

“江苏银行杯”第三届江苏省高校
“丝路电商”创新挑战赛

评审细则

目录

第一章 大赛总体框架	1
一、组织架构	1
二、参赛对象与基本要求	1
三、三大独立赛道	2
四、赛程安排	3
五、奖项设置	3
六、评审总体规则	3
第二章 赛道设置与评审细则	5
赛道一：OPC 智能体创新应用	5
赛道二：购在中国（江苏）留学生短视频赛道	10
赛道三：长三角“丝路电商”商务模拟案例创新赛道	18
第三章 通用评审规则	21

第一章 大赛总体框架

本届大赛紧扣江苏省外贸新业态培育、数字贸易创新发展、国际传播效能提升、长三角区域协同发展核心需求，设置三大独立赛道。为便于各参赛团队对照把握，现将大赛组织架构、参赛要求、赛道设置、赛程安排、奖项设置与评审总体规则统一梳理如下。

一、组织架构

层级	单位
指导单位	江苏省教育厅、江苏省发展和改革委员会、江苏省商务厅、江苏省人民政府外事办公室、共青团江苏省委员会
主办单位	江苏省外国经济学说研究会、中国（江苏）自由贸易试验区研究院、南京大学自贸区综合研究院
支持单位	江苏省高等教育学会、江苏高校国际传播能力建设联盟
承办单位	南京航空航天大学经济与管理学院、南京航空航天大学国际教育学院
冠名单位	江苏银行股份有限公司
协办单位	南京世格软件有限责任公司

二、参赛对象与基本要求

参赛对象：江苏省内全日制普通高等学校本科生、研究生均可组队参赛，鼓励跨专业、跨年级交叉组建团队，支持中外学生联合组队参赛；留学生短视频赛道仅限江苏省高校在读外国留学生（含专科层次）报名参赛。

组队形式：以团队为单位参赛，每队成员 3—5 人，每队可配备 1—2 名高校专职指导教师，鼓励邀请企业行业导师联合指导。

参赛限制：每位学生仅限加入 1 支参赛队伍，不得跨赛道重复报名参赛。

作品要求：参赛作品须为参赛团队原创成果，团队拥有完整自主知识产权，不得侵犯他人著作权、专利权等合法权益，且未参与其他同类省级及以上竞赛活动；严禁抄袭、剽窃、盗用等各类违规违纪行为，一经查实将严肃处理。

三、三大独立赛道

本届大赛设置三个独立赛道，参赛团队自主选择单一赛道报名，严禁兼报多个赛道：

赛道	名称	核心主题
赛道一	OPC 智能体创新应用赛道	智赋丝路，数创出海——OPC 智能体赋能江苏“丝路电商”提质增效
赛道二	购在中国（江苏）留学生短视频赛道	好物江苏，丝路传声——留学生带你打卡中国（江苏）好货，直播“丝路电商”
赛道三	长三角“丝路电商”商务模拟案例创新赛道	长三角协同·实战操盘·决策推演——丝路电商全流程商业模拟创新实践

四、赛程安排

阶段	时间	内容
报名启动	2026 年 4 月 21 日—5 月 10 日	各高校组织报名、校内遴选，统一汇总后报送组委会，逾期不予受理
初赛评审	2026 年 6 月 20 日—6 月 30 日	分赛道组建专家评审组，线上集中评审，遴选晋级决赛队伍
决赛准备	2026 年 7 月 10 日—10 月 20 日	晋级团队根据反馈优化、准备决赛
决赛答辩	2026 年 11 月 21 日（星期六）	晋级团队赴指定地点参加现场路演、答辩展示，现场打分、综合评议
决赛地点	南京航空航天大学（将军路校区）	

五、奖项设置

大赛按赛道分设一等奖（含特等奖）、二等奖、三等奖，获奖比例参照省级学科竞赛标准科学设定，并结合各赛道实际参赛规模与作品质量酌情调整。其中，特等奖奖金为 10000 元。

同步设立优秀指导教师奖、优秀组织高校奖、最佳产业支持奖等。

六、评审总体规则

大赛严格遵循公平、公正、公开的原则，分赛道组建专业化、多元化专家评审组，评审成员由高校相关学科带头人、跨境电商行业资深专家、企业技术与运营骨干、国际传播专业人士共同组成，全程接受监督。

赛道	核心评审维度
赛道一：OPC 智能体创新应用	技术创新性、场景贴合度、落地可行性、方案完整性、产业应用价值
赛道二：购在中国（江苏）留学生短视频	主题契合度、内容原创性、传播价值、制作质量、文化内涵与国际传播效果
赛道三：长三角“丝路电商”商务模拟案例	案例典型性、实战贴合度、决策科学性、对策实用性、方案规范性

赛道评分说明：三个赛道考察的能力对象不同，评分亦不相同，评委须按各赛道专属口径把握，不得跨赛道套用。赛道一考察“技术方案能否解决真实业务问题”，评分重心在技术创新性与落地可行性之间的平衡，不追求功能数量；赛道二考察“内容能否驱动真实转化”，评分重心在真实体验、传播适配与合规底线，不追求制作炫技；赛道三考察“团队能否像经营一家跨境企业一样做出一致、可追溯、算得清账的系列决策”，评分重心在于决策链条的完整性与单位经济模型的合理性，不追求理论深度。大赛按赛道独立评奖、结果不互通。

评审流程：初审（线上，形式审查与内容审查，筛选晋级名单）；复审（线上，专家分组评审，各赛道独立打分，确定决赛入围名单）；决赛（现场，路演展示 8 分钟，专家答辩 5 分钟，现场打分，综合评议）。

违规处理：抄袭剽窃、重复参赛、数据造假、侵权内容，一经查实一律取消资格，情节严重的将追究责任并通报所在高校。

第二章 赛道设置与评审细则

赛道一：OPC 智能体创新应用

本赛道聚焦“丝路电商”领域人工智能 OPC 智能体的前沿技术落地，重点考察方案的技术创新性与产业贴合度。以下依次明确赛道定位、参赛内容、业务场景评分权重、方案评审细则、提交物清单及避坑要点。

一、赛道定位与核心主题

赛道定位：聚焦“丝路电商”领域人工智能 OPC 智能体（智能运营协作体）前沿技术落地应用，推动人工智能、大数据等数字技术与跨境电商选品分析、客户服务、供应链协同、海外市场研判、跨境风险防控、合规管理等核心业务环节深度融合，打造贴合产业实际、具备落地可行性、可复制可推广的智能应用解决方案。

核心主题：智赋丝路，数创出海——OPC 智能体赋能江苏“丝路电商”提质增效。

二、参赛内容

参赛团队围绕江苏“丝路电商”典型应用场景，立足省内跨境电商企业实际运营需求，设计 OPC 智能体创新应用方案，聚焦跨境电商全链路核心场景，包括但不限于：跨境电商智能选品与海外市场数据分析、多语种跨境智能客服与精准沟通、跨境供应链智能调度与风险预警、跨境合规与关税智能核算、海外社媒智能营销与内容生成、跨境数据安全性与隐私保护智能管控、跨境电商运营流程智能优化等。

三、业务场景拆解与评分权重建议

场景类别	具体业务痛点	评分权重	企业看重什么
智能选品	海外市场需求变化快，传统选品靠经验，滞销率高	20%	数据源可靠性、选品准确率、回测数据
跨境客服	多语种、跨时区、人力成本高、响应慢	20%	意图识别准确率、转人工率、多语种覆盖
供应链调度	库存积压与断货并存、物流时效不稳	15%	预测准确度、成本节省测算、异常响应速度
合规风控	各国关税政策变化快、VAT/产品合规复杂	15%	法规覆盖范围、更新时效、误判率
社媒营销	内容生成效率低、多平台多语言适配难	15%	内容原创度、转化率提升、平台适配性
数据安全	用户隐私合规（GDPR等）、数据泄露风险	15%	合规框架完整性、技术实现方案

上述六个场景类别的权重之和为 100%，为“方案应覆盖哪些业务环节”的建议性指引，非强制比例。参赛团队可聚焦单一场景做深，评分时按所选场景对应权重折算，不因未覆盖全部六个场景而扣分；但若方案声称覆盖多个场景而每个均流于表面，则按“方案完整性”维度从低计分。

四、方案评审细则

维度	加分项	分值	扣分/否决项
技术创新性	使用多智能体协作架构（非单一 LLM 调用）；有自训练/微调的行业模型或知识库；有明确的算法选型依据和对比分析	20 分	仅做 API 套壳、无核心逻辑；技术方案与实际场景不匹配
场景贴合度	有真实企业调研数据支撑；方案针对江苏特色产业带（南通家纺、苏州 3C、连云港水晶等）	20 分	未回答“解决哪个具体环节、目标用户是谁、相比现有方案优势何在”
落地可行性	部署成本可控（中小企业能负担）；冷启动方案清晰；有明确的 ROI 测算	15 分	一票否决：依赖无法获取的数据源；技术方案超出中小企业实施能力
方案完整性	含业务流程图（BeforevsAfter 对比）、技术架构图（数据流、控制流清晰）、智能体工作流设计（触发条件→处理逻辑→输出结果）、测试数据与效果评估	15 分	缺失关键图示或测试数据
产业应用价值	可复制推广到其他企业/产业带；有明确的商业化路径；契合江苏跨境电商发展需求	15 分	—

维度	加分项	分值	扣分/否决项
履约与运营可行性	方案对交付时效、退货处理、库存与资金周转有明确设计或测算；对平台账号健康指标（迟发率、订单缺陷率）有监控机制	15 分	方案仅覆盖前端选品/内容/客服，完全不涉及履约与售后链路

五、OPC 智能体方案合规负面清单

凡方案涉及用户数据处理、AI 生成内容对外发布或接入跨境交易环节的，适用下列负面清单。触及任一红线条目的，由评委组一致确认后在“场景贴合度”与“落地可行性”两项中据实扣分；情节严重、构成违法违规的，按“违规处理”条款处理。

序号	红线情形	说明
1	方案设计的数据采集方式违反 GDPR/《中华人民共和国个人信息保护法》（如爬取用户隐私、未获授权的跨境数据传输）	数据来源必须合法可溯
2	AI 生成内容对外发布但未设计披露机制	平台要求 AI 内容显式标注
3	方案用于生成商品功效宣称而未设置审核拦截	食品、化妆品、保健品宣称受严格限制
4	使用无法获取或不可复现的“独家数据源”作为核心论据	属“落地可行性”一票否决

序号	红线情形	说明
5	承诺替代人工做出法律责任归属决策（如自动申报、自动定价无人工复核）	需保留人工复核环节
6	抄袭开源项目核心代码而未声明	属学术不端

六、提交物清单与格式要求（赛道一）

材料	格式	页数/时长	说明
作品简介	文本	≤300 字	含创作思路、核心亮点、主题诠释
方案设计文档	PDF	—	含行业分析、技术架构、 workflow 设计
可演示原型 （自愿提供）	网页/小程序/数字人	可访问	需有测试账号或部署链接
应用效果说明	PDF	5~10 页	含测试数据、用户反馈、运营报告
演示视频 （自愿提供）	MP4	3~5 分钟	展示核心功能操作流程
代码片段	（可选）	GitHub 链接或附件	核心算法或 workflow 实现

七、避坑指南（赛道一）

不做伪需求：不要做“AI+跨境电商”的万能方案，聚焦一个具体场景做深。

数据要真实：不要用编造的数据做演示，可以用公开数据集或模拟数据，但需注明。

演示要可操作：不要只放截图，要有可交互的原型或录屏。

商业逻辑要通：技术方案再好，算不清 ROI，企业在现实中不会采购。

合规不能忽略：涉及用户数据的方案必须有隐私保护设计。

闭环要完整：一个“好用的选品智能体”如果不管下单后的履约与售后，在企业里只能算半个工具；方案中至少要说明它如何与订单、库存、物流环节衔接。

赛道二：购在中国（江苏）留学生短视频赛道

一、赛道核心创作原则

本赛道以在苏来华留学生为国际传播主体，紧扣“好物江苏·丝路传声”主题，围绕江苏线下消费场景、特色物产、本土电商平台及“丝路电商”配套体系开展创作。

作品须立足留学生真实购物体验，兼顾趣味性与海外传播适配性，充分展现江苏消费活力与产业优势，助力“苏品出海”与中外人文交流。

二、初赛共性问题（决赛须重点规避）

序号	问题类别	具体表现
1	制作规范不统一	画幅格式各异，部分作品画质未达 1080P 标准，字幕贴片距画面边缘过近，整体呈现效果参差不齐。
2	直播执行不规范	流程缺乏结构化设计，主播出镜率低，且产品真实试用环节不足，品牌故事缺失，转化引导薄弱。
3	本地化适配不足	核心信息缺少英文呈现，品牌名称表述不统一，中式专有名词未附英文释义，不符合海外传播基本要求。
4	合规风控存在短板	部分音乐、图片等素材版权来源不明，食品、化妆品类作品存在违规功效表述。

三、决赛作品创作规范与优化要求

决赛采取“短视频作品核验+现场直播展示”相结合的评审模式，重点考核直播团队现场直播全流程的实操执行能力。各团队须同步提交原创短视频作品备核，并按以下规范做好现场展示准备：

（一）原创短视频（核心参赛作品）

规格标准：格式：16:9 横屏或 9:16 竖屏，分辨率不低于 1080P，H. 264 编码，MP4 封装。时长：不超过 2 分钟，建议时长以 1 分钟为宜。技术质量：字幕距画面边缘不小于 10%，无黑屏、无水印，音画清晰流畅：

内容要求：以真人实景、亲身体验为核心，运用多元镜头语言营造沉浸式观感，自然传递正向情绪，增强内容感染力：每条作品须融入不少于 30 秒的品牌故事，可补充官方背书以提升可信度。

本地化要求：以中文或英文为主要表达语言，核心信息须配中英文字幕或配音，品牌名称全片统一，中式专有名词须附英文释义。可同步配备标准中英文字幕。

配套材料：提交 300 字以内作品简介；提交与视频内容一致的完整文案；提交创作说明及原创版权声明。严禁搬运、拼接他人作品。

（二）跨境电商直播（现场展示参照标准）

结构设计：可采用“开场福利 30 秒—讲解试用 1.5 分钟—限时优惠 1 分钟”三段式结构，各环节衔接顺畅。主播须正面出镜，完成产品真实试用，融入不少于 30 秒品牌故事讲解。

转化要求：全程清晰展示人民币单价与跨境包邮价，明确海外下单渠道、售后保障及物流时效。结尾须设置明确的 CTA（Call to Action）转化指令，配套互动引导设计。

合规要求：核心信息须同步英文呈现，品牌名称表述统一。所有素材须具备合法版权，非官方合作须标注

“Independent review, not affiliated”。食品、化妆品类作品严禁使用违规功效表述。

配套材料：提交直播脚本大纲、亮点说明及原创版权声明。严禁套用他人脚本。

四、决赛评审标准

决赛评审重心转向落地可行性与临场执行能力，以跨境电商直播团队现场展示的全过程为核心考核依据，围绕以下维度进行综合评估：

维度	权重	评分要点
主题契合度	20 分	紧扣“‘丝路电商’好物江苏”主题；明确展现江苏产品/服务；体现“丝路电商”元素（跨境购买、国际物流等）；主题表达清晰，不跑题
内容原创性	20 分	以真人实景、亲身体验为核心；有独特的叙事视角或创意表达；有原创音乐、字幕、特效
传播价值	20 分	适配海外受众观看习惯（节奏快，前 3 秒抓人）；有明确的行动引导（购买链接、关注引导）；具备传播潜力（情感共鸣、话题性）
制作质量	15 分	画质 $\geq$ 1080P，无过度压缩；人声清晰，背景音乐不盖过人声；剪辑节奏合理，转场自然；英语字幕准确，无语法错误；构图专业，光线充足，无色偏；无水印，无不当品牌露出
文化内涵与国际传播效果	15 分	展现江苏文化特色；促进中外文化交流理解；让海外受众易于理解和接受；正面、友好的形象塑造
（新增）经营连续性	10 分	作品或直播中设计了关注引导、私域沉淀或二次触达路径（如引导关注账号、加入社群、订阅频道）；不只是“一锤子买卖”，体现长期经营意识

一票否决项（全维度适用）：搬运、拼接他人作品；使用未授权音乐、素材；AI 生成内容未标注；使用违规功效表述（详见本章第六节负面清单）。

加分项（内容原创性维度）：留学生本人出镜、真实体验；具有独特的叙事视角或创意表达；原创音乐、字幕、特效。

五、直播现场展示评审细则

现场直播展示为决赛核心考核环节，按下表维度综合评估：

维度	权重	评分要点
内容真实性	30 分	全程真实录制，无后期剪辑篡改；产品展示真实，功能演示可验证；价格、物流、售后信息准确
推介能力	25 分	产品讲解清晰、具有吸引力；能解答观众（评委）疑问（互动环节）；跨境购买流程讲解易懂；具备销售转化意识
文化融合	20 分	展现跨文化交流；语言表达到位（以英语为主，可穿插母语）；营造友好、包容的氛围
直播效果	15 分	技术维度：画面清晰稳定，音质良好，场景布置贴合主题；内容维度：节奏把控合理，互动自然流畅
合规性	10 分	无虚假宣传，无侵权内容，无违规信息，符合直播电商相关法规

直播现场追问环节，评委在答辩环节可追问三类问题：

1. 成本与定价（如“这个价格对应的物流与平台佣金是多少？毛利还剩多少？”）；
2. 履约承诺（如“你说7天到货，用的什么物流方式？万一延误怎么办？”）；
3. 合规依据（如“这个功效说法有没有检测报告支撑？”）。

追问回答质量计入“推介能力”与“合规性”两个维度。

六、赛道二内容合规负面清单与一票否决制

为落实平台与法律合规要求，本赛道设负面清单，触及任一红线的一票否决：

序号	红线情形	对应平台/法规依据
1	对食品、化妆品、保健品作“治愈”“根治”“百分之百有效”“最有效”等疗效或绝对化宣称	平台医疗功效宣称规则
2	使用 AI 生成内容（含 AI 数字人、AI 配音、AI 生成画面）但未在画面或文案中显示标注	平台 AI 内容披露要求
3	使用未授权音乐、字体、图片、影视素材	著作权法
4	标注虚假划线价、虚构“限时折扣”且无历史成交价支撑	价格法、平台价格规则
5	冒用官方、政府、品牌方名义或暗示官方背书	广告法非官方合作须标注 “Independent review, not affiliated”
6	搬运、拼接、二创他人已发布作品	原创性要求
7	直播中出现政治敏感、地域歧视或不当文化表述	国际传播红线

七、内容创作方向矩阵（选题参考）

内容类型	具体题材示例	适配平台
产品体验	江苏智造产品开箱实测（如科沃斯扫地机器人、苏泊尔小家电）	TikTok/Reels
产业探访	南通家纺产业带实地走访、苏州丝绸制作工艺	YouTubeShorts
文化融合	留学生用英语（母语）介绍江苏非遗+跨境电商购买体验	TikTok
购物测评	从浏览→下单→收货→售后全流程体验	Reels/TikTok
服务体验	江苏跨境电商物流时效、退换货体验实测	YouTube/TikTok

八、提交物清单（赛道二）

材料	格式	要求
原创短视频	MP4	口径：16:9 或 9:16， $\geq 1080P$ ，H.264，MP4， ≤ 2 分钟（建议 ≤ 60 秒）；无水印
直播录屏（现场展示参照）	MP4	≤ 3 分钟，建议 $\geq 1080P$ ，全程真实录制、无剪辑
作品简介	文本	≤ 300 字，含创作思路、亮点、主题诠释
完整文案	文本	短视频脚本+字幕文本（与视频内容一致）
创作说明	PDF	含创作背景、拍摄过程、后期说明
版权声明	PDF	团队签字，明确原创版权归属
直播脚本大纲	PDF	直播流程、产品讲解要点、互动设计

时长上限 2 分钟，建议时长 60—90 秒。

九、避坑指南

时长严控：短视频不超过 2 分钟，直播不超过 3 分钟，超时直接扣分。

语言规范：以英语为主，避免中式英语，字幕需校对。

版权红线：音乐、字体、素材必须可商用或有授权。

真实第一：不要摆拍过度，评委能看出表演痕迹。

产品聚焦：不要贪多，1—2 个产品讲透比 10 个产品泛泛而谈好。

跨境元素：必须体现“跨境购买”环节，不是单纯的产品广告。

合规前置：拍摄前先列一张“宣传语黑名单”，凡是沾功效、绝对化的词一律不用；用 AI 生成的任何素材都要打标。

赛道三：长三角“丝路电商”商务模拟案例创新赛道

本赛道紧扣长三角区域一体化发展战略，以商业模拟沙盘为载体，重点考察团队的实战操盘与决策推演能力。以下依次明确赛道定位、沙盘模块权重、方案评审细则、软件测试要求、提交物清单及避坑要点。

一、赛道核心创作原则

赛道定位：紧扣长三角区域一体化发展国家战略与高质量共建“一带一路”经贸合作新格局，聚焦江苏及长三角“丝路电商”产业协同、中小微企业出海、跨境全流程运营等实战需求，深度融合国际贸易、跨境电商、数字经济、物流管理、商务谈判、合规风控等专业核心技能。

核心主题：长三角协同·实战操盘·决策推演——“丝路电商”全流程商业模拟创新实践。

二、方案评审细则

维度	评判标准与加分项	分值	扣分项
案例典型性	选取的企业/产业带具有长三角代表性；反映“丝路电商”典型场景；具有真实企业背书或调研支撑；加分：对接真实企业、聚焦江苏特色产业带	20 分	—
实战贴合度	必须体现完整商业闭环、真实业务数据和财务测算，贴合产业实际操作流程	25 分	纯理论堆砌、无实操内容；数据编造或明显不合理；流程脱离实际业务场景；只讲

维度	评判标准与加分项	分值	扣分项
			前端不讲履约与售后
决策科学性	决策有数据支撑；有备选方案和风险评估；决策逻辑清晰可追溯；加分：使用沙盘软件模拟推演、多轮决策迭代、数据驱动决策依据	20 分	—
对策实用性	方案可落地执行；成本收益合理；风险预案完备；加分：明确执行时间表、责任分工和资源需求、效果评估指标	20 分	—
方案规范性	结构完整、逻辑清晰；数据图表规范，来源标注；语言表达专业准确；含 300 字作品简介、完整商务模拟实战方案（场景背景、角色分工、全流程设计、决策推演、风险预案、成效预判）	15 分	—

三、行业基准参照表

为帮助评委判断团队数据的合理性，特提供 2026 年跨境电商行业常见区间作为评分参照（用于判断数据是否“明显不合理”，非评分标准本身）：

指标	行业常见区间	说明
直播转化率	8%—12%	头部账号水平，普通账号低于此区间
短视频带货转化率	3.4%—5.2%	明显低于直播
平台综合成本率	25%—30%	含佣金、支付、推广、退货损耗
平台广告 ROAS 基准	约 3.5 倍	低于此基本不赚钱
客单价 (AOV)	47—73 美元	因类目而异
迟发率红线	<4%	平台考核红线
优秀复购率	35%—45%	头部卖家水平

五、提交物清单（赛道三）

材料	格式	要求
作品简介	文本	≤300 字，含核心内容与亮点
商务模拟实战方案及 ppt	PDF、PPT	PDF(完整模拟全流程)、PPT（汇报用）

六、避坑指南

不要纸上谈兵：评委都是企业实战派，一眼能看出是否真懂业务。

数据要合理：毛利率、转化率、物流成本等要符合行业实际。

流程要完整：从选品到售后全流程，不能只讲前端不讲后端。

风险要真实：不要写“汇率波动”这种泛泛风险，要写具体场景如“美元贬值 5%对利润的影响”。

角色要清晰：团队分工明确，每个人负责什么模块要写清楚。

对接真实企业：如果有江苏产业带企业背书，大幅加分。

账要算得清：评委可能现场追问“你这款产品的单件毛利是多少？扣掉平台佣金和退货损耗还剩几个点？”——算不清账的方案，在真实企业里过不了采购这一关。

第三章 通用评审规则

为保证三个赛道评审执行的口径统一，现将通用的评审流程与评分方法、违规处理、企业对接与成果转化、备赛时间轴统一列示于下，供各赛道的组织与实施参照执行。

一、评审流程与评分方法

初审（线上）：形式审查（材料完整性、格式规范性）；内容审查（原创性、合规性）；筛选晋级名单。

复审（线上）：专家分组评审；各赛道独立打分；确定决赛入围名单。

决赛（现场）：路演展示（8 分钟）；专家答辩（5 分钟）；现场打分、综合评议。

评分方法：决赛评委主要由企业代表组成，评委根据现场展示和答辩情况独立评分，去掉一个最高分和一个最低分后取平均分作为团队最终得分。

企业视角权重提示：因决赛评委以企业代表为主，各赛道评分中凡涉及“ROI 测算、履约可行性、单位经济模型、合规底线”的内容，评委有权在对应维度内独立从严把握；此类内容在真实企业经营中一旦缺失即构成硬伤，故不因“方案整体美观完整”而免除扣分。

二、违规处理

违规情形	处理方式
抄袭剽窃	取消资格，通报学校
重复参赛	取消资格
数据造假	取消资格
侵权内容	取消资格，追究责任
触发内容合规负面清单红线	视情节在对应维度扣分，构成违法违规的取消资格

三、企业对接与成果转化

产业对接建议：赛道一对接江苏省内各跨境电商产业园、AI 技术企业；赛道二对接江苏品牌出海企业、MCN 机构；赛道三对接江苏省内跨境电商企业。

四、备赛时间轴建议

时间	任务	负责人
4月21日—5月10日	报名、组建团队、确定选题	队长
5月11日—5月31日	市场调研、数据收集、方案构思	全员
6月1日—6月15日	方案撰写、原型开发/内容制作	全员
6月16日—6月20日	内部测试、修改完善	全员
6月20日—6月30日	提交初赛材料	队长
7月1日—10月20日	根据反馈优化、准备决赛	全员
11月21日	决赛路演、答辩	全员

江苏省高校“丝路电商”创新挑战赛竞赛组织委员会

2026年10月17日

