

Silken Reverie

徐浩钦

24 产品设计 (设计商学)

■ 区位分析

区位：学校动线
核心中转区

南洋小街位于海口经济学院校内，是“宿舍-教学区-运动场”的必经动线节点

• 距南苑学生公寓仅3-5分钟步行距离（宿舍是学生高频出发/返回点）；

• 紧邻田径运动场（课后、傍晚运动人群的休闲中转地）

• 离主教学区5-8分钟步行距离（上下课人流会自然途经）。



■ 人群分析



客群：精准且高粘性的学生群体

核心客群是海口经济学院的1.5-2万全日制学生（高校普遍规模）：

- 年龄：18-22岁，是服装消费的高频群体；
- 消费能力：月生活费多在1500-2500元，服装消费占比15%-20%（每月约200-500元）；
- 偏好：主打“平价+颜值”，偏爱休闲风、校园潮牌、小众设计款，对价格敏感但复购频率高。

■ 竞争分析

现有业态：刚需为主，服装类竞争弱
小街当前主导业态是餐饮（奶茶、快餐）、便利店、打印店（都是学生日常刚需）；
服装类业态通常只有1-2家，且多是“平价女装/基础男装”，风格同质化，缺乏细分定位（比如小众穿搭、情侣装、场景化着装）。

■ 流量分析

流量：时段集中，淡旺季分明

- 高峰时段：工作日11:30-13:30（午餐后）、17:30-19:30（晚餐后）；周末10:00-21:00（全天人流密集）；
- 淡旺季：学期中人流稳定（日均覆盖学生约30%-50%），但寒暑假（约3个月）人流量锐减至不足10%。

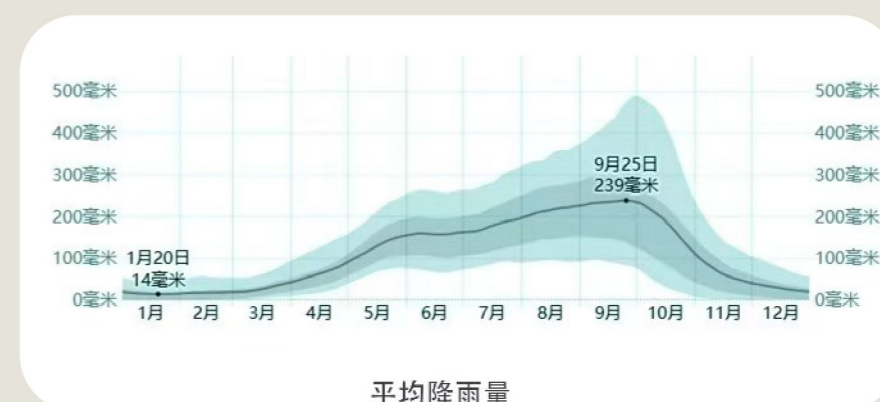
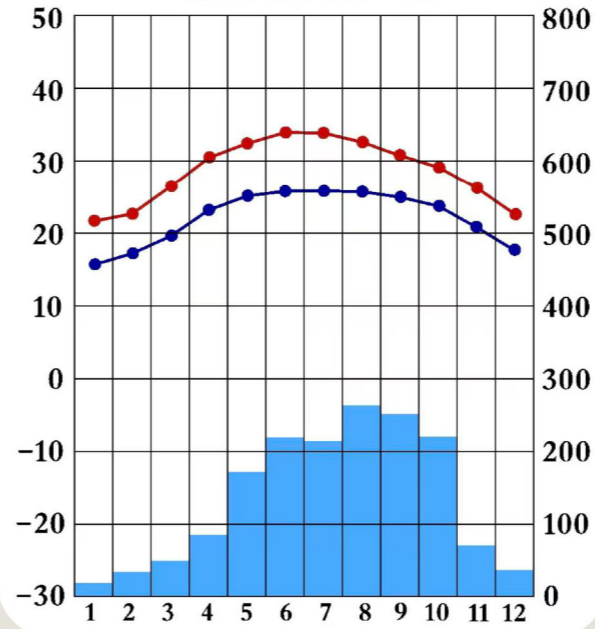
■ 气候分析

海口气候核心：全年高温湿热，雨季（5-10月）降水集中，冬季短暂温和。

服装店策略（极简版）：

1. 主打品类：常年主推透气速干的夏装（T恤、短裤、连衣裙）。
2. 必备单品：备好防风防水外套和速干裤应对雨季。
3. 冬季策略：只备薄款卫衣/夹克，无需厚重冬装。
4. 面料关键：棉、麻、速干面料为王道，杜绝厚重材质

The climate data for Haikou





24 产品设计 (设计商学)
徐浩钦

设计概念

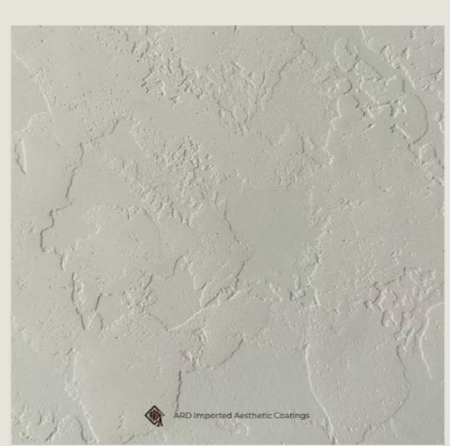
以“礼盒”为核心意象，既带着时尚领域的“包裹感与展示感”——适配服装商品陈列、服设作品展演的需求；又以盒体为载体，做到“商业场景与专业实践的共生”：一层是面向公众的服装店，二层是学校服设、模特专业的专属T台，让建筑不只是单一空间，而是链接校园专业教学与公共时尚体验的复合平台，既兑现了礼盒“开启惊喜”的寓意，也让专业成果有了直接展示的出口。

Silken Reverie

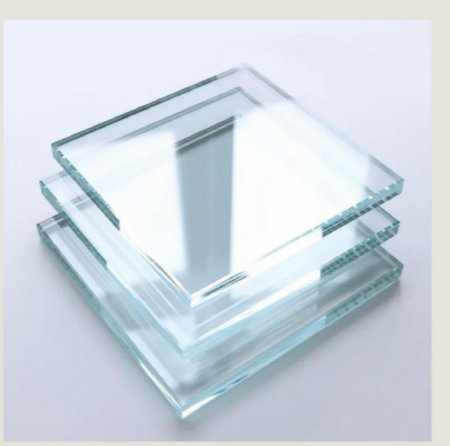
设计说明

本设计以“礼盒”为核心意象，借简洁盒体与红色蝴蝶结塑造标识性时尚容器：一层设通透式服装店承载商业展示，二层依托院校模特、服设专业需求设半开放T台秀场，既以礼盒形态强化空间仪式感，也实现商业消费与专业实践的场景融合，让建筑成为街区里的时尚展示舞台。

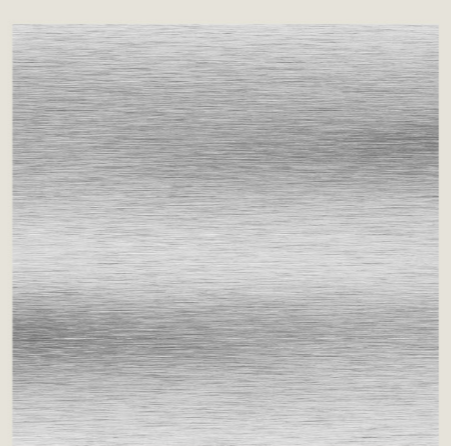
材料



石膏



玻璃

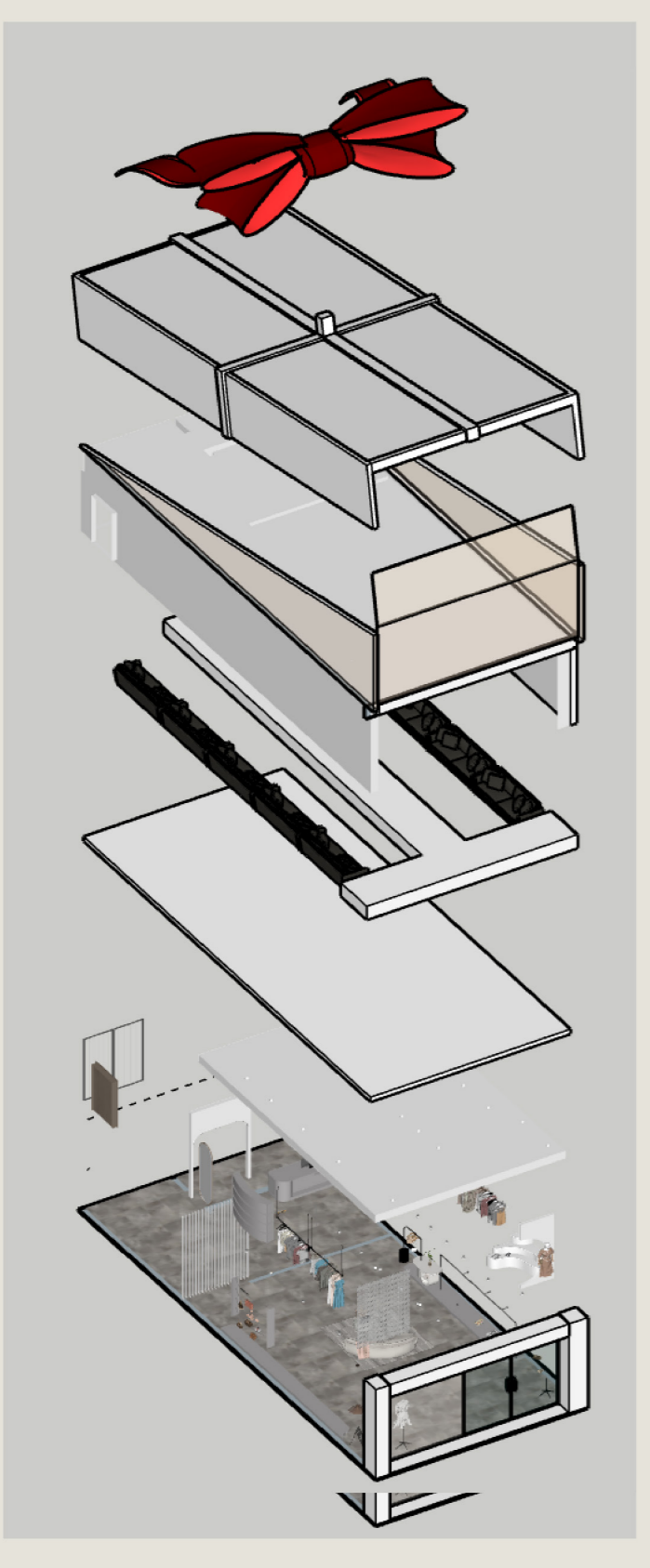


不锈钢

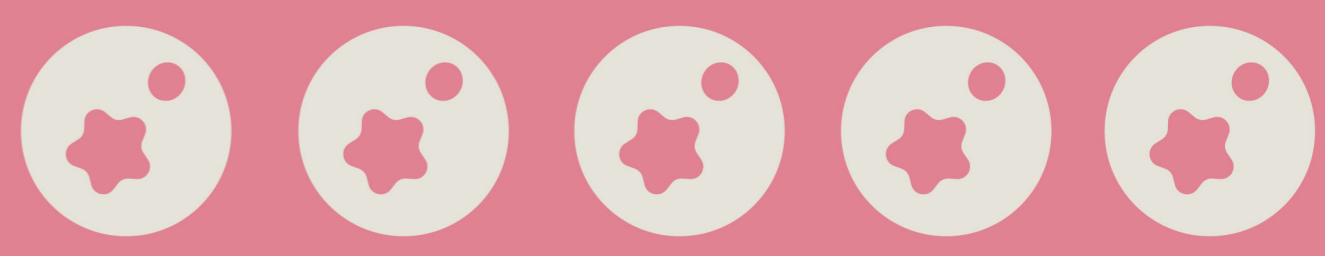
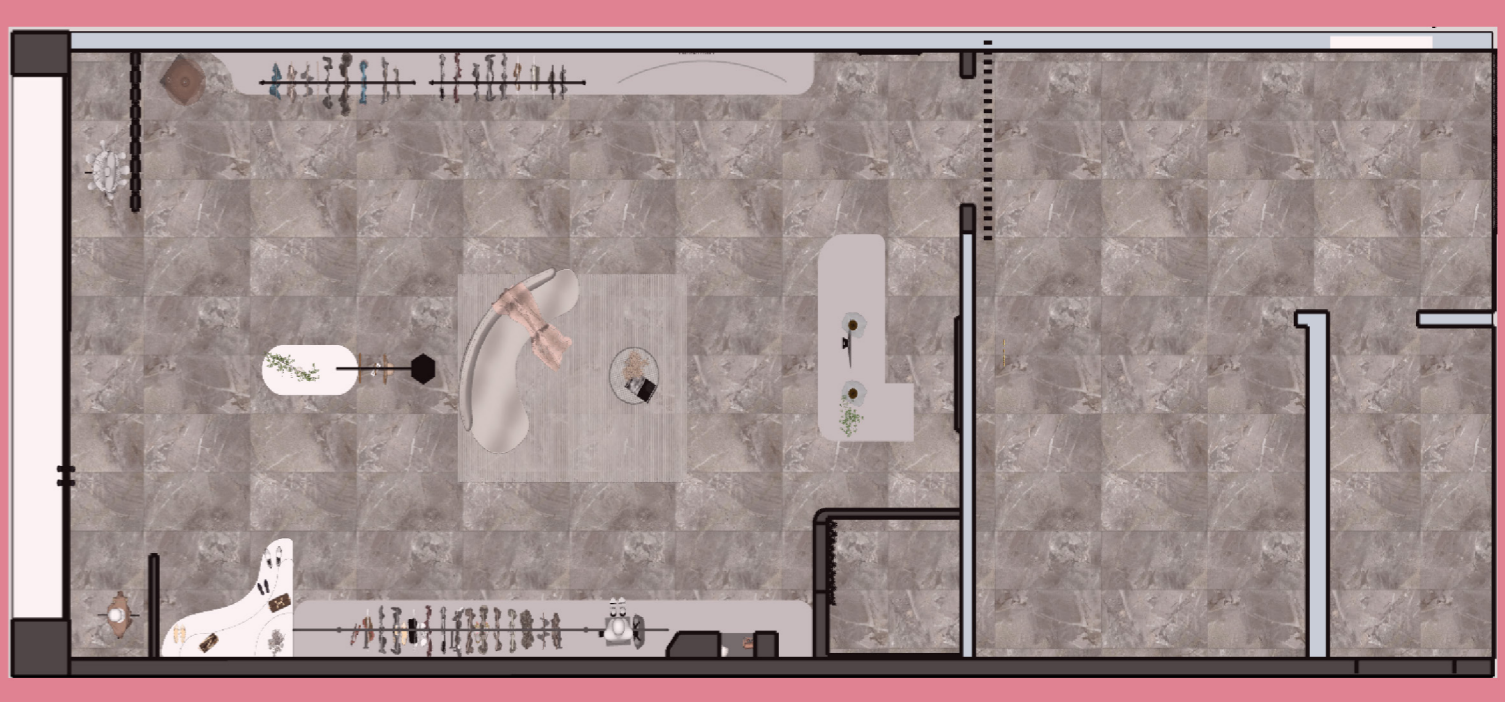
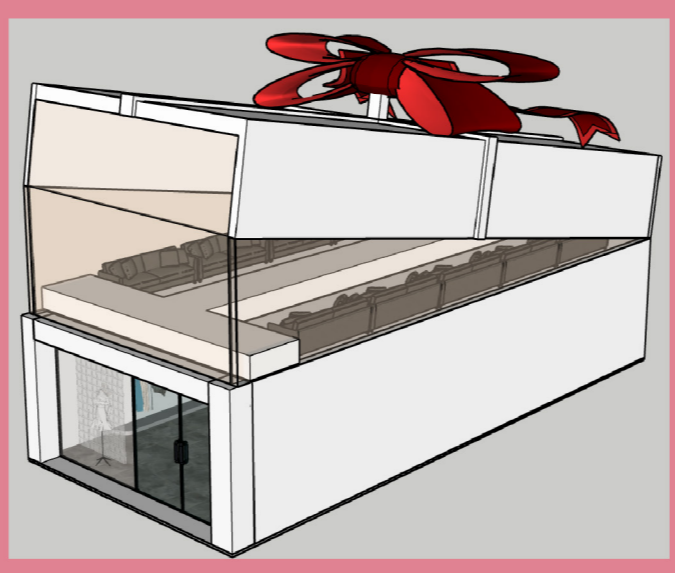
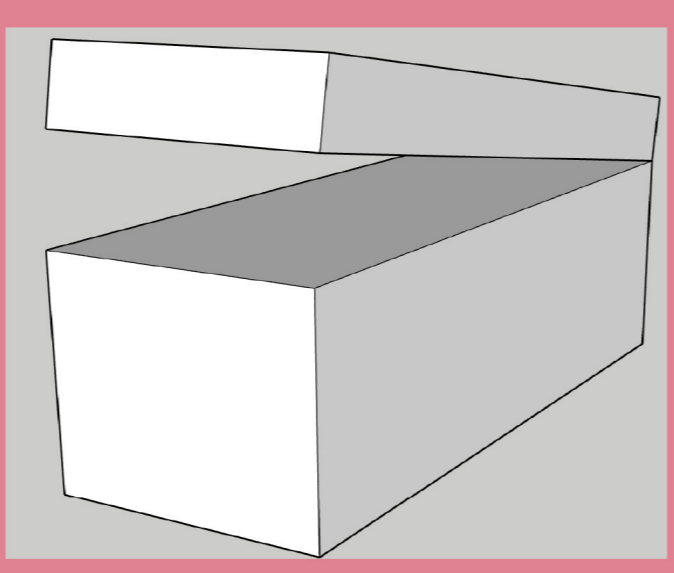
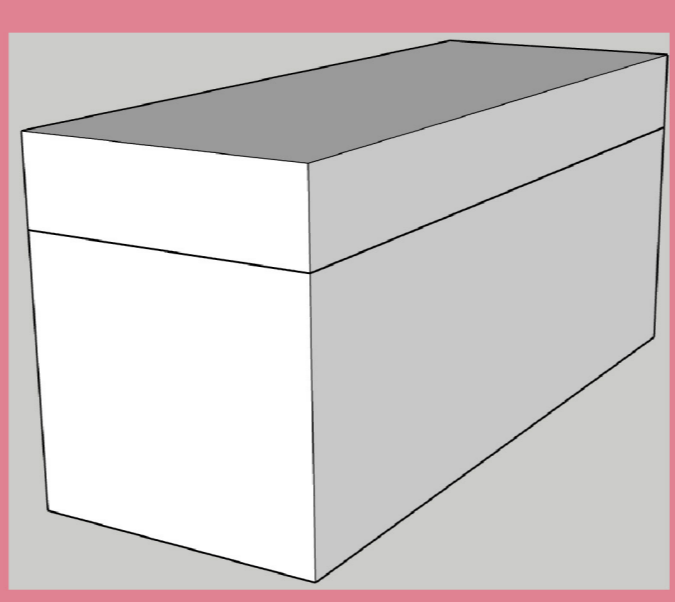
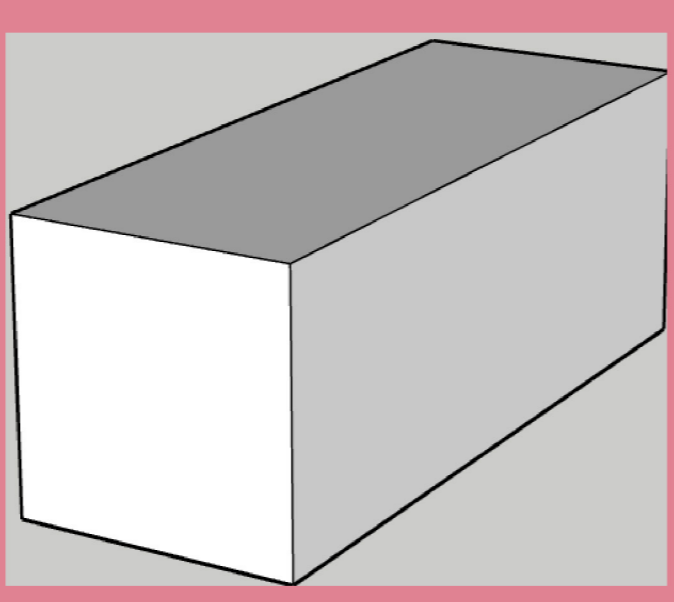
平面图



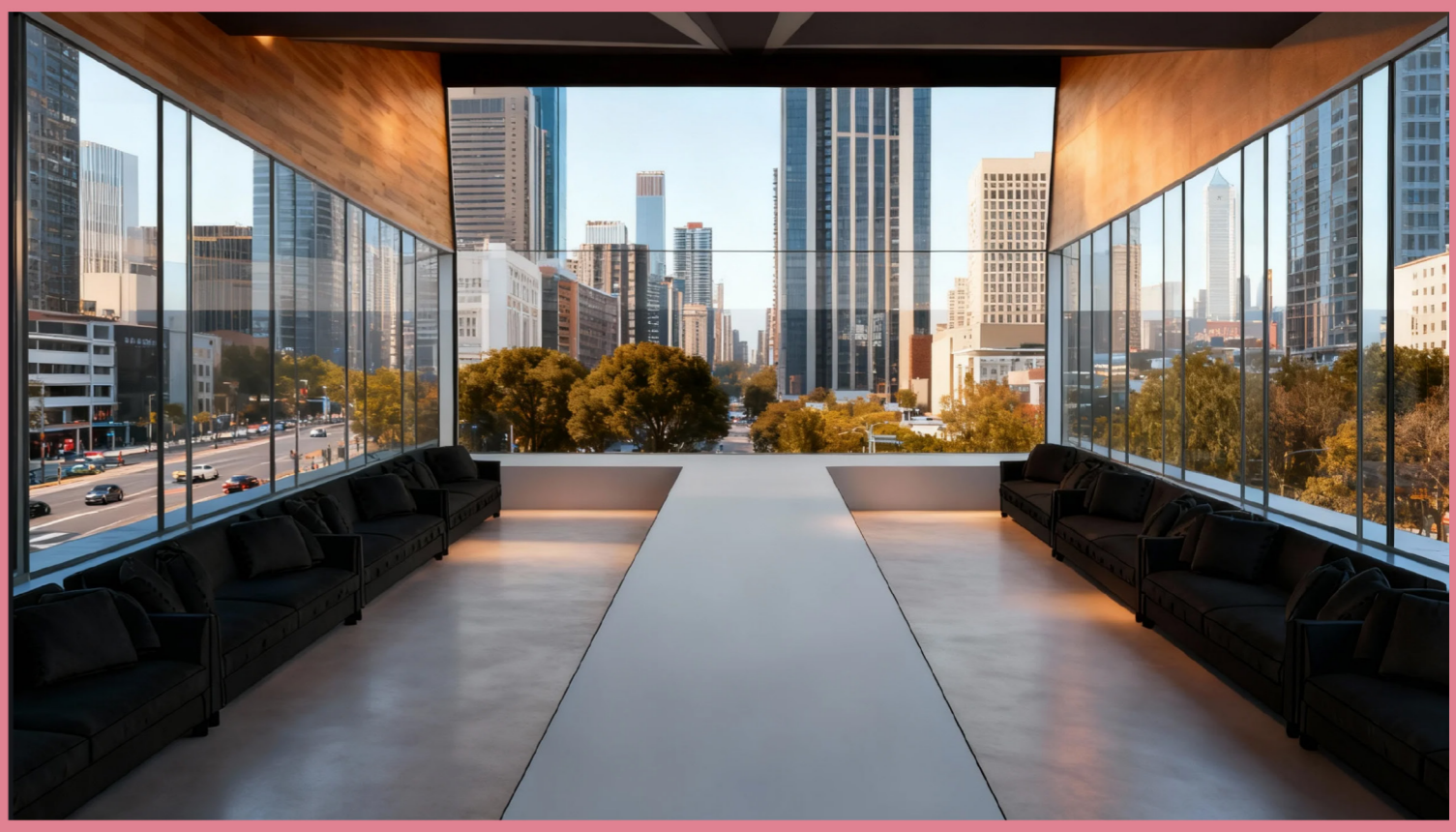
爆炸图



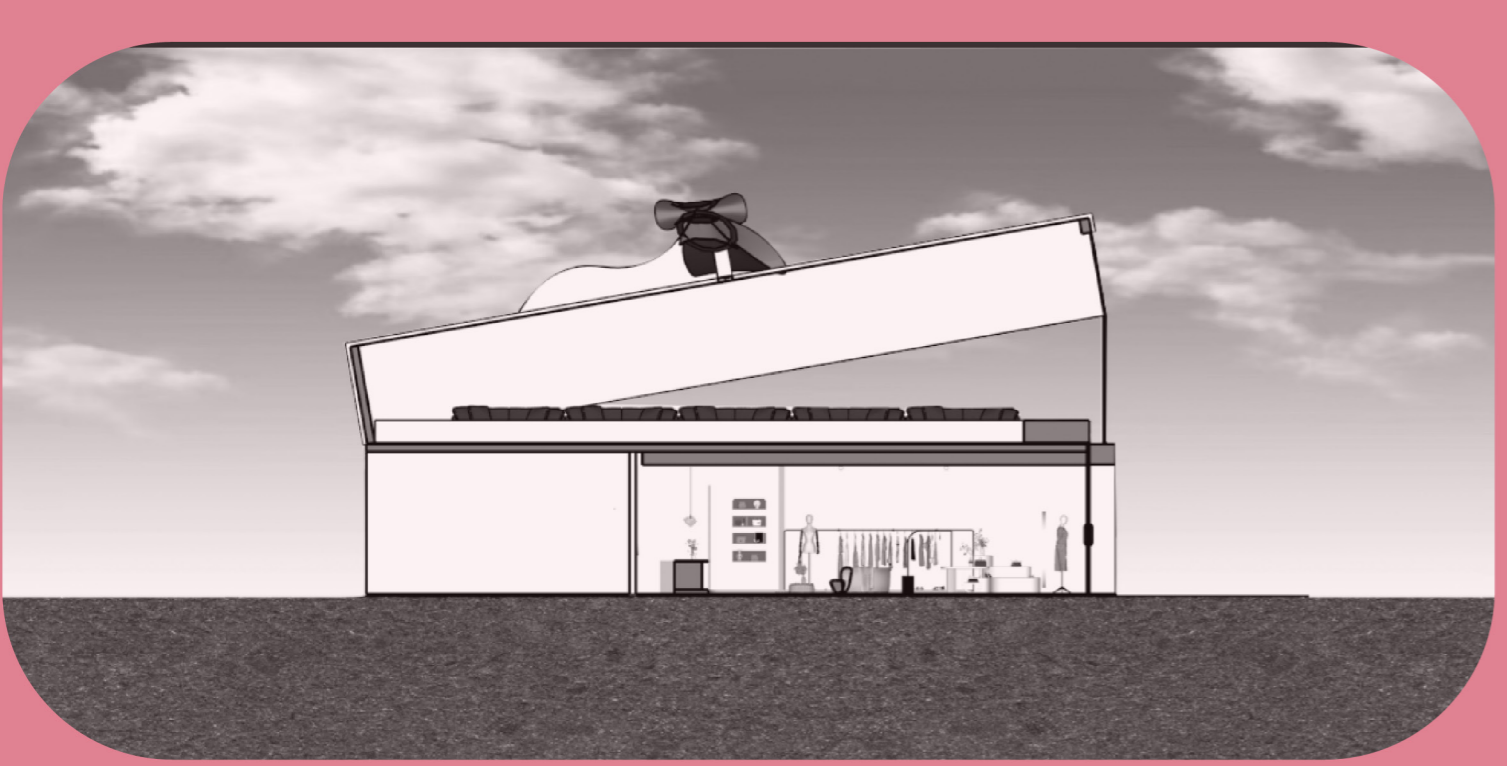
体块分析



效果图



剖面图



立面图

