1. 根据目前已有的市场调查数据，许多新兴银行，证券公司等都需要大量扩大客户量，并都把学生看作潜在客户。其他的网购平台，医疗美容机构及刚刚开业的学校周边餐饮和娱乐场所，都想要面向高校学生这一庞大群体进行有效的宣传。
2. 商家在杂志、网络、电视平台上进行广告宣传的方式，不仅投资多，而且宣传效果也不是很好。
3. 随着校园文化的日益丰富，大学生们举办的各种文体活动越来越多，学生会等各学生组织和社团都设有外联部，负责和社会上的企业进行沟通，通过为企业进行宣传来获得活动的经费。但由于缺乏相应的途径，拉赞助的过程不但繁琐耗时而且效果也不突出。
4. 大量的公司企业开始向校园文化赞助这一宣传方向发展，却苦于和各大高校的学生组织无法取得直接有效的联系。