

湘潭理工学院商学院

第二届汽车创意营销大赛方案

一、活动目的

本大赛以汽车行业真实营销任务为依托，一方面通过学生创意性的作品呈现和产品传播，培养学生的客户思维、市场意识和创新能力；另一方面通过比赛展示年轻一代大学生对汽车消费的理解，为车企带来更多关于汽车产业未来需求和消费趋势的思考和启发；同时，通过校企合作共同举办学科竞赛，既为学生提供更多展现自我的平台和机会，也为企业助力有效的营销传播方式和渠道，以达到校企共赢，双向赋能。

二、活动时间

2023年11月20日-2023年12月20日

三、活动主题

“敢为不凡”汽车创意营销大赛

四、大赛赛制

本次大赛分三个竞赛项目，分别为：活动策划、花式种草、销售实战。

（一）活动策划项目

1、竞赛目的

本项目旨在充分激发学生的创意思维，培养和提升学生的市场洞察、活动策划以及项目发布能力。

2、参赛规则

（1）参赛选手根据给定的市场活动主题（见附件一），进行活动方案策划；

（2）初赛阶段，参赛团队提交活动策划方案详细文字稿和PPT文稿，评委结合作品情况和参赛团队数量按比例评选出进入决赛的团队并给出修改方案；

（3）决赛阶段，参与决赛的团队对活动策划方案进行PPT汇报和路演展示，路演内容包括但不限于活动总体思考、活动规划、活动传播、活动效果预期等，形式可以多样，时间控制在8分钟以内。

（4）决赛阶段邀请专业评委对活动创意、呈现内容、路演陈述等进行专业评审（评分表见附件二）。

（二）花式种草项目

1、竞赛目的

本项目旨在培养学生在充分洞察消费者需求和理解产品基础之上，进行内容创作、热点把控以及产品传播和圈粉的能力。

2、参赛规则

参赛选手以消费者需求为前提，以产品理解为基础，对参赛车型（见附件一）进行推广“种草”，作品形式包括视频类和图文类。参赛选手报名后，以随机抽签形式确定参赛车型。

（1）视频类作品参赛规则

①参赛作品以品牌故事、使用体验、生活搞笑等类目为主，通过创意性的故事情节或用车场景传递产品理念、展示产品功能、宣传产品特色，鼓励以车型亮点软植入的方式产出作品；

②作品在**抖音**平台提交，需附上#“敢为不凡”汽车创意营销大赛的话题，在平台发布并根据车型分别@品牌方（领克品牌@领克汽车余姚工厂，吉利博越 COOL 品牌@吉利汽车湘潭基地）。

③项目组组织专业评审根据参赛团队数量按比例择优评选出进入决赛的作品。

④进入决赛的作品提交视频原始素材，并根据网络传播热度综合评分与专业评审评分确定获奖选手，两者各占总分值的 50%，专业评审评分标准见附件三。

⑤投稿作品需保证

画面清晰：分辨率 720P 及以上，画面稳定无晃动；

收音清晰：杜绝在嘈杂环境中录制，人声需清晰可辨识；

时长 30-90 秒：支持横屏、竖屏格式；画面无其他水印或品牌 LOGO；

参赛作品以原创素材优先，可通过第三方 APP 进行后期处理，所有投稿作品不得对原始视频进行影响真实性判断的改动。

（2）图文类作品参赛规则

①参赛作品以情节、故事、功能、体验等类目为主，通过创意性手法传递产品理念、展示产品功能、宣传产品特色，鼓励以车型亮点软植入的方式产出作品；单篇作品需在 300 字以上。

②作品在**懂车帝**、**汽车之家**两大平台发布，并提交作品网址。

③项目将根据浏览量、评论量、点赞量综合进行评分；作品获得平台精华认证、首页推荐等特殊荣誉的可获额外加分。

（3）其它约定

所有产出作品需保存原始素材，参赛者应对其作品拥有独立、完整、明确、无争议的版权，还应保证作品不侵犯第三人的版权、肖像权、名誉权、隐私权等在内的任何权利，且禁止产出负面内容。举办方拥有对所有参赛作品的使用权，参赛者同意所提交视频由举办方在任何媒体上无条件使用。

（三）销售实战项目

1、竞赛目的

本项目旨在培养学生对客户需求的把控能力、沟通与谈判能力以及临场应变能力。

2、参赛规则

(1) 参赛选手接受品牌方的专业培训后，以汽车销售人员身份在品牌方的车型品鉴会或车展现场进行客户接待、客户需求分析以及商务洽谈等销售实战活动；

(2) 销售实战为期不少于三天，最终根据参赛选手销售现场综合表现（评分表见附件四）评定获奖选手。

五、参赛对象

湘潭理工学院全体在校大学生，其中活动策划、花式种草项目可以团队参赛，也可以个人参赛；销售实战项目为个人参赛项目；团队参赛要求每个团队控制在4人（含）以内，每人限参与一个团队，每个团队针对单一车型限以一个作品参赛。

六、奖项设置与奖励

本次大赛分三个竞赛项目各设一等奖1名，二等奖2名，三等奖3名，优秀奖5名；共设置一等奖3名，二等奖6名，三等奖9名，优秀奖15名，分别颁发荣誉证书并给与奖励；获奖团队有机会受邀参与车型市场活动，优秀选手将被纳入品牌方全员营销合作人才库，获得由品牌方发布的后续任务，并针对后续产出作品给予相应报酬。

七、组织机构

主办单位：湘潭理工学院商学院、吉利汽车湘潭基地、领克汽车余姚工厂。

协办单位：湘潭理工学院人文与艺术学院、湘潭理工学院创新创业学院、吉利汽车销售公司湘鄂分公司、领克汽车华中销售分公司、湘潭领越汽车销售服务有限公司、湘潭吉耀汽车销售服务有限公司、长沙领致汽车销售服务有限公司。

八、大赛报名及咨询方式

大赛报名及赛事咨询 QQ 群号：697558342。



湘潭理工学院商学院
2023年11月17日

附件一：参赛品牌及相关参赛资料

| 参赛品牌 | | 领克  | 吉利  |
|------|----------|---|--|
| 参赛资料 | 1、市场活动主题 | ① 领克长沙车友会活动 ② 领克 08 产品品鉴会 ③ 理工领克车友会活动 ④ 领克 08 周年庆暨促销活动 ⑤ 领克 08 双十一促销活动 | ① 理工吉利车友会活动 ② 博越 COOL 湘潭车友会活动 ③ 博越 COOL 区域上市活动 ④ 博越 COOL 产品品鉴会 ⑤ 博越 COOL 双十一促销活动 |
| | 2、参赛车型 | 领克 08 | 博越 COOL |

附件二：活动策划项目评分标准

| 评分类别 | 评分指标 | 评分标准 | 分数 | 得分 |
|------|-------------|--|----|----|
| 方案名称 | 新颖性 | 方案题目独特新颖，引人关注 | 10 | |
| 呈现内容 | 完整性 | 作品完整度高，方案内容详实，描述清晰 | 10 | |
| | 创新性 | 在构思、设想等方面富有新意，在市场上没有明显重叠方案，内容新颖，在创意上能够体现其独创性 | 30 | |
| | 逻辑性 | 方案内容逻辑清晰，结构合理，层次分明 | 10 | |
| | 可行与推广性 | 方案紧抓现实问题痛点、紧贴市场需求，创新成果具有初步可行性，并有可预见的应用前景 | 10 | |
| 路演陈述 | 美观新颖性 | 方案呈现美观大方，素材靓丽，标新立异，突破常规表达方式 | 10 | |
| | 语言表达及逻辑思维能力 | 方案陈述或问答时语言流畅，简练，思维表达清晰，反应迅速 | 10 | |
| | 感染力 | 方案陈述、问答解答表述生动，易于理解，观众认可度高 | 10 | |
| 加分项 | 其他形式材料 | 有视频、动画、道具等表现更丰富、表达更新颖的表述材料 | 5 | |

附件三：花式种草项目视频类作品评分标准

| 评分项目 | 评分要点 | 分值 |
|------|----------------------------------|-----|
| 内容主题 | 1. 主题：主线明确，准确车型核心价值，有效车型理念。（20分） | 40分 |
| | 2. 结构：故事性强，逻辑清晰。（20分） | |
| 创意性 | 1. 作品新颖，见解独到，构思巧妙。（10分） | 20分 |
| | 2. 制作匠心独运，引人入胜。（10分） | |
| 艺术性 | 1. 视觉：画面清晰，音质流畅，场景镜头衔接顺畅。（10分） | 30分 |
| | 2. 剪辑：剧情短小精炼，字幕清晰，与声音搭配得当。（10分） | |
| | 3. 配乐：能够渲染氛围，升华主题，引发受众情感共鸣。（10分） | |
| 完整性 | 布局严谨、自然、完整。（10分） | 10分 |

附件四：销售实战项目评分标准

| 评分项目 | 评分要点 | 分值 |
|------|---|-----|
| 专业知识 | 产品知识的汽车销售基本流程的熟悉度，竞争对手的动态了解，目标客户的需求和购买心理分析。 | 20分 |
| 沟通表达 | 表达能力，倾听能力，以及表达时的肢体语言设计能力（形象、动作、表情）。 | 20分 |
| 销售谈判 | 语言组织，谈判技巧与态度（过程的控制，双方利益的维护等），谈判礼仪，谈判目标的实现程度。 | 20分 |
| 客户服务 | 客户接待过程周到细致，给予客户充分的关注和尊重，准确把握客户的需求，为客户提供专业的购车建议。 | 25分 |
| 现场把控 | 突发情况的应对，客户各项诉求的处理，现场氛围的营造。 | 15分 |