

# 从7家连锁店到小区工作室:影楼女老板的创业路

编者按:有人说,财富是猫的尾巴。只要勇往直前,财富就会悄悄跟在后面。

在一个门槛低、充分竞争的行业如何存活,如何寻找财富?赵敏每天都在思考这个问题,“冒得(意思是“没有”)退路”,是这位来自湖北武汉妹子的口头禅。

她曾经一口气连开7家连锁店,也曾蜗居在深圳龙华一隅延续传统影楼模式,到如今在团购网上尝试走工作室路线。从曾经的“坐着数钱”到今天“赚辛苦钱”,她的生意经其实就是社会生活变革的一个缩影。



证券时报记者 陈春雨 刘雯亮

## 初创业: 非典中断“夫妻店”

走上创业之路,用赵敏的话说是“水到渠成”。

2002年,赵敏的男友从武汉大学新闻摄影系毕业,放弃了记者的工作,来到深圳国贸一家影楼。当时赵敏在做美容销售,经常到男友店内帮着招呼客人,一来二去,被老板娘看中要她去开拓市场。

影楼做市场,可不是简单地站在门口发传单。赵敏记得,当时最常跑的是苏宁电器,和各个门店签订合同,当顾客在苏宁电器消费到一定金额时,赠送其影楼的打折券,以此吸引人流。

没想到,我还拉到不少人,特有成就感。慢慢地,等我俩有了点积蓄,自己开店的想法就顺理成章了。”

在影楼工作一年多,赵敏萌生了自己开店的想法。在这个行业,谁都想自己开店,投资小、起步门槛低,容易操作”。

很快,她从老家搬来电脑,在宝安西乡开了人生第一家影楼,总投资不到10万元:租金、装修、设备、流动资金以及人工。摄影师由男友担当,另外招聘了3个化妆师和一个做饭阿姨。

但这家影楼仅开了一年,就遭遇了一场冲击——非典。偌大的商场一个人都没有,生意十分惨淡,加上家庭因素,赵敏索性和男友关了店回武汉结婚。

不过,在短短的一年时间内,赵敏的影楼并没有亏本。虽然除去开销和平时花销挣得不多,但至少赚钱了,这也坚定了两人创业的信心。“如果当时亏钱了,也许就没有以后的7家影楼”。

## 最高峰: 同时开7家影楼

在武汉没呆多久,非典过去,2004年,赵敏和男友又“杀回”深圳。在上次的经营中尝到甜头之后,他们决定扩大经营。

所谓的甜头,是赵敏在经营中摸索出来的一条营销模式:在工业区开设影楼,主打婚纱摄影。

这条道路和当时的大环境密不可分,2003年,中国加入世界贸易组织(WTO)之后,世界工厂的形象已初见雏形。

沿海特区对于农民工的需求日趋强烈,越来越多的外地人涌入新建的工业区,夫妻两人在一家公司打工的情形比比皆是。其中相当一部分人,特别是60后、70后,在结婚时并没有拍婚纱照。来到深圳后,收入的提高是他们萌生了追求浪漫的念头。

同餐饮一样,影楼摄影也是一个充分竞争行业,在越来越同质化的竞争中如何生存,是一直困扰赵敏的问题。

去年上半年,赵敏回武汉探亲,朋友天天招呼她出去吃饭、唱K,团购很便宜,很划算”。平时忙于工作,很少上网的赵敏第一次听到“团购”这个词语,她琢磨着可以用到影楼上来。

在此之前,赵敏从不网购,也没有支付宝。等她打开电脑,摄影的团购已经铺天盖地。

通过比较,赵敏发现现有的龙华店并不适合团购:第一,团购价格便宜,一个基本的摄影套餐不到200元,无法覆盖龙华店的成本;第二,团购对象是针对全深圳,龙华店只能覆盖周边区域;最后,团购并不是“天上掉下的馅饼”。以188元的套餐为例,要支付团购网28元的费用,如何将收益最大化,赵敏决定效仿同行,在闹市中开设摄影工作室,最后在深圳中心区的一个商住楼内,找到了

年。首先,商场租赁不稳定,商场销售区域几乎一年一变动,变动就意味着腾地,意味着重新装修,并且租金也逐年增加;其次,此模式被同行抄袭,竞争日趋激烈。更重要的是,对于大多数人来说,婚纱照属于一次性消费。当周边的60后、70后都补拍完成后,新进入的80后、90后对于婚纱摄影有着更高的追求,他们舍得花上数千元到“更高级”的影楼去拍摄。

于是,赵敏慢慢将商场内的影楼一一关闭,仅在龙华开设一家有豪华装修,固定门面的影楼。

150多平方米的工作室。客厅用作接待、办公和作品展示,卧室改建为摄影棚,厨房变为更衣室。

团购可以赚钱,但是钱赚得很苦”,赵敏说,团购的模式决定了只能是薄利多销。一个工作室分为3组,每组一个化妆师和摄影师,流水线式地操作。她说,有时周末一天下来,从早到晚要拍20个人,赚的都是辛苦钱。

现在,赵敏的工作室已经实现盈利。她说,在超负荷和超低价的运作下,收入水平再往上升已经非常困难,唯一的出路就是“跑量”,再多开几家店,利用老客户做好口碑,建立起稳定的客源。

目前,赵敏已经在寻找新的工作室地址,由于前期运作较大,已经有团购网主动找上门免费为其做营销,一切都在向好的方向转变。

不过,具有忧患意识的赵敏仍时刻提高警惕。我现在思考最多的问题是,下一步该如何操作。工作室肯定有自身的生命周期,个人感觉,还有两到三年的时间。一旦辉煌过后,像店面一样,未来工作室乃至整个摄影行业必须找到下一个利润生长点。”

## 笑看花开花落 时尚女子精准创业

证券时报记者 刘雯亮 陈春雨

西都明码标价。一是一,二是二。在客户拍照之前,把可能产生的费用都说清楚,从不加价。”

10年的影楼,经历了行业几起几落和残酷的竞争,看到不少影楼实体店因经营不善倒闭和新工作室的拔地而起,赵敏一直的理念是,做好回头客。

如果客人在我们这里舒舒服服消费,能帮我们介绍自己的亲戚朋友拍照,对我们来说,可是不花费的宣传。”说到这里,赵敏嘴角露出一丝精明的微笑。

当然,对于任何行业来说,好的经营理念也需要整体行业趋好的大环境配合。最辉煌的时候,应该是2009年。我当时拥有7家影楼门店,还外派了店长在东莞、长安等地开店。”赵敏回忆,当时处于行业高峰期时,我们多在商场开店面,采取免费拍照、放大才收费的做法。由于我们的店面多开在深圳关外,如龙华、西乡等打工者较多的区域。对于这些群体,拍结婚照放大也是比较新鲜的事物。加之我们的收费也是他们能够承担起,所以一时间,来拍照的客户络绎不绝。”

可以想象的是,当这群客户需求逐步饱和,行业转型不可避免。当然,也正如任何行业一样,赵敏也经历了转型的阵痛。行业辉煌期过去后,我们的店面一个一个关闭,最后就剩下现在的一个实体店和一个工作室。”对于这样的局面,赵敏也很坦然。

毕竟,影楼是一个创业门槛较低的行业。自主开店的人前仆后继,成功者屡见不鲜,但半途而废者更多,赵敏总结这些“战友”为何会在创业之路上倒下:经验不足、选址不好、不诚信等等。

失败的原因很多,但她认为自己成功的原因只有一条——“精准”创业,即选择了适合市场需求的销售模式,从打工者的婚纱摄影,到主打20岁年轻人的团购艺术照,每个模式都有清晰的消费群体以及该群体所熟悉的销售渠道,从而在同行中脱颖而出。

## 善用网络营销 一招鲜吃遍天

证券时报记者 陈春雨

影楼是一个竞争激烈的行业。激烈到何种程度,以专业儿童摄影为例,已经发展到由销售人员在医院的孕妇体检中

点是无品牌优势,同质化竞争严重。当价格越压越低时,势必以降低拍摄品质为代价,最终影响消费者对于团购摄影的口碑。

董连山大力推崇的是工作室模式,他认为,主要是因为其掌握了正确的营销方式,即“免费牌照+有偿放大”的模式,把握住了顾客普遍爱占小便宜的心理。虽然这个模式已被市场淘汰,但是心态没有发生变化,团购也是把握这一心理。

但目前团购市场也面临着激烈竞争,董连山说,打开一家团购网站,往往可以看到10多家影楼或工作室同时促销。这些公司普遍的特

对这一特点进行布局,有机会为客户提供二次服务。

董连山建议,首先,要建立一个自己的网站,清晰介绍摄影师、化妆师的履历,曾经获得的奖项以及历史图片,让客户有个直观的感受;其次,可采用积分制度,鼓励客户点击网站,点击量与积分成比例,累积到一定程度可以送礼品,或者介绍朋友牌照有积分赠送等;第三,建立会员制,让消费金额达到一定程度的客户自动成为会员,会员每年可享受折扣或免费拍照次数。

对于希望自己创业开办摄影工作室的人来说,北京市摄影名师、国家认证摄影师考证员田得有建议:首先,地段人气要旺,比如婚纱一条街等,且具备一定消费能力的地段;其次,员工技术力量的培训。工作室关键要做出自己的特色,拍摄出来的产品质量一定要专业。无论是化妆、摄影,还是后期制作都要有创新意识,如此才有立足的资本。

