

疫情环境下高校摄影工作室的困境及对策研究

冯泽西 莫盛程^(通讯作者) 农惠焜 江柏琳

广西大学行健文理学院

[摘要] 2020年新冠疫情爆发,整个中国经济大盘发展乏力,进一步加大了就业压力,使得就业形势愈加严峻。国家为了扶持就业创业,针对疫情实施创业引领计划。本文针对高校摄影工作室存在的困境进行研究,从疫情下高校摄影工作室的困境进行探讨,分析创业过程中出现困境的原因,评估其可行性,并针对其营销困境提出相应的建议及对策。

[关键词] 大学生; 摄影工作室; 创业营销; 营销困境

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-627X.2021.08.372

一、疫情对高校学生摄影工作室的影响

由于疫情的影响,大学生群体面临严峻的就业形式,现在各高校都在积极鼓励大学生创业,因此高校学生工作室不乏成为一种提前就业的选择,高校摄影工作室的成立,有助于大学生提升自身专业技能,锻炼创造性思维,虽然高校摄影工作室的环境小,但是却按照完整的企业模式创办,能让大学生提前感受到创业和就业环境的艰难,在提升自身就业意识上起到了良好作用,随着“先就业再择业”的口号提出,可以让大学生提前进入行业,了解市场用人需求^[1]。当前仍处在疫情期间,互联网在工作室的运营和成立中发挥了很大作用,可以让学生发现到更广的市场,并积极投身于创业实践之中^[2]。

疫情影响导致线下部分企业的资金要求高,场地费用大,而传媒业在技术和资金方面的进入障碍不高,并且还可以积极推动大学生创新创业的热情,国家对传媒行业的监管力度较大,政策性保障强。国内传媒市场饱和度不高,在市场化过程中,国家政策将直接制约传媒业的发展,与国外资本导向传媒行业不同,我国传媒业属于政策转向型,资本只能在政策允许的情况下,寻求资源整合的空间。因此我国传媒行业对于大学生来说,具备着不可小觑的潜力和前景,也能更好的激发创业热情。

二、高校大学生摄影工作室面临的困境

大学生创业由于学生群体的不成熟性,随之也出现许多问题,重点体现为以下几个方面:一是经营问题^[3]。在校大学生缺乏社会经验,在经营管理中会面临很多公司的普遍问题,例如前期投入高,资金回笼速度慢,预判存在不足,存在拓展风险。

资金问题。前期投入高,资金回笼速度慢,工作室创立成本较高,对于大学生来说是较为困难的,大学生很难拿出工作室所需成本,并且在工作室成立后还需要一定的资金用来维持运行和扩展市场,短期内难以保证工作室能够正常盈利,还会存在融资困难的风险。工作室创立后可能面临获取资金的方式

单一的问题,只能通过回笼前期投入,以达到盈利,但是容易产生资金断流,容易致使工作室难以开拓市场和维持运行。

第三,业务风险。高校摄影工作室的面临着季节风险,学生工作室面对的客户群体主要是学生,主营业务是创意毕业照、证件照的拍摄,这使得工作室的业务量呈现定的周期性,淡旺季相差较为明显。例如,在针对学生推出的写真业务上,每年的4-6月是学生毕业季,是毕业写真照拍摄旺季,这一时间段工作室拍摄任务订单量较多,收益丰厚;但在开学季,前来订购写真服务的学生较少,为工作室的正常运作带来了一定的风险。

第四,人力问题。工作室业务人员人数、经验不足。一般而言大学生工作室的工作人员基本上是刚步入社会的大学生(学习相关专业)和在校学生组成,在摄影工作方面的专业技术上还有所欠缺,照片拍摄和后期制作上与专业从业者之间还存在一定的差距。在疫情的影响下,由于学生不能返校,在线上制作也会存在着技术、设备问题。职业经历较少,以葫芦摄影工作室为例,其成立年限较短,前期承接的摄影写真工作较少,摄影类型也较为单一,在业务营上缺乏经验,例如工作室在前期宣传工作上投入不足,宣传效未能达到预期,市场知名度未能打响,影响了工作室业务的推广;在承接团体业务时,也存在对业务量预判不足的问题,导致工作班不合理、人手安排不到位等问题,大大降低了工作效率,影响客户的服务体验。

第五,营销问题。学生工作室是以创意为基础,市场营销为突破口,用专业的影视制作流程去绘画出客户的良好形象。我们将会为消费者提供一个精致的视频制作平台,根据消费者的需求,运用镜头语言,用一至十分钟的时间将客户的需求记录在每一个镜头上。但是由于没有过多市场占有率,和过硬的招牌打开市场,因此在营销时只能通过与客户交流,了解客户需求,制定与客户需求相符的视频脚本,在制作过程中与客户交流协商以便及时进行修改制作,同时在制作过程中保质保

量完成客户需求。逐步吸引客户，完成二次营销。一切以客户为主，按照客户意见及时进行作品修改，给客户满意的作品，通过满意的服务和产品赢得客户的认可。

第六，宣传问题。采用线上与线下相结合的宣传方式。充分利用互联网优势，运用新媒体手段通过微信、微博、抖音、哔哩哔哩等平台进行工作室的线上宣传与推广，能够有效增加工作室的知名度和帮助我们找到线上消费目标群体，多维度去了解消费者的拍摄需求、兴趣偏好、个人风格等等，并且通过互联网平台可以寻找到合适的品牌合作伙伴。线下宣传充分利用好校园环境，学校对大学生创新创业的扶持政策，并且可以在宿舍、食堂、运动场等人流大的地方张贴海报、发放彩印传单，吸引到在校师生的关注，团队成员还可以发挥好各自的人际关系网进行大力宣传，为工作室成立初期打造知名度。

第七，市场问题。随着国民经济不断发展，广大人民的生活，消费能力以及文化水平知识水平不断提高，对生活品质的要求越来越高。面对这种变化，工作室尽其所能的将市场进行细分，选定属于自己的目标市场变化，工作室尽可能的将市场细分地域分为三个部分。大学内部，所在城市和相关省份周围。以葫芦摄影工作室为例，目前南宁市场也有不少的媒体公司，这类公司的业务范围相对来说比较窄，主要针对婚礼，也涉及开业庆典等少数类别，费用较高，同时在疫情时代进出学校不方便。但现在文化传媒市场的需求多种多样，从竞争者转变到合作者，这样也是顺应了市场的一个客观存在的需求和发展趋势。因为学生工作室必须要将内外潜在市场结合，吸引校内学生以及各种商家的青睐，这样在校外也有极大的潜力市场。

在互联网时代下，云办公就显得极其有必要，对于大学生来说，高校有着政策的扶持，创办一个摄影工作室不再是一件困难的事情，因为大学生创业有国家政策的支持和学校老师的帮助，在各大高校中涌现出了一大批高校摄影工作室，也出现了一个令人深思的问题，在众多的摄影工作室中，形成自身的核心竞争力，才能让更多的消费者选择你的摄影工作室。

三、高校大学生摄影工作室面临问题的解决对策

1. 近几年，国家高度重视和鼓励大学生自主创业，同时也会下发相关扶持大学生创新创业的政策。在高校内还有创新创业项目孵化基地，大学生创新创业背后有国家和学校的支持。在校大学生可以通过高校大学生创新创业训练项目或相关政策筹措资金，团队成员可以自身现有条件如资金、自有的相机、

电脑等器材设备按资入股来降低成本。

2. 针对职业经历较少，拟解决的办法是可以在大学期间的寒暑假提前进入行业，进行行业学习，在练习技术的同时，也完成对行业的评估。这样就在很大程度上避免出现行业经历的问题，由于有过工作经验也可以更好的面对业务量的问题。

3. 由于高校摄影工作室的面对人群特殊，导致出现的业务量淡、旺季。拟解决的办法是在毕业季到来前的时间就进行活动预热，先通过毕业证件照、个人写真集等方式，将工作室的知名度在校园内打响，既能让同学们看到摄影室的工作水平和能力，也能更好的为毕业季的到来进行更好的宣传。

4. 针对工作人员经验不足，拟解决办法是在成立工作室前，必需要进行相关的行业知识学习，并步入相关行业内。在工作室内部进行老带新的传承，创始团队可以在学校内提供相应的实习机会，这样就保证了团队充足，人才不会断层的情况。

5. 对于学生工作室的营销和宣传问题将采取连接线上线下的模式，移动互联网是推广的首选平台移动互联网高速发展是目前新媒体时代的重要特征之一。截至中国网民规模达9.89亿，手机网民规模达9.86亿，互联网普及率达70.4%新网民的稳健增长和原PC网民的转化加快共同带动了手机网民规模的持续扩大。近年来，wifi、4G、5G网络等移动网络的覆盖率不断扩大，智能手机、平板电脑等终端设备的兴起，促进了持续热销，微博、微信等移动社交工具的崛起，标志着线上营销带动线下消费模式的兴起。

在校大学生创办校园摄影工作室，不只是落实学校对大学生创新创业的扶持政策，更是可以有效提高他们的创新创业实践能力，有助于加强他们创业精神和实践能力的培养，使他们积累下宝贵的创业实践经验，明确自身的优势和劣势，在创新创业实践中要找准自己在团队内的定位，充分利用项目的机会锻炼自身，发展职业技能，为以后的就业或创业打下了坚实的基础。

参考文献

- [1]徐森茹.关于互联网背景之下的大高校摄影工作室发展之路[J].环球市场,2020(17):224.
- [2]李国瑞,刘金戈,黄鑫鑫.互联网背景下摄影工作室运营模式探讨[J].现代营销(下旬刊),2018(08):100.
- [3]束柏年,胡杨,国成鑫.“绘光社”摄影工作室创新创业经验[J].环球首映,2019(05):83.