

案例十七

四川成都: 小隐小栖 (国色天乡店)

开发理念

网红小院 + 生活美学 + 下午茶 + 餐饮 + 定制活动



小隐小栖 (国色天乡店), 由一个破旧农家院, 花 2 个多月改造而成的国风小院, 主打木质结构, 布景以老物件为主, 古朴雅致, 有下午茶、围炉煮茶、烤肉、生日聚会小派对等, 投资 60 万元, 年营收 140 余万元, 开业不到半年就做到了当地小院排名榜首位!

案例 详解

在客户的眼中,小隐小栖有着诸多吸引人的标签,喝茶的好地方、理想的小院、宝藏院子、治愈系的小院、一家有氛围感的店、古色古香、一家非常安逸的小院、拍照好出片等等。这些带有探店属性的标签,通过短视频的加持,正吸引着周边城市一批又一批的客人。开业不到半年,就做到了当地小院排名榜首位!笔者曾2次参访小隐小栖,2024年3月,在庄主帮举办的成都标杆项目游学考察课程时,和主理人张莲进行了比较深入的交流。



➤ 一、小院的轻资产经营模式

小隐小栖的品牌下有3个院子,有民宿、私房菜和咖啡茶饮小院(国色天香店)。小隐小栖(国色天乡店)是她们的第3家店。

2022 年在温江区租了一个十多年没有人居住的农家院，在此基础上进行改造而成。从小院的前期垃圾清理、规划设计、物料的采购等都是自己完成的，只请了施工团队来做执行。目前三个项目均良性运行，三个院子的投资回本周期都做到了在半年到一年半之内回本。

（一）小院的经营业态，做上午十点到晚上十点的生意

小院占地面积 800 m²左右，能接待约 100 人。小院的经营业态主要有咖啡，茶饮，简单的烤肉和汤锅。用餐标准人均在 100 元左右，茶饮是 58 元一位，投资 60 万元，预计一年零二个月收回成本。

营业时间从上午十点到晚上十点。

小院主做预订制，所有消费产品都需要提前预订，因此他们固定员工只有 4 个人，包场的活动或者周末人多的时候，会请大学生做兼职。



（二）小院选址思考，选小不选大

小院是一个高频消费的项目，因此在选址的时候，要离城区较近，要考虑到周边人口分布，小县城一定不要做面积太大。院子选小不选大，面积越大意味着你的投入就越大，风险也就越大，回收成本的周期也就更长，越大的院子，经营侧重点越不出彩，越没有重点。



小隐小栖，离市区中心 5 公里，和房东签下了 10 年的租约。
他们的经验是：

1. 车程最好控制在 15 分钟以内。
2. 小院作为经营场所比较热闹，最起码 50 米内不要有人居住，不然关系处理起来会很麻烦。

3. 还要看排污方不方便。

4. 评估小院的用电负荷，民用电如果不够用，需要接三相电。

5. 更要取得村集体的支持，宅基地最长可以签 20 年，宅基地用于经营场所，也需要村集体开证明，证明是闲置资产盘活，列为综合性的土地利用等方式，取得合法手续。



(三) 小院的客群锁定，流量、社群到复购

小院的定位不同，客群也会存在很大的差异。有的小院被定义为流量入口，是民宿的配套，亲子家庭会偏多；有的小院定义为商业拍摄、直播场地，网红小姐姐会偏多；有的小院定义为喝茶休闲之所，客群也会更宽泛一些。

来到小隐小栖的客户，多以 20 岁到 45 岁之间为主。这类客群喜欢比较浪漫、惬意的生活方式。小隐小栖采用预约制，团队、聚会等活动都会提前进行美学布景，30 人以上的团队还会安排驻唱等拉升氛围的节目活动。



小隐小栖的客户渠道，来自对美团、抖音、小红书等平台的投放，以及朋友圈的转介绍。在抖音和小红书，小隐小栖开设了主理人账号，发布小院的改造过程、小院的日常、主理人的工作日常等短视频内容。通过自媒体的运营，把流量从线上转化到线下。

小隐小栖建有自己的私域流量，到店的80%的客人都加过微信，进而通过朋友圈的内容运营，进一步实现客户转介绍以及引导客户心智，提高复购率。



➤ 二、“美学”是小院的灵魂

在小院的经营中，主理人的美学素养以及对生活方式的诠释，成为小院整体氛围营造的灵魂所在。这也是小院破除同质化、保持经营优势的关键因素。

生活美学，是现在年轻人追求的一种新的生活方式，是审美与艺术在生活中的应用和体验。小院美学布景就是要强调生活的美感化。就像民宿一样，小院的布景风格，也能让人感受到主理人的喜好和偏爱，进而和客户产生精神共鸣、拉近距离，提升小院温度。



小隐小栖的整体布景用料，是以花草、老木料等来展开的。就像主理人说的那样，老木料有特有的木香，自带历史厚重感，甚至不需要过多的装饰。

（一）“小投资”美学布景，能用二手用二手

在小隐小栖的小院布景设置上，一直遵循“控制投入，做好分解，能用二手用二手”的策略。

小隐小栖的主理人特别钟爱民国风，小院的软装布置采用的是二手市场淘回来的民国时期的老家具。一些价格昂贵的物件，也可以在很多二手市场淘到替代品。他们跑遍了成都大大小小的市场淘老家具、老木料、选厨具。



为了省人工，门窗自己刷漆，花园植物也是自己动手来栽种。小院的桌子，有买来的老方桌；淘回来的老旧门板抛光后，做成的长条桌；河边捡来的鹅卵石，用来铺设花台；院子的树下铺上了草坪；装修剩下的老旧原木，做成了扶手栏杆。为了院子的整体美观和方便管理，所有的围墙都做了 1.2 米的墙裙，这些墙裙全部是用老木料改造而成。

（二）一周一“场景”，一周一“主题”

在小隐小栖，提前预订的活动，都是带场景布置的。并且小院坚持每周更新一次整体的场景布置。除了花花草草需要重新采购外，其中一部分并不需要投入，只需要更换位置和造型、重新组合，就可以呈现新的场景。

一次被认为成功的场景布置，需要用客户拍照的视角处理细节，生活美学的设计手法重新组合，主理人的生活方式提升温度。具有传播属性的场景布置，会自带流量。

房屋门口的鲜花和摆件都会每周更换或重新组合布置，像柚子、南瓜、竹篮、盆盆罐罐等这些有景观价值的应季果蔬和生活用品也可以用来布景。



院子里不能做硬化，为方便管理和日后打扫，采用了3公分左右的雨花石（砾石）；为了防止院子内长草，在铺设雨花石之前，还盖上了一层土工布，铺上了踏步石。



生日会，采用粉紫色浪漫主题，以鲜花、烛台为主元素，餐具和花瓶采用白色系，整体布景浪漫



温馨，简单大气。房屋门窗对面悬挂的字画，恰好从玻璃映射出来，从这个角度拍照，字画又增加了整体美感。



下午茶沙龙活动，室内摆台走暖色光系，复古烛台配合小朵的鲜花以及红木摆件，让人放松心境，营造出专注的氛围。



年会活动，以红色喜庆为主题，文字挂布、鲜花、烛台、红酒、摆件等，这些小物件组合在一起，呈现着节日的喜庆。

➤ 三、两个“不要”，打破“3个月关门”魔咒

大部分小院的经营并没有想象得那么简单美好。院子一般都处

在城郊，地理位置不占优势，没有自然客流。改造一个院子也算是重投入，回报率并没有想象得那么高。

然而很多人选择做小院，或是因为情怀驱使，或是做个甩手掌柜，并不具备小院的运营能力，无论是院子的设计，产品的定位，以及线上线下的运营，流量获客的能力，都没有优势。很难长期经营下去。

小院的经营，诀窍就是氛围。做小院不能当甩手掌柜，一定要热爱，一定要有温度。作为院子的主理人要有温度，客人是能感受到的。控制好人员费用支出，运营上轨道以后，按照满员的 80% 来做人员配比就够了。因为院子的地理位置不是那么有优势，不会每天的生意都有那么多的高峰，特别忙的时候，可以请临时工来保证服务。



(一) 天天爆满“关门早”，80%接待容量刚刚好

小院的经营，一定要重视客户体验。使用低价策略，天天爆满，不一定就是好事情。满员经营，看似财务数据喜人，实际上是透支客户体验换来的。一旦新鲜感过去，可能三个月时间就离关门不远了。

小院是固定经营、高频消费的休闲场所，持续良性的运营，需要新客入店，更需要老客户的不断复购和转介绍。如今在自媒体时代，每个人都是一个传播节点，一个人的背后正链接着一群人，好的体验不仅能获得客人的好评，还可以借助客户的媒介资源获得更多的转介绍。

小隐小栖，采取预约制，最大容量，一般只接待80%左右。他们也曾满员接待，但客户感受体验过差，主理人就果断放弃了。



(二) 盲目跟风“难成事”，5个经营理念引共鸣

经营小院，不要盲目跟风，不要把它当成一种投资产品，想在短期内取得高的收益；不要没有投资概念，也不懂运营，想当个甩手掌柜，坐等收益，很难成事；不要纯粹为了情怀不考虑收益，自

己本身时间忙又没有时间打理。

小院的打造,没有固定的样式。网红场景布置,也不是非我即他。要结合实际院子情况和在地资源,以及当地人口基数以及消费习惯等因素,再去找到对标的项目,结合主理人的个人喜好和人文追求来打造。小院是一个高迭代的项目,不要盲目跟风,否则很难持久下去。



那么,改造小院做经营,有哪些需要注意的呢?小隐小栖的主理人总结了他们的经验。

1. 一定要了解好土地的性质,不要乱搭乱建,以免拆了重来,又费时间又费料。
2. 不要随意地模仿别人的院子,这里搬一点,那里搬一点,最后弄得四不像;请设计师可以帮你节省很多时间,也会节省很多钱;

同时好的设计也是自带流量，实现裂变传播。

3. 租赁合同最好请律师审核，定好双方的责权利，租赁时间控制在最大范围内，越长越好。

4. 一定要舍弃那些华而不实的东西，比如帐篷不耐脏，夏天不隔热，冬天不锁温，容易审美疲劳。

5. 一个新店开业，刚开始生意爆火是正常的事情，一般三个月后会看出真实的经营水平，那这个时候不要盲目窃喜，不要盲目扩张。

案例小结

小隐小栖（国色天乡店）在用地上，通过盘活城市近郊闲置宅基地，降低了用地成本。在改造过程中，通过平替、淘二手物料的方法，在达到理想效果的同时，节约了改造成本。在运营上，采取预约制，按最大接待人数的八成来做人员配比，忙时请兼职填补的方式，控制了人力成本。他们开设主理人自媒体账号，建立私域流量，持续稳定地做内容运营，与客户建立长期的链接。小隐小栖教会了我们如何快速回本和持续良性地运行下去，这也是每个小院的必答题。