



舟山蟹小将电子商务有限公司

舟山蟹小将电子商务有限公司

商业计划书



2017年1月



目录

第一部分 海鲜即食、生鲜行业现状及机会

第二部分 公司简介及商业模式与竞争分析

第三部分 公司架构及管理团队介绍

第四部分 公司财务状况与融资计划



ONE

行业发展与机会



舟山蟹小将电子商务有限公司

行业发展现状及机会

海鲜即食、生鲜电商O2O互联网行业
解决了海鲜开袋即食足不出户就能
吃到美味、新鲜、卫生的优质海鲜
产品



TWO

公司简介及商业模式、竞争优势分析



舟山蟹小将电子商务有限公司

公司介绍

❖公司概况

2016年正式启动，4月南京第一家实体试吃店，全国超过3000人次的试吃

❖公司定位

Q派海鲜，不止是贩卖海鲜产品，更是贩卖年轻的生活方式。





公司介绍

❖ 目标市场：追求时尚，追求品质的互联网年轻吃货们





舟山蟹小将电子商务有限公司

公司介绍

❖ **未来销售渠道**：互联网线上销售和线下实体店加盟营销





舟山蟹小将电子商务有限公司

主要产品服务介绍

❖ 产品系列

主要有海鲜即食类、生鲜、海鲜礼包

海鲜即食类主打产品：香辣蟹、蟹兵爪、
怒呛蟹、虾兵闹盐海等





舟山蟹小将电子商务有限公司

公司技术（竞争）优势

❖ **产品优势**：独家配方，鲜美可口，吃过的人都说好





舟山蟹小将电子商务有限公司

公司技术（竞争）优势

❖ **团队优势**：研发能力强，专业市场营销人员运营





竞争分析

- 独家配方，口味鲜美
- 舟山产地直供，品质有保证
- 价格合理，性价比高
- 线下体验，提升客户黏性
- 线上销售推广，轻资产运营

- 海鲜类产品的网络销售在加大，同行竞争在加剧
- 海鲜产品的品质差异较大，纯低价竞争者破坏消费者购买选择
- 线下海鲜酒店品种众多，选择面广

优势 威胁

机会 弱势

- 海鲜食品受到人们欢迎
- 消费海鲜食品的人群黏性较高，有很强的消费能力和忠诚度
- 海鲜食品作为健康食品，在中国食品安全环境下属于放心食品

- 品牌缺乏知名度
- 推广力度不足
- 渠道建设仍待加强



竞争优势

蟹小将

即食海鲜
熟制品

与冰鲜海鲜
产品相比：

- 1、不需要自行烹饪，开袋即食，简单
- 2、味道稳定，口感独特
- 3、品质稳定，没有消费陷阱

与海鲜酒店
熟制品相比：

- 1、品质稳定，没有消费陷阱
- 2、不依赖于厨师的水准，可实现标准化烹饪
- 3、市场覆盖面大，地域局限性小



舟山蟹小将电子商务有限公司

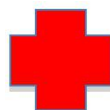
竞争优势

蟹小将拓展的是一个全新的细分市场，在行业中基本没有同类产品存在。



推广方式

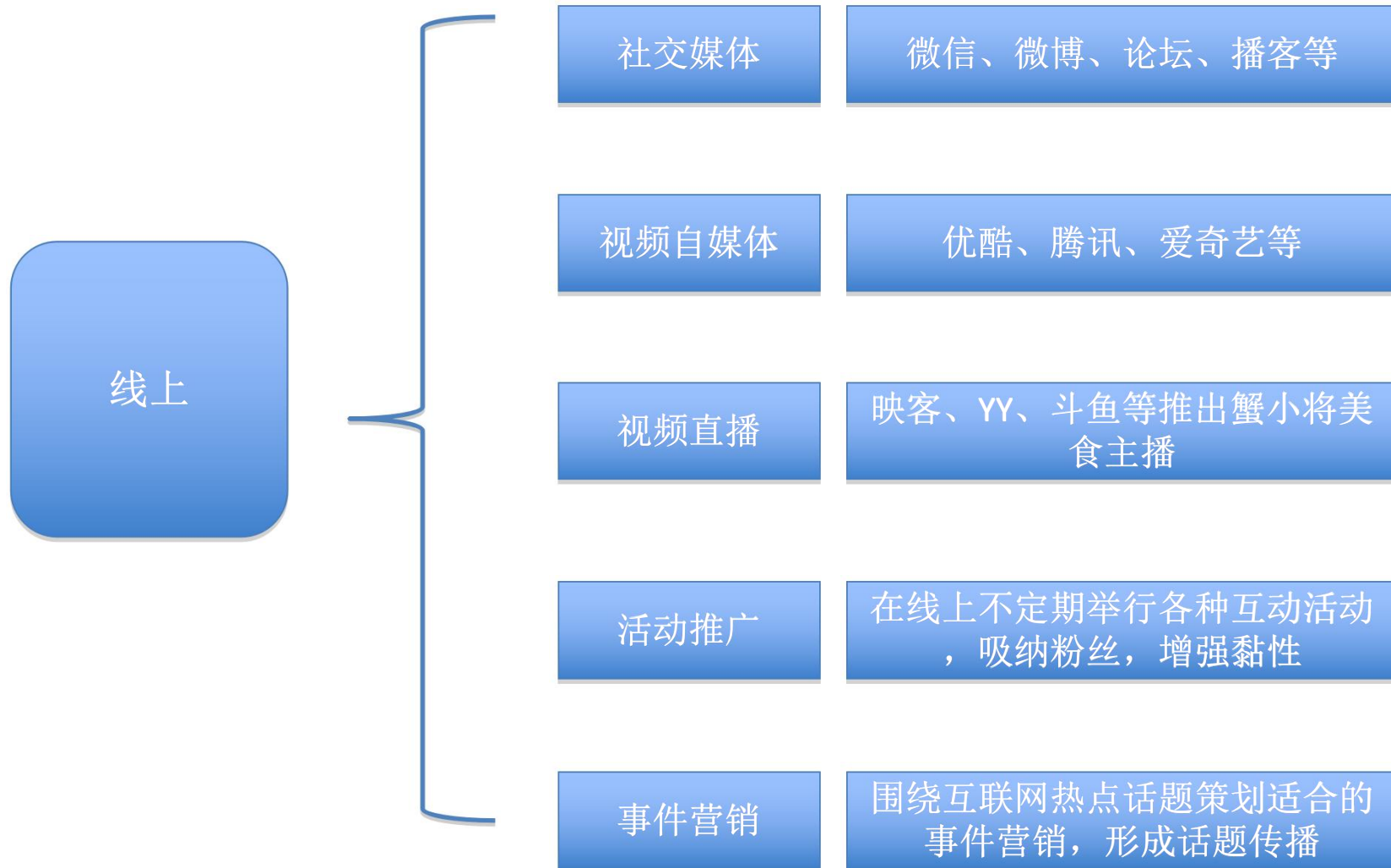
线上



线下



推广方式





推广方式

线下

加盟推广

吸纳加盟商，通过铺设网点增加曝光量

展会推广

通过参加食品行业展会、美食节等吸引加盟商及消费者

大众媒体

以广播电台为主，辅以电视等大众媒介进行推广，提升品牌名气

户外媒体

以户外多媒体屏幕为主，包括电影院大屏幕，针对特定人群推广

活动推广

通过与支付宝、微信联合进行线上线下活动吸引更多客户进店



推广方式

推广方式当然远不止上述几种。重要的是我们将通过线上线下的深度整合，通过多种多样好玩有趣的推广方式吸引更多的年轻吃货关注蟹小将、品尝蟹小将。



推广方式

与目前大多数O2O模式的线下试吃、线上购物或线上购物、线下提货（送货）不同，蟹小将将真正打造线下体验—线上购物—线下体验的闭环O2O模式。因为我们的产品不是标准化的工业品或是团购外卖等服务型产品，而是极具差异化的美食，每个季节、每个月甚至每一天的产品都会给人不同的体验感，因此消费者的参与感更强，黏性更强。



发展前景

据统计，2014年按当年价格计算，全社会渔业经济总产值20858.95亿元。

海水产品与淡水产品的产量比例为51：49。

在万亿级的大市场中，蟹小将作为一个蓝海产品，具有广阔的前景！



参考案例



周黑鸭：历经13年的发展，成功开发了适合年轻消费群体的鸭类卤制休闲食品系列



绝味鸭脖：单品销售的成功案例



发展目标

蟹小将：成为即食海鲜熟制品市场的领导品牌。

简而言之，就是做“海鲜界的周黑鸭”！



公司发展现状

完成市场、发展定位

完成包装、logo定位

完成口味配方定位



公司发展规划

- ❖ 标准化生产工厂
- ❖ 线上商城完善建设
- ❖ 人员组织架构
- ❖ 冷备升级
- ❖ 海上交易平台调研



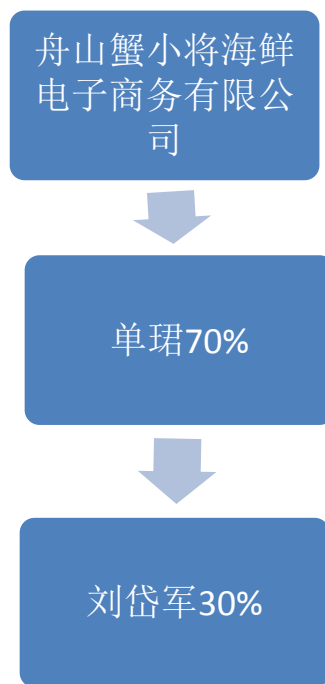
THREE

公司团队介绍



股权架构及团队介绍

公司目前的股权架构





公司团队介绍

刘岱军：南京宁波商会、舟山商会 常务副会长；舟山市青年企业协会 理事；舟山是海促会 理事；江苏迈思杰科技有限公司 总经理；舟山蟹小将电子商务公司 总经理；岱山慈缘普瑞禅意项目发起人；南大EMBA毕业；15年IT科技公司运营和管理；5年数据传输设备研发生产和营销经验；2年互联网营销经验；多年各类活动组织和策划；喜欢户外运动、驴友；海钓爱好者；

周浩栋：上海交通大学毕业，对渠道和销售管理有近20年的丰富经验，对BtB和BtC销售模式驾轻就熟，有非常强的组织和领导能力，能和客户建立良好的关系，在团队里建立和保持团队合作精神。

储来斌：北京楚仁科技有限公司 总经理；e点客创始股东；多家咖啡店创始股东；北京IT协会 副会长；具有丰富的创业和管理经验；很强市场敏锐性；开拓能力和人脉资源稳固，近几年在食品行业更是深入耕耘，有着强大的建设团队能力。

费志荣：资深营销策划专家，从事广告及营销策划工作已有15年时间。毕业于西安交通大学。15年来，先后服务过的客户有：五芳斋粽子，三珍斋食品，桐昆集团，巨匠集团，博元建设，伊思佳户外服饰，艾得米兰内衣，枕水人家电商家纺，旒莱雅时尚女装，斯帝特太阳能，嘉兴科技城，浙江大树置业，华之杰建材，美尔凯特集成吊顶，旅行之家箱包，嘉化集团等上百家大中型企业。

张浩：高级厨师；多年的饭店经营管理经验；高超的研制产品能力，个人多次获得各类奖项，并参加各种比赛。



FOUR

公司财务状况与融资需求



未来五年财务预测

❖ 预计未来三到五年财务状况

单位：万元

项目	2017年	2018年	2019	2020年	2021年
销售收入	500	1800	5000	8000	12000
毛利润率	50%	50%	40%	40%	45%
净利润率	20%	20%	25%	25%	25%



融资额度及用途

❖ 本次融资额度：500万

❖ 出让股权比例：15%

❖ 融资金额用途：建设标准化生产工厂、建立完善的团队，市场广告，产品 研制，公司冷备升级、线上商城完善、海上交易平台调研

❖ 上市规划（退出机制）：上市退出，并购退出，回购退出



舟山蟹小将电子商务有限公司

谢谢聆听