

易联合 – 企业后勤一站式服务平台

商业计划书



懂服务 · 更贴心 2周年

企业后勤一站式服务平台

水到渠成

我们通过**在线平台**，以给企业提供**饮用水配送服务**为切入口，积累用户后，**零成本**接入**绿植租赁、企业保洁、办公用品、设备维修**等其他后勤服务...



弊端

客户开发和维护成本高

缺乏规模效应
用户满意度差

互联网+规模效应

服务能力提升



综合盈利能力显著提升 – **一鱼多吃**

中小企业的日常健康指数 – **精准营销和数据价值**

水 — 各种企业的刚需，最好的获取用户的工具 / 具备规模化持续盈利能力...



从桶装水开始
规模化后水盈利能力很强

每桶水的损益表
(小规模)

货币单位：人民币元

平均售价	18.00	
到库成本	7.20	40%
充值折扣	2.16	12%
配送成本	4.00	22%
毛利率	4.64	26%



每桶水的损益表
(大规模)

货币单位：人民币元

平均售价	18.00	
到库成本	6.50	36%
充值折扣	2.16	12%
配送成本	3.00	17%
毛利率	6.34	35%

“水到”的成果显著 — 在线平台 + 管家承包楼宇 + APP有效调度和管理...

转化率近50%
尚有进一步转化机会
空间还很大

训练有素
承包机制，积极性高
APP调度，效率高

水到渠成的模式已验证
客户粘度将增加
2017将爆发

4万家
注册企业

1.5万家
活跃企业

50位
管家

已覆盖北京
1500座写字楼

月流水近200万
将过盈亏平衡

户均充值450元
月均消费100元
60%有其他服务需求

与物业深度合作
下沉到办公楼地下室
渗透率增加

“水到”的业务流程 — 客户更好的体验...

业务流 - O2O其实还是有存在价值

武装了APP的最后一公里服务承包商 – 被更合理调度的“管家”

用户更满意

实践和数据证明：易联合更好地满足了用户的需求

1. 速度
2. 真品和安全
3. 规范服务和性价比

原来的送水工变成了承包的管家，主观能动性和责任心更强



如果自提点在写字楼地下室，则直接往楼上客户配送

未来主要的自提点都分布在写字楼地下室最大限度提高效率

易联合的服务差异化 — 对比传统小水站，易联合明显提高了服务品质

采购标准



存储标准



按照国家食品存储标准，桶装水离地10公分以上存储

服务标准



执行国家《食品类产品从业人员标准》必须持健康证上岗，配备统一的工服、工牌并建立员工个人卫生规范



外观检测，确保桶装水无漏水



桶身清洁



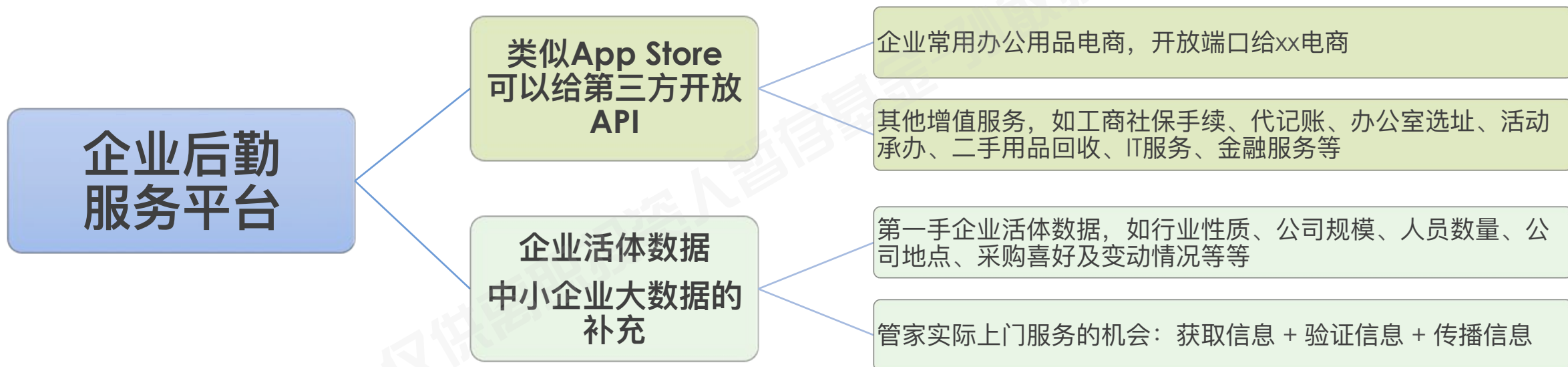
全程封闭配送
(不经日晒雨淋、挤压变形)

水到渠成 — 在北京的试点强证据已形成

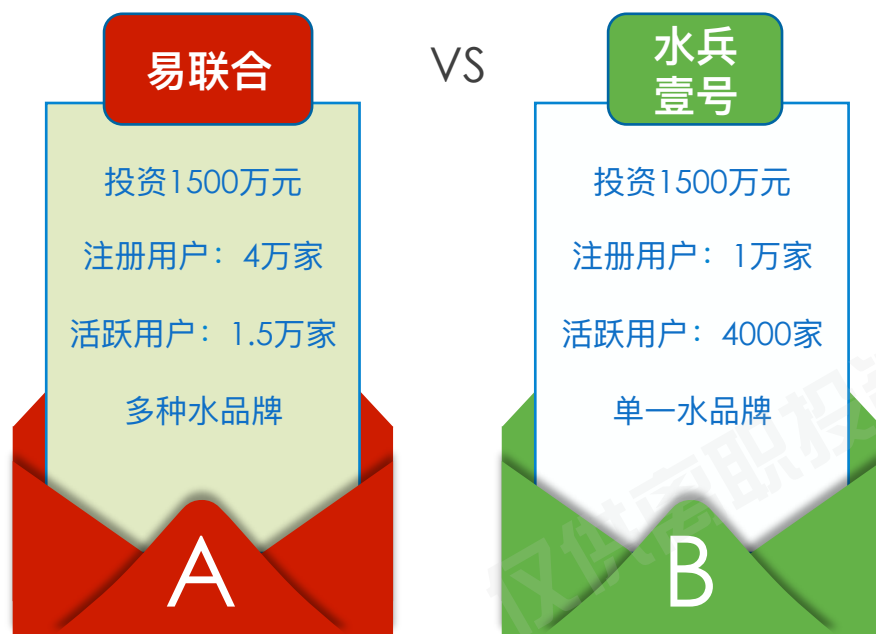


无论是绿植租赁，办公设备租赁，还是保洁和办公用品等企业后勤服务，获客成本都是第二大成本，而在易联合的平台上开展此类业务，易联合的获客成本几乎为零。

水到渠成 — 更多盈利空间



互联网订水平台的竞争格局 — 易联合在企业服务市场的绝对优势



在企业服务市场，易联合各项指标完胜水兵壹号



家庭服务市场并非理想选择，多家进入者，但尚无成功者

易联合的竞争优势

易联合
竞争优势

A

先发优势：易联合已经在企业日常饮用水领域摸索了两年，掌握了更多行业窍门和积累了相关的行业资源。

B

系统支撑下的管家队伍：管家配有被合理调度的APP，工作更有效率；管家承包了相应的楼宇，持续分润带来的主观能动性和动力。

C

与楼宇物业深度合作下沉到地下室的策略：易联合采取了与楼宇物业深度合作的策略，取水点下沉到相应楼宇的地下室，最高效率进行配送，解放了管家的时间可用于客户开拓及其他上门服务。

D

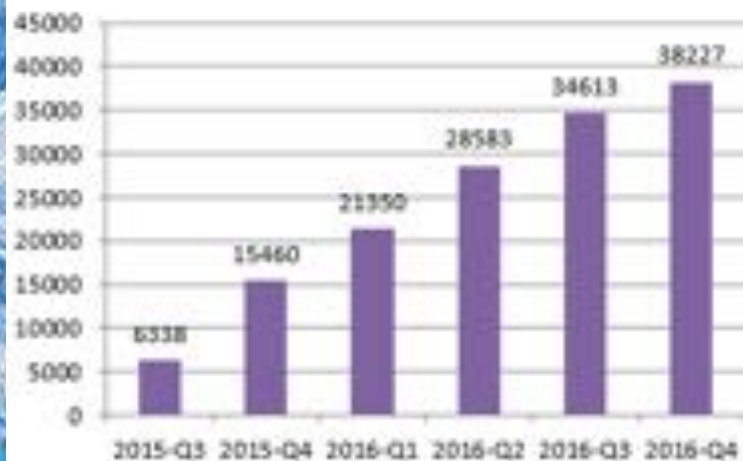
成熟的后台系统：易联合已开发和运行一套成熟稳定的后台管理系统。

E

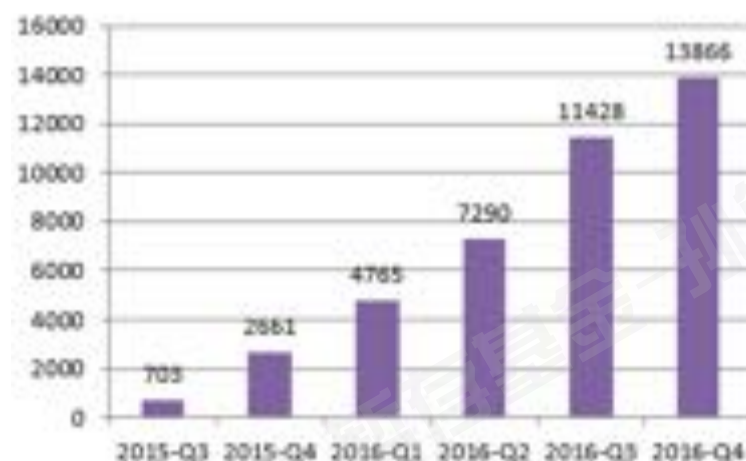
创始团队：拥有足够的创业经验，经过千锤百炼，创业团队优势互补。

我们的运营数据 - 截止2016年12月

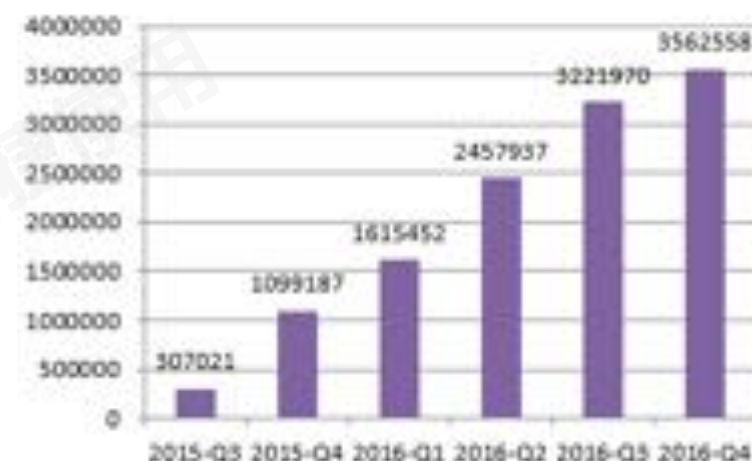
注册企业数量



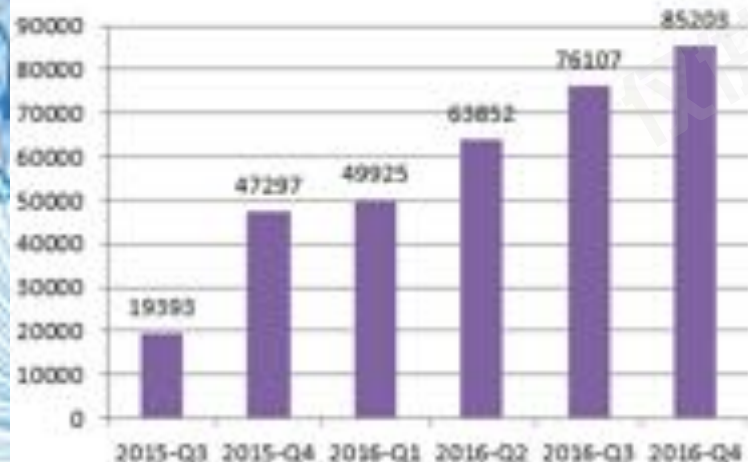
充值企业数量



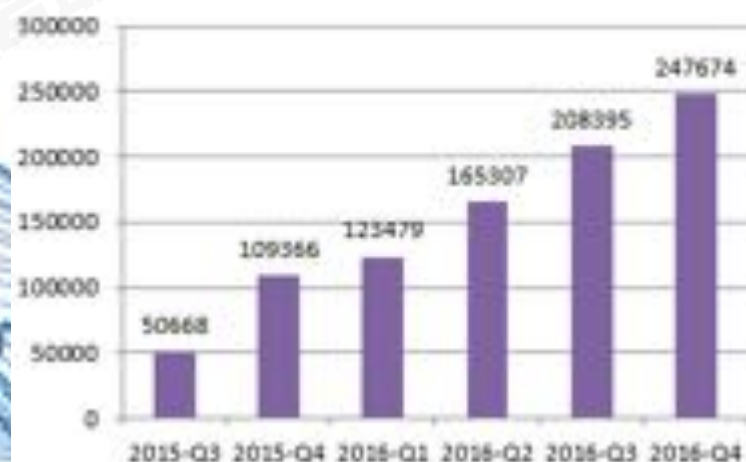
充值金额



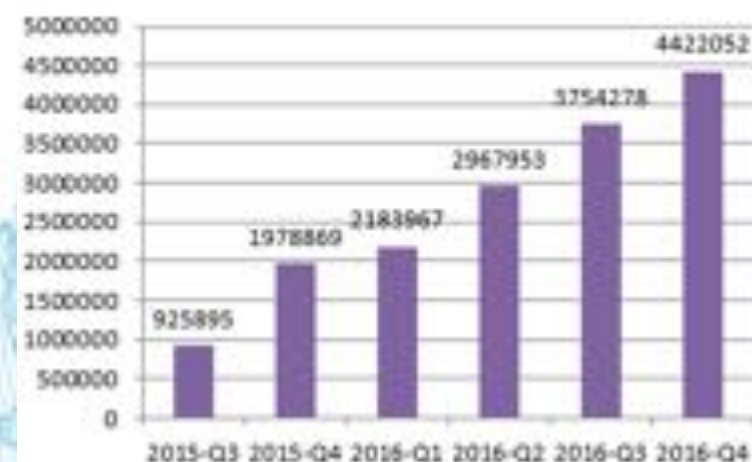
订单数量



出水量



订单金额





易联合的创业团队

轩长江 | CEO

10年快消品市场和酒水电子商务连续创业者

背景介绍

法国巴黎 IFAM商学院BBA专业，欧洲 INSEEC商学院MBA专业（2004年休学创业）

2005回国后，开始陆续在出境旅游、葡萄酒连锁经营和酒水B2C电商领域创业，被酒类行业人士称为中国酒类B2C电商第一发起人

2013年将40家葡萄酒连锁店出售

2014年转型再次创业，希望借助企业饮用水的刚需市场打造航母级企业行政采购服务平台

王晓明 | COO

5年互联网运营+桶装水O2O创业者

背景介绍

曾就职于北大青鸟集团、五洲育人教育科技有限公司，负责互联网项目的研发及推广

2014年创办水平方电子商务(北京)有限公司并担任CEO，后并入易联合公司，负责技术研发与互联网推广

慕正锋 | 技术总监

8年软件开发设计经验和桶装水O2O创业者

背景介绍

毕业于北京林业大学计算机科学与技术专业，毕业后一直从事互联网行业的软件开发、项目经理等职位4年

2010年进入华为，担任软件开发工程师和系统设计工程师 3年

2014年创办桶装水O2O公司水平方电子商务(北京)有限公司，后并入易联合，目前担任技术总监

任重 | 新业务总监

5年互联网运营+桶装水O2O创业者

背景介绍

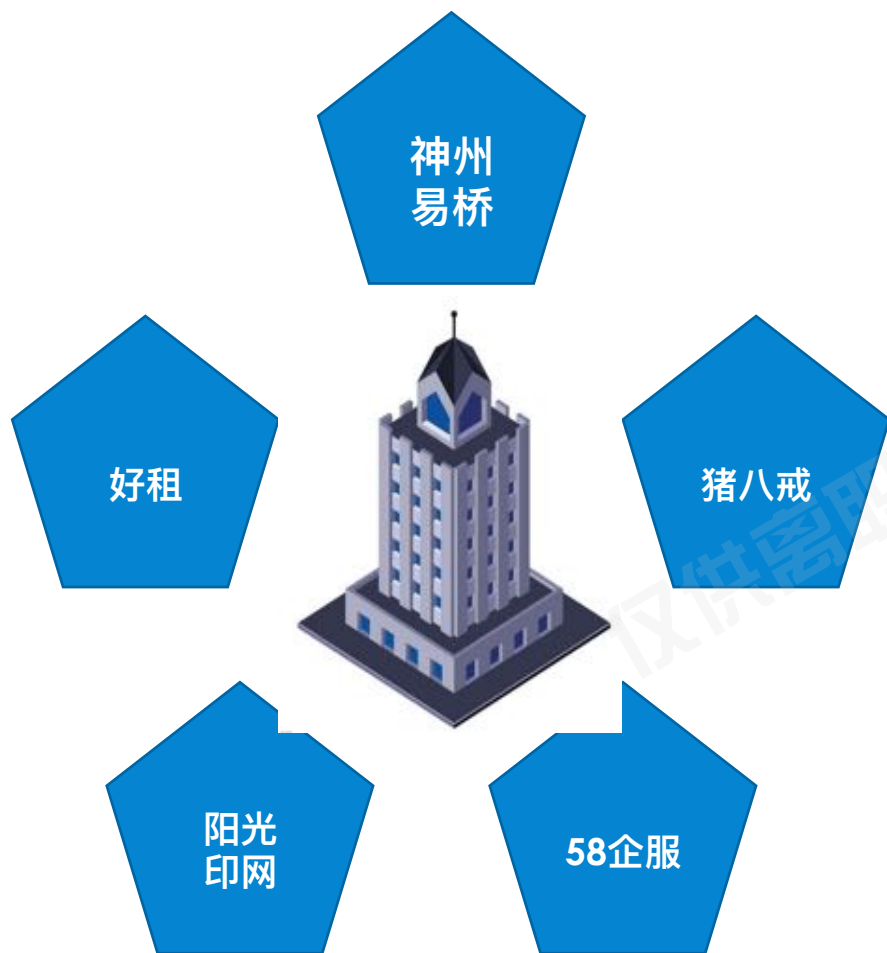
毕业于英国密德萨斯大学市场广告学

毕业后进入深圳广告策划服务公司专门负责国内一线食品品牌的广告策划和推广

2010年开始自主创业，从事食品快消品行业，对快消品以及toB行业有深入了解

2016年加入易联合负责市场推广及新业务

蛋糕真的很大



企业服务市场是一块极大的蛋糕

1、种种迹象表明各路诸侯已携重兵切入

- ✓ 做中小微企业代记账和报税服务起家的神州易桥（000606）借壳上市公司后发力企业服务市场
- ✓ 携58同城血脉和资源的好租平台通过办公室选址服务全面切入企业服务市场
- ✓ 58集团旗下成立58企服，利用企业保洁切入企业后勤一站式服务平台
- ✓ 主要给企业提供综合服务的猪八戒网在资本的支持下，一路狂飙，新服务陆续上线
- ✓

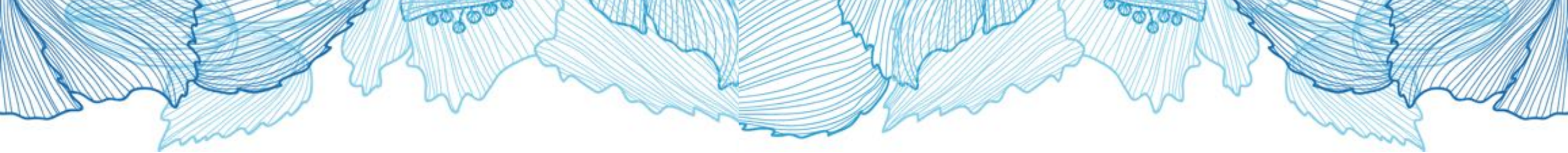
2、各家切入市场的招式迥异，几乎没有选手从水开始入手

- ✓ 看上去不高大尚
- ✓ 配送市场极度分散

我们相信如下观点

水是企业客户的刚需，但其他各路诸侯都没有最后一公里桶装水配送网络和能力，主要的选手（包括神州易桥，好租，58企服，E家洁，阿姨帮等等）都已经在接洽易联合希望能将水的配送服务外包给易联合。未来易联合桶装水的配送效率将大大增加，规模而导致对上游水厂的议价能力也将上升。

越来越多和越来越成熟的“渠成”将给易联合增加利润点



我们的短期目标 - 2017

易联合平台逐步完善企业后勤一站式服务项目（饮用水、绿植、企业保洁、办公用品、设备维修及IT租赁等），并形成统一服务能力；

服务5万家企业用户，达到用户年度平均利润贡献1000元以上的能力；

业务模式复制到天津及石家庄等地。

我们三年内的中期目标

全国最大的企业后勤一站式服务平台，在3年内活跃客户数超过100万家；

户均年度利润贡献维持3000元，成为行业NO.1；

寻求独立上市或与适合的上市公司重组。

我们的愿景 企业办公一站式服务平台



饮用水



绿植服务



设备维修



办公用品



企业保洁



会议服务



企业招聘



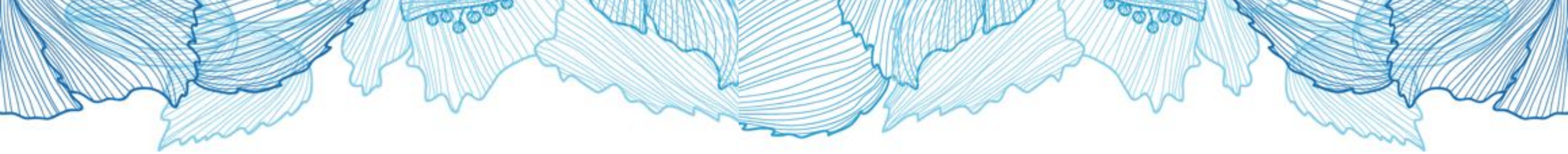
设计印刷



财务服务



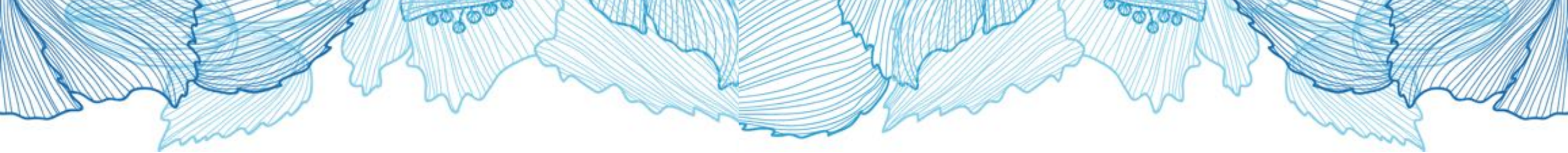
更多服务



资金用途	金额
增加自提点	200万
企业用户获取	300万
技术升级	200万
补充流动资金	300万
融资需求总计	1,000万

1,000万元融资将让易联合达到如下指标:

- ✓ 50个自提点
- ✓ 5万家企业客户
- ✓ 月订单数: 10万单
- ✓ 月充值收入: 1000万元



易联合愿景：做中国最受欢迎的企业后勤服务平台

易联合使命：让所有企业不再为后勤事务而操心





本轮融资由以太资本担任财务顾问

约见此项目创始人 [点击这里](#)

本项目融资顾问：王蕾 | 电话：18608599362 | 微信：

以太优选，让融资更高效
覆盖全行业，超过1000个优质项目，等你来查看

[访问网页版](#) [下载客户端](#)