

中国职工互联网营销大赛参赛手册

一、报名事项

（一）报名要求

参赛人员必须严格遵守法律法规及《关于加强网络直播规范管理工作指导意见》《网络直播营销管理办法（试行）》《关于加强网络秀场直播和电商直播管理的通知》等相关文件规定和《抖音网络社区自律公约》要求。

（二）参赛对象

1. 具有中国国籍、年满 18 周岁、具有完全民事行为能力的职工。
2. 热爱直播行业，对互联网营销有浓厚兴趣。
3. 具有较好的思想政治素质，遵纪守法，爱岗敬业，诚实守信。

（三）报名渠道

1. 大赛官网、微博、抖音话题页、抖音账号、微信公众号等；
2. “职工驿站” APP；
3. “职工驿站” 微信公众号；
4. 中小企业合作发展促进中心微信公众号和官网；
5. 中关村人才协会微信公众号和官网；
6. 供销云仓微信公众号和官网；

7. 其他陆续开通中的渠道。

（四）报名方式

在各渠道报名页面，注册填写个人信息进行报名。

不同的报名通道略有差异。

（五）报名流程

1. 报名结束后，参赛选手添加大赛微信群，同一渠道参赛选手集中于同一微信社群。

2. 参赛选手在微信社群中获取选品链接等后续操作方式。所有操作方式均可在官网查询。

3. 大赛以抖音作为直播平台。抖音注册流程：打开抖音，选择登录，填写手机号注册，进入创作者服务中心，选择要发布的视频分类，编辑文案、视频，进行发布。

4. 由于疫情原因，原则上不组织大型现场集中比赛。各参赛选手自行安排直播地点，但比赛全程需统一直播活动主题及直播背景。

二、时间安排

（一）报名时间

即日 00 点至 2022 年 12 月 17 日截止。

（二）初赛

2022 年 12 月 18 日—2023 年 1 月 15 日（2023 年 1 月 1 日—1 月 2 日公布复赛榜单）

（三）复赛

2023 年 2 月 6 日—2023 年 2 月 19 日（1 月 18 日—1 月 19 日公布总决赛榜单）

（四）总决赛

2023 年 2 月 22 日—2023 年 2 月 28 日（将对大众组和专业组选手直播销售额、销售单数分别作以统计，总决赛结束后 15 天内公布最终结果）

三、大赛分组及要求

大赛分设大众组、专业组 2 个组别。

（一）大众组

1. 非 MCN 机构签约主播的选手可参加大众组比赛。
2. 大众组选手必须通过资格审查，然后自行在抖音平台上开设相关账号和开通购物车功能。
3. 大众组参赛选手参赛期间非比赛时段销售大赛选品库产品有相应主播佣金。

（二）专业组

1. 凡 MCN 机构签约主播的选手只能参加专业组比赛。专业组选手报名时必须填写所签约的 MCN 机构名称。
2. 专业组参赛选手 MCN 机构签约主播或个人粉丝达到 10 万人。凡是 MCN 机构签约主播，报名时必须填写所签约 MCN 机构名称。一经发现专业组选手进入大众组参赛，即取消其比赛资格。
3. 专业组主播选手参赛期间（含非比赛时段）销售大赛

选品库产品均有相应主播佣金。

四、奖项设置

大众组、专业组分别设立一等奖 2 人、二等奖 3 人、三等奖 5 人，优秀奖若干人，优秀组织奖若干。

五、直播规范

（一）禁止使用国旗、国徽等，禁止使用国家机构、领导人名义等，禁止损失国家利益等，禁止使用极限用语，禁止不利于未成年人、残疾人的身心健康等。

（二）禁止虚假宣传。虚假宣传是指宣传商品时的话术、文案、画面与实际商品有不相符的地方。具体表现为对商品参数进行不实描述、超范围宣传，包含过于夸大商品效果，给商品强加其没有的效果或没有被科学验证的效果，选手因对商品不够了解对商品的基本信息描述错误等。

（三）禁止诱骗交互。诱骗交互是指主播口播、背景板、贴纸、管理员评论等长时间出现诱导互动话术，表示用户需要互动，才可以获得优惠、福利、特权，甚至必须按要求互动才上架库存、有购买资格等。

（四）禁止诱骗秒杀。诱骗秒杀是指宣传“低价秒杀”、“免费送”等福利信息诱骗用户参与“秒杀”互动，但秒杀信息发布不规范，实际未兑现或无法兑现的推广行为。推广方式包括但不限于口播、贴纸、弹幕。宣传低价购买，实际未上架或未兑现承诺等。

（五）严禁传播庸俗、低俗、媚俗等画风低质、导向不良的内容。画风低质、不良导向是指卖惨营销、演戏炒作等行为，利用团队冲突、家庭矛盾、卖惨、辱骂、殴打、哭喊叫卖等违反公序良俗、博眼球元素、夸张剧情进行推广的行为虐待他人、歧视部分群体、吸烟行为、人员冲突、隐晦歧视攻击他人、违背公共道德等。

（六）禁止存在未成年口播参与营销等推广行为。

（七）禁止站外引流。

六、评分规则

（一）基础分（满分 180）

1. 赛中直播答疑：赛中直播答疑共计四次，凡是在答疑过程中关注大赛官方抖音账号，参赛选手+5 分；关注微博官方账号，参赛选手+5 分；关注官方公众号，参赛选手+10 分。共 20 分。

2. 直播时长完成：比赛期间完成基础直播时长 100 小时（有效开播，直播流量不封禁状态），记 30 分；不超过不记分。每额外直播满 20 小时，记 5 分。满分为 80 分，即直播时长超过 300 小时后不额外叠加分数。

3. 短视频发布次数：比赛期间完成基础短视频发布 30 条，记 30 分（有效发布，短视频不违规，非封禁状态）；不超过不记分。每额外发布短视频 5 条，记 10 分。满分为 80 分，即发布短视频超过 80 条后不额外叠加分数。

（二）账号表现分（满分 160）

1. 粉丝增长：比赛期间账号粉丝增长超过 2000，记 20 分；不超过不计分。每额外增长 1000 粉丝，记 5 分。满分为 60 分，即总粉丝数超过 10000 后不额外叠加分数。

2. 短视频表现：比赛期间单条观看量破 1 万的短视频每一条记 5 分，观看量破 10 万的短视频每一条记 10 分。满分为 50 分。（短视频需保留至比赛结束，如果中途删除则不计算分数）

3. 直播表现：比赛期间单场观看量破 1 万且平均在线时长不低于 40 秒的直播场次每一场记 5 分，观看量破 10 万且平均在线时长不低于 60 秒的直播场次每一场记 10 分。满分为 50 分。

（三）带货表现分

1. 大众组：参赛选手在比赛期间通过短视频及直播所产生的货品销售 GMV，销售件数达 50 件以上且 GMV 满 5000 元人民币开始计算分数（低于基础数值分数为 0），分数计算为 $GMV \times 0.001 + \text{销售件数} \times 0.01$ ，封顶为 500 分。

2. 专业组：参赛选手在比赛期间通过短视频及直播所产生的货品销售 GMV，销售件数达 200 件以上且 GMV 满 20000 元人民币开始计算分数（低于基础数值分数为 0），分数计算为 $GMV \times 0.001 + \text{销售件数} \times 0.01$ ，封顶为 1000 分。

（四）额外加分

1. 无论是专业组还是大众组周榜前十名，获得额外分数，以名次计算的方式前五名+10分，六至十名+5分。周增粉冠军、周直播时长冠军、周短视频发布冠军三项周单项表现前三名获得额外分数：第一名加10分，第二名加6分，第三名加3分。

2. 无论是专业组还是大众组在“832平台”（脱贫地区农副产品网络销售平台）产品排行榜周榜前十名，获可得额外分数：第一名+10分，第二名+9分，第三名+8分，至此类推。满分10分。

（五）货品要求

初赛、复赛、决赛三阶段，参赛选手需要在统一的商品库中选定带货商品，且包含相应赛事阶段所要求的必选商品。

1. 初赛阶段：包含必选品5件。
2. 复赛阶段：包含必选品10件。
3. 决赛阶段：包含必选品15件。

七、其他事项

1. 参赛选手根据自身需要决定是否参加相关培训。是否参加相关培训，不作为参赛的必要条件，也不影响参赛成绩。确有培训需要，参赛选手可以自愿参加，通过考核后可获得全国工商联人才交流服务中心颁发的“互联网营销师”初级电子证书。

2. 培训内容包括：互联网营销师及其团队定位（主播、

场控、运营铁三角组合)、平台特点剖析、短视频制作及流量分析、直播场景搭建、直播执行及流量分析、销售策略剖析、主播话术培训、促单憋单策略培训、直播脚本培训、场控技能培训、控场控单控流量技能培训、运营技能培训、商品分类、商品特点、选品技巧、选品组合策略等。

3. 培训时段：11月2日—11月25日。

4. 答疑：11月25日—12月3日，对课程问题进行在线答疑，集中答疑时间为4天。