

1ST

非标主理人

Non-standard manager peripheral store

1ST

为热爱定制无限可能

Wireless possible

Non-standard manager peripheral store

2024

1ST

Your First Choice, Your Custom World
Your First Choice, Your Custom World
Your First Choice, Your Custom World
Your First Choice, Your Custom World

1ST

1ST非标主理人外设店



主理人：荆少凡

2024
/12/2

序

言

非标主理人的个性化商业实践

在消费升级与个性化需求不断扩大的时代，“非标主理人”已成为品牌打造和用户连接的新焦点。他们不仅是产品设计与服务理念的创造者，更是品牌故事的核心。通过鲜明的个人特色、差异化的定位与创新的商业模式，这些主理人将“小众”转化为“精准”，将兴趣化为共鸣，从而在竞争激烈的市场中开辟属于自己的领域。

本报告以2个独具代表性的案例为切入点，深入剖析非标主理人的运营逻辑与成功路径：跳海酒馆，一个以情绪消费为核心的青年文化聚集地；上海 HAI550，融合自然与艺术的独特体验空间

通过对这2大案例的研究，我们将从品牌定位、商业模式设计、产品与服务创新到营销传播与社群运营全方位解析非标主理人如何凭借个性化经营理念与创新的商业实践，赢得目标用户的喜爱并创造长期价值。通过前面的案例分析，我将为大家介绍我自己的非标主理人外设店1ST





主 理 人 概 述

通过个性化理念与差异化产品构建品牌的创始人或运营者。

核心特征：

小众但精准的目标受众。

品牌背后有故事或情感共鸣。

突出个人风格与情绪化体验。

为什么关注非标主理人？

现在这个世代注重独特性与表达自我。

消费升级，情感和价值成为关键竞争点。



目录

1.1ST品牌理念 1st Brand Concept

2.品牌体系设计 Brand system design

3.视觉文创衍生品 Visual cultural and creative derivatives

4.电竞民宿与电商模式 E-sports homestay and e-commerce model

5. 商业模式设计 Business model design

6.用户运营与发展路径 User operation and development path

7.未来展望 Future outlook



1st品牌理念

1st Brand Concept

01

“Your First Choice, Your Custom World”（你的第一选择，个性化定制世界）。



1ST
Your First Choice, Your Custom World



1ST
客制化外设品牌规划
你的第一选择，个性化定制世界

2024
/12/2

LOGO设计

1. 主体构成与设计风格

字体设计：

Logo 中的“1st”采用了未来科技感强烈的设计风格。字体线条锐利、棱角分明，具有强烈的电竞氛围和现代感，传递了品牌的科技属性和专业性。整体视觉冲击力：

整体造型类似一个动态的“X”形，带有一种冲破束缚的力量感，象征着品牌追求个性化、不断突破边界的精神。

纹理效果：

Logo 表面使用了仿金属材质的纹理，增强了质感和立体感，凸显出品牌的高端与品质追求，也契合了客制化外设的工业设计属性。

2. 品牌核心理念的体现

动态感与竞技性：

logo 的整体设计强调动态流线，结合锐利的线条，给人一种速度感和力量感，这与电竞文化的激情与竞争氛围高度契合。

创新与独特：

不规则字体设计与传统字体有明显区分，传递了品牌“打破常规”“追求个性”的“非标主理人”的理念象征唯一性，用户能从 logo 中感受到1st 在定制外设领域的创新精神。

象征唯一性：

“1st”不仅表达了“第一”“首选”的含义，也意味着品牌致力于为用户打造独一无二的专属产品，强调个性化与唯一性。

4. 细节与寓意

锋利的线条：

线条如同刀锋，象征电竞的对抗性和外设产品的精准性能，同时也表达了品牌在设计上的锋芒与锐意。



1st 外设店

1ST

为热爱定制无限可能

----- 2024 /12/2



1ST

----- 外设店

赛道B

非标主理新商业运营

原株冶厂区：

- ① 铅电解【遗址】
- ② 物质大楼
- ③ 铜熔炼【遗址】
- ④ 设备闲置
- ⑤ 砷烟灰库
- ⑥ 砷烟灰库



赛道B竞赛范围
一期选区

主理人概述



1. 1st的**核心品牌**理念

关键词: 客制化、个性化、互动性、沉浸感、文化联结

“先有人再有店”

一句话概括，先有人再有店”，这句话并不是口头说说而已，而是真的在把它变成整体的社群运营思路。

举例来说，一个店在签约的那天，针对这个店的社群就已经开始运营了。他们把住在附近的朋友、或者未来有可能会和店发生关系的朋友都拉到一个群里，一个类似“预热监工群”就开始了，在群里日常更新“监工日记”，把这个店的筹备状态都同步给大家，并且一些设备甚至厕所的选择都会问大家的意见……目的就是让大家觉得“这家店跟我有关系”，他是见证着这家店的成长过程的。所以每个店开业大家过来的时候，不像是一群毫无关系的人凑到一起庆祝开业，更像是相熟已久的“网友见面”。社群的种子在开业之前就已经种下。社群运营无论线上还是线下，建立信任、开放参与，都是其中最核心的思路。



1st主理人:荆少凡

1.1非标主理人的视角

.非标主理人视角

(1) 主理人的角色：品牌灵魂

理念：作为非标主理人，荆少凡的个人特色（对外设的专业理解、审美主张、电竞文化认知）塑造了品牌个性。

体现：

- 1.通过直播或视频内容与你的用户直接对话，讲述产品背后的故事。
- 2.以设计师视角展示产品工艺，分享创作灵感和趋势见解。
- 3.借助你的个性化内容（如DIY教程、外设分享），打造粉丝粘性。

(2) 非标主理人“多重角色”理念

设计师：你设计的不止产品，还设计一种体验和生活方式。

讲述者：通过你的故事传递产品价值，赋予它文化意义。

推动者：把用户的DIY创意带入品牌发展，让他们成为品牌共创者。



1st主理人:荆少凡

1.2品牌故事

品牌故事：1st——为热爱定制无限可能

在这个飞速发展的时代，每个人都在寻找属于自己的独特标签。作为一个电子竞技爱好者和DIY发烧友，我一直在思考一个问题：是否可以有这样一个地方，既能满足玩家对性能的极致追求，又能让个性化设计成为产品的核心？

从这个念头开始，我创立了“1st”。“1st”代表第一、首选，也代表着为用户打造独一无二的产品，让每一件外设都承载着用户的故事与个性。

从一个DIY桌面到一个品牌

一切的起点，是我自己的DIY桌面。从拆解键盘、研究轴体到尝试定制大键帽，我渐渐发现，这不仅是一种乐趣，更是一种表达自我的方式。每个键盘的设计背后，都承载着对生活、游戏、甚至艺术的思考。身边的朋友开始被吸引，他们希望也能拥有一款独属于自己的键盘，于是我开始为他们设计。

从简单的手工改装到严谨的定制工艺，从我的工作桌到品牌的成立，这段旅程让我意识到：客制化不仅仅是一种技术，它是一种情感的连接，是一种个性的释放。



1st品牌体系设计

Brand System Design

02

2.1 主打产品

客制化键盘

来让我给大家简单介绍一下什么是**客制化**键盘
客制化是指用户根据个人需求和喜好，自主选择或定制键盘的外观、配置和功能的键盘产品。

主要特点：

1. 外观定制：

包括键盘布局、键盘外壳、轴体、轴下垫、定位板、声音包、PCB电路板、声音包、卫星轴、键帽材质、颜色、图案和效果的个性化设计。

2. 性能定制：

选择不同的轴体类型（如磁轴、红轴、青轴等）、键位布局（如87键、104、60、68键），甚至调整按键反馈、声音和触发点。

3. 模块化设计：

键盘的外壳、PCB、电路板等模块支持替换或升级，满足用户长期使用需求。

1ST客制化

理念：

客制化是用户**自我表达**的重要方式，1st提供的不仅是产品，而是一个让用户定义**个性**和风格的平台。

目标：

帮助每位客户实现**“独属于你”**的键盘、鼠标与外设作品。

延伸：

通过模块化设计，让用户可以持续升级、更新产品，保持新鲜感。





2.2 1ST客制化键盘的流程

1. 确定需求与设计

选择布局:

决定键盘的大小和按键数量，例如60%、65%、75%、87键或104键等。

定义风格:

确定外观主题，包括颜色搭配、键帽材质、灯效和整体风格（如简约、科幻、复古、IP联名）。

功能需求:

考虑是否需要无线功能、热插拔键轴、多媒体键等附加功能。

2. 选择硬件组件

键盘PCB板:

选择支持所需布局的电路板（热插拔或焊接版本）。

键盘外壳:

确定外壳材质（塑料、铝合金、树脂等）和配色。

键轴:

根据打字手感和使用场景选择轴体类型，如FPS（轴体）、磁轴线性轴（红轴）、段落轴（茶轴）、点击轴（青轴）。

键帽:

确定材质（ABS、PBT等）、高度（OEM、Cherry、SA等）和颜色图案。

灯效模块（可选）:

配置RGB灯效模块，支持灯光自定义。

3. 安装与组装

焊接或热插拔:

如果使用热插拔PCB，可以直接插入键轴；否则需将键轴焊接在电路板上。

安装稳定器:

安装空格键、回车键等大键的稳定器，调整润滑以确保手感稳定。

固定外壳:

将PCB、电路板和外壳组合固定，并确保螺丝安装稳固。

4. 调试与优化

功能测试:

使用键盘检测软件检查每个按键是否正常工作。

调校键轴与键帽:

检查按键手感，调整键帽安装平整度，并为键轴加润滑油提升顺滑度。

调试灯效:

配置RGB灯光效果，优化视觉体验。

5. 个性化与包装

个性化设计:

添加个人专属元素，如定制键帽、个性铭牌或主题配件。

包装与展示:

设计独特包装盒，提升整体产品质感，适合送礼或品牌营销。

6. 使用与维护

定期保养:

清洁键帽、键轴和外壳，保持键盘性能和美观。

升级与调整:

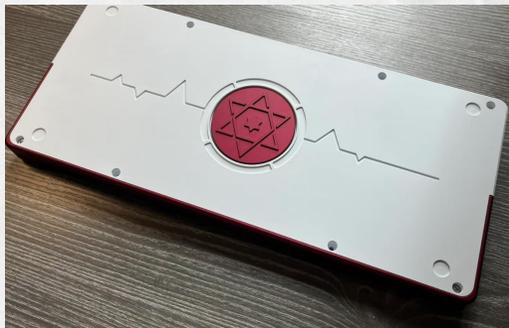
更换键轴或键帽，持续优化使用体验。

2.3 配件展示 在1st你可以选择的键盘外壳

木坨坨



铝坨坨



黄铜



holy60 镂空真的超级帅 强烈推荐大家去尝试一下



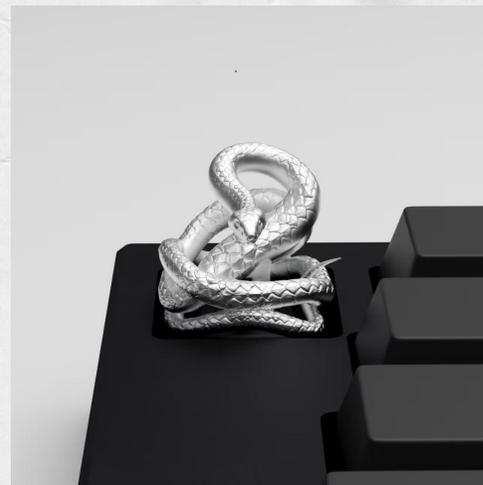
阳极紫也不错哦

2.3 配件展示

大家再来欣赏一下holy**镂空**的质感



键帽 (925) 纯银



简单给家看几款特殊键帽

黑神话联名



当然咯还必须得有手托 航插线来搭配属于你的键盘



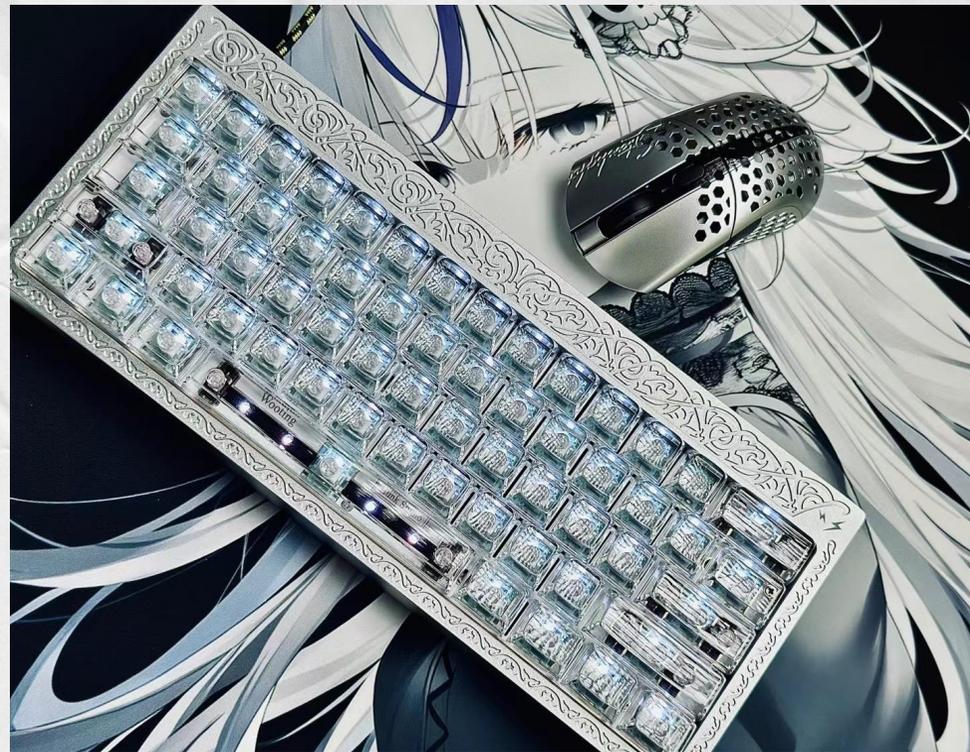
全铝手托

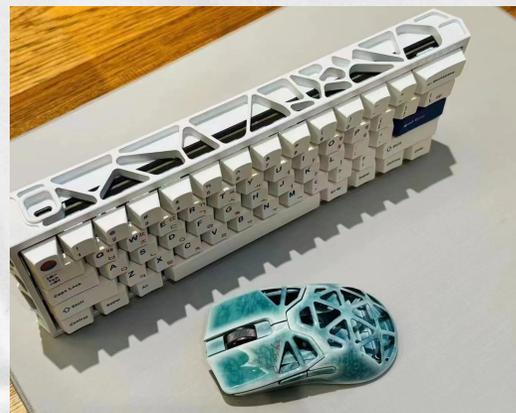
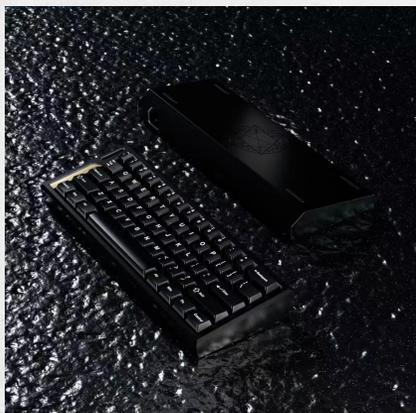


纯手工精致的打磨

3.4 键盘整体展示

看完如此多配件的照片 大家还没看到属于自己的键盘长什么样子吧





1st以设计赋予科技温度，通过简约的外形设计与高性能结合，让每一件产品都像艺术品。

目标：

让每位用户从触碰产品的一瞬间感受到“科技美学的力量”。

视觉文创衍生品

Visual Cultural and Creative Derivatives I

03

3.1st外设衍生产品

1ST“军火箱”



3.2视觉与文创 趣味设计





YOU WHO LOVE LIFE

KEYCAP LIGHT

WHAT STYLE OF PRODUCT DO YOU LIKE
COME HERE AND HAVE A LOOK

YOU WHO LOVE LIFE

YOU WHO LOVE LIFE

AJINFACAIBA

AJINFACAIBA

AJINFACAIBA



Retro

(精致轻奢)
minimal
design



Design
复古,
赛车键帽。

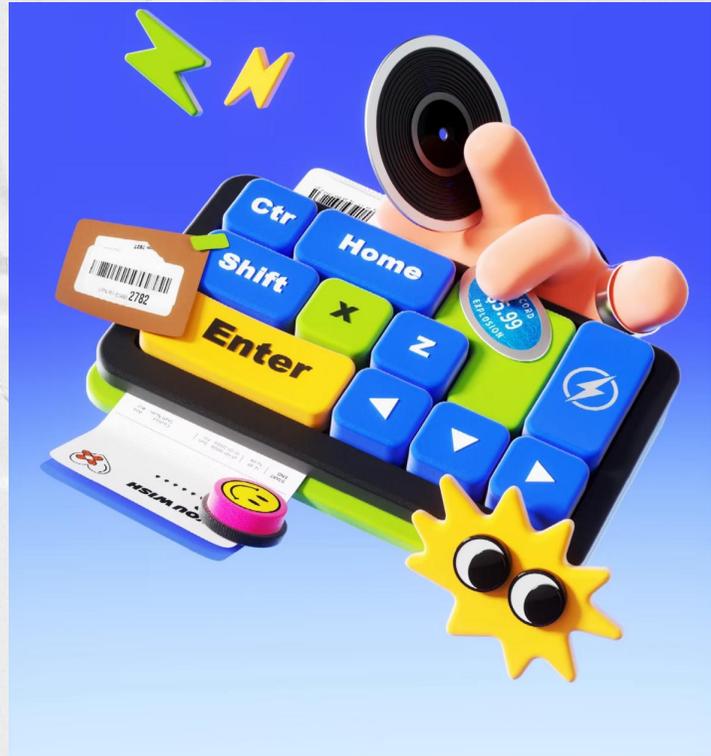
(趣味,精致)

(配色创意) 创意键帽。

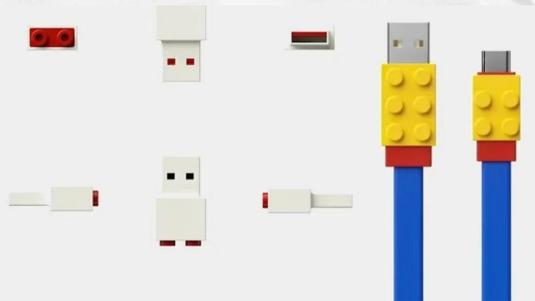


#fddaa8
#b0572d











你以为这就结束了不??

包不可能的老弟

有我这个主理人在 怎么可能让我的主理店如此**“平庸”**

如果你们这样想的话那就是大**错**特**错**咯!!!



电竞民宿与电商模式

Esports dormitory and

Douyin e-commerce model

04

4.1 电商与传播理念

(1) 内容为王：构建“情感连接”

理念：

电商直播不仅是销售产品，更是分享个性、故事和态度的平台。

目标：

把1st的“外设定制文化”变成用户的情感认同点，让粉丝产生归属感。

传播形式：

1. 技术讲解 + 产品展示：

手工装配键盘的全程直播，直观展现产品精细工艺。

2. 电竞生活方式直播：

在电竞民宿展示如何使用1st的外设产品，营造科技潮流的生活方式。

3. 用户参与感：

在直播间进行设计投票、互动问答，让用户感受到自己是1st品牌的一部分。



4.1 电商与传播理念

短视频策略：

打造高记忆点

产品亮点展示：

如灯光效果、定制键盘声音等极具吸引力的细节。

场景化短片：

电竞玩家、科技潮人如何在生活中使用1st产品。

教程与故事：

键盘DIY全流程、电竞房间布置灵感。

抖音直播带货

直播主题：

电竞潮流与外设个性化。

互动活动：

DIY教程、电竞生活展示、粉丝设计大赛。

传播策略：

短视频+直播带货双管齐下。

The logo features a large, stylized red '1st' on the left. To its right, the Chinese characters '外设' (Peripherals) and '严选' (Strict Selection) are stacked vertically in a red, calligraphic font. Below these elements, the English phrase '1ST DEVICE SELECTED' is written in a red, bold, sans-serif font with a slight shadow effect.

外设
严选
1ST DEVICE SELECTED

主机/鼠标/键盘/耳机
鼠标垫/客制化/高端定制

4.2电竞民宿理念：空间即场景化品牌体验

电竞民宿：沉浸式电竞空间

理念：

不只是民宿，而是一个“电竞玩家的天堂”，每一个房间都是沉浸式体验区。

设计方向：

- 1.使用**1st**产品布置民宿房间，强调品牌核心产品。{有外设自选区主打随心}
- 2.房间主题可与**IP**联动（如“机械主题”、“银河主题”等）。
- 3.公共区域设计为电竞竞技区，提供多人游戏体验。





电竞区：高端设备试玩体验。
DIY定制区：现场组装外设产品。



4.2电竞民宿理念：空间即场景化品牌体验

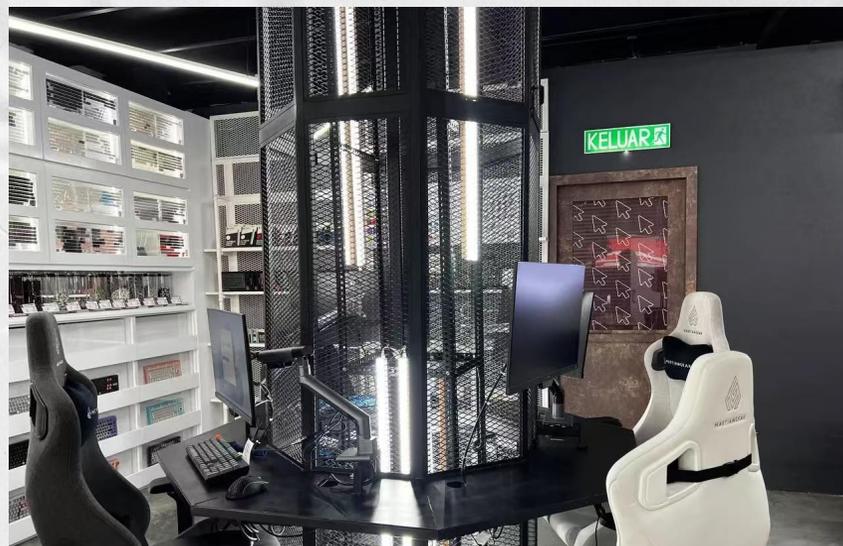
(2) 电竞玩家的社交场所

理念：

电竞不仅是个人体验，更是一种社交方式，民宿成为玩家的社交中心。

运营：

- 1.定期举办玩家聚会或电竞赛事。
- 2.配合品牌直播，让线上观众感受到电竞空间的氛围。



商业模式设计

Core Business Model Design

05

5.核心商业模式设计

5.1 收入来源

- 1.产品销售：
主打定制化外设设备及联名限量款。
- 2.电竞民宿：
房间预订费和外设设备推广收入。
- 3.直播带货：
抖音电商销售转化。
- 4.增值服务：
DIY教程、设备维修与升级。
- 5.电竞民宿收入

5.2 会员体系：

定制优惠、优先预订、专属限量款
冠军选手见面会、免费教学



商业模式

1st的很多活动，是就算不改造键盘也欢迎参与的。无论哪种活动的目的都不是“招客式”吸引用户来消费——甚至，团队内部对活动的一条“红线”就是，不能过于刻意、不能形式大于内容、不能空洞，而是要前置思考：这个活动到底能给用户带来什么样的价值？他们承认现在并没有做的十全十美，但只要坚持做这些思考与复盘，用户一定能感受到我们在做的事情。来1st客制化键盘只是个结果。

如果一定要说“商业模式”，1st可能是用社群的逻辑，找到了盘活人、空间、内容三者关系的新路径。过去的路径是用非常多的内容，吸引用户来单向度地消费。但问题在于这是“一次性的”。而现在1st的思路在于，让内容由社群本身产出和完成，从而吸引更多用户前来，再进入到这个路径当中。一方面这是可持续的，是“一万人来一百次而非一百万人来一次”（语出山崎亮的《社区设计》）。在这个过程中，更多的用户相互之间看到、产生链接，于是“附近”就出现了，让更多的人去知道1st。



用户运营与发展路径

User operation and development path

06

6. 用户运营与发展路径

6.1 核心用户群体

电竞玩家：

追求性能与个性化。

年轻设计师：

热衷DIY与美学表达。

潮流消费者：

喜欢限量款与独特设计。

6.2 社群运营策略

打造电竞社区：

线上线下活动联动，增强黏性。

用户激励：

设计比赛、直播间互动福利等。

6.3 品牌拓展计划

短期：

抖音直播引流，提升品牌知名度。

中期：

拓展电竞民宿业务，结合本地旅游资源。

长期：

发展为行业标杆品牌，开拓海外市场。

6.4 共创文化：

让用户成为品牌的一部分

理念：

1st是“开放性品牌”，用户可以通过分享创意、DIY设计、参与联名合作，直接影响品牌发展。

实现：

1.

举办DIY大赛，获胜作品可量产作为联名产品。

2.

鼓励用户在社交平台分享他们的定制作品，增加品牌曝光。

1. 520 爱意定制活动

活动主题：“键入爱意，每一按都是心动”

活动时间：5月10日 - 5月20日

活动内容：

1. 情侣定制套餐：

提供“情侣键盘”或“情侣鼠标”定制服务，可选择相互匹配的设计主题。

情侣刻字服务：键盘或鼠标上添加专属情感语录或名字缩写。

2. 线上打卡：

抖音挑战活动：“晒你的1st爱意定制”，上传情侣定制外设视频，参与抽奖赢取免费定制券。

3. 直播促销：

举办情感主题直播，展示520特供款外设，直播间下单立减52元，并赠送“爱的专属礼盒”。

2. 七夕节 唯你专属

活动主题：“定制你的浪漫”

活动时间：农历七月初一 - 七夕当天

活动内容：

1.七夕限定外设：推出联名设计款键盘与鼠标，采用浪漫主题配色（如樱花粉、星空紫）。

2.DIY体验：

在线下电竞民宿店推出“亲手拼装键盘”活动，情侣可一起完成属于彼此的外设。

3.赠礼活动：

- 每笔订单随机赠送定制鼠标垫或刻字大键帽。

4.抖音营销：

发布七夕情感故事短视频，结合民宿+外设场景，强化情感与品牌连接。

双十一 全面爆发

活动主题：“外设狂欢，定制生活”

活动时间：11月1日 - 11月11日

活动内容：

1.限时秒杀：

每晚8点推出客制化键盘、联名键帽特价秒杀活动。

限量推出双11特别款产品，如大键帽和迷你小键盘。

2.满减促销：

订单满500减50，满1000减120，叠加直播间专属优惠券。

3.组合套装：

推出“电竞玩家套装”（键盘+鼠标+鼠标垫）或“文创爱好者套装”（定制小键盘+大键帽+文创礼盒），享受套餐价优惠。

4.社群裂变：

在微信、抖音粉丝群发布优惠预告，参与分享活动可获得额外折扣券。

常规促销策略与全年活动节奏

1. 店铺周年庆（结合品牌生日）：

提供定制回馈活动，老顾客享额外折扣，抽取幸运粉丝赠送免费DIY机会。

2. 新品发布：

每季度推出新款外设产品，线上直播揭幕，线下店同步体验和销售。

3. “体验日”活动：

每月举办一次线下DIY或电竞体验日，吸引用户参与，增强互动。

4. 节日打折与主题活动：

春节、国庆等节点推出节日定制主题款产品，并同步直播促销。

通过这些活动，可以实现全年持续不断的品牌热度，结合非标主理人的独特运营理念，增强用户参与感，打造专属1st的品牌文化与情感连接。

未来展望

Future outlook

07

7.未来与展望

目标：

成为非标主理人定制化外设行业的引领者。

愿景：

将科技美学与个性化外设带入更多生活场景，创造全新电竞文化生态。

Archivo

Regular | Medium | SemiBold | Bold
Italic | *Medium Italic* | *SemiBold Italic* | *Bold Italic*

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789?!.@#\$\$%^&*()

2024/12/2

1st非标主理人外设店

1ST

Your First Choice, Your Custom World
Your First Choice, Your Custom World
Your First Choice, Your Custom World



