

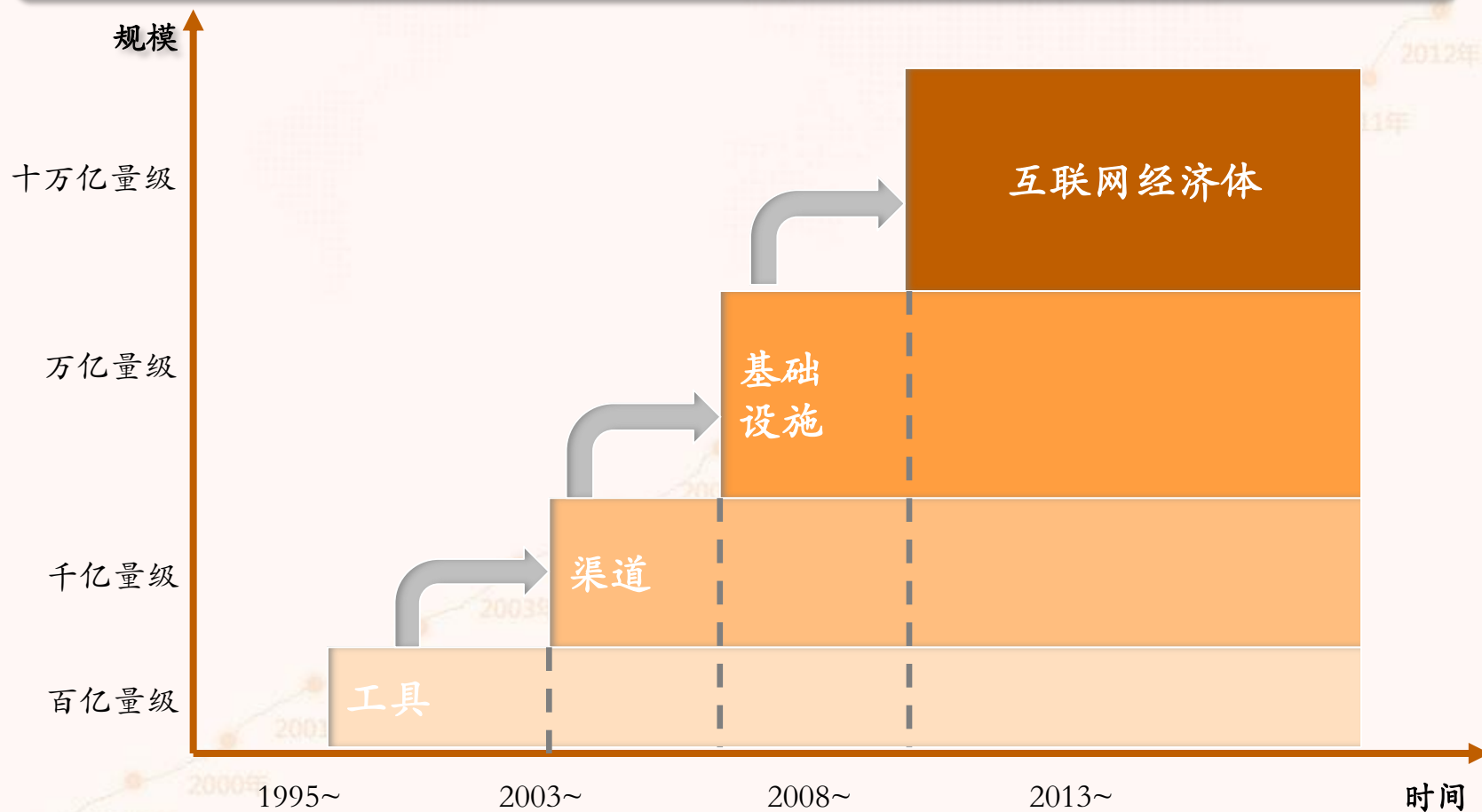
商业计划书

— 基于O2O的单品供应链电子商务服务商



行业判断

互联网经济规模呈指数级发展



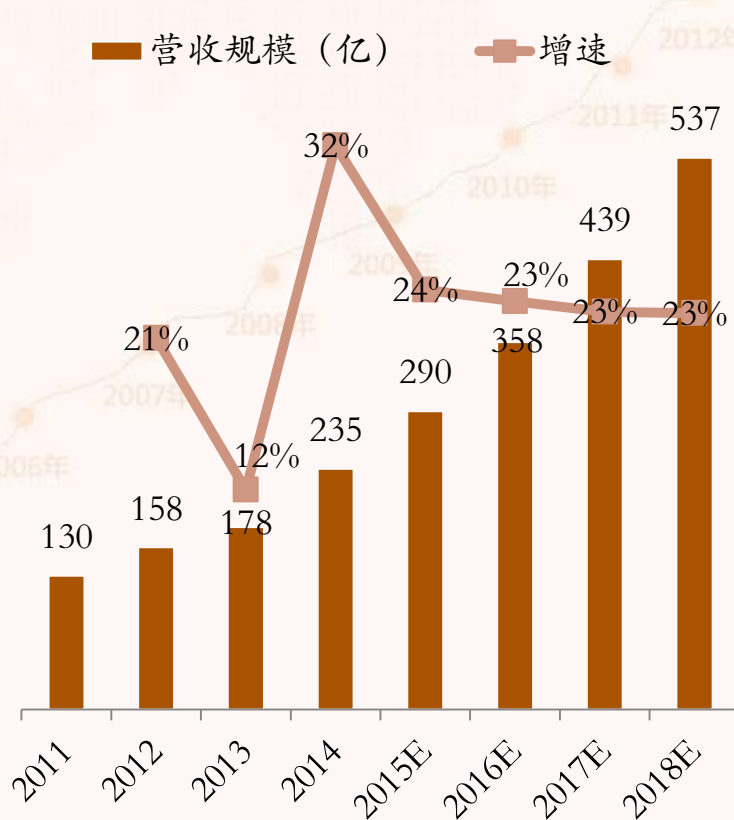
行业判断（续）

中国中小企业B2B电商交易规模



数据来源：艾瑞咨询

中国中小企业B2B电商市场



B2B元老级创始人

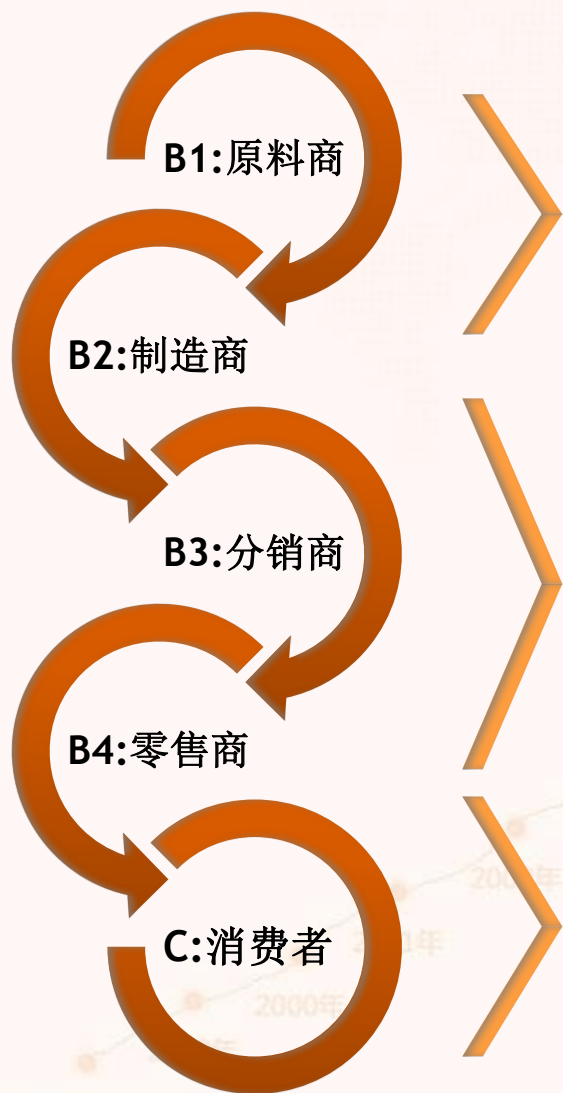


网库创始人、董事长
王海波

- 1996年毕业于江西财经学院财会专业，1999年毕业于中国人民大学，取得MBA学位；
- 首都经济贸易大学电子商务专业硕士研究生导师，中国电子商务协会副理事长，中国电子商务协会专家库高级专家，中国B2B电子商务服务联盟执行主席，中国电子商务研究中心特约高级研究员，北京电子商务协会副会，“4B电子商务模型”和“单品电子商务模式”提出者与践行者；
- 1999年8月创办中国网库，担任公司董事长至今。

王海波独创的电子商务“4B理论”

2013年



- 单品网B1 to B2:中国网库通过单品网平台作为纽带，将原料商和制造商紧密联系起来，为双方提供低成本开展电子商务的平台。

- 单品产业带B2 to B4: 围绕“互联网+”战略机遇和县域经济的未来发展，中国网库积极与各县区政府合作，依托地标性优势产业建设产业电子商务基地，打造制造商直达零售商的县域优势产业集群，促进产业链做强做深。

- B2C领域竞争激烈，中国网库尚无涉入计划。

中国网库致力于打造一个帮助需求方寻找多样化采购机会的电子商务平台；进一步通过需求的聚集，将不同类别的厂商串联和并联，最终形成广覆盖、强纵深的多元化B2B市场。

三大业务相辅相成、层层递进

增值业务

产业经济带

单品网

单品通

- 单品产业带：入口经济
- 通过打造单品网推进产业的电子商务入口经济。

- 单品网：平台经济
- 通过为核心的单品通用户打造单品平台实现平台经济。

- 单品通：供应链电商经济
- 通过为生产制造商提供供应链电商在线交易。

第一层业务：单品通业务

- 经过身份审核的单品通会员供应商超过8万，其中5万个会员已经签约为在线交易佣金会员；
- 目前单品通会员费全部免费
- 网库注册用户总量近800万，活跃用户85万；
- 供应产品量1.2亿+，年交易量6000亿+

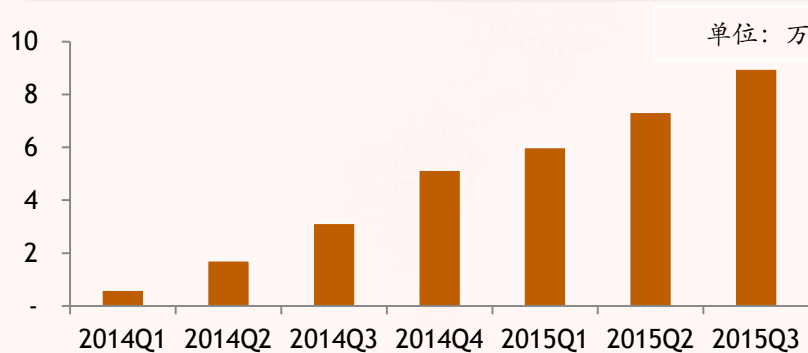


三大核心优势

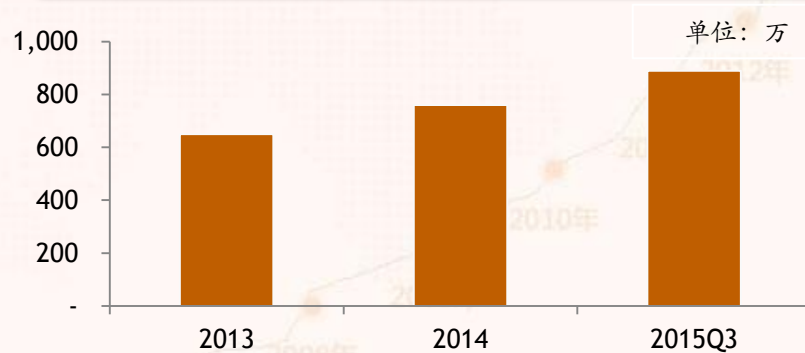
- 70余个城市落地服务团队（电商谷），进行会员认证和筛选
- 预期要完成150个基地，每个基地200个单品通会员，共计30万个会员目标
- 16年运营经验的的大型综合B2B平台，批发的“淘宝店”，拥有大数据支撑
- 以单品聚合为特征的交易模式，基于供应链的批发分销业务
- 买家即卖家的业务模式

单品通运营数据

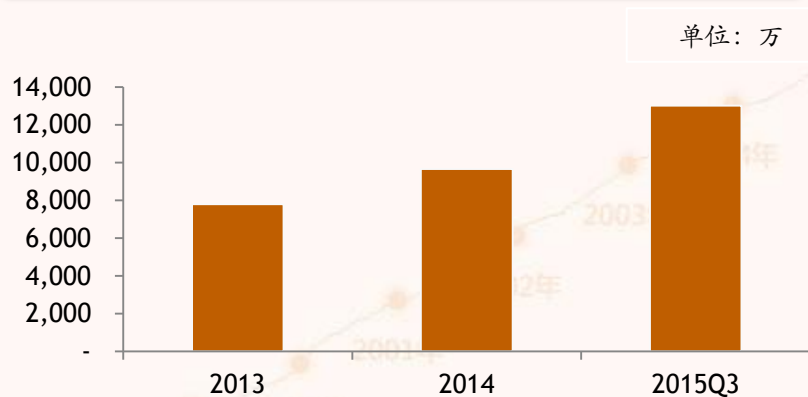
中国网库单品通会员注册数



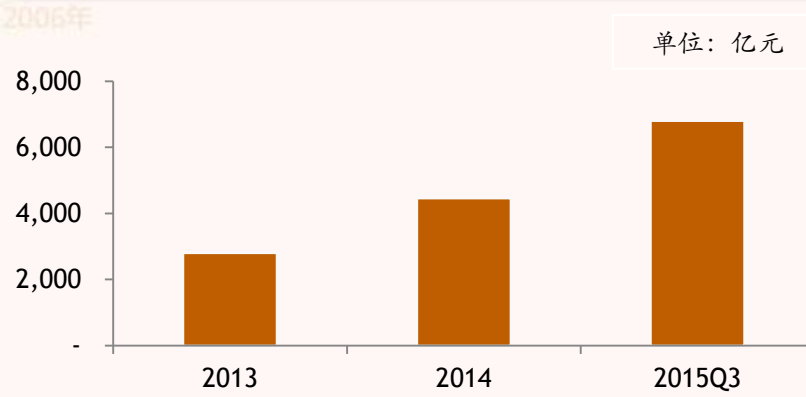
中国网库注册用户数



中国网库产品供应总量



中国网库平台年交易总额



第二层业务：单品网

- 单品网为推动实体企业单品电子商务应用
- 网库为核心的单品通会员建立单品网络平台进行推广，核心会员成为单品网平台的主导企业
- 专注于垂直领域的单品，目前已经签约1700个，完成1200个单品网建设
- 2013-2015年主要获取平台建设和运营收入
 - 每个单品网收取19.6万（2015年前:14.8万平台搭建费+4.8万首年服务费）或24.8万（2015年后：20万平台搭建费+4.8万首年服务费）。
- 2015年四季度开始，在线交易佣金收入将成为新的盈利模式



单品网-从采购突破：线上交易佣金

数量众多的认证企业会员以及近1亿SKU在中国网库平台组成了强大的市场。

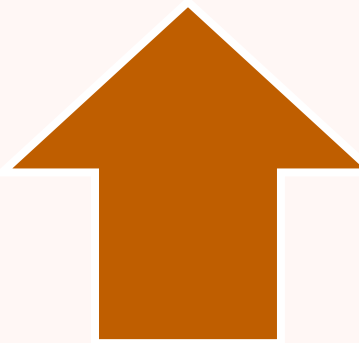
通过供应商补贴采购商的模式鼓励采购商在线上发布需求，促进双方完成线上交易。

2015年目标在线交易额10亿元



中国网库将收取的佣金绝大部分（交易额2%以上）补贴给采购商，以此吸引供应商在单品网平台上下达订单。

供应商在单品网平台上获得的交易额，中国网库按照3%以上的比率收取佣金。



单品网典型运营范例



流量：日均IP: 14386、PV: 57544;

会员：汇聚4万余家优质企业数据;

资讯：发布1.4万余条优质资讯;

商机：上传2.1万余款产品，汇集120本优质采购商手册;

推广：发布9.5万余条企业推广链接、主推30个专题策划（产品/招商/促销）、优化2000余个主关键词到各大搜索引擎的首页。

效果：自中国矿泉水上线以来聚合平台总流量高达5180万余
总成交额：1.89亿余元



流量：日均IP: 23243、PV: 92972;

会员：汇聚6万余家优质企业数据;

资讯：发布2.1万余条优质资讯;

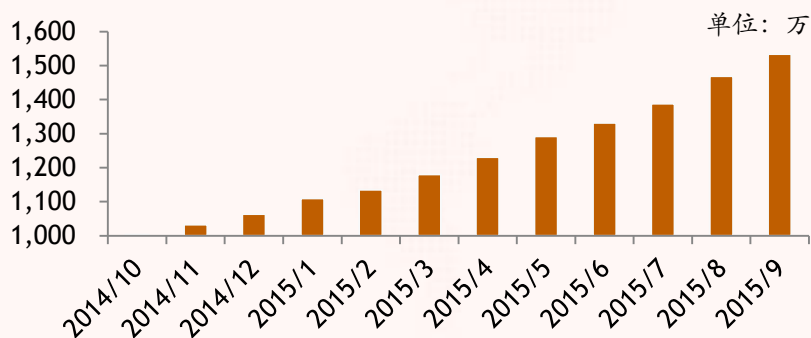
商机：上传4万余款产品，汇集120本优质采购商手册;

推广：发布16.3万余条企业推广链接、主推60个专题策划（产品/招商/促销）、优化2300余个主关键词到各大搜索引擎的首页。

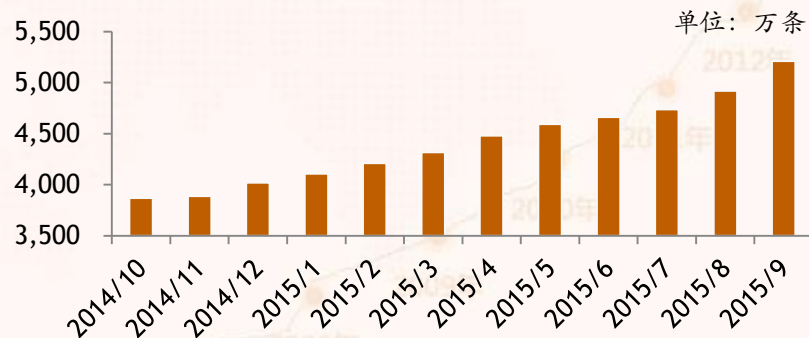
效果：自中国矿泉水上线以来聚合平台总流量高达8890万余
总成交金额：2.3亿余元

单品网运营数据

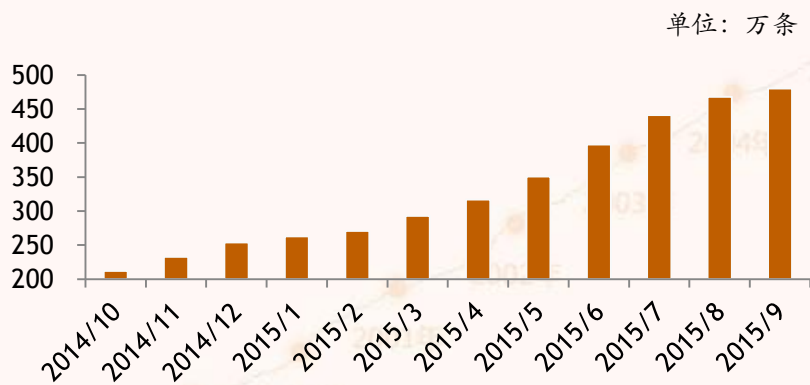
中国网库单品网站数量



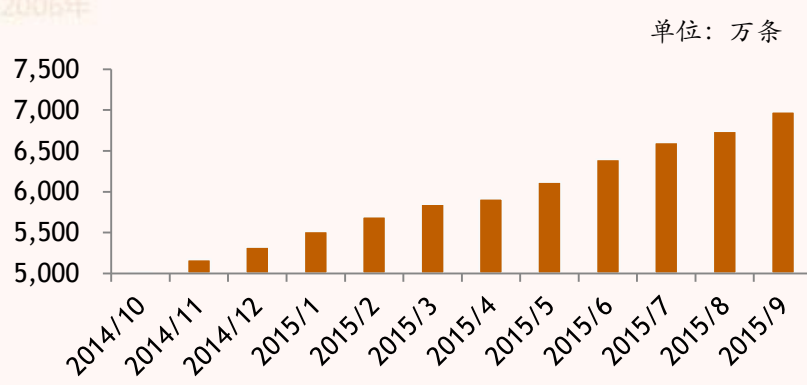
中国网库单品网全年商机数量



中国网库单品网采购数量



中国网库单品网咨询数量



第三层业务：产业经济带

- 围绕“互联网+”战略机遇和县域经济的未来发展，中国网库积极推动与各县区政府合作，依托县域地标性优势产业，建设地标性产业电子商务基地。按照优势产业、优势资源、优势企业集中发展的原则，推动县域优势产业集群电商发展，促进产业链做强做深，实现县域特色产业转型升级。
- 每家产业带收取200万平台建设服务费（2015年下半年开始）。
- 以一款特款特价产品实现流量导入，吸引用户，从而带动其他产品的交易量，最终实现整个产业经济带的活跃度提升。

围绕延安水果产业带打造的“果果网”

- 陕西延安苹果是延安市的特色产业，年产量达到400万吨；
- 地方政府决定通过与中国网库深度合作，打造以苹果作为导流入口的水果产业带的B2B重度垂直电子商务平台，实现特色产品网络推广，为当地培植一个新的电子商务平台。
- 网库参股产业带公司

延安苹果按照目前的
批发价格在果果网销
售（单品导流）

通过果园到最终购买
者的低价产品导流，
吸引果果网平台的用
户

果果网平台成为水果
的单品产业带平台

果果网向平台用户销
售其他水果

增值业务一：帮微微单品（移动端服务）

扫码溯源

- 帮助客户制作和设计百度直达号移动终端页面，实现手机百度App和百度地图的导流；
- “@商家账号”可直接跳过搜索界面，客户可直达商家服务；
- 问答、订货、支付、预约等均可在移动端实现，形成完整闭环。

百度直达号

- “盈客通”为网库旗下移动应用服务子品牌，志在推广移动电子商务应用。每个好单品都可通过盈客通服务实现产品溯源、二维码促销、移动在线订单支付等多通道实现企业的移动电商。并为企业带来大量鲜活的交易数据。

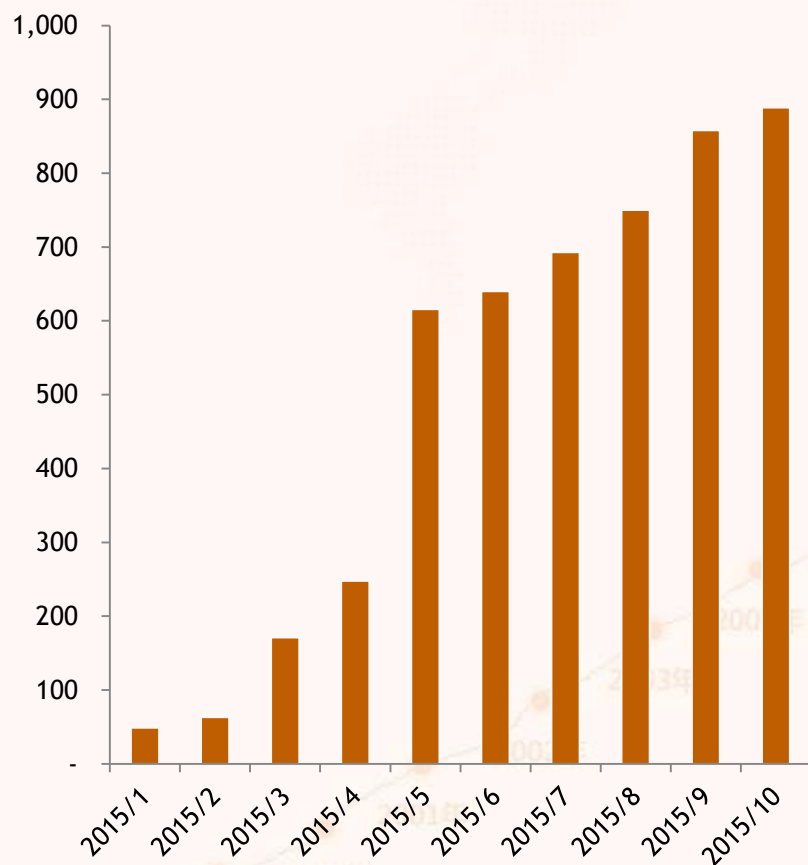
微秀

- 帮助客户制作和设计微信公众号移动终端页面，实现手机微信、朋友圈的导流；
- 通过微信营销，能够有效实现企业产品在微信客户端的移动展示、推广和传播。

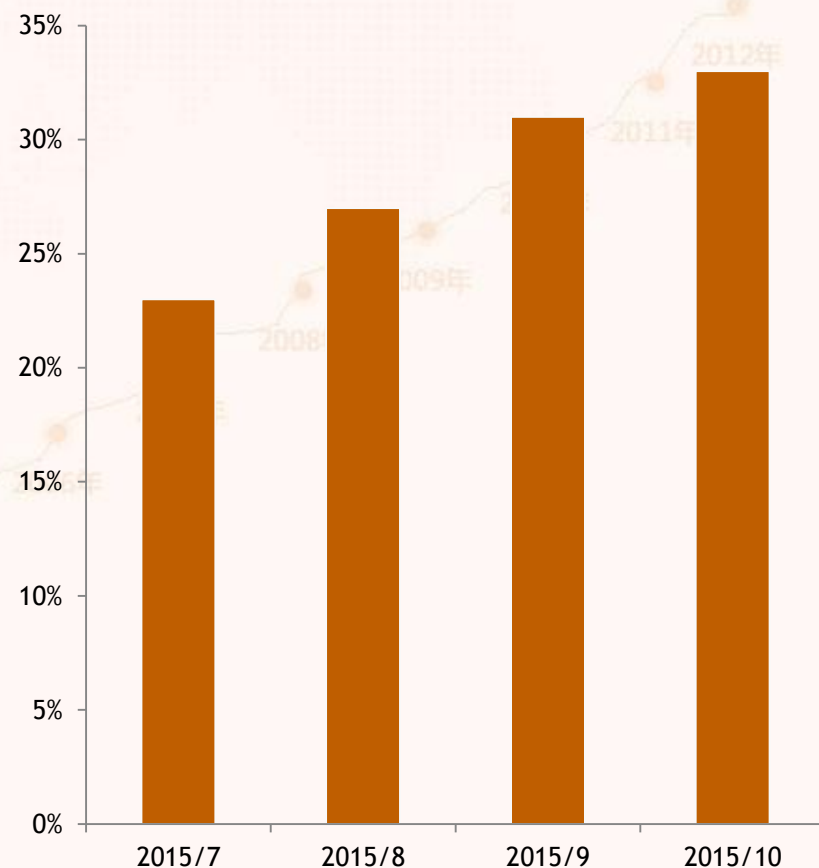
每家微单品业务收取4800元服务费（2015年开始）

帮微微单品运营数据

帮微注册用户数



帮微活跃度



增值业务二：电商人才培训

- 市场痛点：大量中小企业缺乏具有电商实战经验的相关人才，也不具备对应的人才培养体系；
- 网库优势：基于中国网库15年行业优势，发挥全国66个电商基地价值，整合政府及第三方教育资源，为全国中小企业、尤其是生产制造及原材料企业提供电子商务应用人才培训服务；
- 招生对象：社会待岗青年、应届大学生（高职高专）、拟换岗在职者；
- 学费学制：培训期一个月、学费4960元，含教材、交流活动、实训费用；
- 培训方式：网上课程、专家授课、各地电商基地考察、名企实习。（2015年下半年开始）；
- 师资：目前以网库各部门总经理和遴选的20个基地负责人为主，院长从北大青岛聘请。
- 认证：与人社部国培网下属全国电子商务应用人才培训工程管理委员会合作，完成培训获得证书。

课程内容

- ◆ 电子商务基础知识
- ◆ 单品电子商务方案
- ◆ 企业B2B电子商务推广策略
- ◆ 移动电子商务应用知识
- ◆ 单品通实训和企业实习
- ◆ 供应链管理与电子商务应用
- ◆ 实体企业的互联网金融
- ◆ 实体企业的智能物流
- ◆

就业保障

- （先实习+考核正式就业）
 - ◆ 内部消化到各基地
 - ◆ 企业定向培养
 - ◆ 推荐到企业就业

增值业务三：互联网金融

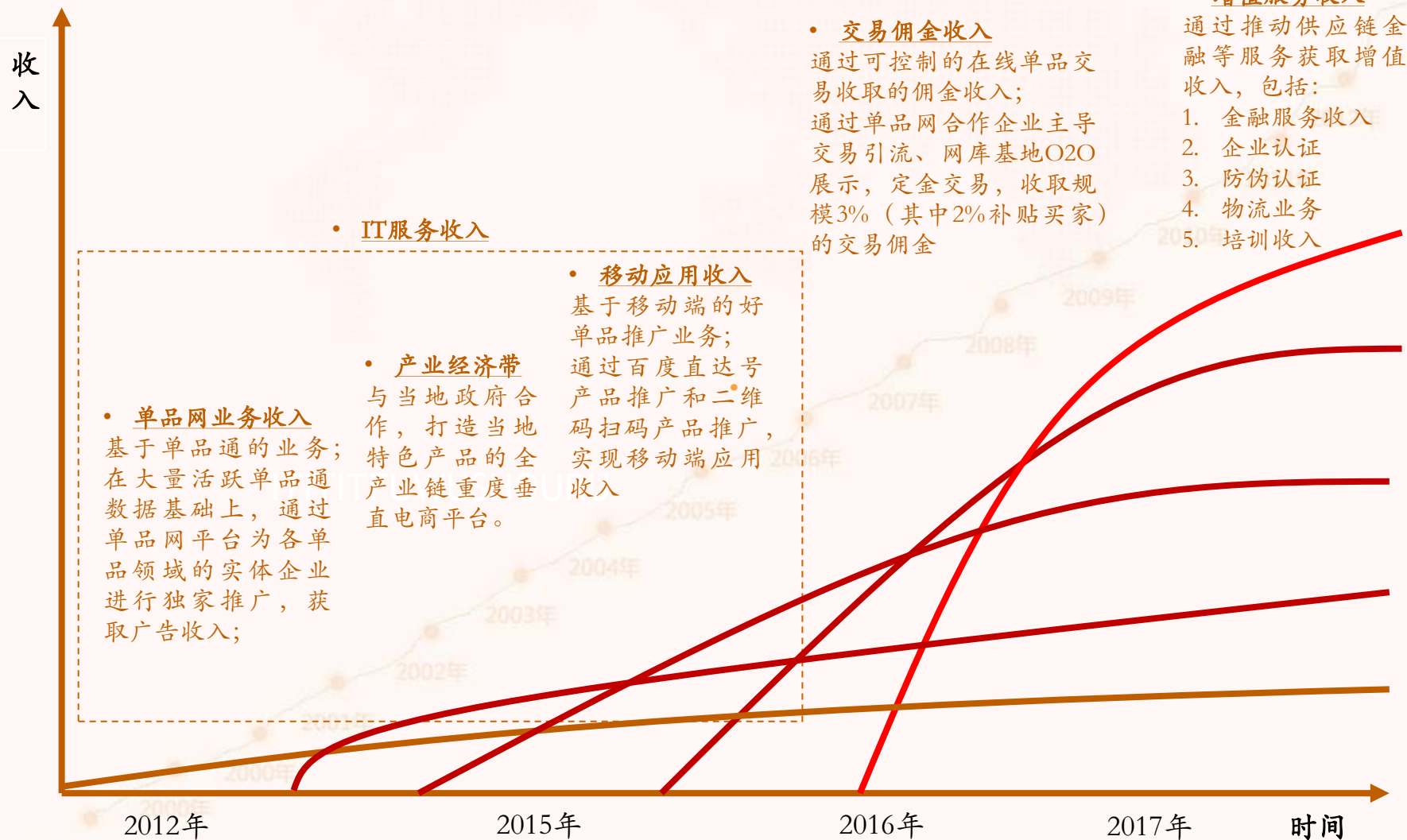
- 目前与宜信和好贷合作，中国网库提供认证会员的贷款需求，由上述两方发放贷款，网库收取一定比例的佣金（0.5%或100元/单），客户综合成本1.18%~1.68%/月。



- 网库向银行提供优质的客户，银行根据客户线上交易额、资信情况确定贷款条件，同时能够提高网库客户线上交易的比例。
- 建行拟给予网库30~50亿授信额度。
- 客户综合成本7%~8%/年。
- 网库收取一定比例的服务费。



业务构成和商业模式



独特的网库生态系统



网库与主要B2B电商平台的主要区别

2013年

中国网库

基础服务类+第三方市场模式：真正意义上的属于实体企业的B2B电商平台：

1. 网库**单品网平台**是由**合作企业主导**，单品通会员企业参与，形成聚焦于某个单品的重度垂直电商平台，主导企业有较大的主动性。
2. **1200+个单品网平台再聚合**成为一个多单品的网库综合性B2B电商平台，从而能够实现单品产业链上下游的聚集。
3. 66个**线下基地**就近提供全方位电子商务服务（培训、办公场地、上门一对一服务等）以及产品O2O展示中心。
4. 大力推广垂直型产业经济带，获得IT服务收入和产业平台运营价值增值收入
5. 以平台电子交易为基础收取交易佣金，并拓展增值服务收入

阿里巴巴、慧聪网、
焦点科技

第三方市场模式：由**平台运营商主导**的综合性B2B电商平台，企业购买关键词、竞价排名等。

生意宝、国联股份

第三方市场模式：由平台运营商主导的**多垂直B2B电商平台**。

上海钢联、找钢网、
找塑网、中钢网

第三方市场模式：由平台运营商主导的**单品重度垂直B2B电商平台**。

敦煌网、金银岛

交易服务模式：为交易、结算等服务的电子商务平台。

主要B2B平台网站Alexa统计

2013年

公司	平台	三月平均排名	日均独立访问IP (三月平均)	日均页面浏览量 (三月平均)
阿里巴巴	alibaba.com	57	52,620,000	157,860,000
	1688.com	347	6,720,000	100,800,000
敦煌网	dhgate.com	1,186	2,493,000	19,944,000
焦点科技	made-in-china.com	2,233	1,581,000	6,324,000
网库	99114.com	2,733	1,329,000	5,316,000
慧聪网	hc360.com	4,997	834,000	2,502,000
上海钢联	mysteel.com	12,061	288,000	2,304,000
	mybxg.com	4,212,107	330	1,980
生意宝	toocle.com	36,760	138,000	138,000
	chemnet.com	45,035	90,000	270,000
国联股份	ibicn.com	731,205	3,000	6,000

注：Alexa数据截至2015年10月30日

平台搭建计划（收购/自建）



中国专业的B2B品类交易平台

构建在大数据基础上的
B2B平台公司--中国网库

1999年8月成立



互联网（供应链）金融平台



支付平台



防伪认证平台



移动应用平台



B2B 电子交易平台



底层的IT架构平台

2013年



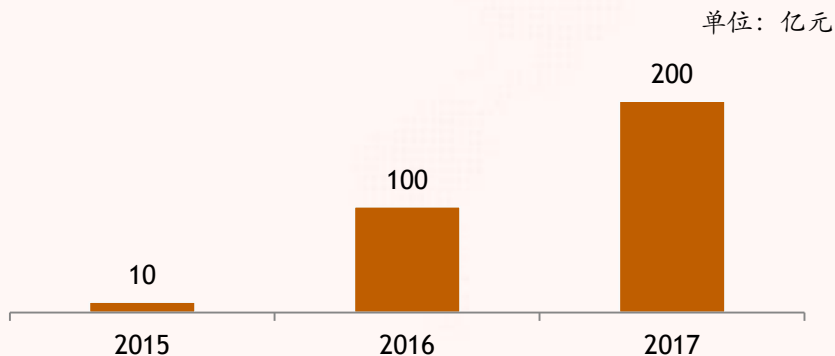
经营计划及收入

收入	2015	2016	2017	备注
新基地拓展(个)	8	30	40	每个基地开发20个单品网， 每个单品网收取20万服务费
好单品新开发（个）	200	600	800	
新增单品产业带（个）	15	20	25	200万元/个
在线可收佣金交易额	10亿	100亿	200亿	计划按照交易额的1%收取 交易佣金
培训收入	600万	1200万	2400万	
广告收入	600万	1200万	2400万	
移动业务收入	800万	1600万	3200万	

中国网库经营目标

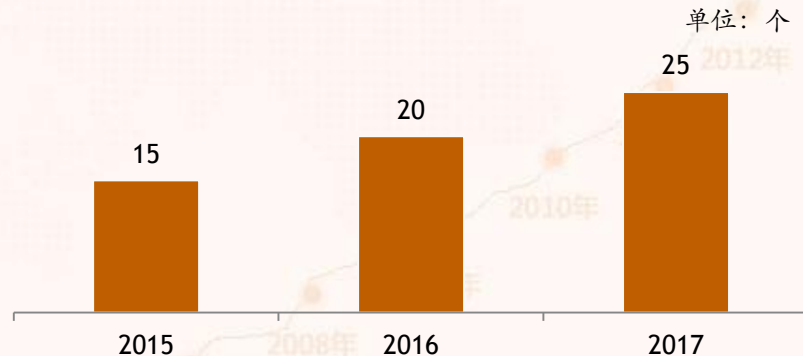
中国网库平台线上交易额

单位：亿元



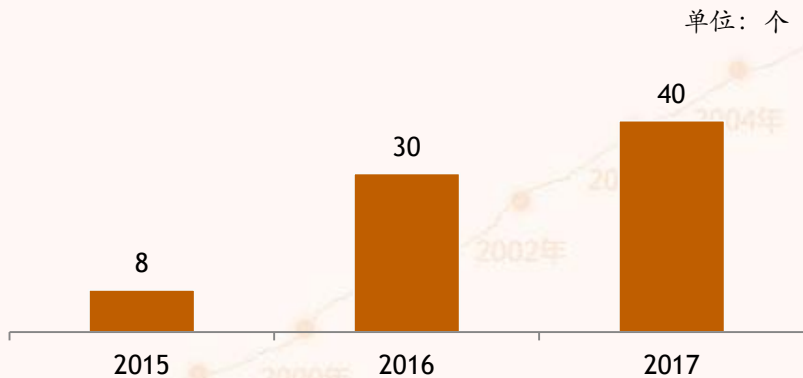
产业经济带数量

单位：个



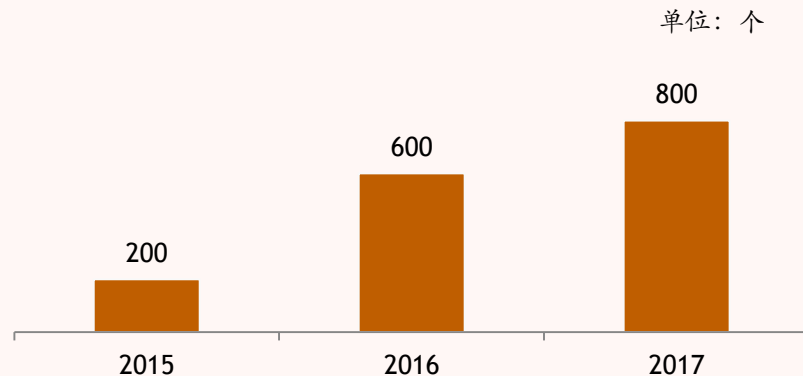
基地拓展数量

单位：个



好单品数量

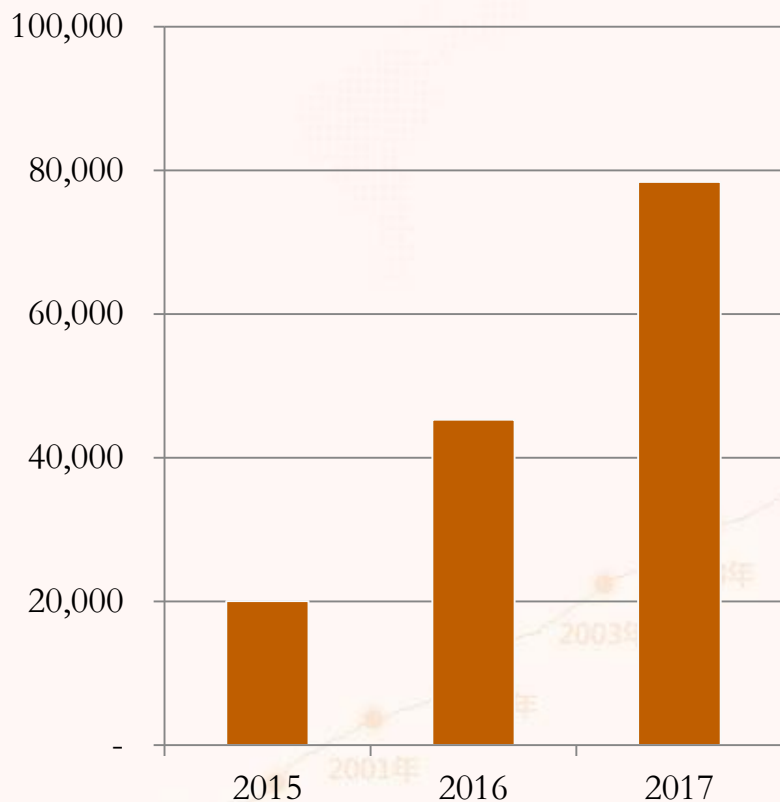
单位：个



盈利预测

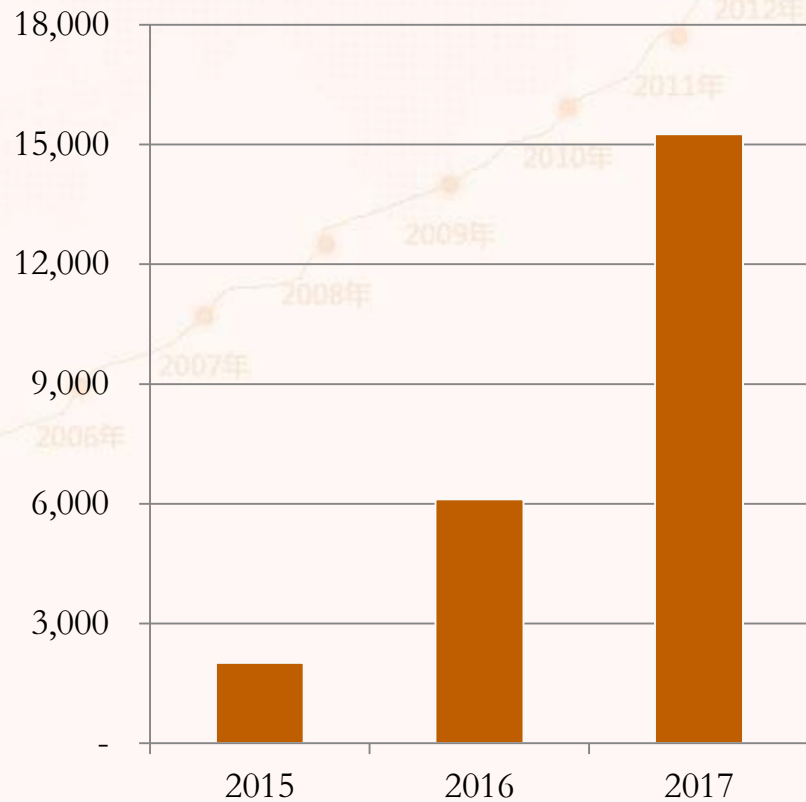
预测收入

单位：万元



预测净利润

单位：万元



B2B平台市值比较



行业估值水平

代码	公司	市值 (亿RMB)	会员数量 (万)	销售收入 (万元) (2015E)	净利润 (万元) (2015E)	市销率	市盈率	市值/会员 (元)	
BABA.N	阿里巴巴	13,216	100	8,483,200	2,142,600	14.84	58.75	1,258,860.42	
2280.HK	慧聪网	31	15	78,000	5,400	4.00	57.73	20,783.49	
002095.SZ	生意宝	185	4.5	16,800	2,900	114.75	664.74	428,388.48	
300226.SZ	上海钢联	94	3.8	2,205,225	-10,803	0.47		270,167.37	
002315.SZ	焦点科技	93	1.3	64,736	14,648	16.81	74.28	836,961.54	
	找钢网	65	2					325,000.00	
	中国网库	25	8	20,058	2,010				
						平均值	30.17	213.88	52
						中位数	14.84	66.52	43

注：市场数据截至2015年10月30日，阿里巴巴净利润未考虑收购阿里健康导致的186亿元非现金收益

融资计划

用于打造O2O展览展示体系和自动在线订单系统，每个基地追加投入30万元

3000万元

打造10个单品产业带，每个产业带投入300万元

3000万元

打造跨境电子商务交易，主要用于第一年的平台研发和日常运营推广

1000万元

建立项目投资基金，获取构建网库生态系统的相关公司和资源

3000万元

- 本次融资总计融资1亿元，用于业务扩展、平台建设和对外收购

中国网库·帮助所有企业做成网上B2B生意

期待携手合作



激情·独创·责任·独创·卓越