

如何申报互联网+大学生创新创业大赛 参赛项目

安泰经济与管理学院 经济学教授
上海交通大学创业学院常务副院长

Email: xzhao@sjtu.edu.cn



- 一、互联网+创新创业大赛的关注点**
- 二、完美路演的核心要素**
- 三、商业计划书的写作**



一、互联网+创新创业大赛的关注点

第四届 总决赛 金一银奖

高校数: 2

获奖数 (大

金奖 76 (5

铜奖 567 (

总人数:

265万人

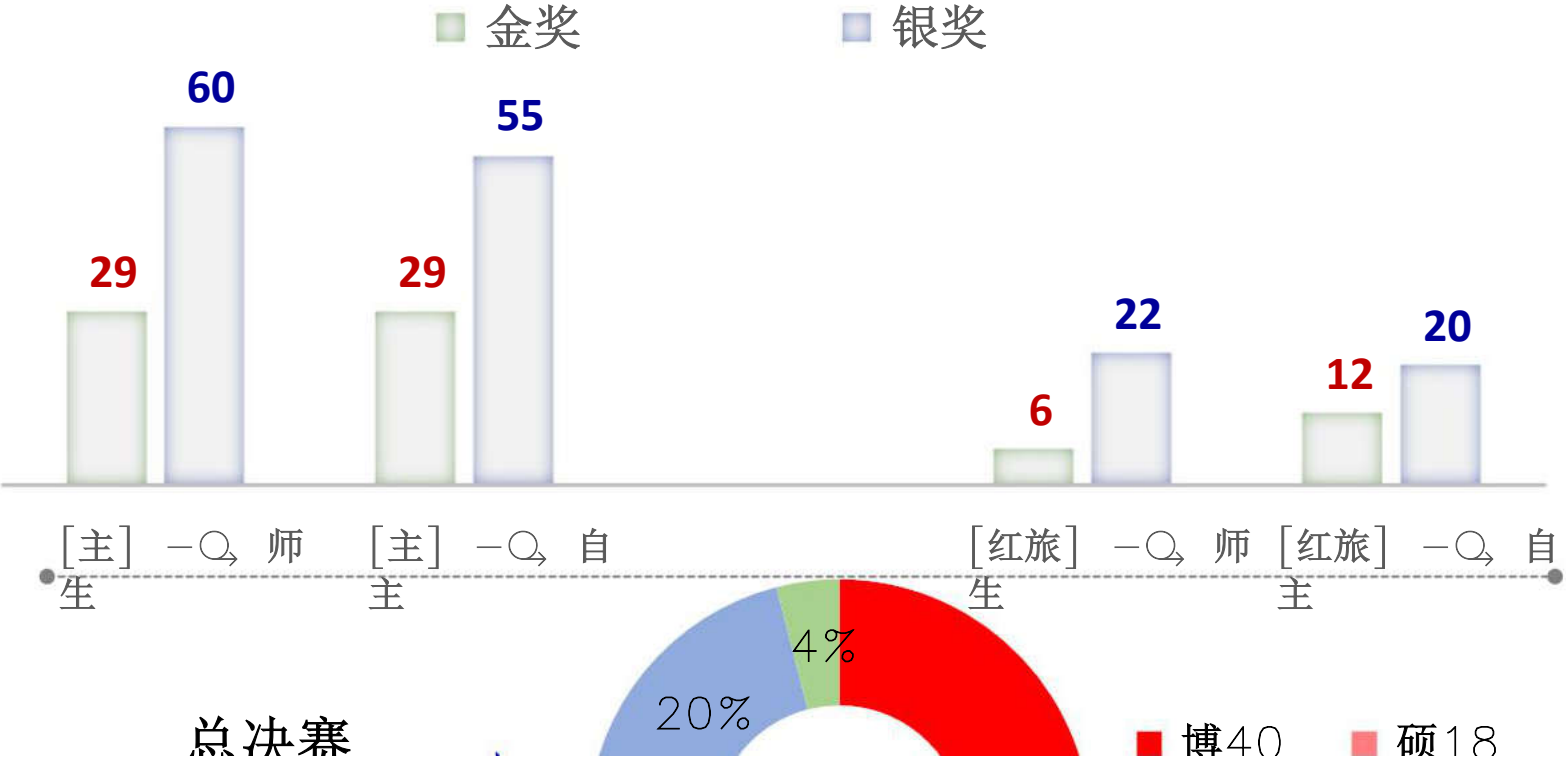
归纳一 1

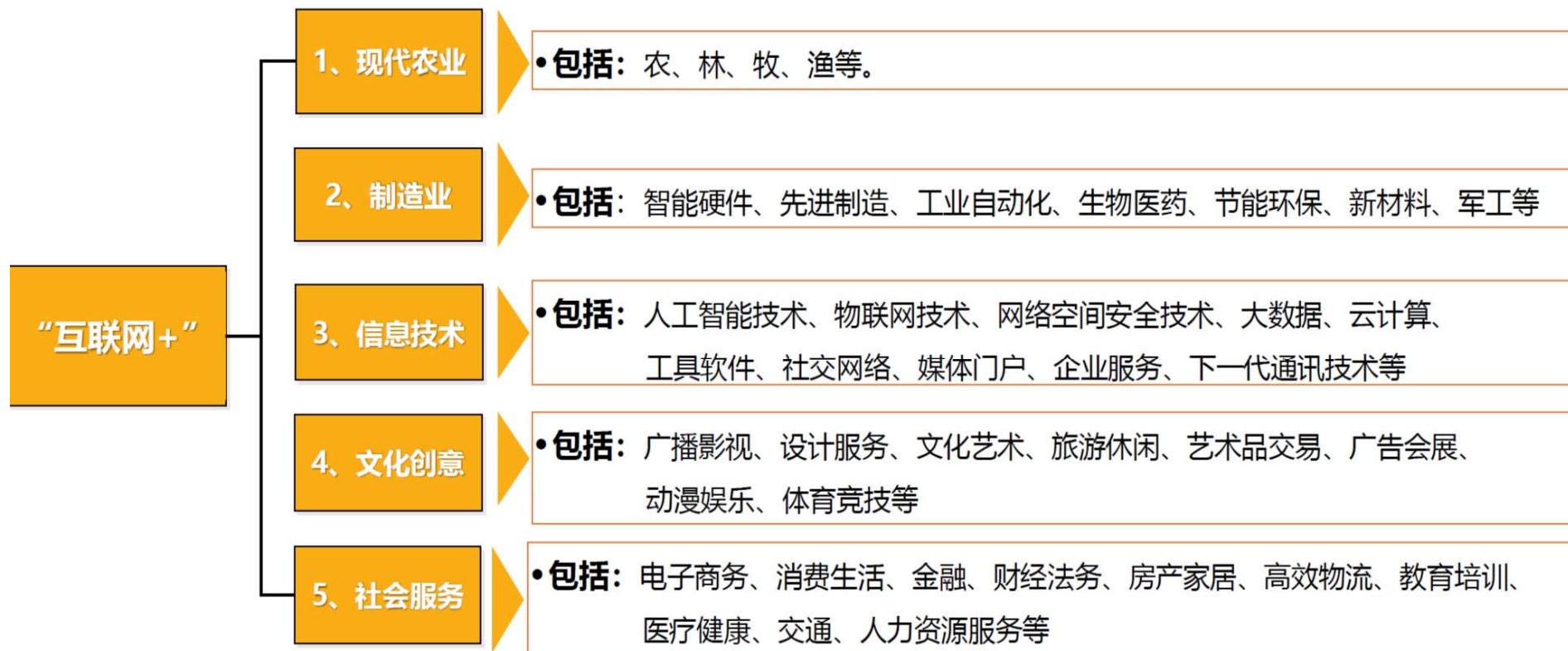
1.电子信息

4.新材料

7.资源不环境

归根结底: 通







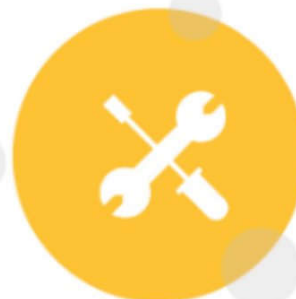
创意组

创新: 40分
团队: 30分
商业: 25分
就业: 5分



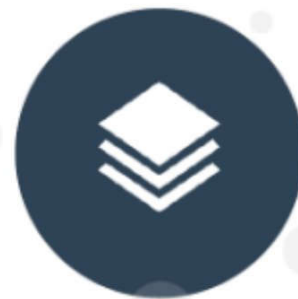
初创/成长组

商业: 40分
团队: 30分
创新: 20分
就业: 10分



师生共创 (第五届)

商业: xx分
团队: xx分
创新: xx分
就业: xx分



红旅赛道

团队: 30分
实效: 30分
创新: 20分
可持续: 20分

打分区间

优秀 (100-85分)、**良好** (85-70分)、**一般** (70-55分)、**差** (55-0)



上海交通大学创业学院
SCHOOL OF ENTREPRENEURSHIP & INNOVATION, SJTU



南京航空航天大学
NANJING UNIVERSITY OF AERONAUTICS AND ASTRONAUTICS

非掣

航空航天制造大数据解决方案

创意组
南京航空航天大学
创始人：赵智伟 Tel: 150-0000-767



上海交通大学创业学院
SCHOOL OF ENTREPRENEURSHIP & INNOVATION, SJTU



芯辉科技

高性能全集成激光雷达芯片

——让机器用“芯”感知

创意组

马瑞 159-2931-1988



西安电子科技大学



上海交通大学创业学院
SCHOOL OF ENTREPRENEURSHIP & INNOVATION, SJTU



西安交通大学
XI'AN JIAOTONG UNIVERSITY



陶金之恋——全球领先的陶瓷金属钎焊解决方案

参赛组别：互联网+制造业（创意组）

参赛省份：陕西省

所属高校：西安交通大学

项目负责人：高磊雯 博士生 / 15891711314



二、完美路演的核心要素



完美路演的核心要素



学校名字和logo

项目名称 -----项目副标题

项目名称和副标题
直奔主题

以下项目四要素，方便评委了解项目基本情况

项目类别：互联网+社会服务

项目组别：创意组

申报高校：

负责人：

项目要点

（目的：给投资人、评委一个项目画像，用30秒左右讲解）

用几句话，连续并简明扼要地表达：

1. 概念解释：考虑到大部分评委非本项目领域专家，建议对概念做一个普及性解释，比如百度百科解释；
2. 项目的核心业务是什么；
3. 项目的商业模式和盈利模式是什么；
4. 市场容量多大；
5. 核心技术或商业模式的门槛是什么；
6. 项目现状简述
（比如客户数量，财务数据，关键里程碑）；
7. 未来方向或公司愿景。



目录

1. 问题/痛点
2. 解决方案
3. 产品/服务
4. 门槛（技术/运营）
5. 市场分析
6. 竞争分析
7. 商业模式/盈利模式
8. 推广策略
9. 财务现状和预期
10. 融资需求产品/服务
11. 团队：创始人+核心团队+顾问
12. 专利、荣誉、合同
13. 愿景



第一部分 核心部分

1、问题/痛点 2、解决方案 3、产品/服务 4、门槛（技术/运营）



幻灯片1：问题/痛点

（项目一定是以背景痛点开篇，引起评委的注意和关注，在此张幻灯片中你需要尽可能简洁地说明以下几点：）

强调问题所在
而非解决方案

1. 面对的问题/痛点是什么？
2. 行业现状是什么？
3. 你怎么知道这是一个问题？
4. 你有一手或者二手的研究数据来支持这个问题吗？
5. 你要为谁解决这个问题？



幻灯片2：解决方案

（现在你已经告诉投资人某一个群体中有一个重要问题需要解决，并且它也已经通过你的研究得到验证，可以开始讲述你将如何解决这个问题。）

人们现在正在使用的其他解决方案是什么？

为什么这些解决方案都没有真正解决问题？

你的解决方案是什么？整体方案模型图？

你的方案为什么比其他解决方案更好？

最终能带来的好处是什么？

你的方案有什么与利或者独特之处吗？



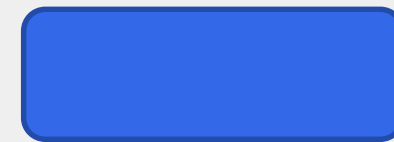
幻灯片3：产品/服务

(产品快速演示，在不透露过多细节的同时解释产品是如何工作。尽量用简洁的语言解释，并放上几张产品截图。)



你的产品是如何工作的？

它如何为你的客户带来价值？



产品形态 或 系列有哪些？

比如： iPhone 6、7、8、X



幻灯片4： 门槛及壁垒（技术/运营）

01

你的技术门槛是什么

- 1、专利
- 2、Know How
- 3、地位

02

你的运营门槛是什么

- 1、Team体量
- 2、运营数据
- 3、管理水平



幻灯片1-4：（你是谁）

这部分是项目最核心部分，目的是让投资人对你的项目感兴趣，这样他们才会想要更多地了解项目。

幻灯片5-8：（能胜出）

接下来是要说服投资人，你的项目是充满市场潜力并具备竞争优势，而你正好就有一个很棒的策略来切入市场。



第二部分 逻辑和数据要合理

5、市场分
析

6、竞争分
析

7、商业模
式

8、推广策
略



幻灯片5：市场分析

（再次强调，这个篇幅所做的市场分析一定与项目直接相关，并非宽泛的宏观数据，强调“分析”二字。）

TAM、SAM、SOM 各是多少？

用户的画像是什么？
谁是你的早期使用者？

你的生命周期价值和获得成本是多少？
你的市场渗透率是多少？

TAM 指的是**Total Addressable Market** “潜在市场范围”，即你希望产品要覆盖的消费者人群。

SAM 指的是**Serviceable Available Market** “可服务市场范围”，即你的产品可以覆盖人群。

SOM 指的是**Serviceable Obtainable Market** “可获得市场范围”，即你的产品实际可以服务到的市场范围。



总目标市场 (Total addressable market, TAM)

总目标市场是产品或服务的全球、区域或全国市场规模，可以是行业或产品类别级别的市场的**总规模**。TAM可以估计产品线的最大发展空间。这通常是为较小的公司提供参考。

总目标市场可以通过一年的总销售额或总单位销售额来计算。这些数据可能来自政府、行业协会和市场研究公司。



可服务可用的市场 (Serviceable available market, SAM)

是企业可以达到的产品或服务的全球总市场的一部分。

该市场是基于一个公司的产品和分销渠道。**SAM**的计算需要行业数据。

例如，每个城市、大区域、甚至不同国家的医院都可能成为依图科技可服务可用的市场，具体规模，取决于其产品渠道。



可服务可获得市场 (Serviceable Obtainable Market)

可服务可获得市场是对产品或服务收入的保守而现实的估计。它可能基于一个市场的总规模和你**可能赢得的市场份额**，可以较好地评估你的产品实际占有的市场份额。

例如，依图科技的可服务可获得市场取决于合作和使用其产品的医院数量，以及医院的规模。



市场渗透率

市场渗透率是指在一段时间内购买你的产品或服务的目标市场的百分比。

例1 打算学校附近开一家素食餐厅，该区域有1万名轻食者（师生+居民）。公司有1000个独特的素食客户。其市场渗透率为：

$$\text{渗透率} = (1,000 / 10,000) \times 100 = 10\%$$

创业决策：做还是不做？要做困难点在哪里？能否通过宣传增加用户量？



例2 高考填报志愿咨询公司能识别出每年有目标客户5万，与其签约的高三学生（或家长）为300人，其市场渗透率为：

$$\text{渗透率} = (300 / 50,000) \times 100 = 0.6\%$$

创业决策：如何扩张，提高渗透率？



幻灯片6：竞品分析（大小公司的差异化对比策略）

（产品、技术、市场、规模、运营数据等量化的对比参数）

	A 公司	B公司	C公司	D公司	本公司
行业位置	头部企业	上市企业	同类初创公司	同类初创公司	
技术参数 1					√
技术参数 2					√
产品功能					全
价格					低

结论：具备_____竞争



幻灯片7：商业模式

（这里你应该展示你的商业模式的工作原理以及如它如何通过早期试用者得到了验证。本质上是盈利模式）

盈利模式工作原理：

盈利-方案1：

盈利-方案2：

你如何赚钱？

一个创业者的真正产品不是解决方案，而是一个行得通的商业模式。
创业者的真正该做的是随着时间的推移，系统性地降低商业模式的风险。



幻灯片8：市场推广（ B 或 C）

（现在你已经确定了你的目标市场和商业模式，你想让投资人知道你
将如何获得这个市场。应该有确定了最有效的客户获取渠道及分阶段
策略。）

1. 你将如何让你的产品出现在客户面前？
2. 基于你当前的资源，你将关注哪些渠道？
3. 你做了什么来验证这些是最有效渠道？
4. 你有竞争力的推广策略是什么？



第三部分 实际数据说话

9. 财务现状及财务预期

10. 融资需求与股权结构



幻灯片9：财务现状及财务预期

1. 当前的财务现状怎么样？

即：花了多少钱，办了多少事

比如：三张表

资产负债表、利润表、现金流量表

3. 财务预期大概是怎么样的？

2. 业务计划是怎样的？

4. 融资需求是怎么样的？
比如：

计划融资多少钱？

释放多少股权？

用来做什么事情？

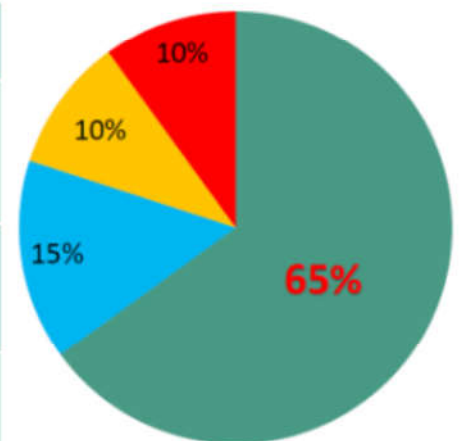
资金怎么分配？



幻灯片10：融资需求与股权结构

融资需求	资源：产业、渠道、媒体 资金：500万元	出让股份	10%
主要用途项	资金额	用途解释	
代工厂投建	300万	布局aa、bb、cc三大重要代工厂，计划每个投资100万控股	
专业团队建设	100万	研发人员5人、维护人员5人、生产操作5人及技术顾问2人	
市场开拓	50万	平台建设、行业协会推广等	
产品开发与技术迭代	50万	新产品的持续开发、验证与技术迭代更新	

股权结构参考



■ 创始团队 ■ 学校 ■ 期权 ■ 天使



第四部分 团队

11、团队：创始人+核心团队+顾问团队



幻灯片11：团队—创始人+核心团队+顾问团队

创始人：

单独列一篇

左边是照片

右边是背景信息

罗列曾经的丰功伟绩

某年某月获得什么奖

核心团队：

你的核心团队里有谁？

他们有什么技能经验？

照片+姓名+职务+

背景信息：xx与业 硕士

获奖信息：xx年 xx奖

顾问团：（可选）

如果项目需要

列举2-3位

照片+名字+职务+

行业背景：xx教授、院长

列3条对项目提供哪些支持



第五部分 证明项目价值的材料

12、专利、荣誉、合同、领导关怀等证明材料

13、愿景



幻灯片12：专利、荣誉、合同、领导关怀

（专利：注明多少授权、多少归团队、多少归学校并提供证明材料，以取得投资人的认可。）

呈现方式：最好上下两排、各放三个照片、下面分别注明：

xxxx年yy月 获得zzz奖



幻灯片13：以愿景结尾

(路演接近尾声，一定要用真心语言来感励评委和投资人！)

(要考虑到国家局面，想想可以为国家、社会做哪些贡献，以实际和远大的愿景来感励评委。)



三、商业计划书的写作



(一) 商业计划书内容框架

封面和目录：

商业计划封面看起来要既专业又可提供联系信息，如果对投资人递交，最好能够美观漂亮，并附上保密说明；准确的目录索引能够让读者迅速找到他们想看的内容。

执行摘要：

是商业计划书的“凤头”，是对整个商业计划书的高度概括。主要概括介绍企业/项目的来源（价值主张）、产品和服务的特点，技术或商业模式优势，市场前景和竞争优势，盈利/营业收入，融资需求等信息。



(一) 商业计划书内容框架

公司介绍/管理团队:

公司基本情况, 创始人介绍, 管理团队人员介绍, 技术顾问 (技术型公司)

产品/服务:

列举企业目前所提供的产品和服务类型, 以及将来的产品和服务计划, 陈述产品和服务的独到之处, 如成本、质量、功能、可靠性和价格等, 指出产品所处生命周期或开发进展, 如果产品和服务有独特竞争优势, 应该指出保护性措施和策略 (如申请专利)。



(一) 商业计划书内容框架

市场分析：

产品/服务的市场情况，目标顾客特征，目标市场现状，未来市场前景和规模，预期增长速度；要让投资者确信这个市场是巨大且不断增长的。

行业分析：

所属行业的基本情况和的发展趋势，项目/技术在行业中的地位，是否有壁垒。

竞品分析：

指出竞争的同类产品/服务，分析竞争态势和确认竞品信息、所占市场份额、优势劣势，认真比较企业与竞争对手的产品和服务在价格、质量、功能、技术、市场等方面有何不同，解释企业为什么能够赢得竞争。



(一) 商业计划书内容框架

企业战略与营销：

企业的发展目标、发展策略、营销战略等。

财务计划：

对未来3年的营业收入和成本进行估计，制作销售估算表、成本估算表，**预期的资金来源和使用**，预期收入(利润和亏损状况)以及现金流量预测等。这部分内容是商业计划的关键部分，制定过程中最好能寻求会计师和其他专业人士的帮助，预测要现实合理并且可行。

融资结构：

融资额度、融资期限、融资用途、融资要求，保障措施



(二) 商业计划书实例

封面

包含：公司名称、口号、创始人姓名、联系方式、日期、保密要求等。

洗衣像母亲一样出色

口号能让你对公司经营范围有所了解。



商业计划书
2009 年 4 月

丹·赫尔曼 (Dan Hermann)
dhermann1@bobson.edu
(617) 966-5299 (手机)
乔尔·佩德利金 (Joel Pedlikin)
joelped@gmail.com
(617) 633-4919 (手机)

联系人及信息要清楚易见。

把计划书的投送对象(投资者)编号存档。这能让你知道你都把计划书寄给了谁。而且也能提醒你应联系哪些投资者,以便寄送更新后的版本,并判断对方的投资意愿。

编号____, 共____份

保密要求

尽管你无法避免计划书意外外流,但你的保密要求至少让接收到计划书的各方意识到,他们通义上不应被随意地不经许可就把计划书交由第三方。

本商业计划书是以密函的方式呈交给贵方。本计划书请勿以任何形式复制、储存。接收本计划书者,应视为默认同意将归还本计划书,未经允许,不得复印、传真、复制或转阅。



执行摘要

“现在各大学间的竞争日益激烈……‘奢侈之风’的比拼正在美国的富学生们中间蔓延……富人都不忍心让自己的小宝贝儿们在卑贱的大学生活条件中遭罪。”^[4]

➡ 注意：懒骨头公司的摘要是如何抓住客户（父母是服务费用的支付者、学生是服务使用者）本质的。这个开篇的引用证实了该项洗衣服务的需求真实存在，由于这个引用来自公司以外，其效果更佳。

让懒骨头感到欣喜的是，洗衣服是家长们愿意为自己的孩子购买的服务之一。所以在过去15年来，我们通过为大学生提供洗衣和储物服务，赚取了相当可观的利润。

我们的纯利润率为20%左右，然而，

这并不是懒骨头公司的唯一优势。我们之所以瞄准了更激进的增长，是因为我们还拥有很多其他品质。

业务描述。

商机

➡ 注意：要使用小标题引导读者阅读。

懒骨头经营的业务结合了两大成熟行业中的两个正处于爆发性增长阶段的部门：针对富有大学生的个人服务；个人服务特许加盟经营。

➡ 注意看懒骨头是如何把业务范围的定义由洗衣业务（行业成熟、增长缓慢）拓展到为学生提供个性化服务的（这些新业务有广阔的发展空间）。这样就使得计划书更具说服力了。

个人服务特许加盟经营业从2001年以

来每年以11%的速度增长，2005年一年内创造了超过900亿美元的营收^[5]。

➡ 暗示市场的回报率很高。

我公司目前的经营点有四个（威斯康星州的麦迪逊；纽约州的锡拉丘兹大学；科罗拉多州的石头城；马萨诸塞州的波士顿），它们全部都是由并无经验的经理人经营，雇请小时工操作。

➡ 乍一看，这似乎是一个负面因素，但是要知道这份计划书是写给潜在的特许经营加盟商看的。丹这里主要是想告诉这些读者，即便没有多少的经验和知识，也同样可以加盟，成功经营其门店。

这种经营模式的成功，是因为我们采用了中控网络技术，有经验丰富的企业高管和店主提供支持，并有15年开发、测试和调整的自有专属营运系统可以依赖。由

于目前的经济不景气，成千上万个雄心勃勃、精力充沛的年轻人都会考虑创办自己的企业，以此获得自己的就业保障，他们如果加盟懒骨头，有望获得成功——特许经营经营是创办自营公司最常见、风险最低的途径。懒骨头公司为那些怀揣美国梦的人们，提供了利润丰厚又不需要巨额前期投入的创业机会。接下来，懒骨头还要再开设4家公司自有门店，并同时大规模营销特许经营经营权，借此路径将公司扩张到全美的各个地方，提高本就较高的边际利润，确保5年后公司营收翻6倍。

➡ 这一点表明懒骨头公司拥有强大的系统，能为潜在的特许经营加盟商提供充分的支持。同时也强调了懒骨头公司具有发展到全国规模的潜质。

➡ 这里开始设定公司日后的阶段性发展目标，有利于管理“投资者关系”，也能让投资者看到几轮投资后能获得的巨大增



公司现状

懒骨头公司创立于1993年，下属第一家店坐落于麦迪逊市的威斯康星大学。1999年，锡拉丘兹店开业，2008年8月，马萨诸塞的波士顿市店、科罗拉多州的石头城店相继开业。过去15年间，为达到收入和净利润最大化，适应所有者委托经营模式，懒骨头不断完善、整合、发展、精简其营运系统和产品结构。

直接写明公司名称。

客户

我们的客户都是17~22岁，大多家庭收入良好，愿意为服务付钱。他们的衣服通常是在百货商店买的名牌且对他们来说非常重要。家长为孩子获取的服务付费，通常以整个学期为时间段为他们做出安排。学生想到洗衣时，首先会联系他的母亲，这位母亲会转而联系我们预约洗衣取件服务。我们的服务对象正处于父母照顾的家庭生活和独立的成人生活之间的过渡期。

➡ 注明用户群的人口统计特征。符合高学费大学的传统学生情况。这会影响懒骨头产品的市场规模。丹必须准备好在推销演示中阐述这个问题。

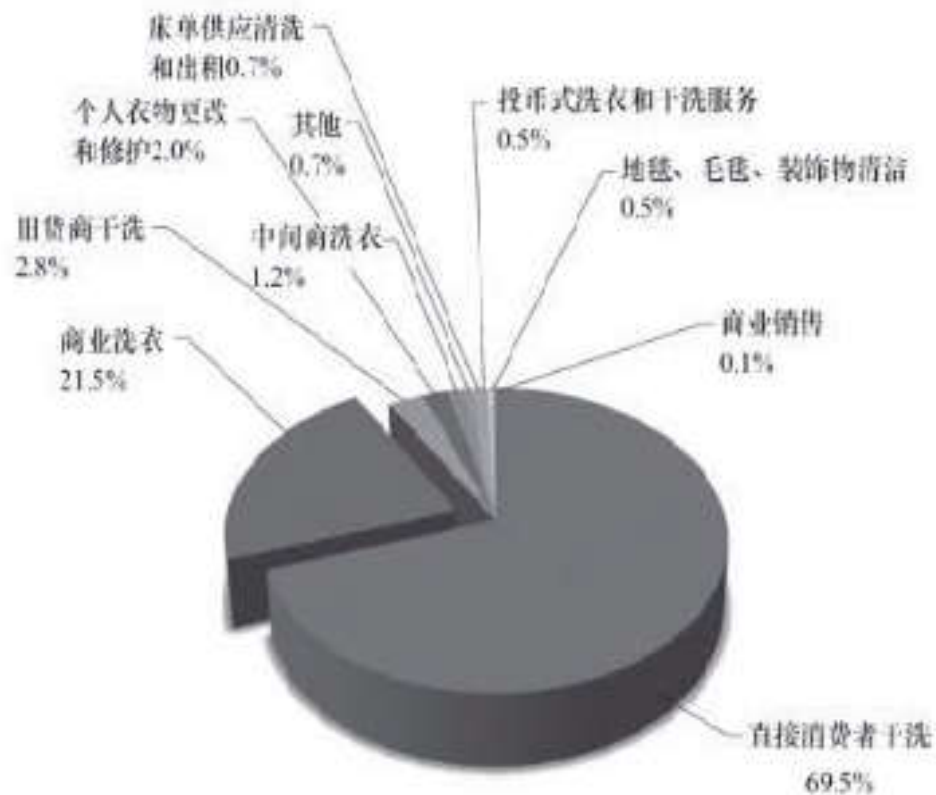
➡ 注明用户心理信息。学生穿品牌衣服，这些衣服对他们很重要，后文会详细讨论。



市场分析

懒骨头直接将自己的市场定位在非投币式洗衣和干洗业，非商业客户，面向大学生，直接市场约占50%。

特别划分出“商业洗衣”，这是今后发展的空间。





这个行业的集中性非常低，绝大部分仍是家庭式经营，大公司只占有不到6%的市场 如下图所示 整个行业收益增长过去

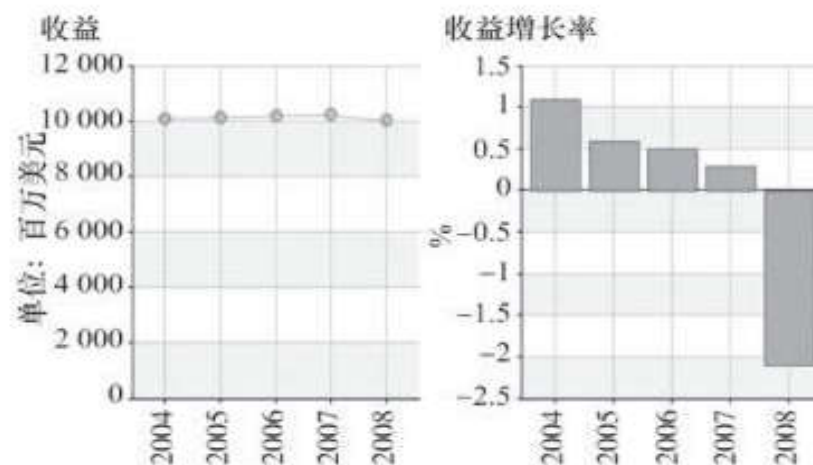
员工规模	成立公司数量	百分比
1 ~ 4	15 880	58.4
5 ~ 9	5 907	21.7
10 ~ 19	3 707	13.6
20 ~ 49	1 469	5.4
50 ~ 99	175	0.6
100 ~ 250	54	0.2
250 ~ 499	7	0.0
500 ~ 999	2	0.0
1000+	1	0.0
总计	27 196	

来源：全美普查——县级商业模式。

注：发布于2007年6月。信息仅涉及雇主所创企业。

5年因干洗收益减少略有（3%）下降（见图4-5）。“耐洗不皱织物的流行和家用洗衣粉和洗衣液品质的改善这两大趋势降低了对干洗服务的需求。”干洗商受影响^[3]。

→在整个计划书中，懒骨头引用二级资源（相关著作、文章）来描述和量化市场机会的规模。对引文加脚注能增加故事的可信度。



公司业绩

懒骨头的4个校园门面在2008年一年的收入总计约120万美元：其中洗衣和干洗服务收入约占总收入的2/3，而度夏寄存和运送收入占总收入的1/3。

➡ 说明公司的收入来源广。

家长们习惯于在懒骨头为孩子预订一学期的服务，并提前付款，这使得懒骨头的现金流很充沛，资产负债情况也很乐观。

➡ 充足的资金流对投资人，尤其是天使投资人，很有吸引力。

竞争主要来自当地的小型洗衣企业。

➡ 判定这个行业的分散特征：行业中多

为家庭个体店。懒骨头的专业化服务应更具竞争优势。

这些公司中有一部分也在多个学校提供类似服务，但是校园门面均未超过10个。而懒骨头公司在威斯康星州的麦迪逊和纽约的锡拉丘兹提供服务有10年以上，我们的营运经历让公司具备了强劲的竞争优势，使得公司远超其他竞争对手。所有的这些经营经验都提供了许多信息，让懒骨头公司知道哪种经营模式行得通，因此，懒骨头已经形成了自己的营运体系和操作手册，而且，这个体系和这本手册可以按照实际情况做出适应性修正。上述的所有这些因素为公司的腾飞准备了条件，懒骨头将迅速扩张到超过1600家有盈利能力的校园分店。

➡ 表明存在覆盖全美国的全国性市场。



财务计划：5年损益表



	第 1 年	第 2 年	第 3 年	第 4 年	第 5 年
营收					
直营店数量	8	8	8	8	8
特许加盟店数量	0	5	15	35	60
直营店收入	\$2 033 177	\$2 971 381	\$4 089 183	\$5 225 870	\$6 125 353
特许经营店收入	0	\$206 905	\$485 348	\$1 100 699	\$1 767 146
贡献					
总收入	\$2 033 177	\$3 178 286	\$4 574 531	\$6 326 569	\$7 891 599
总销货成本 (COGS) ^①	\$872 835	\$1 309 072	\$1 296 739	\$1 585 962	\$1 747 125
毛利润	\$1 160 342	\$1 869 213	\$3 277 792	\$4 740 607	\$6 144 474
毛利率	57%	59%	72%	75%	78%
支出					
直营店销售总务 管理支出 (SG&A) ^②	\$1 358 133	\$1 371 987	\$1 469 757	\$1 558 780	\$1 624 546
公司销售总务管 理支出 (SG&A)	\$328 314	\$344 730	\$664 870	\$728 201	\$976 651
税负和利息支出	\$70 876	\$143 164	\$521 722	\$1 027 290	\$1 432 920
总支出	\$1 757 323	\$1 859 881	\$2 656 350	\$3 314 272	\$4 034 117
净普通收入	-\$596 981	\$95 333	\$621 466	\$1 426 336	\$2 110 357
净边际利润	-29%	0%	14%	23%	26%



营 销

计划书中带有图片，能产生很好的视觉效果，能更好地吸引读者。

我们也有促销，在当地的一些活动中以洗衣套餐赠送作为奖品，用积分和折扣鼓励用户邀请他们的朋友尝试我们的服务。

我们的中控网页会通过搜索引擎优化出现在每个大学的洗衣相关搜索的首页上，我们还会通过谷歌关键字广告和脸书进行网络营销。我们将在推特营销中争取客户，同时积极使用所有新出现的传播工具。





商业计划书写作的要求：

- ① 科学逻辑：分析严谨，善于用图表表达，引据科学、权威；
- ② 商业逻辑：核心是价值交易，清楚描述创造价值（生产端）和实现价值（需求端）的因果关系和相关要素的关系；
- ③ 叙事清晰：文字精炼，简明扼要，重点突出；
- ④ 结构完整：



祝 大家成功！