



2019

椿语印相 & Photo Studio

——校园摄影工作室创业计划书

团队名称：菠啵队

参赛选手：杨梓元、胡帅、陈侠珍、谢浴儿

指导教师：钟雪丽

队长电话：17665164196

队长邮箱：1151460542@qq.com

前言

PREFACE

大学三年，时光匆匆飞逝，刚踏入大学校门口的学生们，脸上充满了稚气和对大学生活的憧憬，慢慢三年过去了，新生已变成了老生，大学三年的磨砺使新生褪去了脸上的稚气，大学三年的成长使他们对学校充满了回忆，三年中许多人收获了知识、荣誉、友情和爱情，即将面临毕业的他们，脸上布满了紧张和对社会的期望，而记录下这些只需要一张相片。

一张相片，记载着一个故事；一张相片，讲述了一段经历；一张相片，勾起了一份回忆；一张相片，饱含了一份情感。就是这样一张体形小而意义深远的相片，普通而又不寻常的相片，是多么值得去收藏。小时候，母亲总会用相片记录我们的成长，从出生到读书，每一张相片都有不同的故事，而十几年过去了，相片都能保存的十分完好无损，每当看到一张相片都能勾起自己的回忆，而大学中有许多值得我们去记录的事情，相对中小学，你抛去了千篇一律的校服，在校园里挥洒着自己的青春，你经历过更多的活动，展现自我个性的风采，这一切都值得你去记录下来。



目录

CONTENTS

01

项目简介

02

营销环境分析

03

STP分析

04

营销组合

05

营销战略

06

发展战略

07

财务分析

08

风险控制

（一）概述

回忆无价，青春无憾，本企业为了帮助消费者保留自己的青春，将以“服务”为最大的特点，为大学生消费者开展《成长》《生活》《青春》为主题的摄影，在清远大学城内广东岭南职业技术学院开设“椿语印相”摄影工作室，提供一系列摄影服务，内含独特的终身制服务，给消费者带来全新的体验。

（二）行业背景

从相片的诞生发展到至今，照片经过了192年的历史，它经历了一个由简单到复杂、由低速向高速、由手工向自动化发展的过程，从最初的黑白照胶卷到如今的数码摄影，代表着科技的进步；从最初传统拍摄，传统的大众摄影，到现在个性化的定制追求，传统摄影工作室已经在逐步被市场淘汰，而具有创新力、服务好、性价比高的个性化摄影工作室更加被消费者所接受。

（三）市场状况

“椿语印相”摄影工作室为提高大学生自主创新创业能力，实现创业梦想，此工作室由校内学生组成工作管理组独立自主经营，适当聘用专业摄影指点老师、摄影爱好学生兼职，为大学城内学生提供室内外写真拍摄服务，以迎合学生群体对校园青春摄影的需求；而清远市清城区清远大学城具有将近两万名学生，附近能提供拍照服务的只有广东岭南职业技术学院（清远校区）商业街二楼“增艺照相馆”，增艺照相馆主要提供业务为证件照拍摄、打印、购买文具服务，属于传统照相馆，不能提供个性化定制、团队跟随外出拍摄、人物写真拍摄等，而“椿语印相”摄影工作室能提供舒适的一对一定制服务、团队定制服务，并备有专业化妆师、服装师与专业后期处理师；“椿语印相”摄影工作室人员更多为学生，运营成本低，相对清远市区摄影工作室占有很大的成本优势，也能给校内相对专业提供兼职实训的机会，市场空间大，竞争者少。而且“椿语印相”摄影工作室可以形成连锁品牌趋势，在各大高校间进行复制，形成独特的品牌效应。

（一）市场分析

1. 目标消费者需求：

当代大学生的拍摄需求主要为：拍摄情侣照、拍摄闺蜜照、拍摄写真照、拍摄景观照等

2. 行业需求分析：

随着中国GDP年度增长率逐步提高，2018年中国GDP相对2017年度增长率为6.6%，中国经济的稳定提高，人们生活质量生活水平不断提高，更多人开始选择个性化定制摄影留住自己的美好，2018年中国摄影行业市场规模将近800亿元，对比2017年增长8%，相对婚纱摄影市场被几大摄影公司垄断，个性化定制摄影工作室市场则是朝阳行业，主要针对人物写真拍摄、生活照写真拍摄，而大学生是年轻消费市场的主体之一，更多的大学生日常会进行拍摄自己美好的一面留恋，而“椿语印相”将为她（他）们提供更加专业、更加美丽、更加贴心的拍摄体验。

相对现在发达的手机美化APP拍照功能，照片似乎显得不那么重要，但是根据数据统计安卓手机市场一年一换的用户占比23.5%，苹果手机市场一年一换的用户占比16%，由此得出手机更换的频率是很大的，通过手机保存相片短期可行，但是长期来说不断的更换手机会导致照片的丢失，而且手机还面临丢失、数据受损、毁坏等风险，不少的消费者往往想找一找回忆自己的照片却找不到；相对照片的储存时间更加长久，保存正当不容易丢失，照片更能给消费者带来回忆的体验，记录下自己最美好青春年华的画面。所以中国商业摄影行业越来越火热，2018年行业年度增长率对比2017年增长8%，说明消费者越来越偏向摄影拍摄留念。

3. 市场需求分析

据数据调查清远市2017年GDP突破1500亿，相对增长率5.0%，其中清远旅游资源丰富，五大类资源各具特色，分布在各景区内的点达58处之多，是广东省旅游资源大市之一。这给我们带来了丰富的室外拍摄场地选择；而据数据统计2018年大学生日常可支配金额达到1405元/月，其中非必要支出593元/元，必要支出812元/月，而生活费达到1200元以上的大学生占52.1%，通过数据分析表明大学生市场是有非常大的盈利空间的，而摄影行业针对大学生市场是一个新兴行业，其中有空白的空间目前是以学生摄影团队、摄影社团填补，缺乏具备专业技术、贴心服务的专业摄影工作室。

（二）PEST分析

1. 政治分析（P）：

政府鼓励大学生创新创业，大学生创业政府给予相应的优惠政策，除了贷款支持外，相关部门能提供更好的服务，对于大学生自主创业，工商、税务、城管等部门已经简化手续，放宽市场准入。其中，免收大学生申办个体工商户各项费用。此外，大学生创办的企业减半收取企业开业注册登记费。所以“椿语印相”品牌迎合了国家的号召，在学校内部也能活得校内的支持。

2. 经济分析（E）：

根据2018年，广东省地区生产总值达9.73万亿元、同比增长6.8%。地方一般公共预算收入达1.21万亿元、可比增长7.9%；居民人均可支配收入达3.58万元、增长8.5%；社会消费品零售总额增长8.8%。广东省人民经济收入越来越高，人民生活质量越随着经济收入不断提高。与此同时2018年中国摄影行业市场规模将近800亿元，对比2017年增长8%，摄影行业是中国新兴行业之一，有很大的发展空间和前景。而清远大学城内广东岭南职业技术学院的学生根据调研统计学生每个月的生活费1000~1500元的占50%，1501~2000元的占30%，2000元以上的占10%，其他占10%，其中用在饮食方面上的开支占生活费的70%，所以部分学生是有经济能力去体验我们的产品。

3. 社会分析（S）：

消费年轻化，是对摄影行业发展的的大力支持之一，年轻的消费者开始注重通过个人艺术写真，创意写真保存自己的青春；大学生开始注重不再使用手机保存自己的照，部分大学生开始选择使用传统的相片进行保存，相片保存时间久，更能勾起人最直接的回忆，因此我们有把握吸引消费者。

4. 技术分析（T）：

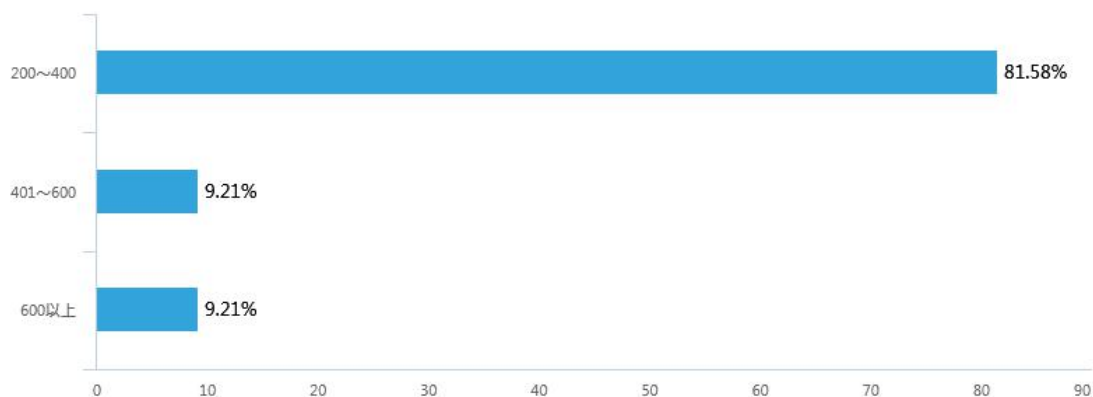
从相片的诞生发展到至今，照片经过了192年的历史，它经历了一个由简单到复杂、由低速向高速、由手工向自动化发展的过程，从最初的黑白照胶卷到如今的数码摄影，技术的进步提高了摄影的质量，最大程度保证了摄影的保真度，而服务行业的发展进步，给摄影行业带来更多的提高，服务成为了摄影行业最重要的因素之一，而技术则是保证留下客户的硬件。

（三）市场调研

本次调研通过线上发放问卷 500 份，收回 500 份有效问卷

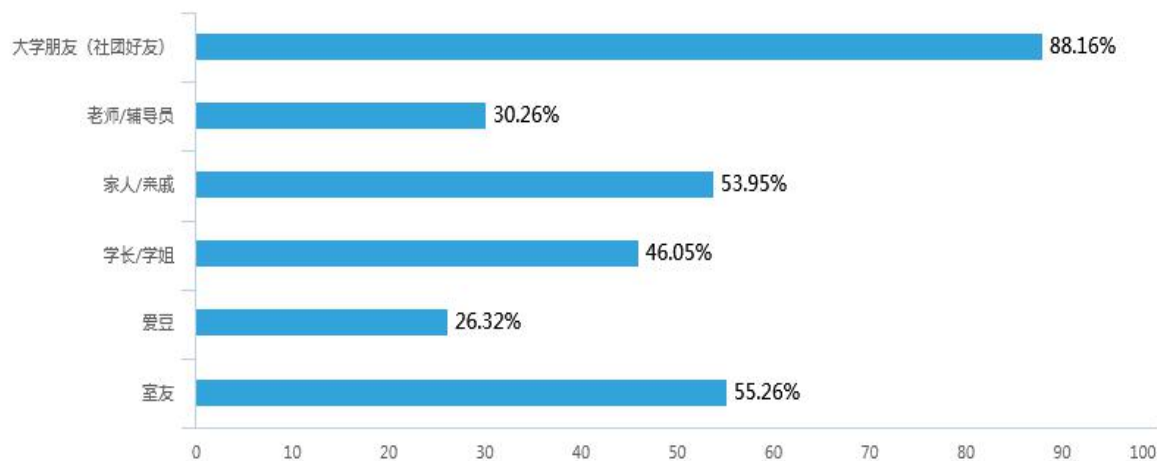
（其中挑选部分题目进行分析）

第 5 题 请问你能接受的摄影套餐(30 张起)价格 [单选题]



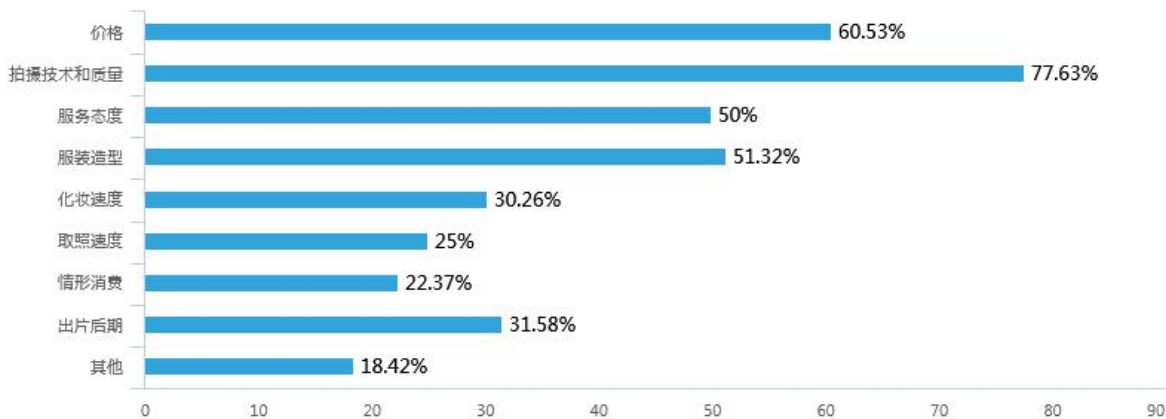
通过第五题统计得到将近 82% 的被调查者可接受拍摄套餐价格在 200~400 元，而通过数据调查大学生每月可任意支配额度达到 593 元，调研的准确性符合实际，因此通过分析后，拍摄套餐应定在 200~400 元区间内，在此价格区间内提供相应的服务。

第 6 题 你最希望和谁拍摄大学艺术摄影照片？请选前三名。 [多选题]



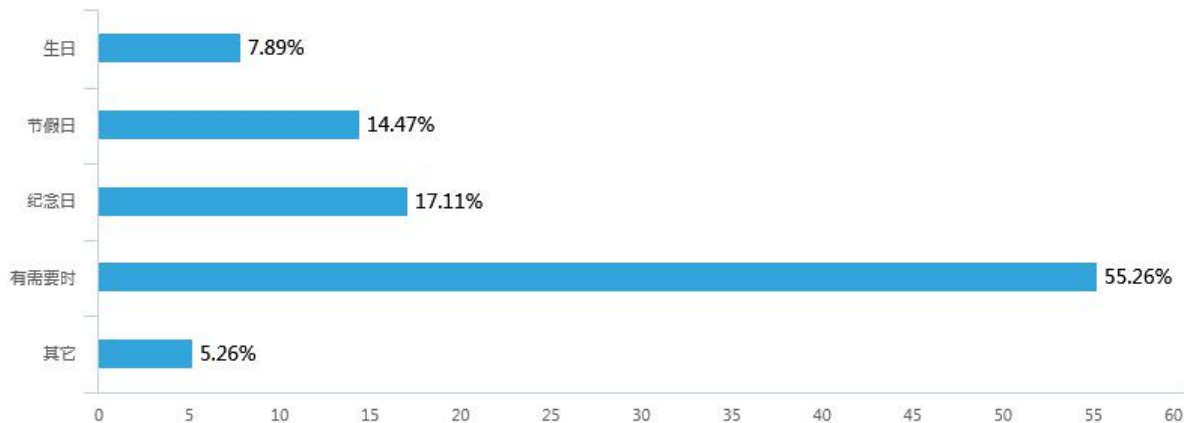
通过第六题分析得出 88% 的大学生偏向与在大学三年内交识的好友一起拍摄艺术照，用来纪念大学之间的友谊，而 54% 的大学生愿意与家人亲人一起拍摄艺术照，让家人亲人见证自己的成长，所以分析后得出在设计创新主题套餐的时候，可以更多偏向于多人照的方面，促销上可以针对此消费群体进行优惠。

第 10 题 你对你曾经消费过的摄影机构在哪方面觉得不满意/您最关注哪方面？ [多选题]



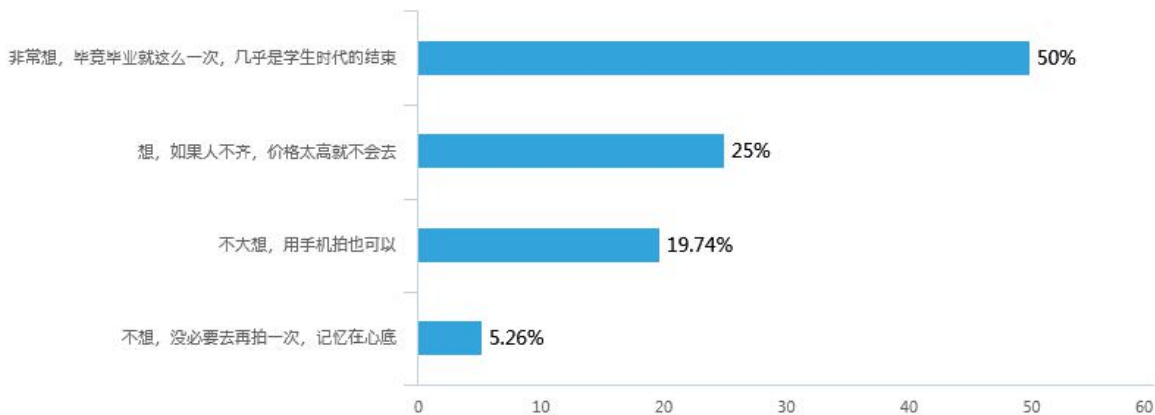
通过本题分析得出消费者最看重的摄影方面还是拍摄技术和质量，价格则是第二考虑因素，在给大学生消费群体提供优质性价比高的拍摄服务时，应当注意拍摄技术和质量也需要保证优质的水平。

第 13 题 如果您去拍摄照片, 您会选择什么时间? [单选题]



通过第十三题分析得出只有 39% 的被调查者会在生日、纪念日、节日时选择进行拍摄，而 55% 的消费者会选择在有需要时进行消费，而我们需要针对消费者的需求推出消费者喜欢的主题、优惠来吸引消费者进行“有需要”的消费，通过促销活动吸引消费者进行消费。

第 9 题 除了学士服集体照外，你是否有和班级其他同学单独拍摄一次与众不同的毕业照的想法？ [单选题]



第 14 题 您最感兴趣的摄影方式是？ [多选题]

选项	比例
影棚室内搭景或背景布	34.21%
一对一的实地拍摄	31.58%
边走边拍的旅游摄影	64.47%
多场景实地拍摄	61.84%
其它	10.53%

通过第十四题和第九题交叉分析得出 50%被调查非常愿意在毕业季的时候为自己拍摄一套个人毕业写真，而 65%的被调查者愿意边旅游边拍摄的实景拍摄，对此我们分析得出可以推出相对应的旅游套餐，到清远市各大景点取景拍摄，满足消费者的这一需求。

总结：

综合分析得出针对大学生消费者的套餐服务可以偏向好友和室友的二人、三人合照写真，而每次拍摄的价格根据分析应定在 200~400 元左右，推出独特个性、富有创意的主题来吸引消费者进行消费，摄影方面需要保证好拍摄技术、新颖的服装造型和贴心的服务态度，这三点是保证消费者继续在本企业消费的基本，而根据被调查者的需求，推出清远市内旅游景点的取景拍摄套餐，推出外出拍摄旅游服务，满足消费者的需求。

(四) 竞争者分析

1. 波特五力模型

影响相纸供应商的因素：
相纸品牌多竞争力大利润低。相纸的质量问题（厚度、尺寸、耐用程度低及存放时间适用的打印机范围）。相纸的运输成本问题。相纸品牌的大众知名度及认可度。

影响校内未来的新相馆的因素：
相馆的选址问题。校内大学生对原有相馆的品牌忠诚度。新客户群的建设问题。校外人员无法进入校内开设相馆。

校内未来的新相馆

新进入者威胁

相纸供应

卖方侃价能力

行业内竞争对手：
市区摄影工作室、校内摄影团队、个人摄影爱好者。

买方侃价能力

校内大学生

影响竞争程度的因素：
校外相馆增长速度快集中度高导致相互竞争逐渐加大。校外相馆建设成本高转型升级难度大。校外相馆产品及服务差异度小核心竞争点不突出。校外相馆收费高不能满足大多数消费者的需求

影响校内大学生的因素：相馆所提供的产品及服务形式是否受到大多数校内大学生的认可。产品价格及服务质量。校内大学生的实际购买力。校内大学生对相馆的认知程度。

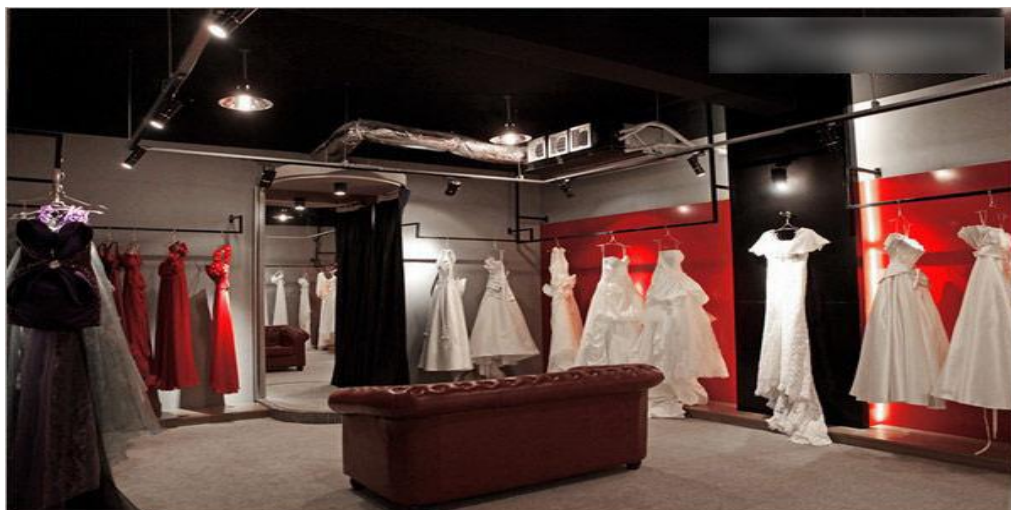
手机摄影

影响手机摄影的因素：手机更新换代快摄影功能变化迅速，消费者手机更换周期逐年缩短。消费者对手机品牌认可度不同。手机摄影与单反相机摄影相比差距较大（像素、功能、镜头）。纸质照片与电子照片的观赏区别。

品牌	优势	劣势
增艺照相馆	1. 位置便利，位于学校商业街二楼，日人流量大。 2. 照相效率高，能在当日拿到相片。 3. 已经在校区内及周边形成名气和品牌效应，有忠实的客户群体。	1. 属于传统照相馆，能提供适合大学生的服务只有证件照，缺少个性化定制服务，不符合创新理念。 2. 运营成本高，价格不占优势。 3. 摄影专业程度不高，不适合定制化服务。 4. 缺少营销创新，无推广活动。
零度风格摄影工作室	1. 拍摄服务专业技术度高。 2. 在清远市有较高的名气，客户反馈良好。	1. 地理位置距离清远大学城较远，不适合大学生平日消费。 2. 价格不符合大学生消费指标（针对消费人群不是学生）
椿语印相摄影工作室	1. 有固定的场所和渠道； 2. 有保障的服务； 3. 校内资源的支持；	1. 新企业需要时间被消费者接受； 2. 服务的消费人群单一。

总结：

相对其他竞争者，我们企业有占有以下优势：我们能提供有效率、有保障的服务，在规定时间内保证能让消费者有个满意的体验过程；“椿语印相”将成为一个独特的大学生品牌，为大学生提供优质、高效的摄影服务；我们企业在校内有固定的场所，方便消费者上门咨询；企业符合大学生创新创业的要求，响应国家鼓励大学生创业的号召，能得到校内的大力支持；企业有固定、丰富的资源，与校内社团达成合作关系，盈利的同时还能在校内为学生提供勤工俭学的机会；我们企业不存在隐性消费，全程由管理层进行监督。



(五) SWOT 分析

SWOT 分析表	优势 (S): 可以充分利用学校的资源, 比如宿舍或学校提供的场地, 利用学校教师和同学的人际关系来拓宽业务范围。 提供一对一私人定制, 个性化服务。 大学生富有活力和激情的群体, 具备迅速学习知识的能力, 可以通过学校开展的相关选修学习提高技术。 运营成本低。	劣势 (W): 客源不足, 知名度不高, 缺少固定客户群体, 容易导致消费者信任度不高。兼职学生缺少职业经历, 缺乏一定的社会经验和科学规划, 技术不够熟练, 限制发展空间, 需增加指导老师和专业摄影师。 除去个别需求消费者, 将面对季节性风险, 创业季将会旺季, 平日客流量可能比较少。
机会 (O): 潜在市场巨大, 大学生群体是一个关系链庞大的市场, 推出适合的套餐产品容易吸引大量客源, 而且每年有大量毕业生, 可以提供个性化、创新毕业照。 国家对大学生创业的支持, 提供良好的创业环境。 大的影楼价格比较昂贵, 对长期记录生活照这种费时费力的单子不愿意接, 另外通过调研发现, 专门针对毕业生提供个性化创新服务的大学生摄影工作室并不多, 市场前景大。	OS: 针对大学生市场, 定期推出定制环境拍摄, 提供适合潮流符合时代的风格, 吸引客流量。 团队配置完整, 能提供专业化妆师和后期处理师, 能提供服饰选择, 不需要消费者自备。 借助大学市场, 与社团、班级合作, 提供优惠便利的服务。 针对青春回忆类, 私人定制相册, 记录成长, 留念最美好的年华主题。	OW: 保证服务质量的前提通过学生教师关系链进行宣传推广, 提高客流量。 尝试提供实训岗位给相对专业或者爱好者。 需提高学生自身技术, 淡季时推出新颖主题增加客流量。 难以打开其他市场, 只能针对大学生市场 (也是庞大的消费者市场之一)
威胁 (T): 随着市场需求的增加, 针对类似的服务竞争者会越来越多, 行业之间的恶性竞争对大学生摄影工作室发展有不好的影响, 局限了市场。 摄影工作室的市场需求大但分季节性, 设备投入大, 前期不容易坚持。	TS: 开展会员制, 提供会员专属服务, 培养忠实客户群体。 解决淡季问题, 增加其他服务: 自主打印、电商美工、产品平面拍摄等。 聘请学生成本低, 弥补前期投入大的问题, 但是需提高学生的专业素质。	TW: 把握好客户群体, 保持自身的独特性和方向。 提高专业性, 提高品牌影响力, 服务质量要保证做到最好。 淡季要做好规划, 旺季要做好服务。

（一）市场细分

经过市场调研分析后，我们将目标市场针对清远市清城区大学城，为大学城 18~22 岁，生活费可任意支配 600 元以上的爱美学生消费者提供个人摄影服务；根据学校的特性对新生入学、军训、毕业季等提供主题主要摄影服务；针对大学生这一身份的特性，培养潜在消费客户群体，从入学、毕业、工作、结婚等一系列的长期客户培养。

（二）目标市场

通过市场细分后，“椿语印相”将为三种目标群体提供主要服务：

1. 为大学城内 18~22 岁的爱美消费者提供摄影定制、个人艺术照写真等服务，针对这部分人群提供“留住美”的服务宗旨；
2. 针对新生入学、军训、毕业季开展主题摄影服务，主要服务对象为新生和应届毕业生；为已毕业的学生提供每年的主题试拍、给五年后的自己寄相片等服务；
3. 为需要打印、复印等服务的学生提供自助打印复印服务。

（三）市场定位

通过市场分析和市场细分后，“椿语印相”将定位为一个能提供长期客户服务、针对大学生群体成长的摄影产品，将从大学生入学开始提供服务到结婚为结束，是一个结合新生入学照、军训照、个人写真照、毕业个人照、结婚照的长期拍摄服务，产品需做到具备完善的客户信息保存度和有专业的摄影技术吸引客户，保证客户对我们品牌的忠诚度，服务的优质质量是我们保证的第一前提。

（一）产 品

（1）核心产品：

“椿语印相”摄影工作室提供的核心产品为帮助消费者以年轻化的风格元素留住自己在校园期间“成长”“爱情”的“故事”，为了更好记录这些故事，“椿语印相”对此两个主营主题推出了贴心、丰富、年轻化的服务套餐；提供美好的“回忆”也是椿语印相的核心产品，对此椿语印相推出副营产品（相框、相片册、陶人纪念品等），优质的副营产品使消费者更能直观的感受最美好的回忆。

（2）有形产品：

详细主题套餐（附带套餐效果图）

1. 校园甜蜜恋爱主题——爱情中的点点滴滴，珍惜回忆留在椿语。

本主题套餐分为恋爱期的三个阶段进行拍摄：

第一个“**热恋期**”拍摄，记录刚陷入热恋期的情侣们之间羞涩、甜蜜的样子，往往初见的模样最让人勾起回忆，而热恋期的情侣们最能反应出爱情最美丽的样子，所以初阶段拍摄风格以亲密、情侣服等方式进行拍摄，最大程度记录下爱情开始美好的模样，给消费者带来甜蜜的回忆。



第二个“磨合期”拍摄，在情侣们度过完第一个热恋期阶段后将为他们进行磨合期的拍摄，记录情侣们在度过热恋期后相互之间可能存在小别扭的模样或者更加甜蜜的模样，而通过拍摄也能给情侣们之间感情进行升温。



第三个“依赖期”拍摄，相信通过前两次拍摄后的情侣们之间的感情已经非常坚固了，双方交往的时间也不短了，本次拍摄主要是为了记录下双方完全互相包容、互相了解后在一起平淡的模样，并且成功完成三次拍摄的情侣们我们将为其赠送“椿语”情侣手链，记录和见证情侣们甜美的爱情。



04

营销组合

2. 情人节会员专属摄影主题：2·14—甜美的爱情，椿语记录。

针对2月14日情人节推出大学情侣套餐，拍摄主题以校内环境为主；
(具体以实际拍摄效果为准)



04

营销组合

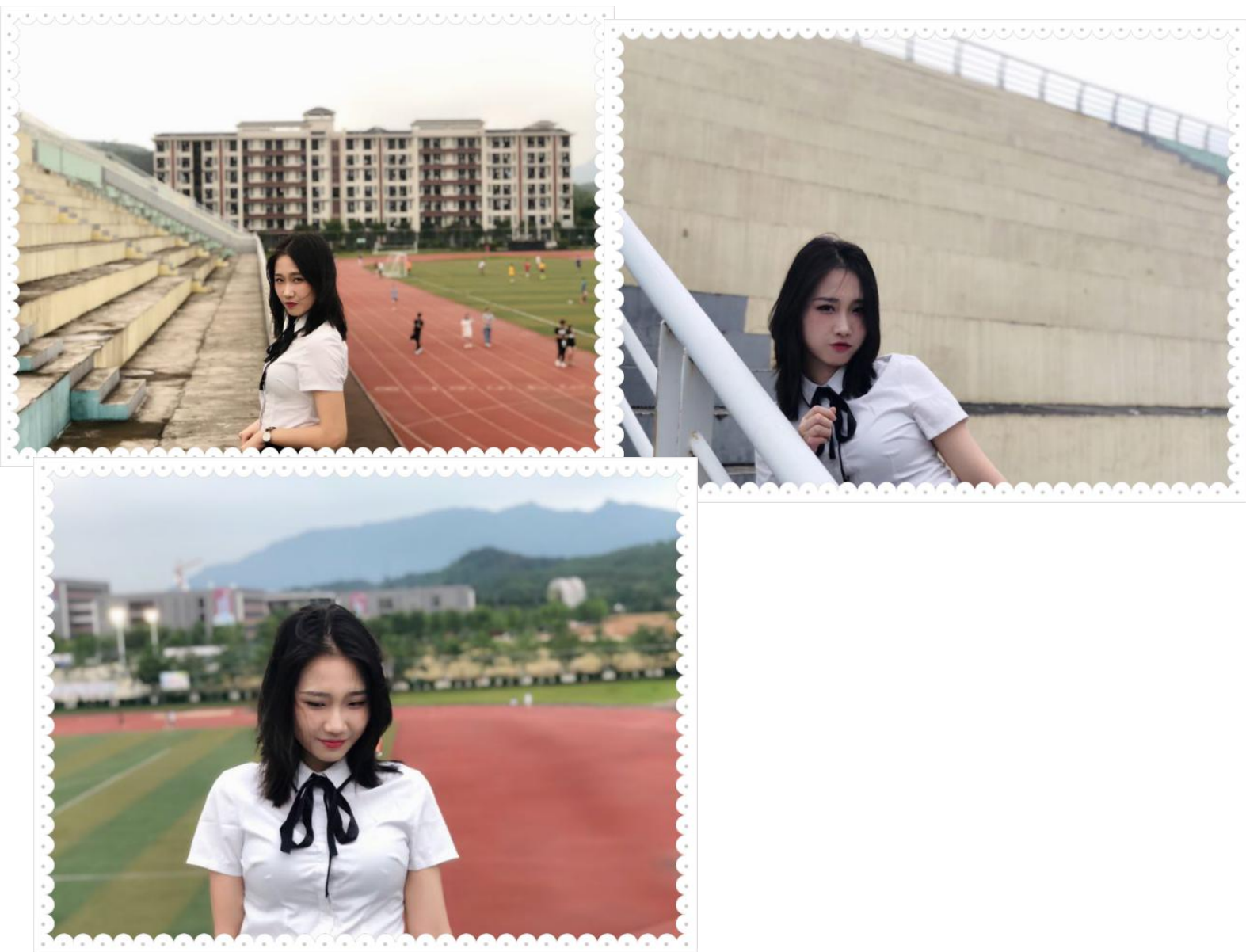
3. 军训个人照——你的汗水代表着成长，你的蜕变由椿语记录；
(具体效果以实际拍摄为准)



04

营销组合

4. 毕业季个人校园艺术写真——踏入社会的始点，记录校园的终点；
(具体拍摄以实际拍摄效果为准)



5. 大学个人成长套餐——三年点滴，入学转逝毕业。青春无悔，砥砺前行。

此摄影套餐分为“大一”“大二”“大三”三个系列阶段；

第一个“大一”阶段以记录消费者在初入校园的新奇好奇的模样、经历过军训洗礼后的坚毅面庞、满怀信心参加社团面试的态度、积极服务志愿义工的努力，记录会员蜕变成一个真正的大学生的第一步；

第二个“大二”阶段以记录消费者在经历过一年的大学生活后可能对未来的迷茫、对学业的头疼、成为师兄师姐后成熟的模样、组织策划一场比赛或者一场活动的经历，记录下这一切让你充满回忆的瞬间；

第三个“大三”阶段以记录即将面临实习的消费者，为了自己的未来忽然醒悟奋斗的样子，本阶段以个人毕业照为主，并且会为毕业五年内结婚的会员赠送一次免费的校园结婚照摄影，记录下自己多年来从稚嫩到成熟的变化。

通过一系列的长期的摄影，形成一本专属自己真正成长经历的相册集，每一个人的经历都是独一无二的一个故事，而此套餐服务专门为“椿语印相”的会员服务，拍摄不需要收取费用，会员只需要花费小部分费用进行后期处理、相册加装选择等就可以获得满意的想相片。

6. 三七女生节主题套餐——今日的你，是尊贵的女神；

7. 五四青年节主题套餐——岭南学子精气神，椿语印相迎朝气；

8. 职业装主题套餐——步入社会的你，龙虎精神胸怀大志；

此套餐主要是针对即将毕业的大学生群体，为这部分群体消费者提供精致、高品的职业装拍摄，帮助他/她们在职场中一帆风顺；

(3) 期望产品:

椿语印相将推出独特的长期摄影服务,为消费者全程定制自己三年在大学期间的成长到结婚生子为结束的长期系列套餐,消费者购买套餐后只需要在服务公众号根据自己的空闲时间进行预约拍摄,椿语印相将以此形成自己独特的品牌效应;而椿语印相摄影产品套餐以服务体验为第一位,在过程中我们团队将聆听消费者的需求,根据消费者的需求结合当下最流行的元素提供给消费者最合适的摄影方案,在摄过程中时间全部由消费者进行安排,最大程度便利消费者。

(4) 延伸产品:

组成网络运营团队,主运营“椿语印相”公众号,通过公众号给消费者提供便利的预约、查询等服务,公众号将会是连系消费者的第一服务点;并且推出会员制,会员制将享受独特的主题拍摄、更加优质的服务体验和免费的自助打印。椿语印相是一个可复制的项目产品,适应大部分高校,可在其他高校尝试推行。

(5) 潜在产品:

“椿语印相”推出校园主题风格相框、DIY相框、节日主题相框等,相框也是我们的产品之一;具备校园风格、可个人DIY的相册集也是“椿语印相”的产品之一,为消费者提供优质、满意的相册,也是提高消费者对品牌认可的方法之一;相纸是我们的一大特色,“椿语印相”为消费者进行拍摄的时候会将拍摄过程制作成微视频,每一个系列拍摄都会在相纸上配对二维码,消费者可以提供微信扫码观看自己拍摄期间的过程视频,让回忆不单只是相纸、视频过程也能让消费者勾起美好的记忆,而且每一张相纸都能通过微信扫码获取电子相片,方便消费者在微信、微博、QQ、INS、NICE等社交平台分享。

“椿语印相”为会员提供免费自助打印复印、手工DIY相框、手洗胶卷相片体验服务给会员带来便利,并且在店内设置休闲区提供一个安静、舒服的环境。

04

营销组合

境给会员进行放松，打造“椿语印相”不仅仅是一个摄影工作室，更像一个有着私人独立空间的体验摄影馆。



（二）促 销

推广方式：

通过微信公众号、微信朋友圈、工作室官方微博、宣传单及宣传海报和大数据的精准获取及投放来对消费者的信息的获取及对自身产品的初步宣传；通过与社团组织、教师等合作，利用他们的人脉关系进行产品促销的宣传；在新生入学报道的时候提供免费摄影服务来吸引客户进行下一步消费。

主题活动促销：

针对大学生青年群体，在对应的节日中“椿语印相”推出了对应的套餐优惠，例如 3.17 女生节主题摄影，针对大学女性消费群体推出 3 月 17 日女生节当天女生、闺蜜组团拍摄优惠（三人行一人免单等），并为其准备节日当天独有的风格和主题相框；针对 5.4 青年节，宣传大学青年记录青春为主题，为广大大学生消费群体推出个人优惠（服务优惠、办卡优惠等）；更多节日主题促销将会在不同季度推出。

（三）价格

根据市场需求和目标人群分析，学生消费能力较低，但大学生摄影市场需求大，所以初期定价以快速占有大学生市场份额为主，通过性价比快速收获忠诚的客户、做大推广，而盈利方式不单单只是拍摄、更多将盈利点放在服务方面进行收费，以长期的服务宗旨培养潜在客户。

（四）渠道

推广公众号：

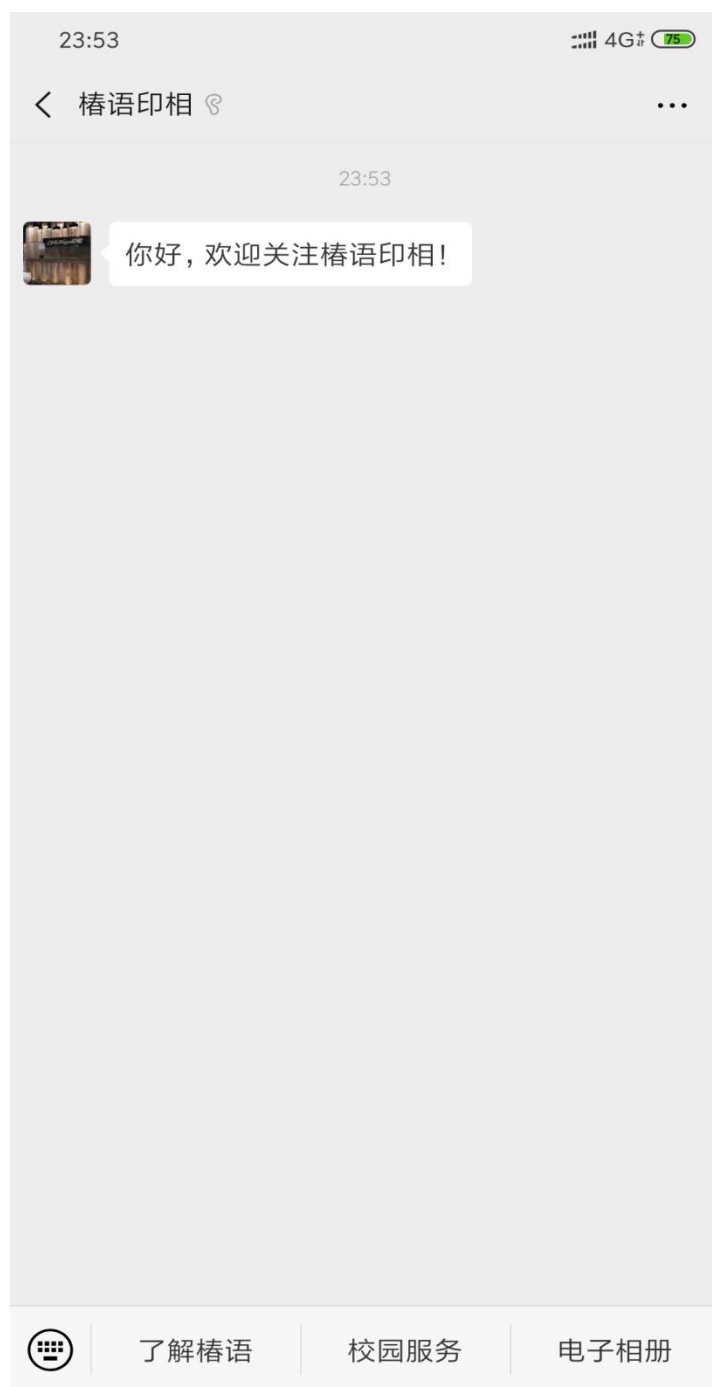
1. 本工作室将设立一个专用的公众号进行客户信息的手机以及产品服务的介绍推广。工作室非营业时间采用机器人服务、营业时间采取人工服务。将设立三大模块：了解椿语、校园服务、电子相册。了解椿语栏目细分出：椿语的成立、10 大拍摄美学和当季主题。校园服务栏目细分出：摄影预约、会员中心和校园特色。电子相册栏目则为拍摄完作品的会员在公众号提取底片、制作电子个人相册，其中电子个人相册会专门为会员提供精美的素材、相片配音、幻灯片等制作，让相片的保留不仅仅通过纸质相片，精美的电子相册使消费者更

04

营销组合

容易与朋友分享自己的美丽，方便消费者查看。

2. 通过微信公众号接受最快的预约服务和查询服务，接收最新的资讯；招收学生兼职团队进行推广；通过会员吸引招收新人的手段来寻找稳定、忠诚的客户。



04

营销组合

服务流程：

01

顾客与本工作室取得联系，详细询问顾客需求，了解顾客的想法，免费定制个性化

02

选择套餐签订合同并提交定金（确定拍摄主题内容、相册与相框种类、免费选择服装、赠品、底片）

03

预约拍摄时间，拍摄当日付清余款（工作人员会提前通过电话与您预约到场时间，并告知拍摄的注意事项、必备物品）

04

到场拍摄（整个过程包括化妆、服装、室内拍摄、外景拍摄等）

05

挑选合适的样片，由顾客和专业人员给出意见挑选，然后由本工作室负责后期制作（设计、修片、修改、冲印、制作）及入册

06

领取相册（按照约定的日期到工作室领取制作完成的相册等）

（一）经营模式

商业模式：

“椿语印相”工作室采取的经营模式是“设计+信息服务+回忆体验模式”；另采用免费摄影的模式，将盈利点放在附加服务上（化妆、服饰、后期等），不仅仅提供摄影服务，让“椿语印相”成为一个记录陪伴大学生成长的年轻化品牌，最终目的是形成可复制可连锁化的商业模式；

经营特点：

在新生入学的时候免费提供第一套入学主题摄影服务，通过这样吸引新的客户，培养新生客户群体，开展大学三年一系列的摄影服务。开展会员消费制度，使得顾客提高对本工作室的忠诚度。经营自由营业时间更长，让顾客可以有充足的时间上门了解、体验和消费。以互联网为基础开设专门的售后服务通道，使工作室回头客增多，形成多次消费；

店铺特点：

以回忆为主题，以复古影视装饰作为店铺物品陈设及装修材料使用的出发点。突出回忆方面，店内增加寄语墙和印象墙，可以增加消费者对品牌的归属感和认可感（若干年后，学生回到母校，有一块属于他（她）的印象寄语墙，这能大大提高学生对品牌的认可；

品牌文化：

“椿语印相”不单单只是一个摄影品牌，它还会是学生心中留念的一小块地方，所以本团队在推广方面会做到针对性，创新性，甚至终身的后续服务，打造一个“椿语”文化，落叶终要归根的理念。

（二）经营管理

“椿语印相”摄影工作室会做到以下几点：

1. 客户服务管理：

“椿语印相”工作室始终秉承以人为本服务至上的理念，“椿语印相”将实行严格的服务管理制度。从售前到售后，我们都会制定客户服务条例。每一位来到工作室了解、体验和消费的顾客，都可以为工作人员的服务态度进行评价，评价结果将直接与业绩挂钩。我们将在公众号内设置客户意见反馈栏，工作室每天都会进行核查、开会及改正。

2. 客户信息管理：

“椿语印相”将会对消费者信息进行严格保密，保障个人隐私权，对工作室泄露客户信息者将做出严格的惩罚。

3. 人员管理：

从人员的招聘、入职、培训等再到考勤、考核、奖金、团队建设等。“椿语印相”工作室都会制定详细的计划，从人员管理细节中出发，慢慢总结出适合本工作室的人员管理方式来提高工作执行力。

4. 销售管理：

“椿语印相”工作室所有服务项目将会明码标价，所有项目将采取一次性收费，杜绝隐性收费。所有项目价格我们将根据每个季度的摄影市场、每个主题的成本需求以及每个阶段所开展的特别服务进行对应的调整，调整结果将及时的公布在店铺内价格栏和“椿语印相”工作室的工作号中。并成立专门的销售部门，定期总结结果、完善销售模式以及对新市场进行开拓。

5. 财务管理：

“椿语印相”工作室将成立专门的财务管理部门，实施严格的财务管理制度，涉及到财务预测、财务计划、财务控制、财务分析和财务检查。每个月

将制定出详细的对账单保证账目分明。

（三）企业推广策略

1. 网络推广策略：

注册运营“椿语印相”服务公众号，使用搜索引擎竞价推广，让大学城周边的消费者打开浏览器就能接收到我们的广告推送；运营企业博客（微博），使用微博推广服务，吸引网络流量，将企业名声先推广开，让消费者初步了解我们的企业；可尝试运营抖音等小视频 APP，将客户（自愿）在我们工作室体验的过程中制作成小视频进行推广，吸引消费者；

2. 线下推广策略：

线下通过海报、横幅、传单、人脉关系等进行推广，线下推广只针对了大学城内的学生，为了避免消费者对产品不感兴趣，我们将对线下吸引来的客户进行短期的小幅度优惠。

3. 打造企业文化：

我们工作室装饰以目前网络上比较火的复古风进行装修，给消费者进门就带来一种复古回忆的感觉；企业的服务宗旨是“以人为本”，全程服务围绕着消费者进行，为了就是给消费者带来一种回到家的感觉，而我们企业内部有独特的寄语印象墙，“椿语印相”的名字，椿代表着树木，代表着我们的母校，而我们则是树上的一片叶子，当我们成熟以后会脱离树枝随风而去，但是到最后也难免会落地，代表着落叶始终会归根的理念，而语则是我们留在母校内的寄语印象墙，记录着还没步入社会的我们的雄心壮志，给未来自己带来的寄语，是一种非常触动自身的体验；将企业文化打造成功后进行文化推广，吸引部分对此感兴趣的消费者。

（四）促销策略

“椿语印相”在新生入学的时候将为新生免费拍摄入学个人写真，记录刚进入校园的青涩，然后在军训、成长、毕业等重点上进行摄影记录，为消费者打造一个全新完整的大学青春记录册，毕业后还会为消费者提供结婚照、婚纱照、婴儿照等一系列服务，打造大学到结婚生子一条龙的摄影套餐，形成一个独特的企业产业链。

（五）营销方案

1. “椿语印相”推出会员制，通过充值一定的金额加入会员后，能通过活动增加积分等获得服务优惠，并且每个季度推出会员主题，专门针对会员成员所制定的主题，提高套餐服务档次；会员能使用店内的寄语墙和印象墙，提供会员终身回望服务；运营“椿语印相”公众号，线上可行使会员权力。

2. “椿语印相”一对一服务，免费咨询和初定拍摄计划，店内提供专业的化妆师、配有丰富的服饰选择搭配、强大的后期处理师、多元化的后续产品选择，给消费者最好的体验。

3. “椿语印相”情侣定制服务，利用中国传统节日，制作带有传统节日的故事。提供专业的服装，为情侣制作带有浪漫的回忆故事。

4. “椿语印相”老带新推广服务，老用户带新用户来拍摄能获得相应的积分奖励。

5. 成立“椿语印相”交流群，在群内最直观的了解客户的需求，聆听他们的声音，第一时间制定迎合时代的方案。

6. “椿语印相”与校园内各大团队社团班级提供合作，提供聚会随拍、团建记录、团队点滴等拍摄，最直观的提供优惠。

7. “椿语印相”将针对毕业人群，推出椿语终身套餐，选择椿语拍摄毕业

艺术写真，我们将为顾客赠送一次免费结婚照拍摄或一次免费婴儿照拍摄；还会每年提供一次免费的新款服饰拍摄体验；让“椿语印相”做到毕业人群心甘情愿为新生推荐我们品牌；形成独特品牌特色。

8. “椿语印相”推出“**时空照片**”服务，顾客拍摄完后可以选择体验这套服务，我们将为顾客保存顾客的寄语及照片，根据顾客的需求在未来的某一天寄到顾客的手上，一个能给未来的自己带一句话的体验服务。



（一）战略框架

1. “椿语印相”将发展成为一个适合学生、针对青春为主题，提供贴心的服务，专业的技术和个性化创新定制的摄影品牌，将为各大校园学生定制属于他（她）们的青春。

2. “椿语印相”将以广东岭南职业技术学院（清远校区）作为战略第一站，通过学生一届带一届的特色打响品牌名声，先在岭南学院打下扎实的基础，形成品牌效应后再逐步进入其他高校校园。

3. “椿语印相”将主推会员制，给会员更多的定制主题选择，提供免费一对一定制，通过会员制培养忠诚的客户群体，定期推广福利和会员积分制度；保证主营业务的情况下，开展更多业务方面：淘宝平面拍摄、自助打印、旧时代胶圈冲制体验等，普及摄影知识，打造品牌文化。

4. “椿语印相”将以“朋友”的身份陪伴消费者，一次消费终身受益，运营微信公众号和微博是重要战略点之一，对在校学生内提供类似一次拍摄，在校期间自主打印免费等服务吸引消费者，前期以快速吸引客源为主要目标，后期以推广品牌文化为目标，打造独特品牌。

（二）发展策略研究

1. 加强宣传力度

在宣传上可以采用网络宣传和实地宣传相结合的方式。线上通过在微博、微信、腾讯、优酷等媒体上进行作品展示来增加知名度。实地推广在超市、宿舍、食堂等人流量大的地方进行发放传单、悬挂条幅、张贴海报；利用社团、班级、师生人际关系进行推广，让更多的人关注。

2. 拓展业务范围

工作室在淡季的时候，给新入学的大学生拍摄创意军训照，既纪念了校园

军训生活，又能增进新生之间的感情。另外还可以通过拍摄微电影、证件照等一系列摄影服务增加收入，工作室中的个性化私人定制是最重要的发展方向。

3. 经常充电

在业务、技术、创新能力上要不断提高自身，多参加相关的培训，提高技能，使作品更加专业，质量更好。

（一）财务报表

1. 拟开办物件采购

物件	单价（元）	合计（元）
收款台	200	200
服装	100	2000
拍摄道具	50	1000
展示橱窗	200	200
摄像机（索尼 HVR-A1C）	13800	13800
照相机（索尼 DSC-H9）	2550	2550
打印机（佳能 LBP-5000）	2400	2400
化妆品	150	800
合计		22050

2. 拟业务收费

服务	套餐费用
一对一私人定制艺术写真	299 元/套（45 张精修）
景点团队跟拍	399 元/套（包车接送，45 张精修）
情侣主题套餐	199 元/套（30 张精修）
室内主题拍摄	150 元/套（30 张精修）
室外主题拍摄	200 元/套（30 张精修）

（一）项目风险

1. 摄影工作室市场的不确定性风险（由于项目资金有限，技术质量水平可能不符合高端市场消费需求）；
2. 由于在学校内有旺季与淡季，需做好规避策略，针对淡季要更加用心；
3. 拍摄时间不灵活（需根据大部分学生课程安排，影响消费密度）；
4. 项目运作时期，摄影行业属于服务业，可能会出现消费者不满意或者对选项难以抉择，所以需要工作人员具备良好的素质、足够的耐心、尽可能引导消费者做出选择、否则会影响消费需求。

（二）成本控制

工作室初期建立需筹备大量的物资、设备购买、人员配置等需要大量资金，因此要合理控制好成本方面，避免现金流不足。

（三）行业竞争风险

摄影行业需要保证技术与服务，还需时刻提高创新能力，根据最新潮流风格推出适宜消费者人群的套餐，不能一成不变，要保持好自身的特色，以应对其他工作室、照相馆的竞争。