

2017

商业计划书

沅悦文化传媒 专业团队极致打造



目 录

CONCENTS

1. 项目简介
2. 项目计划
3. 市场分析
4. 投资回报



01

沅悦文化传媒

项目简介

投资亮点

1 项目环境

- 随着社会的进步、文化娱乐方式的日益多样，人民群众快速增长的精神文化需求呈现出多样性和多层次的特点，这给城市文化建设的内容、形式等各方面提出了更高要求。
- 开展丰富多彩的文化活动，满足城市居民的精神文化需求，运用和发挥文化对于社会和谐发展不可替代的“润滑”作用，从而构建和谐社会、文明城市。
- 主题梦幻灯光展近两年应运而生，在丰富广大人民群众文化生活的同时，对举办城市也提升了城市形象，带来了新的商业活力和发展契机。

灯光



投资亮点

薰衣草庄园梦幻灯光节



城市梦幻灯光节



舞台动态光效



国际灯光节

- 灯光节在世界各地广受欢迎，最著名的有法国里昂的灯光节展，日本札幌灯光节、澳大利亚悉尼灯光节，国内大规模的灯光节原来也仅在北京、广州等一线大城市举办过。
- 应城市居民文化需求，借用地方景区搭建的平台，于三四线城市以及百万人口县级市举办多场大规模、场面震撼的灯光节。

新颖

亮点

互动

氛围

舞台动态场景

全息影像与演员互动演出这一新颖的表现形式。在舞台上设置成像幕，粒子特效与演员产生互动效果。观众在表演现场体验到未来世界中梦幻一般的全息特效影像

我们的愿景



灯光展区

为商场，广场等文化活动提供夜间灯光吸引。



舞台梦幻

为剧院舞台剧提供静态、动态舞台背景。



花田灯海

筛选合适天气，在露天大型场地举行文化灯光节。



灯光主题园

建立灯光主题公园，聚集新技术三维成像等，加入舞台剧，形成梦幻体验。

公司业务

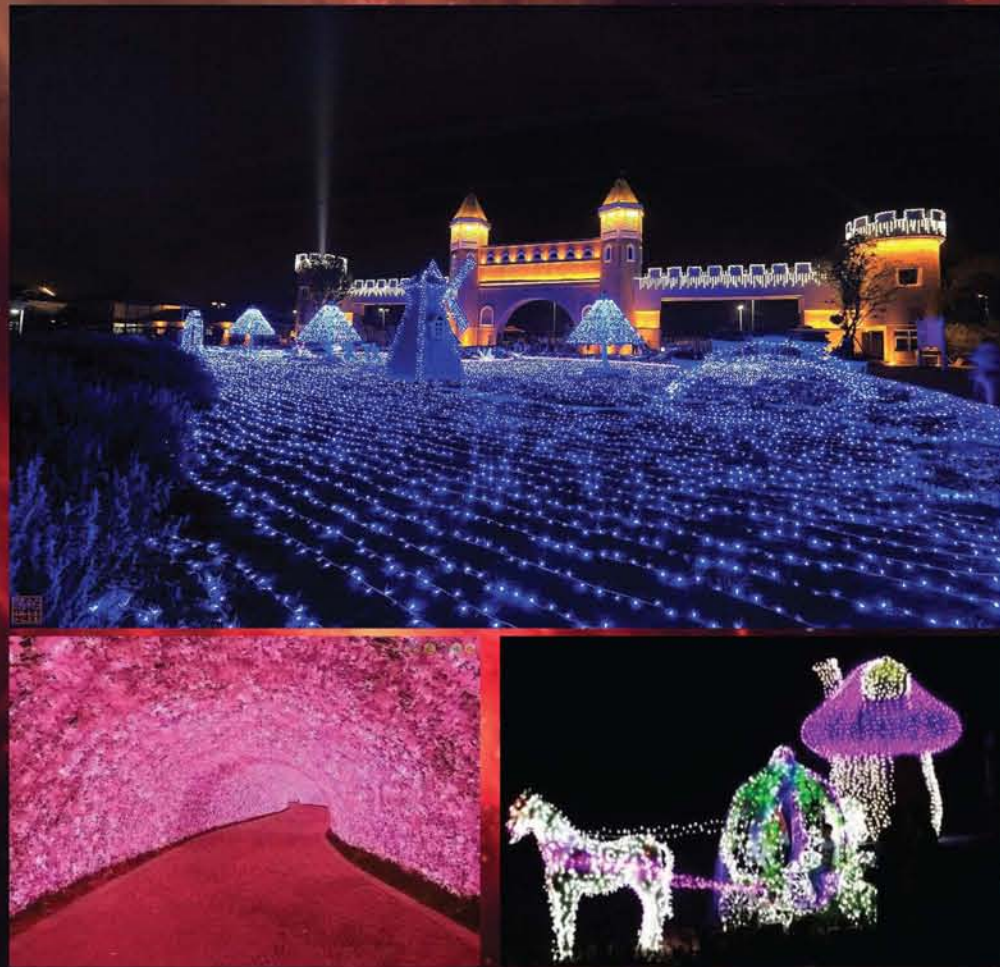
沅悦文化传媒公司是一家**精品创意文化循环展示提供商**，主要为市场发掘优秀而富有创意的文化休闲形式，并经完善包装后供给市场。



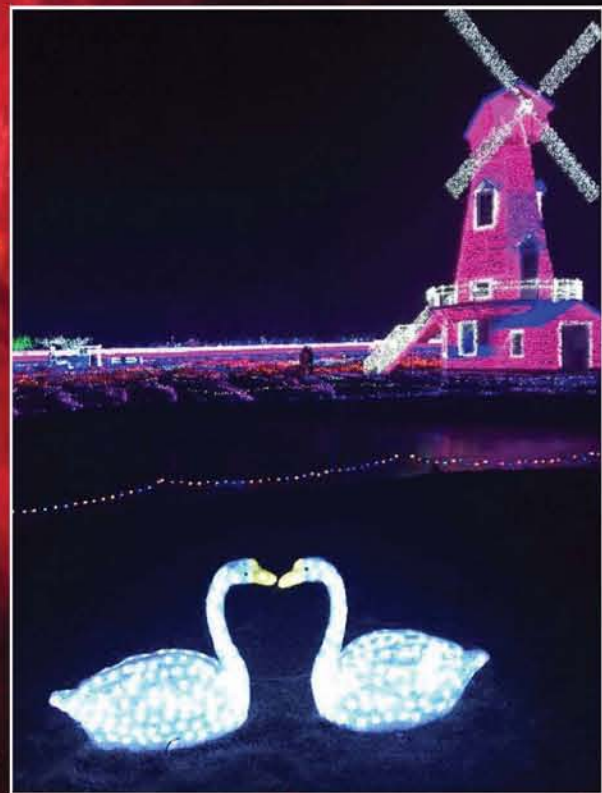
国际灯光节

与景区寻求合作，采用“**市场引导，合作共赢**”的市场化模式，通过景区场地的改造，整合企业自有资源投资承办，走市场化道路来举办文化节目盛事。

为当地提供旅游经济拉动，为企业提供聚集宣传效应，为游人提供休闲放松途径，以灯光为秀为开口，提亮当地文化经济



公司业务



公司业务



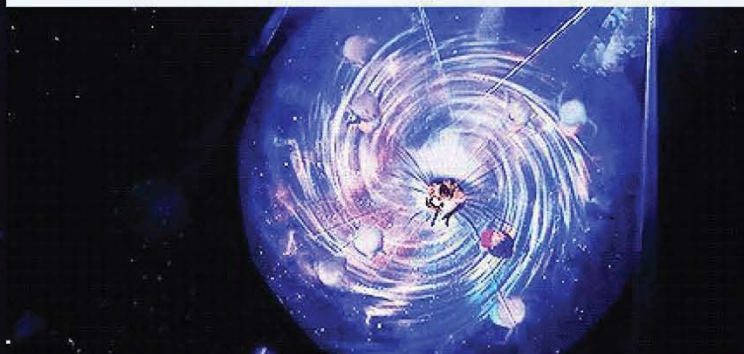
公司业务



舞台灯光剧

采用先进的声光电技术，以全息膜投影，静态、动态投影技术等，为舞台打造耳目一新的视觉感官，打造适合二十一世纪的新时代剧院节目。

适合演唱会，歌舞剧，时尚发布会、音乐互动等，形成节目效果的升华。



公司业务





02

沅悦文化传媒

项目计划

商业模式



商业模式

游客基础

广泛的游客形成整个盈利的基础构成其他一切活动的基石。提供各类消费，愉快的出游体验极大地带动其他活动

餐饮住宿服务

为游客提供住宿餐饮活动，渐渐将文化活动的吸引力转化到附近的消费粘度

文化传媒公司

文化传媒公司在其中起协调润滑作用，提供会展节目场景以及区域的设计与布置。在营销中详细策划前期的会展造势，中期的游民话题爆点，后期的期待收尾。

景区场地机构

由景区合作提供大型展会、停车等基础建设场地为当地经济发展提供有效土壤

企业广告宣传

企业作为合作方加入合作其中，可以为部分优秀员工提供文化福利，同时将企业广告在活动会场进行一定的广告投放。

01

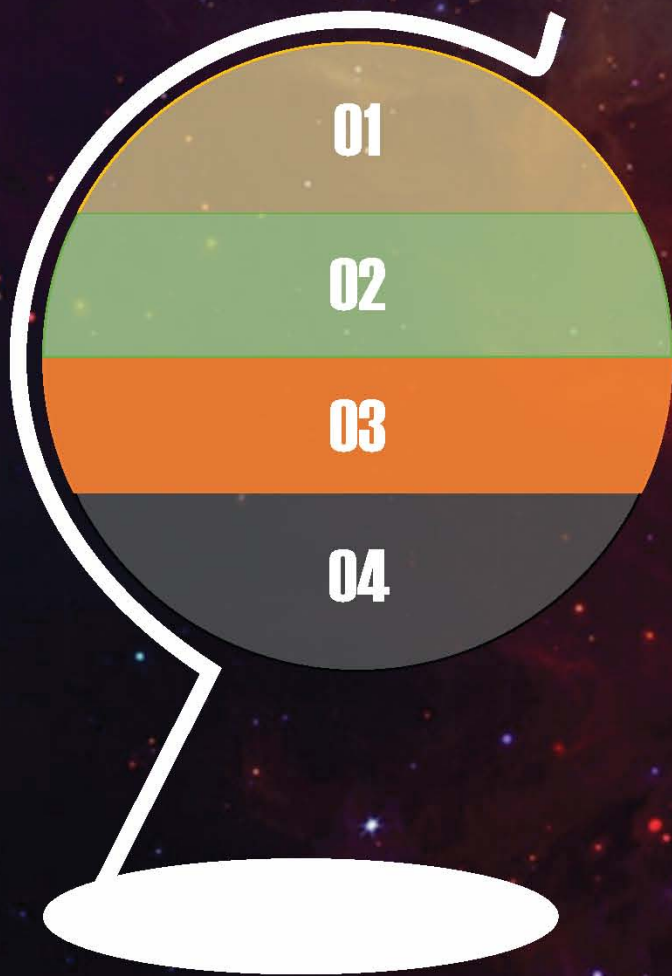
05

02

04

03

商业模式



加入会展性节目

在合适场地加入灯光类会展



成为一个合作者

在会展活动中与各方进行协调，充分提高会展的吸引力，扩大会展的经济影响力



打造爆发点

通过现代流行的营销从前期、中期、后期三个时间点做好活动的宣传，引爆热潮



提升光电技术

采用新技术不断提高产品的视觉效果，形成富有深度且不同技术级别的会展形式

竞争对手分析



传统游乐园

园中的游乐项目多种多样，游乐场多受年轻人喜爱，过山车以及各种游乐设备能释放压力、感受刺激。也有将一定场景和动画技巧结合机械设备，将主题贯穿各个游戏项目。带来连贯体验的主题乐园。



公园

作为自然观赏区和供公众的休息游玩的公共区域，失去了新奇性。由于空间的自然化缺少有效的互动活动空间。而公园本身的植被场地基建往往也可以成为灯光展的有效基础。



电影院线

电影作为现代最为广泛的娱乐形式提供了有效的故事体验，而其本身也有一定的空间给予观赏者活动，然而缺少互动性，以及感官体验同质化，对观赏者影响不大。



景点

主要以自然环境以及历史古迹为依托，缺少有效感官刺激，无法带来新的体验，互动性尤为平淡，难以激发场景。

竞争优势

稀缺体验

现阶段灯光节于国内举办较少，尚存在巨大市场空白，新颖、少见的视觉体验给灯光节带来巨大的吸引力。

浪漫氛围

温和含蓄的灯光形式使灯光节很容易塑造浪漫的氛围，而爱情小场景的主题打造会增加游客的参与度。

夜间亮点

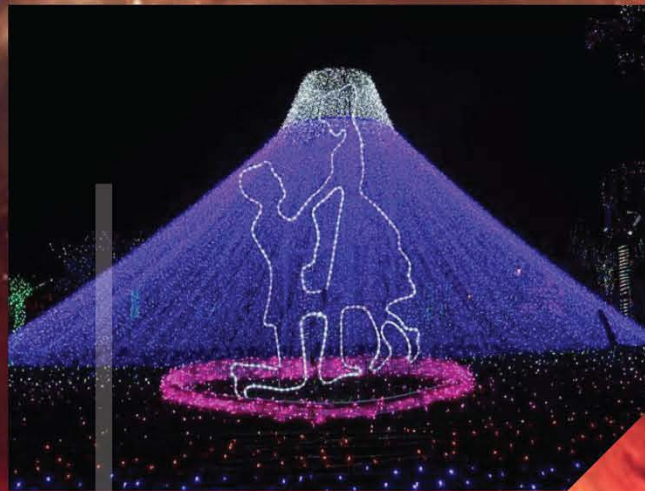
灯光节主要于夜间举办，本身带有一定的醒目性，可以作为夜间亮点吸引人流。

丰富活动嵌入

由于灯光节温和的特性，餐饮，娱乐的嵌入变得相当容易，小吃摊位等也提升了活动丰富度



竞争优势



新体验 experience

绚烂的夜间灯光，闪烁的田野给人与众不同的夜间体验。



场景塑造 scenario

灯光小环境的打造强化灯光展区的可玩性。对事件发生，游客自发宣传有驱动作用，也容易给人留下深刻印象。



带动性 bring up

在游玩过程中的餐饮需求，夜间的民宿需求能够带动一系列产业的民宿需求能够带来独特的亲民氛围。

发展规划

2017

举办灯光会展

选定时间点，于较繁华市区周边举办灯光会展与政府、企业、餐饮通力合作，形成标准。

扩大灯光展区域

不断输出关键技术以及活动营销能力，扩大各地的复制能力。同时加强灯光技术的应用以及会展布置，营销策划研发。

2018

2019

结合虚拟现实的舞台演出

将虚拟成像，三维投影等技术引入室内，打造新奇优异的节目形式，与剧院等合作，塑造品牌特色。



03

沅悦文化传媒

市场分析

市场分析

现国内知名灯光节



广州国际灯光节

广州国际灯光节与法国、悉尼并列为世界三大灯光节。在每年年底举办，采用“政府搭台、企业唱戏”的市场化模式，通过整合现有市场资源、引导企业参与，走市场化道路来举办年度公共文化盛事。于2015年举办了第五届广州国际灯光节。

北京蓝色港湾灯光节

位于北京市东三环朝阳公园附近的蓝色港湾，于2015年12月举办了第八届灯光节，带来了更多的新奇与新潮。前来观赏灯光节的游客及市民，也大大带动了周边商业、餐饮、酒店等各服务业的客流和消费。



海口国际灯光节

由海口市政府主办，恒大承办的“2016魅力海口 国际梦幻灯光节”，2015年底盛大开幕。



市场分析

案例：徐舍镇“美栖花田灯海”：

时间

8月1日徐舍镇美栖村花田灯海艺术节正式开幕，正处夏秋之交，天气晴朗气候宜人，花衬灯，灯映花，相得益彰，吸引了众多游客前来观赏。前来观赏灯光节的游客及市民，最终也大大带动了周边商业、餐饮、酒店等各服务业的客流和消费。



自媒体营销：

在灯光节前期通过微信进行大量广告推广，采用点赞转发换取活动优惠或门票的方式，吸引人流，扩大知名度。

灯光节开展过程中进一步加大宣传，也引导游客在社交媒体中宣传，加大社交曝光，形成燎原之势。



宜兴旅游园林局

场地：

位于104国道附近，交通便利，利用村里原先的150亩花木种植园，附带包括马鞭草、波斯菊、矢车菊、太阳花等40多个品种的鲜花。

夜幕下，长达108米的“时光隧道”，美丽的“城堡”，开屏的“孔雀”，以及布满“玫瑰花”的爱情之桥等花灯，让游客仿佛置身于充满浪漫气息的童话世界



市场分析

125W

该市人口规模
据宜兴市最新人口统计，直至2016年，最新常住人口：125.28万

30¥

门票价格
该次花田灯海灯光门票费用设为：30元（成人票）

15W

总售出票数
在为期一个月的活动中共售票：15万张

100W

活动成本
该活动与当地合作，采用合伙制，活动投入约：100万元

美栖灯展数据

市场分析

自媒体营销

此次活动大量采用了微信推广，朋友圈转发等新媒体营销方式。从而引动了大量当地群众参与。游客中部分采取了朋友圈转发，主要集中于年轻段，约占65%。

65%

社交传播占比



营销票数

活动后统计，本次参观票数达15,000人，占该市（宜兴）常住人口的12%，其中用于活动营销的票数约67500张，占总销售量的45%。

营销票投入



45%

市场分析

成本规模分级

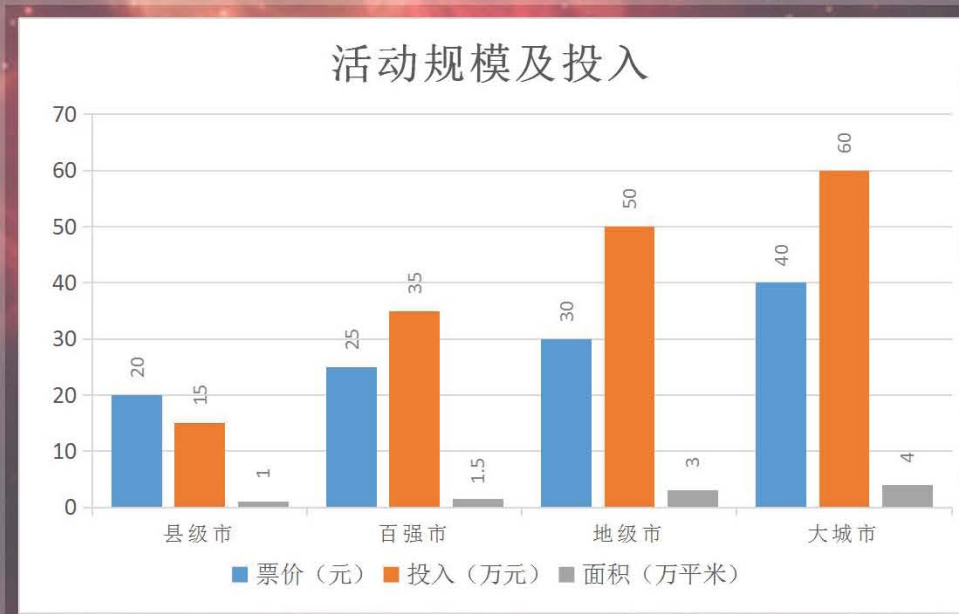
例如15000平方左右的场地,大概需要投资30万左右,此规模的场地大概有20多个造型,灯光面积能达到5000平方左右,门票定义大概在25元左右,游客参观时间可达到40分钟左右,绝对物超所值,适合在百强县的城市运作。

30000平方左右的话需要投资40万-50万左右,场地造型大概有30多组到40组左右,场地量化面的大概有12000平方左右,门票定义在30元,游客可参观时间为80分钟左右,适合在地级市规模的城市运作。

场地规模40000平方以上,需要投资金额要在60万以上,场地有50组以上的造型,场地量化面积达到20000平方以上,门票定义在40左右,游客可参观时间达到120分钟左右,适合省会城市,及大城市运作。

规模在10000平方以下的场地投资金额在15万元左右,场地造型有10几个到20之间,参观时间大概在半小时左右,门票定义在20左右或作为附带活动,适合在县城或者广场、公园运作。

活动规模及投入





04

沅悦文化传媒

投资回报

未来目标



KEY WORD

关注技术

时刻关注当下市场吸引游客的灯光形式加入梦幻灯光节中，主要着重于营造新奇浪漫可参与的场景。



KEY WORD

项目增长

形成标准化流程，实现可复制和考核性，从而在全国各地可以全面开展。



KEY WORD

城市范围

从地级市规模开始，随后可实现向上与向下规模城市的延伸



KEY WORD

盈利目标

实现举办所在城市8%人口的门票销售率，于辐射范围内形成广泛知名度，并且为设立的公众号吸收粉丝数。

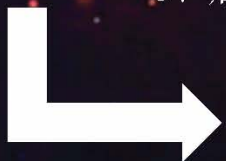
未来目标



成本

成本主要是：

- 1、前期灯光设备，专业技术人员，场地租赁合作等。
- 2、中期则转为营销费用，场地布置施工，会场管理等
- 3、后期则是场馆的整理回收，各方合作的收尾



营收

整个展会期间的营收与各方面息息相关，包括：

- 1、前期宣传营销
- 2、季节、温度、天气、场地位置以及布置等场馆内的体验
- 3、游玩后的社交媒体宣传引导



利润

活动利润主要来源于灯光节门票，至于灯光节的小吃餐饮铺位租赁等作为附加增值服务不作为主要利润。

未来目标

40¥

门票价格
门票票面价格设为：
40元（成人票）

20W

参观人数目标
单场灯展参观人
数目标定为：
20万人

500W

单场净利润
单场灯展扣除成
本后净利润：
500万元

3-4

举办场数
预期于2017年全
国选地举办灯展：
3-4场

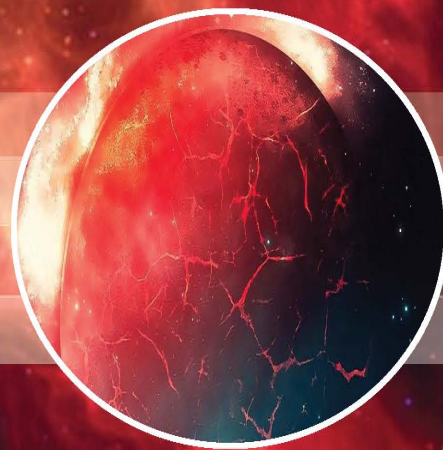
2000W

年利润
2017年总体目
标利润设为：
2000万元

2017年目标设定

财务估测

2017 年度	2000万
2018 年度	3000万
2019 年度	4500万
2020 年度	登陆创业板



融资需求



融资需求

本轮融资300万

出让10%股权



2017

谢谢聆听

沈悦文化传媒出品