

全国大学生数字贸易综合技能大赛组织委员会

赛组字（2024）081202号

2024年第三届全国大学生数字贸易综合技能大赛 （数字贸易大数据分析赛道）总决赛规程

一、竞赛名称

全国大学生数字贸易综合技能大赛（数字贸易大数据分析赛道）总决赛

二、竞赛组织机构

主办单位：浙江大学中国数字贸易研究院

承办单位：全国大学生数字贸易综合技能大赛组织委员会

总决赛承办单位：杭州师范大学阿里巴巴商学院

技术支持单位：江苏一鼎堂软件科技有限公司

三、竞赛宗旨

全国大学生数字贸易综合技能大赛聚焦数字化商品贸易、服务贸易、贸易技术及生态建设（平台、金融、物流、供应链），创新数字贸易人才培养模式，提升大学生的综合素质和专业技能，促进国际贸易与大数据、人工智能的融合发展。大赛将成为校企合作、校际交流和全国大学生竞技的国际化平台，吸引企业、学生（包括留学生）和教师积极参与，培养全球化数字贸易人才，助力国际贸易数字化、绿色化和高质量发展。

四、竞赛参赛对象

大赛分为初赛、区域赛和总决赛。参加总决赛的对象为区域赛晋级国赛的队伍。

五、竞赛时间、地点及内容

时间：2024年9月27日至29日

地点：杭州师范大学阿里巴巴商学院（浙江省杭州市余杭区仓前街道海曙路58号）

内容：基于[具体维度/场景]的数据分析与优化策略（详细命题见附件1）

六、竞赛评分标准

总决赛成绩由现场路演评委平均分构成，即：

总决赛成绩（100分） = 专家打分总和（300分）/专家人数（3人）

总决赛成绩的具体评分标准，详见附件2。

七、竞赛奖项设置

根据参赛队伍所在组别，按最终得分从高到低进行组内排名，每组分别评选出一等奖、二等奖及三等奖，比例分别为15%、30%、55%，若出现同分情况，则并列取奖。

竞赛另设置优秀组织奖（不超过参赛院校数的10%）、优秀指导老师奖（全国一等奖获奖团队指导老师）。

注：获奖比例进行四舍五入取整。

八、成绩公布及参赛费用

总决赛现场赛结束当天，评分专家组根据各参赛队伍得分高低及获奖比例评出一、二、三等奖，次日大赛组委会现场公布获奖名单。赛事不收取参赛费用，总决赛承办方推荐食宿场所，食宿及差旅费用自理。

九、申诉与仲裁

比赛过程中若出现有失公正或有关人员违规等现象，参赛代表队队长可在比赛结束后2小时之内向仲裁委员会提出书面申诉，申诉书应包括申

诉原因、申诉诉求、申诉团队等内容，并由申诉代表队所在二级学院院长签字盖章，申诉邮箱：mail@cbecbe.com。

十、竞赛联系及宣传

因总决赛涉及诸多环节的通知，请指导老师及参赛队伍队长于8月15日前进入微信赛事交流群。

【老师交流群二维码】

群聊：大数据分析总决赛（指导老师）



【参赛队伍队长交流群二维码】

群聊：大数据分析总决赛（队长）



竞赛联系人：刘彦彦 15538987224，秦子川 13336097390。

大赛组委会将通过网站（www.cbecbe.com）和官微对赛事进行广泛宣传与报道。

附件 1: 总决赛命题——基于[具体维度/场景]的数据分析与优化策略

附件 2: 总决赛评分标准

全国大学生数字贸易综合技能大赛组织委员会



2024年8月12日

附件 1：总决赛命题——基于[具体维度/场景]的数据分析与优化策略

一、背景描述：

在数字经济蓬勃发展的今天，亚马逊作为全球领先的电子商务平台，其海量交易数据与丰富的市场活动为理解消费者行为、预测市场趋势、评估商品竞争力提供了前所未有的机遇。本大赛旨在邀请参赛者深入挖掘亚马逊平台提供的多维度数据（包括但不限于热门商品排行榜、店铺详情、宝贝列表、商品详情、用户评论、跟卖信息等），通过数据分析与建模技术，发现数据背后的商业价值，提出创新性的市场洞察与优化策略。

二、具体维度/场景示例（供参赛者选择或结合）

- 1.商品趋势预测与爆款打造：基于历史销售数据与用户行为分析，预测未来一段时间内可能成为爆款的商品类型或特征，并提出针对性的营销策略和推广方案。
- 2.店铺运营优化策略：分析店铺评分、商品评价等关键指标，识别影响店铺转化率的关键因素，提出改善用户体验、提升店铺整体表现的策略建议。
- 3.市场细分与精准营销：利用产品数据与消费者购买行为数据，进行市场细分，设计针对不同消费群体的个性化营销策略，增强市场渗透力和客户粘性。
- 4.供应链管理与库存优化：结合销售预测与库存成本分析，探索如何通过优化供应链管理策略，减少库存积压，提高资金周转率，降低运营成本。
- 5.品牌竞争力评估与提升：对比同行业竞争对手的市场表现，评估自身品牌在亚马逊平台上的竞争力，提出增强品牌知名度、提升用户忠诚度的策略。

三、竞赛要求

- ❖ 本次竞赛旨在邀请参赛者深入挖掘竞赛平台提供的多维度数据，参赛作品需基于比赛平台提供的亚马逊数据采集平台（属于公开的市场数据），结合所选维度/场景进行深入分析。其他数据源可以自行拓展或者与企业合作。
- ❖ 需展示清晰的数据分析过程、方法论、关键发现及基于数据洞察的策略建议。
- ❖ 鼓励使用先进的数据分析工具和技术进行数据处理与可视化。

四、提交形式

- ❖ Word 研究报告：9月26日前需将完成的Word研究报告上传至报名系统【作品上传】，需打印三份于路演时分别呈现给评委。
- ❖ PPT 演示文稿：9月27日现场签到时，提交给现场工作人员（具体要求参照后续参赛指南）。
- ❖ 交互式数据仪表盘或视频讲解：路演过程有需要可制作并于9月27日现场签到时与PPT演示文稿一同提交。

附件 2：总决赛评分标准

项目	模块	评分细则	分值
设计思路	整体思路	整体设计思路清晰、完整，逻辑合理。紧扣主题，分析框架中，需包含跨境行业趋势分析、平台分析、站点分析、类目市场分析，其中类目市场分析需包含宏观市场分析及细分市场分析。	15
	创新创意	在设计中能体现一定的创新性、创造力、有独特的视角。	5
	分析维度与数据选择	分析的维度是否准确，数据、指标的选取是否合理。	10
分析过程与效果评估	报告内容完整程度	报告整体内容完整，包含背景、分析过程、结果呈现、结论、商业建议等内容。	10
	数据分析过程	整个数据分析过程需要包括数据采集、数据预处理、数据分析和可视化流程或相关说明。	10
	算法建模	报告中能使用一些模型算法进行预测、聚类等分析，同时要对模型有清晰的解释，对分析结果有清晰的解释。	10
	模型的验证	报告中需要对模型评估的效果进行解释说明，证明预测结果的合理性。	10
结论应用	结论的合理性与实用性	分析得到的结果要有合理性，并且具有一定的解决问题的实用性，能够应用于实际生产生活中。	10
	商业应用	对于得到的分析结果如何结合业务逻辑进行商业应用有着清晰得解释和说明。	10
报告制作	观感	背景、色调搭配舒适，排版美观，多用图表说话。	5
	篇幅	篇幅适中，没有冗余；重点突出。	5
总分			100