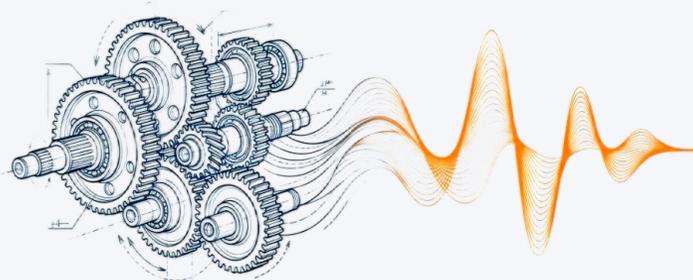


中国汽车工程学会大学生汽车科技新媒体人才挑战

解码中国汽车基因，破译新质硬核科技



2026年03月

01

赛事介绍

02

2025年赛事回顾

03

2026年大赛邀请



1963年成立
世界三大汽车科技社团之一

11.5万+

个人会员
Individual members

15万+

注册用户
Registered members

2400+

团体会员
Unit members

秘书处：140人

平均年龄38岁

55%+ 研究生以上学历

- 世界汽车工程师学会联合会(FISITA)常务理事
- 亚太汽车工程年会 (APAC) 发起国之一



学会介绍

- 学术交流为立会之本，全年举办学会会议超200场、全年参会人次超20万，为行业搭建高水平的学术与技术交流平台。
- 面向大学生群体，开展多场大学生赛事，经过十年沉淀，累计培养4.7万人才，聚集行业优质人才。



世界新能源汽车大会

世界新能源汽车大会自2019年成功举办七届，是新能源汽车领域最高规格，最具影响力的年度大会



中国汽车工程学会年会暨展览会

中国汽车工程学会年会暨展览会已成功举办32届，已成为汽车领域技术体系最全、规模最大、层次最丰富的综合性学术交流会。



中国汽车工程学会巴哈大赛

由中国汽车工程学会主办，是一项面对院校学生开展的单座越野赛车设计和制造竞赛。

新能源与电动化



国际氢能与燃料电池汽车大会暨展览会
International Hydrogen and Fuel Cell Vehicle Congress & Exhibition



汽车动力系统技术年会
International Automotive Powertrain Technology Congress



电动汽车智能底盘大会
Intelligent Electrified Chassis Systems Conference s

智能化



国际智能网联汽车技术年会
International Congress of Intelligent & Connected Vehicles Technology



世界智能安全大会
FISITA Intelligent Safety Conference China



国际汽车智能座舱大会
International Conference of Intelligent Cockpit

轻量化与智能制造



国际汽车轻量化大会暨展览会
International Automotive Lightweight Conference & Exhibition



国际汽车数字化与智能制造大会
International Conference on Automotive Digitization & Intelligent Manufacturing

人才与教育



汽车行业人才培养院长论坛
Forum on Talent Cultivation and Development of the Auto Industry



全国汽车职业教育年会
National Automotive Vocational Education Congress

2015
燃油巴哈 BSC



3000 + 队次

2019
电动巴哈 BESC



600 + 院校

2024
氢能巴哈 BHSC
(全球首发)



90,000 + 学生

2025
智能巴哈 BISC
(全球首发)



4.7万 + 人才

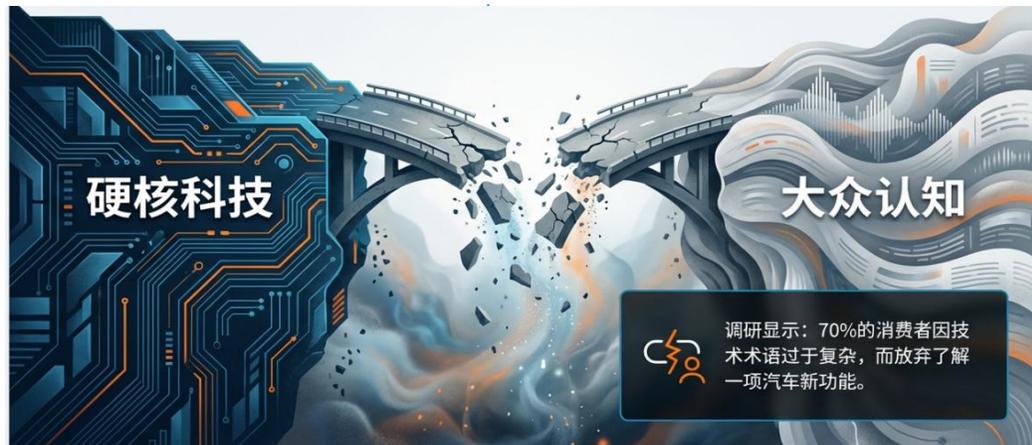
- 在汽车产业加速迭代的背景下，“技术”与“市场”之间的鸿沟，已成为汽车产业最大的“隐形成本”
- 应对汽车行业新变局：汽车销售向新媒体转型、汽车主播人才需求倍增以及能力要求变化

汽车销售向新媒体转型

《中国网络视听发展研究报告》显示，71.2%的网民因观看短视频或直播而购买商品，其中53.7%的用户经常观看电商直播，较2022年增加了23.4个百分点。2023年，汽车经销商视频号数量同比增长735%，同时，经销商视频号发布作品数量同比增长259%。

汽车主播人才需求倍增

中国演出行业协会网络表演（直播）分会发布的《网络主播新职业发展报告》显示，截至2023年12月，国内有1508万人把网络主播当成主业，预计到2025年，我国直播行业的人才缺口为1941.5万人。而2024年主机厂的短视频平台营销预算占比最高，增长9.6%，领跑其他媒体类型。



汽车主播人才能力要求变化

与此同时，院校对于汽车主播的岗位能力标准和人才培养模式还未形成，产教割裂使得主播人才普遍“懂技术不善表达、会直播不懂汽车”的能力断层，而产业对于“技术型”主播需求逐步增加，25年2月工信部发布《关于进一步加强智能网联汽车产品准入、召回及软件在线升级管理的通知》，《通知》中明确的组合驾驶辅助系统安全排查、OTA升级风险披露等要求，未来汽车销售人才需要通过专业的技术解读与风险科普，帮助消费者准确理解智能网联汽车安全规范与产品特性；同时构建企业与用户的双向沟通机制，推动政策要求的透明信息披露与安全共识达成，为行业合规发展提供社会共治支撑。

- 人才的“二元困境”传统培养模式加剧了产业鸿沟
- 中国汽车工程学会发起这场大赛，旨在锻造连接技术与市场的“双语人才”
- 打通“技术直播-用户触达-营销转化”链条，培养和筛选兼具硬核科技与大众认知的“复合型汽车科技主播人才”

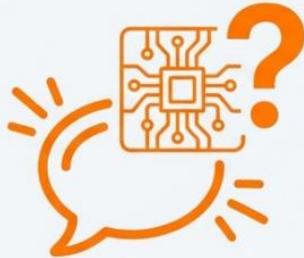
工科生的“表达壁垒”

拥有深厚的**技术功底**，但难以将复杂的原理转化为市场**听得懂的语言**。空有屠龙之技，难觅用武之地。



传媒生的“技术盲区”

擅长内容创意与**传播技巧**，但面对硬核技术时缺乏深度理解，报道与解读**流于表面**，无法触及核心价值。



锚定产业、高校、企业三重需求，大赛依托中国汽车工程学会权威资源，致力于发掘并培养既具备“**新工科**”硬核素养，又拥有“**新媒体**”网感的**复合型汽车科技新媒体传播人才**，为产业输送下一代领军力量

硬核科技

硬核科技，软性表达

大众认知



01

赛事介绍

02

2025年赛事回顾

03

2026年大赛合作



FULWIN 风云

头部车企深度赋能
为赛事保驾护航

中国自主汽车领军品牌，深耕行业 27 年，构建“燃油 + 新能源”双线产品矩阵，业务遍及全球 100 多个国家和地区，提供高可靠性出行产品与服务

奇瑞旗下核心产品系列，涵盖新能源等车型，以实用定位与高性价比为亮点，为消费者带来贴合日常需求的可靠出行选择，见证自主造车发展历程。



国家一级学会背书
聚焦行业优质资源

成立于1963年，是由中国汽车科技工作者自愿组成的全国性、学术性法人团体，是世界汽车工程师学会联合会常务理事，是亚太汽车工程年会发起国之一。学会经过六十余年的发展，已经成为推动汽车产业健康、持续发展不可或缺的重要力量。

是由中国电影、电视、广播和网络视听及相关行业的科技工作者和相关单位自愿结成的全国性、学术性、非营利性社会组织，是中国科学技术协会的团体会员单位，是发展我国电影、电视、广播和网络视听及相关科学事业的重要社会力量。



专家参与评审
对应行业人才需求

是中国汽车互联网平台企业，成立于2000年6月，业务包含广告与会员业务、交易服务业务、互联网营销服务等，运营覆盖汽车资讯、报价查询、行业信息服务等板块。

2005年6月1日正式上线，创始人李想，是以科技驱动持续降低汽车行业决策和交易成本，为消费者提供“省心、省时、又省钱”的便捷汽车消费服务体验，致力于成为国际领先的2B和2C的“内容生态+工具服务+交易平台”一站式汽车生活服务提供商。

高校资源



深度覆盖全国所有主流汽车、机械、自动化专业院校，触达最精准的生源。

学术权威



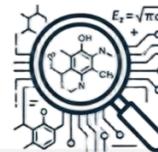
中国汽车行业最具影响力的学术组织，确保大赛的科学性与专业性。

产业网络



链接全国顶尖车企、供应链与科研机构，为人才提供最高级别的舞台。

科学性把关



设立“专家审核组”，复赛以上所有内容均需经过技术审核，杜绝伪科学，维护学会与合作伙伴的学术声誉。

版权清晰



设立“专家审核组”，复赛以上所有内容均需经过技术审核，杜绝伪科学，维护学会与合作伙伴的学术声誉。

舆论导向



强调客观中立的技术评价体系，严禁参赛内容拉踩特定品牌，营造健康、公正的竞赛环境。

- 作为**首个**聚焦汽车科技新媒体主播的大学生赛事，创新构建企业+行业+院校的产教融合新范式，实现教育链与产业链、人才链的精准衔接。
- 同步搭建**标准化**赛事体系，初步形成定向**人才输送**通道与行业**资源聚合**矩阵，为汽车科技新媒体领域注入青春动能。

赛事定位

全国**首个**聚焦汽车科技新媒体主播的大学生赛事，打造企业+行业+院校的产教融合**新范式**。

中国汽车工程学会联合中国汽车电影电视技术学会共同发起本赛项赛事，联合**头部车企**共同建立赛事体系，并邀请垂直新媒体平台**易车、汽车之家、懂车帝**共同参与赛事执裁工作。

核心产出

人才输送：来自全国20多个省、市、自治区、41个学校的近百余名初赛选手报名初赛，更有来自海外的在读博士参赛。决赛**30名**选手均获得进入车企和学会人才库的机会，6名获奖选手获得面试机会，多名参赛选手已就职奇瑞汽车。

体系搭建：建立二级进阶赛事，通过培训强化主播技能，赋能专业人才具备主播技能，赛前完成三场培训，近**200人次**参与。

行业影响：赛期通过奇瑞汽车官方抖音账号、媒体报道、自媒体宣传、院校联合宣传四个板块开展传播工作，比赛当天传播量近**500万次**。



■ 大赛吸引多层次、多专业学生参与，打造主播人才深度绽放舞台

- 赛事关联性专业包括但不限于：
 - 汽车类：汽车服务工程、车辆工程、新能源汽车工程、智能车辆工程、汽车电子、汽车技术服务与营销、新能源汽车技术等
 - 商务类：电子商务、市场营销、国际商务等
 - 传媒类：播音与主持艺术、网络与新媒体、网络新闻与传播等



武汉理工大学



浙江传媒学院



吉林大学



大连理工大学



河南工学院



安徽理工大学



湖北理工学院



东北电力大学



武汉软件工程职业学院



山东交通职业学院



同济大学



河南科技大学



深圳技术大学



昆明理工大学



北京理工大学



重庆理工大学



湖北汽车工业学院



柳州职业技术大学



四川交通职业技术学院



南京航空航天大学金城学院



广岛大学
(日本)



沈阳工业大学



安徽工程大学



四川工程职业技术大学



河北科技工程职业技术大学



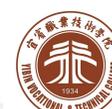
河北工业职业技术大学



襄阳汽车职业技术学院



黄河交通学院



宜宾职业技术学院



重庆交通职业学院

* 部分参赛院校 且 排名不分先后

■ 依托高校+企业专家资源，大赛提供**免费**赛前培训，共享**赛事技术**平台及**品牌传播**资源，为选手成长保驾护航

培训活动

面对镜头拍好短视频



线上

同期活动

裁判说明会



南浔·比赛现场

培训活动

新媒体职业发展、镜头表达技巧、 视频拍摄技巧



线上

同期活动

选手说明会



南浔·比赛现场

培训活动

奇瑞官方主播培训会



南浔·比赛现场

同期活动

选手+奇瑞官方主播联合直播



南浔·比赛现场

成长平台：

参赛即加入人才培养平台，长期组织各类汽车科技新媒体人才培训及活动，助力人才快速成长

大咖带教：

进入决赛可获头部车企官方主播一对一辅导以及联合直播机会，更有机会进入企业新媒体中心探访

01

赛事介绍

02

2025年赛事回顾

03

2026年大赛邀请

01 3-4月集中报名招募

- 线上预报名
- 参与培训、绑定官方账号

03 6-8月视频+直播赛+实战赛

- 直播培训开启，直播任务发布
- 视频任务持续发布
- 企业实习版直播实战赛开启

05 10月底决赛+颁奖典礼

- 总分排名遴选选手现场培训+决赛
- 学会年会展览会现场颁奖典礼

- 参与培训，完成视频发布任务
- 每月完成发布不少于2条任务视频

02 4-5月视频赛主运行

- 巴哈大赛现场直播培训+比赛
- 视频+直播任务持续发布

04 8-9月直播赛主运行

4月起每月根据积分排名情况，邀请排名靠前的参赛选手**由赛事赞助差旅费用**参加线下汽车大事件直播活动
全程不定期对根据参赛及排名情况发布大小奖品

2026年大赛邀请-赛事亮点

- 赛事联动品牌资源反哺车企技术研发与品牌建设，同时联动学会赛事体系开展专项能力提升，深化产教融合机制，构建校企无缝衔接的人才输送通道。



人才赋能品牌盛会

选手走进企业，深度联动年会盛典与新车发布，开展沉浸式直播宣传及品牌曝光



推动校企融合发展

深耕校园推广活动，精准发掘潜力主播，多维深化品牌校园曝光，实现人才筛选与品牌传播双赢



输送复合高质人才

准甄选优质直播人才，搭建直通企业岗位的绿色就业通道，赋能人才与企业双向奔赴



联动学会赛会活动

赛事依托学会品牌活动优势，举办世界级会议/展会，提供高规格行业曝光



巴哈大赛专项提升

依托巴哈大赛培养并筛选新势力主播，联动车企及新媒体平台精准对应年轻群体

2026年大赛邀请-赛事大事件

4月

清华大学赛事揭幕活动
北京车展线下直播先导赛

5月

车辆测试策划（待定）

6月

国际氢燃料电池汽车大会；越野
车&SUV新能源化与智能化大会

7月

世界智能安全大会

8月

巴哈大赛

9月

世界新能源大会（即海南大会）

10月

中国汽车工程学会年会暨展览
会（颁奖典礼）



2026年大赛邀请-赛事传播

■ 聚合“中汽学会权威话语权”与“巴哈大赛亿级流量池”资源，通过大赛平台实现“4D”立体矩阵实现全域共振。

媒体矩阵

权威党央媒

◦定位：定调子、举旗帜、确立政治站位
◦具体媒体：CCTV、人民网、新华社、光明网、光明日报、中国青年报、学习强国。

主流门户与都市媒体

◦定位：扩影响、做普及、覆盖大众圈层
◦具体媒体：中国新闻网、环球网、凤凰网、腾讯新闻、新浪网、各地日报（如北京日报、重庆日报等举办地官媒）。

垂直专业媒体

◦定位：讲深度、看门道、触达精准用户
◦具体媒体：中国汽车报、汽车之友、汽车观察、盖世汽车、易车、汽车之家、懂车帝。

新媒体与自媒体

◦定位：造热点、强互动、引发裂变传播
◦官方阵地：学会/赛事官方公众号、视频号、抖音号、B站。
◦外部流量：抖音/快手/小红书（KOL/KOC矩阵）、微博（热搜话题）。

权威媒体



官方宣传平台



生态合作媒体



战略合作媒体



合作媒体



传播案例

中国汽车工程学会巴哈大赛

赛事期间CCTV-4、CCTV-5、CCTV-13等央视多频道累计报道15次，全网年度传播声量突破4000万；深度联动人民日报、新华社、光明日报等党央媒及汽车之家、易车等行业头部媒体，构建“官方+大众+垂直”全媒体矩阵；赛事传播网络全面覆盖全国30+个省份理工科高校，覆盖高校官网、自媒体账号超500+个，实现国内汽车专业院校精准触达，确立“产教融合”国家级示范赛事品牌影响力。

15次
央视报道

4000万
全年传播量

30+省份
理工科高校

500+个
高校官网自媒体账号

中国汽车工程学会年会暨展览会

会期媒体70家120人次到场，特邀媒体领导专访5场、企业专访8场；
本次大会深度合作媒体中国汽车报、汽车之家，报道数量20+篇，视频20+个；
本次大会现场新增环球网英文版（英文报道）、日本经济新闻社（日语报道）等国际渠道；海外传播渠道新增美联社、英国内参、日本东京新闻社等500+覆盖北美、欧洲、日韩等全球主流新闻媒体。

76+
官方合作媒体

107
到场媒体

180家
发稿媒体

470+
宣传稿件

510万+
开幕式线上直播观看



参赛人员

- ✦ 知识补充与能力提升
- ✦ 行业实景实战演练
- ✦ 丰富有趣的赛道与奖励
- ✦ 拓展就业机会
- ✦ 打造个人IP及账号

教师权益

- ✦ 培训与教学资源拓展
- ✦ 行业拓展机会
- ✦ 赋能汽服专业课改
- ✦ 指导教师证书
- ✦ 卓越导师现场观赛及颁奖

院校权益

- ✦ 多元化人才培养场景
- ✦ 通过科技传播社团搭建长效复合人才培养平台
- ✦ 专业建设资源
- ✦ 校企合作机会
- ✦ 学生就业渠道拓展

行业转型需求 产业向数字化营销转变，新媒体传播形式及复合型传播人才成为车企必争之地。

行业加速向电动化、智能化转型，新媒体传播形式盛行，数字化营销正在重塑购车体验。
车企对“既懂技术又会直播”的将复杂技术转化为大众易懂内容的人才需求缺口持续扩大。
高校作为人才培养的源头，传统课程体系以及校企合作等滞后性，无法匹配产业需求培养适应的复合型人才。

汽车学会品牌 依托汽车学会品牌，打造全方位赋能赛事的链条。

人才聚集	车企赋能	高校资源	品牌曝光	多重赋能
赛事依托学会人才聚集优势：国家级资源，多赛事十年沉淀，累计培养4.7万人才	车企及新媒体企业参与：25年车企深度赋能并举办主播赛事，传播量超500万次	赛事依托学会高校资源优势：联动头部高校，多活动覆盖广，年均传播量超1.6亿次	赛事依托学会品牌活动优势：举办世界级会议/展会，提供高规格行业曝光	赛事依托人才聚集活动优势：多类人才培养活动，全链条赋能品牌

大赛核心价值 聚焦“复合人才培养+推动专业转型”双核心，覆盖校企融合、高校传播核心价值。

推动专业转型	培养复合型人才	人才培养直通车	校赛共同成长	校企融合通道
聚焦汽车专业转型需求，学校发起汽车科技主播大赛，让学生在实战中提升技能，助力专业对接行业新趋势。	汽车科技主播大赛为载体，学校推动学生跨领域成长，兼顾专业素养与传播能力，培育复合型人才。	赛事成为汽车品牌筛选“汽车科技+新媒体传播”复合型人才的重要通道，降低人才筛选与培养成本。	汽车科技主播校赛来袭，学校牵头搭建成长舞台，为学校提供新质传播力量，凝聚合力共促提升。	通过赛事打通产教融合壁垒；与高校、企业联动，对接企业需求，实现高校与企业同频共振。

1 专业转型和建设

- 1) 推动汽车服务工程等相关专业向汽车新媒体营销方向前沿转型;
- 2) 规范引入新媒体第二课堂, 丰富并拓展汽车营销实战教学体系;
- 3) 结合行业数字化营销趋势, 加快推进院校新媒体专业建设升级。

2 复合型人才培养

- 1) 积极引导学生正向参与自媒体, 发布合规且具有正向引导的内容;
- 2) 深度结合汽车专业理论知识, 深耕垂直赛道的新媒体内容创作;
- 3) 精准孵化既懂汽车专业技术, 又精通流量营销的全媒体复合人才。

3 校企合作平台

- 1) 精准对接主流汽车品牌与新媒体流量平台, 共建直播实训基地;
- 2) 引入企业真实的汽车新媒体营销项目, 实现产学研用深度融合;
- 3) 搭建人才与企业直通车, 无缝对接车企新媒体岗位的用人需求。

4 以赛事核心的院校名片

- 1) 借助正向优质的自媒体传播内容, 持续且有效地扩大社会影响力;
- 2) 依托赛事平台的破圈流量优势, 快速提升院校在公众中的关注度;
- 3) 树立紧跟时代与行业趋势的“汽车新媒体人才摇篮” 前沿名片。

2026年大赛邀请-报名情况

大赛定位与目标

- **主题：**解码中国汽车基因，破译新质硬核科技
- **愿景：**挖掘“懂技术、会传播”的复合型人才，让复杂的汽车黑科技“出圈”。
- **核心目标：**
 1. **人才端：**为企业精准输送产品规划、数字化营销及技术传播人才。
 2. **产业端：**提升汽车品牌（整车及供应链）的技术美誉度



目标人群画像

预报名启动1个月，头部效应极其显著。大赛将参赛者分为三个核心阵营并制定针对性策略：

报名情况

(截止12月30日)

报名人数：724人报名

报名学校数：118所

985、211高校：18所

报名学校覆盖全国范围，学校层次广泛，涵盖本科院校、职业本科及高职高专院校

专业分布

硬核极客派（车辆/自动化专业）：专业过硬，关注底层逻辑（占比约80%）

创意内容派（新闻/播音/传媒）：擅长叙事，具传播力（占比10%）

跨界发烧友（外语/电子商务/经管）：视角独特，挖掘内容（占比约10%）

与传统的主播大赛不同，本次比赛的选手专业背景具有极强的垂直行业属性，而非传媒属性。

预报名情况



724人



118所



参赛要求

- **专业要求:**
 - ✓ 不设过多限制，只要学生对汽车科技新媒体主播领域有热情皆可报名，汽车类专业学生以及应届毕业生优先参与。
- **直播经验:**
 - ✓ 无直播经验要求，可0经验参与，组委会提供专业赛前指导。包含系统的赛事培训和指导，涵盖汽车专业知识、直播技巧、新媒体运营等方面，帮助学生快速提升能力，自信参赛。
- **奖励机会:**
 - ✓ 证书：参与赛事即可获得中国汽车工程学会和头部车企共同颁发的“汽车科技新媒体人才入选证书”。
 - ✓ 奖金：赛事奖金丰厚，激励学生积极投入。
 - ✓ 直聘：赛场车企直聘，提供赛场直聘机会



参赛流程

免费报名、免费参加培训，不收取任何费用

- **报名流程:**
 - ✓ **时间:** 26年3月-26年10月 (3-4月为集中报名及培训时间，到10月底都可参与报名)
 - ① **个人报名参赛:**
学生以个人名义报名 (个人赛，报名人数不设上限)，一个学校可邀请1-2位指导老师给予学生专业指导。
 - ② **线上提交预报名信息:**
h5.sae-china.org/home/anchor
 - ③ **加入选手备赛群:**
赛前将策划多场宣讲和培训，提交预报名信息后，我们会安排工作人员同学校取得联系，邀请加入备赛群，获得一手参赛资料。

第一步：扫码预报名

扫码参与预报名，预报名结束后可进入参赛群，及时收到赛事一手资料



第二步：扫码加入选手微信群

预报名结束后，扫码加入2026大赛参赛群，群内第一时间同步赛事进程



通过多种渠道赋能赛事参赛人员，助力打造交流平台和人才培养平台

第一步：扫码预报名

扫码参与预报名，预报名结束后可进入参赛群，及时收到赛事一手资料



第二步：扫码加入选手微信群

预报名结束后，扫码加入2026大赛参赛群，群内第一时间同步赛事进程



共建一座桥梁，重塑一个生态

这不仅是一场比赛，
更是一个为中国汽车产业系统性培养下一代领军人才的战略平台。
我们诚邀您成为这座桥梁的共建者，共同定义未来！

赛事联络

邱蒙蒙 女士

手机：15001369980

邮箱：dmm@sae-china.org