

# 大学生创新创新计划书



汇报人：XXX

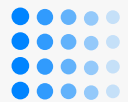
2024-01-23

## 目录

- 项目背景
- 项目内容
- 团队介绍
- 市场分析
- 实施计划
- 预期成果与收益
- 总结与展望

01

# 项目背景



# 大学生创新现状

## 大学生创新活动日益增多

随着国家对创新教育的重视，越来越多的高校开始开展各类创新实践活动，大学生参与创新的积极性不断提高。

## 创新成果转化率

尽管大学生创新活动数量增多，但多数项目的成果转化率低，未能真正实现创新的价值。

## 缺乏系统性和深度

部分大学生创新项目缺乏系统性思考和深度挖掘，导致项目质量不高，难以产生实际影响。



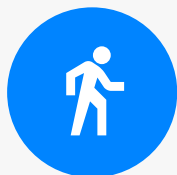


# 创新计划的意义



## 培养创新思维与实践能力

通过实施创新计划，引导大学生开展创新实践活动，培养其创新思维和实践能力，提高综合素质。



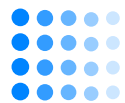
## 促进科技成果转化

推动大学生创新成果的转化与应用，发挥创新的价值，为社会创造更多经济效益。



## 提升高校创新教育水平

通过实施创新计划，促进高校创新教育的改革与发展，提高人才培养质量。



# 创新计划的目标



## 培养一批具有创新思维和实践能力的大学生

通过创新计划的实施，选拔和培养一批在创新方面有潜力和才华的大学生，为其提供更好的发展机会。

## 推动大学生创新成果的转化与应用

积极引导和支持大学生将创新成果转化为实际应用，推动科技创新与社会需求的对接。

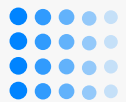


## 提升高校创新教育水平

通过总结和推广创新计划的成功经验，促进高校创新教育的改革与发展，提高人才培养质量。

02

# 项目内容



# 项目主题

## ● 主题明确

项目主题应具有明确性，能够清晰地表达项目的核心内容。

## ● 创新性

项目主题应具有一定的创新性，能够为解决现有问题或实现某种目标提供新的思路或方法。

## ● 实际意义

项目主题应具有实际意义，能够为相关领域的发展或社会进步做出贡献。







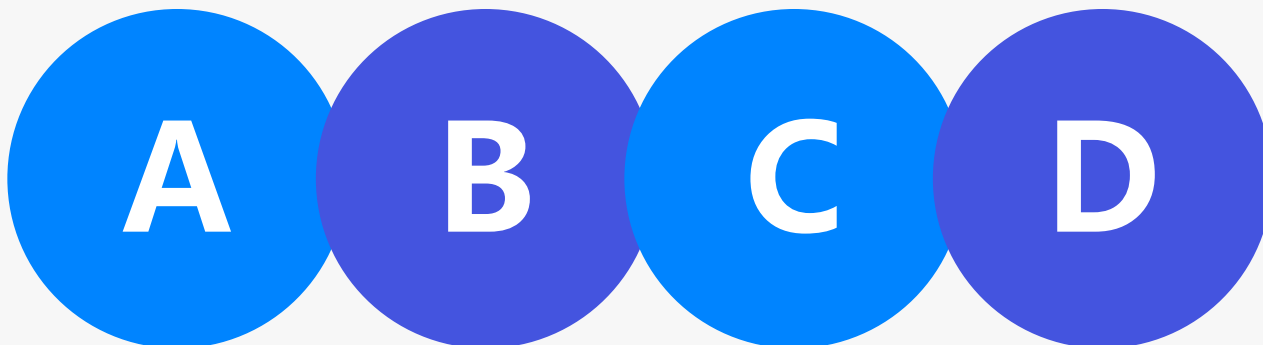
# 项目实施方案

## 实施步骤

详细列出项目实施的各个步骤，包括前期准备、具体实施过程和后期收尾等。

## 资源需求

明确项目实施所需的资源，如人力、物力、财力等，并制定相应的获取和调配方案。

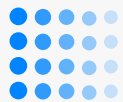


## 时间安排

合理规划项目实施的时间，确保项目能够在规定时间内完成。

## 风险管理

识别项目实施过程中可能出现的风险，并制定相应的应对措施，以降低风险对项目的影响。



# 项目预期成果



## 成果形式

明确项目预期成果的形式，如论文、专利、产品、服务等形式。



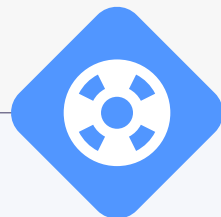
## 成果质量

确保项目预期成果的质量，以达到预期的指标和标准。



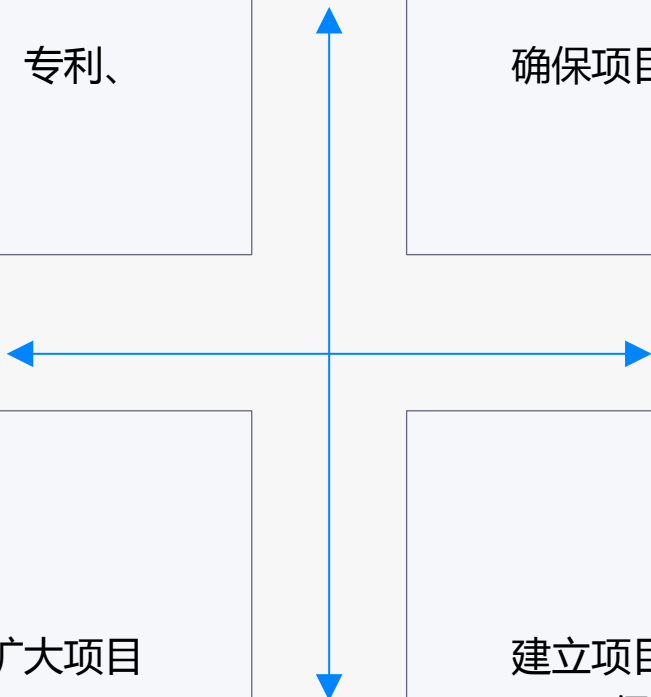
## 成果推广

制定项目预期成果的推广方案，以扩大项目的影响力和应用价值。



## 成果评估

建立项目预期成果的评估标准和方法，以确保项目成果的实际效果和价值。



03

## 团队介绍



# 团队成员

## 队长

负责整体项目管理和协调，具备领导才能和组织能力。

## 成员

各自具备专业技能和特长，负责具体实施和执行计划。



## 顾问

提供专业指导和支持，帮助团队解决技术难题和提供行业经验。

# 团队分工

## 市场调研

负责研究市场需求、竞争态势和潜在机会，为项目提供数据支持。

## 营销策划

负责制定营销策略、推广方案和品牌建设，提升产品市场竞争力。

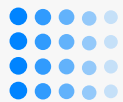
## 产品研发

负责产品设计和开发，实现技术突破和创新。

## 财务管理

负责项目预算、成本控制和收益预测，确保项目经济效益。

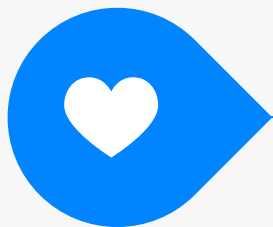




# 团队优势

## 年轻活力

团队成员充满活力和创造力，具备开拓进取的精神。



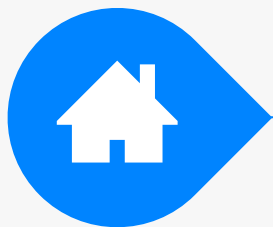
## 专业背景

团队成员具备相关专业知识和技能，能够快速学习和适应新技术。



## 团队协作

团队成员之间相互信任、协作良好，能够高效完成任务。



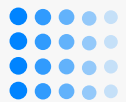
## 创新思维

团队成员敢于尝试新思路和方法，具备创新意识和能力。



04

# 市场分析



# 市场需求



## 调查目标客户群的需求

了解目标客户群的需求和偏好，包括产品或服务的类型、价格敏感度、购买习惯等。

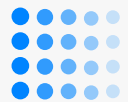
## 分析市场需求趋势

研究市场需求的增长或下降趋势，以及潜在的市场空白和机会。

## 确定市场规模

评估目标市场的潜在规模，以便确定商业计划的可行性和潜在盈利能力。





# 竞争分析

## 分析竞争对手

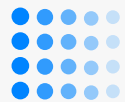
了解竞争对手的产品或服务，分析其优势和劣势，以便制定有效的竞争策略。

## 确定竞争优势

通过比较自身与竞争对手的优势和劣势，确定自身产品或服务的独特卖点，并制定相应的营销策略。

## 制定竞争策略

制定有效的竞争策略，包括价格、产品差异化、市场定位等，以提高市场份额和盈利能力。



# 市场前景

01

## 预测市场发展趋势

基于市场历史数据和市场研究，预测市场未来的发展趋势和潜在机会。

02

## 分析市场风险

评估潜在的市场风险，包括政策变化、经济波动、技术更新等，并制定相应的风险管理措施。

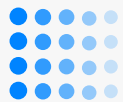
03

## 制定市场拓展计划

根据市场前景和风险评估，制定可行的市场拓展计划，包括产品或服务的升级、市场扩张等。

05

# 实施计划



# 时间安排



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：  
<https://d.book118.com/398112010063006053>