

第二届江苏品牌农产品营销促销大赛 暨第三届苏货新农人互联网营销大赛 参赛说明

第二届江苏品牌农产品营销促销大赛暨第三届苏货新农人互联网营销大赛赛事组委会为保证大赛公正、公平、公开、有序进行，特将赛事流程等相关事宜说明如下：

一、参赛对象

（一）第二届江苏品牌农产品营销促销大赛

已入选《中国农业品牌目录》《江苏农业品牌目录》的江苏省内农产品区域公用品牌。

（二）第三届苏货新农人互联网营销大赛

户口所在地或工作所在地为江苏省内的年满 18 周岁的地方县域及乡镇干部、益农信息社地方信息员、农业合作社经营及销售人员、家庭农场负责人、地方农业电商平台相关人员及其他返乡入乡创业创新人员，各类技工（职业）院校、高等院校有学籍的在校学生。鼓励农产品区域公用品牌的营销团队参赛。

二、赛事流程

（一）7 月 1 日-15 日

参赛品牌持有单位在线填写大赛报名表，并提交一个时长在 15 秒至 3 分钟之间、适合网络传播的品牌宣推视频，重点体现品牌市场定位、产品策略及营销传播等方面特色亮点。同时提交 2 个适宜网络营销的品牌产品，进入新农人大

赛的初赛选品库。

选品入库指引：

1. 入库的品牌农产品应由参赛农产品区域公用品牌的授权主体生产，授权主体具有一定的电商运营、物流、售后基础为佳；

2. 考虑到赛程跨度较大（7月至10月），建议选品时充分考虑产品规格、品质、包装、保鲜、库存等因素，兼顾时令鲜食产品和延伸加工产品；

3. 选品适宜网络渠道推广或销售，基本信息完整，相关证码真实、齐全、有效，外包装规范且无侵权风险。

（二）7月下旬至10月上旬

赛事组委会以设区市为单位，组织新农人选手进行初赛报名，从初赛选品库内抽签选定农特产品（含区域公用品牌提交的农产品），按照赛程时间要求分别进行短视频创作、宣推和直播销售。各设区市选拔赛赛程时间根据地方组织安排另行通知。

（三）10月中旬

赛事组委会综合各设区市选拔赛结果，公布晋级省决赛的区域公用品牌和新农人选手名单。晋级的区域公用品牌可根据时令季节，重新提交一批品牌产品进入新农人大赛决赛选品库，供晋级的新农人选手再次抽签使用，同时上传一批优质宣推素材，授权给决赛选手创作使用。

（四）10月下旬

赛事组委会组织省决赛，综合评出第二届江苏品牌农产品营销促销大赛金奖 2 个、银奖 5 个、铜奖 8 个，第三届苏货新农人互联网营销大赛一等奖 1 名，二等奖 2 名，三等奖 3 名，及系列荣誉奖项若干。

（五）11 月上旬

赛事组委会组织赛事总结和表彰，进行赛事成果展演。

三、赛制规则及成绩组成

（一）江苏品牌农产品营销促销大赛

品牌初赛成绩由三部分组成：一是品牌短视频作品主观评分，由赛事裁判组对农产品区域公用品牌报名提交的参赛短视频评分形成，评分内容为：视频脚本创意、视频结构完整、品牌故事的准确描述、品牌特征及差异化呈现；二是品牌在新农人大赛初赛短视频创作赛道的累计成绩；三是品牌在新农人大赛初赛直播销售赛道的累计成绩。

晋级决赛的品牌个数为参赛品牌总数的 60%（按四舍五入取整），根据初赛成绩从高到低依次排序得出。

晋级品牌的决赛成绩由三部分组成：一是品牌初赛成绩；二是品牌在新农人大赛决赛短视频创作赛道的累计成绩；三是品牌在新农人大赛决赛直播销售赛道的累计成绩。

（二）第三届苏货新农人互联网营销大赛

1、短视频创作初赛

新农人需按各设区市初赛时间要求，在赛事组委会指定平台抽签并创作短视频（15 秒-3 分钟），带指定话题（#苏

货新农人视频挑战赛+抽中的农产品区域公用品牌名称)发布于抖音、视频号,同时上传原视频及发酵数据截图(包括浏览、点赞、收藏、转发、评论数)至赛事指定平台。未按时完成上传者,成绩作废。

新农人选手短视频初赛主观分参照短视频脚本创意、视频结构完整、产品的专业化描述、产品特征及差异化呈现等。

新农人选手短视频初赛客观分参照短视频浏览、点赞、收藏、转发、评论等数据。

初赛成绩组成:初赛主观分+初赛客观分。(该成绩同步折算计入参加品牌大赛的品牌初赛成绩)

2、直播销售初赛

新农人需遵循各设区市初赛的实际赛事规则参与比赛。

新农人选手直播销售初赛主观分参照直播准备(主播形象、直播间搭建、直播画面流畅稳定,产品的静态展示、商品链接)、直播表现及售后(产品特征及卖点介绍、销售产品展示方法、引导用户购买技巧、评论与回复的处理技巧)。

新农人选手直播销售初赛客观分依照直播数据及复盘:直播时长、观看人数、新增粉丝数、点赞量、订单量、订单金额等数据。

初赛成绩组成:初赛主观分+初赛客观分。(该成绩同步折算计入参加品牌大赛的品牌初赛成绩)

3、短视频创作决赛

决赛选手需在赛事组委会指定平台抽签选取两个产品作为决赛宣推对象,赛事组委会将在提供一部分视频指定素材的基础上,组织选手对抽签选中的产品进行采风拍摄。选手必须在规定的赛程时间内完成这两个产品的短视频制作,

赛事组委会组织裁判组于决赛当日现场评分。

新农人选手短视频决赛主观分参照短视频脚本创意、视频结构完整、产品的专业化描述、产品特征及差异化呈现等。

新农人选手短视频决赛赛客观分参照短视频浏览、点赞、收藏、转发、评论等数据。

决赛成绩组成：决赛主观分+决赛客观分。（该成绩同步折算计入参加品牌大赛的品牌决赛成绩）

4、直播销售决赛

新农人需按决赛要求，在指定平台抽签后于决赛场地进行直播销售，赛事组委会组织裁判组现场评分。直播结束后24小时内，选手需在赛事指定平台上传决赛场次的3-5分钟连续直播片段、直播数据截图（含观看人数、新增粉丝、点赞量、订单量、订单金额），并填写相关数据。未按时完成上传者，成绩作废。

决赛成绩组成如下：

新农人选手直播销售决赛主观分参照直播准备（主播形象、直播间搭建、产品的静态展示、商品链接）、直播表现及售后（产品特征及卖点介绍、销售产品展示方法、引导用户购买技巧、评论与回复处理技巧、赛后清场及环保）。

新农人选手直播销售初赛客观分参照直播数据及复盘：直播时长、观看人数、新增粉丝数、点赞量、订单量、订单金额等数据。

决赛成绩组成：决赛主观分+决赛客观分。（该成绩同步折算计入参加品牌大赛的品牌决赛成绩）

四、奖项设置

（一）第二届江苏品牌农产品营销促销大赛

金奖 2 个、银奖 5 个、铜奖 8 个。结合赛程中的品牌流量、大众裁判投票情况，增设网络人气品牌奖若干。

（二）第三届苏货新农人互联网营销大赛

初赛完赛时，按各设区市选出市级一等奖 1 名，二等奖 2 名，三等奖 3 名，优胜奖 10 名；决赛完赛时，选出一等奖 1 名，二等奖 2 名，三等奖 3 名，优胜奖若干。根据赛事短视频作品和选手直播销售订单量及金额等客观数据设最佳人气作品和直播带货冠军奖项。

五、违规不计分项

参赛过程中有下述情况，经赛区裁判员、裁判组长及督导人员核实后，成绩计 0 分，取消参赛资格：

1. 参赛过程或参赛作品中出现法律法规规定的禁忌用语；
2. 参赛过程或参赛作品中传播不良理念；
3. 参赛时直播品类或参赛作品中品类非组委会指定品类；
4. 其他严重不文明行为；
5. 其他经竞赛组委会督导组认定的违反参赛规则的行为。

六、注意事项

本次赛事最终解释权归赛事组委会所有。