

2020 赛季招商计划

——佛山科学技术学院醒狮战队



佛山科学技术学院
FOSHAN UNIVERSITY

电话: 指导老师: 张云志 13318318553

战队招商负责人: 余炜君 14778365500

邮箱: 余炜君 1316791943@qq.com

地址: 佛山科学技术学院(仙溪校区北区)B1—321

目录

一、2019 招商计划复盘.....	2
1. 2019 招商计划.....	2
2. 2019 招商总结.....	2
二、 战队及赞助商的需求点梳理	4
1. 战队需求	4
2. 赞助商需求	4
三、2020 目标赞助企业.....	4
1. 高新技术企业类	4
2. 教育行业类	5
3. 其他行业	5
四、目前可用资源梳理	5
1. 校友资源	5
2. 学校资源	6
五、2020 目标赞助金额及执行方案.....	6
1. 目标赞助金额	6
2. 执行方案	6

一、2019 招商计划复盘

1.2019 招商计划

(1) 对战队及赞助商的需求点梳理

战队的需求点：钱；零件；技术

商家的需求点：通过我们的线上线下宣传来提高品牌在佛山甚至在全国的影响力。

(2) 目标赞助企业分类：科技产品研发行业；智能算法研发行业；电子通讯行业；服务行业；汽车行业；餐饮行业；娱乐行业；公益机构；校园团体；创意产业行业；经组委会认可的其他行业。

(3) 目前可用资源梳理：校友资源；老师资源；政府资源；商家资源

(4) 目标赞助金额及执行方案

目标赞助金额：20 万

执行方案：

a.通过老师联系到政府有关人员，陈述我们战队处于资金物资极度缺乏状态下，仍然取得 2018 年 RM 南部分区赛季军的好成绩，希望政府能够为我们寻找、提供佛山市智能制造赞助商家的帮助。

b.通过学校招聘信息了解到佛山科技智能制造中心产区，从而能够找到合适我们的赞助商信息，并且收集信息后了解赞助商所需，然后制定为商家提供最合适服务的招商计划。

c.在招商计划中完善我们的地理优势、人才优势等。

2.2019 招商总结

(1) 招商计划完成情况

①2019 尝试招商企业：太尔时代（3D 打印——高新技术企业）；华数机器人（机器人研发与生产——高新技术企业）；TOP 慧鱼机器人（机器人培训——高新技术企业）；指南车机器人（机器人研发与生产——高新技术企业）；慧才教育投资有限公司（学校——教育机构）

②提供物资支持企业：太尔时代

③后续可继续发展企业：华数机器人；指南车机器人

④提供资金支持并签订合同企业：慧才教育投资有限公司

*2019 招商计划目标金额：20 万+ 实际招商金额：10 万+ 完成度：50%

(2) 2019 招商计划的影响因素：

战队影响因素：①醒狮战队隶属机器人协会，利用协会在校内的资源优势，可以为商家提供校内的宣传，例如派发传单，转发推文，举办讲座等。

②醒狮战队在学校的影响力还不足，我们提供的合作宣传方式没有达到商家的预期要求。

学校影响因素：①机器人协会在学校社团“景衡杯”发展项目中取得了 A 项立项，获得了学校一定的资金支持。

②为了保障学生的安全和权益，学校对社团以及战队招商对象有一定的限制。

外部影响因素：①佛山市针对高新技术企业的税收优惠政策，让许多企业都抱有认定高新技术企业的想法，而与高校的产学研合作是高新技术企业认定的一大加分项，招商时可以抓住这个突破点，与企业进行合作。

②佛山市创新驱动的发展战略让佛山地区的高新技术企业比起人才的培养和输出更看重市场的成效，而战队能为他们带来的市场成果并不大，所以在高新技术企业的招商这一块战队遇到了瓶颈。

*接下来的赛季中，战队要充分利用协会的校内资源，结合学校的社团“景衡杯”发展项目，积极举办与 RM 相关的活动（例如我们 2019 年 3—4 月举办的“飞跃大沟壑”比赛和“机甲智能小车”比赛，都是结合 RM 举办的协会特色比赛），扩大协会和战队在校内的知名度和影响力。同时寻找与商家在校内合作的新方式，除了派发传单举办讲座等基础宣传之外，还可以邀请商家参与到我们举办的活动中来，通过设置与商家相关的摊位通关游戏，建立商家与协会和校内学生之间联系的桥梁。而战队在寻找商家的同时也把符合学校要求放在第一位，严格遵守学校的规章制度，保障好校内学生和我们协会自身的权益。我们也要对本赛季战队在高新技术企业招商中遇到的问题进行总结，寻找新的突破口，同时也要在赛季招商成功的教育行业的企业挖掘新的合作伙伴。

（3）2019 招商计划完成情况总结：结合 2019 年战队制定的招商计划来看，这个赛季我们是没有完成目标的。首先，第一年进行招商，我们的设定的目标过高，需要进行调整。从我们的招商对象来看，我们入手的招商对象大多属于与机器人相关的高新技术企业。RoboMaster 机甲大师赛与机器人和高新技术是密不可分的，从相关性以及市场契合度来说，与机器人生产研发相关的高新技术企业的确是我们招商的不二选择。但从最后的招商结果来看，与我们成功签订合同并提供资金支持的企业仅有属于教育行业的慧才教育投资有限公司。结合佛山市的创新驱动的发展战略分析，高新技术企业对市场投资的成效是非常看重的，虽然醒狮战队作为佛山唯一一支参赛队参加了 RoboMaster 这种大型比赛，但战队所提供的车体广告、队服广告等合作方式带给他们的成效并不大，也不能扩大他们的市场，所以对高新技术企业的招商没有取得一定成果也是意料之外情理之中的。而慧才教育投资有限公司属于教育行业，注重方向在人才的培养上，我们除了为他们的学生提供机器人的展示，开放实验室，丰富了他们的课堂内容，同时可以为他们输送技术型的人才来提供课外的科技教育。同时本次由佛山市政府承办了 RoboMaster 的南部分区赛，佛山市各中小学都组织了学校的学生到现场观看比赛，为醒狮战队加油助威，可见政府对 RM 赛事的支持以及中小学生对机甲大师赛的喜爱。而作为我们的赞助商的慧才教育投资有限公司，获得了我们的车体广告宣传，这无疑为他们下一阶段的招生提供了更有利的支持。所以从总体上来看本赛季战队与慧才教育投资有限公司的合作是较为成功的。结合本赛季的招商情况，下一赛季的招商可以更多地尝试在教育类的企业机构中寻找合作伙伴，在高新技术企业招商这方面继续努力尝试，结合

佛山市的政策，从产学研合作这块去突破。

(4) 个人总结：

a.可以传承借鉴的：①谈合作方向的时候能够结合招商对象的需求与对方进行交谈，更容易让对方对我们之间的合作感兴趣。

②敢于去尝试不同类型的企业，不单单只是寻求和与机器人相关的企业合作。

③在交流的过程中收放自如，让对方对我们有基本了解的同时能够保持一定的神秘感，随着交流合作的推进来控制输出的战队信息，让企业阶段性地了解赛事进程和战队相关情况。

b.需要改进完善的：①在寻找招商对象的时候太过随意，通过地图搜索机器人相关企业后直接实地上门拜访，横冲直撞式的招商，既让对方觉得太突然，也显得我们不够正式。之后的招商中，在去企业登门拜访前，应先与对方取得联系，约定时间，同时，战队的招商经理可以制作一下自己的小名片以及战队的小卡片，让对方企业能够初步了解战队并与战队招商负责人取得联系。

②因为采用横冲直撞式的招商方式，事先对招商对象的基本信息不够了解，导致在初步交谈的时候出现双方单方面介绍自己，介绍完之后无话可说的问题。而在之后的招商中，我们登门拜访前一定要做足功课，对对方的大致情况和市场需求有一定的了解，结合他们的情况和需求有选择的给出我们战队的相关信息，有针对性地去交流，让对方对我们先有一定的兴趣，创造第二次交流的机会。

③每一次招商失败之后，没有及时的总结问题，而是急于寻求下一个目标。在下一赛季的招商中，要学会及时地去总结问题发现不足，积累经验，适时地调整目标和方向，让每一次的招商无论成功与否，都有它的意义。

二、战队及赞助商的需求点梳理

1.战队需求：①资金支持 ②物资供给 ③技术交流

2.赞助商需求：①提升影响力，扩大知名度 ②吸收人才，为其所用 ③高校合作，挖掘优势

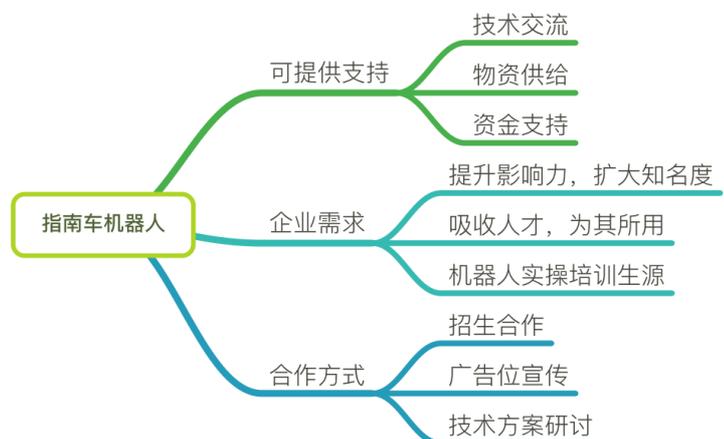
三、2020 目标赞助企业

业

1. 高新技术企业类

(1) 发展中：

①指南车机器人：



(2) 突破中:

①TOP 慧鱼机器人

突破点: 协会有专门负责慧鱼机器人研究这一块部门, 可以为他们输出技术人才。

②太尔时代

突破点: 与高校开展产学研合作。

③华数机器人

突破点: 与高校开展产学研合作。

(3) 新目标:

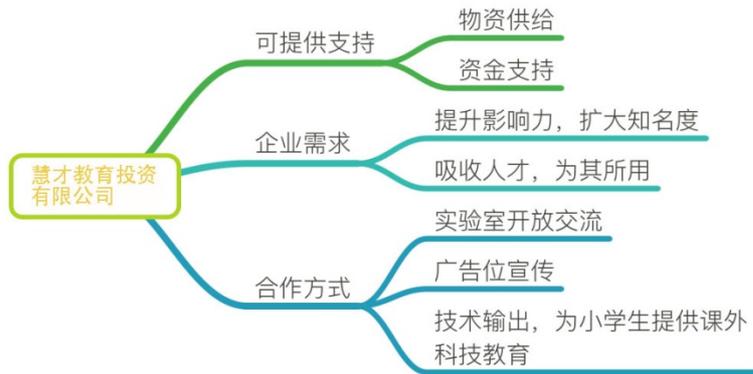
广东泰格威机器人有限公司

合作优势: 广东泰格威机器人有限公司是与战队所属的机电学院合作的龙头企业。

2. 教育行业类

(1) 发展中:

慧才教育投资有限公司:



(2) 突破中:

乐高 5+2 儿童创意中心

突破点: 乐高 5+2 儿童创意中心属于中小学生学习课外培训机构, 我们除了可以为他们提供高校开放的实验室, 机器人展示等, 还可以为他们输出人才参与培训。

3. 其他行业

电子通讯类行业; 智能算法研发行业; 餐饮服务类行业

突破点: 寻找与战队一样对 RM 比赛具有饱满热情的企业。

四、目前可用资源梳理

1. 校友资源: 部分战队师兄毕业后到各大高新技术企业实习或者就职, 为战队寻求新的合

作提供更多的机会。

2.学校资源：①战队所属的机电学院与许多与机器人相关的研究院和龙头企业均有合作，这是战队招商新的突破口。

②学校设有社团发展基金，战队可利用机器人协会优势，积极立项，取得学校方面的支持。

五、2020 目标赞助金额及执行方案

1. 目标赞助金额：15 万+

2. 执行方案

（1）在高新技术企业这一块继续突破，结合企业的需求，寻找能为他们带来可见成效的合作方式（例如开展产学研合作或者招生合作等）。同时充分利用学校资源，从与学院合作的龙头企业入手，寻找可能的合作伙伴。

（2）在教育行业这一块，我们在这一赛季开了合作的先例，而且双方的合作是比较成功的。在下一赛季中，我们可以在这次合作的基础上，思考如何将合作延续下去，同时寻找更多可以开展的合作。

（3）在其它行业方面，成功招商的难度比较大，但不代表不能尝试。可以在对上述两个行业的进行重点招商的同时，通过社会人脉渠道，挖掘其他行业更多招商的可能。