

连接·创造价值

2016年“清江野渔杯”

湖北省大学生营销策划挑战赛

组织方案

主办：湖北省市场营销学会

承办：湖北土老憨生态农业科技股份有限公司

协办：湖北省市场营销学会会员高校及会员企业

二零一六年三月

目录

一、大赛主题.....	1
二、大赛赛制.....	1
三、参赛对象.....	2
四、大赛报名.....	3
五、大赛流程.....	3
六、评审规则.....	3
七、奖项设立.....	3
八、大赛宣传.....	4
九、土老憨公司提供的其他支持.....	5
十、组委会办公室联系方式.....	5
十一、大赛相关链接.....	5
附件一 预赛报名表.....	6
附件二 预赛规则及评分办法.....	7
附件三 优秀组织奖评选标准.....	8

一、大赛主题

随着微信、微博等移动互联网工具的诞生，传播已经不再是企业单方面的事情，优秀的营销是让顾客充分参与进来，让他们掌握传播的主动权，鼓励并激发顾客与品牌的互动，人人都是内容生产者。“清江野渔”作为立足湖北淡水鱼产业优势的全国鱼休闲食品领导品牌，必须在移动互联网时代，加强和消费者的连接，树立清晰的品牌个性。

本次营销挑战赛只在为在校大学生提供一个知行合一的实践平台，以【连接·创造价值】为主题，以“清江野渔”品牌鱼休闲食品为产品对象，在激发学生创意、锻炼学生组织策划能力的同时为他们提供一次实战演练机会。

二、大赛赛制

营销大赛分预赛、复赛、决赛三个阶段，层层选拔晋级。

1、预赛

题目：围绕当前“社会化媒体营销”的大背景下，通过企业实地调研、问卷调查、商超观察、二手数据搜集等方式，充分了解品牌定位、顾客需求与竞争状态的传播痛点，学习和借鉴近年来优秀的社会化媒体营销的案例，结合清江野渔的品牌定位和竞争态势，全面系统地分析清江野渔品牌战略，并在此基础上，根据自己的专长和喜好，制定对校园范围或面向社会的社会化媒体营销方案。

方案内容：

- 1.调研问卷、提纲和分析报告
- 2.清江野渔的品牌战略分析
- 3.社会化媒体营销方案（多种形式，多种载体）可选择的形式包括但不限于以下：文案、平面广告、病毒式广告短片、微电影、微漫画、互动式活动营销、H5、微信营销、品牌手游、创意包装、广告语等多种形式，多种载体。

方案要求：

具有科学性、完整性和可操作性。

预赛组织要求：

1.由各参赛学校自行组织，校内参赛队伍应不少于6支，预赛应以团队演讲的形式来进行评比，评委由各校区自行安排，可自愿邀请湖北土老憨公司的管理人员参加。

2.每个校区设一个大赛负责老师，校内参赛队伍报名信息统一汇总后在3月27日（最迟延长至预赛日期确定前）向学会秘书处提交。

3.团队报名信息一旦确定，团队成员不得更改。

4.预赛提交材料：调研分析报告、社会化媒体营销方案、预赛演示PPT。

5.预赛结束后，由大赛负责老师统一提交所有参赛团队的参赛提交材料及排名次序。大赛组委会根据报名信息和参赛材料齐备的团队数量来核定参赛队伍及奖项。

晋级团队：

- 1.各校获得预赛第一名的团队
- 2.在参赛队伍较多的赛区，组委会适当增加名额。
- 3.组委会组织专家对所有二等奖和三等奖的团队方案进行再评审，挑选优秀作品进入复赛。

2、复赛

题目：根据制定的社会化媒体营销方案，选取其中一个具体的形式或载体，设计具体内容。以下几点可供参考，但不局限于这些内容。

(1) 清江野渔平面广告：根据调研分析的结论，针对特定人群设计系列平面广告；

(2) 微漫画：围绕八百里清江策划品牌故事，以漫画的形式呈现；周黑鸭O2O未来实体店的设计，提供完整的功能布局方案；

(3) HTML5互动游戏：以清江野渔为主题，创意HTML5趣味性游戏，通过社交媒体传播互动，比如“清江野渔”邀您到清江钓野鱼儿。

方案内容：

- 1.社会化媒体营销方案总体思路
- 2.具体的方案设计与实施细则设计

方案要求：

具有针对性和深度，具备创新性和可操作性。

复赛组织要求：

1.由组委会统一组织，各入围高校组委会协助。所有晋级复赛的团队在规定时间内向组委会提交完整方案，组委会组织高校和企业专家进行评审。

2.复赛提交材料：社会化媒体营销方案总体思路、社会化媒体营销设计具体方案及实施细则。

晋级团队：

全省复赛产生18支团队进入决赛。

3、决赛

题目：

- 1.完善预赛和复赛制定的方案
- 2.将复赛方案进行小规模实施，评估实施效果。

方案内容：

- 1.方案的产生过程
- 2.方案展示
- 3.已执行的可展示实施过程和效果

方案要求：

创新性、实效性、吸引力

决赛组织要求：

1.由大赛组委会统一组织，各入围高校组委会协助。决赛现场评委全部由企业专家组成，现场全程影像记录并将优秀案例上传至优酷土豆等主流网络媒体进行二次传播。

2.决赛提交材料：方案（含具体方案展示与实施效果）文本和PPT。

决赛结果：

产生一等奖团队2支，二等奖团队6支，三等奖团队10支，并评选营销新星奖5人。

三、参赛对象

正规全日制大学在校学生（含研究生）。参赛学生在校内自行组成参赛团

队，每队5名队员，1名指导老师，每个团队的研究生参赛者不能超过3名。

预赛阶段，各高校参赛团队数量不少于6支。未完成规定比赛项目的参赛团队，视为弃权，不得参加预赛评奖。

四、大赛报名

预赛阶段报名：3月9日—3月27日，以团队为单位填写报名表，再以学校为单位统一发送至大赛组委会官方邮箱：hubeimarketing@163.com，以留作备案。各高校可根据本校实际情况适当延迟报名时间，但报名信息必需在本校区预赛日期确定前提交给学会并审核通过，否则视为无效报名。（预赛报名表见附件一）

复赛及决赛阶段报名：由大赛组委会通知各晋级高校团队，确认报名信息，各高校组委会将严格进行参赛资格审查。

五、大赛流程

总体时间：3月9日—5月31日

各环节起止时间：

报名——3月9日—3月27日：参赛团队提交报名表。

预赛——3月28日—4月30日：初赛方案制定，校园评选，产生复赛晋级队伍。

复赛——5月1日—5月20日：复赛方案制定与评选，产生18强进入决赛。

决赛——5月31日全天：现场答辩；产生一二三等奖及营销新星奖；颁奖。

六、评审规则

1) 评审专家

预赛评审由各参赛高校自行邀请专家及土老憨公司管理人员担任。复赛和决赛的方案评审工作由大赛执委会组织营销学会专家和土老憨公司相关负责人进行统一评审。

2) 评审办法

本次大赛采取淘汰制，层层晋级。

预赛阶段由各参赛高校自行选拔，胜出者进入复赛。复赛名额为初赛每6支队伍出线一支进入复赛，复赛胜出的18支团队进入决赛。

七、奖项设立

本次大赛设立学生团队奖、营销新星奖、优秀指导教师奖和优秀组织奖四类。

1) 学生团队奖项

预赛阶段评奖：各高校根据参赛队伍数量（至少保证6支队伍）确定校内一、二、三等奖，分别为一等奖1名、二等奖2名、三等奖3名（对于参赛队伍数量较多的学校，组委会根据其具体参赛情况适当增加获奖名额）；获奖名单由各高校组委会统一申报，大赛组委会统一制作证书，证书上注明是“XX学校赛区X等奖”，同时加盖湖北省市场营销学会公章。进入复赛的队伍，不重复发证书。预赛一等奖团队奖励1000元（500元的奖金+价值500元的奖品），直接晋级复赛，不发证书；预赛二等奖团队奖励500元（300元的奖金+价值200元的奖品）；预赛三等奖团队奖励300元（200元的奖金+价值100元的奖品）。

复赛阶段评奖：复赛产生18支队伍进入决赛。原则上进入复赛的所有队伍均已获得省赛优胜奖资格，如未进入前18名，则颁发省赛优胜奖证书，加盖湖北省市场营销学会公章。进入前18名的队伍，不重复发证书，省优胜奖团队无奖金。

决赛阶段评奖：进入决赛的18支队伍角逐一、二、三等奖，大赛设一等奖2名，二等奖6名，三等奖10名及针对个人的营销新星奖5名，颁发证书及丰厚物质奖励。决赛阶段所有证书均加盖湖北省市场营销学会公章。

进入复赛的18支队伍，将优先获得进入湖北土老憨生态农业集团的实习机会。

获得三等奖的10支队伍，分别获得1000元奖金及证书（一式五份），并优先获得湖北土老憨生态农业集团的招聘试用机会。

获得二等奖的6支团队，分别获得2000元奖金及证书（一式五份），除优先获得湖北土老憨生态农业集团招聘试用机会外，将另外获得湖北省市场营销学会专家的大赛表现评定与就业推荐信。

获得一等奖的2支队伍，分别获得5000元奖金及证书（一式五份），在前两者基础上，另外获得省营销学会会长与湖北土老憨生态农业集团领导联袂就业推荐信，可得到湖北省营销学会全部企业会员单位的优先见习工作机会。

2) 学生个人奖项

由决赛评委在所有决赛参赛选手中投票选出5人，获得营销新星奖，颁发奖杯与证书，拥有毕业后直接进入湖北土老憨农业生态集团工作的资格。

3) 教师奖项

每支团队限一名指导老师，每位指导老师最多可指导3支团队。凡进入复赛和决赛团队的指导老师均颁发荣誉证书，并给予一定物质奖励。

4) 组织奖项

大赛执行委员会将在所有参赛高校中评选出组织工作优异的高校授予大赛“优秀组织奖”，颁发荣誉证书，并给与一定物质奖励。

八、大赛宣传

大赛采取校园传播、媒体报道与电视录播等形式进行全方位宣传。大赛组委会办公室设专人负责收集汇总预赛、复赛、决赛三个阶段新闻报道，与湖北土老憨生态农业集团共同联络省内外相关媒体进行传播，并在湖北省市场营销学会微信公众号和湖北土老憨生态农业集团网站同步发布。

各高校组委会负责组织进行校园传播（具体要求见下），并将校园传播活动内容及效果形成包括文字、图片和视频等内容的总结报告，提交至大赛组委会，并在预赛和复赛阶段提供稿件给大赛组委会办公室，用于全面宣传。校园传播的总结报告作为评选“优秀组织奖”的主要依据。

1、校园传播

(1) 线上传播：

a. 微博，利用土老憨公司官方微博、各高校学生组织、团体等微博平台，推送大赛信息，促进转发，吸引人气，扩大影响力，鼓励学生参赛。

b. 微信，利用土老憨公司微信公众号、湖北省市场营销学会微信公众号、各高校学生组织、团体微信公众号，推送大赛信息，促进转发，吸引人气，扩大影响力，鼓励学生参赛。

- c. 建立参赛高校微信群，联络参赛高校的负责老师，在群里发布参赛相关通知、新闻、图片、视频，交流和共享参赛经验。
- d. 设立网络专区进行策划和设计方案投票。

(2) 线下传播：

- a. 各参赛高校举办大赛启动发布会，并提前做好宣传工作。
- b. 预赛报名阶段，各高校组织路演，进行宣传和报名。
- c. 各高校组织在教学楼、宿舍楼、食堂等明显处张贴大赛海报，悬挂横幅，派发宣传单页。
- d. 邀请企业高管到参赛高校进行大赛宣讲。
- e. 组织参赛团队到湖北土老憨生态农业集团调研参观。

2、媒体报道

从预赛到决赛阶段，组织武汉及湖北其它地市的主流平面媒体，进行系列深入宣传报道；同时通过新浪网、大楚网等主流网络媒体展开跟踪宣传。

3、电视录播

大赛的决赛阶段联系电视台展开专题电视录播，并通过学会网站、公司网站及相关网络媒体进行在线宣传报道。

九、土老憨公司提供的其他支持

- 1、土老憨公司高层管理人员将到部分参赛高校进行关于“企业创业”、“企业成长”等话题的演讲会。
- 2、公司将向提出申请的参赛团队提供到公司集团和生产基地参观的机会。

十、组委会办公室联系方式

武汉大学经济与管理学院 314 室
湖北省市场营销学会秘书处 邮编：430072
大赛专用邮箱：hubeimarketing@vip.163.com
联系人：徐岚 1898612312
廖以臣 13907114088
土老憨公司联络人：郑俊 13986752054

十一、大赛相关链接

湖北土老憨生态农业科技股份有限公司相关信息的链接：

- (1) 公司地址：湖北省宜昌市宜都市宜红大道666号土老憨科技园
- (2) 公司网站：<http://www.hbtlh.com>
- (3) 公司微信公众号：
土老憨集团：HanWayGroup
清江野渔：meiweiqingjiangyu

湖北省大学生营销策划挑战赛——预赛报名表

报名时间： 年 月 日

编号：XXX 大学 OXX 号

参赛队名称						
参赛学校 (全称)					所在区、市	
团队成员	姓名	性别	年级	院、系、专业	学号	备注(队长)
领队兼指导教师	姓名		所属院系		职称	
	电话		手机		E-mail	
团队联系方式	联系人姓名			联系电话 (2个)		
	通讯地址				邮编	
	电子邮箱(2个)					
团队介绍 (300字以内)						

注：此表由学生团队填写，再由各高校统一收齐发送至大赛官方邮箱：**hubeimarketing@vip.163.com**，以留作备案。

附件二 预赛规则及评分办法

题目：分析清江野渔的品牌定位及竞争态势，制定对校园范围或面向社会的社会化媒体营销方案。预赛主要考察参赛学生对清江野渔品牌的战略分析能力及在此基础上发展出的营销策划能力。

评分细则：该环节评分由市场调研报告（包括问卷（或提纲）和分析报告）、清江野渔的品牌战略分析报告以及社会化媒体营销方案（多种形式，多种载体）的得分组成。市场调研占总分的比重为20%，品牌战略分析报告占总分的比重为50%，社会化媒体营销方案占总分的比重为30%。

1、市场调研评分标准

项目	评分细则	得分
市场调研 (20%)	1、调研对象明确，针对性强。	
	2、调研方法设计合理，逻辑性强。	
	3、调研内容契合主题，为后续方案制定提供支持。	
	4、调研结果清晰、分析深刻、图表明确。	
	5、调研报告分析深入，逻辑清晰，并针对问题提出了建设性意见。	
总分		

2、清江野渔品牌战略分析方案评分标准

指标	指标说明	得分
方案内容 (30%)	1、有效性高：逻辑清楚、层次分明、有理有据，理论联系实际。	
	2、针对性强：问题把握准确，直指企业现实、重点突出，解决	
	3、系统性好：能够结合本地实际，提出整体性方案。	
	4、战略前瞻性：兼顾近期问题解决与品牌长远发展	
分析方法 (15%)	1、科学性：有明确、适用的设计方法，采用了定性和定量分析手段，能运用营销专业知识和技能。	
	2、复杂性：综合了多学科的知识，有完整的分析框架。	
	3、拓展性：除大赛提供的基础资料外，还有补充资料搜集整理	
创新性 (5%)	观点有创新，或有独立见解。	
总分		

3、社会化媒体营销方案评分标准

指标	指标说明	得分
方案内容 (20%)	1、定位清楚，具有显著的战略价值或商业价值	
	2、系统性强，完整全面，考虑周详	
	3、方案的创意和形式多样、各种创意和形式之间相得益彰	
	4、具有可操作性，有实现的投入回报预算方案	
创新性 (10%)	创意别出心裁，或创意的实现形式有新意。	
总分		

注：此评分表供各高校组委会参考。

附件三 优秀组织奖评选标准

一、预赛阶段（35%）

- 1、组织得力，参赛团队规模大（7%）
- 2、宣传良好，户外及媒体宣传有力（7%）
- 3、协调良好，校园公益活动顺利开展（7%）
- 4、评审公平，参赛过程中没有出现负面影响（7%）
- 5、影响良好，校园公益活动反响强烈（7%）

二、复赛阶段（15%）

- 1、组织良好，参赛团队及时提交报告（5%）
- 2、指导有方，参赛作品质量较高（5%）
- 3、宣传良好，校内外多篇新闻报道（5%）

三、决赛阶段（20%）

- 1、责任心强，全程参与，精心指导团队参赛（10%）
- 2、指导有方，参赛队伍表现突出（10%）

四、综合评价（30%）

- 1、配合意识强，能够始终与大赛组委会和承办方保持密切合作（10%）
- 2、工作积极主动，能够创造性组织本校区赛事活动（5%）
- 3、大赛全程影像资料齐备，为组委会提供良好后期宣传素材（10%）
- 4、全程宣传良好，在当地社会影响力极佳（5%）