膳蔻（suncall)品牌为北京欣臣世纪电子商务有限公司注册商标，致力于打造“中国互联网有机食材的第一品牌”，在吉林省成立吉林膳蔻食品有限公司，将高品质与互联网电子商务相结合，用垂直电商模式缩短您与纯粹的距离。品牌产品于2015年4月28日上市。公司所有产品严控质量及产季供应，将更多稀少珍贵的食材送到用户餐桌，满足客户对臻品的极致要求，用品质刷新味蕾。

        膳蔻品牌致力于打造“中国健康膳食领先品牌”坚持原产地直供，原产地取材，每一份食材均来自“膳蔻供应链”签约农户或合作社，食材品质通过全链自控模式，统一采购，标准化分装，全程无污染，无添加。从食材源头到您手中，我们守护食材的那份纯粹。找回食材最初的味道。膳蔻品牌专注于长白山产带季供食材，每一份品质如您所见。京东双十一活动已经开启，11月狂购11天。

       大量团购及家庭食材解决方案，可以随时与我们沟通，2016年生态猪领养计划，首批50头生态猪已于吉林省蛟河市前进乡农户签订养殖协议，生态散养，全程无饲料，视频可以监控，偶尔通过微信端看看它的生长状态，是不是又一次刷新您对互联网垂直的观念了呢？膳蔻食材垂直是只为让您与纯粹更亲近。预计2016年3月中旬开始接受预定。

膳蔻品牌愿景 ：中国食材行业领先品牌

膳蔻品牌理念 ：膳蔻，一种生活态度

膳蔻品牌宗旨 ：坚持原产地建厂，原产地取材，

原产地直供，全程0添加，

确保品质，确保新鲜。

膳蔻品牌价值 ：有服务、有温度、更纯粹

膳蔻品牌使命 ：改变中国食材版图

膳蔻品牌   
 膳蔻（(suncall)品牌为是公司垂直电子商务的一个重要战略部署，通过自有农场／膳蔻供应链／膳蔻频道／膳蔻小镇／膳蔻服务／膳蔻会员／五维一体垂直电子商务服务，涉及互联网领域涵盖b2b，b2c，o2o，公司立足打造一个国民可信赖的食材品牌，并通过澳洲进出口优势走向国际，形成拥有自有客户服务体系的食材品牌。在食材方面公司坚持以“纯粹”“透明”“真实”的三元素为客户提供便携／极致／纯粹的产品。  
 膳蔻／不只是食材，我们致力于打造以客户为中心，通过产品及增值服务改颠覆用户体验，形成一个大的社交互动平台，通过膳蔻频道的线下整合，完成更好的线下体验整合，为客户提供更多优质的服务。膳蔻供应链为膳蔻旗下产品保驾护航，他是一个套完整的供应体系，从种植户的签订、产品培育、野生食材采摘、生产加工、出厂配送，我们溢价收购食材，保证农户利益的同时，严控每一个环节，让消费者可参与，可信赖的品牌。所购买的每一份食材品质都源自互联网垂直的力量。

欣臣世纪公司简介  
 北京欣臣世纪电子商务有限公司成立于2012年，身处当时中国互联网的发展大潮，抓住电子商务的发展契机，在全国各地通过电子商务平台销售联想pc业务，在国内拥有3家分公司，分公司主要承接当地政府采购项目，随着电子商务的飞速发展， 2013年与吉林省蛟河市建立蓝莓培育基地，引进加拿大美登蓝莓，迈出互联网食材垂直发展的第一步。2013年6月公司助力快速消费品领域，签订舒达源天然无气苏打水项目，并成为2014年度舒达源销售10强经销商，2014年7月公司注册申请“膳蔻”“suncall”双语商标。为了迎合膳蔻品牌发展公司2014年11月23日吉林膳蔻食品有限公司成立2015年4月7日 膳蔻项目进入天使会和投预热阶段，膳蔻品牌形象在创业大街展示。2015年6月膳蔻品牌入驻JD，7月6日初签订膳蔻总订单单月突破60W。7月10日 膳蔻美登蓝莓完成首批预订，首次对接时限食材。

北京欣臣世纪电子商务有限公司   
北京欣臣世纪电子商务有限公司前身为 联想集团大客户经销商，经过几年的拼搏发展，2014年公司膳蔻品牌事业部成立，作为公司电子商务的重要的规划与部署，凭借优秀的商业模式，项目现已登上中关村创业大屏，称为天使汇合投预热阶段。因公司发展需要，面向校园寻找够bigger的你加入,如果你有有梦想，赶快加入吧  
市场总监 （合伙人）

1人 公司期权  
市场专员/行政人员  
10人

电商运营经理

2人  
平面设计／网页设计  
10人

产品经理

1  
渠道总监

1人

公司享有春节年假15天，定期公司组织聚会／生日会／培训学习／，公司提供5险，并愿意为优秀的高端人才办了居住证，公司采用员工分红制，为公司重大决定作出贡献的优秀个人与团队，公司给予股权激励制度。公司按比例，按工龄，按贡献多少给予年底分红。欣臣世纪是一个充满激情，有目标有理想的平台，欢迎各位优秀人士在此共谋发展。

膳蔻产品介绍  
膳蔻品牌定位于“重新定义，臻品生活 Redefine life style”，旗下产品富有较高的影响力，通过企业自控／客户体验／膳蔻供应链／确保每一份高品质产品。

--------------------------------------------------------------------------------------------------  
膳蔻季供食材家庭装（让爱，重回厨房）

打造都市白领下班回家烹饪的便携性，忙碌一天的，在烹饪中找回真我。  
膳蔻家庭装 产品有：膳蔻尚品家庭装200g秋木耳，（已上市）

膳蔻臻品家庭装200g秋木耳，

膳蔻精品200g秋木耳，

膳蔻臻味调味包，

膳蔻臻品滑子蘑

全系列采用家庭独立小包装，方便烹饪，减少食材污染，更有依赖得包装风格让整体体验提升。

--------------------------------------------------------------------------------------------------

膳蔻野生菌菇类包含：（臻品，源自深山）

从原产地到餐桌，地理距离，我们正在为您缩短。

膳蔻野生臻蘑200g，（已上市）

膳蔻野生元蘑200g, （已上市）

野生猴头蘑200g，（已上市）

膳蔻野生松蘑200g。（已上市）

膳蔻冷水香米5kg （未上市）

满足一二线城市客户对绿色山珍的需求。

--------------------------------------------------------------------------------------------------  
膳蔻mini款产品： （无新意，不新奇）

随时随地，专属我的营养元素

膳蔻尚品15（5\*5）便携款  （未上市）

、、、、、、还有5款不同品类不同包装的产品

含3种\*15包不同口味调料，主打80后消费人群。

下午茶、熬夜写文案、商务会谈，一杯清水，40分钟一份营养小料理。

--------------------------------------------------------------------------------------------------  
膳蔻时限产品： （你，应该尝点“新”的）

膳蔻美登蓝莓，（已上市）



|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 说明： |  |  |  |  |
| 1、家庭装定位高性价比，在中低端市场抢占市场份额 | | | | |
| 2、优选定位中端，产品多数一级，定位品质消费客户 | | | | |
| 3、甄选定位一线城市 轻奢主流消费人群 | | | |  |
| 4、所有产品执行标准按照国家执行标准进行 | | | | |
| 5.国家地理性标识 | |  |  |  |

膳蔻家庭装食材，膳蔻优选食材，膳蔻甄选食材，膳蔻长白山野生坚果，膳蔻东北季供杂粮，膳蔻菌菇调料，膳蔻SOHO系列，膳蔻食材礼包等

膳蔻家庭装食材 ：膳蔻优选食材：源自长白山余脉，季节供应，每一份食材均出自膳蔻供应链，国家地理性标识产品，一级的基础上进行2轮筛选

膳蔻优选食材：源自长白山余脉，季节供应，每一份食材均出自膳蔻供应链，国家地理性标识产品，一级+的基础上进行2轮筛选

膳蔻甄选食材：源自长白山余脉，季节供应，膳蔻供应链质量保证，国家地理性标识产品，在特级+（或产量稀少的山珍中）以上级别中进行3次以上的甄选，年产量极为稀少。

膳蔻长白山坚果：坚果没有进口洋坚果，每一粒坚果都是一个地理标签，每一份坚果都是纯天然野生，我们保持原味，只做开口处理，没有炒熟，没有加任何化学成分将其美化，纯粹的食材应该更优营养

膳蔻东北杂粮：东北优质黑土地，长白山延续产带，追溯老东北食材精髓，非转基因，优质季供。膳蔻供应链农户签约种植

膳蔻菌菇调料包：天然野生菌菇包，煲汤款，烹饪款，膳蔻独有包装专利，远离化学元素下调味剂，让健康O负担，美味更营养。

膳蔻食材礼包：甄选膳蔻明星产品，特惠福利装

膳蔻供应链 CAPS系统

Suncall supply chain

种植

您所品尝到的每一份食材，均来自膳蔻签约种植户，科学化种殖，标准化采摘，追溯至源头，我们懂你在乎的。

收购

统一溢价回购，保证农户利益，全程可追溯。保障您舌尖上的安全。

生产

历练品质，至少要经过2道机器筛选，4道人工挑选，抽丝拨茧，只为守护每一份食材。

销售

全新购买体验，更懂高品质购物的你，全新互动体验模式，让臻品生活从一包食材开始。

膳蔻供应链流程

1、种植：膳蔻产品的每一份食材均来自膳蔻签约种植户，野生产品为农户任务采摘，全程标准化种植，追溯至源头

2、收购：根据不同产品不同产季，生产协调部对农户进行溢价收购，保证农户利益，更好保证供应链上游健康发展。

3、生产：回收入库的食材直接进行晾晒、除杂、等级筛分、品控、杀菌等8道工序，全程无添加，只为一份好品质

4、销售：产品通过全通路线上平台销售，结合线下“膳蔻小镇”实现食材的无缝衔接。

膳蔻供应链8道工序介绍

膳蔻供应链签约农户→按照合同要求种植→按季节供应采摘→送到供应链食材收购站→统一自然晒干→等级筛分→机器过筛→人工分拣→人工分装（散）→高温杀菌→成品包装。

膳蔻小镇：

膳蔻小镇是膳蔻品牌的线下战略部署，目前在食材产地已经有一家专卖店，膳蔻小镇承接的是线上销售任务的配送与提货环节，组织会员活动，新品发布能线下互动功能，膳蔻小镇的模式，是互联网线上资源，与线下资源的一个有效整合，能让食材这种特殊的产品有更完整的生态体验。