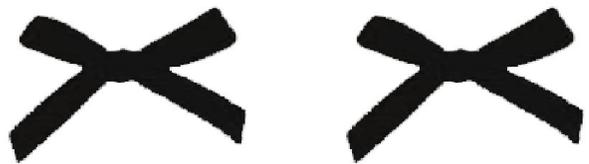
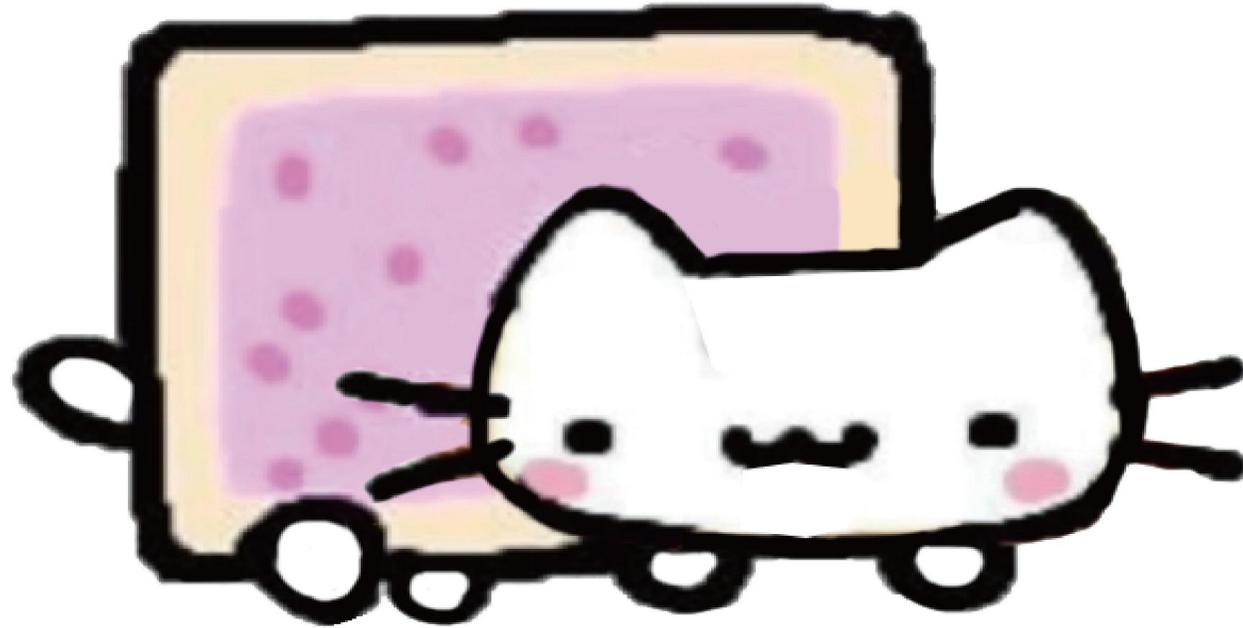


M.orning boutique



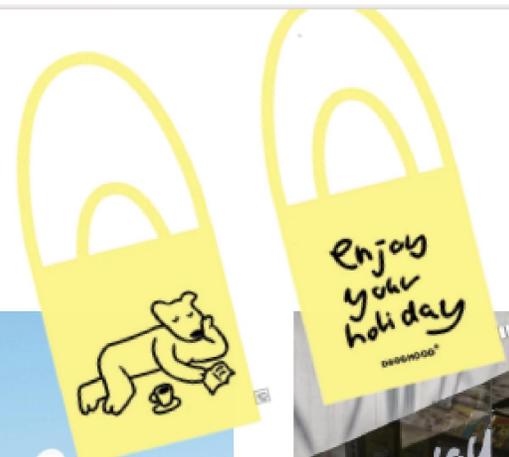
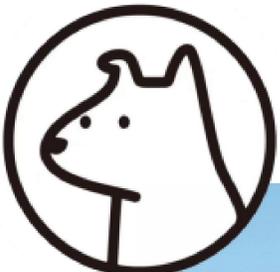
主理人 索雅琪

Contents

1. 非标主理人案例研究
2. 定位与商业服务设计
3. 视觉设计
4. 传播与营销
6. 全季运营
7. 空间管理
8. 财务测算

DOOGHOOD

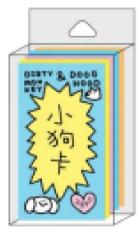
DOOGHOOD 是一个始于 2016年的创意内容团队，工作内容包含小型策展、内容策划、插画设计、独立书店等。2018年推出策展型艺术书店与实体空间野狗商店 DOOGHOOD BOOKS 以及以联名计划、主题快闪为概念的设计商店 DOOGHOOD DAILY。室内空间简约现代ins，布局简洁、线条利落。艺术策展型书店，小众文化推广者，文化交流平台：为插画师、设计师、艺术家等创作者与读者之间搭建了沟通交流的桥梁。野狗这一形象代表着自由，就像“每一只野狗，都在生活的荒野里自由奔跑”所传达的，鼓励人们摆脱束缚，自由地表达自我。



小狗可以和所有人交朋友

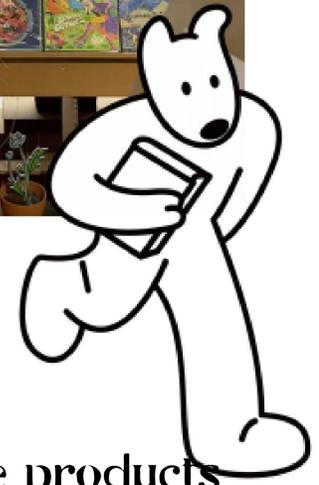


IP形象拓展



28 pic

Themed image products



Project 1

02

Business model design

传统的书店，卖咖啡，做活动，现在书店需要一种感觉，新鲜感，想象力，好品味，野狗书店以书为支撑点创造一个艺术零售策展空间，并融合了几百个在地艺术家资源，同时结合小型策展与艺术快闪，构建一个优秀创作者，优秀作品分享平台，不当搬运工工，自己生产内容，社交媒体营销：利用多种社交平台微信公众号，小红书，抖音发布内容，鼓励顾客分享，引发互动和话题。 线下活动营销：举办读书举办丰富多样的线下活动。邀请知名作家、艺术家、学者等作为嘉宾参与等活动。



Poster exhibition

Project 2 Blue bottle coffee

蓝瓶的创始人叫James Freeman (詹姆斯·弗里曼)，灵感来自

1683年在欧洲出现的第一家咖啡

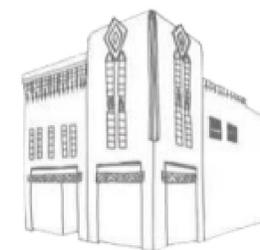
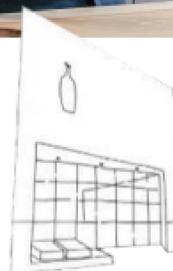
tÉ "The Blue Bottle", 蓝瓶咖啡十分善于利用建筑和设计语言来体现品牌想要传达的格调。将社区咖啡店回归本质，让咖啡因摄入者在现实与内心的交界地带，找到一个至简至美的中继站，使消费者重新聚焦于一杯咖啡最本质的味道和背后隐藏的文化。

Brand Introduction

以新鲜烘焙咖啡豆为核心，注重品质与工艺，店铺简约，手冲咖啡独特，被誉为“咖啡届的 Apple”。“Less is More”是建筑师密斯·凡德洛的名言，强调简约设计，反对过度装饰。

Blue Bottle Coffee以咖啡行业的极简主义代表，品牌的标志、色彩、室内设计都体现了去繁就简的原则。

Unique Coffee Shop



02 Keep everything simple

浓缩咖啡饮品 ESPRESSO DRINKS

美式 (热/冰) **¥32** 230ml
Americano (HOT / ICE)

直布罗陀 **¥35** 115ml
Gibraltar

卡布奇诺 **¥38** 230ml
Cappuccino

拿铁 (热/冰) **¥42** 350ml
Latte (HOT / ICE)

茉莉拿铁 (热/冰) **¥48** 350ml
Jasmine latte (HOT / ICE)

摩卡 (热/冰) **¥46** 350ml
Mocha (HOT / ICE)

加一份浓缩 **+8**
Extra shot

滴滤咖啡 DRIP COFFEE

单产地 **¥48** 280ml
Single origin

咖啡欧蕾 **+5**
Add milk (au lait)

其他饮品 AND MORE

巧克力 (热/冰) **¥48** 350ml
Chocolate (HOT / ICE)

蒸汽奶 **¥28** 280ml
Steamed milk

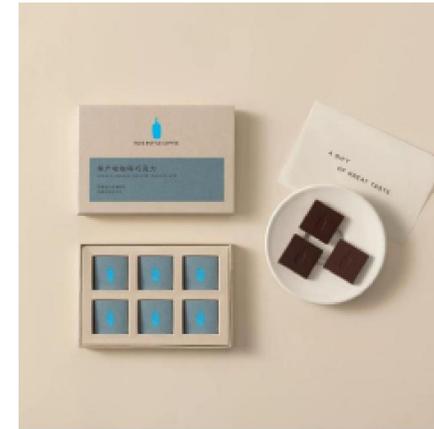
儿童饮品
KIDS DRINKS

宝贝热巧 **¥38** 230ml
Kids hot chocolate

更换燕麦奶 免费
With oat milk FREE

糕点 PASTRY

列日华夫 **¥38/个**
Liège waffle



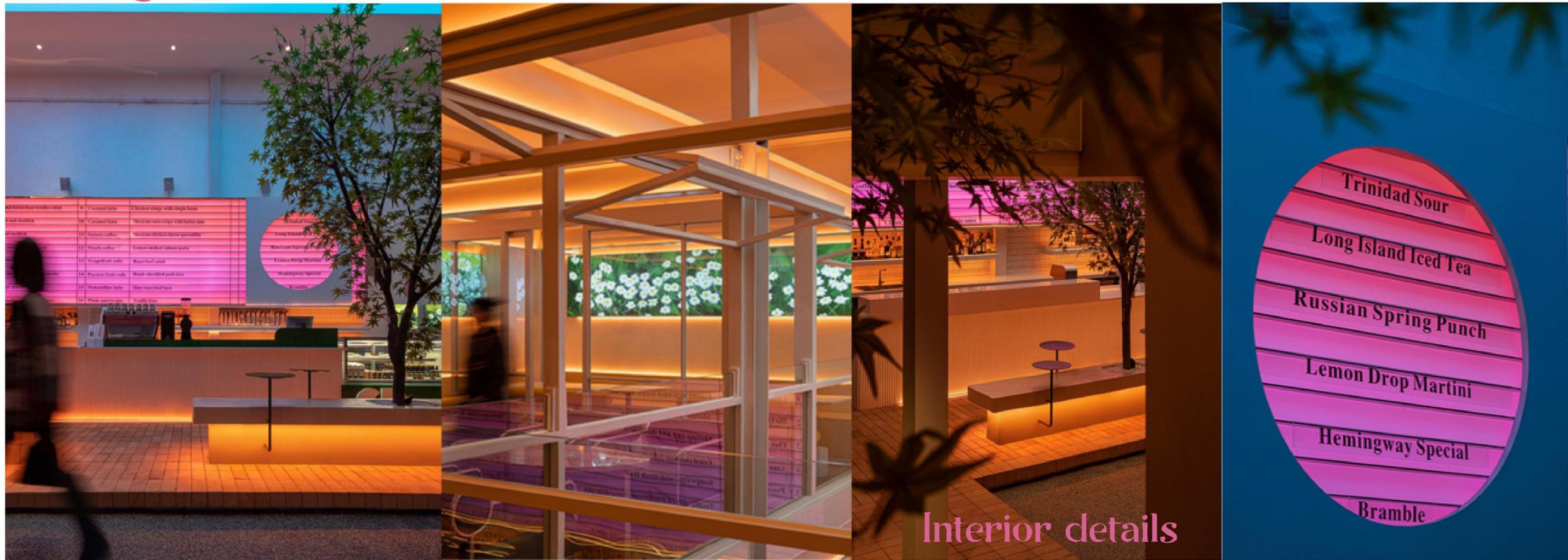
Product packaging design



CARE PARTNER

咖啡与酒文化的本质，是追寻“放松”、“自由”的生活方式与状态，而成都的悠闲正和这种特质不谋而合。结合CARE PARTNER“日咖夜酒”的体验方式，设计将两种消费场景融合到同一空间，在全时段的商业模式中，创造丰富多变的体验。成都延续了微生态观念，在对流浪宠物关照的基础上，拥有自己独特的风格表达：引入全天候生活场景的串联，借助多媒体灯光的延续，在现场体验的丰富感受之上，用咖酒模式的新思路形成本土表达的力量。CARE PARTNER 的命名，源于主理人对于流浪宠物的收容关爱。

Project 4



the ever-changing colors

02 Cats are ecologically compatible with humans



Independent space



以“绿色站台”为概念，将室外区域打造成半开放的公共空间。在设计上使用圆形的镂空天顶向酒店落客区的概念致敬，为丰富的灌木植被开辟自由生长的空间，也令到达都充满仪式感。而下方的不锈钢支架还增加了贴心的横杆设置，方便作为宠物牵绳的固定点着力。如果说CARE PARTNER 的形色是表象，那么植根品牌基因的人文主义，则代表了设计与品牌生长的深度互融。与首店不同，设计团队这次选择将宠物收养区设置在吧台的正对面。在人们点单等待的片刻，也可以感受与这些都市精灵们亲近。这考虑到宠物们的心理健康，使用玻璃房划分独立的空间区域，让人们在感受可爱生灵、融化钝感内心的同时，保持充分的距离，以减少宠物们的应激反映。同时形成品牌的独特记忆点，在商业之上赋予品牌更加亲和友善的视觉形象。

Pet rest stop

Conclusion

非标商业

空间形态方面

区别于传统标准化、规整的商业空间布局，非标商业的空间可能形态各异，像由老厂房改造的商业体，内部空间高低错落、形状不规则，有着独特的建筑轮廓和空间架构。

业态组合方面

更真个性化、小众化，例如侧重于艺术展览、手工艺品售卖、小众主题书店等特色业态的融合，运营模式方面

不像传统商业有比较统一规范的运营流程和时间安排。而是精准聚焦于特定的小众群体，像主打复古文化爱好者、潮流先锋人群等

Current situation

买手店的现状

市场规模与分布

- 从规模来看，截至2017年底，全国买手店数量已突破1200家，以单店年平均500万元销售额计算
- 从分布来看，中国内地的买手店主要分布在上海、杭州，深圳，成都，重庆，形式上兼顾街店与店中店两种.

竞争格局

- 行业竞争激烈，不仅有本土中高端女装品牌、设计师品牌等参与竞争

发展趋势

- 买手店与其他消费业态融合创新，如出现了咖啡馆买手店等新业态.
- 一些国际品牌买手店加速在中国市场布局



Market analysis

市场分析



- 运营成本上升：买手店需要投入大量资金用于采购商品、租赁店铺、装修、人员培训等，运营成本较高。特别是在一些一线城市的核心商圈 选品与库存管理难度大：买手店的核心竞争力在于其独特的选品，但这也意味着需要买手具备敏锐的时尚洞察力和精准的市场预测能力。
- 消费者忠诚度低：消费者的时尚品味和需求变化较快，此外，市场上买手店数量众多，产品同质化现象较严重
- 专业人才短缺：买手店的运营需要具备专业知识和技能的人才，然而，目前国内相关专业人才相对短缺，人才培养体系也不够完善，这在一定程度上制约了买手店的发展

Morning boutique

猫饼买手店

1、产品

汇集新锐设计师，展示其独具匠心、巧思
与趣味兼备的创意产品。

2、品类

涵盖男女服装、鞋包、配饰、等。

3.品牌理念

shine like the stars

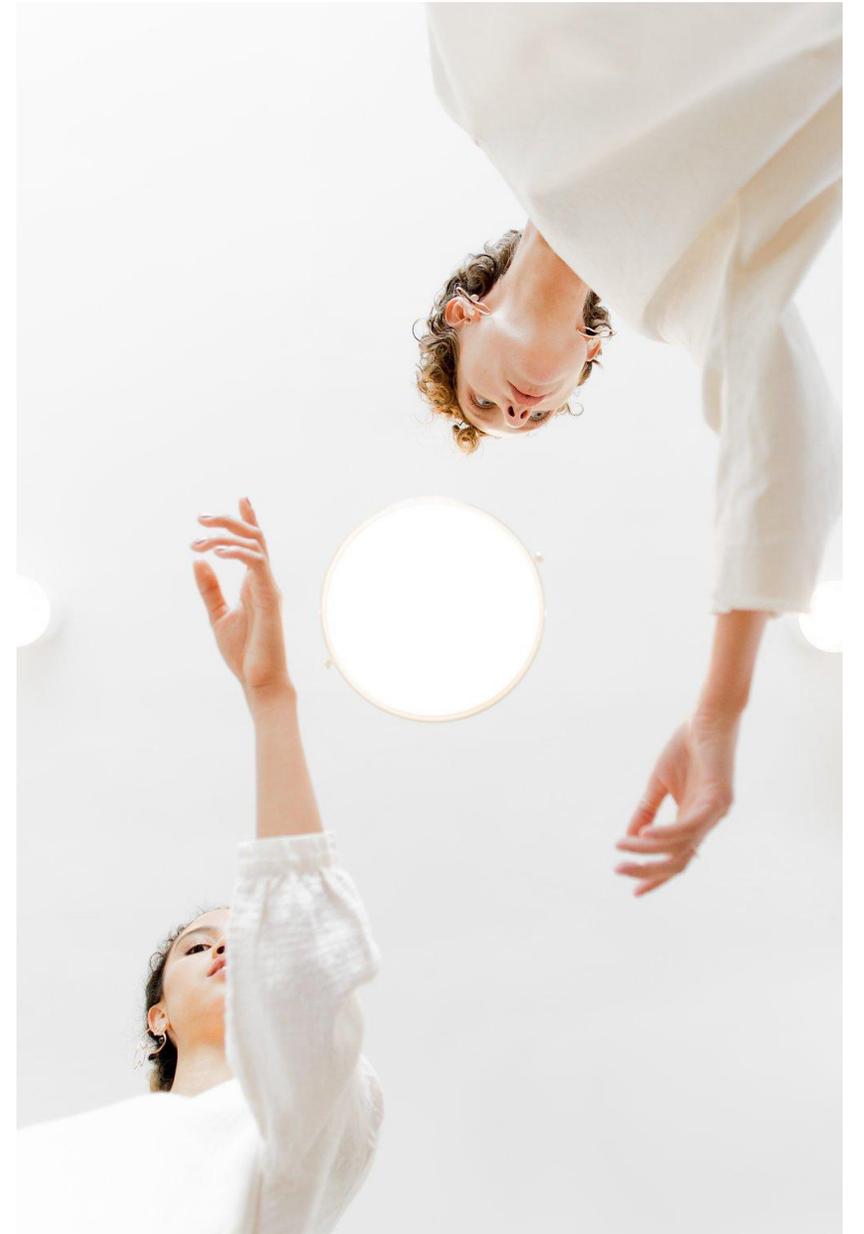
be different from others

像星星一样闪耀与众不同



Target population 目标人群

年轻中断高端消费者：主要面向18-40岁之间的年轻人群，追求个性、独特性和高品质生活的人。
社交活跃型群体：这些消费者喜欢参与社交活动，如时尚派对、私人聚会等，倾向于购买精致礼服并为情绪价值买单



Product

产品 shoes

FASHION

THE ONLY 4 BOOT STYLES YOU NEED THIS FALL

As seen on the runways, shoppable now.

by KEVIN LEBLANC and COPELYN BENDEL
SEP. 4, 2024





**ACNE STUDIOS CRINKLED
LEATHER BOOTS**

\$1,300

→SEE ON NET-A-PORTER



**STEVE MADDEN ROCKY
COGNAC LEATHER**

\$159.95

→SEE ON STEVE MADDEN



**MCQUEEN BAG BOOT IN
BEIGE**

\$1,890

→SEE ON ALEXANDER
MCQUEEN



**ROBBIE PLATFORM KNEE-
HIGH BOOTS**

\$123

→SEE ON CHARLES & KEITH

产品 clothes

NYLON

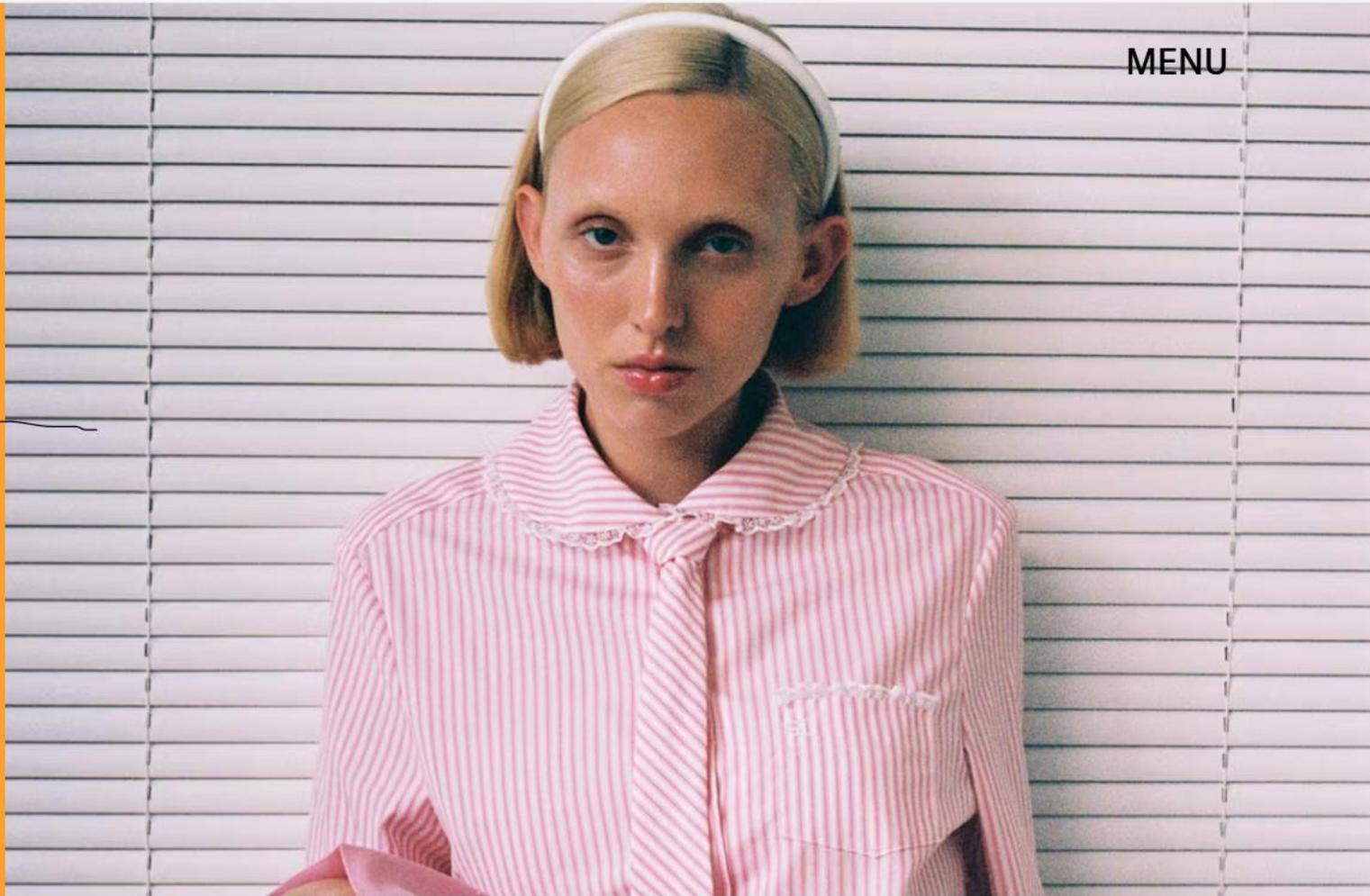
FASHION

SANDY LIANG IS DRESSING THE HOT GIRL WITH A DESK JOB

Looks for when you have a meeting at 4 p.m. and a reservation at Le Dive at 8 p.m.

by KEVIN LEBLANC
JUNE 11, 2024

MENU





Product

产品 bag

FASHION

IL BISONTE IS THE HOTTEST IT-BAG BRAND YOU NEED TO OWN

Say hello to your new forever bags.

by JENNIFER YEE
OCT. 16, 2024





ROSETO

Il Bisonte

\$440

[→SEE ON IL BISONTE](#)



LE IAUDI

Il Bisonte

\$595

[→SEE ON IL BISONTE](#)



SALINA

Il Bisonte

\$345

[→SEE ON IL BISONTE](#)



STUDIO

Il Bisonte

\$470

[→SEE ON IL BISONTE](#)

Product

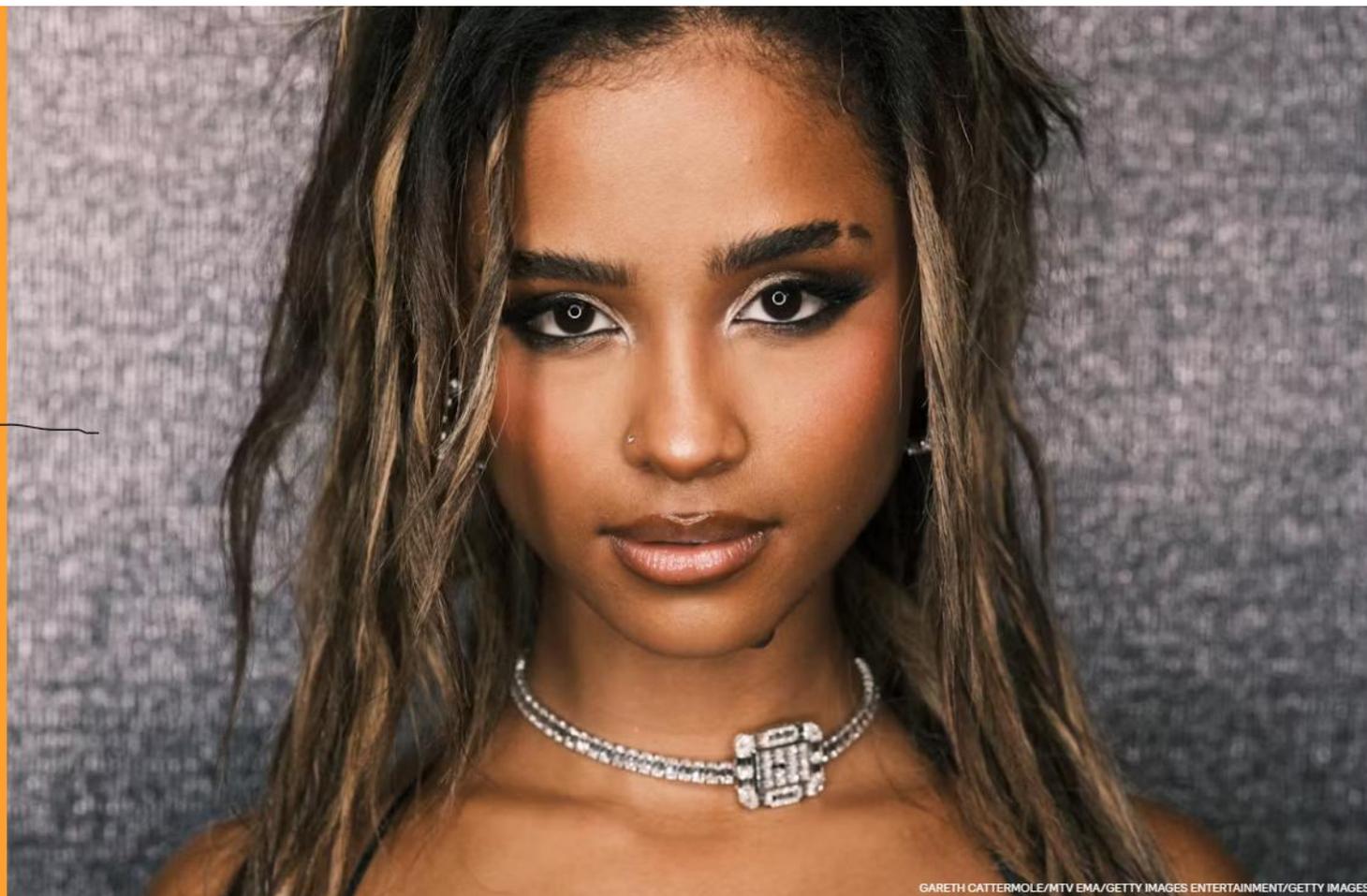
产品 jewelry

FASHION

3 WAYS TO WEAR WATCHES ANYWHERE BUT YOUR WRIST

Spice up your timepiece game this winter.

by KEVIN LEBLANC and COPELYN BENDEL
NOVEMBER 26, 2024



GARETH CATTERMOLLE/MTV EMA/GETTY IMAGES ENTERTAINMENT/GETTY IMAGES



**STEVE MADDEN WATCH
NECKLACE**

\$58

→SEE ON STEVE MADDEN



**FREE PEOPLE TIMELESS
WATCH CHOKER**

\$48

→SEE ON FREE PEOPLE



BREDA X DALMATATA TIME RING

\$150

→



**BREDA NOCTURNE RING
WATCH**

\$150

→SEE ON FREE PEOPLE

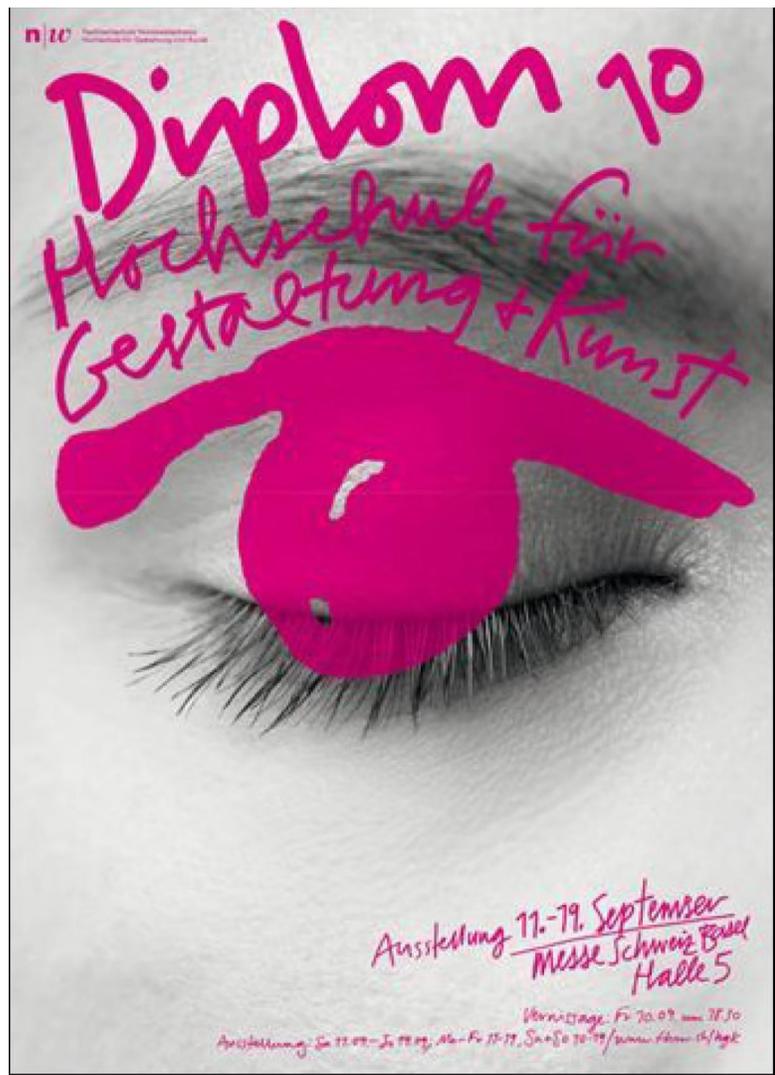
Business Model

商业模式

1. 产品独特性和差异化：，结合特调酒，能够为顾客提供独特的饮酒体验和小众酒品选择。例如，特调酒可以根据季节变化、消费者偏好或特定主题（如根据不同季节或节庆（如春节、圣诞节、情人节等）推出限量版特调酒地域风味、历史文化）进行定制，提升个性化和专属性。



2. 体验式消费：结合酒文化体验的买手店，打造一种“购物+社交+体验”的综合消费场景。顾客不仅可以购买精选商品，还能在店内品尝特调酒，体验文化氛围和品味。可以设立专门的品酒区，定期举办品酒会、调酒展示等活动



3.会员制与定制服务：通过会员制或VIP客户制度，提供个性化的推荐和定制服务。会员可以享受独家新品抢先看，限量版服装定制，定期收到精选的小礼物和搭配建议，提升客户忠诚度和复购率。



定制服务



4.零库存模式：采取“零库存”模式，根据需求预定商品而非存货。这有助于减少库存压力，降低运营风险。



猫饼店铺设计说明

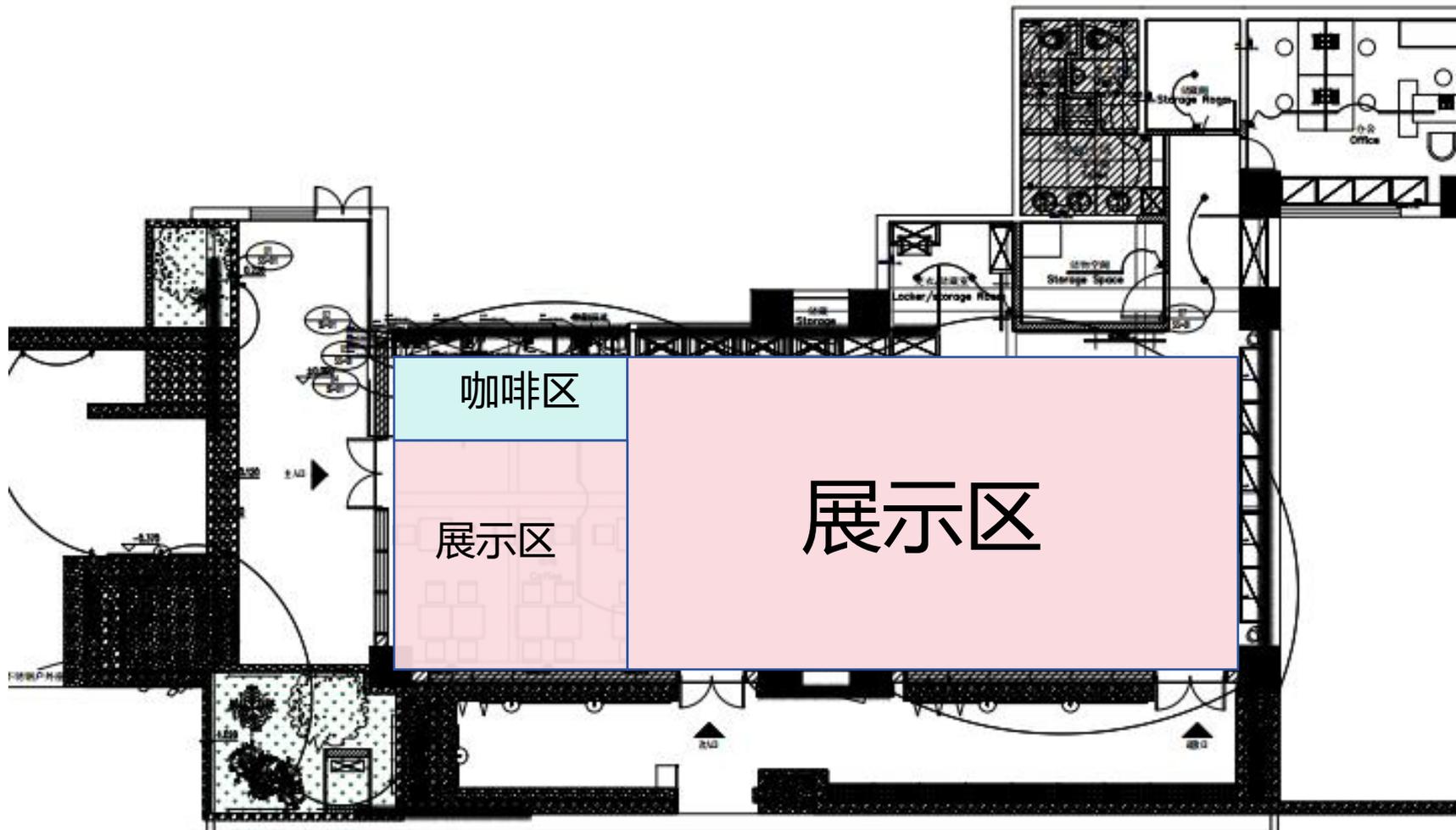
现代ins风，运用了霓虹灯光，浅粉和蓝给人柔和、梦幻的感节白色家具相辅相成，前厅咖啡馆，后厅买手店，有助于流动与总分区的平衡，前厅咖啡馆作为一个社交空间，可以举办小型活展览或时尚沙龙。这种空间的社交性与后厅的商业性相辅相成是升了店铺的多功能性和市场竞争力。这种搭配能让顾客在店区受到放松与愉悦，增强购物时的沉浸感同时为空间带来一种温且艺术感十足的氛围。空间看起来更富有层次感，又能塑造出视上的动态效果，使店内环境更具吸引力。传达出品牌的独特定位，像星星一样闪耀与众不同

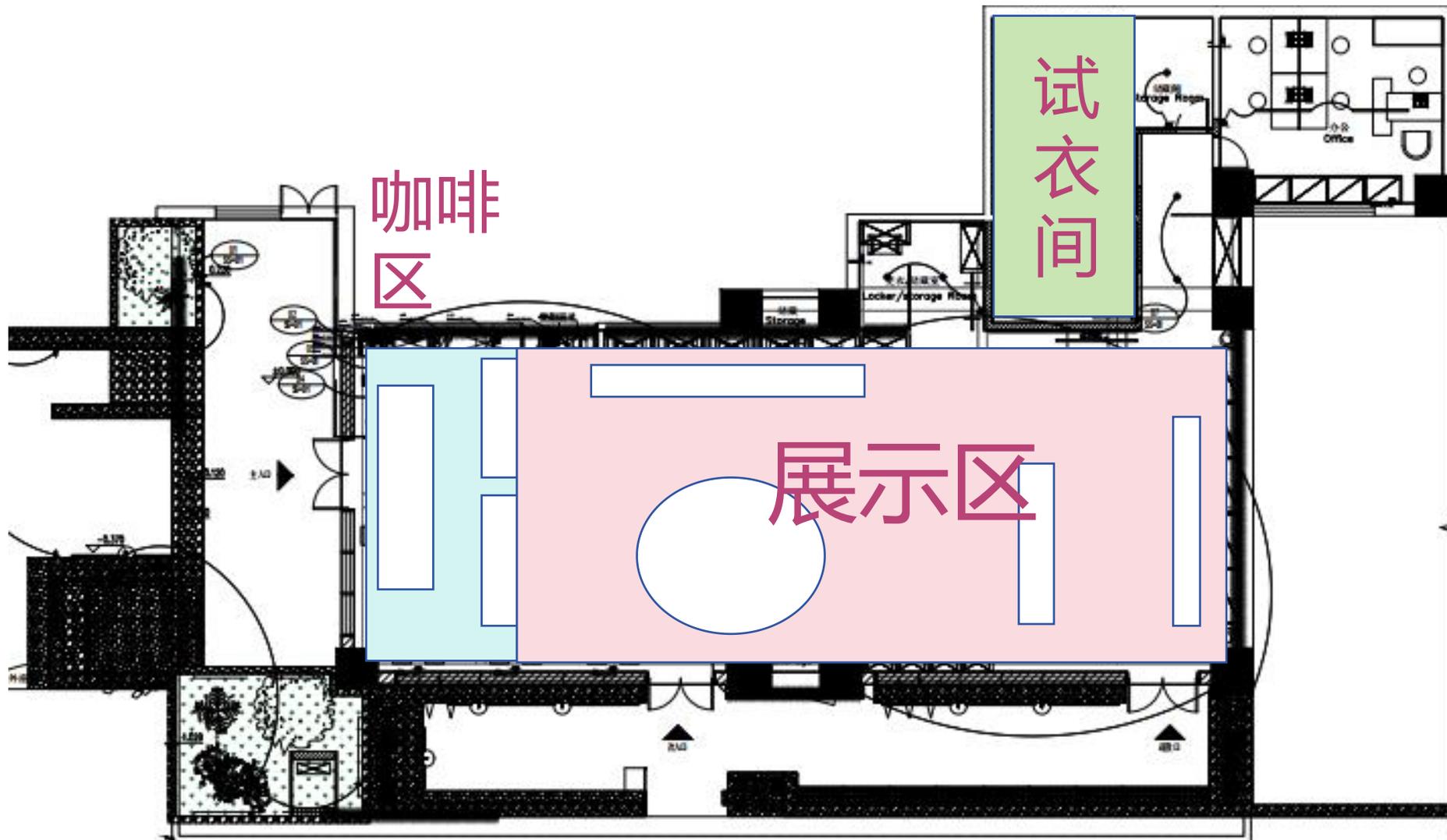


玄关设计

entrance hall







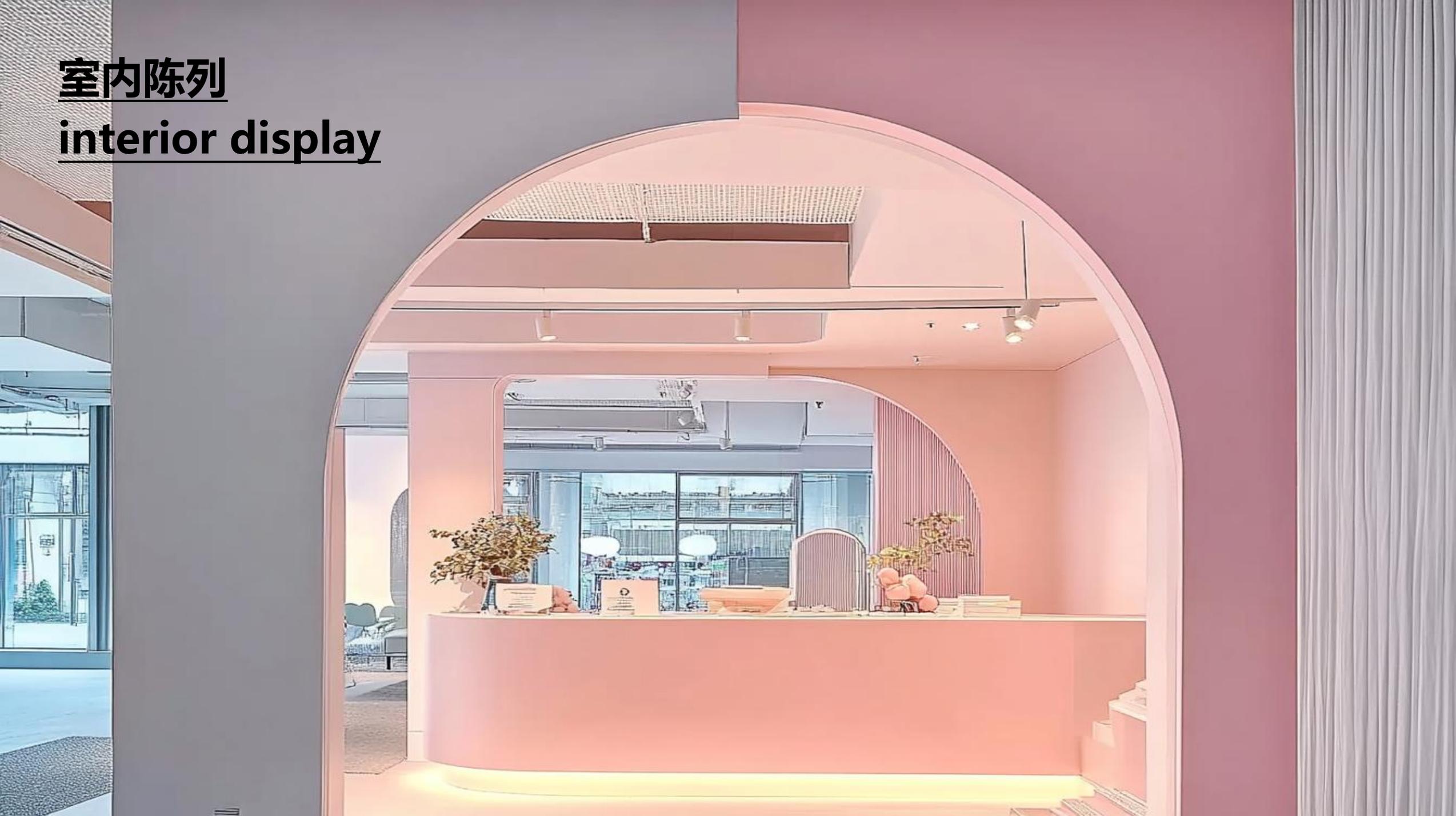
咖啡区

Coffee area



室内陈列

interior display



室内陈列

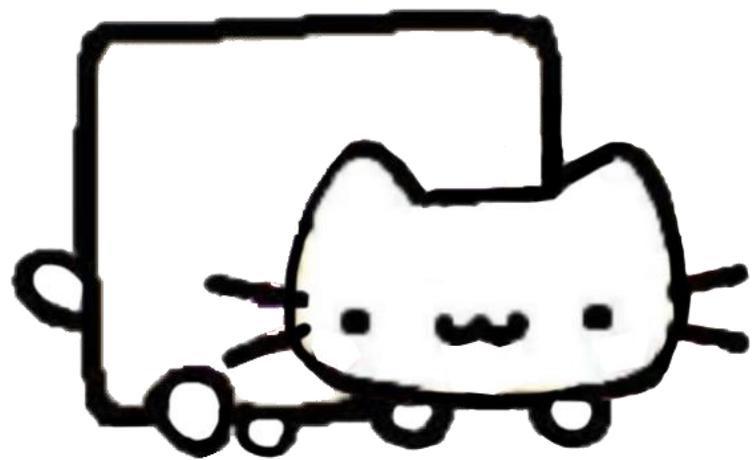
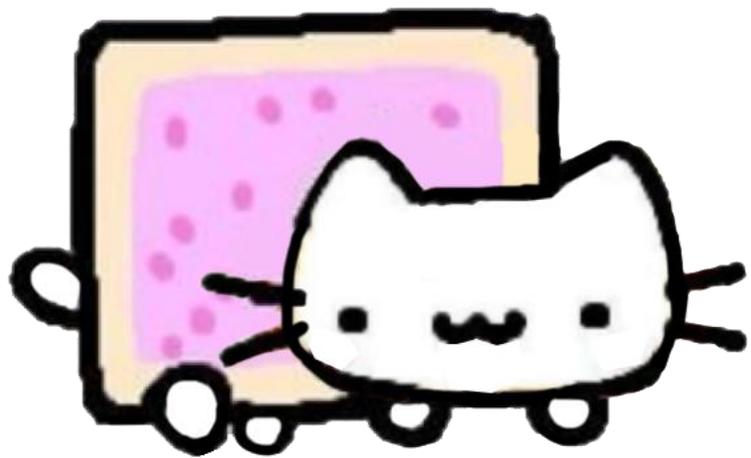
interior display



室内陈列

interior display





吊牌 售后



After-sales Card

DIANBUS "次潮车"

"一起追赶下一辆班车，追不上也没关系。

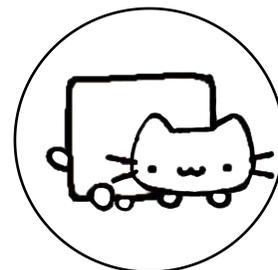
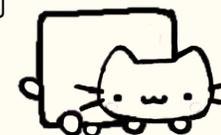
也许周国的风景也很满呢。"

cloud blue sky rein wind sunshine snow

Rower plant tree warm hot cold life is beautiful it's all about

life

"我能遇见你，已经很不可思议了"

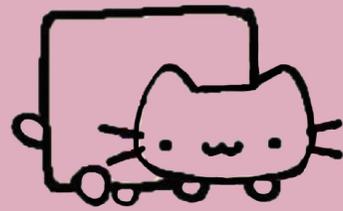


包装袋



宣传册

Picture album



M.orning boutique

M.orning

RISE AND SHINE

Contents 01

Fashion 20



x 1

Subtotal: €150

Shipping: €10

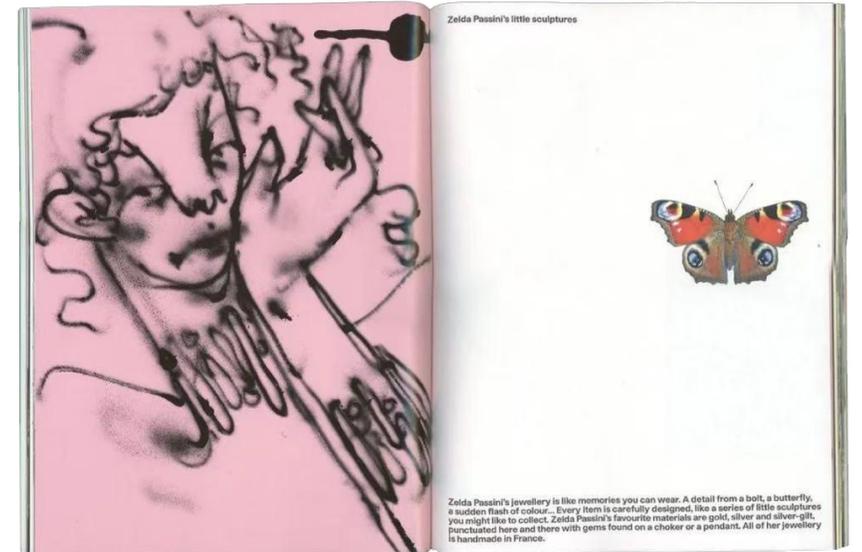
State Tax: €10

Total: **€170**

Thank you for your purchase!

Track my order

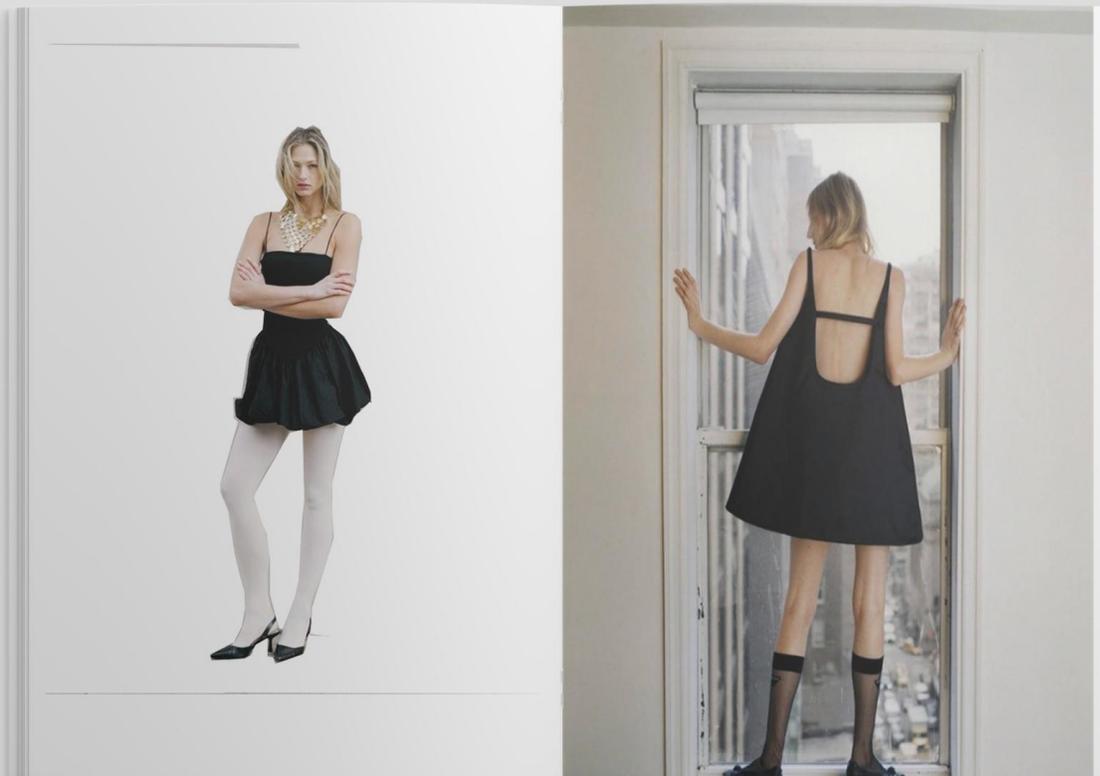
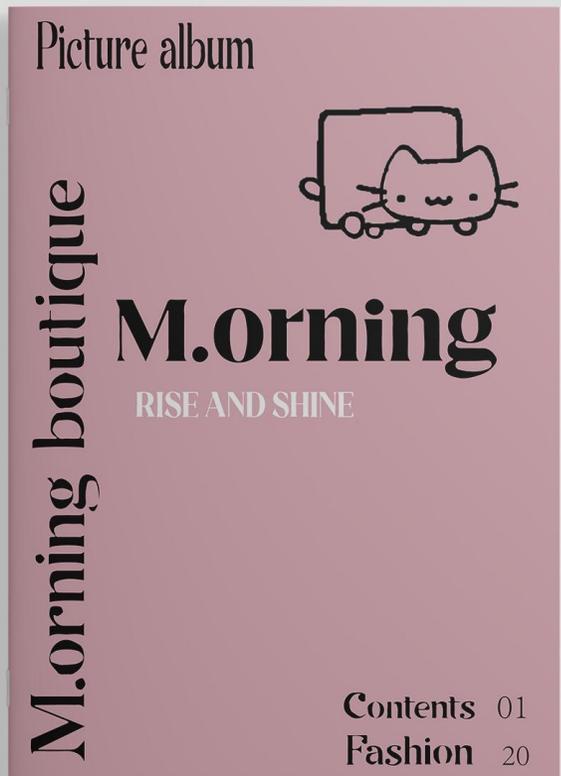
Order details



Zelda Passini's little sculptures

Zelda Passini's jewellery is like memories you can wear. A detail from a bolt, a butterfly, a sudden flash of colour... Every item is carefully designed, like a series of little sculptures you might like to collect. Zelda Passini's favourite materials are gold, silver and silver-gilt, punctuated here and there with gems found on a choker or a pendant. All of her jewellery is handmade in France.

宣传册



宣传册

Stationery Branding Mockup.

folded Paper Brand

You can change color and a ease thanks to the smart la:

LETTER F

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae ab illo inventore veritatis et quasi architecto beatae vitae dicta sunt explicabo. Nemo enim ipsam voluptatem quia voluptas est aspernatur aut odit aut



commodo consequat.

Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident.

mobile
+123 11 5467 127X
email
pixeden@contact.com

studio
1456 Citysystemoffice 3 B
Newyork
NY 1234 USA

website
pixeden.com
John Doe
Graphic Designer

0.1



This is the volume 4 of our perspective half-fold psd brochure mockup template compatible with A4 and US

in designs thanks

21

Fixeden is hard at work providing quality web resources.

特调酒
卡牌

Morning



cocktail

四
季

春

sangria

Dried 苹果干
apple



青苹果
菠萝 Pineapple juice
澄清液 Green apple
juice

桂花
蒸馏液
Osmanthus

Morning cocktail

Mozart 莫扎特
可可chocolate
利口酒

花
的
猜
想

果糖
syrup
Seedlip 94
希蒂力94

brandy

Sea
玫瑰 salt
海盐



M.orning cocktial

奇洛索
浓缩

Chiroso
espresso

茶
女
port

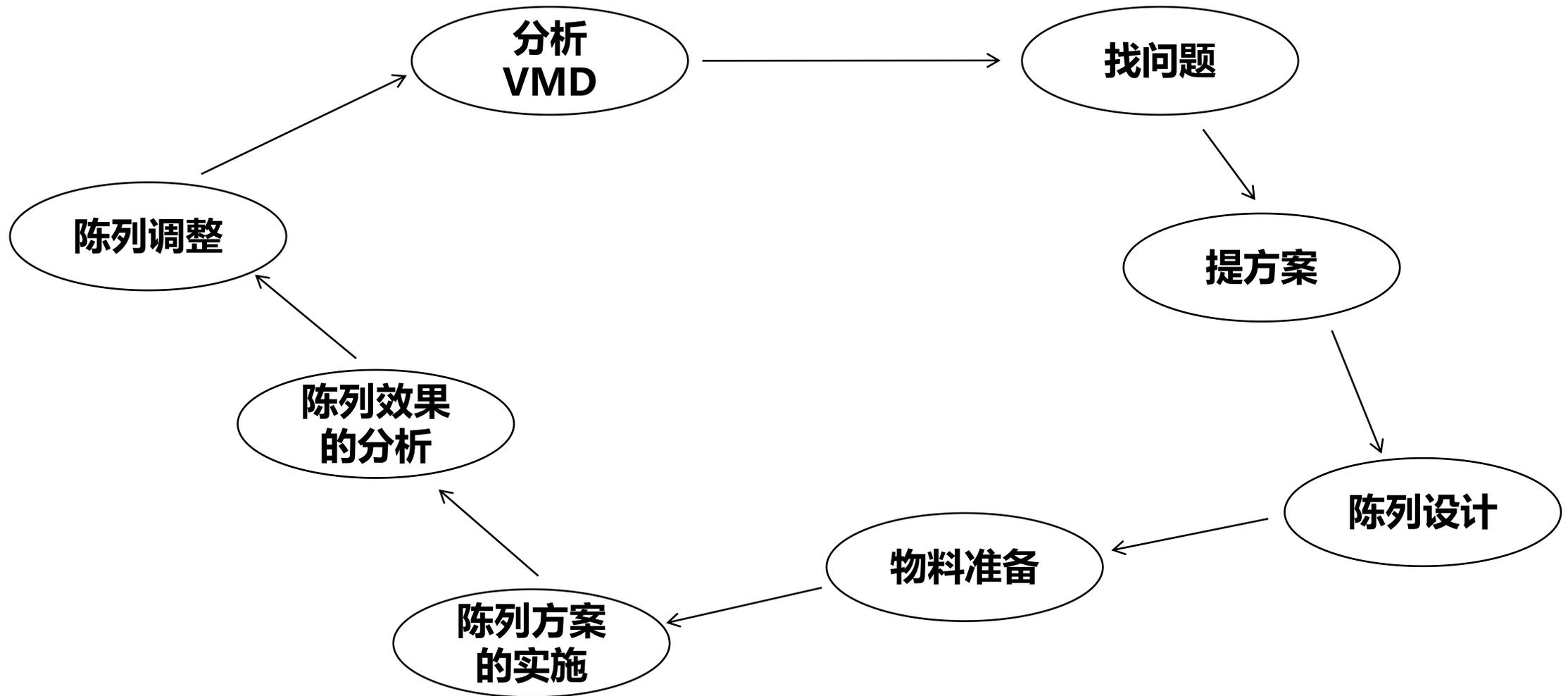
48 ¥

黄油 sous vide-
and 蟠桃 butter
低温慢煮汁
flat peach juice



白玉兰
蒸馏液
magnolia
distillate

Space management 空间管理



空间管理

根据商品在店铺里面的表现分类

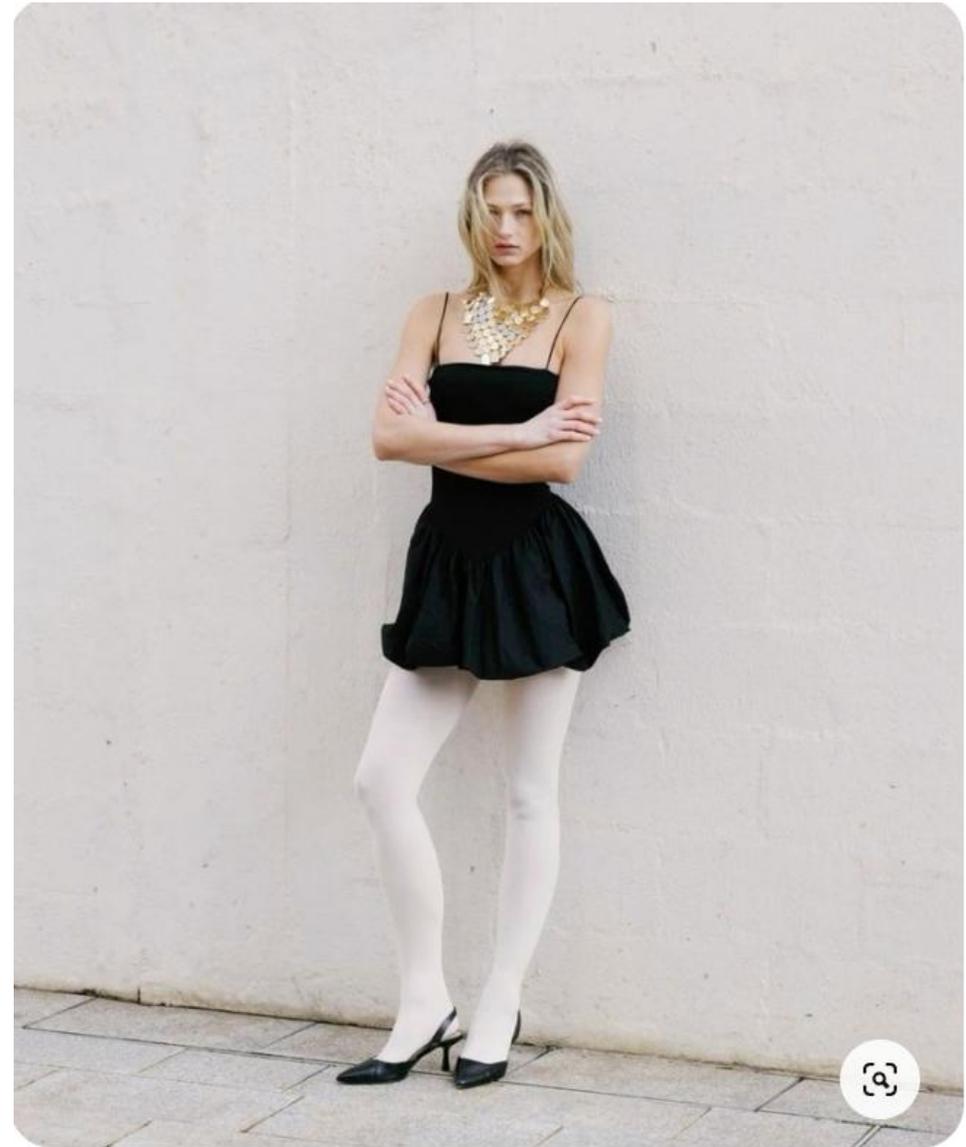


∅ “主力” 商品

∅ “流量” 商品

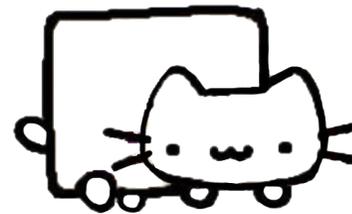
∅ “特色” 商品

∅ “滞销” 商品



Display plan

陈列方案



主力商品的陈列

- ∅ 主题展示
- ∅ 卖场设计（氛围的营造）
- ∅ 配套物件跟进
- ∅ 训练员工销售中可能会遇到的问题

限量商品

- ∅ 特色展示陈列
- ∅ 留意顾客的关注度
- ∅ 适合哪种客人
(身材、颜色、生活方式、搭配要求)
- ∅ 让时尚度高的员工推荐

流量商品的陈列

- ∅ 开大陈列面积
- ∅ 重复摆设
- ∅ 重点搭配
- ∅ 与其他的款式搭配（滞销）

滞销商品陈列

- ∅ 新形式展示
- ∅ 搭配新产品出样
- ∅ 搭配畅销款式出样
- ∅ 促销主题陈列

Communication

传播与营销

线上线下互动促销：

- 在线上社群、图文视频发布线下店铺的优惠活动信息，引导消费者到线下店铺购物。
- 在线下店铺设置二维码或小程序入口，引导消费者关注线上平台，实现线上线下互动促销。
- 数据驱动运营：
 - 收集线上线下销售数据、用户行为数据等信息，分析消费者需求和市场趋势，优化产品选品和库存管理。
 - 利用数据分析结果调整营销策略，提高营销活动的针对性和效果。

建立会员体系：

- 建立线上线下统一的会员体系，为消费者提供积分兑换、会员专享折扣等福利。
- 通过会员数据分析，了解会员的购物习惯和喜好，提供个性化的服务和产品推荐。

Communication

传播与营销

1. 会员制度：

设立会员体系，消费满一定金额可成为会员，会员享受积分、折扣、优先购买权、生日特惠等福利。

2. 主题活动：

定期举办不同主题的活动，如时尚秀、搭配比赛、新品发布等，吸引顾客参与。

3. 限时折扣：

不定期推出限时的大幅折扣活动，如周末折扣日、节日大促等。

4. 与周边商家合作：

与附近的咖啡店、美容院等进行联合促销，互相引流。

6. 免费造型服务：

为购买一定金额的顾客提供免费的简单造型设计。

M.O.rning

Full-season operation

全季运营

1. 产品规划和库存管理

多季产品规划：买手店需要根据四季变化合理规划商品种类。春夏季注重轻便透气、色彩鲜艳的服装和配饰，秋冬季则可以增加厚重、保暖的单品。同时，也要考虑“跨季”商品，如秋冬季的外套可以搭配春季的轻便衬衫，形成过渡。

库存周期管理：精准的库存管理很重要。季节性的商品必须合理安排购买和上新周期，避免库存积压或供货不足。可以采用提前采购和预定系统，以满足不同季节的需求。

2. 品牌和商品筛选

选择适合全年运营的品牌和商品：买手店的核心在于精心挑选商品，品牌的选择需要考虑其全年适用性。

可以选择一些具有季节跨越性质的品牌或经典款，确保无论季节如何变化，店内的商品都具有吸引力。

跨季节商品引入：除了传统季节性商品外，加入一些可以跨季节的基础款或热门单品。例如，经典款外套、皮革配饰、基本款T恤等，可以在全年内根据搭配变化调整。

Full-season operation

全季运营

4. 店铺管理与人员培训

提升销售团队的专业性：买手店的销售人员需要具备一定的时尚敏感度和产品知识，能够根据顾客的需求提供专业建议。

优化顾客体验：无论是实体店还是线上店铺，保证顾客体验至关重要。保持店内整洁、优质的服务、合理的布局等，都能提升顾客满意度和回购率。

5. 店铺空间设计与氛围营造

灵活调整店铺布局：根据季节变化调整店内陈列，尤其是季节性商品和新品的展示，创造一种符合季节氛围的购物体验。例如，春夏季可以采用清新自然的陈列风格，秋冬季则可以营造温馨、舒适的氛围。

提升顾客体验：提供如咖啡区、休息区等附加服务，让顾客在购物过程中有更舒适的体验，愿意停留更长时间。

M.O.rning

Full-season operation

用户运营

1. 定位

社群定位：主要面向18-40岁之间的年轻人群，打造为轻松趣味的氛围

2. 创意互动活动

趣味投票和问答：定期发布轻松有趣的投票或问题，激发社群成员参与。例如：“你是美拉德穿搭还是多巴胺穿搭？”或者“如果可以带一件衣服去度假，你会选择什么款式？”

穿搭挑战：举办“周末穿搭挑战”或“节日主题穿搭挑战”，鼓励成员分享他们的穿搭照片，并设定趣味奖励。例如，可以设置“最创意搭配奖”或“最时尚风格奖”，通过投票选出获胜者。

迷你游戏或测试：推出与时尚、风格相关的小游戏或测试。例如，“你的穿搭风格是哪个明星风格？”这类趣味测验能够吸引用户参与，增加社群活跃度。



Full-season operation

用户运营

3. 社群成员的参与和创意

用户生成内容 (UGC)：鼓励社群成员发布自己的穿搭照片、搭配技巧、时尚建议等内容。可以通过设置专门的主题标签（如#我的时尚日记#）来整理这些内容。

成员故事分享：定期组织成员分享他们的时尚故事或穿搭心得，让会员通过参与活动获得带有趣味和创意的奖品（如独特的时尚小物、定制配饰等）。

4. 节庆和热点营销

节庆活动的创意结合：例如，针对情人节、圣诞节等节日，可以推出一些“情侣搭配挑战”或“节日专属穿搭指南”。

热点话题的结合：结合时下的热点话题、流行趋势和文化事件，创造一些与品牌相关的趣味话题。例如，在“流行色”发布时，进行“你的流行色搭配挑战”之类的互动活动。

ALISSA

八木アリサのヘルシーかわいい♡LOOK

アリサちゃんのコーデの主演は、女の子気分が上がるガーリーアイテム。かわいさの中にヘルシー要素も取り入れて、しっかり大人に着こなすのがポイントです！

OTHER LOOK #01

- Jailet ¥8,800
- Inner ¥2,800
- Skirt ¥7,800
- Bag ¥7,800
- Shoes ¥1,000

OTHER LOOK #02

- Kit ¥8,800
- One-piece ¥7,800
- Skirt ¥3,000
- Shoes ¥10,000

小物でガーリーをプラス

カラーバランスがカギ

ちょっぴり大人の気分

ラクチンだけど大人可愛いガーリーカジュアル

着回しに役立つチロニーのフレミニスカートは、サーキュラーシルエットだから美脚効果もあり。マルチボーダーニットと合わせた、程よいマリッジテイストが気分。

- Kit ¥7,200
- Hat ¥4,800
- Skirt ¥8,800
- Socks ¥1,000
- Bag ¥8,800
- Shoes ¥10,000

エレガントなレースはあえてのカジュアルダウンが正解！

ゴージャスなレース使いが大人っぽくてフェミニンなブラウスは、あえてデニムでカジュアルダウン。キレイ色ニットを併用して春らしさをプラスして。

- Kit ¥5,800
- Blouse ¥4,800
- Skirt ¥8,800
- Socks ¥1,000
- Shoes ¥8,800
- Shoes ¥10,000

春気分の花柄ニットはワイドパンツでモードな雰囲気

コンパクトなサイズ感とレトロな花柄がキュートなニット。トップスがタイトだから、ボトムはワイドパンツをあわせて、流行りのバランスでまとめてみたよ。

- Kit ¥8,800
- Bag ¥7,800
- Shoes ¥8,800
- Shoes ¥10,000

Financial calculation

财务测算

120,000(装修摊销)+120,000(月租)+360,000(员工薪资)+100,000(进货库存)+20,000(营销)+300,000(设备)+50,000(其他费用)

初期投资总额 = 1,070,000元 (107万)

店铺营收测算表 (预估)			
预计成本 (每月)		费用(每月)	备注
固定成本			
1	房租		包含在装修摊销费用中
2	店面装修	10000	
流动成本			
1	人力	30000	员工人数: 6人 5000(每月)*6
2	水电	13000	
3	物业费	3000	
4	产品宣发	10000	
5	产品采购	20000	
6	设备	0	
装修摊销			
	费用	店面预计开店年限	
总	4560000	5年	装修摊销包含房租, 店面装修
年	91200		
月	76000		
总计 (每月)		162000	
店面收入 (预估)			
商品利润率		40%	
预计每月收入		405000	
预计每天收入		13500	
每人购买人数以 及价格区间		50(人)~380 (¥/人)	
		200(人)~95 (¥/人)	