



“留住美好瞬间”私人定制照片书 项目策划书

项目组成员：郑坚，陈诗棋，杨丽晓，陈金纯等

指导老师：梁艳华

广东工贸职业技术学院



目录

一、计划概要.....	1
二、项目介绍.....	4
<u>三、市场分析.....</u>	<u>6</u>
四、行业分析.....	8
五、营销策略.....	9
六、竞争分析.....	10
七、风险分析.....	11

一、 计划概要

（一）计划简述

为了留住我们工作和生活中最宝贵、最快乐的记忆，为了解决当下移动设备因大容量照片而导致存储不足的根本问题，我们广东工贸应用外语学院代表团队为您隆重推出“留住美好瞬间”私人定制照片书项目，并诚挚邀请您参与其中，感受科技为普通大众带来的便利与美轮美奂的照片间流淌的欢乐清泉。

（二）项目背景

“照片书”这一概念最早起源于欧美地区，由美国 Shutterfly 公司最先提供服务并风靡欧美。2008 年，“照片书”正式传入中国，并作为个性化影像产品开始渗透在我们生活的方方面面。现在随着科技的日新月异，“照片书”中蕴藏的“留住美好瞬间，保存美好记忆”的理念也逐渐深入人心，并且也为节省电脑、手机上有限的存储空间提供了一个绝妙的技术契机。

在广州，特别是钟落潭高校圈，“照片书”制作的需求已经开始呈上升态势。大部分消费者希望通过上传电脑或手机当中具有纪念价值的照片来节省有限的存储空间，同时大家也希望将自己生活、工作当中的美好回忆用照片书的形式永久保存下来，无论是家庭聚会还是部门出游，无论是毕业留念还是婚姻生活，照片书都可以让我们回味流逝匆匆的难忘时刻，加强我们与亲人、朋友和同事间的感情。

（三）项目优势

相对于大多数专营照片书网店和高校圈的影楼工作室而言，我们具有以下优势：

1. 我们拥有相当庞大，密集的消费者群体，市场需求旺盛。我们的项目涉及到钟落潭高校圈的 6 大高校，每一间学校都拥有 1 万人以上的学生和数百名教职工群体，是该项目发展初期最为重要的购买力。同比于私人定制的网店和业务渠道单一的摄影工作室，我们更容易收获到稳定而优质的消费者资源，并通过高品质服务使短期顾客逐步转变为精准客户，为我们项目的盈利打下扎实的群众基础。

2. 我们的选择更具多样性，价格更加实惠。目前，市面上的大部分照片书

定制网店服务类型杂糅，容易让大多数消费者感到困惑；并且在工作室等摄影条件要求高的地方，照片冲刷的时间较长，单份照片集的价格十分昂贵，这些都会让大多数追求经济实惠的学生望而却步。对此，我们可以创建实物模板，根据客户提供给我们的照片提供合适的页面格式和排版，并且让客户在装印成书、一本起印和成册等定制方式中任意选择。同时，我们的价格定位也会在市场均价的基础上进行±10%的微调，让广大消费者可以以更优惠的价格，享受到更贴心的服务。

3. 我们的团队年轻有活力，态度积极认真。该项目的成员和主要负责人都由大学生组成，成员们都具有十分扎实的理论知识和热枕肯干的工作态度。我们会尊重客户的合理建议，对当前“照片书”项目存在的问题进行反思，并用实际行动查漏补缺，把握当前市场发展的主要方向，完善团队、促进我们团队的成长，获得广大消费者对我们的信赖。

(四) 战略目标

针对“照片书”项目的市场周期和潜力，我们希望在未来达到如下战略目标，竭尽全力使我们项目的收益最大化：

短期目标(1-3 年)：吸收本校和钟落潭高校圈内的大多数潜在用户，通过服务学生及教职工群体、当地居民提高知名度，建立良好信誉，达到该项目起始半年后正式盈利的目标；同时我们将收回初始投资成本，促进无形资产流动，并使我方项目占据钟落潭高校圈市场 25%以上的份额，

中期目标(3-5 年)：深化照片定制、照片制作等基础业务，在保证项目发展的前提下扩宽业务范围，由钟落潭高校圈扩大到珠三角地区。在此期间我们会完善管理制度，应用市场营销学知识推出新业务，初步构建以“照片书”业务为主的服务体系。5 年内，我们会将该项目延伸到珠三角地区，并使我们的项目在珠三角市场拥有 35%的市场占有率。

长期目标(5 年及以后)：当该项目在珠三角市场取得进展时，我们会进一步完善管理制度，改进基本业务中的不足，招揽优秀人才以促进该项目的茁壮成长。未来 5 年，我们会把该项目延伸至广东省，并且在全国的部分地方开始试点，检验该项目的发展成果。

(五) 当前问题

我们的项目得到了校方的支持和同学老师的认可，不过在项目发展伊始，以下问题依然存在：

1. 该项目的投资总成本低微，创始资金极为有限。虽然政策上国家鼓励大众创业、万众创新，并且给予了一定的激励措施，但有限的资金无法保障该项目中后期的发展，如处理不当，会成为该项目最大的掣肘。

2. 该项目在市场上会面对来自线上、线下的竞争者，潜在客户群体是引起激烈争夺的主要阵地；同时，由于我们的信誉并没有初次建立，在初期盈利方面会出现“薄利多销”甚至成本折损的局面，长此以往不利于建立良好的声誉，不利于赢得更为广泛的消费群体，不利于获得目标市场更大的利润。

3. 我们的团队年轻而积极，然而我们缺乏财务管理、市场分析和制度建设方面的经验。如果没有强有力的纲领对该项目的实施进行理论和实践指导，我们容易对市场形势作出错误判断，甚至导致该项目中不必要的经济损失。

(六) 解决方案

1. 综合利用网络销售渠道和校内推广资源。我们将会淘宝、京东等网站上开设“照片书”相关网店，以“留存回忆”为主要卖点推出多种多样的产品；同时，我们可以和本校、钟落潭高校圈的组织和社团联络，通过赞助、投票等方式打响我们的知名度，吸引潜在的消费群体，然后将其引流到我们的网店或公众号，确保初次盈利的稳定性和收益性。

2. 以本校市场为根基，将项目业务逐步延伸。我们会推出一系列优惠活动，鼓励各位大学生和老师通过传单、校公众号、朋友圈点赞等方式来获取该项目的价格和数量优惠，确保每一位顾客都可以享受到我们提供的优质服务，在全校打响知名度，实现经济效益和良好名誉双统一；随后我们可以运用这种商业模式往钟落潭高校圈及周边居民拓展，争取到更大的利益流入。

3. 我们有先进的设备支持本项目的运作，同时我们也会收集更多精致而漂亮的照片作为实物宣传用途。就照片制作方面，我们可以联系到本校的媒体组织，并邀请以上组织中的摄影团队为我们的照片书作基本的采样；另外，我们也可以请到广州市小有名气的自由摄影师给予拍摄方面的指导，在实践时寻求进一步的技术支持。

4. 我们会推选出负责人，同时确立团队分工，在资金管理、市场战略、业

务延伸等方面作出最优解，提高团队工作效率和工作积极性。同时，如投资方开设市场营销或管理相关的培训课程，我们将积极参与其中，让理论与实践可以高度统一于我们的项目建设中。

二、项目介绍

“照片书”最初来源于欧美地区，其主要以数码技术为基底，收集来自电脑或手机中十分珍贵的照片有序整理，排版，随后形成的区别于传统相册的照片集。根据用户的不同需求，此类照片书可通过装帧成书、一本起印、成册等方式制作而成，和个性化影像产品的定位不谋而合。

“留住美好瞬间”私人定制照片书项目旨在满足广大顾客存留宝贵照片，寄存美好回忆的心理需求。人的一生往往会经历众多难以忘怀的事物，留下难以磨灭的回忆，家庭生活，和家人一起欢度时光；出门在外，和朋友一起欣赏风景，享受美味佳肴；毕业典礼，和同学老师拍摄毕业照；正式工作，和领导同事一起参加集体活动；结婚生子，和自己的爱人一同分享浪漫时刻……点点滴滴的回忆都可以通过“照片书”的形式记录下来，成为我们生命中最美好，最值得回味的一部分。通过照片书的形式，我们可以节省手机或电脑的大部分存储空间，同时也能将这些照片通过有条有理的顺序整理出来，永久保存，一方面节省了移动设备的存储空间，另一方面也能让我们的回忆通过实物保存下来，以作长久留念。

对比市场同类项目，我们的“照片书”项目拥有以下优势：

（一）市场受众广阔，需求量大

我们的项目面向各年龄群体，并且目前我们拥有本校及邻近高校圈广大深度的顾客资源。就消费者特点而言，由于本校学生以女性居多，男女比例达到 3:7，就主观情感而言，女孩子喜欢通过拍摄美观大方的照片来展现个性，凸显自我，而男孩子更多则喜欢在重要的时刻拍摄照片，因此我们可通过男女间不同的心理特点来获取大量相同需求的用户，并在项目初期进行第一轮创收。在本项目发展初期，我们可以吸引此类用户来体验我们的项目，既能够满足年轻顾客的情感需求，也能够在规定时间内实现更高的经济创收。

（二）保存时间久，成本实惠

与胶卷相片的保存方式相比，我们的“照片书”保质期更为长久，更具有长期观赏性。一般来说，传统胶卷冲印出的照片画质清晰，但是冲印成本高，而且冲洗出来的照片很容易被水、油渍等潮湿源污染，长此以往会影响照片的质量；而“照片书”中的照片则通过手机或电脑发送到数码冲印设备，经过智能化排序整理之后形成照片集，除此之外，每一份照片集还会附上覆膜，确保照片可以防潮

防湿。可以说，照片书既保留了数码相片的特点，又能够保证照片本身的质量，对大部分顾客来说是一个十分实惠的选择。

(三) 投入成本低，价格亲民

我们的“照片书”项目总成本相对偏低，但由于该项目前期主要依靠钟落潭高校圈这一用户群广阔，潜力巨大的市场，我们可以通过网络营销、校园宣传、朋友推荐等传播渠道扩宽我们的用户群体，并且在项目初期推出优惠活动，调整价格，吸引精准客户和潜在购买者前来体验；至于价格方面，我们的“照片书”项目可以根据市场均价进行 10%左右的微调，同时也能够确保收支合理，保证该项目应有的盈利空间。简而言之，我们的项目保证稳定的利润，并可以提供更为合理亲民的价格。

(四) 团队素质高，运作能力强

我们的项目以一支高素质的经营团队为依托。每一位成员都是年轻积极的大学生，责任心强，工作能力扎实。通过实际操作，我们可以在保证充裕学习时间的前提下汲取经验，应用所学营销知识和管理技巧，用兢兢业业的工作精神，真诚相待的服务态度来保证“照片书”项目的顺利进行，确保每一位顾客都可以享受到更加温暖，更为人性化的购买体验。

三、市场分析

（一）市场背景

利用手机拍照片，定格生活中的点滴美好，已成为现代人们的生活常态，而手机保存照片数量太多容易导致内存不足，且若手机遗失或刷机，照片会丢失。而我们“私人订制照片书”这种留住美好瞬间的新方式可以让照片永久保存，给广大消费者提供了更优质、更物美价廉的服务。青年大学生接触的新鲜事物多，创新能力强，他们定格美好瞬间的想法也十分新颖。如今传统、单一、缺乏创新的照片冲印和写真已满足不了广大学生的需求，而这正好给我们私人订制照片书创造了机遇！

（二）消费市场细分及目标人群细分

私人订制照片书的目标消费人群：我校在校学生及老师，总数一万人以上；同时可以辐射到附近的小区居民和周边的钟落潭高校园区。

现今大学生市场前景十分庞大，主要从以下两方面分析。

1. 消费心理分析

随着时代的发展，90、00后大学生群体已成为引领现代消费市场的先锋军。他们有着张扬的消费主张和消费特点，喜欢尝试新事物，崇尚新奇消费，个性明显，具有超前的消费意识，迎合这一群体的消费心理，满足他们的需求就能开拓出一个巨大的潜力市场。大学生追求新事物，留下自己最主流、最个性、最轻狂的一刻正是他们所追求的。以往大家通过写日记记录生活和美好回忆，而现在，不论男女老少都更倾向于用照片的形式记录，所有的美好都在那一瞬间定格，多年后翻阅照片书，仿佛又回到了当时的那个美好的时刻，和亲朋好友一起回味。

2. 需求及购买行为分析

大学生这一消费群体，追求时尚个性，而我们照片书时尚个性的特色正好符合他们的需求。但由于大学生群体没有经济来源、经济独立性差、消费没有基础，经济的非独立性决定了大学生自主消费少，因此定价符合大学生的消费水平。

此外，当代大学生都热衷于把各种美好事物分享到自己的朋友圈，从而获得亲朋好友的点赞评论。倘若我们的私人订制照片书受到广大大学生消费者的青睐，相信他们也一定会把我们的照片书分享到各自的朋友圈，而这无形之中也成

为了一种宣传。一传十十传百，这样一来，将会吸引到更多的消费者关注我们，消费市场也得以进一步扩大。

(三) 市场目标

近 3 年内，吸收本校和钟落潭高校圈内的大多数潜在用户，通过服务学生及教职工群体、当地居民提高知名度，建立良好信誉，达到该项目起始半年后正式盈利的目标；并使该项目占据钟落潭高校圈市场 25%以上的份额。我们规划 5 年内我们会将该项目延伸到珠三角地区，并且尝试在全国的部分地方开始试点，检验该项目的发展成果。

(四) 市场定位

私人订制照片书主要面向在校大学生及教师。首先在我校积极宣传，抢得市场先机。吸引广大我校大学生及教师是我们的第一步，取得一定成效并获得好口碑后，可以进一步扩宽消费市场领域，向周边小区居民和附近的高校商圈宣传，让更多的潜在消费群体接受并愿意与我们合作，共同订制一本专属于他们的照片书。

四、行业分析

（一）行业简介与行业现状

私人订制照片书作为摄影行业的创新，将顾客手中零散数码照片，按一定的规律和要求整理、排版后，用专业数码影像印刷机印刷出来。根据大学生消费群体的不同需求装帧成书、成册，留住美好瞬间，也便于翻阅和收藏。

（二）行业结构

当前冲洗照片市场处于低迷状态，很多人将影楼当成一个不到万不得已是不会去的场所，除了拍证件照，很少有人会去到影楼。同时，随着科技的发达，人们将照片储存在手机中，以便翻看和查阅，久而久之照片背后的故事会渐渐地被淡忘。人们每年拍摄大量的数码照片，但普通的照片冲印效果和保存期限已远远不能满足消费者的需求。同时，新市场诱惑力大，可能会引来同行竞争者。一般商家对同行竞争者的动向都比较关注，一旦发现大学生市场的潜力，有可能也会加进来，成为有力的竞争者。

（三）行业成长性

照片书当前处于一个新兴阶段，具有非常大的市场潜力。订制一本即可下单印刷，使普通消费者自己制作专业水准的照片书成为可能，从而为珍贵照片的永久保存提供了最佳解决方式。在国外，这种自己DIY制作家庭相册、旅游照片书和摄影作品集等产品的方式，已经成为时尚。数码照片再也不需用相纸冲印了，可以用普通纸张印刷你的照片。就像当年照相机不用胶卷而用存储卡一样，因科技的发展，给影像收藏一个全新的方式！

五、营销策略

（一）广告策略和促销策略

1. 在推广期间，向外界征收有意义的照片或故事，从中挑出最好的照片，比如最感人的照片，免费赠送 12 寸照片书一本；
2. 校园派发传单；
3. 通过校园人气公众号发送推文；
4. 转发朋友圈参与不定时福利活动，例如，毕业季集赞 66 个立减 5 元；
5. 推荐一位朋友订制消费可享受减 10 元优惠；
6. 若顾客订制的照片书超过 50 页，可享有由我们团队提供的校内免费取景拍摄照片服务。

（二）营销渠道

初期——通过添加微信，QQ 等通讯工具联系顾客，转发朋友圈、发布公众号推文加大宣传力度；

中期——通过淘宝、京东等平台拓宽消费市场，发掘更多潜在顾客；

后期——双管齐下，完善巩固经营模式，力求让我们的照片书销售保持旺盛的生命力。

（三）价格策略

照片书规格有 30 页，50 页，80 页和 100 页，4 种；尺寸大小有 8 寸和 12 寸。

其中 8 寸每张 1.5 元，超过 50 张，每张 1.3 元，12 寸每张 2 元，超过 50 张，每张 1.8 元。同时，自由撰稿免费，代撰稿页不超过 150 字征收 1 元。另，若有其他要求视情况征收费用。

目前，市场上同类“照片书”的平均价格分布在 20~36 元的区间。我们在经营前期将单个照片书的价格定为 18 元，后期我们会根据±10%的价格变动幅度调整单册价格，确保不同时期利润的最大化。

（四）核心竞争优势

不同于单一的照片冲洗，我们的照片书具有全册覆膜，防水防潮，永久保存的优势，我们能更好的结合照片内容，进行艺术处理(如:调色彩、亮度、对比度,加滤镜，磨皮，美白，加贴纸等等)和照片故事的撰写。注重照片书的质量，重视消费者的反馈，并且适时做出调整，与时俱进。

六、竞争分析

(一) 竞争优势

- 1、我们的消费者群体大，市场潜力大。我校有一万多名大学生，和五百多位教职工，除此之外，在我校附近的 6 所高校，每所学校的学生人数和教职工人数达一万多。这六所院校分别是(仲恺农业工程学院、广东机电职业技术学院、广东青年职业学校、广州科技职业技术学院、广东外语外贸大学南国学院、广州大学华软软件学院)，且这些院校和我校联系密切，确保了消费群体的稳定性。
- 2、我校男女比例不均衡，女生人数多，女生更喜欢用照片定格生活的点滴美好。这一方面为我们的顾客来源提供了保障。
- 3、我们团队大多是文科生，文字撰写能力强，能为顾客提供高质量的服务。
- 4、我们的团队里都是优秀积极的青年大学生，学习能力极强，我们可以开展照片书制作课程，深入学习专业技术，使照片书页面清晰自然，版面设计更雅观。

(二) 竞争对手

1、网上订制私人照片书店铺

优势:网上店铺多，可供选择的类别多，且价格也较为便宜。

劣势:浏览类别太多，顾客会有选择困难，无法提供实物参考，可信度会下降。

相比之下我们的优势:我们可根据顾客的照片内容提供页面和排版，充分利用校内优美风景线，向顾客提供直观的实物模板参考。

2、钟落潭周边影楼(甜蜜婚纱摄影，约喜门店，翠影楼，高艺婚纱儿童摄影，高雅婚纱影楼，珍爱一生婚纱摄影，欧亚婚纱摄影基地，荔园数码影楼等)

优势:配备有专门工作室，且设备比较齐全，处理照片处理技术比较成熟，专业人员多。

劣势:价格昂贵，不适合没有经济来源的大学生且多以婚纱照为主，无法打造大学生毕业照照片书等主题。

相比之下我们的优势:以大学生学习、生活，毕业拍摄的照片为其制作独特的照片书。针对学生群体，契合主题；且价格比较优惠。

七、风险分析

鉴于“留住美好瞬间”私人订制照片书项目的特殊性，我们认为，该项目在实践中可能存在的风险主要由市场风险、财务风险和管理风险三要素组成。

（一）市场风险

形势分析：

1. 当今市场与“照片书”相关的商家开始通过网络和实体渠道对潜在顾客群进行争夺，竞争异常激烈，有可能导致我方薄利多销；

2. 校园内部和后门区域都有摄影工作室从事照片冲印业务，特别是“照片书”一类的业务最为热门。新项目首先会面对来自校内竞争者的挑战。

3. 大部分学生和老师对新项目没有印象，并习惯去校内外的摄影工作室解决日常生活中的问题。消费者信心不足会影响我们的销量，进而影响整个项目的盈利。

对策：

1. 注重实体，同时开拓网络渠道。在淘宝、京东等网站上面上架与该项目有关的网店和业务，通过网络营销和熟人推广等方式提高销量；同时，在微信上建立一个与之相关的公众号或小程序，首先通过学校内的组织/社团进行推荐，之后扩大到新的用户群体。

2. 大力推动线下宣传。在该项目发展初期推出优惠活动，以价格为基准吸引新顾客的到来；同时，通过增设如娃娃机等低成本娱乐设施，将“照片书”业务与游戏相结合，让该项目的创新性更为突出。

（二）财务风险

分析：

由于我们的项目处于初期阶段，虽然有国家创新创业政策上的支持，但投资总成本低微，信誉还没有得到巩固，在请求企业融资方面阻碍较大。

对策：

1 查明项目资金来源，梳理资本结构，确保支出和债务比例合理化。

2. 选择一位金融和经济知识扎实的伙伴管理财务，记录每日收入、支出、毛利润和资产比例。同时通过账务流水和财务分析制定切实可行的成本计划，保证我们精准估量费用，在合情合理的资金运用下确立预算。

3. 融资确立时，一定要确保合同明确双方应尽的责任和义务，同时运用法律武器保障我方合法经济权益不受侵犯。

4. 避免因强烈主观因素而引发的财务风险，提高财务管理意识，确保项目的每一笔支出和收入都与项目发展期间的服务、消费、市场、财务等方面合理协调。

(三) 管理风险

分析：

“照片书”项目成立伊始，大部分伙伴对市场经济的运行规律缺乏整体性的概念，并且管理方面的经验不丰富，如不多加研究市场规律，学习管理技巧，将对我们项目的成长造成极大的阻碍。

对策：

1. 选出一名工作经验丰富，领导才能突出的伙伴作为主要负责人，同时与小组成员商讨，确立切实可行的管理制度。如果市场形势发生变化，可在原有管理制度的基础上进行微调。

2. 各成员应积极参加有关市场营销和管理学的培训，学习理论知识，并将市场和管理两方面的精华融入到该项目的实践中，提高我们的团队协作意识和组织管理能力。