

株洲清水塘非标策划

-边诗怡



SPECIAL

Special Must--Have Bling

“饰“不可少的特别

-边

**BE THE REASON
SOMEONE
SMILES TODAY**

这款“饰”不可少，很特别

张弛有度，显露个性

你需要的，恰好是我能给的

01

案例研究

02

清水塘背景调研

03

IP产品定位

04

空间展示

05

视觉设计

06

用户画像

07

媒体传播

08

四季运营

09

财务预算

目录



01

案例研究

A close-up photograph of a person wearing a dark green, textured jacket. The person is adorned with multiple pieces of silver-toned jewelry, including a wide necklace, several rings, and a matching wide bracelet. The text 'apom' is written in a large, white, lowercase, rounded font across the center of the image, with 'MONACO' in a smaller, white, uppercase, sans-serif font directly below it.

apom
MONACO

◆ 布局长三角核心经济圈，锁定上海、杭州等消费力强劲的城市，契合品牌时尚轻奢的定位。

◆ 覆盖长三角主要都市节点，既能依托核心城市的流量优势，也能辐射周边高潜力消费区域。





品牌简介

APM Monaco成立于1982年，创始人Ariane Prette是一位来自摩纳哥的珠宝设计师。她的设计灵感来自于蒙特卡罗的奢华生活和法国艺术文化，以及现代都市女性的时尚需求。APM Monaco的设计风格独特、精美，深受消费者的喜爱。如今，APM Monaco已经成为了国际知名的珠宝品牌，其设计和制作的珠宝产品畅销全球。



apm
MONACO

品牌发展:

- ①创立起源（1982年）：APM Monaco 由 Ariane Prette 女士于 1982 年在摩纳哥创办。公司名字取自她的姓名首字母缩写加“Monaco”。
- ②推出自有品牌（2012年）：2012年，创始人 Ariane Prette 的儿子 Philippe Prette（现任首席执行官）与其妻子 Kika Prette（创意总监）共同创立了自有珠宝品牌 APM Monaco。
- ③快速扩张期（2017 - 2018年）：截至到2018年底，其店铺数量达到 200 家，遍布 26 个国家。
- ④持续发展（2020年至今）：品牌不断推出新系列产品，在设计上持续创新，并且积极拓展线上销售渠道



APM Monaco 品牌设计核心亮点

- **独特性**：融合现代时尚与摩纳哥优雅，首饰设计新颖别致
- **多样性**：产品覆盖项链、手链等多品类，各系列风格与寓意各异，满足多元需求.
- **时尚感**：紧跟潮流，融入当下流行元素，兼具时尚与现代感.
- **高品质**：选用纯银、锆石等优质材料，经精细加工打磨，质感光泽俱佳.

A woman with dark hair pulled back is the central figure, wearing a dark olive-green military-style jacket over a dark top. She is adorned with a silver-toned necklace, a matching watch on her left wrist, and a ring on her right hand. Her eyes are closed, and she has a serene expression. The background consists of layered, light-colored rock formations, with dramatic lighting creating strong shadows and highlights. The overall mood is contemplative and rugged.

广告大片

apm
MONACO

apm
MONACO

ENDORSER



产品视觉



apm
MONACO

apm
MONACO

apm
MONACO

Theory

portait



A close-up, profile photograph of a woman with dark hair, looking towards the left. She is wearing several pieces of jewelry: a large, dark, oval-shaped ring on her right ring finger, a matching ring on her left ring finger, and a matching ring on her left middle finger. She is also wearing a thin, silver chain necklace. The lighting is soft and directional, coming from the right, creating highlights on her skin and hair. The background is a plain, light-colored wall. The word "POMOLA" is overlaid in the center of the image in a large, bold, black, sans-serif font.

POMOLA

品牌故事

POMOLA 的品牌灵感来源于罗马神话中掌管果园丰收的女神，象征沉浸于自然、历经播种与收获的女性形象。品牌主打极简主义首饰，通过天然材质、精湛工艺和细节打磨，传递生活哲学——平衡、理性、克制与宁静。POMOLA 致力于创造易穿戴、可长期佩戴且兼具美感与精神内涵的首饰艺术品。

POMOLA



**在不断的流动中找到稳定的自
洽点，平衡、理性、克制且宁
静。**

POMOLA

品牌定位

聚焦于都市独立女性，主要覆盖一二线城市的艺术、设计、文化从业者及高知人群。她们追求精神丰盈与审美独立，不盲从流行，更愿意为有思想、有温度、可持续的轻奢品牌买单。



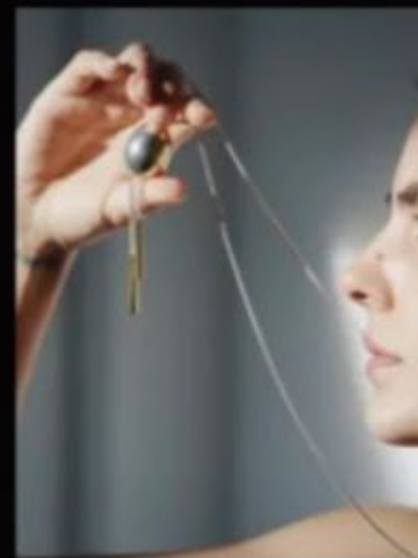
orbed heart



blocky trace



bifrost



balance

Brand Products

热门产品



Equilibrium | 平衡系列

以金与银的分界构建视觉秩序，采用分色电镀与空心密封工艺，展现流动中的稳定感，象征理性与宁静的内在平衡。



OudWood | 沉香系列

融合海南绿奇楠沉香与淡水珍珠、水晶等材质，木与矿物的对话交织出温润光泽，传递安定、疗愈的气息。



Serenity | 澄净系列

银包裹金色拉丝工艺，表面光泽如静水映影，体现“克制的优雅”，象征纯净与从容。



CrumpledStar | 褶皱星星系列

以手工捏塑的不规则褶皱复刻恒星肌理，光影流转间展现女性的柔韧与力量。



Bifrost | 闪烁之路系列

灵感取自北欧彩虹桥，简约线条结合锆石光泽，象征现实与理想间的跨界与连接。



Isaroparl | 珍珠系列

珍珠象征成长与坚韧。系列以冷静线条与手工编织展现温润质感，保留珍珠自然的不完美之美。



BlockyTrace | 岩石系列

以岩石光影与岁月痕迹为灵感，金属抛光工艺还原质朴肌理，诠释坚硬与柔和的共存之道。



Orbed Heart | 爱心系列

“Orbed”寓意被包裹的丰盈之心，柔性线条象征爱的完整与平等，传递柔韧而坚定的力量。



HelixPulse | 螺旋纹系列

取螺旋纹图腾为意象，展现生命的循环与能量流动，象征自我觉醒与持续成长的力量。

视觉



POMOLA



AJIDOU

阿吉豆



品牌简介

AJIDOU阿吉豆成立于2003年，经18年的发展，终端门店超600家，遍布中国140余个城市。AJIDOU阿吉豆是一个服务全客层消费者日常穿搭的全品类时尚配饰品牌，以满足消费者探索自我及日常多元生活场景搭配需求为己任，愿每一位“您”都能轻松“搭出日常灵感”。



品牌价值观

AJIDOU阿吉豆是一个充满活力，多元化的时尚配饰品牌，它代表了一种轻松的，愉悦，爱美的生活态度。为爱美女性带来愉悦感的购物体验。

AJIDOU

AJIDOU



AJIDOU



AJIDOU



品牌个性



品牌主张“时尚、新潮、自在、包容、乐活”，致力于提供多样化的选择

ajidou!

ajidou!

SHINE 萱子

门店

ajidou

店开业 双重礼遇
全场2件
88折
员单笔实付满
00赠首饰盒

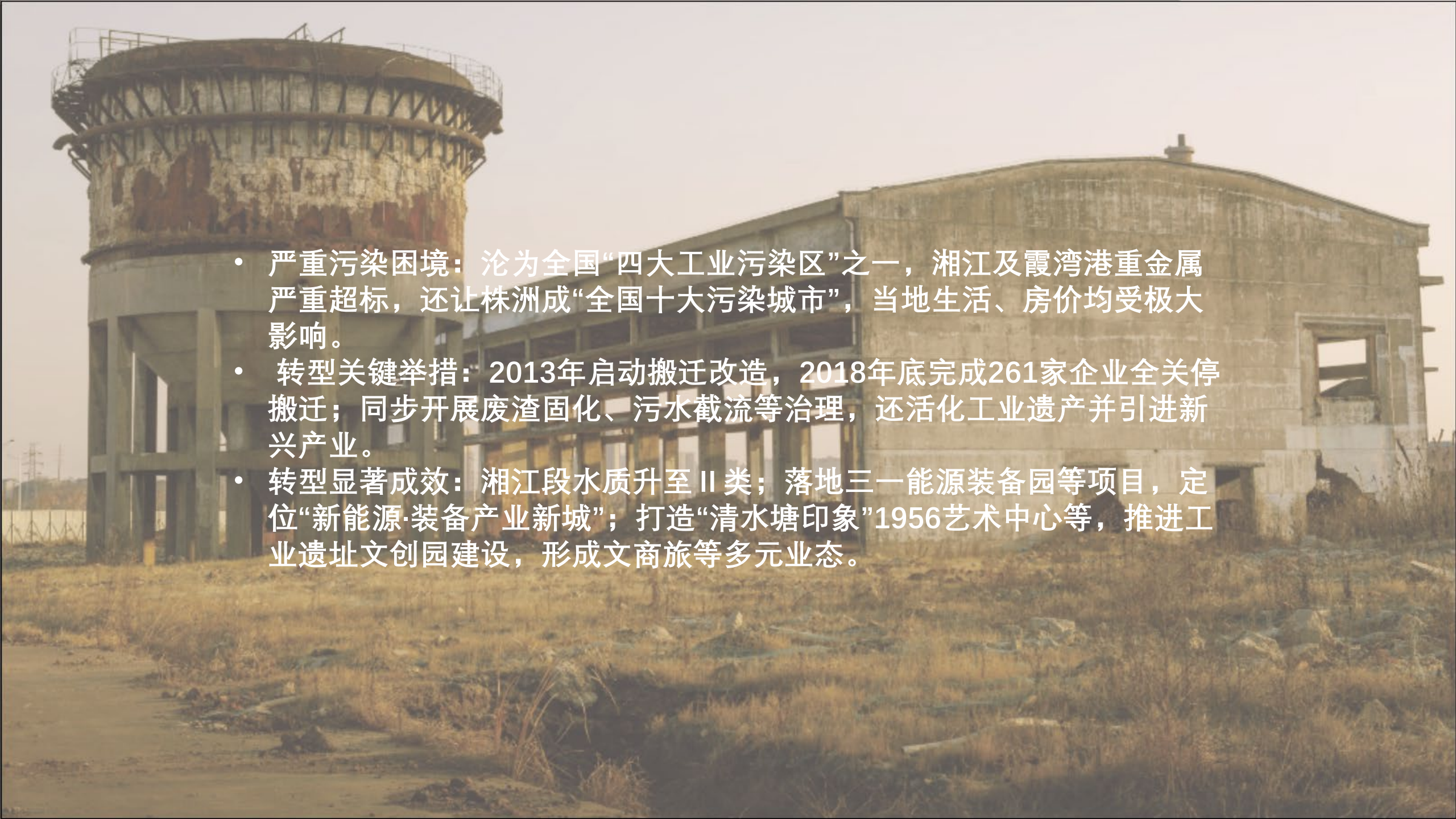


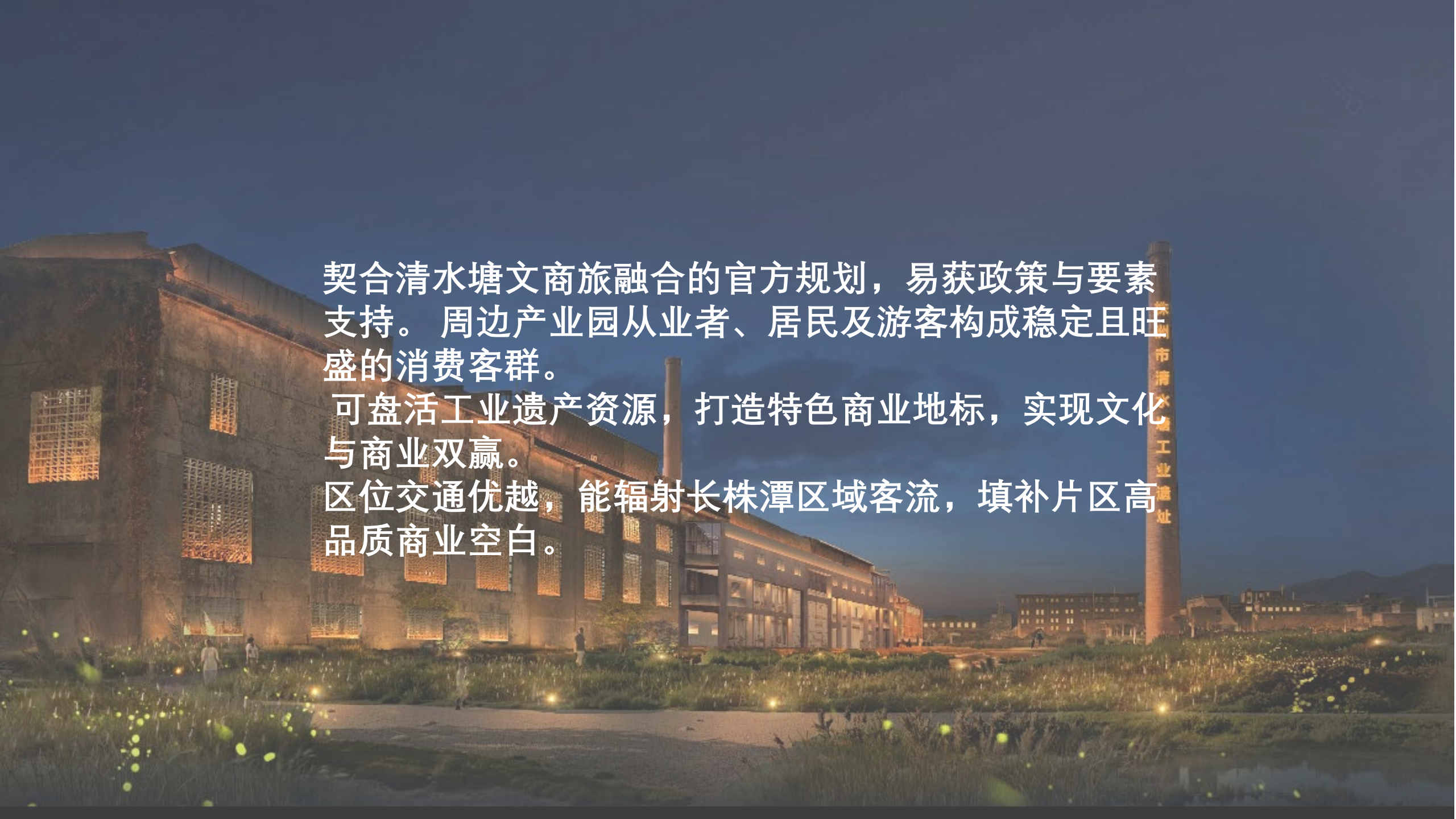




02

清水塘背景调研

- 
- 严重污染困境：沦为全国“四大工业污染区”之一，湘江及霞湾港重金属严重超标，还让株洲成“全国十大污染城市”，当地生活、房价均受极大影响。
 - 转型关键举措：2013年启动搬迁改造，2018年底完成261家企业全关停搬迁；同步开展废渣固化、污水截流等治理，还活化工业遗产并引进新兴产业。
 - 转型显著成效：湘江段水质升至II类；落地三一能源装备园等项目，定位“新能源·装备产业新城”；打造“清水塘印象”1956艺术中心等，推进工业遗址文创园建设，形成文商旅等多元业态。

A nighttime architectural rendering of an industrial heritage site. The scene features a large, multi-story brick building with several windows illuminated from within, casting a warm glow. To the right, a tall, slender brick chimney stands prominently. The foreground is filled with lush greenery and small, glowing yellow lights, suggesting a park-like setting. In the background, other industrial buildings and a dark sky are visible. The overall atmosphere is one of historical preservation and modern development.

契合清水塘文商旅融合的官方规划，易获政策与要素支持。周边产业园从业者、居民及游客构成稳定且旺盛的消费客群。

可盘活工业遗产资源，打造特色商业地标，实现文化与商业双赢。

区位优势优越，能辐射长株潭区域客流，填补片区高品质商业空白。

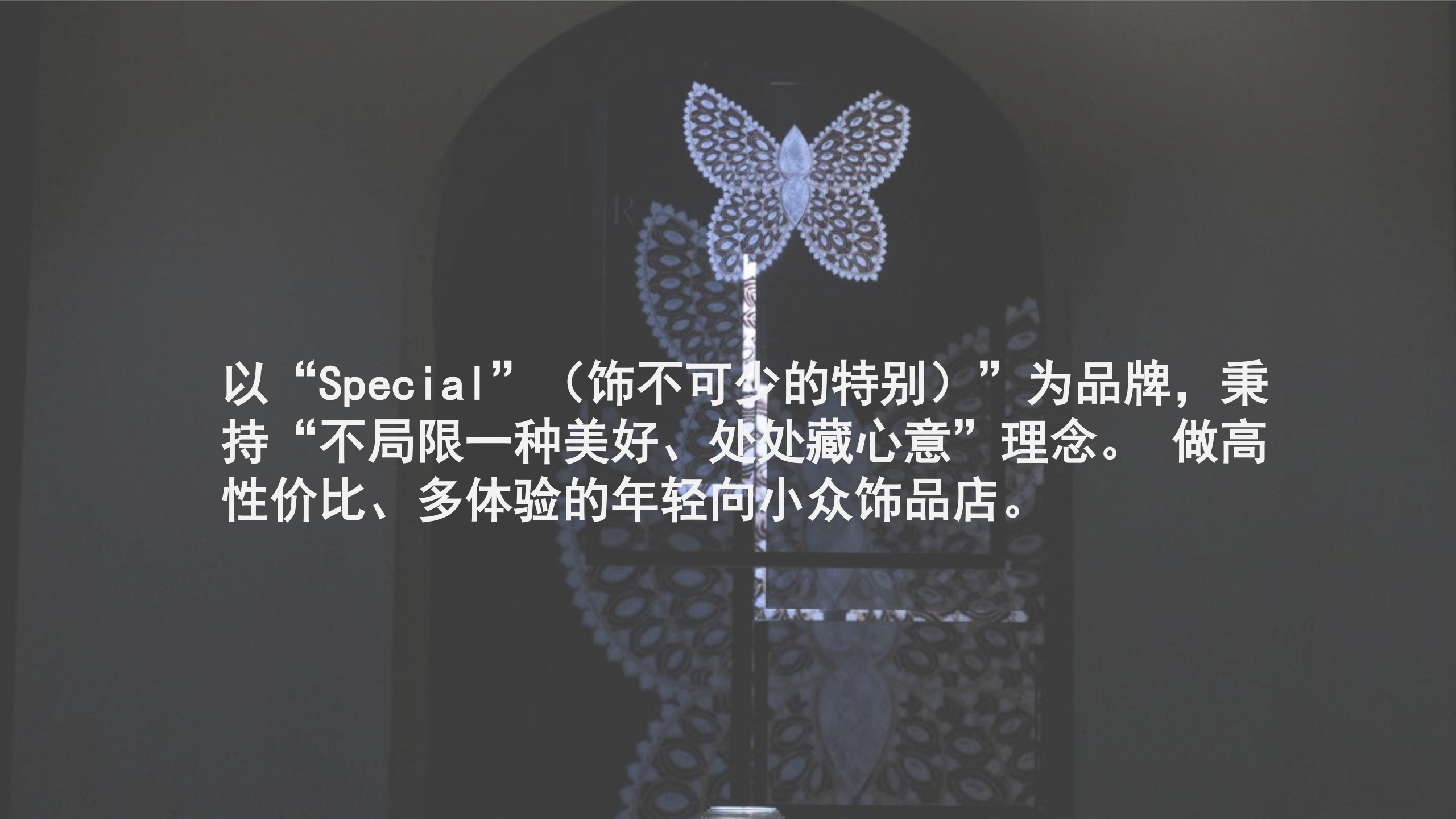


03

IP产品定位



理念：不局限一种美，处处藏着心意。

A decorative butterfly-shaped object, possibly a piece of jewelry or a small sculpture, is centered in the upper half of the image. It has a light blue or white color with intricate, lace-like patterns on its wings. The object is mounted on a thin, vertical stand. The background is dark and features a subtle, repeating pattern of the same butterfly shape, creating a layered effect. The overall aesthetic is elegant and artistic.

以“Special”（饰不可少的特别）”为品牌，秉持“不局限一种美好、处处藏心意”理念。做高性价比、多体验的年轻向小众饰品店。

面向20-30岁客群，主打“手工+文创饰品”核心，搭配多档盲盒，靠“选饰+拆盲盒+手工”塑造场景。

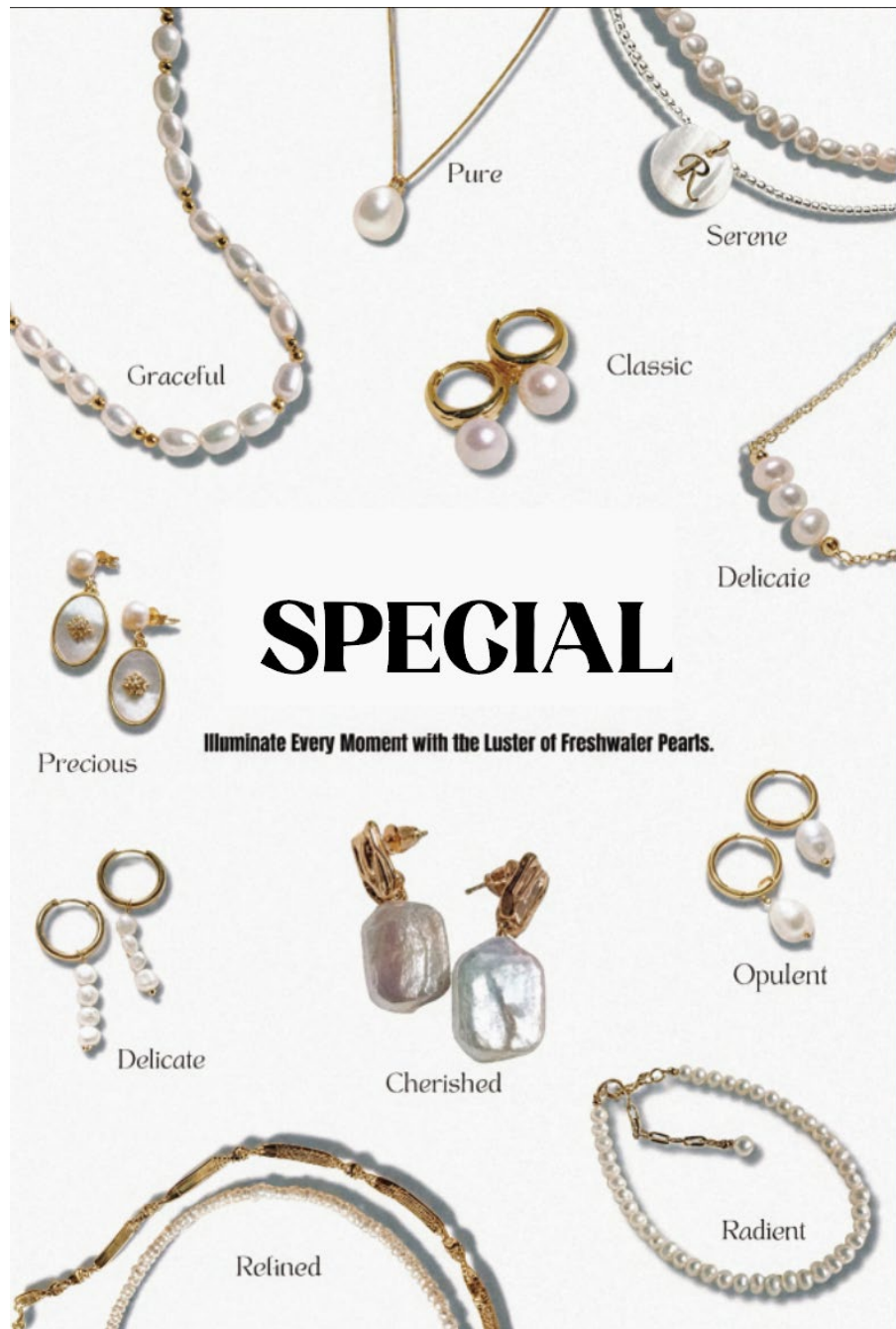


核心品（饰品）：

●分3类覆盖需求

- 手工款
- 日常款500-800元
- 特色款800-1200元
- 文创款（900-1500元）添加独特感
- 再以399/699/999/1299元四档
（含饰品+小配饰/文创周边）拉新鲜感





SPECIAL

Illuminate Every Moment with the Luster of Freshwater Pearls.

Pure

Serene

Graceful

Classic

Delicate

Precious

Opulent

Delicate

Cherished

Radiant

Refined

产品种类



设计理念： (IP符号)

以项链形态为核心原型，用曲线拆解重构项链绳结与垂坠的视觉特征。绳结与闭环象征饰品、佩戴者、品牌间的专属情感联结。

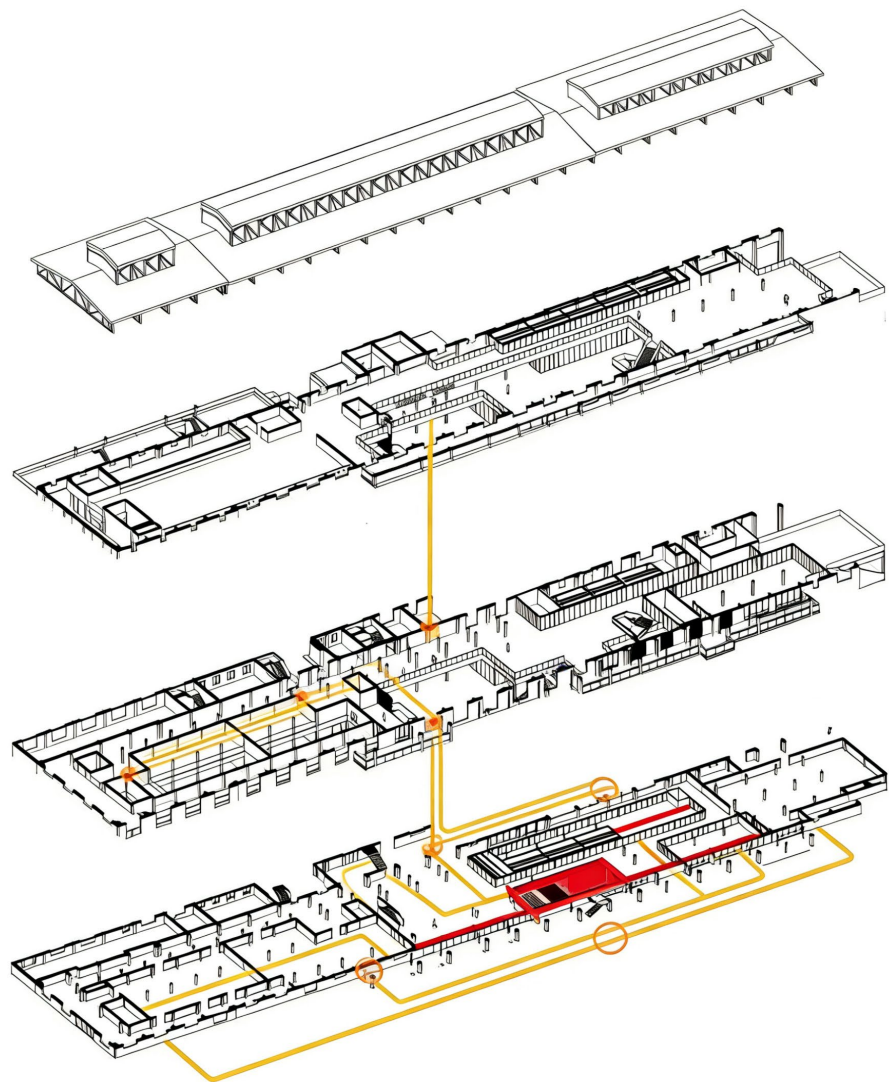


04

空间展示

You can enter a subtitle here if you need it

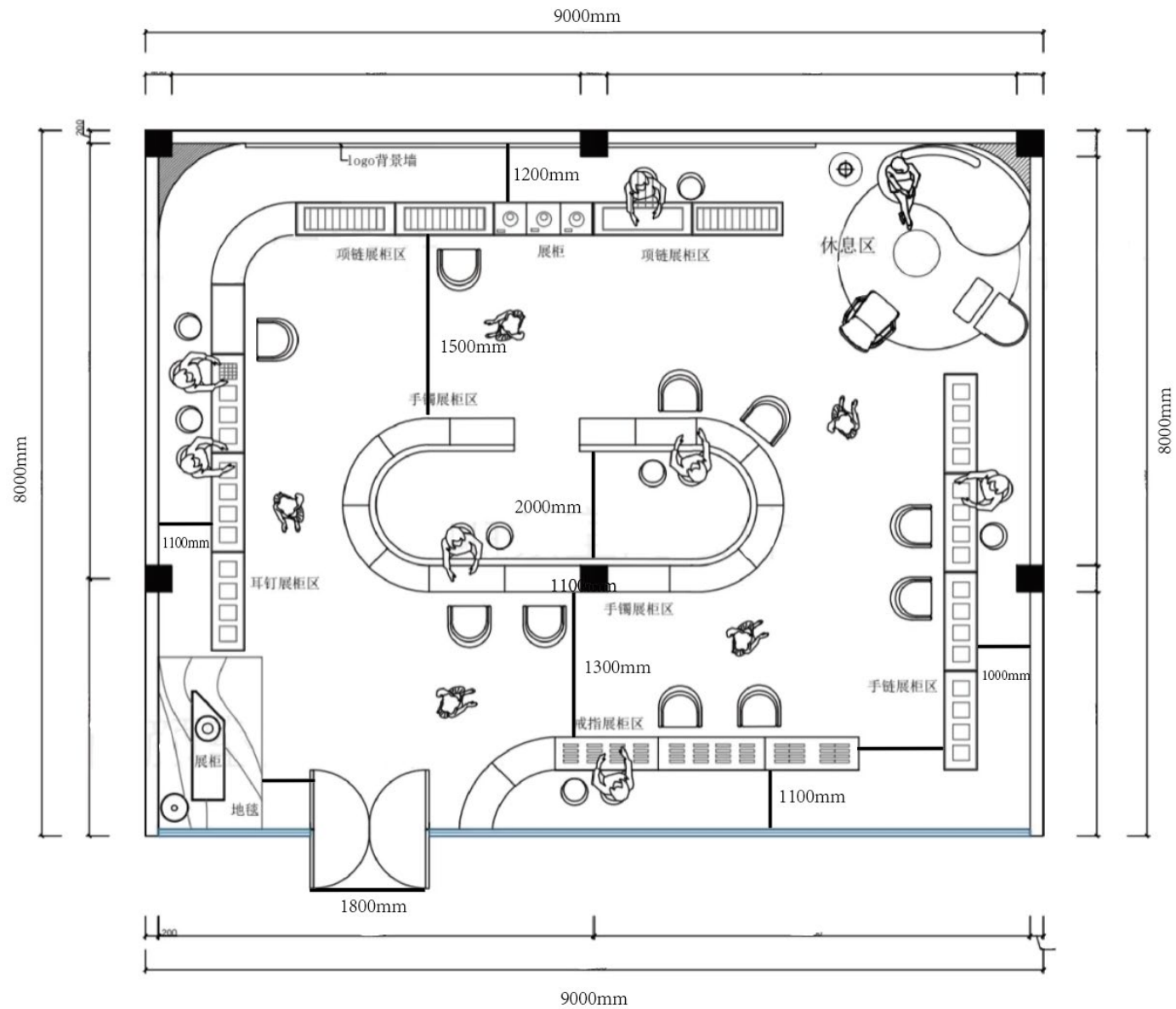
动线



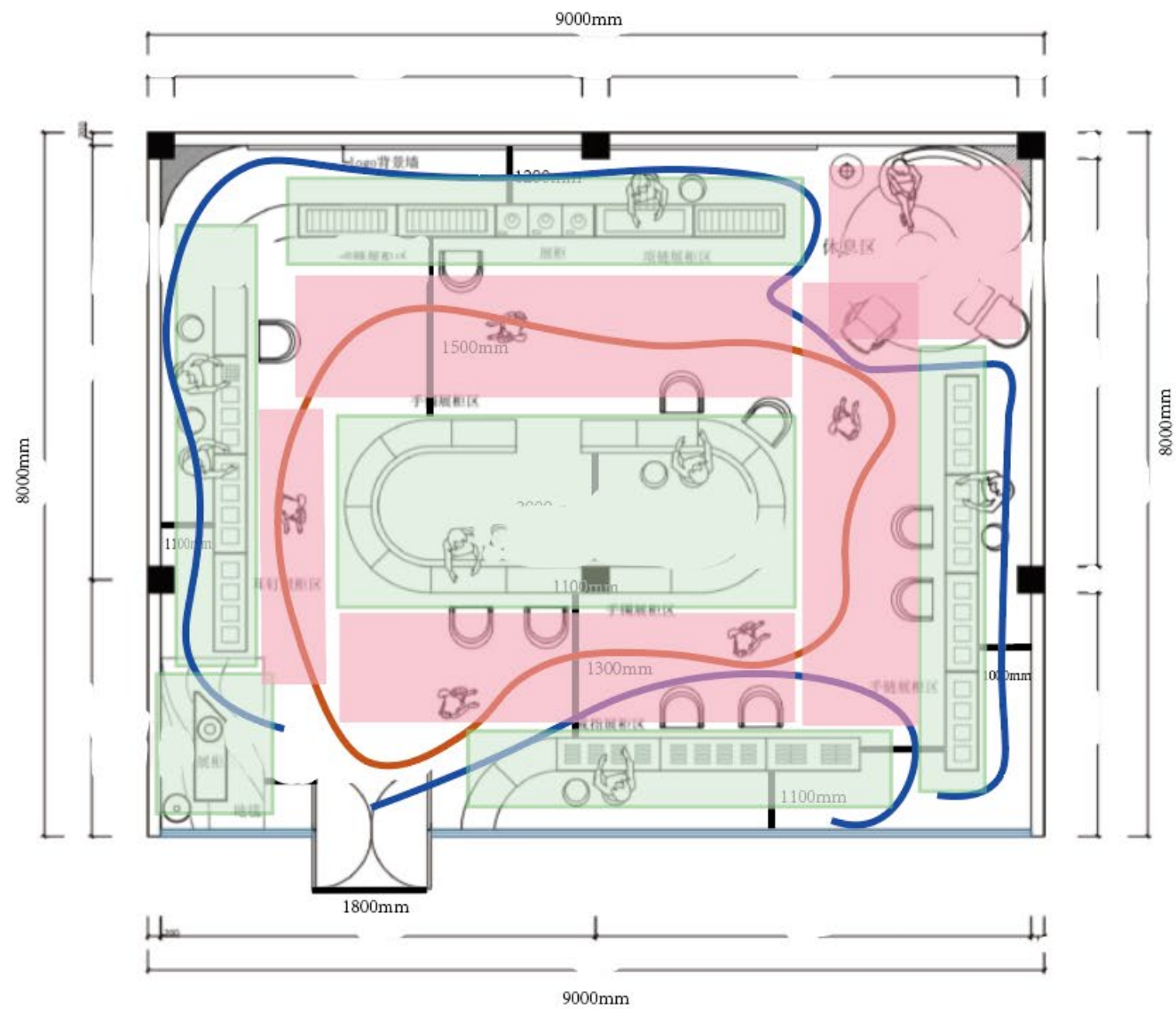
- 动线核心，客流必经过
- 一楼临街，曝光率超高
- 即时消费，转化更轻松
- 可达性好，到店无阻碍

主动线：主路必经曝光高
次动线：分支汇聚到店易
拐点线：节奏放缓易停留





平面图



平面布置图1:100



平面布置图1:100

-  客流活动区
-  员工活动区
-  客流活动区
-  员工活动区

NUMBERING

门店外观



T H E T H R E E - H N I N G

展示区



收银区





05

视觉展示

You can enter a subtitle here if you need it



special



SPECIAL

BRAND
- MATERIALS

INDEPENDENT DESIGNER
ORIGINAL DESIGN ©

SINCE
2025



33^o
DESIGN

FASHION JEWELRY

BRAND
- MATERIALS

INDEPENDENT DESIGNER
ORIGINAL DESIGN ©

SINCE
2025

NO
NEED TO SMOOTH
OUT THE
EDGES WEAVE
YOUR OWN UNIQUE LIGHT
WITH
YOUR
SHARP EDGE
/



WOVDA

WOVDA TAKES WEAVING EDGES AND CORNERS AS ITS SPIRITUAL
CORE ADVOCATING THE USE OF MODERN AESTHETICS THAT COMBINES RIGIDITY AND SOFTNESS
TO INTERPRET INDIVIDUAL ATTITUDES

FASHION JEWELRY

NEW FEELINGS AND STYLES
AUTUMN AND WINTER COLLECTION

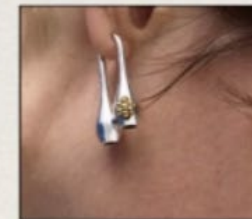
2026/SMHDB



FREEDOM
UNIQUE

SHARP
PERSONALITY

BE UNCONVENTIONAL
INTERESTING



SPECIAL MUST-HAVE BLING

Freedom is not about going
with the flow; it is about set-
ting your own rules.







SPECIAL





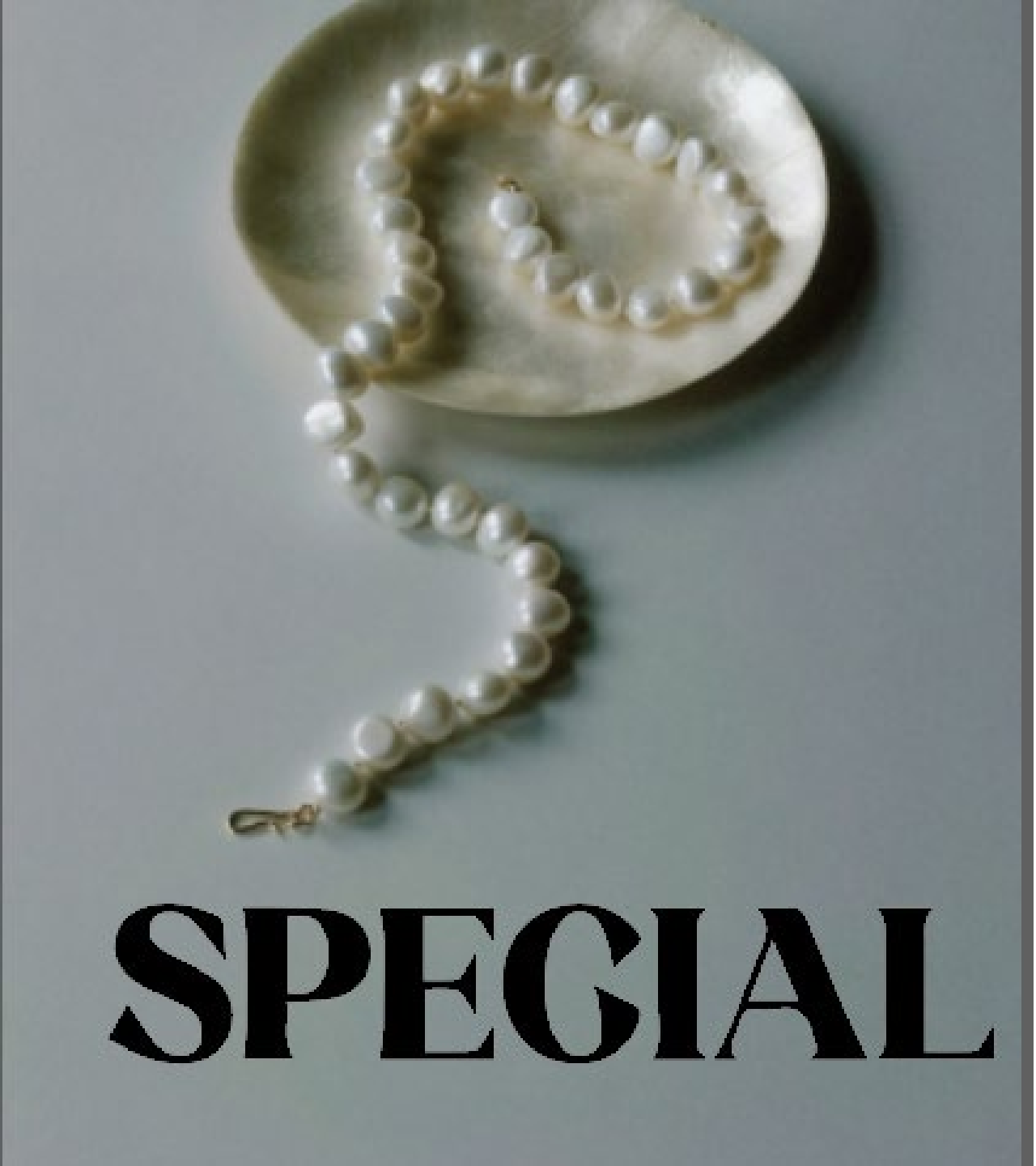
SPECIAL



SPECIAL



SPECIAL



SPECIAL



06

用戶画像

You can enter a subtitle here if you need it



20-30岁工作女性

- 年龄：20-30岁
- 收入：月均6000-15000元
- 客单价：500-1500元
- 核心需求：实用有质感、职场轻个性、售后省心
- 消费偏好：耐用五金款，买日常、小众设计款。
- 触达渠道：淘宝/京东、小红书干货笔记、线下商场



20-25岁个性女性

- 年龄：20-25岁
- 收入：月均3000-6000元。
- 客单价：500-1000元
- 核心需求：拒烂大街、小众有辨识度、兼顾实用。
- 消费偏好：设计师小众款/定制单品，买个性服饰、小众彩妆。
- 触达渠道：小红书、B站、淘宝小众类目、线下文创店。



15-20岁学生

- 年龄：15-20岁
- 收入/零花钱：月均500-2000元。
- 客单价：300-500元。
- 核心需求：平价、不撞款、符合同学圈层审美。
- 消费偏好：平价网红款、小众平替，爱饰品、潮玩。
- 触达渠道：小红书、抖音、学校周边店、拼多多。



20-30岁的个性男性

- 年龄：20-30岁
- 收入：月均4000-10000元
- 客单价：500-1500元
- 核心需求：个性不浮夸、兼顾自身喜欢与女友审美
- 消费偏好：低调潮款/质感单品，买潮牌外套、质感配饰
- 触达渠道：抖音、淘宝潮牌店、线下潮牌集合店



07

媒体传播



深圳 | 邂逅一家复古小匠屋 很美很有趣

- 周末到深业上城
- 逛街发现一家门面漂亮的木质小店
- 被它的复古美学所吸引

说点什么... 31 19 12



不在国外在成都 | 好有电影感的古着店
 逛到一家宝藏 vintage 买手店
 主打中古首饰 + 香水 + 西洋古董
 店主审美在线, 每款都好好逛
 #古着探店 #vintage #复古美学空间 #东郊记忆

- 地点 成都 · F.B.Antique(东郊记忆店)
- 猜你想搜 东郊记忆 vintage 店

编辑于 11-14 四川 不喜欢

综合 店铺 团购 商品 直播 视频

复古杂货铺 小众设计感

我们是 东大门发饰实体批发商。大量新品更新...

One 韩国饰品... 2025.10.12 2778

一家复古杂货铺。开在小巷子里的一家宝藏小店...

里物 2024.3.16 524

ins 简约无痕发夹女发根固 双12 领消费券 ¥1.05 大促销 已售6万+件 回头客9千 郝丽饰品 进店 >

要天天开心啊朋友。#杂货铺 #饰品店 #饰品摆摊 #...

发饰品店(摆烂... 2024.3.9 102

相关搜索

耳钉

旭首首饰

饰品店装修风格

阿方和小石的看店日记

全部 账号 商品 地点 群聊 问一问

综合 最新 附近 海口 弘大 推荐附近 照

雾霾蓝的银饰 | 把星河装进橱窗的极简美学 当...

1688 大牌代工厂合集 (饰品篇 阿吉豆 义乌市...)

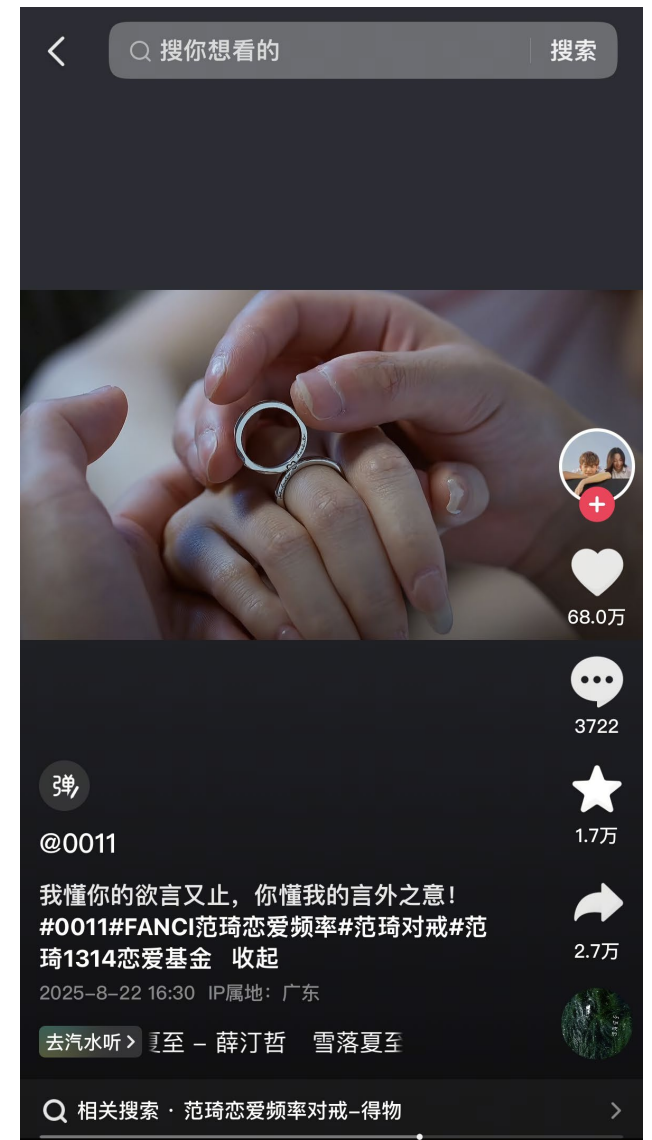
叁川设计 | 黄... 11-19 28

天天创业暴... 09-12 2832

澳门大三巴必来宝藏店

上海真的不缺有品味

核心平台：主攻小红书/抖音，发“饰品穿搭+盲盒开箱+甜品场景”短视频，带同城+手工文创+小众饰品标签；



达人合作：找1-10万粉本地穿搭，推“到店打卡送小配饰”，精准触达15-25岁客群；



长治芭菲 | 美女顾客滴返图~

#探店打卡 #长治探店#长治#Parfina #芭菲#新年快乐

合集 芭菲 * . 9 (' 0 ') * . 0

说点什么... 124 34 17

栗kk 哇塞 好好看 我和朋友过几天来!!!! 因为都是高三牲还没放假

竹叁土 作者 加油学习哦 期待你们放假光顾

Gone 在哪里呀 具体位置 五一回去想去

竹叁土 作者 宝子可以看一下我的置顶笔记~现在上学期间我已经不做了

27. 是新开的嘛!!!

竹叁土 作者 是滴~

阴雨连绵却没有你的雨季 好吃的

说点什么... 124 34 17



比得兔 x Fable England 饰品合作分享

比得兔 x Fable England 献给精致兔宝们的暖心陪伴 将比得兔童话小分队带在身边 在耳畔、在颈间、百搭可爱、随心转换!

说点什么... 7 4 评论



宠粉! 周大福 x 迪士尼疯狂动物城可爱到没边

hi, 福粉们~ 周大福与迪士尼疯狂动物城联名系列来啦!

说点什么... 5005 1224 994

- 3. 私域沉淀: 到店顾客邀进社群, 发新品/盲盒预告+专属券, 鼓励晒单返现
- 4. 线下联动: 周边学校/写字楼贴海报, 和文创店咖啡馆互摆展架, 共享客流。



08

四季运营

春季（3-5月）：焕新踏青主题。

- 饰品：推出「春日漫游」系列手工款（如花草元素银饰、编织手链），文创款联动本地公园/景区IP设计纪念款；盲盒增设踏青配饰隐藏款（如便携饰品收纳袋、防晒丝巾）。
- 场景：甜品区主打樱花、青提等清爽口味，设置「春日打卡角」，消费满额赠送定制踏青主题明信片。
- 活动：周末开展「手工饰品DIY体验课」，吸引亲子、学生群体到店，搭配“试拆盲盒+甜品套餐”优惠。



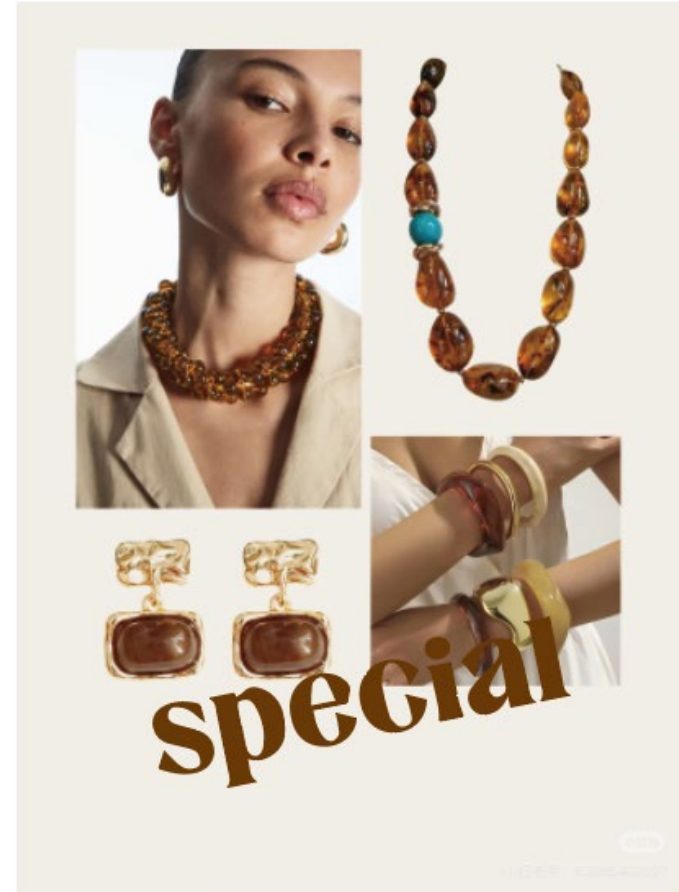
夏季（6-8月）：清凉潮玩主题

- 饰品：主打轻量化、防水材质的手工饰品（如亚克力、钛钢款式），文创款推出夏日限定插画联名款；盲盒加入驱蚊手环、迷你风扇等夏季小物。
- 场景：延长夜间营业时段，打造「夏夜休憩角」，提供冰饮、冰淇淋甜品，推出“夜间盲盒福袋”限时折扣。
- 活动：发起夏日穿搭挑战赛，鼓励顾客晒出饰品搭配照片，评选优质内容赠送免费盲盒。



秋季（9-11月）：文艺复古主题

- 饰品：上线「秋日私语」系列（如琥珀、木质手工饰品），文创款结合中秋、国庆推出节日纪念款；盲盒增设复古文具、香薰片等周边。
- 场景：甜品区推出桂花糕、栗子蛋糕等秋味甜品，设置「秋日手作市集」周末快闪，联动周边手艺人摆摊引流活动：开学季针对学生群体推出“新生礼包”，含低价盲盒+甜品券，凭学生证享饰品折扣。



冬季（12-2月）：温暖节庆主题

- 饰品：主打温暖质感的手工款（如毛绒编织、金属珐琅彩款式），文创款推出圣诞、新年限定款；盲盒设置节日隐藏款（如生肖主题孤品饰品），主打礼品属性。
- 场景：打造圣诞/新年主题打卡区，甜品区供应热红酒、姜饼人等节日甜品，推出“买饰品送甜品暖饮”套餐。活动：双旦期间开启「盲盒交换大会」，顾客可凭重复盲盒周边到店交换；推出“跨年礼品定制服务”，支持手工饰品刻字。





09

财务运算

成本项目	年金额 (元)
房租 (含物业费)	192,800
装修摊销	32,500
设备折旧	16,000
人员工资	180,000
固定成本合计	421,300

项目	金额 (元)
手工款饰品销售额	576,000
文创款饰品销售额	432,000
盲盒销售额	288,000
甜品销售额	100,800
年销售总额	1,396,800
年其他成本	713,200
年净利润	262,300



Thanks!

Do you have any questions?



Please keep this slide for attribution

