



零售电商 · 新 | 玩 | 法

消费升级品牌全渠道电商解决方案

投资亮点

投资亮点概览

- ▶ 聚焦消费升级品牌的全渠道电商企业级服务，做消费升级时代的“卖水人”，所处国内外最好的赛道
- ▶ 由独立电商切入模块化整合其他相关场景，接入垂直行业国内顶尖SAAS企业，平台赋能高，用户一旦使用，很难切换平台。上线4个月，付费用户流失率 <1%
- ▶ 是距离用户赚钱最近的企业级服务，边界效应一单建立，具有定价权，利润空间大
- ▶ 目前定位中国最具有网络影响力的品牌都在用嘿店，未来定位中国最赚钱的零售品牌都在用嘿店，衍生无限的商业模式可能性。

团队介绍

新零售顶尖团队



李博 | CEO

大数据科学家
资深数据可视化专家，多年中美大数据产品经验。曾任职美国政府，拜尔制药，时趣，平安科技，中国首席数据科学家联盟成员。



丁鑫栋 | CTO

来自IV的全栈工程师
曾就职于微软, AMADEUS法国研发中心、路易·威登等。回国后创办高端餐饮订餐平台美位，连续创业者。



方婷婷 | 运营head

支付专家
毕业至今一直从事“讲故事”的工作。曾就职于荷兰趋势研究社Out Of Office，法国创意热店Fred & Farid，外滩三号以及Ping++任BD总监



朱婧 | 设计head

设计head
毕业于澳大利亚皇家墨尔本理工大学，大学时期创立独立工作室TimeZenStudio，至今仍在运营。帮上千家澳洲公司设计过网站。连续创业者



郑惠云 | 技术lead

技术lead
曾任上海工最早的工程师招聘公司gurudigger CTO

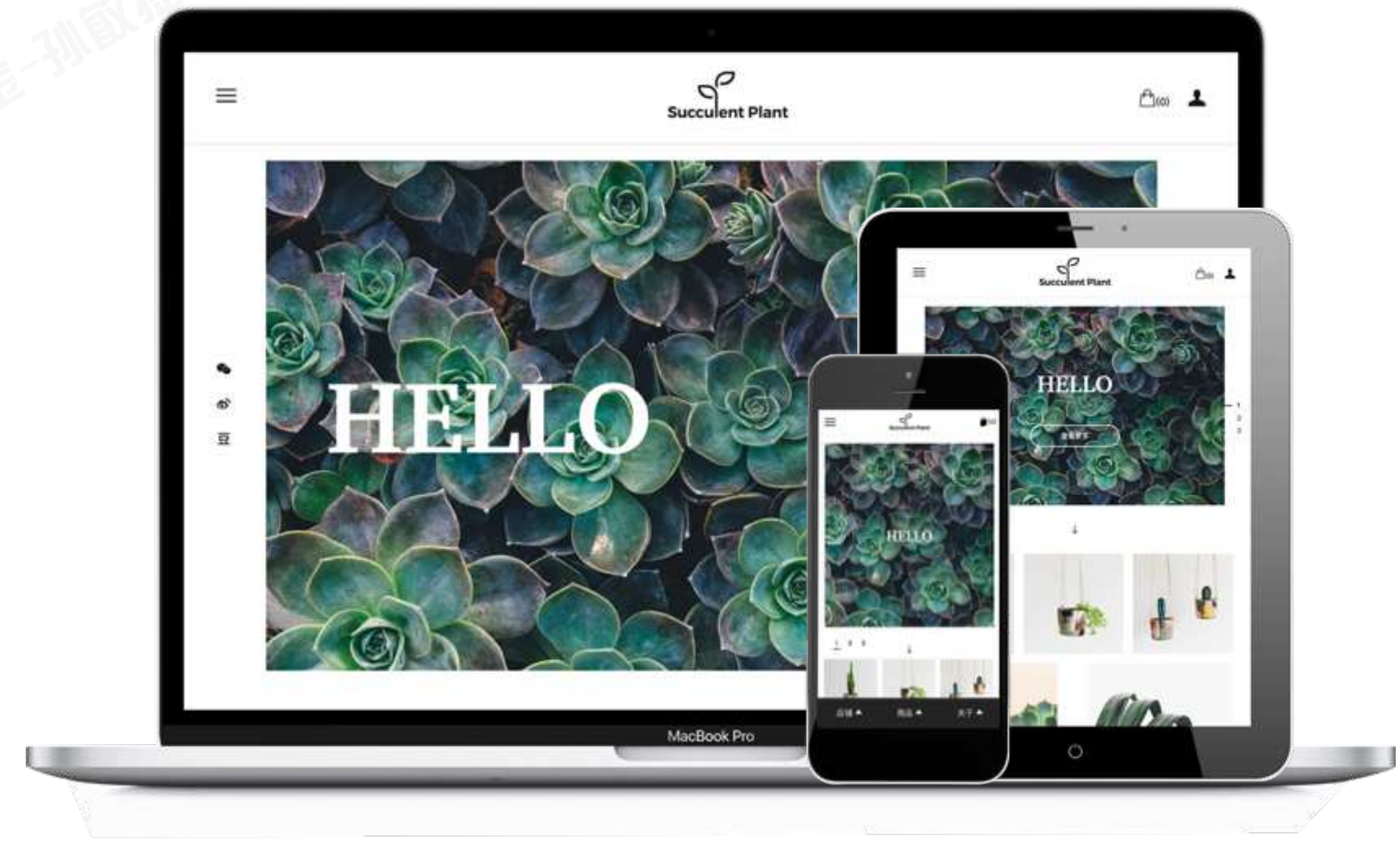
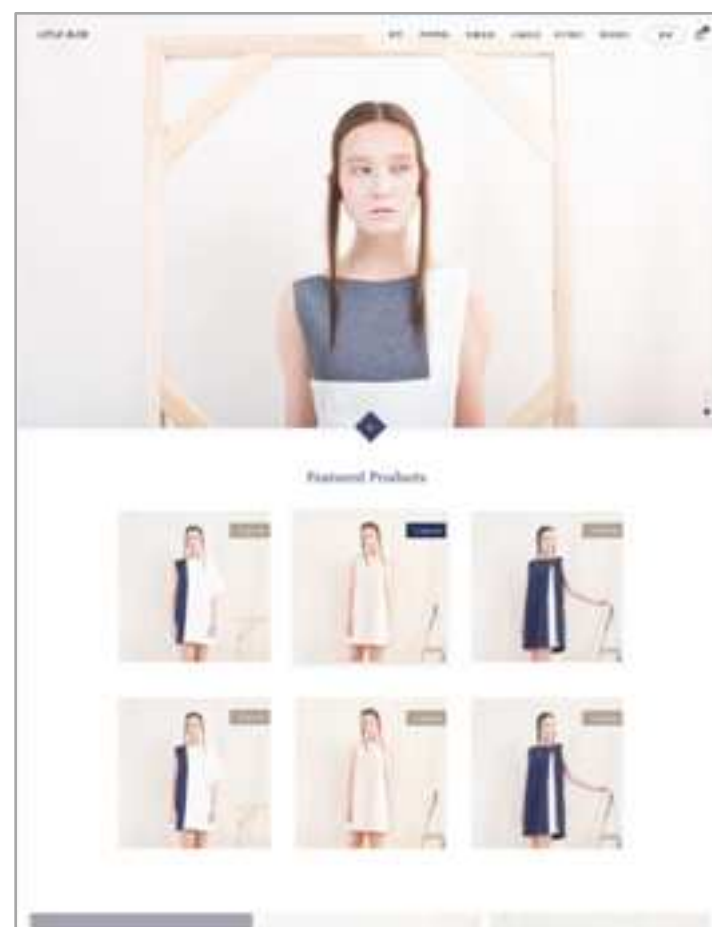
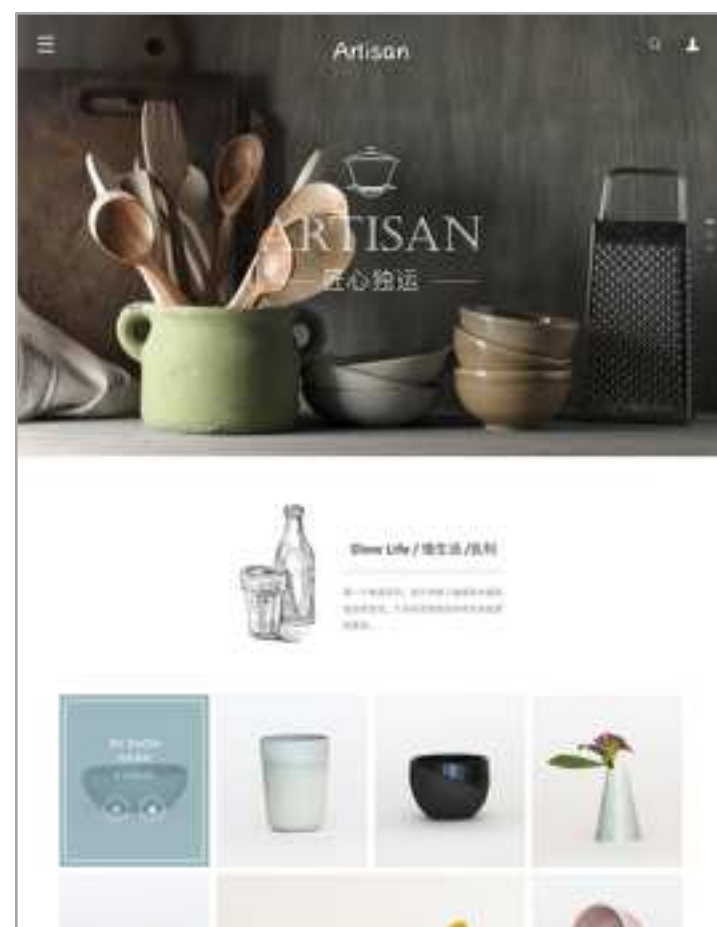


干泽南 | 渠道head

渠道head
曾任Strikingly渠道负责人

一个网店，在任何设备和渠道使用

丰富多样的网店模板，可以针对任何行业。完美适配电脑端、移动端、小程序。可以用作官网，微店以及在其他的社交媒体一键购买。



一套围绕着电商的营销和管理工具

围绕嘿店电商系统，提供相配套的各种管理和营销工具。涵盖客户管理，营销组件，支付，域名，物流，仓储，数据分析甚至是其他的电商定制化需求，让你轻松玩转嘿店店铺。



针对线上线下流量获取的新零售解决方案

针对百度、微信、微博、今日头条、直播、视频、纸媒甚至线下流量的技术对接和流量购买转化路径的优化，让你用最少的钱获得最具有忠诚度和最高转化率的客户。

图片中购买



百度SEO



视频中购买



线下快闪店



14个行业

1500⁺品牌客户

10万⁺日均销量

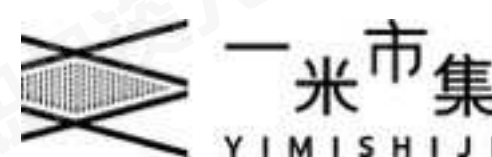
他们都在用嘿店

FASHORY



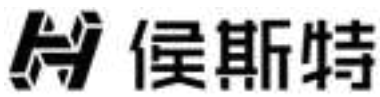
SOGAL

TOMS

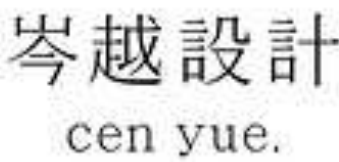


合作伙伴

嘿店应用合作伙伴



嘿店模板合作伙伴



嘿店运营服务专家



嘿店流量合作伙伴



市场规模

嘿店目标市场

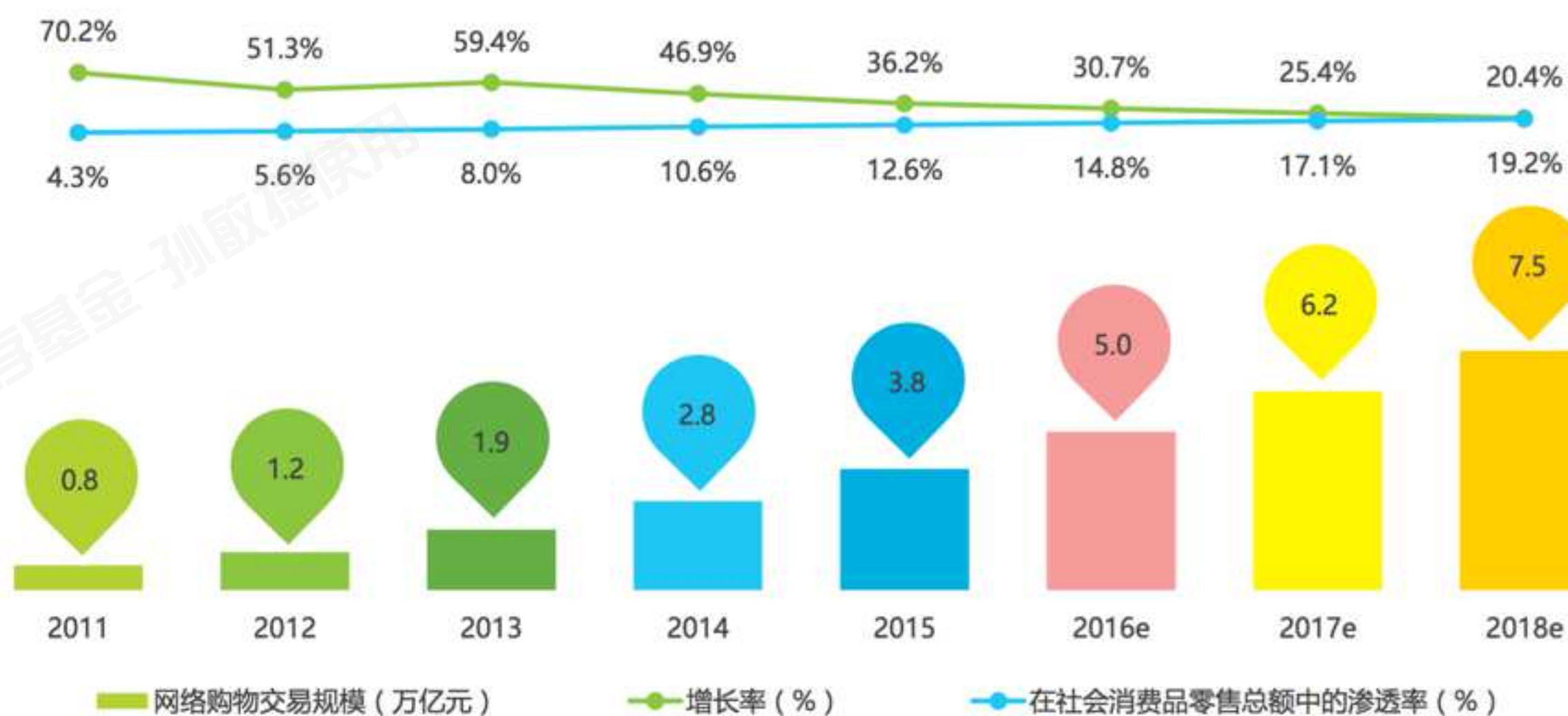
2014年电子商务软件
市场营收规模：

11.96亿元

来源：艾瑞咨询。



2011-2018年中国网络购物市场交易规模



根据艾瑞咨询的报告，中国全球2016年中小型零售行业线上总销量为4.9万亿人民币，比去年增长30.7%

此电商工具市场（Pc+移动）在2016年达到了20亿，并且每年以40%的速度增长。

竞品分析

同赛道对手

商派

- 产品线全，但是每个产品线缺乏亮点，网店样式老旧
- WEB2.0时代的产品，用户体验差

传统零售企业

有赞

微店

- 基于微信端，无法适配全渠道
- 用户没有筛选，功能有很多是针对微商

微商和中小型企业

上线了

凡科

- 从建站切入，无法在电商垂直行业做深入
- 网店难看，无法在品牌圈建立口碑

不注重品牌的中小型企业

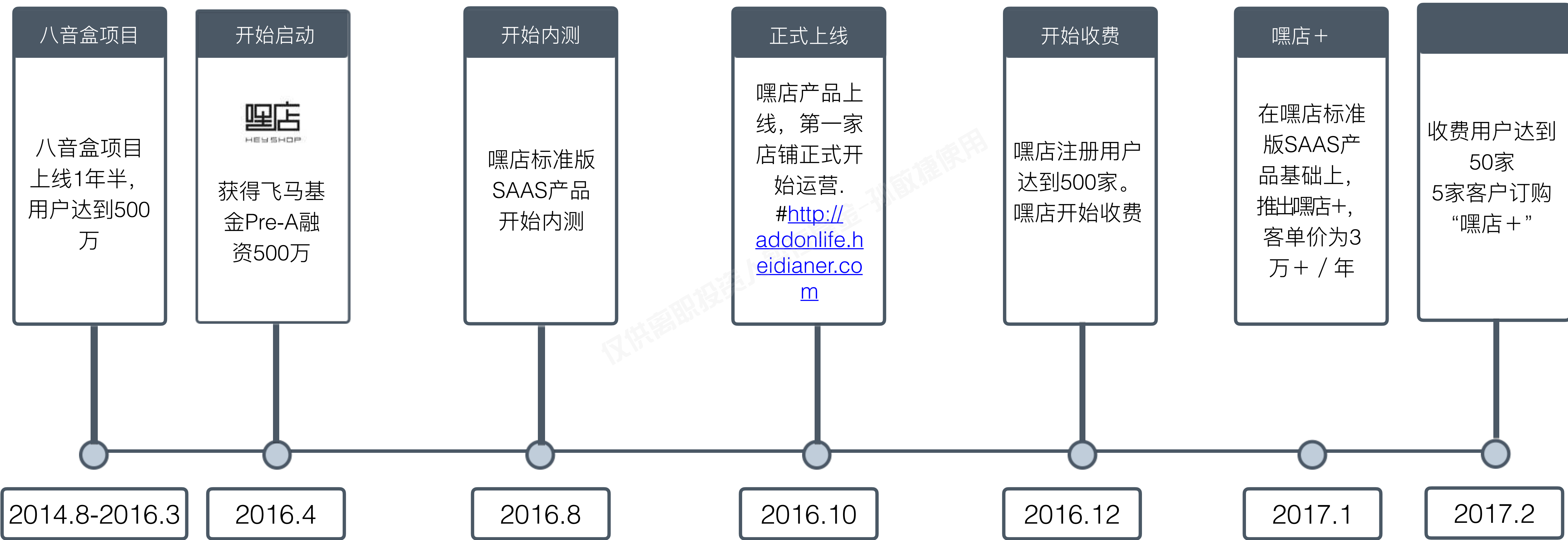
嘿店

- 聚焦消费升级的品牌商
- 网店好看，可以适配全渠道
- 接入垂直领域顶尖的企业级服务，产品开放性强
- 上线时间尚短，有些电商功能还不完善

消费升级的新型品牌
想升级的传统零售企业

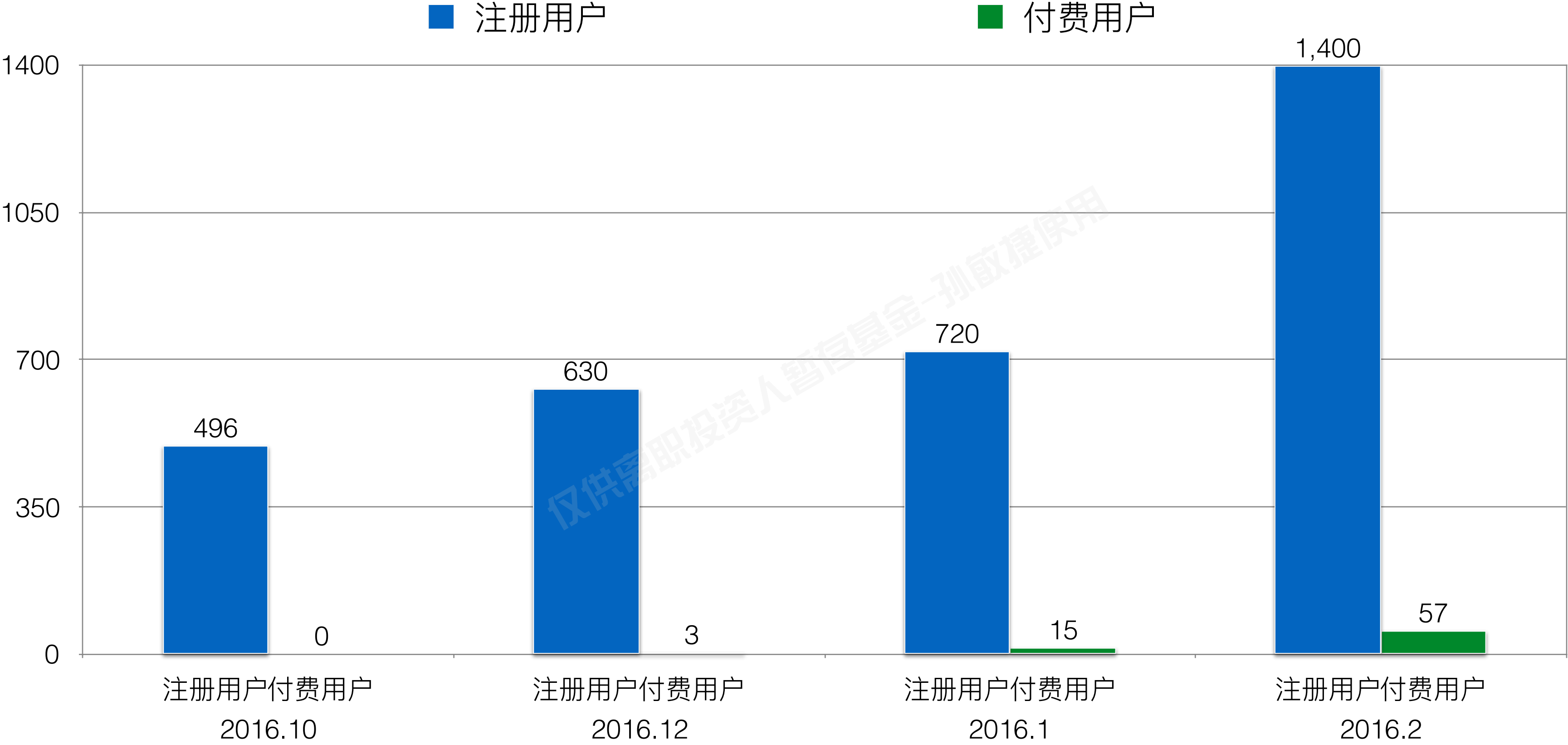
里程碑

发展路径



运营数据

嘿店数据



上线4个月，正式收费两个月，57家订阅收费用户，3家“嘿店+”付费用户，月流失率低于1%

商业模式

如何长期盈利

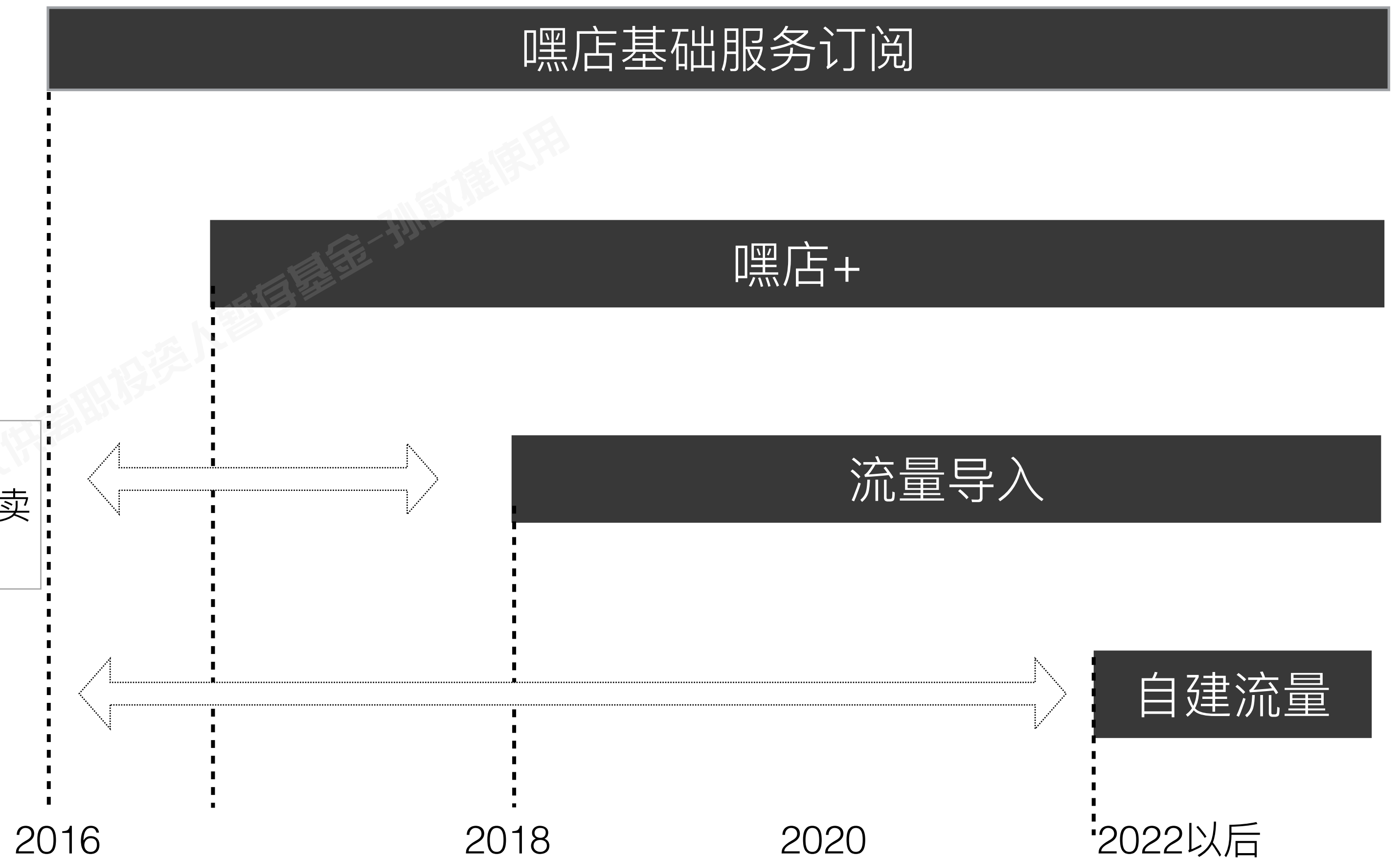
目前聚焦的点

- 聚焦新型中小型消费升级品牌
- saas产品线 99/399/699 每月

- 逐渐目标中大型客户
- 嘿店+产品线，客单价10万+
- 有定制组件需求
- 客户越多，组件复用性越强，成本越低

- 从已有的平台类似如小红书，ifan，一条打通分成
- 从分众，粉丝通，广点通以及其他广告平台集买散卖
- 品牌间CRM打通，做交叉推荐

- 自建流量，当全国最酷的品牌都在用嘿店，自建流量确立定价权，同时全渠道数据成为核心壁垒



融资

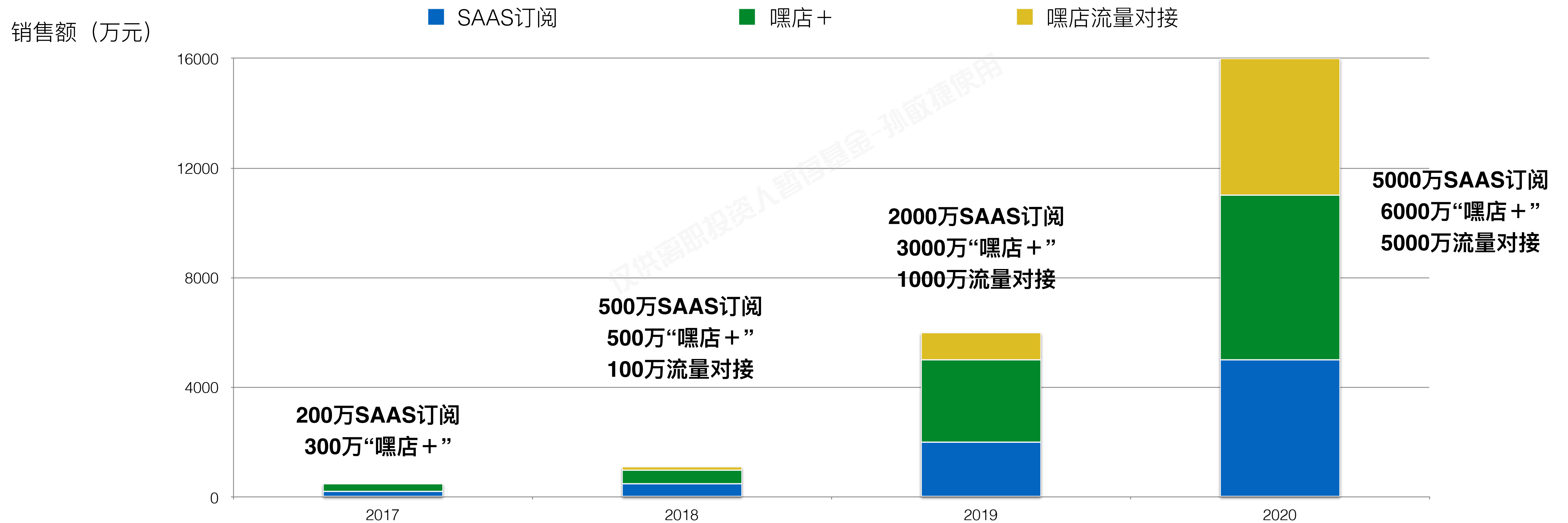
需要资本合作

1000万－1200万，出让10%股份

- 在未来10－12个月使用
- 500万计划用于团队扩张，2－3个销售，6－8个产品&研发&设计，2－3个运营&市场
- 350万用于市场开支
- 150万用于软硬件基础服务开支
- 人民币基金
- 在布局消费升级 / 企业级服务赛道经验丰富的资本优先考虑

财务预测

未来5年财务预测





嘿店
HEY SHOP

消费升级品牌的新零售伴侣

www.heidianer.com