

上海淘璞电子商务有限公司中期发展规划

(2018 年-2020 年)

上海淘璞电子商务有限公司 2015 年 1 月成立，2016 年 2 月平台上线运营，在短时间内创新了商业模式、树立了品牌形象、形成了口碑效应、聚集了 B&C 端客户，实现了从 0-1.0 的量变，本地化婴童”生态化反”初见成效，这是我们成为中国最大的婴童产业运营商的坚实基础。过去的三年，我们解决了基本发展的问题，2018 年起工作重点将转向解决如何快速发展的问題。淘璞能否成长为独角兽，能否成为行业领军企业，2018-2020 年是至关重要的三年。

为了实现未来三年的发展目标，现制定淘璞 2018-2020 年中期发展战略规划，以企业发展战略作为企业发展计划的总路线和原则、灵魂与纲领，以企业发展战略指导企业发展计划，以企业发展计划落实企业发展战略。

一、淘璞中期发展规划

(一) 中期发展纲领

做实平台、做强企业、做深产业，成为行业引领者、模式创新者、标准制定者，推动中国婴童行业变革与发展！

在“平台聚资源，资源建生态，生态促产业”发展思路指导下，以商业模式的创新引领行业发展，并保持持续创新能力，线上线下互联，发挥工具价值，开展亲子活动，构建共享生态，夯实平台基础，实现会员数量、品牌数量、门店数量、交易数据、开拓城市等维度的多重突破。同时，全面启动淘璞空间线下体验店、儿童产业基地、商

业地产招商运营合作、儿童公益事业、产业投资基金、供应链金融服务等业务，为淘璞婴童产业生态大蓝图赋能。

我们要进一步发挥股东价值、充分调动员工积极性、最大程度凝聚各方力量，确保淘璞实现三年的盈利目标，将 2020 年作为 IPO 的重要里程碑，以助力淘璞快速成长为中国最大的婴童产业运营商。

（二）中期发展愿景

淘璞的事业是服务儿童的事业，为民族为祖国塑造未来有用之才的使命将始终贯穿企业发展的始终，因此淘璞必须要向着“**打造受人尊重的一流企业**”愿景奋进！以强烈的历史使命感和责任感、正能量的价值观，弘扬企业社会责任，传播企业最佳实践，持续地为股东创造价值，为社会创造价值，推动企业、行业和社会的进步！

我们要做到，保持行业领先的创新模式让企业受到尊重，以党建引领企业文化建设让企业受到尊重，给客户提供有价值的产品与服务让企业受到尊重，提升员工幸福指数让企业受到尊重，实现经济效益和社会效益双丰收确保企业稳健成长让企业受到尊重，承担更多地社会责任让企业受到尊重。

（三）中期发展目标

1、品牌目标

（1）以平台夯实企业发展基础。让 APP 成为实体门店的运营好帮手，成为连接消费者和品牌商的好工具，上线品牌、门店、会员数量和交易量快速增长，让平台成为淘璞的核心价值所在。

（2）以公益完善企业社会责任。热爱并倡导公益事业，将“与

爱童行”打造成中国第一儿童公益品牌，成立公益基金专项运作，提升企业形象和品牌内涵，进一步彰显淘璞社会价值。

(3) 以线下活动助力各方共赢。从专场亲子活动到快闪店到淘璞空间三重线下场景升级，增加商场人气，加强商户合作度，优化会员体验感，提升企业效益，树立淘璞线下直营品牌形象与标准，打造中国本地化亲子生活服务第一空间。

(4) 以生态共享促进产业发展。“大礼包”突破业态、品牌和门店壁垒，提供增值服务，实现平台小生态圈构建与共享，平台资源的聚集融合，更助力淘璞从整合产业链嬗变为构建婴童产业大生态圈。

(5) 以主题园区形成核心竞争力。打造以婴童为主题的产业园区，是淘璞开启行业整合，提升竞争力，建立行业标准，树立行业领先地位，助力区域经济发展，实现企业品牌效应、社会效益和经济效益的核心环节。

(6) 以人为本实现共同发展。构建一支忠诚企业，愿意以公司事业而奋斗的员工队伍，构造积极向上，和谐友爱，爱岗敬业的企业文化氛围，设计激励效果明显的薪酬绩效体系，为员工提供公平公正的事业发展平台，实现企业与员工的共同发展。

2、市场目标

(1) 围绕 IPO，做大平台规模，创造盈利空间，争取在 2020 年启动公司 IPO。

(2) 围绕利润指标，2018 年实现盈亏平衡，创造不低于 200 万元净利润，至 2020 年三年实现净利润总额过亿元。

(3) 围绕拓展指标，三年内实现品牌数量 1 万个，门店数量 5 万家，会员数量 800 万，拓展城市 50+，交易量累计突破 80 亿。

(4) 围绕线下活动，2018 年完成淘璞空间和快闪店的设计并投入运营，至 2020 年至少有 10 家淘璞空间开业运营，快闪店不少于 10 场/城/年，专场活动不少于 100 场/城/年。

(5) 围绕产业园区，2018 年完成一地的选址，与政府签订合作协议，启动规划设计与建设，争取 2020 年部分投入运营。

(四) 中期发展计划

时间	重点工作节点
2018 年	1、一季度完成 A 轮融资 3000 万元，10 月启动 B 轮融资； 2、全年拓展品牌数量 2000 个，门店数量 8000 家，会员数量 100 万，交易量 8 亿元，全年活动数量不低于 100 场； 3、完成“与爱童行”商标注册，成立“与爱童行”民非公益组织； 4、成立二级控股子公司：公益机构、商管公司、产业园区项目公司； 5、设立活动拓展部、客户服务中心、信息管理中心； 6、完成第一家淘璞空间的选址，启动设计与招商，争取年内开业运营； 7、完成淘璞部落的选址与签约，完成项目公司成立和团队组建，启动前期定位与规划设计 8、完成员工股权激励机制设计。
2019 年	1、一季度完成 B 轮融资不低于 6000 万元； 2、加快城市拓展速度，布局 10 个一、二线城市，以华东、华中、华西为主； 3、全年拓展品牌数量 3000 个，门店数量 1 万家，会员数量 200 万，交易量 21 亿元； 4、开设淘璞空间不低于 3 家； 5、启动淘璞部落第一期建设； 6、年底前完成长期发展员工的股权激励全覆盖。
2020 年	1、一季度完成 B 轮融资不低于 2 亿元； 2、加快城市拓展速度，布局 50 个一、二线城市，以华东、华中为主； 3、全年新增门店数量 3 万家，会员数量 400 万，交易量 48 亿元； 4、开设淘璞空间不低于 10 家； 5、淘璞部落投入运营； 6、启动 IPO，上市目的地首选中国大陆。

二、淘璞 2018 年发展规划与工作计划

2018 年是公司实现中期发展规划的关键年，围绕创新实现**势能转化和标准化建设是 2018 年核心双主题**。实施标准化建设与规范运作是实现势能转化的重要基石，势能转化是企业保持鲜活生机和赖以壮大的重要途径，两者必须成为淘璞快速发展的双动力。

创新是决定公司发展方向、发展规模、发展速度的关键要素，公司各部门必须要在商业模式创新业已领先的基础上，进一步发挥主观能动性以创新谋发展，无论是运营部、活动部、企划部还是产品部、技术部、乃至财务部和行政部都必须保持创新和创造的活力，让一以贯之的创新精神成为企业发展的不竭动力！

势能转化之年——借力行业发展趋势，在现有资源积蓄基础上，平台规模快速扩大，产业生态快速扩张，不断创新与突破，加速从量变到质变的过程，企业发展从 1.0 升级到 4.0 甚至更高，实现与合作伙伴共生共享共赢。

标准化建设之年——推行企业标准化管理体系、服务体系和线下儿童亲子业态标准，对内有利于规范企业内部的管理行为，降低管理成本，提高服务质量，提升管理效益；对外有利于树立行业标准，强化企业领先地位，提升淘璞品牌美誉度和知名度。

联合团市委和上海市标准化研究院研究制订中国首个亲子活动标准，年底前与青年报等媒体联合推出上海亲子活动发展指数。

（一） 2018 年总体目标

2018 年总体目标：

1、平台交易额突破 8 亿元，新增门店数 8000 家，新增会员 100 万，公司盈利不低于 200 万；亲子活动和淘璞快闪店常态化运营；

2、以大礼包为主要载体的婴童产业生态要成为中国婴童行业跨界产业资源共享的标杆；

3、淘璞空间实现实体化运营；

4、淘璞部落项目启动前期规划工作；

5、以运营为核心的人才高地建设初见成效。

（二）保障总体目标实现的具体措施

1、团队建设

（1）完善组织架构

内部建设：1 月份成立活动拓展部，并完成基本人员配备；适时推进设立客服中心和信息管理中心等后台部门；

外部发展：二季度前完成二级子公司：商管公司、公益机构的注册，四季度前完成人员配备；在条件成熟的区域适时设立分公司。

（2）激励措施和人才策略

良好的激励机制能充分发挥员工主观能动性，促进企业不断发展与壮大。激励机制的设计，在以职位定薪酬的传统薪酬体系下，重点设计绩效和股权期权激励模式，突破传统分配制度，奖励忠于公司、有出色工作能力、有解决问题能力、有团结协作精神、有高质量工作结果的员工。无论是一线业务部门，还是二线管理服务部门，都将业绩作为绩效考核最重要的标准，多劳多得，少劳少得，不劳不得并即时淘汰核心岗位内部培养为主，业务部门“以战养战”，将业绩作为

绩效考核最重要的标准建立即时淘汰机制。

企业核心人才主要来源于外部人才引进与内部人才培养两大渠道。淘璞的核心团队人才发展策略采取以内部培养为主线，适当引入外部优秀人才。

内部人才培养——实行“1235”优秀人才培养计划，对核心骨干和有发展潜质的员工采取走出去请进来的培养模式，从现有团队培养选拔1名优秀经营人才、2名优秀管理人才、3名优秀技术人才、5名优秀技能人才。

外部人才引进——引进1-2商业运营和人力资源高级管理人才充实管理团队。

（3）优化企业文化

坚持“创新发展，开放共享”的企业发展理念，坚持正能量的企业文化指引公司发展，坚持将企业业务发展和公益事业有机结合。围绕员工使命感、责任感来塑造优秀的企业文化，轻口号重落实，可传播可执行，让健康积极向上的优秀企业文化成为企业快速可持续发展的最有利的精神保障。

（4）搭建企业培训体系

企业竞争力取决于人才素质的高低，员工培训与开发是提高人才素质必不可少的环节。结合公司内部“1235”优秀人才培养计划，公司将建立完善的全员培训体系，从基本素养、专业素养、管理素养三大方面着手，制定培训制度与方案，有效组织和落实、跟踪和评估、改善和提高，建立体现培训价值的一整套控制流程。

2、标准化建设

2018 年标准化体系建设作为公司发展的核心主题，我们将全面推行企业标准化信息管理体系、服务体系和线下儿童亲子业态标准建设工作，以有效提升公司运营效率。

1) 建设信息化管理体系

全面推行信息化建设与管理。以现代信息技术对业务数据、业务流程、重要工作节点和员工行为等方面进行管理，这是公司业绩跃进的助推器，是发展规模导向的重要支撑。

2) 建立服务管理体系

以客户关系管理为主，通过客服管理系统打造客户服务标准流程，用心打造服务口碑，提升客户满意度，让客户通过淘璞感受到无处不在的获得感。

3) 建立线下儿童亲子空间业态标准

通过淘璞空间与快闪店的打造，集合平台上线的优质儿童品牌，以线下多业态组合型旗舰店模式，打造中国本地化亲子生活服务第一空间。淘璞将完成空间业态标准制定、规划设计和品牌招商运营，以线下空间打造树立淘璞品牌，树立行业标准、树立领先地位。

3、业务拓展

1) 坚持将平台发展和线下资源整合作为两条主线大力推进本地化婴童产业生态的构建。

平台发展要紧扣线上线下融合的创新商业模式，将线下品牌地推与线上线下活动营销相结合，实现会员数量、品牌数量、门店数量、交易数据的规模效应快速增长与放大。

线下活动在扩大原有与商场结合的专场活动影响力的基础上发展快闪店和淘璞空间，实现三重线下场景升级与空间打造，成为线上平台品牌、会员、交易量转化的重要推手，成为淘璞品牌塑造的重要环节，成为公司实现经营效益的重要因素。

专场亲子活动——持续打造淘璞独有的亲子活动品牌，以“与爱童行”和“西瓜音乐节”为基础，推出更多不同类型的活动品牌，达到精准吸粉和推动品牌影响力的目标。以上海为例，与不少于 20 家商场形成联盟，组织全年两场大型活动、每月一场固定品牌活动，每周一场小活动。全年上海、宁波、徐州三座城市活动不少于 100 场。

亲子空间——大力推进淘璞空间和快闪店的落地与产业化运营，为淘璞本地化生态赋能。二季度前完成淘璞空间和快闪店选址与设计，本年度内完成 10 场快闪店活动和 1 家淘璞空间投入运营。

2) 依托公司对接的优质资源，不断彰显淘璞的行业地位，进一步提升淘璞的资源集聚和转化能力。

公司将充分利用可以利用的优质社会资源推进淘璞部落项目，计划在二季度前完成选址与政府签订合作协议，四季度前启动规划设计，淘璞部落项目的启动将是我们实现真正的线上线下融合、产业运营和本地化生态的重要的战略支撑。

我们将进一步加强淘璞在相关各类协会和社会组织的核心作用，

适时可牵头发起成立儿童类行业协会组织，推动行业发展，提升淘璞的行业影响力。

3) 增强企业自我造血功能，积极推进企业融资，保障公司可持续发展。

资金是保障企业可持续性发展的重要因素。淘璞要依靠平台交易与线下活动获得自我造血功能，促进企业尽快实现盈利，让企业发展走上良性循环的道路。同时，我们要加强可持续融资能力，形成与企业发展目标相匹配的资金供应链，推动企业可持续创新与扩张。

外部融资以风投资金为主，一季度前完成不少于 3000 万的 A 轮融资；本年度争取不少于 300 万的政府各级专项财政补贴资金；推动银行等金融机构的融资，以及启动针对上线优质品牌商家的供应链金融贷款。

风雨兼程更要砥砺前行，创新发展从来都不是一路坦途，唯有越是艰难越向前，方能抵达成功的彼岸，分享成功的辉煌！过去的三年，我们一直在路上，从 2015 年蹒跚起步，到 2017 年取得一点点的成绩，这是公司所有人共同努力的成果。未来三年，我们更要加速度奔跑甚至腾飞，淘璞的发展需要大家无私的付出！只有凝聚更强的力量，集聚更大的资源，贡献更多的智慧，我们淘璞才能有更加美好的明天！愿我们一起携手，逢风华正茂，趁青春正好，奔跑在我们所热爱的儿童产业这条康庄大道上，不忘初心，不负未来！