

斟喜酒商业计划书

喜宴用酒定制专家，Web3 时代的新消费品牌

一、执行摘要

项目定位：

“斟喜酒”是上海网锅信息技术有限公司旗下的创新白酒品牌，专注于婚宴、寿宴等喜庆场景的定制化白酒服务，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：

- 品牌壁垒：**已注册“斟喜”商标（30/32/33/35 类）及国际域名（zhenxijiu.com/.cn），覆盖食品、白酒、饮料、广告销售全链路。
- 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。
- 创始人资源：**刘开俭（前乐惠国际高管）主导过沱牌舍得并购及精酿啤酒业务，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”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	50 亿元	30%

三、产品与模式

1. 产品矩阵

产品线	定位	核心功能
婚宴定制系列	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
区域风味系列	中端大众（区域专属口感）	通过 C2M 反向定制，动态调整 OEM 配方
联名 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、清香三大香型，实现“一地一味”。
- **销售端：**
 - **线上：**官网+小程序承接高端定制订单，抖音直播覆盖大众市场。
 - **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（XJT）：**用户消费、推荐获代币，用于抵扣、兑换限量款及参与社区治理。

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）：**参与过乐惠国际精酿啤酒业务，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

斟喜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“斟喜酒”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
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

分配对象	比例释放规则	用途说明
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 $\geq 1,000$ XJT: 解锁限量款 NFT 优先购买权。
 - 持有 $\geq 10,000$ 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 ($\geq 3,000$ 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 $\geq 10,000$ XJT 或获得 100 社区签名。
 - 投票权重: 1 XJT = 1 票, 通过需 $\geq 51\%$ 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 $\pm 30\%$ ，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）

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。

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

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

- 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。

“喜事就得斟醴酒，未来尽在链上！”