附件6  **“挑战杯•创青春”广东大学生创业大赛校内赛**

**初赛评审细则**

**（一）广东大学生创业计划竞赛校内赛**

评委在第一次评审工作会议上领取需评审的创业计划书及评分表，评委从以下五个方面共九个部分对创业计划书进行评审。总分为100分。

1.创业机会（占总分10%）

项目的产业背景和市场竞争环境；项目的市场机会和有效的市场需求、所面对的目标顾客；项目的独创性、领先性以及实现产业化的途径等。

要求：文字表达简明、扼要、具有鲜明的特色。重点包括对公司及其产品或服务的介绍、市场概貌、营销策略、生产销售、管理计划、财务预测；正确表达创新思想的形成过程和对企业发展目标的展望；明确介绍创业团队的特殊性和优势等。

2.发展战略（占总分15%）

项目的商业模式、研发方向、扩张策略，主要合作伙伴与竞争对手等；面临的技术、市场、财务等关键问题，提出合理可行的规避计划。

要求：明确表述产品或服务如何满足关键用户需要；以及相关的市场进入策略和市场开发策略；说明其专利权，著作权，政府批文，鉴定材料等；指出产品或服务目前的技术水平及领先程度，是否适应市场的需求，能否实现产业化；产品的市场接收程度等。

3.营销策略（占总分50%）

结合项目特点制定合适的市场营销策略，包括对自身产品、技术或服务的价格定位、渠道建设、推广策略等。

（1）市场（占总分10%）

要求：明确表述该产品或服务的市场容量与趋势、市场竞争状况、市场变化趋势及潜力，细分目标市场及客户描述，估计市场份额和销售额。相关市场调查和分析的科学严密性。

（2）竞争（占总分10%）

要求：表述包括公司的商业目的、市场定位、全盘战略及各阶段的目标等，同时要有对现有和潜在的竞争者的分析，替代品竞争，行业内原有竞争的分析。总结本公司的竞争优势并研究战胜对手的方案，并对主要的竞争对手和市场驱动力进行适当分析。

（3）营销（占总分15%）

要求：详细阐述如何保持并提高市场占有率，把握企业的总体进度，对收入、盈亏平衡点、现金流量、市场份额、产品开发、主要合作伙伴和融资等重要事件有所安排，构建一条通畅合理的营销渠道和与之相适应的新颖而富于吸引力的促销方式。

（4）经营及落地实现（占总分15%）

要求：对原材料的供应情况，工艺设备的运行安排，人力资源安排等描述准确、合理、可操作性强。创业计划符合实际，有较大的落地实现可能性。

4.财务管理：（占总分15%）

股本结构与规模、资金来源与运用；盈利能力分析；风险资金退出策略等。

要求：包含营业收入和费用、现金流量、盈利能力和持久性、固定和变动成本；前两年财务月报，后三年财务年报。所有数据应基于对经营状况和未来发展的正确估计，并能有效反映出公司的财务绩效。

5.管理团队（占总分10%）

管理团队各成员有关的教育和工作背景、成员的分工和互补；公司的组织构架以及领导层成员；创业顾问，主要投资人和持股情况。

要求：介绍管理团队中各成员有关的教育和工作背景、经验、能力、专长。组建营销、财务、行政、生产、技术团队。明确各成员的管理分工和互补情况，公司组织结构情况，领导层成员，创业顾问及主要投资人的持股情况。指出企业股份比例的划分。

**（二）创业实践挑战赛校内赛**

1.经营状况（占总分25%）

项目的产业背景和市场竞争环境；项目的市场机会和有效的市场需求、所面对的目标顾客；项目的独创性、领先性以及实现产业化的途径等。

要求：包含项目的营业收入、税收上缴、现金流量、持续盈利能力、市场份额、风险性分析和撤出机制等情况；主营业务利润、总资产收益、净资产收益、销售收入增长等情况。企业固定资产、流动资金、销售收入预测、成本预测、现金流计划等内容。对原材料的供应情况，工艺设备的运行安排，人力资源安排等描述准确、合理、操作性强。

2.发展前景（占总分25%）

项目的商业模式、研发方向、扩张策略，主要合作伙伴与竞争对手等；面临的技术、市场、财务等关键问题，提出合理可行的规避计划。

要求：详细介绍项目的产业背景和市场竞争环境；项目的市场机会和有效的市场需求、所面对的目标顾客；市场容量或企业预计市场占有率、市场的变化趋势及前景、ＳＷＯＴ分析（优势、劣势、机会、威胁）；项目的独创性、领先性以及实现产业化的途径等；

3.营销策略（占总分30%）

要有成熟的、结合项目特点制定的市场营销策略，包括对自身产品、技术或服务的价格定位、渠道建设、推广策略等。

（1）市场（占总分10%）

要求：明确表述该产品或服务的市场容量与趋势、市场竞争状况、市场变化趋势及潜力，细分目标市场及客户描述，估计市场份额和销售额。相关市场调查和分析的科学严密性。目标市场的实际需求、价格变动与需求变化。

（2）竞争（占总分10%）

要求：表述包括公司的商业目的、市场定位、全盘战略及各阶段的目标等，同时要有对现有和潜在的竞争者的分析，包括竞争对手的能力和市场竞争态势、产品更新换代或替代品出现，行业内原有竞争的分析。总结本公司的竞争优势并研究战胜对手的方案，并对主要的竞争对手和市场驱动力进行适当分析。

（3）营销（占总分10%）

结合项目特点制定合适的市场营销策略，包括对自身产品、技术或服务的价格定位、渠道建设、推广策略等。

要求：详细阐述如何保持并提高市场占有率，把握企业的总体进度，对收入、盈亏平衡点、现金流量、市场份额、产品开发、主要合作伙伴和融资等重要事件有所安排，构建一条通畅合理的营销渠道和与之相适应的新颖而富于吸引力的促销方式。

4.财务管理（占总分20%）

股本结构与规模、资金来源与运用；盈利能力分析；风险资金退出策略等。

要求：对融资方式、利益分配、风险资金退出策略等进行明确表述，包含营业收入和费用、现金流量、盈利能力和持久性、固定和变动成本；近五年财务报表；所有数据应基于对目前经营状况和未来发展的正确估计，并能有效反映出公司的财务绩效。

**（三）公益创业赛校内赛**

1．公益性（占总分30%）

参赛项目以公益为目的，基于对社会的充分了解和关注，针对某一具体社会问题进行立项，用少量资源撬动大量社会资源，并以自赢利的商业模式来解决社会问题，为促进创新、促进经济发展、创造就业和促进社会进步做贡献。鼓励参赛者瞄准当前尚未得到足够关注或支持的社会问题或公益方向进行立项。

第一档：对社会问题关注深入，立项所针对问题具体且受到关注较多、亟待解决

第二档：对社会问题有较多关注，立项所针对问题受到关注较多、有解决的必要

第三档：对社会问题了解不多，立项所针对的问题不很清晰或已经得到较好解决

第四档：对社会问题了解和关注不足，立项所针对的问题不清晰或不属于公益范畴

2．创业性（占总分30%）

参赛项目应采用商业运作的方式来解决瞄准的社会问题，应运用组委会配给的相对少量的启动资源，来撬动社会各界的相对大量的发展资源，以完成一项公益项目；项目成型后，其运行状态应是在消耗资源的过程中通过某一商业模式不断引入新的资源，使项目可自身维持、可持续发展，单纯或主要使用资源支撑项目运行的“花钱买公益”的方式将不被接受；赛事将考虑投入资源、吸收资源以及所产生的社会效益的比例；鼓励采用创新性的商业模式；鼓励具有普适性、可推广性的运作模式。

第一档：能够通过具有创新性、普适性、可推广性的商业模式，在消耗资源的同时不断引入大量新资源使项目可自身维持、可持续发展，由此很好地解决瞄准的社会问题

第二档：能够通过创新性的商业模式，在消耗资源的同时不断引入大量新资源使项目可自身维持、可持续发展，由此较好地解决瞄准的社会问题

第三档：能够应用相对少量的启动资源，来撬动社会各界相对大量的资源，并通过商业运作的方式不断引入新资源来解决瞄准的社会问题

第四档：主要依靠本身的资金推进项目，能在一定程度上解决瞄准的社会问题

3.实践性（占总分40%）

项目执行计划的设计应充分考虑可行性，即需要考虑在预定的时间、人力、资源范围内，综合当地实际情况，设定切实可行的项目进度及目标；赛事对项目的落实成果有较高的要求，凡进入决赛的项目，落实成果应与项目申报时的计划基本吻合；鼓励公益创业实践项目在完成赛事后继续运行，并将配给相应资源。对于其公益模式要有良好的可推广性，能够在更大的社会范围内进行复制和推广。

第一档：很好地结合了人力、资源等实际情况，设定了切实可行的项目进度及目标，有丰富的实践成果

第二档：能够结合人力、资源等实际情况，设定了可行的项目进度及目标，有一定的实践成果

第三档：未能充分考虑人力、资源等实际情况，设定的进度及目标较难完成，实践成果较少

评委对参赛项目计划书打分后，由组委会组织工作人员收回作品和评分表，并组织人员汇总成绩。每组三位评委评审成绩的平均值为作品在复赛的最终成绩。