



**开放式的美食主题社区平台**



# 公司概况





**公司名称**

**上海欧鸿电子商务有限公司**

**平台名称**

**品鲜Go    [www.pinxiango.com](http://www.pinxiango.com)**

**成立日期**

**2013年10月**

**主营业务**

**生鲜食品**

**经营模式**

**在线平台**



# 项目概述



# 市场分析

## 中国在线生鲜市场发展趋势

**探索期**  
**2005-2009**

食品安全频发，人们对高品质食品的需求迫切，小众和本地市场的生鲜电商逐渐兴起

**市场启动期**  
**2009-2012**

电子商务逐渐发展，人们对网购认可，并产生依赖，生鲜平台迅速崛起，并逐渐成熟

**高速发展期**  
**2012-2017**

褚橙和本来生活网的事件营销，生鲜平台再次被腿上风口浪尖，资本大量进入

**应用成熟期**  
**2017-**

生鲜平台在起伏中前进，成熟的生鲜平台在商业模式，盈利模式，品牌美誉度，资本实力等都有了一定实力

# 愿景

**品鲜Go规划是成为开放式的美食主题的社区平台，立足于人们日常**

**吃什么**

**和谁吃**

**去哪里吃**

**模式：平台+个人**

未来

**只有平台**

**只有有限合伙人**

## 亮点：不断革新的演进路线



品鲜GO  
1.0

2013年10月—2016年8月

打造以安全食材（吃什么）  
为中心的在线购物品牌





1.0

## 品鲜GO已成为受信任的互联网安全食材平台

我们的收获

产品

信任

团队

## 亮点：不断革新的演进路线



品鲜GO  
2.0

2016年9月—2017年12月

美食家入驻，打造以美食  
（吃什么，怎么吃）为核心的  
移动互联网美食社区

生鲜  
电 商

食材

消费者

改变产品维度

改变用户维度

美食  
社区平台

食材  
食谱  
美食沙龙  
美食之旅

消费者  
美食家  
名厨  
美食爱好者

产品  
维度

用户  
维度

2.0

## 以用户需求为导向的价值逻辑

安全

迅速

本地

创新

社交

食材必须 安全  
送货必须 迅速  
美食必须 创新  
平台必须 社交

## 亮点：不断革新的演进路线



品鲜GO  
3.0

2018年1月—2019年 12月

中国最大的移动互联网美食社区，集安全食材，美食家，美食活动，美食之旅为一体

## 亮点：不断革新的演进路线

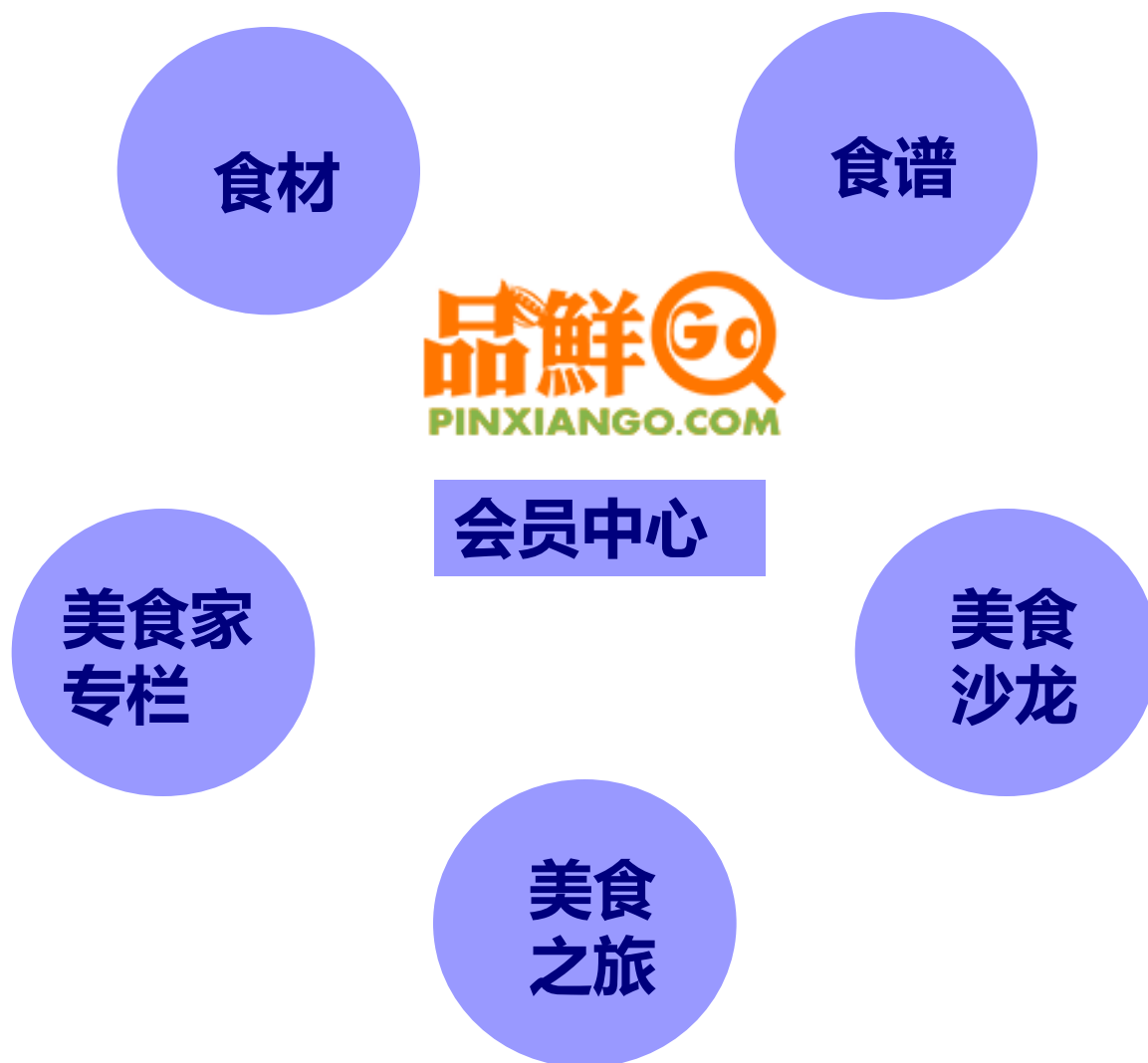


品鲜GO  
4.0

2020年-2022年

打造互联网美食社区金融生态平台

# 品鲜Go美食平台方案架构





# 管理战略





# 定位

美食主题社区平台

美食  
超市

食材

美食家

美食食谱  
生活方式

移动  
平台

微商城  
App

# 战略

美食资源整合+移动平台+社交

农场

品牌  
供应商

美食家

名厨

生活  
方式

# 品类

日常生鲜为主+个性化食材为辅

果蔬

肉类

水产品

果汁

熟制品

母婴  
零食

酒水  
冷饮

# 食品安全

产地直采+SGS/ITS实验室检测+内部品控

生产环节  
全透明

全链条  
可追溯

实验室  
检测

消费者  
监督评价

退换货  
机制

# 供应链

配送中心

农场  
品牌供应商

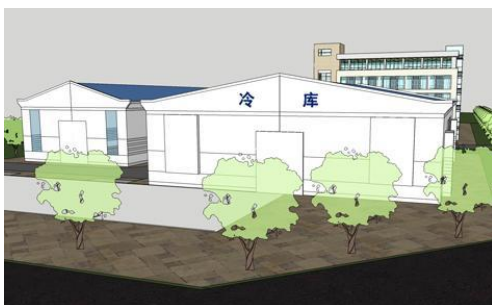
仓储中心

消费者

客服中心

# 冷链

全程冷链到家



配送中心冷库仓储



冷藏车



保鲜箱

# 大数据

全面采集+深度分析+精准营销

## 运营数据

销售分析  
订单分析  
商品分析

## 财务数据

成本分析  
利润分析  
现金流分析

## 消费者数据

用户分析  
交易分析  
LBS分析



# 商业模式





## 价值主张

**新鲜**

生鲜直供  
全程冷链  
食在当季  
食在当地  
预售模式

**安全**

全品检测  
产地直采  
生产透明  
消费者保障

**便利**

品类丰富  
线上下单  
便捷支付  
送货上门  
客服服务

**实惠**

优质优价  
每周特惠  
支持团购  
会员优惠  
积分换购

**引领**

生活方式  
饮食文化

# 目标群体



社区大妈



时尚煮妇



美食达人

# 核心能力

货品  
新鲜

生鲜直采直供

仓储物流全程可控

优质  
优价

多样化销售模式

薄利多销

一站  
购物

品类足够丰富

一站式仓储物流

冷链  
物流

快捷方便

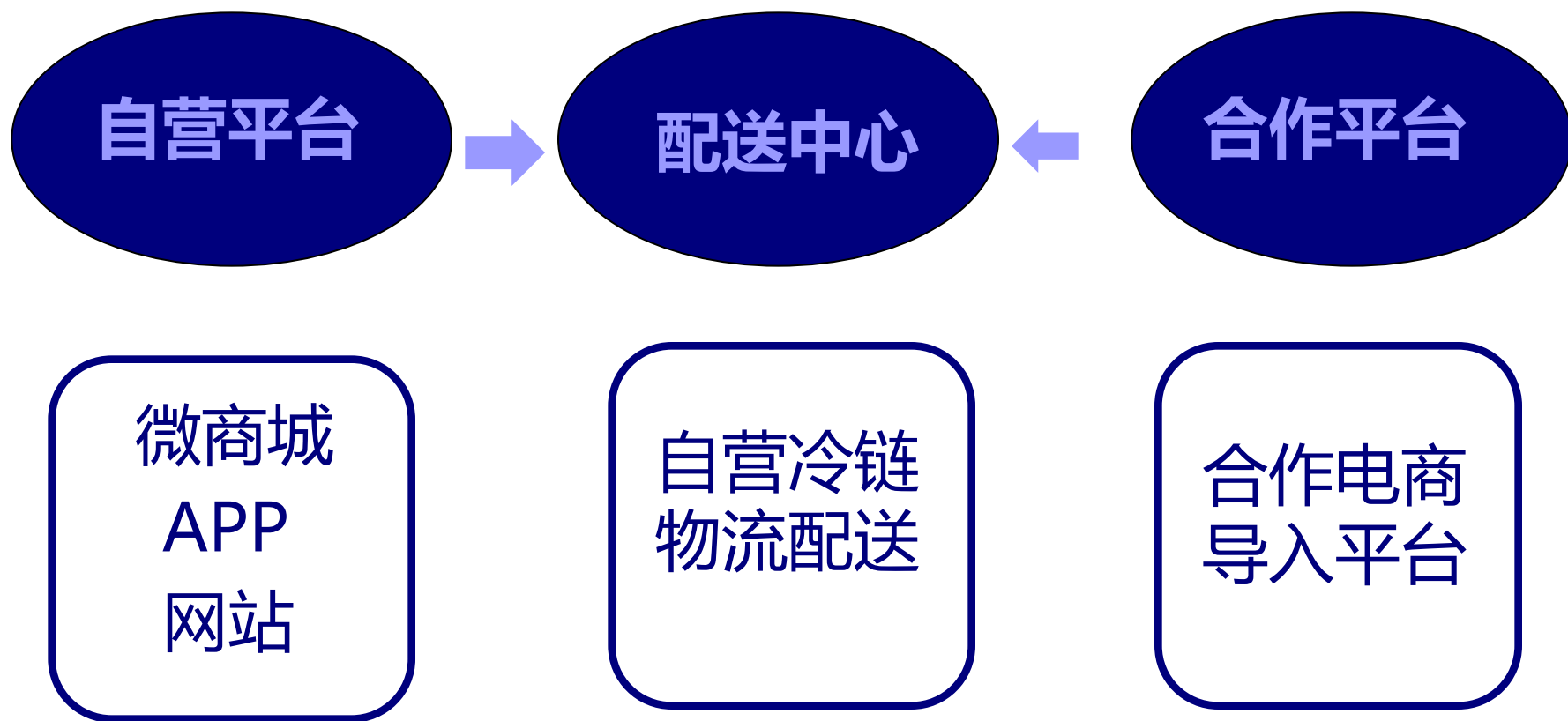
超值服务

引领  
生活

社交美饕龙

美饕专栏

# 销售渠道



# 供应链管理

第三方物流

第三方支付

其他专业服务

生产商  
供应商  
合作平台

配送  
中心

微商城  
APP  
网站

消费者

销售报告

业务协同

订单

退换货

业务改进计划

促销

客服

大数据/客户服务中心

物流

商流

信息流

# 供应链管理系统结构图

客户管理

消费者档案

消费分析

会员管理

活动管理

集成应用

APP

业务管理

采购管理

质量管理

销售管理

订单管理

品控管理

订单处理

价格管理

物料管理

配送管理

合同管理

作业标准管理

支付管理

微商城

网站

库存管理

入库

盘点

调拨

出库

ERP

财务管理

应付款管理

成本核算

应收款管理

总账

...

# 盈利模式

## 直营服务

生鲜进销差价

## 平台服务

面向全球的食谱交流  
美食家专栏展示  
美食家设计的美食之旅  
美食社交沙龙

## 会员中心

品鲜卡预售  
会员充值/支付  
合伙人

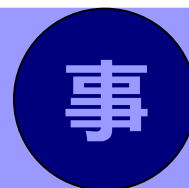
# 管理模式

快速反应，确保服务质量



规范化

链条控制，确保运营效率



流程化



规格化

标准管理，确保产品质量



数据化

互联互通，挖掘数据





# 营销管理



# 互联网时代

极致之美+娱乐精神

顾客  
为王

精准  
投放

人格  
魅力

娱乐  
精神

# 营销理念

强调  
产品/服务差异

塑造  
专业形象

传播  
品牌故事

差异化 主流消费群体多元化需求，强调品牌个性

品牌个性

时尚化 与时代融合，让农业时尚

品牌活力

科学化 强调科学精神，用科学守护健康

安全营养

娱乐化 品牌人格化魅力，与消费者产生共鸣

快乐文化

体验  
营销

学术  
营销

娱乐  
营销

达人  
营销

情感  
营销

# 网络营销

让传播生动鲜活



制造有趣



用美食吸引吃货



讲故事传播情感



文化激发话题

# 会员营销

品牌家族

合伙人计划

消费代表

**建议权**

视觉，口感，产品

**调查权**

实地调查，抽检，安全公测

**活动权**

试吃，基地活动，美食沙龙

**优惠权**

会员特价，特款定制

# 社区营销

融入社区 亲密互动 情感营销



营养宣导



健康科普



亲子厨艺



基地活动



# 项目进展



# 项目进展





# 资金预算

2017年-2019年

2020年-2022年

品牌营销

2000万

2000万

产品开发

500万

800万

物流仓储

1200万

1800万

人力资源

3500万

3500万

办公运营

1500万

2000万

## 融资需求：2亿人民币

