

附件 1:

2020 年南宁师范大学大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛参赛命题内容及说明

参赛题目一：老字号遇到新电商校园线上营销提案

比赛过程分为策划书撰写和现场答辩两个环节

产品范围： 国产服饰、家居（具体产品在答辩现场给出）

品牌： 历史在 70 年以上的中华老字号

策划主题： so old, so young , so () ? 括号中根据创意自行填写

策划目的：

让中华老字号品牌在新的消费群体中得到接受和认同，通过策划活动改变消费者对老字号品牌的认知，使得品牌年轻化，符合新一代消费人群的消费观念和文化。

目标人群： 95 后 00 后年轻消费者

建议列入事项：

1. 参赛者需要了解该产品老字号的历史；该产品或者品牌在电商平台的基本数据；
2. 在目标人群对产品的消费行为、对老字号的认知基点、媒体使用的偏好需要有数据支撑；
3. 策划提案中应包括新媒体在整合沟通、销售平台引流上的应用。
4. 整个提案应该围绕策划主题，在方案执行过程中体现出主题中年轻、好玩等属性。并有方案执行的过程材料，如活动宣传海报、媒体内容上的点赞、评论、或者活动执行现场照片等。

要求阐述：

1. 策划案应具备创意和落地性，充分体现出目标人群的行为特点

和消费需求。

2. 具体产品在答辩现场给出，均在策划产品范围内给出。参赛者应根据具体得到的产品进一步修改后呈现。

3. 参赛者应该用 ppt 编辑方案，在面试时修改 ppt 后，5 分钟呈现关键内容。

参赛题目二：非遗文化+国潮风+新媒体三合一策划方案单

比赛过程分为策划书撰写和现场答辩两个环节

载体方向：国产鞋子（具体款式和材料在答辩现场给出）

品牌：历史在 70 年以上的中华老字号

策划主题：让“非遗”国潮风融入生活，国货，很潮！（可在此范围自定相关主题）

策划目的：

谁说“非遗文化”只能在博物馆里出现？让跨界合作在非遗文化传承中成为一个可行选项之一，通过年轻群体所喜爱的国潮风，这次由比赛指定一个传播的文化载体，你们来联合各非遗项目、民族项目，赋予该载体年轻的生命力和品牌价值！

目标人群：95 后、00 后消费群体

建议列入事项：

1. 参赛者应在已有、或者新建的非遗或民族文化的项目背景和优势做出充分回顾后，与指定载体进行有机结合，推出符合目标人群所需要的创新产品。

2. 在目标人群对国潮风的认知基点、国产服饰种类、媒体使用的偏好需要有数据支撑；

3. 策划提案中应偏重新渠道的选择、新媒体（包括但不限于抖音、微博等）在沟通、引流、传播上的策划设计。

4. 整个提案应该围绕策划主题，在方案执行过程中体现出主题中年轻、国潮等属性。并有方案执行的过程材料，如宣传海报设计、产品设计图、媒体所投放内容上的点赞、评论、或者活动执行现场照片等。

要求阐述：

1. 策划案应具备创意和落地性，充分体现出目标人群的行为特点和消费需求。

2 具体载体在答辩现场给出，均在范围内给出。参赛者应根据具体得到的载体后进一步修改后呈现方案。并制作出 15 秒抖音内容一则。

3. 参赛者用 ppt 编辑方案，在面试时修改 ppt 后，5 分钟呈现关键内容。