



1

人才，引导广大青年学生踊跃投身“大众创业、万众创新”实践热潮，自治区团委将联合正大集团共同举办“正大杯”大学生创新创业实践挑战赛。现将有关事项通知如下。

一、比赛时间（2019年4月至6月）

前期宣传：4月8日—4月20日

提交方案：4月21日—5月5日

方案评审：5月6日—5月10日

自治区决赛：5月11日—6月5日

北方区总决赛：6月6日—6月15日

二、主办单位

共青团内蒙古自治区委员会

内蒙古正大食品有限公司

三、承办单位

正大集团内蒙古区人力资源管理中心

四、支持单位

内蒙古股权交易中心

五、比赛内容

（一）前期宣传。内蒙古正大食品有限公司联合自治区各高校在校园开展比赛宣传并同时有部分院校开展“千校万岗”就业精准帮扶招聘会。

（二）报名参赛。全区各高校全日制在校本（专）科大学生、研究生均可在各高校团委报名。所有学生（大三、大四为

主)自行组队参加,队伍成员为 3-5 人。

参赛团队提交围绕“正大食品在校园内外销售”为主题编写营销策划方案文本(附模板,同步提供在线资料平台与相关课件供参考学习),并将策划方案提交至各高校团委,各高校团委汇总后统一提交到指定邮箱,经专家评审组按照评审标准,确定支团队进入路演选拔。进入路演选拔的 50 支团队,经过专家评审组按照评审标准,确定 12 支团队进入决赛实战。

(三) 自治区决赛

形式为实战营销+路演汇报 PK。决赛得分由 60%实战营销得分+路演汇报 40%得分组成。各参赛团队在规定的时间和产品目录内,自由组织,深入学校、社会开展规定产品营销实践比拼。12 支团队参加联合路演 PK,形式为现场陈述和答辩。以 5 分钟 PPT 演讲形式对自己的营销策划项目进行展示,并回答评审团提问。经专家评审组按评审标准对其展示进行独立的量化评分,最终通过评委分数的平均分依次排列。确定通过答辩的经专家评审组按评审标准决出各团队成绩,并颁发奖金和证书。

自治区决赛 12 支队伍设置奖项如下:

一等奖: 5000 元奖金,正大集团免试 OFFER (1 支队伍)

指导老师: 2000 元奖金;

二等奖: 3000 元奖金,正大集团免试 OFFER (2 支队伍)

指导老师: 1500 元奖金;

三等奖：2000 元奖金，正大集团免试 OFFER（3 支队伍）

指导老师：1000 元奖金；

优秀奖：1000 元奖金，正大集团免试 OFFER（6 支队伍）

指导老师：500 元奖金；

（四）晋级北方区总决赛

自治区决赛前三名 3 支团队进入正大集团北方区组织的三省区总决赛，总决赛具体奖励标准如附件 7。

六、工作要求

1. 深入发动、精心组织。各高校要突出大赛的实践性和普遍性，巩固和完善校、自治区两级赛制。特别是校级竞赛阶段，要通过运用媒体手段、设立大赛组委会等方式，发布大赛消息，接受学生咨询，进行广泛动员，使更多的学生参加到本次大赛中来。要坚决杜绝作假抄袭现象，如有发现严肃处理。要坚持选拔与培养并重的原则，对于未晋级的团队进行研究思路和研究方法的指导，帮助参赛团队提高创新创业实践能力。

2. 坚持宗旨、完善机制。各高校要以本次大赛为契机，把培养创新创业人才作为大赛的首要目标，完善学校自身创新人才培养模式和创业人才激励机制。坚持“崇尚科学、追求真知、勤奋学习、锐意创新、迎接挑战”的宗旨，推动高校学生参与学术科技实践，展现高校培育各类人才的成果。

3. 加强宣传、扩大影响。各高校要积极协调现有各类媒体，全方位、多层次、有重点的做好本次大赛的宣传工作，使

本次大赛在高校中和社会上产生更为广泛、深远的影响。要注重做好大赛的前期宣传工作，为大赛组织发动和开展打好基础。广泛宣传大赛宗旨，引导和激励更多高校学生积极投身科技创新创业实践。

本次大赛解释权归主办单位所有。

内蒙古自治区团委

联系人：习 羽、王宝锁

联系电话：0471-6931811

电子邮箱：twxxb@126.com（大赛唯一指定邮箱）

内蒙古正大食品有限公司

联系人：张 乐 18586010088

胡志强 18047176380

- 附件：1. “正大杯”大学生创新创业实践挑战赛评审规则
2. 项目评分标准
3. 关于各校申报专利、商标、著作权等知识产权的指导流程
4. “正大杯”大学生创新创业实践挑战赛报名表及报名二维码
5. “正大杯”北方区大学生创新创业实践挑战赛营销策划案标准
6. 正大集团及正大集团内蒙古区简介

7. 正大集团北方三省区总决赛奖励方案

8. 营销策划方案模板

自治区团委办公室

2019年4月8日



附件 1

“正大杯”大学生创新创业实践挑战赛 评审规则

第一章 总 则

本规则依据《关于组织开展第三届“正大杯”大学生创新创业营销实践挑战赛（内蒙古赛区）的通知》制定，赛事评审委员组依据本规则规定进行项目评审。

第二章 赛事评审会的组成

1. 评审组由赛事支持单位内蒙古股权交易中心股份有限公司聘请营销实战行业、企业管理、投资行业、财务、法务管理等相关领域专家组成，独立负责评审工作。

2. 评审组设评审组长一名，副组长一名。

3. 评审组下设评审沟通组，负责对参赛作品分类、统计、送阅及评审的组织服务工作。由团委、内蒙古股权交易中心工作人员各一名担任。

4. 评审组成员名单（组长、副组长除外）在总决赛完毕之前实行保密，在总决赛结束之后可以公布。

5. 评审组在本届赛事产生终审结果后解散。

第三章 大赛评审工作基本原则

1. 评审过程中需要综合考虑作品的完整性、实操性、实战结果、现实意义等方面因素。

2. 评审过程分为初赛、复赛、决赛三个阶段。评审形式为书面审查、实战营销和公开答辩三种形式。

3. 初赛为书面评审，评审组需要在每所学校报名的参赛团队中各评出 50 组团队进入复赛。复赛中评出前 12 名的团队进入总决赛。

4. 在总决赛中，评审组从 12 组团队选出优胜团队。（具体奖项详见《关于组织开展“正大杯”大学生创新创业实践挑战赛的通知》正文）

5. 评委组需注意本、专科生在学识水平和研究能力上的差异，综合评审。

6. 评审实行回避制度和保密制度，在评审结束之前，任何评委不得以任何方式对外宣布、泄露评审情况和结果。

第四章 大赛评审程序

1. 评审组要按照《“正大杯”大学生创新创业实践挑战赛营销策划案标准》及《“正大杯”大学生创新创业营销实践挑战赛营销策划案评分细则》的规定，对初审报送的文本性材料进项审查。

2. 评审组要审查每组实战营销的成果，并对实战营销的过程提出问题，参赛团队应做出回答。

3. 在公开答辩的过程中，每个评委需要向自己负责评审的作品至少提问一次。

4. 评审组应于终审结束时，听取评审组内各评委的意见，综合评审出结果。

附件 2

项目评分标准

评分标准：

- 满分为 100 分；
- 定量评价：在定量评价细则中有的即给分，没有即不给分；
- 定性评价：是对计划书的总体印象评价，可以根据细则酌情给分。

项目	内容	评分标准	分数
团队组建 (10)	团队简介	- 团队简介清晰+1 - 价值观念成熟+1 - 擅长领域分工+1 - 业务互补情况+1	
	核心成员介绍	- 有明确项目领导者+1 - 完整成员清单+1	
	组织结构	- 组织架构图明确+1 - 主要投资人、持股情况+1	
	战略合作	- 主要投资人、持股情况+1 - 计划战略合作企业+1	
项目简介 (15)	市场现状	- 有力的行业数据回顾+2 - 提出行业存在的问题和痛点+2	
	消费者需求分析	- 清晰聚焦的目标消费者（年龄、职业、消费偏好等）+2 - 清晰的未被满足的消费者需求+3	
	竞争对手	- 完整的竞争对手情报搜集+1 - 竞争对手界定合理、充足+1 - 对竞争对手进行 SWOT 分析+1	
	项目前景预估	- 明确指出存在的商机+2 - 预估市场规模和增速+1	
产品和运营 (28)	产品概述	- 清晰的产品定位（我是谁，卖给谁，卖什么）+3 - 明确的商业价值、企业价值、社会价值+1	
	整合营销方案	- 明确的销售目标+1 - 清晰的产品卖点+4 - 创意性的包装或店面设计+3 - 清晰的定价策略+2 - 明确的渠道推广策略+2 - 整合传播方案完整+4 - 传播主题富有创意和吸引力+7 - 有详细完整的执行排期+1	

项目	内容	评分标准	分数
商业发展计划（13）	愿景和团队使命	• 愿景表述清楚，认同感强+1 • 团队使命明确，归属感强+1	
	短期盈利计划	• 各项经营目标预测合理+2 • 盈亏平衡计算合理+2	
	五年发展规划	• 有销售目标规划+1 • 有利润目标规划+1 • 有份额目标规划+1 • 有品牌地位规划+1 • 人才发展规划+1	
	产品开发计划	+1	
	市场拓展计划	+1	
财务分析（8）	各项成本预算	+5	
	盈利分析	+3	
项目落地（16）	落地孵化器计划	+8	
	落地可持续项目计划	+8	
总体评价（10）	• 创业构思新颖，创业方案很难被复制+2 • 能否解决一些实际问题或创造一种新的需求+1 • 目标客户明确+1 • 产品或服务竞争优势明显+1 • 市场容量和增长潜力大+1 • 将产品/服务推向市场所需的资金少、时间短+1 • 生产产品或服务的技术和方法已经被证明可行+1 • 创意特别突出、板书优美+2		
总分：			

附件 3

关于各校申报专利、商标、著作权等 知识产权的指导流程

为协助北方区“正大杯”大学生创新创业实践赛的成功举办，完善和保护大赛赛事中产生的创新创业成果和知识产权，内蒙古达尔知识产权咨询服务有限公司撰写了关于专利、商标、著作权等知识产权的申报指导流程，指导各参赛学校将学校的课外学术科技作品及时申报并获得国家知识产权认定。

科技类创新作品可申报专利、软件著作权等，具体各知识产权的申报流程如下：

申报者将参赛申报书或知识产权申报意向书发送至申报邮箱 daerzc@163.com，邮箱管理者查看申报材料后与申报者联系并开始办理申报事项。

内蒙古达尔知识产权知识服务有限公司将严格遵守国家保密法，严格恪守保密义务与责任，杜绝和申报材料相关的商业秘密和技术秘密对外泄露。

另外，如果各高校需要，内蒙古达尔知识产权知识服务有限公司可在各高校设立知识产权申报指导处，招聘所在高校本校学生作为所在高校知识产权申报负责人，并提供培训和相应待遇，长期为本校师生服务。如需咨询和遇到问题，可与内蒙

古达尔知识产权负责人张亚伟联系。

联系电话：4000308278

手机：15849216928（微信同号）

邮箱：zhangyaweivip@163.com

QQ：1829588529

附件 4

“正大杯”大学生创新创业实践挑战赛
报名表及报名二维码

学校：

团队名称						
团队主要成员	姓名	性别	年龄	学院、专业、班级	手机	备注： 队长/成员

注：1. 填写本表后需扫描下方二维码再次注册报名
2. 请于5月5日前将本表报送至自治区团委学校部邮箱 twxxb@126.com，
并完成线上报名。



附件 5

“正大杯”北方区大学生创新创业 实践挑战赛营销策划案标准

一、团队介绍

1. 团队介绍包括：团队简介、核心成员介绍、组织结构介绍。

二、项目介绍

1. 市场现状：调查和收集有力的行业数据进行分析，提出行业存在的问题和痛点。

2. 消费者需求分析：锁定目标消费者，描述未被满足的消费者需求。

3. 竞争对手：对竞争对手进行 SWOT 分析

4. 项目前景预估：明确指出存在的商机和预估市场规模和增速。

三、产品和运营

1. 产品概述：清晰的产品定位（我是谁，卖给谁，卖什么）和明确的商业价值、企业价值、社会价值。

2. 整合营销方案：明确的销售目标、清晰的产品卖点、创意性的包装或店面设计、清晰的定价策略、明确的渠道推广策略、整合传播方案完整、传播主题富有创意和吸引力、有详

细完整的执行排期和方案费用预算。

四、发展规划

1. 清楚的描述愿景和团队使命
2. 制定五年发展规划，包括销售目标规划、利润目标规划、市场份额规划、人才发展规划。
3. 制定完整的产品开发计划
4. 制定市场拓展计划，渠道拓展、区域拓展、人群拓展均可。

五、财务分析

1. 成本分析：完整分析项目成本构成、成本关键点结合业务分析、成本优化方案。
2. 盈利分析：产品（服务）销售毛利率和盈亏平衡点

正大集团及正大集团内蒙古区简介

一、正大集团

正大集团是世界知名的跨国企业集团，由华裔实业家谢易初、谢少飞兄弟于 1921 年在泰国曼谷创建，在中国以外称作卜蜂集团。正大集团由农牧业起家，业务涉及饲料、水产、食品、商业零售、电讯、医药、房地产、教育、国际贸易、物流、金融、传媒、互联网和工业等领域。

作为中国改革开放后第一家在华投资企的外商企业，1979 年，正大集团在深圳建成现代化饲料厂，在中国改革开放 30 多年的历程中，正大集团不断加大在中国的投资力度，目前集团在中国设立企业达 200 多家，下属企业遍及除西藏和青海以外的所有省份，员工超 10 万人，年销售额达到 500 多亿人民币，形成包括正大饲料、正大食品、正大种子、卜蜂莲花、太阳摩托、正大广场、正大制药、正大综艺等具有广泛知名度的企业、品牌和产品。

二、正大集团内蒙古区

内蒙古正大有限公司是泰国正大集团与内蒙古收益饲料有限责任公司合作创办的现代化农牧企业，公司注册成立于 1994 年，于 1995 年 8 月正式投产。公司生产、销售各种畜禽、

水产饲料，并开展各种畜禽疫病防治、配种技术咨询及售前、售中、售后服务等。饲料累计产销量超过 250 万吨。

2010 年，正大集团在内蒙古投资设立内蒙古正大食品有限公司。公司秉承集团“做世界的厨房，人类能源的供应者”的愿景，着力打造集种植、育种、养殖、饲料加工、屠宰加工、食品深加工、零售餐饮为一体的全产业链发展模式。

公司投资 60 亿元在内蒙古和林格尔县发展年出栏 100 万头生猪“种养加销一体化”全产业链项目和 100 万只蛋鸡全产业链项目，通过世界先进的技术与模式，为消费者提供新鲜、营养、美味、食品安全全程可追溯的猪肉、鸡蛋、方便餐等产品，通过公司自有零售渠道供应给消费者，用道德与科技保障消费者“舌尖上的安全”。

附件 7

正大集团北方三省区总决赛奖励方案

北方三省区总决赛形式为项目展示，集中在一地进行。进入决赛的各团队根据实战营销情况制作总结电子材料包括：微视频 2-3 分钟（介绍团队，实战营销情况），PPT（包括介绍销售情况，销售业绩，分享心得体会等），同时向大家展示团队精神风貌，经专家评审组按评审标准决出优胜团队，并颁发奖金和证书。

决赛奖项设置（9 支队伍参赛，每省区 3 支队伍）：

特等奖：100000 元创业基金，10000 元奖金，正大集团免试 OFFER；全体队员+指导老师，泰国游学奖励。

一等奖：80000 元创业基金，5000 元奖金，正大集团免试 OFFER（2 支队伍）；全体队员+指导老师，泰国游学奖励。

二等奖：50000 元创业基金，3000 元奖金，正大集团免试 OFFER（3 支队伍）

三等奖：30000 元创业基金，2000 元奖金，正大集团免试 OFFER3 支队伍）

《正大集团双创业基金发放使用管理办法》由正大集团北方区另行通知。

附件 8

营 销 策 划 方 案

（标题：黑体，初号字，居中对齐）

题 目：

——副标题（如有）

（副标题：黑体，小二，两端对齐，题目长换行后，两行汉字的第一个字要上下对齐，有副标题的用“——”链接（另起一行，右对齐）。

被策划的客户：XX 公司

策划团队：xxx（姓名） xxx（专业名称）

 x x（姓名） xxx（专业名称）

 xxx（姓名） xxx（专业名称）

 xxx（姓名） xxx（专业名称）

 x x（姓名） xxx（专业名称）

策划团队学校：xxx 学校

策划团队指导教师：xxx

（要求：学生所在学校、专业写全称，仿宋，三号字体）

2019 年 x 月 x 日（黑体，小二，居中对齐）

目 录

(目录标题要求：一级标题，三号黑体居中，中间空两格空格，1.5 倍行间距，段前段后 0.5 行距)

第 1 章 概述	1
第 2 章 团队介绍	1
2.1 团队简介	1
2.2 核心成员介绍	1
2.3 团队组织、分工介绍	1
第 3 章 市场现状分析	1
3.1 当前市场状况及市场前景分析:	1
3.1.1 产品的市场性、现实市场及潜在市场状况:	1
3.1.2 市场成长状况:	1
3.1.3 消费者的需求分析及接受性:	1
3.1.4 竞争对手分析:	1
3.1.5 项目前景预估:	1
3.2 对产品市场影响因素进行分析:	1
第 4 章 市场机会与问题分析	1
4.1 产品定位	1
4.2 针对产品特点分析优、劣势:	2
4.3 针对产品目前营销现状进行问题分析:	2
第 5 章 营销目标	2
第 6 章 营销战略（具体行销方案）	2
6.1 营销宗旨:	2
6.2 产品策略:	2
6.3 价格策略:	3
6.4 销售渠道:	3

2019 年“正大杯”大学生创新创业营销实战挑战赛 初赛

第 7 章 策划方案各项费用预算	3
第 8 章 方案调整	3

（目录中标题的右侧要注明页码（不加括号），小四号宋体，1.5 倍行间距，一级标题不缩进，二级标题缩进 2 字符，三级标题缩进 4 字符（如有），最多只显示 3 级标题）

第 1 章 概述

（一级标题，黑体，四号，居中对齐，段前段后 0.5 行距）

主要描述策划目的。（正文采用宋体，小四号，每段开头空两字）

第2章 团队介绍

2.1 团队简介

2.2 核心成员介绍

2.3 团队组织、分工介绍

第 3 章 市场现状分析

3.1 当前市场状况及市场前景分析：

3.1.1 产品的市场性、现实市场及潜在市场状况：

3.1.2 市场成长状况：

产品目前处于市场生命周期的哪一阶段上。对于不同市场阶段上的产品公司营销侧重点如何，相应营销策略效果怎样，需求变化对产品市场的影响。

3.1.3 消费者的需求分析及接受性：

这一内容需要策划者凭借已掌握的资料分析产品市场发展前景。

3.1.4 竞争对手分析：

3.1.5 项目前景预估：

3.2 对产品市场影响因素进行分析：

主要是对影响产品的不可控因素进行分析：如宏观环境、政治环境、居民经济条件，如消费者收入水平、消费结构的变化、消费心理等，对一些受科技发展影响较大的产品如：计算机、家用电器等产品的营销策划中还需要考虑技术发展趋势方向的影响。

第 4 章 市场机会与问题分析

4.1 产品定位

卖什么、卖给谁、怎么卖、手段有哪些？

4.2 针对产品特点分析优、劣势：

产品的优势，有哪些商业价值、企业价值、社会价值。从问题中找劣势予以克服，从优势中找机会，发掘其市场潜力。分析各目标市场或消费群特点进行市场细分，对不同的消费需求尽量予以满足，抓住主要消费群作为营销重点，找出与竞争对手差距，把握利用好市场机会。

4.3 针对产品目前营销现状进行问题分析：

一般营销中存在的具体问题，表现为多方面：

第 5 章 营销目标

清楚的描述愿景和团队使命，制定五年发展规划，包括不限于销售目标规划、利润目标规划、市场份额规划、人才发展规划等。目标要具体，有数据。

第 6 章 营销战略（具体行销方案）

6.1 营销宗旨：

一般企业可以注重这样几方面：

6.1.1 以强有力的广告宣传攻势顺利拓展市场，为产品准确定位，突出产品特色，采取差异化营销策略。

5.1.2 以产品主要消费群体为产品的营销重点。

5.1.3 建立起点广面宽的销售渠道，不断拓宽销售区域等。

6.2 产品策略：

通过前面产品市场机会与问题分析，提出合理的产品策略建议。

6.2.1 产品定位：

产品市场定位的关键主要在顾客心目中寻找一个空位，使产品迅速启动市场。

产品质量功能方案。产品质量就是产品的市场生命。企业对产品应有完善的质量保证体系。

产品品牌。要形成一定知名度、美誉度，树立消费者心目中的知名品牌，必须有强烈的创牌意识。

产品包装。包装作为产品给消费者的第一印象，需要能迎合消费者使其满意的包装策略。

产品服务。策划中要注意产品服务方式、服务质量的改善和提高。

6.3 价格策略：

这里只强调几个普遍性原则：拉大批零差价，调动批发商、中间商积极性。给予适当数量折扣，鼓励多购。以成本为基础，以同类产品价格作为参考。使产品价格更具竞争力。若企业以产品价格作为营销优势的则更应注重价格策略的制订。

6.4 销售渠道：

产品目前销售渠道状况如何对销售渠道的拓展有何计划，采取一些实惠政策鼓励中间商、代理商的销售积极性或制定适当的奖励政策。

6.4.1 广告宣传：（原则，好处等）

6.4.2 实施步骤可按以下方式进行：

6.4.3 具体行动方案。

第7章 策划方案各项费用预算

这一部分记载的是整个营销方案推进过程中的费用投入，包括营销过程中的总费用、阶段费用、项目费用等，其原则是以较少投入获得最优效果。费用预算方法可由参赛团队凭借具体项目具体分析制定。

第8章 方案调整

这一部分是作为策划方案的补充部分。在方案执行中都可能出现与现实情况不相适应的地方，因此方案贯彻必须随时根据市场的反馈及时对方案进行调整。（如有）

营销策划书的编制一般由以上几项内容构成。企业产品不同，营销目标不同则所侧重的各项内容在编制上也可有详略取舍。本次大赛详细参照《“正大杯”大学生创新创业营销实战挑战赛（内蒙古）营销策划案标准》

本模板只做格式及大纲参考。营销策划书应为参赛团队真实、原创作品，不得抄袭。