
附件 1.

CIFST-第二届全国乳业技术创新中心创新大赛 规则

一、主办单位

中国食品科学技术学会

国家乳业技术创新中心

二、主题方向

1. 以全生命周期人群营养健康需求为核心，依托新技术、新理念开发适于不同人群营养需求的创新乳品或含有乳成分的食品。

2. 通过生动、有趣的科学普及，向消费者传播正确的乳品常识，纠正常见的乳品认知误区，指导消费者合理选择乳品和提升乳品摄入量。

三、参赛范围

定向高校（15所，排序不分先后，实际参赛高校视需调整）：

安徽农业大学、北京工商大学、长沙理工大学、东北农业大学、华中农业大学、江南大学、南昌大学、上海交通大学、天津科技大学、中国海洋大学、中国农业大学、哈尔滨商业大学、上海理工大学、华南农业大学、海南大学。

非定向高校及相关单位，面向 CIFST 单位会员和国家乳业技术创新中心成员单位开放，可于 **4 月 30 日**前提出申请（附件 2），经审核通过后方可参赛。

四、参赛资格及要求

(1) 以团队形式参赛，参赛者应是高校在校生。

(2) 每个团队人数应不多于7人，建议至少1名以上食品专业的学生和1名以上其它专业的学生（如市场、管理、设计等专业）。

(3) 每个团队要有本校1-2位在职教师作为指导老师。

(4) 参赛的内容必须具有创新性和独立性。

(5) 同一个参赛团队可以提交多个方案，每个方案单独参与评审。同一作品不可重复参与其它类似食品创意大赛，一经发现立即取消参赛资格。

(6) CIFST 学生会员有资格参与学会组织的关于学生创新大赛的技术讲座1-2次，具体时间和形式以主办方面向学生会员的具体通知为准。扫描右方二维码，提交申请。



五、参赛细则

本届大赛面向全国设有食品类相关专业的高校，以定向和非定向相结合的方式，开展“创新产品类”和“趣味科普类”两项创新活动。

（一）创新产品类

1. 产品方向

(1) 具有“营养与健康”属性，或在工艺方面具有突出创新的乳及乳制品。

(2) 含有乳成分的食品：以乳为载体与其它食物进行跨界融合，拓展乳品消费新场景的创新产品。

2. 参赛流程

活动时间集中在4-10月，主要分为：校园宣讲、产品创意征集、初评、产品研制、终评、表彰仪式等六个阶段。

(1) 产品创意征集及入围

创意计划书提交截止时间：2024年6月6日

形式：在规定期限内向各自校方提交创意基本信息表（附件3）和创意计划书（附件4）；各参赛高校自行组织专家，参照初评标准进行评审，按成绩高低向主办方报送一定数量的创意计划书（定向高校不少于10份，非定向高校不少于5份，并填写附件5）。

(2) 初评

初评结果公布时间：2024年6月下旬

各参赛高校提交创意计划书进入专家评审的名额，将由主办方根据最终收到的有效创意计划书总量来确定，最终评选出30份创意计划书入围复赛，进行产品研发。

(3) 产品研制

时间：2024年7月1日至8月31日

形式：凡有创意计划书入围的参赛高校将代表参赛团队与主办方签订合同以确保创新产品如期完成。每个入围团队可获得预付人民币1000元实验经费进行产品创新。所有入围团队必须确保产品试验、制作过程符合卫生要求，并对人体安全，所用包装材料必须确保产品在运输及储存过程中不会受到污染，到评审品尝时仍可安全食用。

(4) 答辩和最终评审

竞赛结果公布时间：2024年9月30日前

形式：大赛主办方统一组织入围作品进行线上投票及专家评审（具体安排另行通知）。

入围复赛者在本校组织下，于**2024年9月10日前**提交：①10份在计划书中描述的产品；②10份产品报告书，格式同创意

计划书，A4 纸打印胶装；③创新产品的电子海报，图片格式，尺寸：150mm（宽）×225mm（高）；文件大小：3M~5M；④答辩 PPT，以团队形式进行答辩，每个团队 3 分钟。

（5）表彰仪式

主办方将邀请获得前三名的团队以及最佳指导教师、优秀组织单位的代表各 1 名参加 10 月下旬在重庆召开的中国食品科学技术学会第二十一届年会及表彰，相关费用由大赛主办方承担。

3. 奖励设置

第一名：1 队，20000 元/队

第二名：2 队，10000 元/队

第三名：3 队，5000 元/队

最佳指导教师：1 队，5000 元/队

优秀组织高校：1 校，5000 元/校

最受欢迎团队：1 队，3000 元/队

优秀作品：3 队，2000 元/队

入围作品：20 队，颁发证书

备注：如所提交方案未达到竞赛相关要求及规则，主办方有权对入围的创新方案个数以及奖励数量进行调整。获得奖励的所有团队授予相应等级证书。国家乳业技术创新中心为前三名获奖团队成员提供乳业国创中心成员单位企业终面直通车机会，CIFST 学生会员优先。

4. 评分标准

（1）入围评审

满分 100 分，具体指标如下：

指标	分值
立意与创新性	30

满足营养与健康价值	30
产品配方合理性	20
加工方法和工业化生产可行性	10
创意计划书质量	10

(2) 最终评审

满分 100 分，具体指标如下：

指标	分值
创新性及相关（风味及口感、市场定位、包装设计、配方、加工方式、可持续性、食品安全与保质期、概念商业化的可能性等）	35
答辩综合表现（语言表达能力、逻辑思维能力、团队合作意识、现场随机应变能力、激情与活力）	30
营养与健康价值	25
产品报告书质量	10

(3) 优秀组织单位

对各参与高校的组织工作进行评价，满分为 100 分，具体评分标准如下：

指标	分值
按时完成各项工作*	30
活动组织与推广	20
产品入围率	15
入围产品获奖率	15
综合评价	20

*此项作为硬性指标，达不到 25 分者不参与评审。

(二) 趣味科普类

1. 科普作品具体要求：

(1) 围绕以下选题开展创作，要求内容科学、准确，具有趣味性和创新性。内容可参考国家卫健委、国家市场监督管理总局、中国食品科学技术学会等官方网站及微信公众号发布的信息。

序号	选题内容
1	如何正确选购牛奶/酸奶/奶酪？
2	喝牛奶引起腹泻是怎么回事儿？
3	常温乳和低温乳有何区别？
4	儿童如何正确饮奶？
5	喝牛奶对血糖有影响吗？

(2) 作品以短视频（动画或情景剧等，MP4格式）形式呈现，时长**3分钟以内**，视频中不得出现高校、团队成员、指导教师等信息。

2. 参赛流程

活动时间集中在**4-9月**，主要分为：作品征集、初评、终评、表彰仪式等四个阶段。

(1) 作品征集

视频脚本截止提交时间：2024年5月31日

形式：参赛团队在规定期限内向各自校方提交创意基本信息表（附件3）和视频脚本（附件6）；各参赛高校自行组织专家，参照科普作品的评分标准进行评审，按成绩高低向主办方报送一定数量的视频脚本（定向高校不少于**5份**，非定向高校不做数量要求，并填写附件5）。

(2) 初评

初评结果公布时间：2024年6月中旬

形式：各参赛高校提交科普视频脚本进入专家评审的名额，将由主办方根据最终收到的有效视频脚本总量来确定，最终评选出 **20** 个作品入围复赛，进行视频制作。

(3) 终评

视频提交截止时间：2024 年 8 月 15 日

竞赛结果公布时间：2024 年 9 月 30 日前

形式：大赛主办方统一组织入围作品进行线上投票及专家评审（具体要求另行通知），评选出获奖作品。

(4) 表彰仪式

主办方将邀请获得前三名的团队代表各 1 名参加 10 月下旬在重庆召开的中国食品科学技术学会第二十一届年会及表彰，相关费用由大赛主办方承担。

3. 奖励设置

第一名：1 队，10000 元/队

第二名：1 队，8000 元/队

第三名：1 队，5000 元/队

最具人气作品：1 队，3000 元/队

入围作品：16 队，颁发证书

备注：如所提交方案未达到竞赛相关要求及规则，主办方有权对入围的创新方案个数以及奖励数量进行调整。获得奖励的所有团队授予相应等级证书。国家乳业技术创新中心为前三名获奖团队成员提供乳业国创中心成员单位企业终面直通车机会，CIFST 学生会会员优先。

4. 评分标准

满分 100 分，具体指标如下：

指标	分值
作品的科学性	50
作品的趣味性	25
作品的创意性	25

六、附则

1、参赛作品要求必须为原创作品，拥有作品的著作权并获得参赛作品中所包含人物的肖像权使用许可和其它必要的许可，同时须保证提交的作品不侵犯任何第三人的著作权、肖像权、名誉权、隐私权、商标权等其他合法权益，若发生侵权行为由参赛者承担所有责任。

2、参赛作品的知识产权（包括但不限于相关工艺和配方的所有权、专利申请权、相关图片的著作权等）归主办方和参赛者共有。如果参赛作品因抄袭或其他侵犯他人权利而导致任何第三方向主办方索赔，法律责任由参赛作品提供者承担。

3、主办方有权在市场开发或相关活动中使用参赛作品的有关配方和图片资料等，有权邀请食品生产机构按报告所述内容试制部分或全部样品，入围参赛者有义务提供相关技术支持。

4、参赛者在未征得主办方同意前，不得向其它方转让参赛作品的创意或相关技术。

5、若入围参赛者由于某种原因不能按规定提交报告书及作品等相关成果，应及时通知主办方并书面说明原因，主办方有权追回部分或全部配套实验经费。

6、相关所拨经费税款及奖金的所得税由学校或个人自理。

7、本规则未尽事宜，由中国食品科学技术学会和国家乳业技术创新中心协商决定。

8、本规则由中国食品科学技术学会和国家乳业技术创新中心负责解释。

9、本大赛详情查看，请登录 <http://www.cifst.org.cn/>。



CFST