

文本复制检测报告单 (全文标明引文)

№: ADBD2020R_2020081117082420200817222846101973475806

检测时间: 2020-08-17 22:28:46

检测文献: 郭灵_201703120118_“汉服体验馆”岳阳市场推广活动方案.doc

作者: 郭灵

检测范围: 中国学术期刊网络出版总库

中国博士学位论文全文数据库/中国优秀硕士学位论文全文数据库

中国重要会议论文全文数据库

中国重要报纸全文数据库

中国专利全文数据库

图书资源

优先出版文献库

高职高专院校联合比对库

互联网资源(包含贴吧等论坛资源)

英文数据库(涵盖期刊、博硕、会议的英文数据以及德国Springer、英国Taylor&Francis 期刊数据库等)

港澳台学术文献库

互联网文档资源

源代码库

CNKI大成编客-原创作品库

个人比对库

时间范围: 1900-01-01至2020-08-17

检测结果

去除本人已发表文献复制比: 0.6%

跨语言检测结果: 0%

去除引用文献复制比: 0.6%

总文字复制比: 0.6%

单篇最大文字复制比: 0.6% (一场衣冠的先行——汉服与汉服运动)

重复字数: [32]

总字数: [5103]

单篇最大重复字数: [32]

总段落数: [1]

前部重合字数: [32]

疑似段落最大重合字数: [32]

疑似段落数: [1]

后部重合字数: [0]

疑似段落最小重合字数: [32]

指 标: 疑似剽窃观点 疑似剽窃文字表述 疑似自我剽窃 疑似整体剽窃 过度引用

表 格: 0

公 式: 没有公式

疑似文字的图片: 0

脚注与尾注: 0

(注释: 无问题部分 文字复制部分 引用部分)

1. 郭灵_201703120118_“汉服体验馆”岳阳市场推广活动方案.doc

总字数: 5103

相似文献列表

去除本人已发表文献复制比: 0.6%(32)

文字复制比: 0.6%(32)

疑似剽窃观点: (0)

1 | 一场衣冠的先行——汉服与汉服运动

0.6%(32)

王一开; - 《现代装饰(理论)》 - 2015-09-15

是否引证: 否

原文内容

学生毕业设计成果

设计题目:	“汉服体验馆”岳阳市场推广活动方案
系部名称:	经管信息学院
专业名称:	市场营销
班级名称:	营销3171
学生姓名:	郭灵
指导教师:	陈金兰
责任领导:	何飞红

设计题目: “汉服体验馆”岳阳市场推广活动方案

系部名称: 经管信息学院

专业名称： 市场营销
班级名称： 营销3171
学生姓名： 郭灵
指导教师： 陈金兰
责任领导： 何飞红
二零二零年六月

目录

一、作品简介	3
二、设计思路	4
三、设计过程	5
(一) 市场分析	5
1. 企业的营销环境分析	5
2. 消费者需求分析	5
3. 竞争产品分析	5
(二) 新品分析	8
(三) SWOT分析	8
(四) 产品定位	9
1. 对象选择	9
2. 产品市场定位	9
3. 产品功能定位	9
(五) 推广目标	9
(六) 推广策略	10
1. 广告宣传设计	10
2. 公关主题活动	10
3. 媒介选择	10
4. 促销活动	11
(七) 经费预算	11
(八) 效果评估	12
(九) 创新方面	12
四、成果特点	12
(一) 策划方案具有目的性	12
(二) 策划方案具有创新性	12
五、收获与体会	13
(一) 收获	13
(二) 体会	13
参考文献	14

“汉服体验馆”岳阳市场推广活动方案

一、作品简介

中国有礼仪之大，故称夏；有章服之美，谓之华。汉服又称汉衣冠，是从黄帝即位至明末这四千多年中以华夏礼仪文化为中心，通过历代汉人王朝推崇周礼，象天法而形成千年不变的礼仪衣冠体系。

汉服作为一种民族服饰，已经淡出了人们的视线，回顾昔日的盛世华章，仍可见一个朝代乃至一个民族的气节。传承至今，丢失的精髓我们需要慢慢找回，加入中国当代的盛况元素，传承传统民族精神，需要大家共同努力。学习传统文化，继承和发扬民族文化，需要更多的青年人加入这个行列。展现华夏民族服饰就是对传统文化的传承和热爱的表现形式之一。现如今“汉服”市场较为火热的情况下，从事汉服文化的传播工作，一方面是为了更好地传播和颂扬中华优秀传统文化，另一方面也为了体现个人价值，为社会作贡献。

本次活动主要针对“汉服体验馆”在岳阳市场的推广和提高影响力。作为华夏民族服饰及形象的完美展现，相信能吸引热爱传统服饰的消费者加入，并打入岳阳市场。同时希望更多的消费者了解汉服服饰文化并能爱上汉服。

本次市场推广活动方案主要是为了让“汉服”能顺利打入岳阳市场，提高人们对汉服的认知度，发现潜在客户，提高其知名度。本次推广活动方案主要从市场分析、新品分析、新品SWOT分析、产品定位、推广目标、推广策略、经费预算、效果评估等方面进行。

本次推广活动方案预算费用3万元，通过方案的实施，让“汉服”打入岳阳市场，提高市场占有率并达到30%，销售额达到30%。

为了做好本次推广活动，前期做了一定的市场调查，了解目前岳阳消费者对汉服的喜爱程度和对汉服文化知识的了解程度，本次推广活动就是让更多人们了解汉服，喜欢汉服。

二、设计思路

本次“汉服体验馆”推广活动主要从市场分析、新品分析、新品SWOT分析、产品定位、推广目标、推广策略、经费预算、效果评估等方面来开展。

其中重点对汉服的发展由来、文化底蕴和历史背景进行宣传，提高汉服在人们心中的认知度和影响力。

三、设计过程

(一) 市场分析

1. 企业的营销环境分析

汉服，作为我国传统文化的瑰宝。经历了几千年的积累，当今汉服的意义不仅仅是一件普通的衣裳，它已经融入了华夏民族的血脉，已成为民族的历史，是中华民族文化的象征和民族精神的承载物。“汉服”作为汉族文化的体现，当今汉服深受广大消费者的喜爱，特别受到年青人的追捧。21世纪，信息化和互联网时代，网上购物成为人们的消费方式之一，网店也有许多宣传汉服的青年爱好者。经过前期调查，目前“汉服”实体店较少，价格比网上的略高，“汉服”爱好者找不到心仪的汉服，大部分爱好者会选择在网上进行订购。

2. 消费者需求分析

近年来，随着古装剧的热播，美衣华服掀起了一阵浪潮，汉服的商业化必是人们消费的趋势之一。汉服的销售首先是在网上流行和热销，汉尚华莲、梨花渡、钟灵记、重回汉唐等淘宝店铺在业界已小有名气。目前市场上汉服实体店比较少，消费者的消费热情比较高，预计汉服体验店的销售前景应当不错。

汉服作为一种特殊的服饰，它和其他服装而言价格相比较较高，穿着时间和机会较少，大多数经济实力较弱的学生群体会选择咸鱼类的二手市场进行购买，而其他购买能力较强的会选择专门定制和收藏。消费者之所以选择汉服，其理由一是追求古典美的审美需求，二是受影视古装剧的影响，对美、新、异的追求，从文化因素的角度理解也是高层次文化内涵的需求。

3. 竞争产品分析

当今汉服复兴力量还比较小，但随着汉服产业链的发展，各种竞争也会逐渐涌现，甚至还会出现一些不正当的竞争手段。目前绝大多数汉服销售都是通过网上交易平台进行的，所以汉服体验馆的压力很大，所面对的全国性的网店。因此趁着汉服市场还未完全打开，尽快形成自己的品牌形象，从而占领汉服市场的一部分市场份额。

经过前期调查，搜集了几款在网上销售很好的几家网店的汉服：

(1) 汉尚华莲（“穿在身上的历史”）

汉尚华莲创建于2008年，其店内服饰都是自创服饰，所有汉服采用纯手工制作，价格较贵。女款主要以传统的齐胸和儒裙组成，展现的是唐代时期的服饰。男款以晋制交领上襦和一片式儒裙组成，整体柔软、亲肤、透气、舒适。

图一：汉尚华莲的女款和男款

(2) 梨花渡（原国色芳华原创汉服店）

梨花渡创建于2010年，其店内服饰凭借着亲民的价格，精良的做工，很好的售后服务，得到广大消费者的认可。其店内服饰主要款式有交领襦裙、对襟襦裙、交胸襦裙、大袖衫、配饰等。

图2：梨花渡的女款服饰

(3) 钟灵记汉服

钟灵记拥有独立生产链，整体风格偏中式，因为手工制作所以服饰精美、精细，价格有点偏贵。

图3：钟灵记汉服

(二) 新品分析

“汉服体验馆”主营业务是销售汉服、出租汉服和定制汉服。在售卖的同时又制作自己独特风格的汉服，结合广大消费者的喜好加上独特的创意设计，推出现代时尚元素和汉服元素相结合的服装。产品利益来源于销售汉服和租赁汉服，同时还可定制汉服，在体验馆可以让消费者选到称心如意的汉服。

汉服实体店已在成都、上海、广州等地落地开花，而大多数消费者最为关心的是实体店的汉服是不是盗版的，承诺店内所有的汉服都是原商家亲自挑选，不会有盗版服装。会进行独立的制作，挑选合适的汉服，让汉服文化在岳阳传播开来。致力于打造对消费者穿着舒适和健康并拥有独特风味的汉服，融入流行与典雅的元素，配以时尚简约流畅的线条，尽善尽美的版型设计，符合消费者的身形特点，让消费者了解汉服并喜爱汉服。

(三) SWOT分析

S优势	以传统文化元素和现代时尚元素相结合的发展方向。推出和现代时尚元素相结合的汉服作为重点产品，抢占市场先机。产品质量可靠，诚实守信，不会用粗劣材料或盗版欺骗消费者。
W劣势	1. 汉服店目前没有专业的设计团队，汉服的设计师不多缺少人才。 2. 第一次开店缺少经验，经商渠道不健全，销售网点少。
O机会	目前市面上汉服体验馆较少还在起步阶段，可抢占先机进入市场。产品符合民族传统文化发展的需求，切入点好，前景不错。一些大城市汉服实体店规模小，经营能力弱，制作汉服的专业知识低，没有成形的市场运作模式，但对于本店来说却是进入市场的好机会。
T威胁	市面上已有一部分汉服品牌，而本店是新加入者，知名度不高。由于目前岳阳市场汉服体验馆稀少，顾客不了解，会以为是盗版。竞争对手实力强大，市面上替代品威胁大，产品更新速度快。

S优势以传统文化元素和现代时尚元素相结合的发展方向。

推出和现代时尚元素相结合的汉服作为重点产品，抢占市场先机。

产品质量可靠，诚实守信，不会用粗劣材料或盗版欺骗消费者。

W劣势 1. 汉服店目前没有专业的设计团队，汉服的设计师不多缺少人才。

2. 第一次开店缺少经验，经商渠道不健全，销售网点少。

O机会目前市面上汉服体验馆较少还在起步阶段，可抢占先机进入市场。

产品符合民族传统文化发展的需求，切入点好，前景不错。

一些大城市汉服实体店规模小，经营能力弱，制作汉服的专业知识低，没有成形的市场运作模式，但对于本店来说却是进入市场的好机会。

T威胁市面上已有一部分汉服品牌，而本店是新加入者，知名度不高。

由于目前岳阳市场汉服体验馆稀少，顾客不了解，会以为是盗版。

竞争对手实力强大，市面上替代品威胁大，产品更新速度快。

(四) 产品定位

1. 对象选择

产品对象以岳阳市场为主，广大消费者都可进本店购买、定制。其中以青少年为主，因为岳阳大学较多大部分年轻人喜欢追寻潮流，目前汉服市场上消费者也年轻人比较多。

2. 产品市场定位

近年来，随之影视的影响下，传统文化渐渐复兴国人也越来越重视文化遗产。当代年轻人追求的古风艺术为汉服市场开拓了市场，本店采取的让古风风格和时尚潮流相结合，传统而又不失落后。

从目前市场服装来看，绝大部分是以潮流、时尚、酷为主。传统服饰只占有一小部分，从岳阳这个有名的文化古城来说，让人们喜爱汉服是很容易的。从而进入岳阳市场，尽快形成我们独特的品牌服饰。

3. 产品功能定位

传统与时尚相结合，优雅，大气，经典，个性化。

(五) 推广目标

补充岳阳汉服服装市场，传播汉服传统文化，满足消费者不同的需求。

让人们接受汉服并了解汉服背后的文化，提高服装市场占有率30%，销售额达到30%。

(六) 推广策略

1. 广告宣传设计

使用张贴海报的形式在岳阳地区进行宣传，并同时以发传单的形式，在岳阳地区进行大规模的派送。

进行网络宣传，在网上列出活动时间、地点和内容，诚邀消费者参加活动。

使用微信朋友圈转发活动信息。

广告语：

“汉服之花，绽放岳阳！”

“推动汉服风，共筑中国风！”

2. 公关主题活动

汉服时装秀

(1) 活动目的：让消费者认识汉服，对汉服有初步的认识，提高汉服体验馆知名度，使消费者初步建立对体验馆的好感，并进入岳阳服装市场，保证首期服装销售任务，为以后的经营打下良好基础，同时吸引周边的消费者。

(2) 活动时间：2019年10月1日-4号，国庆节放假，人流量大。

(3) 地点：选在人流量大的步行街。

(4) 活动的详细安排：装修好店内复古，简约，时尚的风格，并提前预定好店内需要摆放，出售的服装，搭好时装秀的台子，准备好活动期间的服饰，提前请好时装秀的模特，并让她们试穿服装调整好尺寸。安排好工作人员在各个岗位。招聘一些营销人员在活动当日进行宣传，主持人负责整个操作流程，并传播汉服知识，说明每件汉服背后的故事，吸引顾客前来观看和消费。

3. 媒介选择

(1) 新媒体—互联网络利用电子信息技术与网络为媒体而传播的广告。网络平台、QQ、微信和百度贴吧，进行活动宣传、推广，欢迎广大消费者前来观看。

(2) 发放传单，与人工宣传相结合，向广大消费者进行宣传。

4. 促销活动

由于体验店刚开张，所以采取的是先走量，让岳阳地区的广大消费者知道汉服体验店物美价廉。

以旧翻新活动，凡在本店定制汉服可在一年后重新翻新，不收任何费用只需出示小票和单据。

开业大酬宾，开业期间汉服全场八折免费办理会员卡，采用会员积分制。

抽奖/摇奖活动，购物满指定金额就可以免费抽奖或者选择摇奖，设置特等奖、一等奖、二等奖、三等奖奖品价值不等，调动顾客的兴趣。

限时抢购，在指定的时间以特别优惠的价格出售部分商品来吸引人气。

免费送小礼品。

使用微信朋友圈发出活动信息可免费租服装一天，以便扩大宣传吸引消费者前来参观。

(七) 经费预算

“汉服体验店”岳阳市场推广活动经费预算如下：

表1： 经费预算单位：元

项目	数目（张/份）	金额
海报	30份	30
宣传单	1000张	500
小礼品	400份	800
奖品	400份	4000
场地搭建费		1000
模特费	10人	2000
主持人	1人	400
合计	1830	8730

项目数目（张/份） 金额

海报 30份 30

宣传单 1000张 500

小礼品 400份 800

奖品 400份 4000

场地搭建费1000

模特费 10人 2000

主持人 1人 400

合计 1830 8730

(八) 效果评估

通过本次广告策划活动,让岳阳地区的广大消费者对汉服有了初步认识,吸引购买者进行店铺并消费。同时提升消费者对汉服的喜爱,提高市场占有率并达到30%,使销售额达到30%。门店效果不错,与线上进行相结合,树立良好的口碑形象。

(九) 创新方面

1. 在服装设计方面,采用时尚元素与传统元素相结合,在尊重汉服传统艺术的前提下,并顺应时代的发展让顾客有不一样的体验。

2. 在广告创意方面,也采取了一些网络营销的方法,拥有自己的淘宝店铺线上跟线下相结合,方便于客户。

3. 在推广活动方面,进行汉服服装秀,并主动邀请顾客参加,并赠送精美小礼物。

4. 在思维方面,我们致力于传播汉服文化让人们了解汉服文化,体会其中上下五千年精美服饰的特点。

四、成果特点

(一) 策划方案具有目的性

本次推广活动,准备使用3万打入岳阳服装市场,成为家喻户晓的汉服体验馆。并且提高市场占有率达到30%,营销额达到30%。普及岳阳消费者对汉服的相关知识,汉服体验店在人们心目中的地位得以提升。为以后发展潜在客户奠定基础。

(二) 策划方案具有创新性

本次推广活动方案充分与互联网相结合,利用互联网的相关便捷性进行广告宣传,使众多消费者知晓汉服体验馆,同时也便利了消费者,让其足不出户就能购买汉服体验馆的相关产品和服饰。利用互联网的信息平台,让消费者在线上订单在线下进行体验,同时也提长了汉服店的销售量。

五、收获与体会

(一) 收获

通过设计本次推广活动,让我对广告推广活动有了更深一步地了解。同时对市场营销专业知识有了一个全新的回顾与巩固,同时对活动方案进行规划,对市场调研、研究和策划方案的编制有了更好地认识和了解。通过毕业设计对汉服传统文化有了更深刻的认知和理解,认识到理论要与实际更好地相结合。

(二) 体会

通过制作本次推广活动方案,使我受益匪浅。提高了自身的写作能力和思维能力,对推广活动方案有了进一步的了解。从方案的选题冥思苦想到绞尽脑汁想方案的具体内容,一步步都是在提升。从最初的迷茫,到选好题材慢慢进入写作,再到思路逐渐清晰,整个过程酸甜苦辣其中各个滋味难以形容。其中也收获了很多脚踏实地,认真严谨,实事求是的学习态度,坚持不懈,吃苦耐劳的精神是我在此次设计中最大的收获。在此更要感谢我的同学和我的导师和专业指导老师对我的帮助,是你们细心的教导和关怀,使我能顺利的完成毕业设计。对此我要向我的导师致以深深的谢意。

参考文献

[1]加锁锁郭慧丽.汉服的历史演变评述,2019.4

[2]褚福灵.市场营销与策划,经济科学出版社,2007.7.1

[3]刘瑞贤,《推销学》的课程体系和教学内容改革;华北工学院学报(社科版)2005.7.1

[4]谢晶刘前红刘丹《现代推销技术》的课程,2018.5

[5]冯峰,新产品市场开拓营销策略[J].经贸实践2017.3.1

[6]方李莉.文化的传统与创造[M].岳麓书社,2005.

说明:1.总文字复制比:被检测论文总重合字数在总字数中所占的比例

2.去除引用文献复制比:去除系统识别为引用的文献后,计算出来的重合字数在总字数中所占的比例

3.去除本人已发表文献复制比:去除作者本人已发表文献后,计算出来的重合字数在总字数中所占的比例

4.单篇最大文字复制比:被检测文献与所有相似文献比对后,重合字数占总字数的比例最大的那一篇文献的文字复制比

5.指标是由系统根据《学术论文不端行为的界定标准》自动生成的

6.红色文字表示文字复制部分;绿色文字表示引用部分;棕灰色文字表示作者本人已发表文献部分

7.本报告单仅对您所选择比对资源范围内检测结果负责



✉ amlc@cnki.net

🌐 <http://check.cnki.net/>

👤 <http://e.weibo.com/u/3194559873/>