

挑战杯创业大赛活动总结 (合集3篇)

篇1：挑战杯创业大赛活动总结

创业大赛结束已经三个多月了，始终没时间写个总结。这是我高校以来参与的第一个大型的竞赛，怎么说呢，付出了很多，但得到的更多。我们一路披荆斩棘，最终止步于校决赛，虽然结果不是很抱负，但是有句话叫做知足者常乐，所以我已经满足了（后来的事我不很清楚，进了省赛，而且还拿了一等奖，太强了！！！虽然我没参与省赛，不过照旧很骄傲，到底我也付出过）。感谢我的组员们，感谢我的学姐学长特殊是小麻子，还有队里干练的几位“女豪杰”，很荣幸能够和你们一起合作，你们都很有优秀，导致我现在觉得自己也变得自信起来了，呵呵。

还有一句话叫做过程比结果重要，所以，回忆参与竞赛的点点滴滴，重温那激情燃烧的岁月。

初赛

现在想想初赛其实是最辛苦的，原来对这个采集器一无所知，对经济学的‘学问一无所知的状况下，竟然要几个人一起办一个模拟公司，难度之大可想而知。不过我这个人假如有一人可以在旁边一起争辩，就能够临时遗忘压力，到底有“难”同当了嘛。。。渐渐的对课题和团队有了肯定的了解后，接下来又遇到了一个问题——分工问题。我始终自信不足，突然说要自己独立担负起一块，团队里的其他人都是各个专业的精英人物，有的擅长财务，有的技术很在行，有的演讲力量精彩；关键时刻，总有贵人相助，这个人就是小麻子。所以后来我就和他一起负责公司战略和市场营销的部分，那段时间真实，哎，感觉高校里除了期末考试，没有其他时候会比当时更累，更疯狂，白天上完课，就去图书馆看市场营销的书，或者上网查资料，作业，课程根本不当回事，现在想想好疯狂，原来我努力起来有这么疯狂，可以始终在电脑面前一写就写到午夜一点多，可以做梦上着物理课想着怎样提高采集器的销量。。。

11月27日，疯狂程度达到极限（其实是由于其次天要给指导老师看，正所谓压力产生动力），凌晨三点多，最终把（策划书）给写好了。看着我写的五千多字的市场营销的策划，一种成就感油然而生，小麻子也把他的战略那块完成了。就这样，靠着我们的努力，顺当晋级。

复赛

过了两个多星期，我们的任务又来了，说要做PPT，而且要在一个星期内做好，更糟糕的是，团队里没人会做PPT，而且有人要考试，有人要考证。。。当时根本不知道该如何下手。结果又一个贵人消灭了，那就是钟佳佳学姐，她带来了许多很perfect的PPT，还有她的专注做事的精神，结果5天之内，我们的PPT前前后后改了4遍，那几天是几乎时时刻刻在想着怎样把PPT给完善，怎样完成党交给的光荣而困难的任务。最终在陈亮学长的试验室，又通宵把PPT

给做完了，记得那天还是考六级。那天给我印象最深的是，陈亮学长的抗冻力量真是太强了，就这样进入决赛。

调研和决赛

闲适地寒假过去了，当其他同学还在家享受着家的暖和的时候，为了我们的创业大赛，我们提前一周到了学校。晚上打算明天到哪个公司调研，然后就是查路线。其次天就是坐公交（而且几乎都是要坐让人闻风丧胆的B1），四五天时间，我坐过的公交车估量和这两年在杭州坐过公交车一样多。在调研期间，更加了解了这个和人沟通的艺术，哎，我的性格看来真不适合和人沟通。

调研结束，3.15又到了决赛的时候，这回反正是轻车熟路，改文档的，做PPT的，预备演讲的决赛的成果出来了，校三等

感想

很荣幸能参与这次的竞赛，结识了你们，特殊感谢小麻子和陈艳秋学姐。

若干年以后，当我想起那年大二参与挑战杯，想起我的青葱岁月，老泪纵横的对我的儿子女儿说，看老爸当年也开过公司哦。

篇2：挑战杯创业大赛活动总结

“挑战杯”双创工程之创业计划大赛是面向全国青年的第三届青年创业计划大赛，大赛以提高大学生创新意识，激发创新思维，加强创新能力，培养创业精神为宗旨。激发广大青年的创新、创业意识，选拔创新人才和发现创业成果，完美展现人才、技术、资金等要素的有机结合，推动生产力的跨跃式发展。

为了培养加强大学生创新创业能力，由我院团委，教务处主办，院学生会（学习）部承办的第三届“挑战杯”创业计划大赛于3月17日在吉林工程技术师范学院落下帷幕。我院同学积极响应上级号召，大赛得到各院系分团委，学生会的大力支持，学生（报名）踊跃。

本次大赛自启动之日起，截止到3月27日，报名人数已超过百余人，初赛23支队伍，复赛组队19支，并邀请了专家评委有：许建平、刘学彬、王芳、段越军、昌友权、赵春杨、董鹏中、马驰。他们利用自己的时间经过几天的评审，选出9支队伍进入总决赛，经过紧张的策划，筹备，总决赛于5月15日在第三教学楼108教室拉开帷幕。总决赛分两个部分：产品陈述和即场答辩。评委们精妙的提问，选手们巧妙的回答赢得在场观众的阵阵掌声，拉拉队的喝彩声更是连续不绝。经过激烈的角逐，劲旅团队的《游刃有娱网》获得一等奖，凌翼队的《微型GPS便携式监控系统》和筷子队的《秸秆筷子》获二等奖，其余6支队伍获三等奖。

本次大赛的圆满成功离不开学生会各部门的大力支持与帮助。他们任劳任怨是此次大赛成功的关键。学习部配合默契，为了体现学生会举办这次大赛的意义。我部出一名主

持人，尤为值得一提的是宣传部为背景设置费心费力。（校园）风和记者团的参加更是为这次大赛增添了光彩。结尾一曲“相信自己”引得在场观众的阵阵掌声。

通过这次大赛，提高了我院学生的创新意识，激发了创新思维，加强了创新能力，培养了创新精神，有效的引导学生提高他们的综合素质，构建创业所需的知识结构，完善综合知识体系。

虽然我院的大赛已经结束，但值得欣慰的是，我们的9支队伍中有5支即将参加省里的比赛，我们的选手将面临更加严峻的挑战，他们要走的路将会更远，让我们共同期待，他们在省里再创佳绩，为我院增光添彩！大赛流程：1、宣传2、各院系组队3、作品上交4、作品评审5、决赛6、大赛表彰。

本次大赛共有五支团队代表学校晋级省里比赛，希望他们能不负重望，有更好的表现为我院争光添彩。

篇3：挑战杯创业大赛活动总结

一、执行总结

1.1创业背景

1.1.1：政策背景

20XX年预计超过有700万高校大学毕业生，而市场上的职位需求却很少，在大学生就业形势严峻的现况之下，国家提倡大学生在条件适宜的情况下进行自主创业，以创业带动就业。并提供优惠贷款、部分产业免税两年、公司职工免费培训等一系列措施鼓励创业。；江西省政府也大力扶持创业，对毕业生创业培训可获1000-1600元补贴，毕业生从事创业产业减免相应税费。

1.1.2:行业背景

中国在加入wTo后，本国经济与世界经济的联系不断加强。国外宠物行业发展在企业 and 政府的扶持之下，投入了大量人力、物力进行研究，并制定了宠物行业的标准。而我国宠物业20世纪才开始发展，在技术、设备等方面都缺少较强的国际竞争力。所以中国的宠物行业

协会及政府相关部门必须尽早采取措施，建立全国性宠物协会，制定中国的宠物行业标准，规范中国的宠物行业市场，提高中国宠物行业的国际竞争力。

饲养宠物的观念和以往大不相同了，宠物不再是玩具，而是人类休闲时的伙伴，朋友，扮演着家人的角色。随着物质生活的富裕，人们对精神需求的空间扩大；传统家庭结构的变化、工作压力的增大，使得人际关系也逐渐趋于淡化，越来越多的人将感情投注于宠物身

上，人与宠物间的依赖关系，将随时间的流逝而日益浓厚。

在中国，养宠物的人越来越多，目前中国至少有宠物3亿只（条），而且未来十年，中国的宠物饲养人数将会出现爆发性增长。伴随着宠物数量的增长，围绕宠物经济产生了一系列的相关产业，如宠物食品、宠物用品、宠物医疗、宠物美容行业等，这几年还涌现出像宠物婚礼，宠物殡葬的特殊行业。

1.2公司介绍江西御宠宠物综合有限公司于20XX年10月创立，是一个以创立自主品牌为主的集宠物食品，宠物医疗，宠物美容，宠物家电，宠物课堂，宠物配种，宠物托管，宠物殡葬，宠物安乐死的综合宠物公司

公司从事全系列研发、生产、品牌销售。有独立的研发中心。拥有国际先进水平的生产线。20XX年通过ISO9001质量管理体系认证，20XX年通过HaccP食品安全管理体系认证，并且每年通过审核。

御宠人始终以最高的热情和最负责任的精神，研究和生产各种高品质的宠物用品，和您一起为您的爱宠共同打造宠物有品质，高质量的生活。御宠人也将以最大的智慧和努力致力于中国宠物行业的发展，并与所有致力于中国宠物业的朋友一起推动民族产业的发展。我们的信心)在创业初期，本公司将以收养宠物里的中高收入者为主要服务对象，使本公司打出御宠品牌,同时在竞争中成长，培养企业核心能力，在适当时候走集中型多元化发展道路。

2.2.2.2行业简介

在中国，宠物正在从原来的“看家护院”功能转变为“心灵呵护”的高层次精神追求。随着国民经济的快速发展，同时伴随着宠物数量的增长。国内宠物市场也出现了空前的繁荣。不过现在宠物市场因为其他的一些因素，局面非常混乱，现在宠物店可谓遍地罗雀，就连小区里面也有很多的店面，由此可以看出此行业的暴利，人人都争先抢夺。正是因为这些人的存在，现今的宠物店非常混乱。而御宠综合宠物有限公司，在御宠团队的合作创新中，效果得到了一致的认可。因此，相比一般宠物店，我们公司的服务更健康、更环保、效果更好，并且可以得到综合的服务

2.3公司战略规划

1.导入期(1-3年)：

第1年：

服务导入市场，拓展市场容量，树立品牌形象，积累无形资产；?加强有效宣传的力度，实现多样化、立体式宣传战略；

初步打开并占领南昌宠物服务行业市场，替代休闲场所和部分医疗保健单位，挤占其市场份额，为以后开展连锁业务作准备；

加大资金流通，为扩大服务规模和服务种类做准备。

第2-3年：

通过扩大公司规模，继续开发近乎空白的市场，增加市场占有率，打开并初步占领南昌宠物服务市场；

提升品牌形象，扩大公司影响力，增加无形资产；

增加投入，扩大服务网络，吸收1-2家连锁加盟店；

公司服务基本成熟，重点开发服务的新方式，拓展市场，形成优质低价的品牌印象。

2.发展期(4-5年)：(发展连锁店)

建立江西省和整个中部地区管理网络,努力争取在主要的市开设一家

调查、研究适合本服务和当前市场状况的销售网络；

初步建立高效的管理、运营模式，提升管理水平；

准备开发相关服务。

3.中后期(6-10年)：(在全国范围内推广)

全力开拓全国市场，争取10年内实现在全国各主要大中城市市场建立服务店,提高管理运营体制，努力建成全国宠物行业巨头产业集团.并开发针对性的新服务项目。

利用九江学院学在宠物行业方面的的理论和技术的优势，开发研制相关类服务和产品，实现服务多元化，拓展市场空间，扩大市场占有率，成为宠物行业的领先者。

在宠物开发上向国外借鉴，从而具有中国独特的优势，因此，我公司将以高科技参与国际竞争，适时进入相应的国际市场。

2.3.3公司的竞争战略：

公司将采取“爱宠至上，节约成本，环保科学”的战略。在努力提高和完善服务质量的基础上，力争降低营业成本，控制研究开发、服务、推销、广告等方面的成本费用。从而保持我们的服务成本低于对手。

三、服务描述

3.1服务内容

我们的主营业务将是采用类似家庭特助服务模式，以咨询为起点，采用科学的宠物理论，通过制定全程宠物方案，开设宠物课堂的形式，对宠物提供点对点智能服务。由于我们的服务对时间有特殊的要求，我们将实施早上六点到晚上24点服务，并且我们的服务对象特殊，为了更好地服务顾客，我们还将为顾客提供上门服务。将来，公司在形成一定规模后，将不断拓宽公司的业务范围和市场应用。

3.2服务项目

宠物网站：御宠公司网站。首页要求列出宠物交易，宠物收费标准，及会员查询宠物的相关信息。另外分出企业简介，企业新闻，企业资质，产品展示，在线留言，联系方式的版块。并且开辟出一个论坛，专门用于客户讨论。通过建立这样一个以宠物为主题，集资讯、交友、游戏、互动、购物等服务于一体的SnS网站，来满足喜爱宠物的人的信息、情感和娱乐需求。通过市场、竞争及风险分析后采用病毒式营销、广告营销、相关链接等营销手段来吸引爱宠物人注意和浏览我们的网站。旨在通过网站展示御宠形象，通过互联网的高效传播性来宣传企业形象，从而吸引更多客户，为企业带来更多效益，同时也带来更多新客户。

会员卡：会员卡是公司了解消费者的方式，通过简单个人信息收集整理达到客户的优化管理。并且了解客户的需求。会员卡拉近了消费者与我们御宠公司的距离，让更多临时消费者成为了固定消费者，也是我们公司客户管理的最重要的目标。公司还可以根据这些资料，在某位VIP会员客户的纪念日之前送给他一份小小的惊喜。可以是一张宠物的一个免费护理，也可以是属于他自身的电影票，还可以利用客户的业余爱好和客户进行沟通。同时，我们的会员卡会从宠物进我们的店后就开始运行，给他制作一个身份证，可以在我们网站上查询宠物的相关信息，通过顾客的消费情况我们可以创建金银铜三个等级，各个等级都有各个的优惠。

宠物托管：设立宠物房间，内含空调保暖设备，定时安排运动，专人护理，要有基本医疗手段保障。针对不同宠物的生活习惯，宠物特助安排不同宠物的进餐、运动及休息时间等需求，与顾客签订《御宠宠物寄养协议书》。

宠物用品：宠物食品饼干、饲料、干燥鸡肉、余下罐头等主粮食，还提供给宠物们“御宠”的休闲食品。宠物服装，有带帽防寒服、防水皮夹克、吉祥如意装等。宠物房间、宠物玩具、宠物服装、食具水具、劲带牵带，剪指甲的钳子，有清洁美容的牙刷牙膏，有洗澡用的沐浴液等。

宠物美容：包括修剪指、结耳、洗眼、刷牙、药寓解毛结、洗寓修剪、美容套装。还免费一次提供宠物摄影。

宠物配种：客户通过我们公司网站或论坛，找寻合适的宠物配对，我们公司让宠物与宠物之间爱的结合，通过我们的专门的技术人员给宠物们制作爱的气氛与因素，以满足不同类型的宠物主人对他们宠物下一代类型的选择，更好的增添他们生活的乐趣。

宠物殡葬：致力为宠物寻找快乐和谐的天堂宠物殡葬、宠物火化、宠物标本

制作，形成了一套完成体系，使广大的宠物爱好者为自己心爱的宠物找到了完好的归宿。

3.6服务运作

3.6.1

服务运作流程图

3.6.2服务运作描述

3.6.2.1咨询

由专业的宠物特助坐堂提供咨询，通过与顾客的交流，为其宠物制定相应的服务。

3.6.2.2体检

体检是公司提供的宠物的第一步，也是保证服务质量的重要组成部分，公司的宠物特助将对宠物进行综合测评并按照客户的需要及宠物的需求与客户一起制定宠物服务的方案。

3.6.2.3上门服务安排

服务中心在接到宠物特助方案后，通过客户管理系统，统筹安排技师实施服务。服务中心是公司的核心部门，它运作的正常是公司运作正常的保证。公司将请专门的软件设计师设计管理软件，对顾客档案和整个公司员工进行信息化管理，其目的是有足够时间使宠物特助能及时提供上门服务，与客户的时间配套。

3.6.3服务流程

- 1.礼仪小姐迎宾，引导顾客到服务台。
- 2.顾客到服务台，服务小姐向顾客介绍公司服务内容和流程。此外，顾客还可以通过服务区的电脑查询台、宣传资料，公司网站等多种途径了解公司的服务。
- 3.当顾客决定在本店消费后，办理会员卡，并开具宠物体检表
- 4.带顾客去宠物特助咨询室，资深宠物特助将通过交流形式，了解宠物身体状况，并结合体检报告，为宠物制定专门的相应的方案”，并为顾客建立电子档案。
- 5.顾客有了宠物特助的方案后，可选择是否消费由我公司提供的服务。
- 6.顾客同意消费我公司的服务后，将正式签定消费协议并付款。

3.6.4 客户了解公司的途径

客户可以通过以下两种途径了解公司服务。

1. 公司网站是公司依托现代信息技术建立的宣传、营销以及接受客户定制的媒介。通过公司网站就可以打破时间和空间的障碍，使宣传广度与幅度得到提高。公司一旦成立，马上就会开始公司的网站与数据库的建立，及其安全测试。

2. 御宠是公司展示实力与形象的平台，同样也是面对面与客户交流并介绍公司提供的宠物特助的平台，是公司市场营销与宣传的重要组成部分。公司采取租赁居民区集中的商业店铺建立形象店的模式，形象店的装潢与公司的品牌、战略、服务理念相统一，达到宣传公司与促进公司服务产品销售的目的。

四、市场分析

4.1 市场竞争

4.1.1 与竞争对手优、劣势比较分析

优势：近几年来，随着国民经济的发展，人民的生活水平不断地提高，许多居民养起宠物，因此中国的宠物行业也得到了很好的发展，各种类型的宠物服务站，宠物医院，宠物诊所等机构层出不穷。但是许多的宠物商店都是属于小型服务的，只偏向于单方面，列如宠物食品店、宠物美容店、宠物诊所等都分布在城市的不同地点，如果需要进行宠物服务的话就需要到各个店去，带有一定的麻烦，而在宠物综合性服务店里可以享受到各种服务，并且可以实施终身制，在对宠物的跟踪记录下可以让宠物享受到更好的并且符合它们自身的服务。并且，中国市场上所拥有的宠物综合性服务机构只是少数，更多的是外来企业，因此相对于单一的宠物服务机构，本土化的宠物综合性服务店拥有一定的竞争优势。同时，御宠宠物公司具有不同层次的消费，能让各个层次的宠物爱好者们能够享受到宠物综合服务，因此拥有更广的市场以及更多的消费者。

劣势：21世纪初，以冠能、爱慕思、顶尖等品牌为代表的更多国际化

宠物品牌进入中国，开始逐步影响整个宠物市场的消费导向。国内的一些制造商开始进入到国内宠物市场，如烟台顽皮、诺瑞、好主人等国内品牌，带动了整个宠物产业链的发展。出现了以长江三角洲、珠江三角洲为生产核心的宠物外贸生产基地；繁殖场带动活体消费，以北京、上海、沈阳、成都为代表形成的宠物交易市场；国内各种专业犬展猫展、犬赛猫赛；以长城公司、万耀企龙公司为主导的宠物用品展；以北京酷迪宠物、上海顽皮为代表的宠物用品连锁店