



路石科技

——货车“滴滴”加油平台

# 1.投资要点

## 商业模式/团队/业务现状/融资计划

### 商业模式

利用移动在线平台，为货车提供在线预约、送油到车、移动加油服务

### 团队

公司核心团队为油帮帮原班人马，拥有成品油领域创业并成功退出的经历（传统石油公司并购），三位创始人创业前均曾任腾讯/百度总监级别职位。

### 业务现状

产品上线三个月，已在淄博、武汉、重庆等地区验证成功，注册用户6000+，交易用户1000+，月流水超过300万

### 融资计划

拟融资1000万人民币，出让15%股权，用于产品研发、开拓市场、品牌建设等

## 2.团队介绍

### 团队介绍

创始团队来自于腾讯/百度总监级别，拥有成品油领域创业经验并成功退出的经历

**徐铮**

CEO

2009-2015腾讯手机QQ、手机QQ空间初代产品总监

2015-2017创办油帮帮，提供C端用户的互联网加油支付和金融服务，先后获得两轮融资，月流水3000万，被石油公司并购，天使轮5倍收益，A轮2.5倍收益

**李天畅**

CTO

2003-2015先后就职于金山网络和腾讯，原腾讯技术总监，曾主导开发过金山词霸、qq浏览器初代开发负责人、QROM的产品

2015-2017油帮帮联合创始人，被石油公司并购成功退出

**刘全晖**

COO

2010-2011百度运营总监，负责手机百度搜索app运营等工作

2011-2013口袋购物，产品运营总监，全面负责负责口袋购物app互联网运营工作

2013-2016妙店联合创始人，先后共融资3000万

# 3.市场洞察

## 中小物流企业用油市场研究及痛点

01

### 中小物流企业用油市场空间大

- 每年物流企业用油量超过8000万吨，90%以上来自型中小物流企业/车队

02

### 中小物流企业对油料成本敏感

- 物流运输行业成本35%-50%为油料成本
- 中小B端物流企业/车队对成本敏感，对加油效率敏感，对结算方式敏感

03

### 产业链供需关系错配，中小物流公司用油需求未满足

- 零售端非市场化，国家统一定价，加油站批零差价25%以上
- 国家逐步开放原油进口权，地炼日益发达，产能过剩率超过30%
- 中小B的服务需求无法被加油站满足，耗时长，价格高

## 4.商业模式

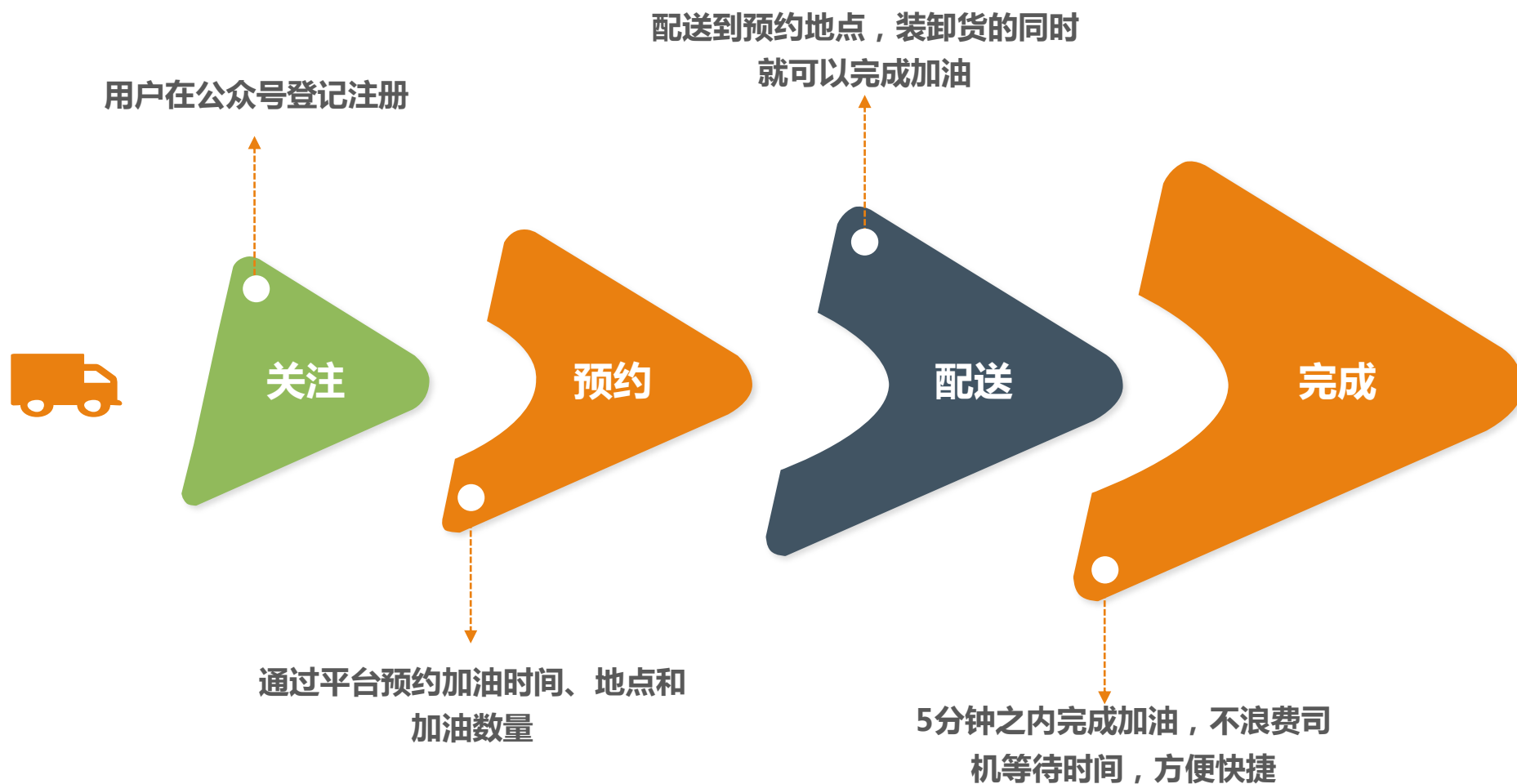
让货车加油更方便，更省钱！



利用移动在线平台，为货车提供在线预约、送油到车、移动加油

# 5.业务流程

加油过程变得更快捷简单



## 6.产品壁垒

出色的产品体验，带来用户的自传播



1

-85db以上弱网络预约成功率超过98%，丢包率低于5%

2

内存占用小于5MB，主线程阻塞时长低于1ms，崩溃率低于十万分之一

3

支付监控时长低于500ms，监控失败率低于百万分之一

4

网络预约服务响应时间低于10s

# 7.项目进展及规划

## 7.1 产品形态及当前成果





# 7.项目进展及规划

## 7.2业务发展规划

不优先争夺吞吐城市，如北上广深等

### 02.小规模网络效应（20-30城市）

建设2-3个小型网络，完成小型网络规模效应测试，提高同一个城市和单体物流公司/车队的渗透率

（目标：云平台系统完成2.0版本发布，2w+货车，月流水5000w+，毛利10%）

获客方式：

城市代理+自建BD团队+区域互联网获客

BD团队成本：1.5%-2%

区域互联网获客成本：5%+

### 04.三线以上城市拓展（200-300城市）

横向拓展覆盖三线以上及四线重点城市，加速拓展大型物流企业合作进程，合作企业平均渗透率超过80%

（目标：50w+货车，月流水10亿+，毛利8%）

获客方式：

品牌建设+自建BD团队+物流平台+大型物流企业

物流平台成本：1%

区域互联网获客成本：1.5%

01

### 01.单点测试（3-5个城市）（已完成）

测试不同城市运营成本、获客、服务、规模、基本商业模式等  
（目标：云平台系统1.0版本发布，1000+货车，月流水200w，毛利10%）

获客方式：

通过发展城市代理完成冷启动再在该城市通过客户口碑拉新互传

代理成本：3%-5%

02

### 03.物流干线节点覆盖（80-100城市）

覆盖9纵12横主要物流干线，加速干线网络进程及主要客户覆盖。

（目标：云平台系统完成3.0版本发布，10w+货车，月流水3亿+，毛利5%）

获客方式：

品牌建设+自建BD团队+物流平台

物流平台成本：1%

区域互联网获客成本：3%+

03

04

### 05.实现全国化进程（1000+城市）

建设全国服务网络，实现全国五线级以上城市及重点区县覆盖

（目标：100w+货车，月流水50亿+，毛利13%）

获客方式：

品牌建设+自建BD团队+物流平台+物流企业、保险企业等战略投资

互联网获客成本：低于1%

05

# 7.项目进展及规划

## 7.3 财务核算及预测

### 成本核算方式

● 中心成本

中心成本包括研发成本、线上运营成本及品牌建设等。

销售额（月）/ 成本支出	研发成本	线上运营	品牌建设	其他
1000w以下	8%以下	0.1%以下	0.5%以下	2%
1000w-1亿	6%-8%	0.5%以下	1 %以下	1.5%
1亿-10亿	2%-3%	1%-2%	1%-2%	0.5%
10亿以上	1%以下	1.5%以下	1%-2%	0.1%以下

● 市场成本

包括bd成本、市场费用、代理成本、折旧保险自用油等、劳务费用（司机、押运员等费用）

代理成本：3% - 5%

bd成本：1.5% - 2%（和代理成本不重合）

市场费用：0.5%以下

折旧保险自用油等：1%以下

劳务费用：2% - 2.5%

● 资产核算

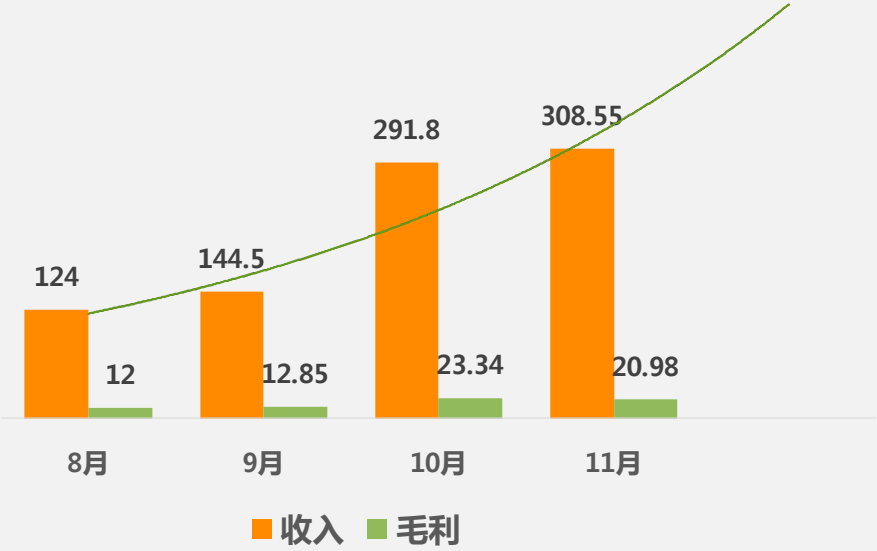
车辆购置费：30w-40w

和加油站对比：（一个加油车的运营成本为一个加油站的十分之一）

以一个二线城市普通的有6台加油机的加油站为例，租赁成本20w/月，人员10w/月，设备折、保养等费用6w/月，照明、消防等设施1w/月，关系维护等费用3w，月成本在40w左右。

一个油罐车投入费用为30w（10-12年），平均每月2500元，保险、自用油4000元/月，人员工资2w（2-3个人），3w元/月。

### 营收与利润



未来预测：

2018年5月，服务600+物流/车队客户，收入1200w，毛利110w

2018年12月，注册用户数50000+，月收入3000w，毛利300w

# 8. 竞品分析

## 国外对标及国内竞品分析

01

### 美国对标-Booster

B轮 2000万美元 Conversion capital  
服务中大型公司员工、私人社区的预约加油

02

### 找油网 ( B轮 )

成品油贸易及供应链金融  
通过与第三方危化品运输公司合作，面向终端企业提供油品批发服务

03

### 车到加油、微车、喂车车 ( A+轮、B轮、B轮 )

为民营加油站提供CRM

04

### 易加油 ( B轮 )

发展C端用户为民营加油站引流

### 结论：

- 美国批零差价6%，中国25%
- 加油站是既得利益者，很难合作，中国11w座加油站，CRM用了4年时间才铺了1000座加油站
- 找油网以撮合交易+供应链金融，辅助为大型终端企业提供批发服务，量大得惊人，利润很低，落地服务难
- 路石科技服务物流行业的中小B，成品油需求方的重要组成，尚未被服务，画像标准，可以以互联网方式获客和服务

# 9.融资计划

## 融资计划及用途

本轮计划融资1000万人民币

¥ 1000万

融资金额1000万人民币或等额外币

15%

出让15%股权比例

用途

用产品研发、市场开拓及品牌建设

# Thank you

感谢您的关注与支持！

