

# 行业认知

汇报人：林佳怡

# 目录

- IP定位
- 视觉设计
- 用户画像
- 产品定位
- 选址
- 全季运营
- 媒体传播
- 财务测算

A blue, illuminated sign with the word "LOTUS" in a stylized font. The sign is rectangular with rounded ends and is mounted on a dark post. The background is dark, making the blue sign stand out.

LOTUS

Bar  
LOTUS

Bar Lotus

—上海

# 酒馆简介：

上海武康路老洋房街区的精品小酒馆  
为城市人群提供逃离喧嚣的松弛饮酒场所

理念：

核心理念

让饮酒变成一场松弛的出逃

主张

酒馆是都市人的“精神缓冲带”

# 市场定位：

25-40岁

都市白领，关注东方美学，独处型消费者

中高价定位

单杯68-128，套餐配置168-228

# 环境分析：

## 消费环境

当地人有松弛需求，愿意为低压力的空间付费

## 竞争环境

武康路休闲场所皆为咖啡店西餐店禅意空间酒馆为数不多

## 行业环境

消费者对“治愈感”的休闲场所需求增高

# 店铺风格分析：

艺术与极简风



# 视觉分析：

色彩以米白色为基地，搭配豆青色与胭脂粉

应用范围

菜单，杯垫，墙面装饰

空间装饰会随季节更换

# 营销模式：

热衷跨界联名与快闪活动

曾和JNBYHOME举办香气与酒的睡衣派对等活动。

同时会定期举办艺术展

把酒吧打造成艺术观赏属性的空间。

靠有记忆点的酒品名称和高颜值空间设计

吸引顾客拍照打卡，形成自发传播的网红效应。

# 运营方式：

白天时以咖啡、甜点、小食吸引白领/游客；

夜间酒单季节性更新并带故事性质，例如以信封/书签呈现

酒单

增加“消费仪式感” 全天双态——白天明亮咖啡 / 夜晚氛围浓

郁鸡尾酒吧



Patent Pending  
New York

# 酒馆简介：

位于纽约实验型酒馆  
消费者可以在调酒过程中参与

odd love

理念：

把酒馆变成创意的试验台

PATENT SIGNATURES

SPICED  
EARL GREY LATT

DARK FOREST

ROSEMARY OAT

APPLE CID R

COCONUT MATCHA

IRISH COLD BREW

# 市场定位：

20-40岁人群

潮流文化爱好者新鲜体验的年轻职场人群

# 环境分析：

## 消费环境

布鲁克林的消费者愿意为独特的体验和创意付费

## 竞争环境

当地没有长期创意试验型酒馆

## 行业环境

消费者对带有体验感,参与感的空间需求高

A dimly lit bar with people and hanging lights. The scene is dark, with warm light from hanging bulbs. A man with a beard is visible in the foreground, looking towards the right. In the background, a bartender is working behind the bar. The overall atmosphere is intimate and industrial.

视觉分析：

色彩以布鲁克林工业灰为主

在空间留有多出空白用于记录消费者的反馈

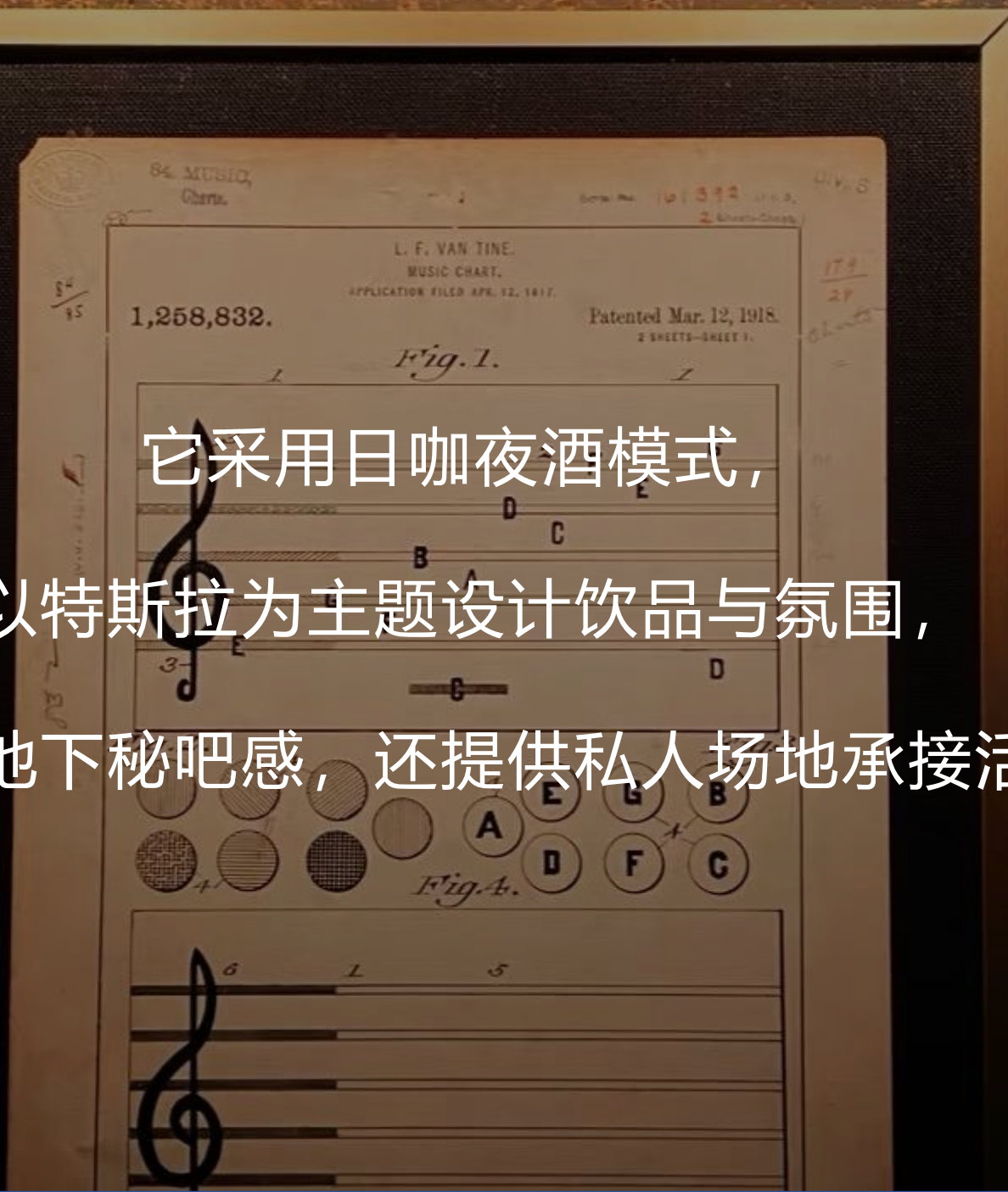
# 店铺风格分析：

工业复古风



# 营销模式：

它采用日咖夜酒模式，  
以特斯拉为主题设计饮品与氛围，  
设隐藏入口打造地下秘吧感，还提供私人场地承接活动吸引客流。



# 运营方式:

分时段营业（咖啡：早至下午；酒吧：傍晚至深夜）

通常需要两套服务节奏——白班以吧台/快取为主

晚班以调酒师和驻场服务为主

部分店采用“由白班锁门、夜班开启地下门”的做法

The image shows the entrance to Stage One theater. The words "STAGE ONE" are written in large, white, serif capital letters across the top of a dark red, curved architectural element. To the left, a golden column with a classical capital is visible. The background is dark and atmospheric, suggesting an interior space with red walls and a circular light fixture in the center.

STAGE ONE

Stageone开心麻花沉浸式  
式戏剧酒吧\_\_北京

开心麻花沉浸式

# 酒馆简介：

选址在静安核心地段

周边有写字楼、购物中心及各类餐饮店铺

理念：

核心理念

“让喜剧成为日常的狂欢”

打破传统观演边界和传统酒吧的休闲边界

市场定位：

18-35岁年轻群体  
对新鲜娱乐方式感兴趣，游客



# 环境分析：

消费环境

当地人愿意为体验感和IP价值付费

竞争环境

北京酒吧市场与戏剧市场结合的业态稀缺

区位环境

选址于北京核心商业圈拥有足够的流量

# 视觉分析：



色彩以高饱和的明黄色为主色

空间视觉

围绕“后台舞台”的概念打造

# 店铺风格分析：

旧时代风格

# 营销模式：

联动开心麻花IP做主题场次

招募体验官做线上种草，推出带好友解锁隐藏剧情的社交裂变活动，引流获客

# 运营方式：

每周更新短时长沉浸剧情

工作人员引导互动+个性化服务，推出会员体系，用  
权益和积分留存用户

芝加哥之夜

元/杯  
88

TOM&JERRY

-酒吧的老板不叫TOM，叫JERRY。

黑醋栗波本威士忌、柠檬汁、蔗糖、蛋清

78

不是果汁

-说了嘛

威士忌、青提汁、奇异果糖浆、青柠汁

68

就是果汁

-说了，就是果汁。

青提汁、奇异果糖浆、青柠汁

STAGE ONE

独行月球

-299个人都散了，地都拖干净了，就把我

白朗姆、蓝橙利口酒、马利宝、椰子糖浆、菠萝汁、椰子

ONE

ONE

# 回信酒馆



# IP定位

The background image shows a dark, atmospheric interior with brick walls. On the left, a poster features the characters '夜游' (Night Wander) and 'CKTAL'. In the center, a wall is covered with 'DIYVA Joob Co' branding. The scene is lit with warm, low-key lighting, creating a moody and intimate atmosphere. The text 'IP定位' is centered in a clean, white, sans-serif font.



核心IP：“清水塘夜话人”

标签：最后一封厂房来信 + 开心麻花式的npc戏剧

塑造“历史叙事者+夜场玩伴”的双人设打破常规酒馆的单一性

The background image shows a dark, atmospheric interior with brick walls. On the left, a poster features the Chinese characters '夜游' (Night Tour) and 'CKTAL'. In the center, a wall is covered with posters for 'DIYVA Joob Co'. The scene is lit with warm, low-key lighting, creating a moody and artistic atmosphere. The text '产品定位' (Product Positioning) is centered in a large, white, sans-serif font.

# 产品定位

# 沉浸式戏剧酒局分层体验套餐

A轻沉浸套餐 (19:00-21:00) :

含指定饮品1杯+NPC随机互动+线索道具1份, 定价68-98元/人。

B深度沉浸套餐 (21:00-23:30) :

含特调鸡尾酒2杯+角色身份卡+主线任务参与权, 定价168-198元/人。

C包场定制套餐:

适配团建活动, 含专属剧情改编+主题布置+餐饮定制, 定价2980-4980元/场。

# 文创周边



复刻旧报纸、木质令牌、NPC同款民国学生徽章，  
冰箱贴等可通过任务兑换或线下售卖。

# 主题饮品：

分“红色记忆系列”

(如“星火燎原”烟熏鸡尾酒、“清水塘灯光”无酒精果茶)

和“长沙烟火系列”

(如“糖油粑粑特调”“湘江水啤”)，每款饮品附专属剧情小卡片。

# 视觉设计

A photograph of a bar entrance at night. The building has a brick facade. On the left, a poster for 'CKTAIL' is visible, featuring the text '& 夜游' and 'CKTAIL' along with images of drinks and the numbers '199' and '99'. The entrance is a dark doorway. Through the doorway, the interior of the bar is visible, illuminated by warm, yellow light. Several people are seated at a bar counter. A sign on the wall inside the bar reads 'DIYVA Joob & Co' multiple times. In the foreground, a small, lit candle sits on a surface. The overall atmosphere is cozy and intimate.

# 设计理念：

因为这个酒馆是戏剧市场加酒吧市场

所以取名叫回信酒馆

拿信封跟酒杯相结合就设计了这个logo

*Returned Letter Tavern*



主要色彩：

#FFFFFF

#E9E3BE

#231815

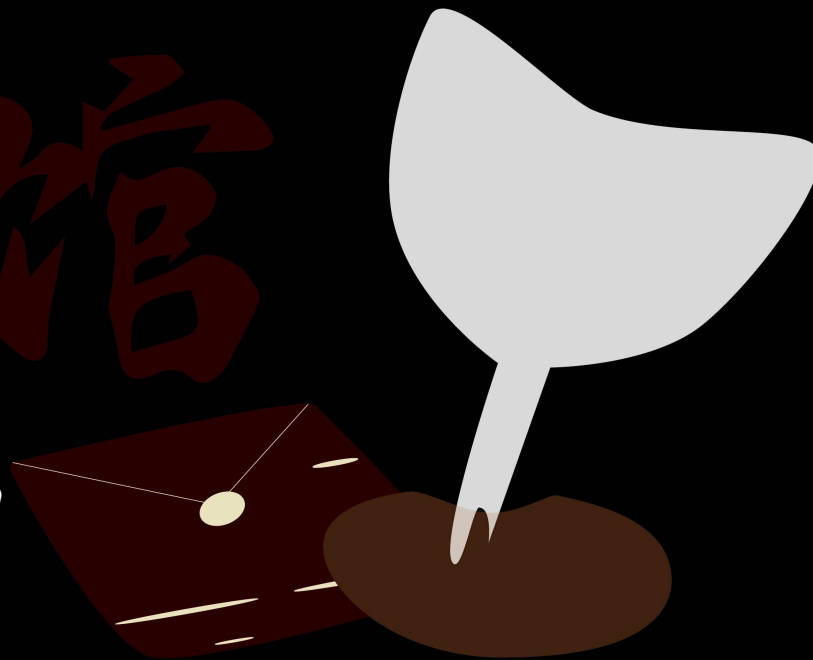
#290000

#330F04

logo展示:

回信酒馆

Returned Letter Tavern



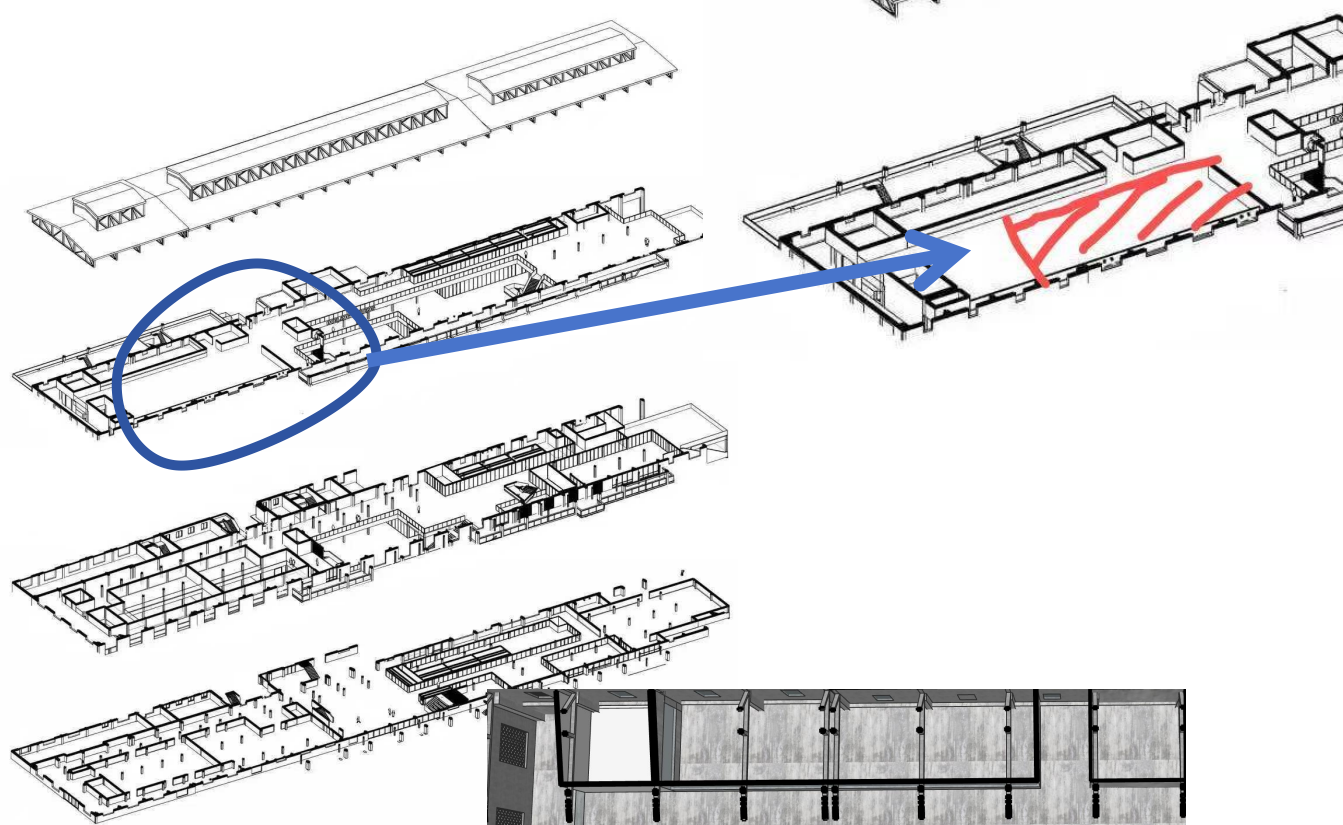
回信 酒馆

Returned Letter Tavern

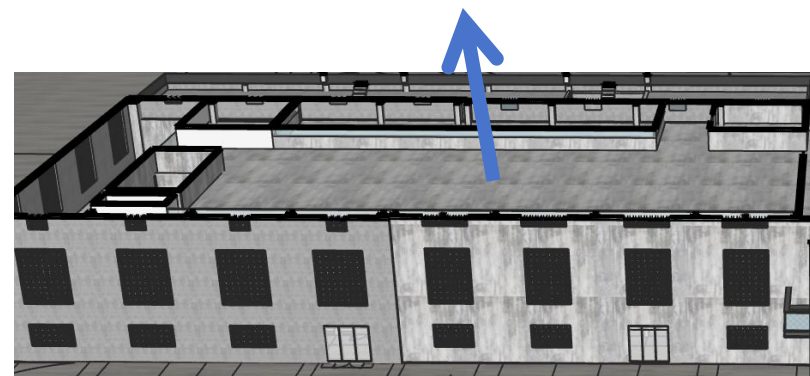
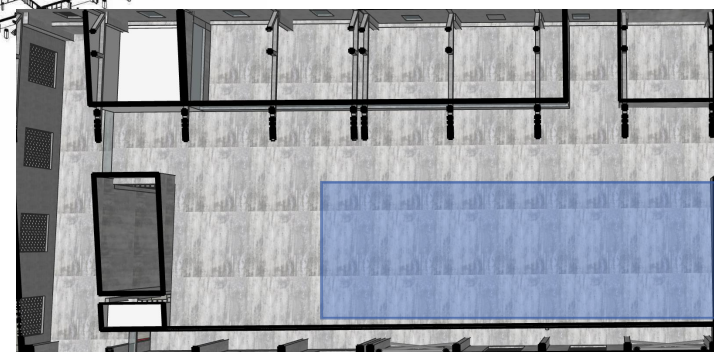
# 空间



# 选址



在三楼靠电梯口处



# 优势

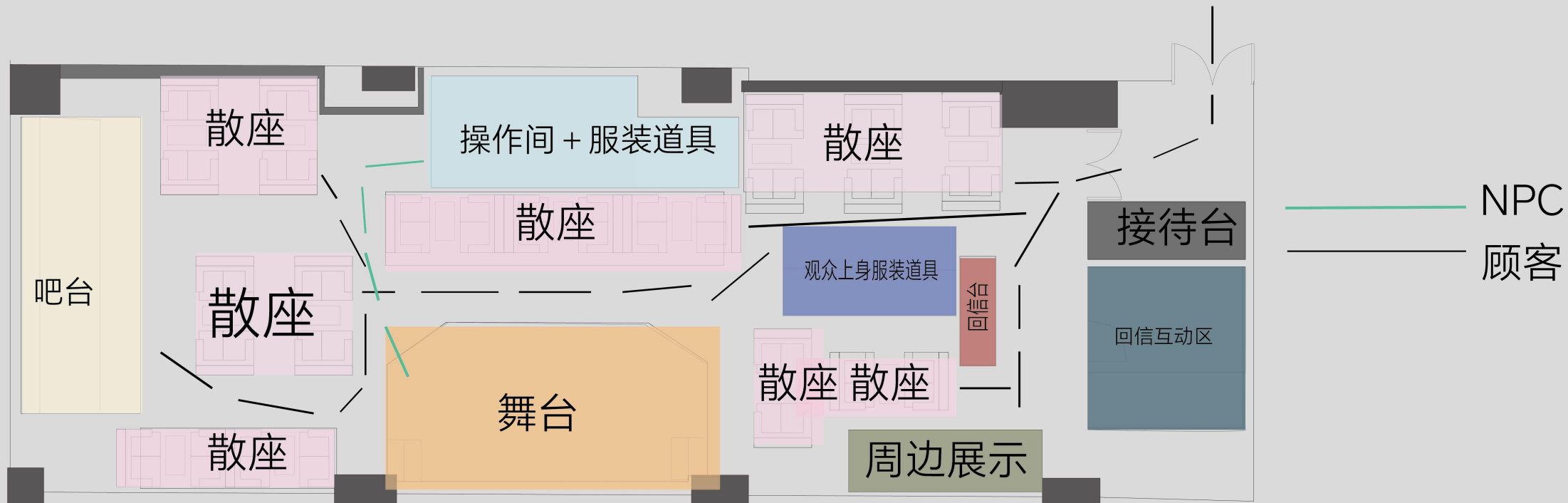
位于电梯口附近  
经过电梯口的人总会留意一下增加了浏览量

# 平面图





# 动线图



# 渲染图









S. R. VINNIE'S  
THEATRE  
WALL OF FAME

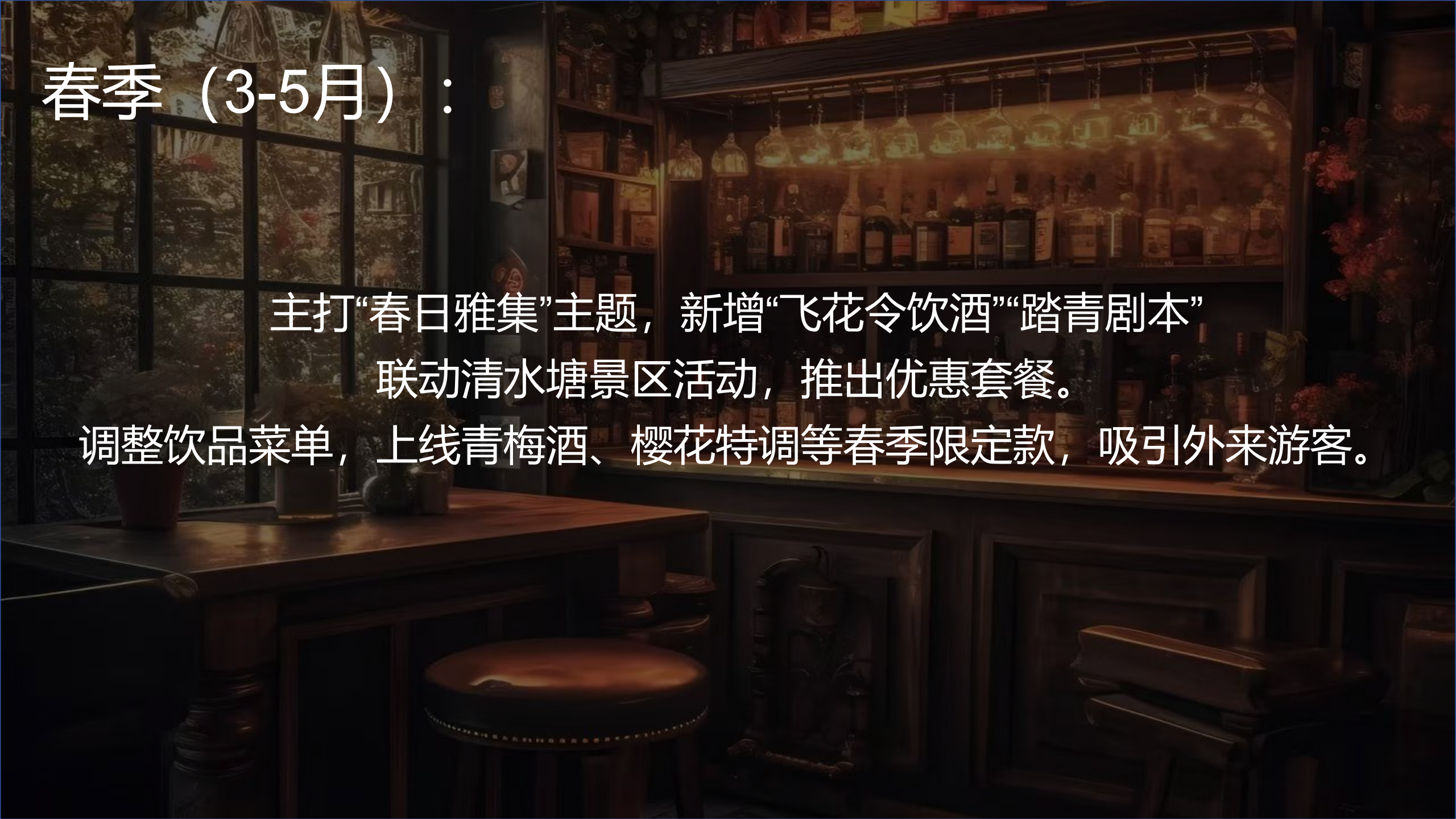




# 用户画像



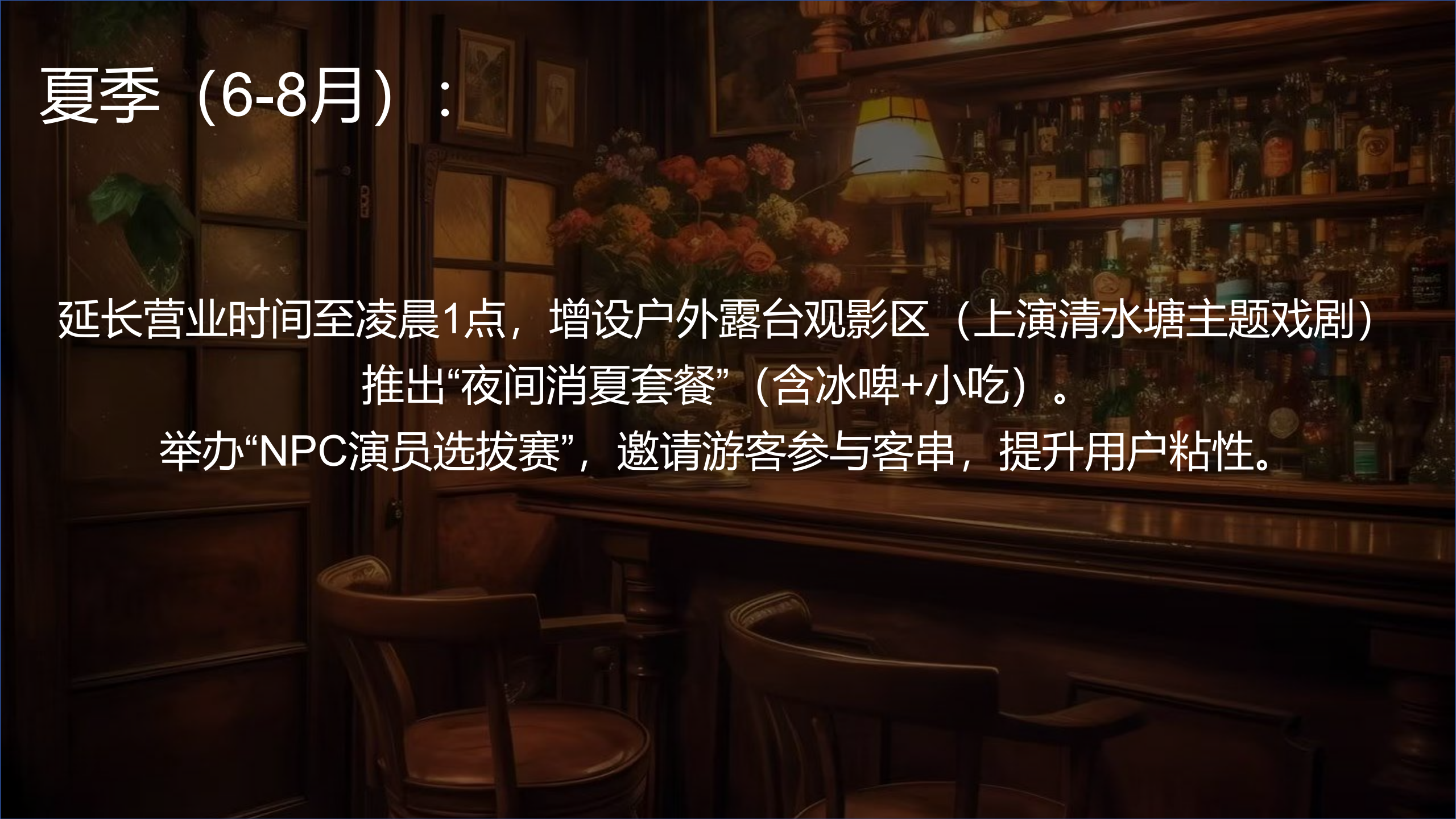
# 全季运营



春季（3-5月）：

主打“春日雅集”主题，新增“飞花令饮酒”“踏青剧本”  
联动清水塘景区活动，推出优惠套餐。

调整饮品菜单，上线青梅酒、樱花特调等春季限定款，吸引外来游客。



夏季（6-8月）：

延长营业时间至凌晨1点，增设户外露台观影区（上演清水塘主题戏剧）

推出“夜间消暑套餐”（含冰啤+小吃）。

举办“NPC演员选拔赛”，邀请游客参与客串，提升用户粘性。

The background image shows a sophisticated bar or lounge. On the left, there is a long wooden bar with a glass display case containing various bottles. The walls are lined with dark wood shelving units filled with an extensive collection of liquor bottles. In the center, a round table is surrounded by several high-backed leather chairs. The lighting is warm and ambient, with a few pendant lights hanging from the ceiling. The overall atmosphere is cozy and elegant.

秋季（9-11月）：

结合国庆节，推出“红色戏剧”  
上线秋季限定“桂花酿特调”，搭配月饼小吃，打造中秋主题夜场。

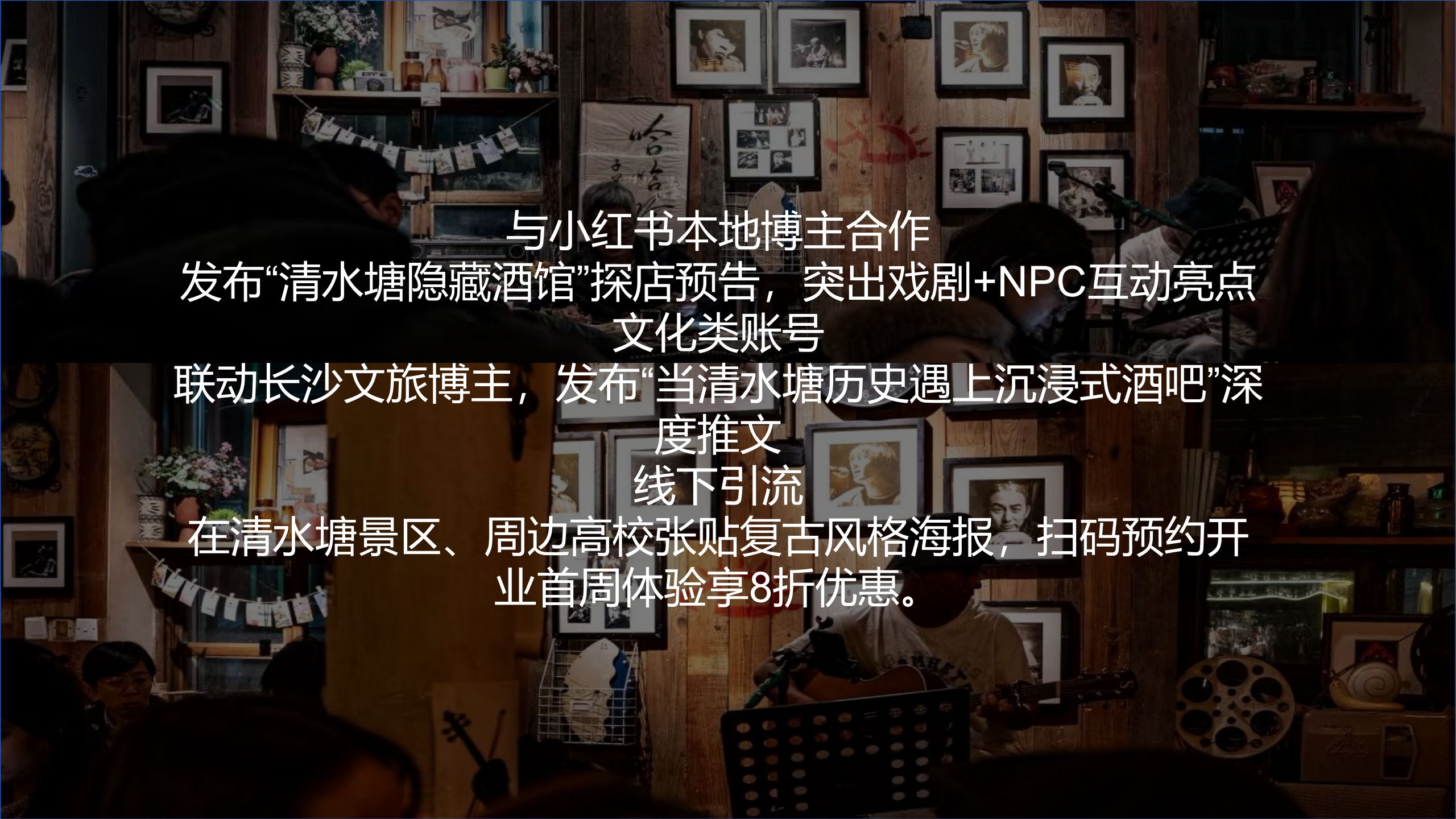
## 冬季（12-2月）：暖冬沉浸季

布置室内暖场（炭火盆装饰、毛毯坐垫），推出“围炉煮酒”套餐，主打热红酒、姜母茶等暖饮。

跨年/春节期间，推出“民国戏剧”限定剧情，NPC身着旗袍、长衫送新年祝福，发放定制红包（内含饮品券）



# 媒体传播



与小红书本地博主合作  
发布“清水塘隐藏酒馆”探店预告，突出戏剧+NPC互动亮点  
文化类账号

联动长沙文旅博主，发布“当清水塘历史遇上沉浸式酒吧”深度推文

线下引流

在清水塘景区、周边高校张贴复古风格海报，扫码预约开业首周体验享8折优惠。

# 财务测算



# 前期投入

装修设计费 **15-20万元**

民国风格硬装+灯光音响设备+道具制作

首批物资采购 **8-10万元**

酒水、食材、文创周边、桌椅家具

人员培训+剧本创作 **5-8万元**

NPC演员招募培训、剧本定制改编

营销推广费 **3-5万元**

前期探店、海报制作、平台投放

备用金 **5万元**

应对开业初期客流波动

**总计 36-48万元**

# 月度运营成本

房租（清水塘周边）

**1.5-2万元/月**

人员工资

**(店员+NPC演员8-10人) 4-6万元/月**

酒水食材采购

**2-3万元/月**

水电+营销+维护

**1-1.5万元/月**

月度总成本

**8.5-12.5万元**

# 盈利测算

日均客流：按开业初期日均40人（轻沉浸30人+深度沉浸10人），客单价约120元，日均营业额4800元，月营业额约14.4万元。

毛利率：酒水+套餐毛利率约65%-70%，月度毛利约9.36-10.08万元。

回本周期：稳定运营后，按月净利润1-2万元测算，回本周期约24-48个月；若客流提升至日均60人，回本周期可缩短至18-24个月。

The image features a central black rectangular area framed by deep red, draped curtains. The curtains are gathered at the top and hang down on both sides, creating a stage-like effect. In the center of the black area, the words "THANK YOU" are written in a clean, white, sans-serif font.

THANK YOU