

第十九届全国大学生文旅与会展创新创业 实践竞赛会展竞赛广西赛区实施细则

第一部分：旅游竞赛概况

主办单位：中国国际贸易促进委员会商业行业委员会

中国国际商会商业行业商会

中国商业经济学会

承办单位：桂林理工大学南宁分校

一、赛项设置

旅游竞赛分策划、调研、营销和研学数智化运营管理模拟竞赛四个组别。

二、奖项设置

（一）参加文化旅游竞赛（策划、调研、营销和研学旅游数智化运营模拟四个组别），广西赛区线上赛按照赛项分别设置一、二、三等奖。

（二）获得广西赛区一等奖队伍推荐参加全国赛线上赛，不设置奖金奖励。

（三）本次竞赛活动还将设立最佳院校组织奖和优秀指导教师奖等奖项。

（四）由承办单位以正式发文形式公布上述决赛结果。

三、参赛费用

广西赛区赛组委会不收取参赛费。

四、竞赛形式

竞赛分知识赛、校赛、省赛（选拔赛）三个阶段。知识赛和省赛（选拔赛）分别由各参赛院校和省级竞赛组委会组织进行；本次竞赛采取线上方式进行，选拔赛入围队伍线上参加全国总决赛分组赛。

（一）知识赛

个人形式参赛。参赛选手在线参加院校统一组织的知识测评，时长 120 分钟，满分 100 分。答题后 10 个工作日内通过电子邮件形式反馈竞赛成绩给各参赛院校。知识赛成绩合格（60 分及以上）者有资格组队参加省赛（选拔赛）并自愿申请相关专业类证书，具体申请办法另行通知。

知识赛由各院校统一组织报名，广西赛区知识赛截止时间为 2025 年 8 月 30 日，各院校参赛队伍需参加国赛组委会统一组织的知识赛考试。具体考试时间请各院校负责人联系省赛组委会。



（二）校赛或省赛（预选赛）

请各学校积极开展校赛准备工作，校赛优秀作品入选广西赛区区赛。校赛时间由各高校自行制定。

（三）广西赛区总决赛

广西赛区总决赛，采取线上形式。须注意，参加总决赛分组赛的所有参赛人员不可以跨校组队，可以本校内跨专业组队，总决赛方案必须为原创作品，不接受已发表或已参加其他赛事的方案参赛，如发生以上行为，一经查证，将移送广西赛区仲裁委员会仲裁，严重者将取消参赛成绩并进行通报批评。

五、竞赛时间安排

时间	竞赛活动	活动形式	竞赛方式	地点	备注
5月5日-7月30日	报名阶段	公开	/	广西	
5月15日-8月30日	知识赛	个人赛	闭卷笔试	各参赛院校	
7月30日	报名截止	所有赛项	/	/	
8月15日至8月20日	竞赛培训班	个人培训	/	沈阳	国赛组委会组织
9月20日	省赛（选拔赛）作品提交	团体赛（3-5人）	线上评审（盲审）	广西赛区	
10月10日	公布入围全国赛（线上赛）的院校名单	公开	/	/	

六、参赛方式

所有参赛团队登陆大赛官网：ccpit.mooccollege.com 进行报名。

七、作品提交要求

省赛（选拔赛）阶段作品提交事项请参照评分细则中的参赛作品要求提交作品，如旅游新业态策划作品提交要求：

（一）命名规范

作品名称需以《XX 策划方案》命名。

（二）文本要求

文本需以 Word（.doc 或 .docx 格式）或 PDF 格式提交，采用 A4 纸排版。正文部分不少于 5000 字（不含封面、参考资料和附录），总页数不得超过 50 页（含封面、目录和附录等）。文本封面需单独设计，包含队长及队员姓名、联系方式等信息，但不得出现院校名称或指导教师信息。

为体现竞赛的公平、公正，所有参赛作品方案、PPT 文档、视频内不能出现院校名称、指导教师姓名等影响评审的信息。

八、评分标准

(一) 各赛项评分标准详见各竞赛细则。

(二) 扣分细则:

1. 若以任何形式(如文字、校徽、图片、口头等)透露所在院校信息或指导教师信息,包括在参赛方案文本或展示 PPT 中出现相关信息,将扣 5 分。
2. 若最终提交的参赛方案字数、格式、页数等不符合大赛组委会规定,扣 5 分。
3. 若有参赛队员跨校参赛,涉及到的每支团队扣 2 分。

九、其他事项

主办单位有竞赛变更之权利,未尽事宜请详询广西赛区竞赛组委会。

本次竞赛最终解释权归广西赛区竞赛组委会。

十、竞赛仲裁

为确保竞赛的公平、公正和透明,参赛队伍有权对竞赛过程中出现的争议或纠纷进行裁决的程序。申诉应在比赛结束后 24 小时内由指导教师以书面形式提交,内容包括事件描述、发生时间、依据规则及相关佐证材料。仲裁委员会收到申诉后,会组织相关人员对事件进行调查,调查过程中,仲裁委员会有权要求相关方提供证据或说明。竞赛仲裁依据具体的竞赛章程和规则进行裁决。

十一、联系方式

(一) 国赛组委会

地 址: 北京西城区复兴门内大街 45 号(100801)

网 站: ccpit.mooccollege.com; www.cubec.org.cn

联系人: 马泽鹏 18810834866

齐 琪 17813293920

电 话: 010-66095399

传 真: 010-66095399

电 邮: 974565542@qq.com

(二) 省赛组委会

地址: 广西崇左市扶绥县空港大道 21 号桂林理工大学南宁分校(空港校区)

联系人: 陈聪 15676210885

邮 箱: 497267291@qq.com

第二部分：旅游新业态策划

一、竞赛内容

结合国家发展改革委发布的《产业结构调整指导目录（2024 年本）》中规定的旅游新业态模式，任选 1 个旅游目的地，可以是已经建成的旅游景区也可以是有开发价值但还未建设的地区。结合：文化旅游、康养旅游、乡村旅游、红色旅游、工业旅游、科技旅游、入境游和自驾游等其中一个或多个新业态模式进行旅游目的地策划。

二、竞赛形式

团体赛形式，每个团队由 3 至 5 名参赛学生组成。每队指导老师 1-2 名。竞赛采取旅游新业态策划方案评审的方式。

三、竞赛要求

作品需明确“+旅游”新业态主题，选择具有目的地属性的大到城市、区县、乡村等，小到旅游区、社区、景区点等，包括但不限于旅游目的地规划、体验项目设计、观赏性节目创意、营销项目策划等；立足不同类型的旅游新业态需求和市场特点，结合地区旅游发展实际，突出项目的原创性、体验性、市场性、时代性等特点，最大可能地实现项目落地转化。在旅游新业态策划方案和 PPT 陈述中必须包括以下重点内容：

（一）**旅游新业态模式解读**：清晰阐述所选的旅游新业态模式（如文化旅游、康养旅游等）的核心特点和发展趋势；分析该模式与所选旅游目的地的契合度及潜在优势。

（二）**旅游目的地概述**：详细介绍所选旅游目的地的地理位置、自然人文资源、现有旅游设施等；分析目的地的市场定位、目标客群及竞争优势。

（三）**策划理念与定位**：提出旅游目的地策划的创新理念，强调与传统旅游模式的区别；精准定位新业态在目的地旅游发展中的战略地位。

（四）**产品与服务设计**：设计符合所选新业态主题的旅游产品与服务，如主题线路、体验活动、特色住宿等，强调产品的独特性和市场竞争力。

（五）**市场分析与营销策略**：分析所选旅游目的地的市场需求、竞争态势及潜在消费者；制定针对性的营销策略，包括品牌建设、渠道拓展、宣传推广等。

（六）**实施计划与预期效益**：制定详细的实施计划，包括项目时间表、投资预算、人员分工等；预测新业态策划实施后的经济效益和社会效益。

（七）**风险评估与应对策略**：识别并分析项目实施过程中可能面临的风险；提出相应的风险应对策略和措施。

四、相关建议

（一）深入研究“+旅游”新业态模式。参赛者在策划前需对所选的旅游新业态主题进行深入研究，了解其发展趋势、市场需求和成功案例，以便更好地将新业态模式融入旅游目的地策划中。

（二）突出地方特色与文化内涵。在策划过程中，要注重挖掘和突出旅游目的地的地方特色和文化内涵，通过文化元素的融入和创意的设计，提升旅游目的地的吸引力和竞争力。



（三）注重市场分析与定位。市场分析和定位是策划成功的关键。建议参赛者对目标市场进行深入的调研和分析，明确旅游目的地的目标客群、消费习惯和需求特点，以便制定有针对性的营销策略和产品设计。

（四）强化资源整合与协作。旅游新业态的发展需要整合多方面的资源，包括自然景观、文化遗产、产业基础等，实践“以文塑旅，以旅彰文”。建议参赛者在策划过程中应加强与相关部门和企业的协作，共同推动旅游新业态的发展。

（五）关注可持续发展。在策划方案中，应充分考虑环境保护、资源节约和社区参与等方面，应结合旅游业发展新趋势，利用新技术，体现科技、数字、绿色等相关元素，推动旅游新业态的可持续发展。同时，也要关注旅游目的地对当地经济的贡献和带动作用。

五、参赛作品要求

（一）命名规范

作品名称需以《XX 策划方案》命名。

（二）文本要求

文本需以 Word（.doc 或 .docx 格式）或 PDF 格式提交，采用 A4 纸排版。正文部分不少于 5000 字（不含封面、参考资料和附录），总页数不得超过 50 页（含封面、目录和附录等）。文本封面需单独设计，包含队长及队员姓名、联系方式等信息，但不得出现院校名称或指导教师信息。

六、竞赛评分细则

一级指标	二级指标	指标说明	分数
方案文本 (100 分)	模式解读	清晰阐述新业态模式的核心特点和发展趋势，理解深入，分析准确。	15
	目的地资源	详细介绍分析旅游目的地资源背景和市场状况。	30
	实施计划	创新策划理念，设计符合新业态主题的旅游产品与服务，制定详细实施计划（包括项目计划、投资预算等）。	40
	风险评估	识别并分析项目实施过程中可能面临的风险，风险识别全面，分析深入。	15

第三部分：旅游项目调研

一、竞赛内容

以已建成的 AAA 级及以上景区为调研对象，聚焦景区品牌建设、游客满意度、游览路线设计等其中一个方向进行调研（也可自选其他内容）。通过多种调研方法完成真实的调研报告，提出切实可行的改进建议，助力提升游客满意度或预测景区发展前景。

二、竞赛形式

团体赛形式，每个团队由 3 至 5 名参赛学生组成。每队指导老师 1-2 名。竞赛采取会展项目调研报告评审的方式。

三、竞赛要求

参赛团队需结合市场调研相关专业知识，对所选择的旅游项目进行背景调研、实际情况调研，进行项目分析评价并提出改进建议。旅游项目调研主要内容包括但不限于：

（一）调研背景与目标

简要说明项目所在旅游行业的整体发展情况及其竞争环境，为调研奠定基础；明确调研目标，概述所选旅游项目的基本信息，包括项目类型（如景区、酒店、文化体验活动等）、规模、运营方、历史背景及市场定位。

（二）调研内容与方法

详细描述调研的重点内容，明确调研范围（如市场营销、游客体验、资源利用、产品设计、运营管理等具体维度）。同时，阐明调研方法的选择与运用（如问卷调查、游客访谈、数据统计与分析等），并简要说明数据来源的可靠性和适用性。

（三）调研结果

基于调研数据，呈现项目的实际运行情况，分析项目在各个调研维度上的表现（如游客满意度、市场份额、运营效率等）。结合数据分析，深入剖析项目存在的问题或不足，并明确这些问题对旅游项目整体发展的影响。

（四）调研结论

基于调研发现，提出针对性结论，明确旅游项目的关键问题与发展机遇。结合行业趋势和调研结果，提供改进建议，如优化营销策略、改善游客服务、提升景区管理效率、开发新型旅游产品等，并详细阐明建议的可行性与实施路径。

四、参赛作品要求

（一）命名规范

作品名称需以《XX 调研报告》命名。

（二）文本要求

文本需以 Word（.doc 或 .docx 格式）或 PDF 格式提交，采用 A4 纸排版。正文部分不少于 4000 字（不含封面、参考资料和附录），总页数不得超过 50 页（含封面、目录和附录等）。文本封面需单独设计，包含队长及队员姓名、联系方式等信息，但不得出现院校名称或指导教师信息。

（三）真实完成



作品应附上能够证明开展真实调研过程的相关材料,如现场图片、调研问卷、访谈记录等,确保调研的真实性和完整性,为评审提供详细的依据与参考。

五、竞赛评分细则

一级指标	二级指标	指标说明	分数
报告文本 (100 分)	选题依据	清晰阐述调研旅游项目的基本信息、聚焦旅游项目的现实问题,明确调研目标,信息准确,逻辑清晰,具有解决问题的实用价值。	15
	方法科学	明确调研旅游项目的哪方面内容,调研时间和调研方法设计合理,过程科学严谨,样本选择和数据采集过程符合规范。	20
	数据分析	对景区的市场环境、竞争优势、潜在挑战进行深入分析,数据准确,分析中肯,能指出发展机会和威胁。准确识别景区存在的问题,提出切实可行的改进建议,建议具有针对性和创新性。	50
	文本规范	报告语言表达流畅,结构条理清晰,术语运用准确,格式和排版符合正式报告的规范要求;能提供证明真实开展调研的佐证材料。	15



第四部分：旅游目的地营销

一、竞赛内容

选择一个城市或乡村，结合其地方资源撰写营销推介方案。方案需运用当地文旅产业资源，结合地方发展愿景，策划营销事件并设计宣传推广策略，以吸引游客、提升旅游知名度和增加旅游收入。

二、竞赛形式

团体赛形式，每个团队由 3 至 5 名参赛学生组成。每队指导老师 1-2 名。竞赛采取方案评审的方式。

三、竞赛要求

结合旅游管理、市场营销等相关专业知识，对所营销旅游目的地进行系统分析，提出定位与发展目标，并形成行之有效的科学营销方案，主要内容包括但不限于：

（一）目的地介绍：对目的地的详细介绍，包括地理位置、文化背景、旅游资源等方面的信息。

（二）市场分析：进行详细的市场调研，包括潜在客源市场分析、竞品分析、行业趋势预测等，识别并分析项目潜在风险，提出相应的风险应对策略。

（三）营销推广：提出创新性营销策略，包括市场定位、目标客群、推广渠道等方面。设计具有吸引力和创意的推广活动，包括线上线下活动、社交媒体营销等方面。

（四）财务预算：切合实际制定合理的预算规划，包括推广费用、资源利用等方面。

（五）项目实施可行性、各部分逻辑性及可持续性（最大可能实现项目落地转化）

（六）项目创意与特色（立足不同类型的文化旅游需求和市场特点，突出项目的创意亮点，展示与众不同的营销理念和方法）

每个参赛队可按自己的策略及项目特色对以上内容有所侧重，并选择是否在营销方案及演示中包括其它相关内容的陈述，例如：品牌塑造、危机管理、信息管理、人力资源管理等等。

四、相关建议

（一）加强市场调研与分析：参赛团队应深入调研旅游目的地的市场环境，包括市场规模、客源结构、竞争态势等。对旅游目的地的竞争优势劣势进行分析，以便针对性提出营销策略。

（二）明确目标群体与定位：参赛团队需明确旅游目的地的目标客群，分析其消费习惯、旅行偏好和决策过程。根据目标客群的特点，制定具有针对性的营销策略，突出旅游目的地的独特卖点。

（三）创新营销策略与活动：鼓励参赛团队提出创新性的营销策略，如利用新媒体平台、社交媒体推广、线上线下活动等。设计具有吸引力的营销活动，增加游客参与度和体验感，提升旅游目的地的知名度和美誉度。

（四）注重可持续发展与环境保护：参赛团队应在策划方案中注重旅游目的



地的可持续发展。强调旅游活动与当地的互动，促进经济、社会 and 环境的可持续发展。

（五）科技与数字化的应用：参赛团队应利用科技和数字化的工具，如虚拟现实（VR）、增强现实（AR）等，提升游客的体验和参与度。通过数据分析、智能化推荐等技术手段，提供个性化的旅游服务和产品，满足游客的个性化需求。

五、参赛作品要求

（一）命名规范

作品名称需以《XX 营销推介方案》命名。

（二）文本要求

文本需以 Word（.doc 或 .docx 格式）或 PDF 格式提交，采用 A4 纸排版。正文部分不少于 5000 字（不含封面、参考资料和附录），总页数不得超过 50 页（含封面、目录和附录等）。文本封面需单独设计，包含队长及队员姓名、联系方式等信息，但不得出现院校名称或指导教师信息。

六、竞赛评分细则

一级指标	二级指标	指标说明	分数
方案文本 (100 分)	现状分析	旅游目的地的主要旅游资源，包括自然景观、人文景点、活动体验等。旅游资源的特点、独特性和市场竞争力。分析当前旅游目的地的营销策略、推广活动和渠道使用情况。	30
	市场分析	对旅游目的地的市场环境、竞争优势、潜在挑战有清晰的分析，评价中肯，能够指出发展的机会和威胁。	40
	营销推广	营销目标明确，策略创新，推广活动具体且有吸引力，能够有效吸引目标客群。	20
	财务预算	预算合理，损益分析准确，盈亏平衡点预测合理，最好和最坏情况分析全面，应对措施可行。	10

第五部分：基于 AIGC 研学旅游数智化运营模拟

一、竞赛内容：

竞赛由研学旅游数智化运营管理模拟、项目汇报两部分组成。

（一）研学旅游数智化运营管理模拟

学生以“队”为单位，采用上海晨鸟信息科技有限公司提供的基于 AIGC 的研学旅游数智化运营管理仿真博弈平台进行线上研学旅游数智化运营管理模拟实验。

二、竞赛形式

竞赛以团队赛形式进行，每队应由 3-5 名全日制在读学生(含本科、高职)和 1-2 名旅游管理大类或相关专业的指导教师组成。参赛选手不得跨校组队，但是鼓励同校间跨专业组队。不得由研究生同学代替参加比赛，一经发现取消全队比赛资格。

研学旅游数智化运营管理模拟部分采用基于 AIGC 的研学旅游数智化运营管理仿真博弈平台进行，时间为 120 分钟。

每所参赛院校限报 2 队伍。

初赛队伍得分以研学旅游数智化运营管理模拟得分为准，按成绩由高到低排序确定晋级全国线上分组赛队伍，每所院校至多可有 1 支队伍晋级。决赛队伍得分由研学旅游数智化运营管理模拟得分和项目汇报两部分相加，按总成绩由高到低排名，确定获奖队伍。

全国大学生文化旅游与会展竞赛
National University Students Culture Tourism and MICE Contest

三、参赛要求

研学旅游数智化运营管理模拟部分采用大赛组委会指定的基于 AIGC 的研学旅游数智化运营管理仿真博弈平台进行。具体要求请参照国赛组委会的要求。

四、赛事培训

报名该赛项的选手，组委会将安排软件使用培训，相关培训不收取任何费用。

五、评分标准

广西赛区区赛队伍得分以研学旅游数智化运营管理模拟得分为准（总分 100），评分规则具体如下：

表 1. 初赛研学旅游数智化运营管理模拟评分细则

评分项目	说明	分数
实验操作 (满分 50 分)	包括研学旅游课程设计、研学旅游产品设计与营销、研学旅游指导、计调、研学基地运营管理、研学旅游数据分析、AIGC 应用等，由系统进行 AI 自动评分。	50
实验结果	依据研学旅游运营利润情况，利润最高小组得 50	50



2025 全国大学生文旅与会展竞赛实施细则

(满分 50 分)	分，其它小组得分=该小组利润/最高小组利润×50，保留两位小数，利润为负的小组得 0 分。	
总分		100

六、其他事项

(一) 报名登记成功后，组委会将根据填报信息为参赛团队创建基于 AIGC 的研学旅游数智化运营管理仿真博弈平台账号。

(二) 组委会统一为所有参赛院校安排一次免费培训，培训具体时间另行通知。

(三) 技术支持、联系人：

孙老师（手机号：13402061340，微信同号）



全国大学生文化旅游与会展竞赛
National University Students Culture Tourism and MICE Contest