

# 全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛 竞赛组织委员会文件

三创赛竞组委文〔2025〕38号

## 第十六届全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛 美妆新零售实战赛实施方案

### 一、竞赛背景

全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛（简称三创赛）开始于2009年，多年来，大赛的参赛团队不断增加，报名团队数从第一届的1500多支到第十五届的23万多支；大赛的规则也在不断完善，从而保证了大赛更加公开、公平和公正；参赛项目的内涵逐步扩大；大赛的类型越来越丰富，除常规赛以外，创新增加实战赛和国际赛；大赛的影响力越来越强，三创赛现已成为颇具影响力的全国性品牌赛事，在2023年《全国普通高校大学生竞赛分析报告》涵盖的84项赛事中排名第12位、在2023年全国高校大学生学科竞赛创新创业类竞赛指数排名第三。多年来，三创赛全国总决赛之后，中央电视台都给予了新闻报道。

随着数字经济的蓬勃发展，新零售模式，特别是线上线下深度融合的业态，已成为消费市场增长的核心驱动力。美妆行业作为新零售探索的前沿阵地，其市场规模与发展潜力巨大。在此背景下，第十六届三创赛竞赛组织委员会（以下简称三创赛竞组委）携手诗得丽智慧

生物（广州）有限公司、三创（杭州）网络科技服务有限公司，共同举办“美妆新零售实战赛”。

赛事将聚焦于美妆行业真实商业场景，通过提供美妆产业带的优质产品及三创好物平台的产品，引导参赛团队深入市场一线，应用统一的实战平台和新零售工具、旨在培养和选拔一批既懂理论又精通实战的创新型商业领袖，实现以赛促学、以赛促创、以赛促就的竞赛目标。

## 二、赛事时间和要点

### （一）大赛报名和选择比赛类别

1.报名时间：2025 年 10 月 20 日起至 2026 年 1 月 20 日止。

（1）准备报名。参赛团队全体成员在报名参加三创赛前，务必认真阅读《第十六届全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛竞赛规则》（以下简称《规则》）。

（2）官网注册报名：参赛团队在三创赛官网（[www.3chuang.net](http://www.3chuang.net)）上注册报名。参赛团队在报名时承诺遵守大赛规则，参加核心规则测试合格后方能注册。注册后从“比赛类别”选项中选择“美妆新零售实战赛”，填写团队具体报名信息与承诺书。

2.报名审核：各高校的校赛竞组委对报名参赛团队提交的报名信息进行审核，为通过审核的参赛团队提供学校支持，为“美妆新零售实战赛”平台在其后对该团队的指导和服务提供准确的信息。

3.企业对接：报名成功的团队，队长须扫描官方发布的二维码，添

加“美妆新零售实战赛”企业公众号，由实战平台的专属客服团队提供一对一的指导与服务，并获取官方赛事手册、产品资料及平台操作指南。

4.比赛形式：美妆新零售实战赛与常规赛形式相同，仍按校赛、省级赛、全国总决赛三级赛事比赛。校赛常规赛和实战赛一起举行，省级赛常规赛和实战赛可以一起举行或分开举行，全国总决赛单独举行。

5.竞赛培训：按《第十六届全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛美妆新零售实战赛指南》（以下简称《指南》，见附件）实施培训。具体培训安排见后续通知。

## **（二）实战赛活动**

1.实战时间：报名后即可开始实战活动（即10月20日即可开始），直到全国总决赛前7天结束。校赛、省级赛、全国总决赛的美妆新零售实战赛各数据统计时间均为现场赛前7天截止。

2.实战内容：按《指南》开展实战活动，创造实战业绩。

## **（三）校赛**

1.时间安排：2026年3月11日—2026年4月10日。

2.项目报告提交：各参赛团队基于美妆新零售实践活动提交一份《第十六届三创赛美妆新零售实战赛项目报告书》（项目合规检查时提交电子版PDF和演讲文稿的PPT电子版；在现场比赛开始前提交纸质版5份），内容具体见《指南》。

3.比赛形式：参赛团队在现场比赛时需向评委提供纸质版《项目报

告书》（现场赛为纸质版、线上赛为电子版，《参赛团队承诺与说明书》《团队高校指导老师承诺书》《实战赛参赛学生知情书》均需附在封二、三、四位置）、演讲文稿（PPT 电子版）、美妆新零售实战赛指定的实战平台产生的实战数据作为佐证材料。具体要求见《指南》。

4.小组赛参赛团队答辩时间共 15 分钟（ $\leq 15$  分钟），其中团队演讲 8 分钟（ $\leq 8$  分钟），评委提问与参赛团队回答 7 分钟（=7 分钟）；终极赛每个参赛团队演讲 8 分钟（ $\leq 8$  分钟）。

#### （四）省级赛

1.时间安排：2026 年 4 月 20 日—2026 年 6 月 22 日。

2.比赛内容：见《指南》。

3.比赛形式：见《指南》。

4.省级赛要点：

（1）在三创赛竞组委指导下，由各省级赛竞组委组织；

（2）由各省级赛竞组委确定晋级该省级赛的各校团队名额并通知各校赛竞组委；

（3）校赛竞组委接到通知后，尽快通知晋级省级赛的该校团队队长；

（4）省级赛结束后给出省级赛的获奖名单，经公示通过后最终确认；

（5）参赛团队可以在校赛的基础上，在省级赛开始前，进一步拓展实战业绩，完善比赛方案，以便在省级赛上赛出更好的水平和风格。

### （五）全国总决赛

1.时间安排：2026 年 7 月 10 日—2026 年 8 月 10 日。

2.比赛内容：见《指南》。

3.比赛形式：见《指南》。

4.全国总决赛要点：

（1）全国总决赛的具体时间、地点和各省晋级团队数另行通知；

（2）参赛团队可以在省级赛的基础上，在全国总决赛开始前，进一步拓展实战业绩，完善比赛方案，以便在全国总决赛上赛出更好的水平和风格。

### 三、竞赛说明

1.参赛资格：参赛选手须在三创赛官网上报名，选手须是经教育部批准设立的普通高等学校的在校大学生（本科、专科、研究生均可，专业不限），经所在学校教务处等机构审核通过后方具备参赛资格。

2.团队组成：大赛为团队赛，每组成员要求 3 至 5 人，并配备 0 至 2 名高校指导老师，0 至 2 名企业指导老师。

3.公平竞赛：大赛本着公平、公正、公开的原则，参赛团队必须采用合法合规的营销方法。每个参赛团队要与本赛事平台（有商务关系的企业等）签订商务合同及诚信承诺书。一经发现恶意竞争等情况，则取消比赛成绩；每个参赛团队须保证大赛使用账号均属本队伍使用，不得转借、出让予他人，一经发现取消比赛成绩。

4.知识产权：参赛团队在参赛过程中应遵守有关法律法规，不破坏

公序良俗，大赛竞组委不承担包括（但不限于）肖像权、名誉权、隐私权、著作权、商标权等侵权纠纷而产生的法律责任，其法律责任由参赛团队承担。

5.数据有效性：参赛团队同意三创赛竞组委对团队提供的数据、信息、材料等真实性进行调查及核实，参赛团队将全力配合并及时提供证明文件、数据等资料。只有在美妆新零售实战赛指定平台上产生或被追踪到的数据，才被视为有效业绩并纳入评审体系。

6.信息保护：因三创赛组织、管理和服务等业务收集的参赛者的姓名、联系方式、团队 ID、学籍等个人信息，仅供此次大赛使用。

7.资格承诺：参赛团队已知悉大赛报名条件，并承诺在报名和参赛过程中始终保持该条件。

#### 四、奖项设置

三创赛竞组委的授奖见三创赛规则。所有经三创赛竞组委正式授奖的参赛团队，将获得三创赛竞组委提供的相应奖项的数字证书。

第十六届全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛

竞赛组织委员会（章）

2025年11月30日

竞赛组织委员会

附件:

## 第十六届全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛 美妆新零售实战赛指南

为推动美妆新零售业态的快速发展，引领大学生参与数字经济建设，将线上零售技巧与线下实体场景相结合，创新发展新零售，培养基于三创赛的美妆新零售人才，为大学生就业、创业服务，第十六届三创赛竞组委设置美妆新零售实战赛。

### 一、赛事简介

#### 1.比赛目的

(1) 以赛促学。培养互联网营销新型人才。通过美妆新零售实战赛，让大学生深入一线市场切实了解美妆行业的状况，通过实践学习和掌握营销技巧、数字转型、电子商务等专业技能与行业规范，在比赛中增长数字营销实践经验。

(2) 以赛促创。比赛中体验轻创业。通过美妆新零售实战赛，让参赛学生了解新零售营销、经营的各个环节、团队组建与配合，在培训和大赛中找准自己定位，发掘自身能力。

(3) 以赛促就。探索就业新方向。大赛将通过比赛对接企业对创新营销人才的需求来带动大学生就业，在比赛中全面提高学生的产品营销、活动策划、运营落地等能力，增强学生的实践技能，形成高校毕业生高质量就业的局面。

#### 2.比赛内容

第十六届三创赛竞赛组织委员会携手诗得丽智慧生物（广州）有限公司、三创（杭州）网络科技有限公司，开展美妆新零售实战赛，各参赛团队根据赛事手册要求，开展如下内容的实战：

（1）内容创作与传播：参赛团队应深入理解品牌内涵与产品特性，进行创意短视频制作、高质量“种草”图文撰写、营销文案策划等，并通过多渠道进行传播。

（2）直播营销与运营：参赛团队在指定的直播平台绑定账号、策划直播活动，通过直播形式开展商品宣发、获客营销以及客户管理等实战活动。

（3）综合运营：参赛团队以服务消费者为导向，以数据驱动为动力，线上线下融合，公域私域打通，运用人工智能、大数据分析、直播营销等手段创新商业模式，制定美妆产品新零售整体运营方案，全渠道传播、全方位落地营销活动。

## 二、报名流程

1.参赛团队通过三创赛官网注册报名。参赛团队在报名时承诺遵守大赛规则，参加核心规则测试合格后方能注册。注册后从“比赛类别”选项中选择“美妆新零售实战赛”，填写团队具体报名信息。

2.校赛竞组委对参赛团队进行审核。各高校的校赛竞组委对报名后的参赛团队提交的报名信息进行审核，为通过审核的参赛团队提供相关支持。

3.参赛团队获取参赛手册和参赛证。团队提交报名信息后，参赛团



队队长添加美妆新零售实战赛的赛事服务工作人员企业微信，工作人员将在3个工作日内将参赛手册发送至参赛团队队长微信，7个工作日内授予参赛团队《三创赛美妆新零售实战赛团队参赛证》。

4.参赛团队开展新零售实战实践。参赛团队根据赛事服务工作人员发送的参赛手册指引和赛事线上培训，完成赛事平台注册、功能开通及账号绑定，然后根据赛事规则和要求开展新零售实战实践。

### 三、实战活动

#### 1.实战时间

报名后即可启动项目实战。校赛、省级赛、全国总决赛的实战赛各数据统计时间均为现场赛前7天截止。

#### 2.实战内容

（1）参赛团队将与“美妆新零售实战赛”平台的赛事陪跑专员进行衔接，由赛事陪跑专员指导参赛团队进行参赛手册的学习和操作。

（2）参赛团队在赛事陪跑专员指导下开展商家合作对接，与合作商家主体签署合作协议，合作协议要求明确团队成员名称、合作主体单位名称、合作产品、参赛团队具体需要做的事情及商务利益约定等内容。

（3）参赛团队在实战过程中需不断对合作主体的产品、营销、销售等数据进行迭代分析，展现出参赛者自身对新零售创新营销决策逻辑和经营策略的理解和实施。

#### 3.比赛形式

(1) 美妆新零售实战赛仍然按校赛、省级赛、全国总决赛三级赛事比赛，未参加低一级赛事的团队不得参加高一级赛事。

(2) 参赛团队的实战数据由美妆新零售实战平台实时采集和保存。各参赛团队按比赛规则要求在指定的赛事平台开设账号并完成账号绑定动作，合作企业服务团队将参赛团队在指定平台实战过程数据进行实时抓取记录、汇总和管理，并提交给三创赛竞组委，以资三创赛评委使用。

(3) 参赛团队的比赛成绩由答辩现场评委给出。参加各级比赛时需向评委提供完整作品，包括《项目报告书》（现场赛为纸质版、线上赛为电子版，《参赛团队承诺与说明书》《团队高校指导老师承诺书》《实战赛参赛学生知情书》均需附在封二、三、四位置）、演讲文稿（PPT 电子版）、美妆新零售实战赛指定的实战平台产生的实战数据作为佐证材料。

(4) 小组赛参赛团队答辩时间共 15 分钟（≤15 分钟），其中团队演讲 8 分钟（≤8 分钟），评委提问与参赛团队回答 7 分钟（=7 分钟）；终极赛每个参赛团队演讲 8 分钟（≤8 分钟）。

(5) 专项奖励设置与评奖与校赛、省级赛、全国总决赛时间同步，奖项根据选择的品牌规定晋级条件（细则见专项奖设置和实施指南）。

#### **四、美妆新零售实战赛评分规则**

第十六届三创赛竞赛规则第五十八条规定，美妆新零售实战赛评分规则需按 7 个分项进行打分。

表 1：美妆新零售实战赛评分表

评分项目	评分要点	分值
1.创新	围绕美妆新零售，所设计营销方式的独特性和新颖性，包括但不限于互动形式、场景设计、技术应用、内容策划等，参赛者应从目标的市场定位、客户细分、营销渠道选择等方面进行创新性思考；以及这些创新如何提升美妆行业的数字化水平、服务质量及用户体验等。	0-15分
2.创意	参赛者应根据品牌特性因时因地制宜地对营销实践活动进行内容形式上的选择、设计及策划、实施、复盘等，通过区别于传统营销的创意性营销，进一步帮助品牌完成数字化转型迭代，吸引、维持、提升消费者兴趣，并增强品牌的吸引力和辨识度。	0-15分
3.创业准备	参赛团队根据赛事内容要求开展创业准备，提供创业准备相关材料或说明。详情见“美妆新零售实战赛创业准备、创业过程和创业业绩评分说明”。	0-10分
4.创业过程	参赛团队根据赛事内容要求开展创业过程，持续实战并产生过程数据。详情见“美妆新零售实战赛创业准备、创业过程和创业业绩评分说明”。	0-20分
5.创业业绩	参赛团队根据赛事内容要求开展创业业绩，持续实战并产出相应的创业业绩。详情见“美妆新零售实战赛创业准备、创业过程和创业业绩评分说明”。	0-15分
6.演讲	团队组织合理、分工合作、配合得当；服装整洁，举止文明，表达清楚；有问必答，回答合理。	0-15分
7.文案	提交的文案和演讲 PPT 逻辑结构合理，内容介绍完整、严谨，文字、图表清晰通顺，附录充分。	0-10分

表 2：美妆新零售实战赛创业准备、创业过程和创业业绩评分说明

指标项	指标内涵	指标要求	评分方式
创业准备 (10分)	参赛团队与合作主体签订相关的合作协议。	未提供合作协议或授权书，视为无效参赛团队	必须项
	<p>参赛团队应提供创业准备相关材料或说明：</p> <p>1. 团队准备：团队应明确具体的企业化分工，如项目负责人、技术专家和市场营销人员等，以形成完整项目团队。</p> <p>2. 账号的准备：在指定平台开通实名认证账号，并按照指定流程进行绑定，参赛团队每位成员在每个平台要开通一个账号。以“5人学生团队”为例：快团团的账号数5个；抖音平台的账号数5个（至少保证有一个开通橱窗——即具有带货功能的账号）；微客（三创好物）的账号数量5个。</p> <p>3. 产品的准备：参赛团队运用技术和工具进行选品分析，构建科学合理的产品矩阵。</p> <p>4. 参赛团队需要明确项目的战略规划、市场分析、目标客群画像；参赛团队运用科学的方法和工具推动营销实践的落地实施，以确保所制定的方式方法满足市场需求并具有竞争优势。</p>	<p>1. 团队在指定实战平台开实名认证账号，（仅限参赛团队成员），整个赛事期间中不能修改账号，以确保能准确采集到账号的相关数据，该项为评委观测点。</p> <p>2. 团队在项目报告书中说明账号准备、团队分工、营销策划等情况，该项为评委观测点。</p>	<p>现场赛评委根据团队的文案、答辩情况、实际创业准备情况，进行综合评定。</p> <p>【0-10分】</p>
创业过程 (20分)	<p>1. 参赛团队应保持持续的营销活动并达成相应过程数据。设置视频发布、直播场次等两个观测点，每个观测点设置周基准线。</p> <p>2. 内容产出：团队应持续创作和发布与产品相关且非同质化的有效短视频，周内容产出以5条短视频/图文作为周基准线。</p> <p>3. 直播执行：团队应针对产品进行有效直播，时长<math>\geq 2</math>小时方认定为有效直播，周有效直播场次以1场作为周基准线。</p>	<p>1. 观测点累计达成数：从团队报名后创业过程中以周单位，任一观测点达到周基准线的总数。</p> <p>2. 观测点有效达成比=观测点累计达成周数/观测点基准数。</p> <p>3. 依据团队观测点有效达成比进行等级评定<sup>1</sup>。</p> <p>说明：校赛针对各观测点分别抽取最高10周的数据，观测点基准数为20个；省级赛针对各观测点分别采样抽取最</p>	<p>1. 平台根据创业过程观测点有效达成比给出分级结果。</p> <p>2. 现场赛评委根据团队的文案、答辩情况、实际的创业过程情况，参考平台给出的分级结果</p>

		高 15 周的数据，观测点基准数为 30 个；国赛针对各观测点分别采样抽取最高 20 周的数据，观测点基准数为 40 个。	进行最终综合评定。 <b>【0-20 分】</b>
	参赛团队必须有实际的创业过程（至少达成一个观测点）	无创业过程数据，视为无效参赛团队	必须项
创业 业绩 (15 分)	<p>参赛团队应持续经营并产出相应创业业绩，设置赛段内商品交易总额（GMV）（含三创好物平台的分销 GMV）1 个观测点。观测点设置周基准线。</p> <p>1.GMV：团队每周通过短视频和直播等方式在指定平台完成结算 GMV。</p> <p>2.只统计已经结算的 GMV；</p> <p>3.周结算 GMV 以 300 元作为周基准线。</p> <p>4.参赛团队的有效结算 GMV 排名系数：依据团队实战全过程累计的结算 GMV 在赛段中的排名情况给出排名系数。具体如下： 排名位于（0，20%】区间的团队，排名系数为 1.5； 排名位于（20%，40%】区间的团队，排名系数为 1.3； 排名位于（40%，60%】区间的团队，排名系数为 1.0； 排名位于（60%，100%】区间的团队，排名系数为 0.8。</p>	<p>1.观测点累计达成数：从团队报名后创业业绩中以周单位，观测点达到周基准线的总数。</p> <p>2.观测点有效达成比=（各观测点累计达成数/观测点基准数）*有效结算 GMV 排名系数。</p> <p>3.依据团队观测点有效达成比进行等级评定<sup>1</sup>。</p> <p>说明：校赛针对观测点分别采样抽取最高 10 周的数据，观测点基准数为 10 个；省级赛针对各观测点分别采样抽取最高 15 周的数据，观测点基准数为 15 个；国赛针对各观测点分别采样抽取最高 20 周的数据，观测点基准数为 20 个。</p>	<p>1.平台根据创业业绩观测点有效达成比给出分级结果。</p> <p>2.现场赛评委根据团队的文案、答辩情况、实际的创业业绩情况，参考平台给出的分级结果进行最终综合评定。</p> <p><b>【0-15 分】</b></p>
<p>1. 根据观测点有效达成比进行等级评定（注<sup>1</sup>）规则：【90%，∞】为 A、【80%，90%）为 B、【60%，80%）为 C、【40%，60%）为 D、【0%，40%）为 E。</p> <p>2.晋级省级赛的参赛团队，创业过程的观测点有效达成比应大于 0；未达到要求不能推荐晋级省级赛。</p>			

说明：

1.参赛团队在平台所有经营活动必须符合国家法律法规以及平台规则，参赛团队刷单违法、虚假数据违规，一旦确认，取消比赛成绩。

2.以上所有指标项，是在指定平台绑定关联后完成的数据才能纳入

数据汇总。

3.平台实时记录参赛团队全过程的实战数据，并给出参赛团队的各指标全周期（以周为时间单位）数据报告，各参赛团队需将其呈现在文案中。

## 五、注意事项

1.本次大赛本着公平、公正、公开的原则，参赛团队必须遵循法律法规，采用正当合规的营销策略，确保竞赛环境纯净，促进健康竞争。

2.每支参赛团队需签署诚信承诺书，一经发现包括（但不限于）刷单、恶意竞争等情况，则取消比赛成绩；每支参赛团队须保证大赛使用账号均属本队伍使用，不得转借、出让予他人，一经发现取消比赛成绩。

3.参赛团队同意三创赛竞组委对团队提供的数据、信息、材料等真实性进行调查及核实，参赛团队将全力配合并及时提供证明文件、数据等资料。

4.因三创赛组织、管理和服务收集的参赛团队成员的姓名、联系方式、团队ID、学籍等个人信息，仅供此次大赛使用。

5.参赛团队已知悉大赛报名条件，并承诺在报名和参赛过程中始终保持该条件。

6.对于在实战赛平台企业没有参与记录和产生相关数据的参赛团队，视为无效的实战赛团队。

## 六、联系方式

第十六届三创赛美妆新零售实战赛服务人员指定联系方式：



## 七、其他说明

1.有关美妆新零售实战赛规则的进一步完善由专家组提出，经第十六届三创赛竞组委同意后实施。

2.本赛事合作企业增设“核心”品牌产品营销专项奖，用于表彰在该品牌营销中表现优异的团队。评奖和奖金及奖品由诗得丽集团提供。下面两个专项奖的全部奖金与奖品的兑现由诗得丽公司负责担保，诗得丽公司要将 150 万元奖金总额不迟于 2026 年 6 月底打到竞组委指定账户上作为奖励专项资金，以保证奖励资金和奖品的可兑现性。

### （1）最佳营销类

奖励在全国总决赛和各省级赛美妆新零售实战赛赛项前三名（含各品牌商品的实战）的团队。奖状由三创赛竞组委和诗得丽公司盖双

章。

奖项	奖品
国赛特等奖第一名	华为手机+核心洗护套装，总价值不低于 10000 元
国赛特等奖第二名	华为电脑+核心洗护套装，总价值不低于 6000 元
国赛特等奖第三名	华为平板+核心洗护套装，总价值不低于 3000 元
省级赛第一名	核心洗护套装，总价值不低于 3000 元
省级赛第二名	核心洗护套装，总价值不低于 2000 元
省级赛第三名	核心洗护套装，总价值不低于 1000 元

## (2) 品牌营销类

奖励在“核心”品牌产品（不含其他品牌商品的销售）的直播、短视频、图文制作、电商带货等营销活动中表现优异的参赛团队。

奖项类别	奖项名称	核心观测点	奖项评分细则	奖励标准
综合营销奖	核心品牌最佳营销奖	三创赛所有赛事参赛团队，自报名之日起至美妆新零售实战赛截止前 7 日，通过团队账号销售“核心”品牌产品所产生的累计有效结算 GMV（商品交易总额）。	以参赛团队的累计有效结算 GMV 为唯一核心评分依据，经数据核验后按 GMV 从高到低排序。	一等奖： 排名前 3 名，评奖数量 3 个，奖金 35 万元 / 个； 二等奖： 排名 4-6 名，评奖数量 3 个，奖金 10 万元 / 个； 三等奖：



奖项类别	奖项名称	核心观测点	奖项评分细则	奖励标准
				排名 7-9 名, 评奖数量 3 个, 奖金 5 万元 / 个。
单项营销奖	核心品牌最佳单场直播带货奖	赛程内团队抖音账号单场直播 (2 小时 ≤ 时长 ≤ 24 小时) 带货的有效结算 GMV	团队提交代表性成果参评。依据官方平台的数据核实, 单场直播销售有效 GMV (扣除退货) 排名最高的三名获奖。	各奖项第一名: 华为手机+核心洗护套装(总价值不低于 10000 元) 各奖项第二名: 华为电脑+核心洗护套装(总价值不低于 6000 元) 各奖项第三名: 华为平板+核心洗护套装(总价值不低于 3000 元) 注: 参赛团队可自主申报多个奖项的评审; 若在多个单项中表现优异, 将实行‘就高不就低’原则。
	核心品牌单条短视频带货奖	赛程内团队抖音账号单条短视频带货的有效结算 GMV	团队提交代表性作品参评。依据官方平台的数据核实, 单条短视频有效销售 GMV (扣除退货) 排名最高的前三名获奖。	
	核心品牌单条图文带货奖	赛程内团队抖音账号单条图文带货的有效结算 GMV	团队提交代表性作品参评。依据官方平台的数据核实, 单条图文带货有效 GMV (扣除退货) 排名最高的前三名获奖。	
综合传播奖	核心品牌综合短视频传播奖	赛程内团队账号短视频播放量、点赞量、转发数	<p>参赛团队提交团队账号中 5 条代表性短视频作品, 以 5 条作品的平均得分作为最终比赛得分。单个短视频设置了 3 个评分维度, 具体评分规则如下:</p> <p>1. 播放量 (60 分) 单个短视频播放量得分 = 本团队该短视频播放量 / 所有参赛团队提交的所有短视频中的最高播放量 * 60</p> <p>2. 点赞量 (10 分) 单个短视频点赞量得分 = 本团队该短视频点赞量 / 所有参赛团队提交的所有短视频中的最高点赞量 * 10</p> <p>3. 转发数 (30 分) 单个短视频转发数得分 = 本团队该短视频转发数 / 所有参赛团队提交的</p>	

奖项类别	奖项名称	核心观测点	奖项评分细则	奖励标准
			所有短视频中的最高转发数*30 注：1. 单条短视频得分 = 3 个维度得分之和；2. 团队最终得分 = 5 条短视频单条得分的算术平均值。	低'的授奖原则，同一团队至多获评一个奖项，不重复授奖。
	核心品牌综合图文传播奖	赛程内团队账号图文播放量、点赞量、转发数	<p>参赛团队提交团队账号中 5 条代表性图文作品，以 5 条作品的单条平均得分作为最终比赛得分。单个图文设置了 3 个评分维度，具体评分规则如下：</p> <p>1.播放量（60 分） 单个图文播放量得分=本团队该图文播放量/所有参赛团队提交的所有图文中的最高播放量*60</p> <p>2.点赞量（10 分） 单个图文点赞量得分=本团队该图文点赞量/所有参赛团队提交的所有图文中的最高点赞量*10</p> <p>3.转发数（30 分） 单个图文转发数得分=本团队该图文转发数/所有参赛团队提交的所有图文中的最高转发数*30</p> <p>注：1. 单条图文得分 = 3 个维度得分之和；2. 团队最终得分 = 5 条图文单条得分的算术平均值。</p>	
	核心品牌综合直播传播奖	赛程内团队账号直播观看人次、点赞数、评论数	<p>参赛团队提交团队账号中 5 场代表性直播，以 5 场直播的单个平均得分作为最终比赛得分。单场直播设置了 3 个评分维度，具体评分规则如下：</p> <p>1.观看人次（60 分） 单场直播作品观看人次得分=本团队该直播观看人次/所有参赛团队提交的所有直播中的最高观看人次*60</p> <p>2.点赞量（10 分） 单场直播作品点赞量得分=本团队该直播点赞量/所有参赛团队提交的所有直播中的最高点赞量*10</p> <p>3.评论数（30 分） 单场直播作品评论数得分=本团队</p>	

奖项类别	奖项名称	核心观测点	奖项评分细则	奖励标准
			该直播评论数/所有参赛团队提交的所有直播中的最高评论数*30 注：1. 单场直播得分 = 3 个维度得分之和；2. 团队最终得分 = 5 场直播单场得分的算术平均值。	
单项传播奖	核心品牌最佳单条短视频传播奖	赛程内团队账号单条短视频的播放量、点赞量、转发数	<p>参赛团队提交团队账号中 1 条代表性短视频作品，以 1 条短视频总得分作为最终比赛得分。单个短视频共设 3 个评分维度，具体评分规则如下：</p> <p>1. 播放量（60 分） 单个短视频播放量得分=赛程内提交的单个短视频作品播放量/赛程内提交的单个短视频作品最高播放量*60</p> <p>2. 点赞量（10 分） 单个短视频点赞量得分=赛程内提交的单个短视频作品点赞量/赛程内提交的单个短视频作品最高点赞量*10</p> <p>3. 转发数（30 分） 单个短视频转发数得分=赛程内提交的单个短视频作品转发数/赛程内提交的单个短视频作品最高转发数*30</p>	
	核心品牌最佳单条图文传播奖	赛程内团队账号单篇图文的播放量、点赞量、转发数	<p>参赛团队提交团队账号中 1 条代表性图文作品，以 1 条图文作品总得分作为最终比赛得分。单个作品共设 3 个评分维度，具体评分规则如下：</p> <p>1. 播放量（60 分） 单个图文播放量得分=赛程内提交的单个图文作品播放量/赛程内提交的单个图文作品最高播放量*60</p> <p>2. 点赞量（10 分） 单个图文点赞量得分=赛程内提交的单个图文作品点赞量/赛程内提交的单个图文作品最高点赞量*10</p> <p>3. 转发数（30 分） 单个图文转发数得分=赛程内提交的单个图文作品转发数/赛程内提交的单个图文作品最高转发数*30</p>	

奖项类别	奖项名称	核心观测点	奖项评分细则	奖励标准
			的单个图文作品最高点赞量*10 3.转发数（30 分） 单个图文转发数得分=赛程内提交的单个图文作品转发数/赛程内提交的单个图文作品最高转发数*30	
	核心品牌最佳单场直播传播奖	赛程内团队账号单场直播观看人次、点赞数、评论数	参赛团队提交团队账号中 1 场代表性直播作品，以 1 场直播作品总得分作为最终比赛得分。单场直播共设 3 个评分维度，具体评分规则如下： 1.观看人次（60 分） 单场直播作品观看人次得分=赛程内提交的单场直播作品观看人次/赛程内提交的单场直播作品最高观看人次*60 2.点赞量（10 分） 单场直播作品点赞量得分=赛程内提交的单场直播作品点赞量/赛程内提交的单场直播作品最高点赞量*10 3.评论数（30 分） 单场直播作品评论数得分=赛程内提交的单场直播作品评论数/赛程内提交的单场直播作品最高评论数*30	
组织管理类	核心品牌优秀组织奖	1) 学校有效参赛团队总数；2) 学校所有参赛团队销售“核心”品牌产品的有效总 GMV	该奖项共设 2 个评分维度，具体评分规则如下： 1. 以三创赛竞组委报名系统统计数据为依据，按学校有效参赛团队总数为依据进行评分（70 分）： 学校有效参赛团队总数得分=赛程内该学校有效参赛团队总数/赛程内最高的学校有效参赛团队总数*70 2. 以国赛截止前 7 日学校所有参赛团队销售“核心”品牌产品的有效总 GMV 为依据进行评分（30 分）： 学校有效总 GMV 得分=该学校有效总 GMV/最高的学校有效总 GMV*30	

奖项类别	奖项名称	核心观测点	奖项评分细则	奖励标准
			注：学校最终得分 = 有效参赛团队数量得分 + 学校有效总 GMV 得分。	
指导支持类	核心品牌最佳指导老师	指导团队自报名之日起至美妆新零售实战赛截止前7日，通过团队账号销售“核心”品牌产品所产生的累计有效结算 GMV（商品交易总额）。	以指导老师所指导的全部团队销售“核心”品牌产品的累计有效结算 GMV 总和为依据，进行全国排名，前三名授予该奖项。	

注：

① 第十六届三创赛美妆新零售实战赛参赛团队，可销售本赛事产品池内全品牌产品，其中，仅参与销售“核心”品牌产品的团队，可竞争150万品牌专项奖（即“综合营销奖”）和其他“品牌营销类”奖项；非本赛事的其他参赛团队，销售“核心”品牌产品的成绩都可以纳入150万品牌专项奖的评选范围；校赛、省级赛未晋级队伍，可继续销售“核心”品牌产品至全国总决赛收官，凭10个月累计有效GMV参与竞逐150万品牌专项奖，凭10个月累计有效直播、短视频、图文或有效GMV等电商运营成果参与竞逐其他所有“品牌营销类”奖项。

② 以上“品牌营销类”奖项的评选细则由合作企业另行制定，经该赛事专家组通过，报经三创赛竞组委批准后公布和实施。

③ 华为手机、华为电脑、华为平板皆为当季发布的新品或市场主流销售的产品，不得以过时淘汰的产品作为奖品。

3.本章程的最终解释权属于第十六届三创赛竞组委。

第十六届全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛

美妆新零售实战赛专家组

2026 年 1 月 12 日