

2023年文化传媒创业计划书(实用5篇)

时间就如同白驹过隙般的流逝，我们的工作与生活又进入新的阶段，为了今后更好的发展，写一份计划，为接下来的学习做准备吧！相信许多人会觉得计划很难写？以下是小编收集整理的工作计划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

文化传媒创业计划书篇一

我公司目前主要提供四种餐饮服务：

个人快餐业务(通过网上预定，指明具体时间，然后配送上门)

传统酒席业务(通过网上预定和桌面终端系统自主服务，方便快捷)

家庭就餐模式(通过网上预定和内容组合，将整个参桌送到家)

集体餐饮模式(通过网上预定开通网上虚拟宴会，如婚礼)

文化传媒创业计划书篇二

新生活酒店投资集团公司是一个提议中的公司，其宗旨是以网络为平台打造全新的餐饮文化。通过提供私人化、专业化、个性化、差异化、时尚化的全新服务，以顾客满意为导向，以追求时尚为目标，细心满足顾客需求，获得营业收入和利润，创造知名品牌。

本公司是一家处于创始阶段的公司，法定经营形式为股份有限公司。初期我们将主要针对新新的消费群体，给他们带来网络时代的全新餐饮方式，提供快捷个性的服务，合理的对资源进行有效配置。

文化传媒创业计划书篇三

一、企业基本情况

公司名称

景石文化传播有限公司

负责人

向雪

电话

企业性质

有限责任公司

注册资金

0注册（后期注入资金20万rmb）

主营业务

企业宣传、广告发布、活动承接、

婚礼策划

二、市场概述

现在社会广告到处都是，充满着社会的每个角落，而诸如广告公司、文化传媒、文化传播等之类的公司，是越来越多，大家都想在广告这个行业里面分一杯羹，但有的公司就如昙花一现，有的却能经久不衰，这就是公司开业之初的定位问题，不能拿自己的短处与别人的长处去比。

三、企业简介

本公司是一家以企业宣传、广告发布、活动承接、婚礼策划为主要业务的文化传播公司，在业务发展成熟以后将运作模式向全省和全国推广，全力打造综合型的文化传播企业。

四、企业文化

企业精神：“诚信为本，精益求精”

企业宗旨：“为客户创造价值”

经营理念：“客户至上、以人为本”

五、经营策略

公司将坚持以企业宣传和婚礼策划作为主营业务，同时并对外承接商业活动和文化艺术交流服务，定制服务将针对于商业机构定期或不定期的商业宣传活动，利用我们现有的设计专业能力和活动策划能力，实行广告设计、传播一体化。我们将本着“客户至上、以人为本”的经营理念，在广告效果以及客户满意度方面下功夫，以达到客户、读者、公司共赢的目的，同时实现公司利润的最大化和风险的最小化，快速实现资本积累，客户资源拓展。

一、组织结构

股东大会：全部股东组成，此后由持有一定股份比例（随不同时期而定）的股东组成。主要职能为选举产生职业经理人。

总经理：由董事长任命，负责管理公司的日常事务，制定公司的长远发展规划，聘任或解聘部门经理、财务负责人，对外代表公司。

市场部：负责制定公司的整个营销计划，并具体实施，积极

建立发行网络，并做好广告营销的预算。

策划部：负责整个公司的ci策划，并参与业务的创意与策划，并和市场部共同负责相关活动的组织和实施。

设计部：为公司的相关活动提供设计方面的专业知识。

财务部：负责公司内部的财务控制、会计、金融、投资活动，定期向总经理递交财务报告，分析财务状况，对相关产品进行成本核算和成本分析，为市场部决策提供财务根据。

二、主要团队成员及员工数

向雪成都大学美术学院20xx级平面设计专业

杜妮成都大学美术学院20xx级平面设计专业

员工数暂定6人

一、基本业务介绍

企业宣传、广告发布、活动承接、

婚礼策划

1、企业宣传

企业宣传片制作，企业宣传册制作，企业宣传标语，企业形象设计。

2、广告发布

公司广告发布活动，报纸，传媒，户外广告。

3、活动承接

大型商务会议，庆典活动，广告宣传，促销活动策划，展示设计。

4、婚礼策划

二、市场分析

广告行业是我国的新兴行业[]20xx年我国共有广告公司57434家，几年来公司数量不断增加，营业额和从业人员不断扩大，增长速度可观，全国广告经营额20xx年突破1000亿元大关。按照专家的预测[]20xx年我国国内生产总值增长不低于7%，将达到12.5万亿元以上，全国广告经营额大概在1100亿元左右。中国广告市场在未来10年左右有望成为全球三大广告市场之一。但与美国广告权威机构披露的外国大型广告集团的年营业额数字相比，差距极为巨大。我国西部地区的经济及广告与东部相比差距很大，这一现象在短时间能依然持续。

人力资源管理

人力资源已成为当今企业界最重要最宝贵的资源，员工的素质将直接决定企业的生存和发展。本公司将制定以下政策来对人力资源进行管理：

激励：采用业绩付酬，精神激励和物质激励相结合的方式，对表现突出的员工进行奖励。同时注意协调公司内部关系，不定期组织活动，产生企业凝聚力，活跃企业文化，使每个员工都有归宿感。

培训：培训是人力资源开发的重要途径，能满足企业发展对高素质人才需要，公司将联合各类型的培训机构进行岗前培训和在岗培训，通过岗前培训使新员工尽快适应工作环境，通过在岗培训不断提高员工素质，提供进修深造的机会。

招聘：对于中高层管理人员的选用，公司将采用内部选拔与

外部招聘相结合的方式；对营销和市场人员采用高薪聘用，坚持用人唯贤，做到职能相配分工明确，最大限度的发挥人才的作用。

因公司还未开业，没有运营，财务状况等资金到位后再定，暂时先把前期预算列举如下：

平面

相机：10000

架子：500

电脑：10000

打印机/扫描仪/复印机：2500

耗材：（光盘/尺子/纸/裁刀……）1000

影视

摄像机：30000*2

三脚架：1500*2

拍摄用灯：1000

10m摇臂：20000

非线性编辑

显示器：3000

鼠标/键盘/音响/耳机：1000

非编卡：15000

电视机：1000

视频素材：1000

刻录机：2500

耗材

磁带： 高清 $80*10=800$

标清： $13*50=650$

碟： dvd $20*5=100$

cd $20*5=100$

碟盒子： $2*100=200$

办公用品

笔记本： 7000

桌椅： 1000

其他杂物： 2000

流动资金

员工工资及其他： 50000

合计： 193350

附：

装修要求

- 1、会议厅大概14平方米左右。
- 2、办公室2个，一个行政8平米、一个会计6平米。
- 3、杂务房2平米。
- 4、剩下就创作室用。
- 5、以红色为主题色嘛，年轻态、个性化。
- 6、红色大面积淡绿和白灰色穿插注意冷暖搭。配材质的话软硬搭配综合考虑不要给人太火也不要太冷。需要预留点空间作为前台和复印机，创作室联体割断。
- 7、楼层要求最好是2楼。

文化传媒创业计划书篇四

计划摘要列在创业（商业）计划书的最前面，它是浓缩了的创业（商业）计划书的精华。计划摘要涵盖了计划的要点，以求一目了然，以便读者能在最短的时间内评审计划并做出判断。计划摘要一般包括以下内容：公司介绍；主要产品和业务范围；市场概貌；营销策略；销售计划；生产管理计划；管理者及其组织；财务计划；资金需求状况等。

1.1 公司介绍

507创意手绘公司是一家从事于手绘文化传播和手绘艺术应用（手绘t恤，手绘卫衣，手绘鞋）的个性手绘服饰公司。公司致力于为消费者尤其是大学生等年轻群体提供手绘产品，采取“直接定做，直接设计，最终卖给消费者”的经营模式。同时立足于创意产业，力求为消费者提供优质、满意的产品设

定制服务。

1.2 主要产品和业务范围

由我们提供不同设计的方案，再由画师创作，最后完成设计产品，把产品交给消费者。我们的产品最大化的满足消费者对于个性化和产品独特性的需求，为其提供满意的产品及服务。

507创意手绘公司主要经营手绘t恤，手绘卫衣，手绘鞋共3种类型的产品。同时提供手绘包，手绘袜子，手绘钱包，手绘布娃娃，手绘帽子，手绘手机套，手绘手机挂饰等不同的产品，旨在满足消费者多样化的消费需求和个性需求。

1.3 市场概貌

手绘创意产品作为文化产业的一部分，从全国范围看，还没有得到完全的重视。但在另一方面我国高度重视文化产业的发展，无论是的于文化产业领域积极推进自主创新还是对加快发展文化事业和文化产业的战略规划，都对文化产业的发展都有所强调。可见手绘创意产品发展潜力巨大。目前消费者购买产品的行为固定在“看到了产品，符合个人需求，购买”这样的模式当中，我们则采用的是让消费者自己提出产品构想，由我们设计产品，最终把产品交给消费者。这样的产品能够满足消费者的购买和心理需求。

而在重庆，手绘市场没有充分被挖掘，而且重庆市人民消费水平高，将来的市场开拓性很高，潜力巨大。

1.4 营销策略

公司通过产品(product)策略，价格(price)策略，渠道策略(place)[]促销(promotion)策略四个方面对公司的营销目标进行规划分析。

产品策略：507创意手绘公司为消费者提供符合消费者自身设计想法的产品。以大学生群体为主的年轻人作为产品的主要消费者，发掘不同产品的产品组合。

价格策略：采用顾客导向定价法，以消费者需求为中心，在价格中充分体现。

渠道策略：有两种渠道，一个是网络营销渠道，融合订货，结算和配送为一体的渠道策略。另一种是实体店，现场设计，现场结算的策略。

促销策略：通过广告，口碑式营销等方法加以宣传。

1.5销售计划

计划在第一年的年销售量为800件，第二年翻一翻为1600件，最终保持和稳定在年销售量3000~4000件的水平。

1.6生产管理计划

按照消费者的需求进行定做，消费者的需求多少，生产的数量就为多少。为了保证产品的可提供性，先预存一定的空白衣物、空白物品做储备。生产将严格按照生产方法进行标准化的生产。

1.7管理者及其组织

分财务部，产品部，销售部，客服部，共四大部门。

1.8财务计划和资金需求状况(表)

507创意手绘公司初期阶段主要资金成本由：最初服装成本费用，店面租金费用，画师劳务费用，店面水电费用，宣传费用等构成。（每件成本约30元/件，以商品价格78元—259元取平均价位约为130元/件，画师至少两名）

创业者需要一支有战斗力的管理队伍。企业管理的好坏，直接决定了企业经营风险的大小。而高素质的管理人员和良好的组织结构则是管理好企业的重要保证。因此，风险投资家会特别注重对管理队伍的评估。

总负责人负责507创意手绘公司的全面工作，主要职责如下：

财务部负责507创意手绘公司的财物工作，主要职责如下：

加强财务管理，负责编制经费预算、决算和各类报表，向总负责人提出合理使用经费的建议，遵守财经纪律，用好经费。本着精打细算，勤俭节约的原则，对507创意手绘公司的各种资金的使用，进行合理的分配和有效的核算控制。每月1日前应向总负责人报送上月经费使用情况分析表。

产品部负责507创意手绘公司的产品创意工作，主要职责如下：

加强产品管理，做到进购优质产品，将合格的产品送到消费者手中；负责产品的订购，需要订购原材料，从不缺货；负责产品的创意设计工作，能够体现个性与时尚；负责产品的组合工作，发掘不同产品的产品组合。

销售部负责507创意手绘公司的销售工作，主要职责如下：做好市场调研，了解和掌握市场资讯，进行市场预测和分析；制定不同的价格策略，用不同的价格吸引不同群体的消费者；利用产品的不同属性进行捆绑买卖。负责公司在外的宣传，促销，调研，广告等相关工作。

在进行投资项目评估时，投资人最关心的问题之一就是，风险企业的产品、技术或服务能否以及在多大程度上解决现实生活中的问题，或者，风险企业的产品（服务）能否帮助顾客节约开支，增加收入。因此，产品介绍是创业（商业）计划书中必不可少的一项内容。通常，产品介绍应包括以下内容：产品的概念、性能及特性；主要产品介绍；产品的市场

竞争力；产品的研究和开发过程；发展新产品的计划和成本分析；产品的市场前景预测；产品的品牌和专利。

在产品（服务）介绍部分，企业家要对产品（服务）做出详细的说明，说明要准确，也要通俗易懂，使不是专业人员的投资者也能明白。

3.1产品的概念

我们的产品主张个性化和提升消费者自己乐趣的、独特的制作衣服用户体验。“让我真正成为衣服的主人”是我们对产品概念的最好概括。

3.2产品的性能和特征

传统的服装产品已经无法满足年轻人的多样化的消费需求，年轻人标新立异，想充分的展示自我，表明自己的个性。

507创意手绘公司迎合了消费者对于自己个性的张扬和独特性的需求，让年轻人自己提供自己衣服图案，颜色等具体想法，或者直接让消费者在实体店中亲手制作衣服，从中感受到的不仅仅是产品本身的舒适性和独特性，获得的更是参与创作时产品的乐趣，获得一种不一样的用户体验。

3.3主要产品介绍

507创意手绘公司主要经营手绘t恤，手绘卫衣，手绘鞋共3种类型的产品。分为实体店和网店两个渠道进行营销。同时提供手绘包，手绘袜子，手绘钱包，手绘布娃娃，手绘帽子，手绘手机套，手绘手机挂饰等不同的产品，旨在满足消费者多样化的消费需求和个性需求。

3.3产品的市场竞争力

与传统的衣服比，我们的产品因为是消费者自己设计和创作的，因而更能够满足消费者对于异质性的需求。与其它手绘网店比，我们的产品能够让消费者到实体店中参与设计和创作，增强了消费者的用户体验。

3.4产品的研究和开发过程

画师根据不同消费者的不同需求，按照消费者自身意愿来设计服装上的图案，然后在服装上绘制完成，也可以由消费者自己动手完成图案的绘制工作，此工作对画师的要求较高。

3.5发展新产品的计划和成本分析

销售成本方面：均以商品平均值计算商品成本约为30元/件总成本包括（最初服装成本费用，店面租金费用，画师劳务费用，店面水电费用，宣传费用等）

3.6产品的市场前景预测

成熟，了解该类项目的人并不多，创意服装店的数目并不能满足现在市场的需求，并且现在人们消费水平的提高，服装已经不仅仅是仅供保暖的需求，人们更注重时尚元素，创意理念，突出能够代表自己的个性服装，这便为我们提供了潜在市场。

3.7产品的品牌和专利

当企业要开发一种新产品或向新的市场扩展时，首先就要进行市场预测。如果预测的结果并不乐观，或者预测的可信度让人怀疑，那么投资者就要承担更大的风险，这对多数风险投资家来说都是不可接受的。市场预测首先要对需求进行预测：市场是否存在对这种产品的需求？需求程度是否可以给企业带来所期望的利益？新的市场规模有多大？需求发展的未来趋向及其状态如何？影响需求都有哪些因素。其次，市

场预测还要包括对市场竞争的情况——企业所面对的竞争格局进行分析：市场中主要的竞争者有哪些？是否存在有利于本企业产品的市场空档？本企业预计的市场占有率是多少？本企业进入市场会引起竞争者怎样的反应，这些反应对企业会有什么影响？等等。

在创业（商业）计划书中，市场预测应包括以下内容：市场现状综述；竞争厂商概览；目标顾客和目标市场；本企业产品的市场地位；市场区格和特征等等。

4.1 市场现状综述

经调查现在重庆市在创意服装方面市场需求量巨大，现如今类似创意服装店数量并不多，人们对此类服装消费模式并不特别了解，随着人们消费理念的改变，在消费者逐渐对此类消费了解的情况下，市场供应量远不能满足市场需求。

4.2 竞争厂商概览

目前专业创意服装店数量稀少，因此同行业竞争并不会很强，但是相关行业竞争十分激烈，相关行业如：森马，美特斯邦威，以纯等。这些品牌服装销售面广阔，资金实力雄厚，在各大商圈都有较大门店。但他们对于消费者的个性需求明显不足，消费者不能按照自己意愿设计服装，消费观受到约束：我们则专注于个性服装设计，挖掘其中的潜力市场，开发消费者的创意和想象力，充分满足消费者需求。

4.3 目标顾客和目标市场

目标市场是创意服装市场，目标顾客是年轻人。创意服装设计主要分两大部分，一部分针对儿童卡通设计，爸爸妈妈可以带领小朋友来店面挑选符合年龄阶段的创意产品，如果没有满意的还可以让小朋友们自己为自己设计，开发他们的创造力与想象力，对儿童智力开发也有好处。另一部分是针对

城市广大年轻群体追求突出自己个性的需求，满足消费者对于自己服装要不同于其他人衣服的需求。

4.4 本企业产品的市场地位

本企业是致力于服装销售的创意公司，目的在于满足市场中不同人群对不同风格衣服的创意需求。本企业看重了西南地区关于创意服装市场的巨大空缺，想逐步形成营销网络，组成实体，销售，设计为一体的服装销售体系。由于我们的产品属于较新颖，较有创意产品，因此可以迅速占领市场。

4.5 市场区隔和特征

明确目标市场人群的消费特点；确定店面的选定对今后销售业绩的影响；明确不同消费群体针对不同消费策略；建立自己的数据库，根据已消费群体的消费习惯，建立小型资料库，分析其特点制定新的销售策略，并与一些消费人群保持密切联系，时刻关注消费者的销售观改变和销售动向。

营销是企业经营中最富挑战性的环节，影响营销策略的主要因素有：

(1) 消费者的特点；

(2) 产品的特性；

(3) 企业自身的状况；

(4) 市场环境方面的因素。最终影响营销策略的则是营销成本和营销效益因素。在创业（商业）计划书中，营销策略应包括以下内容：

a□市场机构和营销渠道的选择□b□营销队伍和管理；

c□促销计划和广告策略□d□价格决策。

5.1 消费者特点

面对所有消费群体，侧重于年轻人群的消费，现在年轻人追求个性时尚，对于价格的敏感度已经没有以前那么高。在消费t恤，卫衣，帽子，鞋子，首饰，钱包等的同时要凸显与众不同，符合自己的性格特点，适于自己的偏好。在儿童这个群体父母会尽量满足孩子所提要求，只要通过设计吸引儿童的购买欲，家长就会满足孩子的欲望，因此市场潜力巨大。

5.2 产品的特性

能够满足不同群体对创意服饰的需求，尽可能满足消费者所提供的所有创意。

5.3 企业自身状况

本企业属于我们大学生自己自身情况所创立的以满足创意服饰需求的新服装公司。创立阶段主要由四名大学本科同学共同商量探讨公司的定位，并分别负责公司不同业务。公司构架基本完成，但仍然出于起步阶段，今后我们都会尽自己所长努力将公司做好，增加服务项目，扩大公司规模，后续只要有启动资金便可以迅速开始投入运营。

5.4 营销渠道

公司计划通过实体店销售和网络营销两个渠道进行营销，实体店销售方面，会有固定的门面进行营销，消费者可以在实体店中选购已经设计好的各种创意服饰产品或根据自己的喜好，向在场画师说明自己想要的创意，然后画师将在一定时间内按要求完成，最后完成交易。网络渠道我们会将一些设计好的产品公布在淘宝网上以供消费者挑选。如有特殊需求消费者可以向客服提出自己的创意或向客服发送相关图片，

在确定消费者意愿后我们画师将根据所要求的进行绘制，最后通过邮寄方式送至消费者。

5.5 价格决策

在公司的成长阶段，我们会根据已收集的资料与相关成本制定价格，并且价格不会太高，目的是吸引更多消费者了解此类产品并购买此类产品，我们会采取薄利多销的模式在消费者心中建立良好的品牌形象。我们还会根据消费者提出的创意所能完成的难易程度制定不同的价格，创意越复杂，画师完成的难度越高，则价格也会相应提高。在儿童消费者方面，我们会相比于其他产品价格，售价略高一些。

5.6 促销计划和广告策略

公司起步阶段收到资金的影响，我们会循序渐进的进行产品营销。首先我们会先对所在学校进行宣传，这个成本较低，并且学校是年轻群体较多的场所，年轻的消费者是此类产品的主要销售群体，市场反应会相对较好。再打开本学校市场的基础上通过学生之间人脉关系开始在其他学校进行类似的宣传，在此期间随着资金的充裕我们会通过报纸等媒介介绍公司产品，让大学以外其他有需要的群体了解此类服务，然后会有更多的人去实体店购买产品和服务。

5.7 营销目标

第一年我们的目标是保本并让大家对这种创意服装有所了解，鼓励大家都参与到自己为自己设计服饰的模式中来，让大家对这样的模式都感兴趣。第二年能够为企业今后的规模扩建赚的一部分的资金，在消费者心中建立起良好的品牌形象，让人们都认可这种消费形式。第三年正式进入盈利年，根据前两年的营销状况决定是否扩大规模，在此期间要推出更多的创意项目，销售项目要多样化，品质也要相应提高，开始考虑定位产品的档次。

文化传媒创业计划书篇五

本培训计划依据《汽车维修漆工》职业标准编制，适用于汽车维修漆工(四级)职业技能培训。

各培训机构可根据本培训计划及培训实际情况，在不少于总课时的前提下编写具体实施的计划大纲和课程安排表。同时，还应根据具体情况布置一定的课外作业时间和课外实训练习时间。推荐教材仅供参考，各培训机构可根据培训实际情况选择。

二、培训目标

通过本级别专业理论知识学习和操作技能训练，使学员熟悉汽车维修漆工相关电工、有机化学、涂装工艺常识，熟练使用喷涂设备、喷涂方法与涂料检测方法。

三、培训建议课时

模块1 电工基础

1、培训基本要求

通过本级别技术培训，使培训对象能够：

- (1) 掌握直流电的基本概念及电路的常用连接方式；
- (2) 熟悉交流电产生和使用方法；
- (3) 掌握用电的各种安全措施。

2、培训内容

- (1) 理论教学内容

1.1 直流电路

1.2 交流电路

1.3 安全用电

3、培训方式建议

(1) 理论教学：培训方式采用课堂授课的形式。

模块2 有机化学基础知识

1、培训基本要求

通过本级别技术培训，使培训对象能够：

(1) 熟悉有机化合物的特点；

(2) 区分开链化合物和闭链化合物；

(3) 掌握芳香烃性质，了解链烃的各种衍生物；

(4) 掌握高分子化合物的特点和合成方法。

2、培训内容

(1) 理论教学内容

1.1 有机化合物

1.2 链烃

1.3 链烃衍生物的化学性质

1.4 环烃及其衍生物

1.5 高分子化合物

3、培训方式建议

(1) 理论教学：培训方式采用课堂授课的形式。

模块3 汽车涂料认知

1、培训基本要求

通过本级别技术培训，使培训对象能够：

(1) 熟悉涂料的组成；

(2) 识别常用汽车涂料品种，安全使用涂料。

2、培训内容

(1) 理论教学内容

1.1 涂料组成

1.2 树脂颜料的分类与特点

1.3 溶剂的种类与功能

1.4 汽车修补涂料的种类与特征

1.5 修补涂料的种类和安全环保

3、培训方式建设

(1) 理论教学：培训方式采用课堂授课的形式。

模块4 喷涂设备的使用和维护

1、培训基本要求

通过本级别技术培训，使培训对象能够：

- (1) 熟悉和了解涂装设备的特点和使用方法；
- (2) 熟悉和了解喷涂设备和工具的特点和使用方法。

2、培训内容

(1) 理论教学内容

1.1 烘烤设备的分类及原理

1.2 空气喷枪分类及原理、常见故障的排除

1.3 空气压缩机分类及维护、空气分配系统

1.4 打磨设备

(2) 技能实训内容

2.1 喷烘房设备的使用与维护

2.2 喷涂与打磨设备工具的使用和维护

3、培训方式建议

- (1) 理论教学：理论知识采用课堂讲授法。

模块5 涂装工艺及检测技术

1、培训基本要求

通过本级别技术培训，使培训对象能够掌握：

- (1) 不同底材的涂装方法；
- (2) 各种不同涂料的施工工艺；
- (3) 汽车整车喷涂、板块修补、局部修补的方法和技巧；
- (4) 汽车颜色的特点和调色方法；
- (5) 涂层质量检测方法；
- (6) 涂膜病态产生的原因及防止方法。

2、培训内容

(1) 理论教学内容

1.1 金属底材涂装

1.2 非金属底材涂装

1.3 喷涂技巧

1.4 调色基础

1.5 车身图案和原厂涂装工艺

1.6 涂膜病态及检测

(2) 技能实训内容

2.1 喷涂技巧

2.2 调色方法

2.3 图案制作

3、培训方式建议

(1) 理论教学：基础知识和专业知识采用讲授法。

(2) 技能实训：本模块建议可开展各种涂料局部修补的喷涂方法和技巧、各种颜色的调配方法和技巧、各种字样刻制与各种彩条图案的制作与喷涂等实训项目。每位教师带10名学员。