

2026年中国研究生企业管理创新大赛（校内选拔赛）决赛商业分析与实践赛道

企业1命题信息表

企业信息			
命题范围	☒ 钻石赞助企业 ☐ 金牌赞助企业 ☐ 银牌赞助企业		
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。)
地址	北京市东城区南竹竿胡同银河 SOHO-B 座 5 楼 20518 室		
网址	https://www.credamo.com/		
企业命题信息			
具体命题	Credamo 见数高校教学推广策略研究 核心命题:见数在科研领域已确立领先地位,教学领域却面临人群需求分化、教学资源分散、传统推广路径低效的三重挑战。如何赋能推广路径,突破现有瓶颈,实现见数教学产品在高校体系中		

	的高效渗透？
企业介绍	北京见数科技有限公司（Credamo 见数）是国内领先、面向全球的一站式智能调研与行为实验 SaaS 服务商，是国家高新技术企业与专精特新企业。 依托专业的创始研发团队与扎实的产学研技术基因，公司自主搭建集问卷设计、样本招募、行为实验、统计建模、AI 智能分析、多模态数据采集于一体的全链路数字化服务平台，先后通过 ISO27001 信息安全、ISO9001 质量管理体系、网络安全等级保护三级等多项权威合规认证，获得学术界与企业用户广泛使用和认可。截至目前，平台已服务全球 3000 余所高校及 4000 余家企业，基于 Credamo 见数平台发表的 UTD24/FT50 顶级期刊论文已累计突破 100 篇，为高水平学术成果提供坚实支撑，深度赋能科研创新与商业决策。 平台核心产品以一站式智能调研平台为核心，整合问卷智能生成与问卷编辑、百万级样本库、零代码行为实验、在线统计建模及 AI 自动分析报告等功能，支持眼动追踪、脑电 EEG、AIQ 测评等前沿技术，有效解决传统工具多软件切换和数据割裂的痛点。同时配套教学实训平台、PaaS 私有化定制系统及多模态行为实验硬件套件，全方位覆盖科研、教学、商业与政企定制需求。 在教学领域，Credamo 见数已构建了较为完整的内容： ●新形态教材：联合高等教育出版社、清华出版社、人民邮电出版社等多家出版社开发新形态教材，将平台实操融入教材内容； ●教学实训平台：自研教学实训平台，整合市场营销、市场调研、统计建模等课程资源，支持课程资源一键导入、在线编程练习和丰富的案例资源，提供上百种常用统计模型以及 R/Python 等在线编程工具； ●学科竞赛：深耕中国研究生企业管理创新大赛等六大赛事，提供公益培训和平台支持； ●师资培训：支持多类多学科师资研讨会，推动教师教学能力提升； ●产教融合校企合作项目：与中央财经大学、天津商业大学、河南财经政法大学等多所高校建立合作关系。 ●学术期刊：创办英文期刊 JABBS，为师生提供学术发表平台； 在国际化方面，公司在美国西雅图设立 Credamo Inc.，与 AOM、ACR、ANZMAC 等国际顶级会议建立合作关系，持续构建全球化生态网络。 凭借全链路一体化技术壁垒、高质量样本资源、极致效率和成本优势以及完善合规的数据安全体系与资质，Credamo 见数持续以技术创新驱动在线调研与数据服务行业的智能化升级，为全球研究者创造价值。

命题背景及痛点描述	Credamo 见数在科研领域已建立显著的领先优势——服务全球 3000 余所高校，基于平台发表的 UTD24/FT50 顶级期刊论文突破 100 篇，是国内高校师生开展学术研究的核心工具之一。然而，在教学领域，见数的渗透率和影响力仍远未达到与其科研地位相匹配的水平，存在巨大的增量空间。 当前，高校教学正经历深刻的数字化转型，教育部明确提出"推进教育数字化"，各高校纷纷引入数字化教学工具。见数凭借其在科研领域的品牌势能与平台技术积累，具备向教学领域自然延伸的独特条件。但在实际推进中，面临以下三重痛点： 痛点一：人群分化，策略缺位。 见数的教学赋能需同时面向本科生、研究生、MBA 学生三类核心人群，但三者在学习场景、使用需求、决策路径上存在根本性差异。三类人群、三类场景、三类决策者，需要差异化的价值主张与推广策略。 痛点二：资源丰富，闭环缺失。 见数在教学领域已积累可观的资源储备——与高等教育出版社、清华大学出版社等合作开发新形态教材，自研功能完备的教学实训平台，创办学术期刊 JABBS，深耕六大赛事体系，协办师资培训项目，开启产教融合校企合作项目等。然而，这些资源分散于不同业务线，尚未针对不同人群形成"产品-服务-推广"的闭环体系，资源合力未能充分释放。 痛点三：路径传统，效率受限。 见数现有业务团队高校拓展模式单一，但高校采购决策链条复杂——教务处、研究生处、信息中心、院系领导、校领导等多部门层层审批，单纯依靠业务团队逐校推动，成本高、周期长、覆盖面有限。
------------------	--

实施目标	参赛团队需围绕命题方向，输出一份完整的《Credamo 见数高校教学推广策略研究报告》。报告需以扎实的调研为基础、以精准的策略为核心、以可落地的方案为输出，系统性地回答“三类人群痛点在哪里、决策者是谁、如何触达、如何转化”这一完整逻辑链。具体应涵盖以下三个模块： （一）三类人群需求洞察与决策链分析 本模块旨在回答“为谁解决什么问题、谁说了算”。 深入调研本科生、研究生、MBA 学生在课程学习、科研任务、竞赛实践中的真实场景与核心痛点，厘清每一类人群在使用调研分析工具时的功能诉求、使用习惯与未被满足的需求。在此基础上，精准识别每一类人群背后的真正决策者——本科生场景中的授课教师、研究生场景中的导师、MBA 场景中的项目主任或课程负责人，以及校级层面的教务处、研究生处等采购决策主体，绘制完整的决策链图谱，明确各节点的权责关系与影响路径，为后续推广策略提供精准方向。 （二）见数教学资源盘点与差异化定位设计 本模块旨在回答“我们有什么、对谁说什么”。 系统梳理见数在教学领域已有的资源禀赋——包括与高等教育出版社、清华大学出版社等合作开发的新形态教材，集成课程资源、在线编程与统计模型的教学实训平台，学术期刊 JABBS，六大赛事体系，师资培训项目，以及产教融合校企合作项目等。以此为基础，针对本科生、研究生、MBA 学生三类人群的不同痛点和决策关切，分别设计差异化的价值定位与核心卖点。通过三类人群与三类决策者的精准匹配，提炼见数相较于传统统计工具及其他调研平台在教学场景中的不可替代性，形成分层、精准、有穿透力的对外沟通重点。 （三）多渠道推广策略设计 本模块旨在回答“如何设计可落地的多渠道推广路径”。 系统研究面向本科生、研究生、MBA 学生三类人群的精准触达策略，包括社交媒体内容运营、学术社群渗透、校园场景嵌入等差异化路径，有效提升三类人群对见数教学工具的认知度与使用意愿。同时，系统分析决策链各节点（授课教师、导师、项目主任、教务处及研究生处等）的信息获取渠道与采购决策逻辑，设计针对不同决策角色的精准沟通策略。构建可复制、可推广的多渠道推广模型，涵盖线上内容传播、线下活动嵌入、学术生态合作等多元路径。在此基础上，将见数已积累的学科竞赛、师资培训、新形态教材、教学实训平台、学术期刊等资源进行系统整合，形成资源联动、协同发力的推广合力。
重点区域	暂无
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	参赛团队需基于正文推广传播策略，以报告附录形式提交一套完整的社媒内容物料包。具体要求如下： 1. 内容物料包 围绕“见数教学赋能”主题，策划至少2套可直接投放的社媒内容物料（含完整文案、视觉方向、话术及标签组合）。物料须覆盖以下两个视角： ● 官方视角：企业官方账号发布，用于品牌宣传与产品推广 ● 用户视角：真实用户（学生/教师）自发传播，以真实体验驱动裂变 平台与内容形式（图文/短视频/中视频等）由团队基于正文中的传播策略自主选择。 2. 效果评估框架 设计可量化的传播效果评估框架，对上述物料的预期效果进行预测与评估，评估维度至少包括曝光量、互动率及转化路径有效性等。 3. 交付物要求 全部物料须以报告附录形式完整提交，具备可直接投放的完整度。团队无需实际发布，企业将从中择优进行实际投放验证。
----------------------	--

2026年中国研究生企业管理创新大赛（校内选拔赛）决赛商业分析与实践赛道

企业2命题信息表

企业信息			
命题范围	☒ 钻石赞助企业 ☐ 金牌赞助企业 ☐ 银牌赞助企业		
企业名称	云南思瑞达企业管理有限公司	经营范围	劳务派遣、业务外包
地址	云南省昆明市五华区西昌路 692 号长城证券大厦 410 室		
网址	www.ynsrd.com		
企业命题信息			
具体命题	AI 赋能下的"才薪云——智慧人力服务平台"创新设计与商业分析		
企业介绍	云南思瑞达企业管理有限公司是一家深耕云南本地市场的人力资源服务企业，长期为建筑、制造、交通运输等行业客户提供劳务派遣、人力资源外包及相关配套服务。近年来，随着人工智能、大数据等数字技术快速发展，以及企业客户对精细化管理和高质量人力资源服务需求不断提升，传统以人工操作和基础服务为主的业务模式正面临数字化转型挑战。 公司正积极探索从传统"人力供应商"向"人力资源解决方案服务商"转型，希望借助人工智能、大数据分析、RPA（机器人流程自动化）等新技术，提升运营效率、优化客户服务、增强经营决策能力，构建覆盖招聘、运营、管理、客户服务和员工成长全过程的智慧人力服务体系。		
命题背景及痛点描述	在人力资源外包与劳务派遣业务生态中，企业运营、客户服务、经营管理及员工发展等多个环节仍存在协同效率不足、数据价值未充分释放、服务模式同质化等问题，制约了企业数字化转型和行业高质量发展，主要体现在以下四个方面： 【运营端】运营效率与合规管理压力较大。 招聘、考勤、薪酬、社保、公积金等业务涉及大量重复性工作。跨地区社保缴纳、多样化薪酬规则及复杂业务场景增加了人工处理成本和合规风险，企业亟需探索利用 AI 和流程自动化技术提升运营效率。		

	【管理端】数据分散，经营决策支撑能力不足。 招聘、考勤、薪酬、客户管理及项目运营等数据分散于多个系统，缺乏统一的数据分析平台。管理层难以及时掌握项目盈利能力、成本结构、客户价值及用工风险，数据驱动经营能力有待提升。 【服务端】服务模式同质化，客户价值有待深化。 行业竞争仍以基础招聘、派遣及薪酬服务为主，差异化竞争优势不足。如何利用数据分析能力，为客户提供人力成本优化、用工风险预警、组织效能分析等增值服务，提升客户满意度和长期合作价值，是企业重点关注的问题。 【员工端】人才成长与激励体系有待完善。 员工培训、绩效、技能、成长经历及激励数据尚未形成系统化沉淀，员工职业成长路径不够清晰，企业缺乏数据驱动的人才培养和激励机制，不利于提升员工归属感和组织稳定性。
实施目标	请结合人工智能、大数据分析、AI 大模型、AI Agent、RPA 及数据中台等数字技术，围绕云南思瑞达企业管理有限公司数字化转型需求，对企业现有业务模式和运营流程进行分析，设计具有创新性和可实施性的"才薪云"智慧人力服务平台整体解决方案。 方案应立足真实业务场景，围绕企业数字化转型需求，重点分析平台的业务定位、核心功能、应用场景、商业模式及实施路径，并从运营效率提升、客户价值创造、经营决策优化及经济效益等方面验证方案的可行性，为企业后续数字化建设提供决策参考。
重点区域	重点关注云南省及国内数字经济发展较快地区的人力资源服务企业、数字化人力资源平台以及大型企事业单位，调研行业发展趋势、典型案例及数字化实践经验，对比分析不同模式的优势与不足，为企业平台建设提供参考。
可提供的调研条件	1. 提供脱敏后的公司典型业务流程、项目成本结构及员工流动率等真实数据集 。 2. 组织公司高管、资深 HR 专家及财务负责人开展线上/线下深度访谈与需求澄清 。 3. 开放部分建筑、制造及事业单位的真实客户外包案例供团队进行场景验证 。

方案效果 验证需求	参赛团队需提交完整的商业分析报告和解决方案展示 PPT，并围绕方案的创新性、可实施性、商业价值及推广应用价值开展验证。验证内容包括但不限于： 1. 问题诊断验证 基于企业调研和行业分析，验证方案是否准确识别企业核心痛点及数字化转型需求。 2. 解决方案验证 论证平台总体架构、核心功能设计及 AI 应用场景与企业业务需求的匹配程度，分析方案的可实施性和适用性。 3. 商业价值验证 从运营效率提升、管理决策优化、客户服务升级、员工管理改善等方面分析方案预期价值，并结合成本收益分析（ROI）验证项目实施的经济可行性。 4. 实施路径验证 提出平台分阶段建设路线（如 MVP 方案、迭代规划等），分析实施过程中可能面临的风险及保障措施。 5. 成果展示（鼓励） 鼓励参赛团队结合 AI 智能体（AI Agent）、大语言模型（LLM）、RPA、低代码开发平台等工具，完成关键业务流程、产品原型（Prototype）或功能演示（Demo），用于辅助说明方案设计思路，但不作为竞赛成果的必备要求。 企业更关注参赛团队提出的数字化转型思路、商业分析深度和解决方案的可落地性，而非软件开发完成度。鼓励团队通过产品原型、低代码应用、AI 智能体等形式辅助展示方案，但不要求开发完整的软件系统。
----------------------	--

2026年中国研究生企业管理创新大赛（校内选拔赛）决赛商业分析与实践赛道

企业3命题信息表

企业信息			
命题范围	☒ 钻石赞助企业 ☐ 金牌赞助企业 ☐ 银牌赞助企业		
企业名称	巧家县万华食品有限责任公司	经营范围	经营范围许可项目：食品互联网销售；食品经营；烟草制品零售；牲畜饲养；食品生产。（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：糖料作物种植；水果种植；新鲜水果零售；蔬菜种植；新鲜蔬菜零售；食用菌种植；初级农产品收购；园区管理服务；非居住房地产租赁；企业管理咨询；企业管理；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；创业空间服务；人力资源服务（不含职业中介活动，劳务派遣服务）；技术服务，技术开发，技术咨询，技术交流，技术转让，技术推广
地址	云南省昭通市巧家县白鹤滩街道鱼坝村圆堡山七组		
企业命题信息			
具体命题	巧家万华食品线上线下一体化全渠道运营体系搭建与测试		
企业介绍	一、产业根基 巧家县万华食品有限责任公司创立于2016年，坐落于中国红糖之乡——云南昭通巧家县鱼坝村。此地乃国家地理标志保护产品“巧家小碗红糖”的核心产区，拥有超过三百年的甘蔗种植与红糖制作历史。 公司秉承“采初蔗之纯，传古法之秘，制良心之糖”的祖训，以省级重点农业龙头企业之姿，致力于将这一非物质文化遗产传承光大。现已成为集有机种植、非遗保护、科技创新、健康食养于一体的现代化食品企业。 二、常规产品体系 全系布局：9大系列、30余款产品，构建完整产品矩阵，精准锁定从家庭到礼赠的多元化市场。		

	全能形态：独具备块状、颗粒、粉状、液体全方位形态，以技术优势满足B端与C端的一切想象。 价值延伸：通过开发红糖馒头、咖啡、天麻红糖等系列，成功延伸红糖价值边界，以创新应用对红糖进行价值再造，持续开拓高附加值增长赛道。 三、渠道平台 构建“线上线下融合、体验销售一体”的服务网络： 线上矩阵：抖音直播基地、天猫旗舰店、视频号小店、微信小程序商城、私域渠道等 线下网络：万华名优农特生活馆、商超专柜、药店渠道、酒店渠道
命题背景及痛点描述	巧家县万华食品有限责任公司成立于2016年，依托巧家小碗红糖这一拥有200余年历史的传统产业，专注于原味红糖、月子红糖、姨妈红糖、老姜红糖等系列产品的生产与销售。巧家小碗红糖制作技艺已入选云南省第四批非物质文化遗产代表性项目名录，2025年获国家地理标志产品认定。公司近年推出红糖咖啡、天麻红糖等跨界新品，产品远销上海、北京等地，部分出口至加拿大、新加坡。目前公司已布局抖音、小红书、视频号、公众号、淘宝、拼多多、小程序旗舰店七大线上平台，但在全渠道运营中面临以下核心痛点： 一、产品属性与平台特性错位，定位不清。红糖属于低频、低复购的广普消费品，且万华产品兼具非遗文化属性与女性健康功能。但目前七大平台缺乏差异化分工——抖音未发挥短视频直观展示古法熬制工艺的引流优势，小红书未深耕女性痛经调理等种草场景，小程序未强化会员复购功能，平台间各自为战，难以形成合力。 二、非遗文化价值未有效转化为线上溢价。巧家小碗红糖拥有“非遗+地理标志”双重认证，但线上运营仍以传统产品销售为主，非遗故事、古法“九锅连环”18道工序等文化资产未转化为内容营销的核心竞争力，品牌溢价能力未能充分释放。 三、流量成本攀升，渠道依赖风险加剧。抖音在冲饮红糖品类中占据96.5%的市场份额，万华对单一平台依赖度较高，流量费用持续上涨挤压利润空间，亟需通过多平台协同分散风险。

	四、数据链路割裂，用户资产难沉淀。线上线下会员体系各自独立，用户行为数据无法归集，低频消费特性下难以实现精准的跨渠道触达与复购运营。 五、缺乏标准化运营 SOP。各平台运营高度依赖个人经验，内容生产缺乏从非遗文化挖掘到多平台分发的流转机制，成功经验难以快速复制。
实施目标	一、调研现有七大平台（抖音、小红书、视频号、公众号、淘宝、拼多多、小程序旗舰店）的运营现状与数据表现 二、设计平台定位分工（如抖音做爆款引流、小红书做种草、小程序做会员复购）与内容流转机制 三、形成可复用的全渠道运营 SOP
重点区域	全国
可提供的调研条件	- 基础资料：企业介绍、产品手册、现有渠道列表 - 数据支持：脱敏后的销售数据、新媒体平台运营数据、电商平台基础数据 - 实地调研：开放生产车间参观，协调经销商或终端门店走访，协助对接目标消费者访谈 - 人员支持：指派企业对接人，安排市场负责人进行线上线下沟通会
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，并选取任一线上渠道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。

2026年中国研究生企业管理创新大赛（校内选拔赛）决赛商业分析与实践赛道

企业4命题信息表

企业信息			
命题范围	☒ 钻石赞助企业 ☐ 金牌赞助企业 ☐ 银牌赞助企业		
企业名称	清苒雅集 (清苒草本)	经营范围	非物质文化遗产保护;文物文化遗址保护服务;组织文化艺术交流活动;会议及展览服务;市场营销策划;工艺美术品及礼仪用品销售
地址	河南省郑州市金水区农业路东 62 号苏荷中心 24 楼		
企业命题信息			
具体命题	非遗宋韵美学赋能 B 端品牌升级与校园美育的商业化创新运营方案研究		
企业介绍	清苒雅集，隶属于清苒草本，是其全资子品牌，专注于东方非遗美学全案策划与落地执行。品牌深耕宋韵文化、传统雅集礼制与非遗活态传承体验，立足传统东方美学内核，融合现代场景化体验模式，致力于让古典传统文化走出典籍、走进大众生活与商业场景。 品牌主要服务政企单位、金融机构、地产行业、汽车品牌、高等院校、保险、医美等全品类 B 端机构，搭建从定制方案策划、全套物料筹备、专业非遗美学讲师输出、现场统筹执行的一站式全闭环服务体系，无需客户二次对接，高效落地各类文化主题活动，省心专业、品质可控。 清苒雅集业务场景全面、品类丰富，覆盖多元商用及公益文化场景，核心业务包含：商业品牌答谢沙龙、宋韵节气主题雅集、各类非遗手作沉浸式体验、高校美育研学课程、东方美学心理疗愈沙龙、专业美学培训课程、小型传统文化陈展布置。 同时，品牌拓展非遗进校园、企业团建研学、传统文化教育科普、创意手工体验、国风文创市集、文化主题赛事举办六大特色板块，场景适配性极强，可专业落地私享圈层雅集、企业客户回馈活		

	动、员工文化关怀活动、校园美育公开课、高校非遗毕业设计项目支持、师生研学团建、校园文化赛事等各类定制化项目。尤其聚焦高校美育建设，为广大高校学子提供常态化、多样化、沉浸式的非遗文化体验平台，助力青年群体传承非遗、感知东方美学。 清苒雅集始终以「雅」为媒介，以传统文化为核心，打破传统文化传播的单一形式，打造沉浸式、互动式、体验式文化现场。用专业的策划与落地能力，为各行业客户塑造极具东方质感、兼具温度与格调的品牌文化记忆，赋能品牌文化升级与校园美育建设，让非遗古韵焕发全新当代活力。
命题背景及痛点描述	当前国潮文化、非遗活化、宋韵国风成为文旅、美育、企业团建、品牌营销的核心趋势，政企、高校、商业品牌对沉浸式、定制化、高品质的东方美学文化活动需求持续爆发。清苒雅集作为清苒草本全资子公司，深耕宋韵非遗美学全案落地，覆盖B端政企、地产、车企、高校、金融医美等多元客群，业务涵盖雅集沙龙、非遗手作、美育研学、文创市集、赛事活动等一站式服务，具备完整的落地体系与行业经验。 但品牌现阶段存在多项经营痛点，制约规模化发展与市场竞争力提升：一是B端市场辨识度不足，非遗宋韵文化活动赛道同质化严重，品牌差异化优势不突出，高端政企、头部商业品牌合作渗透率偏低；二是客群运营体系零散，企业客户回馈、员工团建、高校美育两大核心场景缺乏标准化产品套餐与长效运营方案，多为单次定制合作，复购率与客户粘性低；三是校园市场挖掘不足，非遗进校园、高校研学、毕业设计赋能、校园文创赛事等年轻赛道布局零散，未形成体系化校园美育产品矩阵，高校流量转化能力薄弱；四是品牌传播与商业变现脱节，线下落地案例丰富，但线上品牌曝光、内容沉淀、渠道获客能力薄弱，缺乏可复制的营销推广与商业模式创新方案；五是服务标准化程度低，全案策划、物料、讲师、执行流程依赖人工经验，规模化落地成本高、效率待提升。
实施目标	1. 品牌目标：梳理清苒雅集宋韵非遗核心差异化优势，构建专属东方美学品牌IP体系，打造区别于普通文旅活动公司的品牌标签，提升在政企、高端商业、高校美育赛道的品牌知名度与行业影响力。 2. 产品体系目标：整合现有零散业务，搭建企业团建、品牌

	沙龙、高校美育三大标准化产品套餐，完善非遗手作、节气雅集、美育课程、文创市集、文化赛事等细分场景的标准化服务流程，降低落地成本，提升服务效率。 3. 市场运营目标：优化B端获客与客户运维模式，搭建长效客户留存体系，提升企业客户复购率；系统化深耕高校市场，构建常态化非遗进校园、大学生研学、文创赛事、毕业设计赋能的校园美育生态。 4. 商业效益目标：打通线上品牌传播+线下场景落地的闭环，拓展新的商业合作渠道与盈利模式，实现业务规模化、常态化增长，形成可复制的非遗美学商业化运营模型。 5. 社会效益目标：以商业运营赋能非遗活态传承，推动宋韵文化、传统非遗走进企业、走进校园，助力政企文化建设、企业员工关怀、高校美育教育落地。
重点区域	以郑州为核心的中部城市群作为重点深耕区域（企业总部坐落郑州，属地资源集中、地缘优势显著；中部地区高校集群密集、政企单位、各类企业商圈资源丰富，非遗美育、企业团建、品牌文化活动市场需求潜力巨大），立足中原核心区位辐射河南全省及湖北、湖南、安徽、山西等中部省份，同时逐步辐射全国一二线城市政企、高校、商业品牌市场，重点聚焦中部高校集群、本地高端商务圈层、文创文旅产业聚集区域。
可提供的调研条件	1. 企业一手资料支持：可提供清苒雅集品牌介绍、全业务板块、过往政企/高校/商业品牌落地案例、活动执行流程、讲师资源等内部资料。 2. 实地调研与访谈支持：开放线下活动场地、非遗手作体验场景实地调研；可安排企业负责人、策划人开展线上线下访谈，解答商业运营、项目落地、市场痛点相关问题。 3. 行业数据与客群资源支持：提供过往合作客户画像、市场需求数据、行业竞品案例、活动运营数据等调研素材 4. 落地实践支持：支持团队参与真实项目策划、执行与复盘，可配合方案试点落地，为方案效果验证提供真实场景与资源支撑。
方案效果验证需求	方案效果： 1. 理论效果：构建非遗美学文旅企业B端商业化运营、校园美育场景落地的创新理论模型，丰富国潮非遗商业化、传统文化赋

	能企业与校园的实践研究案例，为同类型文化文创企业转型升级提供参考范式。 2. 企业落地效果：形成一套完整的品牌定位、产品标准化、营销获客、客户运维、校园市场深耕的全流程解决方案，帮助企业解决业务零散、同质化严重、获客成本高、复购率低、校园市场渗透不足等核心问题，大幅提升运营效率与市场竞争力。 3. 商业价值效果：优化盈利结构，拓展高校美育、文创赛事、研学团建等新增量市场，提升B端高端客户合作占比，实现品牌溢价与业务营收双重增长。 4. 社会价值效果：推动宋韵非遗文化常态化、大众化传播，助力企业品牌文化建设、高校美育体系完善，实现传统文化活态传承与商业创新的双向赋能，彰显文化产业的社会价值与创新活力。 验证需求： 1. 数据量化验证：团队需通过市场调研、竞品分析、客户访谈、数据建模等方式，量化验证方案中品牌优化、产品标准化、营销引流、市场拓展策略的可行性，输出明确的市场渗透率、获客成本、复购率、营收增长等预估量化指标。 2. 场景实践验证：结合企业真实落地场景，选取1-2个核心赛道（高校美育/企业圈层雅集）进行小范围试点落地，通过活动落地效果、客户反馈、用户体验数据，验证方案的落地性与适配性。 3. 传播效果验证：针对品牌营销升级方案，通过新媒体内容发布、线上品牌曝光、渠道引流数据、客户咨询量变化，验证品牌破圈、市场拓客的实际效果。 4. 方案迭代验证：基于试点落地数据、客户调研反馈、行业市场变化，完成方案优化迭代，形成可落地、可复制、可规模化推广的最终商业方案，并出具完整的效果验证报告与落地执行手册。
--	---

2026年中国研究生企业管理创新大赛（校内选拔赛）决赛商业分析与实践赛道

企业5命题信息表

企业信息			
命题范围	☒ 钻石赞助企业 ☐ 金牌赞助企业 ☐ 银牌赞助企业		
企业名称	灵伴科技(杭州)股份有限公司	经营范围	移动通信设备制造;计算机软硬件及辅助设备批发;软件开发;技术服务、技术开发与咨询;电子产品、人工智能硬件、智能机器人、可穿戴智能设备销售;广告设计、制作;第二类增值电信业务;技术进出口、货物进出口等(详见营业执照)。
地址	浙江省杭州市余杭区良睦路 1288 号梦想小镇·创业集市 8 栋		
网址	open.rokid.com（乐奇 Rokid 开放平台）		
企业命题信息			
具体命题	基于 Rokid Glasses 的消费端 AIUI Agent 场景创新、原型开发与用户验证。 参赛团队须面向个人消费者，围绕一个明确的高频、刚需或具有持续使用潜力的日常任务，完成以下内容：1. 问题发现与需求证据：界定目标用户、具体使用情境、现有解决方式及其不足，并通过访谈、观察、问卷或行为记录等方式证明需求真实性；2. 场景价值与 Agent 方案：说明该任务为何适合由智能眼镜承载，设计 AIUI Agent 的目标、服务边界、关键交互链路、输入与上下文、任务理解、工具或服务协同、结果反馈、用户确认、异常处理及隐私安全考虑；3. 原型实现与展示：基于企业公开的开发资料 and 实际可用条件，完成可演示的核心任务闭环原型或 MVP；如存在模拟环节，须清晰说明模拟范围及原因，不得仅提交概念或纯 PPT；4. 真实用户验证与迭代：组织目标用户在真实或高度还原场景中完成核心任务，记录任务完成效果、使用体验、复用或持续使用意愿等证据，并依据反馈完成至少一轮迭代；5. 商业可行性分析：说明目标人群、价值主张、使用频率或留存逻辑、资源依赖、风险及后续落地路径。边界要求：不得简单复刻 Rokid Glasses 已提供或已重点覆盖的现成功能；无障碍辅助方向不纳入本命题；不接受工业、巡检、仓储、企业培训、企业协同等 B 端场景。传播曝光、内容互动等数据可作为辅助材料，但不能替代真实产品使用验证。		

企业介绍	Rokid 成立于 2014 年，是一家专注于人机交互技术的产品平台公司，2018 年被评为国家高新技术企业。公司以自研 YodaOS 空间操作系统为载体，持续推进 AR 眼镜等软硬件产品研发与生态构建，业务覆盖 AI 与 AR 的算法、芯片、光学、产品及操作系统等环节，在语音识别、自然语言处理、计算机视觉、光学显示和芯片平台等领域形成自研能力，产品已在全球七十余个国家和地区投入使用。2025 年 6 月，Rokid Glasses 量产下线；同月，公司与支付宝合作落地智能眼镜“看一下支付”，并持续探索文旅、汽车、教育等场景合作。本命题聚焦消费级智能眼镜上的 AIUI Agent 场景创新与真实用户验证，相关公开资料以 Rokid 开放平台 open.rokid.com 为准。
命题背景及痛点描述	Rokid Glasses 为 AI 与现实世界交互提供了新的随身入口。消费级智能眼镜能否形成长期价值，关键不在于叠加既有功能，而在于围绕真实任务构建用户愿意高频使用、持续留存的 AIUI Agent 服务闭环。当前市场中，不少方案仍停留在概念演示，或简单复刻翻译、提词、导航、拍摄、支付、无障碍辅助等已具备或已重点覆盖的能力；另一些方案偏向工业、巡检、培训等企业端需求，也不符合本命题面向个人消费者的方向。命题希望参赛团队从工作、学习、社交和生活中的真实任务出发，识别尚未被充分满足的需求，说明智能眼镜相较手机等终端的适配价值，并通过“感知或用户输入—任务理解—方案决策或服务协同—交互执行—结果反馈”的闭环设计，形成可运行、可验证的 AIUI Agent 原型。
实施目标	1. 形成一个面向个人消费者、具备明确目标用户和高粘性潜力的新 AIUI Agent 场景； 2. 完成可在 Rokid Glasses 上运行和演示的 Agent 原型或 MVP，形成“感知—理解—决策—交互—反馈”的完整闭环； 3. 用真实用户测试证明方案价值，至少输出任务完成率、使用频次或复用意愿、用户满意度、持续使用意愿等核心指标； 4. 基于测试结果完成至少一轮产品迭代，并说明技术可行性、产品边界、隐私安全及后续规模化路径。
重点区域	面向国内及海外个人消费者，不限定具体国家或城市。场景必须来自个人在工作、学习、社交或生活中的日常需求；可以选择其

	中一个方向深挖，也可以设计跨场景 Agent，但必须聚焦明确用户群和具体任务。企业采购、组织管理或行业解决方案不属于本命题范围。
可提供的调研条件	1. 提供 Rokid Glasses 开发样机借用支持，具体数量、周期和管理方式由命题企业统一安排； 2. 设备能力、开发接口和技术资料以 Rokid 官方开放平台 open.rokid.com 中 Rokid Glasses 对应页面为准。参赛团队必须核对设备型号，禁止将 Rokid AR Lite、Rokid AR Studio、Rokid Air 等其他设备的能力错误套用到 Rokid Glasses； 3. 可提供企业公开资料、产品资料、典型案例及必要的线上技术答疑； 4. 所有团队均需完成可运行原型或 MVP，并在真实设备或经企业认可的测试条件下完成验证，不接受仅提交商业分析或纯 PPT 的方案； 5. 用户测试应遵守隐私保护、数据安全和知情同意要求。
方案效果验证需求	方案须完成“需求验证 + 产品验证 + 粘性验证”三层验证： 1. 需求验证：不少于一组目标用户访谈、观察或问卷，证明场景真实、高频且现有解决方案不足；2. 产品验证：目标用户使用可运行 Agent 完成核心任务，记录任务完成率、完成时间、错误率、关键交互问题等；3. 粘性验证：通过连续使用、小规模种子用户测试或重复任务测试，观察使用频次、复用意愿、次日/阶段留存意向、满意度及推荐意愿；4. 迭代验证：依据测试数据与用户反馈完成至少一轮迭代，并对迭代前后结果进行对比。鼓励使用小红书、视频号等渠道招募种子用户、观察内容传播和真实反馈，但传播数据仅作参考，不能替代产品使用验证。

2026年中国研究生企业管理创新大赛（校内选拔赛）决赛商业分析与实践赛道

企业6命题信息表

企业信息			
命题范围	☒ 钻石赞助企业 ☐ 金牌赞助企业 ☐ 银牌赞助企业		
企业名称	广州天维信息技术股份有限公司	经营范围	企业管理咨询;人力资源服务、软件开发等
地址	广州市天河区华观路 1934 号万科智慧商业广场 A2 栋 5 楼		
网址	www.tiancom.com		
企业命题信息			
具体命题	“大变革”背景下金融绩效管理服务商的战略转型研究——以中小商业银行服务业务的破局为实践		
企业介绍	天维信息深耕金融绩效管理领域 25 载，构建了涵盖银行战略绩效咨询、数字化软件、专业培训、人力资源管理的全面服务矩阵，并成功将领先实践延伸至非银金融领域。天维始终秉持“以客户需求导向、效果驱动”的核心理念，通过持续迭代管理方法论并融合前沿技术，有效破解绩效管理“落地难”的行业痛点，帮助客户打造“有效果”的绩效管理体系建设。 目前，天维已服务逾 730 家银行，凭借卓越的市场份额与标杆案例，实现了从“方案提供商”向“价值交付者”的战略跨越，发展到“做效果”的全面绩效管理服务阶段。		
命题背景及痛点描述	在金融业“大变革”背景下，中小商业银行正经历一场生存之战。净息差跌破红线、资产荒持续、组织架构大规模合并，叠加“内涵式发展”的政策定调，迫使中小行必须通过极端的降本增效来维持竞争力。环境的剧变，使绩效服务商面临前所未有的挑战：一方面是县级市场的萎缩与客户需求的升维；另一方面是多层级架构银行对总分考核体系“差异化建设”的高要求。 原有的业务模式遭遇瓶颈，面临获客难，价值感低等现实痛点。		

实施目标	本研究立足于分析中小银行绩效考核体系建设的深层困境，以“破局”为核心，探讨服务商如何通过战略转型，寻求在中小银行组织重构的机遇中实现业务破局，重新定义金融绩效服务的增长逻辑与获客范式。
重点区域	城商行或改制后的省级农商行，农商行联合银行
可提供的调研条件	组织公司内部相关人员开展线上/线下访谈与需求澄清。
方案效果验证需求	方案需具备完整的商业可行性论证，包括典型案例分析，目标客户画像、市场规模测算、竞品分析； 方案需设计清晰的商业模式与收费路径：参赛团队需提出具体的定价策略与收入模型； 最终提交的解决方案需包含：调研分析报告，市场分析报告、产品/服务设计方案、商业模式与收费方案、实施路径规划、效果验证指标体系。

2026年中国研究生企业管理创新大赛（校内选拔赛）决赛商业分析与实践赛道

企业7命题信息表

企业信息			
命题范围	☒ 钻石赞助企业 ☐ 金牌赞助企业 ☐ 银牌赞助企业		
企业名称	MOZI INTERNATIONAL TECHNOLOGY GROUP PTE. LTD.（中文：墨子国际科技集团）	经营范围	人工智能与数字化人才能力解决方案；企业能力标准、评价与认证；Capability Passport（能力护照）；产业人才项目设计与国际合作。
地址	International Plaza, 10 Anson Road, #23-007, Singapore 079903		
网址	www.mози-edu.com		
企业命题信息			
具体命题	AI 时代可验证人才能力的市场采信与商业化——MOZI Capability Passport 的客户价值验证与市场进入策略 核心问题：谁会采信？谁愿意付费？为什么？以什么产品形态、价格和路径进入市场？ 请围绕以下任务展开： ①识别并比较企业、院校、个人及中间机构等潜在客户/付费方与真实决策链； ②测量“过程性能力证据”相对于学历、履历、面试和传统证书的增量价值、采信条件与关键产品属性； ③验证不同产品形态与定价方式的付费意愿； ④提出首个切入市场、商业模式和市场进入顺序； ⑤允许并鼓励得出“当前市场尚不成立”的结论，但须以数据和访谈证据支撑。		
企业介绍	MOZI（Meta Operation Zenith Intelligence）是一家面向智能经济的人才能力基础设施公司，核心工作是“企业能力转译（Enterprise Capability Translation）”：把企业战略目标、技术变革与真实业务场景，拆解为关键工作任务与可训练、可评价的能力单元，并在真实任务或高保真仿真中沉淀可追溯的能力证据，形成持续更新的 Capability Passport（能力护照）。MOZI		

	致力于建立企业、院校与个人之间共用的能力语言，让“企业需要什么能力、人才是否真正具备、如何形成并验证”能够被连接。当前重点场景包括智能制造、低空经济、智慧康养与具身智能应用，并已在精密工程能力认证、民航维修数字孪生训练等场景开展实践。
命题背景及痛点描述	随着 AI 和产业技术快速迭代，企业的人才识别仍大量依赖学历、履历、面试和证书等间接信号，但这些信号很难回答一个更直接的问题：一个人在真实任务中究竟能不能完成工作、做到什么水平、依据是什么。MOZI 正在把真实任务中的过程表现转化为可追溯的“能力证据”，并沉淀为 Capability Passport（能力护照）。目前真正需要解决的，不是“再做一个证书”，而是能力证据能否被市场采信并形成可持续商业模式。核心不确定性包括： ①企业招聘与用人决策者是否采信能力证据，它相对于学历、经历、传统证书能提供多大的增量价值； ②真正的付费主体是谁——企业、院校、个人，还是人力资源/产业服务机构，谁拥有预算与决策权； ③首版产品应以何种形态和价格进入市场； ④如何解决“雇主尚未广泛采信时个人不愿付费、持有人不足时雇主又难以采信”的双边启动问题。MOZI 希望参赛团队以独立立场、真实样本和商业分析方法验证这些问题，不预设结论。
实施目标	1. 找到 Capability Passport 最值得优先进入的目标客户与真实付费方，明确购买触发点、预算来源、决策者与否决者。 2. 用定量与定性证据评估能力证据的市场采信度，以及其相对于学历、经验、面试、证书等现有筛选方式的增量价值。 3. 形成首版产品（MVP）的核心属性、交付形态、计价单位与价格区间建议，并说明“必须做/可以后做/不值得做”的功能取舍。 4. 设计可执行的市场进入方案：首个细分市场、渠道、合作方式、双边启动路径，以及 12 个月内的收入/投入产出测算与关键假设敏感性分析。 5. 通过真实传播与转化实验，对核心价值主张进行初步市场验证，最终形成一份“可用于 MOZI 实际决策”的商业分析与行动方案。
重点区域	以中国大陆为主要调研与验证市场，优先覆盖京津冀、长三角、粤港澳大湾区等企业与高校密集区域。行业优先关注智能制造、低

	空经济、智慧康养与具身智能应用。团队可根据样本可得性聚焦 1—2 个区域或行业，并明确研究边界；具备跨境资源的团队，可增加新加坡/东盟样本作为对照或延伸验证，但不作硬性要求。
可提供的调研条件	MOZI 可为选择本命题的团队提供： ①命题说明与一次线上集中答疑； ②企业能力转译、能力单元、能力证据、Capability Passport 等核心概念与当前产品形态说明； ③精密工程能力认证、民航维修数字孪生训练等脱敏案例材料； ④1—2 个能力单元样例及能力护照字段/数据来源说明； ⑤MOZI 业务与技术人员访谈及阶段性问题答疑； ⑥经授权的品牌素材与公开资料。 为保证研究独立性与数据合规，MOZI 不直接提供客户通讯录、学员个人能力数据、未公开合同/财务数据及竞品情报。参赛团队需自行完成样本获取，并清楚说明抽样方式与局限。
方案效果验证需求	请把新媒体验证作为“价值主张实验”，而不仅是品牌曝光。团队应依据商业分析结果，选定 1 个核心目标客群、1 个核心价值主张和 1 个明确产品/服务形态，制作小红书图文、视频号短视频或赛道认可的 AI 智能体应用进行真实自然流量验证。 建议设置可追踪的行动入口（如问卷、资料领取、预约说明会/体验等），记录曝光、完播、收藏、转发、评论、私信、点击及有效意向线索等数据；具备条件时可对标题、价值主张或目标人群做 A/B 测试。最终需说明“什么内容对什么人有效/无效，以及为什么”，并将结果反哺产品定义与市场进入方案。 所有公开内容须使用标准品牌名 MOZI 及经授权素材，并注明“本内容为参赛团队作品，不代表 MOZI 官方立场”。