

MULTI-PLATFORM AUDIT & 90-DAY GROWTH PROPOSAL

三家店都有硬核口碑底子， 但线上正在发生「看得见的隐性漏客」。

湛江渔村在大众点评拥有 4.4 分、观山湖区粤菜回头客榜第 3 名（661 道网友推荐菜）；贵州院子拥有 北京路美食热门榜第 4 名（329 道网友推荐菜、Apple 地图聚合 822 条评价）；六广小院坐拥北京路六广门上层宽台与露台。

这次诊断重点解决一个实际经营问题：为什么线下做了几十年、菜品有口皆碑，陌生客人在抖音、地图和榜单上搜过来时，却频频断在半路？

汇报核心共识 · 切入点

“三家店从来不缺好菜和熟客，缺的是把优势在线上讲成‘陌生人一眼看懂的选店理由’，再把客人从刷到视频、搜到地图、看懂上下层入口，一路顺畅带进店里消费。”

风险 01 · 抖音有苦劳无转化 88条视频 → 仅27粉 发了大量作品，却沉淀不下同城客 湛江渔村蓝V号已发 61 条作品仅 13 粉丝、52 赞； 六广小院蓝V号已发 27 条作品仅 14 粉丝、33 赞； 贵州院子尚缺独立主号。缺乏前3秒同城场景钩子与 POI团购挂载，视频沦为无效库存。	风险 02 · 高客单包房在线上隐形 ¥73早茶 vs 16+包房 点评全是茶点，商务家宴大单漏失 湛江渔村拥有大厅雅座15桌 + 16—17间独立包房（最大单桌20人）+ 宴会厅，但点评前排推荐全是凤爪（205人）、虾饺（181人）、排骨（133人），人均被锚定在73元早茶，高毛利包房宴请在线上几乎零呈现。
风险 03 · 坡地双店串台+旧招牌残留 上下两店 · 信息打架 门牌电话双黄蛋，外网仍挂“西贡码头” 下层贵州院子与上层六广小院本是独立两店、门面各朝南北。但百度地图弹“北京路24号/86866708”与旧资料“27号/86833808”冲突；Apple地图与Trip配图至今还挂着老招牌“西贡码头·港式早茶”。	风险 04 · 4.0/4.1分卡位+微信知乎零测评 4.0/4.1分 · 竞品4.7 双店卡在4分线，微信/知乎搜不到测评 六广小院点评 4.0分(367条)、贵州院子 4.1分(822条)，而同商圈竞品紫竹楼 4.7分(4.7K条)、香缇小院 4.4分(1.8K条)；且搜狗微信与知乎搜三店测评几乎为0。

01 · PLATFORM DATA BASELINE & DUAL-STORE TERRAIN

三店全平台公开实测基线 & 北京路坡地双店立体格局

以下数据由浏览器于 2026 年 10 月 15—16 日直连各平台实测抓取（附原始截图）。我们首先要把三家店在线上的真实长相摆在桌面上：

门店（线下实体定位）	实测平台	当前公开页面展示数据	诊断揭示的经营症结与机会点
01 湛江渔村 观山湖区·美的林城时代美居苑1-2层	大众点评 & Apple地图	4.4 分 (1,422条评价) 人均 ¥73 观山湖区粤菜回头客榜 第3名 · 推荐菜 661 道 实测单价：金酱蒸凤爪¥26(205 推荐) / 虾饺皇¥26(181) / 蒸排骨¥25(133) / 干炒牛河¥29(130) / 皮蛋瘦肉粥¥22(93) / 艇仔粥¥22(74)	茶点口碑稳，但面临隔壁 4.7 分竞品虹吸 + 地形：同在金融城的竞品“紫竹楼顺德菜”已达 4.7 分 (4,700+条评价)；且湛江渔村 600 米内有希欢朋（5,719条评价）等高星酒店群，急需用“大包房+干蒸海鲜+凌晨2点砂锅粥”破局。

门店（线下实体定位）	实测平台	当前公开页面展示数据	诊断揭示的经营症结与机会点
01 湛江渔村	抖音蓝V & 微信/知乎搜索 抖音号： dyaqzzpi72qn	抖音： 粉丝 13 获赞 52 作品 61 搜狗微信/知乎： 0 篇有效探店测评	公域内容荒漠：发了 61 条视频场均不到 1 赞 搜“湛江渔村 贵阳”与知乎搜索均为 0 篇测评 大模型无文可抓。
02 贵州院子 云岩区沙河街/北京路27号·坡地下层	大众点评 & Apple地图 shop/21686385	4.1 分（822条评价） 人均 ¥76 北京路美食热门榜 第4名 · 推荐菜 329 道 实测单价：香禾糯三穗烤鸭 ¥116(124推荐) / 千层无骨鱼 ¥335(101) / 贵州鱼生¥68(45) / 青椒冰川茄子¥48(36) / 酸汤牛肉灌汤包¥18(26)	周边 220 米内坐拥 3 家高星酒店（亚朵/轻居丽晶共4,000+评价），却被 4.1 分和停车差评子：同片区延安街“香缇小院”“黔纳”均达 4.4（1,700+评价），且微信搜“贵州院子”首条被同行截胡。
02 贵州院子	红厨帽榜单 & 历史配图 hongchumao.com/restaurants/1689	红厨帽：评为“五品餐厅（¥68/人）”， 未认领 · 暂无菜品图片 Apple地图/Trip：配图残留“西贡码头”旧招牌	权威榜单空置 + 老招牌误导：红厨帽有排名7无介绍；iPhone 地图与 Trip 仍挂着多年前“i头·港式早茶”旧图。
03 六广小院 云岩区沙河街4号附2号·上层宽台独立店	【新锁定】大众点评 & Apple地图 shop/1039940207 0851-86866708	4.0 分（367条评价） 人均 ¥70（双人餐人均~¥60） 地址：沙河街4号附2号（北京路地铁站H口步行400米 / 六广门体育馆后上层宽台） 10大推荐菜：五指毛桃无骨脆皮鸡煲 / 干蒸木姜子乳鸽 / 干蒸鲜排骨 / 干蒸宁德小黄鱼 / 干蒸大明虾 / 干蒸烧鸭 / 干蒸沙姜鸡	首次锁定独立点评词条，但卡在 4.0 分警戒线 面印有“干蒸不加一滴水·锁住食材原始的本味” 价比极高，但因顾客抱怨“室内略闷（不知可坐4张露台）、部分小菜偏酸”掉到 4.0 分。

门店（线下实体定位）

实测平台

当前公开页面展示数据

诊断揭示的经营症结与机会点

03 六广小院

抖音蓝V
& 跨平台搜索
抖音号：
2549978
3152

抖音： 粉丝 14 | 获赞 33 | 作品 27
微信/知乎： 0 篇测评 |
旧页面误标“地下一层河鲜馆”

上下层身份混淆 + 公域零测评：抖音 27 条作 14 粉，微信/知乎搜“六广小院”为 0 条；急需平台真实测评把“二楼宽台4张露台+干蒸菜+蜜桃脆皮鸡煲”打透。

CRITICAL TERRAIN & POI CONFLICT

为什么「贵州院子」与「六广小院」必须立刻做“立体分流与独立建档”？

根据实地地形：两家店处于同一坡地建筑体的上下两层，完全独立运营，且门面各朝南北（非面对面）。但线上平台把它们揉成了“一锅粥”：

线下真实立体地形（坡地上下两层 · 门面各朝南北独立入店）

▲ 上层宽台（2F 独立平台层）

独立门面朝向（与下层非相对）

西部码头 · 六广小院（干蒸菜 · 脆皮鸡火锅 · 鱼生）

空间与出品实况：位于坡地上层宽敞平台，小院风格，设户外露台位 4 张、室内卡座 12 台及独立包间；透明厨房现切现配，主打顺德风味干蒸菜、鲜切脆皮鸡火锅、鲜活鱼生与河鲜。

↓ 坡地高差（山上与山下的上下层立体关系 · 需独立实景路线指引） ↓

▼ 下层坡底（1F 临坡下层）

独立门面朝向（北京路美食热门榜第4）

西部码头 · 贵州院子（新派贵州菜 · 传统黔味宴请）

空间与出品实况：位于坡地下层，大众点评 4.1 分（329道推荐菜）、Apple 地图 822 条评价。主打香禾糯三穗烤鸭（124人推荐）、千层无骨鱼（101人推荐）、贵州鱼生（45人推荐）、青椒冰川茄子、酸汤牛肉灌汤包、鲜花椒泡椒肚条、泉水脆皮鸡。

⚠ 陌生顾客在线上看到的 4 大混乱（直接导致走错门/流失）

- **楼层与店名张冠李戴**：老网页与 Trip.com 把“贵州院子海鲜馆（六广门店）”标在“市民中心地下一层”，导致客人在搜“六广小院”时以为在地下室，完全不知道是在二楼上层宽台带露台。
- **地址门牌与电话“双黄蛋”**：百度地图搜六广小院弹出“北京路24号 / 0851-86866708”，而其他平台显示“北京路27号 / 0851-86833808”，客人导航和打订座电话直接懵圈。
- **外网门头照还挂着“西贡码头”**：Apple 地图与 Trip.com 抓取的门店图至今还是多年前的“西贡码头·正宗粤菜 港式早茶”旧招牌，严重稀释贵州菜与小院品牌认知。
- **坡地停车与南北向入口无视频带路**：Apple 地图差评明确抱怨“停车进出难、入口不好找”，急需拍一条《去下层贵州院子 vs 去上层六广小院，车停哪、走哪个门》的 15 秒实景带路置顶视频。

首周动作：第 1—3 天现场核准上下两店精确门牌、南北朝向与专属电话，拆分独立 POI 词条，下架“西贡码头”旧照。

02 · LIVE SCREENSHOT EVIDENCE WALL

眼见为实：7 张全平台实测抓拍证据（点击可全屏放大）

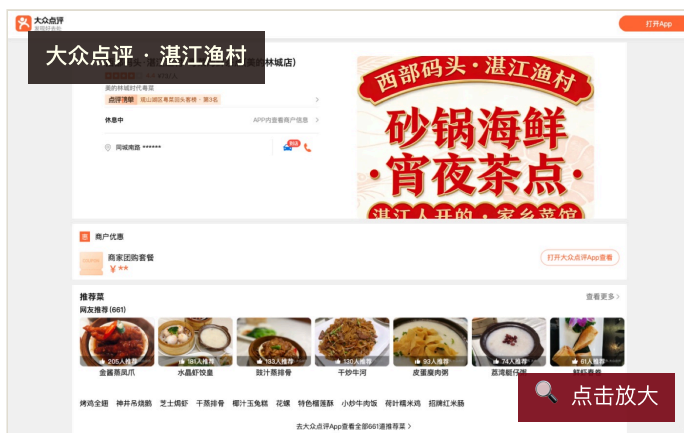
不靠主观臆测，全部基于 2026-10-16 真实浏览器抓取画面。每一张图都对应一个必须马上堵住的流量漏斗：



61 个作品，仅 13 粉丝 / 52 获赞

官方认证号已有 61 条发布积累，且简介明确写有“大厅雅坐15桌、包间16个”，但缺乏同城爆款选题与挂载链路，流量几乎沉底。

症结：有数量无转化，场均获赞不足 1 个



4.4 分回头客榜第 3，但被锚定在 73 元茶点

661 道网友推荐菜证明熟客黏性极高，但前排高赞清一色是早茶点心（凤爪/虾饺/排骨/牛河），16—17 间包房与大型宴席优势未被凸显。

机会：用茶点引流，分层切入包房家宴高客单



北京路热门榜第 4，但评分卡在 4.1 分临界线

入选“2026当地人推荐榜”，三穗烤鸭（124人推荐）、千层无骨鱼（101人推荐）口碑扎实，但 4.1 分在商圈比选中极易吃亏。



外部榜单评为“五品”，页面却是未认领空壳
红厨帽已收录招牌菜名（酸汤牛肉灌汤包、贵州鱼生、千层无骨鱼、香禾糯三穗烤鸭），但介绍写“即将上传”、图集写“暂无菜品图片”。

症结：白白浪费第三方权威榜单背书与搜索权重



27 个作品仅 14 粉丝，露台小院卖点未破圈

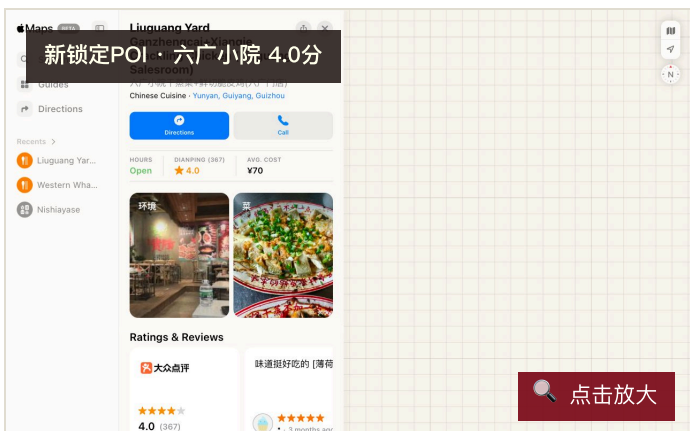
上层平台拥有“露台位 4 张 + 卡座 12 台 + 透明厨房现切脆皮鸡火锅/干蒸菜”的绝佳视觉题材，目前仅 14 粉丝、33 赞，急需视觉重塑。



822 条评价沉淀，但环境图还挂着“西贡码头”

iPhone 自带地图与海外/港澳台游客常用的 Trip.com 上，门店头图至今显示旧名“西贡码头”，甚至把河鲜馆标成“粤菜”，严重误导客群。

动作：全平台清理历史旧招牌，统一最新门头与菜单



367 条评价卡在 4.0 分，干蒸与脆皮鸡煲亟待提权

已锁定独立点评 ID (1039940207)，主打五指毛桃无骨脆皮鸡煲、干蒸鲜排骨、干蒸木姜子乳鸽，双人餐人均仅60元，但急需真实长评把评分拉回 4.3+。

机会：用露台小聚+干蒸不加一滴水真实测评快速提分

1,422 条评价基本盘，但店名仍显“西部码头大酒楼”

Apple 地图显示 1,422 条点评、营业至凌晨 2 点，但店名未同步为“西部码头·湛江渔村（美的林城店）”，且隔壁金融城紫竹楼已达 4.7 分（4.7K 评价）。

动作：统一店名 + 铺设多平台深度测评拦截周边酒店客

03 · STORE-BY-STORE DIAGNOSIS & ACTION PLAN

三家门店逐店深度诊断：现有基础、失血点与 90 天整改动作

拒绝三家店用同一套模板混发。根据每家店的实测数据、空间结构与主力客群，制定针对性方案：

STORE 01 · GUANSHANHU

西部码头 · 湛江渔村（美的林城店）

定位：三十年老牌粤式海鲜茶楼 | 大厅雅座 15 桌 + 独立包房 16—17 间（最大单桌 20 人配茶歇/KTV）+ 多功能宴会厅

4.4 分

大众点评评分

回头客榜 #3

观山湖区粤菜

661 道

网友推荐菜

61 作品/13 粉

抖音认证号现状

✅ 已有口碑基础

- 榜单与评分基础：大众点评 4.4 分、观山湖区粤菜回头客榜第 3 名，在金阳/金融城商圈具备扎实的熟客口碑。
- 茶点单品自带真实推荐数：金酱蒸凤爪（205人推荐）、水晶虾饺皇（181人推荐）、豉汁蒸排骨（133人推荐）、干炒牛河（130人推荐）、皮蛋瘦肉粥（93人推荐）。
- 稀缺大包房硬件：大厅雅座 15 桌 + 16~17 间包房（含 20 人同桌大圆桌）+ 宴会厅，适合观山湖家庭寿宴与商务接待。

⚠️ 当前失血点（为什么没放大）

- 61 条抖音视频缺乏转化：蓝 V 号（dyaqzzpi72qn）发了 61 条仅 13 粉、52 赞，缺“观山湖请客去哪/20 人包房实景”选题，没挂团购与预订入口。
- ¥73 早茶印象掩盖了包房高客单：点评页面满屏是几十块钱的点心，找包房办家宴、商务请客的客人看不见海鲜硬菜与包房规格。
- 早茶、海鲜正餐、包房宴席混作一团：未按消费时段和人数拆开讲，容易造成价格预期错位。

🚀 90 天整改动作

- 内容三线分流（单店月更30条短视频 + 12 篇小红书）：① 早茶便餐线（打205人推荐凤爪/虾饺+73元高性价比）；② 宵夜砂锅粥线（打生米现熬海鲜粥）；③ 高毛利包房宴席线（占40%比重，专拍16~17间包房、20人大圆桌、白切鸡烧鹅海鲜硬菜）。
- GEO 词条精准卡位：全面铺设“贵阳观山湖15-20人大包房粤菜”“金融城长辈寿宴酒楼”等高客单问答。
- 桌上立牌扫码沉淀：把每天大厅15桌早茶熟客引导扫码发661道推荐菜实拍好评，稳住4.4→4.5+ 评分。

阶段验收标准：完成早茶/正餐/包房三套场景点单库与 4K 实拍归档；抖音/视频号每月 30 条带 POI 挂载发布；按周追踪包房订座电话与到店核销。

STORE 02 · BEIJING RD LOWER LEVEL

西部码头 · 贵州院子（北京路六广门 · 坡地下层独立店）

定位：地道新派贵州菜 · 外地朋友接待与家庭聚餐 | 位于坡地下层（与上层六广小院独立分立、门面各朝南北）

4.1 分

点评 & Apple地图

热门榜 #4

北京路美食榜

822 条

Apple地图聚合评价

329 道

网友推荐菜

✅ 已有口碑基础

- 核心商圈双榜背书：大众点评北京路美食热门榜第 4 名 + 2026 当地人推荐榜年度上榜商户，人均 ¥76 实惠亲民。
- 招牌菜群众基础扎实：香禾糯三穗烤鸭（124人推荐）、千层无骨鱼（101人推荐）、贵州鱼生（45人推荐）、青椒冰川茄子（36

⚠️ 当前失血点（为什么没放大）

- 4.1 分处于平台分流警戒线：同商圈 4.4+ 餐厅众多，4.1 分会让不少看重评分的新客直接划走。
- 坡地下层寻路难引发差评：Apple 地图抓取的负面反馈集中在“停车出入不便、找不到下层门面”，非菜品问题却拉低了总分。

人推荐)、酸汤牛肉灌汤包 (26人推荐)、肠旺煲、泡椒肚条、泉水脆皮鸡。

- 822 条历史评价积累：说明门店历经多年市场验证，老城客流基数稳定。

- 多平台名称分裂与资料空白：点评叫“贵州院子·新派贵州菜(六广门店)”，Apple地图叫“西部码头·贵州院子”且挂着“西贡码头”旧照，红厨帽“五品”页面无图无介绍，抖音缺独立主阵地。

🚀 90 天整改动作

- 第1周拍出《北京路停车→下层贵州院子 15 秒实景带路视频》：在抖音置顶、点评头图、微信订座卡同步上线，消除“找路差评”。
- 围绕 Top3 推荐菜集中拍短视频（单店月更 30条）：重点拍香禾糯三穗烤鸭出炉斩件、千层无骨鱼刀工、明火泡椒肚条颠锅，把三道高赞菜做成同城代表作。
- 4.1 → 4.3+ 口碑修复战役：通过餐桌一桌一码 (touch.westpier.info) 引导堂食满意客发布带“三穗烤鸭/无骨鱼”实拍评价，稀释历史旧差评，并认领补齐红厨帽与地图图集。

阶段验收标准：完成下层独立入口实景带路视频与门头换新；统一各平台名称与招牌菜菜单；启动每日堂食好评引导并建立差评 24h 响应台账。

STORE 03 · BEIJING RD UPPER TERRACE

西部码头 · 六广小院（北京路六广门 · 上层宽台独立店）

定位：小院露台风格 · 干蒸菜 + 鲜切脆皮鸡火锅 + 鲜活鱼生/河鲜 | 设露台位 4 张、卡座 12 台、独立包间、透明厨房

上层宽台

4张露台+12台卡座

透明厨房

现切现配明档

27作品/14粉

抖音认证号现状

地址电话冲突

24号 vs 27号待统一

✅ 已有口碑基础

⚠️ 当前失血点（为什么没放大）

- 老城区少见的“二楼宽台小院+露台”空间：坐落于坡地上层宽敞平台，拥有4张户外露台位 + 12台卡座 + 包间，在云岩区北京路核心地段很适合朋友聚会与晚间小聚。
- 有烟火气的出品组合：干蒸菜 + 鲜切脆皮鸡火锅 + 鱼生/河鲜，配合“透明厨房、现切现配”，适合拍成明档现切、鲜货现蒸的实景视频。

- 独立身份被“旧河鲜馆”和下层门店掩盖：全网搜索“六广小院”，出来大量旧“贵州院子河鲜馆（地下一层）”信息，顾客不知道这是一家位于上层平台、有露台、吃干蒸菜和脆皮鸡火锅的独立门店。
- 百度地图与旧资料电话门牌不一致：百度地图弹“北京路24号 / 0851-86866708”，旧资料写“北京路27号 / 0851-86833808”，容易让客人打错电话或走错门。
- 抖音 27 条作品仅 14 粉：未把“露台小院环境 + 师傅透明厨房现切脆皮鸡/鱼生”拍出来。

90 天整改动作

- 独立 POI 确权与上下分流指路：核定唯一准确门牌与订座电话，在点评/美团/高德/百度/抖音全部建立“西部码头·六广小院（上层平台店）”独立坐标，标明“上二楼宽台即达，与下层贵州院子独立”。
- 三大高颜值视觉选题（单店月更30条视频 + 12篇小红书）：① 透明厨房师傅飞刀现切脆皮鸡、叠盘下锅 15 秒开吃；② 蒸汽缭绕的原汁干蒸菜出笼瞬间；③ 傍晚 18:30 上层平台 4 张露台位亮灯小院氛围感。
- 主推“脆皮鸡火锅+干蒸菜”3-4人欢聚套餐：在抖音与小红书挂载高性价比双人/四人餐，快速引爆年轻客群打卡。

阶段验收标准：完成六广小院独立 POI 词条纠偏与电话统一；完成上层平台入口实拍指路卡；建立“干蒸菜+脆皮鸡火锅+露台小院”专属视觉矩阵。

04 · QUANTIFIED OPTIMIZATION SPACE & ROI SCENARIO

优化空间到底有多大？用「确定性交付工作量 + 三档门店增收模型」算清账

做代运营不能只喊口号，也不能算糊涂账。我们把 90 天的优化空间拆解为「100% 可验收的硬性内容/基建交付」与「基于真实客单价的三档到店增量测算」（点击下方档位可切换查看）：

三店月度新增到店营业额情景测算（散客便餐 + 包房聚餐双引擎）

引擎 A · 同城散客便餐月增量（三店合计）

¥95,760 /月

每店每天多来 3.5 桌 4 人散客（三店月增 315 桌）

引擎 B · 包房家宴/商务聚餐月增量（三店合计）

¥32,400 /月

每店每月多订出 8 桌包房/家宴（每周仅需多2桌）

三店合计 · 预计月度新增营业额（投产比 ROI）

¥128,160 /月

综合 ROI 约 1: 10.6 | 按55%毛利率算月增毛利约
¥7.05万（90天累计流水约 ¥38.4万）

门店	实测客单价锚点	散客便餐增量（4人/桌）	包房/中大桌增量（10—15人/桌）	月增营业额
01 湛江渔村	点评实测 ¥73/人（4人桌均 ¥292） 16间包房/家宴桌均按 ¥1,500 计	105 桌/月 × ¥292 = ¥30,660	8 桌/月 × ¥1,500 = ¥12,000	¥42,660
02 贵州院子	点评实测 ¥76/人（4人桌均 ¥304） 包房聚餐桌均按 ¥1,350 计	105 桌/月 × ¥304 = ¥31,920	8 桌/月 × ¥1,350 = ¥10,800	¥42,720
03 六广小院	干蒸/脆皮鸡煲（4人桌均 ¥316） 大桌/露台团建桌均按 ¥1,200 计	105 桌/月 × ¥316 = ¥33,180	8 桌/月 × ¥1,200 = ¥9,600	¥42,780

* 算账逻辑说明：① 保守试水档（总投入 ¥9,000/月 = 6,000服务费+3,000试水投流）：每家店每天从早到晚仅需多进店 2 桌散客、每周仅多订出 1 桌包房，三店月增营业额即达 ¥70,960/月（ROI 约 1:7.8），按餐饮 55% 毛利率折算月毛利约 ¥3.90万，首月即可覆盖全部服务费与投流成本并净盈余约 3 万元；② 基准目标档（总投入 ¥12,000/月 = 6,000服务费+6,000标准投流）：每店日增 3.5 桌散客、每周多订 2 桌包房，三店月增营业额约 ¥128,160/月（ROI 约 1:10.6，月毛利约 ¥7.05万）；③ 旺季放量档（总投入 ¥18,000/月）：每店日增 6 桌散客、月增 15 桌包房/宴席，三店月增营业额可达 ¥225,120/月（ROI 约 1:12.5，90天累计约 ¥67.5万）。

交付维度	具体可验收交付物（三店全覆盖）	客户如何验收（不
① 15 项门店数 字地基整改 (首月前14天集中完成)	每店 5 项 × 3 店：① 核准版门店事实卡（解决上下层门牌/电话冲突）；② 全平台主号与独立 POI 认领表；③ 15秒实景停车入店带路视频；④ 分场景点单攻略（茶点/正餐/包房/火锅）；⑤ 历史旧招牌（“西贡码头”）清理与红厨帽/地图图集补齐。	逐条打开大众点评音、高德、百度、地图、红厨帽现场页面与链接。
② 每月 ≥90 条 实拍短视频 (每店每月 ≥30 条)	告别静态照片PPT！按《60镜头店员傻瓜分镜表》+ 现切明档/颠锅/出笼动态实拍，覆盖抖音、视频号、快手、小红书视频，条条挂载门店 POI 与选店钩子。	月底交付完整发布台账、播放/互动/点击统计表。
③ 每月 ≥36 篇 小红书种草（每店12篇） + ≥37 组 GEO (三店36篇小红书 + 25组QA + 12篇铺稿)	3:4 高审美实拍图文种草（专打观山湖20人包房、北京路地道黔菜、二楼露台脆皮鸡火锅）+ 全网 AI 搜索语料投喂 + 每月 30 问 × 4 平台（120次）AI 推荐实测报告。	提供全部成稿 Wo 片包、线上链接及次 AI 问答截图归
④ 店内一桌一码 好评提分系统 (touch.westpier.in fo 已就绪)	桌牌扫码 30 秒生成带真实推荐菜名（三穗烤鸭/无骨鱼/蒸凤爪/脆皮鸡）的去 AI 味走心评价 + 3 张实拍图，把贵州院子 4.1 分与六广小院 4.0 分稳步拉升，把湛江渔村 4.4 分优势焊死。	每周统计各店新增评价数、星级变化评 24 小时响应率

05 · PAID TRAFFIC BUDGET & HORSE-RACING STRATEGY

如果配合同城投流：需要多少预算？怎么投才不白烧钱？

我们每月已有 90 条短视频 + 36 篇小红书 的内容打底，投流绝不能“条条平均撒钱”或“低分硬开推广通”，而要采用「自然流赛马筛选 + 距离分圈追投」。广告费直接充在门店自己的抖音/平台账户内，按贵阳餐饮真实千次曝光成本（CPM 约 ¥15—¥25）提供以下三档预算供拍板：

投流档位	单店 月预 算	三店 合计 月预 算	单店 日均	渠道分配与具体打法	预期同城精准曝光 & 阶段
① 小步试水档 首月测款推荐	¥1,000 / 店/月	¥3,000 / 月	约 ¥33 /天	· 抖音巨量本地推 ¥800/店：从每月30条视频中挑出自然完播与问询前15%的 4—5 条爆款苗子，每条追投 ¥150—¥200（锁定门店周边 1—3km） · 小红书薯条 ¥200/店：每月挑 2—3 篇高收藏点单笔记定向贵阳同城助推	· 三店月增精准同城 15万—20万次 · 预计回报：支撑每增 2 桌散客 + 周增房 → 三店月增营业额约 ¥7.08万/月（投产比 1:7.8，月增毛利约 ¥1.5万）
② 标准放量档 ★ 主力性价比档	¥2,000—2,500 / 店/月	¥6,000—7,500 / 月	约 ¥65—80 /天	· 抖音巨量本地推 ¥1,500/店：按 1km（高出价截流希尔顿欢朋/亚朵/云泊丽晶等周边酒店住客）/ 3km（主力聚餐客）/ 5km（包房家宴客）持续投团购券与POI到店 · 小红书聚光/薯条 ¥400/店：卡位“贵阳粤菜/北京路美食/贵阳干蒸菜”搜索前3 · 大众点评推广通 ¥300—600/店（首月仅 4.4 分湛江渔村小额开，另两店满 4.3 分后开启）	· 三店月增精准同城 35万—50万次 · 预计回报：支撑每增 3.5 桌散客 + 周增包房 → 三店月增营业额约 ¥12.82万/月（投产比 1:10.6，月增毛利约 ¥2.5万）
③ 旺季冲榜档 尾牙/寿宴/年夜饭	¥4,000—5,000 / 店/月	¥12,000—15,000 / 月	约 ¥130—160 /天	· 抖音巨量本地推 ¥3,000/店：全天候覆盖会展中心/金融城与喷水池/北京路商圈餐饮意向人群 · 大众点评推广通 ¥1,000/店：三店评分稳定在 4.3—4.5+ 后抢占商圈分类前3广告位 · 小红书搜索拦截 + 本地达人视频加热 ¥500—1,000/店	· 三店月增精准同城 80万—100万+次 · 预计回报：支撑每增 6 桌散客 + 月增包房/家宴 → 三店月营业额约 ¥22.50万/月（投产比 1:12.5，月增毛利约 ¥12.4万）



铁律一：4.0/4.1 分期间绝不盲开点评“推广通”



铁律二：90 条视频实行“赛马制”，只投前 15%

大众点评推广通按点击扣费（约 ¥3—¥5/次）。目前六广小院（4.0分）与贵州院子（4.1分）处于评分修复期，此时买点击等于花钱请客人来看旧差评。
前 30—45 天先把钱投在抖音本地推与小红书，配合桌牌把点评拉上 4.3 分后再开推广通，转化率翻倍。

每店每月发满 30 条视频，先跑 24 小时自然流量。**自然完播低、没人问地址的视频一分钱不投；**只挑自然流跑出高完播、评论区有人问“在哪/怎么点”的优质视频，每条追投 ¥100—¥200 定向周边 1—3km，确保每一百块钱都花在刀刃上。

 铁律三：三店差异化定向，不投泛流量

湛江渔村重点投“观山湖15—20人同桌包房”与“21:00—01:00周边3km砂锅海鲜粥宵夜”；**贵州院子与六广小院**重点投“喷水池/北京路地铁站周边 50—60元双人引流套餐（三穗烤鸭/五指毛桃脆皮鸡+干蒸菜）”，先拉新客进门再沉淀高分评价。

06 · 90-DAY EXECUTION ROADMAP & HANDOVER

90 天分阶段推进路线图 & 今日拍板配合事项

把大目标切成每周看得见的动作，前 7 天先止血、立规矩，第 8—30 天全面铺开内容与 AI 基线，第 31—90 天放量迭代：

DAY 01 - 07 · 止血与确权

核准双店坐标 · 清理旧招牌

- 现场核定下层贵州院子 vs 上层六广小院准确门牌、南北朝向与订座电话。
- 拍摄上下两店 15 秒实景停车带路视频并全网置顶。
- 认领红厨帽页面，替换 Apple 地图/Trip 上的“西贡码头”旧图。
- 确认三店唯一审核人与每店 1 名现场拍片对接人。

DAY 08 - 30 · 建基线与铺产能

首月 90 条视频 + 36 篇小红书（每店12篇）

- 湛江渔村按“早茶/海鲜正餐/16间包房”三线发片，打破 73 元单一印象。
- 贵州院子围绕三穗烤鸭（124推荐）、无骨鱼（101推荐）猛攻种草，桌牌引导扫码提分。
- 六广小院主推“二楼露台 + 透明厨房现切脆皮鸡火锅/干蒸菜”。
- 跑完首轮 120 次 AI 问答基线测试。

DAY 31 - 60 · 赛马与提分

砍掉无效选题 · 放大高转化爆款

DAY 61 - 90 · 算总账与沉淀

核对投入产出 · 固化数字资产

- 复盘首月 90 条视频后台数据，找出 POI 点击和订座转化最高的选题模型翻倍复制。
- 追踪贵州院子点评评分向 4.3+ 修复进度，建立差评整改闭环。
- 开展第二轮 120 次 AI 监测，针对未命中问题定向追投 GEO 稿件。

- 拉取 90 天曝光、POI点击、咨询电话、包房预订与团购核销总账。
- 完成第三轮 AI 推荐率复测，对比首月基线增长幅度。
- 沉淀三店专属高转化实拍素材库与全年宴席日历，进入下一季度放量。

今日沟通后 · 需客户拍板配合的 4 件事（越快给齐，越快止血）

1. **核准六广小院与贵州院子的门牌/电话/朝向**：确认百度地图“北京路24号 / 86866708”与“北京路27号 / 86833808”各自对应哪家店，明确下层贵州院子与上层六广小院各自门面朝南还是朝北。
2. **确认三店现行菜单与包房准确数字**：确认湛江渔村包房为 16 间还是 17 间、贵州院子“三穗烤鸭/千层无骨鱼/贵州鱼生”及六广小院“干蒸菜/脆皮鸡火锅”最新售价。
3. **移交现有账号权限与近 90 天后台截图**：确认湛江渔村（dyaqzzpi72qn）、六广小院（25499783152）是否为主号，提供大众点评/美团/抖音后台基础数据以便建立对比基线。
4. **指定每店 1 名现场随手拍联系人 + 1 名总审核人**：店员直接使用免密上传页（files.westpier.info/upload）与分镜清单（shoot.westpier.info），每周二/五回传出菜口鲜活镜头。

实测数据来源索引（2026-10-15/16 抓取归档）：[S1] 大众点评·湛江渔村 <https://m.dianping.com/shop/96483827>（4.4分/¥73/观山湖粤菜回头客榜第3/661道推荐菜） | [S2] 大众点评·贵州院子 <https://m.dianping.com/shop/21686385>（4.1分/¥76/北京路美食热门榜第4/329道推荐菜） | [S3] 抖音·湛江渔村 dyaqzzpi72qn（61作品/13粉丝/52获赞） | [S4] 抖音·六广小院 25499783152（27作品/14粉丝/33获赞，露台4张/卡座12台） | [S5] Apple地图·贵州院子 auid=1118864504467457（822条评价/4.1分/¥76） | [S6] 红厨帽榜单 hongchumao.com/restaurant/1689.html（五品/¥68/未认领无图） | [S7] Trip.com旧河鲜馆页 restaurant-20775602 & 百度地图搜索摘要（北京路24号 vs 27号冲突线索）。

WEST PIER 西部码头 · 三店线上现状诊断与 90 天增长提案

品牌官网网站 · 同城增长主方案 · 15页宽屏PPT · 一桌一码打卡终端