**附件3**

**CIFST-2019年度李锦记杯学生创新大赛-评审程序及标准**

**1、入围计划书**

各参赛高校于**6月1日前**组织相关评审专家，参照入围计划书的评审标准完成初评，并以学校为单位，向大赛组委会提交**6份按照成绩高低排序的**创意计划书，其中，**第1-2名计划书直接入围**。

大赛组委会邀请国内食品专家与企业代表组成的专家组，对各校报送的位列3-6名的创意计划书进行再次评审，以评分高低筛选出前20份。计划书评审标准，满分为100分，具体指标如下：

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **评分指标** | **很好** | **较好** | **一般** | **较差** | **很差** |
| 创新性及市场定位（30 分） | 28-30 | 24-27 | 21-24 | 18-20 | 15-17 |
| 产品配方合理性（30 分） | 28-30 | 24-27 | 21-24 | 18-20 | 15-17 |
| 加工方法可行性（20 分） | 20 | 18-19 | 16-17 | 13-15 | 10-12 |
| 李锦记产品的用法及用量（10 分） | 10 | 9 | 7-8 | 5-6 | 3-4 |
| 产品商业化可能性（10 分） | 10 | 9 | 7-8 | 5-6 | 3-4 |

**2、宣传海报评比**

各参赛高校于**8月19日前**向大赛组委会提交各入围团队制作的宣传海报。大赛组委会将通过相关官方渠道对**40个**宣传海报开展评比活动，**评选出最佳设计奖1名**，各宣传海报的成绩也作为产品终评的一项重要参考指标。

**3、产品最终评审**

大赛组委会邀请来自食品企业、科研院所、媒体的相关专家组成终审评委会。大赛要求产品保证卫生质量，任何质量不合格的产品都将不能参与最终评审。评审委员会将对40份入围产品根据下列标准进行评分，评选出前三等奖入围团队8队，优秀奖5队，单项奖5队。终评评审标准，满分为100分，具体指标如下：

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **评分指标** | **很好** | **较好** | **一般** | **较差** | **很差** |
| 风味及口感（25 分） | 20 | 18-19 | 16-17 | 13-15 | 10-12 |
| 创新性及市场定位（20 分） | 15 | 13-14 | 11-12 | 9-10 | 7-8 |
| 包装设计（10 分） | 10 | 9 | 7-8 | 5-6 | 3-4 |
| 产品配方合理性（10 分） | 10 | 9 | 7-8 | 5-6 | 3-4 |
| 加工方法可行性（10 分） | 10 | 9 | 7-8 | 5-6 | 3-4 |
| 用法及用量（10 分） | 10 | 9 | 7-8 | 5-6 | 3-4 |
| 产品报告书（10 分） | 10 | 9 | 7-8 | 5-6 | 3-4 |
| 产品商业化可能性（5 分） | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |

**4、前三等奖现场答辩**

大赛组委会邀请来自食品企业、科研院所、媒体的相关专家组成答辩评委会，要求前三等奖入围团队选派1位代表（由组委会资助相关交通食宿费用）进行PPT汇报，并携带产品进行现场品尝。根据综合评分，评选出本届大赛的前三等奖名单。

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **考核形式** | **所占分值** | **评分指标** |
| 1 | 口头报告 | 50 | 1、语言表达能力  2、逻辑思维能力  3、团队合作意识  4、现场随机应变能力  5、激情与活力 |
| 2 | 产品品尝 | 40 | 1、风味及口感  2、感官评价  3、包装设计  4、合理的保质期  5、产品商业化可能性 |
| 3 | 报告书 | 10 | 1、结构完整、逻辑合理，语言严谨、规范  2、产品配方合理、加工方法可行、李  锦记产品的用法和用量明确 |

**5、优秀组织奖评价标准**

大赛组委会将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：

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **评分指标** | **很好** | **较好** | **一般** | **较差** | **很差** |
| 按时完成各项工作\* | 30 | 25 | 20 | 15 | 10 |
| 活动组织与推广 | 20 | 17 | 14 | 11 | 8 |
| 产品入围率 | 15 | 12 | 10 | 7 | 5 |
| 入围产品获奖率 | 15 | 12 | 10 | 7 | 5 |
| 综合评价 | 20 | 22-23 | 19-21 | 17-18 | 15-16 |

\*作为硬性指标，达不到 25 分者不参与评审