

第三届（2025）中国研究生 企业管理创新大赛 商业分析与实践赛道

命题手册

指导单位：教育部学位管理与研究生教育司

主办单位：中国学位与研究生教育学会
中国科协青少年科技中心

联合主办：全国工商管理专业学位研究生教育指导委员会

承办单位：全国工商管理专业学位研究生教育指导委员会秘书处
中国学位与研究生教育学会工商管理专业学位工作委员会
中国管理现代化研究会决策模拟专业委员会
贵州大学（总决赛承办）

技术支持：Credamo见数

钻石命题 1	
企业名称	北京见数科技有限公司
经营范围	一般项目:技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广;服装制造;工程技术服务(规划管理、勘察、设计、监理除外);广告设计、代理;广告制作;会议及展览服务;图文设计制作;绣花加工;风力发电技术服务;人工智能应用软件开发;软件销售;数据处理服务;市场调查(不含涉外调查);组织文化艺术交流活动;企业管理咨询;新材料技术推广服务;信息系统集成服务;软件开发;广告发布;计算机软硬件及辅助设备零售;人工智能硬件销售。(除依法须经批准的项目外,凭营业执照依法自主开展经营活动)许可项目:广播电视节目制作经营。(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动,具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准)(不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。)
网址	https://www.credamo.com/
适用范围	☒ 钻石命题 (所有团队均可选择)
具体命题	
通过商业分析深度剖析企业产品服务核心优势,匹配目标用户核心痛点,设计市场精准营销方案,实现品牌与业务的双重增长。	
补充信息	
企业介绍	Credamo 见数是专注于智能调研建模数据平台研发与应用的技术服务企业,为企业、高校和科研机构提供高效、精准、智能的一站式调研与数据分析服务。2017 年开始研发 Credamo 平台,2019 年上线运营,2021 年 Credamo 增加中文品牌见数。 Credamo 见数以“科技赋能商业、教育与科研”为使命,

致力于通过先进的技术手段和创新的解决方案，推动市场调研行业的数字化转型，助力企业、高校和科研机构实现数据驱动的决策与创新发展。公司愿景是成为全球领先的智能调研平台提供商，为用户提供高效、精准、智能的一站式调研与数据分析服务。

智能调研平台是公司的核心产品，作为全球首款一站式智能调研平台，它集成了问卷设计、数据收集、统计建模、AI 生成报告等多项功能，能够满足市场调研全流程的需求。平台支持复杂的行为实验设计，无需编程即可完成实验设计，并可与脑电波（EEG）、眼动追踪等硬件设备无缝对接，实现多模态数据采集。此外，还提供 SurveyGPT 与 ReportGPT 功能，支持 AI 生成问卷、数据分析与报告撰写，大幅提升调研效率与科学性。

针对教育领域，见数联合高等教育出版社、清华大学出版社、人民邮电出版社等多家出版社开发形态教材，结合自研教学实训平台，整合了市场营销、市场调研、统计建模等课程资源，支持定制化培训。平台提供丰富的模板库与量表库，支持 AI 生成问卷、AI 数据分析等功能，降低使用门槛。同时，教学实训平台支持课程资源一键导入，实时检验学习效果，提升教学效率。

Credamo 见数还积极支持学术赛事和期刊发表，促进学术交流与发展。截止 2025 年 2 月，使用 Credamo 见数平台发表的 UTD24/FT50 国际顶刊论文共 50 篇+，对比去年同期新增 22 篇，涵盖市场营销、人力资源、组织管理和社会心理学等领域。

公司还提供先进的硬件设备支持，包括便携式脑电波设备、眼动追踪设备、智能手环等，用于多模态数据采集。这些设备能够实时监测脑电波数据、记录视觉注意力分布、监测生理指标等，为神经经济学、消费者行为研究等前沿领域

	探索提供有力支持。 此外，见数正积极探索 AI 大模型、AI 智能体在产品体系中的融合应用，期望通过 AI 大模型、AI 智能体提升产品的智能化水平与服务效能。
命题背景及痛点描述	Credamo 见数深耕数据服务领域多年，凭借顶尖的研发团队和持续的技术投入，打造出一系列极具竞争力的产品。其产品能为企业降低数据采集与分析成本，提升决策效率；为高校教学提供真实可操作的数据分析案例、提升教学质量，助力学生掌握实战技能；为科研单位缩短数据处理周期，加速研究成果产出。目前，已有不少企业、高校及科研单位通过用户间的口碑传播在使用 Credamo 见数的产品和服务，客户留存率较高，充分印证了产品的优质性。 公司成立至今，见数主要通过活动赞助作为品牌推广方式，形成了较好品牌形象和用户口碑。从创业开始未组建专门的销售团队，但见数还是希望参考 SAP 将主要精力聚焦在产品研发。因此存在下面问题：一方面，技术优势与市场认知严重不匹配，多数企业、高校及科研单位对见数的产品功能、服务优势缺乏了解；另一方面，现有传播依赖单一口碑渠道，推广模式单一，传播范围局限；此外，同类产品通过大规模广告投放和渠道网络扩张加速市场渗透，市场竞争加剧。由此导致技术优势因信息传播壁垒而逐步弱化，潜在客户不断被分流，若不能及时构建突破策略，优质产品将面临“藏在深闺人未识”的困境。 在当下 AI 技术飞速发展的背景下，AI 大模型、AI 智能体在信息传播、用户服务等方面展现出巨大潜力。见数虽已着手探索 AI 大模型、AI 智能体与产品的融合，但在利用 AI 大模型、AI 智能体打破传播壁垒方面尚未形成有效策略，如何借助 AI 大模型、AI 智能体提升渠道合作效率、优化新媒体传播效果等问题亟待解决。

实施目标	1. 分析产品与市场：团队通过商业分析与市场调研等方式全方位洞悉公司产品与服务的核心优势、功能特点及市场定位，对比竞品，明确差异化竞争力。 2. 挖掘用户需求：通过调研目标用户（企业、高校、科研机构），了解其实际需求及痛点，探究认知差距、产生信息壁垒的原因。产品和目标用户匹配一种或多种皆可，可以分析得比较深刻。 3. 制定传播方案：通过 AI 智能体、AI 大模型等制定基于渠道整合与新媒体传播的可执行策划方案，精准传递产品与服务价值，消除信息传播壁垒。也可以设计传统的渠道合作伙伴方式，能够切实可行地让更多的用户使用见数产品提升效益。 4. 结果验证：通过新媒体等方式让更多用户了解产品特点及能给他们带来的价值，利用媒体数据评估传播效果，如新媒体内容的转发、点赞、曝光量，确保方案有效触达用户并解决实际问题。
重点区域	项目报告聚焦以下三类目标用户的其中一类即可（全国范围）： 1. 商业公司、包括但不限于快消、零售、咨询等行业 2. 高等院校 3. 科研单位
可提供的调研条件	1、可提供线上访谈 2、可提供品牌、产品、服务部分相关资料
方案效果验证需求	通过新媒体等方式让更多用户了解产品特点及能给他们带来的价值，结合 AI 智能体、AI 大模型等制作新媒体内容进行品牌传播实践，聚焦方案重点，突出“降本增效”“科研提效”等价值。 可通过社媒平台利用图文、短视频直观演示等多种形

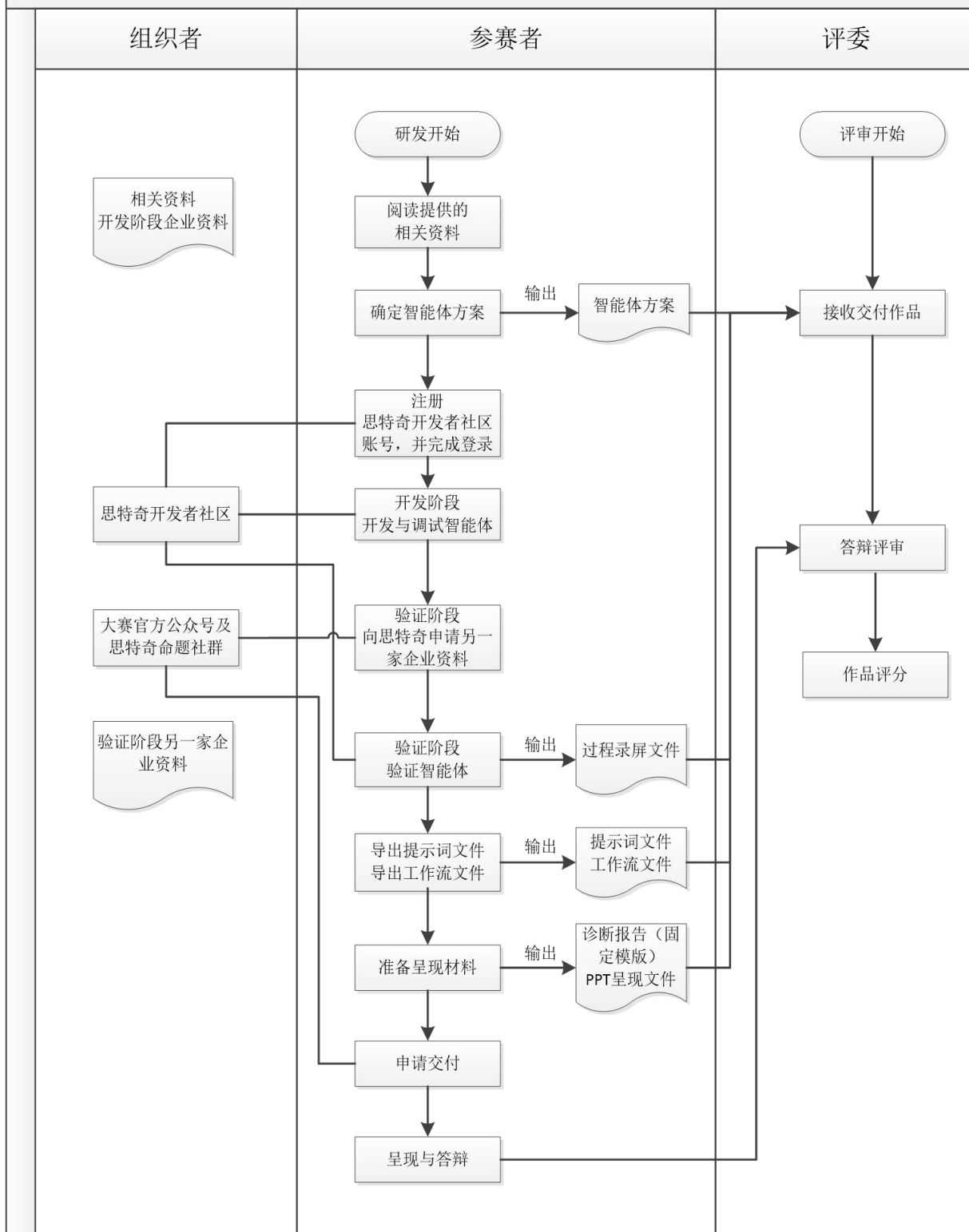
	式，展示产品操作和实际应用场景等，吸引用户兴趣。同时添加关键词，如：#企创大赛；#商业分析与实践赛道；#Credamo 见数；#高校科研助手；#企业降本增效等提升曝光和破圈潜力的标签。 最后，团队须提供内容发布后的真实数据（转发量、点赞量、浏览量、曝光度等）以佐证方案有效性，证明方案的实际商业价值。
--	--

钻石命题 2	
企业名称	北京思特奇信息技术股份有限公司
经营范围	技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务；计算机系统服务
网址	http://www.si-tech.com.cn
适用范围	☒ 钻石命题（所有团队均可选择）
具体命题	
中小企业数字化转型诊断 AI 模型的研究和设计	
补充信息	
企业介绍	北京思特奇信息技术股份有限公司（以下简称：思特奇；股票代码：300608.SZ）成立于 1995 年，是国内领先的 ICT（信息通信技术）基础设施及软件产品、行业解决方案和服务提供商，见证并参与了中国 IT 行业发展和变革。公司致力于自主研发、科技创新、场景应用、价值运营的融合发展，打造开放、共赢的生态合作体系，助力行业客户与合作伙伴实现数字化转型、智慧运营和价值提升。 思特奇以成为云、大数据、万物互联、人工智能和智慧运营时代，产品、技术、服务、运营的可信赖专家为宗旨。立足行业，持续创新，掌握并充分应用 5G、AI、云计算、大数据、物联网、区块链等新一代信息技术，为政府、企业、消费者提供包括电信业务支撑、智慧城市建设、数字经济转型、中小企业云和智能服务、智能制造和工业互联网运营与支撑、AI-PaaS、云和大数据一体化运营等系列产品服务和解决方案，并广泛应用于政府、电信运营商、制造业、商业、金融、能源等行业，以科技助力数字化转型，创造美好生活。

命题背景及痛点描述	数字化转型涉及多维度（技术、业务、组织等），企业常面临数据分散、效果难量化、路径不清晰等挑战。通过 AI 诊断模型，可整合多源数据（如系统日志、用户行为、财务指标），利用机器学习分析技术成熟度、业务协同效率及组织适配性。
实施目标	以思特奇对中小企业开展的数字化评估案例，基于全国中小企业数字化服务平台赋能千行百业的目标，探索研究企业数字化转型评估的理论框架、设计数字化转型 AI 诊断模型。 基于生产运营相关理论、企业数字化转型的研究成果以及层次分析法构建的系统化的企业诊断框架，对需要进行数字化转型的企业进行诊断，深入探讨企业数字化转型的关键问题，包括指标评估、问题诊断、策略提升和解决方案的设计等，为企业的数字化转型提供科学且可行的指导和建议。 中小企业数字化转型诊断以“企业数字化基础、管理及成效评测表”与“数字化经营应用场景等级判定表”为核心工具，前者筑牢转型“根基”评估，后者聚焦业务“落地”检验，二者协同实现精准诊断。 通过构建 AI 智能体，实现对“企业数字化基础、管理及成效评测表”的“指标分析”、“数字化经营应用场景等级判定表”的“场景分析”的智能生成，实现在“企业现有优势”、“数字化痛点分析”、“问题根源分析”、“改造方向及建议”、“推荐建设方案”五个方面进行企业诊断总结与建议的智能生成，并完成企业诊断报告。 思特奇将对参赛者提供样板企业的“企业数字化基础、管理及成效评测表”、“数字化经营应用场景等级判定表”以及企业访谈记录。参赛者通过分析所提供的企业资料，设计智能体方案，在思特奇开发者社区平台中构建企业数字化转

	型诊断智能体。 要求该智能体具备一定的通用性，即当输入其他企业资料时，该智能体将生成符合要求的企业诊断报告。 参赛者通过提交“智能体设计方案”、“企业诊断报告”、“呈现材料”，充分展示所构建的企业诊断智能体的能力和效果。 注：思特奇提供了 4 个行业的样本企业的数据，参赛队伍可任选其一。
重点区域	全国
可提供的调研条件	1、样本企业业务场景及调研数据 2、思特奇开发者社区平台模型/算力平台等资源支持
方案效果验证需求	为验证最优执行方案的实际商业效果，团队需依据商业分析结果明确目标用户与推广产品，并利用小红书文章和视频号短视频等形式制作新媒体内容进行品牌推广实践。内容需聚焦方案重点，添加必要标签便于检索与传播，如：企创大赛；商业分析与实践；品牌名；以及能提升流量和破圈效果的相关标签，最后提供参考数据以佐证方案有效性。

中小企业数字化转型诊断执行流程



钻石命题 3	
企业名称	广东臻善文化有限公司
经营范围	中华香皂
网址	www.zhsoap.com.cn
适用范围	☒ 钻石命题（所有团队均可选择）
具体命题	
运用商业分析方法，制定中华香皂面向不同年龄用户的品牌焕新、产品价值传播策略，并通过小红书、视频号等新媒体进行推广实践，通过新媒体投放量化用户反馈与转化效果，验证以下关键问题： 如何通过内容营销重构品牌形象与传播产品价值，精准触达不同的人群（或具体某一类人群）群体并提升线上转化？	
补充信息	
企业介绍	“中华香皂” 国企国货品牌。始于 1939 年 5 月抗日战争时期中国共产党领导的陕甘宁边区政府在延安开办的新华化学厂，主要生产“新华肥皂”，解决封锁下的军需和民生物资。除了自给还销往西安等地，换回边区所需物资。1958 年“新华”品牌改为“中华”。2020 年老品牌新回归。全系列产品使用【国家地理标志保护产品】——盐池黑泥、河东大盐以及天然植物精油，延用并创新五千年的智慧结晶配方，匠心制皂，坚持品质，无残留无污染，对人友好，对环境友好，带来身心清净愉悦，维持人与大自然的平衡。 目前有洗发皂、沐浴皂、礼品皂、手工皂、儿童皂、文创皂等系列香皂，一皂多用，真正可替代沐浴露、洗发水。天然品质香皂洗得干净，可以去除瘙痒异味，且不会造成皮肤干燥，对于环境的污染程度低。 当前的销售渠道主要为京东自营店、京东旗舰店、京东

	慧采、线下经销、单位集采。主要的营销方式为自媒体、展销会、京东站内推广。品牌重新发展4年，品质稳定，线上复购率达15-20%。
命题背景及痛点描述	中华香皂作为经典国货品牌，面临核心问题： 1. 品牌认知不足：老品牌新回归，中华面向不同的消费人群开发了不同的产品，但是消费群体中认知度不足； 2. 渠道：依赖传统电商与经销渠道，线上新媒体曝光薄弱； 3. 产品价值未被挖掘：天然成分、健康价值、文化价值、情绪价值、环保价值等差异化优势未有效传播。
实施目标	形成一个有效可复用的新媒体传播 SOP 模型。
重点区域	不限
可提供的调研条件	企业访谈（预约），协助收集数据
方案效果验证需求	1. 内容执行与数据化验证：围绕场景创作图文/短视频，渠道策略与内容适配，添加检索与传播标签以验证推广实践期间数据验证流量来源、用户互动（点赞/收藏/评论）、转化路径数据； 2. 评估指标：人群标签的变化比例。线上店铺（包括但不限于小红书、视频号、京东等）购买数据（人群、关键词、品名等）与推广实践中的搜索词关联度与人群数据比例的变化 3. 核心指标：内容渗透率（目标人群覆盖率）与转化率、用户生成内容（UGC）数量； 辅助指标：品牌搜索指数增长率。

钻石命题 4	
企业名称	成都龙象科技股份有限公司
经营范围	软件开发:网络技术开发、技术咨询、技术推广;开发、销售计算机软硬件并提供技术咨询、技术推广、扶术服务:计算机系统集成;应用软件服务;销售第一类医疗器械:销售:仪器仪表、化学试剂(不含危险化学品)、电器设备、文具、文化用品(不含图书、报刊、音像制品和电子出版物)、体育用品及器材、日用品:增值电信业务经营(未取得相关行政许可(审批),不得开展经营活动):网上贸易代理。(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动)。
网址	http://www.lonsev.com/
适用范围	☒ 钻石命题 (所有团队均可选择)
具体命题	
AI 赋能劳务用工管理	
补充信息	
企业介绍	龙象科技股份有限公司(简称:龙象股份)成立于2014年,总部位于成都市高新区。龙象股份是国家高新技术企业、四川省专精特新企业及瞪羚企业,荣获60余项产品著作权,秉承“以数据驱动组织智能化”的使命,面向企事业单位提供信息化、数字化、智能化的技术服务其中人工智能AI技术的创新应用成为服务,升级的重要支撑。龙象股份致力于成为数字经济的有生力量,围绕着数字政府、公共服务、医疗健康、智能制造等业务领域的要素运营,发展新质生产力引擎。 龙象股份,积极投身于“数字中国”“健康中国”的国家战略。借助成都高新区的政策优势与产业生态,以新型基础设施建设、数字化转型、人工智能应用、定制化系统集成

	为根基，覆盖全领域数字化转型、智能化改造的全链路能力，为企业事业单位提供智能化解决方案。数字政府：以数据为核心驱动力，融入 AI 算法构建智能决策中枢，打破信息壁垒，重塑政务业务模式，打造一体化、智能化的政务服务体系，提升政府运行效率和公共服务质量，推动数字经济产业发展。 公共服务：聚焦城市基础设施、公共设施及各类资源，利用 AIoT（人工智能 + 物联网）技术构建城市智能运行大脑。以保障城市有序运转，实时监测城市运行数据，快速响应并处理设施故障、安全隐患等突发状况，以高效性、及时性保障城市各环节平稳运行。 医疗健康：海量医疗数据的采集、整合、分析，引入 AI 深度学习模型，人工智能技术在此过程中发挥关键作用，从中挖掘疾病规律、优化诊疗方案，为临床决策、医学研究及医疗管理提供精准支持。 智能制造：借助数字化与智能化技术，结合 AI 视觉检测、智能调度算法，实现生产全流程自动化、智能化管控与优化，以高效灵活响应市场需求的创新制造体系。
命题背景及痛点描述	建筑领域劳务用工管理问题突出。企业端，项目流动大导致招聘效率低、人员匹配不准，施工高峰低谷用工调度混乱推高成本，合同签订、考勤核算易出错，且用工数据难支撑项目用工规划。监管层面，建筑异地劳务派遣频繁，因管辖权和备案漏洞难监管，“假外包真派遣”现象多发，工人维权难。村级建筑用工中，“人情用工”常见，还存在虚报工时套取资金、拆分项目规避监管等问题，决策流程、用工标准、报销手续也不规范。

实施目标	建筑领域劳务用工管理实施目标需多维度推进，企业端要提升招聘效率与匹配精准度以适配项目流动需求，优化用工调度平衡施工峰谷人力来降低成本，规范合同与考勤流程减少差错，同时盘活用工数据为项目用工规划提供支撑；监管层面需破解异地劳务派遣监管难题、堵塞备案漏洞，打击“假外包真派遣”现象，保障工人维权通道顺畅以规范行业秩序；村级用工则要杜绝“人情用工”及虚报套取资金、拆分项目规避监管行为，统一用工标准并规范决策流程与报销手续，确保用工公平透明。
重点区域	全国
可提供的调研条件	可提供品牌、产品、服务部分相关资料
方案效果验证需求	AI 赋能建筑劳务用工管理方案大赛验证标准分四大维度： AI 赋能适配性，需判断 AI 技术是否精准解决核心痛点，如匹配岗位与技能、优化人力调度，避免技术堆砌，同时看方案是否适配企业技术基础，轻量化工具可加分。 验证指标可量化性，重点考察是否有 AI 驱动的确量化目标，如岗位匹配准确率提升 40%，且需说明验证路径与可追溯数据来源，无量化指标则大幅扣分。 落地可行性，要确认 AI 方案所需技术、资金等资源是否明确且符合行业常规，同时适配建筑项目全流程，兼顾工人操作习惯。 风险应对完整性，需预判 AI 应用风险如算法偏差、工人不信任，及行业特殊风险如项目停工、网络差，并有对应解决措施，确保方案无明显落地漏洞。

钻石命题 5	
企业名称	四川智水信息技术有限公司
经营范围	经营范围：许可项目：货物进出口；技术进出口；建筑智能化工程施工（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）一般项目：信息技术咨询服务；计算机软硬件及辅助设备批发；计算机系统服务；信息系统集成服务；软件开发；新兴能源技术研发；机械设备销售；电子元器件与机电组件设备销售；电子产品销售；电车销售；汽车零配件批发；数据处理和存储支持服务；网络与信息安全软件开发；卫星技术综合应用系统集成；仪器仪表销售；环境保护监测；防洪除涝设施管理；水资源管理；水文服务；水污染治理；（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）。
网址	http://www.zsxxiot.com/
适用范围	☒ 钻石命题（所有团队均可选择）
具体命题	
借助数字技术与人工智能技术，赋能智水信息经营运营全场景的管理，可涉及：项目全生命周期管理、项目全过程成本分析及核算、企业经营成本分析及核算，信息系统智能化运维体系建立和运维工具应用等。 人工智能应用需求： 1、平台化、标准化、多样化、自动化、智能化的流程监测管理设计； 2、数据驱动管理、分析、决策支持。	
补充信息	
企业介绍	四川智水信息技术有限公司团队成立于 2011 年，注册资金 1200 万元，现有员工 80 余人，10 年来一直聚焦于电力、水利、自然资源行业，提供创新的智慧电厂、智能电站、

	智慧水利、智慧园区等信息化、数字化、智能化解决方案。 公司总部设立在成都,同时在西藏设有子公司,在青海、新疆、湖南、贵州设有办事处,基本形成了覆盖全国的业务和服务体系。经多年发展,公司拥有一支素质高、专业强、冲劲足、有创新、有活力的人才队伍。公司立足以人为本,建立了科学的管理制度、可靠的质量管理体系、完善的售后服务措施,确保项目高质量交付。 公司是国家级高新技术企业、成都市高新区瞪羚企业,获有 10 余项专利和 30 余项软著,拥有完备的自主知识产权体系。公司还与高校分别建有联合实验室,通过建立产学研的合作机制,跟踪研究相关领域前沿技术,培养研发与产业化的技术队伍。同时与国内外知名科技企业建立战略合作关系,使公司的技术和产品与国际保持同步,处于国内领先水平。 公司坚持以“聚焦数字智慧,共护青山绿水”为己任,全面践行“创新、融合、绿色”可持续发展理念,全心全意为客户和员工创造更大价值。
命题背景及痛点描述	四川智水信息技术有限公司作为西南地区电力和水利行业信息化解决方案和服务提供商,团队于 2011 年成立,目前已经经营 14 年。其中: 1) 公司成立 10 多年,从一个初创企业不断提升发展,企业初具规模时,对此也给管理带来了新的挑战,特别是在项目过程管理及项目成本分析核算; 2) 目前还是采用传统的表格方式管理项目和项目成本核算,数据各部门数据独立分散,没有形成统一的要求,项目过程管理没有形成有效的控制,项目成本不能一目了然,企业的经营管理存在很大的风险; 3) 在电力行业和水利行业针对客户各信息化系统运维提出了新的挑战,怎么样才能更好的在运维期间确保客户的

	各系统稳定、并建立有效的运维机制，提升客户的满意度； 如何通过数据要素与 AI 赋能智水信息进行企业数字化转型，提升经营水平和运营效率服务客户。
实施目标	1. 管理体系化：设计一套标准化的项目管理与成本核算流程，打破部门间的数据壁垒，实现信息互通与业务协同。 2. 运营透明化：通过数据可视化，实现项目进度、成本构成、资源占用等关键信息实时可见、可追溯，让管理者对经营状况“一目了然”。 3. 决策智能化：利用 AI 技术，从描述性分析（发生了什么）向预测性、指导性分析（将发生什么、该怎么做）升级，提升决策的科学性和前瞻性，有效规避经营风险。 4. 效率最大化：通过流程自动化和智能预警，减少人工统计与干预，释放人力，提升项目交付效率与公司整体运营效率。 5. 形成可落地方案：最终产出一份兼具前瞻性和实践性的企业数字化转型规划报告，包含清晰的技术架构、实施路径图、预期效益评估，为公司下一步的数字化建设提供明确指引。
重点区域	全国
可提供的调研条件	1、公司现有管理的思路框架 2、公司访谈机会 3、部分脱敏后的数据

方案效果 验证需求	1. 目标用户： - 核心用户：对数字化转型、项目管理、AI 技术感兴趣的行业（电力、水利、IT）从业者、企业管理者。 - 潜在用户：关注科技企业管理创新与发展的求职者（尤其是高校毕业生）、潜在合作伙伴。 2. 推广“产品”： - 以“智水信息-AI 驱动的智慧管理解决方案”为核心概念，将其作为企业管理创新的典型案例进行包装和推广。 3. 新媒体内容方向建议： - 视频号短视频：制作“B2B 科技公司如何告别 Excel 内卷？”、“一个项目成本上百万，AI 如何帮我省钱？”等主题的动画讲解或情景短剧，生动展示数字化管理带来的效率提升和价值。 - 小红书图文：发布“干货帖”，如“项目经理必备的 3 个 AI 提效神器”、“高新科技公司的工作日常 Vlog”等，以知识分享和职场展示的形式，塑造公司专业、创新的雇主品牌形象。 4. 必需标签： #企创大赛 #商业分析与实践 #智水信息 5. 推荐标签： #数字化转型 #项目管理 #AI 赋能 #降本增效 #B2B #科技公司 #成都高新 6. 效果佐证数据： - 提供相关内容在小红书、视频号等平台的阅读/播放量、点赞、评论、收藏、转发数截图。 - 对评论区的互动内容进行分析，评估内容是否精准触达目标用户，以及用户对“智水信息”品牌创新形象的正面反馈。
----------------------	--

钻石命题 6	
企业名称	杭州灵伴科技有限公司
网址	https://www.rokid.com
适用范围	☒ 钻石命题（所有团队均可选择）
具体命题	
《基于 Rokid AR 眼镜的中国文化沉浸式体验应用设计与开发》 要求参赛团队选择一种中国文化元素（如：一座古建筑、一件国宝文物、一项非遗技艺、一个历史典故等），设计并开发一款基于 Rokid AR 设备的 C 端应用。实现以下目标： 文化内容 AR 化：将选定的文化内容通过 3D 模型、动画、音视频等形式在真实空间中叠加还原。 空间交互体验：充分利用 Rokid AR 设备的 6DoF 空间定位、手势识别、射线交互等能力，设计创新互动玩法（如：虚拟文物拆解、古建结构探索、非遗技艺模拟操作、与历史人物合影等）。 价值传播与分享：体验流程需兼具教育性和趣味性，并设计便捷的社交分享功能，鼓励用户生成内容（UGC），形成二次传播。	
补充信息	
企业介绍	Rokid 创立于 2014 年，是一家专注于新一代人机交互技术的产 品平台公司。 Rokid 作为行业的探索者、领跑者，目前致力于 AR 眼镜等软硬件产品的研发及以 YodaOS-XR 操作系统为载体的生态构建。公司通过语音识别、自然语言处理、计算机视觉、光学显示、芯片平台、硬件设计等多领域研究，将前沿的 AI 和 AR 技术与行业应用相结合，为不同垂直领域的客户提供全栈式解决方案，有效提升用户体验、助力企业增效、赋能公共安全，其 AI、AR 产品已在全球 80 余个国家和地区投入使用。

命题背景及痛点描述	中国传统文化底蕴深厚，但面向年轻一代和大众的传播方式往往趋于传统，缺乏沉浸感和互动性，难以引发深度共鸣和自发传播。如何利用前沿的 AR 技术，将静态的文化内容（如文物、古建、非遗技艺、历史故事）转化为动态的、可交互的、沉浸式的数字体验，降低文化认知门槛，提升文化学习的趣味性和传播的社交性，是当前文化传播的核心痛点。
实施目标	1. 文化传播：创造一种全新的、年轻人喜闻乐见的中国文化体验和传播方式。 2. 技术验证：验证 AR 技术在文化科普、旅游导览、家庭娱乐等 C 端场景的应用价值与商业模式。 3. 生态建设：产出一个高质量、可上线、具有市场潜力的 AR 应用原型，丰富 Rokid 内容生态。 商业分析：团队需结合开发实践，分析该应用的目标用户、市场定位及商业化路径。
重点区域	全国
可提供的调研条件	● Rokid AR 眼镜开发者样机申领机会（需按规则申请） ● 完善的 AR 应用开发课程 ● Rokid 开放平台技术支持、API 文档及开发社区支持 ● 可供参考的文化数字化案例及素材方向建议 资料及课程网址：https://ar.rokid.com，有任何问题，都可以随时联络工作人员，包括参赛疑问、技术难题等。
方案效果验证需求	1、作品本身：按要求提交完整的 APK 安装包、说明文档、演示视频。若无能力产出 APK，可以选择产出应用概念视频或演示文档参与赛事，或提供 AR 眼镜产品推广方案。 2、商业分析与推广实践：应用装机给感兴趣的用户进行试用，并收集反馈，并制作试用短视频。内容需展示应用的核心功能、创新点及其在文化体验上的巨大优势。 3、市场价值论证：在项目计划书或说明文档中，需包含对目标用户、市场前景和商业化路径的初步分析。

钻石命题 7	
企业名称	贵阳朗玛信息技术股份有限公司
经营范围	医学人工智能、互联网医疗
网址	https://www.longmaster.com.cn/
适用范围	☒ 钻石命题（所有团队均可选择）
具体命题	
因我国医疗健康体系分为基础保障的基层医疗机构和自收自支的等级医疗机构，针对以上困难，分别制定等级医院和基层医疗机构的市场推广方案。 可以从国家制度建设、优化医疗流程、降低医疗成本等角度入手。	
补充信息	
企业介绍	贵阳朗玛信息技术股份有限公司（以下简称“朗玛信息”或“公司”）成立于 1998 年，是贵州首家在创业板上市的高科技企业（股票代码 300288），公司一直致力于人工智能、互联网、大数据等技术的开发，并于 2013 年年底，开始向“互联网+医疗”领域转型。2015 年 11 月，公司在贵州省委、省政府和贵阳市委、市政府的全力支持下增资改制了贵阳市第六人民医院，形成了以实体医院为基础，集人工智能、医疗健康咨询、远程问诊、健康检测和医药电商于一体的“互联网+医疗”健康服务闭环，覆盖移动端、PC 端和电视端，使老百姓通过不同终端即可便捷享受普惠、共享的医疗健康服务。

命题背景及痛点描述	近年来，大数据与人工智能融合发展成为推动产业变革的核心力量，医疗行业更是将其视为提升服务水平、优化资源配置的关键路径。2023 年 5 月，依托医疗领域技术与数据积累，公司开发医疗专业人工智能产品——39AI 医生，同年通过国家网信办等七部委大模型上线备案，成为我国最早备案的医学大模型。但在医学人工智能应用推广过程中存在以下困难： 1、等级医院方面存在引入难的情况，多数公立医院无医疗 AI 专项预算，开支需挤占其他运营资金，且部分管理层对医疗 AI 价值认知不足，将其视为“非必要投入”，未纳入长期规划，普遍持观望态度。 2、基层医疗机构方面推广应用困难，存在“用不起、不会用、用不好”问题。“用不起”因基层运营经费有限，采购困难；“不会用”因基层医生缺乏 AI 知识，无统一财政补贴培训体系，企业单独培训成本高、覆盖窄；“用不好”因基层病例采集不准确、标准不统一，导致 AI 辅助诊断效果受影响，群众信任度低。
实施目标	能够将医学人工智能辅助诊断系统，通过市场化的方式，部署到各级医疗机构中，提升医疗机构整体诊疗能力和效率，提高我国医疗同质化水平。
重点区域	以贵州、广西、新疆等医疗资源欠发达地区入手，逐渐覆盖全国
可提供的调研条件	朗玛信息为上市公司，股票代码 300288，公司按照相关规定定期发布公报，有详细的经营情况和财务情况介绍，相关业务资料可通过网络查询。

方案效果 验证需求	为验证最优执行方案的实际商业效果，团队需依据商业分析结果明确目标用户与推广产品，并利用小红书文章和视频号短视频等形式制作新媒体内容进行品牌推广实践。内容需聚焦方案重点，添加必要标签便于检索与传播，如：企创大赛；商业分析与实践；品牌名；以及能提升流量和破圈效果的相关标签，最后提供参考数据以佐证方案有效性。
--------------	--

钻石命题 8	
企业名称	北京教育科技文化合作交流（马来西亚）
经营范围	全球教育、科技和文化领域的多元化合作。促进中马院校与企业界合作、大马留学、企业实践、出版物与学术交流
网址	https://thtd.hashnode.dev/（JoJo & Rambo Official） https://www.bjesco.org（BJESCO）
适用范围	☒ 钻石命题（所有团队均可选择）
具体命题	
JoJo & Rambo Ms. Erra AIGC 萌力 · 校园创作大作战 如何利用 JoJo、Rambo、Ms. Erra 三角色（任选其一）IP，结合 AIGC 内容创作与社交媒体运营，构建有趣而有效的公益传播路径，提升 IP 知名度的同时实现公益理念的广泛触达与转化？	
补充信息	
企业介绍	“JoJo & Rambo / Ms. Erra” 是基于 “JoJo & Rambo / Ms. Erra” 是基于英国原版图书《Too Honored to Die——God Bless Interesting Souls》（中文标题：《任性的，向死而生（乙本）——上帝保佑有趣的灵魂》，ISBN: 9781806090167，定价：£16.99）所延展的原创三角色 IP 形象。该 IP 由三个拟人化的动物角色组成：JoJo、Rambo 和 Ms. Erra，分别象征医疗人文关怀、教育成长力量和女性坚毅力量。三位角色形象设计鲜明可爱，具备极高的视觉识别度和趣味性，能够寓教于乐地传递深刻主题。IP 背后的原著融合了魔幻现实主义色彩，以成人童话的笔触探讨生命、成长与坚韧，旨在于焦虑的时代为读者带来希望和正能量。 秉承这一精神，该 IP 项目立足公益传播愿景——希望借助 JoJo 等生动角色，将关爱生命、重视教育和女性当代

	生活等公益理念通过创意内容传递给年轻群体，特别是在高校校园中激发共鸣。“有趣而有益”是 JoJo & Rambo / Ms. Erra IP 的核心特色：它不仅具备故事性和娱乐性，更承载社会关爱价值，具有跨媒介、多场景传播的潜力（从文学作品到社交媒体乃至线下校园活动）。企业希望通过本次大赛推动该 IP 在中国的首次亮相和落地，让三位角色成为校园公益的新锐符号，在丰富青年文化生活的同时，实现公益价值的广泛传播。 豆瓣：https://book.douban.com/subject/37504103/
命题背景及痛点描述	作为暂未在国内落地的新 IP 项目，“JoJo & Rambo / Ms. Erra”在国内推广过程中面临以下痛点： IP 知名度有限：原著虽在海外出版，但该 IP 在国内高校及公众中认知度较低，缺乏基本的品牌认知基础。 推广路径不清：缺少明确的本土化推广战略和渠道，尤其在青年群体中的传播方式尚未确定，现有推广思路难以有效触达目标受众。 线索沉淀机制弱：迄今尚未形成用户社群或 UGC 内容积累，缺乏持续互动和口碑传播的闭环机制，导致少有受众关注线索能够沉淀用于后续推广。
实施目标	本命题不限专业背景，提供即用模板+Prompt，3 小时可产出首条图文/短视频；适配新媒体验证流程。运用商业分析思维和 AIGC 技术，围绕 JoJo、Rambo、Ms. Erra 三位 IP 角色策划创新的公益传播内容矩阵。在指定的新媒体平台（如小红书图文、微信视频号短视频等）进行内容创作投放与推广实践，通过量化分析用户互动反馈和传播数据，探索构建一条“有趣而有效”的公益影响力路径。参赛团队需聚焦医疗人文、教育成长、女性力量等议题，充分发挥 IP 角色的趣味性与公益内涵，形成商业上自洽且闭环的 IP 公益传播机制，并初步验证该模式在高校或其他场景中的落地

	可行性与实际效果。
重点区域	不限
可提供的调研条件	提供完整的 IP 形象及内容素材（角色插画、故事梗概等），英国原版图书（非商业授权）及官方视觉规范；在赛事过程中提供线上答疑 Q&A 支持和素材包下载入口，协助参赛团队获取一手资料进行创作调研。 详见文档《命题参考详情：JoJo、Rambo、Erra 组队，萌力 AIGC 公益大挑战》。 文档链接：https://share.weiyun.com/FJp89HyV 成功选择本命题并建档的团队，每队获赠原版图书 4 本（定价 £16.99/本），用于阅读取材与拍摄道具；优秀团队可获签名纪念版。 创业商业闭环落地且可持续的，可官方支持发展。
方案效果验证需求	参赛队伍不仅要提出方案，还需将其付诸实践并验证其效果，形成从创意到落地再到反馈的完整闭环路径。建议实践与检验路径包含以下环节： 1、内容发布与投放：将创作的核心内容投放至选定的平台渠道。可以选择至少两种传播媒介（例如【短视频平台+图文平台】的组合）进行试验投放。在投放过程中注意使用统一的活动标签和 IP 元素包装，以提高识别度。参赛队可结合校园资源，在校内 LED 屏、海报栏等线下渠道同步展示 IP 海报或二维码，导流线上参与。 2、数据监测与收集：利用各平台自带的数据统计工具或第三方监测手段，实时追踪内容传播的关键指标。核心指标包括但不限于：播放/阅读量、点赞数、转发分享数、评论互动数，以及参与 UGC 产出数量（如多少用户投稿了二创内容）。如果有条件，亦可收集更深层的数据，例如关注量增长、话题标签热度，甚至问卷调查受众对公益议题认知度的提升情况。所有数据需定期整理汇总，作为后续分析依据。

3、效果分析与优化：根据收集的数据构建可视化数据看板，直观展示传播效果。例如，通过折线图、柱状图呈现不同渠道内容的曝光量对比，通过词云或热评截图展示用户反馈亮点。参赛队应结合数据分析，评估内容传播是否达到预期目标，哪些元素最受欢迎，哪些环节有改进空间。从中提炼经验并及时调整优化方案，例如修改 AIGC 生成内容的风格以迎合受众偏好，调整发布频率或投放时间以提升互动率等。通过数据-洞察-改进的循环，实现对传播策略的实证检验和逐步完善。

4、闭环成果呈现：在项目最终成果中，参赛队需要总结从策划到实施再到验证的完整闭环。包括：创作的主要内容成果展示，推广执行的过程记录（可附活动页面截图、用户 UGC 截图等证明材料），关键数据与分析结论，以及据此改进的措施和得到的正向影响。尤其要强调 IP 对公益议题传播的赋能作用，例如因为角色 IP 的加入，使原本严肃的议题变得“有情感温度”，从而获得比传统宣传更高的参与度和传播度。这一闭环将验证“AIGC + 原创 IP”模式在公益传播中的有效性，为今后类似的公益营销提供参考样本。

5、选题（下方为参考方向及角色，三选一即可）：

AI 学习革新/科技+艺术创新/学渣逆袭（Rambo）

现代女性生活/名画穿越/女性领导力（Erra）

医疗人文/器官移植传播/尿毒症、重特病患者关怀/临终关怀（JoJo）

【方向提示 | JoJo 相关主题】

此方向社会价值高、传播难度系数较大。参赛团队如选择该方向，需特别注意：

- 事实尊重：必须保护隐私、尊重患者经历、合规表述，不得猎奇化；
- 医学合规：不得夸大疗效，不得发布医学不当建议；

	- 表达风格：以人文关怀、正向叙事为主。 6、统一事项： 赛事统一标签：#中国研究生企业管理创新大赛 #商业分析与实践赛道 #JoJoRamboErra #任性向死而生 #THTD #BJESCO； 赛事统一署名：文末固定署名行（书名+©JoJo & Rambo / Ms. Erra + 官方二维码）；
--	--

钻石命题 9	
企业名称	河南省食药同源大健康产业发展有限公司
经营范围	中式现制草本饮品
适用范围	☒ 钻石命题（所有团队均可选择）
具体命题	
分析中国传统文化、中医文化中可开发为大健康产品的内容，分析中式现制草本饮品的消费偏好，为清苒草本茶水铺现有产品的消费者画像，为品牌策划市场定位，制定品牌推广方案和推广策略。	
补充信息	
企业介绍	河南省食药同源大健康产业发展有限公司旗下连锁茶饮品牌清苒草本茶水铺，主营中式现制草本饮品，产品融合传统中医药文化和现代养生理念，通过科学配比和精湛工艺，打造出独具特色的健康饮品，让消费者在品味草本饮品的同时还能感受到中国养生的博大精深与传统文化的独特魅力。 当前药食同源产业政策红利正在逐步释放，药食同源市场的销售额持续增长，随着人们对健康的重视，药食同源产品如中药奶茶和养生茶受到越来越多消费者的青睐。清苒草本茶水铺直面行业挑战，通过持续创新，不断健全中式现制茶饮的标准体系，企业已步入快速发展期。
命题背景及痛点描述	清苒草本茶水铺作为中式现制茶饮品牌，从红楼梦“烹茶水渐沸”的东方茶饮美学中汲取养生智慧，使用传统医学与现代营养学认定的特定配方，坚决反对工业勾兑，避免大量的糖分与反式脂肪酸，拒绝科技狠活，借助现代科技手段，探寻滋养身体、预防疾病、促进健康的中式茶饮，高度契合消费者对健康生活的追求与茶饮行业发展趋势。但作为一个新兴的茶饮品牌，尽管企业在市场营销端已经做出了不少有

	益的探索，但仍有一些问题，需要进一步厘清： 1、如何进一步优化产品系列？开发怎样的产品或产品系列，既能够汲取中国传统文化、中医文化、东方美学等领域的典故、智慧或精华，又能为广大消费者喜爱（需要相应的市场调研数据，下同）； 2、为清苒草本茶水铺现有产品的消费者画像，并在消费者画像基础上，为品牌策划市场定位，制定品牌 slogan，并对品牌 slogan 进行释义和消费者测试； 3、分析相关竞品的品牌影响力，并在借鉴竞品品牌推广策略的基础上，为清苒草本茶水铺制定品牌推广方案、策略。
实施目标	通过消费者数据收集、案例分析，为企业： 1、分享业界、同行业、竞品企业品牌推广的成功案例； 2、调研消费者对中国传统文化、中医文化中最认可的典故、典故、智慧或精华，为企业下一阶段产品开发提供创意； 3、准确找到企业现有产品的消费人群，为企业现有产品的消费者进行画像，提出市场定位的建议，以及用于市场传播的品牌口号； 4、为企业制定品牌推广的策略或方案，作为今后企业在品牌推广过程中的参考。 团队应自行选取以上一点或数点，出具贴进企业现有经营状况的、有效的、可落地的商业分析报告与商业方案。
重点区域	全国市场，优先南部赛区相关省份。
可提供的调研条件	1、公司现有管理的思路框架 2、公司高层管理人员、品牌管理人员等专业人士访谈机会 3、企业对外招商材料等内部资料。
方案效果	为验证最优执行方案的实际商业效果，团队需依据商业分析结果明确目标用户与推广产品，并利用小红书文章和视

验证需求	视频号短视频等形式制作新媒体内容进行品牌推广实践。内容需聚焦方案重点，添加必要标签便于检索与传播，如：企创大赛；商业分析与实践；品牌名；以及能提升流量和破圈效果的相关标签，最后提供参考数据以佐证方案有效性。
------	---

钻石命题 10	
企业名称	河南星如雨科技有限公司
经营范围	智能照明产品
网址	www.xingruiyukeji.com
适用范围	☒ 钻石命题（所有团队均可选择）
具体命题	
研究分析智能家居的发展趋势和客户痛点，研究智能家居行业品牌影响力提升策略，研究分析智能家居行业的营销渠道策略（包括但不限于渠道招商策略、渠道服务策略、渠道激励策略），为星如雨科技制订新的招商及运营政策提供依据。	
补充信息	
企业介绍	星如雨科技是集研发、制造、销售于一体的智能照明国家高新技术企业。依托自主研发的 NIC 芯片和行业首个”去中心化“智能控制系统为用户提供永不掉线的智能照明一站式解决方案，聚焦智能家居、智能酒店、智慧工厂、智慧校园、智慧房产、智慧办公六大业务板块。为全球亿万空间创造智能互联场景！ 公司荣获全国智能照明品牌奖，是上海智能照明联合会理事单位、河南省照明学会理事单位、国家科技型中小企业、河南省专精特新企业、省 5G 全连接工厂等。已建成鹤壁总部 1 万平方米制造中心、深圳软件开发中心、北京设计中心，产品已通过国家 3C 认证、售后服务认证、ISO 三大体系认证、知识产权管理体系认证。
命题背景及痛点描述	公司近年来通过招商加盟，不断扩大市场占有率，已经取得了不小的进步，但是仍与预期有一定偏差，主要问题表现在以下三个方面： 1. 公司毕竟是初创企业，品牌影响力小，传统的招商模

	式，在当前经济形势下较为困难。 2. 智能照明属于智能家居的范畴，属于新兴产业，终端客户接受程度不高，教育成本较高，导致拟招商对象（灯饰店或者家装公司的客户群体）不敢进行新的投资。 3. 赋能成本高：已达成加盟合作的代理商不懂技术，每成交一单，都需要公司技术人员到场指导，服务成本太高。
实施目标	通过案例分析，帮助企业： 1. 分析智能家居的发展趋势和客户痛点，为企业下一步产品定位、市场定位提供数据支撑； 2. 对标分析行业内成功的商业模式，研究行业品牌影响力提升策略； 3. 研究分析行业成功的营销渠道策略，为企业制订新的招商及运营政策提供依据。 以解决“品牌弱、招商难、赋能成本高”三大痛点为核心：搭建符合企业发展、可落地的营销渠道策略，构建轻量化赋能体系，形成“招商－赋能－市场拓展”的闭环方案。
重点区域	全国市场，优先南部赛区相关省份。
可提供的调研条件	1、公司现有的招商政策。 2、公司高层管理人员的访谈机会。 3、企业发展的战略规划。
方案效果验证需求	为验证最优执行方案的实际商业效果，团队需依据商业分析结果明确目标用户与推广产品，并利用小红书文章和视频号短视频等形式制作新媒体内容进行品牌推广实践。内容需聚焦方案重点，添加必要标签便于检索与传播，如：企创大赛；商业分析与实践；品牌名；以及能提升流量和破圈效果的相关标签，最后提供参考数据以佐证方案有效性。