

A low-angle, upward-looking perspective of several modern skyscrapers. The buildings are covered in glass and steel, reflecting the sky. The sky is a clear blue with some light, wispy clouds. The perspective creates a sense of height and scale.

# 西航石化

## ——成品油B2B的管理系统及服务提供商

# 1. 概要

## 商业模式/团队/业务现状/融资计划

### 商业模式

通过移动互联网SAAS系统，为物流企业提供中心化加油服务，提升加油效率，降低运营成本

### 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

西航石化SAAS产品上线三个月，已在淄博、武汉、重庆地区验证成功，交易车队50+，交易用户1000+，月流水超过300万，毛利10%  
目前三地单辆车的柴油月流水与中上水平加油站的柴油月流水相当，运营成本是加油站的十分之一，单车负载率超过80%  
公司拥有汽柴油营业执照、危化品经营等各项资质，正常办理需要6个月到1年时间

### 融资计划

拟融资1000万人民币，出让15%  
创始团队在项目上已投入自筹资金近300万，用于产品研发、开拓市场、业务模式试错等，并购置4辆移动配送车辆

## 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**  
创始人

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**  
联合创始人

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**  
联合创始人

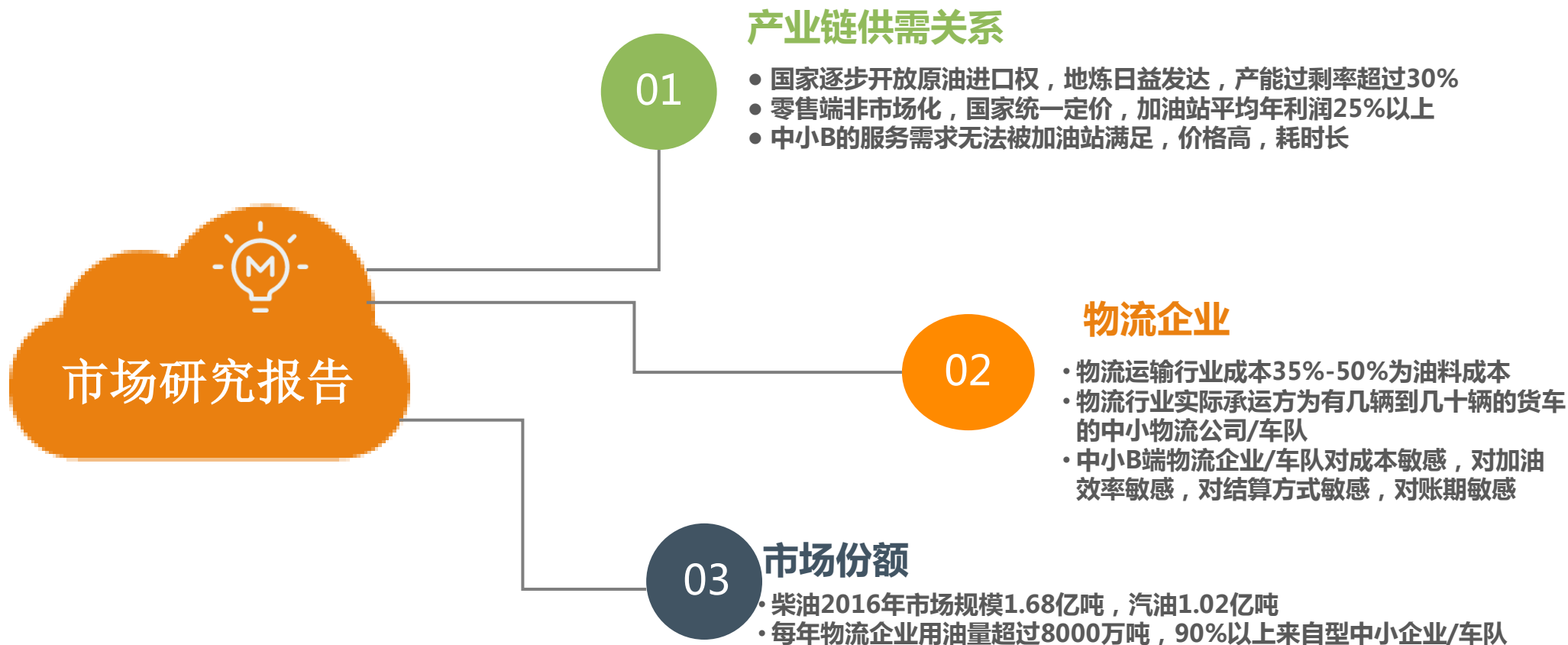
2010-2011百度运营总监，负责手机百度搜索app运营等工作

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. 行业研究

## 成品油市场及物流企业用油研究



数据来源：国家发展与改革委员会、中国石化、金银岛、中国物流产业协会等



# 4.国外对标及国内竞品分析

## 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
- 西航石化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

# 5.业务模式

## 5.1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.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%

### 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%+

### 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%

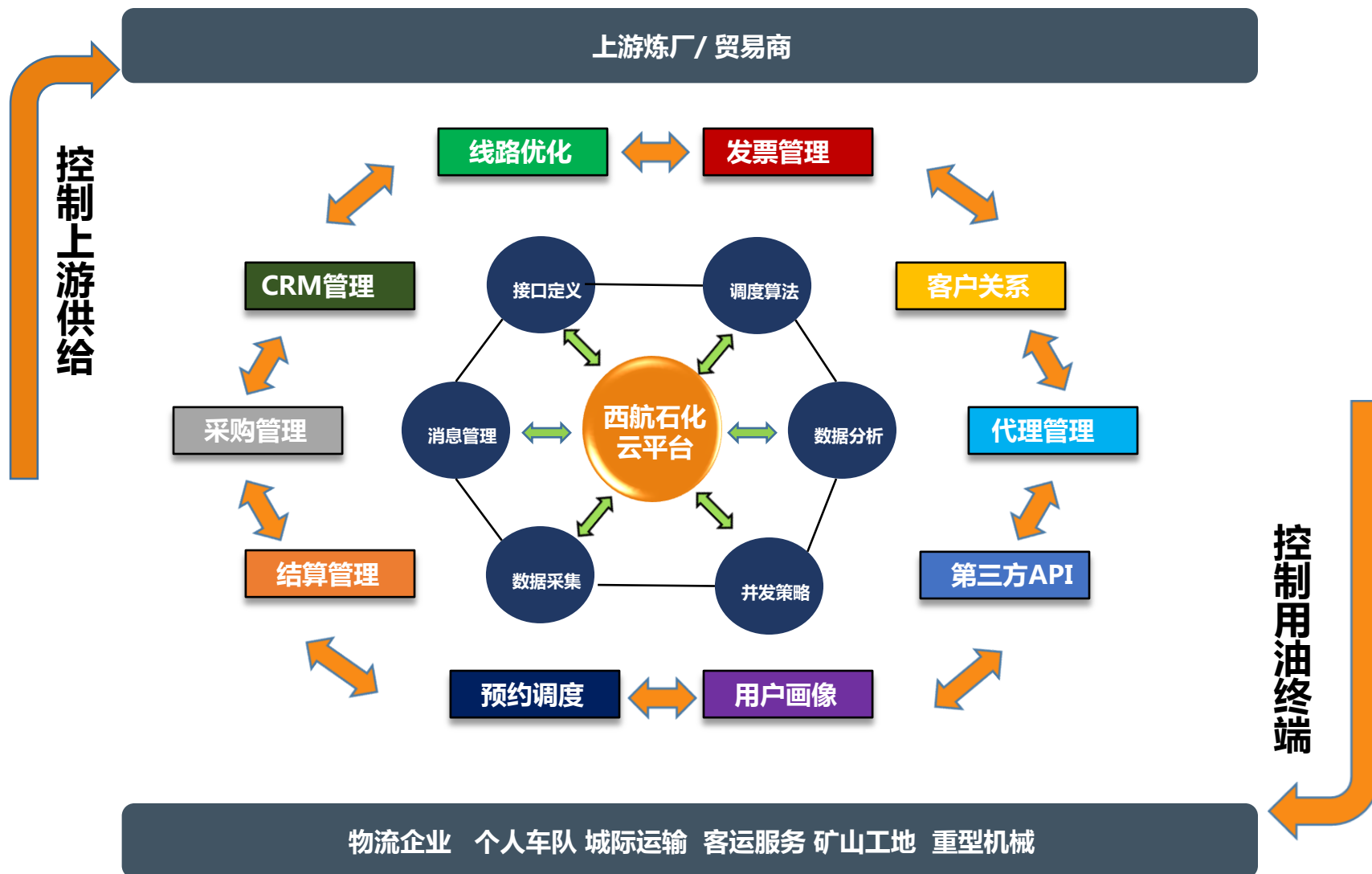
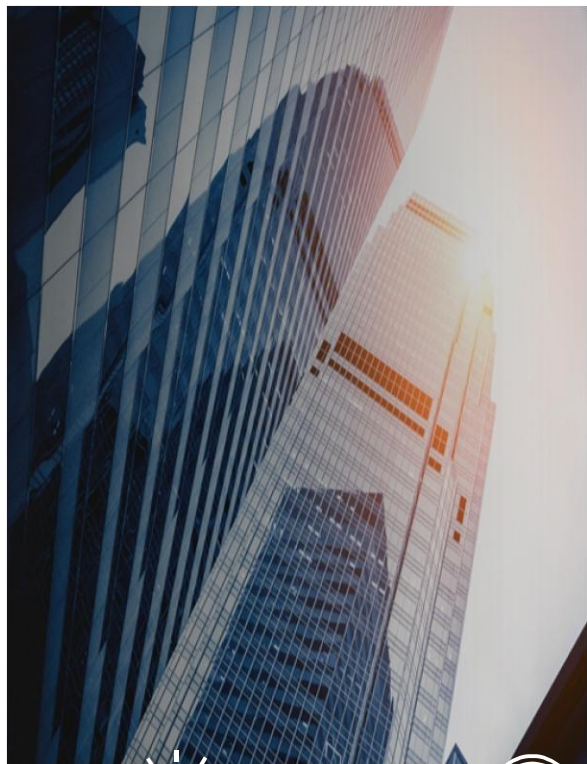
# 5.业务模式

## 5.2企业服务项目



# 5.业务模式

## 5.3 模式架构





# 6.公司及模式介绍

## 6.1 总公司概况

### 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

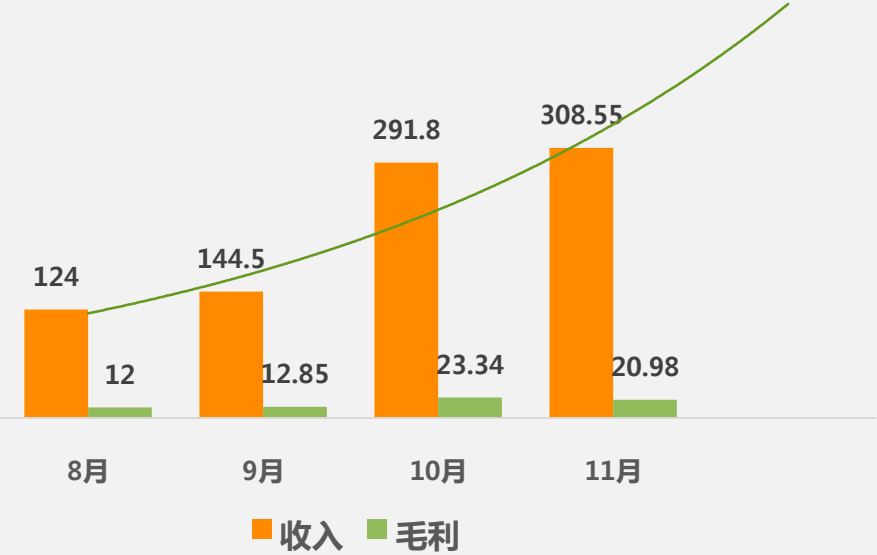
车辆购置费：30w-40w

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



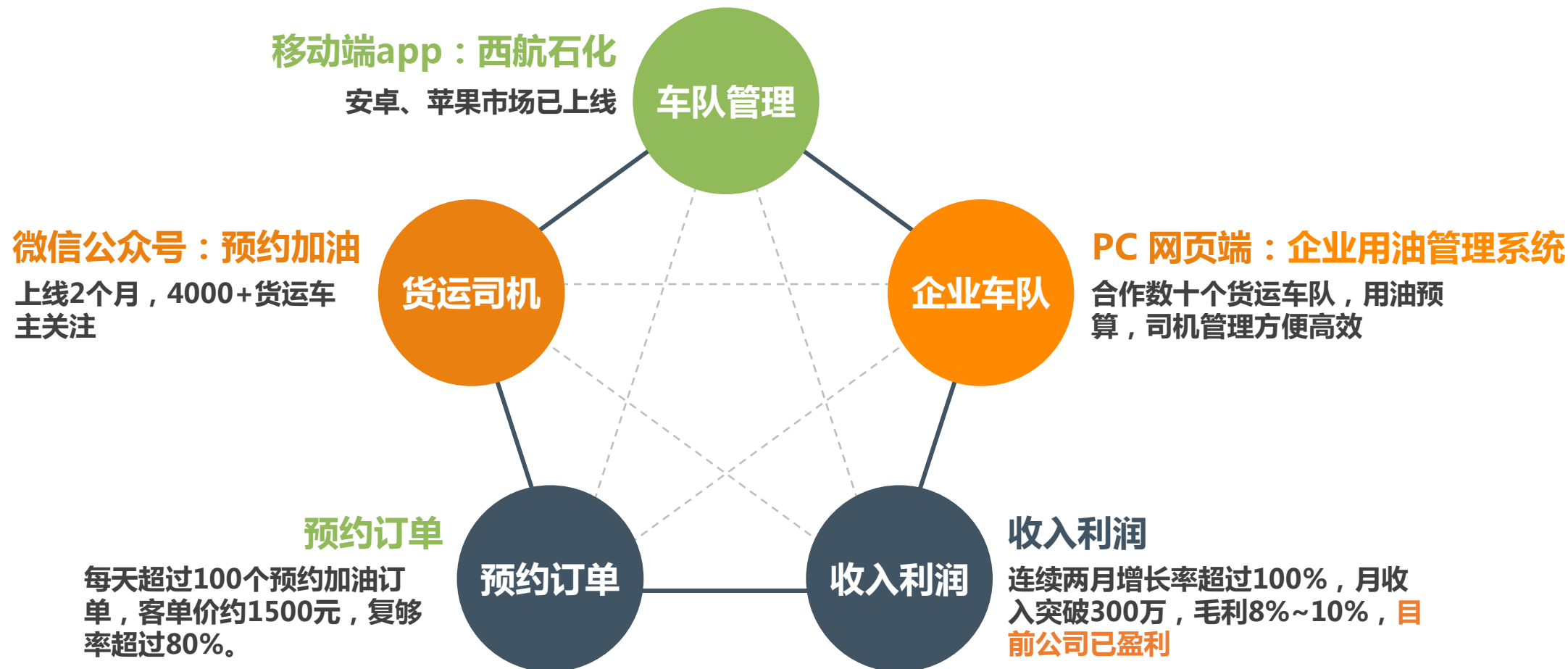
未来预测：

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

# 6.公司及现阶段运营成果

## 6.2 产品形态及当前成果



# 7.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！

