

广东工程职业技术学院财经学院创业项目



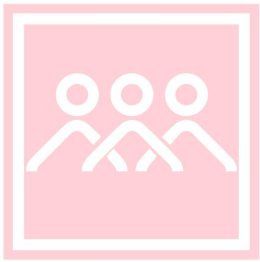
广州吾辈仁文化传媒有限公司
GUANG ZHOU WU BEI SA WEN HUA CHUAN MEI YOU XIAN GONG SI

创业项目名称：广州吾辈仁传媒文化传媒
团队负责人姓名：谭锦荣
负责人所在院系：财经学院
负责人联系电话：15018897097

目录

项目简介	4
第一章公司介绍	6
一、公司简介	6
二、企业宗旨	6
三、企业文化	6
四、公司管理	6
五、公司定位	7
六、企业战略	7
七、企业战略规划	8
八、企业战略目标及内容	8
第二章产品与服务分析	11
一、产品介绍	11
二、产品特色	11
三、服务载体	11
四、服务特点	11
五、服务壁垒	12
六、研发与可持续计划	12
1、企业急速发展，对制作能力提出新的要求	12
2、互联网视频发展，对制作能力提出新契机	12
3、行业发展滞后，规模化、模块化趋势势在必行	13
第三章市场分析	14
一、目标市场	14
二、市场定位	14
三、市场环境	14
四、社会认可	15
五、应对市场需求的项目规模	15
六、市场结构与划分	16
七、客户分析	16
八、影响市场的主要因素分析	17
第四章竞争分析	19
一、竞争格局分析	19
二、竞争对手状况	19
三、产品优势	19
四、与竞争对手的比较	20
五、潜在竞争分析	22
六、竞争策略	22
第五章市场营销	24
一、营销背景	24
二、营销理念	24
三、营销目标	24
四、客户细分	25
五、营销策略	25
六、服务策略	26
七、广告策略及市场渗透	26

第六章公司管理	27
一、主要职能	27
二、管理模式	27
三、激励制度	28
四、员工培训	28
第七章风险控制及撤出机制	29
一、风险分析与规避	29
二、撤出机制	29
三、撤出方式	30
四、撤出时间	30
第八章财务分析	31
一、融资策略与股权安排	31
二、资金需求分析	31
三、收益预算	错误!未定义书签。



项目简介

广州吾辈仁文化传媒项目，自 2021 年正式开始的创业项目，是一间集策划、创意、商演、设计、制作、代理、发布、安装、咨询为一体的媒介性传媒公司。专注于企业需求的视频策划、拍摄与制作，聚焦于宣传片、广告片、微电影的内容创作的高能传媒把影视制作的各个流程进行细分，通过规范有效的环节分割，将视频制作的流程标准化、简单化，制作工艺模块化，实现了规模化生产。目前已和北京字节跳动科技有限公司广州分公司支持，在项目初创阶段，分别予以提供资金、技术、设备和广告资源的支持。

广州吾辈仁文化传媒项目目前处于调查研究和起步的阶段，但是我们已经形成一个共识，即在起步之初积极探索发展模式和方向，走一条有自己特色的路子，通过有效的资本运作，从而在广州形成强有力的文化传媒公司，并逐渐向整个粤港澳大湾区发展。从最吸引小客户做起，以精益求精的务实态度与客户建立良好的长期合作伙伴关系，逐步扩大自己的知名度，打出品牌，利用品牌效应，一点一点划分属于我们的“势力范围”。

广州吾辈仁文化传媒有限公司
GUANG ZHOU WU BEI SA WEN HUA CHUAN MEI YOU XIAN GONG SI

我们将努力在每一个细节之中，都融入一丝不苟的敬业精神，通过各种渠道分析文化传媒发展的动态和趋势，从研究受众及市场出发，具体落实为我们的每一个客户提供科学化、专业化的服务。只有不断进取，不断超越，这才是我们公司发展的关键。

在当下项目创立之初，我们主要针对行业目前以小公司为主、没有大规模成系统成体系的专业化制作公司、各自为战、没有背景、没有团队等人员开展流量计划，开创全新的运营模式。结合当下团队皆为应届大学生的优势，充分利用高校资源合作，导入人力资源优势，以及依托字节跳动科技有限公司现有的业内品牌影响力，与其下的抖音app短视频技术团队的支持，把影视制作的各个流程环节进行细分，通过规范化有效的各环节分割培训，我们现在已将视频制作的流程标准化、简单化，制作工艺模块化，

让复杂的事情通过模块化、模板化实现规模化流程生产，提高视频制作效率，降低视频制作成本，实现模块化、规模化效益。因为我们通过把影视制作的各个流程进行细分，实现了规模化、模块化的流程生产，所以，制作一个片子的用时仅为其他公司的三分之一。提高了视频制作的效率，就等于降低了成本，提高了利润，以最创新、最优化的方式为人员进行引流。

吾辈仁文化传媒的目标是打造整个粤港澳大湾区文化传媒界的专业品牌，以及规模化、模块化、全国化的全新影视制作行业新标准！

GUANG ZHOU WU BEI SA WEN HUA CHUAN MEI YOU XIAN GONG SI

第一章公司介绍

一、公司简介

广州吾辈仁文化传媒是一间集策划、创意、商演、设计、制作、代理、发布、安装、咨询为一体的媒介性传媒公司。主要针对行业内目前以小公司为主、没有大规模成系统成体系的专业化制作公司开展流量计划， 或为各自为战、没有背景、没有团队等想成为网络新星等人进行引流。

二、企业宗旨

以帮助客户获取经济效益和社会效益为己任，旨在通过公司科学、专业、真诚的服务来建立客户与市场的最佳沟通渠道， 把客户有限的资金进行最经济的策划和设计，让客户以最低的广告成本，达到最佳传播的效果。

广州吾辈仁文化传媒有限公司

GUANG ZHOU WU BEI SA WEN HUA CHUAN MEI YOU XIAN GONG SI

三、企业文化

缔造新星， 服务客户， 打造品牌， 激情活力、团结奋进。

四、公司管理

公司拥有最核心的专业策划团队，拍摄团队和后期制作团队，对新人进行一对一培训服务以及一对一团队管理，率先在行业内践行模块化、规模化、网络化、全国化、品牌化建设，将视频制作的流程标准化、简单化，制作工艺模块化，让复杂的事情通过模块化实现规模化流程生产，实现模块化、规模化效益。同时，我们采取了网络化的营销策略，通过网络化实现跨区域经销商体系，实现全国化，进而完成品牌化建设。使吾辈仁传媒文化传媒成为国内最具知名度的传媒服务品牌之一。

五、公司定位

吾辈仁文化传媒勇于打破在当今媒体行业市场，紧随互联网时代的发展趋势，结合自身优势，积极为无经验新人提供一对一服务，践行网络广告、网络剧、网络微电影融入大众的生活新的商业模式。



六、企业战略

广州吾辈仁文化传媒有限公司

GUANG ZHOU WU BEI SA WEN HUA CHUAN MEI YOU XIAN GONG SI

针对目前的市场状况，吾辈仁文化传媒依托自身已有优势制定绝对方案，跟随互联网时代的不断发展，建立吾辈仁传媒互联网直播、影视内容培训、制作中心，将现有大量互联网影视内容制作项目导入该中心，打造标准化、模块化的制作流程，实现吾辈仁传媒在行业内的规模优势，该中心主要是吸收接纳新一批网络直播人员，为他们提供涵盖网络广告片、网络品牌片、微电影、互联网电视剧等新互联网多媒体内容的制作服务打入广大人民视野。最终通过制作能力的提升、网络推广与各地实体办事处的建立，完成服务渠道的拓展和升级，最终实现知名化。

七、企业战略规划

广州吾辈仁文化传媒互联网直播、影视内容培养、制作中心，旨在打造新的行业服务标准，创造全新的商业模式。

首先实现品牌化与规模化优势，占领行业领军企业的位置；

其次实现项目操作流程标准化与模块化，降低每个岗位的能力要求，提升整体团队实力，提升流程速度，进而降低综合成本；

第三，通过渠道升级，打破只有自己接单的模式，通过相关行业（广告、策划、活动、品牌、公关等）公司进行代理销售，逐步实现代理商全国化，将各类多媒体内容制作项目（广告、宣传片、微电影等）发往吾辈仁文化传媒互联网影视内容制作中心，同时配合通过网络营销，实现人员知名化、网络运营分站的全国化布局，最终实现订单数量的大幅度提升。

八、企业战略目标及内容

目标 1：优势集中，实现网络直播创作的规模化。

内容：

人力资源开发规模化，统筹人才结构，加大企业人才规模。

办公场所建设规模化，拓展办公场地面积，提升项目面积。

硬件设备建设规模化，实现微电影和网络剧创作设备自有，凸显硬件设施规模。

软件流程规划规模化，完备流程软件配备，实现项目管理的标准化。

目标 2：标准流程，实现网络直播创作的模块化。

内容：

业务接洽模块化，业务接洽板块细分，定制业务接洽环节模板。

内部统筹模块化，统筹内部运营信息衔接，管理规范模板化执行。

产品输出模块化，定制后期产品产出模板，实现整体流程的标准化运营。

目标 3 :加强校企合作，实现人力资源结构调整。

内容:

高端人才引进，开发人力资源高度， 引进高校专业的高、精、尖人才，不断突破行业技术瓶颈，实现网络直创意与品质的提升。

实习人才配额，控制人力资源成本，引进高校实习生，在控制人力资源成本的基础上，以培代招，不断的进行人力资源开发。

强化人才管理，统筹人力资源结构，统筹高校高精尖人才与实训生人才的结构搭配，充分发挥高、精、尖人才的带动作用。

目标 4 :加大宣传投入，实现项目运营品牌化。

内容：全国范围内实现网络营销， 全面提升高能传媒培养与网络直播中心项目的品牌影响力加大电视、报纸等传统媒体投入，强化项目在目标人群中的品牌形象。利用微博、微信等新兴媒体进行推广，优化项目在现代时尚人群中的品牌形象。

目标 5 :拓展互联网业务，实现多视频内容服务网络化。

内容：网络对公众生活实现全面渗透， 提供了全新的生活方式和交际平台， 更多的电视剧、广告选择互联网进行投放传播。拓展互联网影视制作服务势在必行，高能传媒需要抓住契机， 为自己开拓互联网视频发展空间。互联网的传播速度无法想象，高能传媒对互联网视频的把握也将在全国范围内更快速、更全面的提升企业形象。

企业战略规划总述

模块化： 业务接洽、内部统筹、视频制作、服务流程等模块化、标准化， 各工作环节细分。

规模化：人力资源、办公场地、硬件设备、业务数量体现规模化优势。

品牌化：最终实现品牌化。

网络化：在全国建立网络分站，把全国的业务需求导入上海。

全国化：最终实现的是全国化战略目标。



广州吾辈仨文化传媒有限公司

GUANG ZHOU WU BEI SA WEN HUA CHUAN MEI YOU XIAN GONG SI

第二章产品与服务分析

一、产品介绍

对网络直播新人进行培训， 用于网络直播以及网络播放的广告片、品牌宣传片、微电影、电视剧

二、产品特色

吾辈仁文化传媒互联网直播、 影视内容培养、 内容制作中心主要提供涵盖用于网络播放的广告片、品牌宣传片、微电影、电视剧等内容的视频制作服务， 最终通过制作能力的提升、网络推广与各地实体办事处的建立， 将粤港澳大湾区相关行业的视频制作项目引入高能传媒，完成服务渠道的拓展和升级， 最终实现高能的全国化战略目标。

三、服务载体

政府、高校、 企业集团、具有竞争优势的小规模民营企业以及互联网直播、 播放媒介。

四、服务特点

依托国内较出名的一流企业集团，客户稳定，持续服务能力强，凭借自身技术优势，为客户提供高品质的宣传视频，生动、直观、形象的展示客户企业的发展优势，不断拉伸产业供应链，拓宽供应渠道，为客户提供整套完整的视频服务解决方案。

五、服务壁垒

- (1) 政府、高校、企业集团的客户需求受国家调控政策影响较大；
- (2) 知名企业集团的准入门槛高，对技术实力的要求较高；
- (3) 互联网播放媒介门类众多，且有较高的更新要求和传播性要求。

六、研发与可持续计划

1、企业急速发展，对制作能力提出新的要求

吾辈仁文化传媒作为大学生创业企业，针对目前多媒体内容制作行业现状，凭借特有的独特的市场定位和项目管理方式，一对一培养网络直播新人，以实现企业的快速发展，极速增长的业务量对于现有的制作规模和能力提出了严峻的挑战，人力资源的不足以及由此带来的业务消化能力的相对下降，影响到了企业的扩张和发展，吾辈仁文化传媒急需大量的空间及多媒体影视行业人才的填充，来满足企业发展的需求，企业制作能力需要在短时间内迅速的提升。目前，吾辈仁文化传媒正在筹划“体高能传媒互联网直播、影视内容培养、内容制作实践中心”项目，用自身特有的企业理念、管理经验及不断提升的视频制作质量，稳步发展企业规模。

2、互联网视频发展，对制作能力提出新契机

中国网络视频市场的产业形态发展更加成熟完整，从日益专业化的网络媒体，到网络广告的不断增多，整个网络视频的产业链发展更加完整，这就为吾辈仁文化传媒的发展提

供了更广阔的空间。为了能将吾辈仁文化传媒的传统业务与互联网影视制作服务有机结合，市场需要更具规模的、更有实力的制作公司。

3、行业发展滞后，规模化、模块化趋势势在必行

目前多媒体视频行业面临“产业化难，规模经济效益难”的情况，信息时代的到来，伴随着大量的多媒体内容制作需求极速增加，市场上急需出现规模化、模块化的制作公司来满足市场的需求。

第三章市场分析

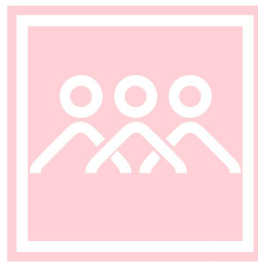
一、目标市场

多媒体直播、 视频服务行业

二、市场定位

跨区域、高效率的招纳、培养网络直播新人； 提供视频制作服务的供应商

三、市场环境



根据中国互联网络信息中心（CNNIC）最新发布的第 46 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至 2020 年 12 月，中国的网络直播用户已经达到了 5.62 亿，直播使用率为 59.8%，数据显示每 5 名网络用户中就有 3 名直播用户。根据最新数据表示，我国网络直播行业主播账号数量将近 1.8 亿，同时在全国的统计中，一天之内最多新增了 4.3 万人。从 21 年年初至今，收看网络直播的用户规模也在不断扩大，达到了 7.17 亿人，占我国网民总数的 70.4%，目前已经有 3.88 亿人，并且观看 2-3 小时的用户占比相较于之前有明显上升，目前占了总数的 33.4%。根据去年数据统计，网络直播商业市场规模以及达到了 2500.3 亿元，并且还有继续上升的趋势，在未来几年仍有很大的发展趋势。

另外，众所周知在常规的电商产品详情页落地页制作时，一般来说都是把内容围绕推广产品的卖点，以及用户的痛点来展开，只有这样，才能快速吸引买家下单。而在当今直播带货快速崛起时代，直播营销当中也同样离不开这两个元素，但如果只有卖点和

痛点，有时也是不够的，卖点、痛点、爽点、痒点这四大元素都是产品营销中吸引消费者的重要元素，都是产品推广的切入点，将这四个元素尽可能的融入到产品推广中，将使产品更加有吸引力。

四、 社会认可

近年来，“主播”这一角色的价值和地位也得到社会越来越多的认可。2020年7月6日，国家人社部联合国家市场监管总局、国家统计局向社会发布了9个新职业，在互联网营销师职业下增设“直播销售员”等，自此，“电商主播”“带货网红”“带货达人”成为正式工种，有了正式称谓。

全国各地竞相出台直播电商经济扶持政策，除了提供直播销售员培训、持证上岗政策，甚至还有相应的直播人才支持、奖励计划。甚至在杭州余杭区发布的直播电商孵化政策中，直播人才甚至有机会享受最高B类人才(国家级领军人才)的政策待遇。

五、应对市场需求的项目规模

广州吾辈仁文化传媒有限公司

GUANG ZHOU WU BEI SA WEN HUA CHUAN MEI YOU XIAN GONG SI

(1) 吾辈仁文化传媒项目结合当下市场进行分析，预计未来2年在广州各区域设立多个不同类别的工作室，预计共面积达2000平方米，并且均以高标准国际化进行装修，预计可以满足每月近100部视频制作需求。

(2) 功能区分

按照新媒体视频服务的流程和环节，该项目工作室设施的具体功能区分包含如下部分：

新人团队培训中心

市场营销中心

企业运营中心

制作中心

会议区

休息区

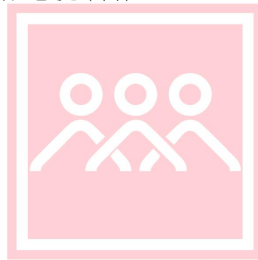
管理统筹部

六、市场结构与划分

吾辈仁文化传媒的市场结构呈现四个主要版块：

- (1) 缺乏宣传板块的公司以及事业单位
- (2) 小众品牌的优质公司和公益助农产品
- (3) 互联网播放媒介，如：抖音、西瓜视频、火山视频等
- (4) 直播、微电影与广播电视制作

七、客户分析



(1) 企业集团、小众品牌公司、事业单位、高校等预算稳定，付款流程规范，一定程度上保障了企业发展的资金链接，并且在现有经济发展的形势下，在视频制作与宣传方面的预算持续提高，为视频制作企业的发展提供了强劲的发展动力。

(2) 企业集团资金雄厚，在宣传视频制作领域不断加大投资力度，具有前沿的宣传需求，宣传视频的制作已从过去的企业形象宣传扩展到产品结构宣传，制作流程与工艺宣传等，并已经实现从过去的“纸头”宣传，转变为多媒体视频宣传方式，在一定程度上扩大了视频制作的市场需求。

(3) 互联网播放媒介，如：土豆、优酷等企业基本放弃了视频内容的制作，而主要从事播放媒介的建设和完善，这对吾辈仁文化传媒这样以多媒体内容制作这样的技术型企业

来讲，无疑是一个极好的市场机遇，我们不仅可以利用目前较完善的播放媒介进行投放和宣传，更为我们提供了在播放媒介领域加大投入，抢占市场资源的发展机遇。

(4) 直播、微电影与广播电视制作，就目前的前沿形势而言，微电影的制作已经成为一种流行的风向，微电影以其自身投资规模下，故事情节完整的优势，其制作形式已经慢慢的发展到市场宣传的各个流域和环节，近年来越来越受到各个流域资本的青睐，在企业宣传和影视制作领域吸收着大量的资本投入，这对于依靠影视制作技术发展的高能传媒来说无疑是一种及其利好的市场形势。

八、影响市场的主要因素分析

在完全利好的市场大环境下，影像高能传媒的主要因素有：

政策的方向的把握。

1、吾辈仁文化传媒在创业之初就把握好了市场先机，认准多媒体网络视频内容制作的市场方向，紧随市场，不断扩大自身规模，提高自身的抗风险能力，并凭借政策优势支持，使得自身在设备和规模上取得优势，巩固自己的行业地位。

2、资金因素。吾辈仁文化传媒在发张过程中，依靠对市场的把握和客户资源的维护，处于独立资本的发展状态，自身具备低成本制作优势，资金链完整，为了更好的适应新一轮的市场竞争，持续做强做大，在资金方面有计划的进行 VC 和天使资本的 洽谈与引入，计划利用风险投资的资金优势，进一步巩固自身的行业地位和资金链补充。

3、技术因素。吾辈仁文化传媒依靠“技术高能，缔造完美”的企业经营和发展规划，不断因研究新技术发展，已经使得制作的企业宣传片具备广告级别制作能力，而自身的 TVC 广告制作也已经达到了电影级画质，时时事事快人一步，在企业宣传片中引入的“达芬奇”调色技术，更是令行业惊叹！

4、**人才因素。** 长期以来影视行业的发展过多的受到“牛人”效应的影响， 制约着行业的发展，而高能传媒通过商业模式与管理模式的创新与升级，在视频制作方面实现制作流程的标准化和模块化的建设， 使得普通的人能够做“牛人”做的事， 很大程度的控制了“牛人”效应， 并建设拥有了稳定的制作团队， 同时打破影视行业人员流动量的行业现状， 骨干团队实现无流失。

广州吾辈仁文化传媒有限公司
GUANG ZHOU WU BEI SA WEN HUA CHUAN MEI YOU XIAN GONG SI

第四章竞争分析

一、竞争格局分析

根据吾辈仁文化传媒在市场格局中的定位，竞争对手主要是依靠前期发展积累大量资金的互联网播放媒介企业、后起的依靠技术突破发展的众多中下企业和工作室对市场的零散切割、依靠企业战略转型的 4A 公司转变来的视频制作企业，拥有大量资金的外资企业的进驻。

二、竞争对手状况



(1) 互联网播放媒介企业，现阶段缺乏对视频制作的认识，还没有进入视频制作领域。

(2) 中下企业和工作室，不具备视频制作的技术核心竞争力，其模式还停留在“搭班子”，设备租赁的原始发展模式，模式陈旧，技术革新缓慢，是制约其发展的主要因素。

(3) 4A 公司还没有实现战略转型，以创意和企业预算规划为主，没有进入视频制作的领域。

(4) 外资企业，受到国内政策和行业环境的影响，还没有大量的进入国内市场。

三、产品优势

模式创新所带来的低成本，标准化生产是产品的核心竞争力。

通过技术革新所带来的高品质和高清分辨率的画质优势，短期内很难被超越。

营销渠道的拓展与再造，使得产品在流通环节实现无障碍流通，流通环节少，大大减少了流通成本。

直接面对客户，没有中间环节，使得产品本身更贴近客户需求，最大程度上提高了产品推广的成功率。

四、与竞争对手的比较

比较 1：多媒体制作行业现仍有很大的发展空间，行业内以中小公司为主，缺少品牌公司，缺少大公司，各个中小公司没有自己固定的策划、拍摄、制作团队，大多以“搭班子”外包”为主。

可行性：吾辈仁文化传媒属于直播、影视制作行业的新兴企业，预计平均每月接片量近 30 部，超出行业平均水平(1-2 部/月)近 15 倍，一争取企业规模处于行业领先水平，通过规模化扩张与品牌化推进，增加了业务消化能力，降低了单位项目成本，经测算，单个多媒体项目可以降低近 40%左右的成本，而增加的管理成本、人力成本会由于业务量的提升而被稀释。

比较 2：多媒体内容制作行业当前工作流程，依靠的更多的是个人技术能力的体现，无法实现项目制作的快速复制和提升，制约了整个行业的规模化发展。

可行性：通过把一个复杂的技术流程，进行详细的拆解和分离，通过岗位人员的模块化培训，实现工作效率的提升，不但可以降低人员工资成本，而且实现了批量化生产，这是文化创意产业发展的方向。吾辈仁文化传媒目前已在小范围内实现了制作流程 标准化。举个例子，一个项目原来需要 1 个 10000 元工资的特效师完成，需时一个月。现在这个项目需要 5 个 2000 元工资的实训生完成，需时 1 周，一个月可以做四个同样的项目，效率提升了四倍，同样，成本上也节省 75%的成本。

比较 3：行业发展不成熟，大部分公司主要通过单个客户接单，而采用渠道批量化接单的公司几乎空白；各公司网络营销都有所涉及，但是至今未发现有同行公司将网站 IP 空间地址实现全国化布局。

可行性：通过对其他行业的研究，渠道代理未来将占领多媒体制作行业的主要接单额，它可以减少与客户的直接沟通成本，并且全国化渠道代理之后，可以借助吾辈仁文化传媒有限公司的规模化、流程化、模块化模式加以消化；网络营销全国化，则通过最低的成本，将一手客户通过网络销售接单引入到高能传媒，网络客户具有低价格、低信任度的特点，吾辈仁的模式正好可以实现完美的对接，借助规模化、流程化、模块化以及高效经济型的人力资源优势，低成本的承接网络世界大量的视频制作需求。

广州吾辈仁文化传媒有限公司
GUANG ZHOU WU BEI SA WEN HUA CHUAN MEI YOU XIAN GONG SI

五、 潜在竞争分析

多媒体互联网直播、 视频制作，作为行业细分来讲是一个新兴的文化创意产业行业，尤其是最近几年，随着国家政策的开放和市场需求加大，越来越多的民间资本涌进，但是民间资本的涌进主要集中在电影、电视剧的制作领域，并且在市场自身运营规律的验证下，大部分的涌入的民间资本未能得到实惠，虽然如此，还是可以从另一个角度看到，资金对市场需求的渴望，所以对于吾辈仁文化传媒来讲，他的潜在对手无就是大量闲置的民间资本涌入，和原有的边缘性企业转型进入，4A 公司的转型进入。

六、 竞争策略



(1)应对民间限制资本的涌入，对吾辈仁文化传媒来说，无疑是把双刃剑，一方面，大量的资本涌入，会在一定程度上，对高能传媒的原有优势造成冲击，另一方面，吾辈仁文化传媒也将利用自身的品牌优势、技术优势和规模优势，率先引入风险资金和民间资本，通过期权改革，进行公司转型，完成资本的引进，进一步扩大自己的竞争优势。

GUANG ZHOU WU BEI SA WEN HUA CHUAN MEI YOU XIAN GONG SI

(2)针对边缘性企业转型进入和大量工作室对市场进行的零散性分割状况，公司在战略调整中已经做了明确的阐述，将通过标准化、模块化、网络化、规模化和品牌化战略布局，进一步拉大和小企业、工作室的差距，提高公司的制作标准，建立新的行业规范，减成本、抓大单，避免与小企业、工作室等无任何品牌价值的企业进行竞争。

(3)目前国内(包括外资进入)4A 公司的发展现状不容乐观，很多的 4A 公司在发展过程中举步维艰，必须考虑这类公司的转型进入制作领域，然而这类公司通常掌握着国内较大规模企业的广告策划和公关布局的大业务，所以此类公司的转型进入，将给行业带来极大的威胁，但是威胁也意味着机遇，因为一方面对广告公司而言，视频制

作是复杂繁琐的事情，他们本身不愿去做，转型进入 是迫不得已；另一方面对这类公司而言，长期的外包生产，决定了它们并不具备高品质视频制作的技术，具有难以逾越的技术壁垒；其三，与高昂的广告代理费相比，视频制作的微薄利润是广告公司不愿进入行业的另一个客观原因。基于以上分析，不难找到高能传媒的另一个发展机遇，那就战略转型，与多个广告公司进行战略合作，拿“二手单”，变成大量广告公司的下线团队，签订长期的视频制作协议，负责广告公司视频制作的策划、制作环节，与广告公司进行利益捆绑，这样不仅可以应对潜在的竞争威胁，还可以更好的实现高能传媒战略五化中的规模化与品牌化建设，提升自身产值，变竞争为合作，变劣势为优势。

第五章市场营销

一、营销背景

基于对互联网多媒体内容制作的特点和现有市场的市场分析，公司制订了包括渠道转型，网络运营和品牌化建设的推广策略规划。

二、营销理念

全国化线下布局，实时经销商和代理商制度，在全国范围内实现营销渠道开发与管理，将全国二三线城市的多媒体互联网视频制作项目导入吾辈仁文化传媒。

线上巩固，加大线上电子商务化投入，自建一个平台，共享多个门户的营销理念，利用高能传媒四年多积累的网络营销经验，继续加大网络营销的投放和推广力度。

广州吾辈仁文化传媒有限公司
GUANG ZHOU WU BEI SA WEN HUA CHUAN MEI YOU XIAN GONG SI

三、营销目标

（1）全国范围内扩大网络营销投入，在全国选择四十个城市，建设四十个本土化营销网站，实现全国的优势资源城市的市场占领。

（2）通过经销商和代理商制度，实现线下渠道的建设和管理，在全国范围内建设一个健全的市场营销网。

四、客户细分

- (1) 将客户分为经销商客户和自有开发客户，通过多渠道营销方式进行客户细化。
- (2) 根据客户规模，将客户分为大客户和一般客户。
- (3) 按照客户的性质可以将客户分为直接客户和“二手单客户”。

五、营销策略

策略 1 :渠道转型，实现直播、微电影和网络剧销售的全国化。

内容：

完成销售渠道转型升级，以自身品牌高端优势，通过项目管理费反馈的方式，在全国范围内，尤其是在二三线城市建设代理商销售网络。技术高能，缔造完美，不断进行技术革新，加强与相关行业（广告、策划、活动、品牌、公关等）公司合作，为实现产品销售全国化奠定基础。

广州吾辈仁文化传媒有限公司
GUANG ZHOU WU BEI SA WEN HUA CHUAN MEI YOU XIAN GONG SI

策略 2 :线上运营，实现直播、微电影和网络剧营销的互联网电子商务化。

内容：强化项目网站建设，在全国范围内实现网络服务器空间域名的本地化，实现网络搜索优先。加大搜索引擎推广力度，使得吾辈仁文化传媒能够更加容易的被目标客户搜索到。利用新媒体推广，更好的吸引新媒体内涵盖的现代时尚消费群体。

策略 3 :加大宣传投入，实现项目运营品牌化。

内容：

(1) 全国范围内实现网络营销，全面提升高能传媒互联网影视内容制作中心项目的品牌影响力

(2) 加大电视、报纸等传统媒体投入，强化项目在目标人群中的品牌形象。

(3) 利用微博、微信等新兴媒体进行推广，优化项目在现代时尚人群中的品牌形象。

六、服务策略

根据公司的经营现状和客户群的差异化定位，公司在服务策略上实现：

(1) 项目全案服务策略。即根据客户需求，公司为客户量身定做一整套品牌推广与影视制作方案，包括：客户 AI 系统设计与更新、网络营销策略制定与执行、影视视频的策划、拍摄和后期包装制作。

(2) 影视服务解决方案，为客户制定影视视频的提案、策划、拍摄、后期制作及修改，原有视频的翻版新作等等。

(3) 影视制作服务，根据客户提供的影片策划方案，为客户提供影视拍摄与后期制作。

广州吾辈仁文化传媒有限公司
GUANG ZHOU WU BEI SA WEN HUA CHUAN MEI YOU XIAN GONG SI

七、广告策略及市场渗透

(1) 全网覆盖的网络推广战略，包括主网站在各大搜索引擎上的 SEM 竞价排名，网站 SE。搜索优化，全国范围内四十个 网站的建设 and 推广。

(2) 网络视频渗透，在目前土豆、优酷、百度视频、爱奇艺等视频播出媒介覆盖推广公司的视频制作作品和微电影、网络 剧等等，让高能传媒的品牌出现在每一个网络视频媒介的网站。

(3) 公司的广告宣传片及各种营销活动在线下营销渠道范围内铺开。

第六章公司管理

一、 主要职能

目前公司下设三大职能中心，分别是营销中心，制作中心和运营中心。

（1）营销中心主要负责公司的财务状况规划与监管、品牌建设、线上推广、网络营销和线下营销渠道的开拓和管理。

（2）制作中心的主要职能是负责公司的项目管理，主要负责多媒体视频的策划、拍摄和制作。

（3）运营中心下设行政部、人事部和高能学院，主要只能是保证公司的人力资源结构优化和配置，各种行政事务的处理以及公司的内训和人力资源开发与管理。

二、管理模式

广州吾辈仁文化传媒有限公司

公司的管理模式主要是制度化管理与系统化管理相结合的管理模式。

（1）根据公司发展的实际需要，并按照公司的战略部署确定了适合自己管理和发展的系列，包括《员工手册》、《员工日常行为规范》、《高能禁令》、《高能传媒影视制作流程》等等在内的相关规则和制度来推动企业管理。

（2）通过完成企业组织机构战略愿景管理、工作责任分工、薪酬设计、绩效管理、招聘、全员培训、员工生涯规划等七大系统的建立来完成了公司系统化、标准化、统筹化的管理模式。

三、激励制度

公司的激励制度包括两个方面的内容：

绩效考核的奖金发放制度，公司通过绩效考核的奖金激励制度规划，实现多劳多得，少劳少得，不劳不得的分配体系，最大程度的激发了员工的工作积极性。

公司将利用一年的时间建立和完善公司的期权分配制度，鼓励公司全体员工认购，进一步激发全体员工的积极性，让大家做公司的主人，让员工做自己的老板，加强公司的团队凝聚力和向心力。

四、员工培训



公司的高能学院主要负责公司的员工培训工作，将员工的培训分为入职培训，老员工定期培训，新技术共享培训、企业文化的建设和培训。

培训内容丰富多彩，从员工礼仪到规章制度，从技术共享到理财管理，从营销策略到品牌运营等等。

第七章风险控制及撤出机制

一、风险分析与规避

目前公司的主要经营风险存在于市场竞争环境的不稳定性所带来的竞争混论、行业内无相关标准可以执行等。在目前的多媒体网络视频制作业还没有相关的指导性行业标准可以借鉴执行，整体属于大文化产业范畴，这样的市场环境下，必然出现不规范竞争，视频产品质量不统一，制作团队随意搭班子带来的制作的不稳定性等等，对于高能传媒是采用制度化和系统化的管理模式，实现了在视频制作各个环节的标准化、模块化生产，能够很好的控制自身产品的质量均一，最大限度的保障客户对影片质量的要求，保证客户看到的样片和自己拿到的作品品质的一致性，通过坐班制的管理模式和设备自由，能够更好的控制制作成本，同时保证了自身在新市场竞争中的优势地位

二、撤出机制

目前公司对自己所从事的行业是看好的，公司以发展成为行业内的领军企业、规范行业现状为目标，暂时没有做出相关的全面撤出计划，但是公司的战略规划中已经明确了投融资战略和期权改革战略，进行资本稀释。

三、撤出方式

公司以吸纳风险资金投入和期权改革的方法作为自己的撤出方式。



四、撤出时间

广州吾辈仁文化传媒有限公司
GUANG ZHOU WU BEI SA WEN HUA CHUAN MEI YOU XIAN GONG SI

公司没有做出全面的撤出计划，仅仅是利用风投资金和期权改革的方式加大资金的保有量，做大做强，在最短的时间内最大限度的占据市场份额，计划利用 3-5 年的时间完成 60%的股权稀释。

第八章财务分析

一、融资策略与股权安排

(1) 公司计划在本财务年度和下一个财务年度实现公司融资 100 万。

公司投资 10 万元建设一个网络营销中心，包括一个大型的网络服务器机房、全省 40 家网站建设，一个网络服务平台和一个网络行销团队，对公司的网络营销布局进行全面规划和实施，执行公司的网络营销战略。

投资 10 万建设一个专业运营中心，实现公司的规范化运营，对公司投资、市场规划、收益、网络化建设进行全面运营。

(2) 投资 15 万元建设一个全省化市场规划中心，开拓二三线市场，有效的进行市场渠道的开拓与管理，建设公司的线下销售渠道。

目前公司属于独立创始人公司，公司的主要资本来自于创始人的独立投入，资金结构简单，股权结构明晰，这对公司以后的资金 战略发展带来极大的便利，结合公司自身状况，公司计划在 2022 年的发展中，充分发挥自身的规模优势、品牌优势和盈利优势，进行期权改革和融资。

(3) 政府性扶持资金吸纳。公司将积极地进行国家和地方对于文化产业的 各种扶持资金的申报，通过政府扶持资金的注入强化公司的品牌价值，并进行硬件设施搭建，强化公司的固有资产优势，抢占规模优势先机。

(4) 社会风险资金投入。公司计划于今年开始与多家风投机构进行接洽，初步完成公司的风投估值，公司也将计划利用新的融资契机完成 100 万的首轮融资，助力公司实现粤港澳大湾区的战略布局，并加大在互联网多媒体视频制作与推广领域的投入。

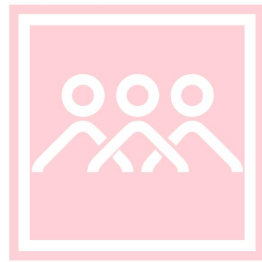
二、资金需求分析

公司的融资战略完全是按照自身的资金需求来进行的，所以公司的资金需求 和公司的融资策略是一体的，对于第一阶段的资金需求需参照现状对公司进

行更加充分的资金战略调整，就目前而言，计划一轮的融资计划为 100 万元，用于公司的战略的扩大核心产业链的搭建。

三、收益预算

根据现阶段成立之初，公司的主要营业收入主要用于公司规模的扩张和运营管理模式创新研发，由此带来公司的持续发展保障与市场占有率的不断增长，对于未来公司发展的长期的战略规划拟定具有指导意义，公司也将坚持战略发展的规模化优势再扩大，通过对互联网视频多媒体的行业发展认知，公司认为行业的发展性依然前景广阔，公司也将不断加大对公司设施的投资力度，不断加大品牌运营的投资力度，以确保公司在市场发展之初，抢占先机，形成在全国范围内的资源占有率，确立公司在行业内的领军地位，加重公司在行业发展规划中的话语权。预计 2022 年年末， 将实现公司销售收入 100 万元，实现利润 50 万元。



广州吾辈仁文化传媒有限公司
GUANG ZHOU WU BEI SA WEN HUA CHUAN MEI YOU XIAN GONG SI