逻辑(包括但不限于短视频的浏览、互动、转化数据等）（10 分）

(5) 执行计划与财务预算合理性（10 分）

(6) 方案创新性与价值（10 分）

2. 展示与答辩评分标准（40 分）

(1) 重点呈现与逻辑主线（5 分）

(2) 评委提问应答表现（5 分）

(3) 陈述清晰度与论证层次（5 分）

(4) 结论的逻辑严谨性（5 分）

(5) 对问题的切题回应度（5 分）

(6) 演讲专业程度(包括视觉辅助工具的使用,例如 PPT）（5 分）

(7) 谈吐清晰有条理，举止得体（5 分）

(8) 陈述答辩的团队配合度（5 分）

八、奖励办法

（一）全国总决赛按照高职组、本科组和研究生组的竞赛结果（将以获奖公告形式公布），按一定比例分别设置**全国一等奖、二等奖、三等奖**。对上述获奖的团队和个人，颁发荣誉证书。

（二）全国精英赛设置冠军、亚军和季军，颁发奖杯和荣誉证书，并分别给予税前人民币 5000 元、3000 元和 2000 元的现金奖励，**个税由主办单位代扣代缴**。

九、收费标准

（一）知识赛机考费每人 30 元，所有参加校赛的参赛学生均需参加，组委会统一收取，发票开具“技术服务费”。请于预约考试前（至少提前 3 个工作日提交预约）将知识赛考试费用汇入以下账户:

账户名称: 方维（深圳）国际商业有限公司

开户银行: 招商银行深圳坂雪岗支行

银行账号: 7559 5286 9910 501

银行行号: 308584002020

汇款请务必备注: **数字营销知识赛-学校名称-人数**（如:

数字营销知识赛-贸促大学-30人）。

（二）校赛/全国预选赛/全国精英赛均免费。

（三）全国总决赛参赛费收费标准以全国总决赛入围通知文件为准。

十、仲裁与投诉建议

（一）竞赛有关知识产权纠纷可由参赛团队向组委会提出仲裁申请，需实名制并以书面形式进行相关说明（实名制需提供学校名称-团队名称-提交者姓名），通过邮件形式提交至组委会仲裁组法律顾问邮箱：wust@genlandlaw.com，并邮件抄送 ccpithq@163.com 及 ccpitxy2024@163.com，组委会将在 10 个工作日内予以回复。

（二）竞赛有关投诉建议可由参赛团队向组委会提出，需实名制并以书面形式进行相关说明（实名制需提供学校名称-团队名称-提交者姓名），通过邮件形式提交至组委会仲裁组邮箱：ccpithq@163.com，并邮件抄送 ccpitxy2024@163.com，组委会将在 10 个工作日内予以回复。

十一、竞赛组委会联系方式

全国高校商业精英挑战赛组委会

地　址：北京市西城区复兴门内大街 45 号（100801）

联系人：谢园

电　话：010-66094069

网　站：https://ssyth.cubec.org.cn/

邮　箱：ccpitxy2024@163.com

QQ 号码：3211826925

微信号：X15132507065

数字营销赛道教师 QQ 群：537543752

数字营销赛道队长 QQ 群：1027798267

本竞赛相关所有最终解释权归全国高校商业精英挑战赛组委会所有。

附件：1.全国总决赛评分表

2.全国总决赛扣分细则

3.企业授权书模板

4.免责声明模板

5.作品原创性声明及版权声明模板

6.2026 年全国高校商业精英挑战赛品牌策划竞赛数字营销赛道 AI 工具使用规范

全国高校商业精英挑战赛组委会

2026 年 9 月 17 日

附件 1：全国总决赛评分表

团队编号：_____ 评委姓名：_____ 总成绩：_____

第一部分：数字营销方案（60 分）

评分项目 （请注意方案书写的完整性）	得分 （每项 0-10 分，可填小数）	各项标准
分析全面性与深度（10 分）	3	差（1-2 分） 中差（3-4 分） 中等（5-6 分） 好（7-8 分） 极好（9-10 分）
用户洞察与策略定位（10 分）	4	
策略可行性与渠道匹配度（10 分）		
数据来源与归因逻辑（包括但不限于短视频的浏览、互动、转化数据等）（10 分）		
执行计划与财务预算合理性（10 分）		
方案创新性与价值（10 分）		

第一部分总分：_____

第二部分：展示与答辩（40 分）

评分项目 （请注意在问答环节中的表现）	得分 （每项 0-5 分，可填小数）	各项标准
重点呈现与逻辑主线（5 分）		差（1 分） 中差（2 分） 中等（3 分） 好（4 分） 极好（5 分）
评委提问应答表现（5 分）		
陈述清晰度与论证层次（5 分）		
结论的逻辑严谨性（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 PPT）（5 分）		
谈吐清晰有条理，举止得体（5 分）		
陈述答辩的团队配合度（5 分）		

第二部分总分：_____

附件 2：全国总决赛扣分细则

1.数字营销方案（封面与内容）、陈述展示环节出现院校信息，即若以各种形式（文字、口头）透露本队所在院校信息，扣 3 分。

2.参赛视频真人出镜人数未符合大赛规定，扣 3 分（规定：每支参赛队出镜成员 3-5 名）。

3.不同参赛院校或参赛队的参赛队员交叉参赛（涉及到的每支参赛队扣分），扣 3 分。注：每支参赛队指导教师 1-2 人可以交叉指导。

4.展示时间超时：超时 1 分钟内、超时 2 分钟内、超时 3 分钟内、超时 4 分钟内、超时 5 分钟内及以上分别扣除 1 分，1.5 分，2 分，2.5 分，3 分（最多扣除 3 分）。

5.竞赛陈述及答辩全过程禁止使用 AI 工具。一经发现扣 3 分，情节严重者视情况取消参赛资格及奖项。

6.若由于团队弄错出场时间/组委会联系不上团队等原因，团队未及时出场导致调整竞赛出场顺序的，对该团队扣 3 分；当天竞赛结束后仍未出场的视为弃赛，不予颁发奖项。

7.参赛语言不符合组委会要求（中文普通话为主），扣 3 分。

8.其他违规情况，大赛组委会将视情况扣除相应分数。

注：扣分均表示在各组评委评分的平均最终成绩上直接扣除。

附件 3：企业授权书

中国国际贸易促进委员会商业行业委员会:

由_____（学校名称）提交的数字营销方案《_____》（作品名称）及创作的短视频是对_____（企业全称）的_____（品牌/产品名称）进行实际调研的基础上完成的，策划主体符合实际情况，不涉及商业机密，特授权在 2027 年全国高校商业精英挑战赛品牌策划竞赛**数字营销赛道**中无偿使用。本授权一经做出，不再撤回。

企业名称全称: _____

（须盖企业公章/合同章）

___年___月 ___日

附件 4：免责声明

本人及团队郑重声明：本次竞赛所呈交的参赛作品《_____》中涉及的品牌或产品，仅为参赛团队模拟对象，作品所表达的内容、观点、数据等均为参赛者自主创意，与品牌方无直接关系；作品不存在任何抄袭、仿冒行为；作品中使用的非原创素材（如图片、音乐等）均已标注来源或使用授权素材。

若参赛本人因使用特定品牌/产品元素未取得授权而引发争议，产生法律纠纷的，由本人承担全部法律责任，与赛事主办方无关。主办方有权对违反上述规定的作品予以取消评审资格、成绩奖项、下架处理或通报批评。

学校名称:

团队名称:

作者手写签名+手指印（团队所有学生及老师）:

_____

_____年____月____日

附件 5：作品原创性及版权声明

作品原创性声明

本人郑重声明：所呈交的参赛作品《_____》，是本人在教师的指导下，独立进行研究工作所取得的真实成果。除文中已注明引用的内容外，参赛作品中不含任何其他个人或集体已经发表或撰写过的作品成果。对本人参赛作品的创作做出重要贡献的个人和集体，均已在文中以明确方式标明。本人完全意识到本声明的法律结果由本人承担。

学校名称:

团队名称:

作者手写签名+手指印（团队所有学生及老师）:

_____

_____年____月____日

作品版权声明

作为参赛作品《_____》的作者，本人同意将参赛作品的著作权（除署名权之外）全部归作为全国高校商业精英挑战赛组委会的中国国际贸易促进委员会商业行业委员会所有，中国国际贸易促进委员会商业行业委员会可以依照法律规定行使上述作品著作权涉及的权利，无需向本人支付费用。

学校名称:

团队名称:

作者手写签名+手指印（团队所有学生及老师）:

_____

_____年____月____日

附件 6：2027 年全国高校商业精英挑战赛品牌策划竞赛数字营销赛道 AI 工具使用规范

一、使用原则

（一）AI 工具仅应作为辅助工具使用，不得影响作品的原创性、真实性和合规性。参赛作品须体现团队成员的自主分析、专业判断和创新能力。

（二）参赛团队应对 AI 生成或辅助生成的内容进行审核、修改和完善，确保作品中的企业信息、市场分析、数据资料和营销策略等内容真实、合理。

（三）使用 AI 工具生成或辅助生成内容，均须在作品相应位置予以明确标注，确保评委对作品创作过程的知情权。

（四）AI 工具的使用不得违反国家法律法规、所在院校及大赛主办方的各项规章制度。

二、禁止使用行为

（一）严禁直接提交未经团队成员分析、修改和完善的 AI 生成作品；

（二）严禁使用 AI 工具编造企业信息、市场数据、调研结果和营销效果数据等信息；

（三）严禁使用 AI 工具生成侵犯第三方知识产权或其他合法权益的内容；

（四）严禁使用 AI 工具直接完成完整策划过程，导致作品无法体现团队自主策划能力和专业判断。

（五）竞赛陈述及答辩全过程禁止使用 AI 工具。

三、AI 工具标注说明

（一）参赛团队如在方案创作过程中使用 AI 工具，**须在方案中进行文本标注和图表标注**。文中标注要求团队在 AI 生成或显著辅助的内容处，以上标形式标注“△”，并在当页页脚或文末注释中说明所使用的 AI 工具及具体用途；图表标注要求对于 AI 辅助生成的图表，须在图题或表题下方标注“（本图/表由 AI 辅助生成）”，并注明工具名称。

（二）**参赛团队须在数字营销方案附录提交《AI 使用声明》**，说明使用的 AI 工具名称、AI 工具应用的具体环节（含短视频创作和方案各章节部分详细陈述）、团队对 AI 生成内容进行的分析、修改、优化或验证工作。

（三）若团队在作品创作中未用任何 AI 工具，则须在 AI 附录中明确声明：“**本团队在提交的参赛作品中未使用任何人工智能工具**”。

四、AI 工具使用要求

（一）方案全文 AI 使用标注不得超过 10 处，且每处不得超过 150 字。主动标注不会影响方案的创新性及内容评分，评委将基于方案本身的逻辑、创新、可行性等进行独立评判。

（二）参赛团队请按上述 AI 工具使用说明（第三条）规定标注 AI 生成或辅助内容。

（三）若存在 AI 生成核心内容、数据造假、未标注 AI

内容且情节严重、AI 内容占比过高等严重违规行为的，将取消该团队参赛资格，并对团队所在院校予以警告。

五、责任要求

参赛团队应对提交作品负责，确保作品符合竞赛关于原创性、知识产权及相关法律法规的要求。如因 AI 工具使用导致作品存在虚假信息、侵权或其他违规情况，由参赛团队承担相应责任。