

不傾國
不傾城
傾其所能愛

东阳摄影工作室

时间：2020.05

目录

CONTENTS

01 #ONE 前言

02 #TOW 执行总结

03 #THREE 市场分析

04 #FOUR 公司战略

05 #FIVE 项目详细说明及介绍

06 #SIX 公司营销战略

07 #SEVEN 公司财务分析

08 #EIGHT 风险分析与解决方案

09 #NINE 附录



01 前言

1.1 公司概况

1.2 疫情影响

1.3 行业影响

1.4 应对措施

1.1 公司概况

公司名称：东阳摄影工作室

东阳摄影工作室于2019年7月9日正式成立，主要从事艺术写真，证件照拍摄，班级（宿舍）集体照拍摄、风景照与照片后期编辑工作。

工作室现配置两台单反相机、三台笔记本电脑、一个三脚架与若干道具用于拍摄与后期制作。同时，我们开通了抖音、快手、QQ等平台，客户只需要在网上下单，我们就可以与客户在最短时间内取得联系，获得较高的办事效率。



1.2 疫情影响

一场突如其来的新冠肺炎疫情，让原本期待春节期间消费爆发的服务业遭受重创。尤其是占比合计逾30%的批发零售、交运仓储、住宿餐饮等受冲击影响最大。

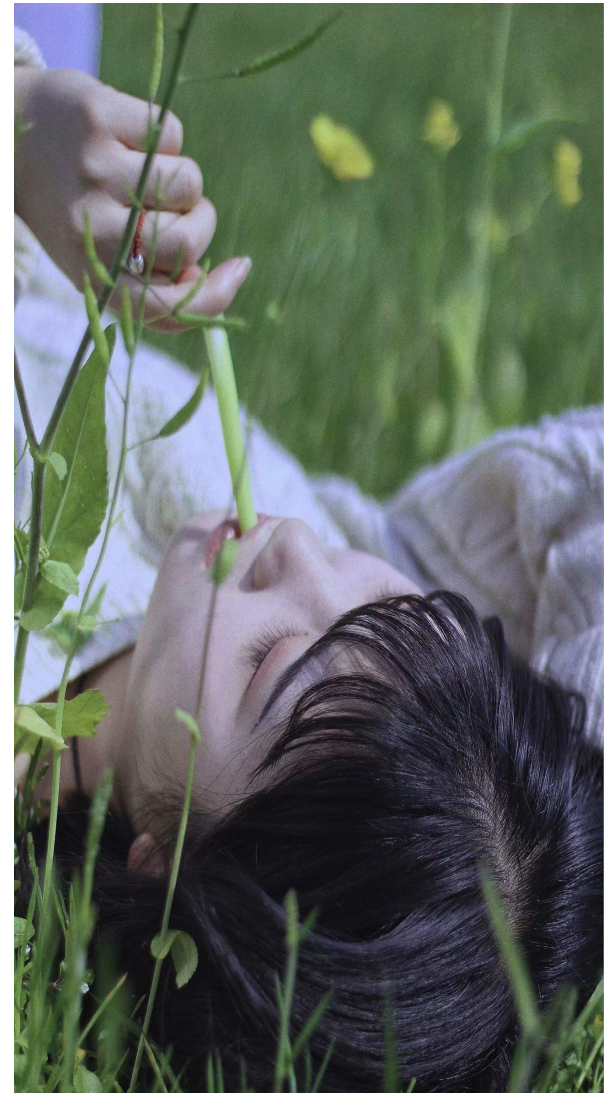
由于服务的无形性、生产和消费的不可分离性、服务的异质性以及不可存储性，因此，疫情在短期内将对我国服务业尤其是消费服务业带来较大冲击。当前我国服务业占国民经济的份额接近60%，所以此次疫情对经济的负面影响不可与2003年SARS疫情发生时的影响同日而语，那时服务业占GDP的比重只有40%多一点，而且当时我国城市化程度还比较低，人与人之间交往的密度远低于现在的水平。

要最大限度降低疫情对企业带来的影响。而对于整个服务业来说，危机也意味着推陈出新。疫情期间，某些更高层次的生活性需求和生产性需求无法得到满足，新需求就会激发科技创新、产品创新、服务创新、商业模式创新的出现，进而产生新产品、新业态。



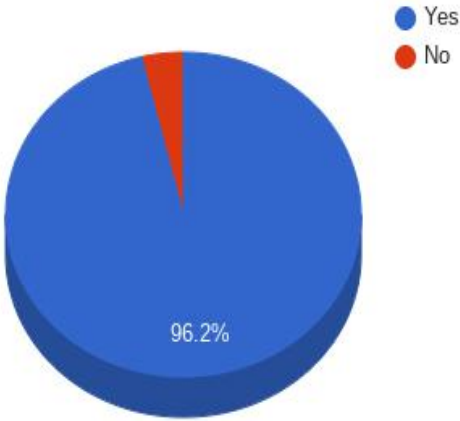
1.3 行业影响

近日美国影像器材租赁机构lensrentals公布一份新冠病毒（COVID-19）疫情对摄影和视频行业影响的调研报告：“像许多人一样，我们的行业和社区在新冠病毒（COVID-19）大流行中在人力和财力上受到了沉重打击。尚未收集的数据可以洞悉许多自由职业者和自雇摄影师和摄像师所面临的经济挑战。” **疫情影响近两成摄影师考虑转行。** 毫不奇怪，超过96%的受访者表示其收入或工作受到了新冠病毒（COVID-19）大流行的负面影响，4月份平均取消了78%的预订。接下来的一系列问题旨在确定持续影响的每月细分内容。尽管对大多数人来说，四月份可谓是毁灭性的灾难，但对五月份的预测却适很黯淡的，大约有60%的摄影师和摄像师报告说，几乎全部或80%以上的工作已在4月份取消。



1.3 行业影响

Has your work and/or income been impacted by COVID-19?



Has your work and/or income been impacted by COVID-19?	Overall	Photographers	Videographers
Yes	96.20%	96.83%	93.57%
No	3.8%	3.17%	6.43%

COVID-19是否影响了您的工作或收入？整体 / 摄影师 / 摄像师

选择影响占96.2%

What impact has COVID-19 had on your expected May bookings or events?	Overall	Photo	Video
All or almost all of my jobs have cancelled (80%+)	59.69%	60.84%	53.99%
Most of my jobs have cancelled (50%-80%)	22.56%	22.41%	23.31%
Some of my jobs have cancelled (20% - 50%)	7.08%	6.9%	7.98%
A few jobs have cancelled (Less than 20%)	4.82%	4.43%	6.75%
No impact	5.85%	5.42%	7.98%
Average cancellations:	71%	72%	67%

COVID-19对您5月订单或活动有什么影响？

选择全部或几乎所有工作都被取消占59.69%

夏天，当许多人认为有望重返运营时，行业同时充满着希望。目前，6月至9月的平均取消量预计不到40%。对于一年中夏季至深秋婚礼旺季的小型企业而言，至关重要。

1.4 应对措施

疫情期间，街拍订单取消，与此同时我们采取另一种措施——线上开设调色、摄影班直播教学、摄影师家中拍摄更新抖音、快手，学习更多摄影、后期技能来应对这一情况。

该措施很好的稳固了客源，让更多的客户了解了摄影师的技术，更能增进摄影师与客户的沟通，可谓是一举多得。

疫情缓解过后，我们的摄影师选择与客户前往人烟较少之地方进行拍摄。相信我们一定可以抓住“两成摄影师考虑退出该行业”之际，提高自身水平，增强自身竞争力并稳固客源，待到全国摘下口罩之际在三阳市摄影市场中展露头角，在学校师生中赢得口碑。

课程安排时间 ①：

课程内容 1:Lightroom 预设导入方法
2: 赠送 100 套 Lr 预设
3:ins 风 黑金 橙金 人文纪实 (视频参数教程)
4:了解 Lr 里面的功能使用步骤和作用
5:了解 Lr 里面的调色思路和原理和曲线的使用效果 (黑金/蓝冰/青橙色调风格)

课程安排时间 ②：

1:vSCO 滤镜的使用方法调节和给图片加配文字
2:vSCO 的颜色调节思路原则 (黑金风格)

课程安排时间 ③：

①:各种软件的滤镜使用:1黄油相机 2:Snapseed
3:vSCO 4:美图秀秀
②: Snapseed 的图片调整曲线的使用方法!
③:图片调色 使用软件 1:美图秀秀 2: Snapseed
④:图片细节 使用软件: Snapseed
⑤:图片效果 使用软件 1:美易 2:美图秀秀
3:Photofox 4: Snapseed

课程安排时间 ④：

①:双重曝光:使用软件: Snapseed
②:图片倒影:使用软件: Photofox
③:图片叠加:使用软件:Photofox
④:图片文字:使用软件:黄油相机
⑤:图片特效:使用软件 1:男相机 2:印象

课程安排时间 ⑤：

拍摄构图
1:讲解拍摄构图和一些细节技巧 (景/物)
2:人像拍摄构图讲解 (角度/细节)

课程安排时间 ⑥：

1:剪映影视剪辑课程
2:剪映转场, 卡点, 特效等制作方法!
3: 相机如何拍摄星空/车流, 星空/车流如何选择场景和构图以及正确的时间点!

课程安排时间 ⑦：

抖音运营小知识

1:养号编
2:运营编
3:热门编
4:流量池算法编
5:引流编

了解抖音运营 实现引流变现

⑧:直播课程:看具体时间来安排:课程如下

①手机摄影构图方式/人像摄影的构图技巧/摄影技巧/摄影审美: 审美决定你的摄影水平! (直播讲解)

光摄学院调色班

零基础教学 包教包会

光摄院

光: 玩摄影的必要条件/光的艺术
摄: 摄影/拍摄
学: 一个只有学习的地方

5大模块

28个核心知识点

- ☒ 讲解拍摄构图和一些细节的技巧 (景/物/人像)
- ☒ 如何前期拍摄车流和星空 (相机/手机均可)
- ☒ 了解抖音运营 实现引流变现
- ☒ Lightroom 预设导入方法 (苹果/安卓/电脑均可)
- ☒ 了解 Lr 里面的功能使用步骤和调色思路原则
- ☒ 美易特效处理和制作图片
- ☒ Snapseed 对比度、饱和度、白平衡、锐化等调色
- ☒ VSCO 滤镜的使用方法, 和调节
- ☒ VSCO 新功能讲解, 视频调色
- ☒ 剪映影视剪辑课程
- ☒ 图片的文字排版

学习费用 299

送 200 款调色预设



An abstract graphic on the left side of the slide, featuring a mix of dark blue, teal, and light green colors in a textured, watercolor-like style.

02 执行总结

2.1 营运网站

2.2 公司产品

2.3 市场分析

2.4 营销策略

2.5 风险分析

2.1 营运网站

主要运营平台：QQ、微信、微博、抖音、快手等平台

在“全民抖音”的大趋势下，我们充分利用互联网平台为顾客提供更加方便、快捷而又富有情怀的摄影服务。顺应时代浪潮，依靠互联网掌舵行业航向。以科技为灵魂的摄影行业，我们要着力提升自己的技术实力，培养专业人才攻克技术难关，充分利用O2O商业模式，O2O即Online To Offline(在线离线/线上到线下)，将线下的商业机会与互联网相结合，让互联网成为线下交易的平台。颠覆信息不透明的传统摄影行业。在现有的图片资料库的基础之上升级，将摄影作品电子化、数字化，建立全面社交媒体与客户在线互动、线上线下一体化的营销系统。（现有粉丝数量：抖音4.4w、快手3.6w）



2.2 公司产品



报价表

项目	单价/元
证件照 (包含白/蓝/红底+各种尺寸)	20
人物艺术写真	259
个性自拍	399
毕业创意照 (个人/宿舍/班级)	199/599/999
班级聚会/生日会 摄影摄像	599

2.3 市场分析

摄影市场发展历程与发展前景

纵观摄影技术的发展脉络，我国的摄影行业以及照相市场经历了从无到有，从黑白到彩色，从贵族阶级的奢侈品到社会基层百姓的日常消费品，从传统银盐摄影(银盐摄影：传统的胶片相机，就是以银离子的卤化物为感光物质的相机，使用胶片保存影像，需要冲洗，感光相纸得到照片，这就是银盐工艺)到电子数码摄影的发展进程。

19世纪40年代，这样一门在西方兴起的新型实用技术传入了中国，随之便掀起了一场跨越时空的热潮，到现在也似乎并无降温的趋势。19世纪60年代，我国的摄影行业逐渐形成，历经两个世纪的洗礼，其在当下得到了较为全面的发展。“五四”新文化运动以后，摄影行业在中国有了较快发展，并占据了一定的市场份额。新中国成立后，百业俱兴，我国相继建立了自己的摄影器材工厂，这极大地降低了摄影的成本，促进了摄影在民间的发展。改革开放以后，黑白照片迅速被彩色照片所取代，使我国摄影市场蓬勃发展，成为了世界上最重要的新兴摄影市场之一。随着科技的不断进步，数码相机和手机移动端摄影技术的日益普及，进入新时期的摄影行业在如今这样网络化、数字化的时代背景下面临着新的挑战与机遇。



资料来源：观研天下数据中心整理

2.4 营销策略

口碑营销与体验营销并重

口碑营销

1：建立品牌认知

利用互联网渠道快速建立品牌认知。另外，精心打造个性化自媒体平台，提升用户体验，维护品牌形象，并进行专业内容运营。网络口碑营销公司会将与产品相关的正面信息传递给用户，使企业的正面信息得以全面曝光，从而使用户建立良好的品牌认知，打好网络口碑营销的基础。

2：话题体系和运营

网络口碑营销公司以核心品牌话题为载体，整合网络营销方式。如微博、抖音等平台的综合利用。加强品牌在相关领域及话题内的讨论度、活跃度，吸引用户关注，引发讨论，并形成正面引导。

体验营销

1：服务模式

对企业来说，优越的服务模式，可以征服广大消费者的心，取得他们的信任，同样也可以使产品的销售量大增。

2：个性模式

为了满足消费者个性化需求，企业开辟出一条富有创意的双向沟通的销售渠道。在掌握消费者忠诚度之余，满足了消费大众参与的成就感，同时也增进了产品的销售。



2.5 风险分析

主要包括外部风险与市场风险

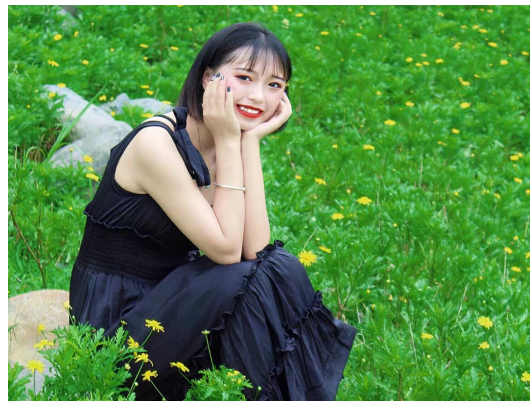
外部风险

1：有限的资金资源

建立一个公司所需要的资金量大，同时也需要维持它运转的资金。一旦资金不足，无法按照预定计划到位，那么公司将无法运转建设。所以在资金管理方面务必警惕。

2：一些高档设备价格的不确定性

包括主要设备来源和价格的不确定性。



市场风险

1：市场的巨大变化

激烈竞争所带来的后果就是市场的高度细分，个性化消费正在取代大众消费成为市场的主流。面对高度分化的市场，对摄影业来说，好的作品越来越难做了，而对企业而言，则是摄影与消费者沟通方面的作用降低了。随着新科技不断涌现，拍摄与编辑的模式和设计也日新月异。最基本的摄影素材也千变万化。

2：市场的不确定性

一开始，目标客户可能还存在信任与习惯的障碍，因而要让目标客户在短期内接受并委托摄影工作室为之服务，困难还是比较大。

An abstract graphic on the left side of the slide, featuring a mix of dark blue, teal, and light green colors in a textured, watercolor-like style.

03 市场分析

3.1 宏观市场分析

3.2 微观市场分析

3.3 竞争对手分析

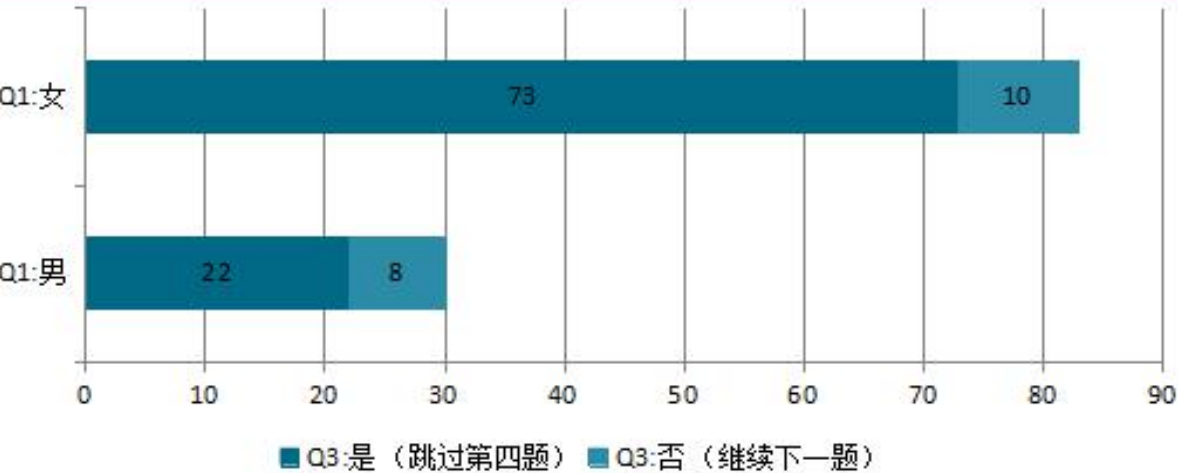
3.4 SWOT分析

3.5 市场分析总结

3.1 宏观市场分析

为了更加准确的了解学生市场情况，团队在三明学院范围内进行了一次问卷调查。此次问卷调查工作共发放120份，实际回收113份，其中有效问卷113份，问卷有效回收率94.2%。以下是分析报告的一部分。（详见附件1：问卷统计）

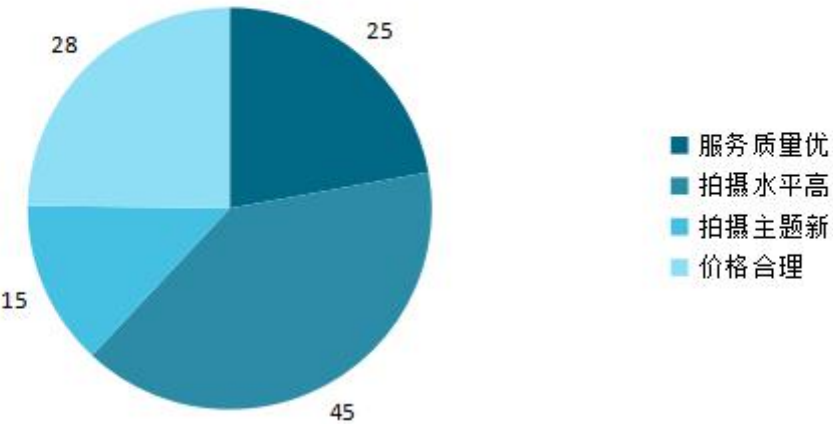
Q1:1、请问您的性别是： X Q3:3、您是否喜欢影像记忆（艺术写真一类）：



本次校内问卷受访学生中男生共30人，占比26.5%，女生共83人，占比73.5%。其中不同性别对影像记忆的偏好不同，受访女生中有88%喜欢影像记忆，其余12%不喜欢；而受访男生中有73%喜欢影像记忆，剩余27%不是很喜欢。

- 由此可见：
- 1.我们的潜在市场较广；
 - 2.女性可能为我们的主要目标客户群。

Q11:11、你对校园摄影工作室的期待是：



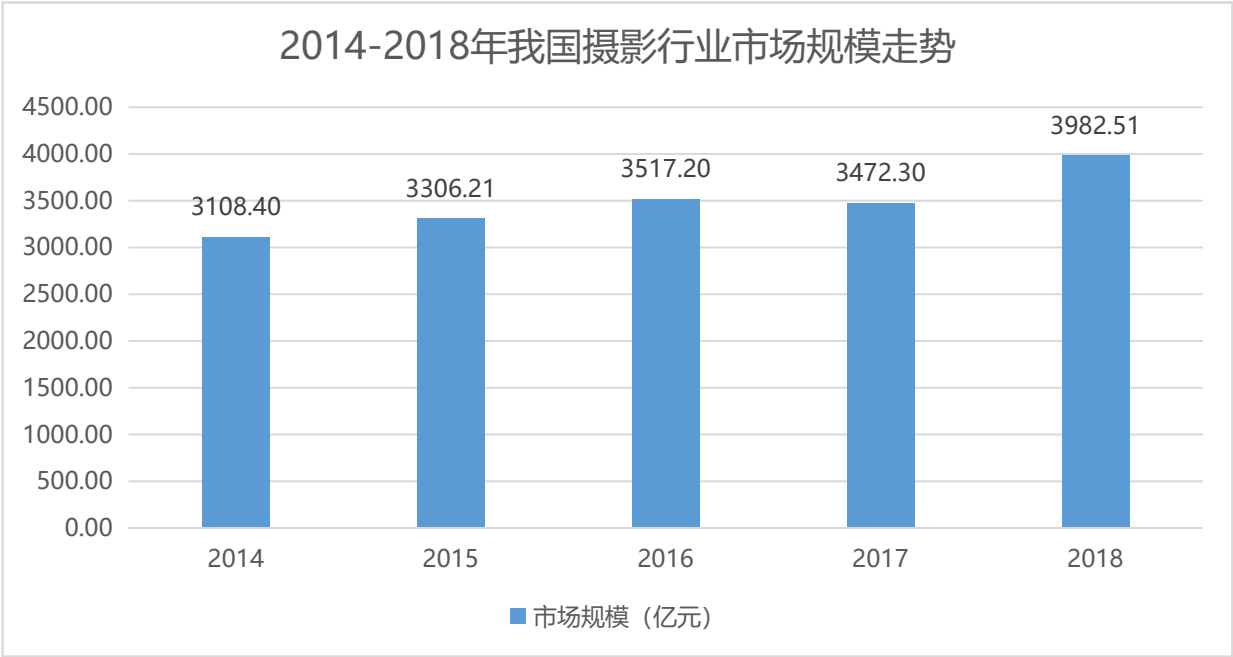
本次校内问卷受访学生对校园摄影工作室拍摄水平的期待程度最高，占到40%；其次分别是价格合理（25%）；服务质量优（22%）和拍摄主题新（13%）。

- 由此可见：
- 1.我们应将提高摄影技术放在工作室未来提升方向的首位；
 - 2.要保证合理的定价与优越的服务质量。

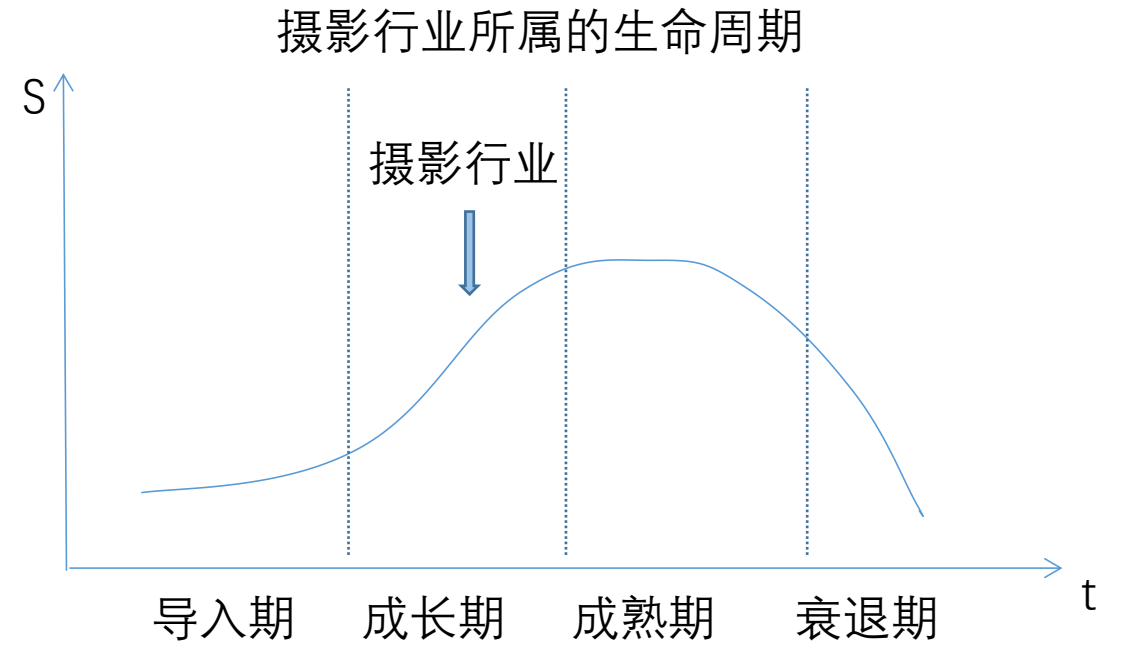
3.2 微观市场分析

前景良好，机遇与挑战并存

我国摄影行业经过多年的发展，已经形成巨大的规模，无论是新闻摄影的高频率使用和商业摄影的高价值带来的市场的提升，都对整个行业的规模提升产生了巨大的推动作用。经测算，2018年我国摄影行业市场规模达到3982.51亿元，同比增长约6.4%。



中国摄影行业所属行业销售规模分析	
年份	销售收入 (千元)
2013年	63289006
2014年	58455311
2015年	51422941
2016年	36514000
2017年	30095000



3.3 竞争对手分析

在搜狗地图中搜索“三明市摄影”，搜索结果有60家左右。而其中绝大多数都是主营婚纱摄影、儿童摄影。“东阳摄影工作室”主营艺术写真，证件照拍摄，班级（宿舍）集体照拍摄、风景照与照片后期编辑工作。

作为各大影楼、照相馆的基础服务项目，证件照服务在从业者心中的重视程度逐渐降低，甚至被忽视——表现在证件照服务质量停滞不前，从业者的专业素质和服务意识参差不齐，打印复印店开始承揽了拍摄证件照的副业——可想而知，这样一个被不断边缘化的摄影服务项目是不会致力于提高其服务质量和顾客满意度的。

综上，尽管竞争对手众多，但我们有信心成为三明市摄影界的一朵“奇葩”。



3.4 SWOT分析

STRENGTH

1.资源优势

可以充分利用学校的资源，比如宿舍或者学校提供的场地。利用学校教师与同学的人际关系来拓宽业务范围。

2.自身优势

大学生是富有活力和激情的群体，具备迅速学习知识的能力。可以通过学校开设的部分课程的学习来进行技术、经营模式与营销理念的提升。

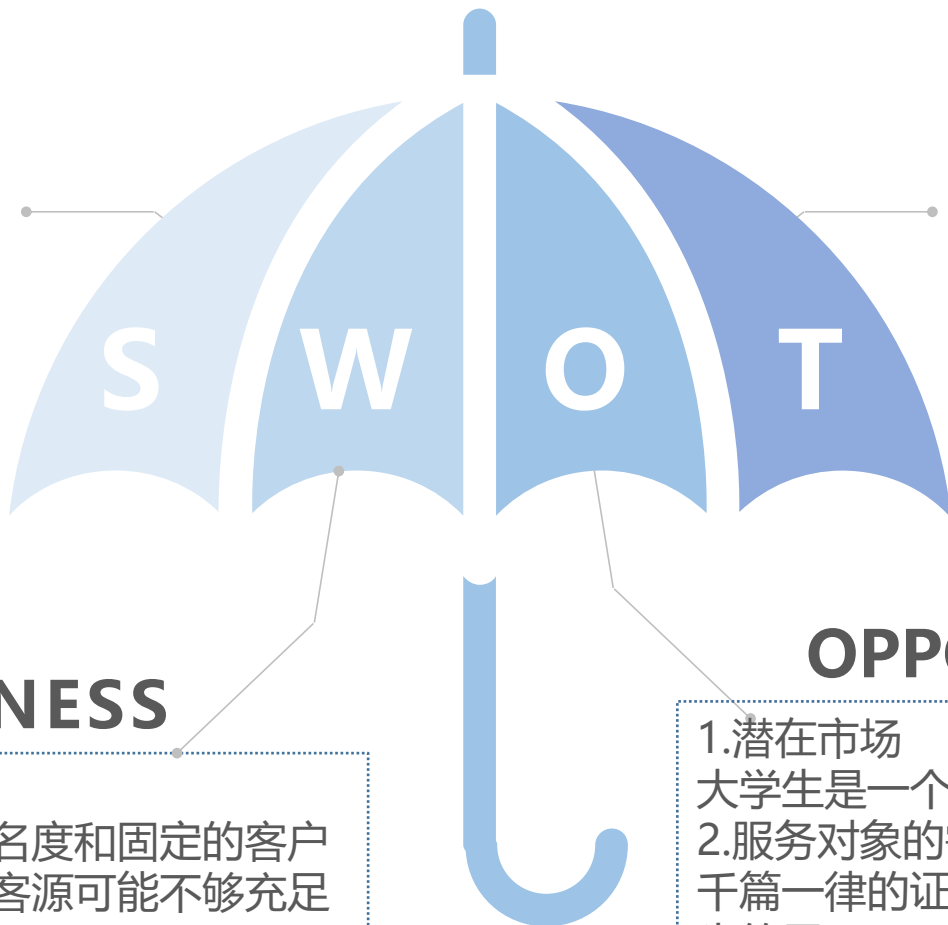
WEAKNESS

1.客源不足

工作室刚刚起步，缺少一定的知名度和固定的客户群，导致消费者的信任度不高，客源可能不够充足

2.缺乏职业经历

初期可能会因为眼高手低，加之缺乏一定的社会经验和科学的规划，技术还不是很熟练且人员较少导致发展受限。



THREAT

1.竞争压力

随着市场需求的增加，针对毕业生服务的竞争者会越来越多。行业间的相互模仿，同行之间的恶性竞争，将会给工作室的长久发展带来威胁。

2.资金压力

工作室刚刚成立，不能保证完全获利，如果初期投入的资金无法回笼，再找不到外援的话，工作室可能会面临关闭威胁。

OPPORTUNITY

1.潜在市场

大学生是一个庞大的群体，这是一个巨大的潜在市场。

2.服务对象的需求

千篇一律的证件照、毕业照、写真已无法满足现在大学生的胃口，而我们所提供的服务能够更好的迎合当代大学生的需求。

3.市场机遇

通过市场调研发现，专门针对大学生服务的摄影工作室并不多，所以该项目有广阔的发展空间与前景。

3.5 市场分析总结

摄影行业市场分析，“十三五”时期是我国转变经济发展方式的关键时期，重构世界经济政治格局的“一带一路”战略稳步实施，为人像摄影业发展提供了新空间；宏观经济步入新常态，消费升级成为主基调；社会需求不断增长，人像摄影的发展空间日益扩大。当前，服务消费迅速增长，信息消费方兴未艾，绿色消费深入人心，时尚消费渐成主流，品质消费潜力巨大，农村消费更趋活跃。服务消费的升级换代，科学技术的不断进步，为人像摄影行业的发展注入了新动力。

摄影行业是一个高速发展的朝阳产业，未来行业对摄影人才的需求将逐年增加；未来摄影业在解决就业、拉动内需、带动相关产业发展方面发挥着不可忽视的作用。未来“互联网+”助力摄影行业发展，信息化技术进一步催生摄影行业新的业态变革。





04 公司战略

4.1 公司名称

4.2 公司介绍

4.3 公司愿景

4.4 发展战略规划

4.5 公司团队介绍

4.1 公司名称

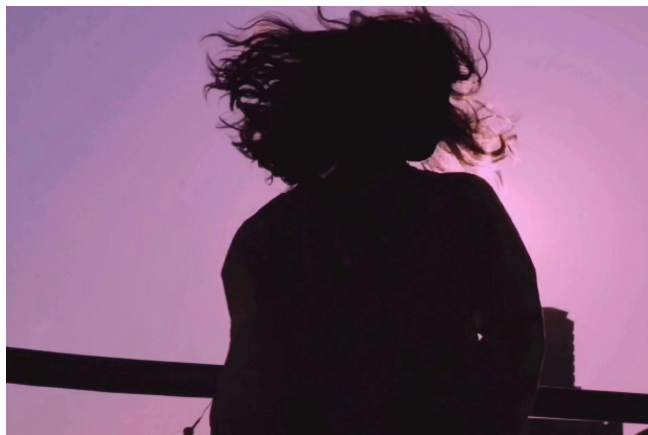
东阳摄影工作室

工作室之所以命名为“东阳”，原因有二：

1.东边是太阳升起的方向，“东阳”初升的太阳 寓意朝气蓬勃、代表新生的力量，愿我们的工作室能够像初升的太阳一般永远年轻，充满活力。

2.“东阳”又可视为“冬阳”，美国诗人勃莱说：“贫穷而听着风声也是好的。” 躺在这郊外的长椅上，我看着天空，领略这天空的博大，静听这天籁的呼吸，让性情得以豁达高旷，让心灵得以清澈明净。只是，依依古道，已觅不见古人飘袂的衣襟。唯有**冬日的暖阳**，随着清凉明澈的风，洗去岁月的尘埃，微风拂水，荡涤人世的苍凉。

愿我们“东阳摄影工作室”如同那冬日暖阳一般，能够让那感动直抵你心扉；似有一双宽厚的手掌，逐一抚摸你内心的伤痕；使那荆棘和泥泞消融，雪后蔚蓝如洗；寒冷换上微笑的妆容，留下岁月的风景。



4.2 公司介绍

1.我们的公司名称为

东阳摄影工作室

2.团队优势

本公司由三明学院在校学生组成，具有一定的摄影、后期、宣传、财务基础。

3.我们致力于做最用心的影像公司

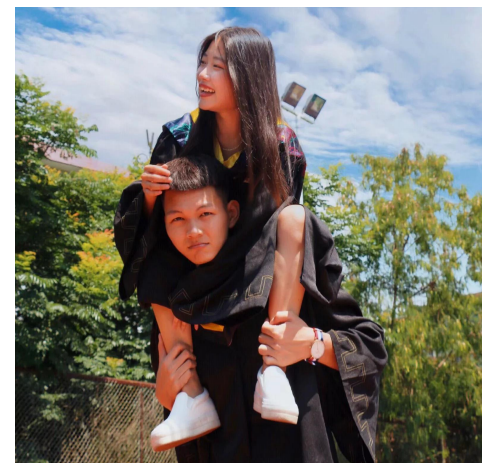
由于我们还是在校学生，初期资金上会略有不足，所以我们会在做好本职计划及工作的基础上最大限度的节约成本。

4.销售策略

由于本公司仅为初创公司，因此我们的营销策略是口碑营销与体验营销相结合。

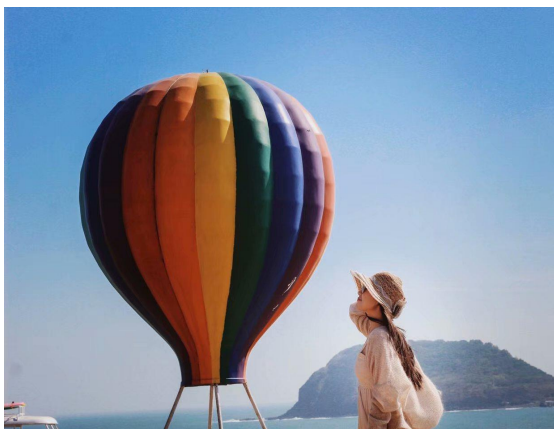
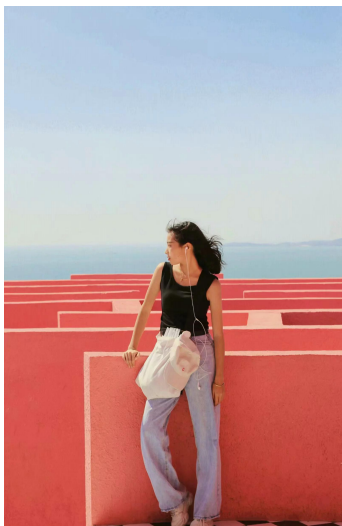
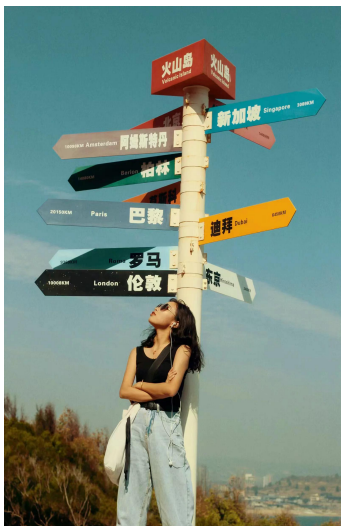
4.3 公司愿景

目前三明市内并没有类似的摄影工作室，而在上海已有类似性质并且成功运营近十年，累计利润非常可观。服务的销售压力较小，我们还可利用各种销售网络（如大众点评、美臀网等）进行团购代理销售，目前已初步了解具体流程，确定该运营方式是合理与可行的。三明市的市场足够大，且大学生的消费水平较高，大部分人都愿意花钱来留下美好的大学回忆。



时光荏苒，让我们留下曾经的感动与美丽。
做一个明媚的女子，不倾国，不倾城，只倾其所爱。

4.4 发展战略规划



1.发展初期（6个月）

创立工作室品牌，制作精良写真，将粉丝数提升至百万计，提高知名度，而后利用自身优势拓展网拍、广告及电商市场，建立稳定的客户群，打造最具竞争力的组织。

构架核心团队，前期抢占大型影楼无暇顾及的中小客户群，拍出特色，拍出情怀。

业务范围：个人写真为主，高水准制作证件照、风景照、后期编辑。

执行计划：抖音短视频平台粉丝数量短期内突破百万级，提升全网知名度。

2.发展中期（12个月）

抖音短视频平台粉丝数量持续增长

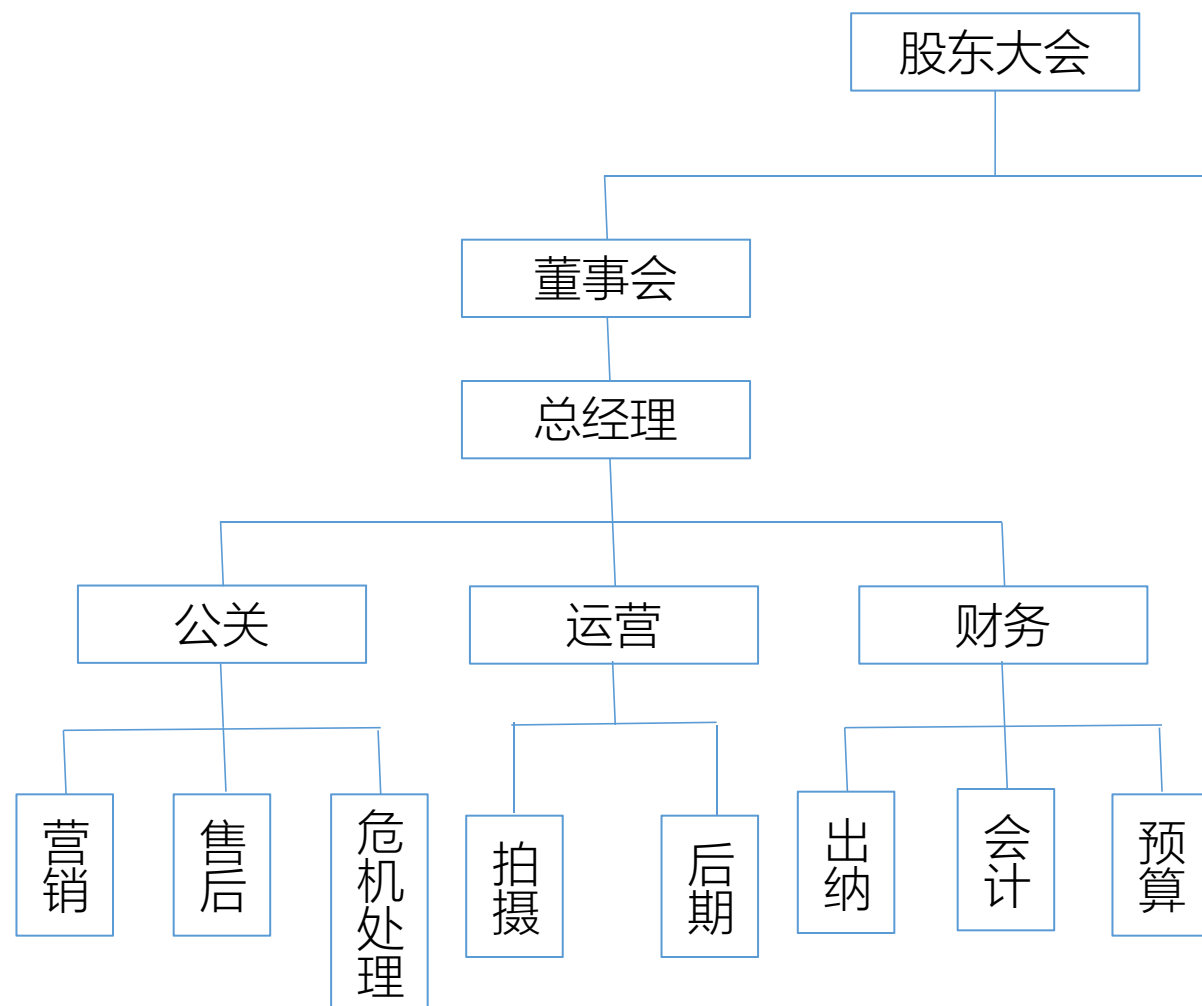
广告平面拍摄

制作更加突出质量，逐渐服务高端客户，争取高额利润，逐步拍摄出具一定影响力的左盼，为建立影视、文化、社会活动结合的规模发展道路打好基础。

3.长期目标（36个月）

成为国内专业商业摄影公司，致力于各大平台的商业拍摄。

4.5 公司团队介绍



股东大会拥有决策权，股东出席股东大会会议，所持每一股份有一份表决权。股东大会作出决议必须经出席会议的股东所持表决权半数通过。



05 项目详细 说明

- 5.1 工作室项目介绍
- 5.2 工作室项目商业模式
- 5.3 工作室项目详细内容
- 5.4 工作室项目获利分析
- 5.5 工作室项目总结

5.1 项目详细介绍

项目主题

1.最美证件照（1、2寸等证件照、英语四六级证件照、普通话证件照和各式考试证件照可发电子档照片）

2.人物艺术写真（风格多种多样可包括各式样古装写真、复古港风胶片、丧系暗黑风格、欧美风、日系风、宿舍大片风、校园小jk和萝莉风格、街拍风格）

3.个性自拍照模式（通过手机连接相机WiFi及时从手机屏幕看到拍摄效果，顾客可以根据自己的想法随意摆姿势，没有摄影师在场带来的拘束感、生硬感。）

4.毕业创意照

5.班级团聚、生日聚会摄影摄像

在这些项目的基础上，我们工作室专门为学生制定了一系列套餐。在人物艺术写真、个性自拍模式我们提供了照片集相册。

其中选择套餐时注意事项：组数/尺寸/底片/是否赠送纪念照片、拍照最低组数/挑片不限次数/相框材质/画面处理



5.2、5.3 项目商业模式与详细内容

价值定位

东阳摄影工作室要从本工作室的产品、运营和盈利方面来创造商业价值，成为一个模式化、批量化、团队化的校园摄影工作室。即做到服务顾客，满足顾客，又可以获得经济效益。

目标市场

随着社会经济的发展，摄影行业市场规模的扩大，人们对生活质量的要求也越来越高。所以很多人在追求个性的道路上一去不复返，尤其是三明学院在校大学生。以拍艺术照的方式来定格自己的美好的青春年华，顺应时代潮流的发展。

针对福建省三明市三明学院，东阳摄影工作室做了一次问卷调查，本次校内问卷问及男生30人，女生83人。在男性受访者中，喜欢艺术写真的有73%，其余27%为不喜欢。女生受访者中，喜欢艺术写真的占88%，12%为不喜欢。显而易见，女生拍写真的需求更多，所以女性可能为我们的主要目标客户群。

根据团队初步调查，三明学院的学生大多选择在夏季拍摄艺术写真，冬季的需求相对较少。当临近普通话、四六级报名日期时，拍摄证件照的需求会骤增。而六月左右的毕业季则导致班级团建、宿舍聚餐以及毕业照需求增多。我们要根据市场需求灵活调整我们的套餐、服务等项目。

起步阶段以校园生活写真为主，如证件照、毕业创意照、古风大片、团体照还有个人艺术写真，在发展阶段拓展业务，如录制编辑微视频、校外的旅行跟拍、宣传海报等涉及。起步于校内，业务可拓展到本市，市场的前景较好。

5.2、5.3 项目商业模式与详细内容

公司提供服务

1.服饰

- 东阳摄影工作室提供本工作室手工自制服装（独立设计，彰显东阳摄影独特个性）
- 自制服装仅限汉服：汉服写真服装由本工作室手工制作，汉服上有刺有“东阳”字样的独立手工刺绣。（传扬中国传统文化，也显露东阳摄影工作室的独特个性）
- 东阳摄影工作室可提供其他非本工作室自制的服装（各种样式的汉服、西服、各种潮流服装、校园小JK和萝莉服装等，仅供人物艺术写真和个性自拍模式穿着）

注：如有涉及到毕业创意照、班级团聚和生日聚会需自备服装。

妆容发饰造型：本工作室根据个人形象来提供妆容发饰造型服务，根据顾客的要求可出不同的古风妆容、时尚妆容和造型等，来突出顾客的独特个性。

2.本工作室独特服务

- 东阳摄影工作室会根据顾客个人特色不断更新潮流且适合顾客的新颖主题，包括风格、服饰、妆容发饰造型等。
- 根据当天节日推出与节日有关的主题风格套餐，比如中秋节、情人节、圣诞节、万圣节等。
- 不定时在微信小程序上进行抽奖，中奖者可得免费个人写真一组。
- 根据顾客挑选的风格给顾客选择最优的拍照场地以及最佳的动作指导。
- 工作室还会赠送很多服务套餐，例如原图全送、优惠活动等。

当然工作室各人员要不断学习新技术，精进自己的摄影技术、化妆技术、设计技术；为顾客量身打造显得更自然、更个性、更具有感染力和更具创新的作品，提供热情专业的服务。

5.4 项目获利分析

1.工作室拥有性价比较高的校园摄影师，这些资源可以为校内的想拍个人写真、毕业创意照、班级集体照的同学提供拍摄服务。工作室采取顾客支付预付款的方式来确认顾客接受摄影服务意愿，如毁约，预付款将不退回，在拍摄完成后基本上获取全部摄影服务价款。在抖音、快手上分享滤镜教程来吸引潜在客户，取得更多的客户资源，利用这些平台在私信中给别人后期、视频剪辑来获得额外收益。在校内，要学会抓住客户的痛点与需求，从选片着手，提升选片率，快速出有质感的成片，满足了顾客的期待感，提高东阳摄影工作室的口碑，客户源将会越来越多，给工作室带来更多的获利机会。

2.工作室初期可以打折促销来吸引顾客，谁能抵得住“大幅度优惠”，以隐晦的方式转移到消费标价里，给工作室带来了主要利润点。增加推广渠道，推广本质是让更多的人知道摄影工作室核心价值，一开始就可以做直播引流和宣传的作用，增加客源。在直播中可有偿帮助修图滤镜后期，虽然获利不高，但是可以提高工作室的知名度。当然现阶段线上教育行业发展迅速，知乎Live、各类FM、以及众多涉及线上教育的渠道，都适合开设摄影课程，给工作室带来了利益，也为工作室的未来发展奠定基础。根据工作室在抖音和快手的粉丝量及热度，工作室可以在跟小的广告公司合作，接化妆品、生活日用品等推广，来为工作室获额外收益。



5.5 项目总结

摄影行业归根到底隶属于服务业，在中国市场竞争非常激烈，尤其在学校中。不仅是技术上的比拼，更多在于工作室提供的服务及工作室独特的主题风格。

1.在项目产品上我们有非常创新意义的个性自拍照模式，不要有摄影师在而带来的拘束感，就能拍出大片感。

2.根据校内的宿舍环境，我们也可以提供上门服务，根据抖音APP上非常火的宿舍大片来制定适合顾客的风格

3.在服饰上我们有东阳摄影工作室提供本工作室手工自制的古装服

4.在妆容上我们工作室有各种根据节日等推出的新妆容，让顾客体验到不一样的自己，变妆模式玩出新花样。

因此，工作室绝对不能忽视顾客提出的宝贵意见，要致力于工作室的独创风格，着手服务质量和顾客满意度，提升工作室口碑。且我们有完整的、专业化的队伍，它也是构建竞争壁垒的重要条件。





06 营销策略

- 6.1 服务策略
- 6.2 价格策略
- 6.3 市场推广策略
- 6.4 渠道策略
- 6.5 公司营销策略总结

6.1 服务策略

创造属于东阳摄影工作室的产品特色，推出各种适合各类顾客的服务，工作室主要面向大学生与教师群体，主营业务为人像艺术写真，比如有创意的个性自拍模式、毕业创意照、证件照，同时也会承接录制、编辑微视频；校外的旅行跟拍；宣传海报等业务。

在拍摄以及后期PS处理方面，工作室会努力提升摄影技术与摄影服务水平，从而保证品牌信誉，突破以往死板拘束模式化的拍摄，崇尚自然个性之美，拍出摄影工作室独特的风格。



6.2 价格策略

摄影工作室制定价格需要将自身的成本、销售预测、零散的“自由摄影师”的拍摄售价、摄影师拍摄水平与顾客可接受的价格区进行综合考虑，选择合理确定工作室的基本拍摄价格以及产品价格。

价格定制定前期可高不可低，可以采用“尾数定价法”，对于目标学校的摄影工作室，专为学生制定了质优价廉、薄利多销的策略，以互惠互利为原则，提出合理的优惠价格，与市场上的摄影公司相比，性价比高，具有价格吸引，能够为本工作室带来很多的客户原，包括新老顾客。



6.3 市场推广策略

对于任何新入行的商家而言，推广无疑是首要任务。随着自媒体的发展，门店推广引流已经从线下推广转变成线上线下同步发展。线上推广引流的概念已产生了丰富的外延，社交分享、朋友圈广告等不同形式的手段层出不穷，这些都给了线下门店创造了新的市场空间。

➤ 线下推广：

工作室可以通过传单、东阳摄影工作室自制的明信片、还有海报等方式让顾客了解“东阳摄影工作室”，会在工作室的门外放一个牌牌，告知我们可拍的项目及近日的促销活动。店面的信号拍使用显眼、引人注目的颜色和款种，吸引人前来了解。更重要的是学会利用身边朋友圈的资源，可以与学工办、学生会等校园组织展开活动，拍摄活动照片，推广了东阳摄影工作室的宣传和推广。

➤ 线上推广：

经过多年的发展，线上推广的需求让互联行业衍生出不少为推广引流而设的营销工具，因此工作室也选择使用“简约预约系统”，为顾客提供具优惠券、分销、团购、砍价为一体的福利，同时也会入驻微信公众号、QQ、抖音A、快手、微博、小红书等火爆的平台，这些平台不仅能展示东阳摄影工作室信息，还能把我们的作品散播出去，提高东阳摄影工作室的知名度，还可以给我们工作室增加粉丝，以获得更多的客户，维系工作室的日常运营，这种方式成本低、见效快，给我们带来了很多优质的客户群。通过玲珑直播做自己的直播平台，添加适合自己工作室的功能，而且模式轻、易启动、资金小，关键盈利不错，用直播教学还能实现引流、盈利和品牌建设多重目的，实行推广。

6.4 渠道策略

1.如今，摄影工作室的竞争压力越来越大，要想从中脱颖而出，就要抓住现有主流开发客户的渠道——互联网，首先要选择合适的推广平台，每个平台都有不同的人群，为了获取精准用户，就得找准我们精准客户活跃的平台，比如微信公众号，这样成交也会很高，在各个平台增加东阳摄影工作室的曝光度，客户看到本工作室的推广信息概率就更大。

2.可以在微博、抖音、快手上进行直播，分享PS后期滤镜教程及修图教程或者拍摄教程，跟粉丝互动，能够增加粉丝对东阳摄影工作室的好感以及认知度，跟这些平台上的摄影同行多交流，共上进，“直播+”的时代已经来临，直播能够为摄影工作室带来很多意想不到的效果。

3.工作室要有效的提供各种证件照，写真等产品，必须要对摄影相关业务进行梳理。具体内容包：获取潜在顾客、顾客意向沟通、顾客需求沟通、摄影费用支付、顾客现场接待、顾客摄影服务、顾客后期照片意见反馈、相册后期设计制作、顾客产品交付。每个环节都是展现服务品质，提升工作室影响力的重要载体。工作室力求精益求精提升服务品质，制定的相关流程、规则、制度，都可以为本工作室获取新顾客，激活老顾客。

4.可以通过线上预约，专时专用，可以不用到店预约，就可以跟客户取得确认，大大提高了效率，做行业内的领跑者。

6.5 总结

工作室要把传统营销和网络营销战略相结合实施以致达到最佳的宣传效果，要学会做产品服务战略规划，将产品做到质优价廉、薄利多销的策略，要想把东阳摄影工作室在学校站稳脚尖，不仅有坚持不懈的精神，还要有创新意识，比如在产品服务、拍摄技术、PS后期、底片包装设计精致感、积极在各大软件APP上更新拍摄作品、注重纸张材质上创新。

作为为面向大学生服务的摄影工作室，要不断优化校园定制摄影服务上探索创新自身的营销策略，要对工作室进行大力宣传，提高对待顾客的服务态度。通过摄影师队伍的建设以及线上线下的推广宣传手段和创新取得较好的校园市场效果。





07 财务分析

7.1 目标市场各项假设说明

7.2 获利假设说明

7.3 各财务报表

7.4 目前财务需求

7.1 目标市场各项假设说明

当今大学生的文化生活日益丰富，对美的追求也越来越高，这使得摄影行业逐步进入到大中学校园中，并迅速普及。很多大学生会选择专业的摄影师来进行美好的留念，而大学摄影工作室因其地理位置、价格实惠等原因迅速成为其校园约拍市场中的主力军。我们工作室正初期对象是三明学院广大学子。学院全日制在校生14054人，经过我们对在校的学生进行问卷调查，其中84%的人选择喜欢拍照，所以市场就有11805人。除去学校中已有的口碑好摄影者和工作室35家，假设我们可以占有学校市场的2.5%，也就是说我们工作室的目标市场有4183人。

7.2 获利假设说明

1. 成本合理最大化

按月计算成本包括：职工工资14550元、房租水电1200元、化妆费用700元、道具500元、交通100元、宣传300元

每月成本总计：17350元

2. 获利成本最小化

假设每月人物艺术写真、个性自拍各30套、证件照50张、班级团聚/生日聚会摄影摄像5套
每月营业收入：23735元、获利：6385元

3. 国家规定的税与保险

- 税收：我国对月销售额10万元以下（含本数）的增值税小规模纳税人，免征增值税。对小型微利企业年应纳税所得额不超过100万元的部分，减按25%计入应纳税所得额，按20%的税率缴纳企业所得税。
- 企业所得税 = $23735 \times 12 \times 25\% \times 20\% = 14241$ 元
- 职工工资：摄影4000元、后期3000元、化妆师3000元
- 保险：每月职工五险一金为6859元，其中工作室缴纳4550，职工缴纳2309。

7.3 各财务报表

其中资产负债表、现金流量表、利润表均按半年计算

资产负债预测表

资产	期末余额/元	负债及所有者权益	期末余额/元
流动资产：		流动负债：	
货币资金	39975.5	短期借款	0
存货	5000	流动负债合计	0
流动资产合计	40475.5	负债合计	0
非流动资产：		所有者权益	
固定资产原价	4338	实收资本	34338
减：累计折旧	100	资本公积	
固定资产净值	4238	盈余公积	4000
非流动资产合计	4238	未分配利润	10875.5
		所有者权益合计	49213.5
资产总计	49213.5	负债及所有者权益合计	49213.5

现金流量预测表

项目	期末金额/元
一、经营活动产生的现金流量	
1、销售商品、提供劳务收到的现金	142410
2、收到的其他与经营活动有关的现金	
3、购买商品、接受劳务支付的现金	14400
4、支付给职工及为职工支付的现金	87300
5、支付的各项税费	7120.5
6、支付的其他与经营活动有关的现金	
二、筹资活动产生的现金流量	
1、吸收投资所收到的现金	
2、借款所收到的现金	
3、收到的其他与筹资活动有关的现金	
4、分配股利、利润或偿付利息所支付的现金	26210
5、支付其他与筹资活动有关现金	
三、现金净流量	7379.5
累计现金净流量	7379.5

7.3 各财务报表

利润预测表

项目	本期金额/元
一、营业收入	142410
减：营业成本	94500
税金及附加	0
管理费用	4800
销售费用	4800
研发费用	0
财务费用	0
加：其他收益	0
二、营业利润	0
减：营业外支出	0
加：营业外收入	0
三、利润总额	38310
减：所得税费用	7120.5
四、净利润	31189.5

7.4 目前财务需求

1.目前投入资金（单位：元）

- 设备：电脑（三台）：18000、相机: 4000、
- 三脚架：80、背景布:30、LED灯：198、
- 化妆品：1000
- 现金：30000
- 共计：35338

2.预计完成规划的资金（单位：元）

- 初期（六个月）：200000
- 中期（18个月）：1000000
- 后期（36个月）：2000000

3.筹集资金的管道及方法

- 银行贷款
- 股票筹资
- 找亲朋好友借钱或以股份的性质融资
- 寻找天使投资人

4.募集资金的时间规划

目前资金及设备可以支撑工作室运营两个月，所以募集资金需要在两个月之内筹集到。

募集资金的使用规划（单位：元）

- 设备：数码相机4000、打印机3500、扫描仪2500、镜头3100、压膜机62；

共计：13162

- 服装（购买及租赁）：4000

- 化妆品、道具：5000

- 房租水电及装修：15000

- 职工工资：87300

- 周转流动资金：30000

共计:154462

An abstract graphic on the left side of the slide, featuring a dark blue background with a lighter blue and green textured area that resembles a stylized map or a natural landscape. The texture is composed of various shades of blue and green, creating a sense of depth and movement.

08 风险分析与 解决方案

8.1 市场风险

8.2 财务风险

8.1 市场风险

由于工作室处于初期阶段，普及度还不够广，因而短期内目标客户未必会在我们工作室下单。

解决方案:

加大宣传力度，把宣传分为线上和线下两种。线上通过微信公众号进行推送，用抖音、快手、微博等平台进行宣传。线下通过发传单、贴海报和举行活动进行宣传。



8.2 财务风险

由于工作室初期设备等投入资金较大，且前期所接受订单量少，导致前期资金匮乏，周转难以平衡。

解决方案:

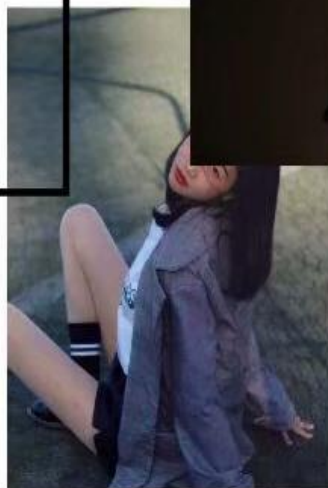
- 预留应急资金，保持资产足够的流动性。
- 提高资金使用效率,增加盈利。



09 附录：作品集锦



DongYangSheYing



Discovery



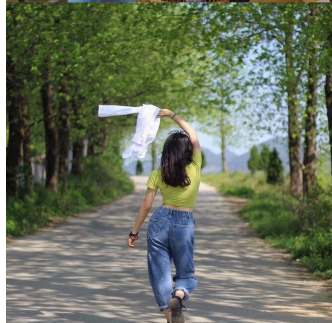
XXXXXXXX



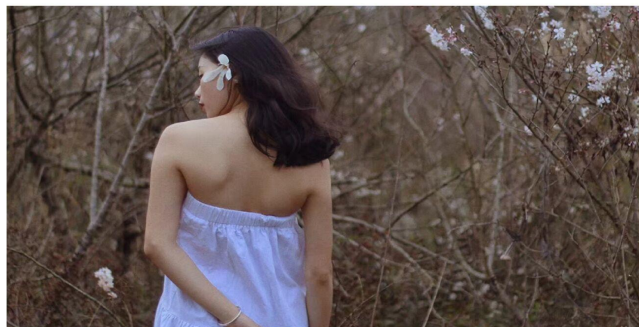
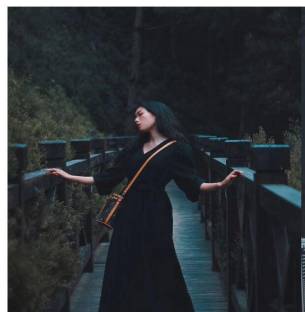




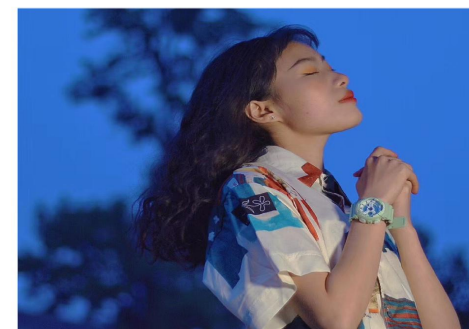
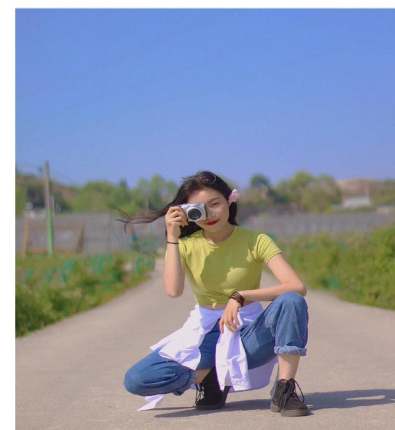
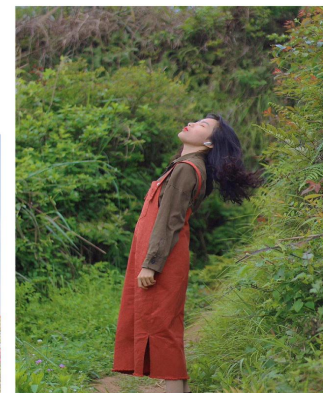




BEAUTIFUL LIFE



2 0 2 0



谢谢欣赏

Thank you for listening