

YOUNG VILLAGE 漾谷

溧水区东山头村民宿

BRAND POWER 品牌力

感染力



真诚 自信

传播力



创新 包容

号召力



能力 资源

影响力

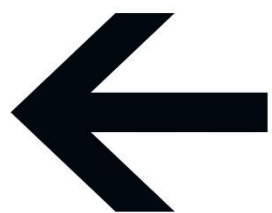


权威 专业

- | | |
|---------------------------------------|---------|
| 1. PROJECT BACKGROUND | 项目背景 |
| 2. PROJECT SITE SELECTION | 项目选址 |
| 3. USER DEPICTION | 用户描摹 |
| 4. CORE STRATEGY | 核心策略 |
| 5. ARCHITECTURE AND INTERIOR STRATEGY | 建筑与室内策略 |
| 6. SERVICE MODE | 服务模式 |
| 7. MARKETING STRATEGY | 营销策略 |
| 8. ROI ANALYSIS | 投资回报分析 |

PROJECT BACKGROUND

项目背景



往無想山

to Wu Hsiang Shan

咪咕音乐节 定居溧水 宁溧线

YOUNG COUNTRY LIFE 青年乡村生活

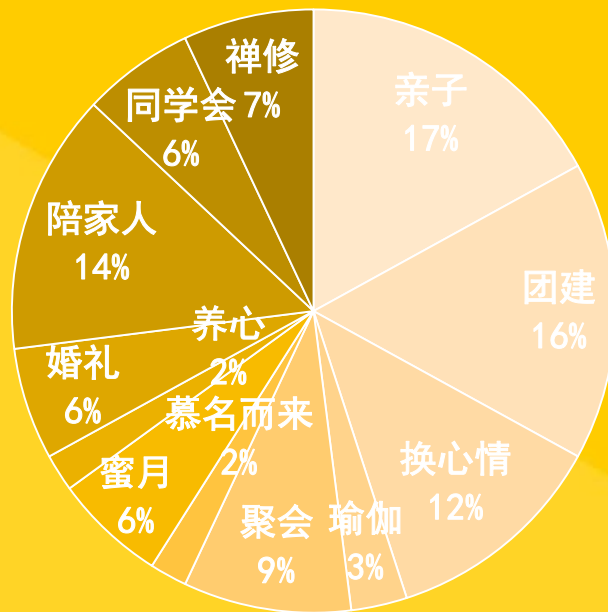


陪伴 休闲 徒步 体验 手工 团聚

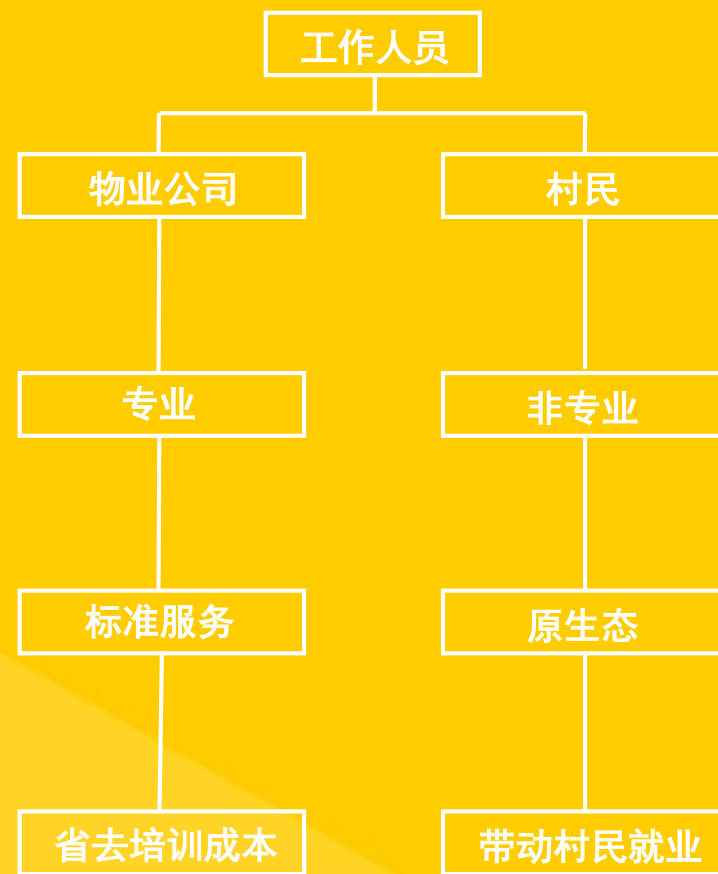
HOMESTAY DIFFERENTIATION 民宿差异化



产品差异



活动差异



服务差异

森女系
 明星时尚
 极客
 综艺
 八卦
 宅男
 开车技巧
 手机游戏
 减肥
 自由行
 二次元
 人工智能
 单反相机
 自拍
 求职就业
 穷游
 校花美眉
 学生创业
 瑜伽
 游戏
 背包客
 剩男剩女
 职场新人
 手工
 学霸
 文艺范
 大学生

PROJECT SITE SELECTION

项目选址

DONGSHANTOU VILLAGE 东山头村



东山头村距溧水主城区直线距离8km，与南京主城区有宁溧线连接，交通优势明显。整个村子独立性较强，四周被绿树包围，经营活动可以最大限度不干扰周边村子。村子聚落感较强，布局有纵深，体量适中，方便展开经营活动和营造独立自由的空间氛围。

DONGSHANTOU VILLAGE 东山头村



村子位于真正无想山南，与身后无想山无缝连接，自然风光与村落景色浑然一体，环境条件优越。

USER DEPICTION

用户描摹

YOUTH CHARACTERISTICS 青年特性

年龄层次



20岁



30岁



40岁

YOUTH CHARACTERISTICS 青年特性

生活态度



不羈



拼搏



爱情



激情

YOUTH CHARACTERISTICS 青年特性

生活方式



外卖



加班



艺术



旅行

CORE STRATEGY

核心策略

“内容为王”

在民宿中，软的“内容”比硬的“产品”更重要。相比民宿中包含的一般产品类型，比如客房与餐饮，“内容”的多样性能够同时解决消费者“因何而宿，因何再宿”的问题。





目前民宿市场乃至乡村度假市场内容的品类丰富，但差异化不足，且主题性不够突出。需要在既有的消费需求下进一步挖掘延伸并提高原创力。

“弹性的场所+迭代的内容”

弹性场所的建造是可以一劳永逸的，内容的迭代会依消费市场风向规律化开展。因此，弹性场所的营造在本设计中围绕民宿基础功能分布。



CONTENT ARRANGEMENT 内容编排

大秀场



BAR&COFFEE



零距离角



运动所



新思想市集



冥想泳池

CONTENT ARRANGEMENT 内容编排

异趣茶屋



漾谷剧场



竞技场



DIY集合站



活力驿站



漾谷书房

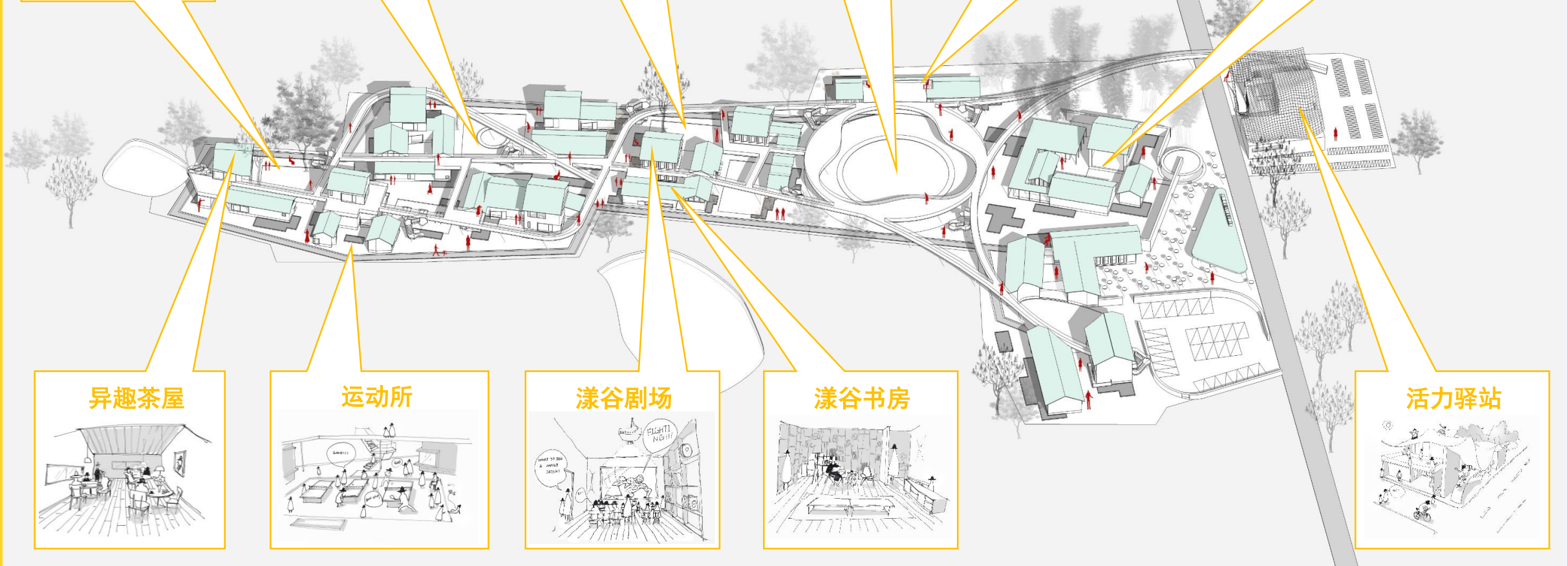
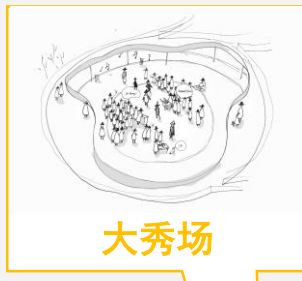
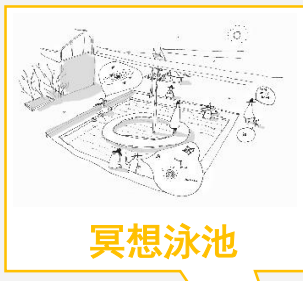
THREE-DIMENSIONAL PATH 立体路径



在地面，以体验感最强的方式贯穿整个场地。

在空中，以距离最短的方式将居住与内容节点联系起来。

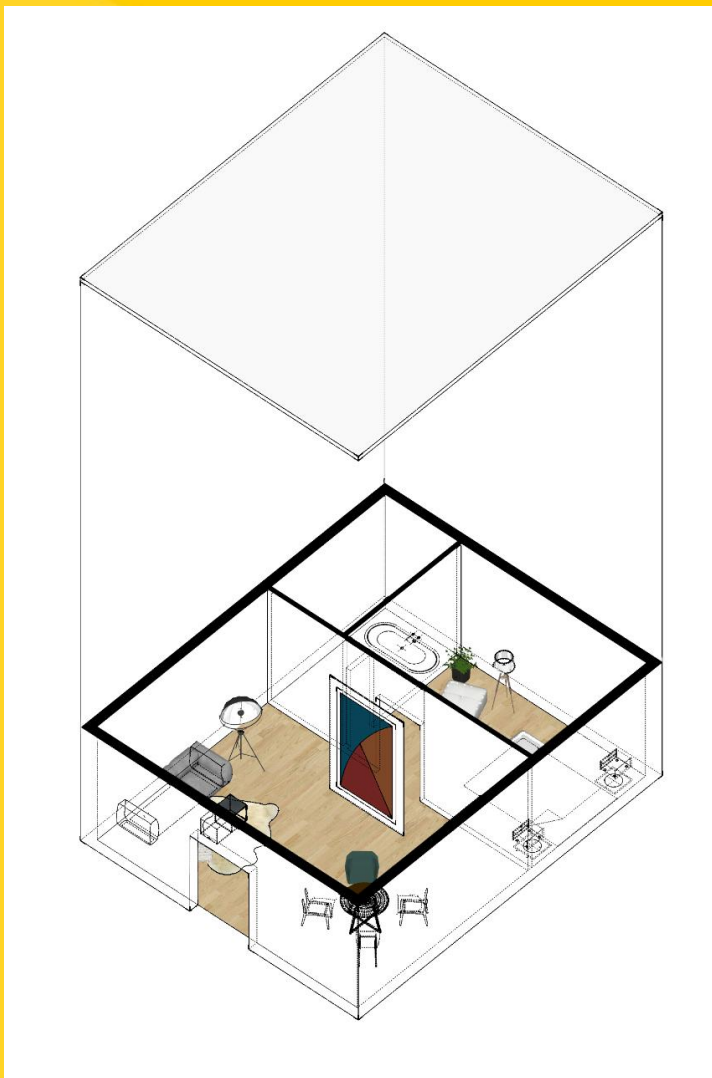
PLACE TO BUILD 场所建造



ARCHITECTURE AND INTERIOR STRATEGY

建筑与室内策略

PRODUCT TYPE: GUEST ROOM 产品类型：客房



自在套房

数量：1间

面积：65平方米

可居住人数：2人

经营方式：单间出售

核心竞争力：

数量占比极低，位置独立，溢价高

室内设计讲究一定时尚度或艺术气质

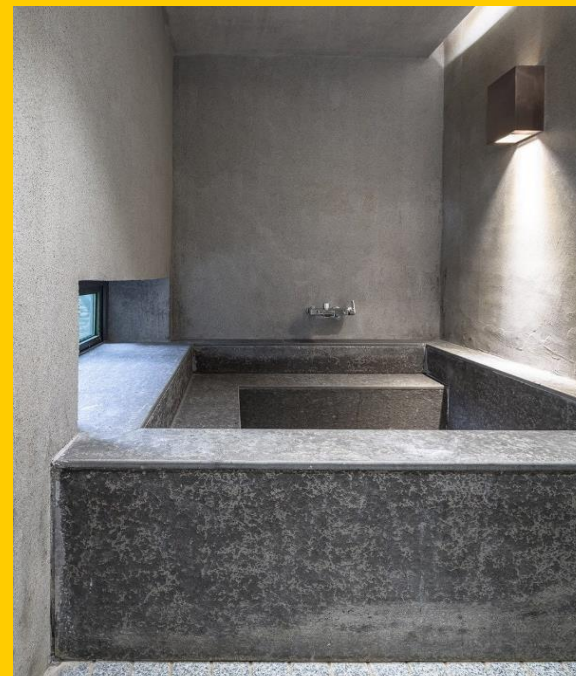
面向青年情侣消费者

定价：

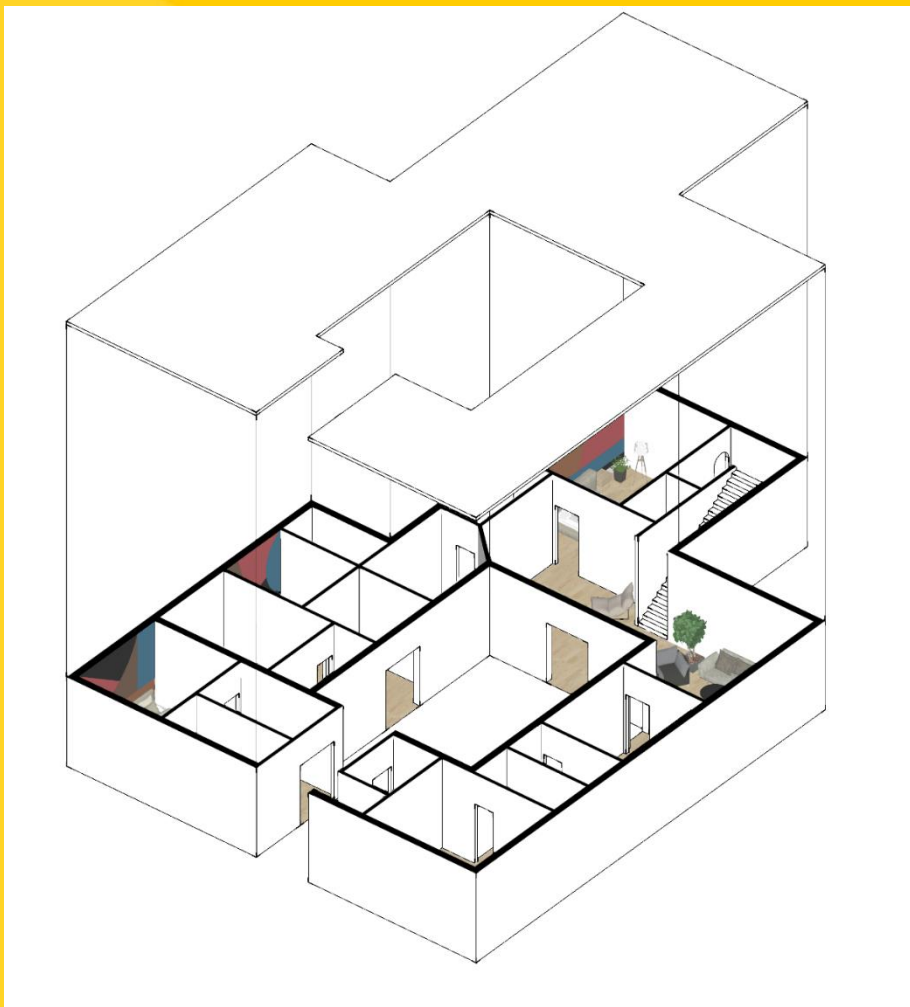
全年均价650元/天

(依据同类型条件下民宿市场价格为参照，并适当浮动。

如溧水石山下乡居酒店客房定价约880元/天。)



PRODUCT TYPE: GUEST ROOM 产品类型：客房



活力标准房

数量：34间

面积：1020平方米

可居住人数：70人

经营方式：单间出售或院落整包

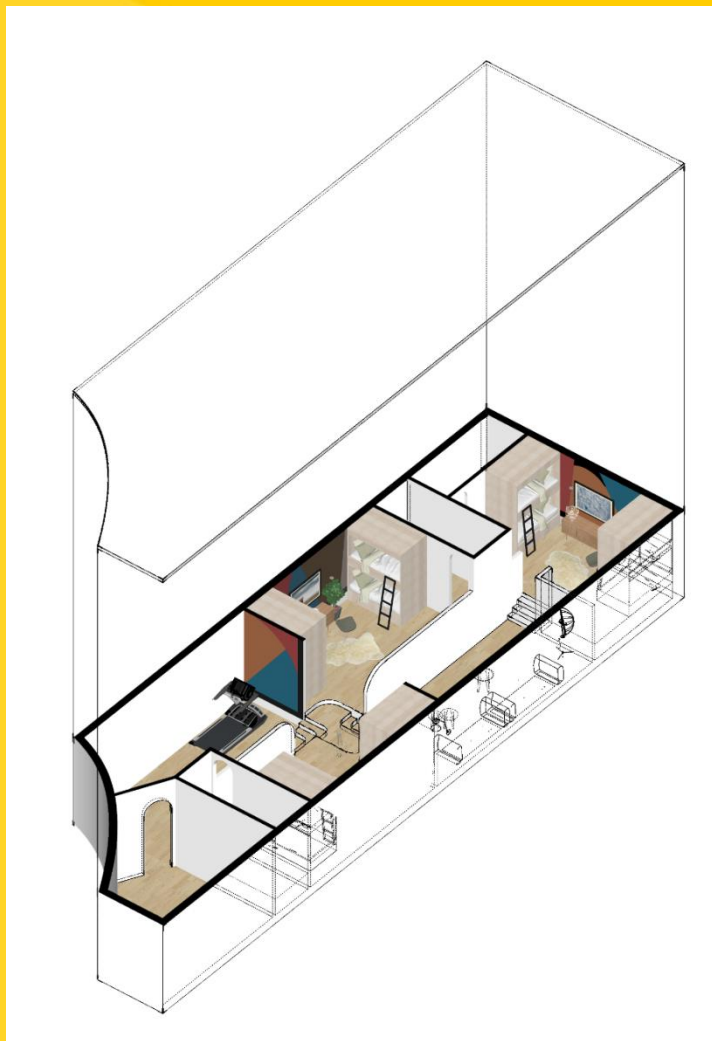
定价：

单间出售：全年均价450元/天；

整包出售按照房间总数合计



PRODUCT TYPE: GUEST ROOM 产品类型：客房



青旅客房

数量：5间

面积：310平方米

可居住人数：22人

经营方式：单间出售或单栋整包

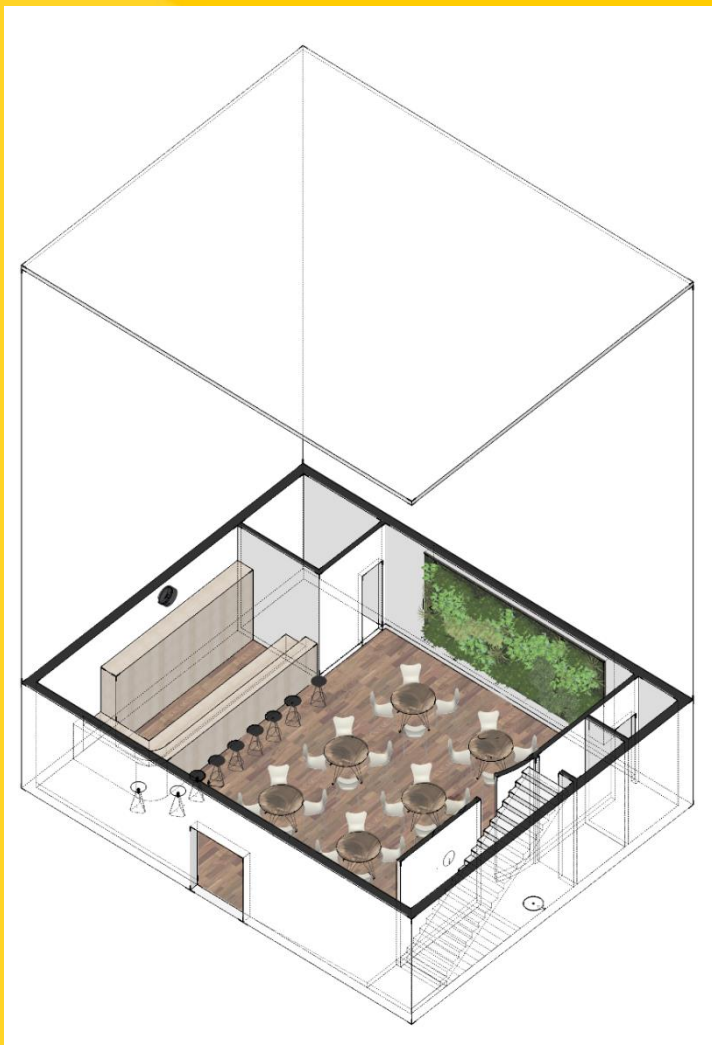
单间出售：

全年单床均价150元/天；

整包出售按照床位总数合计



PRODUCT TYPE: RESTAURANTS, BARS, TEA ROOMS AND COFFEE 产品类型：餐厅、酒吧、茶室及咖啡



餐厅、酒吧、茶室及咖啡

面积：523平方米

餐厅：205平方米

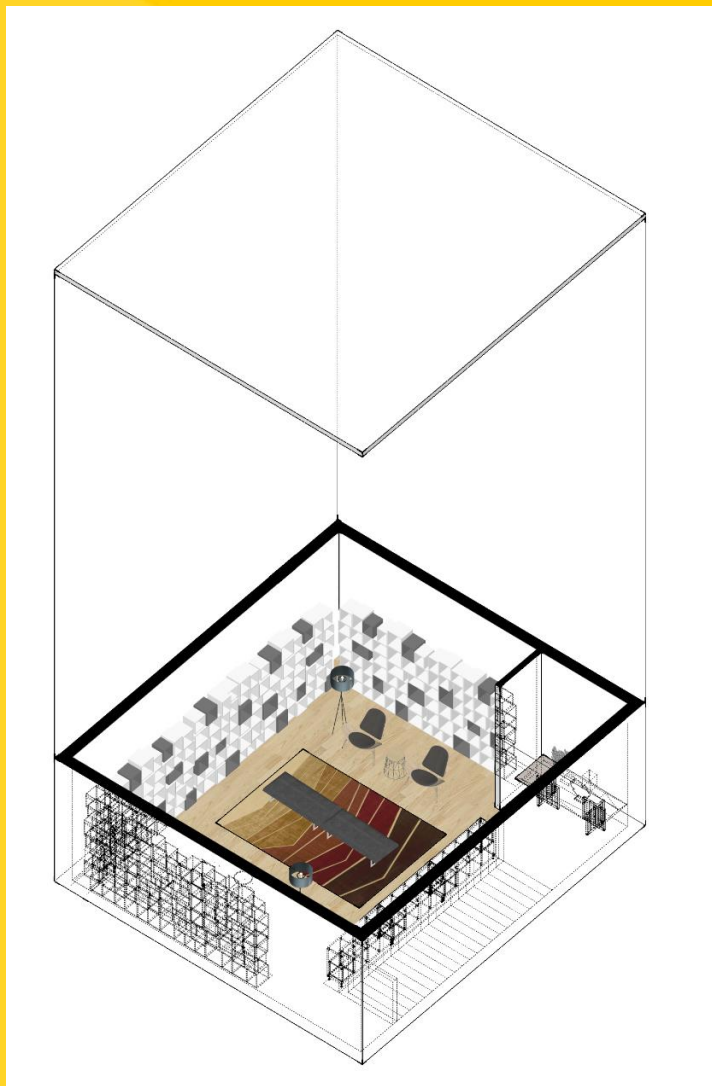
茶室：62平方米

酒吧及咖啡：256平方米

经营方式：自营，出售特色餐饮、酒水产品



PRODUCT TYPE: STUDY, THEATER, DIY COLLECTION STATION 产品类型：书房、剧场、DIY集合站



书房、剧场、DIY集合站

面积：358平方米

书房：88平方米

剧场：120平方米

DIY集合站：150平方米

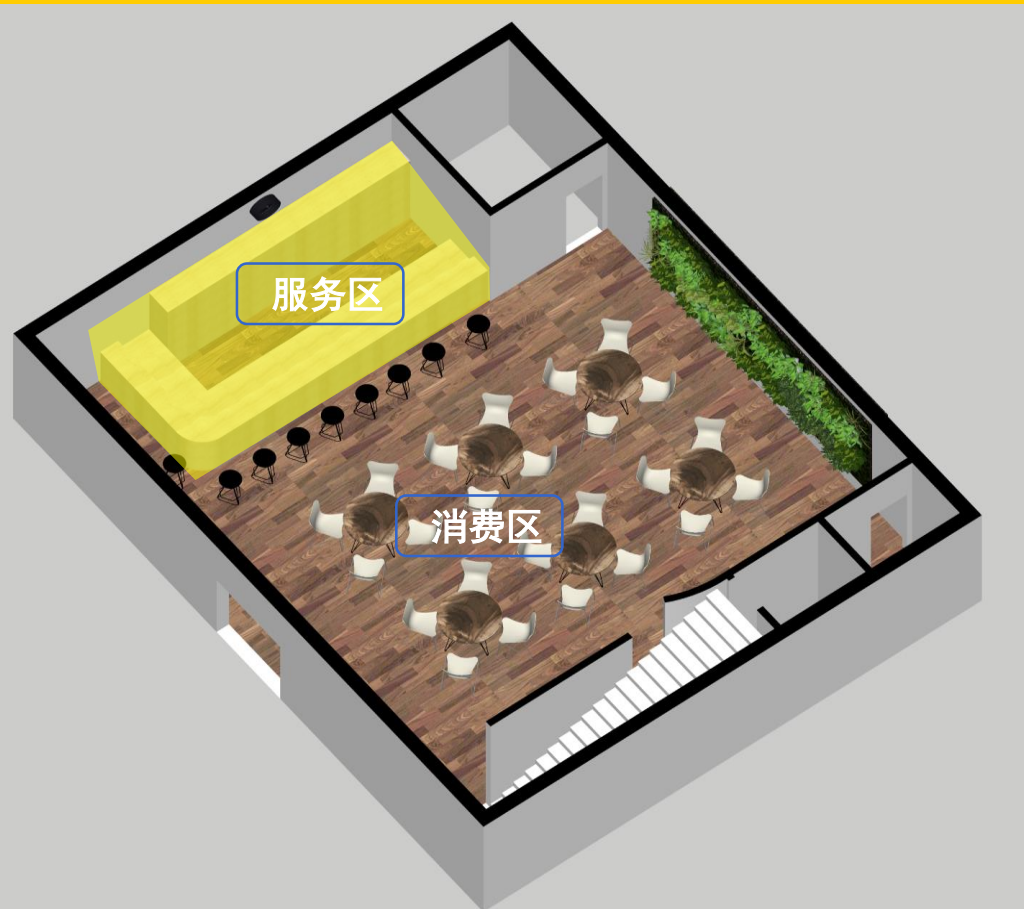
经营方式：场地出租，与运营方收益分成



SERVICE MODE

服务模式

SERVICE MODE 服务模式



MARKETING STRATEGY

营销策略

引入共建人：借助融资平台，引入共建人，资源共享。

互联网渠道：建立自有网站、自媒体平台，在非OTA渠道内展开经营活动，打造属于自己的品牌。

捆绑式营销：与溧水马拉松及音乐节的捆绑式发展，定位为溧水活力年轻人的根据地，

精准营销：18岁-40岁创业青年、白领、青年带领的企事业及社会组织。重点面向南京市消费群体。

特殊渠道：导入年轻化的价值IP，围绕IP打造新的内容产品，进而辐射式营销



ROI ANALYSIS

投资回报分析

COST ESTIMATION 成本估算

前期投资成本

| 名称 | 细分 | 单位 | 数量 | 单价 | 合计 |
|-------------------|---------|--------|-------|-------|----------|
| 房屋租金 | | 幢/年 | 30 | 30000 | 900000 |
| 场地、建筑、室内 及景观改造 | 建筑拆除 | 元/平方米 | 965 | 200 | 193000 |
| | 建筑改造及室内 | 元/平方米 | 2935 | 3000 | 8805000 |
| | 外廊及景观 | 元/平方米 | 10860 | 400 | 4344000 |
| 费用 | | 投资额10% | | | 1424200 |
| 总计 | | | | | 15666200 |

EARNINGS ESTIMATES 收益估算

| 名称 | 细分 | 运营方式 | 计算方式) | 营收合计 (万元) | 备注 |
|-------------------|--------------|------------|---|-----------|-------------------------|
| 客房收益 | 套房 | 自营 | $650 (\text{元/天}) \times 1 (\text{间}) \times 365 (\text{天}) \times 0.4 (\text{入住率}) = 9.49$ | 281.05 | |
| | 标准房 | 自营 | $450 \times 34 \times 365 \times 0.4 = 223.38$ | | |
| | 青旅客房 | 自营 | $150 \times 22 \times 365 \times 0.4 = 48.18$ | | 本产品出售床位 |
| 餐厅、酒吧、茶室、咖啡 | | 自营 | $50 (\text{日平均流量}) \times 365 (\text{天}) \times 200 (\text{客单价}) = 365$ | 365 | |
| 书房、剧场、DIY集合站及公共场地 | 书房、剧场、DIY集合站 | 房租及第三方运营分成 | $10 (\text{年租金}) \times 3 (\text{幢}) = 30$ | 30 | 三年内可让利，不分成 |
| | 公共场地 | | $2000 \times 4 \times 12$ | 9.6 | 项目可运营场地7处，场地部分每月可组织4场活动 |
| 总计 | | | | 685.65万元 | |

经营利润估计：客房、餐饮以及其他收益按照30%利润估算，全年利润 $685.65 \times 30\% = 205.7$ 万

回报周期估算：7.6年

THANK YOU !