



法国 漫滋 巧克力

# 商业计划书



漫滋 - 浪漫的滋味! 爱是唯一 (一生只送一人)

漫滋国际商贸 (上海) 有限公司

# 目录



## 前言

### 1、产品、团队

- 1.1 品牌理念
- 1.2 产品优势
- 1.3 产品介绍
- 1.4 推广方式
- 1.5 经营模式
- 1.6 团队介绍

### 2、行业分析

### 3、竞争对手分析

- 3.1 竞争对手分析
- 3.2 优势：线上、线下

### 4、盈利预测

### 5、融资计划

### 6、风险、前景分析





# 前言 - 我们为什么会做“漫滋”

2003年我们白手起家创建柠檬绿茶，三年时间，柠檬绿茶成为淘宝最大卖家，C2C第一店。（因为看到柠檬绿茶模式的发展局限，我们谢绝了众多VC的主动投资。）

我们的目标是做一个百年的企业。

我们做过高端进口化妆品、时尚服装饰品鞋包、品牌品质品味居家、进口食品...

10年电商经验，10年进口奢侈品运营经验，10年口碑营销、社会化媒体营销经验，多年O2O模式的探索经验...

我们看到了雕爷牛腩、皇太极、西少爷、野兽派、roseonly等的成功。并且，我们也看到了他们的发展局限。

站在成功的基石上，吸取失败的教训，我们推出了自有品牌：“漫滋”巧克力





# 1.1 品牌理念

漫滋品牌理念：**爱是唯一**

（顶级系列kissonly：一生只送一人）

漫滋解语：浪漫的滋味。

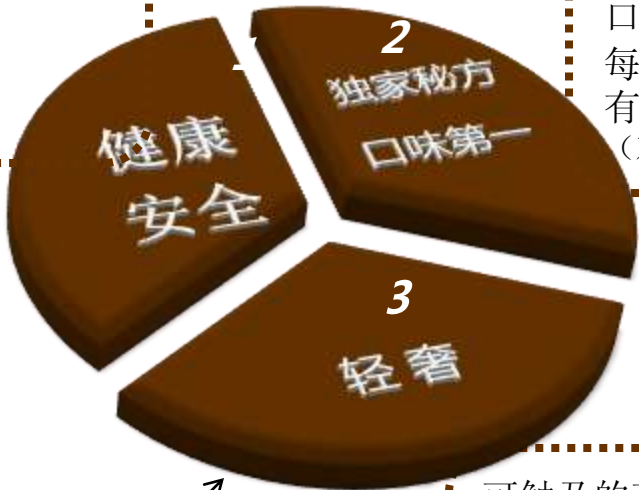
巧克力是爱情的代表，是浪漫的代名词。

打破世俗观念：顶级稀有的、纯天然、手工巧克力只能送给心里唯一爱人



# 1.2 产品优势

- 欧洲松露巧克力最大工厂
- Since 1948
- 悠久工艺，品质恒定
- 原装进口，用料考究
- 颠覆传统，健康安全



独家买断巧克力家族百年秘制配方，保鲜周期15天内（且要低温保存），口味奇妙无比。  
每一盒巧克力由法国空运过来。稀有珍贵珍贵  
(对200多万老客户采用预售模式)

顶级系列：  
纯天然，  
无添加，  
纯手工！

可触及的高端大气上档次  
欧洲纯正血统  
欧洲巧克力大师定制  
聘请顶级大师作为品牌产品总监  
限量唯一，稀有珍贵



# 1.3 产品介绍

浓郁丝滑、入口即化，口味无与伦比

## 原味系列:



黑色传统系列 共4款



浓情古典系列 共4款



丝滑自然系列 共4款

## 口味系列:



香浓可可系列



卡布季诺系列



香脆榛子系列



秘诱蓝莓系列



臻选扁桃仁系列

## 礼盒系列:



经典绝伦



悠品一刻



恋恋蜜语

**顶级kissonly系列:** 纯天然、无添加、纯手工的!  
高端独有，私人定制，欧洲顶级巧克力大师纯手工制作





## 1.4 推广方式

### 口碑式营销为主

推广渠道：微博，微信，电商为主力渠道

推广方式：“明星+网络红人+购物达人”作为意见领袖；

顾客晒单进行全网口碑营销；

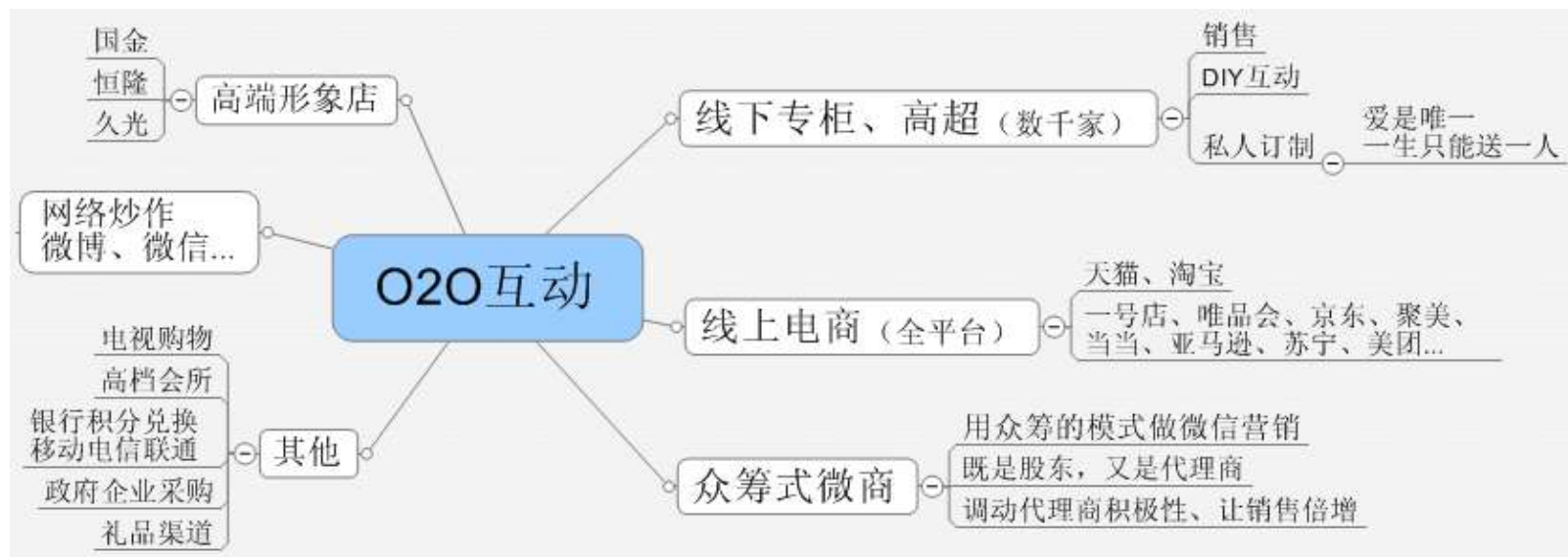
不断制造事件营销，打造网络爆款，作为炒作热点。

例如通过炒作“爱是唯一，一生只送一人”将漫滋炒作成“爱情巧克力第一品牌”



# 1.5 经营模式：“新型互联网O2O模式”

“新型互联网O2O模式”：电商 + 微商 + 线下高端商超 + 其他渠道







# 1.6 团队介绍

强强联合、优势互补：

## 1、柠檬绿茶电商团队：

- ✓ 线上电子商务 - 十年电商经验  
专业资深，所有电商平台均有合作
- ✓ 10年进口高端产品运营经验  
对产品和消费者体验上有深刻理解
- ✓ 分销
- ✓ 微信营销

## 2、原德菲丝团队+创始人

- ✓ 产品开发设计、生产
- ✓ 线下商超

### 王维栋 总裁 本科

曾就职于振青会计师事务所、东方通信集团（上市公司）、小护士集团、欧莱雅集团（全球最大的化妆品集团）。

2003年，白手起家创建柠檬绿茶（C2C第一店）。

在战略规划、企业管理、企业文化、团队建设、市场分析、电子商务营销推广等方面，有丰富的经验。

（上海宝山区第七届、第八届青联委员。上海市山东十大杰出青年）

### 张定华 副总裁 本科

曾就职于当时上海最大的民营企业“绿谷集团”；

2003年，白手起家创建柠檬绿茶（C2C第一店）；

在消费者心态把握、市场营销、电商营销推广、商品选择、供应链管理等方面，有丰富的经验。

深谙互联网炒作模式，精通社会化营销。

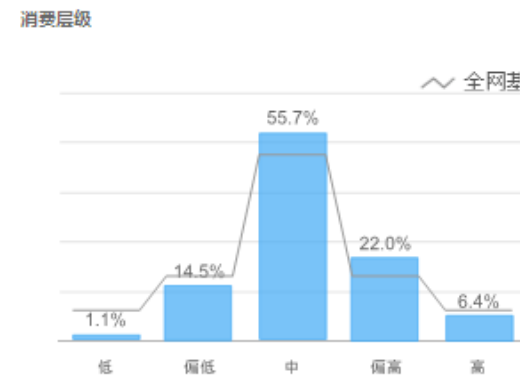
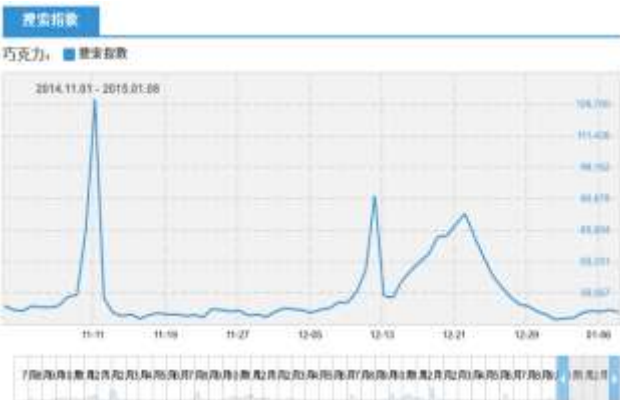
### 凌甦 副总裁 本科

1998年起从法国引进松露巧克力，为中国引进松露巧克力第一人。

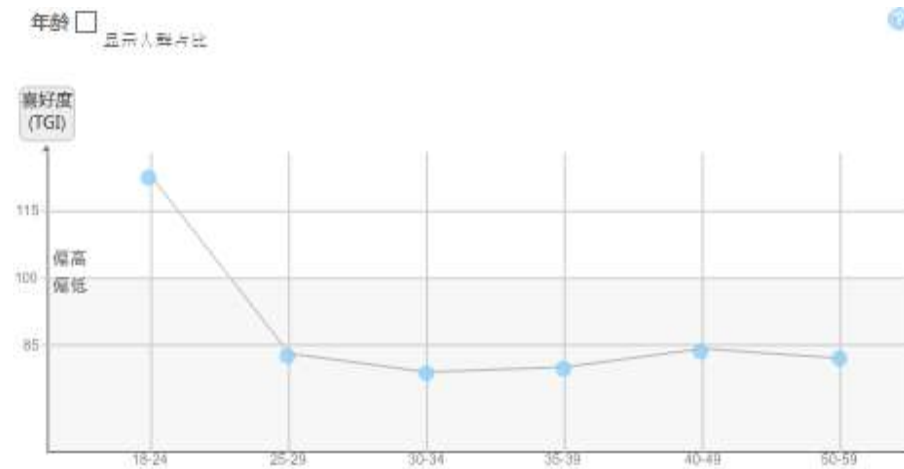
在欧洲巧克力供应链方面，以及线下商超渠道，有丰富资源。



# 2.1 行业分析



费列罗截至2012年8月的上一年财报显示，其年度EBITDA约为12亿欧元。  
 费列罗单品牌年销售额200亿美元。  
 - 可见市场空间巨大!





## 2.2 行业分析

- 1、中国巧克力市场概况和发展预测 <http://wenku.baidu.com/view/9f0668eae009581b6bd9eb44.html>
- 2、中国巧克力市场分析报告 <http://www.docin.com/p-649292181.html?qq-pf-to=pcqq.c2c>
- 3、国内巧克力市场状况分析及与国际对比 <http://big5.icandata.com/free/spyl/200610/1030202W2006.html>

中国是一个潜力巨大而未开发的巧克力市场，在未来几十年里将会有令人兴奋的成长机会。我国人均巧克力消费大约为每年40克至70克。

欧洲年人均消费巧克力7公斤以上，亚洲的韩国、日本平均2公斤。

据估计中国巧克力市场约35亿美元（约200亿人民币），仅占国际市场的百分之零点五。

因此这是一块还未被开发的黄金地带。

**业内人士普遍认为：中国即将成为世界上最有发展潜力、增幅最快的巧克力市场！巧克力正以10-15%的年增长率迅猛发展.....**



中国巧克力市场概况和发展预测

季顺英

对国内巧克力市场现状和预测，可以用十六个字来概括，这就是：“形势大好、发展很快、竞争激烈、潜力很大”。

**中国巧克力市场，  
将是资本必争之地！**

做为VC：  
今天不占位，明天靠边看。

# 3.1 竞争对手分析

| 品牌名称             | 销量趋势   | 热销指数  | 全网均价  |
|------------------|--|-------|-------|
| 29 Maltesers/麦提莎 |   | 303   | ¥ 148 |
| 32 高迪瓦           |   | 295   | ¥ 143 |
| 9 瑞士莲            |   | 1,249 | ¥ 118 |
| 24 royce         |   | 467   | ¥ 114 |
| 20 ROYCE'        |   | 522   | ¥ 113 |
| 2 费列罗            |  | 3,575 | ¥ 109 |

在 巧克力/DIY巧克力类目 下购买 巧克力 的人群偏好 最近30天(2014-12-10 至 2015-01-08)

**人群筛选器**

性别:  男  女  全部

消费层级:  低  低中  中  中高  高

买家等级:  新手  初级  中级  资深  专家











身份:  白领  学生  全部

年龄:  18  25  30  35  40  50  60

地域:  请勾选省份

广告 12% 折扣 10% 运费 10%

**相关品牌**

| 品牌名称           | 销量趋势  | 热销指数  | 全网均价 |
|----------------|---|-------|------|
| 1 德芙           |    | 4,608 | ¥86  |
| 3 费列罗          |    | 3,575 | ¥109 |
| 4 卜珂           |    | 2,813 | ¥28  |
| 4 德芙           |    | 2,405 | ¥31  |
| 4 巧罗           |    | 2,139 | ¥36  |
| 4 FERRERO/费列罗  |    | 1,594 | ¥82  |
| 7 乐天           |   | 1,457 | ¥23  |
| 8 甄池           |  | 1,340 | ¥36  |
| 8 瑞士莲          |  | 1,249 | ¥118 |
| 10 Houstage/好时 |  | 1,239 | ¥100 |

费列罗、德芙、好时、瑞士莲等未涉足松露巧克力  
 高端品牌 Godiva高迪瓦已有

我们的纯天然、无添加、纯手工的顶级巧克力  
 - 上述大牌无法模仿



# 3.1 竞争对手分析-松露巧克力

松露巧克力

绝大多数35元以下

均价45元以上的巧克力

只有德菲丝、漫滋

漫滋2个月时间:

销量排名17

单价排名第二



松露巧克力市场潜力很大:  
松露巧克力国内刚刚起步。  
小品类, 竞争不大。  
大部分松露巧克力为国产、  
非松露或有毒害的氢化植物油

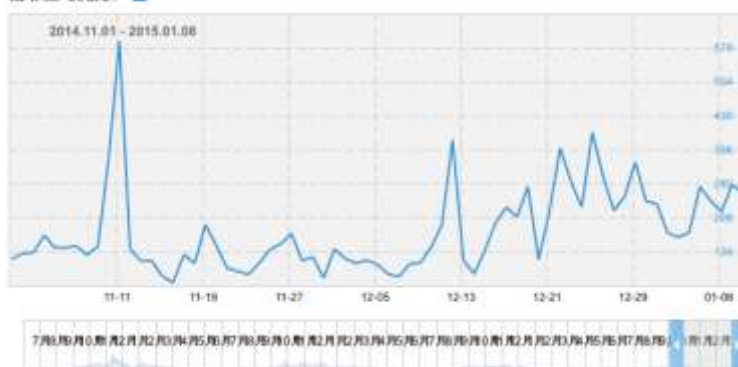


# 3.1 竞争对手分析-德菲丝

## 德菲丝

- 1亿销售额
- 内部管理
- 市场管控
- 线下代理商
- 线上代理商

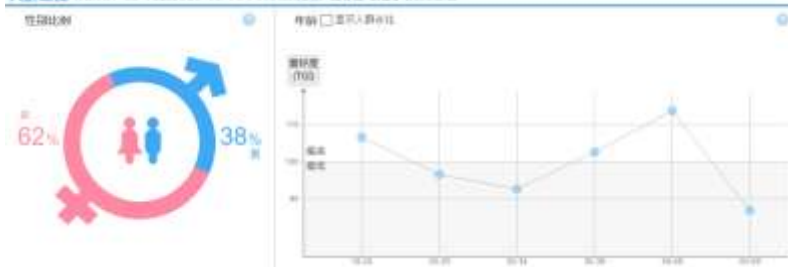
德菲丝巧克力: 搜索指数



地域分布 从2014-11-01到2015-01-08, 68天内搜索 德菲丝巧克力 的省份



人群定位 从2014-11-01到2015-01-08, 68天内搜索 德菲丝巧克力 的用户

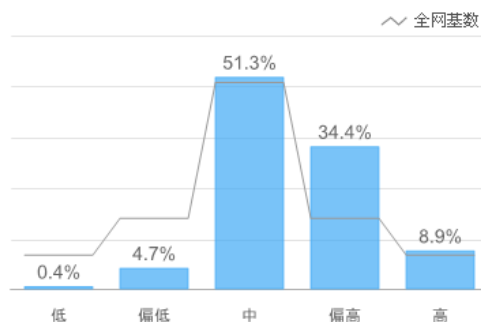


**地域**

请选择省份

江苏 19% 浙江 16% 上海 14%

消费层级





## 3.2 优势：线上线下

### 线上优势

- 十年电商经验、专业资深  
熟知电商运营炒作的细节。可以更好地抓住商机、少走弯路。
- 熟悉市场、了解消费者、懂产品  
可以较好地讲三者结合
- 成熟团队：运营、客服、仓储物流、电商渠道
- 柠檬绿茶200多万老顾客 高端白领女性为主
- 电商全渠道、全网络推广宣传  
天猫、淘宝、京东、一号店、唯品会、京东、聚美、当当、亚马逊、美团、新浪、微信等平台均有合作

### 线下优势

- 合伙人1998年起从法国引进松露巧克力，是中国大陆引进松露巧克力的第一人。
- 有成熟巧克力运作经验：  
德菲丝巧克力创始人（运营至销售额一亿）。
- 工厂生产资源：  
与法国、比利时、土耳其、北美等巧克力工厂有良好的合作关系。
- 线下商超渠道资源、成熟线下商超运营经验。  
可以快速进驻五六百家商超门店，并同时实现盈利。

# 4 盈利预测

| 销售年度              | 销售收入           | 销售毛利          | 毛利率 | 期间费用          | 期间费用比例 | 净利润           | 净利率 |
|-------------------|----------------|---------------|-----|---------------|--------|---------------|-----|
| 2015年 4 月-2016年3月 | 2,000          | 536           | 27% | 336           | 16.8%  | 200           | 10% |
| 2016年 4 月-2017年3月 | 6,000          | 1,788         | 30% | 1,092         | 18.2%  | 696           | 12% |
| 2017年 4 月-2018年3月 | 15,000         | 5,040         | 34% | 2,880         | 19.2%  | 2,160         | 14% |
| 2018年 4 月-2019年3月 | 30,000         | 10,000        | 33% | 5,700         | 19.0%  | 4,300         | 14% |
| 2019年 4 月-2020年3月 | 80,000         | 26,200        | 33% | 14,800        | 18.5%  | 11,400        | 14% |
| <b>合计</b>         | <b>133,000</b> | <b>43,564</b> | -   | <b>24,808</b> | -      | <b>18,756</b> | -   |

单位：万元



| 分类        | 年度                | 销售收入          | 销售毛利          | 毛利率          | 期间费用          | 期间费用比例       | 净利润           | 净利率 |
|-----------|-------------------|---------------|---------------|--------------|---------------|--------------|---------------|-----|
| 零售        | 2015年 4 月-2016年3月 | 800           | 296           | 37%          | 216           | 27%          | 80            | 10% |
|           | 2016年 4 月-2017年3月 | 2,400         | 960           | 40%          | 696           | 29%          | 264           | 11% |
|           | 2017年 4 月-2018年3月 | 6,000         | 2,700         | 45%          | 1800          | 30%          | 900           | 15% |
|           | 2018年 4 月-2019年3月 | 10,000        | 4,600         | 46%          | 3100          | 31%          | 1500          | 15% |
|           | 2019年 4 月-2020年3月 | 20,000        | 9,400         | 47%          | 6400          | 32%          | 3000          | 15% |
|           | <b>小计</b>         | <b>39,200</b> | <b>17,956</b> |              | <b>12,212</b> |              | <b>5,744</b>  |     |
| 分销代理      | 2015年 4 月-2016年3月 | 1,200         | 240           | 20%          | 120           | 10%          | 120           | 10% |
|           | 2016年 4 月-2017年3月 | 3,600         | 828           | 23%          | 396           | 11%          | 432           | 12% |
|           | 2017年 4 月-2018年3月 | 9,000         | 2340          | 26%          | 1080          | 12%          | 1260          | 14% |
|           | 2018年 4 月-2019年3月 | 20,000        | 5400          | 27%          | 2600          | 13%          | 2800          | 14% |
|           | 2019年 4 月-2020年3月 | 60,000        | 16800         | 28%          | 8400          | 14%          | 8400          | 14% |
|           | <b>小计</b>         | <b>93,800</b> | <b>25,608</b> |              | <b>12,596</b> |              | <b>13,012</b> |     |
| <b>合计</b> | <b>133,000</b>    | <b>43564</b>  | -             | <b>24808</b> | -             | <b>18756</b> | -             |     |



# 5 融资计划



目前属于 天使阶段

融资500万

主要用于：营销推广、品牌包装、  
研发设计、产品生产。

PS: 漫滋是我们自有品牌（而非代理）



# 6 风险、前景



我们之前的十年电商创业中，九年盈利

（我们做任何商业项目，都是以盈利为最基本底线）

漫滋也是 - 从一开始的几个月，就是盈利的。

柠檬绿茶的10年电商资源、200多万客户积累，  
可以让“漫滋”数据曲线很漂亮的做到B轮、C轮融资。

所以此项目天使轮0风险！

在0风险的基础上，我们再做其他加分项：

短期目标：

**电商巧克力第一品牌**

**5年内上市**

后期目标：

**中国高端巧克力第一品牌**





十年电商经验、教训  
最新的互联网品牌思维

...

为了节约您的时间，我们将BP一再压缩



期待与您面谈

王维栋 总裁

186 1657 5302

[wwd@nmlch.com](mailto:wwd@nmlch.com)



漫滋国际商贸（上海）有限公司