附件三

**2024年首届“京华杯”**

**品牌企业电商直播擂台赛实施方案**

近年来，电商直播行业快速发展，已成为提高企业竞争力、拓展新渠道、新市场的重要途径，优秀直播人才需求日益凸显。为了挖掘和培养电商直播人才，推动企业电商直播行业的创新与发展，协会拟举办首届“京华杯”电商直播擂台赛（以下简称：电商擂台赛），为企业提供一个发现和选拔优秀直播人才的平台。

“2024年首届‘京华杯’电商直播擂台赛”，由北京品牌协会、北京财贸职业学院、北京市经营连锁协会、北京孕婴童用品行业协会联合主办，北京二商京华茶业有限公司冠名支持。赛事将通过竞技的形式，充分展示企业电商直播人才选拔、培养能力，充分展现参赛者的直播技巧、产品推介能力和团队协作精神。同时为消费者提供更多优质、有趣的购物体验，创新首都商贸流通产业发展。

**一、活动的目的**

1. 通过竞赛活动，搭建起一个互学互促、人才培养、立体传播、文化赋能的企业交流平台，帮助企业挖掘和培养一支直播带货网红队伍，充实企业电商直播力量，促活企业、个人用好短视频直播等互联网工具。从而打造网红经济，提高企业电商直播的覆盖面、参与率和知晓率，为企业电商直播注入持久动力，提升企业品牌知名度和品牌影响力，促进企业经济健康发展。**活动主题：**“展现品牌魅力，引领直播营销新风尚”

**三、活动机构：**

指导单位：北京市商务局

主办单位：北京品牌协会、北京财贸职业学院、北京市经营连锁协会、北京孕婴童用品行业协会

协办单位：北京商报、快来科技

冠名单位：二商北京京华茶业有限公司

支持单位：北京超市供应企业协会、北京市商业学校、团客互动、京拍当

本次活动组委会由专家、新闻单位、院校、企业和品牌机构等有关单位联合组成，下设专家评审委员会和竞赛办公室，统一组织赛前培训和赛事流程。竞赛办公室设在北京品牌协会。

**四、活动时间：**2024年6月至2024年9月

**五、赛制及内容**

1、培训内容：采取线上线下结合的方式进行培训，主要包括：

直播电商业务基本知识和行业趋势，包括：直播电商的概念、发展历程、市场规模、特点和优势等；

直播电商营销策略和营销技巧，包括商品布局、直播内容策划、直播间管理、主播管理和粉丝营销等；

直播电商法律法规，包括消费者权益保护、网络安全、知识产权保护等；

直播电商实战操作，包括直播设备的选购和设置、直播软件的使用、直播内容的制作和发布，个人风采展示等。

直播电商互动策略与数据分析，包括互动策略制定，产品互动游戏、优惠券和红包等，以及如何通过数据分析了解受众反馈和互动情况，优化直播内容和推广方式，提高直播的播放量和用户转化率。

2、交流活动安排

（1）观摩交流活动。组织选手参观企业直播基地、了解不同行业和不同企业直播基地建设等先进经验；

（2）宣传企业传统文化。组织选手参加优秀企业专项交流展示，如京华茶叶组织历代茶艺展示或斗茶大赛等；

（3）联合推广活动。与合作伙伴共同开展推广活动，吸引更多的参赛者和观众参与。

2、竞赛分组和考核内容：

为通过赛事更好发现、培养电商后备人才，推动校企合作、为企业选拔优秀的新生直播人才提供渠道，活动将设“企业组”和“大学生组”二个竞赛组别，设置选拔赛、决赛两轮竞赛。

（1）选拔赛：分为理论知识（占总成绩的30%）和直播实操（占总成绩的70%）两部分。

理论知识考核：组委会结合培训内容统一命题。考核时间120分钟，采取闭卷笔试方式进行。

直播实操：实时直播推销商品，选手自选场景对自选商品进行直播展示，提交直播视频专家评审。

（2）决赛：分为方案策划（占总成绩的30%）和直播带货（占总成绩的70%）两部分。

方案策划：要求选手按照竞赛要求完成选品方案、直播方案策划文案，提交直播短视频（60-90秒）

直播带货：分为自选商品带货直播和指定商品带货直播两场进行，要求选手按要求完成直播带货展示及专家现场提问选手答辩环节。两场总成绩平均数作为直播带货成绩。

自选商品带货：选手在组委会选定商品中任选1-2种商品直播带货；指定商品带货：选手对组委会指定商品进行专场带货及答辩考核。

3、评选方式：由专家评审委员会评委和现场观众对选手的直播表现进行打分，包括：选手表现、直播质量、内容创意、用户互动、专业知识、表现能力、销售技巧等方面进行打分。最终评选结果由评委打分和观众打分综合得出。

**六、参赛对象与报名方式**

1、参赛对象：具有电商直播经验或意愿的本市各企业个人（店长）或团队、相关单位在校大学生个人或团队。

2、报名方式：填写“首届京华杯电商直播大赛单位报名表”（附件1）、“首届京华杯电商直播大赛选手报名表”（附件2），报到组委会指定邮箱。

**七、奖项设置**

奖项设置：本次赛事设置一、二、三等奖，以及最佳短视频奖、最佳创意奖、最佳案例奖、最佳跨界奖、最佳人气奖等多个奖项，以鼓励不同方面的优秀表现的选手。

**八、宣传与推广**

1、参赛作品将在协会“讲述北京品牌故事”、北京财贸学院、北京市经营连锁协会和北京孕婴童用品行业协会等主办方线上专区播放；

2、参赛企业抖音号、微博、合作方视频号等网上平台播放；

3、制作专题宣传片、借力中轴线非遗文化宣传，推出京华茶叶等会员企业及产品、对老字号企业及品牌产品、企业开店政策等进行宣传；

4、通过北京商报等新闻媒体、抖音、小红书、微博等电商平台，多种渠道进行大赛的宣传与推广，提高大赛的知名度和影响力。