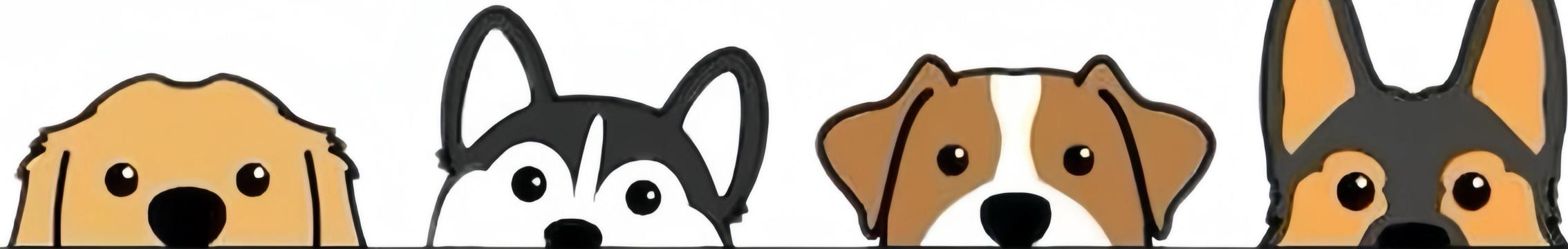


# 喵星人与汪星人

---

宠物集合点+咖啡

---



# 目录

---

定位与商业模式

产品与服务

视觉设计

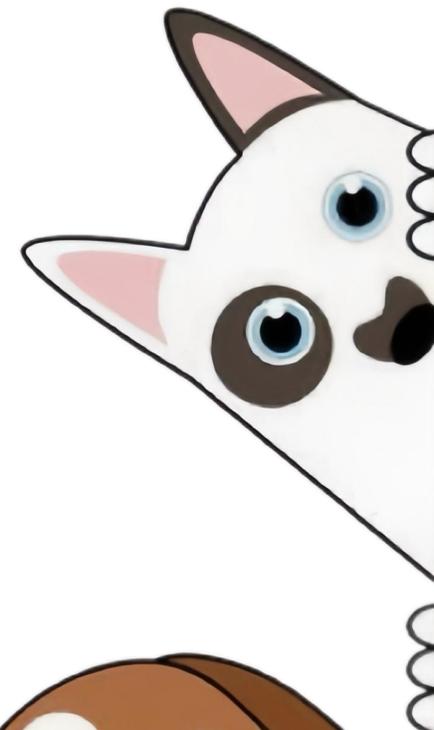
营销活动计划

全季运营

社群运营

财务测算

展览展现



# 定位与商业模式

品牌定位

---

核心理念

---

客群定位

---

市场细分

---

# 品牌定位



本店是“宠物用品集合店+咖啡店”，宠物用品集皮毛护理、美容、宠物用品、寄养、日托于一体的潮流品牌集合店，将咖啡与集合店融合更美好更舒适。

“一切以顾客需求为出发点”为核心理念  
为高端客群提供广泛广泛服务

# 核心理念

**人与动物和谐共处**本项目旨在推广人与喵星人、汪星人等宠物之间的和谐共处，提升宠物福利。

**倡导科学养**我们强调科学养宠的重要性，通过教育和引导，帮助宠物主人了解宠物行为和需求。

**强化宠物的社会责任**项目鼓励宠物主人承担起对宠物的社会责任，包括绝育、疫苗接种和日常健康管理。



# 客群定位

本项目旨在服务宠物爱好者，特别是猫狗主人，提供定制化的产品和服务。



## 高端宠物主人

追求品质与独特体验的顾客。通常注重宠物健康和舒适度，并乐于在环境优雅的咖啡店内享受与宠物共度的时光。



## 老年宠物主人

考虑到老年人对宠物的依赖和照顾宠物的需求，提供易于操作的宠物护理解决方案。



## 忙碌职场人士

无法全程照顾宠物的职场人群，需要依赖寄养和日托服务且愿意支付更多费用以确保宠物的舒适和安全。

# 市场细分

针对不同年龄段和生活方式的宠物主人，项目将提供差异化的市场策略和产品线。

高端与品质

舒适与体验

社交与时尚



# 产品与服务

可视化品牌logo

宠物集合用品

咖啡店服务

皮毛护理美容服务

日托服务

# logo



## 可视化品牌符号

品牌符号通过视觉传达帮助建立品牌认知，传递核心价值和个性，增强信任感，并促进品牌延伸。它还能引发情感联结，提高品牌传播效率。



## 标志的升级说明

汪星人与喵星人的logo设计灵感来源于其中的“人”字，通过巧妙的设计，使得这一元素转化为高度辨识的图形，既保留了“人”字的形态，又巧妙融入了动物的特征，从而达到了视觉与品牌个性的完美契合。

喵星人与汪星人

Cats and dogs

喵星人与汪星人

Cats and dogs

喵星人与汪星人

Cats and dogs



品牌符号=辅助图形，如印花室内氛围感，服装，包装



喵星人与汪星人  
Cats and dogs

A stylized, bold black number '2' with a bright cyan outline. The number is positioned diagonally across a background split into two colors: orange on the top-left and magenta on the bottom-right. The number's top horizontal bar is on the orange background, while its bottom horizontal bar is on the magenta background. The diagonal stroke of the '2' also spans across the boundary between the two colors.

2

# 宠物集合用品

喵星人专用玩具

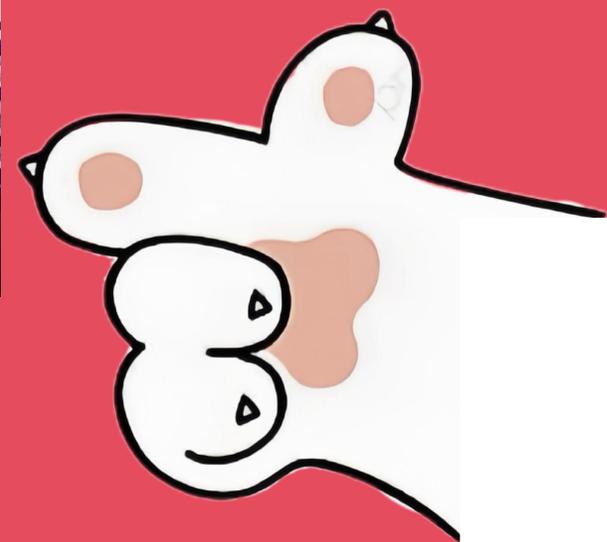
提供各种猫抓板、猫薄荷玩具，满足猫咪的娱乐需求，增进人宠互动。



# 宠物集合用品

## 汪星人训练用品

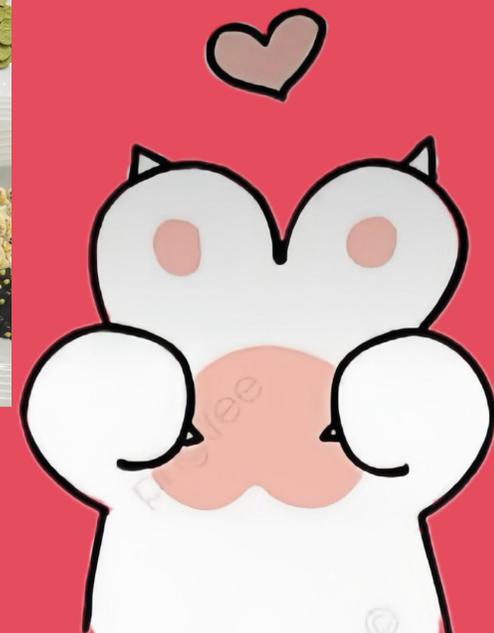
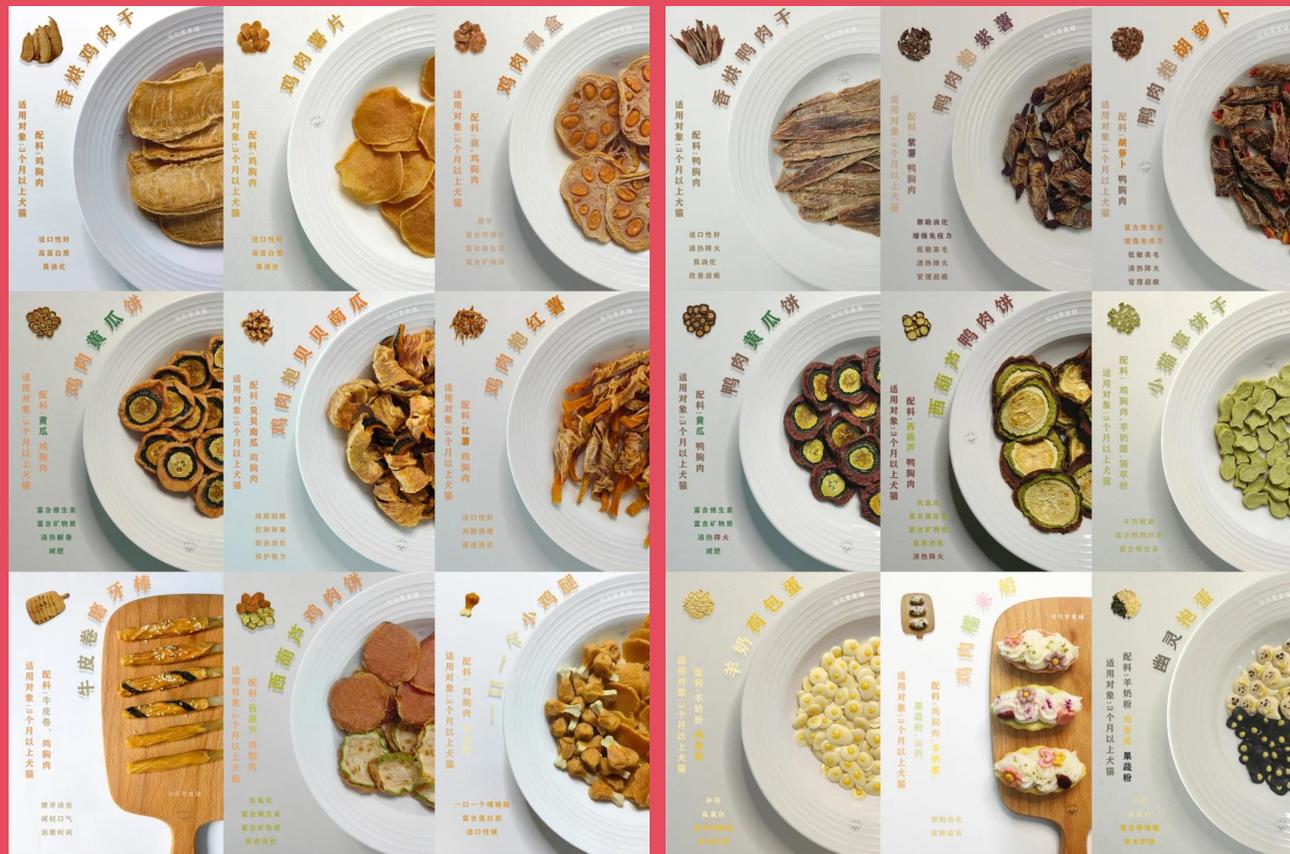
销售各类狗狗训练用具，如响片、牵引绳，帮助宠物主人训练宠物行为。



# 宠物集合用品

## 宠物健康食品

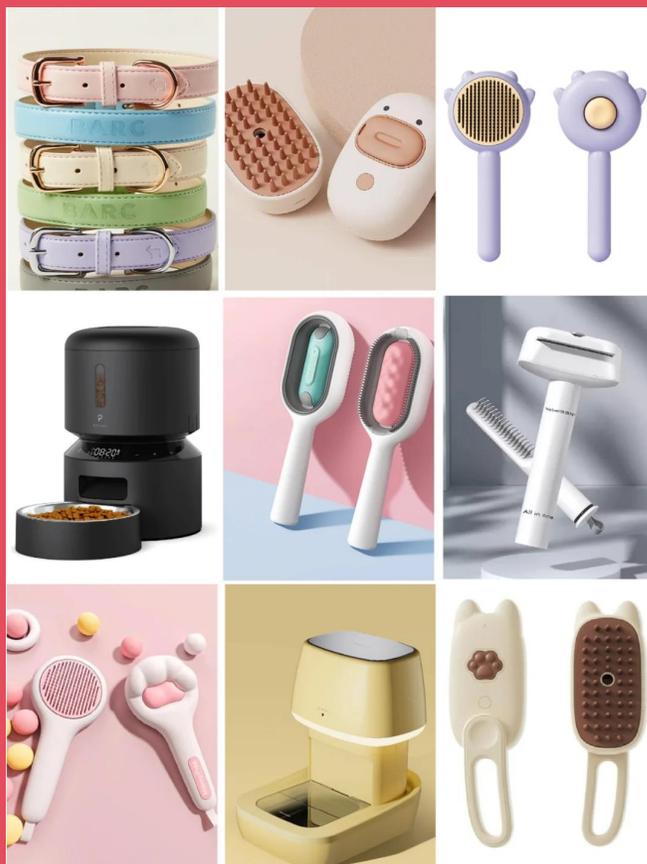
精选天然成分的宠物食品，包括无谷物狗粮和低敏猫粮，确保宠物营养均衡。



# 宠物集合用品

## 宠物护理用品

提供宠物洗护产品，如宠物沐浴露、梳子等，保持宠物毛发健康，减少皮肤病发生。



# 咖啡店服务



## 宠物友好的环境设计

为喵星人和汪星人打造的舒适空间，如宠物专区和休息区，确保顾客与宠物都能享受咖啡时光。

## 宠物定制饮品

提供宠物友好的饮品选项，如无咖啡因的宠物专用咖啡，以及宠物喜欢的口味和营养成分。

# 皮毛护理美容服务

## 专业洗护服务

提供针对不同皮毛类型的洗护方案，使用温和洗护产品，确保宠物皮肤健康。

明星团队诠释  
宠物造型定制



dress up to 扮

- 超高品质
- 只使用精品进口产品
- 明星团队
- 只用最资深A级美容老师
- 定制服务
- 打造爱宠专属造型

明星团队诠释  
宠物造型定制



dress up to 扮

- 超高品质
- 只使用精品进口产品
- 明星团队
- 只用最资深A级美容老师
- 定制服务
- 打造爱宠专属造型

不只洗干净  
更要护健康



shampoo to 洗

- 强化护毛
- 深层皮毛健康之道
- 甄选产品
- 滋补皮毛所需营养
- 技术高超
- 精通皮毛养护手法

不只洗干净  
更要护健康



shampoo to 洗

- 强化护毛
- 深层皮毛健康之道
- 甄选产品
- 滋补皮毛所需营养
- 技术高超
- 精通皮毛养护手法

# 宠物寄养

## 个性化宠物寄养服务

提供定制化的宠物用品寄养服务，如猫砂、狗粮等，确保宠物在主人不在时也能享受熟悉的生活环境。



# 宠物寄养

## 宠物用品定期更新

根据宠物的使用情况和季节变化，定期更新宠物用品，保证宠物用品的新鲜度和适用性。

## 宠物用品寄养的健康监测

在宠物用品寄养期间，提供宠物健康监测服务，及时发现并处理宠物的健康问题。



# 日托服务

## 猫咪日托

提供专业的猫咪日托服务，确保猫咪在主人外出时得到适当的关怀和娱乐。



# 日托服务

## 狗狗日托

狗狗日托服务包括定时遛狗、喂食和互动游戏，保证宠物的日常活动和社交需求。

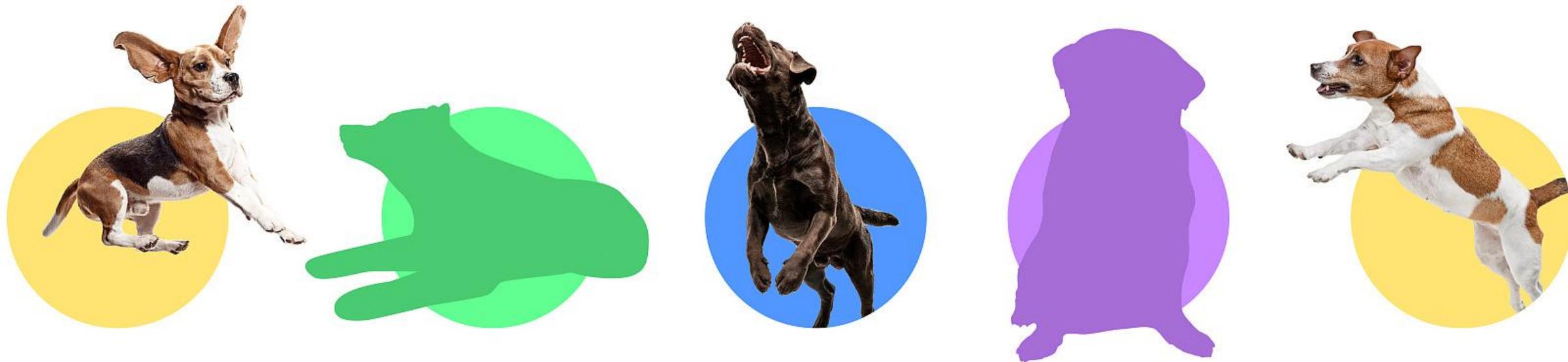


# 日托服务

## 健康监测

日托期间，专业人员会对宠物的健康状况进行监测，并及时与宠物主人沟通任何异常情况。





### 色彩搭配原则

喵星人与汪星人项目中，色彩搭配需考虑宠物的毛色和情感表达，以吸引目标用户群体。

### 图标与符号设计

设计简洁易懂的图标和符号，帮助用户快速识别功能，提升交互体验。

### 动画效果应用

通过动画效果增强视觉吸引力，如宠物动作模拟，使界面更加生动有趣。

## 喵星人专区设计

为猫咪设置独立空间，配备爬架和休息区，营造温馨舒适的环境，



## 汪星人活动区域

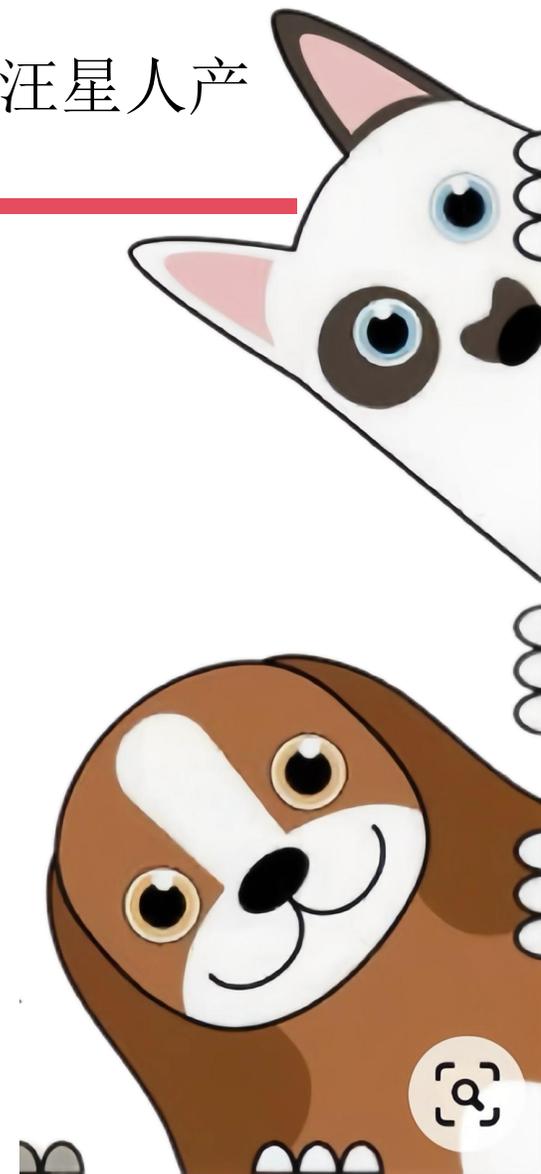
设立宽敞的狗狗活动区，配备玩具和清洁设施，确保狗狗可以自由活动，



# 客户体验优化

## 优化用户界面

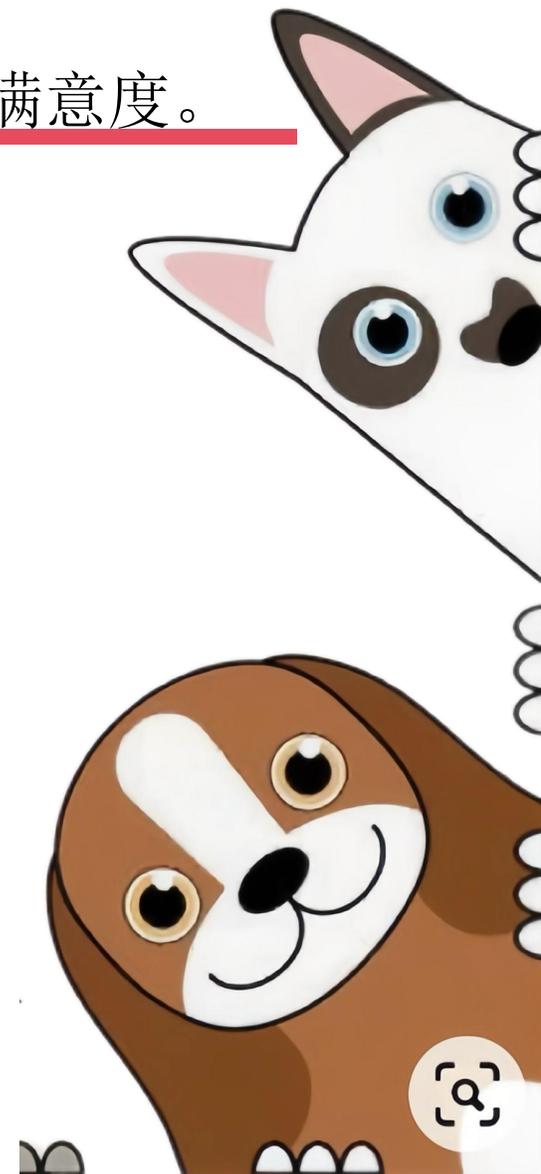
设计直观易用的界面，如简化购物流程，提升用户在使用喵星人与汪星人产品时的便捷性。



# 客户体验优化

## 提供个性化推荐

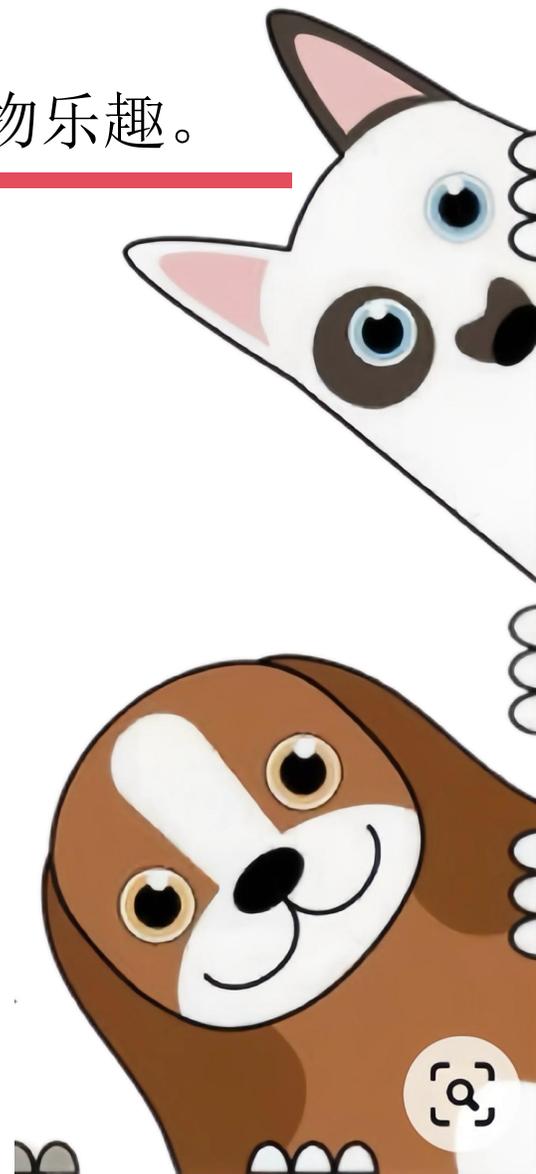
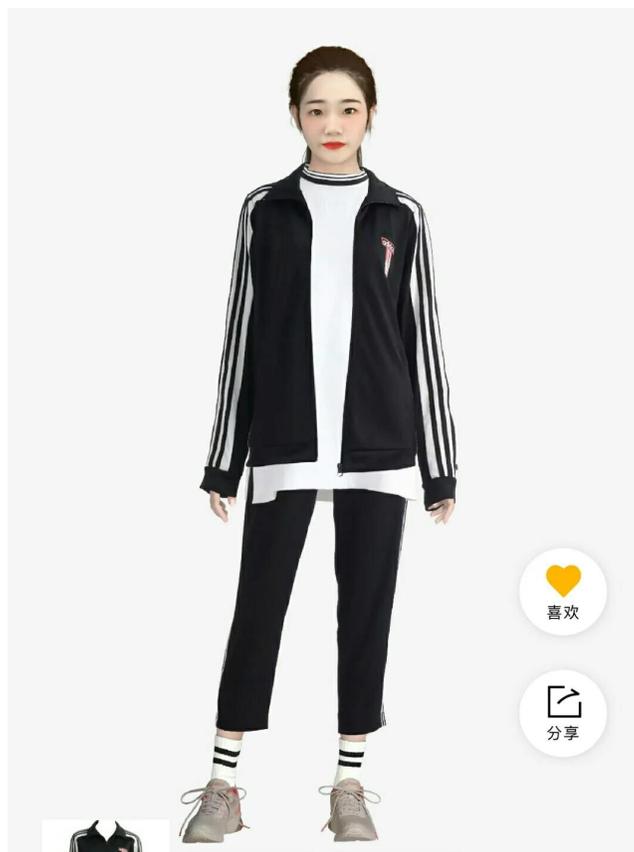
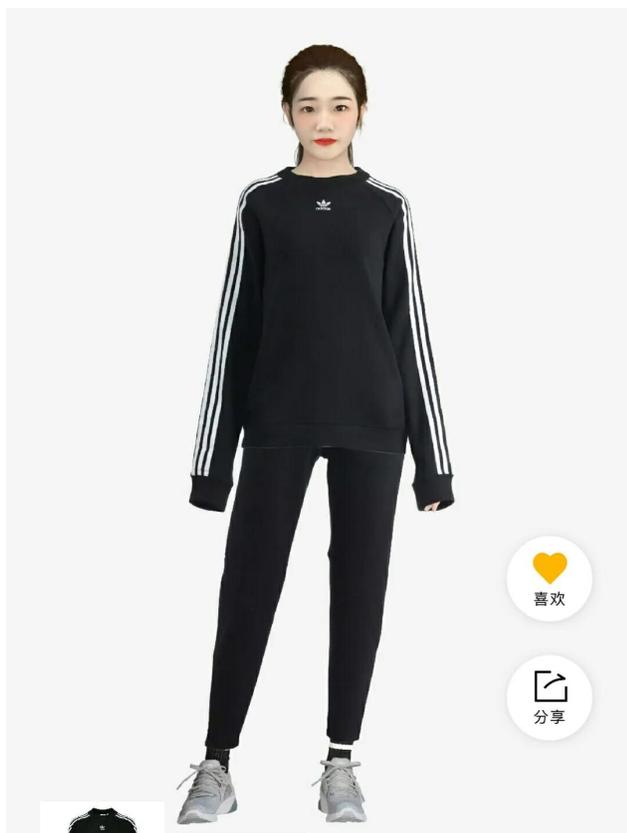
利用数据分析用户偏好，提供定制化的宠物用品推荐，增强用户满意度。



# 客户体验优化

## 增强互动体验

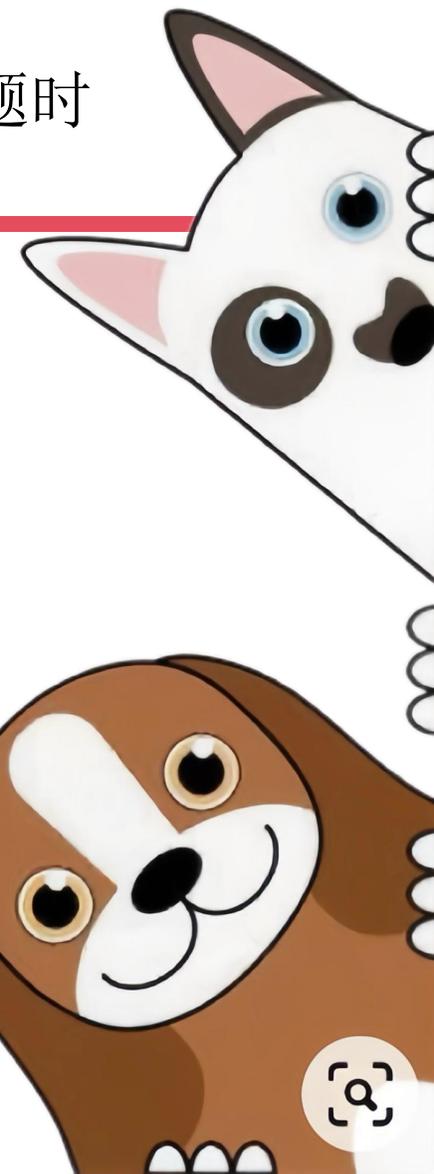
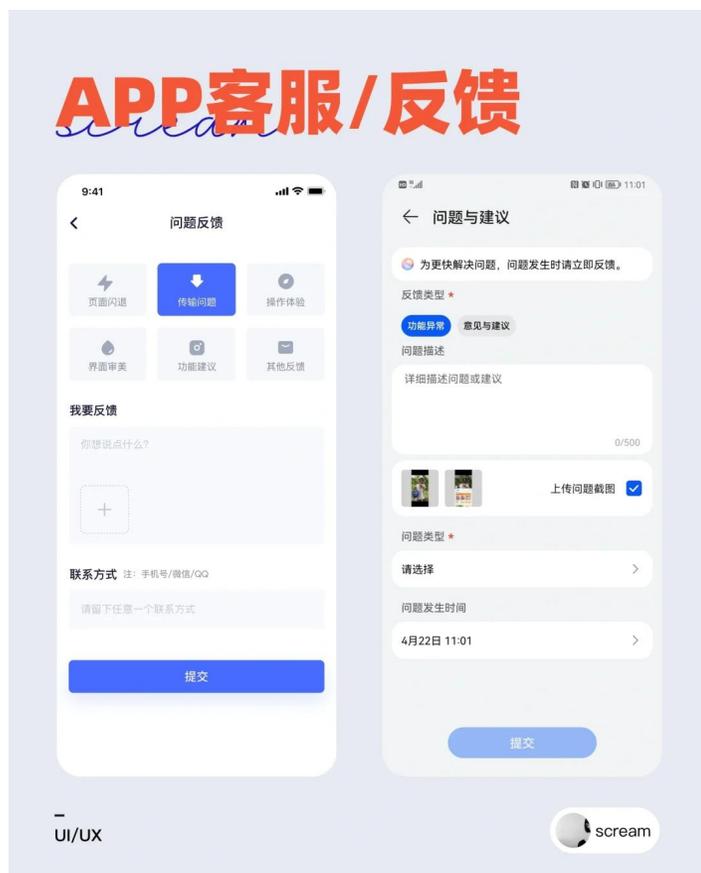
通过增加互动元素，如宠物虚拟试穿功能，提高用户参与度和购物乐趣。



# 客户体验优化

## 强化售后服务

建立快速响应的客服系统和灵活的退换货政策，确保用户在遇到问题时能够得到及时解决。



# 视觉设计

室内

---

营养用品

---

背包帆布袋

---

衣服

---

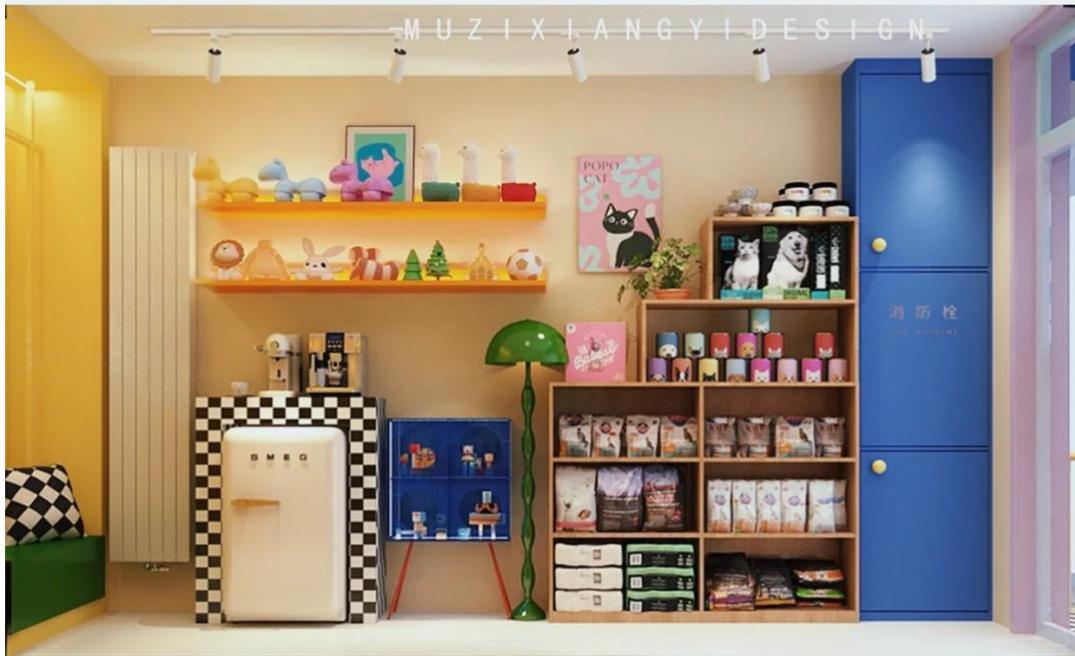




木子享艺设计



木子享艺设计



MUZIXIANGYIDESIGN



MUZIXIANGYIDESIGN



Princess Pet House

Princess Pet House



Su Su Princess Pet House

CUTE PET

3

Ken

pet star

WARMTH LOYALTY PRINCESS CUT

Princess pet house

PRINCESS!

PRINCESS PET HOUSE WELCOME TO A HAPPY PARADISE FOR PETS





# Pet Paradise

Princess Home

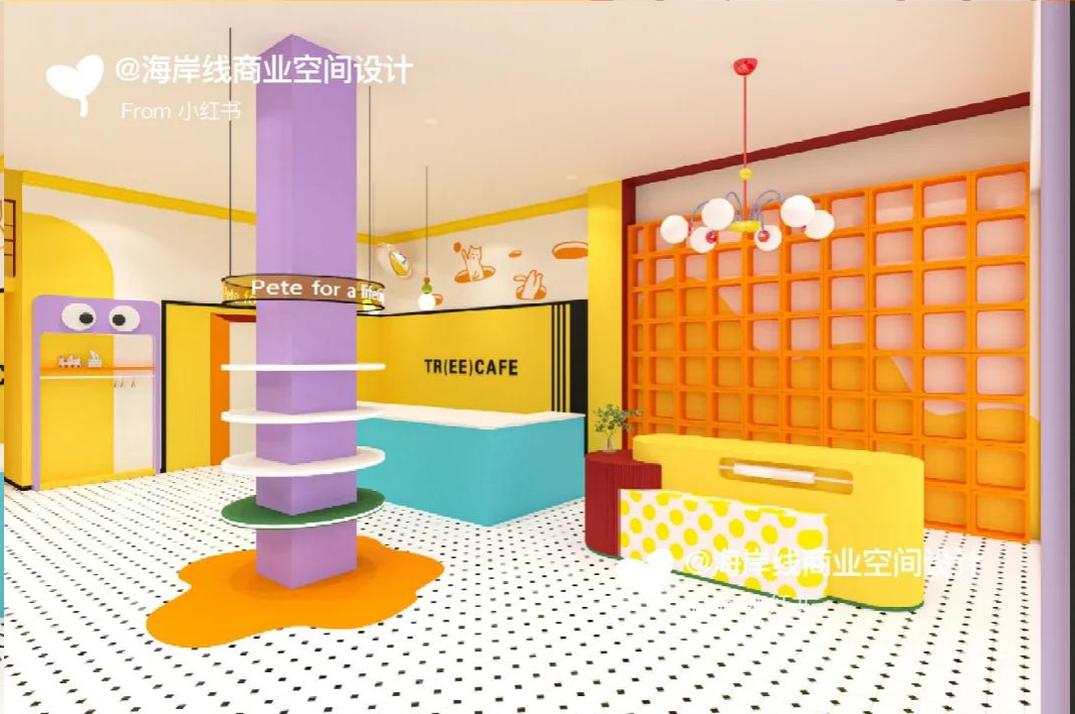


## Peripheral Display Stand

PERIPHERAL DISPLAY STAND





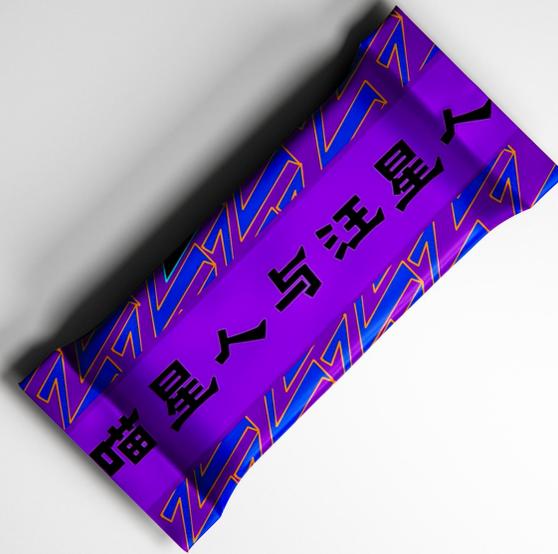


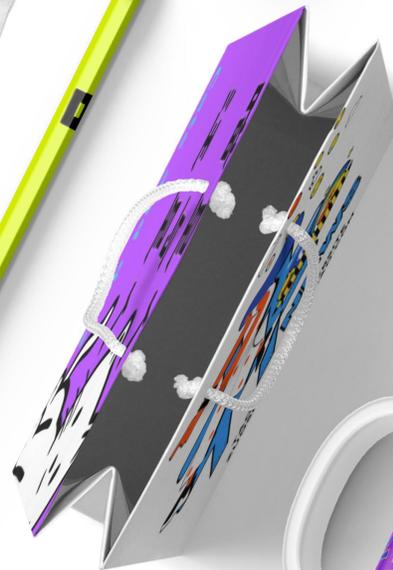








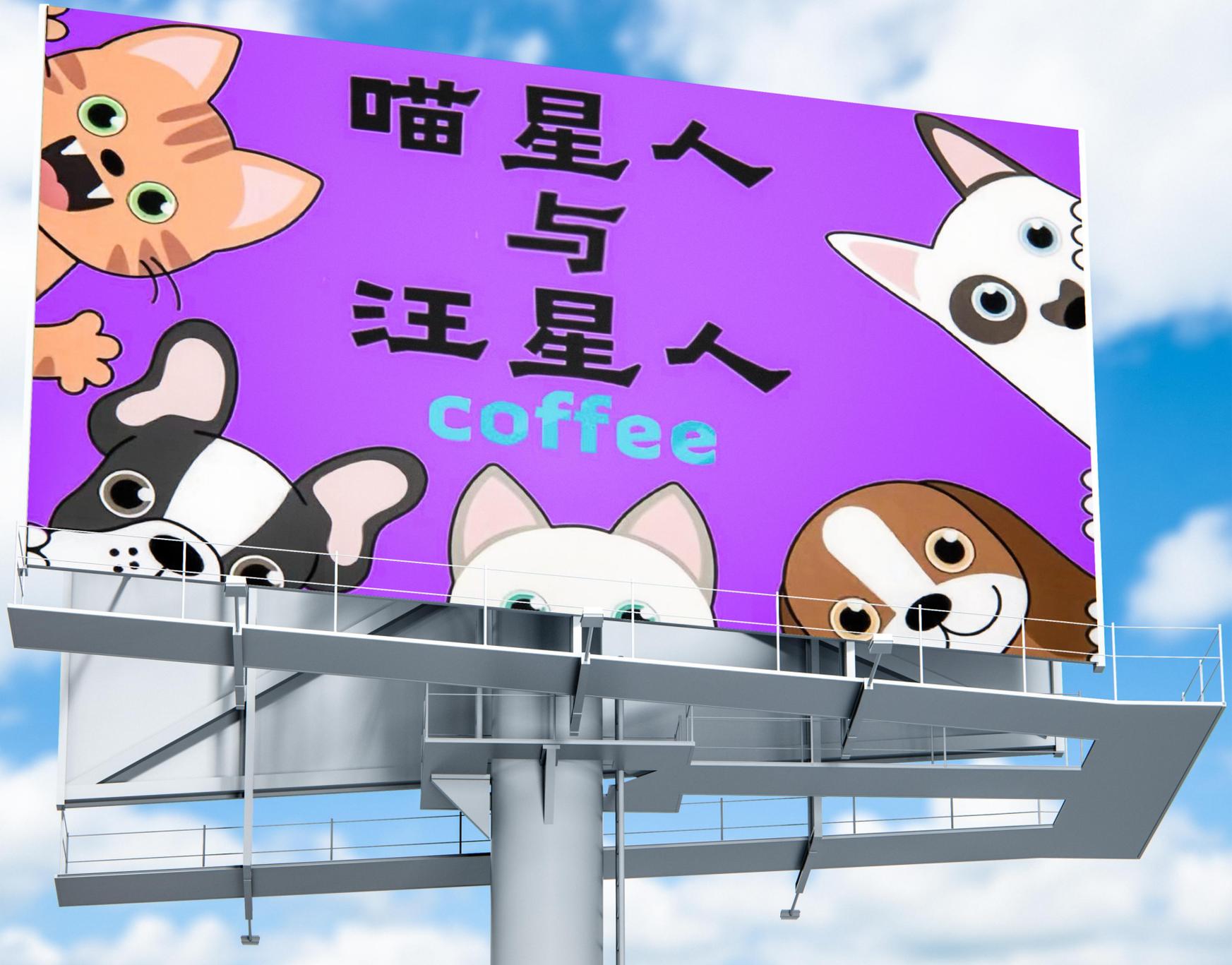




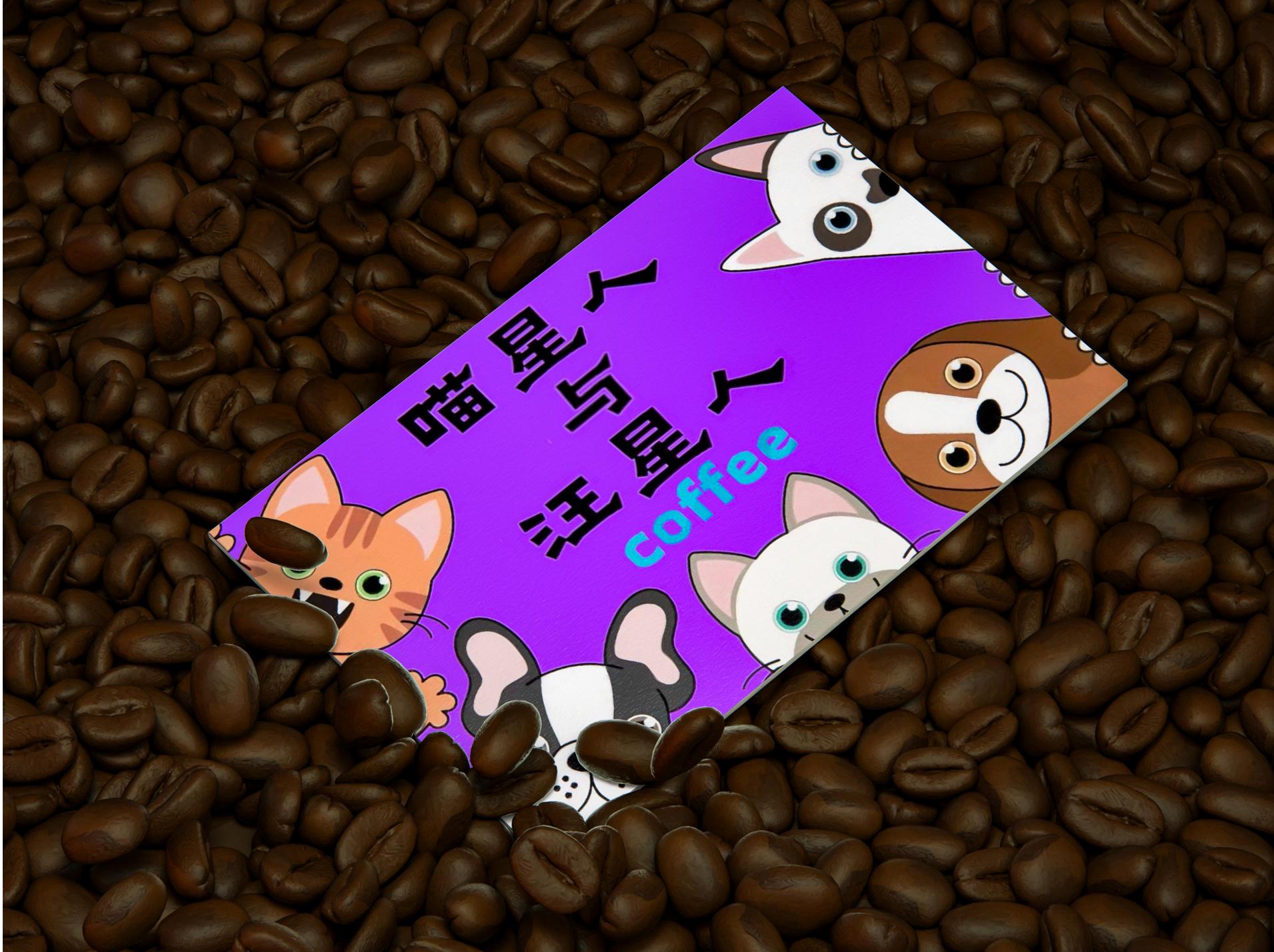


喵星人  
汪星人





喵星人  
汪星人  
coffee



喵呜与喵呜点 coffee



喵星人  
与  
汪星人



Cats and dogs

喵星人  
与  
汪星人



Cats and dogs

喵星人  
与  
汪星人

Cats and dogs



A stylized, bold black number '2' with a bright cyan outline. The number is positioned diagonally across the frame. The background is split into two solid colors: orange in the upper-left and pink in the lower-right, separated by a diagonal line that passes through the number. The number's top horizontal bar is on the orange background, while its bottom horizontal bar is on the pink background.

2

# 营销活动计划

联名限量产品

---

宠物领养活动

---

互动式体验店

---

# 营销活动计划

## 联名限量产品

与知名品牌合作，推出限量版的宠物用品，如喵星人专属玩具或汪星人服饰。



### 联名狂魔：奶茶品牌

#### 沪上阿姨



#### 莫奈喵盒

沪上阿姨与魔力猫盒合作，定制了莫奈印象派风格的猫窝，还开启话题活动，邀消费者花式晒出自家猫主子与莫奈喵盒。

#### 霸王茶姬



#### 主题猫猫领结+猫猫豪宅

霸王茶姬以品牌经典的“茶马古道”元素为设计灵感，制作上线了“猫窝”，并根据网友的意见，升级猫窝2.0版本和猫猫领结。

#### CoCo



#### 猫窝、贴纸、珠味杯

CoCo联动宠物食品BRIGHT布兰德，打造“CoCo有猫出没”宠物季系列活动。在全国25个城市提供94家联名店推出“干饭猫出没”联名套餐，同时发起线下打卡惊喜赠礼活动。

## 茉莉奶白×未卡联名周边攻略

by 好好喝水（日更版）

时间：3月6日起

周边：女生节杯套+挂卡+宠物周边盲盒



左滑查看攻略详情

# 营销活动计划

## 宠物领养活动

举办宠物领养日活动，提高公众对流浪动物的关注，同时提升品牌形象。



# 营销活动计划

## 互动式体验店

开设宠物主题体验店，提供互动体验，如宠物摄影、美容等，增强顾客粘性。



# 全季运营

春季

---

夏季

---

秋季

---

冬季

---

## 春季（3月-5月）——春暖花开，宠物健康

### 咖啡店策略

春季饮品如樱花拿铁和咖啡，不仅能吸引消费者体验节日风味，还可以利用社交媒体进行推广。借助“春季买一送一”活动促进顾客流量，同时通过“春季饮品挑战”激发消费参与者到达线上互动中，增加品牌曝光度。

### 宠物店策略

春季是宠物护理的关键环节，尤其是对宠物的健康检查和毛发护理非常重要。结合这个季节特点，宠物店的健康护理包和宠物美容套餐不仅能够满足市场需求，也能增加店里的顾客通过宠物聚会和健康宣讲会等线下活动，增加与顾客的互动，提高忠诚度。



# 夏季（6月-8月）——清凉一夏，宠物夏季护理

## 咖啡店策略

夏日清凉饮品如冰淇淋咖啡和冰镇柠檬拿铁，能够有效吸引消费者在炎热的天气里享受清凉。此外，举办夜间咖啡文化体验活动将吸引更多夜间出行的顾客，利用露天休息和星空的结合提升顾客的体验感。

## 宠物店策略

夏季高温对宠物的影响加大，因此类产品的推出非常重要，如穿衣和冰垫等。此外，通过提供特价宠物洗护套餐和“宠物夏日园会”吸引顾客，增加商店的互动性和曝光度，进一步提升销售和客户粘性。



# 秋季（9月-11月）——秋风送爽，宠物丰收季

## 咖啡店策略

秋季特饮如栗子拿铁和南瓜味咖啡，能够创造温暖的季节氛围，搭配秋意浓重的装饰，营造舒适的环境。此外，通过会员卡和特定日期的优惠活动，提高顾客的忠诚度。

## 宠物店策略

秋季是补充宠物营养和准备冬季保暖的时机，秋季因此宠物护理和秋季的宠物食品推介非常重要。通过举办宠物运动会或宠物摄影大赛等活动，不仅能够增加与顾客的互动，也能增强店铺的市场影响力。



## 冬季（12月-2月）——温暖过冬，宠物暖冬装备

### 咖啡店策略

冬季饮品如姜味拿铁和冷热巧克力，能够满足消费者在天气中的需求，节日特饮如圣诞红酒拿铁和元旦特饮，则可以引起消费者的节庆兴趣。通过提供节庆套餐和折扣活动，吸引顾客提前预约，提升节假日的销售。

### 宠物店策略

冬季宠物需要更多的保暖产品，如羽绒服、宠物鞋等。结合冬季健康检查和免疫接种服务，宠物店能够为顾客提供更多便利的服务，确保宠物在冬季的健康和安全。此外，举办“冬季宠物摄影大赛”增加活动互动性，让顾客有更多的参与感。



## 总结

全季运营方案通过在每个季度推出符合季节特色的产品和，确保了商店在不同季节的市场竞争力。重点是利用季节的变化推动产品和服务活动的调整，强化顾客体验，提升品牌认知度知度，同时增加销售和客户忠诚度。每个季节的活动不仅储备强，还可以通过线上和线下结合的方式扩大市场影响。



# 社群运营

社交媒体营销

---

KOL合作推广

---

内容营销

---

事件营销

---

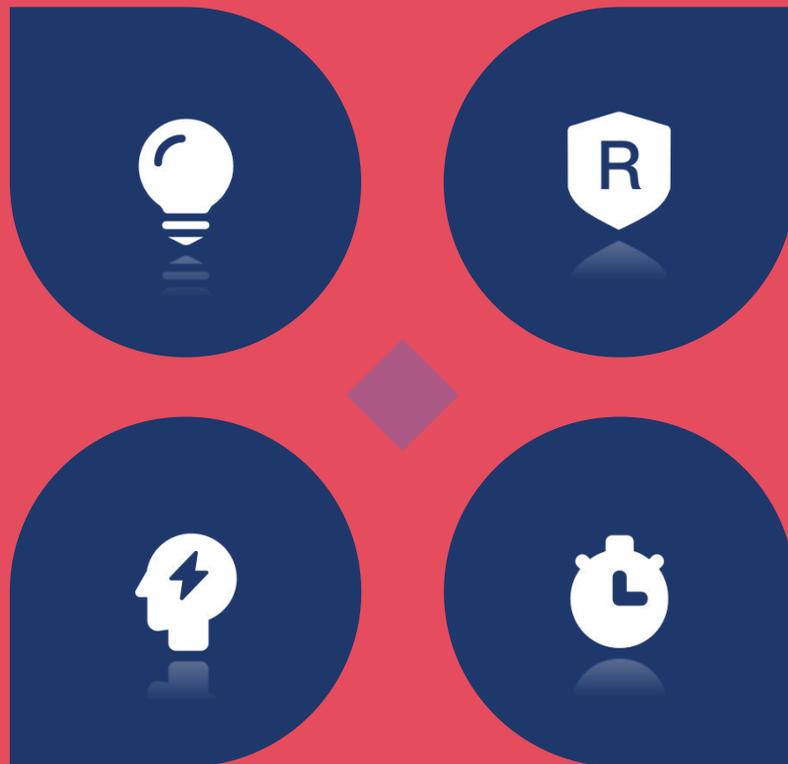
# 社群运营

## 内容营销策略

通过发布宠物护理知识、趣味互动话题等内容，吸引喵星人与汪星人的关注和参与。

## 社群数据分析

分析社群成员行为数据，了解用户偏好，优化内容发布策略，提升社群活跃度。



## KOL合作推广

与宠物领域的意见领袖合作，利用他们的影响力扩大社群的知名度和影响力。

## 用户互动活动

定期举办线上互动活动，如宠物摄影大赛、宠物知识问答等，增强用户粘性。

社交媒体营销 利用小红书、抖音等平台发布萌宠视频，吸引粉丝，提升品牌知名度

---



**KOL合作推广** 与宠物领域的意见领袖合作，通过他们的推荐来增加品牌的可信度和影响力。



## 宠物服装十大品牌

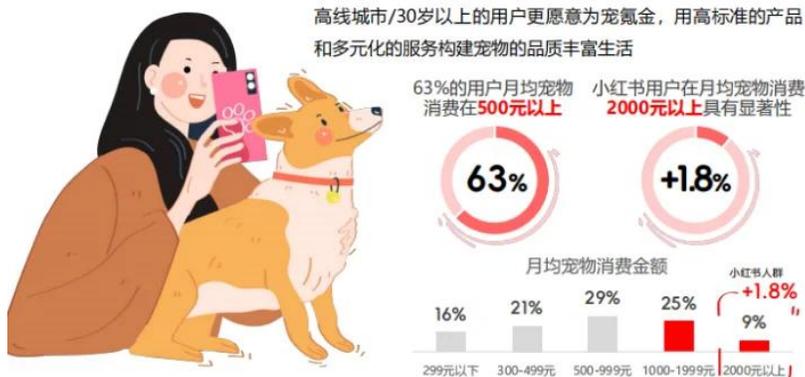
排名	品牌	
01		嬉皮狗
02		Is Pet
03		DoggyMan多格漫
04		趣派cheepet
05		Touchdog
06		Mookipet
07		Ruffwear拉夫威尔
08		Hurtt悍拓
09		天元宠物
10		趣逗派

注：数据由CNPP品牌榜中榜大数据「研究院」和CN10排排榜技术「研究院」通过资料收集整理测评得出。

内容营销 制作高质量的宠物相关文章、指南和教程，通过教育内容吸引潜在客户。

## 小红书2024宠物行业洞察报告 小红书2024宠物行业洞察报告

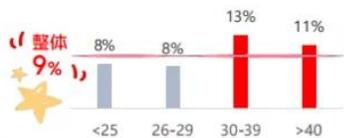
### 养宠不将就，花钱更讲究



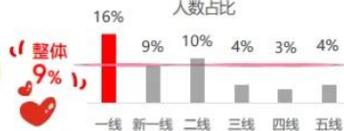
### 有钱没空的高线白领人群，更愿意为服务买单

#### 都市中产引领精养潮流

不同年龄段中月消2000元以上人数占比



不同城市级别中月消2000元以上人数占比



#### 高标准消费、多样化服务构建精养生活

不仅要技术、要服务，也要认同品牌价值理念

购买关注因素	整体	月消2000+	TGI
资质/经验技术等	34%	+7%	122
服务如物流、售后等	34%	+7%	120
品牌理念/创意广告	28%	+1%	106
成分/科技/专家背书	36%	+2%	106

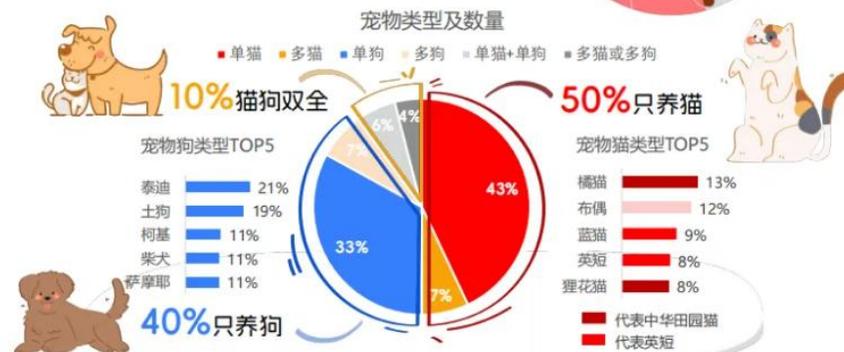
购买品类更多元，且更看重宠物服务类产品

平均购买品类个数	整体	月消2000+	TGI
购买关注因素	4.15个	4.56个	
寄养和喂	15%	+6%	141
培训练	18%	+6%	137
社交	16%	+6%	136
小众衍生	10%	+3%	127
医疗服务	39%	+10%	126
美容	42%	+6%	115
小型家具	37%	+4%	111
日常用品	55%	+3%	105

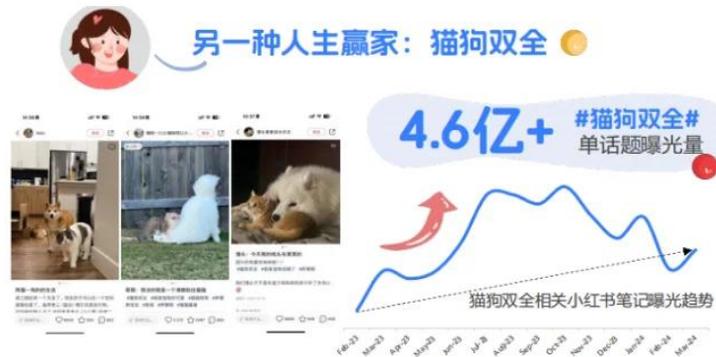
### 单宠家庭是主流，猫狗双全是【潮流】

虽然整体大盘养宠用户为单宠家庭，但线上讨论中“猫狗双全”热度更高  
单宠是现实，年纪轻轻猫狗双全是梦想

超90%单宠家庭，养猫比养狗更流行



### 另一种人生赢家：猫狗双全



事件营销 举办宠物主题活动或参与宠物展会，通过现场互动和体验来增强品牌与消费者之间的联系。



## 什么是猫meme?



### 主角名片

🌟 Meme: 中文译为迷因，可直接理解为“梗”的意思。

🌟 猫meme: 猫的表情包

🐾 爆火的猫meme视频是由不同的猫meme表情包展开的短视频，向观众传达出不同的情感。



### 猫meme全明星阵容



刘海猫: 呆傻的小猫配上“啊?”的配音，用于看或听到无法理解的事情时表示困惑



新鲜哥: “就这?”探究中带着有一丝无语，标志是讽刺的小眼神

质问猫&委屈猫: 著名cp，一个在问，一个答不出来觉得委屈，经常出现在两个人意见不同或被误解的场景

## 社闻篇

大口啊呜™

### 杭州猫车被拦截事件

12月15日下午1点多，余杭仁和警方在仁和街道红卫路拦截了一辆货车，货车上装满鸡笼，每个鸡笼里都关着10到15只甚至更多的猫，现场一共62个鸡笼，共有猫950只左右，另外还有17条狗，其中不乏脖戴项圈的家养猫，随后这批猫被转运至杭州的宠物医院暂时安置。

### 江苏阜宁狗场金毛割舌

12月15日，一条江苏盐城阜宁县一狗场犬只声带被割的视频引发网友关注。16日，阜宁县相关部门回应称，该狗场犬舍已被拆除，犬只已被爱心人士领养。

目前，经过批评教育，陈某已将违规搭建的犬舍拆除，阜宁县相关部门将依法依规对其违规行为进行处理。

### 罗威纳犬撕咬女童 及后续宠物粮投毒

10月16日，四川省崇州市一小区发生罗威纳犬只伤人事件，一条未拴绳罗威纳犬撕咬2岁女童，致其全身多处咬伤。万幸的是经过手术治疗后女童生命体征已恢复平稳。

此事件引起网友激烈讨论。犬主的不负责无可争议，但相关社会制度和管理体系的缺失同样引人思考。此事后续甚至网传还有激进者向宠物食品投毒。制止不文明养犬行为、引导养宠人负起责任的同时，也应避免以极端对抗极端的恶意伤害。

## 社交媒体挑战赛

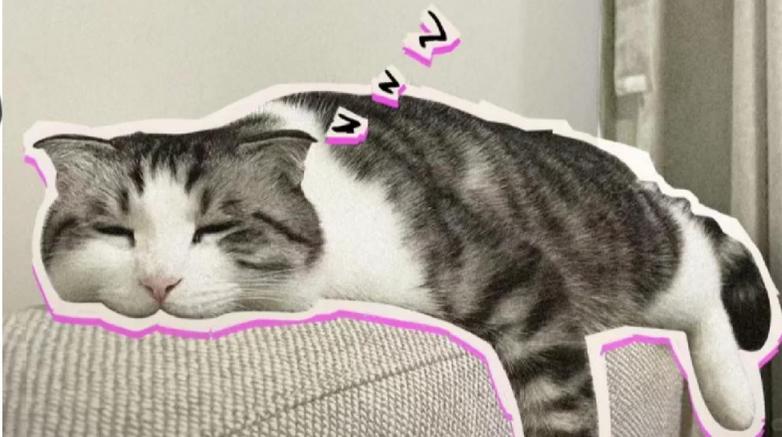
通过发起#喵星人挑战#汪星人等话题，鼓励用户分享宠物照片或视频，增加品牌曝光度。



n.{ 目标 }

海鸥活着的目标  
是去码头整点薯条  
我活着的目标  
是等你回家  
给我整点猫条

有猫的人  
要学会过好



n.{ 道理 }

如果家里的每样东西  
都能像你的手一样  
既能赚钱养家  
又能给我按摩spa  
那我就不用为这个家  
操心这操心那了

有猫的人  
要学会过好



# 运算与财务

市场调研分析

---

成本预算与控制

---

营销策略规划

---

销售目标设定

---

# 运算与财务

## 市场调研分析

在新品推出前，进行市场调研，了解消费者需求和竞争对手情况，确保产品定位准确。

## 成本预算与控制

制定详细的成本预算，对新品研发、生产到上市的各个环节进行成本控制，以保证财务健康。

## 营销策略规划

根据喵星人与汪星人的品牌形象，规划相应的营销策略，包括广告宣传、社交媒体推广等。

## 销售目标设定

设定季度销售目标，包括销售额、市场份额等关键指标，以衡量新品推出的效果。

## 1.建造费用（一次性支出）

项目	费用（元）
场地租赁（12个月）	12X
額外費用	5万元
咖	30岁,
宠物店设备购	2
咖啡原料	1
隨	40
<b>总建造费用</b>	<b>12倍+15万元</b>

- **总建造费用** =  $12X + 150,000$ 元



## 2.运营费用（每月支出）

项目	费用（元）
場	元
咖啡店和宠物	2
咖啡店	5、
宠物店原料采购	10
水电气费用	2,00
营销推广费用	3,000元
其	1
<b>总运营费用</b>	<b>X+2年+15000元</b>

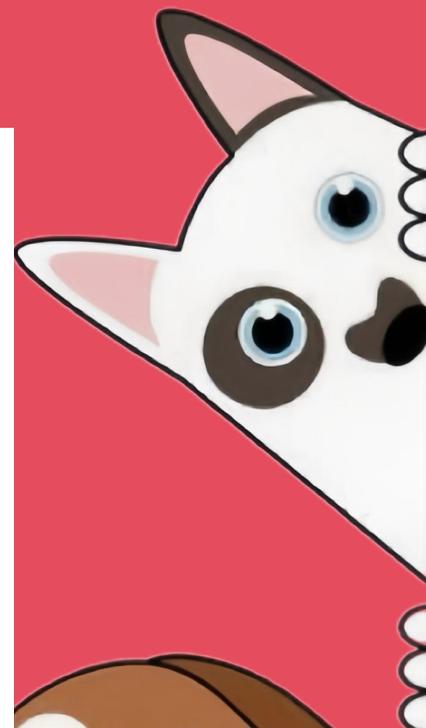
- 每月运营费用 =  $X + 2Y + 15$ ,



### 3.管理费用（每月支出）

项目	费用（元）
管理	是
稅	10% *
<b>总管理费用</b>	<b>Z元+10%*月收入</b>

- **管理费用** = Z元（管理人工工资） + 10%



## 4.盈利预估

- 咖啡店收入：每月
  - 300元\*30
- 宠物店收入：每月营业30天，每天收入500
  - 500元\*30

月总收入 = 9,000元 (咖啡**24,000元**)



# 展览展示

互动体验区

---

主题摄影展

---

教育讲座系列

---

# 展览展示

01

## 互动体验区

设置互动体验区，让参观者通过游戏和互动装置了解喵星人与汪星人的习性。

02

## 主题摄影展

举办以喵星人与汪星人为主题的摄影展览，展示宠物与人类的温馨瞬间。

03

## 教育讲座系列

定期举办宠物养护和行为训练的教育讲座，提升公众对宠物福利的认识。

# 互动体验区



# 主题摄影展



# 教育讲座系列



演讲  
完毕！