

2017 新竹盃校園創新創業邀請賽

競賽簡章

壹、 活動目的

知識經濟以創新為主流趨勢，而國家競爭力則取決於創新創業發展。期盼透過校園創業團隊間相互交流學習，以發揮靈活創意思維、激發創新能力和培養創業家精神。

創業是一個非常令人嚮往的人生旅程，但往往因為各種困難因素而退怯害怕，其中創業資金不足為最讓人卻步。一般多認為創業所需資金動輒需要上百萬或千萬，不是在學或剛畢業的學生所能承受的。

然而隨著產業型態改變，多元創業已成為校園創業的新形態。本次競賽活動希望打破以往對創業的刻板印象，並邀請新竹地區大學院校同學跨校組隊，激發團隊創新與創意思維，共同一圓創業夢想，藉由媒合創業投資機會，逐步完成自我的人生目標，並為社會帶來貢獻。

貳、 辦理單位

- 指導單位：教育部高等教育司
- 主辦單位：中華大學創新創業中心、教育部獎勵大學教學卓越計畫
- 協辦單位：實踐家教育集團、實踐家國際創業學院、中華大學創新育成中心
- 承辦人員：中華大學創新創業中心 林心怡專員

連絡電話：03-5186693，E-mail：chu.ecsos@gmail.com

參、 報名辦法

一、 報名資格

- (1) 凡新竹縣市境內大學院校之在籍學生均可組隊報名參加。
- (2) 團隊內至少 1 位為新竹縣市境內大學院校在校學生，不限科系及年級，每組團隊人數限 2 至 5 人(可跨科系或跨校組隊，含至多 1 位社會人士)，每人限報名一組隊伍，各隊需指派隊長 1 名，以便後續聯絡。
- (3) 指導老師以 1 位為限，指導老師不列入團隊成員計算。
- (4) 團隊成員於送件截止後不得更換。
- (5) 曾參與跨校性或全國性之創業競賽並有獲得名次者，不得以相同或類似創業計畫書內容再次參加本競賽，經查獲者，則無條件取消競賽資格。

二、報名方式

(1) 評選時程

階段名稱	日期	注意事項
開放報名	即日起	請確認報名資料繳交正確無誤
收件截止日	12月05日(二) 下午5點截止	以中華郵政郵寄方式寄送者以郵戳為憑，親送者需於截止日下午5時前送達，逾期恕不受理。
入圍公布	12月13日(三)	下午4點前公布於中華大學創新創業中心官網 http://ec-sos.chu.edu.tw/
繳交決賽檔案 截止日	12月21日(四) 下午5點截止	請於下午5點前寄到活動聯絡人信箱，逾期恕不受理。 E-mail： chu.ecsos@gmail.com
決賽	12月28日(四)	活動流程將公告於中心官網

(2) 送件地址：**30012 新竹市香山區五福路二段 707 號**

(中華大學創新創業中心 林心怡專員收)

(3) 決賽地點：中華大學研發大樓 1F 育成展覽廳

肆、 競賽辦法：

一、 競賽規則

競賽活動採兩階段進行，共分為初賽(書面審查)及決賽(口頭簡報)，各組通過初賽後擇優進入最終決賽。

二、 需繳資料

繳交項目	份數	規格	內容
報名表	1份	附件一，不得手寫，必須以電子輸入後列印。	各組推派一名隊長，以便連繫。基本資料皆必填，請務必輸入完整系所名稱。
個人資料 提供同意書	2~5份	附件二，組員各親簽一份。	請詳細閱讀附件說明。
切結授權書	1份	附件三，全部著作權人均須親自簽名。	請詳細閱讀附件說明。
營運計畫書	6份	附件四，此格式僅供參考。 需印出紙本一式6份。	以A4紙20頁為限，不得少於5頁，須以中文：標楷體，英文：Time New Roman 字型，字體大小14，段落：固定行高20pt，電腦排版裝訂。
光碟片	1片	請署名【2017 新竹盃 校園創新創業邀請賽- 隊伍〇〇〇〇】	需燒錄所有附件：報名表(電子檔)、個人資料提供同意書(掃描檔)、切結授權書(掃描檔)、營運計畫書(電子檔)

伍、 評分方式

一、 初審標準(書面審查)

- ✓ 初賽審查標準：總分 100 分，審查項目如下表所示：
- ✓ 各組初賽隊伍擇優進入決賽。
- ✓ 初賽成績將保留至最終決賽，佔決賽總成績 50%。
- ✓ 評分項目：已計畫內容完整性、創業主題創新性、商業發展可行性及團隊執行力等為初賽評分基準。

項次	評選項目	評選項目說明	比重
1	計畫內容完整性	計畫內容架構及相關說明完整。	15%
2	創業主題創新性	技術、產品、服務、營運模式等創新性	35%
3	商業發展可行性	1.產品或服務之市場性或獲利能力 2.公司策略及行銷策略之可行性 3.營運模式及商業模式之未來發展性	30%
4	團隊執行力	創業團隊陣容、成員技術及核心能力、執行力及未來發展潛力等	20%
合計			100%

二、 決賽標準(口試簡報審查)

- ✓ 決賽審查標準：總分 100 分，審查項目如下表所示：
- ✓ 決賽每組報告時間 10 分鐘，Q&A 10 分鐘。
- ✓ 評分項目：以書審(初賽)成績、創業可行性、計畫創新性、簡報製作和口頭簡報及 Q&A 表現等為評分基準。

項次	評選項目	評選項目說明	比重
1	書審(初賽)成績		30%
2	創業可行性	1.產品或服務之市場性或獲利能力 2.公司策略及行銷策略之可行性 3.營運模式及商業模式之未來發展性	20%
3	計畫創新性	整體創業之原創性、創新性及獨特性。	20%
4	簡報製作	主題明確、圖文表現恰當、創新表現	10%
5	口頭簡報及 Q&A 表現	評審依團隊簡報表達方式是否條理清晰，及提問意見回覆表現等進行評分	20%
合計			100%

陸、 獎勵方式(擇優錄取，可從缺)

- ✓ 各組優勝之團隊獎金及獎狀。
- ✓ 凡是有參賽之隊伍，頒予每隊隊員參賽證明獎狀乙紙。
- ✓ 凡是有參賽之隊伍，頒予每隊指導老師感謝狀乙紙。

名次	獎金	獎狀
冠軍	新台幣 20,000 元	每組成員各乙紙
亞軍	新台幣 10,000 元	每組成員各乙紙
季軍	新台幣 5,000 元	每組成員各乙紙
佳作	新台幣 3,000 元	每組成員各乙紙

※優勝隊伍將優先媒合「實踐家教育集團」予以投資，並有機會入駐實踐家海外創業孵化基地。

柒、 注意事項

- 一、 參加評選之計畫書，如經人檢舉或告發為他人代勞或違反本評選相關規定，且有具體事實者，則追回入選資格與獎勵。
- 二、 參加評選之計畫書如涉及著作權、專利權等之傷害，由法院判決屬實者，追回入圍資格與獎勵，主辦單位不負任何法律責任。
- 三、 送件申請之計畫書亦不得有抄襲或代筆之情事，若經發現，一律取消參加資格。
- 四、 參加資格不符經發現或相關資料延遲交件者，不予受理。
- 五、 主辦單位收到計畫書後將直接送交評委審查與評分，不做他用。
- 六、 基於公平原則，各申請團隊不得抽換或更改繳交之報名相關資料，請申請團隊在繳交報名相關資料前，仔細確認報名相關資料的正確性。
- 七、 相關活動訊息、場地、時間及結果，均會於評選網站公告。
- 八、 本評選如有未盡事宜，主辦單位保有修改辦法之權益。

捌、 附件

1. 附件一、報名表：各參賽隊伍填寫，一式 1 份，**不得手寫**，必須以電子輸入後列印。
2. 附件二、個人資料提供同意書：參與人員均需填寫一份。
3. 附件三、切結授權書：參加人員均需**親簽**，一式一份。
4. 附件四、營運計畫書：**需印出紙本一式 6 份**，此格式僅供參考。
5. 附件五、光碟片：需燒錄所有附件。

十三、附則：

主辦單位得使用得獎團隊之相關資料作為展覽、宣傳攝影、出版等用途，得獎者有配合相關之宣傳及活動之義務。

《2017 新竹盃校園創新創業邀請賽》報名表

編號：_____ (由主辦單位填寫)

指導老師基本資料					
學校/系所		姓名		聯絡電話	
參賽隊伍基本資料					
隊伍名稱					
創業主題					
排序	姓名	身分證字號	系級/學號	行動電話	E-Mail
隊長 1 (聯絡人)					
隊員 2					
隊員 3					
隊員 4					
隊員 5					
獎狀收件	收件人：				
	收件地址：□□□-□□				

註1：請注意必須以電子輸入，不得手寫。

註2：通訊資料務必確定可以聯絡得到團隊，以免喪失比賽選手的權益。

註3：為製作獎狀，請務必輸入完整系所名稱。

《2017新竹盃校園創新創業邀請賽》 個人資料提供同意書

1. 主辦單位取得您的個人資料，目的在於進行「新竹盃校園創新創業邀請賽」相關工作，蒐集、處理及使用您的個人資料是受到個人資料保護法及相關法令之規範。
2. 本次蒐集與使用您的個人資料如報名表單內文所列，包含姓名、身份證字號、學校系級、學號、聯絡電話、電子郵件及參賽相關文件等。
3. 您同意主辦單位因聯繫所需，以您所提供的個人資料與您進行聯絡；並同意主辦單位於您報名錄取後繼續處理及使用您的個人資料。
4. 您可依個人資料保護法，就您的個人資料向主辦單位：(1)請求查詢或閱覽、(2)製給複製本、(3)請求補充或更正、(4)請求停止蒐集、處理及利用、(5)請求刪除。但因主辦單位執行職務或業務所必需者及受其他法律所規範者，主辦單位得拒絕之。
5. 若您所提供之個人資料，經檢舉或主辦單位發現不足以確認您的身分真實性或其他個人資料冒用、盜用、資料不實等情形，本單位有權停止您的報名資格、錄取資格等相關權利，若有不便之處敬請見諒。
6. 本同意書如有未盡事宜，依個人資料保護法或其他相關法規之規定辦理。
7. 您瞭解此一同意書符合個人資料保護法及相關法規之要求，具有書面同意主辦單位蒐集、處理及使用您的個人資料之效果。

我已詳閱本同意書，瞭解並同意受同意書之拘束（請打勾）

報名者：_____（請本人簽名）

（請本人親簽，每人均須檢附一份個人簽名）

中華民國 106 年 月 日

《2017新竹盃校園創新創業邀請賽》 切結授權書

- 一、 簽署人因參加「2017新竹盃校園創新創業邀請賽」活動，為確保活動之公平性，茲簽定本切結授權書，以昭公信。
- 二、 本隊保證全體組員均已確實了解活動簡章和公告規定，並同意遵守本活動之各項規定。
- 三、 團隊所有成員具結上述各項報名資料正確無誤，以及所參加評選之內容係本人(團隊)之原創著作，若非原創，請註明資料來源出處，若有不實，願自負全部之法律責任。
- 四、 簽署人保證計畫書並無在過全國性或跨校性創業競賽中獲得獎項，若經查獲者則願意取消競賽資格。
- 五、 簽署人願意配合競賽之相關活動，包含成果展示活動；並保證參賽計畫書絕無抄襲等不法行為，如有不法行為，將自負一切法律責任，並被取消比賽及得獎資格，無條件歸還所領取之獎金及獎狀。
- 六、 簽署人同意參與競賽活動而提供之競賽資料內容，如計畫書、簡報、影片及個人資料等，無償授權主辦單位公開使用於推廣活動及創業教育等用途並可將其內容作數位化、展覽及編輯出版等形式之保存及轉載。本授權為非專屬授權，簽署人仍擁有授權之著作權，也仍保有將本所有內容作其他任何用途之權力。

簽署人：(全部著作權人均須親筆簽名)

_____/_____ (簽名)

_____/_____ (簽名)

_____/_____ (簽名)

中華民國 106 年 月 日

《2017 新竹盃校園創新創業邀請賽》
營運計畫書

創業主題：_____

營運(創業)計畫書

學校名稱：

團隊名稱：

隊長姓名：

隊長電話：

團隊成員：

中華民國 106 年 月 日

目 錄

壹、 執行摘要

(限 A4 紙一頁內，得以凸顯計畫書內容特色與創新加值服務之重點)

貳、 創新與創業構想

參、 團隊介紹及公司簡介

肆、 產業與市場概況分析

伍、 商業模式 (審查重點)

陸、 技術與發展計畫 (若無可免)

柒、 業務拓展與行銷策略

捌、 財務計畫分析

玖、 生產製造規劃 (若無可免)

壹拾、 風險評估

壹拾壹、 結論與期許

壹拾貳、 其他附件(可提供有利於評分之佐證參考資料)

(注意：本撰寫格式以 word 檔 A4 紙，須以中文：標楷體，英文：Time New Roman 字型，字體大小 14，段落：固定行高 20pt，電腦排版裝訂；總頁數以 20 頁為限，不得低於 5 頁(含摘要)，請標註頁碼，上列格式之「摘要及審查重點項目」為必要項目，其他章節大綱原則僅供參考，可酌於增減。)

LOGO

□□ 營運計畫書

壹、執行摘要

請簡略說明：創業動機或撰寫目的；

計畫目標；

計畫之重要性；

計畫內容簡介；

結論摘要。

貳、創新與創業構想

參、團隊介紹及公司簡介

一、公司名稱

(1) 公司中文名稱 (含公司 Logo 或 CIS)

(2) 公司英文名稱

PS：若尚無公司名稱與避免其他企業同名，可先至商業司預查。

二、設立公司緣由及目標

(1) 公司成立日期、創業源起及設置地點

(2) 企業沿革與文化

(3) 主要經營項目或營業範圍

(4) 公司資本額、目前從業人員數、股東結構

(5) 公司願景、使命、經營方針、策略目標、品質與環境政策

三、公司組織與成員職掌、簡歷

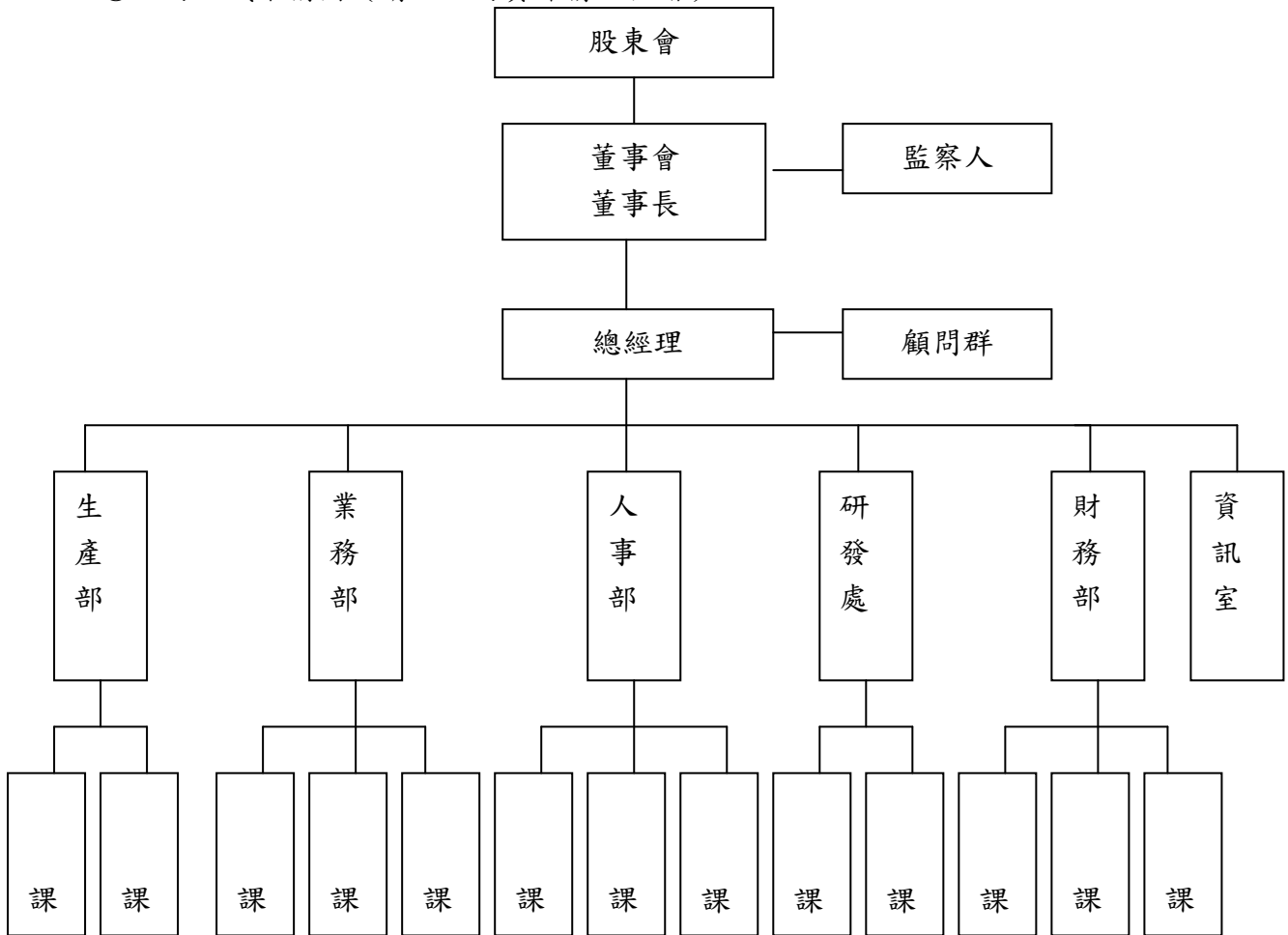
(1) 組織架構圖

(2) 經營團隊的學經歷、產業經驗與執掌業務說明

(3) 人力分配

(4) 未來人力資源規劃

◎公司組織架構圖（請依公司實際情況描繪）



◎經營團隊簡歷

編號	姓名	職稱	最高學歷	專業領域與經歷	持股比率
01	楊 XX	董事長	XX 大學博士	電力品質...曾任....	
02	張 XX	總經理	XX 大學碩士	企業管理...曾任....	
03	陳 XX	財務經理	XX 大學學士	財務會計、稽核...	
04	游 XX	管理經理	XX 大學學士	企業管理	
05	莊 XX	研發經理	XX 大學博士	光電、通訊	
06	李 XX	業務經理	XX 大學學士	新產品企畫與銷售	
07	王 XX	製造經理	XX 大學學士	工業工程、品質管理	

◎人力分配

職別	博士	碩士	學士	專科(含)以下	合計
管理人員					
研發人員					
其他					
合計					

*未來人力資源規劃（略）

肆、 產業與市場概況分析

(1) 主要購買者 (目標市場)

依據產業現況分析來界定企業未來發展之市場區隔 (Segmentation)、目標客戶群(Targeting)及定位(Positioning)。

(2) 產品策略 SWOT 分析

採取 SWOT 分析，找出公司的競爭優勢、劣勢、機會與威脅，以擬定經營策略。

★SWOT 分析

優勢 S	劣勢 W
機會 O	威脅 T

(3) 競爭產品現況評估

	優點	缺點
本公司		
競爭對手 A		
競爭對手 B		

(4) 市場可能分佈及未來市場潛力分析

(5) 預期成長率與市佔率

(6) 其他

伍、商業模式

商業模式為實現客戶價值最大化，把能使企業運行的內外各要素整合起來，形成一個完整的、高效率的具有獨特核心競爭力的運行系統，並通過最優實現形式滿足客戶需求、實現客戶價值，同時使系統達成持續贏利目標的整體解決方案。

The Business Model Canvas Designed for: _____ Designed by: _____

On: _____ By: _____ Rev: _____

<p>Key Partners</p> <p>Who are our Key Partners? Who are our Key Suppliers? Which Key Resources are we acquiring from partners? Which Key Activities do our partners perform?</p> <p><small>Key Partnerships</small></p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Co-opetition 2. Joint ventures 3. Strategic alliances 4. Licensing 5. Reseller/distributor 6. Complementary products/services 	<p>Key Activities</p> <p>What Key Activities do our Value Propositions require? Our Distribution Channel? Customer Relationships? Revenue Channel?</p> <p><small>Key Activities</small></p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Production 2. Problem-solving 3. Logistics 4. Platform/network 5. Mergers/acquisitions 6. Mergers/acquisitions 	<p>Value Propositions</p> <p>What value does a customer get from the customer? Which one of our customer problems are we helping to solve? What benefits do products and services are we offering to solve Customer Segments? Which customer needs are we satisfying?</p> <p><small>Value Propositions</small></p> <ul style="list-style-type: none"> 1. New products/services 2. Performance improvements 3. Customization 4. Convenience 5. Cost reduction 6. Risk reduction 7. Access to new markets 8. New forms of interaction 9. New forms of delivery 	<p>Customer Relationships</p> <p>What type of relationship does each of our Customer Segments expect us to establish and maintain with them? Which customer are we satisfying? How are they interacting with the rest of our business model? How are they interacting with the rest of our business model?</p> <p><small>Customer Relationships</small></p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Personal assistance 2. Self-service 3. Automated services 4. Community 5. Co-creation 6. Status 7. Access to experts 8. Concierge 9. Personalized 10. Self-service 11. Self-service 12. Self-service 	<p>Customer Segments</p> <p>For whom are we creating value? Who are our most important customers? Which customer segments are we targeting? Which customer segments are we targeting? Which customer segments are we targeting?</p> <p><small>Customer Segments</small></p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Mass 2. Niche 3. Segments 4. Segments 5. Segments 6. Segments 7. Segments 8. Segments 9. Segments 10. Segments 11. Segments 12. Segments
<p>Key Resources</p> <p>What Key Resources do our Value Propositions require? Our Distribution Channel? Customer Relationships? Revenue Channel?</p> <p><small>Key Resources</small></p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Physical 2. Intellectual 3. Human 4. Financial 5. Channels 6. Infrastructure 7. Infrastructure 8. Infrastructure 9. Infrastructure 10. Infrastructure 11. Infrastructure 12. Infrastructure 		<p>Channels</p> <p>Through which Channels do our Customer Segments want to be reached? How are we reaching them now? How are we reaching them now? Which ones are most cost-efficient? How are we interacting them with customer relations?</p> <p><small>Channels</small></p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Direct 2. Indirect 3. Direct 4. Indirect 5. Direct 6. Indirect 7. Direct 8. Indirect 9. Direct 10. Indirect 11. Direct 12. Indirect 		
<p>Cost Structure</p> <p>What are the most important costs to control in our business model? Which Key Resources are most expensive? Which Key Activities are most expensive? Which Key Activities are most expensive?</p> <p><small>Cost Structure</small></p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Variable 2. Fixed 3. Variable 4. Fixed 5. Variable 6. Fixed 7. Variable 8. Fixed 9. Variable 10. Fixed 11. Variable 12. Fixed 		<p>Revenue Streams</p> <p>For whom do we create value? For what do they currently pay? How are they currently paying? How would they prefer to pay? How much does each Revenue Stream contribute to our total revenue?</p> <p><small>Revenue Streams</small></p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Transactional 2. Subscription 3. Transactional 4. Subscription 5. Transactional 6. Subscription 7. Transactional 8. Subscription 9. Transactional 10. Subscription 11. Transactional 12. Subscription 		

www.businessmodelgeneration.com

陸、 技術與發展計畫（請描述將開發之內涵及其應用）

科技自成立以來，不斷追求產品之創新，產品已陸續推出市場，並長期深獲各界好評，為提昇公司未來競爭力，將開發更先進產品，技術與成品相關說明如下：

(1) 創新性說明、技術評估

A. 創意或創新性說明

B. 產品技術評估

項目	技術來源	技術規格	優劣功能比較

C. 可行性分析

D. 成品歷史、特性

E. 智慧財產權檢索

F. 技術所有權分佈

- (2) 說明產品研發技術來源及團隊專長；
- (3) 說明企業在產業技術之領先地位；
- (4) 說明公司當前所擁有的專利數量與價值，及對智慧財產權管理之態度；
- (5) 說明企業的技術策略規劃或是否可能採技術研發策略聯盟方式；
- (6) 是否引進國內外之企業外部研發人才；
- (7) 已投入或預計投入之研發計畫經費；
- (8) 說明未來技術與研發可能的研發風險；
- (9) 預期效益與成果。

柒、業務拓展與行銷策略

一、業務拓展計畫

訂定短中長期業務目標、擬定營業展開方案、業績責任分派、營業地點選擇、是否尋求代理商等。

二、商品化計畫

請說明成品設計包裝（是否委託企管顧問、設計專業人士處理協助）及成品推出時程與價格。

三、行銷策略(4P+STP)

- (1) 產品定位
- (2) 價格策略
- (3) 行銷通路
- (4) 售後服務
- (5) 推廣企劃

捌、財務計畫分析

應先將企業發展模式及行銷策略做完整思考，並利用圖表進行企業財務預估報表說明。

請列出可能營收，並依企業短中長期之發展進行營業收入估算說明。

財務報表說明：

- (1) 資產負債表
- (2) 現金流量表
- (3) 預估未來三年損益

未來三年損益評估			
	第一年	第二年	第三年
營業收入			
營業成本			
營業毛利			
營業費用			
營業淨利			
營業外收入			
營業外支出			
稅前淨利			

※表列陳述為正常評估（亦可加上樂觀與悲觀風險評估分析及對策）

玖、生產製造規劃

請說明建廠計劃、製造設備、生產人力、場所、製程說明、原物料需求、品管制度、是否設計後委託協力廠量產。

壹拾、風險評估

一、主要風險

- 營運風險：關鍵材料、零組件供應、庫存、產品模組化設計、新產品開發等
- 財務風險：匯率變動、市場價格、資金需求及流動性等風險
- 信用風險：來自於現金、短期投資和應帳款等風險

二、因應措施及分析

- 營運風險：分散貨源、建立網際網路系統、增進研發或開發技術及產品的能力
- 財務風險：簡化避險操作、產品區隔及差異性、保持資金供給多重管道、開發籌資管道
- 信用風險：評估客戶之財務狀況、必要時可要求提供擔保或保證

三、思考退出策略

壹拾壹、結論與期許

壹拾貳、其他附件

凡是無法於前項充分說明的部分皆可歸於此項一併介紹，例如公司或經營團隊所擁有之商標或專利權證明等。