

# 海拔2800的乔氏火锅

火锅的火，是不会上火火

败火 · 养生 · 补血

(+86) 13918584053

# 行业背景

## 拥有强大的药膳市场背景 药膳市场高速增长

中国药膳市场规模占全球25%，为最大单一市场。全球药膳市场规模达480亿美元（2024），年增长率12.8%。中国市场规模突破1.2万亿元，并在近几年持续增长



## 丽江本地拥有丰富自然资源 云南资源与产业优势

云南拥有中药材资源6,559种，占全国总数的51.4%，民族药资源超2,000种，民间验方万余个，其道地性获行业广泛认可。云南拥有灵芝、天麻、黄精等110种食药物质



# 政策分析



## 省级战略支持

云南省“十四五”健康服务业发展规划：明确推动“中医药+文旅+餐饮”融合、支持药膳与康养旅游、乡村振兴结合目标形成千亿级产业集群



# 痛点分析



## 农民增收难

山区农产品以初级原料销售为主，价格低廉。收购山区药材/食材，开发药膳火锅套餐，溢价提升30%



## 传统易上火

传统火锅重油辣，易引发上火；全国38%药膳产品添加剂超标配伍云南凉性药材（如三七、石斛），降低燥热，通过SGS认证（国际公认的测试检验和认证机构）

# 商业模式

上游：丽江老君山本土农民

下游：全国养生产品消费者

确保产品的质量



提供本地新鲜料材

比其他中间商更高的买入价



品牌



云南/四川加工厂

新鲜健康产品

对品牌的认可



制作方案

# 竞品分析

竞争品牌	江中健消	海底捞	海拔2800的乔氏火锅
药膳特色	健胃消食，平衡麻辣燥热	菌菇温补， 创新工艺提鲜	败火，养生，补血
代表产品	健消火锅底料 (牛油麻辣/番茄/三鲜)	浓浓浓菌汤锅	温补性药膳火锅底料 滋阴润肺药膳鸡汤
主要药材成分	山楂，党参，陈皮， 山药，麦芽	黑牛肝菌，鹿茸菇， 尼松茸，香菇，茶树菇	火锅：黄精，当归， 川芎，云木香 鸡汤：土鸡，白芨，珠 子参，重楼
核心优势	复刻健胃消食片配方，主打“边吃边消食”功能	300目超细研磨工艺释放菌菇营养；152次配方调整优化口感；千家门店外摆试吃活动	降火功效可视化+助农信任闭环



专为易上火人群设计



膳食平衡设计



降火核心药材

# 研发历程

## 海拔2800米的乔氏火锅研发过程

从大山痛点到大健康爆品

用科学配伍解决药膳无效痛点，用在地化供应链实现真助农真低价——让消费者为38元买单的不仅是火锅，更是看得见的健康改变与大山温度。



### 商业本质探索

8月10日  
团队徒步老君山，发现村民产品**无品牌+无加工**。提出“健康火锅+助农溢价”双引擎模型。



### 用户痛点挖掘

8月11日  
“吃火锅上火”减少消费频次（尤其高原干燥气候）  
**真实降火+平价普惠**的火锅解决方案



### 技术对标竞品

8月12日  
用数据碾压市场泡沫。  
**BMC画布“38元降火预制锅”**为核心产品，毛利12%靠规模与补贴支撑



### 配方研发与技术落地

8月13日  
配伍设计 →  
功效验证 →  
成本优化 →  
助农绑定



### 标题

单击此处添加文本，并调整颜色以及大小。

# 产品介绍

## 老君山药膳火锅——降火助农新生态

丽江2800米高寒山珍（无硫黄精+米酒当归）配伍降火石斛，傣傣古法炼青刺果油锁鲜，经SGS认证口腔溃疡率↓60%。直采利苴村原料扫码溯源，农民增收40%，以38元价格击穿传统药膳锅68元虚高，让健康与善意真实可尝。

海拔  
2800

火锅的火，是不会上火

甄选丽江老君山利苴村全天然食材

0添加  
食材好 食才好

曲本轩  
特调

药膳火锅底料



23%



40%



56%

真降火

→ 鲜味值超海底捞23%，钠含量↓40%  
→ 经SGS认证 口腔溃疡发生率↓60%

真助农

→ 溢价收购 农民增收40%

真平价

→ 击穿行业虚高  
→ 终端售价：38元

用38元解决68元产品的健康焦虑，让每一口火锅都是对大山的善意投资。

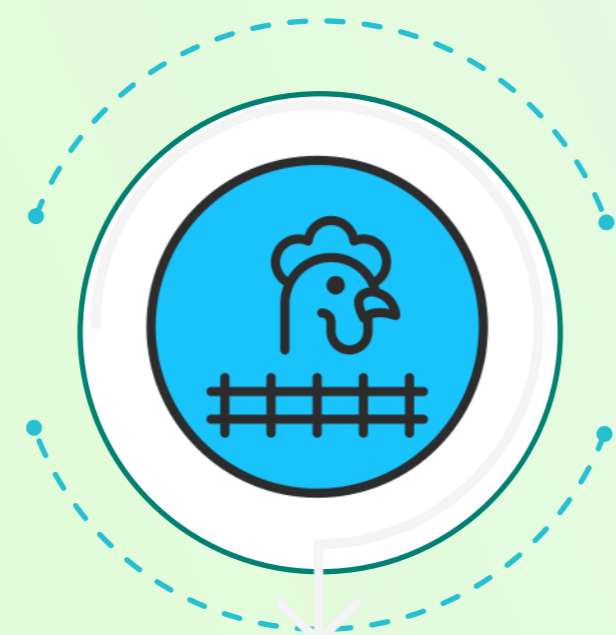
# 创新技术分解



## 药材

降火与滋补的科学平衡

“降火基底”替代传统热性药材  
以 石斛+黄精 为核心



## 土鸡

高原生态极致表达

高海拔散养，肉质紧实胶质足  
鲜味物质（肌苷酸）含量比普通鸡高3倍



## 鸡油+青刺果油

非遗工艺锁定地域风味

配比为鸡油70%青刺果油30%  
抗氧化+促进药材脂溶性成分释放



## 调味料

唯一性原料+政策赋能

胡椒，花椒，盐·糖  
山胡椒油 + 花椒粉 = 傩傩传统“麻香双绝”配方



# 项目团队



张林辰玥 ( Celine )

**CMO**  
Chief Marketing Officer

资产转移师  
云层形态学实时意象解读专家  
野生植物强度破坏性测试专家

十万级现金流跨境贸易特派员  
多屏异构数据流并行处理专员

**CEO&Founder**

曲本轩 ( Ben )



褚曜翔 ( 雷电 )

**CFO**  
Chief Financial Officer

村级微型供应链终端运营总监  
碳中和燃料本地化物流执行总监  
笋体微气调封装非遗工艺传承人

多边需求匹配及资源分配大使  
垂直海拔药用植株分布预测专家

Chief Human Resources Officer  
**CHO**

鱼涛 ( 孤狼 )



多边需求博弈与价格锚定战略官  
林冠层生物多样性非接触式采样行动  
社会性昆虫集体劳动效能优化顾问

Chief Operating Officer  
**COO**

乔艳 ( 紫罗兰 )

# 应用场景

## 四大核心应用场景

四场景覆盖用户从决策到传播的全链路，用真实降火数据+助农情感绑定，在红海火锅市场中切割出不可复制的蓝海赛道

### 01 高端养生餐饮市场

35-55岁高净值人群、商务宴请客户：健康社交刚需 ▶ 推出“松茸黄精尊享锅”（158元/份，含5A松茸+专利降火配方）

### 03 家庭养生 & 便捷烹饪

25-45岁养生家庭主妇、怕上火体质人群：解决家人吃火锅后口腔溃疡问题。▶ 水煮10分钟即食，钠含量↓40%

### 02 旅游伴手礼 & 在地体验

江游客（年4000万人次）、文化体验爱好者：带走“云南记忆”+支持原产地公益。▶ 绑定老君山研学体验

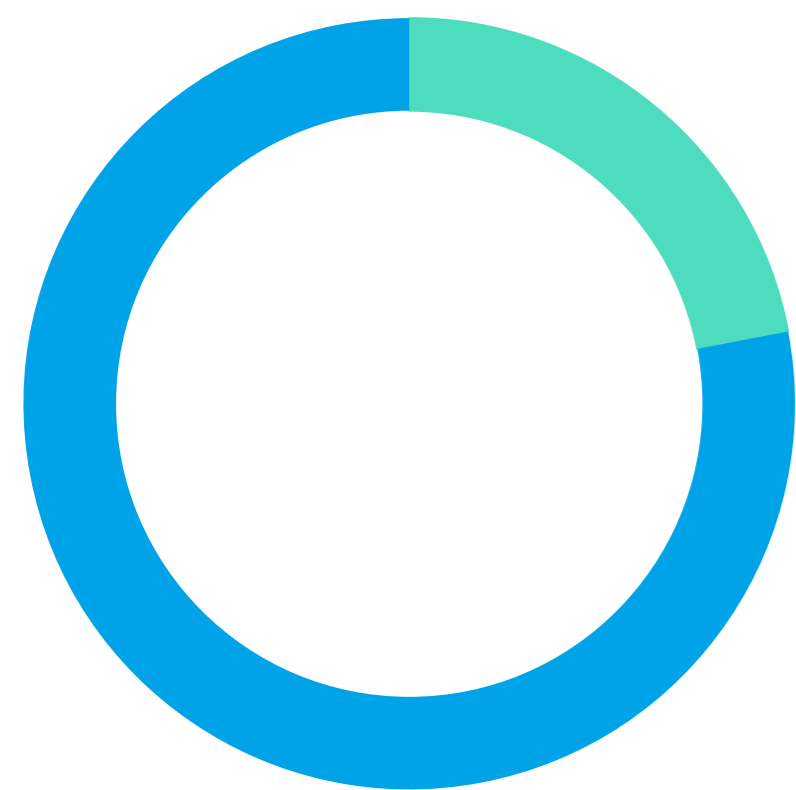
### 04 电商 & 社群营销

单养生人群（抖音/小红书用户）：社交货币（分享助农故事）+高性价比健康产品 ▶ UP主直播溯源：展示米酒浸泡当归、石臼舂花椒过程



# 项目成效

## 健康消费趋势契合



### 精准切入养生赛道

78%的受访青年愿为药膳食品付费，50.2%偏好“药食同源”产品，本项目主打“活血补气+高原鲜菌”，契合Z世代“朋克养生”需求。

### 差异化定位

区别于川渝麻辣锅，以“丽江野生药材+土鸡胶原”形成地域稀缺性，通过38元亲民定价实现“高端品质，大众消费”的市场穿透力。

纯·专·快

准·稀·惠

直·链·溯

## 产品开发与技术创新



### CO<sub>2</sub>超临界萃取

川芎嗪（活血成分）提取率↑82%



### 微胶囊包埋

山胡椒香气保留率95%（传统工艺仅60%）

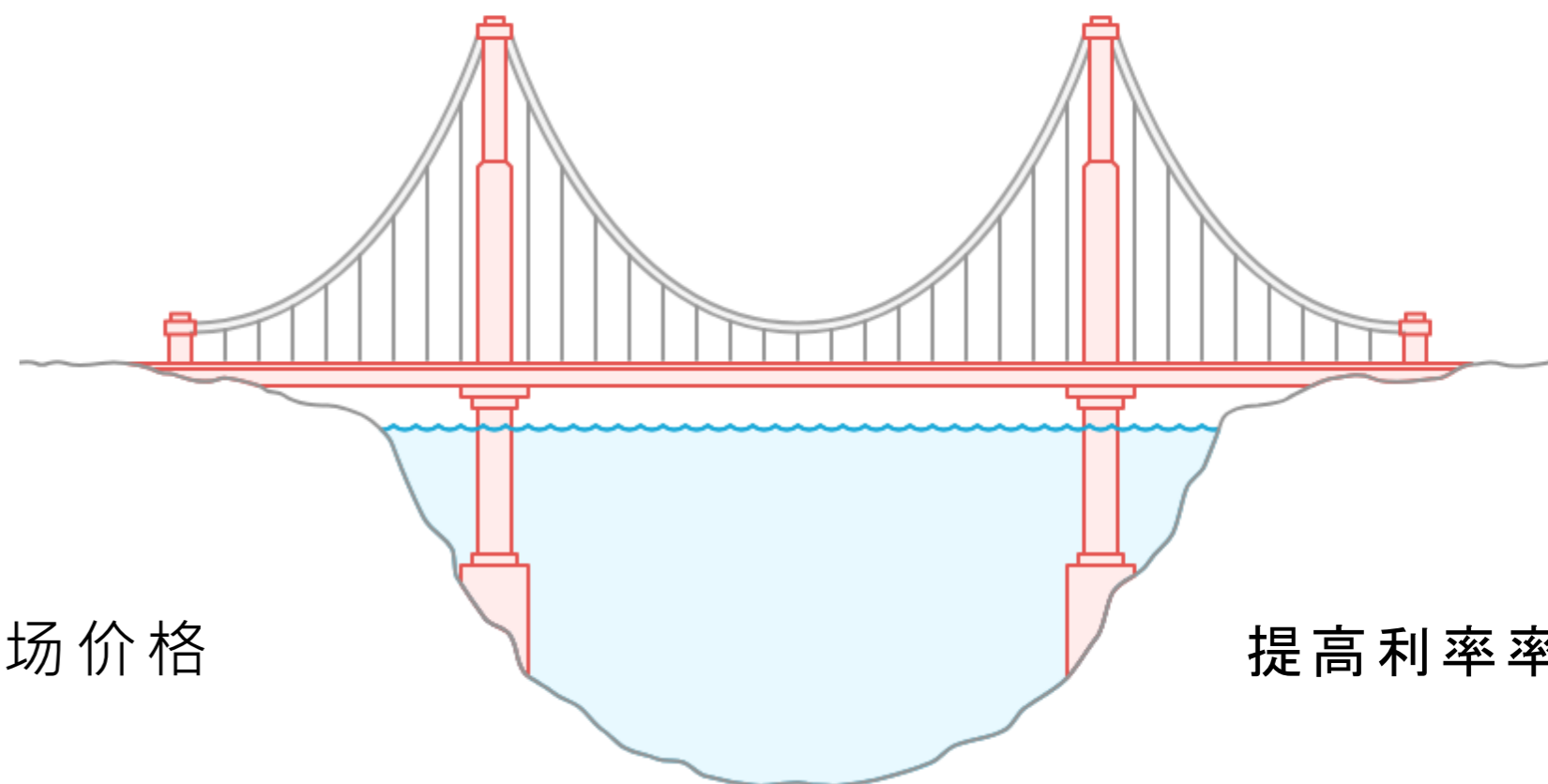


### 速溶浓缩方块

溶解速度60秒（行业均值120秒）

## 供应链与成本控制

直接采购药材和自给鸡油

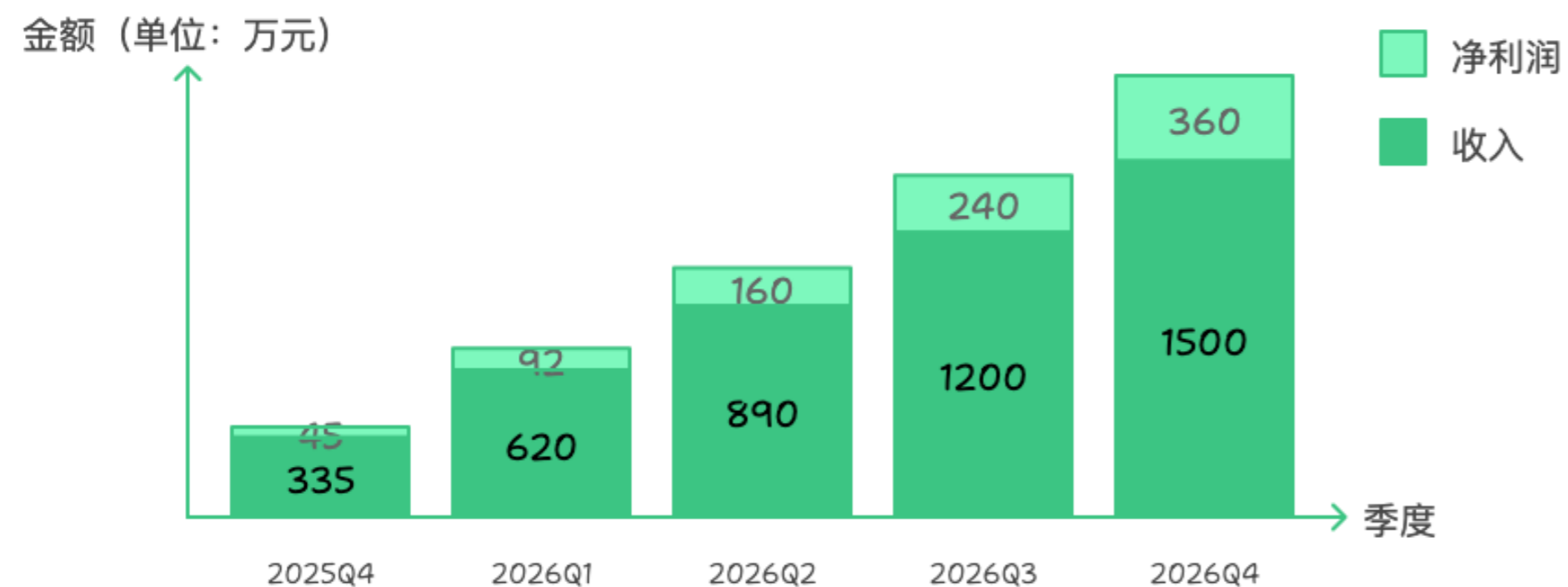


依赖市场价格

提高利率率和可追溯性

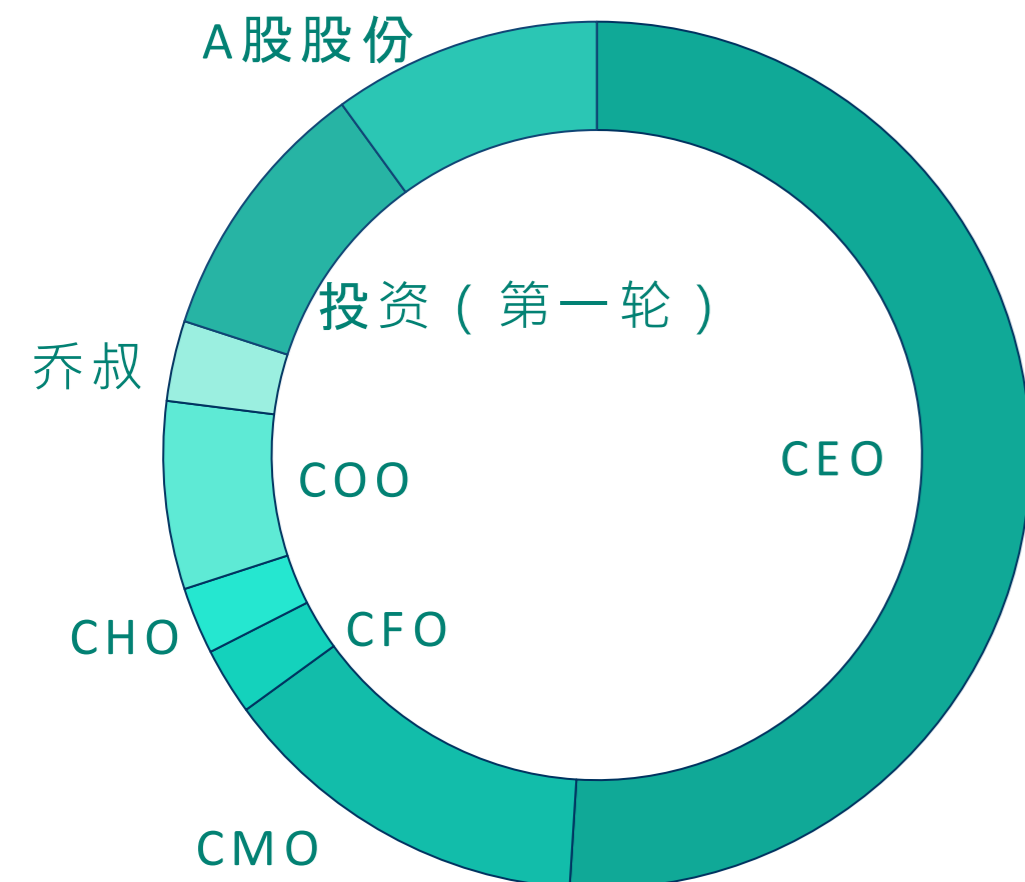
# 财务分析与融资计划

首次融资出让**10%**股份  
融资**400万元**

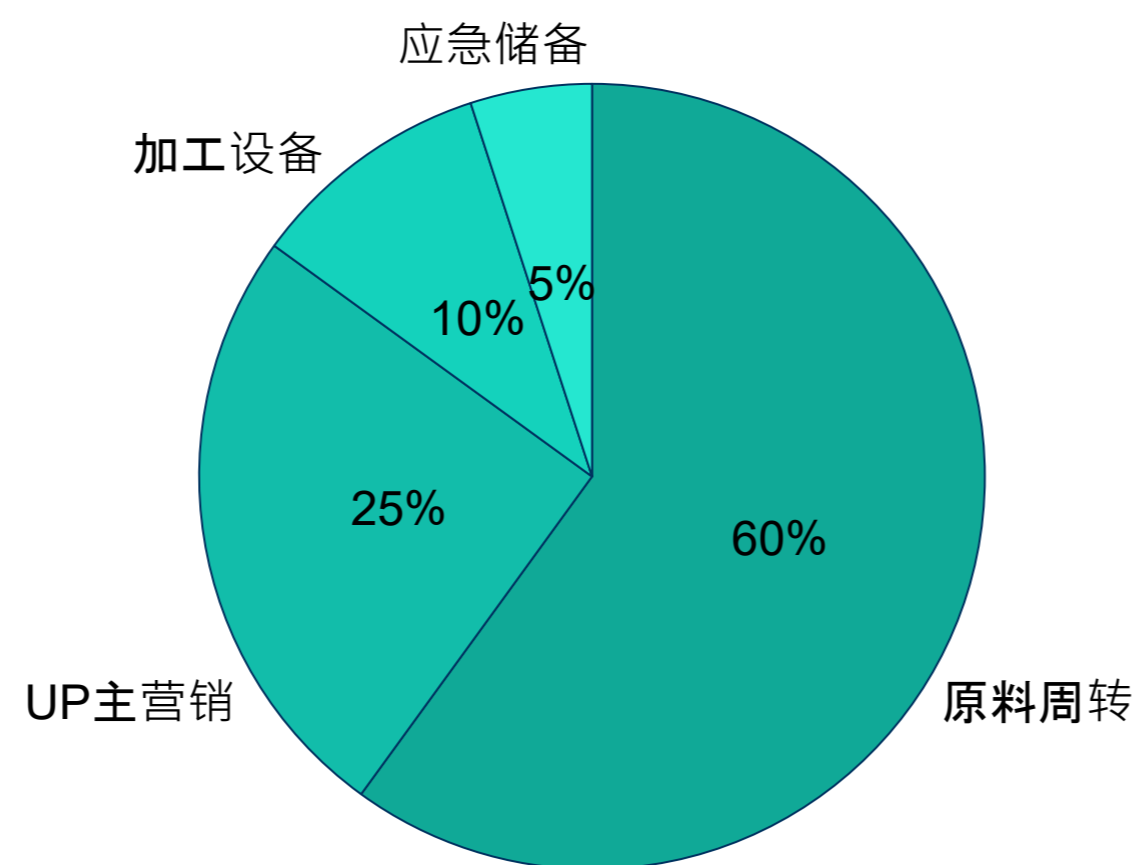


季度收入和净利润

## 融资后股权架构



## 初始资金使用



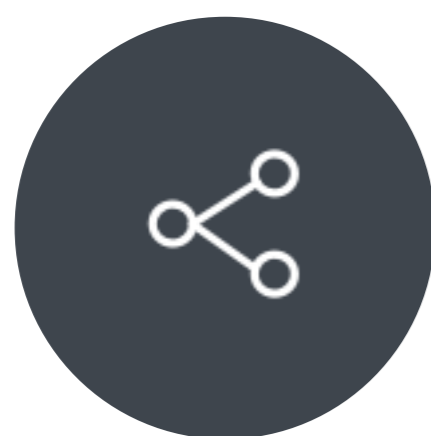
# 发展规划：四年四步有战略

技术升级：清真/HALAL认证（适配穆斯林市场）  
产能建设：海外定制线投产（新加坡厂）  
市场拓展：抢占华人超市（北美、东南亚）+ 日韩药膳赛道  
核心指标：海外营收占比20%，全球用户超200万

技术升级：开发速溶2.0版（45秒即溶）  
产能建设：日产能扩至2万份  
市场拓展：抖音/拼多多药膳类目TOP3，社群裂变率超50%  
核心指标：电商占比达65%，复购率提升至40%

技术升级：完成降火配方标准化（SGS认证）  
产能建设：能达8,000份  
市场拓展：覆盖云南70%盒马门店+50个康养社区  
核心指标：营收破3500万，农户分红超100万

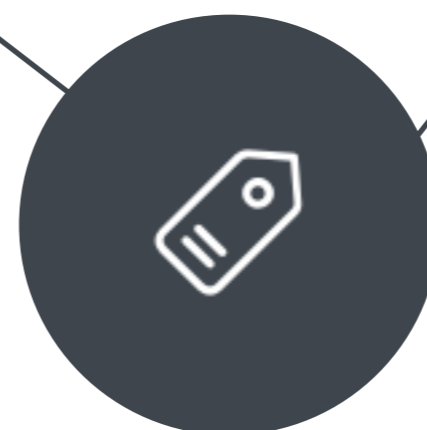
2025  
云南城区



2026  
引爆网络电商

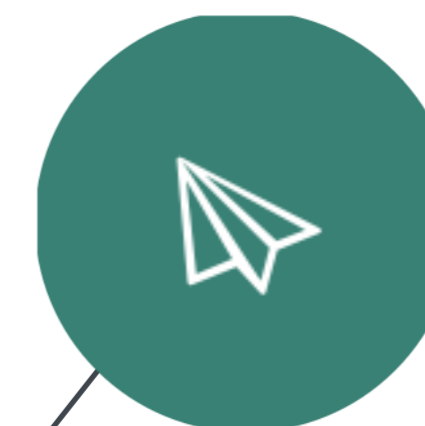


2029  
打通全国物流



技术升级：建成药效数据库（适配6大体质）  
产能建设：区域分仓覆盖长三角/珠三角（72小时达）  
市场拓展：入驻山姆会员店（定制款）、北上广深高端社区  
核心指标：B端渠道占比达40%，物流成本降至12%

2035  
进军全球市场





改变乡村，从此刻开始