

第十二届全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛“跨境电商实战赛道”阿里国际站比赛《指南及实施细则》

一、竞赛背景与平台介绍

为推动跨境电商快速发展，通过三创赛培养跨境电商实践人才，为跨境电商企业培养新文科创新人才，全国大学生“创新、创意及创业”挑战赛（以下简称三创赛）携手中国（杭州）跨境电子商务综合试验区建设领导小组办公室、杭州市出入境管理局、杭州市人社局、跨境电商国际知名第三方平台等单位，于2021年12月至2022年7月举办三创赛跨境电商实战赛道。

阿里巴巴国际站（简称“国际站”或“Alibaba.com”），是阿里巴巴旗下专注于跨境B2B的出口电商平台，成立于1999年，是阿里巴巴集团的第一个业务板块，现已成为全球最大的数字化贸易出口平台。国际站累计服务200余个国家和地区的超过2600万活跃企业买家，近三年支付买家的复合增长超过100%。国际站致力于让所有的中小企业成为跨国公司，打造更公平、绿色、可持续的贸易规则，提供更简单、可信、有保障的生意平台。

阿里巴巴国际站计划在阿里巴巴国际站赛道赋能学生创新创业，助力全国大学生“创新、创意、创业”，深化校企合作，培养兼备语言和相关专业知识能力的复合型人才，促进传统外贸数字化转型、助力跨境电商营销增长。

二、时间安排

1. 大赛报名（2021 年 12 月 20 日-2022 年 1 月 15 日）：
参赛团队通过三创赛官网 www.3chuang.net 报名，通过三创赛官网审核通过后，报名成功。

2. 选择赛道（2022 年 1 月 16 日-2022 年 3 月 1 日）：选择国际站实战赛的参赛团队，进入跨境电商实战赛门户 www.cbec100.com，用官网注册的账号和密码直接登录，选择“阿里国际站”比赛。

3. 赛前培训（2022 年 1 月 16 日-2022 年 3 月 15 日）：
在三创赛竞组委统一协调下，阿里巴巴国际站组织参赛团队参加赛前培训，培训根据各地区报名情况，分为线上和线下进行。

4. 校级理论赛（2022 年 3 月 16 日-2022 年 4 月 15 日）：
由学校或赛区组织，在 www.cbec100.com 以团队方式参加考试，内容为理论考试。

5. 省级实践赛（2022 年 4 月 16 日-2022 年 6 月 30 日）：
2022 年 4 月 16 日-2022 年 4 月 30 日期间，实践赛的参赛队伍可通过阿里巴巴获得实践赛所需的模拟平台操作账号。

2022 年 4 月 16 日-2022 年 4 月 30 日，实践赛参赛队伍进行第一轮在线模拟运营比赛。

2022 年 5 月 1 日-2022 年 6 月 15 日，各赛区组织第二

轮在线实战运营比赛，参赛队伍通过阿里巴巴实现与跨境电商 B2B 企业互选匹配，入驻企业使用真实企业账号进行店铺运营。

2022 年 6 月 16 日-2022 年 6 月 30 日，平台向竞组委交付各赛区参赛团队的比赛数据进行综合赛选拔。

6. 全国综合赛（2022 年 7 月 1 日-7 月 10 日）：三创赛跨境电商实战赛道全国总决赛。

三、参赛详情

（一）参赛要求

1.所有参赛选手须遵守三创赛统一规则，在三创赛官网报名，并通过三创赛校级赛组委会审核；

2.大赛为组队赛，每组成员为 3~5 人，配备 0~2 位高校指导老师，0~2 名企业指导老师。

（二）竞赛内容

参赛团队以阿里巴巴国际站为竞赛平台，在国际站团队支持下，在双方互选主动自愿的前提下，为每支参赛团队对接跨境电商 B2B 企业。对接企业后，参赛团队成员使用在阿里巴巴国际站“三创赛”项目组报备过的该企业国际站账号的子账号，从选品开始，完成包括发品、商品优化、视觉设计、店铺装修、营销推广、广告投放、数据分析等跨境电商 B2B 运营全流程商家成长任务，并结合运营实践进行创新创业思考，撰写方案。

（三）赛制及评比机制

1.大赛共设置 3 级赛制，理论赛为理论测试，实践赛为实战运营，综合赛为路演答辩；

2.报名开启后，所有选手通过三创赛官网登录报名并填写相关信息，完成报名；团队以队长注册的账号为代表，在组委会指定网站（www.cbec100.com）参加在线理论考试。

3. 理论赛（满分 100 分）

理论赛根据团队得分排名。

理论赛后推荐到实践赛的团队数量根据竞组委与各赛区组成的工作组下达的指标数确定，按照整个赛区参加国际站实战赛全部参赛团队的成绩由高到低进行推荐，一个高校不超过 10 支。

关键评价指标：店铺注册与管理、产品发布与管理、商机获取与管理、店铺营销、跨境电商数据分析、客户管理、交易管理、履约服务等国际站运营核心知识。

考试形式：共 100 个选择题/判断题，每题 1 分，满分 100 分，80 分通过。

学习资料：阿里巴巴国际站跨境电商 B2B 数据运营培训课程视频+PPT 培训材料

注：在这个阶段，无需导师指导，团队自学即可通过

4. 实践赛（满分 200 分）

第一轮：国际站模拟运营（100 分）

进入实践赛的队伍在本赛段需要进入指定阿里巴巴国际站模拟运营平台，按要求完成店铺基础建设、产品发

布管理、客户管理、店铺营销、交易管理、履约服务六个模块的指定模拟运营案例。

六个模块共 10 套运营模拟案例，正确完成每个案例的操作得 10 分，误操作或漏操作均不得分，每支队伍每名成员均需单独完成各自模拟运营，成员平均分记为团队分。

按团队分总分前 100 名的团队可进入第二轮实践赛。如有平分者，按照操作完成时间再次排序取优先完成的队伍。

第二轮：国际站真实运营（100 分）

通过实践赛第一轮的比赛队进入实践赛第二轮。参赛队需要在本赛段内，完成所有成长任务。

注：（1）阿里巴巴平台对成长任务仅提供操作攻略，在完成下列成长任务项目时，需要的各项具体运营参数，需要参赛队伍自行研究运营规则和案例，结合企业真实情况，摸索并创新。（2）阿里巴巴国际站平台更新迭代速度较快，本指南展示的下列成长任务会随阿里国际站平台的迭代而变动，实际任务内容和基准目标以第二轮实践赛开始时为准。（3）阿里巴巴国际站会尽量提供相对公平的竞赛环境，但跨境电商 B2B 行业本身存在的变动和偶然性以及不同企业间的客观差别不可避免，报名参赛同学默认为理解并接受这些在真实运营环境内的变动、偶然因素以客观差别。

根据成长任务完成率和完成效果进行计分：

序号	项目分类	项目名称	任务基准目标	分值
1	发品	发布潜力品	阶段行业标准值达标 后排名	1-10
2	发品	发布行业定向征品	50 个	10
3	发品	发布普通主图视频	20 个	5
4	发品	发布 RTS 品	20 个	10
5	基本设置	运费模板手动设置	1	5
6	基本设置	橱窗产品 100%满额设置	100%	5
7	营销推广	橱窗优化	点击率行业排名	1-10
8	营销推广	Trueview 数量	2	5
9	营销推广	设置 P4P 关键词推广方案	关键词转化率	1-10
10	营销推广	主动营销（EDM、活动）	1	1-10
11	商机	RFQ100%报价	服务分排名	1-10
12	商机	及时回复率	平均回复时长<6h	5
13	订单	卖家起草信保订单数	3 个	5

共 13 项成长任务，其中 8 项按基准目标完成即可得分。其余 5 项（即第 1、7、9、10、11 项）按相应指标排名计分，排名计分规则为，前 10%队伍各得 10 分，第 11%-30%队伍得 8 分，第 31%-60%队伍得 6 分，其余队伍得 4 分。

注：分值配比仅为考核依据，不代表国际站平台相关操作比重。

实践赛推荐到综合赛的团队数量按照竞组委下达的指标，以所有赛区参加阿里国际站实战赛并进入实践赛环节的团队成绩的分数从高到低推荐，一个赛区的团队数不超过 4 支。

5. 综合赛

进入综合赛团队提交实战流程复盘报告并进行方案演讲。

得分由两部分构成，分别是实践赛第二轮店铺实战运营得分和综合赛现场路演答辩得分。参赛团队实践赛第二轮满分 100 分，参赛团队在该赛段所得分数按 40%折算后计入决赛总分，决赛现场答辩得分按 60%比例折算后计入决赛总分，即：

综合赛得分=实践赛第二轮得分*40%+路演评分*60%。

路演答辩评分表

计分项	占比
创新（团队项目在产品选择、客户分析、客户服务等方面的创新点）	25%
创意（团队项目在产品宣传、店铺装修、营销活动设计相关音视频素材设计方面的创意体现）	25%
创业（团队项目实战复盘、经营效果、营销效果，如商品详情页点击率、询盘数量等；能否结合真实国际市场分析，洞察到新市场动态或者新潜力商品）	25%
演讲	20%
文案	5%

（四）补充说明

1.本次大赛本着公平、公正、公开的原则，对每支参赛队伍进行评比；

2.所有参赛队伍在复赛第一赛段统一使用阿里巴巴国际站提供的模拟实训账号，第二赛段统一使用阿里巴巴对接的真实企业的真实国际站账号的子账号；

3.参赛队伍产品销售在符合国家规定和阿里国际站规则的前提下，不限制营销方法，比赛期间销售产品产生的收益，按外贸行业一般规则，其利润的 10%归团队所有（由平台根据行业规则督促商家与参赛团队签署收益分配相关合同）；

4.参赛队伍在参赛过程中应遵守中国法律法规规定，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、商标权等纠纷而产生的法律责任，其法律责任由参赛者本人承担；

5.每支参赛队伍需签署诚信承诺书，一经发现包括但不限于刷单、恶意竞争等情况，取消参赛资格；每支参赛队伍须保证大赛中使用账号均属本队伍使用，不得转借、出让与他人，一经发现取消参赛资格；

6.参赛队伍同意大赛竞组委对队伍提供的数据、信息、材料等真实性进行调查及核实，参赛队伍将全力配合并及时提供证明文件、数据等资料；

7.因大赛组织需要收集参赛的队伍成员的姓名、联系方式、团队 ID 号、学籍等个人信息。竞组委将对所有信息进行保密，并仅供此次大赛使用；

8.参赛队伍已知悉大赛报名条件，并承诺已符合大赛报名条件且在参赛过程中始终保持该条件；

9.参赛队伍自将参赛资料送交大赛竞组委之日起，即许可大赛竞组委可以将其参赛资料在非商业用途下通过各种方式向社会展现。

四、奖项设置及政策支持

（一）理论赛与实践赛奖项

理论赛设置特、一、二、三等奖。原则上特等奖不超过参赛团队 5%(可空缺)，一等奖不超过参赛团队数量 10%，二等奖不超过参赛团队数量 20%（理论赛设置奖励的基数为阿里国际站实战赛道中进入理论赛的参赛队伍总数）。

实践赛设置特、一、二、三等奖。原则上特等奖不超过参赛团队 5%(可空缺)，一等奖不超过参赛团队数量 10%，二等奖不超过参赛团队数量 20%（实践赛设置奖励的基数为国际站实战赛中进入实践赛的全部参赛队伍总数）。

（二）综合赛奖项

综合赛设置特、一、二、三等奖。原则上特等奖不超过参赛团队 5%(可空缺)，一等奖不超过参赛团队数量 10%，二等奖不超过参赛团队数量 20%（综合赛设置奖励的基数为国际站实战赛中进入综合赛的全部参赛团队总数）。

（三）其他奖励与支持

所有理论赛与实践赛的获奖队伍，将获得阿里巴巴国际站提供的相应奖项的精美证书。

所有综合赛总决赛的获奖队伍，将获得来自阿里巴巴国

际站【以下简称企业】的如下奖励与支持：

1. 相应奖项的精美奖杯、证书；
2. 特等奖及一、二等奖另有团队奖金，特等奖团队 3000 元，一等奖团队 2000 元，二等奖团队 1000 元；
3. 阿里巴巴国际站及平台头部商家就业和实习内推；
4. 获奖队伍所在院校的相关专业，企业承诺：
 - 1) 提供全套免费的跨境电商 B2B 数据运营教学资源，价值 40 万元；
 - 2) 优先协助开展人才基地/产业学院建设；
 - 3) 对接跨境电商 B2B 企业资源，协助解决学生就业。

另外，总决赛的特等奖和一等奖队伍，将额外获得企业提供的阿里巴巴园区参观学习机会。