附件5

决赛评分细则

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 评分项 | 具体内容 | 评分标准 |
| 历史底蕴（20分） | 文化传承（5分）：产品或服务中融入并展现了特定地域或民族的文化元素，有清晰的文化传承脉络。历史故事（5分）：能够有效讲述产品背后的历史故事或文化渊源，增强产品的文化深度和吸引力。艺术审美（5分）：在产品设计、包装或推广中体现出高水平的艺术审美，提升整体文化品位。文化创新（5分）：在保持传统文化精髓的基础上，进行了创新性的融合或现代化诠释，使传统文化焕发新活力。 | 每一子项评分A.优秀5B.良好4C.一般3 |
| 品牌价值（30分） | 品牌知名度（15分）：品牌在目标市场中的知名度和影响力，以及消费者对其认可程度。品牌差异化（15分）：品牌在市场中的独特定位，以及与竞争对手相比的显著优势。 | 每一子项评分1. 优秀 15

B.良好 12C.一般10 |
| 经济社会效益（20分） | 经济效益（10分）：产品或服务对企业经济效益的贡献，包括销售额、利润率等关键经济指标。社会效益（10分）：产品或服务对社会发展的积极影响，企业承担的社会责任，包括公益活动、消费者权益保护等方面的表现。乡村产业振兴（5分）：产品在乡村地区的产业发展中起到的关键作用，如挖掘和展示乡村特色文化，带动乡村产业升级、增加农民收入、带动经济发展等。 | 每一子项评分A.优秀 10B.良好 8C.一般6 |
| 项目路演（30分） | PPT制作规范（15分）：格式精简、表达特殊、主题鲜明、注重逻辑、内容丰富。选手路演表现（15分）：条理清晰、表述简洁；内容完整、重点突出；仪态端正，回答准确。 | 每一子项评分A.优秀 15B.良好 12C.一般10 |
| 备注：总分100分，去掉一个最高分和最低分后，余下分数的平均值即为最终得分。 |