



盛景传媒

—— “无忧”留学 创业计划书

目 录

- 1.项目概述
- 2.市场分析
- 3.项目简介
- 4.核心竞争力
- 5.营销策略
- 6.SWOT 分析
- 7.团队介绍
- 8.财务状况
- 9.项目总结

一、项目概述

我们工作室名字为盛景，寓意为盛大的前景。我们主营服务，内容主要分为两部分：一、面向留学生推广微信公众号平台；二、针对留学生 app 开发运营以及应用到现实服务。我们迎合“互联网+”的国家发展战略，结合线上线下为留学生们提供“无忧留学”，让留学不再成为家长与孩子之间的小别离。

我们工作室的 logo 设计为圆形图。Logo 意义为：画面颜色的基调是象征高洁、雅净的白色，中间是黑体盛景二字和盛景的英文，寓意为沉稳做事，简单做人。



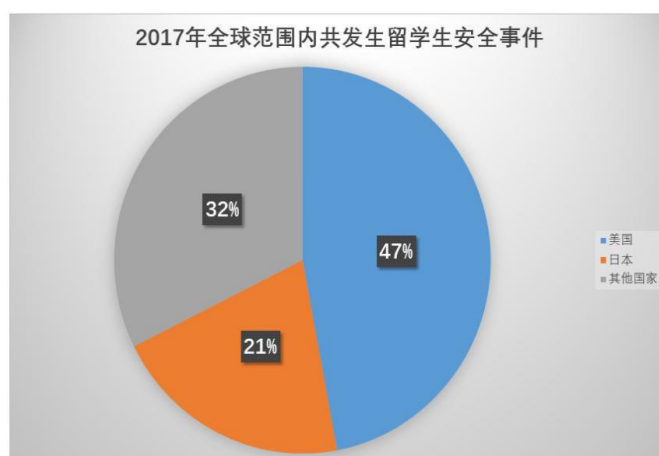
我们工作室的团队口号：致力打造“无忧留学”。

二、市场分析

1.市场痛点：最近有一部热映的电视剧《陪读妈妈》引起了社会强烈的反响。在剧中，因为留学加拿大的丁一一卷入了校园暴力，所以妈妈李娜不得不放下国内工作，来到加拿大成为一名全职陪读妈妈。但因为李娜性格倔强缺乏母子沟通经验，儿子丁一一又调皮叛逆，于是矛盾与争吵便成“陪读妈妈”与儿子间的家常便饭。



于是，我们翻阅资料，同时也发现在幼儿园虐童、校园冷暴力、学生安全事件频发的当下，“陪读”已不光是针对孩子的学业，更多的是出于对生活、安全和情感陪伴上的考虑。据《看天下》整理的数据显示，2017年，全球范围内共发生34起留学生安全事件，其中，有23起事件的当事人死亡，百分率达到了67%。具体来看，在34起安全事件中，美国发生16起，日本7起。在涉及的案件类型方面具体来看，抢劫6起，人身伤害9起，失踪1起，自杀9起，其他9起。可见，年轻的留学生漂洋过海中存在着情感的缺失和人生安全。



再者，据《中国留学生数据统计报告表》显示，2018年我国出国留学总人数为69.85万人，比去年增长了3.97%；在2018年度中国大陆学生在日本各层级学生人数约为12.74万人，占41%。对于学生们来说，日本以高水平的教育、相近的文化环境，和广阔的就业前景，相比欧美国家留学，日本留学的性价比高很多。因为加拿大的人文环境和国际学历认可，加拿大已经逐渐取代英国，为第二大受欢迎的留学地，约为8.32万人，约占36%。

留学数据统计



2. 市场需求：大部分留学生都是通过留学中介来办理出国申请以及学习安排等等，多关注在学业方面，并且服务也远远不能满足学生们的情感需求。目前市场上针对留学生情感这部分的机构少之又少，如何让留学生们更好地出国，让家长们放心孩子们出国仍然是市场空白。

对于身处异国的留学生来说可以用三个字概括：步步难。大到升学就业、生病，小到住宿、买东西、考驾照等都会存在语言不通、中西文化思想差异等一系列的问题，在这种状态下，抑郁、焦虑、社交恐惧症都很可能出现。他们遇到挫折、无助、难过想要倾诉时，常常找不到可信任的人，向国内也只是报喜不报忧。古人云“儿行千里母担忧”，当留学生在大洋彼岸求学之时，最担心孩子的就是他们的父母。他们在面对儿女分离所带来的担忧同时，也因孩子并不能得到很好的照顾而揪心。而留学生他们如果处理不好情感的支撑，就会影响学习。盛景将为留学生排忧解难，给他们带来心灵上的慰藉和生活中的帮助。让中国的留学生们即使在异国他乡也能时刻感受到来自国人和家人的关爱与温暖，享受到最优质的服务，将来回国能更好的建设国家。

三、项目简介

我们盛景工作室目标客户群体定位：即将出国留学、已经在外出国留学、回国就业的留学生这三类群体，年龄主要在 16 周岁到 24 周岁，以及出国留学的家庭成员。

目前，我们工作室初级阶段主要倾情为留学在日本和加拿大学生提供服务，渠道为微信公众号（推文+小程序）的推广与运营、留学 app。

1.微信平台运营：随着新媒体的盛行，微信已经成为现代社会主流的社交工具。我们盛景工作室面向留学生和留学生的家长

展开主流平台的文章信息推送，微信推文大致分为三大类，娱乐资讯、情感推文、知识干货。

①**娱乐资讯**：留学的年轻朋友们也存在着“天生爱八卦”的心，他们也会高举着“饭可以不吃，八卦必须要听”的大旗，给平时的学习减减压，了解国内的资讯。关于娱乐资讯我们又细分了两个专题：

版块标题	版块内容
娱乐热点	比如前段时间赵丽颖与冯绍峰突然公布已领证，短短几个小时阅读量就高达 900 多万，所有粉丝不禁感叹“女儿国国王”最终还是嫁给了“唐僧”。
留学趣闻	比如留学生可以把自己的奇闻趣事写成文章，投稿到这个专栏，与大家一起分享。比如美国人最能接受的辣就是墨西哥食品中的辛辣味，他们最辣 Chilli 酱，也比不上我国四川的任何辣酱。不过据我所知，我大天朝的“老干妈”辣椒酱在美帝可是名声远扬啊

②**情感推文**：我们通过调查发现，家长工作比较繁忙，如果推送声优模式，能让家长利用零碎时间，聆听孩子的心声，目的能让家长调整情绪，安心工作；为留学的孩子创造情感天地，有一瞬间触动心灵的感觉。盛景工作室致力于打造一位陪伴在大家身边的朋友，成为你们心灵助手。目前市场上微信公众号中采用声优模式很少，即播音人员感情朗读配上舒缓的音乐与文字三结合线上模式，悄悄的走进人们的心灵。用户可以在文章评论区内展开评论，表达出自己的感想以及抒发感情，也可以进行投稿，审核通过后，文章能推送到盛景公众号中，用户之间能开展彼此交流。



③**盛景留学微报**：留学生们可以在这里找到加拿大、日本学习的资源、申请奖学金的政策、兼职打工的途径、最新国内外就业情况、国内的重要时政新闻等实用的知识。



④**一键报警小程序**：为了留学生在异国的安全保证，我们开设报警功能。我们会联络当地的中国大使馆，当学生们与一键报警小程序绑定时，桌面会安装快捷键，学生们的位置信息也将同步传到大使馆的数据库中，如果一旦发生情况，只要点击快捷键中的报警，GPS 导航系统会自动追踪和报警。小程序中还会提供各个地区的报警电话短号以及不同地点最近的警局分布地址，同时也会实时跟进发布各个地区发生的危险事例，警醒大家保护好自己的人身安全。

公司名称	盛景微信公众号
服务方式	微信公众号
主营范围	娱乐资讯、情感推文、知识干货
目标人群	留学生、家长、年轻人
服务价值	1. 搭建留学生与国内年轻人提供文化交流平台。
	2. 给留学生提供一个情感倾诉的地方
	3. 便捷家长与学生之间的沟通交流。

2. **盛景 app**: app 应用共分为三大版块专区: 留学生服务专区、商品区、交流区。我们以日本市场为例, 我们通过用户付费加入会员的方式, 会提供如下服务: 兼职打工的途径、加速留学通道、留学升温提升质量。

1.留学生服务专区: 我们有团队成员在海外, 专门负责留学学校的文化了解、寻找安排住宿、接机、留学生问题专栏、地区安全须知、家长区、回国就业等七个分栏。(表格)

①西方文化了解: 不少留学生到海外后“水土不服”, 融入不了当地的社会, 无法交到朋友。我们会提供每个国家各地的风俗习惯、人文情怀、特色小吃、注意事项等。帮助学生们正视文化差异, 努力克服不安和焦虑, 入乡随俗, 掌握一些有效的沟通技巧。

②寄宿家庭寻找: 大部分留学生相对来说承担不起高额的住宿费, 但是在外租房安全问题无法得到保障, 寄宿家庭就成了他们的最好选择, 让远离故土的孩子感受到家的温暖, 不再有那么强的孤独感。我们会联络当地的陪读家长委员会、华人街以及大使馆帮助留学生们寻找到合适的寄宿家庭。学生端可以登录 **app** 点击专栏, 查看所有的寄宿家庭信息, 也可以发布自己的个人简历, 表明想寻找什么样的寄宿家庭。寄宿家庭端也可以登录 **app** 发布自己的入住标准与事项。我们寻找的寄宿家庭都由当地的相关机构和校方进行审核, 审核内容主要包括寄宿家庭是否有

犯罪记录、是否受过良好教育、愿意了解中国文化接纳中国学生、可以提供安全、干净、舒适的居住环境等等。

③**接机**：帮留学生安排好了住宿，当然接机也是必不可少的。从机场到学校一般都会有几个选择：私人接机、学校学生会免费接机、商业接机。私人牌照没有商业保险万一出了问题保险公司不受理；学校的资源有限，因为是志愿者帮忙接送，不能随时安排上，安全也得不到保障；商业接机的价格收费对于学生不是很理想，而且司机少有华裔，语言沟通不便。我们有专门的接机团队，会收取一定的费用，费用保持在学生们可以接受的范围内。随叫随到，学生们也可以提前预订，我们的接机人员都是分散在各处的中国留学生或者华裔，他们可以利用自己的空闲时间兼职接机赚点生活费，也可以多交点朋友。当然，接机人员都必须考出驾驶证、经过当地校方认证后才可以加入我们的团队。

④**学生问题专栏**：留学生遇到的问题或者麻烦都可以投稿到app专栏上，我们会针对他们的问题寻找一切解决办法，并整理出来做成案例文章，投放到专栏上，供学生们参考。学生们也可以在文章下面评论，分享自己的经历与感想。

⑤**家长区**：家长们可以进行实名认证并且与自己的孩子绑定账户，学生端实时录入自己发生的点点滴滴，家长们都可以第一时间收到，并且我们提供聊天、设置纪念日等功能，同时我们还推出了一款促进双方感情的小游戏——“亲情之花”，这朵花需要双方每天用聊天的方式浇灌，当花长到第99天、188天…时，

我们会送上祝福以及特别的礼物。

⑥**回国就业**：海外留学生回国找工作，对于留学生来说是一件大事，他们因为长期生活在国外，对国内行业的陌生以及对商业发展迅速的不适应，导致就业困难。我们将会根据留学生的个人简历，帮助他们与国内商业进行“无缝对接”，根据他们的专业特长寻找适合他们的工作。

2. 商品区：

①**个性定制纪念品**：大家都会送礼物给别人，但是怎么送、送什么呢？成了很多人的一个难题。我们针对这种现象推出了个性定制纪念品，比如母亲节的时候可以根据孩子与家长之间的生活点滴，来定制属于妈妈的专属相册；情人节的时候可以把情侣们的相爱历程做成一份“恋爱手册”等等。让彼此的感情通过我们的礼物升温，我们的特点就是“独一无二”。这也是年轻人现在所追求的与众不同感。心意不分地域，只要你有这份心，我们都能帮您达成。



②家乡特产：留学生在外求学时，想吃上一口正宗的“祖国妈妈的味道”，但是踏破铁鞋也难以找到！为了满足留学生的思乡之情，我们提供中国各地具有代表性的特色美食，比如烧饼，让留学生在外也能感受到家的味道。同时留学生们也可以分享给他们的外国朋友，毕竟吃也是一种文化，让中国美食带动文化交流。

3.交流区：

家长们通过这个平台可以结识到相同经历的其他家长们，互相分享交流经验与感想。还可以与寄宿家庭在网上聊天，分享新鲜事，增强彼此的感情，省去很多不必要的麻烦与担心，盛景的目的是打破中式社交的瓶颈，不仅让学生们能交到更多朋友，也让家长们交到更多朋友。留学生也可以在平台上与外国朋友多交流沟通，熟悉他们的沟通方式。

四、核心竞争力：

1.团队优势：我们的团队成员比较强大，有专门的技术人员，开发 APP、推送微信公众号、有播音人员，有心理专家等。

2.产品优势：我们的营销策略新颖，面向留学生和家长。在版块内容也融合了多种元素，如有知识类、娱乐类、情感类三大部分组成，符合现代年轻人的爱好与潮流。我们采用的情感推文模式新颖别致，运用音乐音频与文字三结合的方式一方面保护了人们的视力，有效的缓解视觉疲劳，二是它可以在挫折的时候治愈创伤，在失眠的时候伴您入睡。

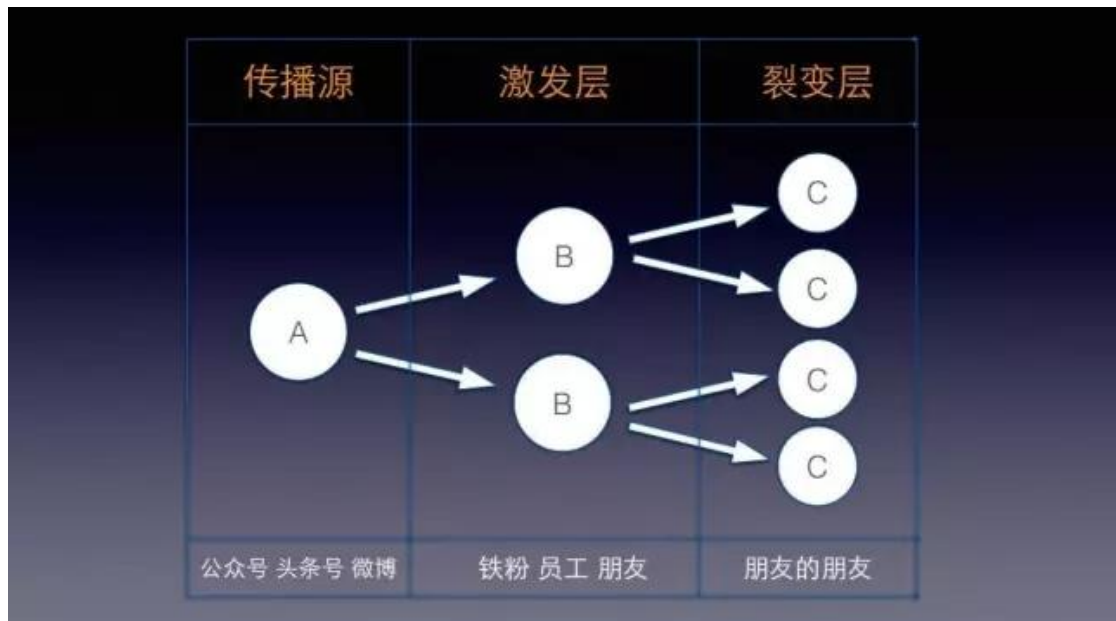
3.人力资源优势：我们的团队成员中有日本和加拿大留学已久的校友，他们具有良好的人脉资源，为我们的服务提供便利，同时也让我们省时间和成本，提高效率等。

4.市场前景优势：出国留学人数逐年平稳增长，留学生市场存在着巨大的商机；留学生情感处于市场空白，未被发掘；对于留学生的政策逐渐放宽；

五、营销策略

1.微信推文：主打文章策略。在人们还没点击进文章的情况下，创意的标题和图片是抓住人们的眼球、增加点击量的关键，若没有人点击进去，文章内容再出彩也是徒劳。在运营前期，我们可以利用“名人效应”，名人他们具有属于自己的成熟的粉丝圈，基本上90%的公众号都是被名人转发实现涨粉。所以我们除了要写容易被转发的文章之外，也要写容易被转载的文章。在投稿时，标注已被某名人转发，名人的审核标准就会降低，所以只要搞定某一个名人，基本上就会串起来。我们可以把这些人拉到一个群里面，新文章都可以发到这个群里，让他们帮我们转发。

2.裂变营销：几乎所有商业都有裂变环节，就像我家附近的包子铺，也有老客户带新客户的现象。裂变营销的好处是：**1.成本低 2.效率高 3.影响力强。**我们可以利用优质文章内容让读者愿意通过转发将推文的内容扩散到自己的朋友圈；也可以通过做活动，比如转发到朋友圈获得五个赞即可领红包，增加点击量的同时达到了推广的作用。



2. 微博互动营销： 微博是所有能近距离沟通大量用户的最佳方式，没有之一。同时微博的影响力仍是不可忽视的。所以，盛景传媒也会进行微博推文，同时留心那些微博上的意见领袖、话题制造者、评测网站之类的帐号，尽量和他们取得联系。

3. 与校方协商， 在高中和大学进行宣传以及二维码扫码等活动。

4. 包装策略： 在纪念品的包装上，我们采用暖色调以及简单的花纹或者图案，代表温馨、朴实、感谢的情感；不同地区有不同文化，比如河北的剪纸工艺、江西景德镇的陶瓷等等，我们把这些运用在包装或者礼品上，这不仅仅只是商品，更是家乡文化、风土人情的一种浓缩。如果想送外国朋友礼物的话，这一份既好吃又有意义非凡的特产再适合不过了。

5. 视频营销：可以在推特、facebook、YouTube 等大型网站平台上注册我们的账号，利用创意视频、精美图片以及有趣的文字结合我们的中国特产美食，在年轻人中引起一股“China 风”，致力于推广中国文化。特点是传播神速、效率高、吸引人群准确。

6. 价格策略

服务名称	费用	服务内容
APP 会员制度	98/月	国外兼职途径、留学升温提升质量、每日专属内容推送、签到有礼、节日打折
寄宿家庭免费登记	成功寄宿收取 50~100 手续费	寄宿家庭审核、登记、匹配、保障留学生安全，由平台承担责任
私人接机	收取 5% 手续费	审核管理接机人员，保障留学生人身安全
商业接机	200/次	

学生会志愿者接机	免费(接机时间不同)	
回国就业,对就业公司收取一定费用	针对不同专业不同职位而定	一对一专业对口工作对接
恋爱手册	198/册	独家定制、专人送礼、温情播稿
关心手册	298/次	包括父母对孩子提出的期望与要求,父母寄出的礼物等专人送达
家乡特产	价格高于市场 20%	中国各地代表特产、纪念品。包装设计具有价值意义,浓缩文化。

7. 优惠策略:

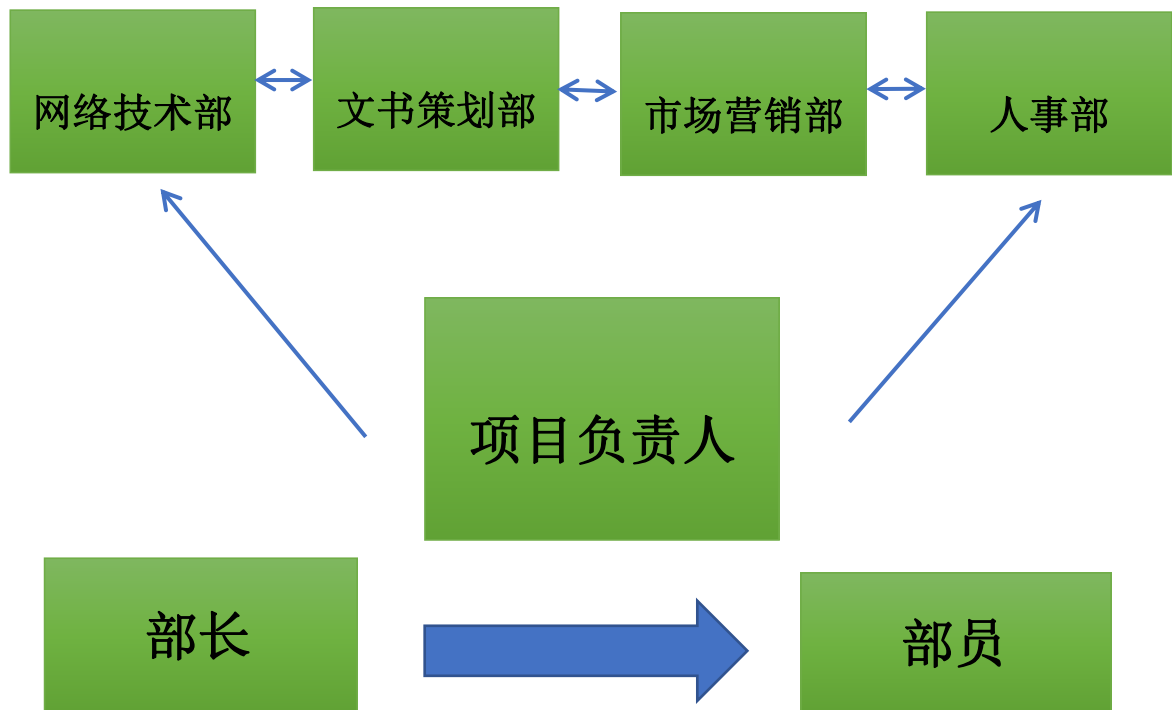
优惠活动	活动内容
节日满减打折; 产品买一送一; 包运费; 签到有礼	普通用户享受 95 折优惠; 会员用户享受 85 折优惠
星级用户	购买服务或产品会积累经验值, 升级为星级用户, 消费满一定值时我们会送出精美礼品感谢!
抽奖活动	购买产品的用户中随机抽取幸运客户, 送 iPhone X 等奖品

六、SWOT 分析



七、团队介绍

盛景目前一共 25 人，划分为四个部门：网络技术部、文书策划部、市场营销部、人事部。



1.核心团队成员：

程凯：苏州大学就读于艺术系。拥有丰富的销售、管理经验，主要负责项目的整体运营。

童汉川：现留学于日本，在日本掌握了一定的人脉资源，跟国内团队能够很好地进行信息互通。

张慧媛：就读于鄞州职教中心电商专业，广播站播音负责人，具有良好的双向沟通能力。

八、财务状况

初期的投资由我们团队的三位核心成员共同投资，预计总额为 20 万元，固定资产为 10 万元。学校融创园提供实践的场所和老师给予一定的指导，以入股形式加入，以分红方式获利。

融资渠道

资本	自筹款（元）			融资
来源	程凯	张慧媛	童汉川	投资者
金额	7 万元	7 万元	6 万元	20 万
投资入股份额	30%	30%	25%	15%
不动基金	10 万元			

我们团队抛出 15 个点来吸引 A 轮投资者，预计入股 20 万，暂定市值 133 万元。

初始成本

项目名称	具体细目	金额
推广运营费	活动，做视频，广告，发传单等	3.5 万元
进货费	初期采购成本	2 万元
开发费	app	5000 元
其他费用	交通费，交际费	8000 元
合计		6.8 万元

运营成本

项目名称	预计费用
域名注册	150/年
营销费用	28000/年
广告费用	31000/年
活动费用	24000/年
费用合计	83150/年

预计月销量

		预售金额
第一个月订阅 100 个会员	会员性质递增性模式	9800 元
寄宿家庭月登记	成功 20 笔	2000 元
接机（商业：私人：学生会）	与会员成正比 按 6%：3%： 1%	19500 元
回国就业	400~600 岗位	40000~60000 元
服务	商业活动	28800
产品销售	商业活动	60w+5w（运费）
视频营销	纯商业性质	1w~5w 不等

年度利润分析（2017）

项目名称	年度金额
一、总销售收入	70 万元
减:销售成本/服务成本	58 万元
二、毛利润	22 万元
减:初期成本	15.115 万元
三、运营成本	8.315 万元/元
四、税金（所得税等 25%）	5.5 万元
亏损	6.93 万元

年度利润分析（2018）

项目名称	年度金额
一、总销售收入	126 万元
减:销售成本/服务成本	85 万元
二、毛利润	41 万元
减： 初期成本	15.115 万元
三、运营成本	8.315 万元/年
四、税金（所得税等 25%）	7.75 万元
盈利	6 万元

财务分析

投资回报率	=净利润/创办成本*100%
	=12.93/15.115*100%
	=86%
回收期	创办成本/净利润
	=1.2 年

九、项目总结

盛景传媒工作室运用“互联网+”，为留学生和家长之间搭建了一座心灵沟通的桥梁，留学生通过我们的平台，可以在异国享受到优质的服务，感受到国人和家人带来的关爱与温暖。家长们在国内，也能时刻关注着孩子的学习生活动态，减轻父母对孩子的担忧。让留学生“无忧”出国，让家长不再“别离”。

盛景传媒是一个年轻的团队，我们满怀热情，致力于解决留学问题，为祖国人才建设做出贡献。在创业的道路中，充满挫折与坎坷，但这并不是我们放弃的理由，路，是一步一步走出来的。当仰望星空的同时，也要脚踏实地。我们相信盛景传媒的“无忧留学计划”能开出成功之花，落地结果！