

2025年中国大学生工程实践与创新能力大赛河南赛区选拔赛

企业运营仿真赛项评分细则

竞赛评分遵循“公平、公正、公开”的原则。每个季度末系统根据运营规则自动评分，无人为因素干扰并实时列出各参赛队的运营状况，八个季度运营结束，各赛场成绩按照评分标准自动评分排名。

参赛队利用企业数据和数字化工具，通过企业宏观和微观数据分析，在商业竞争环境下做出最优的企业运营决策。参赛队成绩以企业数字化经营绩效得分衡量。

经营绩效得分=盈利能力评分+偿债能力评分+发展潜力评分+团队表现评分

竞赛成绩在各组内进行排名，破产企业（经营绩效得分为0分）按照破产季度、净现值排名（后破产企业排名靠前，在同一季度破产按照净现值排名），如净现值一致，按资产负债率排名（资产负债率低排名靠前）。评分标准包括4个一级指标和8个二级指标，具体评分标准如表48所示。

表 48 竞赛评分标准

一级指标 (满分值)	二级指标 (满分值)	指标说明
盈利能力 (75 分)	净现值 (75 分)	净现值越大，企业盈利能力越强。
偿债能力 (5 分)	资产负债率 (5 分)	资产负债率=总负债/总资产
发展潜力 (10 分)	研发投入 (3 分)	研发投入效果通过产品质量水平高低来衡量
	营销投入 (3 分)	营销投入效果通过产品品牌知名度高低来衡量
	市场潜力 (4 分)	市场潜力通过企业市场占有率高低来衡量
团队表现 (10 分， 采用扣分制)	采购表现	原材料非正常采购，每次扣 1.5 分
	生产表现	计划生产量与实际生产量不符（偏离量大于等于 10 个）每次扣 1 分。
	财务表现	非正常负债数值（万元）按区间分次扣分如下： (0, 50]扣 0.5 分；(50, 100]扣 1 分；(100, 150]扣 1.5 分；(150, 200]扣 2 分；(200, +∞)扣 2.5 分 借款剩余值（万元）按区间分次扣分如下： [0, 50]扣 0 分；(50, 100]扣 0.5 分；(100, 150]扣 1 分；(150, 200]扣 1.5 分；(200, +∞)扣 2 分

1、盈利能力

净现值越大，企业盈利能力越强，评分越高。

$$\text{净现值} = \sum_{i=1}^n \frac{\text{第}i\text{季发放红利}}{(1+k/4)^i} + \frac{\text{第}n\text{季季末所有者权益}}{(1+k/4)^n} - \text{第}0\text{季季初所有者权益}$$

式中，k为折现率，根据具体情况设置，n为经营季度数。

$$\text{净现值评分} = \frac{\text{该企业第}n\text{季末净现值}}{\text{第}n\text{季末最高净现值}} \times \text{一级指标满分值}$$

$$\text{盈利能力评分} = \text{净现值评分}$$

如果该企业第 n 季末净现值小于等于 0 或者第 n 季末最高净现值小于等于 0，则净现值评分为 0，盈利能力评分也为 0。

2、偿债能力

偿债能力由资产负债率衡量，资产负债率应该控制在一定的合理区间，具体评分标准如表 49 所示。

表 49 偿债能力评分标准

资产负债率	[0, 0.6]	(0.6, 0.7]	(0.7, 0.8]	(0.8, 0.9]	(0.9, 1]
评分	5	4	3	2	1

$$\text{偿债能力评分} = \text{资产负债率评分}$$

3、发展潜力

发展潜力由研发投入、营销投入和市场潜力三项指标衡量。

1) 研发投入

研发投入效果以产品质量指数衡量，质量指数越高，研发投入效果越好，评分越高。

$$\text{研发投入评分} = \frac{\text{该企业第}n\text{季末质量指数}}{\text{第}n\text{季末最高质量指数}} \times \text{二级指标满分值}$$

如果该企业第 n 季末质量指数等于 0 或者第 n 季末最高质量指数等于 0，则研发投入评分为 0。

2) 营销投入

营销投入效果以产品品牌指数来衡量，品牌指数越高，营销投入效果越好，评分越高。

判定企业是否经营某市场的依据：如果某企业在最后 3 个季度（第 6、7、8 季度）没有投入任何营销费用，系统判定该企业已经放弃该市场，该市场不计算 营销投入评分。

$$\text{某市场营销投入评分} = \frac{\text{该企业某市场第}n\text{季末品牌指数}}{\text{某市场第}n\text{季末最高品牌指数}} \times \text{二级指标满分值}$$

营销投入评分 = 企业所经营的各个市场营销投入评分的平均值

如果该企业某市场第 n 季末品牌指数等于 0 或者某市场第 n 季末最高品牌指数等于 0，则该企业某市场营销投入评分为 0。

3) 市场潜力

市场潜力以该企业第 n 季末总市场占有率来衡量，市场占有率越高，评分越高。

$$\text{市场潜力评分} = \frac{\text{该企业第}n\text{季末总市场占有率}}{\text{第}n\text{季末最高市场占有率}} \times \text{二级指标满分值}$$

$$\text{第}n\text{季末总市场占有率} = \frac{\text{该企业各个季度销售量之和}}{\text{所有企业各个季度销售量之和}}$$

如果该企业第 n 季末市场占有率等于0 或者第 n季末最高市场占有率等于 0，则市场潜力评分为 0。

发展潜力评分=研发投入评分+营销投入评分+市场潜力评分。

4、团队表现

团队表现按采购表现、生产表现、财务表现等相关对应指标，满分为 10 分，采用扣分制，按实际发生扣分项目和次数进行累计扣减，扣完为止，具体扣分项如表 50 所示。

表 50 团队表现评分标准

序号	扣分项目		分值	备注
1	非正常负债数值 (万元)	(0, 50]	0.5 分	按次扣分累加
2		(50, 100]	1 分	按次扣分累加
3		(100, 150]	1.5 分	按次扣分累加
4		(150, 200]	2 分	按次扣分累加
5		(200, +∞)	2.5 分	按次扣分累加
6	借款剩余值 (万元)	[0, 50]	0 分	按次扣分累加
7		(50, 100]	0.5 分	按次扣分累加
8		(100, 150]	1 分	按次扣分累加
9		(150, 200]	1.5 分	按次扣分累加
10		(200, +∞)	2 分	按次扣分累加
11	原材料非正常采购		1.5 分	按次扣分累加
12	计划生产量与实际生产量不符 (偏离量大于等于 10 个)		1 分	按次扣分累加