



爪e玩偶

Paw Toy



PAW TOY

A WARM SWEET HAPPY PLACE

礼品娱乐中心 / 概念设计方案

目 录

CONTENT

1

设计愿景

DESIGN VISION

规划定位

PLANNING
AND POSITIONING

2

分区规划

ZONING PLANNING

3

4

发展战略

DEVELOPMENT STRATEGY



PAW TOY
GIFT
ENTERTAINMENT
CENTER

1

设计愿景

DESIGN
VISION

PART _



设计愿景 ▶ 优秀案例

South Korea – Lotte World

随处可见的

趣味



韩国大街小巷随处都可以见到自助式的娱乐设备，韩国是个注重情感带动商业化的一个国家，因此大人小朋友一起玩耍，期望得到一些小惊喜。

游戏电动化

产业



在韩国乐天世界里，抓玩偶机器已经占据了电动游戏很大一部分。各式各样色彩缤纷的机器给乐天世界带来了客流的同时也增添了光感的喜悦氛围。

设计愿景 ▸ 自我阐述

Self-Description

爪e玩偶特有的娱乐方式符合了各类中高端商场精致餐饮与娱乐享受融为一体的愿景，同时为整个购物中心增添了一种新颖时尚的娱乐方式。

消费者的喜爱程度是衡量业态能否生存的基准。在当今市场缺少精致娱乐业态之时，爪e玩偶准确地抓住了顾客的心理，“好玩”二字是广大粉丝们给予我们的评价，目前爪e已经培养了一大批力挺我们的铁粉。爪e始终致力于打造一个亲子寓教于乐游戏体验相结合的平台，能够带给客户真实的体验感。区别于家中网络游戏和手机游戏，爪e玩偶可以让你体验到非一般的游乐快感。现阶段我们需要一个被认可的平台，将我们最新的娱乐产品展现给大家。

全新的娱乐文化模式，双赢的商业合作，诚邀您的参与。





设计愿景 ▶ 对比传统行业

Comparing Traditional Industry

• COMPARING TRADITIONAL INDUSTRY •

传统电玩行业

/ TRADITIONAL /

商铺条件面积需求大

吵杂混乱

自助娱乐形式为主，缺少与顾客之间的互动

控制运营成本，玩偶本身质量一般

消防条件苛刻，楼层条件所限

爪e玩偶

/ PAW TOY /

需求面积小巧灵活并可根据不同商铺条件做出差异化产品

温馨舒适的氛围受年轻人的喜欢

以情感服务为品牌核心价值，营造快乐在一起的互动体验

专业团队打造最强大的采购渠道，层层筛选保证用最优秀的玩偶
馈赠给所有顾客

新颖的互动体验销售模式，可与各式业态楼层所搭配

2

规划定位

PLANNING
AND POSITIONING

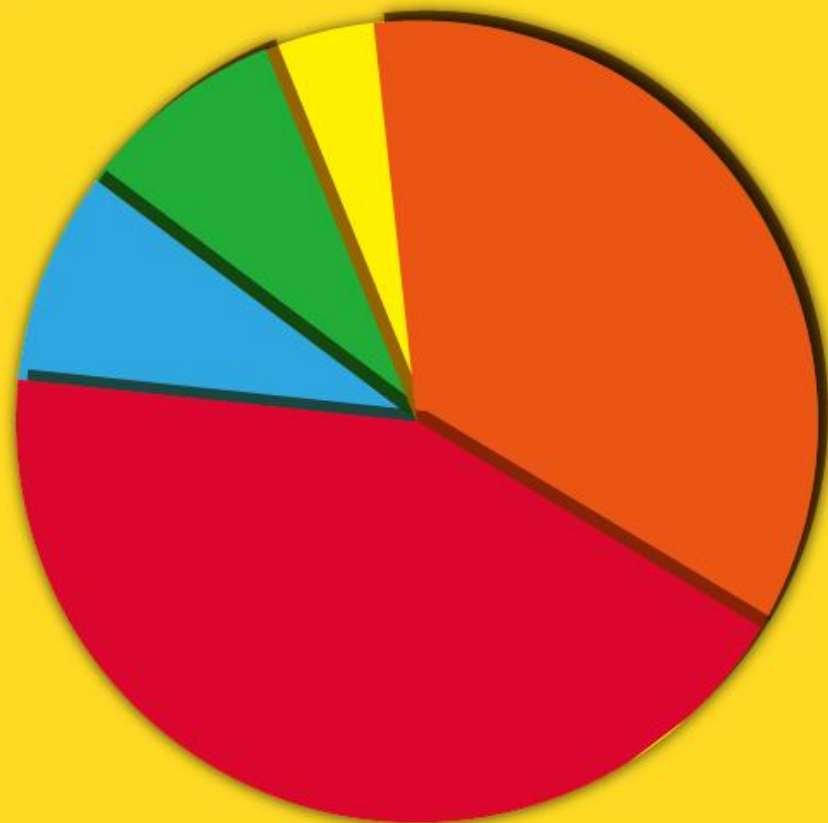
PART -



规划定位 / 客户群定位 ▶ 消费群体

Consumer Groups

爪e玩偶经营的主力客群以情侣及女闺蜜为主，我们坚信爪e的运营会为购物中心提供新生力量，更坚定地认为商场的客流会给我们带来无限商机。



- 情侣 / 40%
- 女闺蜜 / 35%
- 亲子儿童 / 10%
- 初高中生 / 10%
- 其他 / 5%

规划定位 / 客户群定位 · 氛围营造

Build Atmosphere



用心做事
带给客户甜蜜感受

甜蜜



与客人分享胜利后的
喜悦与惊喜

喜悦



打造一个完全放松
没有压力没有烦恼的主题店

放松



留下一丝美好的回忆
与爱人及家人分享

回忆

规划定位 / 客户群定位 · 色彩搭配

Build Atmosphere

01

要实现识别度高、品牌记忆力强的装修装饰基调。需要从店内情景区布置、休闲区风格感受、店面主体设计、和楼体、地面等辅助设计统一视觉识别。

02

美观、时尚、温暖，这是整体装修风格。由此延伸出装修的色调与氛围感受。

03

整体选用黄色作为主色调，黄色是所有色相中最能发光的色，给人以轻快，明亮，辉煌，充满希望和活力的色彩印象。

04

黄色为主色调，辅以其对比色、互补色等作为搭配色调，在材质装饰、灯光效果方面相辅相成，烘托黄色，整体服务于最好装修装饰效果的呈现。

规划定位 / 商场定位

Market Positioning

青年客群

时尚购物

精致美食

视听娱乐



国内一线中高端运营商所打造
适合时尚年轻客群的
购物中心



DOMESTIC HIGH-END IN LINE OPERATORS
BUILD SUITABLE
FOR FASHIONABLE YOUNG CUSTOMERS
SHOPPING CENTER

规划定位 / 商场定位 ▶ 需求楼层

Demand For Floor



与地铁站、时尚小吃街、
特色餐饮、潮品售卖、主
力超市同层年轻人集聚
地，客流量有保证



与影院、主力餐饮同层
共同打造餐饮娱乐一体
的休闲氛围



与儿童业态同楼层。补充3楼
以儿童娱乐业态为主，但年
轻人娱乐业态较为匮乏。做
到客流相互吸引

规划定位 / 商场定位 ▶ 需求面积

Demand Area

最低
面积需求

<200m²

最佳
面积

240m²左右

最高
可接受
面积

<300m²

规划定位 / 商场定位 ▶ 爪e各类型店经营内容及组成方式

Each Type Of PAW TOY Management Content And Form



200m²-270m²

爪e标准店

- | | |
|------------|------------|
| ■ 玩偶体验区40% | ■ 精品兑换区10% |
| ■ 游戏体验区15% | ■ 休息区10% |
| ■ 售卖区20% | ■ 其他区域5% |



300m²-300+m²

爪e旗舰店

- | | |
|------------|------------|
| ■ 玩偶体验区45% | ■ 精品兑换区5% |
| ■ 游戏体验区10% | ■ 休息区10% |
| ■ 售卖区15% | ■ 装饰情景区10% |
| | ■ 其他区域5% |

规划定位 / 商场定位 ▶ 相邻搭配业态

Adjacent Collocation Forms

最佳
业态

电影院

较理想
业态

主力餐饮区

可接受
业态

潮品零售区
主力超市

可商榷
业态

KTV、健身
大型儿童主题乐园

规划定位 / 主题定位 ▶ 主题人物 Main Figures

爪爪

小E

玩偶 • 男

幽默风趣、真诚热忱



玩偶 • 女

温柔和气、娇憨可爱

规划定位 / 主题定位 ▶ 主题故事

Touching Story



爪e玩偶的世界中每天都有无数的美丽故事持续上演，有的人在这里找到了快乐、有的人在这里收获了好运、有的人在这里留下了回忆、有的人在这里释放了压力，当然，还有人在这里，重逢了爱情……

在爪e玩偶中有两位特别的顾客，他们总单独出现，却巧合的喜欢同一种玩偶。女孩子并不擅长抓娃娃的游戏，总是执着努力着。男孩是个高手，经常会送玩偶给这里的小朋友，成了这里最受欢迎的人。

当夏天慢慢过去，秋天的寒冷刚刚显露端倪的时候，两人再次出现时竟然拿着相同的手工玩偶！半旧的手工玩偶称不上很好看，相似的针脚以同样的角度扭曲着，挂在背包上最显眼的位置。也许，他们是相识的！

爪e热心的店员分别告诉两人，下星期六有一场特别的积分兑换活动，请他们务必参加。经历了一个星期焦急的等待，在这场专门为爱定制的活动上，感人的画面如期上演……

如同所有美好故事的结尾一样，从此以后男孩和女孩幸福的生活在一起，享受着爪e玩偶带给他们的快乐与甜蜜。



爪e玩偶

PAWTOY

3

分区规划

ZONING
PLANNING

PART -



分区规划 / 空间区位的功能性分配 ▶ 经营范围

Scope Of Business



分区规划 / 空间区位的功能性分配 ▶ 品类展示

Range Of Display



甜言蜜语

SWEET WORDS



网络休闲

RECREATIONAL
NETWORK



手工制品

ARTIFACTS



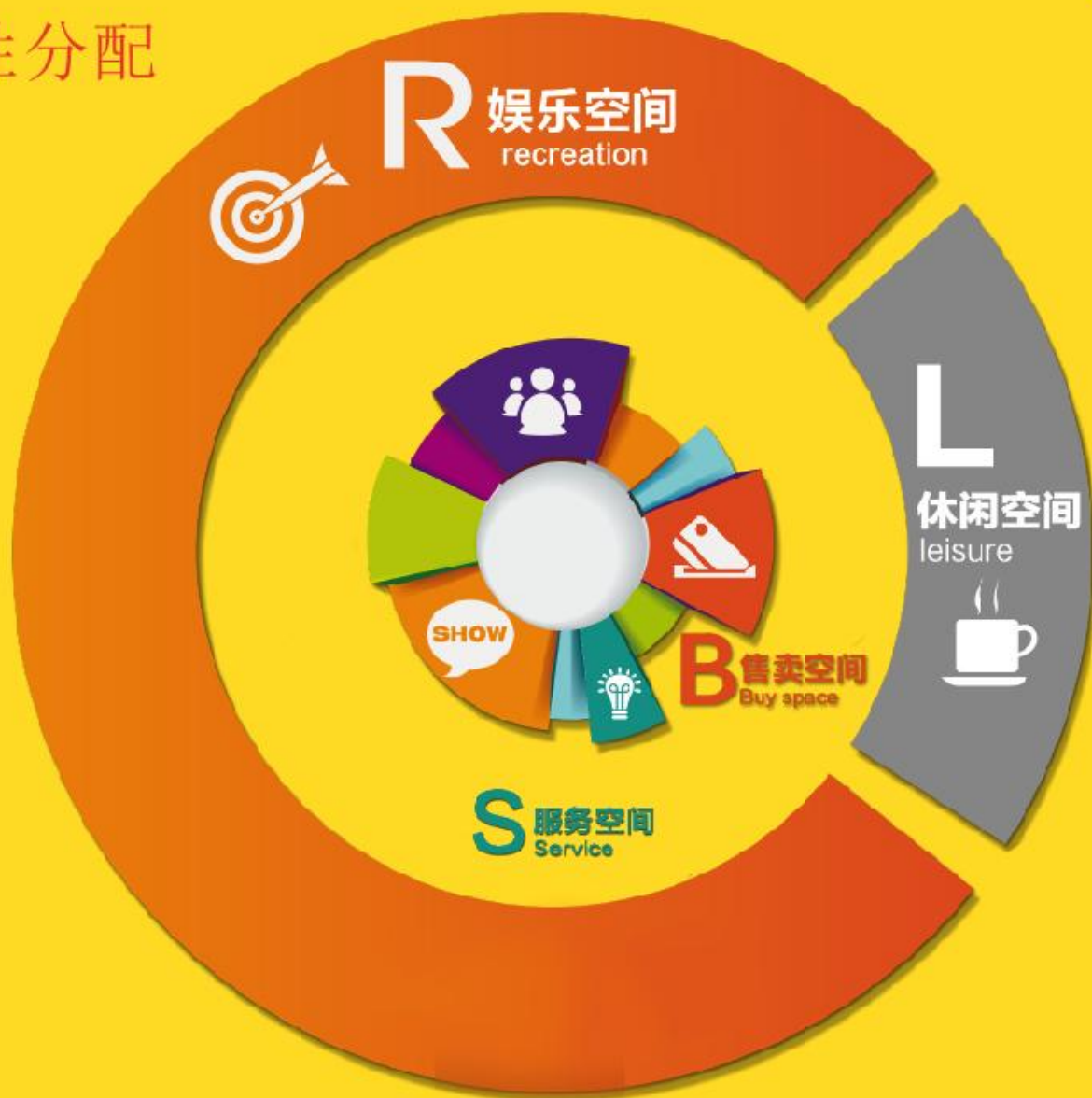
游艺竞技

RECREATIONAL
SPORTS

分区规划 / 空间区位的功能性分配

空间配比

Plane Partition



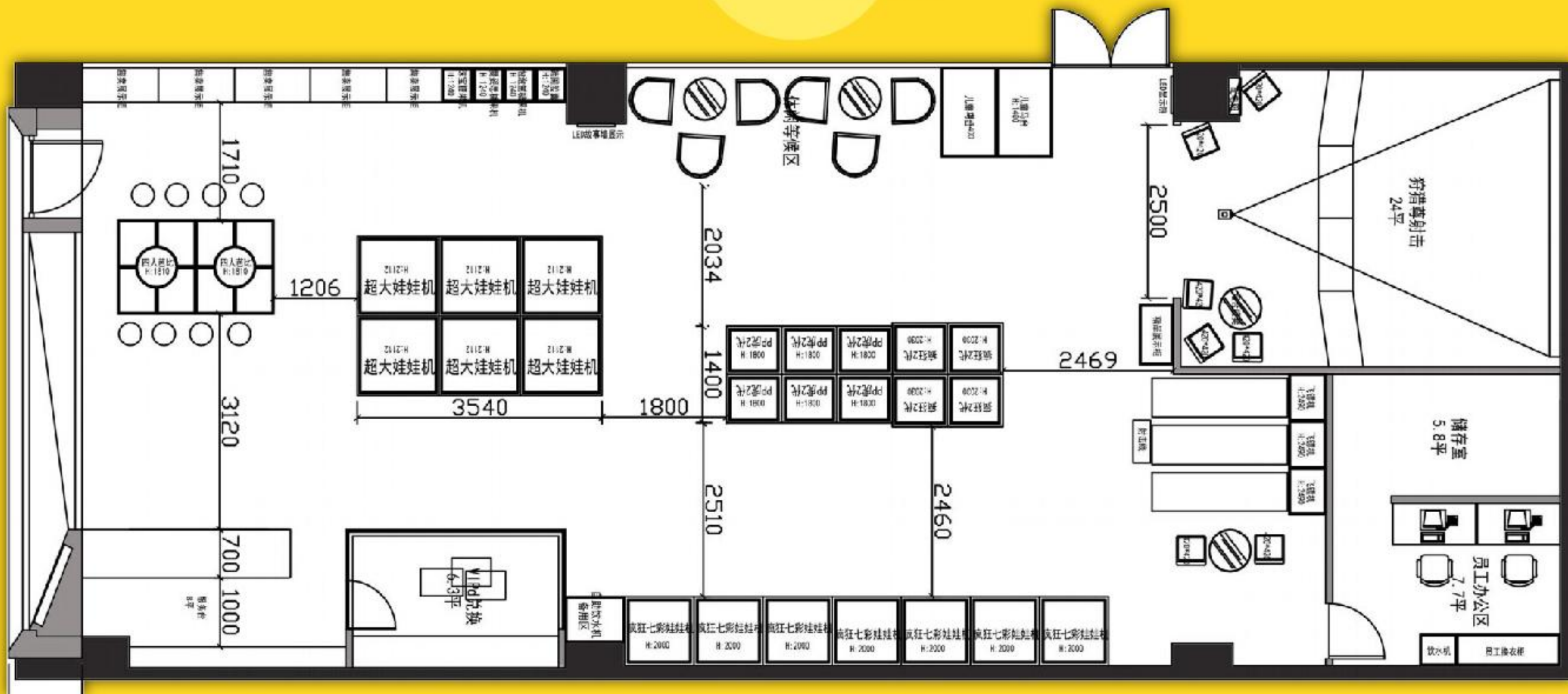
分区规划 / 空间区域的划分 ▶ 空间规划图

Space Plan



分区规划 / 空间区域的划分 ▶ 规划平面图

Floor Plan



分区规划 / 空间区域的划分

功能分区图

Functional Plan



娱乐区

礼品抓玩区
射击体验区
儿童玩偶区

服务区

前台接待区
VIP礼品兑换区
办公室
储藏室

售卖区

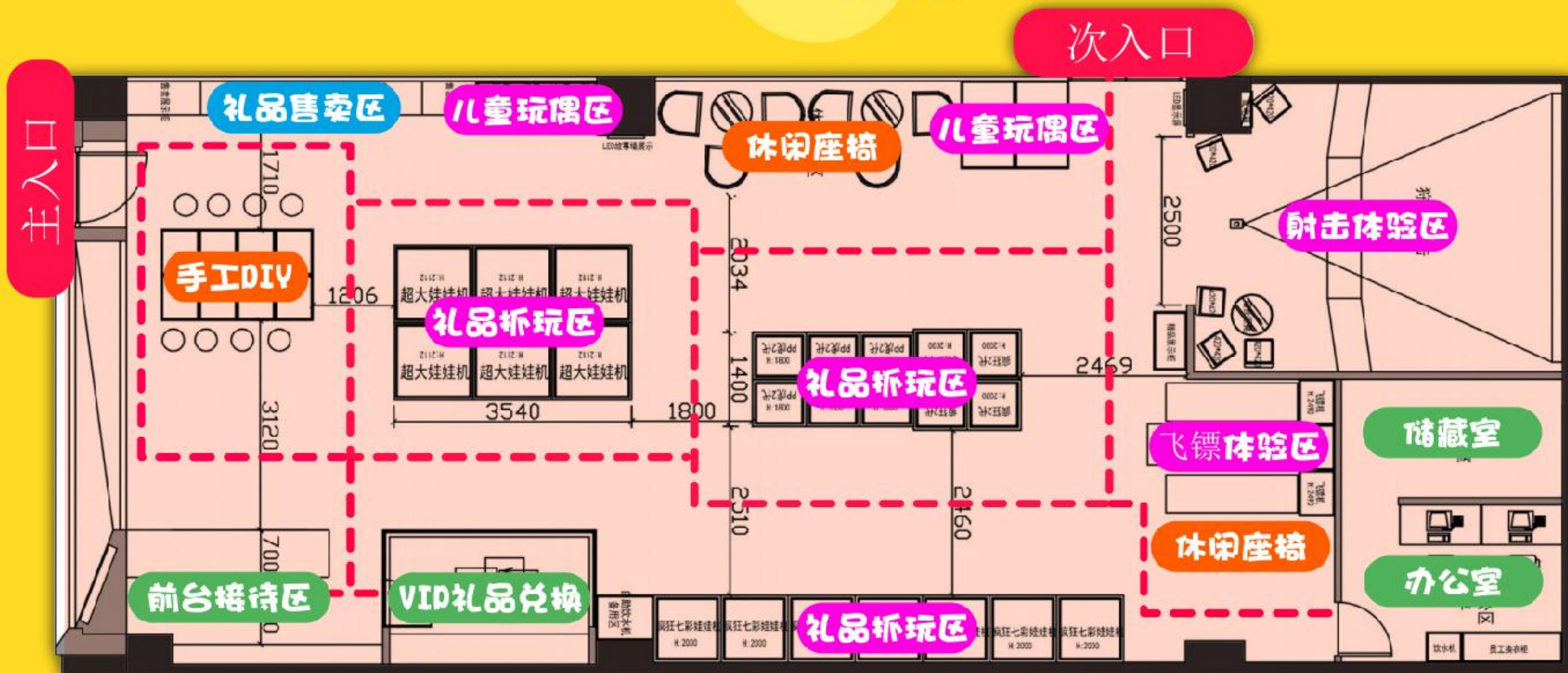
礼品售卖区

休闲区

手工DIY
休闲座椅

分区规划 / 空间区域的划分 ▶ 动线分析图

Path Plan



分区规划 / 空间效果的呈现 ▶ 爪e玩偶标准效果图展示A

Results Show



分区规划 / 空间效果的呈现 ▶ 爪e玩偶标准效果图展示B

Results Show



分区规划 / 空间效果的呈现 ▶ 爪e玩偶佳兆业店实景图

Results Show

佳兆业购物广场3L-48m²



分区规划 / 空间效果的呈现 ▶ 爪e玩偶柏威年店实景图

Results Show

柏威年购物中心4L-157.3m²



分区规划 / 空间效果的呈现 ▶ 爪e玩偶锦辉店实景图

Results Show

高新区锦辉购物广场5L-57.6m²



分区规划 / 空间效果的呈现 ▶ 爪e玩偶罗斯福店实景图

Results Show

天兴罗斯福3L-210m²



分区规划 / 空间效果的呈现 ▶ 爪e玩偶万象汇店实景图

Results Show

华润万象汇5L-210m²



分区规划 / 空间效果的呈现 ▶ 爪e玩偶广州-凯德店实景图

广州-凯德 · 云尚5L-110m²



分区规划 / 空间效果的呈现 ▶ 爪e玩偶广州-凯德店实景图

Results Show

广州-凯德 · 云尚5L-110m²



分区规划 / 空间效果的呈现 ▶ 爪e玩偶凯德mall店实景图

Results Show

青岛凯德mall B1-200m²



分区规划 / 空间区位的功能性分配 ▶ 品类展示

Range Of Display



分区规划 / 空间效果的呈现 ▶ 爪e玩偶超高的人气
Ultra-high Popularity



4

发展战略

DEVELOPMENT
STRATEGY

PART _



发展战略 / 高端的品牌玩偶

High-end Brand Doll

爪e玩偶不同于同行业娃娃机其他品牌，侧重于青年人，追求品质与潮流，成人娱乐和减压，现已拥有美国华特迪士尼毛绒玩具中国区代理，迪士尼粒子类代理，澳捷尔品牌厂商，凯佩珑品牌厂商，萌趣趣中国总代理生产厂商，美国woowee机器人，嗨车族品牌原厂，松宝玩具，雅伦玩具，亲泰儿毛绒玩具，拽猫品牌，bieber品牌，韩国特定厂商，外星科技，中国电信等行业知名伙伴的大力拥护和支持；并且有幸获得了迪士尼商场专列特权，机器人大战特权，萌趣趣特权，拽猫特权，品牌玩具特权…

其中，萌趣趣，中国电信，嗨车族，外星科技，美国woowee，拽猫等为爪e开通绿色通道，特权专享的优质服务！

强大的供应阵容，大部分来自于境外进口，遥遥领先国内玩偶礼品市场！且更新速度极快，不但同步更新各大品牌发布的新品，还会根据市场趋势对供应商提前提出礼品要求，保持做引领礼品市场潮流的风向标！

爪e玩偶为顾客提供最优质的品牌玩偶，最顶级的兑换产品，严格把控进店商品，多款商品达到进店一抢而空，让从爪e走出的商品带着爪e的行业精神！

发展战略 / 高端的品牌玩偶

High-end Brand Doll

WALT DISNEY
PICTURES PRESENTS



Monchhichi
Mascot Accessories



kepelon



Aoger 澳捷尔®



爪e玩偶 / 优质的品牌合作商

High quality brand partners



发展战略 / 独特的商业模式 ▶ 商业模式设计
Business Model Design



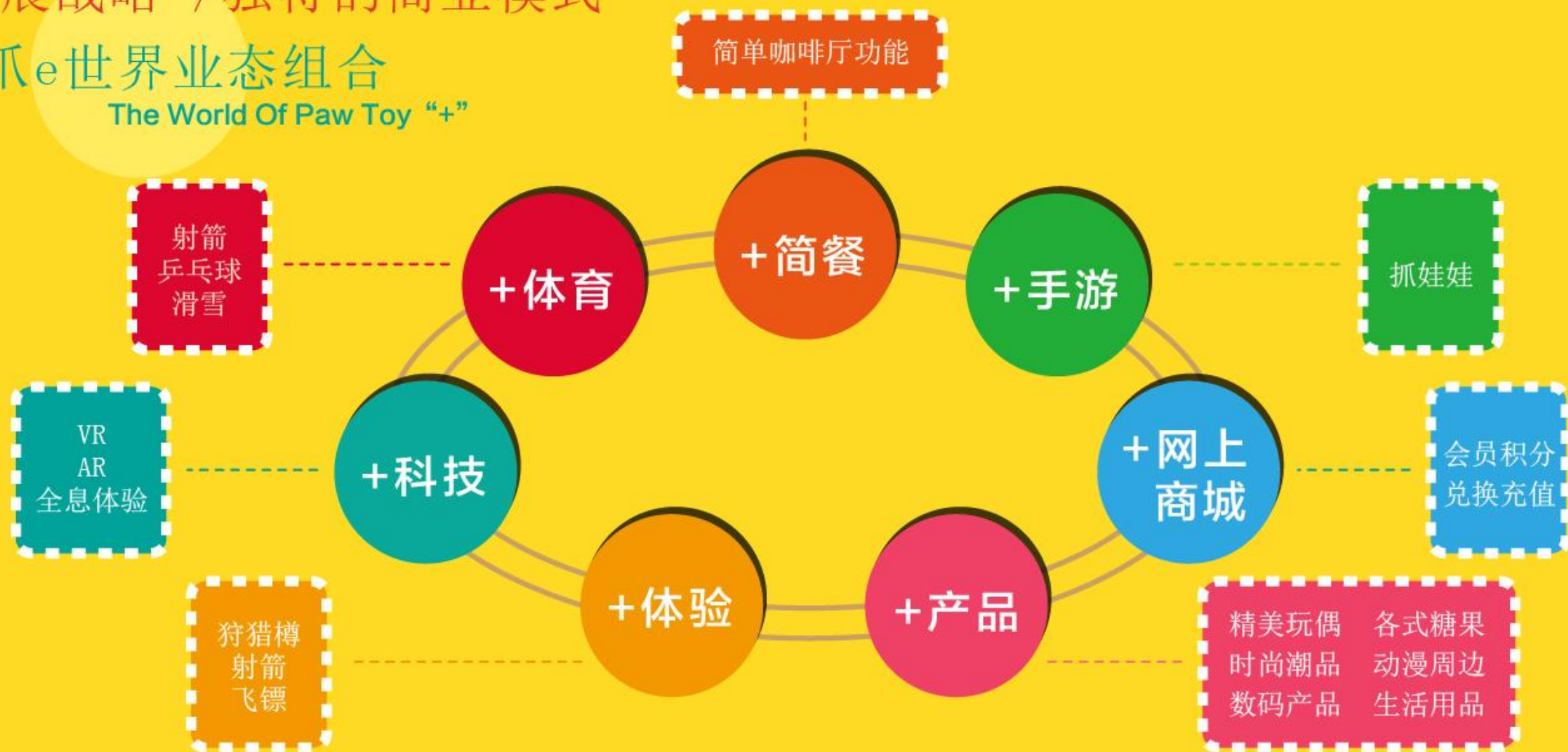
&



发展战略 / 独特的商业模式

▸ 爪e世界业态组合

The World Of Paw Toy “+”



发展战略 / 独特的商业模式▶ 爪e的产业链

Industry Chain Of Paw Toy

定制品牌爪e专属礼品

管理系统

网上商城(会员)

爪e动漫



01



03



05



07



02



04



06

爪e玩偶和爪e+世界

手游(共享会员)

爪e 移动端App

发展战略 / 优质的店内服务

Quality Of In-store Service



爪e非常看重顾客对于服务的满意度。服务是否贴心适当是顾客消费时非常关注的一个环节。爪e玩偶在承接韩国乐天集团娱乐部服务理念的同时加入了符合中国国情，符合我们自己的市场的服务准则。所有爪e的店员均从基本的服务话术、礼仪进行全面的培训。不仅如此，服务情感是爪e最看重的一个服务核心，正所谓宾至如归，简单的四个字却需要一套非常完善的服务理念及规则去支撑去诠释，服务之路漫长而艰辛，但爪e已经踏上征程。

发展战略 / 丰富的机台设备

The Rich Machine Equipment

