



清水时光机

清水时光机

—— 最终汇报

目录



清水时光机

01.店铺调研

02.视觉设计

03.IP定位

04.产品定位

05.空间选址

06.空间设计

07.平面分析图

08.效果图

09.用户画像

10.全季运营理念

11.媒体传播

12.财务测算



清水时光机

店铺调研



WHAT'S MORE (广州)

主打DIY银饰，可通过敲打、打磨、刻字等工艺制作戒指、项链。虽然原料以新银为主，但制作过程和工业风的打磨、塑形工艺非常相似，适合喜欢金属质感的顾客。

位置：广州越秀区

服务：主打小众饰品的集合店，还兼具银饰DIY体验服务



以设计师饰品+DIY体验双核心引流

以设计师饰品+DIY体验双核心引流一方面集合Hunger Studio、尤目等多个原创设计师品牌饰品，靠独特设计感吸引追求个性的消费者，且部分款式仅线下有售，增强线下到店吸引力。

另一方面主推银饰DIY服务，适配情侣约会、好友互动等场景，精准抓住年轻群体的社交需求。同时借助高颜值店铺打造打卡点，依靠消费者在社交平台分享探店、DIY成品的内容形成自发传播。此外还通过入驻本地潮牌买手店拓展售卖渠道，触达更多潮人客群。

采用“集合售卖+体验服务”的复合运营模式

采用“集合售卖+体验服务”的复合运营模式，

饰品区聚焦优质设计师品牌筛选与上新，保障品类独特性。

DIY区配备专业导师，全程指导消费者完成银条烧制、刻字、定型等流程，降低体验门槛。

店内分设展示区与制作区，分区清晰，既方便消费者挑选商品，也能保障DIY过程不受干扰。

定价覆盖广，饰品从百元到千元不等，适配不同消费能力人群，
同时DIY服务能提升用户停留时长，间接带动饰品与周边商品的销售。

整体以高辨识度的爱马仕橙为主色调

整体以高辨识度的爱马仕橙为主色调，搭配灰色作为点缀，搭配玻璃亚克力材质的装饰，风格简约又充满活力。店内还设置了石头、不规则镜子等装饰，打造出多个网红拍照点，契合年轻人的打卡需求。饰品陈列聚焦款式展示，让消费者直观感受设计细节；DIY区域则侧重工具与操作空间的规整布局，兼顾实用性与美观度，整体营造出潮流、轻松且适合社交的消费氛围。



That vintage shop (成都)

核心是线下售卖复古vintage（古着）服饰，同时在小红书做线上内容运营为门店引流，也提供线下沉浸式的古着逛店体验。

位置：成都锦江区U37创意仓库的复古服饰线下店



线上线下联动

- 1.以小红书为核心线上阵地，通过发布穿搭合集、店铺实景、新品展示等笔记引流，为线下门店带来客流；线下门店则作为体验和交易场景，强化用户实地消费的体验感。
2. 人格化营销：通过店主个人IP增加店铺的独特性和记忆点，拉近与消费者的距离。
3. 内容主题化：用场景化、趣味性的主题吸引古着爱好者。
4. 私域运营：开设群聊功能，将粉丝沉淀至私域，便于后续精准触达和维护客群关系。

复合运营模式

平台运营：聚焦小红书单一平台深耕，利用平台的图文/短视频传播优势，发布高质量的店铺和穿搭内容，积累粉丝与互动数据；通过“线下门店”入口直接关联线下地址，打通线上引流到线下消费的链路。

2. 时间运营：营业时间设定为13:00-20:00，契合年轻消费群体的作息习惯。

3. 门店运营：开设双门店（老店+新店），且同处于创意仓库内，形成集群效应，提升消费者到店后的逛店体验和消费可能性；新店还分“女生篇”等品类展示。

核心为复古vintage(古着)风格

1. 货品风格：主打复古宫廷风、复古甜酷风等古着服饰，女生篇展示的蕾丝吊带、复古裙装等单品，带有浓郁的欧式复古、小众设计感；还有“cp穿搭”等内容，体现出鬼马、个性的复古混搭风格。
2. 空间风格：店铺选址在创意仓库，结合复古的装修布景，营造出沉浸式的vintage线下体验氛围，契合古着店的调性。

店铺介绍3



清水时光机

魔法符号DIY工作室（海口）

核心瞄准情侣、闺蜜等年轻客群，其经营、运营均围绕手作体验和社交属性展开，店铺风格则主打温馨治愈风

地址：海口道客和悦7号楼

核心是“体验+零售+定制”多元盈利

一方面主打单人或双人手工体验项目，既有黄铜戒指、烧玻璃等质感手作，也有奶油胶、石膏娃娃等亲民品类，适配情侣、闺蜜、亲子等场景；另一方面推出团购套餐降低消费门槛，如指尖魔法有99元双人16件套套餐，魔法符号有88元基础款黄铜戒指体验课，还搭配代金券吸引复购。同时支持个性化定制，满足用户打造专属饰品、礼品的需求，补充定制化盈利点。

以低门槛体验和高效服务保障运营

教学上配备耐心的专业指导老师，全程协助零基础用户完成制作，降低体验难度；空间布局上分区清晰，指尖魔法300多平的空间设单独卡座、拍照区等，魔法符号则保障基础操作空间，兼顾舒适度与实用性；营销上依赖线上团购引流，上线多种优惠套餐，同时靠用户体验后的口碑传播吸引新客；时间运营贴合目标客群，魔法符号工作日12点至19点半营业，周末延长至21点半，适配上班族和学生的时间安排。

店铺风格



清水时光机

整体偏治愈系与氛围感，贴合手工创作的松弛感

指尖魔法多采用暖光搭配木质元素，打造温馨空间，还设置专属拍照场景和丰富拍照道具，方便用户记录创作瞬间；魔法符号虽无太多装饰细节披露，但结合同类店铺逻辑，大概率以简约实用为主，聚焦手工操作区，减少冗余装饰，让用户能专注于手工制作，同时整体环境干净舒适，契合手工体验的核心需求。



清水时光机

视觉设计



清水时光机

Logo设计展示



清水时光机

Logo设计理念

帽子



+

衣架



+



=



齿轮





清水时光机

IP定位

IP定位



清水时光机

复古服饰穿搭

“穿越式复古美学空间”

沉浸式场景体验

工业手作互动

以“清水塘旧时光叙事”为核心，融合“复古服饰穿搭+沉浸式场景体验+工业风手作互动”，精准锁定18-35岁热爱复古文化、追求个性体验、热衷社交打卡的年轻客群，打造“进店即穿越、购物即体验、消费即社交”的差异化复合业态。



清水时光机

产品定位



服装核心为80-90年代经典款

港风旗袍、中山装、喇叭裤、碎花衬衫，
融入清水塘工业元素，按“日常穿搭”“复古写真”“主题聚会”场景分区陈列，
配比50%基础款+30%流行款+20%独家定制款。
旧工业零件进行打磨和制作，制作成戒指，项链之类的饰品。



清水时光机

空间选址

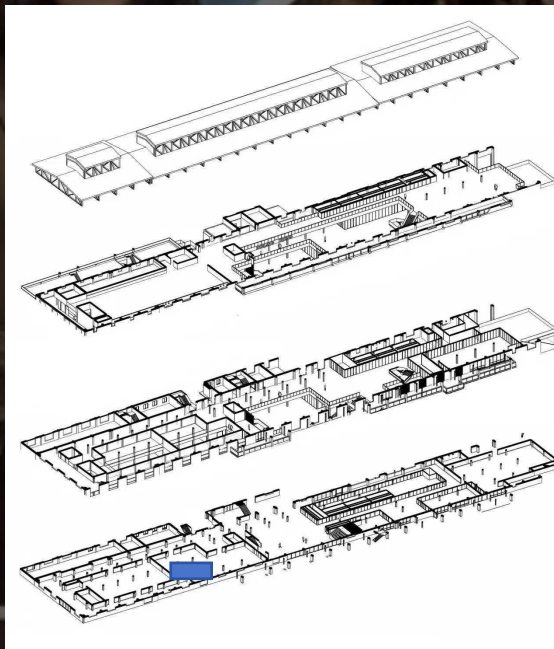
空间选址

一楼平面图的选择区域



选择了清水塘一楼正门左侧的区域，面积有144平方米，墙外侧有落地窗，便于展示店内设计，入口在区域左侧。

爆炸图的选择区域区域





清水时光机

空间平面设计分析

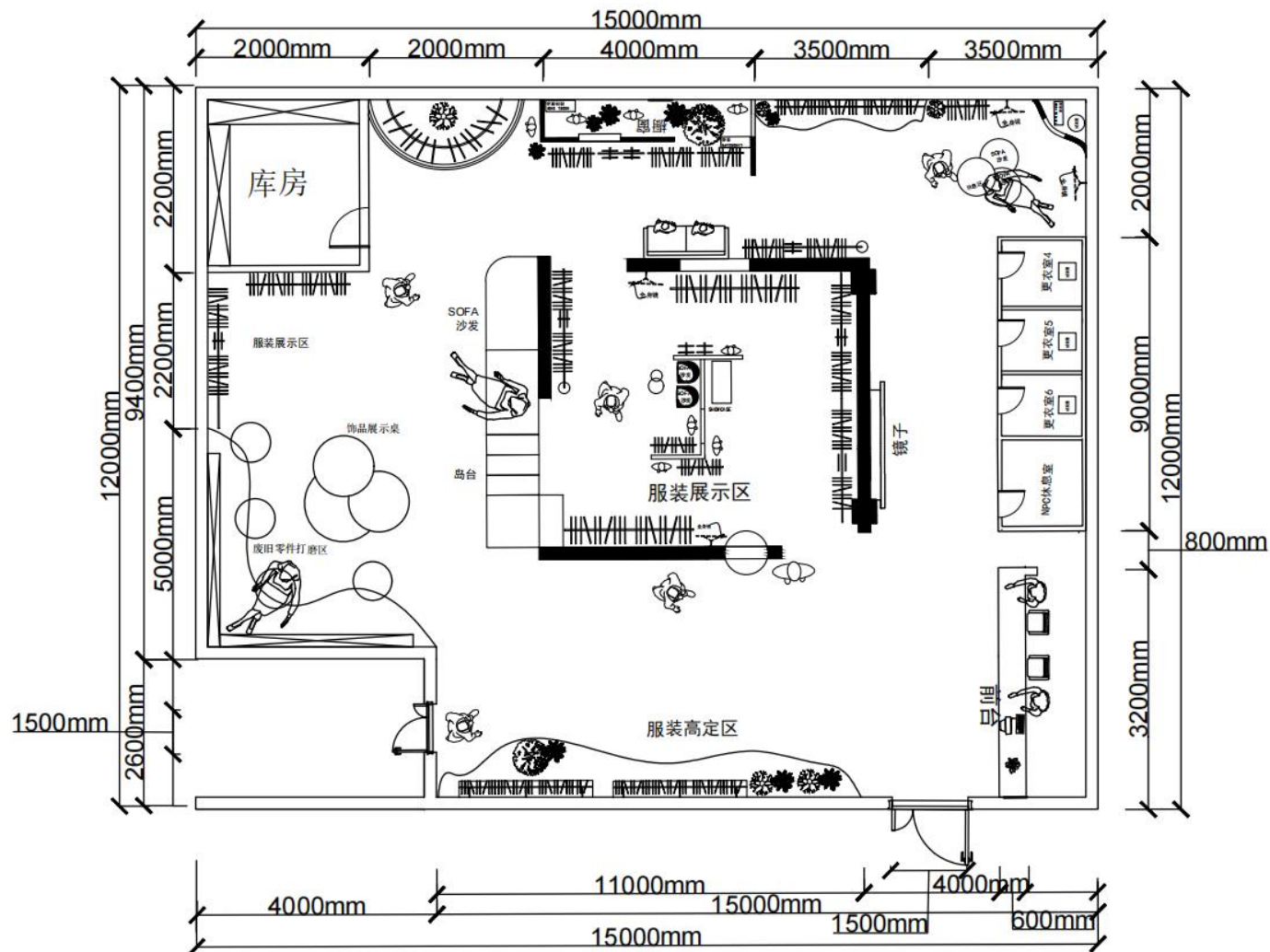
复刻老街区铺面肌理

装修核心为聚焦清水塘地域特色与90年代老长沙工业风，复刻老街区铺面肌理——复古木质货架、暖黄钨丝灯、旧报纸糊墙的试衣间，搭配老式缝纫机、铁皮饼干盒、旧挂历等道具，角落设置“清水塘老照片墙”强化地域共鸣。

空间平面分析图



清水时光机



空间平面分析



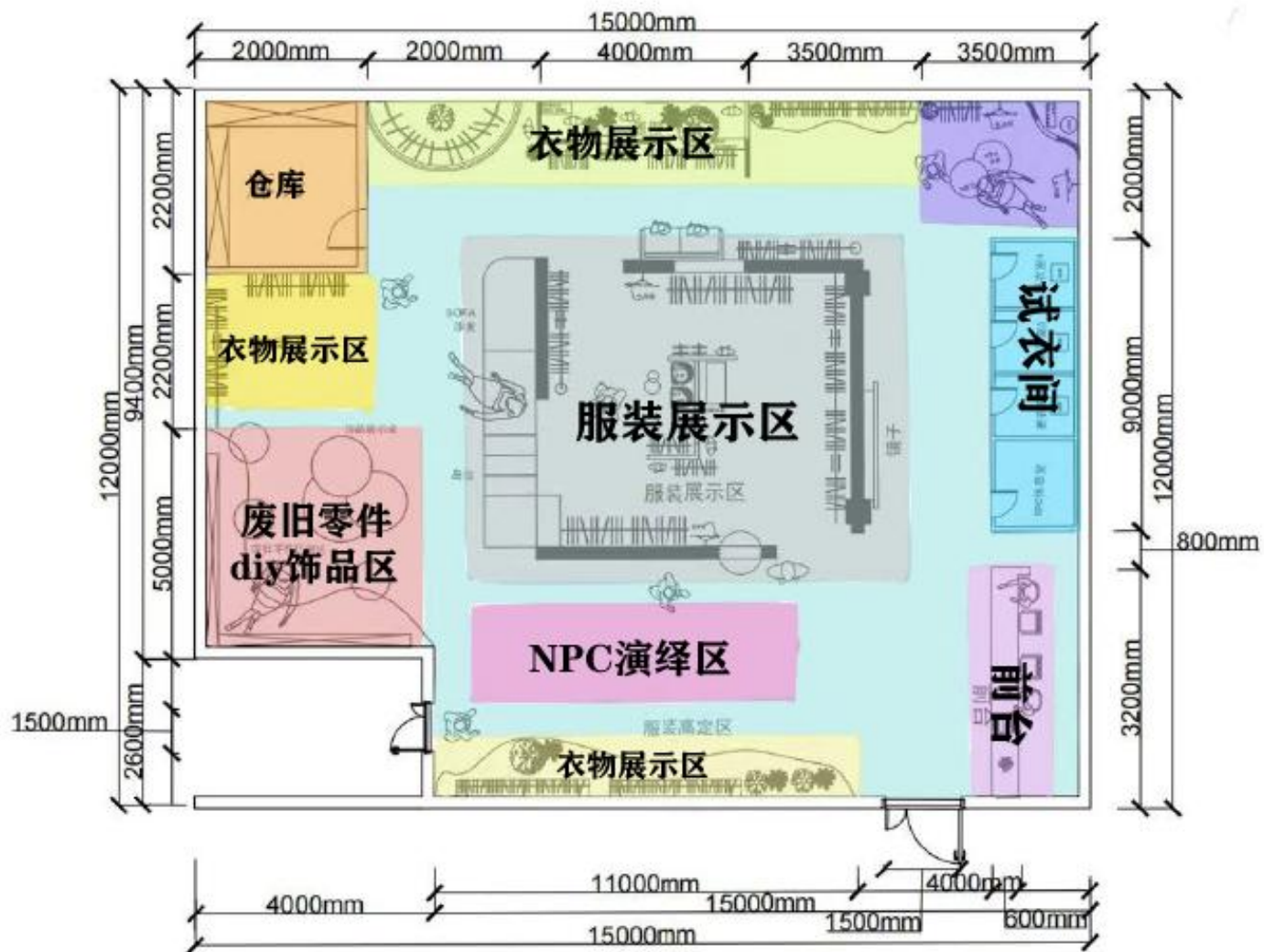
清水时光机

1. NPC演绎区占入口核心位，能快速抓住客流、制造记忆点，带动到店率和社交传播，契合体验型消费的获客需求。
2. 销售区（挂衣、中岛）围绕体验区布局，顾客体验后可直接逛购，试衣区、DIY区紧邻销售区，能提升连带消费和客单价。
3. 仓储近销售区补货方便，收银台在视觉中心易找，休息区、试衣区能满足顾客基础需求，提升留店时长。

空间平面分析



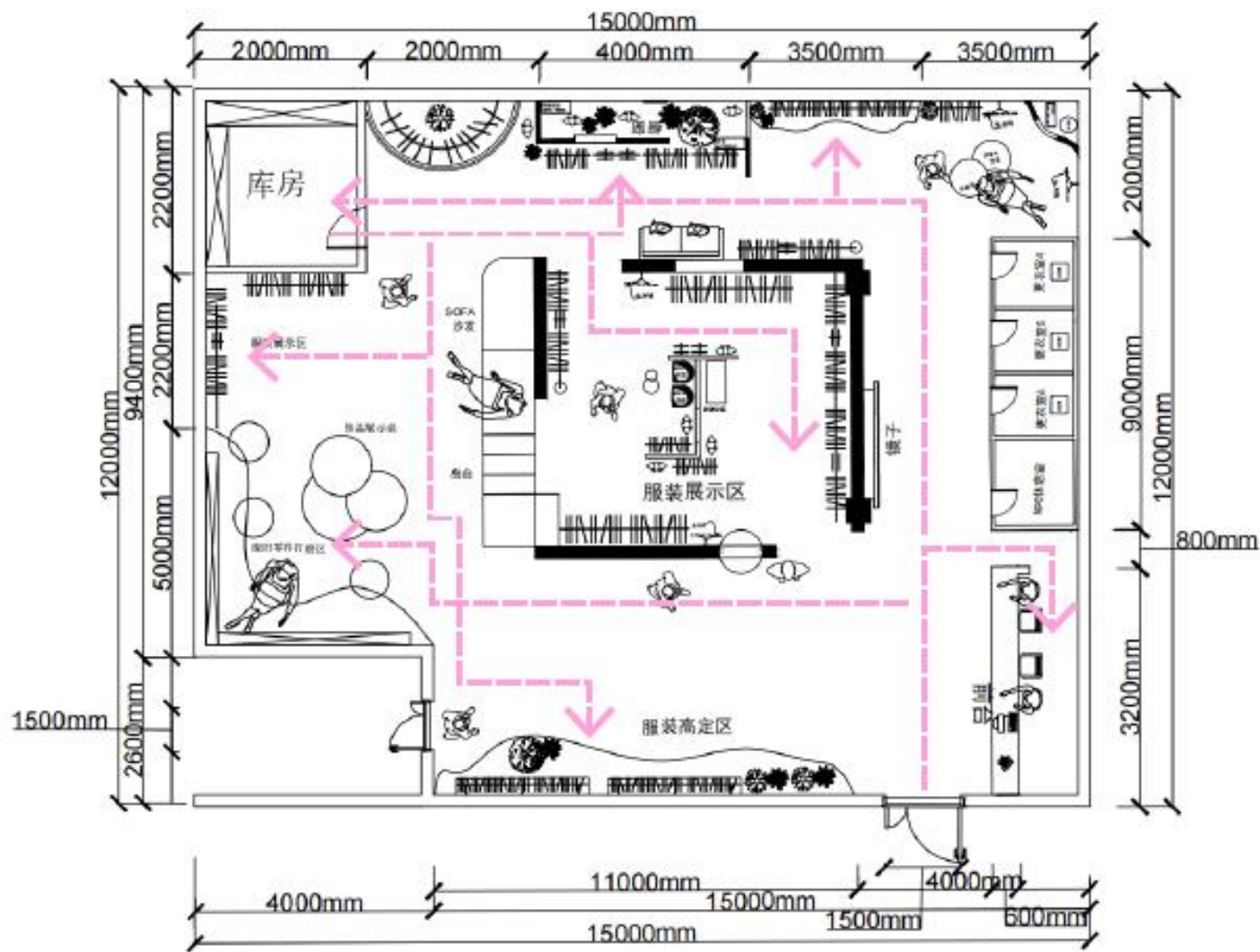
清水时光机



空间动线分析



清水时光机

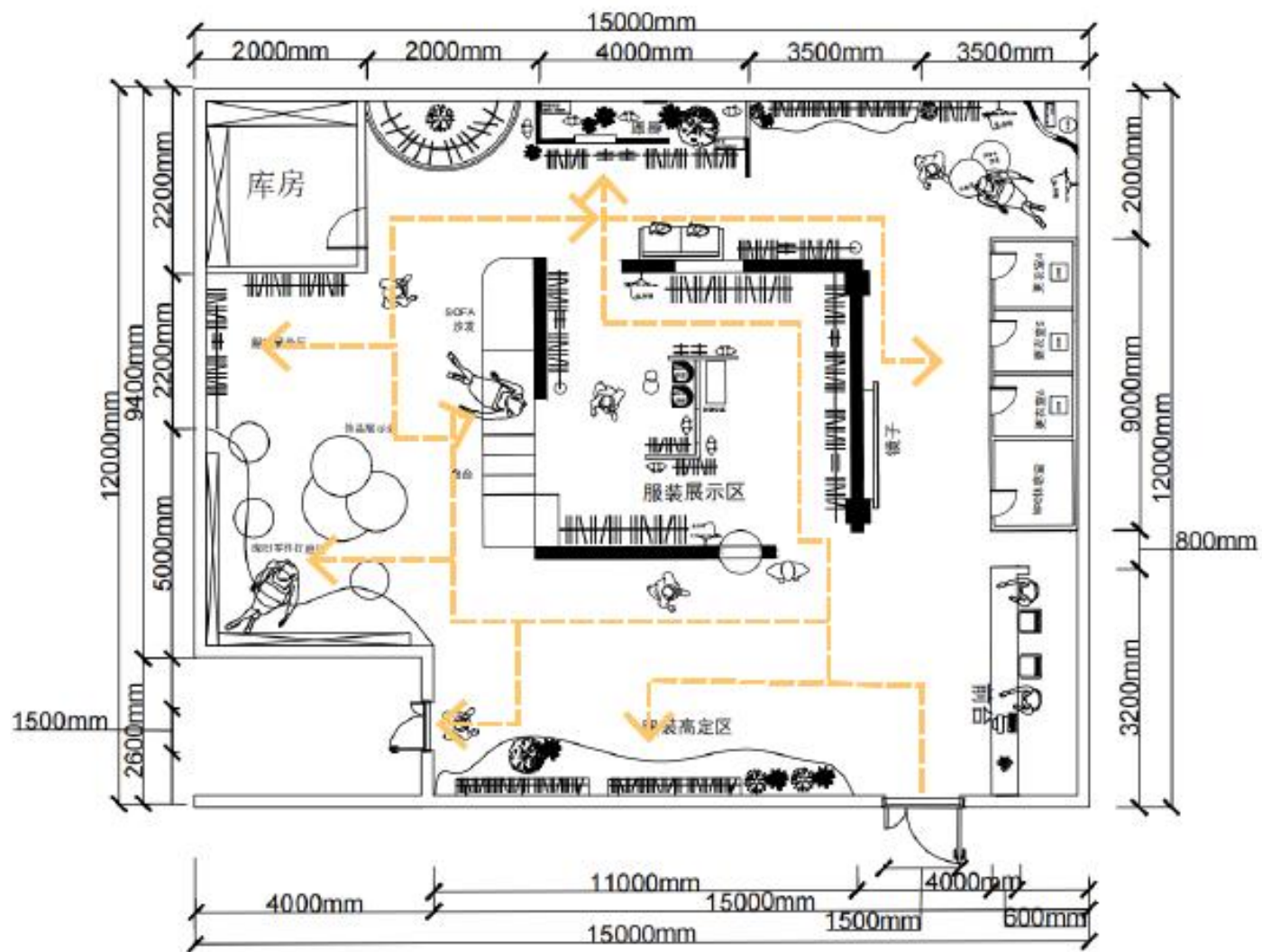


店员动线

空间动线分析



清水时光机

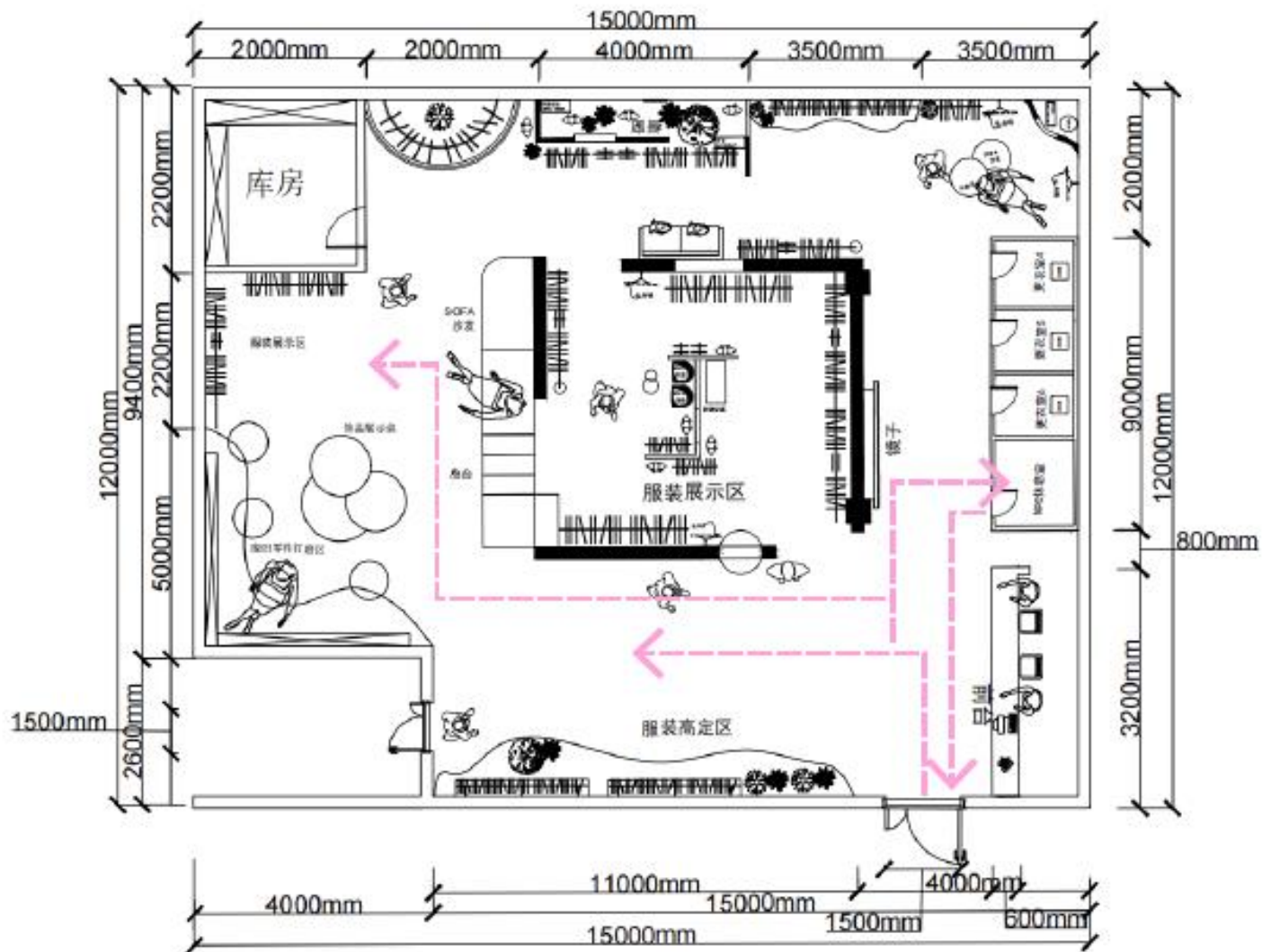


顾客动线

空间动线分析



清水时光机



NPC动线



清水时光机

空间设计效果

整体空间是工业复古风为基底

融合蒸汽朋克与沉浸式体验的复合型风格，同时叠加手工匠人工作室的质感，
核心围绕“复古+体验+手工创作”打造差异化的消费场景。

材质上大量运用做旧木板、金属构件、斑驳的墙面与地板，还原工业时代的粗糙质感。

软装与陈列上，复古服饰、老式皮具、做旧的家具/装饰，强化复古氛围，
契合复古服饰/文创类业态的产品调性。

效果图



清水时光机



效果图



清水时光机



效果图



清水时光机





清水时光机

用户画像

用户画像



清水时光机

26-35岁

都市白领，有一定消费能力
品质与设计的追求者
品牌故事的认同者
理性的复购者



18-35岁

探店博主，摄影师，网红或模特
场景价值发现者
合作共赢的寻求者



18-25岁

在校大学生，女性为主
社交平台重度依赖者
“打卡”文化践行者
对价格敏感，愿为体验
买单



18-35岁

情侣
消费意愿强烈
愿为体验买单





清水时光机

全季运营

“一季一主题，一月一活动，一周一上新”

将店铺的叙事性从“静态的90年代”延伸为“流动的旧时光”，
让顾客每次到访都有新的发现和体验，从而将“打卡客”转化为“回头客”和“忠实粉丝”。

第一季度：【冬日序曲·记忆的暖炉】

1月-3月

季度主题： 聚焦80-90年代家庭生活场景，营造温暖、怀旧、团圆的氛围。场景更新

服饰区： 增设“家庭客厅一角”场景

手作区： 推出“暖冬”系列，利用毛线、布料边角料制作围巾、手套、杯垫等手工艺品。

核心活动

1月：【复古新年味】

NPC剧情：“老裁缝”开始赶制新年的新衣，“工厂技术员”则用零件制作“复古电子鞭炮”。

营销活动：推出“全家福套餐”，消费满额赠送手写春联、福字。

线上话题： #90年代的新年记忆# #长沙复古全家福#

核心活动

2月：【爱在旧时光】

NPC剧情：新增临时NPC“返乡青年”，演绎90年代青年的爱情故事。

营销活动：情人节推出“情侣复古装”套餐，提供拍立得免费拍摄服务。手作区开设“情侣戒指/手链”DIY专场。

线上话题：#复古情侣穿搭# #手作的浪漫#

核心活动

3月：【春天的序曲】

NPC剧情：“复古店主”开始整理换季衣物，讨论“春天去烈士公园春游”的计划。

营销活动：妇女节推出“复古女神”主题，全场女装8.8折，
手作区开设“胸针/耳环”速成班。

线上话题：#90年代港风女神# #我的复古OOTD#

第二季度：【青春回响·悸动的夏日】

4月-6月

季度主题： 聚焦90年代校园与青年流行文化，营造活力、清新、悸动的氛围。

场景更新 (4月上旬完成)：

服饰区： 增设“校园篮球场/教室”一角，陈列白衬衫、碎花裙、运动服、帆布鞋。

手作区： 推出“青春印记”系列，制作磁带造型的钥匙扣、校服徽章样式的胸针。

核心活动

4月：【毕业纪念册】

NPC剧情：“返乡青年”面临毕业，与朋友们在店里合影留念，讨论未来。

营销活动：与本地高校社团合作，推出“毕业季写真套餐”。手作区可定制“班级纪念徽章”。

线上话题：#复古毕业照# #我的青春纪念册#

核心活动

5月：【劳动最光荣】

NPC剧情：“工厂技术员”举办“技术大比武”，展示如何用简单零件制作复杂饰品。

营销活动：劳动节当天，凭本人工作证可享手作体验8折优惠。推出“工装风”主题穿搭推荐。

线上话题： #90年代的工匠精神# #工装风穿搭#

核心活动

6月：【夏日游园会】

NPC剧情：全店NPC共同策划一场“夏日游园会”，设置套圈、猜灯谜等复古小游戏。
营销活动：购物满额即可参与游园会游戏，赢取服饰折扣券和手作成品。手作区推出“捕梦网”DIY。

线上话题： #复古游园会# #夏日复古穿搭#



第三季度：【黄金时代·港风的浪潮】

季度主题： 聚焦90年代香港流行文化巅峰，营造摩登、艳丽、风情万种的氛围。

场景更新 (7月上旬完成)：

服饰区： 全面主打“港风”，陈列高腰裤、吊带裙、oversize西装、墨镜。

墙面张贴经典港片海报。

手作区： 推出“霓虹闪烁”系列，使用亚克力、亮片、金属链条制作更具现代感和派对感的饰品。

核心活动

7月：【港风电影周】

NPC剧情：每晚定时播放经典港片片段，“复古店主”化身影评人，分享电影背后的时尚故事。

营销活动：推出“电影角色cosplay”穿搭挑战，优胜者可获得免费写真套餐。

线上话题：#今天我是港片女主角# #一秒穿越到香港#



核心活动

8月：【复古Disco派对】

NPC剧情：“工厂技术员”摇身一变成为“DJ”，播放Disco金曲，带动全场氛围。

营销活动：周末举办小型“复古Disco派对”，提供酒水，收取门票。手作区可DIY“Disco球”耳环。

线上话题：#复古迪斯科# #80年代的派对#



核心活动

9月：【开学第一课】

NPC剧情：“老裁缝”开设“复古穿搭小课堂”，教大家如何将复古单品融入日常通勤。

营销活动：针对白领客群，推出“一周通勤复古穿搭”系列推荐。手作区开设“职场新人”系列，制作简约的金属书签、钢笔套。

线上话题：#通勤也能穿复古# #新中式穿搭#



清水时光机

媒体传播



核心策略：小红书为核心阵地，围绕“一季一主题，一月一活动”的运营节奏，通过“探店打卡+话题裂变+官方合作”三重玩法，将店铺打造成长沙复古沉浸式穿搭的标杆打卡地，实现“线上种草-线下转化-用户自发传播”的闭环。

一. 分层账号运营矩阵

1. 官方账号（核心）

账号定位：店铺官方人设号，昵称建议「清水塘旧时光」，内容涵盖主题场景剧透、活动预告、NPC日常、穿搭干货，塑造“有温度的复古店主”形象。

内容比例：主题场景/活动（50%）+ 复古穿搭教程（30%）+ 手作DIY干货（20%）。

一. 分层账号运营矩阵

2. NPC个人账号（辅助）

为“老裁缝”“工厂技术员”“返乡青年”等NPC开通个人账号，发布角色视角的日常内容，
eg：“老裁缝的制衣日记”，“技术员的零件改造手账”，
与官方账号互动，强化沉浸式叙事感。

二.月度小红书传播玩法

通用传播形式：1.图文类：场景细节特写+穿搭OOTD+活动攻略

2.短视频类：15-30秒沉浸式转场视频、NPC剧情片段、手作过程延时摄影

3.直播类：每月1场主题直播，eg：“港风穿搭改造”“手作情侣戒指DIY”，直播间发放专属优惠券

二.月度小红书传播玩法

第一季度【冬日序曲·记忆的暖炉】

话题：#90年代的新年记忆# #长沙复古全家福# #我的复古OOTD#

爆款标题：1. 长沙这家店把90年代客厅搬来了！全家福拍照巨出片
2. 救命！在清水塘挖到了80年代的厚毛衣

福利：到店打卡发布笔记，带店铺定位+话题，赠送小红书限定小玩偶；
消费满额可兑换“手写春联/福字”

二.月度小红书传播玩法

第二季度【青春回响·悸动的夏日】

话题：#复古毕业照# #我的青春纪念册# #夏日复古穿搭#

爆款标题：1. 毕业照别再拍千篇一律的！长沙这家校园风复古店绝了
2. 工装风yyds！劳动节凭工作证手作8折，附攻略
3. 夏日游园会太好逛！套圈赢复古服饰折扣券，冲！

福利：学生党打卡发布毕业照笔记，赠送校服徽章手作材料包；参与游园会发布笔记，可额外领取套圈机会1次

二.月度小红书传播玩法

第三季度【黄金时代·港风的浪潮】

话题：[#今天我是港片女主角#](#) [#一秒穿越到香港#](#) [#复古迪斯科#](#)

- 爆款标题：
1. 长沙港风天花板！oversize西装+墨镜，秒变90年代女星
 2. 谁懂啊！在服装店蹦迪太嗨了，复古Disco派对攻略
 3. 通勤复古穿搭教程，打工人也能秒变港风丽人

福利：发布港风穿搭笔记，点赞超50，赠送港片海报明信片；

参与cosplay挑战，优胜者免费拍写真

二.月度小红书传播玩法

第四季度【时代回响·世纪末的回望】

话题：#清水塘记忆# #复古双十一攻略# #迎接2026的复古方式#

爆款标题：1. 长沙首个复古艺术节！摄影展+诗歌朗诵，太有氛围了

2. 复古双十一盲盒福袋开箱！3件单品才99？薅羊毛了

3. 跨年夜就来这！千禧年倒计时派对，时间胶囊太有意义

福利：发布艺术节打卡笔记，赠送复古胶片贴纸；跨年夜打卡发布视频，

参与抽奖赢次年会员卡折扣

三.官方合作与资源撬动

1. 小红书本地生活合作

申请「长沙城市探店」官方话题的流量扶持，每月报名参与“本地宝藏店铺”“周末去哪儿”等官方活动，获取话题置顶、流量倾斜。

与小红书本地生活博主矩阵合作，分层邀约博主探店：头部博主（10w+粉丝）做深度沉浸式体验视频；腰部博主（1w-10w粉丝）做活动攻略；素人博主（千粉级）做打卡返现，形成“头部引爆-腰部扩散-素人刷屏”的传播链。

三.官方合作与资源撬动

2. 小红书玩偶打卡活动设计

活动名称：「薯队长的复古时光之旅」

玩法：采购小红书官方正版玩偶（薯队长、薯小虎等），放置在店铺各主题场景中，顾客打卡时与玩偶同框拍照发布笔记，即可免费领取1个小玩偶（限量供应，每月更新款式）；

集齐4个季度玩偶，可兑换店铺全年VIP（享8折+免费手作体验2次）。

优势：利用小红书IP的自带流量，吸引平台用户主动打卡，提升笔记曝光率。

三.官方合作与资源撬动

3. 线上话题裂变玩法

每月发起「复古穿搭挑战赛」，官方账号发布活动规则，用户带话题发布笔记，点赞前3名可获得“免费全年穿搭改造”“手作工坊包场”等奖品。

推出「笔记接龙」活动，如“我的90年代记忆”，用户发布笔记@3位好友，好友接力发布，即可获得店铺优惠券。

四.传播保障与效果评估

- 1.物料支持：店铺内设置小红书打卡指引牌；提供免费拍立得照片，鼓励用户搭配照片发布笔记。
- 2.数据监测：每月统计小红书笔记曝光量、互动量、到店核销率，分析爆款内容的共性，调整下一期传播侧重点。
- 3.用户沉淀：引导发布笔记的用户加入店铺粉丝群，定期发放专属福利，培养忠实传播者。

五.全年重点节点冲刺

春节/情人节/跨年夜：提前15天启动预热，邀约博主集中发布内容，配合直播间秒杀套餐，冲刺客流高峰。

小红书周年庆/618/双11：借势平台大促流量，推出“平台补贴+店铺优惠”双重福利，提升转化效率。



清水时光机

财务测算



回本周期分析

核心假设：

稳定运营后，日均客流80人，转化率15%。
客单价350元。

预测结果：

在运营顺利、市场反响良好的情况下，预计需要约22个月（接近2年）收回全部初期投资。

项目	估算金额(元)	备注
初期总投资	约 390,000	含装修、货品、租金押金、备用金等
月度固定成本	约 67,500	主要为人力(3万) + 租金(1万)
月度盈亏平衡点	约 97,000	每月需完成此销售额方可保本

核心风险与建议

最大风险：客流量不足。沉浸式体验极度依赖人流，是决定成败的关键。

- 盈利关键：**
1. 控制人力成本：NPC是核心但昂贵，可考虑灵活排班或培养店员兼任。
 2. 提升客单价：积极推广“服饰+手作+写真”的套餐组合。
 3. 拓展B端业务：场地租赁和公司团建是高利润的补充来源。



清水时光机

谢谢观看