斟囍酒商业计划书

喜事就得斟囍酒！Web3 时代的新消费品牌

一、执行摘要

项目定位：

“斟囍酒”是上海网锅信息技术有限公司旗下的创新白酒品牌，专注喜宴用酒及喜庆场景的中高端私人定制白酒服务，打造白酒领域喜宴用酒细分市场第一品牌。通过“轻资产 ODM/OEM+区块链技术”双轮驱动，打造白酒行业的“需求驱动型新物种”。

核心亮点：

1. **品牌壁垒：**已注册“斟囍”商标（30/32/33/35 类）及国际域名（zhenxijiu.com），覆盖食品、白酒、饮料、广告销售全链路。
2. **模式创新：**
    - **轻资产运营：**依托 OEM/ODM 生产，聚焦品牌与用户需求。
    - **Web3 赋能：**区块链技术实现产品溯源、NFT 数字藏品、代币经济生态。
3. **创始人资源：**刘开俭参与过沱牌舍得股权并购及乐惠精酿啤酒业务，拥有供应链与资本运作经验。

融资需求：

- **融资金额：**1200 万元人民币
- **出让股权：**30%（投后估值 4000 万元）

- **资金用途**：区块链开发（33%）、品牌营销（25%）、供应链强化（17%）、团队扩充（17%）、风险储备（8%）。

广告语：喜事就得斟囍酒！

二、市场机会

1. 行业痛点

- **传统品牌场景固化**：婚宴酒市场被茅台、五粮液垄断，但缺乏个性化服务，消费者为“品牌溢价”买单，而非情感价值。
- **区域口味差异未被满足**：北方偏爱清/浓香型，南方倾向酱香型，现有产品难以适配细分需求。
- **年轻消费者渴望创新**：75%的 Z 世代愿为“定制化+社交属性+WEB3”支付溢价（数据来源：2023 白酒消费趋势报告）。

2. 市场规模

细分市场	规模（2023）	增速
婚宴白酒市场	800 亿元	6.2%
定制化白酒市场	120 亿元	15%
Web3 酒类衍生市场	100 亿元	30%

三、产品与模式

1. 产品矩阵

产品线	定位	核心功能
喜宴系列	高端定制（瓶身刻名/婚期）	配套 NFT 数字酒证，记录新人信息及祝福语
区域风味	中端大众（区域专属口感）	通过 C2M 反向定制，动态调整 OEM 配方
NFT 系列	限量数字藏品	与艺术家/IP 合作，可兑换实体酒或权益

2. 模式创新

- **生产端：**合作 4 家 A 级资质厂商（四川、贵州、陕西、山西），覆盖浓香、酱香、清香、凤香四大香型，实现“一地一味”。
- **销售端：**
  - **线上：**官网+小程序承接高端定制订单，覆盖大众市场。
  - **线下：**与婚庆公司分润合作（返点 15%），入驻高端酒店“喜宴套餐”。
- **区块链赋能：**
  - **NFT 数字酒证：**每瓶酒绑定唯一 NFT，记录生产、流通全链路数据。
  - **代币经济股权（XJT）：**消费挖矿、推荐获代币，用于抵扣、兑换限量款及参与社区治理，每年拿净利润 8%回购代币销毁制造稀缺性。

四、运营策略

1. 爆品营销计划

- **事件营销：**联合头部婚庆平台推出“免费婚宴酒定制”活动（限 99 对新人），制造社交传播话题。

- **KOL 矩阵：**
    - **垂类达人：**婚庆博主测评种草，主打“婚宴专属仪式感”。
    - **跨界联动：**与国风设计师推出“囍字纹”联名款，切入礼品市场。

2. 区块链技术落地

- **联盟链选择：**采用腾讯至信链，确保数据合规性与隐私保护。
- **数字钱包集成：**开发“斟囍酒”小程序，支持代币存储、NFT 展示及权益兑换。

五、财务规划

1. 三年财务预测（单位：万元）

年度	营收	毛利率	净利润
第 1 年	600	55%	120
第 2 年	1,800	60%	450
第 3 年	3,500	65%	1,050

2. 资金用途

项目	金额	占比
白酒订制与区块链开发	400	33%
品牌营销	300	25%
供应链强化	200	17%
团队扩充	200	17%

项目	金额 占比
风险准备金	100 8%

六、融资与估值

1. 估值逻辑

- **传统业务估值**：对标光良酒业（PS 5 倍），第 1 年营收 600 万元，估值 3000 万元。
- **区块链溢价**：参考 Web3 酒类项目溢价 30%，附加 900 万元，**合计估值 3900 万元（取整 4000 万元）**。

2. 投资者回报

- **退出路径**：
  - **短期**（3 年）：产业并购（PS 6-8 倍），投资者 IRR 超 63%。
  - **长期**（5 年）：港股或新加坡 IPO，适配 Web3 概念。
- **代币增值**：XJT 代币可交易流通，分享生态增长红利。

七、团队与资源

1. 核心团队

- **刘开俭（创始人）**：负责过精酿啤酒业务，参与过沱牌舍得股权并购。熟悉酒类资本化路径。

八、风险控制

1. **合规性：**
    - 代币仅限生态内消费，由律师事务所出具合规意见书。
    - 区块链数据存储于境内服务器，符合《区块链信息服务管理规定》。
2. **技术外包：**核心链开发委托腾讯至信链，降低自研风险。
3. **收入平衡：**传统白酒业务占比不低于 70%，避免过度依赖代币经济。

九、结语

“斟囍酒”以**喜庆定制**切入刚需市场，以**区块链技术**构建差异化壁垒，通过轻资产模式快速扩张。本次融资将加速品牌占领用户心智、完善代币生态，为投资者提供“消费升级+Web3 创新”的双重价值增长引擎。

喜事就得斟囍酒！
让我们共同酿造传统行业的新故事！

联系人：刘开俭

电话：+86 150-0077-1876

邮箱：lkj@zhenxijiu.com

官网：www.zhenxijiu.com

斟囍酒区块链代币白皮书

——构建白酒消费的 Web3 新生态

2025 年 2 月

一、项目愿景

通过区块链技术重塑白酒消费体验，打造“实体酒+数字权益”的双重价值载体，

让每一瓶“斟囍酒”成为连接真实世界与数字世界的桥梁，实现**品牌价值升维**、**用户粘性增强**与**产业链效率提升**。

二、代币经济模型

1. 代币基础信息

- **代币名称**：喜酒通证（XJT Token）
- **发行总量**：10 亿枚（永不增发）
- **区块链**：腾讯至信链（合规联盟链，符合中国监管要求）
- **代币类型**：实用型通证（Utility Token），用于生态内消费与治理

2. 代币分配机制

分配对象	比例释放规则	用途说明
用户奖励池	40% 5 年线性释放	购买返利、社区激励

分配对象	比例	释放规则	用途说明
生态合作伙伴	20%	按合作协议分期解锁	经销商、婚庆平台分润
团队与顾问	15%	锁仓 2 年，后 3 年线性释放	核心团队激励
市场流通	15%	初始流动性释放	交易所上架、用户交易
社区治理基金	10%	按 DAO 提案审批释放	生态建设、开发者激励

3. 代币核心功能

- **消费抵扣**：1 XJT = 1 元人民币，可抵扣"斟囍酒"产品及服务费用。
- **权益凭证**：
  - 持有≥1,000 XJT：解锁限量款 NFT 优先购买权。
  - 持有≥10,000 XJT：参与线下品鉴会、DAO 治理投票。
- **生态治理**：代币持有者可对品牌联名、新品开发等提案投票。

三、技术架构

1. 区块链底层设计

- **联盟链选择**：腾讯至信链（Tencent Blockchain as a Service），确保数据隐私、高 TPS（≥3,000 笔/秒）及合规性。
- **智能合约**：
  - **XJT 发行合约**：ERC-20 标准适配，支持跨链兼容。
  - **NFT 铸造合约**：记录每瓶酒的唯一哈希值（生产时间、批次、物流数据）。

2. 用户交互层

- **数字钱包**：集成于“斟囍酒”微信小程序，支持 XJT 存储、转账及 NFT 展示。
- **DApp 功能**：
  - **溯源查询**：扫描酒瓶二维码，查看区块链存证信息。
  - **NFT 商城**：购买/转让数字酒标、婚礼纪念 NFT。

四、核心应用场景

1. 产品溯源与防伪

- **全流程上链**：从原材料采购、生产灌装到物流配送，关键数据实时上链，消费者可验证真伪。
- **技术指标**：
  - 数据上链延迟＜1 秒，查询响应时间＜0.5 秒。
  - 防篡改等级：SHA-256 加密算法+多节点共识验证。

2. NFT 数字藏品

NFT 类型	发行量	权益	定价（XJT）
婚宴纪念 NFT	限量 1 万份	兑换实体酒+婚礼视频存储服务	999
艺术家联名 NFT	限量 100 份	兑换稀有酒款+艺术家签名	10,000
区域文化 NFT	按需发行	解锁地域专属折扣（如四川用户享 8 折）	动态定价

3. 社区治理与激励

- **DAO 治理平台**：
  - 提案门槛：持有≥10,000 XJT 或获得 100 社区签名。

    - 投票权重：1 XJT = 1 票，通过需≥51%赞成票。
- **贡献激励**：
    - 用户发布 UGC 内容（如品酒视频）可获得 10-100 XJT 奖励。
    - 经销商推荐客户成交，额外获得订单金额 5%的 XJT 返佣。

五、合规与风控

1. 法律合规

- **代币属性**：明确 XJT 为"消费积分"，仅限生态内使用，不涉及《关于防范代币发行融资风险的公告》中的融资行为。
- **数据安全**：用户数据加密存储于腾讯云，符合《个人信息保护法》及 GDPR 标准。

2. 风险控制

- **价格稳定机制**：每季度用 8%净利润回购并销毁 XJT，减少流通量。
- **应急熔断**：若 XJT 价格单日波动超±30%，暂停交易 24 小时。

六、发展路线图

阶段	时间	目标
Phase 1	2026 Q1-Q2	上线 XJT 钱包功能，发行首期婚宴纪念 NFT
Phase 2	2026 Q3-Q4	接入 10 家婚庆平台，DAO 治理平台内测
Phase 3	2027Q1-Q2	开放 XJT 与主流消费场景互通（如酒店婚宴抵扣）

阶段	时间	目标
Phase 4	2027Q3-Q4	实现年销 100 万瓶酒，代币生态贡献 30%营收

七、团队与合作伙伴

1. 核心团队

- **刘开俭（创始人）**：前乐惠国际高管，主导精酿啤酒业务，前阜兴集团 IT 总监参与过沱牌舍得股权并购。

2. 战略合作

- **腾讯至信链**：提供区块链底层技术支持。
- **泸州 OEM 厂商**：确保优质基酒供应。
- **婚礼纪**：覆盖 200 万对新人用户，联合推广婚宴定制酒。

八、代币价值支撑

1. 收入闭环

- **代币消耗场景**：
  - 白酒购买：年均消耗预计占总流通量 40%。
  - NFT 铸造：消耗占比 30%。
  - 社区治理提案：消耗占比 10%（提案需抵押 XJT）。

2. 价值增长逻辑

驱动因素	对 **XJT** 价值影响

驱动因素	对 **XJT** 价值影响
用户规模扩大	需求增长，通缩机制推动价格上涨
生态场景扩展	接入更多消费场景，提升代币实用性
品牌溢价提升	市场认可度提高，吸引长期持有者

九、免责声明

1. XJT 为实用型通证，不可兑换为法定货币，不作为投资品宣传。
2. 本白皮书不构成任何投资建议，参与者需自行评估风险。

“喜事就得斟囍酒，未来尽在链上！”