

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）28号

第十五届全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛 产学研（BUC）实战赛实施方案

一、竞赛背景

为落实《“十四五”教育发展规划》和《国务院办公厅关于深化产教融合的若干意见》，深化产教融合，促进教育链、人才链与产业链、创新链衔接，是推进人力资源改革的要求，对提高教育质量、扩大就业创业、推动经济转型具有重要意义。第十五届全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛（简称三创赛）竞赛组织委员会联合武汉惠赠你网络科技有限公司在第十五届三创赛中继续设置产学研（BUC）实战赛，丰富比赛形式，促进产教融合，帮助更多参赛团队实现创业梦想。

武汉惠赠你网络科技有限公司作为阿里校友联合会高校分会唯一指定主体，是本届三创赛产学研 BUC 实战赛的技术及运营保障服务合作伙伴。该公司依托阿里系资源，为参赛团队提供企业导师指导、品牌供应链对接、实战培训及赛后实习就业创业机会，助力实现以赛促学、促教、促创、促就。

二、赛事时间和要点

（一）大赛报名和选择赛事

1. 报名时间。2024 年 9 月 25 日----2024 年 12 月 31 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《第十五届全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛竞赛规则（2024 年 9 月修订）》（以下简称《规则》）。

(2) 填写承诺书。参赛团队队长在三创赛的官网上报名时，首先要填写承诺书：本团队已经认真阅读和完全认同三创赛《规则》；在整个参赛过程中一定按《规则》行事，如违反《规则》，责任自负。

2. 官网报名。参赛团队在三创赛官网（www.3chuang.net）上报名。报名时从常规赛和实战赛选项中选实战赛，然后选择“产学研 BUC 实战赛”，填写团队具体报名信息。

3. 报名审核。各高校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相关支持，为“产学研 BUC 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。

4. 合作签约。实战活动必须对接合作主体，参赛团队必须与合作主体签订相关的合作协议，协议必须体现合作双方的权责利。

5. 比赛形式。产学研 BUC 实战赛与常规赛形式相同，仍按校赛、省级赛、国赛三级赛事比赛。校赛常规赛和实战赛一起举行、省级赛时常规赛和实战赛可以一起举行或单独举行。国赛单独举行。

6. 竞赛培训。按《第十五届全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛产学研 BUC 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培训通知。

（二）实战赛活动

1. 实战时间：报名后即可开始实战活动(即 9 月 25 日即可开始)，直到国赛前 15 天结束。校赛、省级赛、国赛的产学研 BUC 实战赛各数据统计时间均为现场赛前 15 天截止。

2. 实战内容：按《指南》开展实战活动，创造实战业绩。

(三) 校级现场赛

1. 现场赛时间：2025 年 3 月 10 日—2025 年 4 月 10 日。

2. 项目报告提交：各参赛团队基于产学研 BUC 实践活动提交一份《第十五届三创赛产学研 BUC 实战赛项目报告书》(在各级赛事项目合规检查时提交电子版 PDF 和演讲的 PPT；在现场比赛开始前提交纸质版)，具体内容见《指南》。

3. 比赛形式：参赛团队在现场参加各级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》《指导教师承诺书》均需附在封二、三位置)、演讲文稿(PPT 电子版)、产学研(BUC)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(≤ 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. 团队的创业分(45 分)。其中创业准备(10 分)由现场评委根据创业的各方面准备情况和商业逻辑进行综合评分；创业过程(20 分)由平台给出参赛团队每周的实战过程数据，现场赛评委依据实战数据总体情况及持续性、稳定性、逻辑性和成效性等维度进行综合评分；

创业业绩(15分)由平台根据参赛团队累计完成的有效订单数和排名比情况、有效交易额和排名比情况,生成各团队创业业绩分数。对团队的创业分(45分)为0(合作企业没有数据给出)的项目,不被该赛事专家组承认,为无效项目,不计成绩,不能获奖。

(四) 省级现场赛

1. 时间安排: 2025年4月1日—2025年6月30日。

2. 比赛内容: 见《指南》。

3. 比赛形式: 见《指南》。

4. 省级现场赛要点:

(1) 在三创赛竞组会指导下,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) 省级现场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,在省级现场赛开始前,进一步拓展实战业绩,完善比赛文案,以便在省级赛上赛出更好的水平和风格。

(五) 全国现场总决赛

1. 时间安排: 2025年7月1日—2025年7月31日。

2. 比赛内容: 见《指南》。

3. 比赛形式：见《指南》。

4. 全国现场总决赛要点：

(1) 全国现场总决赛的具体时间、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，在全国现场总决赛开始前，进一步拓展实战业绩，完善比赛文案，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. 大赛为团队赛，每组成员要求 3 至 5 人，为促进就业创业，鼓励高年级同学和外国留学生参赛，并配备 0 至 2 位高校指导老师，0 至 2 名企业指导老师。

3. 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，在竞赛过程中可能产生的经济收益归参赛团队所有（与合作企业签订合同确定）；

4. 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，参赛团队出现因所销售产品违反国家有关法律法规的情况，三创赛竞组委不承担任何责任；

5. 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、出让与他人，一经发现取消比赛成绩；

6. 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；

7. 因三创赛组织、管理和服务等业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；

8. 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。所有获奖团队，将获得三创赛竞组委提供的相应奖项的数字证书。

第十五届全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛



附件：

第十五届全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛 产学研（BUC）实战赛指南

第十五届全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛（简称三创赛）竞赛组织委员会联合武汉惠赠你网络科技有限公司在第十五届三创赛中继续设置产学研（BUC）实战赛，丰富比赛形式，促进产教融合，帮助更多参赛团队实现创业梦想。

BUC 模式指的是在传统 B2C 基础上，引入大学生作为电子商务平台的新模式，其中“B”代表供应商，“U”代表大学生平台，“C”代表消费者。这是一种通过大学生平台连接供应商与消费者的新型电商模式。

BUC 实战赛旨在深化产教融合，促进教育、人才、产业、创新四链的衔接，是推进教育、人才、产业和经济高质量发展的战略措施。

一、赛事简介

1. 比赛背景

为深入贯彻落实《“十四五”教育发展规划》、《国务院办公厅关于深化产教融合的若干意见》，深化产教融合，促进教育链、人才链、产业链与创新链有机衔接，是当前推进人力资源供给侧结构性改革的迫切要求，对新形势下全面提高教育质量、扩大就业创业、推进经济转型升级、培育经济发展新动能具有重要意义。

武汉惠赠你网络科技有限公司作为阿里校友联合会高校分会唯一指定主体，是本届三创赛产学研 BUC 实战赛的技术及运营保障服务

合作伙伴。该公司依托阿里系资源，为参赛团队提供企业导师指导、品牌供应链对接、实战培训及赛后实习就业创业机会，助力实现以赛促学、促教、促创、促就。

2. 比赛目的

(1) 提供零成本、低风险的实习实践与就业创业机会。BUC 平台让大学生在校期间参与创业实践，积累经验和技能，减轻家庭经济负担。

(2) 通过大学生营销队伍，为企业拓展销售渠道，提升品牌价值。

(3) 响应国家政策，缓解大学生就业压力。BUC 平台整合高校与企业资源，提升学生综合素质，优秀人才可获得优先推荐就业岗位。

(4) 促进高校与企业合作。BUC 模式将大学融入供应链，实现企业、大学、消费者的有机统一，建立长期合作关系。

(5) 为消费者提供便利、个性化的服务。大学生作为高信誉的服务主体，能够提供专业的个性化服务，优化消费者购物体验。

3. 比赛内容

第十五届三创赛产学研（BUC）实战赛进一步围绕 BUC 模式，参赛团队通过产学研（BUC）实战平台开展如下内容的实战：

(1) **线上数智化运营实战**。参赛团队通过赛事平台，将 BUC 场景的线下商业业态进行数智化部署，为线下商业提供数智化赋能。

(2) **分销实战**。赛事平台为参赛队提供海量源头供应链一件代发分销产品，参赛团队通过全渠道进行营销推广，带来成交转化。

(3) **短视频运营实战**。参赛团队通过对指定视频内容进行二次创作，通过平台审核通过，由平台统一发布后，通过短视频带来成交数据，从而掌握短视频实战运营技巧。

产学研（BUC）实战平台在每个赛区安排陪跑专员，指导参赛团队更快地熟悉平台相关功能的使用及日常实战的答疑工作，为参赛团队提供供应链产品支持、实战指导培训、营销资源对接、实习就业、成果转化等全方位服务。

二、报名流程

1. **参赛团队通过三创赛官网报名**。报名时从常规赛和实战赛选项中选实战赛，然后选择产学研（BUC）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，参赛团队队长添加产学研（BUC）实战赛赛事服务人员企业微信，工作人员将在3个工作日内将参赛手册发送至队长微信，7个工作日内授予参赛团队《三创赛产学研（BUC）实战赛团队参赛证》。

4. **参赛团队开展实战落地**。参赛团队根据产学研（BUC）实战赛赛事服务人员发送的参赛手册指引和赛事线上培训，完成赛事店铺注册搭建、分销账号开通及相关账号绑定，然后根据赛事规则和要求开展比赛实战落地。

三、实战活动

1. 实战时间

第十五届三创赛于 2024 年 9 月 25 日正式开始报名，团队见此通知，即可报名参加产学研（BUC）实战赛；报名后即可启动项目运营。校赛、省级赛、国赛的产学研（BUC）实战赛各数据统计时间均为现场赛前 15 天截止。

2. 实战内容

(1) 参赛团队将与“产学研（BUC）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，展现出基于 BUC 模式数智驱动下的决策逻辑和经营过程。

3. 比赛形式

(1) 产学研（BUC）实战赛仍然按校赛、省级赛、国赛三级赛事比赛，未参加上级赛事的团队不得参加高一级赛事。产学研（BUC）实战赛校赛和省级赛可与相应的常规赛一起举行，鼓励有条件的省级赛区独立举办产学研（BUC）实战赛省级赛，具体形式包括（但不限

于)与其他实战赛联合举办省级赛,或若干省级赛区联合举办产学研(BUC)实战赛省级赛。产学研(BUC)实战赛国赛独立举办。

(2) 参赛团队的实战数据由产学研(BUC)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,产学研(BUC)实战保障服务团队将参赛团队在指定实战平台实战过程数据进行实时抓取记录、汇总、管理。

(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》《指导教师承诺书》均需附在封二、三位置)、演讲文稿(PPT电子版)、产学研(BUC)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)。

四、评分规则

第十五届三创赛竞赛规则第五十八条规定,在实战赛环节比赛评分细则中创业项目分值为45分。

1. 产学研（BUC）实战赛评分表

| 评分项目 (5项积分制) | 评分说明 | 分值 |
|-----------------|---|------|
| 1. 创新 | 基于 BUC 模式及场景，参赛团队的参赛项目具备了明确的创新点：商业模式创新、产品或服务创新、市场与营销创新及用户体验创新等方面至少有一个明确的创新点。 | 0-15 |
| 2. 创意 | 基于 BUC 模式及场景，参赛项目有具体的创意点如：设计创意（包括视觉设计、用户体验设计、产品形态设计等）、营销创意（营销策略的新颖性、市场定位的精准性、消费者吸引力）、内容创意（内容的原创性、文化价值、教育或娱乐价值）等方面的创意内容。 | 0-15 |
| 3. 创业 | 参赛团队根据赛事内容要求开展创业，取得真实的创业成绩和成果；评价指标主要包含创业准备、创业过程、创业业绩，详情见“产学研（BUC）实战赛创业分评分规则”；平台给出本团队实战活动的数据供参赛团队制作《项目报告书》（可作为附件全部引用）。 | 0-45 |
| 4. 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 |
| 5. 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 |

2. 产学研（BUC）实战赛创业分的各指标内涵及评分依据

| 指标项 | 子指标项 | 指标说明 | 评分细则 | 数据核验 综合评分 |
|---------------------|------|---|--|---|
| 创业准备 (10分) | 创业准备 | <p>1. 参赛团队自行注册公司或与合作主体签订相关的合作协议。</p> <p>2. 参赛团队搭建内部团队,如项目负责人、技术专家和市场营销人员等,以形成完整的项目团队;同时还可聘请外部顾问或合作伙伴,如行业专家和法律顾问等。</p> <p>3. 参赛团队需要明确项目的资金需求、财务预算和资金筹措情况。</p> <p>4. 参赛团队运用科学的方法和工具搭建产品矩阵,以确保所选产品符合市场需求并具有竞争优势。</p> <p>5. 根据赛事手册指引完成参赛店铺的基础设置(店铺logo、店铺地址、店铺联系方式、店铺页面优化等)</p> | <p>根据合作协议、公司注册或合作、团队搭建、资金筹措以及选品逻辑和构建产品矩阵及店铺整体展示美观等情况进行评分, 0-10分。</p> | <p>现场评委根据创业准备情况和商业逻辑进行综合评分。 【0~10分】</p> |
| | 产品上架 | <p>根据赛事手册指引完成参赛店铺产品上架≥ 15个</p> | <p>根据店铺优化、商品展示完整度及美观进行评分, 0-2分。</p> | |
| 创业过程 (20分, 比赛阶段) | 分销运营 | <p>1. 根据赛事手册指引完成平台分销申请</p> <p>2. 推广完成订单≥ 15个为有效分销账号</p> | <p>累计开通账号且完成推广任务≥ 3个, 全赛程累计成绩 0-3分。</p> | <p>平台给出参赛团队每周的实战过程数据, 现场赛评委依据</p> |

| | | | | |
|--|--------|---|--|---|
| 持续运营，每周应有业绩产生）。 | 店铺营销运营 | 参赛团队为合作主体通过实战落地产生的订单数和交易额数据。 | (1)每周应完成所运营店铺的有效订单10个及以上，全赛程累计成绩0~2分； (2)每周应完成有效交易额300元及以上，全赛程累计成绩0~3分； | 实战数据总体情况及持续性、稳定性、逻辑性和成效性等维度进行综合评分。 【0~20分】 |
| | 短视频制作 | 参赛团队按要求制作合格的二创短视频，每周按新增合格发布二创短视频的数量统计。 | 每周应制作合格的短视频15个以上，全赛程累计成绩0-10分。 | |
| 创业业绩 (15分) | 有效订单数 | 参赛团队在指定平台完成的有效订单数(订单为完成状态)。每周按本周发生有效订单数和在本阶段本赛区的排名。 | (1)每周应完成有效订单10个及以上，全赛程累计成绩0~3分； (2)赛区内排名得分=(1-排名比系数)*2分。 | 平台根据参赛团队累计完成的有效订单数和有效交易额，生成各团队创业业绩分数。 【0~15分】 |
| | 有效交易额 | 参赛团队账号在指定平台完成的有效交易额(订单为完成状态)。每周按本周发生有效交易额和在本阶段本赛区的排名。 | (1)每周应完成有效交易额300元及以上，全赛程累计成绩0~6分； (2)赛区内排名得分=(1-排名比系数)*4分。 | |
| <p>备注说明：</p> <p>1. 参赛团队在公域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。</p> <p>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。平台数据交由第三方公证处对整个比赛过程中的数据进行公证。</p> <p>3. 参赛团队在校赛阶段应具有6周及以上的实战数据；参加省级赛的团队在校赛基础上应至少新增4周实战数据；参加国赛的团队在省级赛基础上应至少新增4周实战数据。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)可视化数据图，各参赛团队需在现场赛将可视化数据图呈现在文案中。</p> <p>4. “有效订单数”数据赋分计算公式：$(xx \text{ 团队有效订单数} / \text{MAX 团队有效订单数}) * 3$,</p> | | | | |

“有效交易额”数据赋分计算公式： $(xx \text{ 团队有效交易额} / \text{MAX 团队有效交易额}) * 6$ ；

5. 最终排名比是在本赛区的累计订单数和累计销售业绩进行排名，根据排名比给予相应排名比系数。业绩排名前 (0, 5%], 排名比系数取 0；业绩排名 (5%, 15%], 排名比系数取 0.2；(15, 35%], 排名比取 0.4；(35, 60%], 排名比系数取 0.6；60%以上，排名比系数取 0.8；

6. 现场评委和竞组委可在平台上查询参赛团队实战全过程数据和累计数据。

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、出让与他人，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、管理和收集服务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

第十五届三创赛产学研（BUC）实战赛服务人员指定联系方式：



七、其他说明

1. 有关产学研（BUC）实战赛规则的进一步完善由第十五届三创赛竞组委负责。
2. 本章程的最终解释权属第十五届三创赛竞组委。

第十五届全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛
产学研（BUC）实战赛专家组

2024年10月22日