



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

# 第二十届全国大学生文化旅游与会展竞赛 ——设计与传播竞赛山东省赛区实施细则

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

联合主办：中国国际商会商业行业商会文旅与会展人才工作专委会  
全国会展业产学合作联盟  
全国会展行业产教融合共同体  
教育部会展策划与管理专业教学资源库

山东省赛区承办单位：中国贸促会商业行业委员会教育培训部山东办事处

山东省赛区支持单位：济南诚美信息咨询有限公司  
山东金元致信教育科技有限公司  
山东泽润木青教育科技有限公司  
山东致承教育科技有限公司

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



## 第一部分：设计与传播竞赛概况

### 一、赛项设置

设计与传播竞赛分文创产品设计、VI 设计及特装展台设计和文旅与会展短视频创作赛三个组别。

### 二、奖项设置

#### （一）山东省赛区奖励办法

1. 知识赛成绩合格（60 分为合格）的选手可自愿申请相关《专业能力等级证书》（具体参阅证书申办通知）。

#### 2. 山东省总决赛奖励

（1）经竞赛组委会评审专家评审入围山东省总决赛的参赛队，按照竞赛分组和获奖比例评选出山东省总决赛一等奖、二等奖、三等奖。由主办单位颁发荣誉证书和奖牌。

（2）山东省总决赛获奖团队，由全国竞赛组委会根据全国各省入围比例统一评定后公布入围全国总决赛名单。

（3）山东省总决赛由竞赛组委会以正式文件形式公布竞赛结果。

（4）山东省赛区参赛代表队在总决赛精英赛中如获得冠、亚、季军，山东省组委会另行给予冠军人民币 8000 元奖励，亚军人民币 6000 元奖励，季军人民币 4000 元奖励。

#### （二）全国总决赛奖励

1. 参加设计与传播竞赛（文创产品设计、VI 设计及特装展台设计和文旅与会展短视频创作赛三个组别），入围全国总决赛（分组赛）按照本科组、高职组及留学生组和研究生组分别设置一、二、三等奖。对上述获奖的团队和个人，由主办单位共同颁发荣誉证书和奖牌；设计与传播赛项不设置线下精英赛。

2. 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。

3. 由主办单位以正式发文形式公布上述总决赛结果。

### 三、参赛费用

（一）知识赛按照 30 元/人收取知识赛技术服务费用。用于知识赛的考务系统费用。

（二）校内选拔赛免费。

（三）山东省总决赛按照人民币 600 元/团队收取山东省总决赛参赛费用。

各入围山东省总决赛团队请于 2026 年 7 月 20 日前相关参赛费用汇至如下账户。

山东省总决赛费用由支持单位收取并出具正式发票，发票项目为参赛费。汇款请备注“院校名称+设计山东省总决赛”。账户信息如下：

单位：山东致承教育科技有限公司



开户行：齐鲁银行济南金牛支行

账号：86611762101421017138

（四）全国总决赛：经大赛组委会评审入围全国总决赛文创产品设计、VI 设计及特装展台设计、文旅与会展短视频创作的参赛队伍，大赛组委会按 300 元/人收取参赛费，参赛费用主要用于赛前辅导、竞赛资料、专家评审等。

## 四、竞赛形式

竞赛分知识赛、校赛、山东省总决赛、全国总决赛（分组赛、精英赛）和境外赛（区域赛、国际赛）五个阶段。知识赛、校赛、省总决赛分别由各参赛院校和山东省竞赛组委会组织进行；本次竞赛采取大线上小线下的方式进行，山东省总决赛选拔出入围国赛队伍线上参加全国总决赛分组赛；分组赛晋级队伍（指定组别，详见实施细则）线下参加全国总决赛精英赛，地点待定，具体事项另行通知。

### （一）知识赛

知识赛：为个人赛形式。由赛区组委会组织进行，以机考方式进行，主要考核专业知识。在组委会公布的时间段内（2026 年 7 月 10 日前）根据院校自身情况预定测试时间，提前三天给组委会预约考试时间。

**备注：知识赛为必须参加的环节。**

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），可依据《会展职业经理人资质条件》（T/CCPITCSC 005-2017）和《展示设计人员职业能力要求》（T/CCPITCSC 018-2018），标准，可自愿申请初级《会展职业经理人》和助理《展示设计师》。具体申请办法另行通知。

### （二）校赛

各院校自行组织进行（形式自定），选拔团队参加山东省总决赛。

**校赛参赛对象需为知识赛合格选手。**

### （三）山东省总决赛

团体赛形式，按照研究生组、本科组、高职高专组、中职组分组进行，每个团队由 3 至 5 名参赛学生组成。每队指导老师 1-2 名。竞赛采取提交参赛方案和录制 PPT 讲解视频在线匿名评选的方式进行（山东省总决赛暂定线上评审，具体看山东省总决赛通知）。

### （三）全国总决赛分组赛

线上进行，国赛组委会将在总决赛分组赛前发布相关通知。

须注意，参加总决赛分组赛的所有参赛人员不可跨校组队，总决赛方案必须为原创作品，作者对参赛作品须拥有独立、完整的知识产权，不得侵犯他人知识产权，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，将移送国赛仲裁委员会仲裁，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
----	------	------	------	----



4 月	报名阶段	公开	/	全国
5 月 15-19 日	竞赛培训班	个人培训	/	湖北. 武汉
6 月 30 日前	山东省赛区 报名截止	所有赛项	/	山东
7 月 10 日前	知识赛（文化旅游、 酒店、设计与传播）	个人赛	线上考试	各参赛院校
7 月 20 日前	校赛（文化旅游、酒 店、设计与传播）	团体赛 (3-5 人)	院校赛区 组织	各参赛院校
8 月 1 日-5 日	山东省总决赛 (文化旅游、酒店、 设计与传播)	团体赛 (3-5 人)	线上	山东
9 月 8 日前	知识赛（会展、智慧 文旅创新创业）	个人赛	线上考试	各参赛院校
9 月 12 日前	校赛（会展、智慧文 旅创新创业）	团体赛 (3-5 人)	院校赛区 组织	各参赛院校
9 月 18 日-20 日	山东省总决赛 (会展、智慧文旅创 新创业)	团体赛 (3-5 人)	线上	山东
10 月上旬	公布入围全国总决赛 的院校名单	公开	/	/
10 月-11 月	各赛道全国总决赛 (分组赛)	团体赛	线上	/
10 月下旬	旅游竞赛精英赛	团体赛	线下	另行通知
11 月中下旬	会展竞赛精英赛	团体赛	线下	另行通知
12 月上旬	酒店竞赛精英赛	团体赛	线下	另行通知

## 六、参赛方式

各参赛院校将**参赛院校登记表**和**参赛选手信息统计表**发送至：  
[sdhuizhan10@163.com](mailto:sdhuizhan10@163.com) 向组委会统一报名。

## 七、作品提交要求

### （一）山东省总决赛

参赛作品于规定时间内，上传至全国高校商业精英挑战赛山东省总决赛作品提交系统（具体以山东省组委会发布的作品提交指南为准）。

（二）全国总决赛作品提交另行通知。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. 若比赛现场参赛队员人数未符合大赛组委会规定,扣 2 分。

4. 若 PPT 陈述时间超时: 超时 1 分钟内、超时 2 分钟内、超时 3 分钟内、超时 4 分钟内、超时 5 分钟内及以上,分别扣除 1 分, 1.5 分, 2 分, 2.5 分, 3 分(最多扣除 3 分)。

5. 若参赛语言(方案、陈述、答辩)不符合组委会要求(普通话/英语),扣 2 分。

## 九、其他事项

主办单位有竞赛变更之权利,未尽事宜请详询竞赛组委会。

本次竞赛最终解释权归国赛组委会。

## 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,在调查过程中,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

中国贸促会商业行业委员会教育培训部山东办事处

地 址: 济南市槐荫区齐鲁大道西进时代中心 B 座 910

联系人: 石昊杰 王磊

电 话: 0531—86591892

网 址: [www.sdssfw.com](http://www.sdssfw.com)

邮 箱: [sdhuizhan10@163.com](mailto:sdhuizhan10@163.com)

手 机: 13361020633 18764036330

Q Q: 3063775047 253355683



## 第二部分：文创产品设计

### 一、竞赛内容

参赛选手须结合某地（旅游景区）特点和当地民风民俗，为该地（旅游景区）设计任意一个旅游商品，包括但不限于：旅游纪念品、手工艺品、旅游装备、时尚消费品等。

### 二、竞赛形式

（一）知识赛：为个人赛形式。由赛区组委会组织进行，以机考方式进行，主要考核专业知识。在组委会公布的时间段内（2026年7月10日前）根据院校自身情况预定测试时间，提前三天给组委会预约考试时间。

**备注：知识赛为必须参加的环节。**

（二）山东省总决赛：团体赛和个人赛形式，每个团队由1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进行。每个参赛队提交参赛方案到全国高校商业精英挑战赛山东省总决赛作品提交系统（具体以组委会发布的作品提交指南为准）。

（三）全国总决赛：团体赛和个人赛，可由1个学生单独报名参赛或由3至5名参赛学生组成团队参赛，参赛选手不得跨校组队，但鼓励同校间跨专业组队。团队报名每队指导老师1-2名；个人报名每队指导老师1名，竞赛采取方案盲评的方式，无需线上答辩。

### 三、竞赛要求

所有参赛作品必须结合当地特色、符合相应类别主题，具备旅游文化元素，适应市场，兼具文化性、创新性、实用性、可延展性的创意作品，设计方案需充分考虑并表现出作品的人文关怀、功能创新、材料环保、用户体验等方面。参赛作品应具有商业可行性和市场竞争力，具备一定的生产制作条件。参赛作品必须为原创，不得侵犯他人的知识产权或其他任何权利；若存有剽窃等不诚信行为，大赛组委会将取消其参赛资格、获奖资格并保留追诉权力。

### 四、参赛作品要求

每组作品的电子文件须统一存入一个文件夹压缩为zip格式，或整合为一份pdf设计手册提交，内容应包含：参赛作品名称、作品主题、彩色效果图（成品效果图）、基本外观尺寸图、产品设计说明及论述（中文300字左右）。不同角度效果图、三视图、实物图片等配图总数应不少于6张，图片分辨率不低于120dpi，可附设计图、示意图等辅助材料，增强设计的直观性；配图文件格式可为JPG或PDF。

### 五、竞赛评分细则

一级指标	二级指标	指标说明	分数
文创产品	设计合理性	设计合理、风格一致、逻辑连贯；设计内容完整，符合竞赛设计规范，不出现内容缺失、逻辑矛盾	10



2026 全国大学生文旅与会展竞赛山东省赛区实施细则

设计 (100分)		的情况。	
	文化贴合性	需精准提炼景区核心标识和当地民风民俗，将文化元素自然融入产品设计，让商品成为景区文化与民俗的“移动载体”。	20
	实用创新性	需体现创新理念，可在造型设计、功能组合、材质运用、工艺升级、场景适配等方面突破传统，兼具新颖性与辨识度，区别于现有同类产品。	30
	市场可行性	需考虑生产成本、定价区间、目标客群，兼顾美观与性价比，便于批量生产、包装运输，能够满足旅游消费场景需求，具备实际推向市场的潜力。	40



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

## 第三部分：VI 设计

### 一、竞赛内容

参赛选手以某个景区、旅游目的地或展览、会议或节事活动为对象，进行相关配套的 VI 视觉设计。

### 二、竞赛形式

(一) 知识赛：为个人赛形式。由赛区组委会组织进行，以机考方式进行，主要考核专业知识。在组委会公布的时间段内（2026 年 7 月 10 日前）根据院校自身情况预定测试时间，提前三天给组委会预约考试时间。

**备注：知识赛为必须参加的环节。**

(二) 山东省总决赛：团体赛和个人赛形式，每个团队由 1 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进行。每个参赛队提交参赛方案到全国高校商业精英挑战赛山东省总决赛作品提交系统（具体以组委会发布的作品提交指南为准）。

(三) 全国总决赛：

团体赛和个人赛，可由 1 个学生单独报名参赛或由 3 至 5 名参赛学生组成团队参赛，参赛选手不得跨校组队，但鼓励同校间跨专业组队。团队报名每队指导老师 1-2 名；个人报名每队指导老师 1 名，竞赛采取方案盲评的方式，**无需线上答辩。**

### 三、竞赛要求

1. 价值导向。作品需符合社会主义核心价值观，体现策划特色与时代精神。
2. 创意表达。设计需新颖别致，构思简洁明快，具备艺术表现力与感染力，符合大众审美标准。
3. 风格鲜明。设计须具备鲜明的个性，创意鲜活、寓意深刻，构图新颖、色彩明快，亲切友善。
4. 延展适配。设计方案便于延伸使用，适合在多种载体中深化设计与推广运用，如网络媒体、平面媒体、印刷品、视频展播、宣传资料、建筑物外观、衍生品纪念品等。
5. 原创保证。设计稿必须为原创且，拥有独立知识产权，且此前未以任何形式公开发表过。

### 四、参赛作品要求

参赛团队可使用 Photoshop、CorelDRAW、Illustrator、InDesign 等设计软件或手绘方式开展创意设计，作品形式不限。所有设计文件需统一存入一个文件夹压缩为 zip 格式提交，或整合为一份完整的 pdf 设计手册提交，内容须包含：参赛作品名称、作品主题、彩色效果图、产品应用场景、设计说明及论述（中文 300 字左右），每组作品配图不少于 6 幅。设计图文件格式为 JPG 或 PDF，分辨率不低于 120dpi。

### 五、竞赛评分细则

一级指标	二级指标	指标说明	分数
------	------	------	----



2026 全国大学生文旅与会展竞赛山东省赛区实施细则

设计作品 (100分)	创意新颖	构思巧妙，设计合理，元素运用得当。	20
	视觉呈现	效果图完整、正确、规范；构图比例精准；色彩搭配合理。	30
	细节表现	作品在材料、结构、色彩、灯光等方面处理细腻，符合所表现产品、品牌内涵。	30
	可持续性	设计方案考虑绿色环保、材料可持续性 & 资源利用率，体现社会责任感和长远价值。	20



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

## 第四部分：展台设计

### 一、竞赛内容

展位设计：参赛作品需以 72—360 平方米为展位进行展位设计，参赛选手自拟命题进行创作。

### 二、竞赛形式

（一）知识赛：为个人赛形式。由赛区组委会组织进行，以机考方式进行，主要考核专业知识。在组委会公布的时间段内（2026 年 7 月 10 日前）根据院校自身情况预定测试时间，提前三天给组委会预约考试时间。

**备注：知识赛为必须参加的环节。**

（二）山东省总决赛：团体赛和个人赛形式，每个团队由 1 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进行。每个参赛队提交参赛方案到全国高校商业精英挑战赛山东省总决赛作品提交系统（具体以组委会发布的作品提交指南为准）。

（三）全国总决赛：团体赛和个人赛，可由 1 个学生单独报名参赛或由 3 至 5 名参赛学生组成团队参赛，参赛选手不得跨校组队，但鼓励同校间跨专业组队。团队报名每队指导老师 1-2 名；个人报名每队指导老师 1 名，竞赛采取方案盲评的方式，**无需线上答辩。**

### 三、竞赛要求

展位设计作品包括如下内容：

1. 空间结构效果图（显示整体展台效果、配以重要部分或细节的黑白或彩色效果图）；

2. 展台平面布置规划图（与会展活动相关的场地平面设计，如：展示区、重点展示区、信息服务台、备餐设施、办公区、休息区等，以及相关的外延设计，如参展商 logo、展会海报设计、展会视觉包装等具有一定独立性的会展平面视觉设计成果，该类作品应包含设计图及相关设计说明文档）；

3. 人流分析图（现场人流的控制与管理的分析图纸）；

4. 技术系统设计图（采用新技术和新材料的设计与说明）；

5. 作品应另附相关设计说明文档，包括各设计部分结构说明，材料的使用、结构的合理性和可实施性说明，品牌分析、人流分析说明，以及对灯光、多媒体等相关细节。

### 四、参赛作品要求

参赛团队可使用 Fancy、3DMAX、AutoCAD、Photoshop 等设计软件或手绘方式开展创意设计，作品形式不限。所有设计文件需统一存入一个文件夹压缩为 zip 格式提交，或整合为一份完整的 pdf 设计手册提交，内容须包含：参赛作品名称、展台设计主题、彩色效果图、展台基本外观及尺寸图、展台设计说明及论述（中文 300 字左右），每组作品配展台不同角度效果图、三视图（正视图、侧视图、俯视图）、实物图片（若有），配套数量应不少于 6 张，确保清晰呈现展台设计细节、结构布局及整体效果。设计图文件格式为 JPG 或 PDF，分辨率不低于 120dpi。



## 五、竞赛评分细则

一级指标	二级指标	指标说明	分数
设计作品 (100分)	创意新颖	构思巧妙，设计合理，元素运用得当。	20
	视觉呈现	效果图完整、正确、规范；构图比例精准；色彩搭配合理。	20
	功能布局	各功能分区布局设计合理。	20
	细节表现	作品在材料、结构、色彩、灯光等方面处理细腻，符合所表现产品、品牌内涵。	20
	可持续性	设计方案考虑绿色环保、材料可持续性 & 资源利用率，体现社会责任感和长远价值。	20





## 第五部分：文旅与会展短视频创作

### 一、竞赛内容

两个选题方向：

**AI 视频创作组：**以某旅游目的地或某一真实会展项目（如展览、会议、节事活动或体育赛事等）为对象，设定相关动漫人物及故事情节，以 AI 动态漫的形式，创作 3-5 分钟的 AI 漫剧，对所选取的旅游目的地或展会进行营销宣传短视频的创作，具体命名不限。

**摄制创作组：**以某旅游目的地为对象，围绕“乡村振兴”“共同富裕”“美丽中国”等主题拍摄并创作 3-5 分钟的营销宣传短视频；或围绕市场上某个真实的会展项目（如展览、会议、节事活动或体育赛事等），拍摄并创作 3-5 分钟的营销宣传短视频。

### 二、竞赛形式

（一）知识赛：为个人赛形式。由赛区组委会组织进行，以机考方式进行，主要考核专业知识。在组委会公布的时间段内（2026 年 7 月 10 日前）根据院校自身情况预定测试时间，提前三天给组委会预约考试时间。

**备注：知识赛为必须参加的环节。**

（二）山东省总决赛：团体赛和个人赛形式，每个团队由 1 至 5 名参赛学生组成。每队指导老师 1-2 名。竞赛采取参赛视频评审和方案脚本的方式进行。每个参赛队提交参赛视频到全国高校商业精英挑战赛山东省总决赛作品提交系统（具体以组委会发布的作品提交指南为准）。

（三）全国总决赛：全国大学生文化旅游与会展竞赛  
National University Students Culture Tourism and MICE Contest团体赛形式，每个团队由 3 至 5 名参赛学生组成，参赛选手不得跨校组队，但鼓励同校间跨专业组队。每队指导老师 1-2 名。竞赛采取视频作品评审、无需答辩的方式。

### 三、竞赛要求

#### （一）坚持原创

参赛团队需原创设计或拍摄制作短视频，不得大幅度拼接或搬运已有视频素材作为作品提交。作品应在拍摄、剪辑、叙事及视觉表现等方面体现创新性。抄袭、盗版等行为将取消竞赛成绩，相关侵权责任由参赛团队承担。

参赛作品中鼓励使用人工智能工具，但评审的焦点始终是参赛作者本身对 AI 工具的驾驭能力，而非 AI 工具的性能。

#### （二）展现特色

作品需突出旅游目的地的特色资源与文化风貌，提升其吸引力与知名度，助力吸引游客，推动当地旅游业和经济发展。作品名称应体现目的地的核心特色，具体命名方式不限。

#### （三）紧扣主题

作品需结合专业知识，紧扣大赛主题，内容积极向上，立意鲜明，表现形式新颖，弘扬主旋律，传播正能量。

#### （四）确保质量

视频画面应清晰流畅，构图合理，色彩准确，运镜灵活，剪辑节奏感强，转场自然，字幕布局清晰合理。同期声、配乐等音频内容使用得当，整体视听效果优质。

## 四、参赛作品要求

### （一）视频质量

作品需保证画质清晰，无模糊画面。横版、竖版视频均可，但分辨率均应符合通用规范，最高不超过 1080P，并确保各素材铺满画面。画面运镜需平稳自然，避免快速切换或抖动，确保观感流畅。

### （二）字幕规范

字幕的字体、位置、字号大小需保持统一，字幕描边浓度适宜，避免过粗影响视觉效果。字幕应以单行形式呈现，内容精练且字数适宜。字幕需与画面内容同步，避免延迟或错位。

### （三）声音规范

背景音量需适中，不遮盖解说音量。解说应清晰流畅，语速适中，避免使用缺乏感染力的机器配音，确保语言表达生动贴切。

### （四）突出特色

作品内容应突出主题特色，避免过度引用网络素材。应全面展示旅游目的地的特色资源与文化魅力，包括但不限于自然景观、历史人文、风俗习惯或特色活动。作品内容应挖掘目的地的独特亮点，注重叙事角度与情感表达，避免内容空洞或单一堆砌画面。

### （五）创意表达

作品须具有创意性，避免信息罗列或内容陈述过于平淡。内容应设计合理的叙事逻辑或情感共鸣点，确保主题鲜明，表达流畅，能够吸引观众兴趣。画面需逻辑连贯，信息传递明确。

### （六）提供脚本

提供短视频对应脚本或分镜头文稿，应包含拍摄场景、镜号、景别、画面、运镜、台词/字幕、旁白、音效、时长等要素，字数不少于 300 字。

### （七）时长规范

视频需严格控制在规定的 3-5 分钟内，避免超时或内容冗余。合理分配时间，突出重点信息，确保短时间内有效传达视频主题与核心内容。

## 五、竞赛评分细则

一级指标	二级指标	指标说明	分数
否决指标 (触发其中 一项,作品直 接为 0 分)	偏离主题	内容与呈现不能契合大赛主题,或制作成了陈述汇报的视频。	记 0 分
	消极导向	内容整体传达消极、悲观情绪,缺乏正面价值观引导,对观众产生不良影响。	记 0 分
	素材拼接	整体均为网络素材拼接,无任何讲解或剪辑处理,堆砌素材;引用素材(如视频片段、音乐)未标明来源或未经授权,存在明显的版权争议风险。	记 0 分
视频脚本 (20)	要素齐全	包含视频场景、镜号、景别、画面、运镜、台词/字幕、旁白、音效、时长等内容。	10

	逻辑清晰	具有清晰的结构和逻辑性，确保故事或信息的流畅性和连贯性。	5
	创意新颖	具有独特性和新颖性，非抄袭他人作品，能够吸引观众的注意力并提供新颖的视角或信息。	5
拍摄制作 (30分)	视频画面	画面稳定无晃动或模糊，画质清晰，画面布局合理，主体突出，色彩搭配协调，满足观众观看需求。	10
	视频镜头	镜头选择多样化，视频画面角度有创意，镜头语言突出主题并表达明确，分镜头数量较多且时长合理。	10
	声音质量	音画同步，收音清晰，环境音效适当，背景噪声未干扰观感。	10
视频剪辑 (40分)	叙事流畅	视频内容逻辑清晰，叙事结构合理，主题和情感表达明确；镜头切换自然，节奏流畅，符合观众的观看习惯和审美需求。	10
	配乐音效	配乐契合视频主题，音效增强内容表现力并突出视频氛围，配乐未遮盖解说音量。	10
	文字排版	字幕的字体、位置、字号大小保持统一，字幕描边浓度适宜，单行字幕文字精练；片头片尾符合通用时长，文字清晰规范无错别字。	10
	视频输出	时长 3-5 分钟，横版视频分辨率满足最低为 1280 × 720，最高为 1920 × 1080；竖版视频分辨率满足最低为 720 × 1280，最高为 1080 × 1920，MP4 格式，H.264 编码格式，30 帧率。	10
总体印象 (10分)	视频原创	内容具有原创性。	5
	观感体验	视频整体给人以舒适、愉悦的观感，具有传播正能量、积极向上的价值。	5