**商业白皮书**

**项目名称：商用WIFI路由器**

**版本说明：V1.0**

**撰写日期：2014年10月30日**

陕西万维移动科技有限公司

2014年10月制

保 密 承 诺

本商业计划书内容涉及本公司商业秘密，仅对有投资意向的投资者公开。本公司要求投资公司负责人收到本商业计划书时做出以下承诺：

妥善保管本商业计划书，未经本公司同意，不得向第三方公开本商业计划书涉及的本公司的商业秘密。

签 字：

接 收 日 期： \_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

# 第一章：市场前景浅析

商业环境：

目前大部分的公共场所的WIFI基本是开放式的，没有任何密码，没有任何保护措施！根据公安部最新的《互联网安全保护技术措施规定》、《计算机信息网络国际联网安全管理办法》等国家法规，公用场所提供上网功能的单位必须提供用户上网登录和退出时间、主叫号码和域名等信息！所以公共场所无密码，免认证的WIFI是不合法的行为，将逐步强迫退出市场舞台！而且没有任何密码的WIFI也容易成为黑客的攻击目标，有人曾经使用无密码WIFI买火车票，结果卡上六万多存款全部被黑客吃掉！暂不论这些公用WIFI的合法性及其存在周期可能性，就目前的公用WIFI而言，其商用价值基本上被掩埋！

这就是WIFI市场一个巨大的挑战！

随着无线电通讯技术的迅猛发展，手机不仅满足了人们随时随地私有通信的需要，还成为集通信、拍照、娱乐、理财、购物等多功能于一身的个人智能终端设备。截至2013年十月，全球激活的IOS的设备超过7亿，Android设备超过10亿，目前，我国手机用户量突破11亿，位列世界第一。

这是移动领域一个巨大的市场！

家用路由器目前的功能相对简单，只做SSID广播和无线转发的基站！而智能家居必将是未来的大势所趋，但是对于家庭其他电器，电视、冰箱、空调、洗衣机、灯具等不可能24小时开机，也不可能24小时连入互联网，所以路由器这个低功耗、散热少、又24小时连入互联网的小角色必将成为所有家庭物联网的入口，所以家用路由器必将成为所有做物联网公司的入口所在。退一万步讲，即使路由器不作为物联网的入口，它也是所有流量的入口，这个入口必将是互联网兵家必争之地，物联网的入口也必须连入路由器才能从云端进行控制。

这是物联网的一个方向！

现在，所有的机会点都指向了商业智能路由器! 商用WIFI属于新兴行业，从13年开始发热，到14年已经有好几家公司开始做，目前还没有哪家的产品真正走到了成熟的地步！我所知道的树熊，极路由，wifisong，迈普，大黄蜂等(小米WIFI等不在我们的竞争对手是因为他们做的不是商用WIFI)做商用路由的公司，他们的产品要么功能单一，要么还未开发完全！树熊只有一个简单的Potal推送，没有二次营销的概念，也没有流量上报！迈普目前还是那种胖AP模式，Potal页面未能云端化，不能实现Potal个性化定制！相比较这些产品，我们的产品是有足够的领先优势的！

# **第二章： 盈利模式浅析**

一 根据简单的市场WIFI环境分析，智能路由布局的盈利模式应运而生，介绍智能路由模式之前我们先把智能路由进行分类：

1. 商业用路由（公共场所所用路由）；
2. 家用路由(家庭用户所用路由)；
3. 企业用路由（一些公司所需路由）

二 路由器运营(盈利模式介绍)

根据不同的场所所用路由器进行盈利模式介绍

商业用路由三种盈利模式:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 模式 | 优点 | 缺点 | 阻碍 |
| 硬件销售模式 | 风险小，见效快 | 市场比较成熟，竞争比较大。 | 推广难(全靠销售) |
| 广告推送模式 | 能迅速占领市场，能积累大数据 | 需一段时间 | 前期资金周转 |
| 用户数据模式 | 这是最终盈利模式，是互联网的高峰 | 需用户量做铺垫 | 需一定得时间积累 |

1. 硬件销售模式：简单的说就是传统的销售模式，从厂家拿到路由器，刷成我们的固件，再卖给我们的客户。

分析：此模式为风险最小，见效最快的模式，前期最大的支出成本在于路由进货支出，但是这种进一个卖一个的模式，可以完全规避这种资金周转困难的问题；但是存在推广难得问题，销售人员得想办法让客户掏钱，这是需要很大的人工成本。

1. 广告推送模式：免费送路由给那些不愿掏钱的客户，然后前三个月让其免费试用，能推他们商场或其他相关的广告，三个月试用期过后，路由器还给他们用，广告位开始收费，或者可以打别人的广告，收广告费，在用户上网的过程中我们可以定向定期的投放广告或者其他内容。

分析：此种模式风险不大，但是存在前期收益慢的问题，前几个月可能存在入不敷出的窘态，可能造成资金链断裂，但是只要有一定的市场占有率，这必将成为一种长期的收益模式。

3、数据模式

模式说明：当用户不管以什么方式连入我们的WIFI，势必会在我们的系统留下用户的信息和上网痕迹，通过对用户进行回访的模式进行投放广告，或者进行用户行为分析，或者将数据出售给需要做数据分析的公司；如果进入这个状态，那么公司就能形成自我生态圈，就能进行自我闭环增长模式；数据就会为公司制造财富！设备坏了可以买，人才流失了可以换人，但是数据是无价的，如果没有数据即使掏钱也买不来，所以大数据必将在未来的财富模式中占据主导地位；随着互联网、物联网的发展，路由器这个作为互联网的流量入口必将登上历史舞台。

分析：此种模式需要相当大的市场占有率，所以这种模式在前期需要量的积累，才能从量变转变为质变！

家用路由：

暂时我们还没做家用路由这一块，但是家用路由的前景是可以预见的，随着智能家居的呼声越来越大，作为智能家居的入口，家用路由的智能化，云端化的呼声越来越高，虽然有好多家专门做路由的公司，包括小度路由，小米路由，极路由，wifisong，树熊路由等等路由器，无不想推出自己的智能家居入口版本的路由器，但是他们都想成为做标准的公司，都想把自己的标准推送给其他厂商，而且就目前而言，所有做出智能家居入口的厂商都是在大放阙词，根本就没有做出真正的云端化、能一统智能家居的产品出来，有做出稍有点起色的公司也仅限于他们的路由能和自己生产的两三款产品进行互联！因此家用路由器智能化这一块市场目前还是一片混乱，有很多切入的机会。

企业用路由器:

企业用路由，需要的功能可能更多，它需要更稳定的局域网环境，更高速的传输速度，更安全的加密方式！甚至需要做的更细致:针对应用做流量控制，上网控制等功能，这些都有很多成熟的解决方案，包括思科、华为等等，但是我认为可以造出更智能的企业用路由，譬如和OA流程、考勤系统等绑定销售。举个例子:和考勤绑定，早上员工只要一来公司，路由就会自动扫描区域内的无线设备，只要把这些设备跟员工绑定，就能准确的知道员工几点到公司的！或者和室内定位功能绑定，只要扫一眼就能知道哪些员工在哪里，如果有个急事找人不在变得很困难。

实施软硬件结合，个性化人性化服务将是未来小公司生存之道。

# 第三章 业务操作模式简析

根据三种不同的盈利模式，便有了以下业务操作模式

一 商用路由

广告推送和硬件销售并存的模式，通过免费送路由卖广告的模式能迅速占领市场，打开市场的认知层面，提高品牌的知名度；通过卖路由器的模式能迅速回笼资金；两种模式都能提高市场占有率，提高数据层面的积累与沉淀。

二 家用路由  
 家用路由以刷固件的形式，在迅速占领市场份额的情况下，以升级固件的形式进行布局，当占有一定的市场份额的时候，对外开放智能家居的接口，供其他厂商调用，也可跟手机终端厂商合作，推出智能家居入口接口，不跟特定的智能家居厂商合作，只给他们提供可以开发调用的接口！

三 企业用路由  
 这种不是最主要的盈利模式，我们推出这个种类是为了销售我们的软件，比如OA，考勤，ERP等

主要是软件收费，硬件上不做开发，但是通过硬件的绑定我们可以把我们的软件智能化，云端化。

# 第四章：我们目前的状况以及前途分析

一 公司基本情况：陕西万维移动科技有限公司(公司申请材料已上交，正在审核)

二 主要运营者：等

**三 公司初期信念**

**让再小的个体拥有品牌！让再小的商户拥有商圈 ！【做移动品牌塑造者】**

**四 初期产品口号**

**让信号无处不在，让品牌萦绕掌间！**

五 初期产品与服务

目前已完成初期主打产品商用路由器的技术攻关（软硬件），我们商用路由器的特点是在拥有Potal功能的基础上(新兴技术)，云端获取上网用户的行为信息并存储，实现推送页面高度定制化，自由化，终端路由器体积外形小巧美观。无论是在软件还是硬件方面均有一定变革，领先同行业对手。现阶段主要是获取顾客的联系方式和主流社交信息，帮助商户做移动端，网络端初期产品宣传以及后面二次营销，以达到引导消费的目的。

六 研究与开发

目前已有的技术团队包括五人，两人主管路由器端开发，进行数据上报，固件优化，外观设计等。两人主做前端数据展现，Potal页面定制，以及管理平台的开发。一人主要协调项目的迭代升级，负责处理客户和代理的Bug反馈。

目前已经实现的功能：Potal推送，客户认证信息获取，设备信息的及时上报，终端的无缝漫游，管理端报表展现，Potal页面个性化自由化定制，以及与微信平台，微博，QQ等主流社交软件的集成。

目前已投入的研发周期：13年8月开始到目前已14个月（不包括之前长期和思科合作的技术积淀）。

七 营销策略

营销有五种方式：

1. 销售硬件的模式(通过代理销售)

2. 销售广告的模式，按照设备/月(年) 的方式进行收费

3. 销售数据的模式，当市场占有率达到一定得量之后形成大数据的盈利模式

4. 1和2的结合产生的新的盈利模式，让商户出资为周围的商户免费布署设备(然后可以投放付费商户的广告，形成小的商圈，再小的商户也有商圈！)

5. 通过销售增值服务的方式进行盈利（包括短信，微信，数据分析服务等）

八 产品制造

硬件的生产通过代工厂进行生产，我们生产固件，提供云端服务器！从代工厂拿到硬件刷上我们的固件，接入我们的云平台，客户就可以使用我们的软件服务！

九 管理

管理上使用扁平化管理，摒弃传统的管理模式，以实现互联网发展的需求！

# 第五章：简单算一下

一 融资计划

融资200万，第一次融资50万作为扩展云端服务器，扩建队伍规模(配备一个专业美工，配备一个营销推手，储备一个后台技术开发人员，配备一个系统架构师,一个专业测试人员和一位财务人员)，计划在第二个月推出产品，第三个月完成第一次迭代，这个时候进入迅速占领市场阶段，使用免费送设备的模式，这个阶段需要剩下的150万到位(大概能送出一万台设备，基本能覆盖一个城市的范围)

二 财务预测

成本预算（一年）：

1. 人工成本：前三个月按照五个技术核心，一个美工一个测试一到两个营销推手的八人团队计算，预算15万；三个月之后需要增加客服和活动经费，按照25万的成本预算；（15\*3+25\*9=270万）。
2. 服务器成本：CPU和内存按照8核16G，892.8\*10（一年买十个月送两个月）8928元；10M带宽625\*12 =7500元；1T硬盘0.324\*1024\*12 =3981元；负载均衡和数据库自己搞，总价20409，根据后期业务需要可能需要增加服务器，购买缓存服务和内容分发网络所以增加一万的弹性空间 总价 30409。

3. 房租成本:租用商住两用房，降低成本预算，5000/月\*12=6万。

4．保洁+伙食补贴：3000+120\*30=6600元。

5. 设备成本：添加五台电脑+宽带+办公桌椅+公司服务器<20万。

初步成本总预算：270万+30409+60000+6600约等于300万。

收益预算：

1. 纯硬件销售模式：300元/设备\*500个/月\*12=180万（年收益），（每个设备净差价300，每月销售500个设备，一年收入是180万）。
2. 广告收入：

按每个设备收费方式：25/月\*设备数量(按照5000算)\*12=150万（每个设备每月25元，送出去10000台，按照半数设备5000个有广告收入，年收益是150万）。

按照广告推送次数收费：广告推送一次收费0.01元。

每个设备每天推送300次，剩下的半数设备按照推送次数收费（0.01元\*300次\*5000台\*30天\*12月=540万），广告被顾客主动点击一次收费0.1元，此部分可作为一种备选方案，暂时不计入创收计划。

1. 数据收费的方式，此模式无法估值。

所以前两到三年的年化收益：设备（180万/年）+广告（150+540=690万/年）=870万/年（此算法只按照送10000台设备的最小盈利模式进行的预算，如果多送以此乘以相应的比例）。

预估到三年之后一是市场达到饱和，市场产业结构的变化呈现未知数，所以三年之后暂时不做预估，所以前三年每年最小年化收益率：(870-300)/200=285%！

# 第六章：感言

**我不想想的太多，太多只会束缚我的手脚!**

**成功不在于难易，而在于是否采取行动！**