

# 重庆市大学生乡村振兴创意大赛组委会

---

## 重庆文理学院 重庆城市职业学院 重庆市高等教育学会 关于举办第六届重庆市大学生乡村振兴创意大赛的通知

各参赛单位：

2026年是“十五五”规划开局之年，扎实推进乡村全面振兴被列为年度重点工作任务。为深入贯彻党的二十大和二十届历次全会精神，全面贯彻习近平总书记关于“三农”工作的重要论述和重要指示精神，学习运用“千万工程”蕴含的发展理念、工作方法和推进机制，进一步汇聚高校人才与智力资源，丰富重庆市农业农村现代化的实践路径，全面助力乡村振兴，打造大学生乡村创新创业优质平台、营造大学生乡村创新创业优越环境、探索大学生乡村创新创业实践路径，经研究，第六届重庆市大学生乡村振兴创意大赛由重庆市教育委员会、重庆市农业农村委员会、重庆市文化和旅游发展委员会、中国共产主义青年团重庆市委员会主办，重庆文理学院、重庆城市职业学院、重庆市高等教育学会承办。现将有关事项通知如下：

### 一、大赛主题

活化矿山遗存，绘就小美红炉

## **二、大赛时间**

2026年7月-11月

## **三、总体目标**

贯彻落实国家乡村振兴战略，发挥“高校人才+经验导师”的智慧，聚焦重庆各乡村片区在乡村振兴战略实施过程中的重点、痛点及难点问题，将其研发成赛题，实现“真题真做真落地”，引导广大高校师生参与乡村振兴行动。同时，通过赛事举办，引导广大企事业单位、社会机构、创意设计者更加关注、助力乡村振兴。

## **四、组织机构**

**主办单位：**重庆市教育委员会、重庆市农业农村委员会、重庆市文化和旅游发展委员会、中国共产主义青年团重庆市委委员会

**承办单位：**重庆文理学院、重庆城市职业学院、重庆市高等教育学会

**支持单位：**重庆市永川区人民政府

**协办单位：**重庆市永川区红炉镇人民政府、重庆小美炉红农村集体经济组织管理有限公司、重庆武隆乡村旅游学院、重庆市乡村振兴服务协会、重庆供销电商产业发展有限公司、巴渝上品（重庆）农产品供应链有限公司

媒体支持：人民网、新华网、光明网、中国新闻网、工人日报网、中国网、中国教育报、国际在线、人民网·人民视频、重庆日报网、第一眼 TV、上游新闻、华龙网、搜狐网、新浪网、网易网、腾讯网、一点资讯、今日头条、华人头条、抖音、快手、小红书等。

大赛设立组委会、秘书处、专家组、监察仲裁组。

## **五、比赛赛道**

本届赛事分为文案类和视频类两个赛道（具体见大赛赛题指南）。各高校师生可结合自身优势选择赛题进行创作，每组只能选择一个赛题，不能多选。

## **六、参赛对象**

重庆市内外各高校在校生（本专科和研究生）和毕业五年内（2021年6月以后毕业）大学生均可报名参赛。参赛以团队形式参与，每队学生人数限2-5人，指导教师1-2人，须明确团队负责人，鼓励团队和指导教师跨地区、跨学校、跨领域、跨学科、跨专业自由组队。团队负责人只能负责1个作品，可作为成员参与最多不超过3个作品。同一指导教师最多指导5个团队。鼓励各团队与四川省高校学生自由组队，同时鼓励省外高校学生积极参赛。据参赛团队负责人的学籍或学历确定参赛团队所代表的参赛学校，且代表的参赛学校具有唯一性。

## **七、比赛赛制**

(一) 大赛分为校级初赛、市级复赛和市级决赛。校级初赛由各高校完成项目的校内遴选，推荐至市级复赛。市级复赛以专家线上评审的方式进行。市级决赛以线下陈述答辩形式举行。组委会将综合考虑各学校报名项目数量（为保证作品的质量，每个院校报名数量原则上不超过 500 组）、报名学生数量、往届比赛成绩等因素分配市级复赛比赛名额。

(二) 每所高校入选市级决赛项目总数不超过 5 个。

## **八、赛程安排**

### **(一) 大赛启动**

1.选村及出题。首先是调研选村，由竞赛秘书处组建专家团队分组开展调研，遴选出适合开展竞赛的乡村；其次调研出题，结合各乡村特色及发展需求，收集相关问题并转化为赛题，确定赛题后编制竞赛指南。

时间安排：2026 年 4 月-5 月

2.大赛启动。通过权威媒体发布大赛启动及赛点赛题等。

时间安排：2026 年 6 月中下旬-7 月中上旬

### **(二) 大赛报名**

1.大赛培训和赛点调研。组织各高校参赛或拟参赛团队开展大赛培训，邀请大赛专家、赛点有关人员大赛规则、赛点情况、赛题解读、优秀案例分享、相关政策及专业知识等进行培训，以拓展参赛团队设计思路，帮助其完成大赛作品。同

时，各高校自行组织参赛团队前往赛点进行实地调研，凡参加了实地调研（指定地点签到）的团队可在比赛中适当加分（具体见附件）。

时间安排：2026年7月-8月

2. 参赛报名和作品提交。各参赛团队登录大赛专属平台（“重庆市大学生乡村振兴创意大赛官网”，访问地址：<https://cq-xczxds.cqwu.edu.cn>）进行注册报名、下载赛点资料包。

学生围绕选题，结合专业和特长，根据要求及时撰写和上传初稿作品。

时间安排：2026年9月20日中午12:00截止（视频类赛道作品由于要获取点赞、互动、转发、浏览量等数据，请至少提前3天上传指定平台）。

### （三）校级初赛及市级复赛

1. 校级初赛。各高校在大赛官网内登录学校账号，查看下载本校学生作品，完成校级比赛，决出优秀作品，并在大赛官网内推荐至市级复赛。

时间安排：2026年9月30日中午12:00截止

推荐至市级复赛的作品需进行优化、修改，并在大赛官网内再上传。

时间安排：2026年10月11日中午12:00截止（视频类赛道作品由于要获取点赞、互动、转发、浏览量等数据，请至少提前3天上传指定平台）。

2.市级复赛。根据提交的项目设计方案（短视频），组织相关专家评委以盲评方式在大赛官网上进行市级复赛评审，对作品进行综合打分排名，并按规定遴选团队进入市级决赛。

时间安排：2026年10月11日-10月18日

推荐至市级决赛的作品需进行优化、修改，并在大赛官网内再上传。

时间安排：2026年10月28日中午12:00截止（视频类赛道作品只上传短视频和策划文案，短视频数据截图在决赛日前几天根据组委会通知再提交，视频发布的微信公众号由组委会指定）。

#### （四）市级决赛

1.决赛路演。决赛团队进行作品陈述答辩，由专家评委按照公平、公正、公开的原则，对作品进行评选，并产生相应奖项。

时间安排：2026年11月上旬。

2.闭幕式暨颁奖典礼。举办大赛闭幕式，进行颁奖，时间、地点另行通知。

#### （五）推广转化

组委会和赛点共同推进并支持优秀作品在赛点的转化落地，支持学生运用当地特殊资源进行创业。

时间安排：2026年12月至2027年4月

## 九、奖项设置

分赛道（文案类、视频类）分别设置作品奖和组织奖，具体如下：

（一）作品奖。文案类以入围市级复赛的总作品量为基数，市级复赛成绩排名前10%或前40名的作品（二者取数小者）进入市级决赛（其中专科院校作品占市级决赛总数量比例不低于10%）；视频类以入围市级复赛的总作品量为基数，市级复赛成绩排名前10%或前20名的作品（二者取数小者）进入市级决赛。市级决赛角逐特等奖和一等奖，其中排名前30%为特等奖，其余均为一等奖。大赛对特等奖颁发奖金，其中冠亚季军分别奖励5000元/团队、3000元/团队、2000元/团队，其余奖励1000元/团队。市级复赛作品按成绩排序15%定为大赛二等奖，25%定为大赛三等奖，后50%为优秀奖。三等奖及以上者均可获得由主办单位联合颁发的获奖证书，视频类赛道获奖团队同时获得由重庆市农村合作组织联合会颁发的“2026年度好物推荐官”证书。优秀奖获得由大赛组委会颁发的荣誉证书。

(二) 组织奖。设突出贡献集体、突出贡献个人、突出贡献组织工作者若干。

(三) 增值奖励。对落户赛点创办企业的参赛大学生团队，按照最新政策享受支持。

## **十、评价标准**

文案类评审指标与分值见附件 1、附件 2，视频类评审指标与分值见附件 3、附件 4。

## **十一、提交资料及作品要求**

### **(一) 报名参赛**

参赛团队按要求在大赛官网上注册、报名、上传和修改参赛作品。校级初赛、市级复赛和市级决赛提交作品截止时间前，均可对作品进行优化修改。市级复赛、决赛时提交的材料中不能出现有可能影响比赛公平性的相关信息，如参赛院校、参赛者姓名、指导教师等。

### **(二) 提交材料及要求**

#### **1.文案类**

(1) 提交材料：以策划方案为主，如有必要，可辅助提交调研报告、图件展示、视频（音频）制作等类型，作品总数不超过三个。

#### **(2) 各类型作品格式**

①文本作品：**PDF** 格式，文本中必须有摘要部分，内容不少于 **600** 字（建议添加思维导图或框架图，以便于评审专家快速清晰理解文案思路），命名格式为“文本-文案类-项目名称”。

②图件作品：**PDF** 格式，命名格式为“图件-文案类-项目名称”。

③视（音）频类作品：**MP4** 格式，分辨率 **720P** 或 **1080P**，横屏画幅宽高比为 **16: 9**，竖屏画幅宽高比为 **9: 16** 或 **9: 20**。要求画面清晰、声音饱满，时长 **2-5** 分钟，不超 **500M**，命名格式为“视（音）频-文案类-项目名称”。

注意：文本作品为大赛必须提交项，与其他格式（若有）作品分别上传于大赛官网内对应通道。

进入市级决赛的参赛团队需根据陈述时间制作 **PPT**，供现场陈述展示，排版美观，格式不限。

## 2. 视频类

### （1）发布平台

初赛：抖音

复赛：小红书

决赛：微信视频号

短视频需在以上三个不同平台在不同时间段分别上传发布（具体见前边的“赛程安排”）。

## （2）拍摄内容

见大赛赛题指南赛题 5。

## （3）作品要求

根据不同平台的属性设置短视频时间（建议抖音、小红书时间控制在 30 秒-2 分钟，微信视频号时间控制在 2-5 分钟），短视频在各平台发布时带话题#重庆市永川区红炉镇宣传片#小美红炉#第六届重庆市大学生乡村振兴创意大赛。其他话题由团队自定。

## （4）提交材料

1 个短视频（注：团队可以多人、多次发视频，提交作品时选择数据最好的一个提交）、1 份脚本文案、1 份短视频数据截图（包括短视频点赞、互动、转发、浏览量等，请在视频页面点击评论项进行截图，截图需能清晰呈现各类数据、标题以及话题。组委会将指定专人后台登录进行验证，如发现数据造假，取消参赛资格并通报批评）。

## （5）作品格式

文本作品：**PDF** 格式，脚本命名格式为“脚本-视频类-团队名称”，数据截图命名格式为“数据截图-视频类-团队名称”。

视频类作品：**MP4** 格式，分辨率 720P 或 1080P，横屏画幅宽高比为 16: 9，竖屏画幅宽高比为 9: 16 或 9: 20。要求画面

清晰、声音饱满，不超 500M，命名格式为“短视频-视频类-团队名称”。

进入市级决赛的参赛团队还需根据陈述时间制作 PPT，供现场陈述展示，排版美观，格式不限。

### （三）参赛者承诺

1.作品创作元素围绕乡村文化、历史遗迹、民俗民风、乡村生态等进行创作；使用被国家认定的非物质文化遗产、农业文化遗产等进行创作需附上说明。

2.参赛作品为原创作品，知识产权清晰，不存在任何法律纠纷，参赛者对已经转化落地的作品拥有署名权。

3.参赛作品需严格把关，不涉及国家秘密、工作秘密，不含有色情、暴力、种族与宗教歧视、封建迷信等国家法律法规明令禁止的内容，不违背社会主义核心价值观、违反公序良俗。

4.大赛组委会对参赛作品拥有宣传展示权、出版权及转让权，赛点对参赛作品具有使用权和宣传展示权。参赛者在大赛官网上报名即代表认可该事项。

## 十二、注意事项

（一）参赛团队及其成员应全面了解本次大赛规则。凡提交参赛作品者，视同已全面了解并接受大赛规则，自愿受其约束。

(二) 参赛团队开展实地调研，须自行购买人身意外保险，高度注意人身安全，避免在极端天气和恶劣环境下开展调研。

(三) 所有参赛作品应为原创设计，因作品带来的知识产权纠纷由参赛团队自行承担。如有剽窃、抄袭等违规现象，经大赛监察仲裁组核实后，酌情降级或取消竞赛资格，并通报所在单位。

(四) 组委会可根据赛事推进实际情况及不可抗力因素（自然灾害、政策性调整、疫情等）对方案进行局部调整。

### **十三、联系方式**

1. 赛事联络员 QQ 群：619647614，请各学校指定两名工作人员（负责人、联系人）加入该群（参赛师生切勿加群），便于赛事工作沟通及交流，并做好本校参赛团队的组织与信息传递工作。填报表格见《学校联系人信息表》（附件 5），请反馈至电子邮箱 19259773@qq.com，邮件主题和文件名以“学校名称+联系人姓名+联系方式”命名。

#### **2. 竞赛秘书处联系方式**

地址：重庆市永川区卫星湖文化旅游区重庆文理学院镜湖楼 2308 室（402160）

#### **赛题咨询：**

王老师（文案类），电话：13594629890，QQ：344688337

苏老师（视频类），电话：15123345027，QQ：454831282

日常事务：宋老师，电话：13618298336，QQ：993044137

赛点事宜：谢老师，电话：13500321373，QQ：2430180979

大赛系统：张老师，QQ：1243930735

大赛官网：<https://cq-xczxds.cqwu.edu.cn>

大赛公众号：

大赛视频号：



附件：1.校级初赛、市级复赛评审指标（文案类）

2.市级决赛评审指标（文案类）

3.校级初赛、市级复赛评审指标（视频类）

4.市级决赛评审指标（视频类）

5.学校联系人信息表

第六届重庆市大学生乡村振兴创意大赛组委会

重庆文理学院 重庆城市职业学院 重庆市高等教育学会

（代章）

2026年7月8日

附件 1

## 校级初赛、市级复赛评审指标（文案类）

序号	评审指标	说 明	分值
1	设计和创作的可行性与落地性、应用情况和影响力	<p>1.设计方案合理，语言准确生动，完整度高，专业性强，实际应用性强，充分体现当地文化元素等，产业发展可行性强；</p> <p>2.规划设计符合国家及地区有关政策，设计思路清晰、具有较强的落地实施性；</p> <p>3.思路清晰、设计落地性强、能解决乡村实际问题，能为乡村带来社会资源，有实际成效，后期运营保障性强。</p>	60 分
2	创意创新	设计和创作具有创新理念、创新设计手法，独特的创作思路，打造出具有当地特色的作品。	30 分
3	作品资料完整性	严格按照作品格式要求提交作品，满足评审资料完整性要求，其中文本中没有“摘要”的本指标为零分。	10 分
4	调研加分	团队在 9 月 20 日前赴赛点开展了实地调研，对资源、行业、市场、技术等方向有详实调研，调研扎实充分、资料丰富。	+5 分

## 附件 2

## 市级决赛评审指标（文案类）

序号	评审指标	说明	分值
1	独创性	1.构思、视角、创意、内容具有创新性、前瞻性、时代性、地域性等，符合乡村风貌、文化特色或乡村产业特色。 2.原创性强，主题鲜明、立意新颖，做到定位准确。 3.具有创新或技术突破，或工作方式方法具有创新性，取得一定数量和质量的创新成果。 4.在商业模式、产品服务、管理运营、市场营销、工艺流程、应用场景等方面取得突破或创新。 5.如有雷同或抄袭，酌情扣分直至取消比赛资格。	30分
2	可行性	1.内容符合乡村具体情况和现实需求，尊重民风民俗。 2.方案切实可行，具有较强的落地性，项目落地执行情况考察详实可行。 3.投资预算和经济技术指标合理，具有较强盈利潜力或盈利能力，经济效益好，能带动乡村共富，推动乡村就业，可推广性强。	25分
3	完整性	1.问题诊断准确，能运用相关理论解决实际问题，有分析诊断深度。 2.商业模式设计完整，内容重点突出、合理实用。 3.在满足设计要求的前提下，充分考虑项目和周边各因素之间的关系。 4.与上级规划要求一致，并与村级发展要求保持一致。	20分
4	专业性	1.作品思路清晰、逻辑严密、表述流畅、格式规范、形式完美、图文并茂。 2.团队构成合理、分工合作，专业性思考能力和创作执行能力强。 3.团队与项目关系的真实、紧密性强，对项目的投入时间和精力充分，其实践具有正向的带动和示范作用。 4.团队陈述表达清晰，答辩回答问题准确。	20分
5	团队表现	过程认真，积极参与当地和组委会组织的活动，对当地建设有推动作用。	5分
6	宣传加分	团队在参赛过程中通过各种媒体（官方媒体、抖音、微信视频号、小红书、知乎、豆瓣、B站、微信公众号等）进行宣传，大赛官方公众号推送各阶段竞赛日志。每发布1篇加0.2分，总加分不超过1分。 说明： 1.7-11月，每个参赛团队每月最多可提供1篇宣传稿参与加分； 2.各学校官网、公众号和大赛官网、公众号发布的宣传稿，可直接加分；发布于其他平台的宣传稿需经秘书处审核通过才可加分。	+1分
7	组队加分	团队在参赛过程队员有四川省高校学生参加	+0.5分
8	调研加分	团队在9月20日前赴赛点开展了实地调研，对资源、行业、市场、技术等有详实调研，调研扎实充分、资料丰富。	+5分

## 校级初赛、复赛评审指标（视频类）

序号	评分项目	评分要点	分值
1	主题与创意	<p>1.主题契合度（15分）：视频内容与所选拍摄对象高度相关，精准传递产品核心信息或场景核心魅力。</p> <p>2.原创性与新颖度（15分）：创意构思巧妙，角度独特，剧情设计或表现形式令人耳目一新，避免同质化和俗套。</p>	30分
2	内容与营销力	<p>1.内容吸引力（15分）：开头3秒内能迅速抓住观众注意力，整体节奏流畅，叙事清晰或有悬念，能让人完整观看。</p> <p>2.信息传达与卖点突出（15分）：有效展示了产品的核心卖点，或场景的独特体验价值，信息传递准确、高效。</p> <p>3.号召力与转化意向（10分）：视频能有效激发观众的兴趣、向往或购买欲望，结尾引导清晰（如“想体验吗？”“点击左下角”等），具有明确的营销导向。</p>	40分
3	制作技术	<p>1.画质与收音（5分）：画面清晰、稳定，曝光准确；收音干净，人声清晰，背景音乐或音效使用得当。</p> <p>2.剪辑与节奏（10分）：剪辑流畅，转场自然，镜头语言丰富（景别、角度变化），视频节奏符合内容调性（快节奏卡点或慢节奏叙事）。</p>	15分
4	平台适配性	<p>1.格式规范（5分）：视频尺寸、时长、字幕等符合所选发布平台抖音的爆款特性。例如，抖音快节奏、强冲突，小红书重美学、强干货。</p> <p>2.互动效果（10分）：短视频能结合平台热点话题或标签，激发互动（点赞、评论、分享）。</p>	15分
5	调研加分	团队在9月20日前赴赛点开展了实地调研，对资源、行业、市场、技术等方向有详实调研，调研扎实充分、资料丰富。	+5分

## 附件 4

## 市级决赛评审指标（视频类）

序号	评分项目	评分要点	分值
1	主题与创意	1.主题契合度（15分）：视频内容与所选拍摄对象高度相关，精准传递产品核心信息或场景核心魅力。 2.原创性与新颖度（15分）：创意构思巧妙，角度独特，剧情设计或表现形式令人耳目一新，避免同质化和俗套。	30分
2	内容与营销力	1.内容吸引力（10分）：开头3秒内能迅速抓住观众注意力，整体节奏流畅，叙事清晰或有悬念，能让人完整观看。 2.信息传达与卖点突出（15分）：有效展示了产品的核心卖点，或场景的独特体验价值，信息传递准确、高效。 3.号召力与转化意向（10分）：视频能有效激发观众的兴趣、向往或购买欲望，结尾引导清晰（如“想体验吗？”“点击左下角”等），具有明确的营销导向。	35分
3	制作技术	1.画质与收音（5分）：画面清晰、稳定，曝光准确；收音干净，人声清晰，背景音乐或音效使用得当。 2.剪辑与节奏（10分）：剪辑流畅，转场自然，镜头语言丰富（景别、角度变化），视频节奏符合内容调性（快节奏卡点或慢节奏叙事）。	15分
4	平台适配性	1.格式规范（5分）：视频尺寸、时长、字幕等符合所选发布平台抖音的爆款特性。例如，抖音快节奏、强冲突，小红书重美学、强干货。 2.互动效果（10分）：短视频能结合平台热点话题或标签，激发互动（点赞、评论、分享）。	15分
5	团队表现	1.过程认真，积极参与当地和组委会组织的活动，对当地建设有推动作用（2分）。 2.陈述表达清晰，答辩回答问题准确（3分）。	5分
6	宣传加分	团队在参赛过程中通过各种媒体（官方媒体、抖音、微信视频号、小红书、知乎、豆瓣、B站、微信公众号等）进行宣传，大赛官方公众号推送各阶段竞赛日志。每发布1篇加0.2分，总加分不超过1分。 说明： 1.7-11月，每个参赛团队每月最多可提供1篇宣传稿参与加分； 2.各学校官网、公众号和大赛官网、公众号发布的宣传稿，可直接加分；发布于其他平台的宣传稿需经秘书处审核通过才可加分。	+1分
7	组队加分	团队在参赛过程队员有四川省高校学生参加	+0.5分
8	调研加分	团队在9月20日前赴赛点开展了实地调研，对资源、行业、市场、技术等方向有详实调研，调研扎实充分、资料丰富。	+5分

附件 5

## 学校联系人信息表

学校名称（学校或部门盖章）：

负责人信息	姓名	
	部门	
	职务	
	联系电话	
日常联系人信息	姓名	
	部门	
	手机号码	
	办公电话	
	邮箱	