

# 鲸鱼食堂

姓名：梁晋瑜

学号：202415006280

# 区位分析



- 1.客群高度集中，刚需型强
- 2.消费场景多元，适配性强
- 3.运营成本相对可控
- 4.营销传播效率高

# 人群分析



教职工  
20%  
午休、聊业务



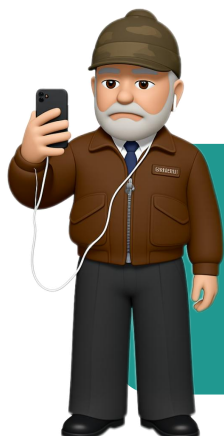
学生  
15%  
打卡、聚会



网红探店  
35%  
拍照打卡



访客、校友  
15%  
放松、享受

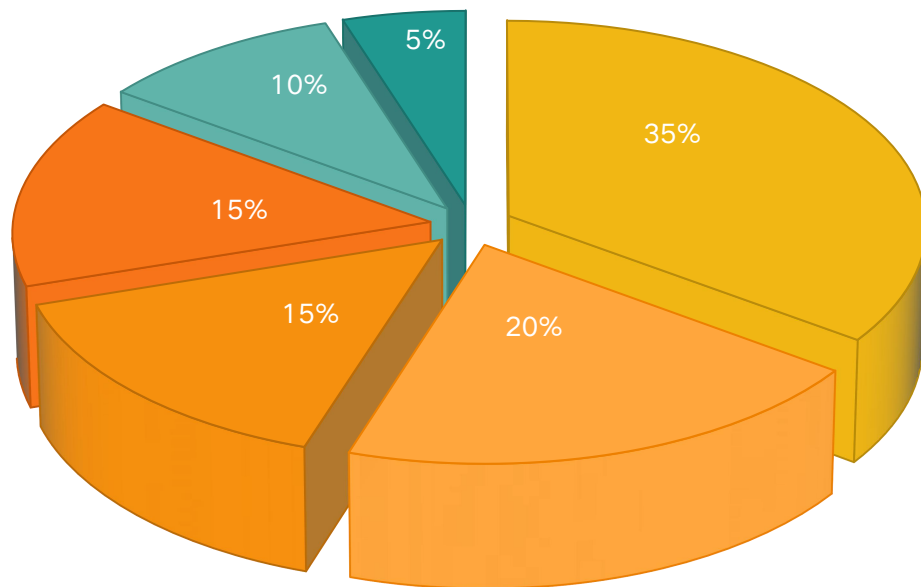


周边居民  
5%  
闲坐

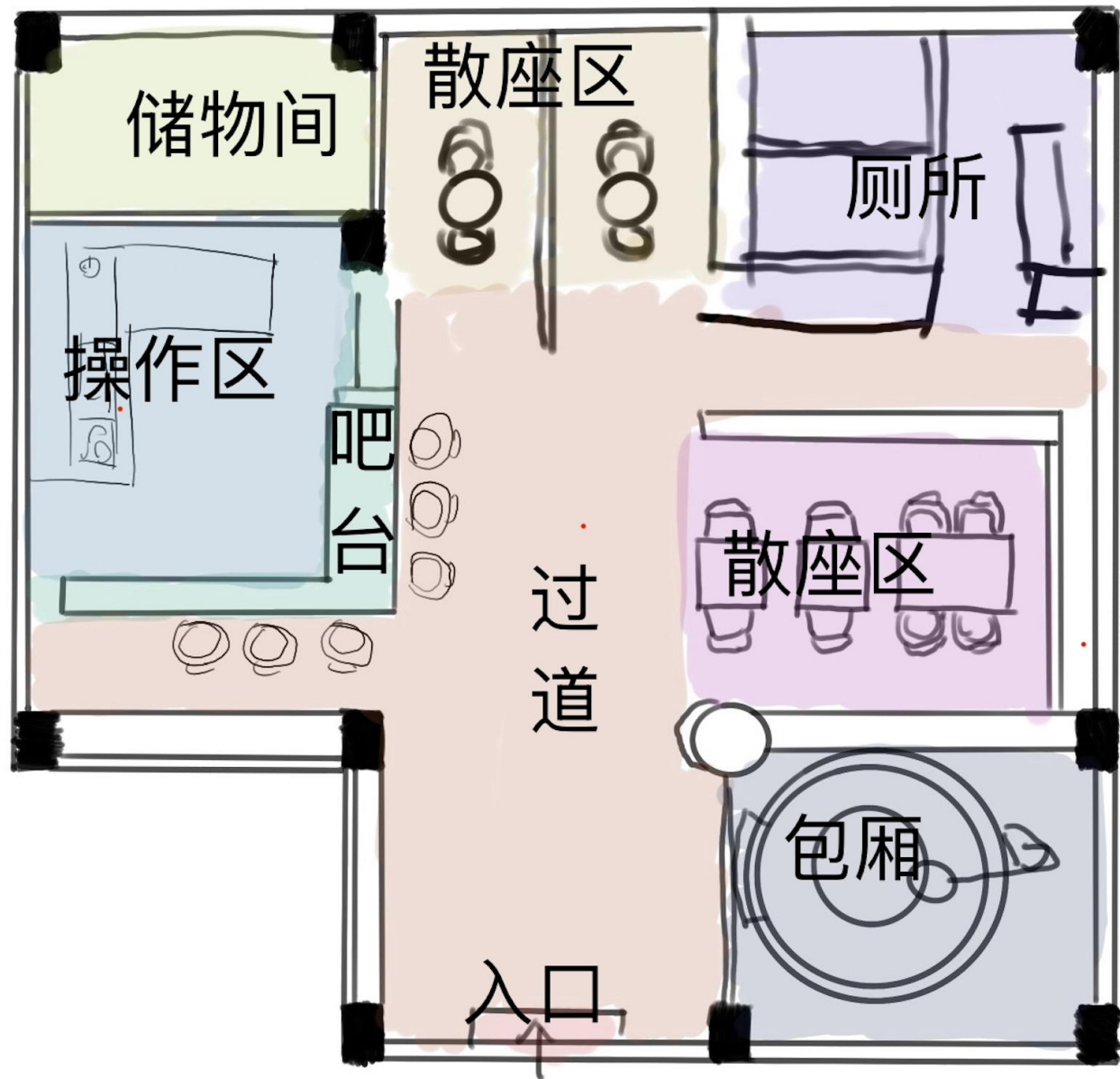


家长  
10%  
办公

人群分析图



# 功能区位分析



# 平面图



# 剖面图



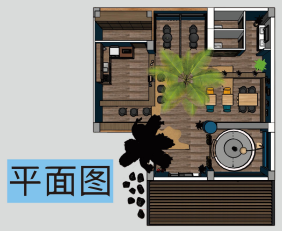
# 立面图



# 效果图



# 展板展示



平面图

## 渲染 + 效果图



## 设计策略

1. 功能分区：动静分离，私密与开放结合。利用大面积的公共餐桌、卡座打造核心社交空间。借助立柱、金属隔断、绿植融合出小资卡座或单人位，满足独处办公、安静吃饭的需求。
2. 动线设计策略：高效流畅，人车分流。设计“入口→展示区→点单取餐区→就餐区”的线性动线，入口处预留足够的缓冲空间。
3. 体验层策略：感官沉浸，情感共鸣。从“感官体验、情感体验、实用体验”三个维度出发，让顾客在消费中获得沉浸式的咖啡体验。

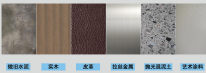
## 立面图



## 设计说明

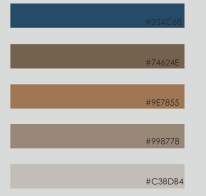
设计融合工业风的粗犷原始与艺术空间的细腻叙事。墙面采用带有手工做旧肌理的深蓝色系，既保留工业风的冷静质感，又通过色彩的厚重感营造出“复古地窖式”的私密氛围。墙面大幅艺术画作、复古钟表与装饰画的组合，以“复古叙事”为线索，为空间注入艺术气息。让顾客在饭店体验中同时获得视觉与情感的双重共鸣。局部墙面的艺术涂鸦、家具的做旧磨损细节，通过“不完美的质感”强化空间的复古真实性，传递出“时间沉淀后的独特美学”。

## 设计材质分析

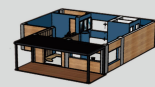


深蓝色系 深蓝色系 深蓝色系 深蓝色系 深蓝色系 深蓝色系

## 设计色彩分析



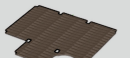
## 爆炸图



墙体结构



软装分析



地板呈现

## 剖面图



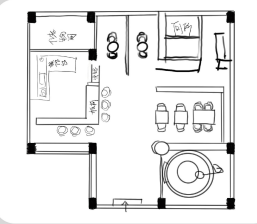
## 地域分析



## 功能区位分析



## 草图



## 环境

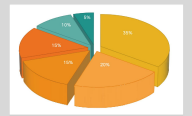


## 场地分析



1. 周边建筑类型为现代欧式风，有餐饮、酒吧、超市等生活配套
2. 人流量大多为学生较大部分为教师
3. 交通的形式为校车，步行和少量电动车

## 人群分析



## 差异分析

1. 策略与运营逻辑的本质差异  
校园店运营是“固定型思维”，学生在就餐过程中，消费预算固定，形成高频次、低客单价的消费习惯。工业复古风的设计需服务于“年轻化、年轻化”；社会店的运营是“流动型思维”，顾客为“社群、聚会、商务”买单，愿意为环境、游戏支付溢价，工业复古风的设计逻辑是“高频次、高频消费”。
2. 空间设计的策略本质差异  
校园店是“固定型思维”，在开学季通过优惠吸引到店客流，同时推出“校园团餐套餐”“考研自习套餐”等特色产品填补淡季；社会店是“流动型思维”，在“固定型思维”基础上，增加“社群、聚会、商务”买单，愿意为环境、游戏支付溢价，工业复古风的设计逻辑是“高频次、高频消费”。
3. 经营节奏与风险的差异  
校园店的最大特点是“客流高峰时段集中”，需在开学季通过优惠吸引到店客流，同时推出“校园团餐套餐”“考研自习套餐”等特色产品填补淡季；社会店是“流动型思维”，在“固定型思维”基础上，增加“社群、聚会、商务”买单，愿意为环境、游戏支付溢价，工业复古风的设计逻辑是“高频次、高频消费”。
4. 运营策略的差异  
校园店的运营策略“校园团餐套餐”，比如和学生、社团合作举办小型活动，或推出“学生群团购”；社会店是“流动型思维”，比如通过美食博主推广，参与网红打卡活动，带动线上曝光吸引到店客流。