

无想
山南

民宿运营计划

商业逻辑 品牌塑造



宗旨

本案关于无想山民宿设计、运营、管理的思路立足于“取之还之”。取其建筑、山林、景致为设计方案之骨干；取其当地人文、民风、特色为体验增添内涵。还以先进的设计理念为建筑添彩；还以成熟的商业模式使特产上行；还以创新的营销思路树立生活方式品牌；还喧嚣繁忙的都市一个静谧的归宿。

无想山民宿，不仅仅是都市人口回归山林的出口，也是溧水人文特产上行都市的入口。





目录

1

定位及愿景

2

商业模式

3

品牌塑造

4

团队构成

5

设计理念

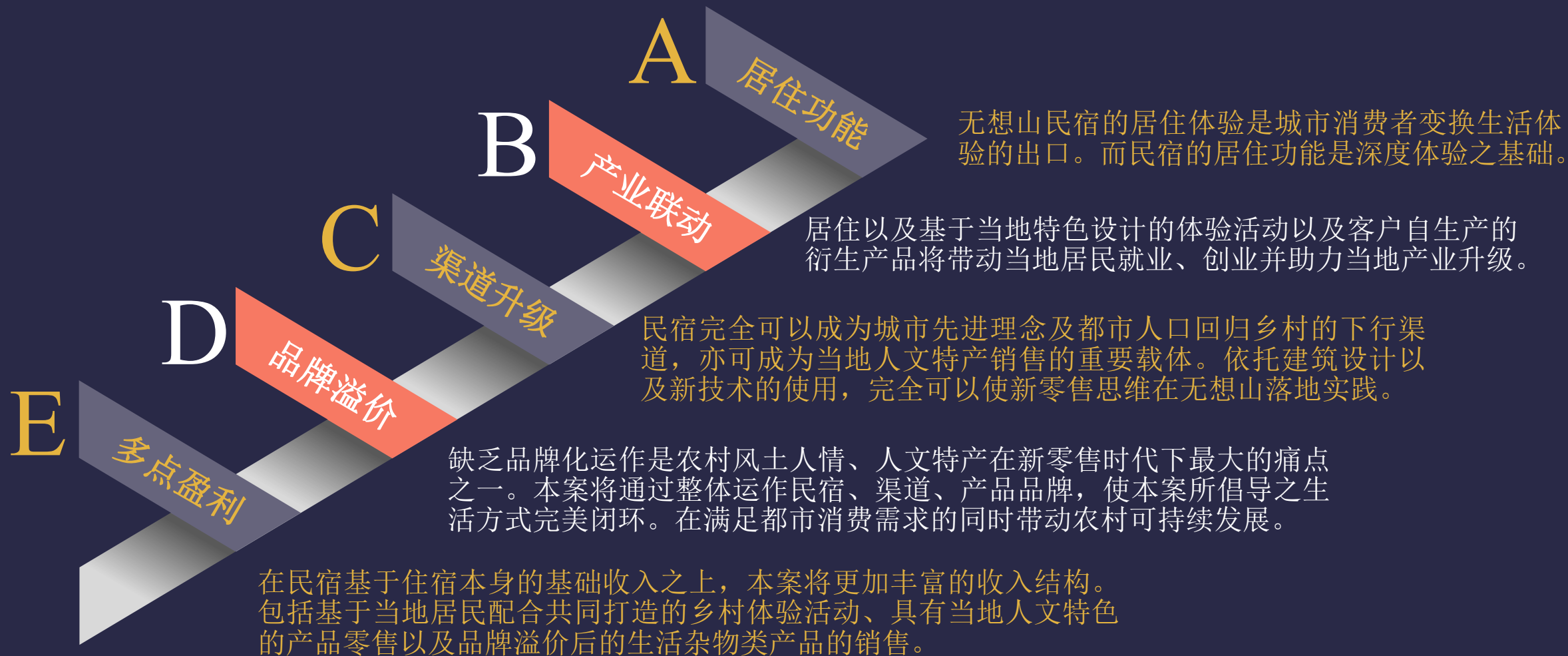


定位及愿景

定位·以民宿为载体，成为都市人口下行转换生活方式之出口，成为当地人文特产上行城市市场之入口。

愿景·成为加快溧水农村现代化及建设美丽乡村、智慧乡村的一个支点。

本案运营的维度





商业模式

城乡结合、多点并联的支点



城市人口的消费痛点

1

消费升级

随着消费升级的浪潮席卷全国，城市人口的消费习惯快速变换，中产急需多样性消费选择

2

生活压力

随着经济发展，城市人口面临极大的生活压力，中产更愿意体验不同生活方式以及为情感出口埋单

3

新家庭爆发

随着国家政策引导方向的改变，城市出现生育大潮，围绕“亲子”的产品及服务成为刚需



农村业态的转型痛点

1

农产品品牌化

中国农村农产品或其他特色产品极度缺乏有效的品牌塑造以及运营

2

可持续发展

随着人口大量向城市集中以及业态落后，农村经济、生态的可持续发展面临巨大挑战

3

缺乏渠道

农产品及人文特色的其他衍生品缺乏流入消费者的渠道

民宿将成为城市与农村弥合的通路

城市

- 城市人口将获得绝佳的山林生活体验
- 城市人口可以享受新鲜优质的农产品
- 新家庭可以选择全新的亲子体验目的地



农村

- 农村闲置劳动力将得到妥善工作
- 农产品上行获得宝贵的渠道
- 丰富当地业态并促进产业效率提升
- 农村可持续发展及技术提升有了支点

商业落地

设计落地

本案建筑设计方案落地

01

品牌策划

本案品牌策划包含民宿、当地产品以及基于当地特色的内容运营

03

物流建设

本案将搭建基础的物流线路确保优质漂水产品进入城市

05

02

室内门店建设

本案将在市内设点，以达成乡村与城市串联协同的目的

04

信息化建设

本案将确保信息化系统应用于民宿的整体运营。通过收集顾客的行为数据以提升运营效率



品牌塑造

围绕“生活方式”打造全方位全渠道体验平台

四大品牌运营点

01

住宿

以设计特色为核心，输出绝佳特色住宿体验



03

体验

以顾客自生长的内容为切入，突出活动趣味性

特色产品

当地特色农产品或手工工艺品的品牌化

02

衍生产品

最终，本案将依托民宿载体及原生态的理念运作生活杂物品牌

04



营销渠道

1

自媒体投放

南京本地的消费向导型
自媒体账号的投放

2

社群运营

重点关注新妈妈社群的
切入，吸引亲子消费

3

粉丝输出

基于本案预留的‘Spark
Photo’服务，粉丝自发
的定位及社交网络露出

4

广告之广告

策划并设计优质的平面
广告及内容，并通过分
析广告案例的形式在营
销类平台露出



团队构成

专业、多向、国际化



团队介绍

设计师 · 朱昭宇

美国哥伦比亚大学城市与建筑设计专业硕士学位。拥有多个联合国项目设计及对接客户经验。

设计师 · 郁听听

美国纽约普瑞特艺术学院室内设计专业本科学历。拥有四年服务于业内顶级设计公司的设计经验，参与创作了如google, GUCCI等国际知名公司的室内设计。

战略官 · 朱尽染

加拿大约克大学经济学学士学位。有两年丰富的连锁零售行业从业经验，主要负责公司投融资业务及战略规划。

运营官 · 戴力

加拿大约克大学行政管理学士学位。拥有三年互联网行业从业经验。主导企业多项对外合作及新模式落地。

品牌官 · 程雅婷

加拿大约克大学市场营销学士学位。拥有两年4A广告公司工作经验，主导过多次大型零售企业品牌宣传及市场营销策划。



设计方案

理念、规划以及营销埋点



设计概念

1

不只是风景

随着国民收入不断提高，城市人口消费差异化的需求日趋显现，完美的自然风光与人文体验已经不能满足人们对一次短途旅行的全部期望。在传统民宿的体验基础上提供新的体验方式，将会给住客带来耳目一新的感觉。例如，一次将自然风景解构至空间的有趣尝试。

2

Panorama vs. Focal Points

通过空间和流线设计，住客将在不知不觉中被引导至一个又一个精美的“画框”。不同于一眼尽收眼底的风光，“画框”让住客更加专属于一瞬的景致，如同抬头的刹那经过天井的飞机，两旁高楼林立的大道正对着的一轮落日，这种极致的风景会让游客的记忆更加深刻。

3

走进画框

住客的体验将不会止于“画框”的景色，分布在民宿中的各个活动空间与“画框”中的景色建立起了有趣的联接。



营销埋点

1

不可错过的“自拍”

我们将在民宿空间内外设计好的取景点设置相机，在住客有需求的情景下拍下住客身在“画框”极致景色中的唯美照片，住客在离开时可选择是否付费获取这些照片。

2

通过数据连接活动

我们将从“自拍”数据和照片最终被购买的数据中获取信息，了解住客最喜爱的景色，并以此为方向提供相应的活动。

3

活动的延伸

有针对性的活动将帮助我们在提供具有当地人文特色的产品以及建立民宿品牌等方面定位更加准确。