

全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛

竞赛组织委员会文件

三创赛竞组委文〔2025〕03号

第十五届全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛

新零售电商实战赛实施方案

一、竞赛背景

近年来，国家政策持续强调扩大内需战略，推动消费市场的发展。2022-2024年期间，政府工作报告以及相关政策文件明确提出要促进生活服务消费的持续扩大，推动线上线下消费深度融合，发展消费新业态新模式等。新零售电商从概念提出到现在，已经展现出了强大的生命力，成为电子商务大家族中的一员，成为新质生产力。

我国社会消费品零售总额在2023年达到了47.1万亿+，餐饮行业规模达到5.2万亿+，显示出其庞大的市场体量。

然而，在如此好的政策条件和市场规模下，实体店仍面临诸多挑战。一方面，行业竞争激烈，客流量下滑，数字化程度薄弱，用户黏性低，营销成本高昂以及消费降级等问题普遍存在。以餐饮企业和个体户为例，全国平均每年门店淘汰率高于30%。为了破解零售经济中的难题，培养新零售电商人才，第十五届全国大学生电子商务“创新、创意及创业”竞赛组织委员会（以下简称“三创赛组委会”）携手重庆起飞线信息技术有限公司（组织专班，开辟“三创”新栏目）于

2024年9月至2025年8月联合举办第十五届三创赛新零售电商实战赛。

此赛事将线上零售技巧与线下实体门店相结合，充分锻炼参赛选手对具体业务场景中存在问题的观察能力、分析能力和知行合一解决问题的能力。通过对智慧 SaaS 系统的运用，以及参赛选手对实体商家经营问题的敏锐度和运用工具解决实际问题的能力，提升学生的职业素养和职业技能，以适应新零售行业快速增长的人才需求；

通过构建校企合作平台、校际交流平台以及大学生同台竞技的舞台，吸引企业、学生和教师积极参与大赛促教、大赛促学、大赛促创和就业等活动，为新零售行业培养应用创新复合型优秀人才。

重庆起飞线信息技术有限公司（以下简称“起飞线”或“竞赛合作企业方”）成立于2019年，是本届新零售电商实战赛唯一合作企业，其提供的起飞线应用&小程序，是一个集数据采集、数据分析、可视化于一体的门店智慧工具，可满足参赛选手在门店数据分析，财务分析等多方面需求，充分锻炼参赛选手利用内外部数据进行运营管理等方面的综合能力。

作为一家专注于服务实体门店数字化转型的创新型科技企业，起飞线的核心使命是通过先进的数字技术解决方案，切实帮助实体门店克服在数字化转型过程中遇到的各种挑战。2024年，基于对市场趋势的深刻洞察和对未来发展方向的战略规划，起飞线调整了全新的组织架构，成立了直营、加盟、战略、三创四大事业部，并实现了从互联网平台战略到全方位数字化工具战略的全面转型。

起飞线提供的门店智慧工具涵盖门店消费管理、积分系统、智能门店管理、跨界收益系统、会员赋能营销、互动抽奖系统等五大核心功能。五大功能模块紧密围绕实体门店的实际运营需求设计，旨在通过提供高效、便捷、安全的数字化解决方案，助力门店实现业务流程优化、客户体验提升及营销效果增强等多方面目标，从而在日益激烈的市场竞争中实现高质量发展。

为帮助大学生深入一线市场切实了解新零售电商的行业状况，培养其对创业活动的正确认知和积极态度，起飞线公司与三创赛竞组委达成共识、深度合作，共同成立了“三创赛专项项目部”（组成专家组），引导参赛选手深度探索和实践数字化工具在实体门店中的创新应用，让他们在实际操作中学习和掌握最新的数字化技术和商业模式，同时也为其未来成为社会经济发展的重要推动力量打下坚实的基础。

二、赛事时间和要点

（一）大赛报名和选择赛事

1. 报名时间。2024年9月25日——2024年12月31日止。

（1）准备报名。参赛者在报名参加三创赛前，务必认真阅读《第十五届全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛规则（2024年9月修订）》（以下简称《规则》）。

（2）填写承诺书。参赛者在三创赛的官网上报名时，首先要填写承诺书：本人已经认真阅读和完全认同三创赛《规则》；在整个参赛过程中一定按《规则》行事，如违反《规则》，责任自负。

2. 官网报名。参赛者在三创赛官网（www.3chuang.net）上报名。

报名时从常规赛和实战赛选项中选实战赛，然后选择“新零售电商实战赛”，填写团队具体报名信息。

3. 报名审核。各高校校赛竞组委对报名参赛者提交的报名信息进行审核，为通过审核的参赛者提供相关支持，为“新零售电商实战赛”平台在其后对参赛者的指导和服务提供准确的信息。

4. 合作签约。实战活动必须对接合作主体(起飞线公司三创专项)，参赛团体必须与合作主体签订相关的合作协议，协议必须体现符合国家法规的合作双方的权责利。

5. 比赛形式。新零售电商实战赛与常规赛形式相同，仍按校赛、省级赛、国赛三级赛事比赛。校赛常规赛和实战赛一起举行、省级赛、常规赛和实战赛可以一起举行或单独举行。国赛单独举行。

6. 竞赛培训。按《第十五届全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛新零售电商实战赛指南》(以下简称《指南》、见附件)实施培训。具体培训安排见后续培训通知。

(二) 实战赛活动

1. 实战时间：报名后即可开始实战活动(即9月25日即可开始)，直到国赛前15天结束。校赛、省级赛、国赛的实战赛各数据统计时间均为现场赛前15天截止。

2. 实战内容：按《指南》开展实战活动，创造实战业绩。

(三) 校级现场赛

1. 现场赛时间：2025年3月10日—2025年4月10日。

2. 项目报告提交：各参赛团队基于智慧门店系统实践活动提交一

份《第十五届三创赛新零售电商实战赛项目报告书》（在各级赛事项目合规检查时提交电子版 PDF 和演讲的 PPT；在现场比赛开始前提交纸质版），内容具体见《指南》。

3. 比赛形式：参赛团队在现场参加各级比赛时需向评委提供纸质版《项目报告书》（现场赛为纸质版、线上赛为电子版，《参赛团队承诺与说明书》《指导教师承诺书》均需附在封二、三位置）、演讲文稿（PPT 电子版）、新零售电商实战赛指定的实战平台产生的实战数据作为佐证材料。具体要求见《指南》。

4. 小组赛参赛团队答辩时间共 15 分钟（ ≤ 15 分钟），其中团队演讲 8 分钟（ ≤ 8 分钟），评委提问与参赛团队回答 7 分钟（=7 分钟）；终极赛每个参赛团队演讲 8 分钟（ ≤ 8 分钟）。

5. 团队的创业分（45 分）。其中创业准备（10 分）由现场评委根据创业的各方面准备情况和商业逻辑进行综合评分；创业过程（20 分）由平台给出参赛团队每周的实战过程数据，现场赛评委依据实战数据总体情况及持续性、稳定性、逻辑性和成效性等维度进行综合评分；创业业绩（15 分）由现场赛评委依据团队在创业业绩各观测点总体呈现及团队实战过程的持续性、稳定性、逻辑性和成效性等维度进行综合评分。对团队的创业分（45 分）为 0（合作企业没有数据给出）的项目，不被该赛事专家组承认，为无效项目，不计成绩，不能获奖。

（四）省级现场赛

1. 时间安排：2025 年 4 月 1 日—2025 年 6 月 30 日。

2. 比赛内容：见《指南》。

3. 比赛形式：见《指南》。

4. 省级现场赛要点：

(1) 在三创赛竞组会指导下，由各省级赛竞组委组织；

(2) 由各省级赛竞组委确定晋级该省级赛的各校团队名额并通知各校赛竞组委；

(3) 校赛竞组委接到通知后，尽快通知晋级省级赛的该校团队队长；

(4) 省级现场赛结束后给出省级赛的获奖名单，经公示通过后最终确认；

(5) 参赛者可以在校赛的基础上，在省级现场赛开始前，进一步拓展实战业绩，完善比赛文案，以便在省级赛上赛出更好的水平和风格。

(五) 全国现场总决赛

1. 时间安排：2025年7月—2025年8月（具体时间后期公布）。

2. 比赛内容：见《指南》。

3. 比赛形式：见《指南》。

4. 全国现场总决赛要点：

(1) 全国现场总决赛的具体时间、地点和各省晋级团队数另行通知；

(2) 参赛团队可以在省级赛的基础上，在全国现场总决赛开始前，进一步拓展实战业绩，完善比赛文案，以便在全国总决赛上赛出

更好的水平和风格。

三、竞赛说明

1. 参赛团队须在三创赛官网上报名，团队须是经教育部批准设立的普通高等学校的在校大学生（本科、专科、研究生均可，专业不限），经所在学校教务处等机构审核通过后方具备参赛资格。

2. 大赛为团体赛，为促进就业创业，鼓励高年级同学和外国留学生参赛，并配备 0--2 位高校指导老师，0--2 名企业指导老师。

3. 大赛本着公平、公正、公开的原则，参赛团队必须采用合法合规的营销方法，在竞赛过程中可能产生的经济收益归参赛团队及个人所有（与合作企业签订合同确定）；

4. 参赛团队在参赛过程中应遵守有关法律法规，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、商标权等侵权纠纷而产生的法律责任，其法律责任由参赛团队承担，参赛团队出现因所销售产品违反国家有关法律法规的情况，三创赛竞组委不承担任何责任；

5. 每个参赛团队需签署诚信承诺书，一经发现包括（但不限于）刷单、恶意竞争等情况，则取消比赛成绩；每个参赛团队须保证大赛使用账号均属本队伍使用，不得转借、出让与他人，一经发现取消比赛成绩；

6. 参赛团队同意三创赛竞组委对团队提供的数据、信息、材料等真实性进行调查及核实，参赛团队将全力配合并及时提供证明文件、数据等资料；

7. 因三创赛组织、管理和服务等业务收集的参赛者的姓名、联系方式、团队 ID、学籍等个人信息，仅供此次大赛使用；

8. 参赛团队已知悉大赛报名条件，并承诺在报名和参赛过程中始终保持该条件；

四、奖项设置

三创赛竞组委的授奖见三创赛规则。所有获奖者，将获得三创赛竞组委提供的相应奖项的数字证书。

三创赛新零售实战赛合作企业将视参赛团队的业绩情况，分别对优秀的团队、高校、省级赛区乃至全国总决赛给予参赛团队成员企业实习、招聘入职和物质奖励等。

第十五届全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛



2025年2月20日

第十五届全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛

新零售电商实战赛指南

为推动新零售电商业态的快速发展，引领大学生参与数字经济建设，将线上零售技巧与线下实体门店经营管理实践相结合，创新发展新零售，培养基于三创赛的新零售人才，为大学生就业、创业服务。第十五届全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛（简称三创赛）竞赛组织委员会与重庆起飞线信息技术有限公司合作，成立专班，开辟《三创新零售》新栏目，在第十五届三创赛中设置新零售电商实战赛。

一、赛事简介

1. 比赛目的

（1）以赛促学。培养互联网营销新型人才。通过新零售电商实战赛，让大学生深入一线市场切实了解新零售电商的行业状况，通过实践学习和掌握营销技巧、数字转型、电子商务等专业技能与行业规范，在比赛中增长数字营销实践经验。

（2）以赛促创。比赛中体验轻创业。通过新零售电商实战赛，让参赛学生了解新零售门店营销、经营的各个环节、团队组建与配合，在培训和大赛中找准自己定位，发掘自身能力。通过商家端、用户端以及参赛选手的互动，以实战创新带动创业，链接优质产品供应链，以赛事推动学生与刚需市场的紧密结合，边比赛、边创业孵化，在创业孵化中感受创新营销对各行各业带来的机遇与挑战，在创新实践中实现就业创业。

(3) 以赛促销。引领营销新方式、新渠道。参赛选手将帮扶门店开展营销活动的落地，帮助传统门店搭建新型宣传渠道，提高顾客的拉新率、留存率、复购率，将理论知识应用到实践中去，赋能传统企业数字化转型。

(4) 勤工助学。鼓励学生勤工俭学，树立正确的创业观念。新零售电商实战赛中，参赛者通过为合作门店提供新零售运营服务，可以获得一定的勤工俭学收入，此举意在培养参赛团队对创业活动的正确认知和积极态度，为未来的社会经济发展贡献更多有创新精神和实践能力的人才。

(5) 促进就业。探索就业新方向。大赛将“五力协同”深度融合，通过比赛对接企业对创新营销人才的需求来带动大学生就业，在比赛中全面提高学生的产品营销、活动策划、运营落地等能力，增强学生的实践技能，形成高校毕业生高质量就业的局面。

2. 比赛内容

第十五届三创赛新零售电商实战赛指定产品及平台为：起飞线应用&小程序“新零售营销工具”。各参赛团队根据赛事手册要求开展如下内容的实战：

产品营销：参赛团队应深入一线市场对传统新零售门店进行数字化产品的营销工作，让更多线下商户用上起飞线应用*小程序“新零售营销工具”。

商家运营：参赛团队应对已签约商家进行常态性维护，其中包括指导商家平台相关功能的使用，并及时对接和解决门店在实际使用中

所遇到的相关问题，帮助商家更好地利用“新零售营销工具”开展业务经营。

活动运营：参赛团队帮助合作商家策划落地营销活动，推动完成签约门店的用户注册和关系绑定，为商家带来更好的销售效果。

培训陪跑：新零售电商实战赛合作企业“新零售营销工具”平台在每个赛区安排陪跑专员，指导参赛团队更快地熟悉平台相关功能的使用及日常实战的答疑工作，为参赛团队提供供应链产品支持、实战指导培训、营销资源对接、实习就业、成果转化等全方位服务。

二、报名流程

1. 参赛团队通过三创赛官网报名。报名时从常规赛和实战赛选项中选实战赛，然后选择新零售电商实战赛，填写团队具体报名信息。

2. 校赛竞组委对参赛团队进行审核。各高校校赛竞组委对报名后的参赛团队提交的报名信息进行审核，为通过审核的参赛团队提供相关支持。

3. 参赛团队获取参赛手册和参赛证。团队提交报名信息后，参赛团队队长添加新零售电商实战赛赛事服务人员企业微信，工作人员将在3个工作日内将参赛手册发送至参赛团队队长微信，7个工作日之内授予参赛团队《三创赛新零售电商实战赛团队参赛证》。

4. 参赛团队开展新零售实战实践。参赛团队根据新零售电商实战赛赛事“新零售营销工具”服务人员发送的参赛手册指引和赛事线上培训，完成赛事平台注册、功能开通及账号绑定，然后根据赛事规则和要求开展新零售实战实践。

三、实战活动

1. 实战时间

第十五届三创赛于 2024 年 9 月 25 日正式开始报名，团队见此通知，即可报名参加新零售电商实战赛；报名后即可启动“新零售营销工具”项目实战。校赛、省级赛、国赛的实战赛各数据统计时间均为现场赛前 15 天截止。

2. 实战内容

(1) 参赛团队将与“新零售电商实战赛”平台的赛事陪跑专员进行衔接，由赛事陪跑专员指导参赛团队进行参赛手册的学习和操作。

(2) 参赛团队在赛事陪跑专员指导下开展商家合作对接，与合作商家主体签署合作协议，合作协议要求明确团队成员名称、合作主体单位名称、合作产品、参赛团队具体需要做的事情及商务利益约定等内容。

(3) 参赛团队在实战过程中需不断对合作主体的产品、营销、销售等数据进行迭代分析，展现出参赛者自身对新零售创新营销决策逻辑和经营策略的理解和实施。

3. 比赛形式

(1) 新零售电商实战赛仍然按校赛、省级赛、国赛三级赛事比赛，未参加上级赛事的团队不得参加高一级赛事。新零售电商实战赛校赛和省级赛可与相应的常规赛一起举行，鼓励有条件的省级赛区相对独立举办新零售电商实战赛省级赛，具体形式包括（但不限于）与其他实战赛联合举办省级赛，或若干省级赛区联合举办新零售电商实

战赛省级赛。新零售电商实战赛国赛独立举办。

(2) 参赛团队的实战数据由新零售电商实战平台实时采集和保存。各参赛团队按比赛规则要求在指定的赛事平台开设账号并完成账号绑定动作，新零售电商赛合作企业起飞线公司的三创合作项目服务团队将参赛团队在指定平台实战过程数据进行实时抓取记录、汇总和管理，并按与三创赛竞赛组委会的合作协议规定提交给三创赛竞赛组委会，以资三创赛评委使用。

(3) 参赛团队的比赛成绩由答辩现场评委给出。参加各级比赛时需向评委提供完整作品，包括《项目报告书》（现场赛为纸质版、线上赛为电子版，《参赛团队承诺与说明书》《指导教师承诺书》均需附在封二、三位置）、演讲文稿（PPT 电子版）、新零售电商实战赛指定的实战平台产生的实战数据作为佐证材料。

(4) 小组赛参赛团队答辩时间共 15 分钟（ ≤ 15 分钟），其中团队演讲 8 分钟（ ≤ 8 分钟），评委提问与参赛团队回答 7 分钟（=7 分钟）；终极赛每个参赛团队演讲 8 分钟（ ≤ 8 分钟）。

四、新零售电商实战赛评分规则

按第十五届三创赛竞赛规则第五十八条规定，在实战赛比赛评分细则中创业项分值为 45 分。

1. 新零售电商实战赛评分表

评分项目	评分要点	分值
1. 创新	新零售门店转型帮扶方式的独特性和新颖性，包括但不限于互动形式、场景设计、技术应用、内容策划等，参赛者应从目标的市场定位、客户细分、营销渠道选择等方面进行创新性思考；以及这些创新如何提升新零售行业的数字化水平、服务质量及用户体验等。	0-15 分
2. 创意	参赛者应根据不同类型的新零售企业因地制宜地对营销实践活动进行内容形式上的选择、设计及策划、实施、复盘等，通过区别于传统营销的创意性营销，进一步帮助新零售商家完成数字化转型迭代，吸引、维持、提升消费者兴趣，并增强新零售企业的吸引力和辨识度。	0-15 分
3. 创业	参赛团队根据赛事内容要求开展创业，取得真实的创业成绩和成果；评价指标主要包含创业准备、创业过程、创业业绩，详情见“新零售电商实战赛创业分评分规则”；平台给出本团队实战活动的数据供参赛团队制作《项目报告书》（可作为附件全部引用）。	0-45 分
4. 演讲	团队组织合理、分工合作、配合得当；服装整洁，举止文明，表达清楚；有问必答，回答合理。	0-15 分
5. 文案	提交的文案和演讲 PPT 逻辑结构合理，内容介绍完整、严谨，文字、图表清晰通顺，附录充分。	0-10 分

2. 新零售电商实战赛创业分的各指标内涵及评分依据

指标项	子指标项	指标说明	观测点	评分方式
创业准备 (10分)	创业准备	<p>1. 参赛团队自行注册公司或与合作主体签订相关的合作协议。</p> <p>2. 参赛团队搭建内部团队,如项目负责人、技术专家和市场营销人员等,以形成完整的项目团队;同时还可聘请外部顾问或合作伙伴,如行业专家和法律顾问等。</p> <p>3. 参赛团队需要明确项目的资金需求、财务预算和资金筹措情况。</p> <p>4. 参赛团队运用科学的方法和工具推动营销实践的落地实施,以确保所在团队所制定的方式方法满足市场需求并具有竞争优势。</p>	<p>1) “团队所有人完成协议签订”</p> <p>2) “团队组建以及人员分配”</p> <p>3) “团队内资金规划”</p> <p>4) “签约商家物料的准备”等创业条件</p> <p>备注: 观测点数据在策划书中展示。</p>	<p>现场评委根据团队在主要观测点方面的完备情况和商业逻辑进行综合评分。 (0~10分)</p>
创业过程 (20分比赛阶段持续运营,每周应有业绩产生)	签约门店数	<p>参赛团队应保持持续签约商家并达成相应数据,计分细则如下:</p> <p>周达标额:参赛团队成功签约门店的数量计入考核,每周1个为标准达成量;</p> <p>月考核额:每月应至少有4周标准量达成,则可获得2分;累计达标2周以上不满4周,可获得1分;两周以下不计分;</p> <p>每自然月累计签约8个及以上,则可获得额外的1分;</p> <p>全赛程累计成绩0-10分。</p>	<p>1)每周签约商家数是否达标;</p> <p>2)每月是否达标4周;</p> <p>3)每月累计商家签约数量。</p> <p>备注: 观测点数据由平台提供。</p>	<p>现场赛评委依据团队在各观测点总体表现及持续性、稳定性、逻辑性和成效性等维度进行综合评分。 (0~20分)</p>

	注册用户数和提高用户和客户的满意度	<p>参赛团队应对已签约门店进行市场活动的帮扶及数字系统服务的售后指导及维护，并达成相应数据，计分细则如下：</p> <p>(1) 参赛团队需帮助门店完成每周10个用户的注册及关系绑定，每周10个用户为标准达成量；</p> <p>(2) 月考核额：每月应至少有4周标准量达成，则可获得2分；累计达标2周以上不满4周，可获得1分；两周以下不计分；</p> <p>(3) 每自然月累计新增用户数量完成80个及以上，则可获得额外的1分；</p> <p>(4) 全赛程累计成绩0-10分。</p>	<p>1) 每周新增用户数是否达标；</p> <p>2) 每月是否达标4周；</p> <p>3) 每月累计新增用户数量。</p> <p>备注： 观测点数据由平台提供。</p>	
创业业绩 (15分)	有效交易额	<p>已签约门店后续所产生的交易流水总额计入考核指标，计分细则如下：</p> <p>(1) 门店每周有效交易流水额应达到200元及以上，每周200元为标准达成量；</p> <p>(2) 月考核额：每月应至少有4周标准量达成，则可获得2分；累计达标2周以上不满4周，可获得1分；两周以下不计分；</p> <p>(3) 每周按本周发生有效交易额生成本阶段本赛区的排名，赛区内排名得分=(1-排名比系数)*2分；</p> <p>(4) 全赛程累计成绩0-15分。</p>	<p>1) 每周有效交易流水额是否达标；</p> <p>2) 每月是否达标4周；</p> <p>3) 每月累计总有效交易流水排名情况。</p> <p>备注： 观测点数据由平台提供。</p>	<p>现场赛评委依据团队在各观测点总体表现及团队累计完成的有效流水总额，生成各团队创业业绩分数。 (0~15分)</p>

备注说明：

1. 参赛团队在公域平台所有经营活动必须符合国家法律法规以及

平台规则，参赛团队刷单违法、虚假数据违规，一旦确认，取消比赛成绩。

2. 以上所有指标项，是在指定平台绑定关联后完成的数据才能纳入数据汇总。平台数据交由第三方公证处对整个比赛过程中的数据进行公证。

3. 参赛团队在校赛阶段应具有 6 周及以上的实战数据；参加省级赛的团队在校赛基础上应至少新增 4 周实战数据；参加国赛的团队在省级赛基础上应至少新增 4 周实战数据。平台实时记录参赛团队全过程的实战数据，并给出参赛团队的各指标全周期（以周为时间单位）可视化数据图，各参赛团队需在现场赛将可视化数据图呈现在文案中。

4. 最终排名比是在本赛区的累计销售业绩进行排名，根据排名比给予相应排名比系数。

5. 最终排名比是在本赛区的累计订单数和累计销售业绩进行排名，根据排名比给予相应排名比系数。业绩排名前（0, 5%]，排名比系数取 0；业绩排名（5%, 15%]，排名比系数取 0.2；（15, 35%]，排名比取 0.4；（35, 60%]，排名比系数取 0.6；60%以上，排名比系数取 0.8；

6. 现场评委和竞组委可在平台上查询参赛团队实战全过程数据和累计数据。

五、注意事项

1. 本次大赛本着公平、公正、公开的原则，参赛团队必须遵循法律法规，采用正当合规的营销策略，确保竞赛环境纯净，促进健康竞争。

2. 每支参赛团队需签署诚信承诺书，一经发现包括（但不限于）刷

单、恶意竞争等情况，则取消比赛成绩；每支参赛团队须保证大赛使用账号均属本队伍使用，不得转借、出让与他人，一经发现取消比赛成绩；

3. 参赛团队同意三创赛竞组委对团队提供的数据、信息、材料等真实性进行调查及核实，参赛团队将全力配合并及时提供证明文件、数据等资料；

4. 因三创赛组织、管理和服务等业务收集的参赛团队成员的姓名、联系方式、团队 ID、学籍等个人信息，仅供此次大赛使用；

5. 参赛团队已知悉大赛报名条件，并承诺在报名和参赛过程中始终保持该条件；

6. 对于在实战赛平台企业没有参与记录和产生相关数据的参赛团队，视为无效的实战赛团队。

六、联系方式

第十五届三创赛新零售电商合作企业服务专班指定联系方式。



七、其他说明

1. 有关新零售电商实战赛规则的进一步完善由第十五届三创赛新零售实战赛专家组负责。

2. 第十五届三创赛常规赛和实战赛章程的最终解释权属第十五届三创赛竞组委。

第十五届全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛

新零售电商实战赛专家组

2025年2月20日