

# 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% <u>创始团队在项目上已投入自筹</u>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总监级别,拥有成品油领域创业经验并成功退出的经历





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

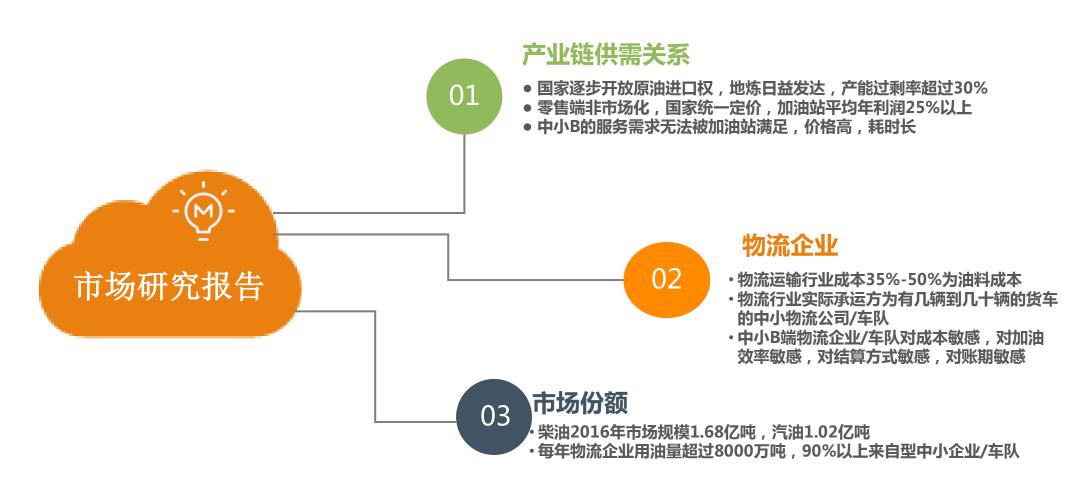


2003-2015先后就职于金山网络和腾讯,原腾讯技术总监,曾主导开发过金山词霸、qq浏览器初代开发负责人、QROM的产品

2015-2017油帮帮联合创始人,被石油公司并购成功退出

# 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

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

- (D2) 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
- **车到加油、微车、喂车车(A+轮、B轮、B轮)** 为民营加油站提供CRM
- **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%)

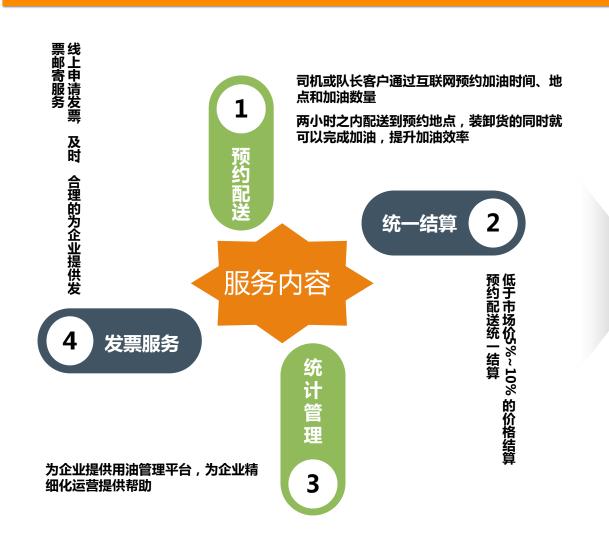
获客方式:

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



## 未来拓展空间

- ◆ 规模化以后,上游集采有10%~15%的议价空间
- ◆ 物流车辆及人员保险集采有20%以上返利空间
- ◆ 物流电商的横向拓展
- ◆ 物流金融服务
- ◆ 车货匹配服务

# 5.业务模式

# 5.3 模式架构





物流企业 个人车队 城际运输 客运服务 矿山工地 重型机械

# 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。

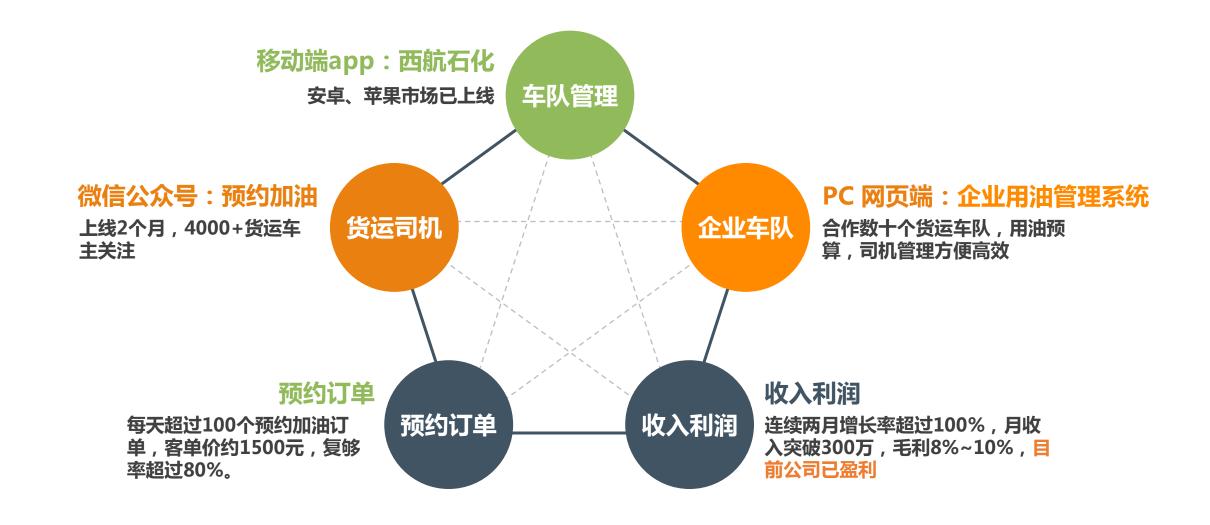


#### 未来预测:

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





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

