

汇报人：陈梦思

aowu

1. 案例调研
2. 株洲宠物市场速览
3. 品牌IP塑造
4. 产品差异定位
5. 空间选址

6. 用户画像
7. 全季运营与活动
8. 媒体传播
9. 财务分析

案例调研

一.我的预期

二.案例

- 1.海伦阿姨的厨房
- 2.纯爪宠物烘焙
- 3.杜克来了

预期：

- 1.宠物店——给宠物洗澡，美容，驱虫
- 2.宠物零食超市——狗狗也可以逛的超市（美丽外表）
- 3.会员上门接送周围宠物，免费洗澡
- 4.节约成本

案例调研



海伦阿姨的厨房



小包装统一定价降低决策门槛

1.小包装策略

海伦阿姨的厨房采用30克左右的独立小包装，**避开线上大包装低价竞争**。小包装方便顾客携带，降低了顾客的购买决策门槛,顾客无需过多比价即可**轻松拿取**，平均客单在2 - 3分钟内就能完成结算

2.统一定价优势

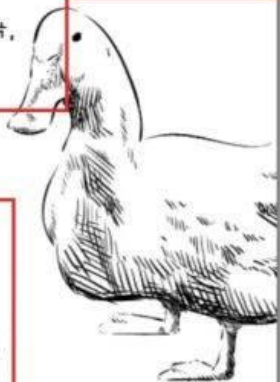
品牌实行统一定价，单包售价8.8元，10包整装78元。这种定价方式简单明了，让顾客一目了然，无需在不同产品间反复比较价格，进一步促进了顾客的购买行为。同时，小包装还天然适配试吃，门店可以敞口陈列，**降低了顾客的首次体验成本**，复购率提升

海伦阿姨的厨房 — 自由描述系列

Auntie
Kitchen

臻选原切 鸭肉片

经久不衰的手工精修鸭胸肉片，
烤箱烘干酥酥脆脆。
好消化好适口轻负担。



¥ /PACK
¥ 任选10袋



原料组成：鸭胸肉 克重：≥25g

成分：粗蛋白≥78%、粗脂肪≥3%、粗纤维≤1%、
保证值：粗灰分≤5%、水分≤10%

甄选有机食材 无添加剂 • 严苛质检 出口级好品质 • 无植物蛋白 低敏低糖易消化

ALL YOUTH®

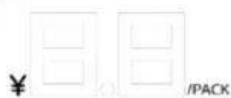
海伦阿姨的厨房 正品
产品信息卡

甄选 鸭肉卷

选用新鲜鸭肉清洗干切
成薄片并敲打鸭肉片更薄更均匀



- ✓ 甄选有机食材 无添加剂
- ✓ 严苛质检 出口级好品质
- ✓ 无植物蛋白 低敏低糖易消化



¥ /PACK
¥ 任选10袋

原料组成：鸭肉 克重：≥50g

成分：粗蛋白>38%、粗脂肪>1%、粗纤维<8%
保证值：粗灰分<6%、水分<10%



大猫
通用

市面上出现的类似的
产品信息卡

陈列物料支持

海伦阿姨的厨房为门店免费提供季度更新的主题陈列物料，包括宠物造型陈列框、创意价签等。这些物料让门店能够轻松打造出吸引顾客的陈列场景，即使是没有经验的新店员，也能在2分钟内完成结算。



统一视觉效果

统一的陈列物料降低了门店的培训成本，即使是新店也能瞬间出片，呈现出整齐美观的视觉效果。这种场景化陈列不仅让零食本身更具吸引力，还能将零食变成顾客打卡的道具，顾客会自发地拍照并带上定位分享，实现低成本的社交媒体裂变。



餐饮级溯源建立信任壁垒

餐饮级溯源体系

海伦阿姨的厨房坚持“餐饮级”标准，所有零食都经过员工试吃验证，确保产品的品质和口感。同时，品牌还配备了瓶盖内溯源码，实现了从原料到生产的全链路透明。顾客可以通过扫码轻松了解产品的详细信息，这种透明度极大地建立了顾客对品牌的信任，使得品牌在激烈的市场竞争中脱颖而出。



Aunt Helen's Kitchen logo in the top left corner. The main image shows fresh, raw veal spine bones. In the top right, there is a white box with the text "海伦阿姨的厨房®" and "新品介绍". In the bottom right, there is a dark grey box with a white gauge icon and the text "口感指南" and "磨牙利器".

FD VEAL SPINE BONE
冻干整块乳牛脊骨 轻松洁齿

大块冻干的乳牛脊骨，肉质蓬松软嫩搭配脊骨结构
不止好吃更能帮助清洁口腔

适用 🐱 🐶





純爪烘焙

Pure paw bakery

纯爪宠物烘焙

明厨亮灶把厨房变秀场



明厨亮灶设计

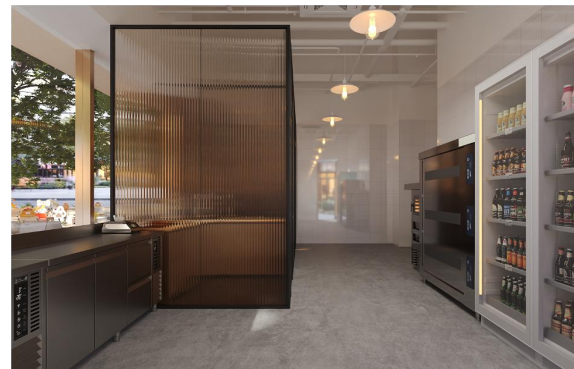
纯爪宠物烘焙位于北京祥云小镇，门店采用明厨亮灶的设计，顾客透过玻璃可以看到鲜肉切丁、搅拌、烘烤等制作过程的全过程。这种透明的制作环境不仅让顾客能够直观地感受到产品的新鲜度，还强化了顾客的购买冲动。

01

视觉透明优势

明厨亮灶的设计同时降低了食品安全投诉的概率，因为顾客可以清楚地看到制作过程中的每一个环节。这种视觉透明直接支撑了门店的中高端定价策略，让“新鲜”成为了一个可感知的卖点，吸引更多的中高端养宠客群。

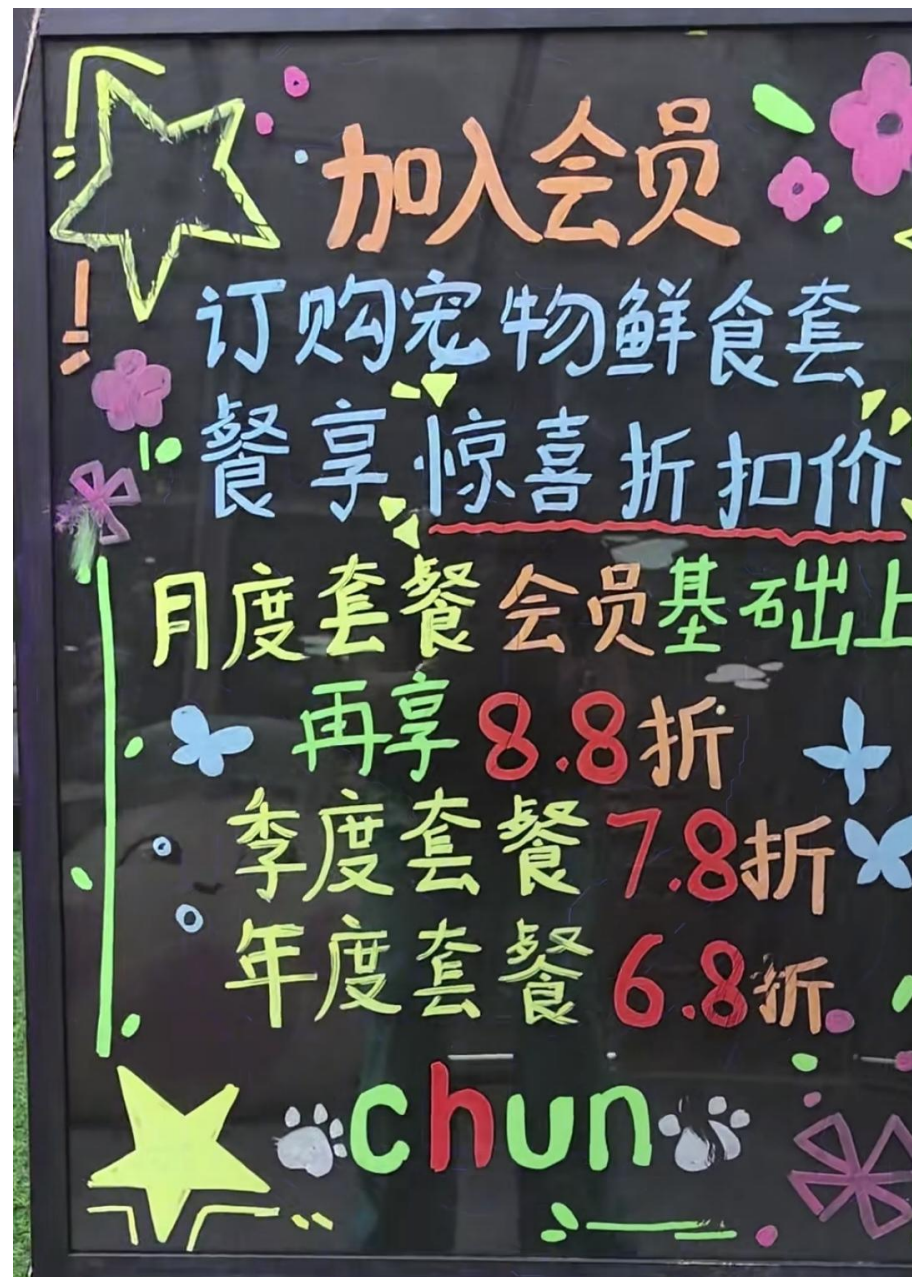
02



订阅会员锁定高客单

订阅会员模式

纯爪宠物烘焙通过“按月/按季度订购”的会员模式，成功积累了百位固定客群。这种模式不仅提前锁定了现金流，还能够覆盖人员与房租等边际成本。然而，商场店的租金和设备投入较高，单店装修加设备约25万元，因此在前期必须提前测算客单价与复购率，避免重资产压垮现金流。



正

杜克来了

— OKIE DUKEY —

式



— OKIE DUKEY —

— OKIE DUKEY —

人食级平价鲜粮切入社区



人食级平价鲜粮

杜克来了主打“人食用级食材”的鲜粮，无防腐剂、无诱食剂，单包150克售价25 - 30元，比同类鲜食便宜30%。这种高性价比的产品定位，精准地切中了社区养宠人群的痛点，吸引了大量顾客。

社区小店运营优势

门店面积控制在30m²以内，租金低，员工1 - 2人即可运转。这种小而精的运营模式，让门店能够以高性价比的基础款产品进行高频引流，同时保持了35%以上的毛利率，实现了低成本运营和盈利。

微信群自提拼团提升复购

01

微信群互动营销

杜克来了在社区微信群内开展日常互动，推出“到店自提减5元”“老客推荐送试吃”等活动。这些活动不仅增加了顾客的参与度，还能够将到店客流转化为私域粉丝，进一步提升了顾客的复购率。

02

自提模式优势

每日上午群内接龙当日鲜粮，顾客到店自提立减5元。这种自提模式既节省了配送成本，又保证了门店的客流，实现了双赢。同时，老客推荐新人送试吃装的活动，形成了良好的社区裂变效应。

03

精准定量降低损耗

通过微信群预售，生产端可以精准定量，避免了过度生产和库存积压，将损耗率控制在3%以内，显著低于行业平均水平。这种精细化的运营模式，为门店的长期稳定发展提供了有力保障。

三公里冷链半径铁律

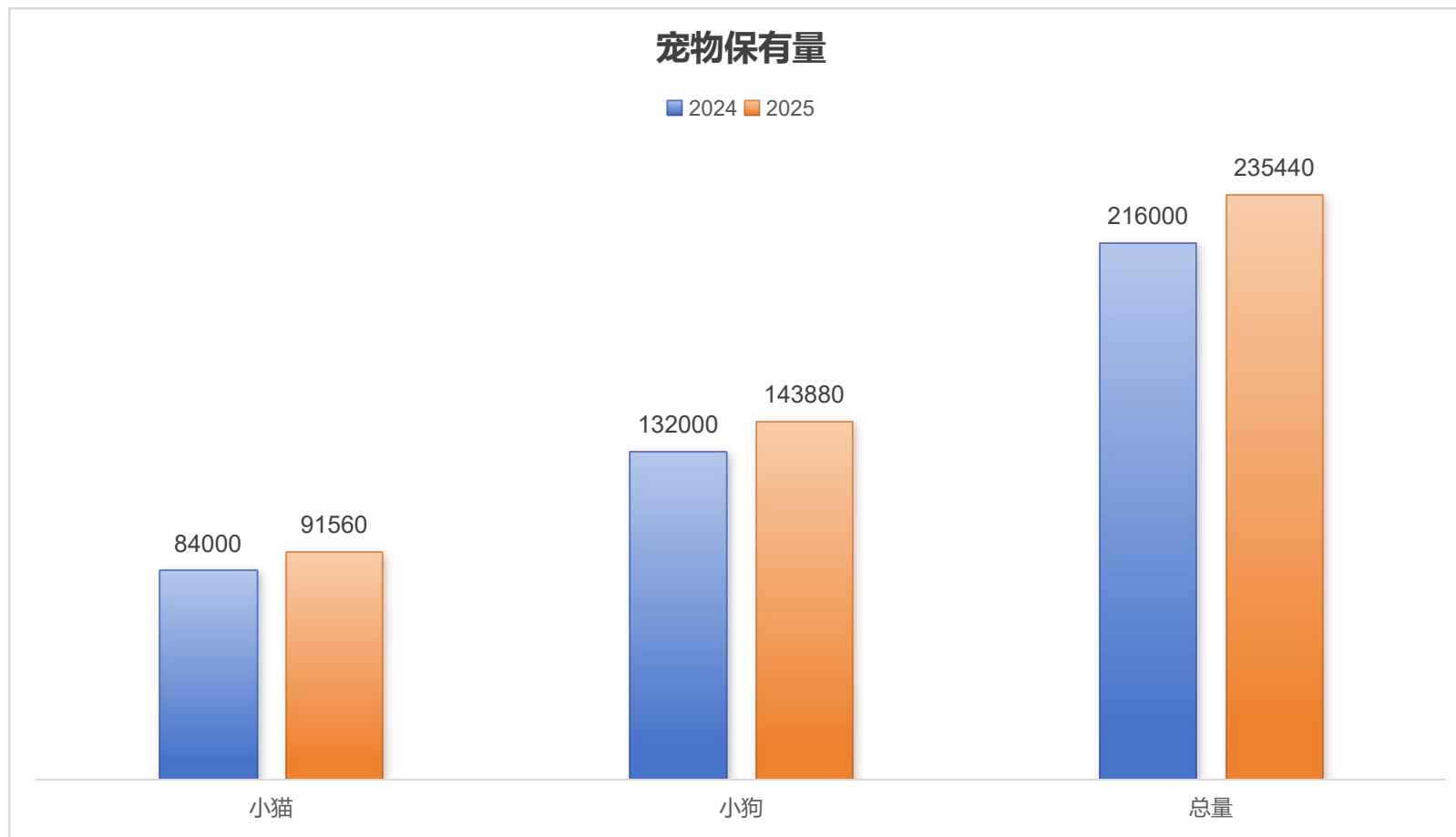


冷链配送限制

杜克来了的鲜食产品需要在0 - 4℃的环境下保存，配送距离超过3公里就需要第三方冷链，这将大幅增加成本。因此，门店采用“前置厨房+集中仓储”的模式，确保每日两趟短驳到店，避免大库存积压。在社区店扩张时，必须优先测算冷链可达范围，否则食材损耗将吞噬利润。

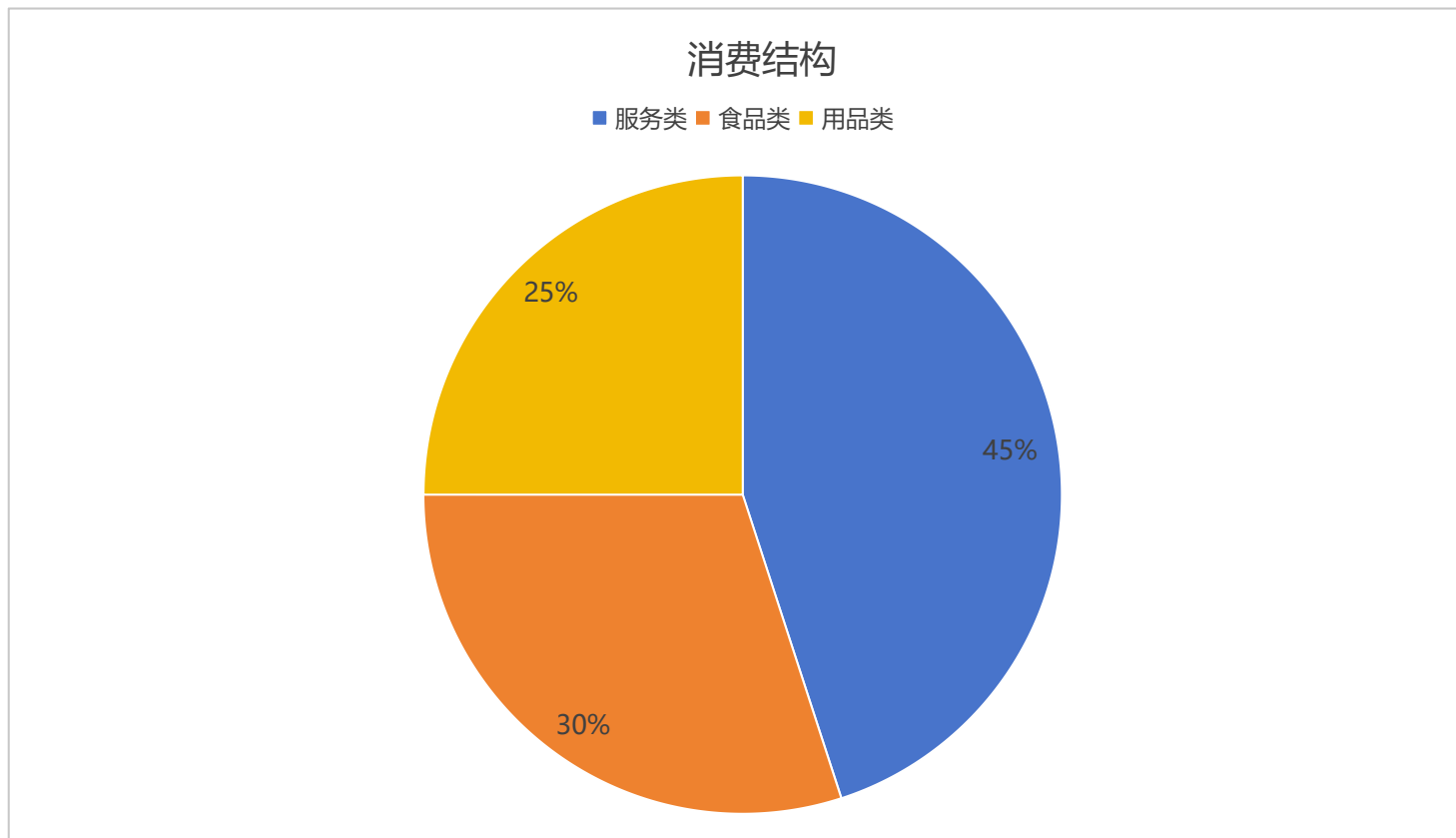
株洲宠物市场速览

株洲宠物保有量



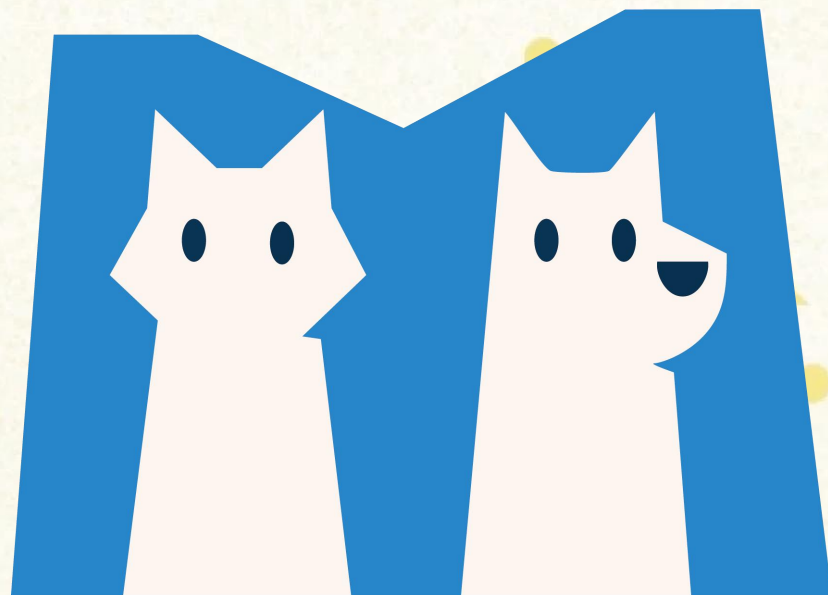
株洲城区宠物保有量达21.6万只，其中犬13.2万只，猫8.4万只，2025年估算年均增长9%，市场潜力巨大。

消费结构



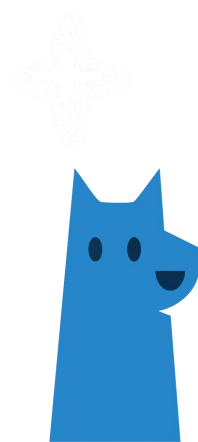
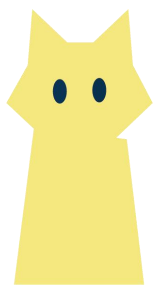
年户均消费1.2-1.8万元，服务类占45%约7400元，食品30%，用品25%，服务类消费市场空间广阔。

品牌IP塑造



aowu角色人格

角色设定



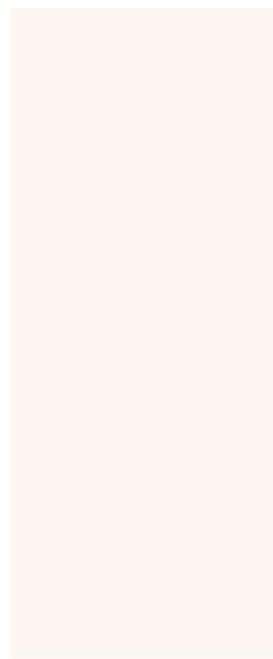
品牌故事

在清水塘的烟火里，77平的小店藏着毛孩子的专属滋味。因不忍爱宠吃不到安心零食，我们严选无添加食材，手工低温烘焙。这里没有流水线量产，只有对食材的较真；不大的空间，装下的是主人对毛孩子的郑重，和每一份舌尖上的安心。

色彩与字体



1E86C9



FCF5F0



073050

acwu





产品差异定位

“老厂房·新萌宠”

当复古厂房遇见萌宠天地，
清水墙的岁月感里，
藏着宠物零食的新活力风暴！

宠物零食·天然无添加



场景“旧厂房×工业风”株洲唯一，打造独特空间体验。



服务主干包括洗护open厨房、提供全方位服务体验。



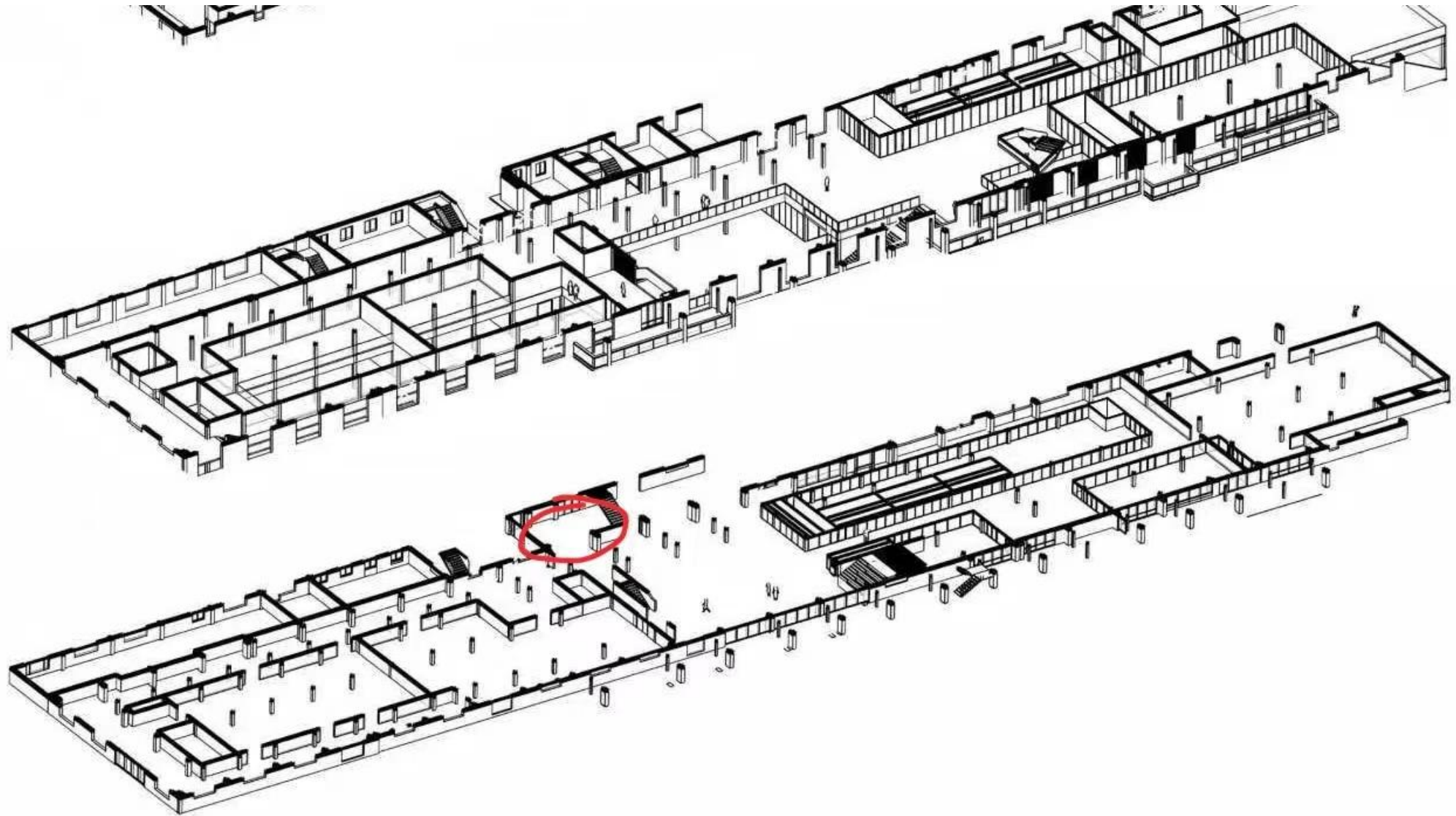
零售主干涵盖主粮零食品，引入醴陵陶瓷碗、攸县竹编玩具本地供应链，毛利提升15%，增强竞争力。

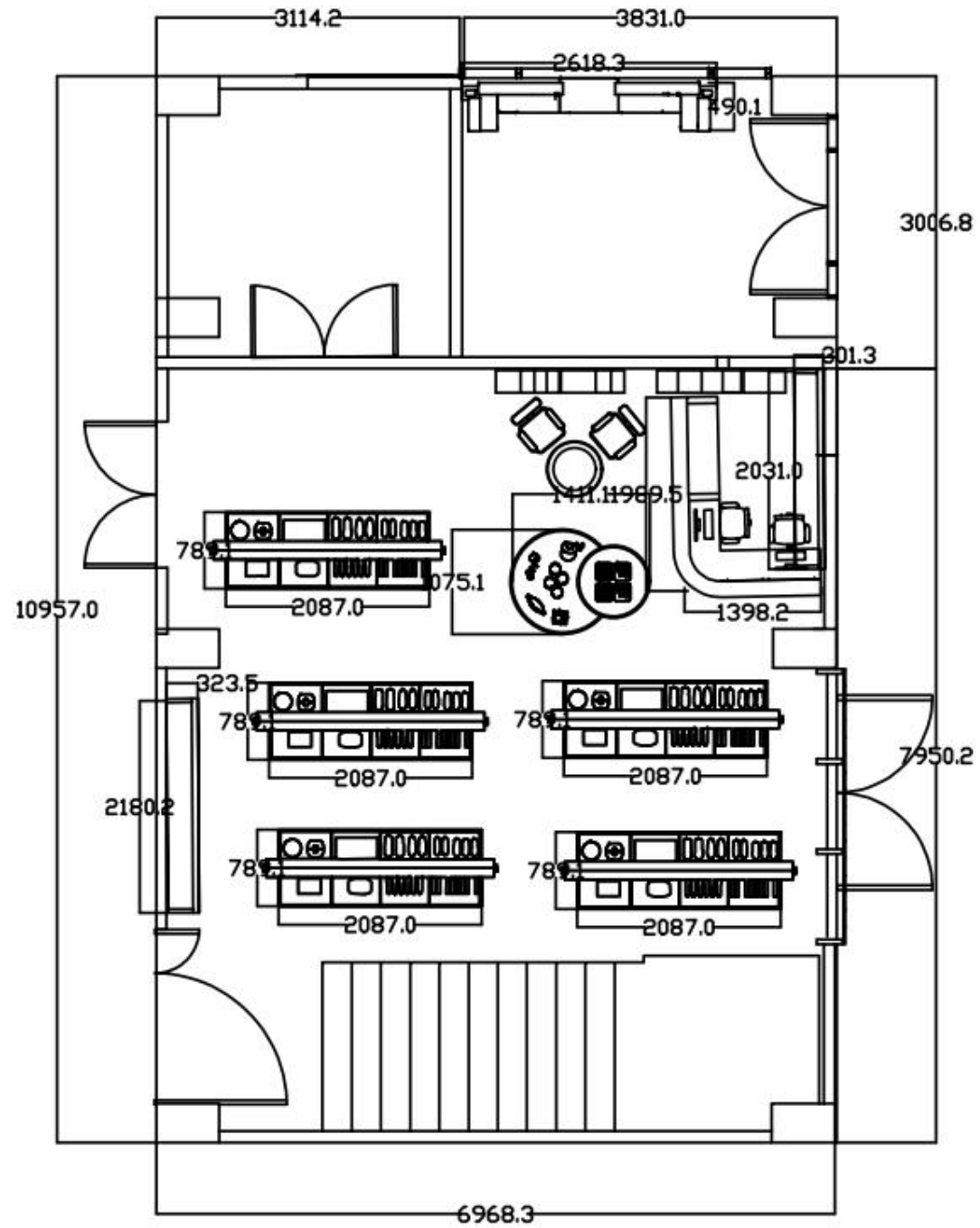


清水塘

空间选址







动线便捷：进出商场顺路可达，不用绕路深入，节省养宠人士购物时间，适配碎片化需求。

应急适配：带宠物逛商场时，宠物饿了。渴了可快速进店选购，满足及时喂养。

通风良好：入口空气流通性强，可减少宠物零食异味堆积，降低卫生安全隐患

用戶画像

核心用户为清水塘3公里内小区25-40岁家庭，宠物1.3只/户，月收8-15k，消费能力较强。
关注健康成分、情绪共鸣、社交炫耀三大方面，对限量包装和联名周边有较高的兴趣。



场景1

用户高频场景包括训练奖励、拍照出片、节日送礼等，对零食的包装和功能有不同需求。

训练奖励



拍照道具



节日礼品



场景2

养宠生活场景 日常喂食、外出遛宠、宠物社交等高频场景中，对零食的便携性和适口性。



全季运营与活动

春季活动

3-4月樱花节，樱花类宠物拍照



腊肉味宠物零食

冬季活动

传统节日限定款

11-12年猪节推株洲腊肉味宠物零食，结合传统节日推出特色产品。



新春特供

门店活动

门店每月举办“aowu试吃会”，扫码进群送贴纸，线上商城下单门店自提返零食券，增强用户粘性。



社群运营

社群内每日发布晒宠话题，周五推出新品秒杀活动，每月举办生日会，通过社群问卷反哺新品研发，实现用户共创。





媒体传播

小红书

发布声控制作过程，不仅吸引观众还让顾客看了制作过程，放心食品安全



开年后第一波猪蛋蛋来袭

 小柴番薯弟弟
02-10  4019



沉浸式体验当容嬷嬷!!超解压

 蛋蛋
 咩咩鲜焙屋
08-21  1624





猪蛋蛋也太好吃了

 香蕉卜呐呐
02-13  765



沉浸式切猪蛋

 十一的小厨房
07-07  4365



宠物零食店主的解压工作日常

 一辆奔驰大G
3小时前  90

达人共创

邀请有些知名度的宠物博主参与“百宠试吃计划”，发布真实试吃反应视频，附专属优惠券，借助达人影响力扩大品牌声量。



招募宠物试吃员啦!

step 1
关注账号
fu fu 的店
点赞👍+收藏🌟本篇图文

step 2
评论区晒出
自家毛孩子的可爱照片

step 3
我们会在两天内通知
被选中的家长!
48小时内未回复则视为放弃!

step 4
告知我们自家毛孩子有无
过敏源!
便于我们准备零食

step 5
给毛孩子试吃后
及时向我们提出宝贵意见!
这对我们很重要!!

step 6
需在朋友圈、小红书
抖音(任选)
发布试吃笔记
(图片不少于四张)并@fu fu
的店
至少保留三天且同意用于官
方渠道宣传

活动时间: 2025.12.2-12.5

财务分析

租金 (77 平, 月均 4000 元) + 人工 (3 人, 月均 3500 元) + 装修摊销 (总投入 5 万, 分 3 年, 月均 1389 元) + 其他 (水电、证照等月均 1000 元)

月总: 16889

进货成本 (月均收入 $41000 \times 40\% = 16400$ 元, 假设毛利率 60%) + 包装 / 营销 (月均 2000 元)

月总: 18400元