

# “老石家”杯第五届直播电商创业大赛 暨首届“禹风·镜映”短视频创意大赛规程

## 一、赛事名称

“老石家”杯第五届直播电商创业大赛暨首届“禹风·镜映”短视频创意大赛。

## 二、竞赛组织机构

主办单位：创业学院、校团委、管理学院

承办单位：创新创业实践工作社

协办单位：蚌埠梨膏堂食品有限公司

安徽众昇广告传媒有限公司

## 三、活动主题

本次比赛活动主题为“禹风·镜映”。通过本次比赛，传承赛事基因、发掘优秀短视频人才、续写赛事新篇章，展示蚌埠工商学院校园风貌和学生青春风采，切实引领青年大学生通过短视频讲好蚌埠故事、品牌故事、三农故事、校园故事和青春故事。

## 四、竞赛执行方案

“老石家”杯第五届直播电商创业大赛暨首届“禹风·镜映”短视频创意大赛重点考察大学生短视频拍摄技能，以适应未来新媒体发展的需要。

### （一）初赛比赛内容

#### 1. 品牌创意赛道

以“品牌传匠心”为主题，鼓励创新创意的作品，作品能展示蚌埠梨膏堂食品有限公司的品牌故事、企业文化。作品主题鲜明、导向正确。建议在以下内容范围内推出精品力作：

(1) 呈现老石家品牌的产品在制作工艺、包装工艺等方面的内容；

(2) 展现老石家品牌的公司概况、发展历程；

(3) 体现老石家品牌的企业精神、品牌文化。

## 2. 公益宣传赛道

以“镜头里的新时代”为主题，创作出体现中华民族伟大复兴中国梦、弘扬社会主义核心价值观和传播蚌埠城市名片、展示校园风貌和青春力量的作品。作品要求主题鲜明、导向正确。建议在以下内容范围内推出精品力作：

(1) 展现蚌埠生态环境之美、经济社会发展之美、人文之美；

(2) 呈现乡村振兴、美丽乡村建设的喜人景象；

(3) 深挖普通人热爱祖国、爱岗敬业、诚实守信、友爱互助的感人事迹，展现他们对社会主义核心价值观的生动实践。

注：在公益宣传赛道中，若参赛团队提交的参赛作品中有其它品牌相关内容和信息出境，必须征得该品牌同意。未经品牌方允许随意拍摄和发布视频，发生相关纠纷及其它风险，由参赛团队自行承担，与主办单位、承办单位、协办单位无关。

### (二) 初赛评分细则

## 品牌创意赛道初赛评分标准及细则

评审要点	评审内容	分值	打分
网络评审（50%）			
注：参赛视频需在对应平台添加话题“#短视频大赛”抖音平台发布的参赛视频需“@创新创业实践工作社”。			
浏览量	对比抖音、微信视频号两个平台发布的参赛视频所产生的浏览量之和，以浏览量总和数的排名赋分。	15	
点赞量	对比抖音、微信视频号两个平台发布的参赛视频所获得的点赞量之和，以点赞量总和数的排名赋分。	15	
转发量	对比抖音、微信视频号两个平台发布的参赛视频所获得的转发量之和，以转发量总和数的排名赋分。	25	
专业评审（50%）			
品牌创意	多角度介绍商品信息点，分享和科普相关领域专业知识；结合商品特性介绍功能和使用场景。	20	
拍摄内容	视频主题清晰明确，内容立意新颖、积极向上；出镜人衣着得体、谈吐清晰；杜绝抄袭、借用、拼凑、造假。	15	
技术呈现	画面音质清晰流畅，场景镜头衔接顺畅，布局精心合理。	15	

## 公益宣传赛道初赛评分标准及细则

评审要点	评审内容	分值	打分
网络评审（50%）			
注：参赛视频需在对应平台添加话题“#短视频大赛”，抖音平台发布的参赛视频需“@创新创业实践工作社”。			
浏览量	对比抖音，微信视频号两个平台发布的参赛视频所产生的浏览量之和，以浏览量总和数的排名赋分。	15	
点赞量	对比抖音，微信视频号两个平台发布的参赛视频所获得的点赞量之和，以点赞量总和数的排名赋分。	15	
转发量	对比抖音，微信视频号两个平台发布的参赛视频所获得的转发量之和，以转发量总和数的排名赋分。	20	
专业评审（50%）			
视频内容	视频主题清晰明确，内容立意新颖、积极向上；出镜人衣着得体、谈吐清晰；杜绝抄袭、借用、拼凑、造假。	20	
技术呈现	画面音质清晰流畅，场景镜头衔接顺畅，布局精心合理。拍摄、剪辑、特效制作等运用熟练，视频整体质量良好，具有吸引力。	15	
公益体现	视频立意新颖、内容有深度，具有一定传播意义，紧扣主题，符合社会主义核心价值观。	15	

注：

1. 初赛成绩以网络评审（占比 50%）和专业评审（占比 50%）共同打分为依据。

2. 网络评审：初赛作品在抖音、微信视频号两个平台共同发布。两个平台的总浏览量和点赞量各占初赛成绩的 15%；转发量占初赛成绩的 20%。若只在一方平台发布视频，则只记录一方平台的数据。三个指标以各项总量排名赋分，从第一名（100 分）依次向下递减 1 分。

### 3. 专业评审：

1. 品牌创意赛道：品牌出镜占初赛成绩的 20%，视频内容占初赛成绩的 15%，拍摄技术占初赛成绩的 15%。

2. 公益宣传赛道：视频内容占初赛成绩的 20%，技术呈现占初赛成绩的 15%，公益体现占初赛成绩的 15%。

两个指标由专业评委根据参赛视频具体内容质量进行公开透明的打分公示，若对成绩有任何疑问，请及时反馈。

4. 各赛道按初赛排名取前十二名进入决赛。

### （三）现场总决赛

大赛组委会组织评委对入围决赛的作品进行评审，根据现场赛能够容纳的最大规模，决定入围现场总决赛的队伍数量和名单。现场总决赛时，参赛队伍进行现场展示、评委现场评审。

### （四）决赛成绩评定

品牌创意赛道评委评分标准及细则			
评审要点	评审内容	分值	打分
注：参赛视频需在对应平台添加话题“#短视频大赛”，抖音平台发布的参赛视频需“@创新创业实践工作社”。			

视频创意	主题特色鲜明，内容积极向上，紧握时代潮流，彰显品牌魅力，展现企业精神，杜绝抄袭。	10	
	品味独具个性，拍摄角度新颖。	5	
	具有一定的说服力和感染力，能在短时间内传递清晰的产品信息或情感，并与受众建立情感共鸣。	10	
品牌出镜	产品的呈现方式清晰明了，能够充分展示产品的特点和功能。	10	
	产品与拍摄场景融合度高。	5	
技术呈现	画面音质清晰流畅，场景镜头衔接顺畅，布局精心合理。	10	
	镜头运用合理，中景、近景、特写等多镜头搭配，展现效果吸引观众。	10	
	画面特效运用独特新颖。	5	
视觉效果	视觉效果引人入胜，画面构图、色彩搭配、特效运用合理。	10	
	视频整体协调美观，紧扣企业文化或产品主题，连贯顺畅、节奏合理，给人耳目一新的感觉与别具一格的视听享受。	15	
路演表现	选手仪表形象端庄大方、举止自然、言语规范，演讲表达准确、流畅、自然。	10	

公益宣传赛道评委评分标准及细则			
评审要点	评审内容	分值	打分
注：参赛视频需在对应平台添加话题“#短视频大赛”，抖音平台发布的参赛视频需“@创新创业实践工作社”。			
视频创意	根据要求提取主题。主题明确、通俗易懂。内容充实，体现新时代精神。	10	
	品味独具个性，拍摄角度新颖。	5	
	具有一定的说服力和感染力，能在短时间内传递清晰的产品信息或情感，并与受众建立情感共鸣	10	
公益宣传	清晰完整表达视频主题和宣传重点，传递公益理念，引起公众的共鸣和关注。	10	
	突出公益事业的价值和意义。	5	
技术呈现	画面音质清晰流畅，场景镜头衔接顺畅，布局精心合理。	10	
	镜头运用合理，中景、近景、特写等多镜头搭配，展现效果吸引观众。	10	
	画面特效运用独特新颖。	5	
视觉效果	视觉效果引人入胜，画面构图、色彩搭配、特效	10	

	运用合理。		
	视频整体协调美观，紧扣企业文化或产品主题，连贯顺畅、节奏合理，给人耳目一新的感觉与别具一格的视听享受。	15	
路演表现	选手仪表形象端庄大方、举止自然、言语规范，演讲表达准确、流畅、自然。	10	

注：决赛最终成绩由初赛成绩、观众投票、评委打分三部分构成。初赛成绩和观众投票各占比 20%，评委打分占比 60%。初赛成绩以初赛成绩排名为准，从第一名（100 分）依次向下递减 1 分；观众投票以参赛队伍现场得票数排名为准，从第一名（100 分）依次向下递减 1 分。

## 五、竞赛日程安排

比赛内容	比赛时间	比赛方式与提交的作品
报名阶段	4 月 19 日-4 月 26 日	通过 QQ 群以及到梦空间报名。
初赛阶段	4 月 27 日— 5 月 8 日	1.各参赛队伍将参赛作品以邮件形式发送至指定邮箱。 2.各参赛队伍作品上传截止时间：2024 年 5 月 8 日。 3.5 月 10 日收集初赛作品流量等信息。 4.5 月 11 日QQ群公布晋级名单。
决赛阶段	5 月 15 日	决赛参赛队伍现场路演，由评委



		打分并综合初赛成绩确定最终获奖名单。
--	--	--------------------

## 六、竞赛主题

由参赛队伍所选择的赛道决定。

## 七、竞赛流程

### （一）报名资格

蚌埠工商学院全体在校生。

### （二）报名要求

每三人组建一支队伍，每支队伍只能参加一个赛道，视频时长为60s~180s。同一教师指导报送的作品总数不得超过2件，其中作为第一指导老师不得超过2件。依据回避原则，组委会、专家委员会、仲裁委员会及秘书处成员不得担任参赛队伍指导教师。

### （三）报名方式

通过大赛QQ群发布表格的参加填写，并在到梦空间发布活动。

### （四）赛前准备

#### 1. 前期准备与宣传

（1）召开赛前部门会议，商讨活动方案细节；

（2）建立大赛QQ群、在到梦空间发布活动，联系校团委转发通知至班级群；

（3）宣传技术部制作海报，并制作宣传短视频发布在社团账号进行预热；

（4）竞赛实践部在食堂门口宣传栏上张贴海报；

(5) 组委会人员安排与分工事宜。

## 2. 中期阶段

(1) 利用社团抖音账号实时跟进比赛进程；

(2) 选出入围决赛的作品；

(3) 确定大赛路演环节评委人员名单及数量；

(4) 组织人员对各组路演进行监督。

## 3. 后期阶段

(1) 准备决赛路演环节活动内容；

(2) 制作邀请函，邀请校领导等颁奖；

(3) 决赛阶段开通现场投票系统，积极发动投票；

(4) 发放决赛奖品及证书。

(五) 成绩公布

最终获胜名单将在比赛 QQ 群中公布。

## 八、奖项设定

大赛各赛道设一等奖 1 个、二等奖 2 个、三等奖 3 个。两个赛道共评选出最佳视频创意奖 1 个、最佳拍摄技术奖 1 个、最佳视觉呈现奖 1 个。具体获奖名额及奖励如下：

奖项	奖品	获奖名额
一等奖	奖金 500 元、证书	1 个
二等奖	奖金 300 元、证书	2 个
三等奖	奖金 200 元、证书	3 个
最佳视频创意奖	奖品、证书	1 个

最佳拍摄技术奖	奖品、证书	1 个
最佳视觉呈现奖	奖品、证书	1 个

## 九、宣传方案

### （一）线下宣传

#### 1. 进班宣传

（1）充分了解三个赛道的要求、评比规则；

（2）了解每个赛道奖项设置；

（3）进班宣传的主要目的在于吸引大学生参与比赛，本次短视频大赛的创新点在于参赛团队独家制作，参赛团队作品不得违反法律法规，要积极向上，弘扬社会主义核心价值观；本次大赛的趣味性在于可以将创作者的自身经历展示和分享给观众，情绪价值拉满。

（4）进班宣传短视频大赛，板书比赛的 QQ 群号，大致讲解两个赛道的情况、评分细则、大赛奖励等，让有意向参加的同学进群了解。

### （二）线上宣传

#### 1. 宣传片

（1）撰写脚本，要求脚本需围绕短视频创作大赛的主题，根据品牌创意、公益宣传所涵盖的短视频类型进行话题创作。脚本中要明确写出具体的画面、人物台词以及拍摄时长，确保根据脚本拍摄出来的视频总时长不得超过 3 分钟。

（2）确定出境人数、分配角色及台词、准备拍摄器材、具体摄影者。

（3）拍摄过程中需及时审核视频素材质量与效果，如有不足，

应当重新拍摄。

(4) 确定剪辑工作人员，要求在规定的时间内完成剪辑并发布。

## 2. 其他宣传方式

(1) 发动社团干事在微信朋友圈、QQ 动态、抖音等社交平台转发宣传视频及宣传海报。

(2) 在工作社账号发布的视频下进行点赞+评论+转发的模式，获取流量。

(3) 在前期的进班宣传、摆摊设擂等工作中进行视频素材的拍摄和剪辑，在宣传片发布之后的 1—3 天内，继续更新宣传花絮视频，加强宣传力度。

(4) 联系我校各大平台发布比赛通知进行宣传。

## (三) 预期效果

通过线上和线下的宣传，达到广泛传播的目的，让更多大学生了解到我们的比赛活动，并参与进来，踊跃报名。在创作过程中，能够激发自身创作热情，分享自己的经历，锻炼自己的拍摄和剪辑技能，充实大学生活。同时希望能够发掘出一些优秀的创作者们，为他们提供一个展示自我的平台。通过大赛的宣传，展示大学生活的多样性，丰富校园活动，展现蚌埠工商学院学生的风采。

## 十、竞赛须知

### (一) 参赛队伍须知

参赛队伍每支队伍 3 人。团队名称将写入获奖证书，因此参赛团队在选择团队名称时需要注意中国传统文化和习惯，不得违背社会主

义核心价值观。不同赛道，决赛作品形式和时间有不同要求，请注意提交作品的完整性和具体时间要求。

## （二）指导老师须知

每支参赛队伍最多有 2 位指导老师。同一教师指导报送的作品总数不得超过 2 件，其中作为第一指导老师不得超过 2 件。

## 十一、版权声明

所有提交的参赛作品需保证原创并拥有完整版权，未在公开渠道发表过，不涉及第三方版权纠纷问题。因作品著作权、商标权、名誉权及其他任何合法权益引起纠纷，产生的后果及损失由投稿者自行承担。投稿者提交作品时，即被视为认同除署名权外的知识产权转移给创新创业实践工作社、蚌埠工商学院。以上单位有权对作品进行宣传、展映、加工、修改及出版。