

谨呈：投资方



女性精品衣饰再售平台

商业计划书

深圳公爵科技有限公司

二零一五年七月

目 录

第一节 项目简介	4
1.1 项目名称.....	4
1.2 项目简介.....	4
1.3 项目投资亮点.....	5
1.4 项目市场定位.....	5
第二节 项目商业模式与实施计划.....	6
2.1 项目商业模式.....	6
2.1.1 平台产品类别.....	6
2.1.2 平台模式图解.....	7
2.1.3 平台功能解析.....	8
2.1.4 米丽精品.....	11
2.1.5 平台主打销售模式.....	12
2.1.6 平台普通 C2C 交易流程.....	14
2.1.7 平台目标用户.....	15
2.2 项目盈利渠道.....	16
2.3 项目实施计划.....	17
第三节 项目市场发展前景及机会.....	18
3.1 国外闲置衣物发展现状.....	18
3.2 国内闲置衣物发展现状.....	20
3.3 国内闲置衣物交易发展前景.....	22
3.4 天使艾米丽精品再售交易电商平台发展机会.....	23
3.5 项目发展 SWOT.....	25
3.5.1 优势.....	25
3.5.2 竞争劣势.....	25
3.5.3 机会.....	26
3.5.4 威胁.....	26
第四节 项目营销通路策略.....	27
4.1 平台营销目的.....	27
4.2 平台营销推广思路.....	27
4.3 平台营销策略.....	28
第五节 项目运营公司与团队	31
5.1 运营公司.....	31
5.2 运营组织架构.....	32
5.3 团队核心领导成员.....	34
第六节 投资规模.....	38
6.1 平台初始新增投资.....	38
第七节 经济效益.....	40
7.1 项目收入预测.....	40
7.2 项目成本预测.....	41
7.3 项目利润预测.....	42
第八节 融资需求与合作方式.....	43

8.1 融资需求.....	43
8.2 合作方式.....	43
8.2.1 项目合作方式.....	43
8.2.2 股权分配机制.....	44
8.2.3 股权退出机制	44

第 1 节 项目简介

1.1 项目名称

“天使艾米丽”女性精品衣饰再售平台（以下简称“米丽精品”）。

1.2 项目简介

“天使艾米丽”女性精品衣饰再售平台是深圳公爵科技有限公司打造的中国首个专注于女性个人精品衣饰再售垂直领域的在线交易平台，平台产品主要有女性服装、鞋类、手袋皮具、饰品、四大类别。以米丽精品及个人卖场两大卖场为主，米丽精品以用户寄卖精品衣饰为主，个人卖场以“社交化”，“娱乐化”贯穿整个商品购买流程，提高用户重复参与度及新鲜感。

本平台囊括 B2C、C2C 两种交易模式，致力于解决女性闲置衣物的社会性问题，并通过一系列的明星营销策略，使平台更具情感粘性，解决刚需，促进环保、节约型社会发展，增长慈善力量，成就新领域内的王者品牌。

1.3 项目投资亮点

1. 国内首家精品托管型交易模式平台项目，具市场首发优势，可先行抢占市场。
2. 挖掘中国互联网和女性人群闲置衣物处理垂直领域的巨大市场商机。
3. 平台在线交易功能便捷，B2C、C2C 多种交易模式保障平台交易繁荣。
4. 有可靠的品牌产品来源及安全保障措施。
5. 清晰的业绩增长计划和可以预见的市场规模。
6. 行之有效的营销措施与具国际视野、创新力的创始团队。
7. 独特的交易流程及用户体验模式，即制造稀缺感又能减少购买二手服饰的廉价感。

1.4 项目市场定位

“天使艾米丽”女性闲置衣物在线交易平台旨在为闲置衣物买卖双方打造一个安全简易、使用愉悦、经济互惠强的女性专属闲置衣物供需平台，致力于时尚与环保的完美结合，解决了两端用户的需求，成为精品再售衣饰平台领导品牌。同时未来的平台将开展，名人精品再售衣物竞拍（娱乐明星演出服、公众人物服装、名剧纪念服等）。

第 2 节 项目商业模式与实施计划

2.1 项目商业模式

2.1.1 平台产品类别

平台服饰涵括的产品有服装、鞋子、包包、饰品、四大类别。

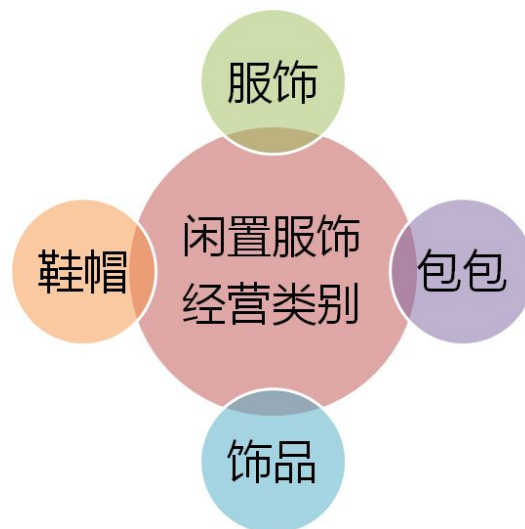


图 2-1 平台闲置衣物经营类别

2.1.2 平台模式图解

经营品种包括大众品牌服饰、轻奢品牌服饰、奢侈品牌服饰，商品渠道来源于个人闲置衣物、个人收藏服饰。平台不仅提供官方及个人发布出让信息，平台社交功能，同时提供各类销售活动，例如付邮送，福袋，一元起拍等。根据平台发展情况，中期平台业务将延伸名人精品再售衣物竞拍，实现平台跨越性发展。

同时，天使艾米丽将公益定位成品牌发展的推动力之一，旨在唤醒社会大众环保消费理念及爱心互助。

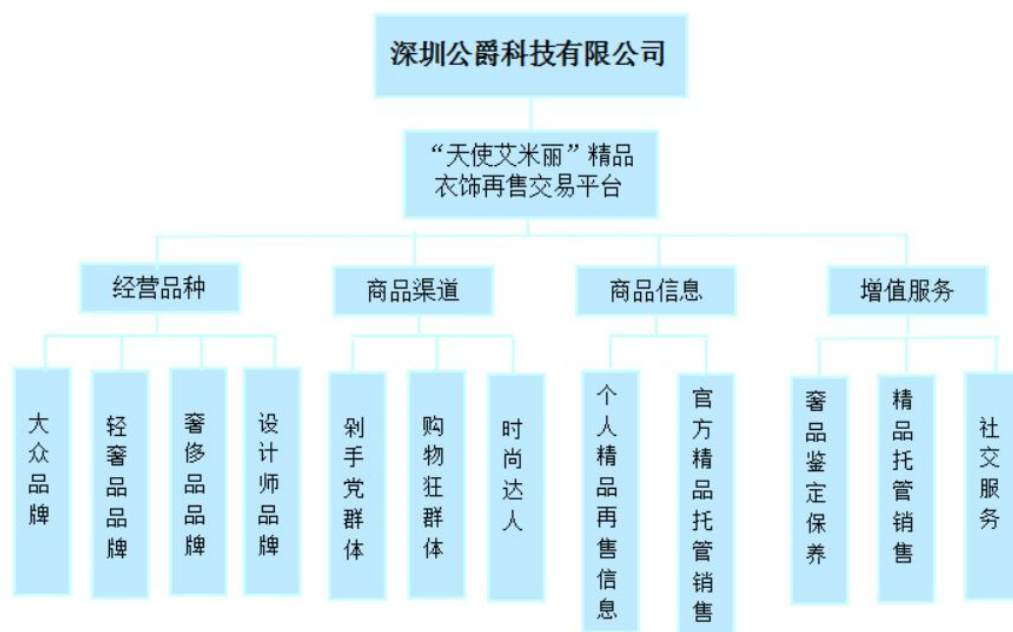


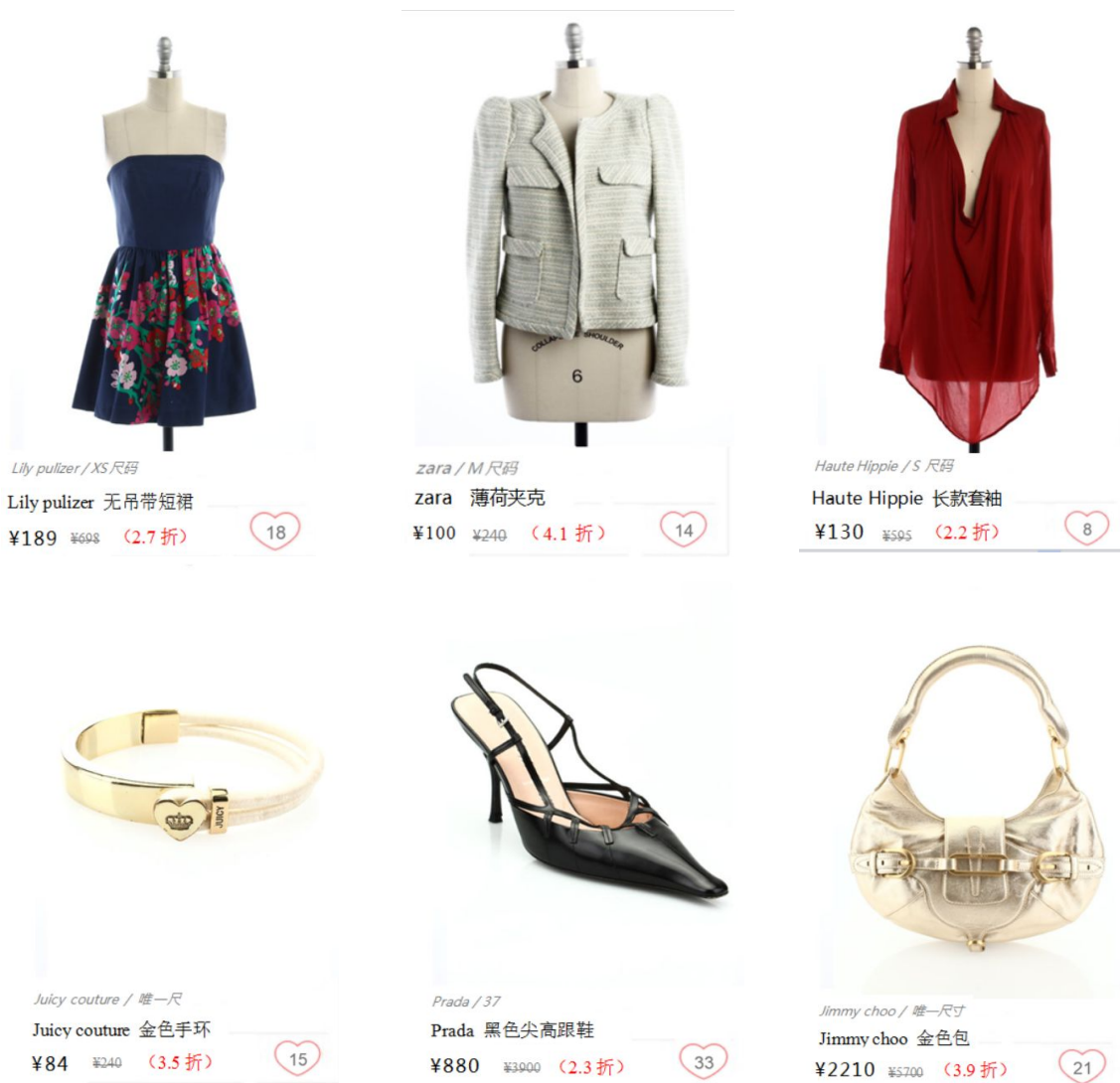
图 2-2 平台模式图解

2.1.3 平台功能分析

公爵科技打造一款以女性为主精品再售寄售平台。该平台目前还正在研发当中，两个月内即可上线公测。

1. 米丽精品

由女性用户寄售精品精品衣饰为主，由米丽团队专员将衣饰拍摄，消毒，上架。用户可在此购买到正品，卫生，精致的精品再售衣饰。既能激起买家的购买欲望，又能为卖家提供一站式简易便捷的处理方式。用户亦可以评论、点赞。完善用户体验，提高平台忠诚度。



2. 米丽托管

为了省去卖家因出售而带来的拍照, 商品登记, 发货等繁琐事务, 米丽精品主打推出 “米丽寄售” 寄售服务: 卖家只需要将所需要出售的物品寄给米丽团队, 工作人员会完成一系列上述工作, 但卖家需要 15% 销售额分成给米丽精品。



精品托管

申请托管, 摆脱繁琐交易一键轻松再售您衣橱中的精品

现在申请



**从 GAP 到 爱马仕,
从你的衣橱中赚钱**

我们托管再售您的服装、包包、鞋、饰品, 例如您的:

80% 返还

<p>生活中的趣味服饰&流行服饰 零售价格超过¥100</p> <p>H&M Zara Topshop Nasty Gal 等等</p>	<p>每日必备 零售价格超过¥80</p> <p>Gap Only Banana Republic Only 等等</p>	<p>设计师品牌</p> <p>Coach Tory Burch Marc by Marc Jacobs kate spade Michael Kors 等等</p>	<p>奢侈品品牌</p> <p>Chanel Louis Vuitton Gucci Hermes prada 等等</p>
--	---	---	--

3. 米丽鉴定

为了更好的服务卖家，米丽精品针对具备奢侈品推出“米丽鉴定”服务：此服务为保障所售物品正品可靠。卖家点选需要此服务后，该货首先将发送到米丽团队，由米丽团队鉴定后，保养清洗，再发给买家。如是假货则返还给买家，并退还给买家所有金额。此服务需分成 10% 的销售额。



免费邮递、
快速送达、
精美包装。



鉴定奢侈品真伪，
保障买卖双方利益。



对进行鉴定的奢侈品
进行消毒以及保养，
让奢品买卖更加完美

2.1.4 平台经营渠道

天使艾米丽通过自建仓储，供应链体系，与第三方物流合作，并由专员对消费者托管的消费者的衣饰进行拍照，消毒，上架，出售，寄送，售后服务。以 B2C 的模式将传统渠道组织商品销售的功能转变为商品的展示、体验服务、仓储、物流、售后服务，消费者通过线下实体对产品的认知和体验，然后在网上销售终端进行产品的订购。并同时提供用户 C2C 自行发布出让信息。

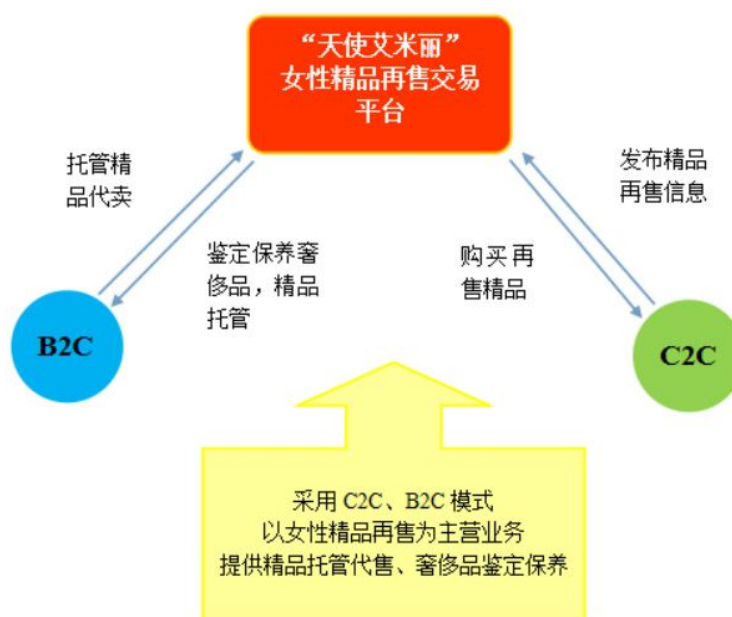


图 2-3 平台经营渠道模式

2.1.5 平台主打销售模式

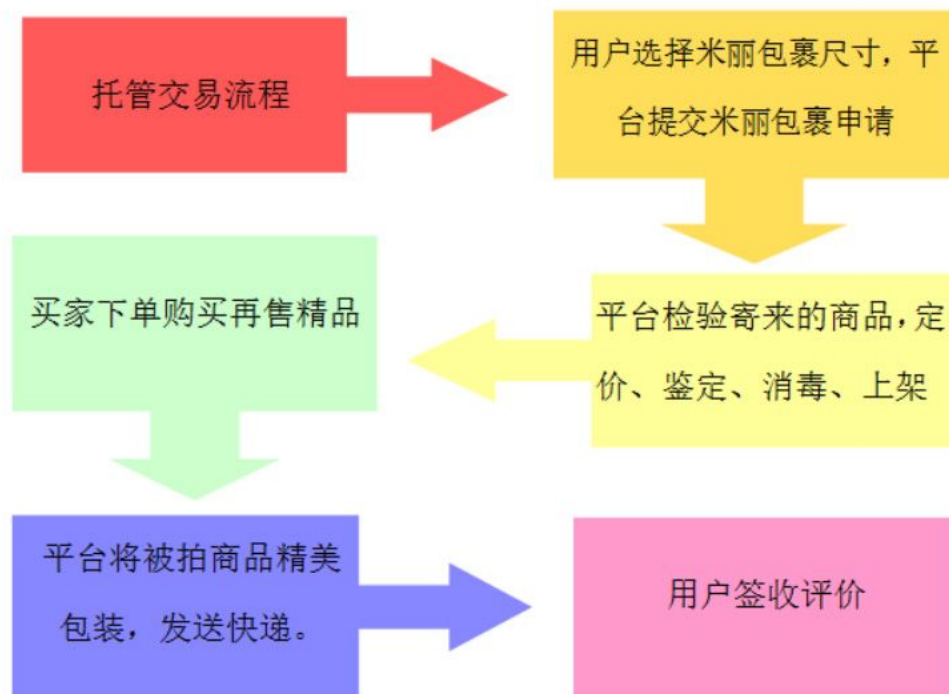


图 2-4-1 托管销售模式图

为了省去卖家因出售而带来的拍照, 商品登记, 发货等繁琐事务, 米丽精品主打推出 “米丽寄售” 寄售服务: 卖家只需要将所需要出售的物品寄给米丽团队, 工作人员会完成一系列上述工作, 但卖家需要销售额的 15% 分成给米丽团队。

为了更好的服务卖家，米丽精品针对具备奢侈品推出“米丽鉴定”服务：此服务为保障所售物品正品可靠。卖家点选需要此服务后，该货首先将发送到米丽团队，由米丽团队鉴定后，保养清洗，再发给买家。如是假货则返还给买家，并退还给买家所有金额。此服务需收取 10% 销售分成服务费。



图 2-4-2 奢品鉴定交易流程

2.1.6 平台普通 C2C 交易流程



图 2-4-3 平台普通 C2C 交易流程

同时为了给予用户的高自由度，米丽精品也允许用户自由发布商品信息进行交易，在交易环节中，用户钱包功能可保障平台运营更加安全，可在全网流通。

2.1.7 平台目标用户分析



图 2-6 平台目标用户

米丽的核心功能解决消费者痛点：

- 1、单一的 C2C 闲置买卖模式，无法规范交易行为及售后服务，使用户对再售商品丧失信心
- 2、以往的销售模式，销售过程过于繁琐，商品质量参差不齐。消费者消费习惯难以养成，消费观念难以改变。
- 3、目前互联网 C2C 模式普遍存在用户信誉问题，“米丽鉴定”将直接解决这一不安全因素，打造买卖双方安全交易的流程环节，是卖家省心，使买家放心。

2.2 项目盈利渠道

充分挖掘平台经济价值，为未来的盈利奠定基础，根据业务类型，平台有三大盈利渠道，其平台业务规模和经济效益可期。

1、广告位收入

平台拥有大量的女性服饰消费者，并整合各地服饰商家与品牌，市场受众群体多，是一个非常好的广告展示平台。PC 端、移动端的首页、内页等数百个广告位相当于一家中型的媒体。

2、托管服务费收入

消费者通过“米丽寄售”，获取平台服务的同时，米丽运营商按平台销售额的 15% 收取服务费。“米丽鉴定”提供用户优质保障的奢侈品每次将收取 10% 服务费。

3、平台沉淀资金增值

平台通过用户钱包方式，将沉淀大量的资金，沉淀资金部分额度可用于购买理财产品等，可获得预期的理财收益。

2.3 项目实施计划

（推广战略请详见第四节）

实施时间	第一年	第二年	第三年至第五年
实施阶段	市场推广阶段	能力塑造阶段	业务扩张阶段
经营战略	第一阶段引进具有战略眼光的投资伙伴，完成 PC 端平台及 app 平台运营上线，构建仓储管理及买卖环节专员服务并针对性对米丽团队前期粉丝进行定向推广。	结合明星资源优势，邀请明星拍卖衣饰，扩大平台知名度，增强平台用户黏性，优化平台服务功能，为用户提供更多的增值服务，提高平台盈利水平。第二阶段引入利用资本市场，引入风险投资，全面推广平台业务。	在全国重点城市成立分支机构，形成覆盖全国的战略布局网络，逐步建立互联网与移动互联网庞大的会员体系，立足明星公益，向全社会推行绿色环保消费理念。五年后整合资源，达到上市规模，从而获取品牌效益和经济效益
用户规模	平台用户 50 万 活跃用户 10 万	平台用户 120 万 活跃用户 42 万	平台用户 500 万 活跃用户 200 万

表 3-1 项目实施进度表

注：2

1、中国 20 岁到 35 岁之间的女性数量约为 1.3 亿。

2、平台用户活跃度 20%-30%（第一年 20%，第二年 35%，第三年 40%）

第3节 项目市场发展背景及机会

现实生活中，很多人都曾经经历过衣柜里的衣物堆积如山却不知该如何处理的时候。淘汰下来的闲置衣物如何处理，成了很多女性非常头疼的问题。再者目前互联网闲置市场普遍以单一放任消费者买卖 C2C 模式为主，难以规范交易流程，保障消费者双方权益，使消费者丧失买卖闲置衣饰信心。加之以往的销售模式，销售过程过于繁琐，商品品质参差不齐。消费者消费习惯难以养成，消费观念难以改变。

3.1 国外（美国）二手/闲置衣物发展现状

二手/闲置衣物交易网站在国外非常受欢迎，特别是美国。近年来，美国涌现出一批新型二手/闲置衣物交易网站，它们比传统的电商个人交易平台更具创意、更重细节，比较知名的有 Tradesy、Threadflip、Twice 以及 thredUP 等。

这些网站的共同特点是为用户将自己的二手/闲置衣物的变现提供了“捷径”，它们通常采用的是寄售模式，有的则是由网站将收集来的二手/闲置衣物经过挑选和标准化处理后再卖给用户。

二手/闲置衣服交易网站内有很多衣服都很时尚，只是不当季，价格非常便宜。二手/闲置衣物网上交易，在美国已经模式非常成熟。

美国二手/闲置衣服交易网站典型案例有 Tradesy、Threadflip、Twice，商业模式及定位等分析见表 3-1。

表 3-1 美国二手/闲置衣服交易网站典型案例分折表

分类	Tradesy	Threadflip	Twice
定位/性质	高端闲置服装交易网站	更像一个在线时尚精品店	交易普通大众闲置衣物
销售产品	包括一线奢侈品牌（30%-90%）、普通闲置衣服	服装、珠宝、鞋子、包包、饰品 5 大类别，其中有一线奢侈品牌，顶尖设计师品牌	包括 GAP、Ralph Lauren、Banana Republic、Michael Kors、BCBG 等在美国极受欢迎的大众品牌
平台模式	C2C	C2C	C2B2C
交易模式	盒子方式——买家拍下衣物，由 Tradesy 给卖家寄出一个盒子，卖家将衣服放在盒子里，寄给买家	Threadflip 为每一单配备了统一精美的包装。买家可免费向 Threadflip 索取包装并邮寄，也可以将物品邮寄给 Threadflip 代为包装寄送	取了自己充当中间人的三方交易方法。Twice 购买卖家的衣服、评估价格进行销售。不能售卖的则捐给了慈善机构
交易费用	9%（纯手续费），邮费包含在商品价格里	15%（含包装费用及运费）	买进卖出的差价
平台特色	可退货，扣除存储费，退到 Tradesy 购物卡中，Tradesy 以更低的价格进行销售，让用户购买购物保险，控制处理退货的成本	依据用户的购买、页面浏览、点击”喜欢”按钮等行为进行综合分析，选择合适的商品推荐给用户，买家可以根据卖家的风格、出售服饰的品牌等选择是否“跟随”，当买家跟随的卖家有款式或是价格的更新出现时，买家便能获得定制的消息通知	推行的“一站式”服务，不能售卖衣物捐给了慈善机构，让卖家完全没有“后顾之忧”

3.2 国内闲置衣物发展现状

2014 年，在中国女性再售服饰市场规模约 1600 亿，并且近年来以年均 30% 的速度高速增长，市场潜力十分巨大。用户刚需问题需要解决，拥有庞大的潜在用户。

近几年二手/闲置衣物交易登上互联网，已经被国外消费者广泛接受，但是中国专门做二手/闲置服装的领域却存在市场问题。主流互联网再售市场如淘宝，蘑菇街，58 同城等普遍以单一放任消费者买卖 C2C 模式为主，难以规范交易流程，商品看上去无法吸引消费者购买欲望，信誉难保证，使消费者丧失买卖闲置衣饰信心。

加之现有的互联网的 C2C 销售模式，销售过程过于繁琐，商品品质参差不齐。消费者消费习惯难以养成，消费观念难以改变

还有个别卖家依托于淘宝，成立微型的二手/闲置衣物售卖店，如美回、良衣汇、淘宝二手衣物平台等，盈利模式主要为收购和售卖之间的差价，而且交易量非常低、知名度基本为零，更无从谈商业模式、成长空间和成就交易平台。

表 3-2 国内现有的二手/闲置衣物在线交易平台模式表

	“C2C网站” 模式	“收购” 模式	“论坛贴吧” 模式
商业模式	提供平台让卖家发布信息，对接买家和卖家直接交易	收购衣饰，赚取差价	通过在论坛贴吧，论坛发帖买卖
代表企业	淘宝网，蘑菇街，58同城，空空狐	良衣汇，美回	百度贴吧，各大女性论坛
特点与优势	自由度较高，可以随意用移动APP发布商品信息	用户可一次性快捷出手再售商品。	推广，互动更为便利
局限性	用户体验较差，交易流程繁琐，不规范。售后服务差。用户流失率高。	定价较低，消费者认同度低。回收成本高	用户零散，交易繁琐无信誉度保障，无售后服务。
相对优势	米丽寄售省去繁琐交易流程，规范品控，提供完善的售后服务。	采取寄售模式，成本较低。定价合理，只收取服务费。	精准定位，售后完善，商品品质高
核心区别	米丽是全方位，高自由度，使再售服饰过程更简易，更便捷，更愉悦的体验		

统计数据显示，中国每年被当作垃圾处理掉的二手/闲置衣服有 2600 万吨，大部分二手/闲置衣物的处理方式是掩埋或焚烧，只有很少量用作慈善事业，但掩埋或焚烧二手/闲置衣服对环境造成了极大的破坏，也造成了资源的浪费。

3.3 国内闲置衣物交易发展前景

中国电子商务研究中心分析师、网络零售部主任莫岱青表示，二手/闲置衣物在线交换平台在中国极具发展前景，因为现实生活中确实有不少人特别是女性有许多二手/闲置的衣物，而且有些还是八成新没有穿过的衣服，如能借助二手/闲置衣物平台出售的话，不仅能够提高资源利用率，还能减少市民处理旧衣服的苦恼。

莫岱青指出，如今国内的消费市场早已呈多元化发展，为了避免造成浪费和污染，环保人士也经常呼吁人们要更为环保地来处理二手/闲置衣物。相信伴随着人们消费观念的逐渐改变，年轻一代的消费者应该会更愿意在有保障的渠道购买二手/闲置衣物。而二手/闲置衣物的交易平台在国内也会是一个巨大的商机。

除此之外，米丽精品所主打的 B2C 模式，是解决如今二手/闲置衣物在线交易市场问题的最好方案，打破中国女性心中二手/闲置衣服的破，旧，过时，脏的观念。既能够制造轻奢品的稀缺感，又能减少购买再售服饰的廉价感，使买卖过程更简便，更愉悦，更靠谱。

米丽精品曾在街头和互联网随机发放调查问卷，588 份问卷结果显示，在解决卫生问题的前提下，18 岁到 40 岁之间的女性，约 72% 的人都能够或者愿意接受有品质来源保障，卫生的再售服饰，而中国 20 岁到 35 岁之间的女性数量约为 1.3 亿，以这个数字计算，潜在消费群体约 8000 万人，非常庞大，二手/闲置衣物在线交易未来市场商机将非常乐观。

3.4 天使艾米丽精品再售交易电商平台的发展机会

1. 互联网电商商业格局的颠覆与消费趋势变化带来闲置衣服在线交易发展机会。

中国互联网络信息中心（CNNIC）发布报告显示，截至 2014 年 12 月，中国网民规模达 6.49 亿，其中，手机网民规模达 5.57 亿。经调查可知，54.5%的网民对互联网上信息表示信任，60.0%的网民乐于在网上分享自己，有 53.1%的网民承认依赖互联网。

截至 2014 年 12 月，中国网络购物用户规模达到 3.61 亿，同比增长 19.7%；网民使用网络购物的比例从 48.9%提升至 55.7%。

与网购同步增长的是网上支付，截至 2014 年 12 月，中国使用网上支付的用户规模达到 3.04 亿，同比增 17.0%。与 2013 年 12 月底相比，中国网民使用网上支付的比例从 42.1%提升至 46.9%。

2014 年，中国网民的人均周上网时长达 26.1 小时，每天上网约 3.7 小时，较 2013 年底增加了 1.1 个小时。

用户在线消费习惯已经养成，并且愿意为在线交易买单，而且成交量日渐增大。互联网迅速发展，蕴含着潜力巨大的市场，对中国整个商业社会产生了巨大的影响。

2. 用户刚需问题需要解决，拥有庞大的潜在用户

根据前面的数据，中国每年需要处理的闲置衣服约 2600 吨，而处在 20 至 35 岁年龄段间的女性约为 1.3 亿人，商家和买家上下游资源都非常丰富，具有巨大的可挖掘潜力。

女性衣橱里有 80% 的服饰是闲置的，2014 年市场规模约 1600 亿，并且近年来以年均 30% 的速度高速增长，市场潜力十分巨大。

总结：本项目立足于女性精品衣饰再售交易这一垂直领域，精准切入 20-35 岁这一年轻且追求时尚的女性用户群体，解决闲置衣服处理的刚需问题，并形成一個社交平台，使女性闲置衣服能够被充分利用，环保循环，同时开启一个慈善的端口，增强平台对用户的黏性，能够为平台的开发运营商带来稳定的商机与可观的利润。

3.5 项目发展 SWOT 分析

3.5.1 优势（strength）

1. 具有国际视野和创新能力、激情创造能力的创始团队。
2. 平台在线交易功能便捷，B2C、C2C 多种运营模式保障平台交易繁荣。
3. 有可靠的产品来源及安全保障措施。
4. 清晰的业绩增长计划、行之有效的营销措施和可以预见的市场规模。
5. 独特的交易流程及用户体验模式，即制造稀缺感又能减少购买二手服饰的廉价感。

3.5.2 竞争劣势（weakness）

初创企业，团队尚需建设，资金仍旧匮乏。

3.5.3 机会（opportunity）

1. 中国二手/闲置服装在线交易尚属市场空白，国内首家定位为女性闲置衣物在线交易的平台项目，可抢占市场先机。

2. 挖掘中国互联网和女性人群闲置衣物处理垂直领域的巨大市场商机。截至 2014 年 12 月，中国网民规模达 6.49 亿，其中，手机网民规模达 5.57 亿，拥有庞大的在线交易用户基础。同时，互联网电商商业格局的颠覆与消费趋势变化也为闲置衣服在线交易带来发展机会。

3. 中国每年需要处理的闲置衣服约 2600 吨，而处在 20 至 35 岁年龄段间的女性约为 1.3 亿人，商家和买家上下游资源都非常丰富，具有巨大的可挖掘潜力。2014 年女性闲置衣服市场规模约 1600 亿，并且近年来以年均 30% 的速度高速增长，市场潜力十分巨大。

3.5.4 威胁（threat）

1. 市场消费习惯还未成熟，消费观念转变和消费习惯还需继续培养。

2. 市场上注重二手/闲置衣物交易开拓与发展的商家非常稀少，产业气候还未形成。

第4节 项目营销通路策略

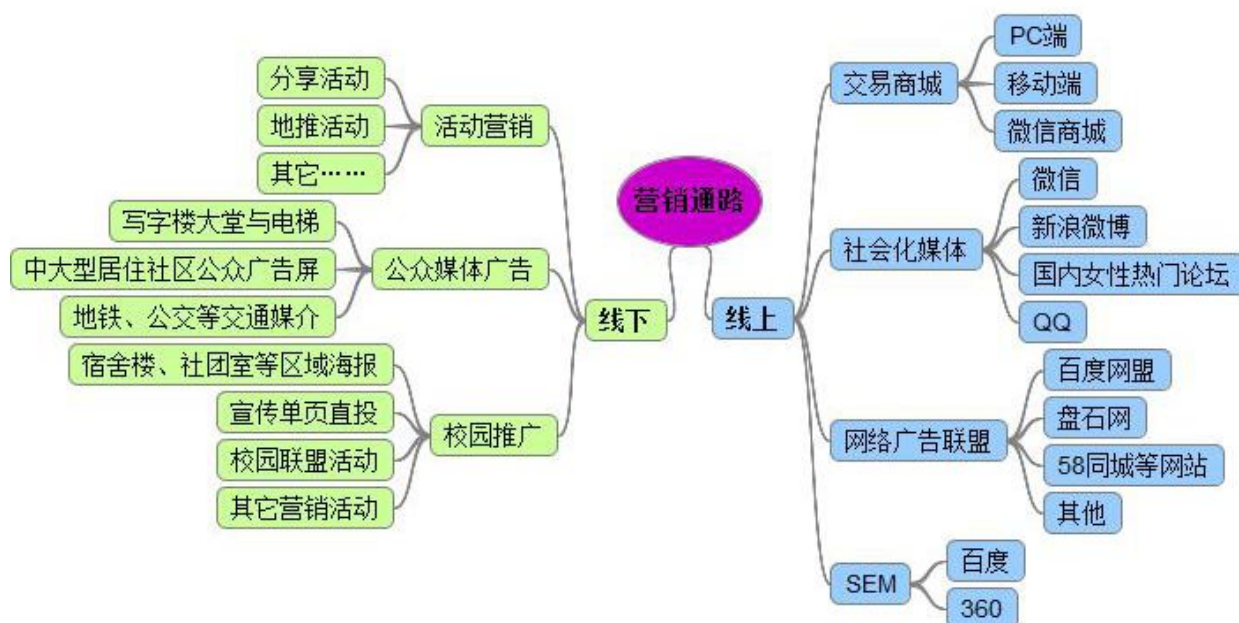
4.1 平台营销目的

1、品牌目的：树立项目在国内互联网再售女性衣饰市场领域的领导品牌地位，塑造品牌情感内涵。

2、市场目的：专注于女性衣饰消费市场，跟踪并抓住终端市场的需求变化趋势，最大力度的提高市场占有率，获得理想的投资回报。

4.2 平台营销总体推广通路

米丽精品分析与定位目标用户的基础上，全面建立有效推广渠道，营销推广通路主要分为线上渠道和线下渠道两大部分，通路策略见图 4-1。



4.3 平台营销策略

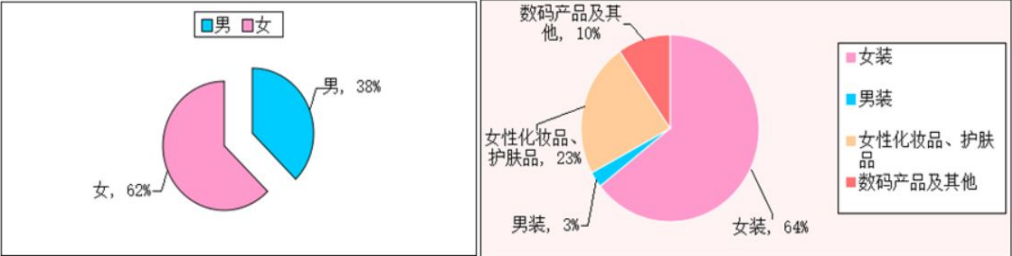
平台地位：中国第一个大型的女性精品衣饰寄售平台。（地位区隔市场其它电商平台）

平台文化：更环保、更时尚、更有爱。（文化区隔，倡导环保、慈善、时尚，营造情怀。）

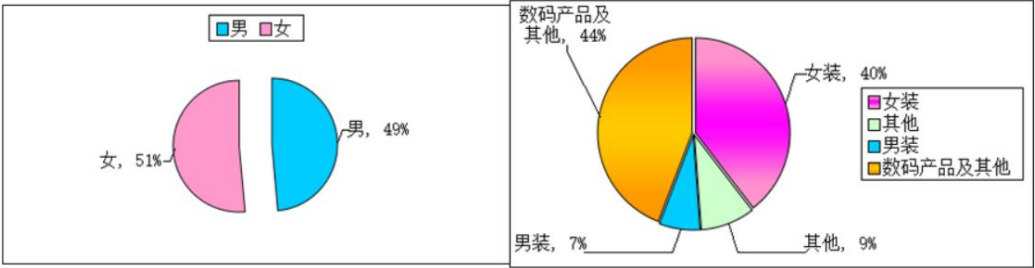
5 在运营初期，米丽精品推广策略分为三步：

第一步：结合前期市场调查数据，挖掘到百度贴吧是目前互联网再售物品交易最为活跃的平台。前期米丽团队深入挖掘用户需求，进行调研的阶段，通过“参与式”营销方式调研了用户对于产品的想法，需求，及其发现的问题。并使贴吧内大部分女性用户参与米丽精品的产品设计，形成贴吧范围内的粉丝效应。他们将作为平台的首批用户，实现 100%的精准推广，实现“口碑式”营销。贴吧数据如下：

贴吧名称	会员数量	发帖数量
闲置吧	602, 131	136, 115, 172



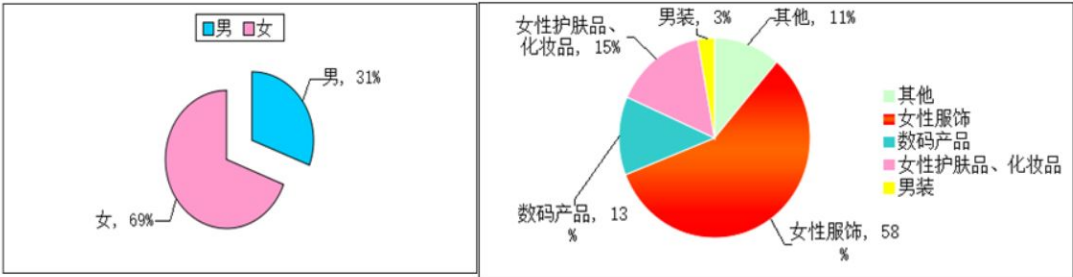
贴吧名称	会员数量	发帖数量
二手吧	376, 759	15, 358, 367



贴吧名称	会员数量	发帖数量
闲置衣服吧	125, 222	2, 770, 012



贴吧名称	会员数量	发帖数量
闲置物品吧	75, 509	1, 258, 679



第二步：结合团队拥有明星资源优势，邀请明星拍卖自身再售衣饰，以明星本身名气推广平台。同时软文分析，事件营销，情感营销，同时针对女性消费者实现第一次大面积范围推广。

第三步：立足公益，以平台代言明星号召全民环保式消费理念及绿色消费行为，并定期通过慈善营销，组织捐赠，义卖活动。在线下实现第二次大面积推广。

营销策略图见 4-3

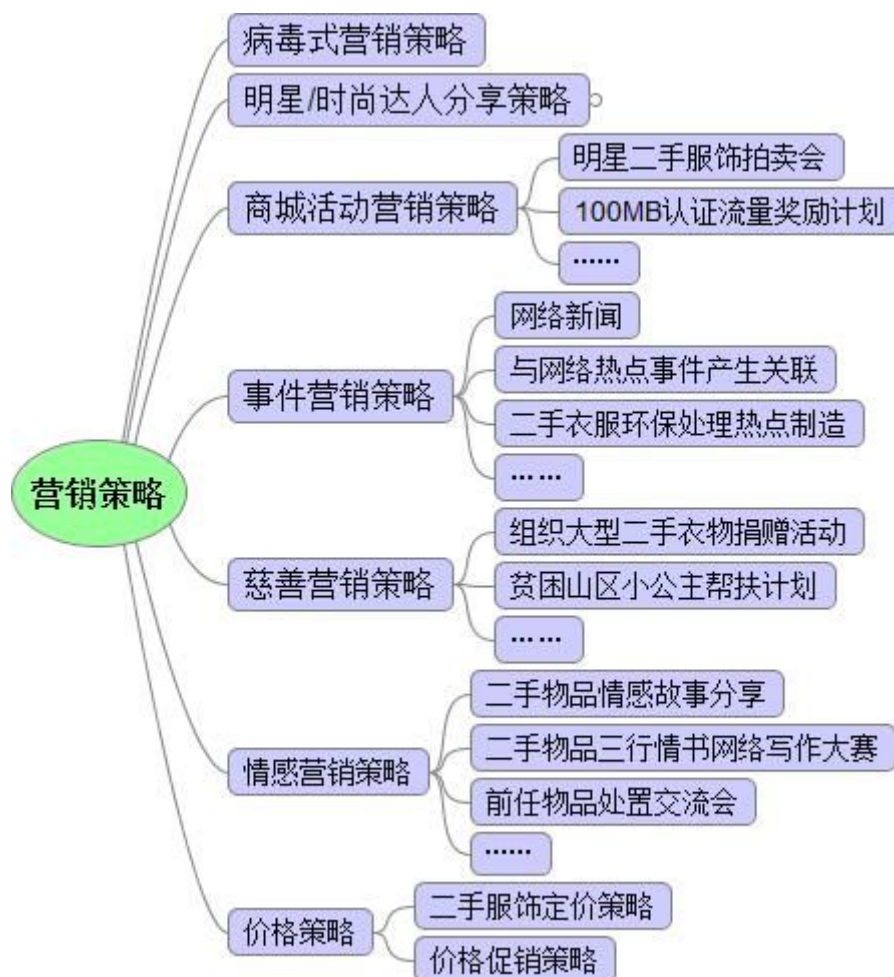


图 4-3 女性闲置衣物在线交易平台营销策略图

第 5 节 项目运营公司与团队

5.1 运营公司

“天使艾米丽”女性精品再售衣物寄售交易平台由深圳公爵科技有限公司开发并运营。深圳公爵科技有限公司于 2014 年注册成立，注册号：440301111542056；经营范围：计算机软件技术开发、销售、上门维护；网页设计；经营电子商务；从事广告业务。

公爵科技致力于女性时尚与环保的完美结合，秉承用户至上的理念及高专注度的业界思维，精准找到女性用户的痛点，解决用户闲置衣物供需刚需，由具备中西方文化背景与国际视野的新兴团队，引进美国先进的闲置衣物电商运营模式，结合中国本土消费市场特征，开发以节约、环保、时尚、慈善为核心文化，集交易、商业、情怀于一体的中国首个平民化“女性再售衣物寄售电商平台”。

公爵科技的股权结构较为集中，便于管理及决策和融资之后的股权稀释，目前投资者均为团队私人投资，没有吸纳过任何机构投资。

公爵科技的管理团队具备宽阔的国际视野，且富有创业激情，各成员之间有过共事的基础，是多年创业的伙伴，有充分的凝聚力及团队执行力。除了创始团队以外，武汉当代科技公司董事长艾路明作为项目管理及企业顾问。

5.2 运营组织架构

在公司运营组织结构方面，米丽精品规划设立董事会、监事会、顾问委员会和七大中心部门，由公司股东成员及高管负责统筹分管部门以及下辖团队。平台初期运营组织结构见图 5-1。

七大中心部门：市场开发中心、平台运营中心、技术开发中心、营销中心、客户服务中心、产品安全中心、行政财务中心。

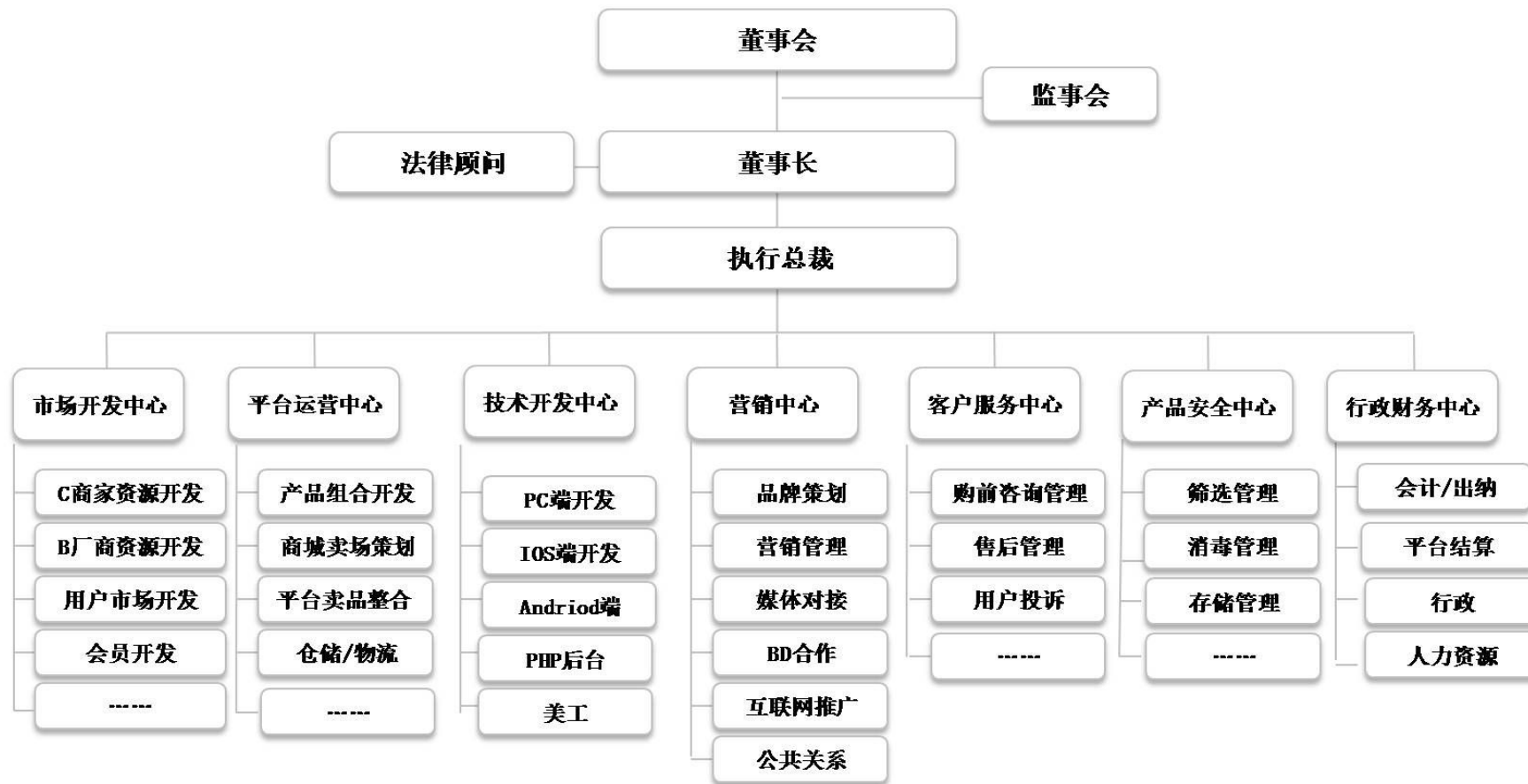


图 5-1 闲置衣物平台组织结构图

5.3 团队核心领导成员

执行总裁：罗裕

毕业于剑桥大学商业经济系

目前就职于深圳公爵科技有限公司。曾于大学期间参加欧盟大学生创业点子大赛并获得一等奖，在英期间自主设计 universal card 系统框架并担任执行负责人，带领团队获 200 万人民币天使投资。而后策划 Oriental Treasure (东风映像) 互联网平台，担任执行负责人。获得广泛成功，年营业额在八百万人民币以上。担任执行负责人。

执行负责人：郑高强

毕业于深圳大学工商管理系，北京大学企业管理专业在职研究生。

目前就职于深圳公爵科技有限公司。曾作为深圳市绿色经济发展研究会联合创始人，任执行秘书长。在此之前历任多家公司副总，具有多年企业经营管理经验并掌握多方面高端社会资源。

技术负责人：郭林鑫

毕业于伯明翰大学计算机工程系。

目前就职于深圳公爵科技有限公司。早年移民英国，曾任 ICOMM Technologies 前端工程师，而后参与搭建 Oriental Treasure (东风映像) 实体亚洲互联网电商平台，担任产品经理。

市场总监：廖靖华

研究生毕业于香港中文大学广告传播学专业。目前就职于深圳公爵科技有限公司。有纽约、香港、深圳三地工作经验。曾在 Concur Technologies (SAP 旗下差旅管理软件平台) 从事大众化及亚太市场研究推广工作；在深圳广播电影电视集团担任过市场推广及广告策划主管；对跨媒体广告营销有丰富经验。

市场负责人：陈俊焕

毕业于深圳职业技术学院市场营销专业，于深圳东门商业圈拥有多家销售实体店面，拥有多年服装销售的丰富经验和资源，与多家零售商建立了长期合作关系，并且与多家服装生产商达成战略合作关系

顾问团：

齐真晨

毕业于深圳大学音乐剧系

知名明星

2012 年亚洲小姐亚军齐真晨来自中国安徽，毕业于铜陵三中，之后在深圳大学主修音乐剧。拥有大量明星资源。

李伟健

毕业于南开大学电子工程系。

曾任深圳北斗星科技有限公司荣昌项目部项目经理，参与交通软件编程、测试工作，具有多年硬件管理及软件运营经验。

杨秋晓

毕业于中山大学传播与设计学院，香港中文大学传媒专业。

曾任新浪华南区市场部负责人，有多年的市场营销经验并熟知相关渠道及资源。

团队照片：



左起：廖靖华，陈俊焕，罗裕，郭林鑫，郑高强

我们是平均年龄 26 岁的年轻富有激情及国际视野的创业团队，是多年创业的伙伴，有充分的凝聚力及团队执行力。除了创始团队以外，武汉当代科技公司董事长艾路明作为管理及企业顾问。

我们的股权结构较为集中，便于管理及决策和融资之后的股权稀释。我们目前投资均为团队私人投资，没有吸纳过任何机构投资。

第 6 节 投资规模

6.1 平台初始新增投资

平台初始投资面向个人合作伙伴，新增投资费用为 300 万元，投资估算的内容包括企业经营费用、平台投入费用、运营推广费用三大方面。

表 6-1 新增投资支出估算表（启动资金）

单位：万元

序号	费用项目	投资金额	备注
1	企业经营费用	120.00	包括运营初期的场地租金、办公设备、人员工资、办公费、差旅费和经营性支出等
1.1	办公家具与办公设备	10.00	办公家具、办公设备（含电脑）和日常工作中所使用的辅助用品
1.2	人员工资支出	80.00	项目运营初期的招聘费用与工资支出筹备
1.3	经营流动资金	30.00	也是营业周转资金，主要用于运营初期的经营性支出，如租金、水电等
2	平台投入费用	90.00	用于平台技术的完善、后台更新、硬件投入和系统开发等
2.1	平台研发费用	60.00	主要为 PC 端升级研发成本和 APP 平台投入，包括技术外援成本、数据库分析等
2.2	平台硬件费用	30.00	包括主机（计算服务器、存储服务器）、云管理、机柜、交换机、无线路由、无线音视频终端、自助服务终端、视频控制器、接入设备费用等
3	运营推广费用	90.00	加强市场推广力度和广告媒介的投放
3.1	推广物料	5.00	项目宣传物料制作，包括文本、礼品等
3.2	平台合作	15.00	SEO 优化、第三方电商平台和社交平台渠道合作
3.3	媒体广告	30	市场炒作、形象建立，包括软文硬广炒作的广播、报纸、女性杂志及门户网站上做的广告
3.4	广告牌	45	在商业地带设立广告牌（候车亭广告、地铁站广告、电梯广告、墙体广告等）
合计		300.00	

第 7 节 经济效益

7.1 项目收入预测

根据平台用户规模、平台经营策略和发展战略，营业收入每年都会呈现增长态势，平台业务规模和经济效益可期。

表 7-1 项目营业收入预测表（三年期）

单位：万元

序号	名称年度		第一年	第二年	第三年	合计
1	广告位销售收入		业务铺垫期	500	1, 000	1, 500
2	交易手续费收入	交易额	5, 000	15, 000	35, 000	55, 000
		手续费	460	1, 100	2, 300	3, 860
营业收入合计（万元）			460	1, 600	3, 300	5, 360

7.2 项目成本预测

表 7-2 项目营业成本预测表（三年期）

单位：万元

名称 \ 年度		第一年	第二年	第三年	合计
营业收入		460	1,600	3,300	5,360
营业成本		299	800	1,320	2,419
其中	经营性支出	170	480	924	1,574
	管理费用	36	96	158	290
	人员费用	84	200	198	482
	财务费用	9	24	40	73
营业成本（合计）		299	800	1,320	2,419

注：

运营初期为 65%，随着平台知名度的提升和用户量规模的扩大，成本控制比例会逐年缩小，第二年 50%、第三年 40%，主要包括经营性支出、管理费用、人员费用、财务费用等，其使用的主要列支项如下：

1、经营性支出：包括营销推广费、媒体宣传费、市场公关费、渠道开发费、业务招待费、平台维护费、硬件投放费、水电费、运杂费等。

2、管理费用：包括场地租金、物业管理费、办公费、电话费、平台研发费、网络宽带费、服务器租金、折旧费、差旅费等。

3、人员费用：包括职工工资、社保费、住房公积金、招聘费用、培训费用、员工福利、高层管理人员福利、员工工装费等。

4、财务费用：运营方为筹集资金而发生的各种费用，包括：产品销售的汇兑损失等。

7.3 项目利润预测

从项目利润预测表看出，项目营业收入递减项目成本、项目税金后，本项目的实施计划符合市场运作规律及投资经济学原理。

表 7-3 项目利润预测表（三年期）

单位：万元

序号	名称 \ 年度	第一年	第二年	第三年	合计
1	营业收入	460	1,600	3,300	5,360
2	成本费用	299	800	1,320	2,419
3	经营利润	161	800	1,980	2,941
4	经营税金及附加	26	89	184	299
5	营业利润	135	711	1,796	2,642
6	所得税	34	178	449	660
7	净利润	101	533	1,347	1,981

注：本项目税金按税务机关规定税率计取，营业税金及附加按经营收入核算，企业所得税税率为 25%。

综上所述，“天使艾米丽”女性闲置衣物在线交易平台的盈利能力和抗风险能力均理想，能给平台投资者创造价值。从经济学的角度加以科学性的分析，具有可操作性，符合市场运作规律及投资经济学原理。

第 8 节 融资需求与合作方式

8.1 融资需求

“天使艾米丽”女性闲置衣物在线交易平台初始新增投资（启动资金）300 万元，面向个人投资者或机构投资者寻求合作。

结合平台经营发展策略，一年后随着平台知名度的提升，用户规模和交易量的扩大，公司计划利用资本市场，引入风险投资机构，预计追加投资款 700 万元（发展资金）。后期将实现依靠本身滚动盈余利润来促进平台进一步扩大。

8.2 合作方式

8.2.1 项目合作方式

1、股权合作

深圳公爵科技有限公司为“天使艾米丽”女性闲置衣物在线交易平台的运营公司。

表 6-5 股权分配表

方式	名称	股权
启动资金 300 万	原股东	80-75%
	投资方	20-25%
备注： 1. 具体合作事宜待商议； 2. 后期再引入资本时，出让股份根据市场估值确定。		

2、股权质押

以公司的股权作为质押物，引进战略合作伙伴和启动资金。

8.2.2 股权分配机制

运营方：由运营方提供核心技术、商业模式、经营策略和管理团队来运营本项目。运营方每月向董事会和投资者提供现金流量表、资产负债表和损益表。

投资方：投资方不得干预平台日常经营管理，可向平台运营方委派一名财务监督员，监督公司资金运用情况。若不委派财务监督，可以委托会计师事务所行使监督工作。

8.2.3 股权退出机制

投资方在投资之初即和深圳公爵科技有限公司签订协议，确定股权投资回报率、退出时间和股权转让价格等内容，投资方可采取公开上市、股权转让、股权回购、股利等方式选择退出。