创业思路简介

现期已经开始创业, 做多元实体产业, 最终目标为基因编辑、病毒学相关的生物科技企业.整体计划分为三个阶段, 现在仍处于积累资本的初期阶段, 主要通过承担自家专利环保材料的原材料及其加工制品内销职能, 以低成本快速积累资本.

该材料由稻壳中提取的二氧化硅、矿物油、海盐做主料, 通过独特的技术使其从分子层面改变形状, 做到完全不使用木头的前提下具备木材同等甚至更优的外观与触感, 同时兼备防水、防火、耐酸、耐腐蚀、耐温差、耐磨损、可随意塑性等特性, 是一种性能全面升级且可回收的环保类木材料. 我们保守的官方质保为15-30年, 但实际正常使用寿命甚至可高达百年

目前的主要客户聚焦在G端, 我们的价值在于为市场提供更环保、更经济、更优质、密度大且可持续使用的环保材料, 不仅绿色 环保 不伐木 可回收, 还能减少更替材料和施工的无谓经济损耗. 不过实施中的关键难点有三: 1.价格高 2. 材料知名度及工程销路在大陆尚不成熟 3. 质量太耐久. 质量好对C端客户群体来说无疑是一大优势, 但到了B端有时就不再如此, 在G端客户面前这甚至已然是个劣势. 其具体原因无需多言

现有解决方式:

1. 价格高 -- 当前市场对木质板材普遍接受价格在500元/m2以内, 我们的材料价格在一千出头, 可以说是高了一倍还多. 产品外观触感皆与木材相近, 故不可能使客户从内心不拿它们作比较. 那么干脆就按木材的思路去销售, 假设在户外场景下, 普通木材使用寿命为5年左右, 我们给出分期付款方案. 仅以价格的40%作为首款, 款到后发货, 这就让客户以普通木材的价格用上了我们更好的材料. 随后在正常木材更换的年限, 第五年和第十年分批结清剩余的两笔30%.

在我们交付货物时, 除40%的现金外, 同时产生两笔应收账款, 共为总价的60%. 此时将应收账款抵押给银行, 以一年期LPR+x%的利息贷出70-80%, 将这笔钱转投向收益率高于贷款利率的项目, 赚取利差. 将贷款本息偿清后重新获得债权所有权, 再折价打包出售给资产公司. 折价出售价+利差≈60%尾款x 五年到十年的货币贬值损失. 这样下来我们将未来的债权转化为今天的现金流, 仍在现期收到了全部的钱, 买方的付款周期得到了十年期的延长, 风险却转嫁给了第三方, 而第三方现期以低价收购债权亦有足够盈利空间. 三方共赢各取所需. 这套逻辑能够跑的通的前提主要在于我们手里拿的是G端的债权, 这也是一项优势.

2. 材料知名度与销售渠道 -- 现已与中建设计总院达成合作, 近期也将推进与军方材料研究所的合作进一步以我司标准制定国标/行标, 且若顺利, 现在正在洽谈的四项雄安新区工程如期履行, 告成后即可实现初步的被动营销. 后期打算将技术开放, 材料仅捏死在自己手里最多只是个专利品, 体量极为有限. 若对外公开后, 即是好比人类从铁走向钢的进步, 届时向所有从业者 “征税” , 把蛋糕做大, 再从每个人碗里分一杯羹无疑是更明智的做法.

3. 质量好, 耐用, 长时间无需更换 -- 其实还是付款周期那套思路能够解决的, 采购方作为企业支出与自身利益不相关者, 唯一关心的是是否有源源不断中饱私囊的机会. 故根据我们所设计的付款周期思路, 除了无需实际动工以外, 申报-审核-批钱-付款的流程仍然存在, 且普通木材如果只是小规模老化, 不一定在准确的第5年就会翻新, 甚至可能要7-8年. 而我们准确的创造了第五年和第十年的两笔确定支出. 买方企业以相同甚至更低的价格(计入货币时间折损)使用到了质量更好、外形更美观、更安全更环保的材料. 而前线采购方也满足了自己的私下需求. 这攻克了目前拓展销路过程中所受到的制约.

商业模式画布

客户细分 (Customer Segment): 政府端建设公共设施及建筑类工程项目的国企

价值主张 (Value Proposition): 为世界带来更环保、更经济、更耐用的新型材料

渠道通路 (Channel): 当前主要来自个人的非正式关系网, 已与中建设计总院达成合作, 正式纳入材料库后将直接应用在设计中, 配合知名建筑工程的竣工, 即可实现被动营销

收入来源 (Revenue Stream): 直接来自客户的工程款

核心资源 (Key Resource): 生产制造该材料的专利技术、政/军/商三界的良好人脉关系网络

关键业务 (Key Activity): 政府端建设类工程

合作伙伴 (Key Partnership): 上游-香港华美集团/锡山实业集团, 下游-中建设计总院/四季酒店集团/绿城集团/和立东升集团

成本结构 (Cost Structure): 无固定成本, 仅营销及物流两项可变成本.