

卓越文化传播团队

◆孟江润 罗竣尹 黄媛媛 蔡亚楠 黄丽娜 范海花

(桂林电子科技大学电子工程与自动化学院 广西桂林 541004)

摘要:目前,纪念品市场具有很大的经济发展潜力,而目前它还未形成完整的供应—销售体系。“卓越文化纪念品团队”致力于为全国各纪念品店铺提供一条相对完整安全的供货渠道。团队作为中介商,介于各个销售店铺和生产厂家之间,既可以给前者提供种类相对齐全、性价比相对高的货品,还可以为生产厂家增加生产订单。从一定程度上是三赢局面,也促进了纪念品市场的发展

关键词:纪念品;供应;销售体系

引言

纪念品作为承载事物的产品来说,它不单单是一件物品,而是“文化产品”。文化产品即将文化以符号、数字、图形、色彩、图案、工艺等形式进行形象化具体化,将事物本身所包含的文化因素进行一个创造性的综合信息处理,同时具有商业性和文化性。许多高校也看到了其中的商机,纷纷建立校园文化纪念品店与校园文化纪念品网络销售平台。本公司就可以作为一个平台来提供更多的好的生产商,可以更加直接的将其他高校纪念品店的独特创意直接生产成看的见摸得着的商品,可以让他们更加明确的把握好自己的纪念品的质量,以此在增加他们利润的同时也稳步提升了地区乃至全国的高校纪念品质量

1、市场现状及发展动态

1.1 市场分析

中国高校纪念品目前处于发展初级阶段,很多高校都举办了校园纪念品设计比赛。目前纪念品专营店有100多种纪念品,包括校名办公用品、校名纪念品、校名文化衫、工艺品等在内的各类纪念品。由于起步探索的阶段,高校纪念品存在许多问题:创意少,个性不足;质量差,收藏价值较少等。而反观国外的校园文化纪念品店,国外很多知名高校校园纪念品市场开发已经成了高校产业的一部分,他们对校园纪念品项目投入与重视程度远远超过国内高校。

1.2 目标市场

我们的目标客户是全国范围内的各大高校、全国各个地方的旅游社、旅游景点纪念品店等。团队可以作为生产厂家和目标客户的中介商,为客户们提供一条稳定良好的供货渠道,以解决他们进货成本高、产品种类不齐全、寻找批发市场花费精力大等问题。

1.3 市场容量和现状

我国目前有两千多所大学,其中211工程大学有112所,本科院校有八百余所,从业教师、在读学子和毕业校友人数众多。高校纪念品对于师生们来说是一种情怀(当然纪念品也有一定的实用性),凝聚力越强的学校,文化纪念品需求量越大。而随着国内旅游人次激增,2017年的国内旅游人次甚至达到50亿人次,比上年同期增长12.8%。而旅游纪念品寄托着游客们“路途的记忆”,其市场发展前景也十分可观。我们的供货渠道市场会随着这些纪念品货源需求量的增多而不断发展壮大。

2、营销模式

2.1 项目前期发展营销模式

早期我们首先成立自己的工作室,以广西区为目标市场,目标客户为广西各大高校文化纪念品店、旅游文化纪念品店等。在与厂商取得合作意向后,我们进行线上与线下结合寻求销售渠道,线上我们通过微博转发,微信公众号、朋友圈,QQ空间转发、各大贴吧发帖等新媒体手段进行宣传,让更多的人知晓我们工作室,并投资运营一个淘宝店铺,展示我们的初期产品。

2.2 项目中期发展营销模式

本时期市场战略将进一步在广西区内市场站稳脚跟,并把目标客户触角伸向全国范围内的纪念品店,我们将申请并运营一个自己的销售网站,在展示产品的同时,可以发布供求信息,建立用户档案,开展服务引导,提出投资建议,进行网上调研,接受意见反馈,营造项目气氛。网站拥有大量、丰富的关于文化纪念

品供求信息,独特的线上服务功能,实现了线上、线下的互动,为客户提供全方位的房产信息服务。同时,我们也可以利用大学生人脉找到全国大部分高校纪念品店的主要负责人,进行电话约谈或者实地谈合作的方式促成交易的成功。

2.3 项目后期发展营销模式

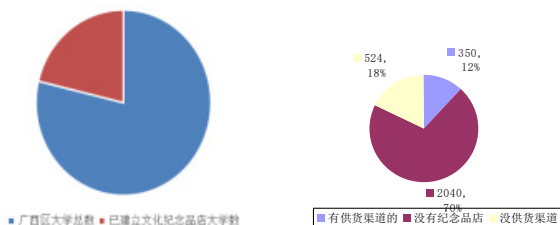
当积攒了经验与有了一定资金后,我们可以转型向经销商方向发展,拥有商品的所有权,开展纵向的文化纪念品连锁店营销模式,并实行规模扩张。我们经销同样的产品,通过大规模的购买降低成本和实行低毛利的政策,获得独立纪念品店所没有的价格优势。主要是在总部的统一领导、科学管理下,根据各地纪念品供需的活跃程度开设分店,互通信息,协助服务,既降低中介服务成本,又形成规模效益,更为品牌建设造势,这种纵向的连锁店营销模式,呈现所有权式垂直分销结构。

3、已取得成果

我们团队已形成一家专门提供校园文化纪念品与旅游纪念品的专业团队,在广西范围内第一年谈成目标10—15家的高校与旅游品店合作商,在省外也取得了2—3家的合作商并达成长期稳定的合作意识。与加工厂合作方也基本取得信任,不用在督促与监督纪念品的质量与生产时间。

4、自身优势及特点

团队的前期发展范围是广西区内。广西旅游资源种类多,是全国唯一一个同时具备生态、文化、临边、沿海四方面特征旅游资源的省份,其所展现出来的富集度和组合度在全国少有。而桂林市是全球著名的旅游城市,市内旅游相关产业相对发达。广西区内有七十多所高校,从业教师、毕业校友、在读学子人数众多,桂林市有十余所高校,占有不小的比例。团队位于桂林市,有很好的优势,前期发展有很大的可行性。



5、风险预期及对策

(1) 财务风险:若投入未得到预期回报,可能会出现资金相对短缺,周转不便的问题。

对策:团队会尽可能筹集足够的启动资金,如社会融资、众筹等,以保证有足够的资金周转,并且在财务管理和分配方面要严谨和公平。

(2) 市场风险:因市场发展限制,产品需求量少,订货量少;存在其他同性质中介商的竞争。

对策:纪念品市场的发展由很多因素决定,我们无法左右,但我们可以积极拓宽合作范围,并争取给商家提供性价比相对较高,种类相对齐全的货源,保持我们在同行中的竞争优势,同时开展公司技能培训,增强业务人员的素质与能力。

(3) 意外风险:货物运输过程中的交通意外风险和损坏问题,影响货品质量,降低合作好感度。

对策:我们团队会寻找评价和信誉良好的生产厂家慎重合作,重视货品运输过程中的防损包装,以降低意外风险发生的概率。

参考文献:

- [1]张德群,黄萍,石莹.高校创意纪念品设计项目研究[J].艺术美育,2013(08).
- [2]李瑞梅,孙迎欣.校园纪念品设计研究[J].四川:中国西部科技,2010(32)