

重庆市大学生乡村振兴创意大赛组委会

重庆文理学院 重庆市高等教育学会 关于举办第四届重庆市大学生乡村振兴 创意大赛的通知

各参赛单位：

2024年是新中国成立75周年，是实现“十四五”规划目标任务的关键一年。为深入贯彻党的二十大及二十届二中、三中全会精神，学习运用“千万工程”蕴含的发展理念、工作方法和推进机制，进一步汇聚高校人才与智力资源，丰富重庆市农业农村现代化的实践路径，全面助力乡村振兴，打造大学生乡村创新创业优质平台、营造大学生乡村创新创业优越环境、探索大学生乡村创新创业实践路径，经研究，第四届重庆市大学生乡村振兴创意大赛由重庆市教育委员会、重庆市农业农村委员会、重庆市人力资源和社会保障局、重庆市文化和旅游发展委员会主办，重庆文理学院、重庆市高等教育学会、重庆市綦江区人民政府承办。现将有关事项通知如下：

一、大赛主题

振兴乡村，“綦”创未来

二、大赛时间

2024年9月-12月

三、总体目标

贯彻落实国家乡村振兴战略，发挥“高校人才+经验导师”的智慧，聚焦重庆各乡村片区在乡村振兴战略实施过程中的重点、痛点及难点问题，将其研发成赛题，实现“真题真做真落地”，引导广大高校师生参与乡村振兴行动。同时，通过赛事举办，引导广大企事业单位、社会机构、创意设计者更加关注、助力乡村振兴。

四、组织机构

主办单位：重庆市教育委员会、重庆市农业农村委员会、重庆市人力资源和社会保障局、重庆市文化和旅游发展委员会

承办单位：重庆文理学院、重庆市高等教育学会、重庆市綦江区人民政府

协办单位：重庆文理学院乡村振兴校友会、重庆武隆乡村旅游学院、武隆区沧沟乡人民政府、重庆南州文化旅游有限公司

媒体支持：人民日报、新华社、中新社、工人日报、重庆日报、华龙网、新浪网、学习强国、上游新闻等

大赛设立组委会、秘书处、专家组、监察仲裁组。

五、比赛赛道

本届赛事分为设计类、营销类和策划类三个赛道（附件1）。各高校师生可结合自身优势选择赛题进行创作，每组只能选择一个赛题，不能多选。

六、参赛对象

重庆市内外各高校在校生（本专科和研究生）和毕业五年内（2019年6月以后毕业）大学生均可报名参赛。参赛以团队形式参与，每队学生人数限2-5人，指导教师1-2人，须明确团队负责人，鼓励团队和指导教师跨地区、跨学校、跨领域、跨学科、跨专业自由组队。同时，根据市委市政府把“推动成渝地区双城经济圈建设作为市委‘一号工程’和全市工作总抓手总牵引来抓”的精神，鼓励各团队与四川省高校学生自由组队，同时鼓励省外高校学生积极参赛。据参赛团队负责人的学籍或学历确定参赛团队所代表的参赛学校，且代表的参赛学校具有唯一性。

七、比赛赛制

（一）大赛分为校级初赛、市级复赛和市级决赛。校级初赛由各高校完成项目的校内遴选，推荐至市级复赛。市级复赛以专家线上评审的方式进行。市级决赛以线下陈述答辩形式举行。组委会将综合考虑各学校报名项目数量、报名学生数量、往届比赛成绩等因素分配市级复赛比赛名额。

（二）每所高校入选市级决赛项目总数不超过5个。

八、赛程安排

（一）大赛启动

1.选村及出题。首先是调研选村，由竞赛秘书处组建专家团队分组开展调研，遴选出适合开展竞赛的乡村；其次调研出题，结合各乡村特色及发展需求，收集相关问题并转化为赛题，确定赛题后编制竞赛指南。

时间安排：2024年4月-8月

2.大赛启动。通过权威媒体发布大赛启动及赛点赛题等。

时间安排：2024年9月下旬

（二）大赛报名

1.大赛培训和赛点调研。组织各高校参赛或拟参赛团队开展大赛培训，邀请大赛专家、赛点有关人员就大赛规则、赛点情况、赛题解读、优秀案例分享、相关政策及专业知识等进行培训，以拓展参赛团队设计思路，帮助其完成大赛作品。同时，各高校自行组织参赛团队前往赛点进行实地调研（从本届开始，参赛师生必须前往赛点进行实地调研，否则其作品不能推荐进入复赛）。

时间安排：2024年9月-10月

2.参赛报名和作品提交。各参赛团队登录大赛专属平台

（“重庆市大学生乡村振兴创意大赛官网”，访问地址：

<https://cq-xczxds.cqwu.edu.cn>）进行注册报名、下载赛点资料包。

学生围绕选题，结合专业和特长，根据要求及时上传初稿作品。

时间安排：2024年10月31日中午12:00截止。

（三）校级初赛及市级复赛

1.校级初赛。各高校在大赛官网内登录学校账号，查看下载本校学生作品，完成校级比赛，决出优秀作品，并在大赛官网内推荐至市级复赛。

时间安排：2024年11月1日中午12:00-11月8日中午12:00截止。

推荐至市级复赛的作品需进行优化、修改，并在大赛官网内再上传。

时间安排：2024年11月9日中午12:00-11月17日中午12:00截止。

2.市级复赛。根据提交的项目设计方案，组织相关专家评委以盲评方式在大赛官网上进行市级复赛评审，对作品进行综合打分排名，并按规定遴选团队进入市级决赛。

时间安排：2024年11月18日-11月24日

推荐至市级决赛的作品需进行优化、修改，并在大赛官网内再上传。

时间安排：2024年11月25日-12月2日中午12:00截止。

（四）市级决赛

1.决赛路演。决赛团队进行作品陈述答辩，由专家评委按照公平、公正、公开的原则，对作品进行评选，并产生相应奖项。

时间安排：2024年12月上旬。

2.闭幕式暨颁奖典礼。举办大赛闭幕式，进行颁奖，时间、地点另行通知。

（五）推广转化。

组委会和赛点共同推进并支持优秀作品在赛点的转化落地，支持学生运用当地特殊资源进行创业。

时间安排：2024年12月至2025年4月

九、奖项设置

设置作品奖和组织奖，具体如下：

(一) 作品奖。以入围市级复赛的总作品量为基数，市级复赛成绩排名前 10%或前 30 名的作品（二者取数小者）进入市级决赛（其中专科院校作品占市级决赛总数量比例不低于 10%），市级决赛角逐特等奖和一等奖，其中排名前 30%为特等奖，其余均为一等奖。大赛对特等奖颁发奖金，冠亚季军分别奖励

“10000 元现金+价值 10000 元的綦江文旅礼包”/团队、“8000 元现金+价值 8000 元的綦江文旅礼包”/团队、“5000 元现金+价值 5000 元的綦江文旅礼包”/团队，其余奖励“2000 元现金+价值 2000 元的綦江文旅礼包”/团队。市级复赛作品按成绩排序 15%定为大赛二等奖，25%定为大赛三等奖，后 50%为优秀奖。三等奖及以上者均可获得由主办单位联合颁发的获奖证书和价值 500 元的綦江文旅礼包，优秀奖获得由大赛组委会颁发的荣誉证书。

(二) 组织奖。设优秀组织单位、优秀指导教师、优秀组织工作者若干。

(三) 增值奖励。对落户赛点创办企业的参赛大学生团队，按照最新政策享受支持。

十、评价标准

初赛、复赛评审参考指标从文化性、美观性、创新性、实用性、市场性等方面对作品进行评选。评审指标与分值见《校级初赛、市级复赛评审指标》（附件 2）和《市级决赛评审指标》（附件 3）。

十一、提交资料及作品要求

（一）报名参赛

参赛团队按要求在大赛官网上注册、报名、上传和修改参赛作品。校级初赛、市级复赛和市级决赛提交作品截止时间前，均可对作品进行优化修改。

（二）提交材料

1.初赛提交材料：包括但不限于调研报告、策划方案、图件展示、视频（音频）制作、影视剧本等类型。以上类型可单独提供，也可组合提供，作品总数不超过三个。非文本类的作品形式（如音视频、展示图等）需同时提供设计说明。

2.各类型作品格式

（1）以文本为主的作品：PDF 格式，小三号仿宋字体，行间距 28 磅，字数不超过 12000 字，命名格式为“高校名称-常规赛（专项赛）-项目名称”。

（2）以图件为主的作品：PDF 格式，页码不超 25 页，命名格式为“高校名称-常规赛（专项赛）-项目名称”。

（3）视（音）频类作品：MP4 格式，分辨率 720P 或 1080P，横屏画幅宽高比为 16：9，竖屏画幅宽高比为 9：16 或 9：20。要求画面清晰、声音饱满，时长 2-5 分钟，不超 500M，命名格式为“高校名称-常规赛（专项赛）-项目名称”。

注意：PDF 格式的作品方案为大赛必须提交项，与其他格式（若有）作品分别上传于大赛官网内对应通道。

3.进入市级决赛的参赛团队需根据陈述时间制作 PPT，供现场陈述展示，排版美观，格式不限。

（三）参赛者承诺

1.作品创作元素围绕乡村文化、历史遗迹、民俗民风、乡村生态等进行创作；使用被国家认定的非物质文化遗产、农业文化遗产等进行创作需附上说明。

2.参赛作品为原创作品，知识产权清晰，不存在任何法律纠纷，参赛者对其拥有完全知识产权，对已经转化落地的作品拥有署名权。

3.大赛组委会对参赛作品拥有宣传展示权、出版权及优先转让权，赛点对参赛作品具有优先使用权和宣传展示权（若涉及产生直接商业利益则需与参赛团队协商）。参赛者在大赛官网上报名即代表认可该事项。

十二、注意事项

（一）参赛团队及其成员应全面了解本次大赛规则。凡提交参赛作品者，视同已全面了解并接受大赛规则，自愿受其约束。

（二）参赛团队开展实地调研，须自行购买人身意外保险，高度注意人身安全，避免在极端天气和恶劣环境下开展调研。

（三）所有参赛作品应为原创设计，因作品带来的知识产权纠纷由参赛团队自行承担。如有剽窃、抄袭等违规现象，经大赛监察仲裁组核实后，酌情降级或取消竞赛资格，并通报所在单位。

（四）组委会可根据赛事推进实际情况及不可抗力因素（自然灾害、政策性调整、疫情等）对方案进行局部调整。

十三、联系方式

1.赛事联络员 QQ 群：619647614，请各学校指定两名工作人员（负责人、联系人）加入该群（参赛师生切勿加群），便于赛事工作沟通及交流，并做好本校参赛团队的组织 and 信息传递工作。填报表格见《学校联系人信息表》（附件4）。

为做好大赛的评审专家推荐工作，各高校可向组委会推荐教育专家、企业专家、创业孵化专家、技术专家、投资专家，推荐自愿，数量不限，推荐专家应德才兼备，在所在领域具有较高的专业水平和较强的分析判断能力，关心乡村振兴和支持大学生学科竞赛，客观公正参与大赛评审。填报表格见《专家推荐信息表》（附件5）。

以上表格请反馈至电子邮箱 78707355@qq.com，邮件主题和文件名均以“学校名称+联系人姓名+联系方式”命名。

2.竞赛秘书处联系方式

地址：重庆市永川区卫星湖文化旅游区重庆文理学院镜湖楼2308室（402160）

赛题咨询：王老师，13594629890

日常事务：李老师，19922386656；QQ：78707355

赛点事宜：郑老师，023-85881229；QQ：1291961050

大赛官网：<https://cq-xczxds.cqwu.edu.cn>

大赛公众号（重庆武隆乡村旅游学院）：



- 附件：1.大赛赛题指南
2.校级初赛、市级复赛评审指标
3.市级决赛评审指标
4.学校联系人信息表
5.专家推荐信息表

第四届重庆市大学生乡村振兴创意大赛组委会
重庆文理学院 重庆市高等教育学会（代章）

2024年9月26日

大赛赛题指南

赛道一 设计类

赛题 1：东溪镇永乐村景观环境优化设计

赛点：綦江区东溪镇永乐村

背景：永乐村为第一批中国传统村落，距离东溪古镇仅 500 米。该村生态宜居，新老东丁公路、东丁河由西向东贯穿其中，山环水抱，村落中交错分布的民居建筑、古建筑以及黄桷古树交相辉映，呈现出“小桥流水人家”的独特意境。作为延长东溪古镇旅游链条，弥补乡村旅游短板的永乐村，围绕“千亩良田、文化院落、东丁河流、古桥古树”等资源优势，充分挖掘永乐村“山水林田河”自然资源和历史、文化、乡贤等人文资源，创新设计乡村振兴田园项目，以农文旅融合发展推动一二三产有机融合。

要求：针对永乐村景观环境进行设计、整治、改造和提升，主要有两个项目：一是准确定位客源群体，创新开发具有原创性且能够突显主题的田园综合体项目，项目产品可以包括乡村休闲、自然观光、消费购物、农事体验、游乐活动、养生度假等。二是针对永乐村“双桂园”和“东丁雅苑”两个院落进行景观设计、环境改造、文化布局、路线导视，设计体现传统村落、具备现代生活条件的住宅和民宿，打造精致别样的乡村小院。以上两个项目可选择其中一个进行单独

设计，也可以将两个项目融合在一起进行设计。

赛题 2：东溪镇文创商品创新设计

赛点：綦江区东溪镇

背景：东溪古镇街区获评了重庆市市级旅游休闲街区，街区主要包括正街、朝阳街、书院街、背街、庙坝子美食街，街区集旅游观光、文化体验、餐饮住宿、娱乐购物、品茶看戏、文创时尚等多重功能于一体，既有古城古韵又有新貌新颜。目前，街区内具有地方特色的文创商品偏少。

要求：一是“土特产”伴手礼设计。以东溪古镇的“土特产”（如东溪黑鸭、东溪花生、东溪豆腐乳、霍二酥点、蓝莓酵素、东溪血豆腐等）为主要对象，融入古镇文化、农耕文化、非遗文化等，进行特色“土特产”组合伴手礼包装设计和品牌宣传，让伴手礼成为到镇游客必买的一款产品，打造东溪古镇特色“地域名片”。二是文创艺术品设计。围绕街区内西南地区最古老的邮局——麻乡约民信局，设计集邮政文化、历史风貌、风土人情展示为一体的明信片、信封、邮票等系列文创产品。

赛题 3：赶水镇草茺萝卜“加工赋能全季销”设计

赛点：綦江区赶水镇石房村

背景：赶水镇依托草茺萝卜等特色农业，以“粮头食尾”“农头工尾”为抓手，深入推进镇域内“龙头企业+村集体经济”一体发展，发展壮大4家村集体初加工，结合2023年新发布了以草茺萝卜为原型的“綦綦、多多、彩彩、创创、

新新”5个IP形象，全面推进草茺萝卜深精加工建设，重点向休闲包装食品、预制菜、腌腊制品等方向发展，打造了“赶水草茺萝卜”系列休闲食品10余个。

要求：在巩固赶水草茺萝卜鲜销优势基础上，通过加工延伸销售周期至全年，围绕萝卜初加工品、预包装风味食品等设计策划创新大单品，推动延长产业链、提升价值链，扩大萝卜产业的品牌建设和萝卜产品的销售潜力，助力“小萝卜”成为“大产业”。策划内容包括草茺萝卜特性分析、单品研发、市场研判、包装设计、创意营销等，作品形式以文案为主，可附加视频、音频、图集等。方案应突出创新性、市场性、技术性、落地性，最大可能地实现萝卜产业效益最大化。

赛题4：东溪古镇网红打卡点专题设计

赛点：綦江区东溪镇

背景：东溪古镇系中国历史文化名镇，为“巴渝第一场盐马古道津”。2000多年的历史孕育了红色文化、移民文化、盐马文化、抗战文化、僚人文化等宝贵遗产，现有木雕、草编、版画、竹编等市区级非遗项目18个，保存有市区级文物210处，以万天宫、南华宫为代表的人文景观73处，拥有西南地区最大的黄桷树群，5000多株黄桷树枝繁叶茂，素有“西南第一山水古镇”的美誉。现古镇推出品历史人文的“古镇文化游”和赏自然景观的“峡谷风光游”两条游线，深受游客欢迎。

要求：在“古镇文化游”和“峡谷风光游”两条游线沿线的重要路段、特色景点处，通过场景设计、氛围布置、文化植入等，设计打造系列具有东溪标识度的网红打卡点，让游客游之有痕、感之能言、言之能见。作品形式不限，建议图文并茂，对游客有足够的吸引力。

赛道二 营销类

赛题 1：老瀛山景区主题宣传片与短视频制作

赛点：綦江区三角镇

背景：老瀛山汇聚了典型稀有的木化石群、恐龙足迹化石群以及丹霞地貌等自然景观，不仅是国家古生物化石的集中产地，更是世界上唯一一处保存有全部恐龙足迹类型的恐龙遗迹化石群的地方，同时也是全国第二批国家级重点古生物化石集中产地之一。老瀛山有三大亮点，即莲花保寨、虎山丹霞和老瀛如来。莲花保寨坐落于一处天然形成的大型山体凹腔之中，綦江地区发现的大部分恐龙足迹都保存于莲花保寨内。虎山丹霞名称来源于崖面上因风化作用形成的两个巨大的象形文字“虎山”，崖壁雄奇险峻，在阳光映射下，红色峭壁如丹，红崖若霞。老瀛如来，是一座高约 30 米的天然石景观，因差异风化而形成。其脸型方正、天庭饱满、鼻梁挺直、表情庄重、目光炯炯有神，相传是如来佛祖的幻像。綦江区主题宣传口号“到綦江·如来如愿”的创意正是源于此景观。

要求：以“如来如愿”主题为主线，结合老瀛山资源特

色，特别是关于“老瀛如来”的文化传说，凝练老瀛山景区宣传主题，选取视频素材，拍摄特色鲜明的宣传片，制作出适合在数字媒体终端（如计算机、电视、投影、手机、平板、户外电子屏等）呈现的短视频（时间不超过5分钟），帮助老瀛山塑造景区形象，打造景区名片，提升景区品牌，提高景区美誉度和知名度。

赛题 2：“花坝杯”“村 BA”球王争霸赛升级策划

赛点：綦江区石壕镇万隆村

背景：石壕镇万隆村与贵州省习水县、桐梓县相邻，有“一脚踏三县”之称。该村已成功举办2024年“村 BA”球王争霸赛重庆赛区（綦江）总决赛和第八届“花坝杯”篮球赛。今年花坝杯“篮球赛”参赛队伍已达43支，覆盖渝南黔北的周边街镇，吸引线上和现场观众10万余人围观，带动糯玉米、方竹笋、红椿面等农副产品和餐饮住宿等消费600余万元。

要求：为进一步提升万隆村“花坝杯”“村 BA”球王争霸赛的知名度和参与度，需要参赛团队对赛事进行升级策划。策划书内容包含但不限于赛事现状、同质化分析、升级框架、预期效益、风险管控等。策划内容应结合万隆村实际，将万亩花坝草甸、神鹰山、李公坝、游乐场等吸引物，以及非遗文化、红色文化、农耕文化等融入其中，以增加消费和体现地方特色，避免与贵州及周边“村 BA”活动内容相雷同。

赛题 3：石壕镇高山村黄桃产业品牌设计及宣传推广

赛点：綦江区石壕镇

背景：石壕镇大力发展土特产资源，通过前期考察论证，2022 年全镇发展了 500 亩优质黄桃（采取集体公司+农户的模式），经过多年的培养管护，已形成 500 亩优质黄桃产业。

要求：为将进入成熟期的黄桃进行包装设计和宣传推广。设计要与地方特色相结合，突出黄桃产品特点，设计内容可以包括市场分析、营销定位、形象设计、项目创意、销售渠道选择、品牌塑造路径等，作品形式不限，打造形成高山村落独有的品牌，以地方品牌推动地方产业振兴和乡村振兴。

赛题 4：沧沟国际户外运动小镇市场引流与形象推广

赛点：武隆区沧沟乡

背景：武隆区沧沟乡属典型的喀斯特地貌，山地、水上、溶洞、峡谷等户外运动资源富集。按照武隆区“一心一核四区”户外运动空间布局和发展规划，沧沟乡拟打造喀斯特山地户外运动基地、桐梓山户外运动产业核心区门户和武隆区户外运动产业试点示范。经过初期建设，沧沟国际户外运动小镇的形象定位已经在一定范围形成。

要求：参赛队伍在对沧沟乡深度调研分析的基础上，以户外运动为主题，结合沧沟乡的历史、地理、文化和发展定位，创新策划多元化引流路径，实现流量变现、借势发展，最大化获得旅游收益。引流方式包括但不限于目的地线下宣传、传统媒介广告、户外场景营造、社交媒体营销、特色活

动引流、网红达人合作等，要求作品具有主题性、创新性、落地性，形式不限。

赛道三 策划类

赛题 1：三角镇红岩村农文旅创意项目策划

赛点：綦江区三角镇红岩村

背景：红岩村位于 4A 级旅游景区重庆綦江国家地质公园老瀛山景区核心区域，是綦江区国家农村产业融合发展示范园重要组成部分，也是全区唯一巴渝和美乡村五星级示范村，条件得天独厚、优势十分突出。但该村还未完全释放旅游的红利，知名度、影响力均不够，农文旅项目偏少且质量不高，缺乏成熟度较高的配套旅游线路和游乐设施，需进一步提升文旅项目的创新度，开发乡村旅游潜力。

要求：结合红岩村乡村发展实际，围绕景村一体融合发展，在典型稀有的木化石群、恐龙足迹化石群以及丹霞地貌等自然景观基础上，进一步挖掘老瀛山旅游资源，综合考虑红岩村区位交通优势、基础配套设施、特色农业产业、主题乡村民宿群建设等要素，准确定位客源群体，创新策划具有原创性且能够提升村落旅游影响力的文旅项目。项目方案呈现形式可多元化，项目须具有可行性、落地性。

赛题 2：三角镇红岩村乡村治理与文化活动策划

赛点：綦江区三角镇红岩村

背景：近年来，红岩村持续引导群众向上向善向好，有力改善社会风气。推进治理大操大办滥办宴席专项行动，刹

停“无事酒”。全村推行积分制和清单制，建成“六有”积分超市，调动群众参与乡村治理热情，完成“六张清单”编制。结合不同节点，全年开展活动 20 余场，持续开展十星级文明户等评选活动，通过“报、台、网、微、端”讲述红岩家风故事。但现有的乡村治理仍未覆盖全村，也缺乏让红岩原住民与新村民汇聚一堂的“出圈”文化节会活动，需进一步调动群众积极性，通过一系列文化活动全景式、多维度打造宜居宜业和美乡村新场景。

要求：以红岩村推动和美乡村建设为背景，进行乡村文化活动策划，调动村民参与集体活动积极性，提高村民自治能力，提高乡村治理的效能。可围绕基层治理、产业发展、村容整治、乡风文明、民生保障等方面进行活动策划。鼓励参赛作品与红岩村传统民俗、非物质文化遗产、历史典故等相结合，提高活动的文化性和趣味性。通过文化活动丰富乡村场景和业态，丰富村民的精神文化生活，增强社区的凝聚力和归属感。

赛题 3：石壕镇红色研学项目提档升级策划

赛点：綦江区石壕镇

背景：石壕是中央主力红军长征在重庆的唯一转战地，作为遵义会议的前哨、四渡赤水的序曲，红一军团司令部旧址、红军桥、红军洞、红军路、红军街、红军烈士墓等红色遗址保留完好，“司务长血染茅坝坪”“李树清冒死收留伤病员”等红色故事广为流传，还有黔北游击队万隆战斗遗址，

以及被誉为戏剧“活化石”的石壕杨戏。石壕先后被授予重庆市爱国主义教育基地、重庆市国防教育基地、重庆市“十大最美小镇”、重庆市历史文化名镇、重庆市烈士纪念设施等多个荣誉称号。近年来，石壕以浓厚的红色文化资源吸引了众多学生团队前来开展红色研学，但规模偏小、内容偏少。

要求：在分析石壕镇现有红色研学旅游产品的基础上，围绕长征主题红色革命文化资源，对研学旅行项目进行升级策划。类型可以是研学旅行课程设计、研学旅行线路设计和研学旅行基地策划。作品应坚持社会主义核心价值观，深入挖掘红色旅游资源中蕴含的爱国主义精神，凸显大赛主题。鼓励策划过程中与当地气候特点、传统民俗节庆、非遗、历史典故、体育项目、产业发展相结合，健全红色研学体系，提升红色研学质量。

赛题 4：赶水镇草萸萝卜节集会活动升级策划

赛点：綦江区赶水镇石房村

背景：赶水镇立足“草萸萝卜”金字招牌，积极开展一年一度的赶水草萸萝卜节，打造石房村草萸萝卜主题公园，整合梅子村苗族乡情文化、岔滩村赵通坝、麻柳村人居环境示范点，科学有序布局农耕体验中心、单位团建基地、市民休闲之地，创新推出“采草萸萝卜、赏苗族风情、品乡土文化、吃刨猪盛宴”为一体的草萸萝卜主题一日游，逆势成为冬季主城居民旅游热点。

要求：对草萸萝卜节进行深入调研，剖析目前该节庆开

展过程中存在的问题,对“草茺文化”进行全面挖掘和活化,利用域内文旅资源,策划包装萝卜宴、特色民宿、农事体验、乡村研学、萝卜展会、萝卜运动会等特色子项目,全面升级草茺萝卜节内容体系。内容包括但不限于基础分析、创意构思、活动安排、推广计划、效益分析等。

附件 2

校级初赛、市级复赛评审指标

序号	评审指标	说明	分值
1	设计和创作的可行性与落地性、应用情况和影响力	1.设计方案合理，语言准确生动，完整度高，专业性强，实际应用性强，充分体现当地文化元素等，产业发展可行性强； 2.规划设计符合国家及地区有关政策，设计思路清晰、具有较强的落地实施性； 3.思路清晰、设计落地性强、能解决乡村实际问题，能为乡村带来社会资源，有实际成效，后期运营保障性强。	60分
2	创意创新	设计和创作具有创新理念、创新设计手法，独特的创作思路，打造出具有当地特色的作品。	30分
3	作品资料完整性	严格按照作品格式要求提交作品，满足评审资料完整性要求。	10分

附件 3

市级决赛评审指标

序号	评审指标	说明	分值
1	独创性	1.构思、视角、创意、内容具有创新性、前瞻性、时代性、地域性等，符合乡村风貌、文化特色或乡村产业特色。 2.原创性强，主题鲜明、立意新颖，做到定位准确。 3.具有创新或技术突破，或工作方式方法具有创新性，取得一定数量和质量的创新成果。 4.在商业模式、产品服务、管理运营、市场营销、工艺流程、应用场景等方面取得突破或创新。 5.如有雷同或抄袭，酌情扣分直至取消比赛资格。	30分
2	可行性	1.内容符合乡村具体情况和现实需求，尊重民风民俗。 2.方案切实可行，具有较强的落地性，项目落地执行情况考察详实可行。 3.投资预算和经济技术指标合理，具有较强盈利潜力或盈利能力，经济效益好，能带动乡村共富，推动乡村就业，可推广性强。	25分
3	完整性	1.调研扎实充分，对行业、市场、技术等方向有详实调研，资料丰富，重在实地调研和实践检验。 2.问题诊断准确，能运用相关理论解决实际问题，有分析诊断深度。 3.商业模式设计完整，内容重点突出、合理实用。 4.在满足设计要求的前提下，充分考虑项目和周边各因素之间的关系。 5.与上级规划要求一致，并与村级发展要求保持一致。	20分
4	专业性	1.作品思路清晰、逻辑严密、表述流畅、格式规范、形式完美、图文并茂。 2.团队构成合理、分工合作，专业性思考能力和创作执行能力强。 3.团队与项目关系的真实、紧密性强，对项目的投入时间和精力充分，其实践具有正向的带动和示范作用。 4.团队陈述表达清晰，答辩回答问题准确。	20分
5	团队表现	过程认真，积极参与当地和组委会组织的活动，对当地建设有推动作用。	5分
6	宣传加分	团队在参赛过程中通过各种媒体（官方媒体、抖音、微信视频号、小红书、知乎、豆瓣、B站、微信公众号等）进行宣传，大赛官方公众号推送各阶段竞赛日志。每发布1篇加0.2分，总加分不超过0.5分。 说明： 1.9-11月，每个参赛团队每月最多可提供1篇宣传稿参与加分； 2.各学校官网、公众号和大赛官网、公众号发布的宣传稿，可直接加分；发布于其他平台的宣传稿需经秘书处审核通过才可加分。	+0.5分
7	组队加分	团队在参赛过程队员有四川省高校学生参加，加分0.5分。	+0.5分

附件 4

学校联系人信息表

学校名称（学校或部门盖章）：

负责人信息	姓名	
	部门	
	职务	
	联系电话	
日常联系人信息	姓名	
	部门	
	手机号码	
	办公电话	
	邮箱	

附件 5

专家推荐信息表

学校名称（学校或部门盖章）：

姓名	单位	职务	手机	邮箱	备注

注：备注标明专家类别，分为：教育专家、企业专家、创业孵化专家、技术专家、投资专家。其中教育专家是指在乡村振兴教育与管理、产业化方面卓有成效的校级领导、复合型高校教师、行政人员；企业专家是指大型企业的总公司管理层、主要业务部门（研发、生产、营销、人力资源）负责人、分公司或子公司 总经理及以上；中型企业的总公司管理层，分公司、子公司 总经理及以上；小微企业的董事长、CEO、合伙人等核心管理层；创业孵化专家是指创业孵化机构核心管理层以及核心业务部门负责人；技术专家是指科研院所、高校、企业等乡村振兴领域的技术人员；投资专家是指大型知名投资机构须为投资总监（或同等 级别的其他职级）及以上人员；一般投资机构须为本机构的投资副总及以上。