

# 第四届 CMAU 全国大学生市场研究与商业策划大赛

## 项目报告内容要求与匿名评审标准

本次大赛旨在培养与锻炼学生的市场研究与商业策划的实践能力，因此强调报告的实用性与商业价值，以及对实际问题的创新解决。为此，项目报告匿名评审标准分为两个部分：第一部分为市场研究报告，内容包括研究背景与问题、研究设计、数据收集与分析、分析结果解读等。研究报告的评价体系包含问题界定、数据质量、数据分析和研究结论四个一级指标，十个二级指标，合计 50 分；第二部分为商业策划方案，针对第一部分的研究结论，提出具体的整体商业实施方案、可行性分析、预期效果评价、拟执行方案等内容，该部分的评价体系包括策划目标、方案质量与商业价值、社会价值、方案表现力、拟执行方案质量等五个一级指标，以及十个二级指标，合计 50 分；各个部分的内容要求与评审标准如下表所示：

### 第一部分：市场研究报告（50%）

一级指标	指标解读	二级指标	评分	得分
问题界定	问题界定包括三个方面：1、针对企业的特定问题与高层沟通，结合宏观数据、行业信息和探索性调研，梳理并确定企业面临的重大决策问题。2、将重大决策问题转换为信息需求，进而明确调研目的和具体目标。3、调研问题的逻辑推演和科学提炼，进而形成（明喻的或隐喻的）研究的概念模型和相应的研究假设。	背景信息梳理和决策问题洞察	0 1 2 3 4 5 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 最差                      最好	0—15 分
		调研目的正确性和调研目标的清晰合理性	0 1 2 3 4 5 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 最差                      最好	
		概念模型和研究假设的合理性	0 1 2 3 4 5 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 最差                      最好	

数据质量	科学规范的研究设计是数据质量的保证，基本上包括三个维度：1、精心设计的调研问题，具体表现在定量调研中量表和问卷的设计，以及定性研究中的访谈提纲等；2、科学合理的调研对象的选择和规模，包括样本的合理性或饱和度；3、数据收集的现场实施，以及线上调研数据实时收集平台的使用等；4、问卷数据的时效性，数据需在比赛期间收集。	量表和问卷设计，或定性研究中的调研提纲	0 1 2 3 4 5 □ □ □ □ □ □ 最差 最好	0—15 分
		样本设计的合理性	0 1 2 3 4 5 □ □ □ □ □ □ 最差 最好	
		数据的现场收集，或数据收集平台的合理使用	0 1 2 3 4 5 □ □ □ □ □ □ 最差 最好	
数据分析	数据分析不追求复杂高深，但是必须符合统计规范和恰当解决问题，包括数据的预处理方式、数据的分析方法和先进的统计分析软件或平台的使用。	数据预处理的得当性，以及数据分析的合理性和恰当性	0 1 2 3 4 5 □ □ □ □ □ □ 最差 最好	0—10 分
		分析技术的先进性及研究的信度和效度	0 1 2 3 4 5 □ □ □ □ □ □ 最差 最好	
研究结论	主要包括对分析结果的清晰呈现和准确解读，研究结果对决策问题的支持和辅助程度，以及研究的创新性。	分析结果的清晰呈现和准确解读，以及研究结果对决策问题的支持和辅助性	0 1 2 3 4 5 □ □ □ □ □ □ 最差 最好	0—10 分
		研究的创新性	0 1 2 3 4 5 □ □ □ □ □ □ 最差 最好	

## 第二部分：商业策划方案（50%）

一级指标	指标解读	二级指标	评分	得分
策划目标	能结合第一阶段市场研究的结论，并基于企业的战略目标及资源能力，在考虑当前商业环境的条件下，确定合理的商业策划目标。	<b>契合度：</b> 与企业发展现状及目标、资源能力、价值理念、发展规划、所处环境是否契合	0 1 2 3 4 5 □ □ □ □ □ □ 最差 最好	0—10 分

	商业策划目标根据项目的实际情况，可制定长期及中短期目标。长期目标侧重于项目最终给企业带来的改变，属于愿景性目标；中短期目标属于绩效目标，需要明确并具体化。	<b>规范性：</b> 方案界定清晰，符合 SMART 原则，具体的 (Specific)、可以衡量的 (Measurable)、可以达到的 (Attainable)、相关性 (Relevant)、截止日期 (Time-bound)	0 1 2 3 4 5 □ □ □ □ □ □ 最差 最好	
方案质量 与 商业价值	策划方案能体现市场研究的结果，内容及建议具有一定的专业性、合理性及创新性。同时能基于企业资源和市场情况对于实施计划做出较为合理的安排。策划方案所提建议对企业的实际市场发展有一定的启发、参考和借鉴作用，并且需要对财务投入、项目收益等进行分析与预测	<b>专业性：</b> 策划方案能体现市场研究的结果、能运用相应的专业理论和方法论展开分析	0 1 2 3 4 5 □ □ □ □ □ □ 最差 最好	0-20 分
		<b>创新性：</b> 基于市场研究，所提策划方案与建议具有一定的差异化，如商业模式、应用场景、营销策略等，且能为客户提供更好的价值和满意度。	0 1 2 3 4 5 □ □ □ □ □ □ 最差 最好	
		<b>预期绩效与投入产出分析：</b> 策划方案能够在可预测的未来为企业带来相应的、可测量的商业价值，如市场销量、利润等；策划方案要有详细的资金预算，财务预算应本着务实、节俭、准确的原则，不足部分需说明补充资金来源。策划方案要带来可测量的商业价值，方案中体现对于方案收益的分析与预测部分。	0 1 2 3 4 5 □ □ □ □ □ □ 最差 最好	
		<b>可行性：</b> 策划方案计划可行性分析。企业可以通过合理整合现有的资源，通过时间、人力及物力的安排，执行方案，以达到既定目标。	0 1 2 3 4 5 □ □ □ □ □ □ 最差 最好	
社会价值	策划方案内容能够帮助企业解决市场研究问题的同时，又能促进良性发展，体现社会价值。	符合商业伦理，践行企业社会责任，以促进企业与社会共同长期可持续发展	0 1 2 3 4 5 □ □ □ □ □ □ 最差 最好	5 分

方案的表 现力	策划方案整体内容安排合理，有较好的结构及层次性，逻辑清晰。且方案易于理解，可读性强。	策划方案的结构清楚、观点明确、逻辑清晰，且语言组织及表达易于理解	0 1 2 3 4 5 □ □ □ □ □ □ 最差                  最好	5分
拟执行方 案质量	策划方案建议中，选择优先级最高的一个进行详细解读，让企业可以用于实际商业活动执行，即所提方案建议中必须明确指出哪一个方案是企业应该执行的，同时说明为什么和怎么做，便于企业做出决策与实践落地。	选择该建议作为最高优先级的原因是什么，为什么最应该执行该方案	0 1 2 3 4 5 □ □ □ □ □ □ 最差                  最好	5分
		考虑到外在与内部的条件与限制，阐明企业应该如何执行，具体步骤有哪些，以便企业可以落地实施	0 1 2 3 4 5 □ □ □ □ □ □ 最差                  最好	5分