



# HERE 案例分析

(北京护国寺)

# 店铺介绍



设计前

VS



设计后

“HERE” **日咖夜酒**位于北京市西城区护国寺大院38号。其独特之处在于由一处曾作为新华书店仓库、闲置多年的**老建筑改造**而成，历史底蕴深厚在改造中刻意保留了老仓库的墙面、地面肌理和人字形屋顶，形成了鲜明的工业风与现代感融合的空间

# 店铺前后对比



# 店铺风格



核心特色：仓库改造、工业风设计、废土风  
市场竞争：位于传统京味小吃聚集区形成差异化

# 店铺展示



核心表现：钢筋水泥 裸露的墙面 管线锈迹斑斑

保留70-80年代的旧工厂风格 采用一些旧款式的物件包括之前的门牌号 灯具 摆件等等



店铺设计强调“**一角落一场景**”布置了许多适合拍照的空间

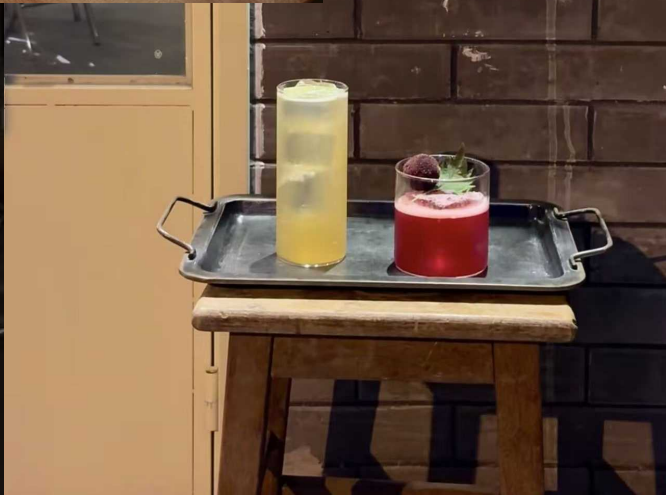
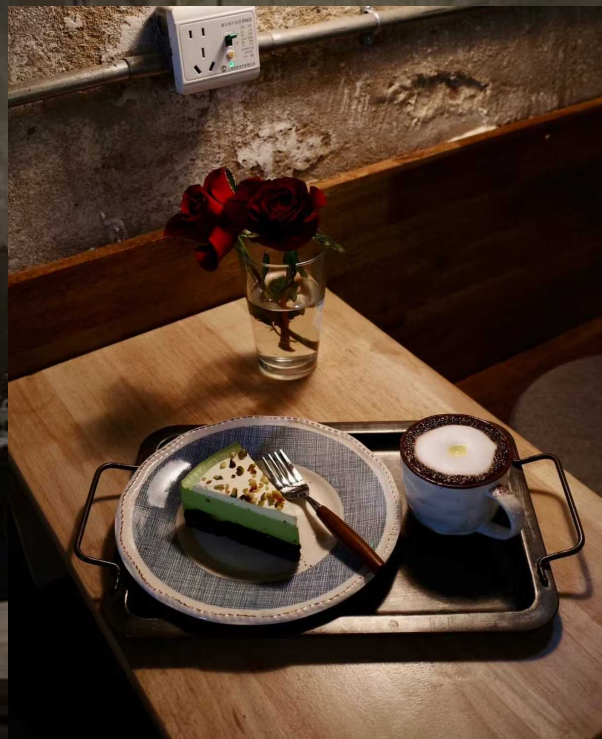
# 店铺运营

产品服务：咖啡饮品、西餐与韩餐融合简餐烘焙  
拉花体验课程 新增加合作方创啤社（酒馆）

沙龙活动：品牌方的活动 节日效应

空间设计：保留仓库肌理，工业风，注重拍照打卡场景

社区关系：主动让出车位给胡同居民



# 服务业态



SHENG BREWING

## 酒头接管

山乘酿造 X 创啤社(护国寺店)

**早鸟票**  
139/畅饮

**现场票**  
99/3杯(330ml)  
159/畅饮

畅饮活动时间  
18:30-22:30

早鸟票购买渠道:  
大众点评或美团搜  
创啤社(护国寺店)团购链接

FROM CRAFT  
BEYOND  
CRAFT

山乘 X 创啤社  
SHENG BREWING

## 活动回顾



店铺白天咖啡 晚上酒吧 营销

# 学习体验业态



12—2025							01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12
星期日	星期一	星期二	星期三	星期四	星期五	星期六												
	1 十二	2 十三	3 十四	4 十五	5 十六	6 十七												
	单日咖啡拉花课	工作日咖啡2日课 - 1	工作日咖啡2日课 - 2	单日咖啡拉花课	单日咖啡拉花课	单日咖啡拉花课												
					钟表碱水面包课	Jellycat 面包课												
7 大雪	8 十九	9 二十	10 廿一	11 廿二	12 廿三	13 国家公祭日												
单日咖啡拉花课	工作日咖啡2日课 - 1	工作日咖啡2日课 - 2		工作日咖啡2日课 - 1	工作日咖啡2日课 - 2	周末咖啡2日课 - 1												
钟表碱水面包课						圣诞贝果面包课												
14 廿五	15 廿六	16 廿七	17 廿八	18 廿九	19 三十	20 冬月												
周末咖啡2日课 - 2	单日咖啡拉花课	单日咖啡拉花课		工作日咖啡2日课 - 1	工作日咖啡2日课 - 2	单日咖啡拉花课												
圣诞贝果面包课						圣诞贝果面包课												
21 冬至	22 初三	23 初四	24 平安夜	25 圣诞节	26 初七	27 初八												
单日咖啡拉花课	单日咖啡拉花课	单日咖啡拉花课		工作日咖啡2日课 - 1	工作日咖啡2日课 - 2	周末咖啡2日课 - 1												
圣诞贝果面包课						圣诞贝果面包课												
28 初九	29 初十	30 十一	31 十二															
周末咖啡2日课 - 2	单日咖啡拉花课	单日咖啡拉花课																
圣诞贝果面包课																		

### 注意事项

- 上课时间明细
- 咖啡2日课 10点 - 14点
- 拉花课 10点 - 14点
- Jellycat面包课 10点半 - 14点
- 碱水面包课 10点半 - 14点
- 圣诞贝果面包课10点半 - 14点

### 报名方式:

- 🌐: lehuoqingyin
- (乐活青银的拼音)

### 付费锁席位

- 支持换课、换班、换日期
- 开课前1-2天拉课程小群
- 欢迎进大群蹲课表和活动

店铺白天的烘焙学习日

# 活动业态

至  
ACME STUDIOS

X

HERE  
clothes and coffee

时尚与慢生活的融合

Salon Couture meets Café Culture

冰博克自由日<sup>半价</sup> DUAL-CITY  
北京—上海 POP-UPEVENT  
「双城 联动」  
VOL.02

### 北京门店地址

每周— HE27 COFFEE  
朝阳区双花园南里三区5-1底商

每周二 Sly Fox小狐狸咖啡(白塔寺店)  
西城区宫门口东岔94号

每周三 三三两两俱  
朝阳区东坝乡半截塔路郎园station D8栋

每周四 HERE(护国寺店)  
西城区护国寺大院38号

每周五 Bagel bugel贝果餐厅  
东城区东直门街道东直门外十字坡东里11号楼



胶汇：匈中照片展Keresztmetszet

匈牙利文化中心，北京

## 新闻再现

2025年8月19日

特别报道

中匈  
特刊

- 一张张影像所呈现的历史交集，是两国文化互鉴的注脚
- 一场场异国的演出，是彼此热情的回应与尊重
- 一次次体育场上的切磋与汗水，是跨国友谊的生动写照

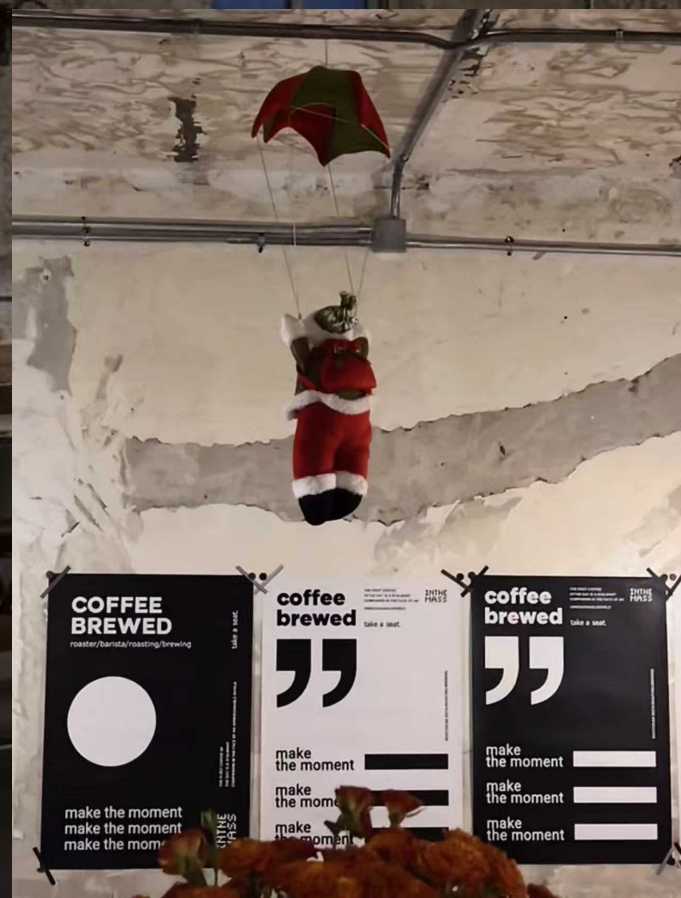


导读

在报纸的版面背后，曾经的闪光灯与快门声定格了无数真实的历史瞬间。今日，《胶汇：匈中摄影展》通过一帧帧来自 Fortepan 数字资料库的珍贵影像，为我们打开一扇跨越时空的新闻“再现场”。展览以图像为媒，呈现两国历史脉络与文化联系，定格下那些极具时代意义的重要瞬间、人物与事件。





# HERE店铺的举办活动

# 节日装饰



# 店铺的节日装饰

# 产品与服务

<p><b>TOP 1</b></p>  <p><b>小黄油拿铁</b> ¥32 近三月人气推荐</p>	<p><b>TOP 9</b></p>  <p><b>青提酸奶碗</b> ¥68</p>	<p>社 (北京护国寺店) TRON TAPROOM [HGS]</p> <p>有序排队点酒 请勿大声喧哗 室内禁止吸烟 ART IN EVERY BREW</p>
<p><b>TOP 2</b></p>  <p><b>阿芙佳朵咖啡</b> ¥42</p>	<p><b>TOP 10</b></p>  <p><b>辣奶油虾意面</b> ¥68 ¥91【人气爆款】蛋包饭+魔鬼奶油虾意面</p>	<p>低地 (加拿大) Brasserie du Bas</p> <p>15 艾薇儿 (美国) Everywhere</p> <p>17 山乘 (嵇州) ShanCheng</p> <p>19 山乘 (嵇州) ShanCheng</p> <p>21 山乘 (嵇州) ShanCheng</p> <p>23 山乘 (嵇州) ShanCheng</p>
<p><b>TOP 3</b></p>  <p><b>山楂气泡美式</b> ¥38</p>	<p>旋风蛋包饭</p> <p>¥58 ¥91【人气爆款】蛋包饭+魔鬼奶油虾意面</p> <p>玫瑰培根奶油意面</p> <p>¥68 ¥96【尝鲜】玫瑰培根奶油意面+魔鬼奶油</p>	<p>16 布鲁瑞 (美国) Ruekeller</p> <p>18 山乘 (嵇州) ShanCheng</p> <p>20 山乘 (嵇州) ShanCheng</p> <p>22 山乘 (嵇州) ShanCheng</p> <p>24 山乘 (嵇州) ShanCheng</p>

核心产品：白天咖啡饮品，并推出了西餐与韩餐相融合的简餐 / 晚上 精酿酒馆附带一些小吃面包

体验服务：烘焙拉花等体验课程，这不仅是营收来源，也是增强顾客粘性、创造社交的话题方式

定价策略：定价大概率处于北京精品咖啡馆的中上水平

# 体验课价格



199元/人

## 单日拉花课

- ☑ SCA 认证讲师
- ☑ 20%理论+80%实操
- ☑ 学后可来店内实习



我们的烘焙课是4种：

1. jelly cat同款面包课，送12个面包。当天做好可带走。
2. 仙女棒碱水面包课，送8个面包，也都是当天可带走。
3. 碱水面包钟表课，包含12个碱水面包，和钟表表盘、指针、表芯儿等所有物料。
4. 圣诞限定贝果礼盒面包课，包含10个贝果和礼盒包装，自吃送人都很赞。

烘焙课上课时间都是10-13点，Jellycat面包和仙女棒碱水面包课268元/人，碱水面包钟表课和圣诞贝果礼盒面包课是299元/人。最多可支持一大一小。

每个课程都单独拉课程小群，老师也都会在里面，方便大家回家后哪里不会随时答疑。咱也是包教包会的。



SCA专业认证讲师

## 工作日2日咖啡课

- ☑ 基础理论
- ☑ 咖啡萃取
- ☑ 手冲技巧
- ☑ 打奶泡秘籍
- ☑ 拉花手法
- ☑ 特调配方

送3杯咖啡

299元

500+平超美咖啡馆内学习

核心产品：白天咖啡饮品，并推出了西餐与韩餐相融合的简餐 / 晚上 精酿酒馆附带一些小吃面包

体验服务：烘焙拉花等体验课程，这不仅是营收来源，也是增强顾客粘性、创造社交的话题方式

定价策略：定价大概率处于北京精品咖啡馆的中上水平

# 案例总结

在HERE和创啤社 背景下 我想学习他们独特的故事性  
老仓库重生 产品的组合形式 “咖啡 + 简餐 + 体验课程”

这两种合作模式下 我想学习借鉴 他们风格 以及多业态模式 发展  
不同的业态 多方向去进行销售 举办不同的活动 设置独特打卡区域

librairie  
peut-être  
... 可能有书

# 可能有书 案例分析



# 店铺概念



“可能有书”是位于北京东城区东四前炒面胡同49号的一家**“非典型”**书店。她不仅有**书+自习室+咖啡+包子+展览区**一体，打造独特的**文化艺术复合空间**，在开业后迅速实现盈利并成为备受关注的行业样本

# 店铺设计理念

书店的设计根植于其所在的物理基因—— 一个仍有6户居民**共同生活**的“共生院” 这决定了其设计从一开始就无法追求封闭和精致，而必须走向**开放 共享与功能混合**，让书店像水一样自然地“流动”并融入在地生活

# 店铺布局设计

内部书区：摒弃传统的“散落”与“发现”

设计巧思：颠覆传统书店厚重书架为核心的布局

具体做法：

**没有传统书架**，书籍被轻巧地散落在各个角

落，或利用墙体改造的凹凸结构进行展示 书籍

按特定主题精选，但陈列方式更随性，鼓励读者

像寻宝一样去“发现”

设计目的：削弱商业感，营造在家书房般自在、

舒适的浏览体验。



# 内部设计



# 二层露台与自习室



# 商业模式

“可能有书”打破传统书店“**图书+咖啡+包子+文创+展览**”的标准化模式，构建了一个深度融合社区需求的**复合业态**模型。精选图书：作为空间的精神内核，图书聚焦诗歌、文学、电影、艺术、女性等主题公益艺术展厅：店内最大的空间是一个**常年举办免费展览的展厅** 社区包子铺：基于对胡同**便民商业的服务**，书店门口开设现包现蒸的包子铺 自习/阅览空间：多处安静阅读和工作的区域 满足读者“**拿本书能坐上一整天**”的需求 饮品与文创：提供咖啡等饮品，以及销售独立艺术家设计的**非标准文创产品**

# 复合功能区



# 公益艺术



# 业态



librairie  
peU-ère  
... 可能有书

阅读天卷  
CS-BOOKY

## 七十岁素人奶奶 首部非虚构作品

# 我恋禾谷

王玲 著

这是一本关于故乡的书，书写我们生命的来处，  
书写父辈母辈如何在那片土地上，挣扎着、爱着、活了下来。

11/23 (周日) | 可能有书  
10:30-12:00 | 北京市东城区东四前炒面胡同49号



# 案例总结

在“可能有书”背景下 我想学习在 商业创新与模式设计中  
跨界融合 如何将看似不相关的业态（书店+包子铺+公益展厅）  
有机融合，产生“1+1>2”的效果

价值主张：学习它如何精准定位为“城市第三空间”和“精神栖居地”，满足现代人更深层的情感需求，而不仅仅是消费需求。



● REC

▶ 档案库  
ARCHIVES

● 00.00.01

4k  
HD

RAW



● REC

# BRAND POSITIONING

品牌 定位 ▼

● 00.00.05

4k  
HD

RAW



REC

# 品牌含义

“档案库”一家以“废弃工厂”为背景，融合了书籍、咖啡、酒饮和社交的复合文化空间。扮演着废弃后的“留守者”角色。整体的废弃不是简单的破败，而是营造一种“精心设计的混乱”和“废弃后的秩序感”打造一个不仅值得打卡，更能让人反复停留、产生情感连接的品牌空间。



00.00.05

4k  
HD

RAW



REC

# 品牌含义

“档案”的本质是收藏、留存、记录——对应书店这里收藏的是过去历史的思想、故事与文明碎片（书籍），每一本书都是一段被封存的记忆、一种被记录的观点，如同“文明的档案”；而赋予酒吧里的酒饮，又何尝不是“情感的档案”：一杯酒可能关联着客人的某次相聚、一段心事、一个瞬间的情绪，店铺成了这些私人情感的“收藏者”



00.00.05

4k  
HD

RAW



REC

# logo设计

这个是书本与酒杯碰撞的结合

打开的书本：是“档案”的具象化表达，档案本就是知识、故事、记忆的载体，书本对应“档案库”里可翻阅、可探索的文字档案，象征店铺收藏着无数被记录的故事与认知。

高脚酒杯：是“档案库”的“情绪档案”载体，酒液代表着人们的情绪、体验与生活滋味，酒杯则寓意在档案库里，除了文字档案，还能封存、品味人间百态的情绪档案。



00.00.05

4k  
HD

RAW

# 人群定位

“探索者” 20-35岁城市青年。他们有强烈的好奇心，乐于在小红书等平台探索城市新奇去处，是“打卡文化”的参与者；

“新奇者” 22-30岁的年轻学生或初入职场的创意工作者；

“路过者” 35-45岁附近的居民、偶然经过的路人，或对主题无强烈偏好，但需要找一个有特色的地方休息、约会或临时工作的人



REC

# BUSINESS MODEL

商业 模式 ▾

00.00.05

4k  
HD

RAW



REC

# 商业模式

价格策略：白天咖啡晚上调酒分招牌 季节 主题系列限定 分层定价

产品服务：书籍借阅 盲盒书籍 研发特色咖啡调酒与季节水果，花香融化等结合，提供咖啡调酒不同体验 通过系列主题限定打造相关周边IP产品

传播营销：线上线下多渠道推广，开展互动营销活动，与周边商家合作拓展客源

全季运营：依四季特点推相应饮品书籍更换与主题活动，营造四季特色氛围。

社群运营：会员制度 建社群，专人维护，办线上活动，增强用户粘性与互动。

00.00.05

4k  
HD

RAW



● REC

# PRODUCTS SRRVICES

## 产品服务 ▼

● 00.00.05

4k  
HD

RAW



REC

# 产品服务

## 书籍服务

主题书籍活动：定期更换书籍选择 以借阅为主

例如：刚开业以70-80年代的书籍为主 设立活动“以书换酒” 以展览借阅的方式盈利

后续可以根据合作方活动去更换（与环保主题店铺合作）推出环保知识书籍

举办作者分享会 邀请作者与顾客更近点分享

00.00.05

4k  
HD

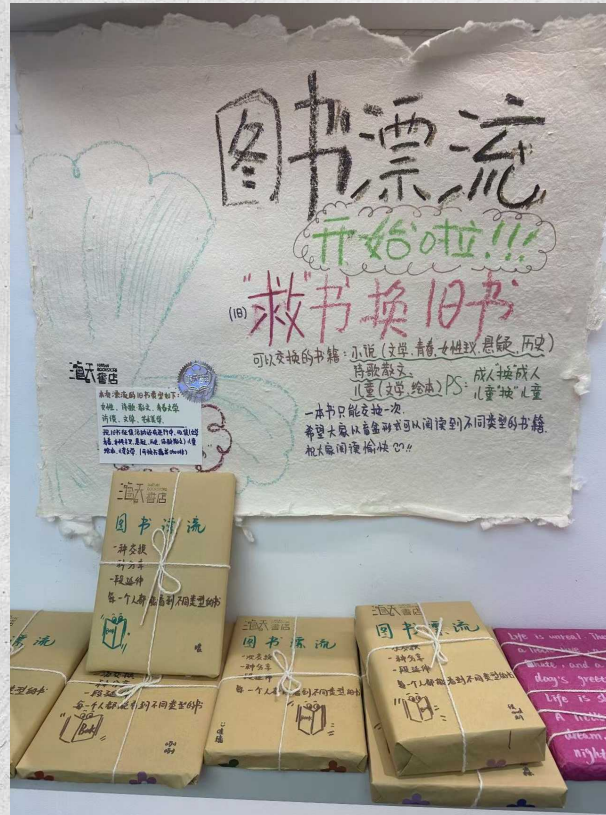
RAW



REC

# 产品服务

## 书籍服务



00.00.05

4k  
HD

RAW



REC

# 产品服务

## 酒咖服务

酒水服务：定期更新酒水单保持新鲜感 以书籍结合为主

例如：刚开始和地方酒相结合 调试有清水塘特色的酒品吸引品酒人群

有季节酒单和主题酒店 保留神秘未知给顾客

咖啡服务：咖啡服务与当地的水果可食用植物搭配地方特点

例如：株洲黄桃与咖啡的结合 还有桑葚等水果 进行创新

00.00.05

4k  
HD

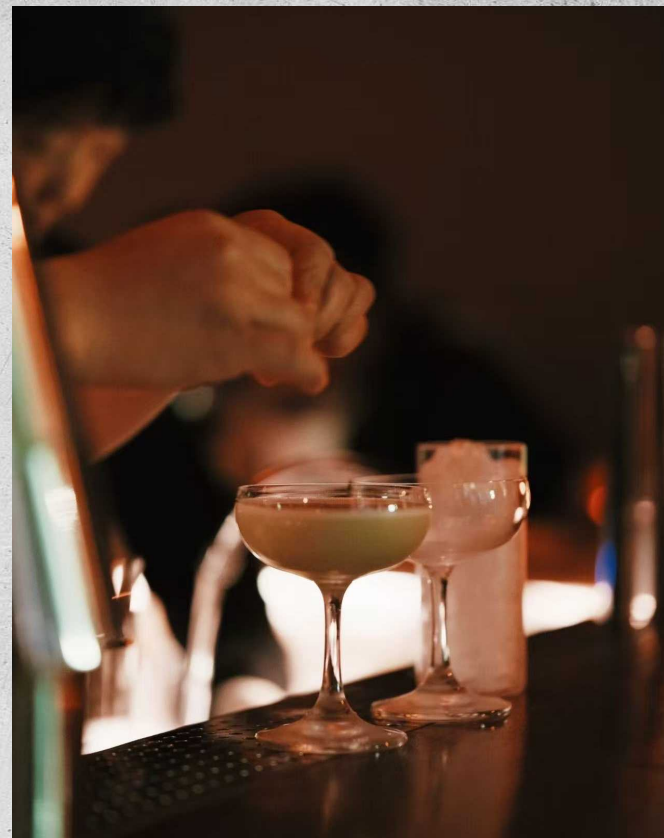
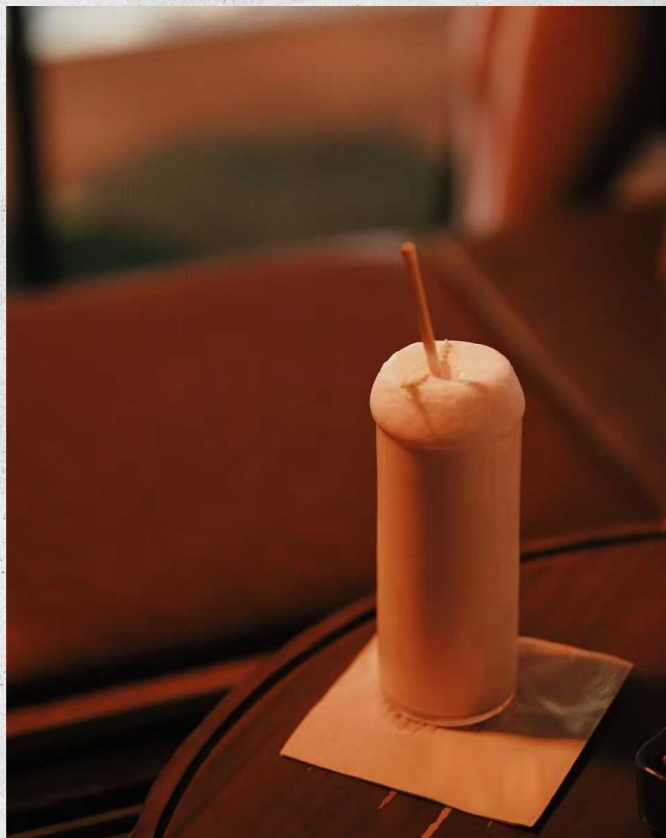
RAW



● REC

# 产品服务

## 酒咖服务



● 00.00.05

4k  
HD  
RAW



REC

# 产品服务

## 文创旧物

文创产品：设计属于自己品牌文创进行售卖

旧物：以收集 改造的方式去进行售卖展览

例如：售卖品牌自己的杯子（咖啡杯子，酒杯）和书籍文创小饰品

旧物改造过后的小物件或者是纪念物品

00.00.05

4k  
HD

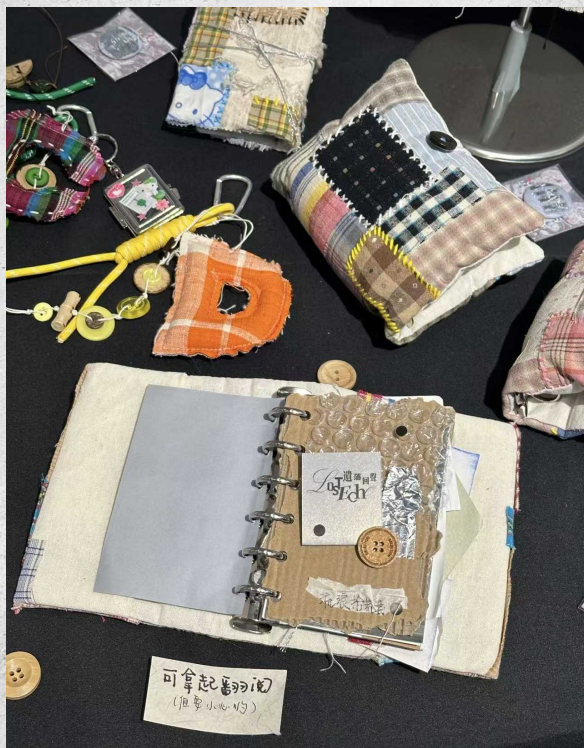
RAW



REC

# 产品服务

## 文创旧物



00.00.05

4k  
HD

RAW



REC

# 产品服务

## 展览活动

主题展览活动：定期举办书籍展览 作家分享会 以及沙龙活动

例如：刚开业以70-80年代的书籍为主 设立清水塘工厂旧物展览区域

后续可以选择合作店铺去更换展览主题并推出相应的文创产品

00.00.05

4k  
HD

RAW



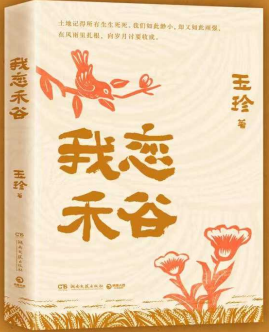
REC

# 产品服务

## 展览活动

librairie peut-être 可能书店 南京天竺 25-BOOKY

七十岁素人奶奶  
首部非虚构作品



**我恋禾谷**  
王珍

这是一本关于故乡的书，书写我们生命的来处，  
书写父辈母辈如何在那片土地上，挣扎着、爱着、活了下来。

11/23 (周日) 可能有书  
10:30-12:00 北京市东城区东四前炒面胡同49号



欢迎来到「我们的旧衣故事展」

love your FOR LONG

### 《格姆山下》放映分享会

librairie peut-être 可能书店 MUSEUM

地点/可能有书  
(北京东城区前炒面胡同49号)



报名/38元每位  
(附赠博物馆门票一张)



时间/  
2025.11.14 (周五)  
19:30-21:00



4k  
HD

RAW

00.00.05



● REC

# SPACE DESIGE

# 空间 设计 ▼

● 00.00.05

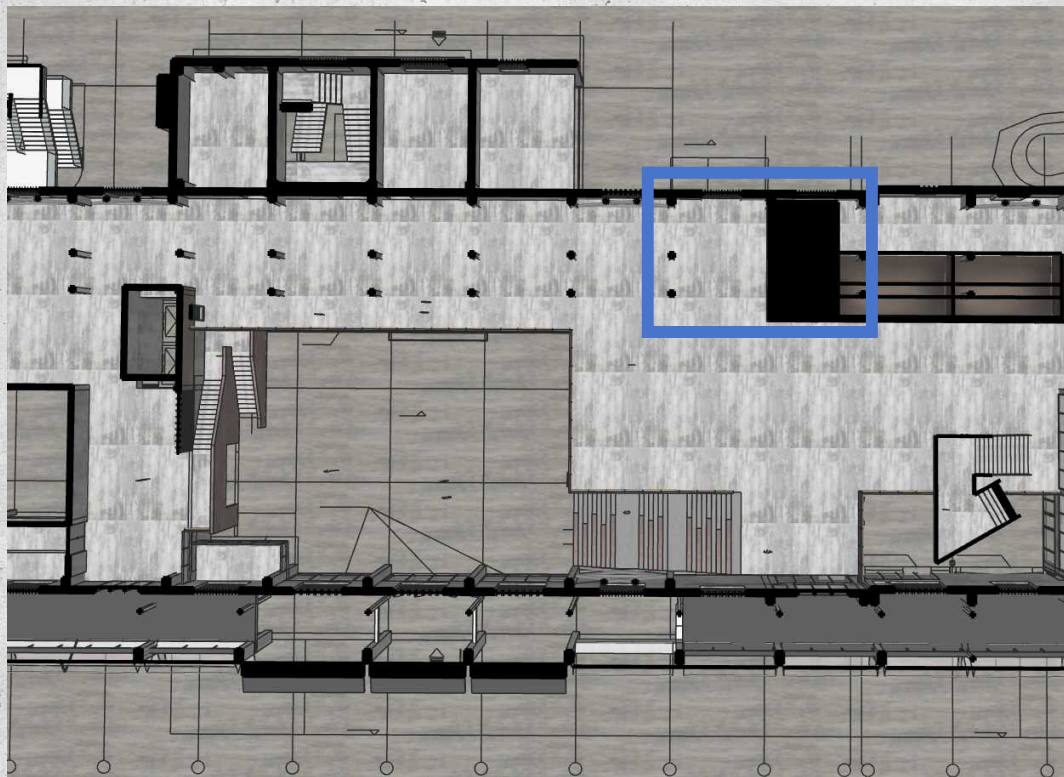
4k  
HD

RAW



REC

# 场地选址



店铺选址位于二楼 楼梯上来的第一家店铺  
客流拦截力拉满，曝光度最大化；动线优势  
明显，进店路径最短；可以利用门头以及门  
口的小区域做品牌展示；二楼本身自带一定  
的安静属性，适合书店的沉静感  
室内面积35平米+外摆区域14平米总面积

00.00.05

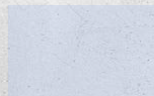


4k  
HD

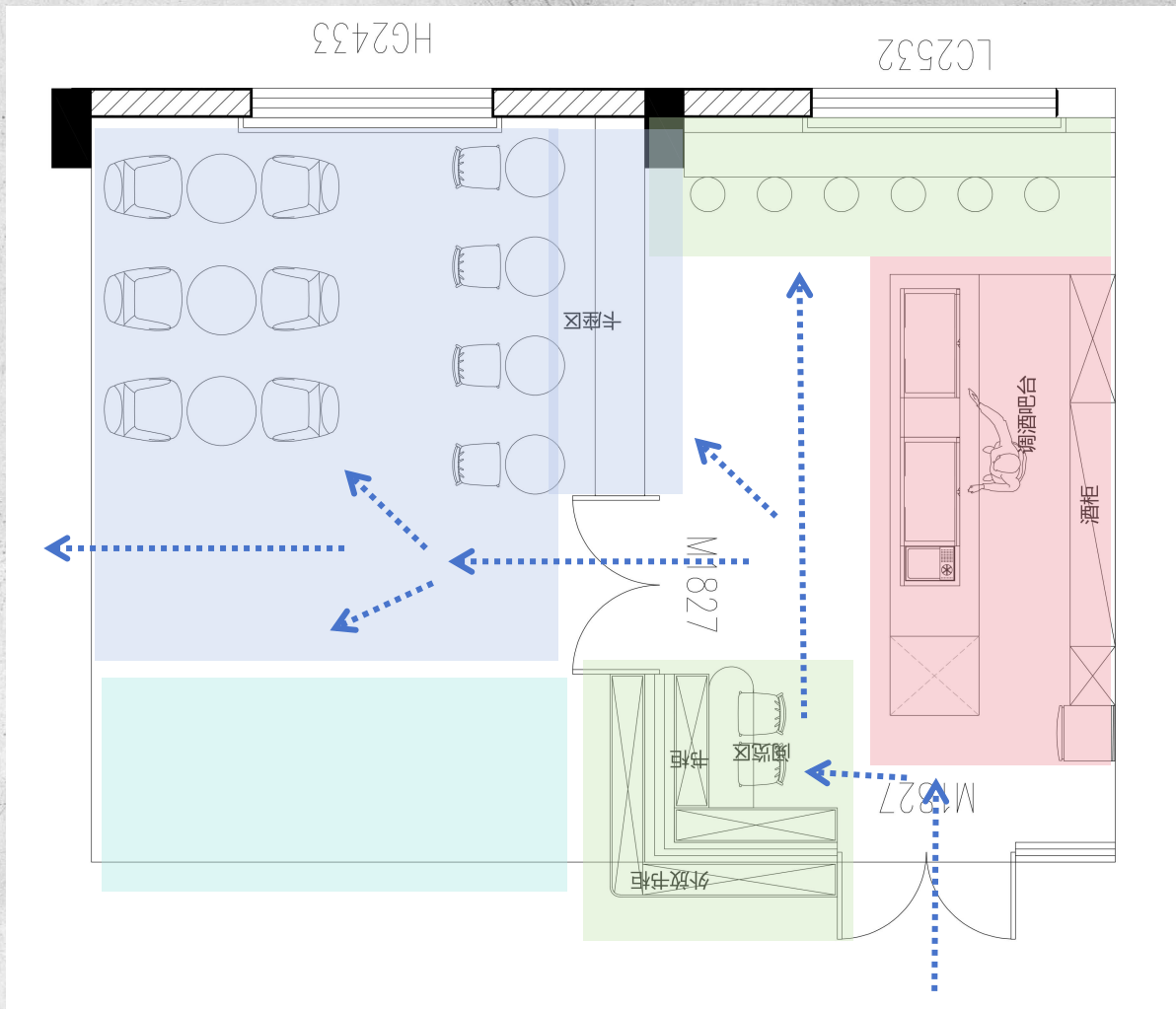
RAW



# 平面图展示

REC

-  吧台咖啡区
-  书籍区域
-  外摆区域
-  文创售卖区
-  人群动线



00.00.05

4k  
HD

RAW



REC

# 空间设计

## 材质与视觉元素

墙面与地面：采用裸露的、带有斑驳痕迹的清水混凝土。地面可用碎裂感的水泥砖

核心结构：使用生锈的钢材、回收的板砖和管道系统构成主要框架。

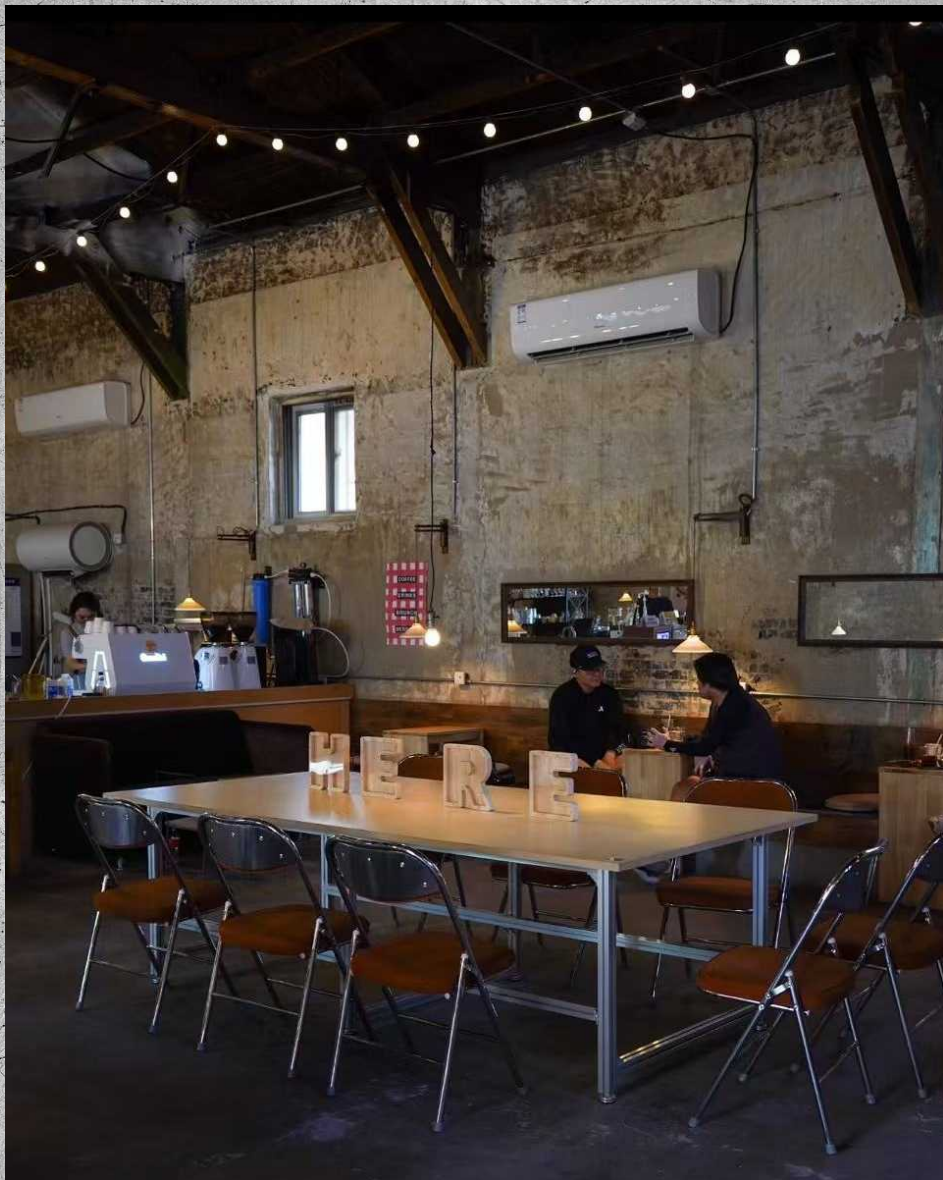
天花板用暴露管线、织物悬挂，营造废弃感

灯光设计：拒绝均匀照明。采用重点照明（如射灯照亮书架和展品）和氛围照明（如废旧工业灯、熔岩灯、隐藏在角落的LED灯带），创造出光影斑驳、充满未知的氛围。

00.00.05

4k  
HD

RAW



# 风格参考



# 布局参考





● REC

# COMMUNICATION MARKETING

传播 营销 ▼

● 00.00.05

4k  
HD

RAW



REC

# 传播营销

## 线上营销

一 社交媒体营销：（重要的线上要有提前预热准备）

平台选择与布局：重点运营微博、抖音和小红书等社交媒体平台，根据不同平台的用户特点和功能，制定针对性的内容策略

内容创作与发布：定期发布高质量的图片、视频和文字内容，包括店铺特色酒水介绍、店铺环境现场氛围、主题活动预告和回顾、书籍文化知识普及等，吸引用户关注和互动

粉丝互动与社群建设：积极回复用户的评论和私信，举办线上互动活动，如抽奖、问答、话题讨论等，增加粉丝粘性和活跃度。建立酒馆书店不同的粉丝社群，如微信群或 QQ 群，方便与粉丝进行交流和沟通，及时了解他们的需求和反馈，同时在社群内推广酒馆的活动和优惠信息

00.00.05

4k  
HD

RAW



# 传播营销

## 线上营销

可能有书「活动」参与群 307人 申请进群

可能有书「展览」围观群 17人 申请进群

可能有书「猫猫」围观群 17人 申请进群

可能有书「书籍」推荐群 63人 申请进群

可能有书「市集」活动群 7人 申请进群

群介绍 可能有书要办市集啦~所有活动消息都在这里哦

REC

跳海酒馆

酒品 | 小红书号: 4298176994  
IP属地: 河北

青年社群酒馆, 到任意跳海吧台直言“我要打酒!”  
@跳海 Living 酒店业务, 从喝在一起到住在一起  
@有人跳海 跳海周边小卖铺

北上, 广深, 成杭, 大理, 长沙, 西安, 厦门, 天津, 武汉, 香港, 东京.....

182 2万 5.3万  
关注 粉丝 获赞与收藏

关注 私信

群聊 查看详情

笔记 收藏 标记

展出在跳海 游牧打酒师 沿海市集 环海骑行

置顶

跳海打酒师邀请函(全国各店、长期有效版)

人生新体验: 在泉州当一周酒馆老板

跳海酒馆 436 跳海酒馆 17

00.00.05

4k HD

RAW



REC

# 传播营销

## 线下营销

- 一. 产品营销 酒咖的销售 书籍借阅以及文创产品销售
- 二. 活动营销 聚核心社群的关键，需保持规律（如每周固定一晚）和高品质。开设活动特别节日：结合节日万圣节废土派对等主题活动，并设计简单的入场互动仪式
- 三. 社群运营 培养“荣誉居民”设计简单的“居民登记”环节（关注会员系统），赠送一张“身份铭牌”给予当日独特隐藏特调；深度链接：建立微信群，在群里发布“内部简报”、活动独家预告，甚至让“居民”投票决定下一期沙龙主题 给与权力选择；权益体系：设计基于消费或参与度的“贡献度”等级，对应解锁不同权益，如：进入隐藏区域、借用特定藏书、参与新品内测。
- 四. 环境运营 用户共创：设置一面“档案库”，鼓励顾客留下自己的“成员记忆”（便签涂鸦）；或将顾客创作的相关艺术作品（摄影、小诗）进行轮展。

00.00.05

4k

HD

RAW



● REC

# OPERATES ALL SEASON

全季 运营 ▼

● 00.00.05

4k  
HD  
RAW



REC

# 全季 营销

第一季度 (1-3月)

主题：新年重启，凝聚核心。

日常：打磨基础产品与服务流程，稳定“沙龙日”活动。

节日：主打“纪元重启”元旦/春节活动，发布年度计划。

目标：建立稳定的核心顾客群，完成会员体系初步搭建。

00.00.05

4k  
HD

RAW



REC

# 全季 营销

第二季度 (4-6月)

主题：氛围焕新，拓展边界。

日常：首次季度主题空间微调，推出春季特调系列。

节日：策划“世界读书日”特别档案展，与“五一”结合的小型主题市集。

目标：提升平日客流，测试新活动形式。

00.00.05

4k  
HD

RAW



REC

# 全季 营销

第三季度 (7-9月)

主题：深度运营，强化认同。

日常：深化社群互动，举办“居民”共创活动。

节日：重点筹备万圣节“纪念日”大型活动，提前一个月启动预热。

目标：社群活跃度达到峰值，为年度大活动储备势能。

00.00.05

4k  
HD

RAW



REC

# 全季营销

第四季度（10-12月）

主题：年度高潮，情感连接。

日常：发布秋冬主题，营造庇护所氛围。

节日：执行万圣节活动；策划圣诞节“庇护所”活动；筹备周年庆。

目标：创造全年销售与传播高峰，强化品牌情感价值。

COFFEE BREWED

coffee brewed

coffee brewed

”

”

make the moment

make the moment

make the moment

make the moment

make the moment

make the moment

make the moment  
00:00.05

4k  
HD

RAW



REC

# 节日营销

元旦/春节 | 发布年度“文明状态报告”（畅销书/酒单）；推出“新年祈愿”限定热饮；  
举办“辞旧迎新”跨年派对 | 营造充满希望与仪式感的末日“新年”，强化品牌与顾客  
共度的“又一年” |

情人节 | “情感数据备份日” | 双人“绑定套餐”（特调+定制金属牌）；“记忆芯片”  
书写服务（将情话封存于店铺）；孤独者“自我修复”单人套餐。 | 提供深度、独特、  
有纪念价值的约会体验，切入情感消费的差异化赛道 |

00.00.05

4k  
HD

RAW



REC

# 跨年众嗨

跨年摇人 不如来上饮  
过一场跨年众嗨派对

## New Year



### 01.

烟火狂欢派对  
跨年时刻全场倒计时 烟花秀

### 02.

新的一年喝开心  
298鸡尾酒任选4杯 (经典特调不限)

### 03.

跨年打卡  
小红书/抖音/大众点评 (编辑任意文字+图片+定位) 到店出示打卡内容  
即赠“精美小食”一份

### 04.

满即赠  
消费满588即赠价值228 SHOT一组

### 05.

抽奖好礼送不停  
跨年当天凡进店消费者可参加抽奖活动  
(价值千元红酒 代金券 鸡尾酒等)

### 06

鸡尾酒买一赠一  
跨年当天储值即可鸡尾酒一赠一  
1000赠188  
2000赠500  
3000赠麦卡伦双桶  
5000赠麦卡伦单桶  
10000赠奔富407四瓶  
(当天可消费卡内百分之60)

# \* 偷心计划

## Heart stealing plan

活动时间 05.16 → 05.21 2025

YINYAN  
BAR

### 01

暧昧三十天

单日消费满52元即可参与摇骰子1次, 若骰子结果为5个2点, 则本次消费金额全免

### 02

我才没有天天想你

520当日情侣到店消费即赠专属“520真爱券”, 一年后若仍为情侣关系, 可凭券兑换等值消费

### 03

我算哪条鱼

购买任意5杯精酿啤酒或鸡尾酒, 即赠2杯特调shot

### 04

如果能忍住

情侣至吧台公开接吻15秒 (需计时), 双方各赠1杯shot



ps: 活动不可叠加; 归属酒吧所有, 若有争议以现场公示为准。

00.00.05

4k

HD

RAW



REC

# 节日营销

圣诞节 | “冬日庇护所庆典” | “能源补给”热红酒套餐；旧物交换慈善集市；播放末日题材科幻经典电影。 | 营造废墟中温馨、互助的独特节日氛围，强调社群感和精神慰藉。 |

店铺周年庆 | “档案馆开放日” | 公布年度“居民”贡献榜；举办“废土美学”主题展；推出限定复刻版首批特调。 | 强化核心社群的归属感与荣誉感，是品牌文化的集中展示和对忠实顾客的回馈。 |

00.00.05

4k  
HD

RAW



REC

# FRIENDSMAS PARTY!

12.20 FRI. 21:00

## 聖誕禮物

交換一下呀!

DAB HAUS CAFE & SHOP



# 与时间为伍

naive理想国

08.11-08.17



全场书籍 - 7.5折  
看书不能停



酒吧特调 - 买5送1  
酒吧特调促销 \*8月15日北京郎园店客座活动除外



任意消费抽好运  
任意消费即可抽看理想好运签 (5天畅听卡)  
抽完即止



会员充值礼  
会员充值500元及以上  
即赠看理想精选播单30天畅听  
赠完即止

815品牌日限定礼品赠送

到店任意消费  
即赠送naive理想国  
限定明信片一套



到店消费满128元  
即赠看理想会员月卡  
(价值128元), 赠完即止



00.00.05

4k HD

RAW



● REC

# FINANCIAL ESTIMATION

财务 测算 ▼

● 00.00.05

4k  
HD

RAW



REC

# 财务测算

## 1. 租金押金与首月租金

租金押金:通常是3到6个月的租金。假设租金为10,000元/月,押金按3个月计算:租金押金=10,000元 $\times$ 3=30,000元 首月租金:需要支付第一个月的租金:首月租金=10,000元

## 2. 装修与设计费用

店铺的装修费用包括室内设计、施工、材料、设备等。酒馆的风格、装修档次、区域等会影响预算。假设店铺的装修较为精致,但不奢华,预算大致为:装修费用:80,000元

3. 设备采购店铺需要购买酒吧设备。常见的设备包括酒吧台、冰箱、酒柜、洗碗机、等,预算大致为:酒吧设备、厨房设备、餐具 估算设备采购费用为20,000元

00.00.05

4k

HD

RAW



REC

# 财务测算

## 5. 许可证与其他费用

开设酒馆需要申请餐饮经营许可证、酒类经营许可证等相关证照。同时可能还需要缴纳税务、消防安全检查等费用：许可证与其他费用：，估算为15,000元

## 6. 广告与市场推广

为了吸引顾客，开业前后可能需要进行一定的广告宣传与市场推广：

广告与市场推广：10,000元~20,000元

估算为15,000元。

00.00.05

4k  
HD

RAW



REC

# 财务测算

项目	金额(元)
租金押金	30,000元
首月租金	10,000元
装修费用	80,000元
设备采购	25,000元
酒品采购	20,000元
许可证与其他费用	15,000元
广告与市场推广	15,000元
总投资成本	195,000元

00.00.05

4k  
HD

RAW