

最新创意机器人设计方案及图纸(汇总5篇)

为了确定工作或事情顺利开展，常常需要预先制定方案，方案是为某一行动所制定的具体行动实施办法细则、步骤和安排等。通过制定方案，我们可以有计划地推进工作，逐步实现目标，提高工作效率和质量。下面是小编为大家收集的方案策划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

创意机器人设计方案及图纸篇一

在银行竞争激烈的今天，各家商业银行金融产品已经在一定层面上不断进行创新，但创新也不能盲目追风，要讲究成本效益，创新的产品一定要有需求，有效益，并要因地制宜，及时、适时推出。

根据我行在业务经营中的实际情况和市场需求，从产品的实用性、可行性和效益性，提出以下几款新产品供参考。

(一)产品创意名称

存折、银行卡自助业务

(二)产品推出的必要性和紧迫性

当前各家银行都在根据市场需求研发创新产品、改进服务和业务流程，商业银行要想在竞争中立于不败之地，产品的研发、服务的改善、流程的再造、科技手段的使用等方面是当前面临的必要的而且是十分紧迫的一项任务。

我行的许多网点是设在商业中心、批发市场(小商品、建材、木材)周边、居民区、乡镇农村等。现代百姓工作繁忙、生活节奏加快，建议及时推出一些自助业务，只有银行的服务与

产品先进化、科技化、科学化才能留住客户，抢占市场份额。

从适用目标客户群及应用领域、主要功能两大方面阐述：

目前持有存折的人群主要为老年人群和文化水平、理解能力偏弱或对银行操作不太信任的人。老年人在柜面办业务慢而拥挤，基于这种状况，可在自助区增加多媒体机，实现存折余额的查询、补登记、存取款、代收费等功能。

另外，银行卡偏多，客户钱包一堆一堆的卡，目前交通银行已有用手机在自助存取款机上实现取款，无需用卡，方便时尚，老少适宜。

适应中低端客户和各个网点。在细微处、别人忽视处着手创新，用科技手段来解决问题，体现农行与时俱进及大行德广风范。

存折、银行卡自助业务创新点：从柜面办理转为自助办理，突出科技优势。业务都是从细微处入手，想客户所想，市场需求旺盛，潜力大；与现有相关产品关系：

不是新创造的产品，而是对原有产品功能和服务进一步完善，以解决实际生活、工作中存在的问题；新产品市场前景预测：提升银行形象，吸引更加广泛的客户群体，存款增加，扩大市场份额的占有；新产品定价及成本效益分析：投入的成本主要是现代化的多媒体机器，得到的效益是长远的，一是提升银行形象、存款增加、大客户落户等。

二是有效缓解柜面工作，使得柜面上能办理更多收益更高的业务，经济效益能得到提高。

三是为社会做出了更加完善的金融服务，解决了老百姓日常生活中的锁事、烦事；风险点及防控措施：换币业务对假币的识别是一个风险点，加强机器对假币识别功能；部署渠道及要

求：科技部、资产运营管理部。要求科技兴行，完善风险防范机制，尽量用程序、科技控制风险点，规范管理，提升服务层次。

创意机器人设计方案及图纸篇二

从市场营销的角度看，产品指能满足购买者某种需要的物品及随同产品出售时所提供的各种服务，这是产品的整体概念。产品整体概念包含核心产品、形成产品和附加产品。

又称实质产品。这是产品整体概念最基本、最主要的层次。它是顾客购买的目的所在，是顾客追求的效用和利益。顾客购买一种产品，不仅是为了占有一件有形的、可触摸的物体，而是为了满足自身特定的需要和欲望。因此，在产品策划中必须以产品的核心为出发点和归宿，设计出真正满足消费者需要的产品。

是指产品的实体。这是对目标顾客某一需求的特定满足形式。要满足买主追求的利益，必须通过有形产品体现出来，可以说，有形产品是核心产品的转化形式。产品存在的物质形式主要有五种特征可供辨认：质量水平、产品特色、产品款式、品牌以及包装。例如电冰箱，有形产品不仅指电冰箱的制冷功能，而且还包括它的质量、造型、颜色、容量、品牌等。加深对产品实体上述五个方面的认识，有助于产品策划的全面开展与实施。

即顾客在购买产品时所获得的各种附加服务或利益的总和。它能满足顾客更多的需要。它包括提供产品说明书，产品保证、安装、维修、送货、技术培训、售前与售后服务等。如计算机生产者，不仅出售计算机，而且还提供工作指令、软件程序、规划系统、人员培训、安装维护、产品保证等一系列服务项目。可以预见，未来市场竞争的关键，在于产品所提供的附加价值，包括安装、服务、广告、用户咨询、购买信贷、及时交货和人们以价值来衡量的一切东西。因此，企

业期望在激烈的市场竞争中获胜，必须极为重视服务，注重售前、售中和售后服务的策划。

产品整体概念要求企业提供产品质量、外观物美的同时，注重产品附加价值的开发。根据对产品的这一认识，全面满足消费者的需要常常成为产品策划的出发点。如在空调设计中，就面临着全面满足消费者需求的问题。

产品整体概念由于深刻地挖掘了产品的‘内涵，这就有利于产品策划在某一层面、某一角度进行深入诠释，形成产品有别于同类竞争产品的独特个性。

产品整体概念的树立有利于产品策划在各个层面上与同类产品展开竞争，如果一项产品其核心产品、产品实体、附加产品的三个层面上都比同类产品领先，那么，这一产品市场地位是不言而喻的，并且可以从多个侧面树立企业形象，确定企业的市场地位。

创意机器人设计方案及图纸篇三

校园文化创意产品是具有一定文化价值、纪念意义。从消费者的角度考虑，应该是文化特征强、易于宣传推广的产品占主流。根据调查显示，购买群体以学院师生为主，在设计定位上重点考虑易于推广、需求量大、性价比高的文化产品，针对一些有需求的人群，满足校园文化的传播功能。

根据校园文化创意产品的设计定位的目标消费人群，可以按照不同种类的消费人群来分类为：大一新生所需要的新生手册、大四同学所需要的毕业纪念册、校园风景、校园建筑明信片集、用来与校外作交流的商务礼品套盒等。

（一）新生手册

新生手册，包括新生进入校园生活的需求为设计原点。比如

学校的手绘地图，可以让新同学更快了解我们的校园，及早进入大学生生活的状态。当然，衣食住行是大学生们的生活必须，可以在手绘地图中加入了一些生活元素，如学校周边比较有特色的小店，以及对这些小店的推荐原由，让同学们快速的寻找到属于自己的口味。针对学院所在的地理区位，宣传城市文化。如：武汉是一个比较繁华的城市，有着自己深厚的文化及历史。作为刚刚来到这个城市的新同学们肯定是又欣喜又好奇，新生手册里面会有大武汉的推荐游玩地点，还会有极力推荐的小吃，以及到达该位置的详细地址及乘坐方式。还可以约上同在武汉上学的同学一起去游历武汉，在文化产品的设计制作上加上一些有用的信息，如：赴各大高校的乘车方式、学校所在城市的风景名胜、文化旅游地、吃喝玩乐地图推荐等等。

（二）毕业纪念册

毕业纪念册主要的目标人群是大四学子，即将毕业的学生，他们对青春岁月充满缅怀，在设计上，会通过一些形式感让他们一看到就会回想起母校。其中包括校园风景明信片、校园生活明信片、校园台历等。将校园里具有代表性的建筑、四季风景、学生活动等精选整理成系列明信片来唤醒记忆。同时还可以配套设计一些校园贴纸、校园印章等文化辅助产品。留出diy的空间，定制一份属于自己的独家记忆。

（三）商务礼品套盒

商务礼品套盒是为了加强学院与其他兄弟院校之间更好的相互交流，最主要体现高校自身特色，把校园文化、建校历史和教育教学特色等展现出来。商务礼品套盒多为兄弟院校往来馈赠之用，可搭配一个精美的笔记本，笔、名片夹等内容。力求以实用、好用的形式展示校园文化。

（四）个性礼品各个方面展开设计，在定位上以日用消耗品为主，考虑普遍性与实用性。例如校园文化的文具系列设计，

可以设计和制作一些个性零钱包、文艺布袋等产品。此外，装饰品也可以纳入个性礼品这一栏，校园文化装饰品的设计要注意其摆设的环境，可以将其大致分为办公环境、家居环境、宿舍环境。办公环境的装饰品既要外形材质美观，尺寸又要适用于办公环境，这并非是限制其设计尺寸，而是要注意其摆放方式如在书橱里、办公桌上、还是落地的墙边或角落。其设计要求相对比较严肃、庄重适于办公场所。而对于适宜摆放在室内环境的校园文化装饰品设计则可以相对设计得活泼轻松、愉悦。在尺寸上也应有相应考量，如：大学宿舍环境一般相对狭小，在设计尺寸上考虑适应性，如果是尺寸偏大的产品，则考虑壁挂式的结构，以节约空间。

对内传播文化，对外彰显学校的办学和品牌形象，这是校园文化产品的设计主旨。校园文化是多维度、不断往前发展的，校园文化产品自动承担起对内宣传、对外展示的功能。

（一）教育导向

校园文化的主体是学生与教师，对社会最前沿的信息有着超常的敏锐性，通过社会的本质将从中汲取更多的正能量。校园文化产品可以引导学院师生更好的了解，追求新的思想、精神追求，促进学校发展。通过校园文化产品的设计与呈现，引导学子更好的认识校园，爱我校园。

（二）传承创新

校园文化产品是大学校园风貌及历史历程完全展现，在文化产品的设计创意上注重传承与创新，在设计过程中注重推陈出新，汲取精髓，用轻松而有创意的形式去展现别具一格的校园气息。经济的发展带来文化的更高层次的需索，作为精神文化的孕育圣地，高校校园文化的创意产品具有较高的设计可行性与文化传播价值。目前，我国的校园文化创意产品仍处在初级成长阶段，市场前景是可观的，成长空间也是巨大的。校园文化创意产品有助于沉淀文化、保留校园记忆。

高校作为文化的重地，其文化创意产品的设计与宣传会直接影响周边地域文化。但我们清楚地认识到校园文化产品建设是一个漫长的征途，其建设与完善任重道远。

创意机器人设计方案及图纸篇四

中秋节到来，由于赶上非常时期，同学们无法回家和家人人们过上大学以来的第x个中秋节。同学们在九月初才组成一个班级，虽然经过了军训，但是有些同学还没来得及互相熟悉甚至是没有交谈的机会。

中秋班级联欢。

- 1、使同学们感受到家的温暖，不至于在这样一个团圆的日子里感到寂寞。
- 2、增强同学之间的情感，是同学之间有进一步的了解，来弥补未军训造成的同学之间不熟悉的缺憾。
- 3、锻炼同学们表现自我的能力，使同学们敢于表现自己。
- 4、增强班级凝聚力，为下一步班级工作的开展打下坚实的基础。

20xx年x月x日晚7：30至9：30。

x楼xx教室。

- 1、由xx同学带来的名为□xx□的独唱，深情的演唱，轻柔的声音一下子拉近了同学们之间的距离。
- 2、智力问答。现场同学自由参加，选六名同学分为三组由主持人提问，答错者就对折脚下的报纸，直到报纸过小站不下的同学将被淘汰，选出前三名同学有奖励。

3、歌曲独唱。由xx同学带来的□xx□□

4、小游戏：踩气球。以两人一组为单位。将气球绑在脚上，踩破对方气球数量最多者获胜。

5、歌曲表演。由文艺委员xx同学演唱□xx□□

6、小游戏：指手划脚。两名同学在规定的时间内一人负责根据主持人手中的卡片上的内容比划另一个人负责猜，猜对题目最多的那一组可得到小礼物。

7、小游戏：抢凳子。班级气氛达到高潮，选七名同学围着六个椅子转，音乐中断时要迅速坐到椅子上，没抢到椅子的同学被淘汰出局。

8□x老师讲话并做班会总结。在中秋来临之际给同学们送上祝福。

9、送月饼和全体同学合唱。由于我们有中秋节吃月饼的传统，在班会结束之前大家一起吃了月饼并合唱了歌曲《朋友》。主持人宣布班会结束。

1、主持人□xx□xx□

2、活动场地布置及用品准备：媒体x班十一名班委。

3、活动过程摄像□xx□

4、活动记录□xx□

1、营造热闹，和谐，欢快的气氛，提高大家的积极性，争取让每个同学都参与到活动中。

2、突出本次活动“中秋联会”这个主题。

游戏中的小奖品+（每人一个月饼，共xx个）=xx元。

创意机器人设计方案及图纸篇五

四川省峨眉山竹叶青茶业有限公司创建于一九七八年，拥有总资产逾1.05亿元，茶园和茶叶生产基地10万亩，年生产各类名优绿茶1500吨，是四川省名优茶生产重点企业。

20xx年，公司引进了日本最新自动化的茶叶精制生产线，主要应用于竹叶青系列名茶的加工，提高了成品茶品质，使竹叶青茶叶具有与众不同的风格，更重要的是空气净化管理，使茶叶更加优良。

竹叶青公司既是国家农业产业化龙头企业，同时又是乐山国家农业科技园区的重要实施单位，承担着茶叶科技园区建设的重任，公司力争在不久的将来使“竹叶青”成为全国著名品牌。

“平常心”一直是竹叶青茶叶的企业品牌内涵，而此次推出的“论道竹叶青”，本着以平常心做大品牌的主旨，意在新推出一个国家甚至是世界知名的高端绿茶品牌。

（1）不同于静心和品味级定位于中高端，公司此次推出的论道品牌，目标顾客直指高端客户。

（2）使论道竹叶青的品牌知名度和影响力最大化，致力于将论道打造成为“中国茶叶第一奢侈品牌”。

（3）借助峨眉山的旅游优势，切入休闲观光品茗购茶的新的茶文化业态，将竹叶青打造成为茶界品牌运作成功的样板企业。

（4）开辟新的销售切入点，赋予竹叶青茶叶更深更新的品牌内涵，使之在终端销售拥有新的良机和新的市场。

没有什么比茶更能溶于水，没有什么比水更近于道。茶的灵魂入水，水的灵魂入心，心的灵魂入道。茶人渴望回归自然，永远追求纯真。茶人复苏茶叶的灵魂，茶叶唤醒茶人的心灵。一花一草一茶，皆可明心见性。如果人与茶没有感应，所谓茶道只是笑话。茶道即人道，人若不立，茶不足道。拈花微笑，喝茶悟道。品至清至洁的茶，悟至灵至静的心。因此确定了竹叶青此次活动的主题和口号。

活动主题：以茶论道，感悟人生。

活动口号：平常心，竹叶青。

（一）活动主旨

本次活动主要是为了推出论道竹叶青这一高端绿茶茶叶品牌，除此之外还有几个主要目的，活动主旨主要体现在以下四个方面。

- 1、以茶论道，感悟人生。峨眉山有着上千年的佛教文化传统，佛教的禅意和竹叶青的“平常心”有很好的切合点，将峨眉山的佛性和竹叶青的品牌内涵相结合，共同传播。
- 2、建立供产销一体化的茶叶行业新模式，将峨眉山区周边茶农进行整合，实现统一管理，保证茶叶的产量和品质，同时帮助当地茶农走向更科学的发展道路，以创造更多的物质财富。
- 3、成功的人生，来自心态的平和，喝竹叶青，聆听佛的禅语，回归生命最质朴的平和。
- 4、竹叶青以单个商品茶近亿元的销售额成为中国茶叶生产企业的佼佼者，“竹叶青”不仅是四川省的第一品牌，更是全国茶叶的著名品牌。在如此雄厚的经济实力基础之上，推出论道竹叶青这一品牌以确立竹叶青在茶叶高端品牌中的地位。

(三) 活动地点：峨眉山温泉饭店。

(四) 活动实施步骤：

20xx年11月开始，宣传部向华西都市报、新浪网买版面发布将发新品信息。并以“以茶论道，感悟人生”、“文化传承，打造中国第一茶庄”、“关注三农，谋共同发展”、“竹叶青，有爱心”做系列宣传。

安排嘉宾和记者席：嘉宾中间为总经理徐新桃，右一为四川省副省长，左一为乐山市农业局局长，右二为峨眉山市副市长，左二美好集团总经理。右三为乐山市农业局局长，左三为万年寺方丈。嘉宾席后依次为来宾席和媒体席。在舞台上的演讲桌上放竹叶青新品一盒，商标正对媒体。每个嘉宾席和记者席以及来宾席都摆放论道竹叶青茶及茶类糕点，在记者席和来宾席再拜访小盒装新产品一盒作为赠品。与会每个人员都要佩戴竹叶青茶叶型胸牌。此外，在会议厅进门右手处设置茶艺表演和古筝伴奏，营造浓郁茶文化氛围。

会后由礼仪小姐带领大家到竹叶青茶园就餐，餐后再进行花园参观。（茶园有种有观景茶树和各类茶花60亩，桔子、葡萄、核桃共四十亩，有休闲俱乐部一间，内含健身房、游泳馆、台球室、桑拿室等休闲项目，此外有占地20亩的体育设施，含10个羽毛球场和10个网球场及3个乒乓球台。另带餐厅和住宿茶庄一间，内以茶色调为主要装饰。茶厅在每周末提供茶艺表演，此外茶庄内凉亭数个，每个凉亭中放有佛经十本，方便有人翻阅，此外凉亭中木桌中放小鼎一个，上插香一柱）。

本次活动邀请嘉宾主要包括：

政界领导：四川省副省长、乐山市农业局局长、峨眉山市副市长。

商界领导：四川美好集团董事长、乐山市财务处处长、乐山旅游局、温泉饭店总经理。

行业研究首脑：中国国际茶文化研究会、中国茶叶流通协会、四川省茶文化协会。

特邀嘉宾：万年寺方丈。

新闻媒体：新浪网、华西都市报、四川经济频道、成都商报、峨眉电视台、峨眉日报。

- 1、会厅租赁费用5000元/两天。
- 2、屏风制作费用300元/个，共24个。
- 3、荧光广告牌、条幅合计1000元。
- 4、现场茶点3000元。
- 5、观景茶树来回装运费500元。
- 6、茶叶型胸牌定做费5元/个，共50个。
- 7、宣传资料影印费300元。
- 8、发布会赠品50盒，共5000元。
- 9、接送嘉宾到茶庄参观燃油费200元。
- 10、送给特别嘉宾（主席台位嘉宾）礼品共10盒论道级茶叶加10盒特级茶制糕点，共10000元。
- 12、万年寺香火费用，100000元。
- 13、请柬费50元。

15、茶艺表演费5000元。

16、报纸广告费8000元。新浪网、华西都市报版面费500000元。

合计682500元。

在活动进行过程中，可能会遇到各种各样的突发情况，必须提前做好准备工作。经过再三考虑，主要风险及应对措施如下所示：

- 1、可能部分重要嘉宾不能到场，如果四川农业局局长不能到场，则由乐山市农业局局长上场讲话，依此类推。
- 2、现场可能有记者发难提问，请其查看宣传资料或者发布会完后采访，告诉其发布会完后有1个小时的预留采访时间，不予立刻回答。
- 3、现场设备故障，另外租借一台影音设备备用。
- 4、天气的不良影响。预先查看天气预报，若有雨则在门口搭建临时雨棚一个，以安放屏风和观景茶树等。
- 5、因天气或交通等原因有嘉宾不能按时到场。可先观看茶艺表演，再进行新闻发布会。若表演后嘉宾还未能到场，和其他嘉宾协调，开始发布会。

（一）主持人演讲稿

第一阶段：产品发布会开始，主持人上台自我介绍。

各位领导，各位来宾，大家好！我是四川峨眉竹叶青茶叶公司的副总经理许莹，也是今天的主持人。在此，对各位的莅临表示衷心的感谢。

金秋送爽，青茶飘香，今天是我们四川省峨眉山竹叶青茶业有限公司——论道竹叶青的新产品发布会。

第二阶段：主持人进行嘉宾介绍。

今天到场的嘉宾有四川省副省长、乐山市农业局局长、峨眉山市副市长，还有四川美好集团董事长、乐山市财务处处长、乐山旅游局、温泉饭店总经理，谢谢你们的光临；以及中国国际茶文化研究会、中国茶叶流通协会、四川省茶文化协会的朋友们，同时也感谢大家的光临，还有特邀嘉宾万年寺方丈大师，来自新浪网、华西都市报、四川经济频道、成都商报、峨眉电视台、峨眉日报的记者朋友们，热烈欢迎各位的光临。

第三阶段：公司总经理上台致辞，并请特邀嘉宾上台为产品揭幕。

现在，欢迎我们四川省峨眉山竹叶青茶业有限公司的总经理徐新桃徐总，为公司的新产品——论道竹叶青致辞。

感谢刚才徐总的致辞，也感谢我们的特邀嘉宾万年寺方丈大师为我们的新产品作揭幕活动。

第四阶段：四川省副省长黄省长致辞。

现在让我热烈欢迎我们四川省副省长黄敏黄省长为我们的新产品致辞。

让我们用掌声感谢刚才黄副局长的致辞。

第五阶段：公司市场部经理江经理进行新产品介绍。

现在欢迎本公司市场部经理江经理为我们进行新产品的介绍。

谢谢江经理的精彩讲解，接下来是记者提问时间。

第六阶段：记者提问。

公司此次推出论道竹叶青，定位于世界顶级奢华品牌，不同于以往的产品定位，相信大家一定会有很多疑问。现在，是记者提问时间，欢迎各位记者朋友提问。

现在记者提问环节结束，非常感谢各位记者朋友的提问。

接下来是茶艺表演时间。有请我们的茶艺大师，为我们展示茶艺表现，让我们进一步的感受论道的茶精神。

第七阶段：产品发布会结束，来宾就餐及参观。

感谢各位的莅临，相信有了你们的支持，我们峨眉山的茶文化将会一代代的继续传承，相信论道竹叶青也必将在茶叶市场开辟出一番新的天地谢谢大家，今天的新产品发布会到此结束。