

Financing plan

BUSINESS PLAN

大木云川禅院民宿

商业计划书



CONTENTS

01

市场分析

02

项目介绍

03

营销策略

04

融资计划

01

市场分析

Market analysis



□ 2010年起，长三角地区开启中国度假市场先河。以莫干山民宿为代表的民宿集群业态出现，乡村度假精品民宿区别于传统民宿的边界逐渐清晰。



- 经历了疫情三年的平淡期，旅游市场迎来了久违的开放态势，国内旅游全面复苏。根据文化和旅游部的国内旅游抽样调查统计结果，2023年一季度，国内旅游总人次12.16亿，比上年同期增加3.86亿，同比增长46.5%。
- 国内旅游收入(旅游总花费)1.30万亿元，比上年增加0.53万亿元，增长69.5%。“回暖的旅游业催生了对酒店民宿的需求，巨量引擎城市研究院数据表明，2023年第一季度酒店民宿相关搜索量同比增204%。从巨大的增量中可以看出，大家旅游意愿高涨，对酒店民宿的关注度迅速增加。

2023年第一季度国内旅游总人次



12.16 亿

同比增长

+46.5%



2023年第一季度国内旅游收入



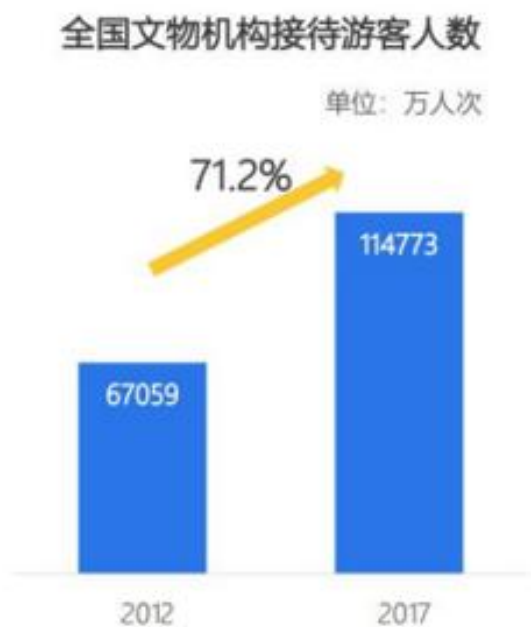
1.30 万亿

同比增长

+69.5%



- 随着大众旅游需求的不断升级，走马观花的踩点式旅游已经无法满足游客需求，而富有文化内涵的博物馆等文物类机构对游客的吸引力显著提升。
- 特色小镇开发热度持续走高，其中，文旅类特色小镇占比近50%。我国旅游用户越来越看重旅游过程中的文化体验和精神熏陶。
- 目的地变化：用户更加注重精神追求和文化体验。



□ 康旅民宿消费契合用户物质型向体验型消费转变覆盖场景及人群较酒店更胜一筹。



家庭出游需要宽敞、自由及可交流的共享互动空间，民宿为最优选择；



团队轰趴已不局限于城市轰趴馆，民宿轰趴成为公司团建及好友聚会的新场景；



宠人群扩大，带宠出游人数激增，酒店不准入，农家乐不达标，可携宠物的民宿受青睐；为最优选择；

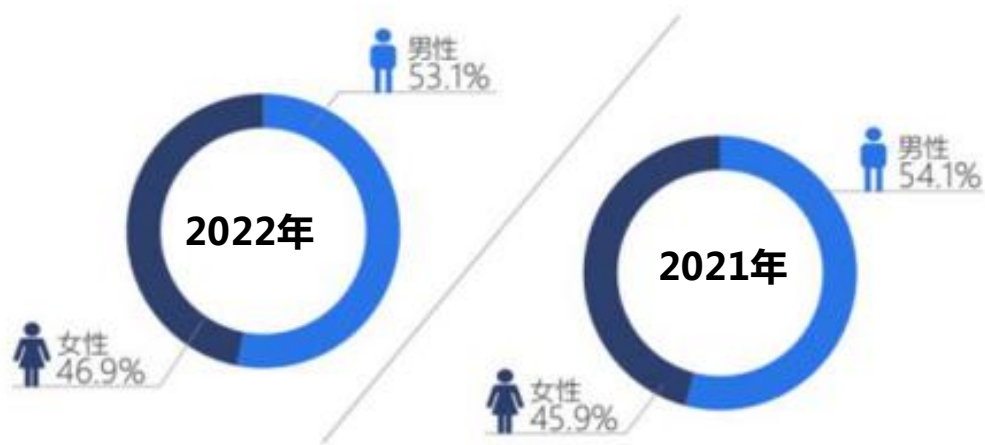


2023年**康旅出行民宿**订单增长显著，民宿便捷自由、舒适减压，已成为商务人士出行住宿新选择。

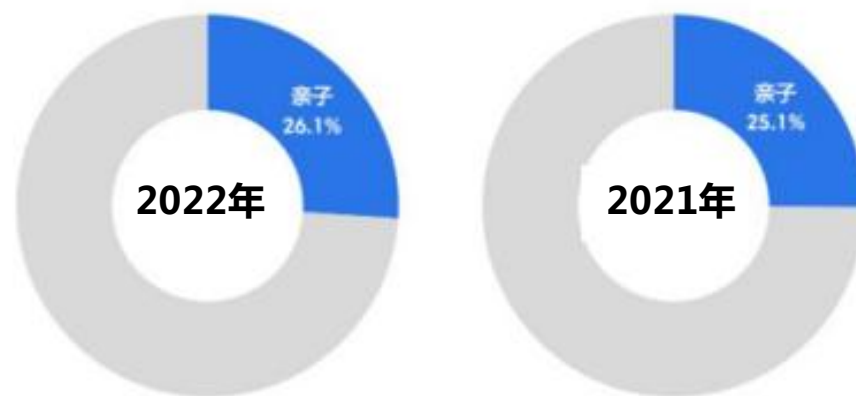
；

□ 女性用户比例提升，亲子游市场热度提升。

国内旅游用户性别分布

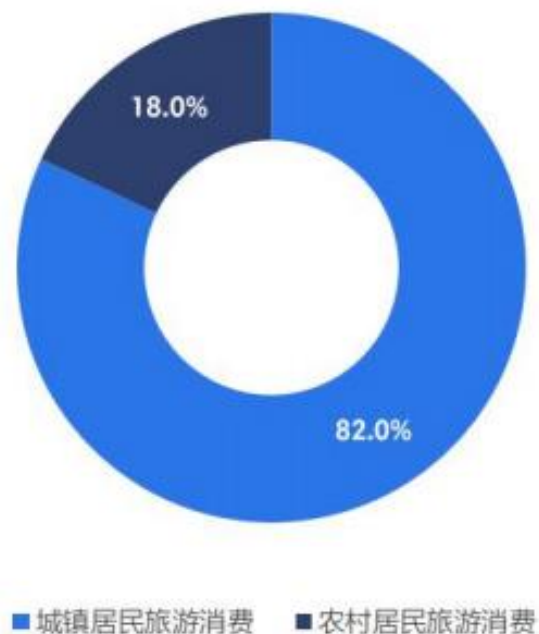


2021-2022年亲子旅游占国内旅游用户的比重



- 国内旅游收入中，城镇居民旅游消费带来的收入占比达到82%，城镇居民是国内旅游的主力军，城镇居民的出游特征在很大程度上代表了国内旅游用户的整体特征。
- 2019年，国内旅游市场中，以休闲度假为目的的城镇居民为30.1%，以观光游览为目的的城镇居民22.1%，与2010年对比，以观光游览为目的的旅游比重降低，以休闲度假为目的的旅游比重提升。

2019年国内旅游收入分布



2010vs2019年我国城镇居民国内旅游目的分布



数据来源：国家旅游局，中国旅游研究院

人群

女性、亲子游比重上升
旅游群体较过去更加多元化

目的

注重精神追求和文化体验

方式

休闲度假游比例上升

相比观光游，休闲度假
游在酒店停留时间更长

消费变化带来市场导向的旅游产品发生变化

设计

康旅产品设计
个性化、多元化

内涵

通过文化互动产生粘性

功能

注重体验感
的民宿更受市场青睐

消费变化带来市场导向的旅游产品发生变化

设计

康旅产品设计
个性化、多元化

内涵

通过文化互动产生粘性

功能

注重体验感
的民宿更受市场青睐

设计上个性化、多元化
内容上深度挖掘地域文化特色
体验感更强的

康旅、巴蜀文化民宿将迎来一片新蓝海

02

项目介绍

Project IntroductionT



大木云川禅院民宿

大木云川禅院位于古蜀文化的发源地崇州市，拟借鉴非物质文化遗产、文化旅游、康复旅游等元素，打造一个集休闲、康复、文化、禅修为一体的文旅康复综合体。

项目是崇州市内屈指可数的国际星级标准管理体系的民宿，一站式精品管家1对1服务模式，在提供高标准服务的同时打造浓厚的人文气韵，在熊猫基地最佳的风景处领略巴蜀丰富的文化内涵和特色。

六大服务



住宿服务



美食服务



观光旅游



亲子娱乐



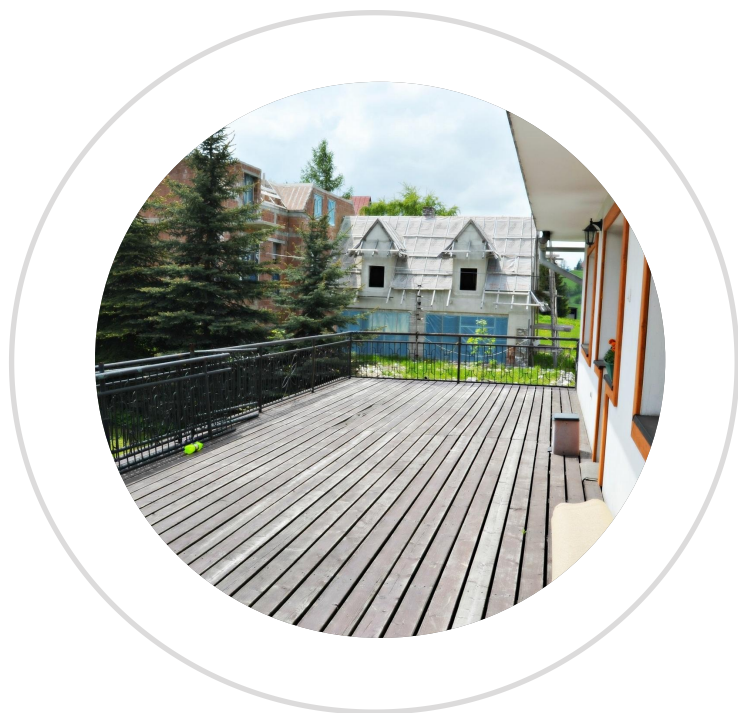
禅修社交



休闲度假

大木云川禅院民宿

定位中高端，以提供独特的禅修体验和自然环境为主打，结合巴蜀氛围和高品质的服务，为客人提供一种清静、舒适、自然的住宿体验，是一处独特的康旅网红民宿。



项目地址

崇州市文井江镇苟家村7组40号



装修风格

新中式风格 高端 典雅



房间设置

二楼是标间，三楼是套间

01.优质生态

崇州大木云川禅院民宿坐落于崇山峻岭之间，周围环境优美，是一处禅修修行的好地方。民宿提供禅修体验和禅修课程，让客人在安静的环境中深入体验禅修的乐趣。。

02.可玩性

崇州熊猫基地是全球最大的熊猫繁育基地之一，拥有大量的熊猫资源，是研究、保护和繁育熊猫的重要基地之一。

03.设计前卫

前卫的设计风格通常具有艺术性，将艺术元素巧妙地融入到空间设计中，让客人在住宿期间享受艺术的氛围和感受。

04.优质服务

民宿通过提供安全、清洁、设施、环保和亲和等多方面的优质服务，为客人创造出舒适、便捷、安全、环保的住宿环境，让客人在旅途中获得愉悦的体验。

05.价格实惠

民宿通过简约、环保、共享、个性化的服务模式，降低了成本和客人的住宿费用，从而形成了价格优势，确保了更多的客人选择入住。

5大优势



03

营销策略

Market analysis



两大阶段：引流获客、私域运营

引流获客

- (1) 线上：官方自媒体平台品牌维护、直播自媒体矩阵搭建完善。
- (2) 线下：可识别可触达：异业合作、可识别可触达、线下活动、触点布局，导流企微快速沉淀客资。

私域运营

- (1) 以社群为核心的新体验完成二次复购。
- (2) 用户分层精细运营：客户标签、人群分层、精细运营。

流量策略

留存策略

转化策略



前期：完善品牌基建

后期：直播全力冲刺农产品销售额

网媒平台品牌维护、自媒体矩阵搭建完善

对外品牌形象
定调

自媒体矩阵
搭建

网络口碑优化
SEO优化

直播电商搭建

口碑引流

活动转化

渠道带货

帮助大木云川禅院民宿在网络端构建基本品牌形象，
在自媒体端完善对外发声渠道

与kol合作，同时配合一定的品牌和农产品内容产出，
共同促进销售

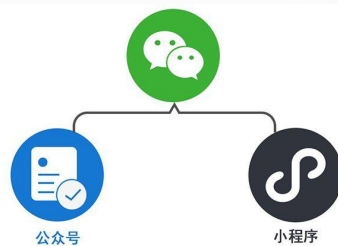
前期：完善品牌基建

网媒平台品牌包装



知乎

自媒体矩阵搭建完善

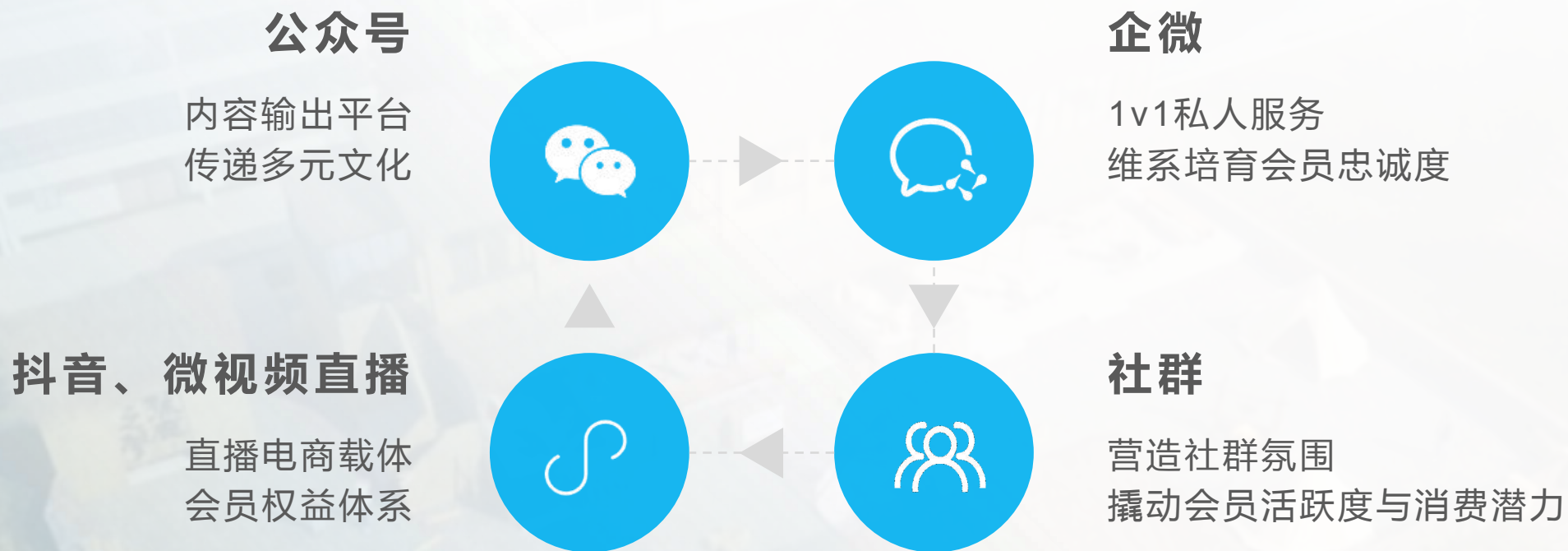


快手



今日头条
你关心的 才是头条

前期：官方线上引流自媒体营销矩阵



前期：巴蜀文化节创意活动



巴蜀古戏文化展演

巴蜀古戏文化展演

巴蜀地区有许多传统的古戏剧种，如川剧、大秧歌等。可以在项目等场所进行展演，邀请当地的古戏剧团进行演出。演出可以结合现代元素进行改编，使观众更容易接受和理解，吸引更多客户到访。

巴蜀文化主题音乐会

邀请当地乐团和音乐家演奏巴蜀地区的传统音乐和歌曲，同时还可以创作一些融合现代元素的巴蜀音乐作品。音乐会可以在项目前广场所举行，或者赞助形式举办，让观众可以在美妙的音乐中感受巴蜀文化的魅力。





农歌踏浪庆丰收



农鼓阵阵迎福来

「线下」引流

「舞台表演」

依托巴蜀各类场景，结合农绳结、农鼓等特色民俗风情，以现代化的表演形式进行演绎，活动期间整点演出，在展现现代农业的欣欣向荣同时也将让活动内容更加引人入胜。



号子声声展风采



千千农绳千千结

后期：直播海报宣传

乡村振兴乡物乡味人物故事 风格海报

海报上线

主题文案+人物故事+走心情怀-触发受众关注

- ▶ 海报以乡村振兴乡物乡味+人物为主体，搭配一句话走心主题文案，带出农特产品乡物乡味背后的人物故事；点题“乡村振兴乡物乡味之美在于追求美好生活的奋斗与付出”；
- ▶ 海报附带二维码，用户扫码可直接打开专题，阅读更多物产介绍及相关内容；



主题示例：

巴蜀最后的传统腊货制作人
扎根大山的都市挖笋人

后期：直播电商搭建



蜀茶



牛尾笋

直播电商搭建：现场将搭建一个品牌专场农产品推介直播间区域，每天邀请参展品牌走进直播间进行专场品牌商品推介，上午1场，下午1场直播带货，每场邀请1名主播与品牌嘉宾进行互动交流和产品推介。

直播产品：需切合季度主题，根据四川崇州热节点，主推蜀茶、牛尾笋农产品

打造1v1私域精准服务，提高客户复购

普通人设——服务助手

利用私域流量，为顾客提供商品/活动信息，以及便利服务私域流量，满足客户希望获取更多信息、享受更多便利服务的需求，帮助顾客及时积累积分并定期兑换奖品，同时快速解答顾客对民宿。农产品的相关问题

高级人设——私人管家

通过私域提供即时服务，成为顾客生活一部分，提供个性化专属活动私域流量。为顾客提供专属的VIP服务体验，全方位满足顾客生活诉求，并提供丰富的情感关怀，一对一深层沟通，建立朋友般的关系

自动发送欢迎语

高效处理客户咨询

精准活动推送/赠送优惠券

会员生日/纪念日提醒导购跟进

基于营销节点互动

转发图文素材

内容赋能导购发朋友圈

聊天记录可视化追踪管理

04

融资计划

Market analysis

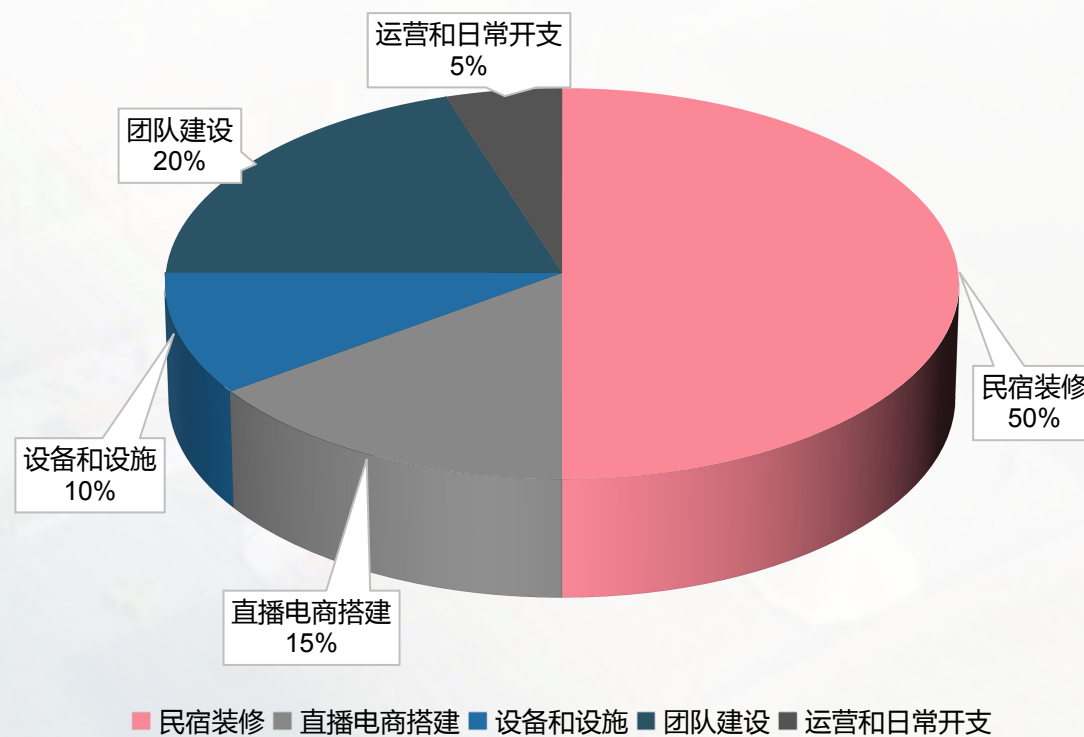


融资计划：

计划融资金额：1000万元

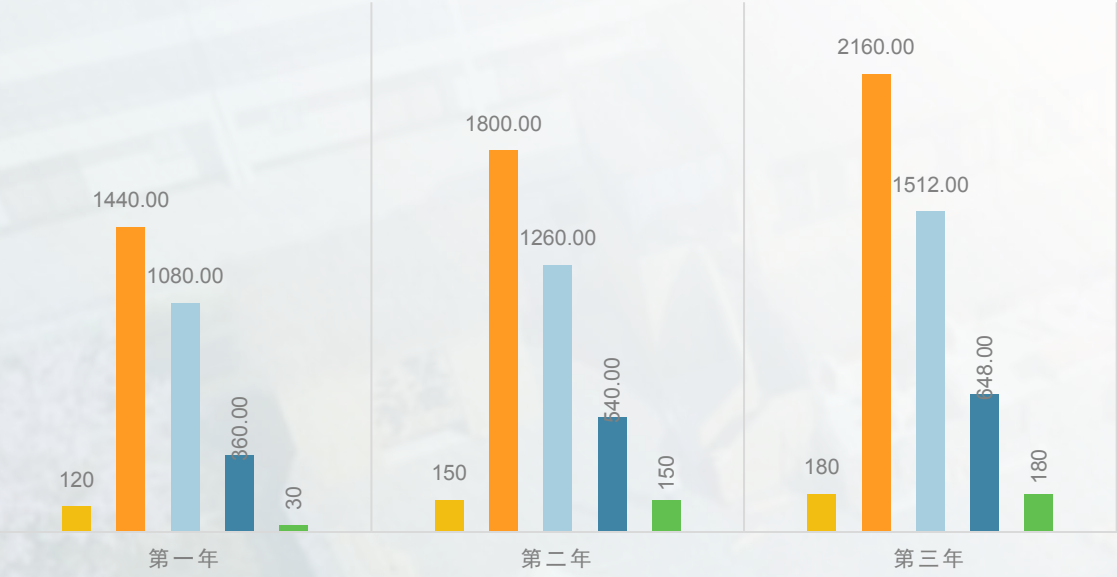
计划出让股份：30%

融资需求



未来三年运收及收益规划

■ 每月运收 ■ 运营收入（万元） ■ 成本（万元） ■ 利润（万元） ■ 每月利润(万元)



营业收入

项目第一年每月营收120万元；第二年每月营收150万元；第三年每月营收180万元。

利润估算

项目第一年利润360万，第二年利润540万，第三年利润648万；预计3年左右收回投资成本。

利润率

项目利润率经测算约为28.6%，利润率较高。

备注：本数据仅为基础预测，仅供参考，不作对赌条件;

投资方权益

- 一．【知情权】认筹方有权查阅、复制公司章程、财务会计报告和纳税申报等。
- 二．【检查权】有权对公司的资产、财务账簿，公司事务进行监督检查。公司应积极配合。
- 三．【优先权】本次认筹结束后，认筹方在同等条件下可优先选择下一轮是否继续。
- 四．【监督质询权】认筹方享有批评、建议、控告、检举及提出，质询并要求答复的权利。
- 五．【股利分红】认筹方享有批评、建议、控告、检举及提出，质询并要求答复的权利。
- 六．【退出方式】第二轮融资撤资、股份回购、股权转让。



谢谢聆听

大木云川禅院民宿