

戏迷影楼粉墨登场

记者 | 谢正

张雨的成功在于，她从艺术照的市场空间里挖掘出了专业顾客的需求。

在北京，京剧的票友不少。可不乏有人业余唱了几十年的京剧，就是没有穿过一回京剧的戏装；还有的专业演员上了一辈子舞台，可从来没有一张精致的戏装照片。张雨正是要满足这些戏迷们的愿望。

张雨的戏装影楼在北京的亮马桥路，名为“粉墨浓妆”，800平方米的营业面积显得颇为宽敞。张雨介绍，拍一张戏装照不容易，一切都得按照专业京剧演员的程序来。光脸部化妆就得一个多小时，然后还得穿戴好戏装的各种行头，并要接受简单的身段指

导，人物造型全是京剧传统人物的翻版。不过，影楼一开业，慕名而来的顾客还真不少，除了戏迷之外，也有追求时尚的年轻人，甚至黑皮肤的外国人也来体验一番中国的传统文化。

要做就要专业。这个信念一直指导着张雨的经营。化妆师请的是京剧院的退休老师；服装全部都是订做的，有各种款式的服装多达几十套；有四十幅布景可以适应不同的剧情要求。当顾客装扮出来时，和正式演出时演员在舞台上的装扮一般无二，这让消费者获得了很大的满足。

同时，戏装影楼也依靠文化来吸引顾客。当顾客来到张雨的影楼时，不仅可以拍戏照，还可以从影楼的布置中，深入了解京剧发展的历史。为

了突出特色，张雨还在相册上下了很多工夫，配合顾客拍摄的戏装，在相册中相应地方加入戏曲故事梗概和唱词，使很多顾客乐意拿出相册在亲朋好友面前炫耀，一来满足了顾客的虚荣心，二来让顾客过了一把当“角儿”的瘾，就在顾客炫耀的过程中，也为张雨的京剧影楼进行了很好的宣传。

另外，张雨认为特色影楼靠的就是口碑营销，用顾客吸引顾客。戏迷一般都有扎堆儿的特点，有同好的人们愿意聚在一起，谈论共同的话题。张雨的影楼开张后，京城的戏迷们有了个谈戏论剧的好去处，大家互相吸引，使张雨的顾客群像滚雪球般越滚越大，生意也就越做越兴旺。▲

闲置老楼变成香饽饽

记者 | 小歌

赵明义相中了位于崇文区法华南里闲置的天华大厦。由于设计定位不清、用途不明，天华大厦自1996年完工后长期空置，3年后业主又进行了二次装修，但只做了些表面文章，并未对天华大厦进行设计更改，而是保留了原有的布局。因此天华大厦虽然开始出租了，但出租率一直不高，处于“半死不活”的状态。

这却正符合赵明义的胃口。赵明义曾担任某房地产集团开发部销售中心主任多年，对房地产市场非常熟悉，售房经验十分丰富，哪儿的房子好卖，什么样的房子好卖，赵明义都门儿清。他的目标就是盘活市场内的“空置房”。

在定下改造计划之前，赵明义先

对大厦及周边环境做了一番调查研究。这个地区的写字楼较少，同时消费水平偏低，大量规模较小的公司缺乏合适的办公场所，有的大楼里甚至出现了10家小公司注册在同一间办公室的“奇事”。赵明义由此认为，让这些创业中的小公司到大厦来办公，应该是这座老楼不错的出路。

重新定位之后，如何能够吸引小公司来这里办公则是赵明义需要考虑的问题。创业阶段的公司规模都较小，常常只需要一间办公室、两个办公桌和一部电话就能起步，这样的公司也被称为“席位公司”。针对他们的需要，赵明义设计天华大厦一层开设敞开式办公区域，配备统一办公桌椅，入驻的企业可以根据需要随意分割办公区域。

不过，公司再小也有大量的事务性工作要做，为了把这些人手有限的

公司从繁琐的事务性工作中解脱出来，大厦为所有席位公司提供公共商务秘书，协助注册登记、项目报批，负责接听电话、接待、文案、打字、复印、轻型印刷等日常办公事务，还可以提供必要的办公设备。同时，敞开式办公区内还设置有洽谈区域，大厦内设有各种规模的会议室，入驻公司可以临时使用，以壮“声威”。赵明义目前正打算和中介服务机构合作，引进会计师事务所、律师事务所等，为驻区企业提供财会、税务、法律等专业服务。

在赵明义的再次“包装”下，天华大厦居然成为了一个“香饽饽”，就连其物业经理也感叹：“还在装修就这么红火，这在以前可没有过。”赵明义一直认为，没有“没有用”的房子，只有“没用好”的房子。天华大厦改装的成功，不过是对他这一理论的再次证明。▲