



「贵衣·绣迹」

贵州首个可穿戴文化基因库

—商业计划书—

一场穿在身上的文艺复兴

different cultural expressions of Guizhou

国潮风起 洞见新奢机遇

“贵衣绣迹”是一个定位为“可穿戴民族艺术”的高端服饰品牌，致力于将贵州苗绣非物质文化遗产与现代设计美学相融合。在国潮崛起和文化消费升级的市场背景下，我们瞄准 25-40 岁、追求个性与文化价值的都市女性客群。通过“传统绣娘+非遗工坊+数字化平台”的创新供应链模式，我们与非遗传承人及绣娘共创，推出以“核心艺术品”、“日常精品”和“入门配饰”构成的产品矩阵。品牌以线上 DTC (Direct-to-Consumer) 模式为起点，通过小红书等内容平台进行深度故事营销，塑造“穿在身上的收藏”这一独特品牌心智。我们寻求初始种子轮融资 XXX 万元，用于首发系列产品研发、供应链搭建及初期市场推广，预计在运营第三年实现盈亏平衡，并在五年内成为中国最具代表性的民族文化奢侈品牌。

一、公司描述

公司名称：贵衣绣迹（贵州）文化创意有限公司（暂定）

法律结构：有限责任公司

成立时间：计划于 2026 年第一季度注册

使命与愿景：成为苗绣文化“活态传承”的典范和新一代中国奢侈品牌的探索者。

核心竞争力：

- 对苗绣文化的深度理解与现代化转译能力。
- NFT 藏家社群的深度链接与协同网络。
- 以“可穿戴艺术”为核心的差异化品牌定位与故事叙事能力。
- 跨界融合的创始团队（文化、设计、商业）。

二、产品、服务与定价策略

1. 产品线回顾：

- 核心艺术品 (Hero Pieces): 可磁吸式底衣（侗族亮布）
- 日常精品 (Accessible Luxury): 磁吸绣片。
- 入门配饰 (Entry-level Accessories): 刺绣戒指等。

2.附加服务:

- ✧ 收藏证明: 区块链技术联网材质说明、工艺工时、出产地、文化故事等。
- ✧ 故事卡片: 所有产品均附带, 图文并茂地讲述该产品图案背后的文化故事。
- ✧ 专业保养指南: 提供针对亮布、绣片与保养建议。
- ✧ 终身维修服务: 提供有偿的专业维修服务, 体现对产品的珍视和长久承诺。

3.定价策略:

我们将采用基于价值的定价法 (Value-Based Pricing), 价格构成不仅反映成本, 更要体现其独特的艺术价值和文化价值。

定价公式: 零售价 = (直接材料成本 + 人工成本) × 成本加成率 + 艺术文化附加值

价格区间 (预估):

核心艺术品: ¥500 - ¥5,000+

日常精品: ¥50 - ¥5,000+

入门配饰: ¥20 - ¥200+

价值沟通: 通过营销内容详细拆解产品的工时、工艺难度和文化内涵, 让消费者理解价格背后的价值, 建立“物有所值”甚至“物超所值”的认知。

三、营销与销售策略

短期 (0-12 个月): 线下店, 线上 DTC 模式为辅助, 建立品牌官方微信小程序商城。该渠道能最大化利润空间, 并直接获取用户数据, 建立品牌私域流量池。

中期 (1-2 年): 选择性地合作高端生活方式集合店、以及艺术馆/博物馆商店进行合作, 以提升品牌形象和触达精准客群。

四、财务规划

1.启动资金需求与使用 (种子轮, 预算示例)

- ✧ **vi 视觉设计与品牌 (10%)**: 用于搭建品牌调性。
- ✧ **产品研发与样衣制作 (30%)**: 用于设计以及采购首批样衣的面辅料、磁吸材料、基础绣片等。
- ✧ **线上端口技术开发 (30%)**: 用于开发微信小程序、独立链 NFT。
- ✧ **市场营销与内容创作 (20%)**: 包括 KOL 合作费用、视频拍摄制作、社交媒体内容制作、社群维护等。
- ✧ **团队薪酬与运营 (10%)**: 支付核心团队 6 个月的薪酬及日常办公、差旅等运营开销。

2.财务预测

(注: 以下为基于市场分析和定价策略的初步估算, 需在运营中不断修正)

五、团队成员介绍

[创始人姓名] - 创始人兼首席执行官 (Founder)

简介:

核心职责: 负责品牌的整体战略规划、核心政府与文化资源 (如非遗传承人、博物馆) 的整合, 以及企业文化的塑造。

[技术员姓名] - 技术与区块链开发 (Director of Blockchain Technology)

简介:

核心职责: 藏家线上社群、绣片溯源系统开发, 搭建区块链 NFT 数据安全与隐私保护, 实现商品数字化确权。

国潮风起 洞见新奢机遇

[设计师姓名] - 创意总监/主设计师 (Creative Director)

简介:

核心职责: 全面负责所有产品的设计研发, 包括系列主题构思、款式设计、面料开发, 把控品牌整体的视觉风格与美学走向。

[运营负责人姓名] - 供应链与运营负责人 (Head of Supply Chain & Operations)

简介:

核心职责: 负责与工坊的合作关系管理、生产计划的制定与执行、全流程的质量控制体系搭建, 以及仓储物流和订单履行等所有后端运营工作。

[市场负责人姓名] - 市场与品牌负责人 (Head of Marketing & Branding)

简介:

核心职责: 负责品牌定位的落地执行, 制定并实施所有市场推广与公关策略, 管理社交媒体内容矩阵, 主导 KOL/KOC 合作, 以及用户关系管理和数据分析。