

2026年中国研究生企业管理创新大赛（校内选拔赛）决赛数字技术应用专项

赛题名称：数字技术应用-企业1命题信息表-原力探索-Web3星球

企业名称	深圳市原力探索数字科技有限公司
企业介绍	Web3 星球是一个把 Web3、AI、元宇宙、数字身份、会员服务、实体商品和社区共治机制结合起来的虚实融合平台。它让用户从传统互联网里的消费者，升级为拥有学习权益、创作权益、消费权益、城市身份和治理资格的数字居民；让现实商品和服务进入虚拟城市，让虚拟身份和社区治理回馈现实商业，最终形成共享、共创、共生的新型数字经济生态。
企业命题信息	
具体命题	如何利用 AI 与 Web3 技术，构建"Web3 星球平台"虚实融合的新型商业闭环与渐进式社区自治策略？
命题背景及痛点描述	过去的互联网平台存在流量越来越贵、价值分配越来越集中、信任成本越来越高三大瓶颈。而许多元宇宙项目失败，是因为缺少现实商业支撑：只有虚拟土地没有真实用户，只有概念叙事没有现金流来源。 Web3 星球专注打造“一体两翼四层”的虚实融合双世界架构。现实世界板块承担教育、AI 工具、数字文创，商品交易和商业转化；元宇宙板块提供城市区块、虚拟空间与社区共治机制。 痛点挑战： 冷启动与信任重塑：如何在合规的前提下，将第一批单纯的内容受众转化为愿意共建数字城市的“创世居民”？ 经济模型的平衡：现实世界的现金流（会员、课程、商品利润）如何通过“社区共建激励池”机制合规且有效地回馈给城市区块的建设者与治理者？

	3. 技术落地的应用：如何将 AI 投研 Agent，数字人民币真正嵌入用户的日常学习与决策中，降低 Web3 门槛？ 4. 社会信任成本高：区块链被誉为“信任机器”，可在数据确权和流程透明方面降低信任成本。但是，在现实生活中信任成本越来越高，食品安全、商业合作等领域尤为突出，因此，我们需要通过区块链应用设计相关模式或流程或产品，更高效低成本地探索解决社会信任问题。
实施目标	帮助 Web3 星球打造一份具有极强实操性的“虚实融合 GTM（走向市场）策略与技术应用蓝图”，实现真正的线上线下融合场景经济，在合规框架内探索 Web3 的本土化落地路径。 1. 输出一套逻辑严密的商业闭环测算模型，证明“现实赚钱、虚拟沉淀”的可行性。 2. 提供一个核心城市节点的冷启动试点运营与属地化基金分配方案。 注：城市节点全国均可，亦可选取深圳、北京、上海、杭州，或香港、新加坡等具有 Web3 和商业基础的城市。参赛方案应充分考虑目标市场（境内、境外）相关法律法规和监管要求的差异。
数字技术应用需求	参赛团队可结合 AI 大模型、智能合约、区块链确权等技术，设计以下任一或综合落地方案： 1. AI 应用场景落地：Web3 世界信息门槛高，普通用户面对海量项目，难以辨别真伪与风险。请在合规框架下设计 Web3 投研项目 Agent 或 AI 数字向导的交互模式与商业化路径，帮助用户降低信息差与防范风险。 2. Web3 身份与激励体系设计：当前数字社区用户留存率普遍不高。请基于区块链技术，为 Web3 星球平台用户设计一套不可篡改的成长值与居民身份数字凭证管理机制，使用户的贡献可被记录、等级可被识别、权益可被享有，提升身份认同与归属感。整体设计须在合规框架内进行。

	3. 社区共治工具与预算执行：针对“社区共建激励池”中的城市属地发展资金，设计一套可落地的提案、投票与资金追踪执行方案。 4. 数字人民币与 OPC 场景经济应用：基于区块链技术 & 数字人民币智能合约，设计支付即结算的场景经济应用，主要是为元宇宙中居民在现实世界中落地应用进行“虚实结合”，真正发挥社区共治的持续性与活跃度。 5. 构建数字藏品或数字商品商业模式：随着数字经济发展，数字藏品与数字商品正在形成新的市场生态。请针对 Web3 星球平台上的数字藏品与数字商品，设计一套涵盖创作确权、合规发行、个人收藏与展示的全环节的商业闭环模型，模型需包含实体商户与实体商品的入驻路径，实现数字资产与实体经济的数实融合，并说明各环节的合规风险。
方案支持	1. 提供《Web3 星球创世白皮书 2.0》及内部培训资料（9 月）。 2. 为每支报名成功团队提供 Web3 星球专属账号，参赛团队登录后可查看早期用户测试数据及社群动态（9 月统一发放）。 3. 行业专家导师方案辅导（针对进入复赛/决赛团队）。
企业福利	1. 优秀方案将直接纳入 Web3 星球未来 12-24 个月的路线图执行库。 2. 获奖团队成员可获得 Web3 星球“核心居民”数字荣誉徽章（个人专属），同时优享社区相应权益，作为对优秀参赛者的社区贡献认可。 3. 针对表现优异的 MBA 人才及项目入围，提供项目合伙人、城市节点主理人或高管全职/实习岗位机会。

2026年中国研究生企业管理创新大赛（校内选拔赛）决赛数字技术应用专项

赛题名称：数字技术应用-企业2命题信息表-东航研发

企业名称	东航技术应用研发中心有限公司
企业介绍	东航技术应用研发中心有限公司是中国东方航空股份有限公司下属全资子公司，是中国东航顺应民航“十二五”发展规划要求，响应上海“建设具有全球影响力科创中心”战略规划而启动建设的集“产、学、研、用”于一体的综合性发展平台，业务领域涵盖飞行技术、机务维修、乘务服务、地面服务、领导力发展、党校教学、运行支持、商务营销、空中安保等，是集民航技术及产品研发、领导力发展研究、飞行技术及安全应用研究、航空技术应用研究、服务创新发展研究、商业模式和营销创新研究于一体的综合性科创平台。
企业命题信息	
具体命题	航空旅客数字画像和 AIGC 智慧营销
命题背景及痛点描述	随着航空出行消费逐步向个性化、场景化和即时化转变，特别是在春节、国庆、暑期等节假日期间，旅游需求集中释放，旅客目的地选择、出行时间和价格敏感度呈现快速变化特征。航空公司现有营销工作主要依赖历史购票记录、会员标签和经验判断，难以及时捕捉尚未购票旅客的潜在出行意向，也难以准确识别热门旅游目的地及客源市场。同时，不同营销渠道之间缺乏有效协同，推送内容同质化、目标客群匹配度不高，容易出现营销时机滞后、营销资源浪费、转化效果不佳以及部分旅游航线客座率不足等问题。
数字技术应用需求	围绕节假日旅游航线营销场景，综合运用大数据分析、机器学习和 AIGC 等技术，分析旅客对旅游目的地、景区酒店、机票价格、出行攻略等内容的搜索、访问和关注特征，识别不同区域、时间和客群的潜在航空出

	行需求，构建动态航空旅客数字画像，设计智慧营销方案或应用 Demo，实现潜在客群识别、旅游航线推荐、营销渠道选择、推送时机判断以及个性化文案和视觉内容生成，形成从网络需求洞察到精准营销触达的智能化应用流程。
实施目标	建立面向节假日旅游航线的“需求识别—旅客分群—内容生成—渠道触达—效果评估”智慧营销闭环，提高航空公司对旅客出行意向和市场热点的识别能力，实现营销对象精准化、内容个性化和渠道协同化，提升航线客座率、营销转化率及客户满意度，降低营销成本。