



禾  
HeMu

宏观区位分析  
Macro location

东山头规划  
Regional analysis

民宿品牌  
Brand building

运营和营销  
Operation & marketing

财务分析  
Finance analysis

区域概要 旅游经济 区域规划 交通规划  
Regional outline Tourism economic Regional planning Traffic planning

周边产业 东山头产业定位 整体规划  
Peripheral industry Industrial orientation Overall planning

民宿产品 产品案例 拆改计划 空间特色  
B&B product Product case Dismantling plan Spatial characteristics

产品包装 周边产品 人员管理 营销策略 推广渠道  
Product packaging Peripheral products Personnel management Marketing strategy Promotion channel

收益预测  
Pro Forma

宏观区位分析  
Macro location

东山头规划  
Regional analysis

民宿品牌  
Brand building

运营和营销  
Operation & marketing

财务分析  
Finance analysis

区域概要 旅游经济 区域规划 交通条件  
Regional outline Tourism economic Regional planning Traffic planning

周边产业 东山头产业定位 整体规划  
Peripheral industry Industrial orientation Overall planning

民宿产品 产品案例 拆改计划 空间特色  
B&B product Product case Dismantling plan Spatial characteristics

产品包装 周边产品 人员管理 营销策略 推广渠道  
Product packaging Peripheral products Personnel management Marketing strategy Promotion channel

收益预测  
Pro Forma

# 1-1 宏观区位分析

## Macro location

区域概要 Regional outline

溧水区隶属于江苏省南京市，面积1067平方公里，东邻溧阳市，南连高淳区，西与安徽省马鞍山市博望区毗邻，西北与江宁区交界，东北与句容市接壤。

溧水区是国家重要影视基地和农业科技基地，华东地区重要交通枢纽和物流中心，长三角地区制造业基地和现代化产业集聚区、国家新能源汽车制造产业新城，同时也是南京四大副城之一，全国综合实力百强区，发达的交通使之成为长三角**最具投资价值**的地区。





# 1-2 宏观区位分析 Macro location

旅游经济 Tourism economic



永寿塔



无想寺



天生桥



傅家边农业科技园



东庐观音寺



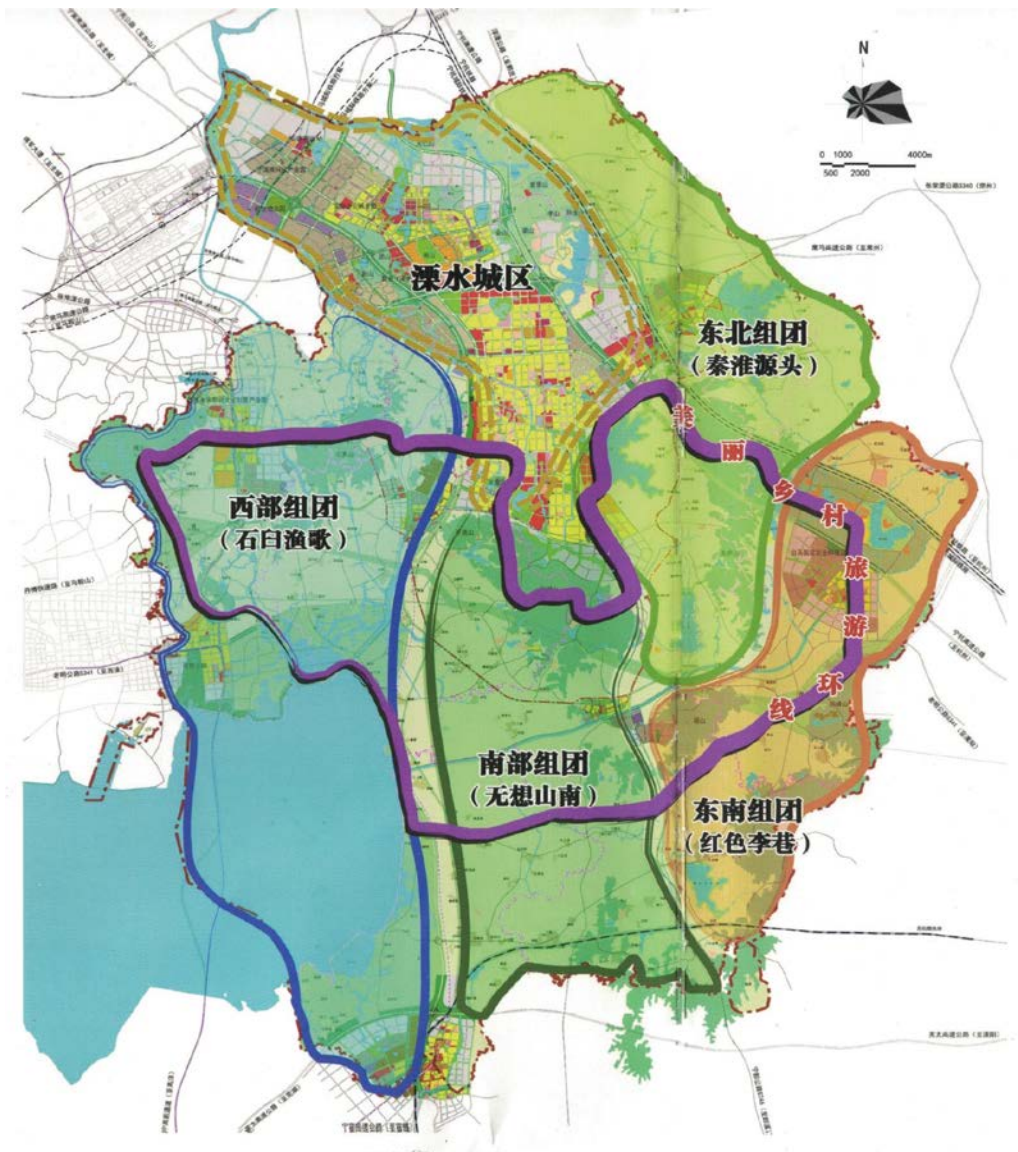
无想寺森林公园

溧水区境内文化古迹众多，拥有回峰山古人类化石遗址、隋唐无想寺、南唐韩熙载读书台等人文景观。溧水新十景为：胭脂遗址、无想琴音、周园古迹、东庐礼佛、石碛影城、秦淮源头、山凹人家、湖山串珠、三叶花开、石臼渔歌。



# 1-3 宏观区位分析 Macro location

区域规划 Regional planning



## 无想山南

依托原生态乡村环境，以艺术和人文的手法激活乡村，发展艺术文创、特色民俗、高端度假区等业态，打造特色田园乡村示范区。



## 石臼渔歌

沿湖一带的山水人家，依靠独特石臼湖风光和古老建筑群，重点发展亲水、近水休闲旅游，打造水的旅游基地。



## 红色李巷

挖掘保护李巷新四军红色旅游资源，结合蓝莓产业，打造特色田园乡村。



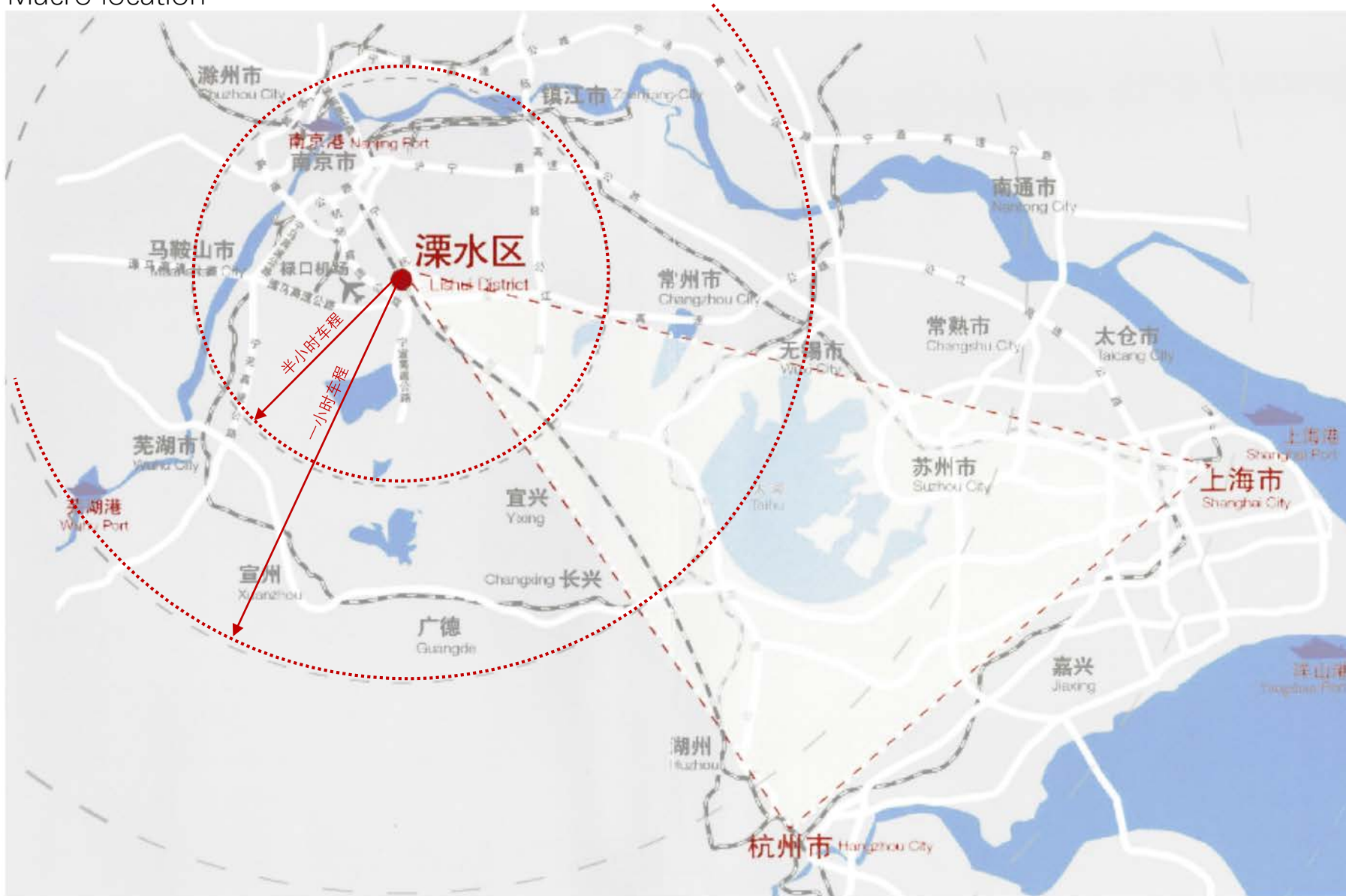
## 秦淮源头

依托东庐山观音寺、秦淮源头和秋湖片区，以禅修、养生、养老为主题，打造生态养生养老基地。



# 1-4 宏观区位分析 Macro location

交通条件 Traffic planning



溧水位于南京南部，扼苏皖之门户，处长三角城市群西翼，是华东地区少有的集空港、铁路、公路、水路于一体的立体枢纽城市，宁宣高速直通禄口国际机场（约15分钟），距江海联运枢纽深水港——南京港60公里，有宁杭城际铁路“溧水东”站，两条在建轻轨将于今年8月起调试运行，宁杭、宁宣等4条高速与S123、S243等5条省道纵横交汇，高速公路覆盖密度在全国排名前列。

1小时车程辐射人口**3000万人**、2小时车程辐射人口**8000万人**、3小时车程辐射人口**一亿以上**。

宏观区位分析  
Macro location

东山头规划  
Regional analysis

民宿品牌  
Brand building

运营和营销  
Operation & marketing

财务分析  
Finance analysis

区域概要 旅游经济 区域规划 交通规划  
Regional outline Tourism economic Regional planning Traffic planning

周边产业 东山头产业定位 整体规划 开发顺序  
Peripheral industry Industrial orientation Overall planning Development steps

民宿产品 产品案例 拆改计划 空间特色  
B&B product Product case Dismantling plan Spatial characteristics

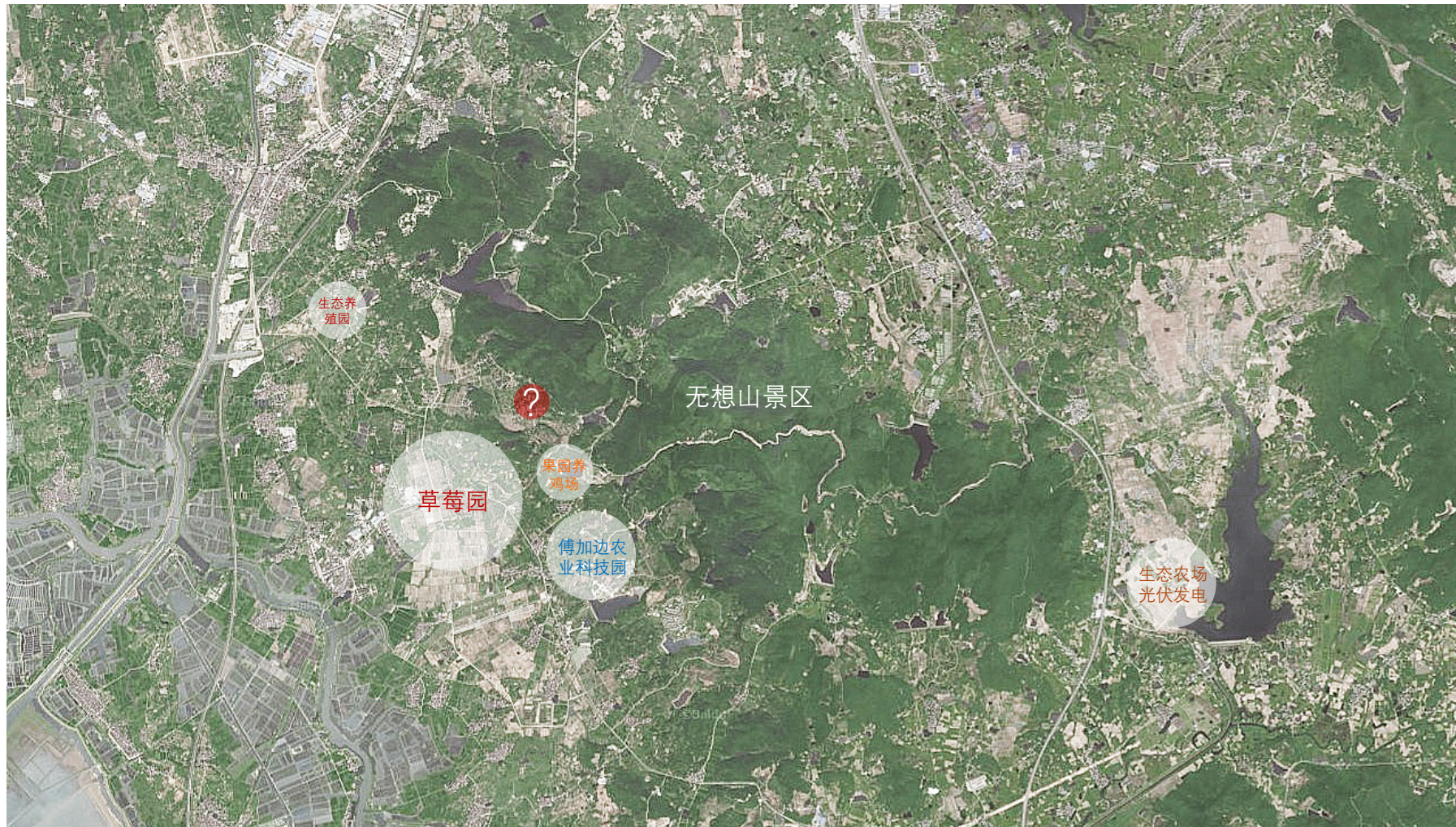
产品包装 周边产品 人员管理 营销策略 推广渠道  
Product packaging Peripheral products Personnel management Marketing strategy Promotion channel

收益预测  
Pro Forma



## 2-1东山头规划 Regional analysis

周边产业 Peripheral industry



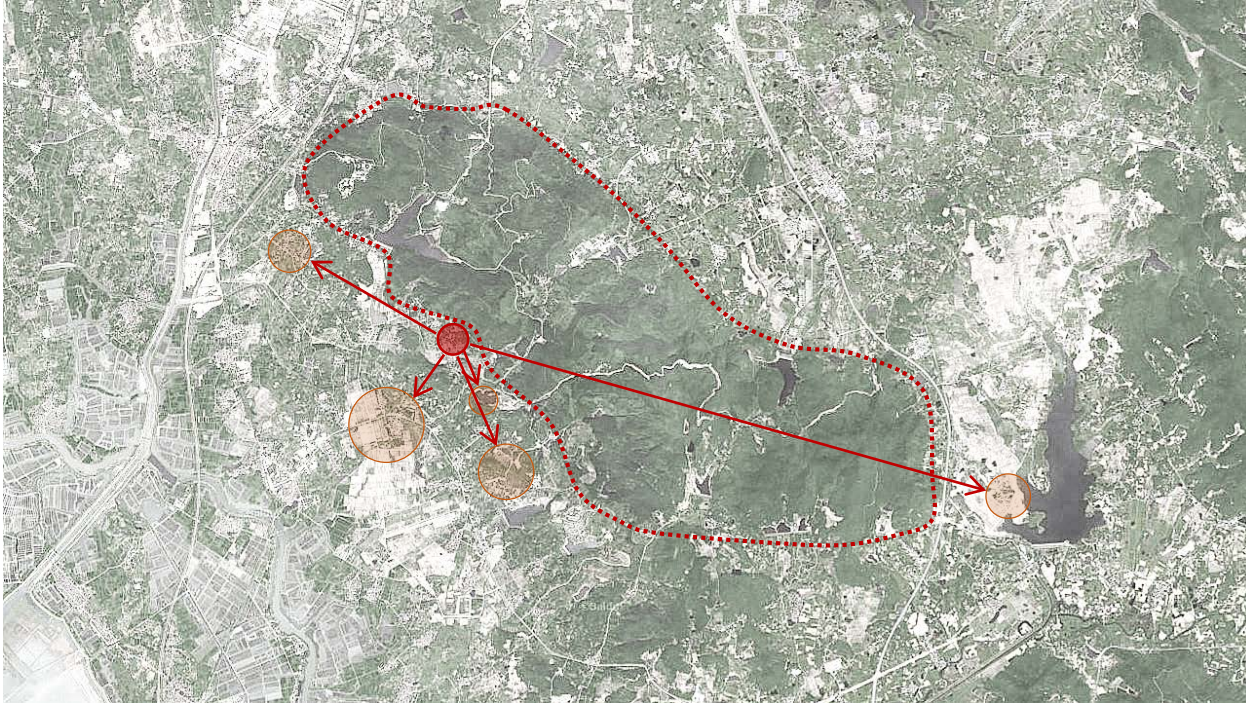
以农家乐产业带动的农村经济模式，是否有**新的可能**？

Is there **a new possibility** or the rural economic model driven by the farm industry?



## 2-2 东山头规划 Regional analysis

东山头产业定位 Industrial orientation



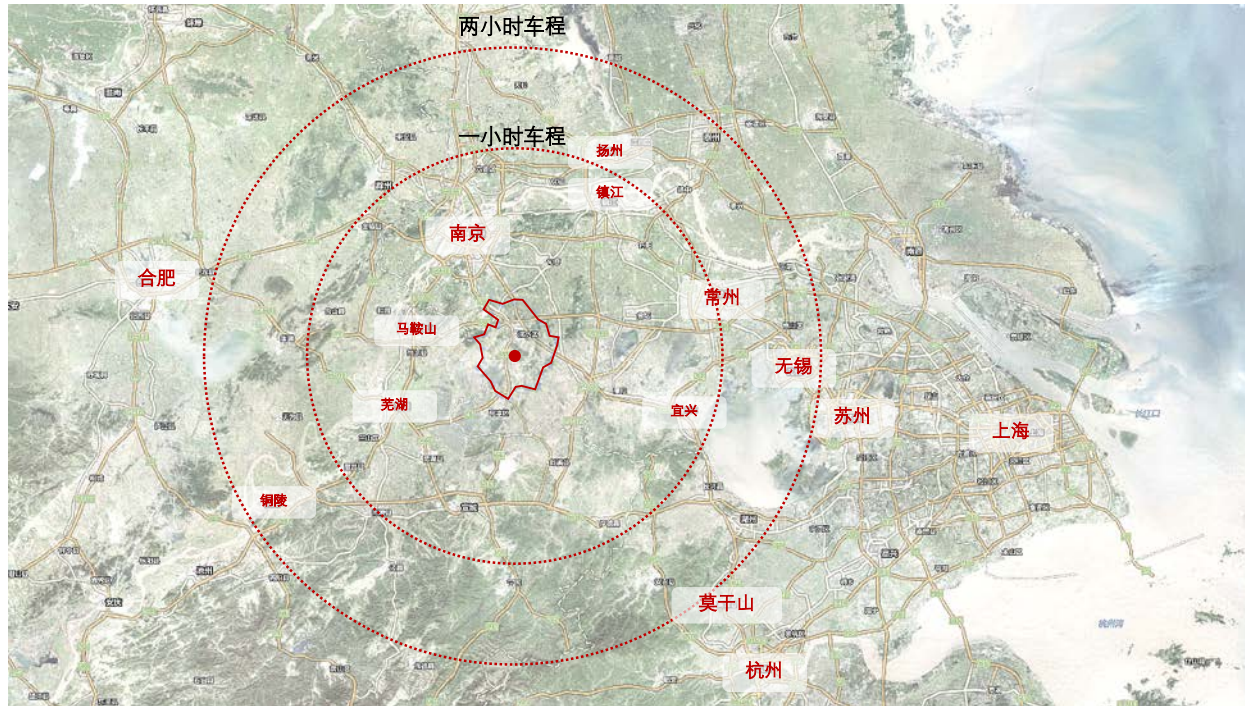
**依托**无想山旅游景区的人气拉动  
Relying on the popularity of the scenic resort

**补充**周边农家休闲点的定位空缺  
Supplement the location of the surrounding farmers' leisure spots

打造以**特色牧场**为核心的产业聚落  
Building the cluster core with the featured pasture

## 2-2 东山头规划 Regional analysis

东山头产业定位 Industrial orientation



两小时车程辐射范围内人口达到**8000万**  
80 million people coverage within 2 hours' drive.

网红效应和线上产品推广可辐射**长三角**  
Internet celebrity effect and online promotion reach Yangtze Delta.

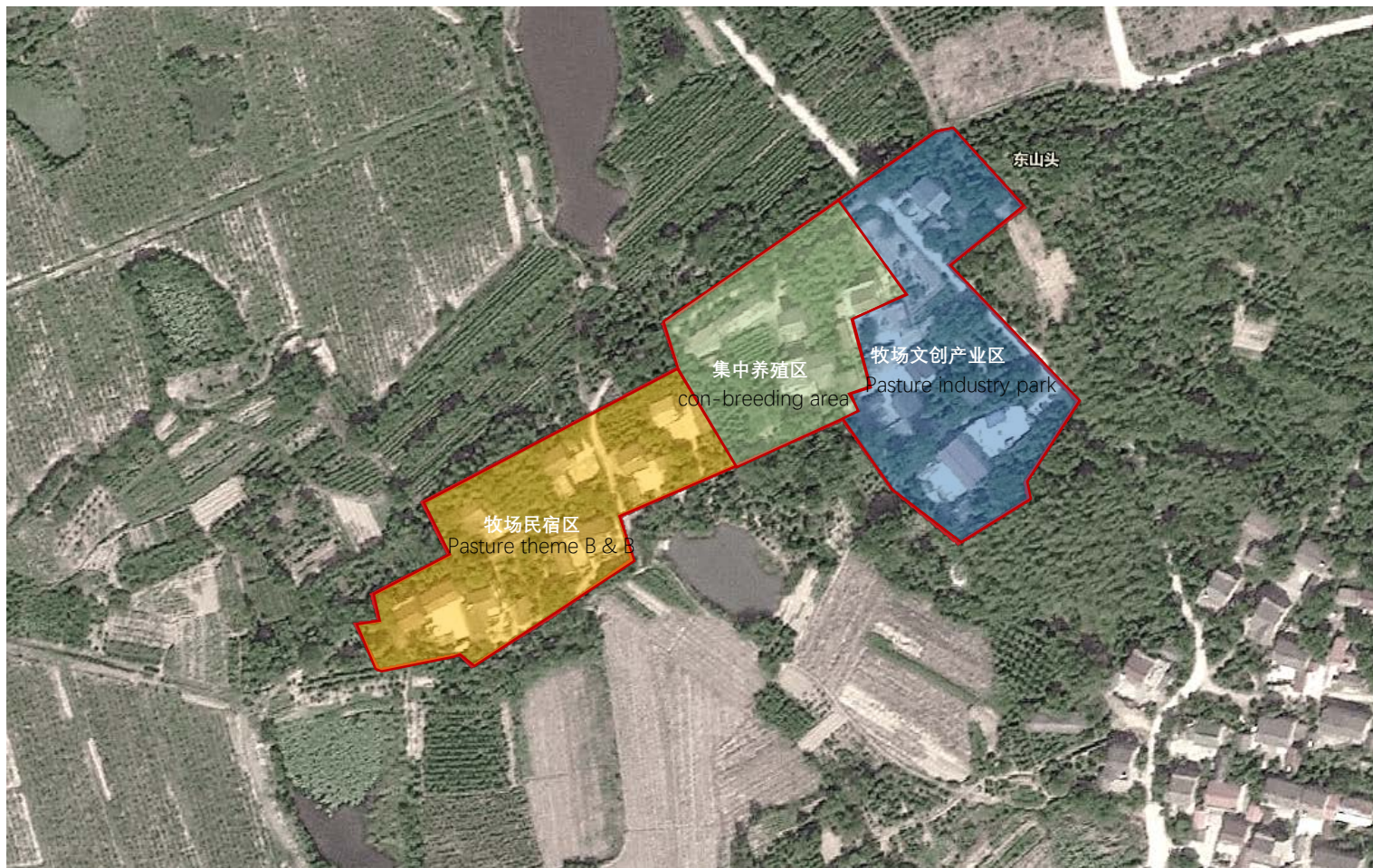
农场产业相对富足，**特色休闲牧场**稀缺  
Enough farm industry but featured pasture.

打造**家庭/情侣/学生/老人**的**休闲新时尚**  
New IP for family/lover/students/the old.



## 2-3 东山头规划 Regional analysis

整体规划 Overall planning



### 三大板块



**牧场集中养殖区**  
Concentrated breeding area  
繁殖。养护。互动。



**牧场主题民宿区**  
Pasture theme B & B  
亲密互动。有机饮食。



**牧场文创产业区**  
Pasture industry park  
农副产品。工艺品。



## 2-4 东山头规划 Regional analysis

开发顺序 Development steps



一期开发  
phase one  
5-10年

一期从开发成本考虑，利用特色牧场萌宠的网红优势，在10年内打造无想山片区品牌名片。逐步招商引资用于二期建设。

The first phase from the development cost consideration, using the characteristic pasture's net red advantage, in 10 years to create no want mountain area brand name card. Investment and investment are gradually used for the construction of the two phase.



## 2-4 东山头规划 Regional analysis

开发顺序 Development steps



二期开发  
phase two  
5-10年

在牧场动物繁殖到一定的规模后，可以考虑扩展区内开发农副产品，以及相关文创产品的研发，扩大市场影响力。

After pasture animal breeding to a certain scale, we can consider the development of agricultural and sideline products in the extended area, and the development of related products, and expand market influence.

宏观区位分析  
Macro location

东山头规划  
Regional analysis

民宿品牌  
Brand building

运营和营销  
Operation & marketing

财务分析  
Finance analysis

区域概要 旅游经济 区域规划 交通规划  
Regional outline Tourism economic Regional planning Traffic planning

周边产业 东山头产业定位 整体规划  
Peripheral industry Industrial orientation Overall planning

民宿产品 产品案例 拆改计划 空间特色  
B&B product Product case Dismantling plan Spatial characteristics

产品包装 周边产品 人员管理 营销策略 推广渠道  
Product packaging Peripheral products Personnel management Marketing strategy Promotion channel

收益预测  
Pro Forma

3-1 民宿品牌 民宿产品 B&B product  
Brand building



与大自然的精灵  
共处  
在青山绿水  
在村庄果林  
在牧



# 3-1 民宿品牌 Brand building

民宿产品 B&B product

## 标的一切享受与萌物一起的欢乐的人群

Targeting everyone that enjoys the time with cute animals

利用网红效应和线上推广

辐射南京/无锡/常州/芜湖等长三角主力消费群体

taking advantage of the internet celebrity effect and O2O promotion

radiating to the main consumption group from Nanjing / Wuxi / Changzhou / Wuhu in Yangtze Delta



年轻情侣

一场确定关系的旅行

Lovers

a trip that determines a relationship



学生

春游秋游的新去处

Students

new places for spring holiday



家庭

成为家庭成员的美好回忆

Family

best places for best memory



新婚夫妇

一组别具一格的婚纱照

Couples

a set of unique wedding photos



上班一族

释放压力的新选择

Office worker

best choice for pressure release

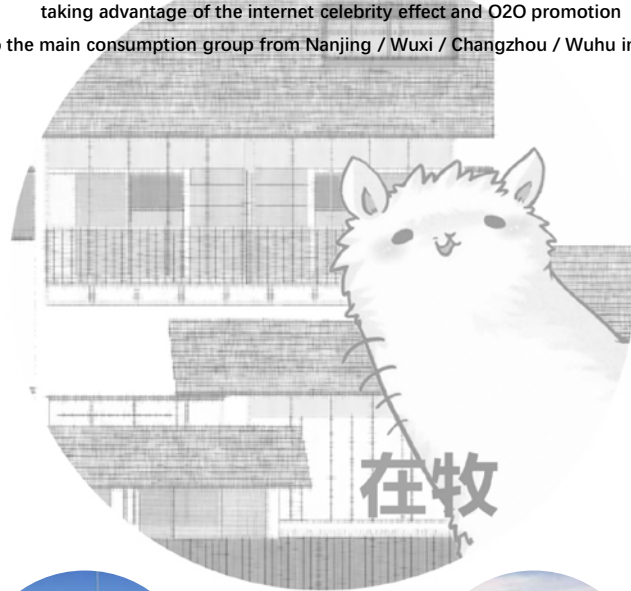


孤寡老人

抚慰心灵的动物陪伴

The old

animal companies that comfort souls



### 3-1 民宿品牌 Brand building

民宿产品 B&B product



一小窝羊驼  
a bunch of alpaca



一群矮种马  
a couple of pony



几十只垂耳兔  
lots of long ear rabbit



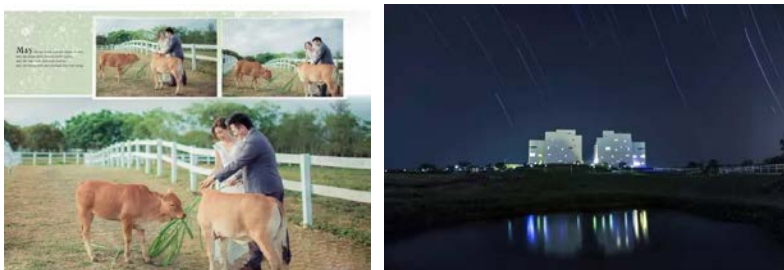
以休闲住宿为核心  
Taking leisure accommodation as the core

居品质空间享田园  
While staying in the pastoral space

与萌物互动添趣味  
Plus the interaction with cute animals

## 3-2 民宿品牌 产品案例 Product case

Brand building



海境度假民宿  
台湾屏东县  
992元/每晚

特色：海景，小牛



Small House villa  
台湾屏东县  
578元/每晚

特色：田园，兔子



羊儿烟囱民宿  
台湾花莲县  
413元/每晚

特色：山羊

### 在牧的优势

潜在**客户群体巨大**

相关产业稀缺，具有明显的**市场竞争力**

关注建筑空间，民宿与牧场有着**充分的互动**

地理位置优越，开发成本低，发展潜力大



### 3-3 民宿品牌 Brand building

拆改计划 Dismantling plan



最大限度地保持现有村庄风貌

Keep the existing village features



### 3-3 民宿品牌 Brand building

拆改计划 Dismantling plan



鸟瞰效果图

Bird view



3-3 民宿品牌 拆改计划 Dismantling plan  
Brand building



鸟瞰效果图

Bird view

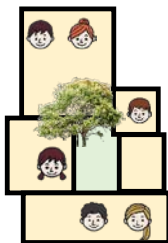
# 3-3 民宿品牌 拆改计划

Brand building Dismantling plan



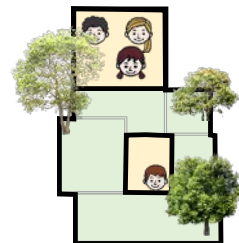
现状院户

Present yard



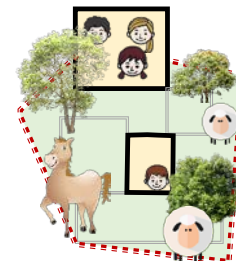
原始空间关系

人与庭院  
Primitive spatial relations



旧墙保留

“宿”“院”空间置换  
Preservation of the old wall



庭院扩大

“牧”的置入  
Courtyard expansion

### 3-3 民宿品牌 Brand building

拆改计划 Dismantling plan



总平面  
Site plan



### 3-4 民宿品牌

空间特色 Spatial characteristics



牧场透视

Centralized pasture



### 3-4 民宿品牌

空间特色 Spatial characteristics



牧场入口

Reception of accommodation



### 3-4 民宿品牌

空间特色 Spatial characteristics



建筑群体

Accommodations in a distance



### 3-4 民宿品牌

空间特色 Spatial characteristics



单体透视

Accommodation cluster





院落  
courtyard



### 3-4 民宿品牌

空间特色 Spatial characteristics



院落局部  
courtyard



宏观区位分析  
Macro location

东山头规划  
Regional analysis

民宿品牌  
Brand building

运营和营销  
Operation & marketing

财务分析  
Finance analysis

区域概要 旅游经济 区域规划 交通规划  
Regional outline Tourism economic Regional planning Traffic planning

周边产业 东山头产业定位 整体规划  
Peripheral industry Industrial orientation Overall planning

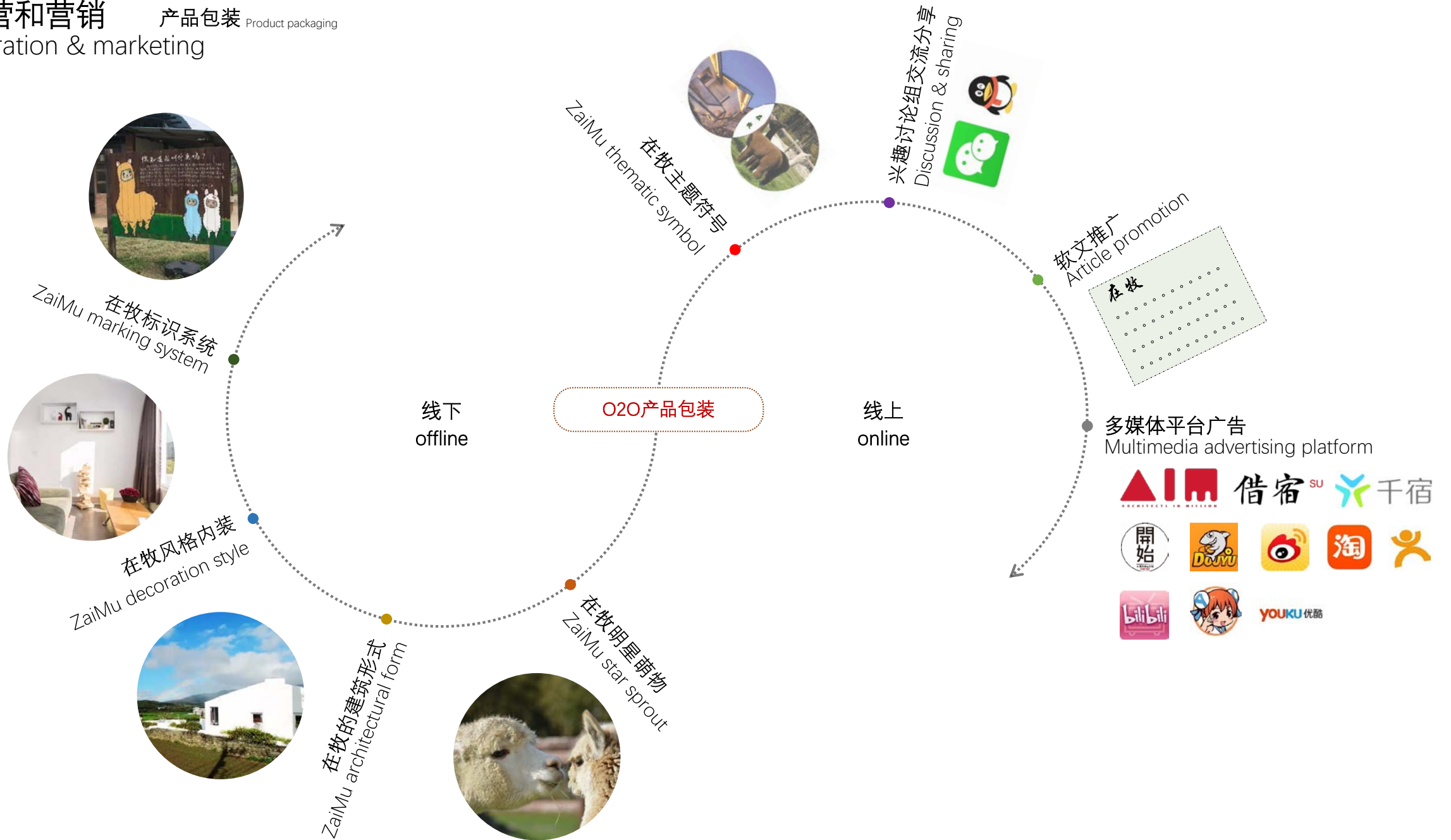
民宿产品 产品案例 拆改计划 空间特色  
B&B product Product case Dismantling plan Spatial characteristics

产品包装 周边产品 人员管理 营销策略 推广渠道  
Product packaging Peripheral products Personnel management Marketing strategy Promotion channel

收益预测  
Pro Forma

# 4-1 运营和营销

产品包装 Product packaging  
Operation & marketing





## 4-2 运营和营销 产业结构 Industrial structure

### Operation & marketing

### 在牧生活



文具/家具工艺/服装



在牧产业园



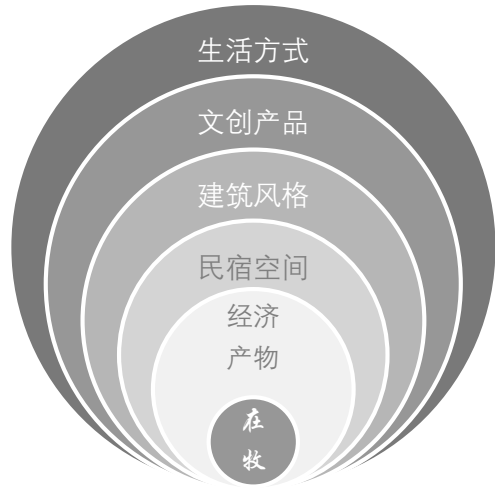
民宿/婚纱摄影地/郊游场地/养老合作



长耳兔\奶制品\羊毛制品



在牧



多产品全季节推广

淡旺季都能有回报

The full season promotion of multi products

在牧以畜牧业为第一产业，以牧场动物为产业抓点，打造以治愈萌宠为特色的休闲居所，吸引客流量；以农业为第二产业，种植牧草及有机蔬菜瓜果。做到第一产业与第二产业紧密结合，以农促牧，以牧养农，农牧结合的生产模式。

In animal husbandry in animal husbandry as the first industry, for the industry to pasture animal point, in order to create a cure for adorable characteristics of leisure homes attract traffic; taking agriculture as the second industry, planting grass and organic vegetables and fruits. The production model of the combination of the first industry and the second industry to promote the animal husbandry by farmers and the combination of agriculture and animal husbandry.

最终，在牧希望带来的是一种以牧场为核心的轻松、自在的生活方式。

In the end, the hope of the pastoral hope is a relaxed and free way of life at the core of the pasture.

二期作为牧场周边产业基地，制作生产文创工艺品，打造牧场特色展示营销区。

The phase two is the industrial base of the pasture, making the production and creating the arts and crafts, creating the display and marketing area of the pasture characteristics.

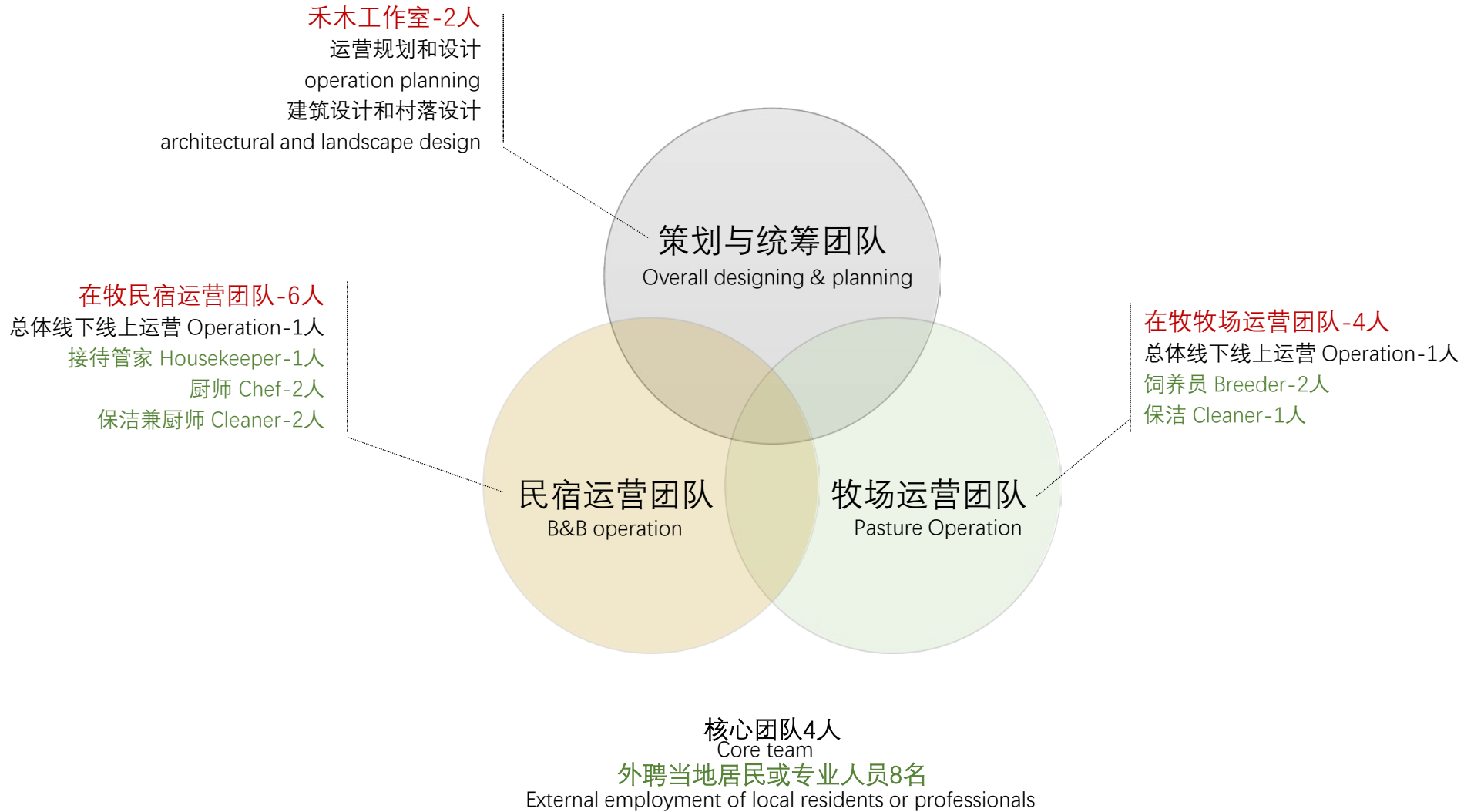
民宿的风格可以进一步拓展到东山头村落二期，营造田园风特色建筑群。

Architecture style can be further extended to the village of Dongshan head phase two, to build the wind characteristics of buildings garden.

## 4-3 运营和营销

人员管理 Personnel management

Operation & marketing





## 4-4 运营和营销 营销策略 Marketing strategy

### Operation & marketing

### 前端营销：萌宠体验店

一线城市二线城市的前端体验店

Front-end marketing: budding experience store



### 后端产业：在牧

溧水的后端产业区

Back end industry: ZaiMu accommodation



# 4-5 运营和营销 推广渠道 Promotion channel

## Operation & marketing

### 线下渠道 offline

主题活动体验  
thematic activity



社会团体郊游

牧场婚礼

养老合作

纸质媒体宣传  
paper media



报纸/ 杂志/ 海报/ 传单

产品周边推广  
product periphery



服饰/ 小动物/ 文创产品线上推售

### 线上推广 online

网站  
website



竞赛平台/ 民宿平台/ 众筹平台/ 建筑设计平台/ 消费娱乐平台

公众号  
subscription



微信公众号推送

电子会员  
electronic members



扫码成会员



宏观区位分析  
Macro location

东山头规划  
Regional analysis

民宿品牌  
Brand building

运营和营销  
Operation & marketing

财务分析  
Finance analysis

区域概要 旅游经济 区域规划 交通规划  
Regional outline Tourism economic Regional planning Traffic planning

周边产业 东山头产业定位 整体规划  
Peripheral industry Industrial orientation Overall planning

民宿产品 产品案例 拆改计划 空间特色  
B&B product Product case Dismantling plan Spatial characteristics

产品包装 周边产品 人员管理 营销策略 推广渠道  
Product packaging Peripheral products Personnel management Marketing strategy Promotion channel

收益预测  
Pro Forma

# 5-1 财务分析 收益预测 Pro Forma

## Finance analysis

在牧场投资收益测算

初期投资成本				每月运营成本				每月收入		
改造单价 <sup>1</sup>	土建改造	(1,200)	元/平米 1490 平方米	人工成本 <sup>3</sup>	管家	(8,000)	元/月 1 人	平均房费 <sup>6</sup>	800	元/天
	内装	(1,400)	元/平米 1490 平方米		厨师	(7,000)	元/月 2 人	入住率 <sup>7</sup>	30%	
	景观	(700)	元/平米 400 平方米		保洁	(4,000)	元/月 3 人	住房数	14	间
建筑面积	1490		平方米		饲养员	(5,000)	元/月 2 人	合计	100,800	元/月
合计		(4,154,000)	元	合计		(44,000)	元/月	牧宿互动 <sup>8</sup>	16,000	元/月
畜牧单价 <sup>2</sup>	羊驼	(10,000)	元/只 6 只	租金		(22,350)	元/月	牧院门票 <sup>9</sup>	8,000	元/月
	矮种马	(2,500)	元/匹 6 匹	电信宽带		(120)	元/月	动物出租 <sup>10</sup>	5,000	元/月
	垂耳兔	(50)	元/只 20 只	水电气成本 <sup>4</sup>		(1,788)	元/月	动物出售 <sup>11</sup>	800	元/月
合计		(76,000)	元	宣传成本		(500)	元/月	社会合作活动 <sup>12</sup>	5,000	元/月
总计		(4,230,000)	元	饲料成本 <sup>5</sup>		(540)	元/月	农副产品 <sup>13</sup>	500	元/月
				总计		(69,298)	元/月	总计	136,100	元/月
1-2年利润 <sup>15</sup>	1,020,828	元/年						税收 <sup>14</sup>	(4,083)	元/月
3-4年利润 <sup>16</sup>	1,600,248	元/年								
4年之后利润 <sup>17</sup>	2,104,824	元/年								

- 改造按照中高档标准3300元每平米。
- 参考于阿里巴巴批发价格。
- 厨师和保洁员可雇佣当地村民，饲养员和管家需要专业人员。
- 按照每平米4元\*入住率测算。
- 按照每只动物1.5元每天测算。
- 对标长三角地区精品民俗并参考溧水的发展现状。
- 参考情况为每年节假日一共108天住满，平时空房。
- 参考于每周末20人次，每次100元的动物与住客的互动费用。
- 平时非民宿住客的游人参观费用。按照门票40元，每月200人次测算。
- 动物出租给婚庆公司/开发商等用作商业用途，按照每次5000元，每月一次测算。
- 出售垂耳兔，根据每月10只，每只80元测算。
- 和学校或者单位开展集体郊游活动，根据每年2次，每次20人次，每人1500元测算。
- 出售农牧场农副产品，包括羊奶羊毛等。
- 500万元营业额以内属于小额纳税人，纳税点3%。
- 根据协议租金全免，入住率30%。
- 根据协议租金减半，入住率40%，房费900元/天。
- 入住率50%，房费1000元/天。

# 5-1 财务分析 收益预测 Pro Forma

## Finance analysis

Pro Forma												
Costruction Cost					Operation Cost per month					Net profit per month		
Renovation cost per sqm <sup>1</sup>	Structure renovation	RMB/sqm	1490	sqm	Labor cost <sup>3</sup>	House keeper	(8,000)	RMB/month	1	Average Rate <sup>6</sup>	800	RMB/day
	Interior finish	(1,400)	RMB/sqm	1490		chef	(7,000)	RMB/month	2	Occupation rate <sup>7</sup>	30%	
	Landscape	(700)	RMB/sqm	400		Cleaning	(4,000)	RMB/month	3	Room number	14	
Construction area	1490		sqm			Breeder	(5,000)	RMB/month	2	total	100,800	RMB/month
Total	(2,366,000)	RMB/sqm			Total	(44,000)	RMB/month			Interaction fee <sup>8</sup>	16,000	RMB/month
Animal unit price <sup>2</sup>	alpaca	(10,000)	RMB/unit	6	Rent rate	(22,350)	RMB/month			Entrance fee <sup>9</sup>	8,000	RMB/month
	pony	(2,500)	RMB/unit	6	Internet	(120)	RMB/month			Animal renting <sup>10</sup>	5,000	RMB/month
	long ear rabbit	(50)	RMB/unit	20	Water/electricity/gas <sup>4</sup>	(1,788)	RMB/month			Animal selling <sup>11</sup>	800	RMB/month
Total	(76,000)	RMB			Promotion	(500)	RMB/month			Social activity <sup>12</sup>	5,000	RMB/month
<b>Total</b>	<b>(2,442,000)</b>	<b>RMB</b>			Animal food <sup>5</sup>	(540)	RMB/month			Side products <sup>13</sup>	500	RMB/month
					<b>Total</b>	<b>(69,298)</b>	<b>RMB/month</b>			<b>Total</b>	<b>136,100</b>	<b>RMB/month</b>
<b>1st-2nd year net profit<sup>15</sup></b>	<b>1,020,828</b>	<b>RMB/year</b>								<b>Tax<sup>14</sup></b>	<b>(4,083)</b>	<b>RMB/month</b>
<b>3rd-4rd year net profit<sup>16</sup></b>	<b>1,600,248</b>	<b>RMB/year</b>										
<b>from 5th year net profit<sup>17</sup></b>	<b>2,104,824</b>	<b>RMB/year</b>										

- According to the high standard 3300 RMB/sqm.
- Referring to Alibaba wholesale price.
- Chef and cleaners can be local villagers and breeders and house keepers need to be professional.
- 4 RMB per sqm.
- Each animal 1.5 RMB/day.
- Referring to the boutique hotel prices around Yangtze River Delta
- 108 holidays in one years that can be fully booked while the other days are empty.
- 20 people per weekend and 100 RMB per time for guests to interact with animals
- For non resident visitors. 40 RMB per time and 200 times per months.
- Animal are rented to wedding companies or developers, etc. for commercial use, measured once a month at a time of 5000 RMB.
- Sale of the long ear rabbit, according to 10 units per month and each 80 RMB.
- Cooperation with schools. 2 times a year, 20 people per time and 1500 RMB per person.
- Selling agricultural and pasture sideline products including alpaca' wool and so on.
- Within 5 million RMB turnover, the tax rate id 3%.
- The rent is exempt according to the agreement, and the occupancy rate is 30%.
- The rent is reduced by half according to the agreement, the occupancy rate is 40%, and the rate is 900 RMB per day.
- The occupancy rate is 50%, and the room rate is 1000 RMB per day.



禾

HeMu

季欣

Ji Xin

427723705@qq.com

17317739468

杨浩

Yang Hao

339214041@qq.com

18721703640