

3 号作品

团体名称：青春无悔

项目名称：动漫 Cosplay 小铺

团体组员：张旭、朱敏、吴俊隆、叶山玉、郭德栋、魏佳节

联络方式：

第五届创新创业设计大赛

项目 策划书

项 目：动漫 Cosplay 小铺

筹划人：张 旭

时 间：2014 年 11 月 27 日

目 录

一、店面简介.....	2
(一) 宗旨.....	2
(二) 店面简介.....	2
(三) 战略.....	3
(四) 店面管理.....	3
二、行业市场分析.....	3
(一) 市场简介.....	3
(二) 目的市场.....	4
(三) 顾客购置准则.....	4
(四) 销售方略.....	4
(五) 市场渗透.....	5
(六) 竞争性分析.....	5
(七) SWOT 分析	6
三、产品简介及后续制造.....	6
(一) 产品概念.....	6
(二) 产品的市场分析.....	6
(三) 重要产品简介.....	6
四、人员组织构造.....	6
(一) 构成人员.....	6

(二) 组织构造.....	7
(三) 店铺规则.....	7
五、营销方略.....	8
(一) 营销方式.....	8
(二) 促销计划.....	9
(三) 营销队伍和管理.....	10
(四) 价格方略.....	10
六、财务.....	10
(一) 财务预算.....	10
(二) 产品成本及盈利分析.....	11
(三) 财务记录.....	12
(四) 财务报表.....	12
七、风险评估.....	12
(一) 重要风险预测.....	12
(二) 应对方略.....	12
八、投资者退出方式.....	13
九、总结	
十、谢辞	

项目筹划书

一、店面简介

（一）宗旨

满足当下日益增长的动漫周围衍生产品的需求，打造一种地方能将均有着共同爱好的同学汇集起来，一起分享动漫的乐趣，充实同学们的课余生活，培养这个朝阳产业紧缺的人才，为国家输出现代化的新型人才，我想这也是学校支持大学生创业园目的。

我们的团体宗旨是立足于动漫，发展于动漫，成功于团体。

（二）店面简介

正如前面所述，本店主要经营动漫服饰及其周围物品，如：手办、饰品、漫画书、同人本等。

动漫行业是一种充斥创意的行业因此开设动漫商店就必须具有对应的特色、特点。我们会专门开发一种特色板块让顾客自己发挥创意，制作自己喜欢的 cosplay 服装、拍摄艺术写真。

（三）战略

我们立足于学生市场，运用动漫影视作品的火车头效应以打下良好的消费群基础发展运行。并在后续的产品开发中，开发特色板块等项目，在培养同学们对动漫作品爱好，在同学们中形成良好的口碑的同步又增长了许多潜在的消费群。

（四）店面管理

平常事务重要由创业小组五个组员管理，按组员的自身特点采用分块负责的方式进行平常事务的管理。重大事件的决定与处理会和负责人与指导老师采用会议商讨的措施，共同决定处理。店面的管理一般采用轮番值班制度，值班期间店内的安全及卫生等平常维护项目，由值班员负责。

二、行业市场分析

（一）市场简介

动漫自上世纪初产生以来就一直深受世人的爱慕，到本世纪初，伴随成熟的动漫文化熏陶下成长起来的新一代逐渐成为动漫产品的重要消费群体，加上近年来，物质生活水平的提高，精神文明的高速发展，使动漫及附加产业逐渐开始走向一条愈加广阔和纵深的道路。现阶段有关动漫产业及其衍生的周围产品也越来越多受到了广大的动漫爱好者的青睐，尤其是周围的某些产品已经渗透到各个平常不同样领域中，其中了包括以游戏文化、动漫特色服装、游戏仿真玩具、饰品、装饰品等等实物产品，同步，也包括音乐、图片、书籍等文化产品。

但与此同步也可以发现，诸多都市（甚至是大型都市）街面上的动漫

店少的可怜，有的都市里面连一家都找不到！许多人想要买动漫周围产品只能通过网购的方式进行，以上这些无异于给动漫衍生的销售提供一种巨大的发展空间。

（二）目标市场

由调查我们不难看出动漫作品的受欢迎程度在青少年中是最高，同步我们也可以看到在 31~40 岁这个年龄段受欢迎的比例也是比较高的。由此我们的市场定位与销售对象重要定在这两个年龄段的人群。

销售对象分类

1. 学生群

25 岁如下年龄段的消费者绝大多数是学生，这是我们重要的消费者，而动漫产品也是在学生中最受欢迎的，消费需求很大。

2. 成人群

重要是指 25 岁以上的消费群，在 30 岁左右这个年龄段，并且也有人许多爱慕动漫的，虽然人数上不能与学生群相比较，不过他们的购置力却远远超过学生群。

（三）顾客购置准则

动漫迷的消费观念与一般消费观念有所不同，重要有两点：

1. 狂热性

一般一种好的动漫（影视）作品会在短时间内催生出一大堆狂热消费群，在这段时间内他们会有强烈的购置意愿，只要产品精美，他们甚至能接受略高的定价。因此我们的货源补充与更新必须紧跟动漫作品的脚步。

2. 不确定性

当一种动漫迷购置一种自己喜欢的动漫形象的衍生产品时，诸多时候都是出于临时性的选择。此类消费者重要看重于产品的美观与精致程度。

综上所述，我们着重于产品的精美程度，在大环境对该类产品定价过高的前提下，我们开始不妨把价格定位稍微调低，这样不仅能获得薄利多销的成果，并且也能迅速提高店面的著名度。

（四）销售方略

1. 实体店直销

重要采用直销的方式，最老式，也是最可靠的销售方式。针对店面周围地区存在巨大消费群的状况下，这无异于是最佳的销售手段。

2. 互联网虚拟店促销

针对当下年轻消费者热衷网购的趋势的销售方略，网上虚拟店不仅可以扩充客源，对店面的著名度的提高也有着不少的增进作用。

（五）市场渗透

店面开业初期以提高著名度与口碑为首要目的，采用降价折扣促销，网络虚

拟店与实体店同步举行动漫主题活动等手段渗透市场。

（六）竞争性分析

1. 竞争者

我们做过类似的调查，在张掖地区几乎找不到其他专营动漫衍生产品的专卖店！唯一的竞争者就是网络虚拟的店铺，但他们不像实体店可以试穿、拍照之类的服务，因此我们存在一定的优势。

2. 竞争方略

针对竞争对手经营同类商品的特点与局限性，我们制定了相对应的竞争方略：

①更快捷：根据竞争对手商品需要快递服务才能发售的状况，我们的实体店更以便消费者进行选购。

②更实惠：竞争对手的商品很难保证质量、大小，而实体店顾客可以试穿衣服，衣服的质量也有保证。

（七）SWOT 分析

S：市场十分广阔的，有着巨大的商机

W：缺乏运作经验。由于是刚开始创业，因此缺乏丰富的店铺运作经验，在业务运行上缺乏实践经验。

O：1. 发展空间大。在张掖范围内竞争对手少，竞争性小。

2. 创业环境成熟。目前的动漫市场逐渐趋向于成熟化，创业环境相对稳定。

T：新店铺效率低。由于店铺刚刚构成，在业务运行上效率会比较低，销售、管理等方面会比较繁冗，导致某些不必要的麻烦。

三、产品简介及后续制造

（一）产品概念

动画衍生产品，即动漫周围。包括以动漫为主的书籍、音像制品，文具等文化产品，cosplay 服饰、手办、饰品、等生活用品这些不同样形式的产品，在动漫周围构成了一种庞大的产业链。在为生产商带来动漫以外丰厚的利润的同时，也能同步增进动漫制作行业等老式行业，使他们紧紧结合在一起，推进着整个产业的向前发展。

（二）产品的市场分析

专家指出我国约有 5 亿人是动漫产品的消费群，而超过 80%的动漫接触人群集中在 18 岁至 39 岁的年龄段，大学生则是这些消费群的主力军，而从学历看，动漫接触人群中，学历在高中及以上的占 59.3%。

学校内部市场调查

分类人群	在我校学生中的比例
接受并且有自己喜欢的动漫角色	不不大于 90 %
曾经考虑或者乐意购置动漫及其周围产品	不不大于 60 %
打算购置或者已经拥有动漫及其周围产品	不不大于 40%

由表格我们就可以很清晰的看到，动漫产品在我们学生当中的受欢迎程度，同样也可以预见动漫店在我们学校的市场潜力有多大。

（三）重要产品简介

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/036153221124010135>