

# 参赛队招商手册

RoboMaster 商务组

## 目录

概述 .....	2
特别声明 .....	2
一、 参赛队招商对象及流程 .....	3
【招商对象】 .....	3
【招商流程】 .....	3
二、 赞助商义务及权益范围 .....	4
【赞助商分类】 .....	4
【赞助商义务】 .....	4
【赞助商权益】 .....	5
【特殊权益说明】 .....	6
【参赛队赞助商与组委会】 .....	7
三、 招商审核 .....	8
【参赛队赞助商规范】 .....	8
【赛事权益指导价格】 .....	9

## 概述

RoboMaster 组委会本着鼓励参赛队自主寻找赞助的原则，为保障各参赛队招商工作顺利开展，特针对 RoboMaster 2021 修订《参赛队招商手册》，并撰写《参赛队招商指南》为参赛队提供招商规范说明。

本《参赛队招商手册》是针对 RoboMaster 2022 及其相关二级赛项的各参赛队定制的招商规范手册。在赛事准备过程中，各参赛队如需要引入社会资金及资源，可根据本《手册》规范的准许招商内容开展相应招商工作。在招商过程中，组委会将对各参赛队的招商工作进行协助配合以及相应的规范监督。

请有意向在 2022 赛季发展招商工作的参赛队同时阅读《参赛队招商指南》。

## 特别声明

（一）该《招商手册》用于指导参赛队的自主招商行为，在该办法规定范围内，根据实际情况进行调整。

参赛队伍与赞助商之间的权利义务将在双方签订的《合作协议》中具体体现。

（二）该《招商手册》所涉及的赞助项标价，各参赛队可根据实际赞助需要进行调整，各项目实际赞助价格将根据合作双方共同签订的合作协议内容为准执行。

（三）各参赛队伍可根据需要决定是否对外招商或选择赞助资本。同时须对其自主招商的行为负有相应的法律责任和义务。签约双方对由该合作而产生的一切后果负有全部法律责任；组委会不对参赛队赞助商的行为负责。

（四）大赛组委会将在参赛队自主招商过程中予以相应帮助和规范监督，若在其自主招商的过程中，出现有损 RoboMaster®权益的行为，组委会有权叫停其赞助申请。

（五）未尽事宜，将在各参赛队与赞助企业签订的《合作协议》中具体体现，或由组委会发布的招商补充说明中进行规范阐述。

## 一、 参赛队招商对象及流程

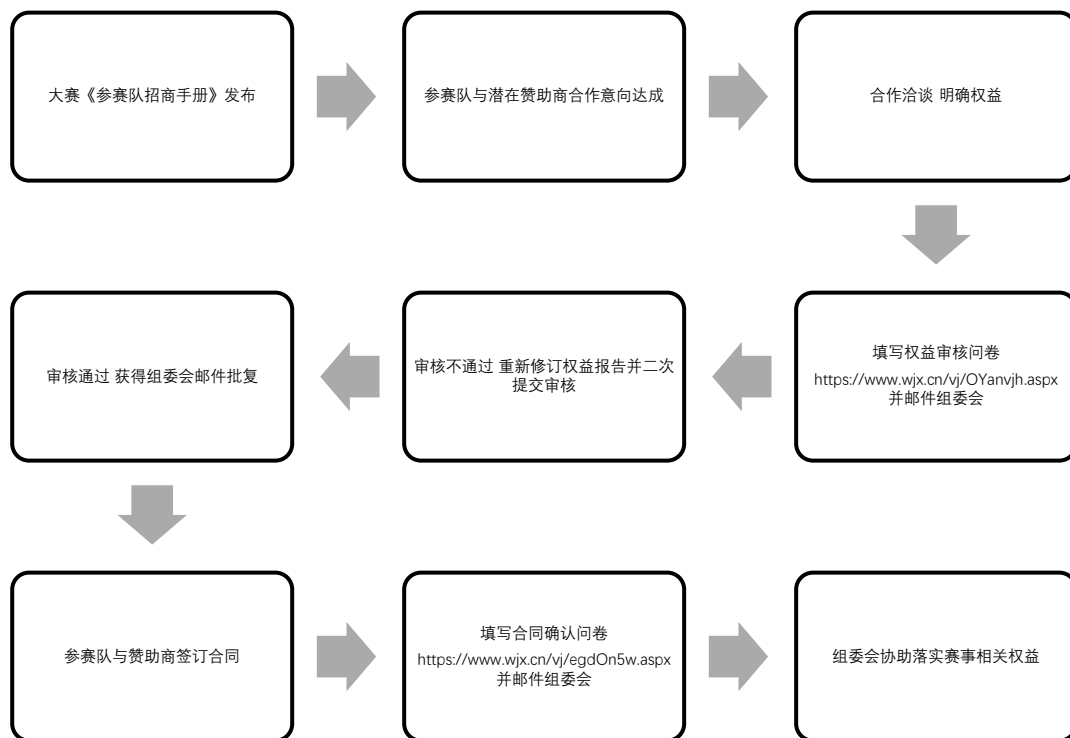
### 【招商对象】

根据中华人民共和国法律有效注册成立并依法经营，从事经营科技产品研发行业、智能算法研发行业、电子通讯行业、汽车行业、餐饮行业、娱乐行业、公益领域、创意产业行业以及经赛事组委会认可的其他行业，均可应征成为“全国大学生机器人大赛 RoboMaster2022 机甲大师赛”参赛队的赞助企业。

### 【招商流程】

大赛组委会鼓励各参赛队自主寻找赞助商，解决队伍资金、物资等方面的需求。在其开展招商工作过程中，为保障各参赛队的利益同时维护大赛整体品牌形象及招商体系完整，各参赛队伍需根据该招商流程开展招商工作：

\*如申报冠名权益，请及时和赛务确认队伍改名 DDL，在期限内完成商务申报及赛务申报；商务不协助战队代办冠名修改申报



参赛队招商权益审核流程图

赛事内的权益体现（如参赛战队冠名在 OB 系统的体现，机器人广告位在比赛中的体现）需要参赛队向组委会提交合作确认邮件，并附上组委会权益审核批复邮件及合同电子版，方可通过并执行。

为便利招商经理提交招商审核信息，权益审核与合同确认提交方式为问卷填写，具体问卷地址请在招商经理群公告处获取。请各位招商经理认真填写，并为申报信息负责。

## 二、 赞助商义务及权益范围

参赛队招商项目仅针对参赛队伍的配套服务和赞助支持，不涉及到以 RoboMaster 赛事为主体的相关回报及权益。其具体赞助权益体现需以合作双方签署且经组委会审核通过的《赞助合作协议》为准。

### 【赞助商分类】

#### 1. 参赛队冠名赞助商 1 席/赛队

给予赛队最多支持，有权对指定参赛队进行冠名。赛队机器人、战队服装规定位置可喷绘和张贴其品牌 logo 或产品名称。也可提供其他权益。具体请参考《参赛队招商指南》。

#### 2. 参赛队赞助商 若干/赛队

给予赛队一定的经费及资源支持。

#### 3. 参赛队合作伙伴 若干/赛队

给予赛队一定的资源支持。权益少于赞助商。

### 【赞助商义务】

**经费支持：**承担参赛队伍的部分开支（研发生产、差旅交通等）

**其他支持：**合作双方达成的其他合作内容

**注意：**该项赞助行为是参赛队与赞助商在参加 RoboMaster 2022 及相关二级赛事的基础上达成的合作，需

充分尊重赛事组委会的立场，不得以任何方式侵害 RoboMaster 赛事组委会及 RoboMaster 赛事官方赞助商的利益。

## 【赞助商权益】

**时间：**参赛队赞助商享受权利的时间为合作赞助协议生效之日起至合同期满为止；

**地域范围：**在不违反相关国家法律的前提下，参赛队赞助商可在其所赞助的队伍参与的赛事环节及区域范围内使用 RoboMaster 组委会支持的相应权益：

### 1. 校园内宣传

- a. 参赛战队自有微博、微信、官方网站等社交媒体中进行赞助商品牌体现
- b. 参赛战队自有及与其他校园主体联合的宣传资源中进行赞助商品牌体现
- c. 参赛战队在校园内举办招新等宣传活动中进行赞助商品牌体现
- d. 参赛战队可使用赞助商提供的零配件并作为战队指定使用产品

### 2. 分区赛及全国赛宣传

- a. 赛事官网比赛系统内，有关赛队的介绍内容，可通过战队名字呈现其冠名赞助商品牌，详细规定请看下文“特殊权益说明”
- b. 在赛队各项比赛中备场区域放置的战队宣传物料，可进行赞助商品牌体现（海报\*1，易拉宝\*1，不接受纯赞助商商业广告）
- c. 选手服装可进行赞助商品牌及 logo 体现，详细规定请看下文“特殊权益说明”
- d. 机器人机体广告位可进行赞助商品牌及 logo 体现，详细规定请看下文“特殊权益说明”

### 3. 其他

- a. 合作协议中体现的其他赞助回报项目（具体由合作双方洽谈商定）须获组委会审核
- b. 其余未列明的赛事权益的最终解释权归组委会所有

- c. 请各战队填写《附录一：权益审核报告模板》，并提交权益及合同审核，获得组委会就赛事相关部门的权益支持。

### 【特殊权益说明】

#### 1，冠名权：

赛队冠名赞助商有权为指定参赛队进行冠名（如：XXX-战队名称，请根据 20 赛季规则中赛队名称章节修改）。参赛队冠名赞助商享有 RoboMaster 组委会授予的指定赛队的冠名权益，且在《合作赞助协议》中最终确定的相应称谓方式。冠名赞助商可凭借冠名权益获得组委会在赛事通知等涉及队名露出的渠道的品牌名称露出。

#### 2，参赛队服饰广告位：

参赛队在参与比赛过程中若统一穿着比赛服装，其广告位置需进行规范。

以下规范为统一标准，各参赛队在其设计各自参赛队队服过程中，在不违反大赛统一规定前提下，可对服饰进行样式、材质的独立设计和制作。

对于服饰广告位置建议规划如下：

序号	元素内容	建议体现位置	备注
1	冠名赞助商 logo	体现在服饰正前方胸口位置	准许进行招商
2	一般赞助商 logo	体现在袖口，衣角等位置	准许进行招商
3	合作伙伴 logo	体现在背部颈口位置	准许进行招商

#### 3，机器人机体广告位：

参赛战队可在机器人车体上喷绘或粘贴赞助商品牌 logo 或产品名称。广告位须满足以下要求：

- 1) 广告位应放置在机器人左右两侧，且与装甲模块侧灯的最短直线距离不小于 30mm

- 2) 单个广告位区域面积不超过 100mm\*100mm，区域内 logo 数量不限
- 3) 广告位喷绘或贴纸不可遮挡裁判系统及装甲板，为保美观，请保证粘贴服帖。
- 4) 为不影响机器人视觉识别效果，请勿在广告位中使用红色、蓝色等颜色，喷绘或贴纸不可发光或反光，请勿选择荧光色。建议做 logo 反白。
- 5) 相关条例的裁决由现场检录结果为准。如出现外观不满足规范的情况，检录员会要求更正广告位的位置及大小，或要求撤下广告位。

### 【参赛队赞助商与组委会】

参赛战队赞助商可使用组委会公开发布的，与其赞助队相关的素材，但需要获得组委会授权并注明素材来源（具体授权形式以宣传组公布为准）。素材的收集整理由赞助商组织宣传人员或战队宣传/招商经理负责，组委会将不会额外安排人力处理战队赞助商的需求。

参赛战队赞助商不可通过赞助赛队的关系进入大赛的内部交流渠道，或利用战队成员在大赛的内部交流渠道中发放商业广告及招聘信息。一切通过官方渠道，面向全部参赛战队发放的通知，都需要经过官方审核。

参赛战队赞助商不可模糊其赞助商身份，如非冠名赞助商称为冠名赞助商，也不可模糊其赞助对象，如对外暗示其赞助了比赛本身。如有战队赞助商对外暗示其赞助了比赛本身的信息，组委会有权要求对方立刻撤销相关信息并发布道歉声明。

以上组委会严令禁止的行为，战队赞助商如有违反，组委会将对该企业追究法律责任，并视情节轻重对参赛战队进行全赛季取消零部件购买优惠至强制退赛不等的惩罚。

### 三、招商审核

#### 【参赛队赞助商规范】

赛事组委会秉着充分支持各代表队招募赞助商的原则，为规范赛队赞助商的构成，制定了相应的规范。具体如下：

1. **招商对象**：参赛队赞助商的招商对象需在赛事组委会的规定范畴内进行招募；
2. **审批流程**：参赛队在与选取的赞助商签订合同前，需向赛事组委会提交《权益审核报告》，经赛事组委会审批通过，参赛队方可签订合同接受相关赞助；
3. **招商标准**：
  - a. 需在赛事组委会规定招商范畴内的行业；
  - b. 需拥有合法的经营许可的正规企业；
  - c. 对赞助队伍进行包括资金、产品、形象包装方面的赞助支持，不包括技术支持；
  - d. 赛队赞助商企业或品牌不得与赛事本体品牌有重合和冲突；
  - e. 赛队赞助商企业或品牌不得与组委会官方赞助商的的品牌有重合或冲突；
  - f. 赛事组委会拥有对参赛队赞助商的最终审核权限，未经组委会通过的赞助商将不享有赛事有关的赞助商权益，同时组委会将与相应战队进行协调，且组委会有权责令该参赛队终止与该赞助商的一切合作协议；
  - g. 参赛队伍及其赞助商，不得对其他赛会赞助商进行品牌攻击或不正当竞争行为；
  - h. 赞助协议中所有的权益都需组委会审核，若在比赛现场出现未在合同中列明的权益，组委会有权取消未列明的权益需求；
  - i. 其余未尽事宜的最终解释权归组委会所有。



## 【赛事权益指导价格】

为规范参赛队招商秩序，避免出现价格竞争影响市场的现象，组委会对参赛队涉及赛事露出的部分

（如：队服广告位，机器人广告位）给出以下建议赞助额：

过往战绩	建议赞助额	备注
新赛队	10000 元	1. 该价格是针对单个涉及赛事露出权益赞助商的建议最低总价（含资金及物资价值）。 2. 该建议赞助额的增加基于赛队出战场次总数及露出时长的增加。赛队可根据其他权益等因素对赞助费进行酌情增减。强烈建议赛队开发多种宣传方式，提升自身权益价值。 3. 赛队进行权益申报时，赞助资金/物资总额若低于建议赞助额，需说明原因。 4. 冠名赞助商价格建议是此价格的 2-5 倍。
分区赛二等奖	20000 元	
赛队		
三十二强赛队	30000 元	
八强赛队	50000 元	
四强赛队	100000 元	

该指导价格服务于对抗赛赛队，单项赛及二级赛项（不涉及直播等露出）战队招商可适当降低金额  
 组委会对赛事权益指导价格会定期进行修改调整并有最终解释权