

## 中国食品科学技术学会首届“雀巢杯”学生创新竞赛 规则

### 一、竞赛主题方向

1. 产品类：乳制品、咖啡
2. 包装设计类：创新包装

详情详见附件一

### 二、参赛资格

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，包括至少 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，参赛团队可以与指导老师讨论、寻求帮助，但学生应是参赛方案的主要创意者，参赛产品应当是参赛团队独立研究构思得到的结果。
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。
6. 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。
7. 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。学生会员申请请扫描下方二维码：



---

### 三、竞赛流程

#### (一) 创意计划书提交与入围 **截止日期：2023年6月6日**

##### 1. 内容和相关要求

(1) 创意计划书应有中英文对照的题目及摘要，以 PPT 形式展示，除首页、摘要和相关文献页以外，主体内容不超过 10 页。

(2) 创意计划书的主体内容应包括：

● 产品类：详细的产品描述、构思、配方、原辅料添加的目的和方法、生产工艺和流程（品质与安全的控制步骤等）、营养成分分析、风味评价、市场潜力分析、价格/成本、包装方法和达到至少 6 个月保质期的方法，引用文献须加标注。

● 包装创新类：技术解决方案、基础性能参数（如有）、应用场景等。

(3) 创意计划书中不得出现参赛者的姓名、学校、班级、联系方式及指导教师等个人信息。

##### 2. 提交及入围

(1) 参赛团队在规定期限内向各自校方提交创意计划书。

(2) 各参赛高校自行组织专家，参照计划书评分标准进行评审，按成绩高低向竞赛组委会选送 **8-10 份** 创意计划书。

(3) 各参赛高校的直接入围名额（包含不同主题），以及进入专家评审的名额，将由竞赛组委会根据最终收到的有效创意计划书总量来确认。

(4) 最终评选出 **40 份** 创意计划书入围复赛，进行产品研发或包装设计。

#### (二) 产品或包装研制 **2023年6月20日-8月31日**

1. 竞赛组委会将于 6 月下旬在 CIFST 官方网站公布入围名单。

2. 凡有计划书入围的参赛高校将代表参赛团队与竞赛组委会签订合同以确保创新产品如期完成。

---

3. 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。该实验经费用于实验原辅料的购买以及实验器材的使用费用等。

4. 入围团队应根据计划书所述，对产品或包装进行试制，最终配方及包装可根据试制结果做适当调整。

5. 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。

6. 雀巢将为入围团队提供技术支持，以促进作品进一步优化。

### **(三) 最终产品或包装递交**

**截止日期：2023 年 9 月 1 日前**

9 月 1 日前，以学校为单位，每个入围团队提交两份快递及一份电子文件夹。具体如下：

#### **1. 产品或包装成品（快递 1）**

**产品类：**20 份可品尝的终产品，其中，2 份原包装设计的产品（用于展示）、18 份便利小包装产品（够 1 人品尝量即可）。

**包装设计类：**2 份包装样品和设计图纸，其中，1 份原包装设计产品用于展示、1 份用于内部分析。

#### **2. 报告书（快递 2）**

18 份产品研发报告书。A4 纸打印胶装，不可用抽杆夹等文件夹。同时，附上由指导老师出具的证明信，以保证产品质量、制作工艺等内容与报告书描述相符。

#### **3. 电子文件夹**

报告书 PDF 版本、3-4 张产品图片、1-2 张团队成员照片。

**同时**，每个入围团队要附上由指导老师出具的证明信，以保证产品质量、制作工艺等内容与报告书描述相符。

**注意：**快递 1 和 2 须分装在不同包装箱中同时寄送。

#### （四）入围团队在线答辩

日期：2023年9月

1. 40组入围团队将在9月中下旬按照竞赛组委会具体通知进行线上答辩。

2. 主办方将邀请相关专家组成评审委员会，按照复赛作品评分标准进行现场评审。相关要求：

（1）以团队形式进行答辩；

（2）每个团队3分钟，以PPT展示，聚焦产品或包装的创意来源、创新点、产品配方、工艺流程、营养和风味特征等要素。

（3）答辩过程中不得出现任何个人信息。

#### （五）其它

（1）竞赛组委会将于9月下旬公布最终获奖名单。

（2）若参赛团队人员组成、排列顺序等有变更，须在名单公示结束前，向竞赛组委会出具指导老师签名、学院盖章的文字说明。

（3）主办方将邀请前三名和优秀组织高校获奖团队代表各1名参加中国食品科学技术学会第二十届年会及表彰典礼，相关会议注册、交通和食宿等费用按照统一标准由竞赛主办方承担。

### 四、评审标准

#### （一）入围评审

1. 产品类：具体指标如下，满分为100分

营养与健康价值	25分
立意与创新性	25分
可持续性	15分
方便与美味	10分
食品安全与保质期	15分
概念商业化的可能性	10分

---

**2. 包装创新类：具体指标如下，满分为 100 分**

成本	10 分
阻隔性	15 分
走机适配性	15 分
可循环再生	15 分
可商用的本土原材料	15 分
减少原生塑料使用量	20 分
满足运输，分销要求无破损	10 分

**(二) 最终评审**

**1. 产品类：具体指标如下，满分为 100 分**

营养与健康价值	15 分
创新性	15 分
可持续性	10 分
食品安全与保质期	15 分
外观、口感	15 分
包装设计	10 分
报告书完整性	10 分
答辩团队成员整体表现	10 分

**2. 包装创新类：具体指标如下，满分为 100 分**

成本、阻隔性	15 分
走机适配性	15 分
可循环再生	15 分
可商用的本土原材料	10 分
减少原生塑料使用量	15 分
满足运输，分销要求无破损	10 分
报告书完整性	10 分
答辩团队成员整体表现	10 分

---

### 3. 优秀组织高校： 具体指标如下，满分为 100 分

按时完成各项工作	15 分
活动组织与推广	15 分
创意入围率	15 分
入围创意获奖率	15 分
创意计划书与报告书专家评价质量	20 分
综合评价	20 分

## 五、附则

1. 参赛作品的知识产权与个人信息相关要求详见附件 2。每个参赛团队均需签署此文件并确保该文件对每个参赛人员具有同等约束力，以表明参赛者确认和接受竞赛规则，并向主办方提供已签署所述文件的原副本。

2. 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。

3. 相关所拨经费税款及奖金的所得税由学校或个人自理。

4. 本规则未尽事宜，由主办方协商决定。

5. 本规则由主办方负责解释。

## 六、组委会联系

**中国食品科学技术学会**

联系人：莫英杰

电话：010-65265375、010-65265376 邮箱：foodtech@cifst.org.cn

地址：北京市海淀区阜成路北三街 8 号 9 层，100048

**雀巢研发（中国）有限公司**

联系人：廖勇诚

电话：010-8741 9751 邮箱：yongcheng.liao@rd.nestle.com

地址：北京市朝阳区酒仙桥 6 号院 5 号楼 3 层

---

## 附件 1:

# 中国食品科学技术学会首届“雀巢杯”学生创新竞赛主题解析

## 一、产品类

### 1. 乳制品类

**方向 1（指定命题）：健康饮料（含乳/植物基，非低温）**

设计一款迎合当下营养与健康需求的饮料（低温产品除外），包括含乳以及植物基饮料，需满足消费者对风味的需求，同时产品需涵盖如下至少一个以上创新点：营养成分、功效、使用场景、使用体验、感官体验等；目标消费人群可在孩子、年轻人、中老年人中任选其一。

**方向 2（开放命题）：新一代奶粉 Pro**

以奶粉为原料，设计一款具有契合当下健康趋势，为年轻消费群体提供具有迭代功效的奶粉制品（低温产品除外），优化消费者对奶粉制品的使用体验，让年轻群体爱上奶粉制品。产品创意需要涵盖如下至少两个以上创新点：产品形态、营养成分、功效性、包装、使用体验、感官体验、使用场景等；常温液奶保质期 $\geq 10$ 个月，奶粉保质期 $\geq 18$ 个月，其它品类保质期视具体情况而定。

### 2. 咖啡类

**Z 时代年轻人的第一杯咖啡（非现煮咖啡）：**设计一款招募 18-25 岁年轻新用户的咖啡类产品。从用户需求角度出发，构思具有新意和特点的创意，区隔目前市场上的现有产品，并且至少涵盖如下两个创新点：产品形态（非现煮）、包装、感官体验等，交互体验（使用体验、增值服务、品牌互动等，商业模式等，产品保质期 $\leq 12$ 个月（粉状及液体类）

## 二、包装设计类——创新包装

结合当下绿色环保，可持续发展的时代背景，设计一款能为消费者带来创新体验的包装，但需要考虑生产成本及落地方案可行性，且提供经过验证的具体方案，创意主要涵盖以下几个方向：

---

### **课题一：一款具有超高阻隔性的单一材质软包装**

描述：应可持续环保包装的要求，需要开发一种具有超高阻隔性的软包装，以达到包装材料设计可循环再生。产品主体为高敏感度的粉体，对氧气、水汽以及光照都非常敏感，包装材料的选择直接影响产品的保质期。所以希望开发单一材质，透氧 $<0.1\text{cm}^3/\text{m}^2.24\text{h}.0.1\text{MPa}$ 水汽透过率在 $<0.1\text{g}/\text{m}^2.24\text{hr}$  适合现有包装设备的膜卷材质。

### **课题二：宠物食品包装的替代交付系统**

描述：如今市场上的宠物食品包装大多为各种规格的预制袋，为了给消费者全新的购物体验以及不同的交付形势，需要开发一种宠物食品贩卖机，要求完全取消一次性塑料包装的使用，消费者可以在自动贩卖机上定制化选择需要的产品。对宠物食品贩卖机要求交付时考虑食品安全，气味，虫害等风险，并且尽可能使用可重复使用的包装以减少塑料的使用量。

### **课题三：替代目前塑料软包装的纸基包装，减少原生塑料使用**

描述：根据雀巢可持续环保包装的要求，需要开发能够替代目前常见塑料软包装膜的纸基结构包装膜。纸基包装替代塑料软包装使用场景主要分两个方面：直接与产品接触的一级包装，以及用于包装有内包装的散装产品二级包装。

#### **1. 直接接触食品一级包装**

(1) 中等阻隔性以及稍高阻隔性要求用于直接接触食品的一级纸基包装：产品主体是威化、巧克力、糖果等对于氧气、水汽有中等阻隔性要求，内容物重量在 20 克以内，中等阻隔性要求透氧在 $<50\text{cm}^3/\text{m}^2.24\text{h}.0.1\text{MPa}$ 水汽透过率在 $<0.7\text{g}/\text{m}^2.24\text{h}$ 。

(2) 稍高阻隔性直接接触食品一级纸基包装：产品主体固体以及部分粉状产品，内容物重量在 50-100 克，要求透氧在 $<0.5\text{cm}^3/\text{m}^2.24\text{h}.0.1\text{MPa}$ 水汽透过率在 $<0.5\text{g}/\text{m}^2.24\text{h}$ ，适合现有高速水平包装设备的纸基膜卷材质（威化、巧克力使用冷封胶，糖果使用热封，包装速度在 80 米/分钟以上）。要求纸张具有软包装的柔韧性，适用于高速水平包装机高速生产以及分销过程中无破损以及明显皱褶。



---

2. 间接接触食品的二级包装膜/袋（即包装散装有内包装的产品），阻隔性没有特别要求。但是包装内容物重量在 100-2500 克，适合现有立式包装设备的纸基膜卷材质，需要满足跌落测试 1.2m 装箱后正、侧摔各一次无破损，以及满足在生产，运输，分销要求，无破损以及明显折皱。

---

## 附件 2:

### 中国食品科学技术学会首届“雀巢杯”学生创新竞赛

#### 关于参赛者作品知识产权和个人信息的约定

1. 通过提交参赛作品并参加本次比赛，参赛者不授予主办方其参赛作品相关的任何知识产权的任何权利，主办方不主张参赛者或其团队参赛作品或其可能包含的任何知识产权的所有权。

2. 参赛者声明并保证参赛作品不违反与任何雇主或其他人员的任何发明转让、专有信息、保密、非招揽、不竞争或类似协议的任何约定或义务。

3. 参赛者声明并保证参赛作品是并将是参赛者自己的原创作品，不会并且将来也不会侵犯任何第三方的知识产权或专有权利，包括但不限于任何第三方专利、版权或商标。

4. 参赛者同意不以使用参赛作品侵犯参赛者作为参赛作品创作者的任何权利为由，对主办方或其雇员提起或煽动、支持、维持或授权他人对主办方或者雇员提起任何诉讼、索赔或诉讼，包括但不限于商标权、版权和精神权利或“道德权利”。

5. 参赛者确认并接受主办方现在或未来均可独自或与第三方合作进行涉及某些产品或技术的项目，这些产品或技术可能与参赛者提交的参赛作品的技术方案相似，或可能与参赛者所提交的参赛作品的技术方案发生竞争，在主办方未违反参赛规则规定的前提下，主办方可以继续自由开发、制造或销售这些产品或技术。

6. 本协议以及主办方和参赛者条款和条件中的任何内容均不构成参赛者和/或主办方之间的雇佣，合资或合作伙伴关系。除奖项（如有）外，参赛者将不会从主办方获得与任何参赛作品相关的补偿。

7. 对于获奖的任何参赛技术方案，参赛者同意授予雀巢研发（中国）有限公司在竞赛期间和竞赛结束后六（6）个月内（“选择权期间”）与参赛者协商许可使用的排他性选择权。如果雀巢研发（中国）有限公司在选择权期间内决定行使该选择权，雀巢研发（中国）有限公司和参赛者应善意地协商以合理的条款和条件达成许可协议。

8. 参赛者同意向竞赛的主办方提供用于与竞赛活动相关的目的所必要的个人信息。

参赛团队成员签名: