



一鸿汽配商业计划书

首批保险公司合作事故外观件直供商
—致力于成为中国未来的LKQ

本轮融资由以太资本担任独家财务顾问

融资联系人：陈思宇

手机：17701335969

微信：chensiyu1223

一、投资亮点

1

外观件改革重塑利益链条：平安和NSF、人保及太平洋保险和CAPA进行战略合作，国内三大车险企业都启动了配件认证，意味着未来保险公司主导的汽配同质配件体系将重塑保险理赔利益链条，一鸿汽配将成为首批保险合作配件商，分享千亿市场机遇

2

专注事故外观件：国内最大的专注事故外观件的批发商，拥有专业高效的直采团队，行业资源可获得第一手货源，数据直通保险公司

3

全国领先的供应链：借鉴LKQ (KEYSTONE) 物流仓储经验，建设全国性分销及干线物流能力，目前已在全国16个中心城市覆盖（建立）仓库和支线物流配送能力，已具备持续的城市复制能力

4

团队经验丰富：团队资源丰富，深耕行业十多年，是国内最有可能成长为美国LKQ (KEYSTONE) 模式的创业团队，并部分采用相同的认证供应厂家

5

自有品牌受认可：自建产品数据库，按保险标准优选，点对点的干线及支线配送，工厂直采价格，其自有品牌“一鸿”、“天漠”“CBQ”“裕鸿”等享誉全国

二、市场分析：汽配市场概况

千亿市场规模：1.75亿辆

×

1500元

=





2625亿元

乘用车保有量

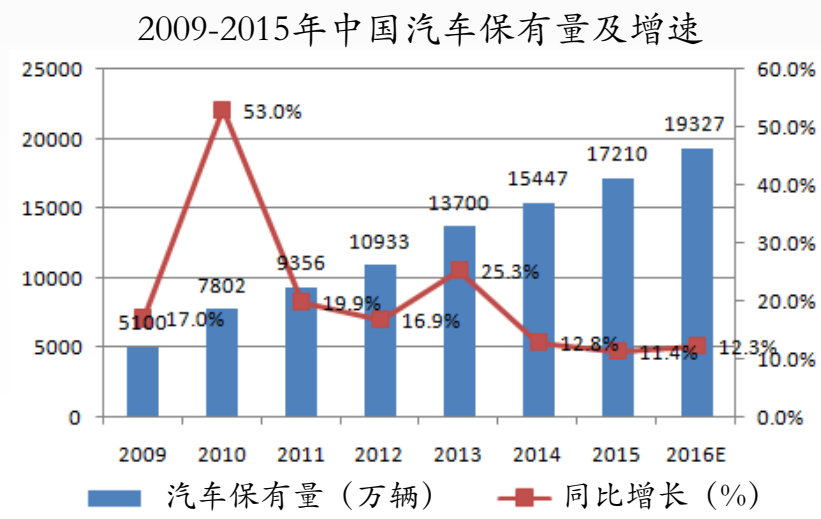
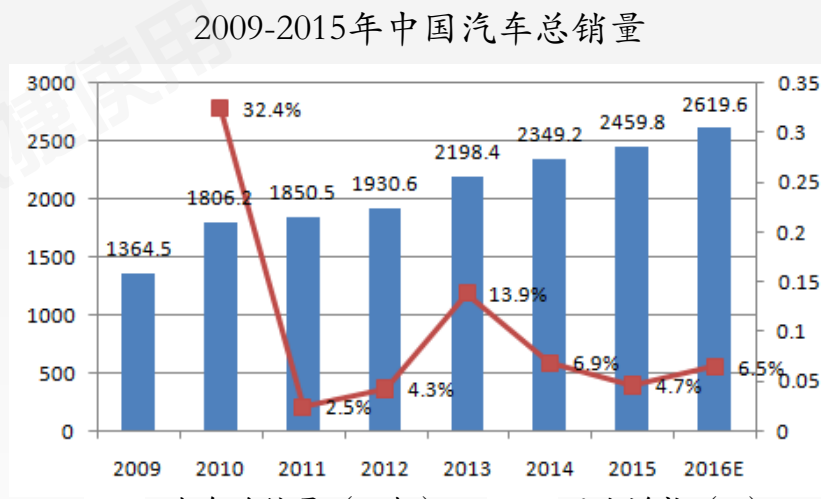
每车每年碰撞事故外观件

乘用车外观件市场规模

随着汽车销量及保有量的逐年增加，汽配后市场的外观件市场规模也逐渐增大

				
	事故外观件	核心件	保养件	易损件
零件代表	保险杠、机盖	发动机	机油、保护剂	刹车、轮胎
SKU数量	十万级别	少	百万级别	百万级别
通用性	专车专用	同一品牌相同	较高	较高
更换频率	随机 (发生事故时)	固定	固定	固定
更换要求	较高	较高	较低	较低
品牌认知度	较低	较高	较高	较高
最终买单人	保险公司	主机厂	消费者	消费者

- 通过对比其他汽配件，事故外观件市场有如下特点：
- 毛利较高：由于供应商品牌认知度较低，价格不透明，渠道商议价能力较强
 - 对供应链要求高：专车专用的特性和更换的不确定性导致对渠道商的供应链能力要求较高
 - 与保险公司关系密切：不同于易损保养件的类消费品属性，外观件的最终买单人 是保险公司，而未来保险公司作为甲方将主导该市场



二、市场分析：传统汽配理赔市场痛点

维修厂（订单发起者）

采购流程极繁琐

坏车到达→拆下坏件→手写待采清单→电话/传真/QQ询价比价→自行到汽配店采购（炒货）/电话下单由卖方打包钉箱再通过第三方物流运送

到货时效不稳定

采购品类专业性强，随机性大，没有库存调货难度大

产品质量无标准

市场产品鱼龙混杂，质量不一、价格离谱

货品运输风险大

搬运麻烦，中途碰损风险大

保险公司（订单付款者）

事故外观件理赔率高

保险公司埋单，每年在汽车后市场上，消耗量占40%，保险公司埋单率90%

理赔价格偏高不信任

外观件是车险赔付的大头，亏损了就要提高同质配件的比例

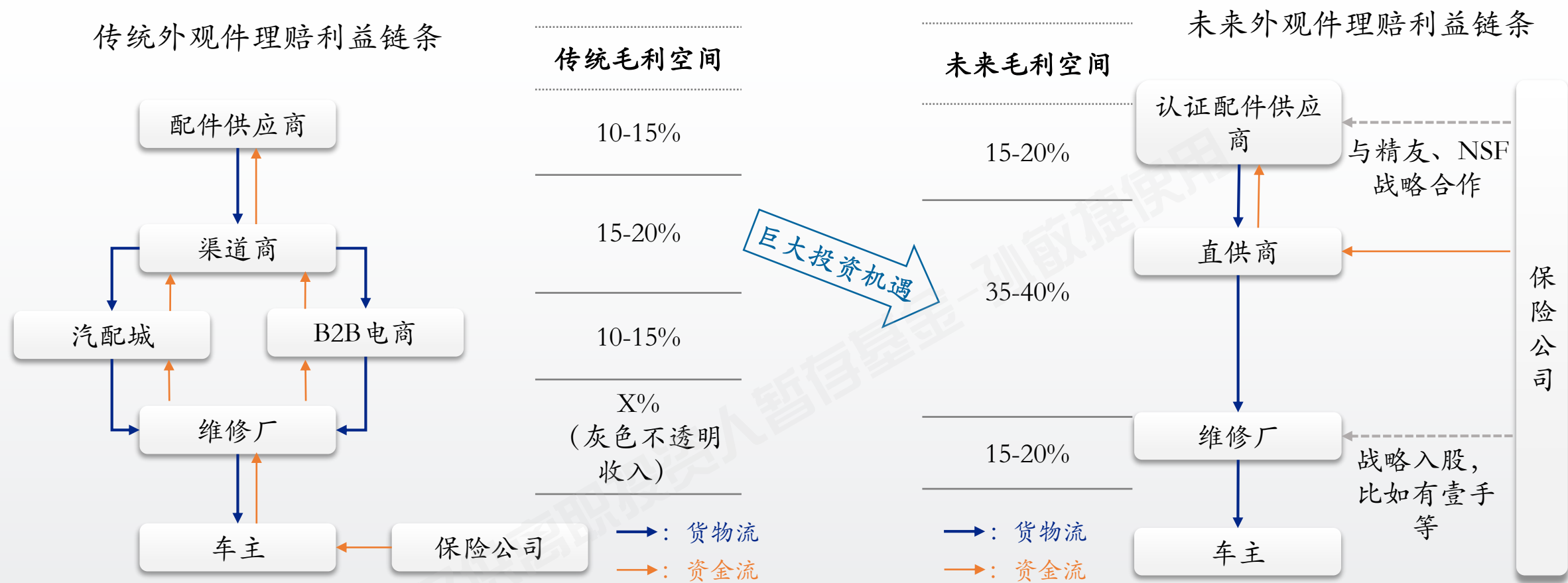
理赔质量标准无保证

配件行业不规范，质量无标准，往往被修理厂软性绑架

渠道送货服务不靠谱

合作关系不紧密，无法保证配件被准确、及时送达客户手中

二、市场分析：保险公司将重塑外观件理赔利益链条



- **趋同美国市场：**保险公司作为外观件的实际采购方，上游通过与美国认证机构精友、NSF战略合作，大力推行同质认证配件，下游通过战略入股连锁维修厂，打破原有外观件理赔市场价格不透明、质量无保证的痛点，重塑利益链条，更接近美国汽配外观件后市场
- **配件供应链企业资本价值大：**原本冗长、复杂、数量众多的中小型中间商未来将经历上下游整合，有着资深行业资源、强大配件供应链的直供应商将脱颖而出，规模化后因其较强的上下游议价能力，未来毛利增长空间巨大。

二、市场分析：对标美国市场外观件最大渠道服务商——LKQ

LKQ (NASDAQ: LKQX)

70亿美元
年销售

40%
毛利率

15亿美元
库存

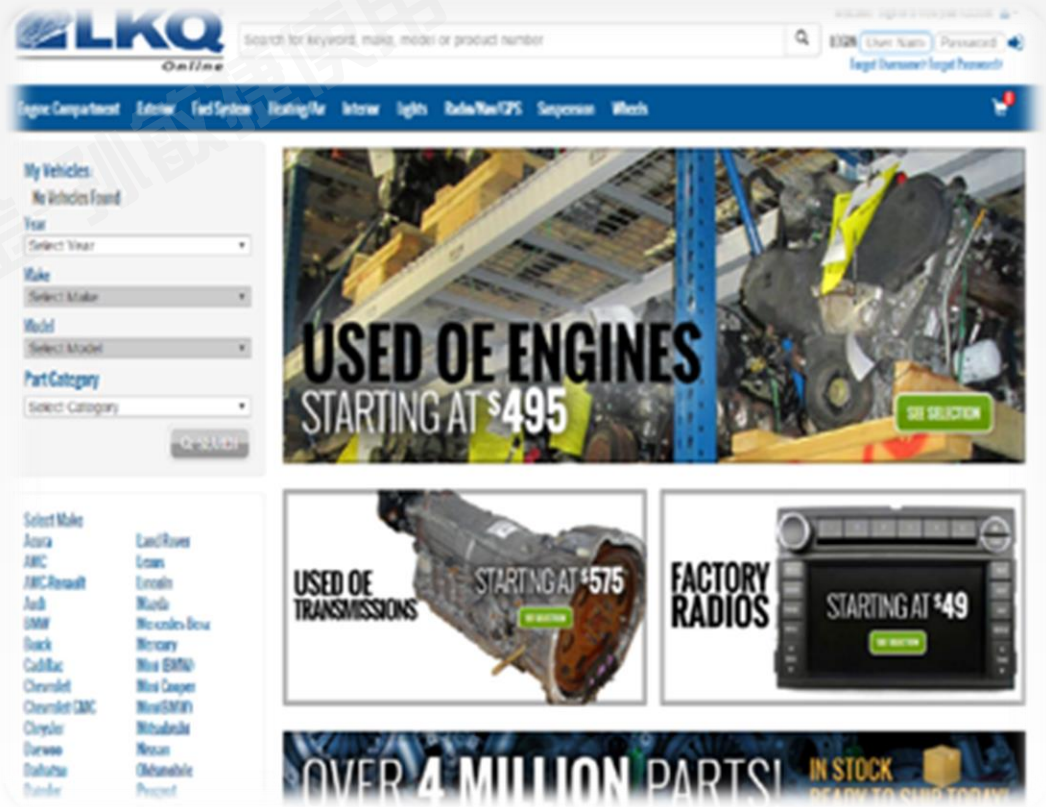
400个
仓库

28000名
员工

3000台
配送车

CAPA
行业标准

NSF
参与制定者之一



三、公司简介：一鸿汽配+车碰网



控
股



广东一鸿汽车配件有限公司（简称“一鸿汽配”）成立于1996年，是一家致力于汽车配件销售与物流服务的**企业**，销售网络遍布全国各地，目前为超万家汽配零售店提供品质可靠的汽配产品及配送服务，在业界具有良好的信誉及影响力。目前是汽车车身覆盖件领域销售与流通服务的领军企业之一。

车碰网是一个专注于同质外观件的O2O垂直电商平台，专业直供国内主流乘用车逾1000款车型的外观覆盖件，由自有物流配送到修理厂终端。货品由各个厂家的仓库经即时汇聚后再直供终端，货品由车碰网进行溯源，确保M2C的服务闭环。

2016

一鸿汽配与知名技术公司合作，成立“车碰网”，直接服务终端区域客户—维修厂

2015

一鸿汽配电子商务交易平台正式上线，实现客户在网上自主下单和结算。

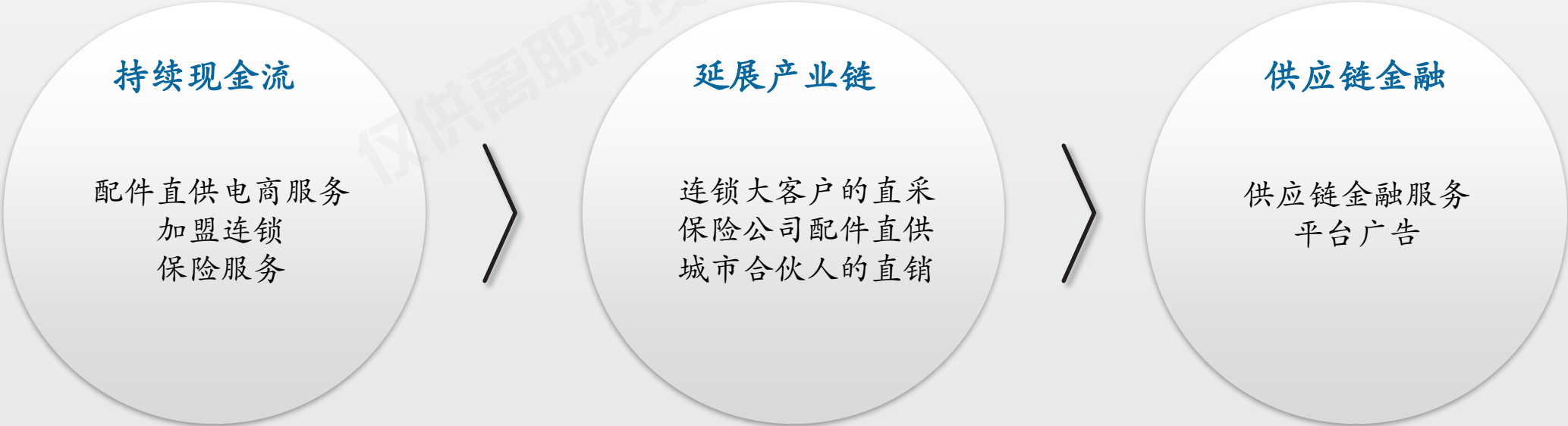
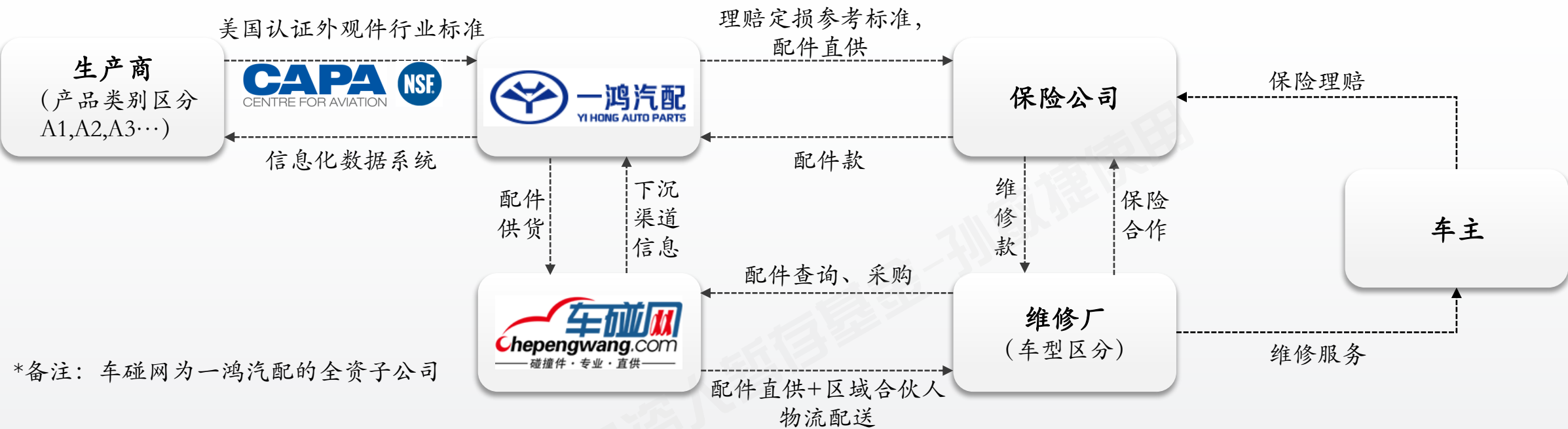
2012

一鸿宝应物流中心建设完工并投入使用，标志着一鸿开始走上全国物流干线建设的步伐，将运营模式从门店式销售转变为建设全国物流服务网络。

1996

一鸿汽配的前身振鸿汽配商行在广园中路诞生。

四、商业模式：渠道商+服务商+保险理赔升级，促进定损理赔标准化

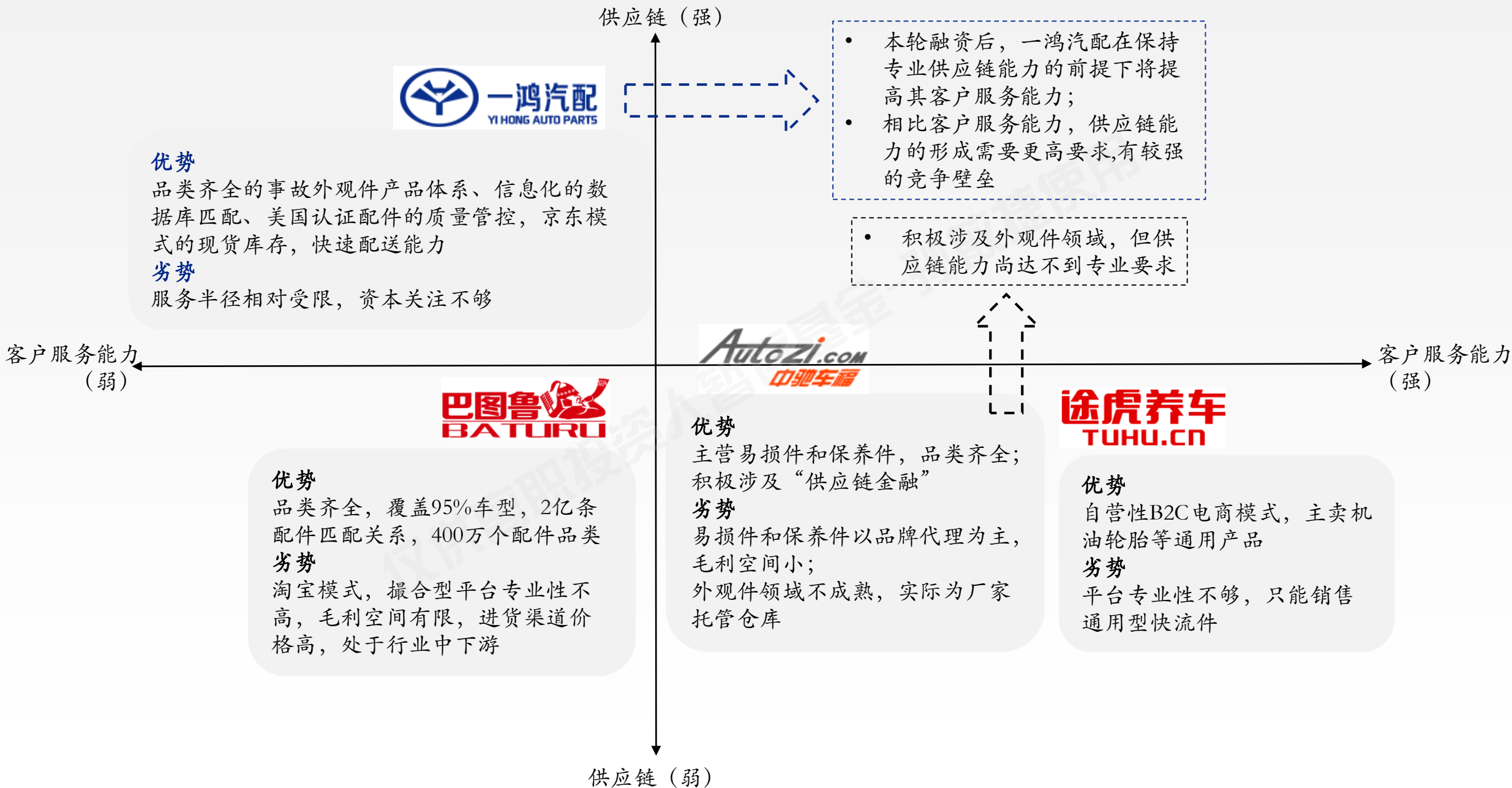


五、供应链优势：一鸿汽配仓库物流网络基本覆盖全国



- 一鸿汽配在全国各地已经初步具备较大规模的物流仓储及专属的配送服务体系
- 目前已经建设15大物流仓覆盖全国：广州、宝应、北京、杭州、昆明、成都、乌市、长沙、武汉、沈阳、合肥、太原、哈尔滨、大连、兰州等城市
- 覆盖全国区域，仓库间层级协同，规模效应明显，其中宝应仓和广州仓是一级中心仓，宝应仓占地10000平方米；
- 销售和服务网络将在未来几年内不断增加和扩展。

六、竞品分析：核心壁垒是专业的供应链能力



七、团队介绍

核心团队介绍



屈建力
创始人

- 董事总经理，汽修专业，中山大学EDP
- 负责产品开发和供应商管理
- 1996年创立一鸿至今，是国内最早从台湾进口外观件及与国内工厂代工生产外观件的企业

黎伟豪
联合创始人

- 董事副总经理，兼任车碰网CEO
- 华中理工大学，英国曼彻斯特大学
- 2003年加入一鸿，负责公司战略及商务合作，10汽配行业经验

杜宗
副总经理

- 副总经理，武汉汽车工业大学，奇瑞汽车，一鸿工作11年，负责供应链运营

许勇
营销总监

- 营销总监，曾负责康师傅，可口可乐，科龙家电的渠道开发与管控

翁德恩
技术总监

- 毕业于新加坡国立大学计算机信息科学专业
- 先后就职于汇丰全球研发中心及友邦资讯广州有限公司
- 负责集团内部核心系统的开发及运作支撑

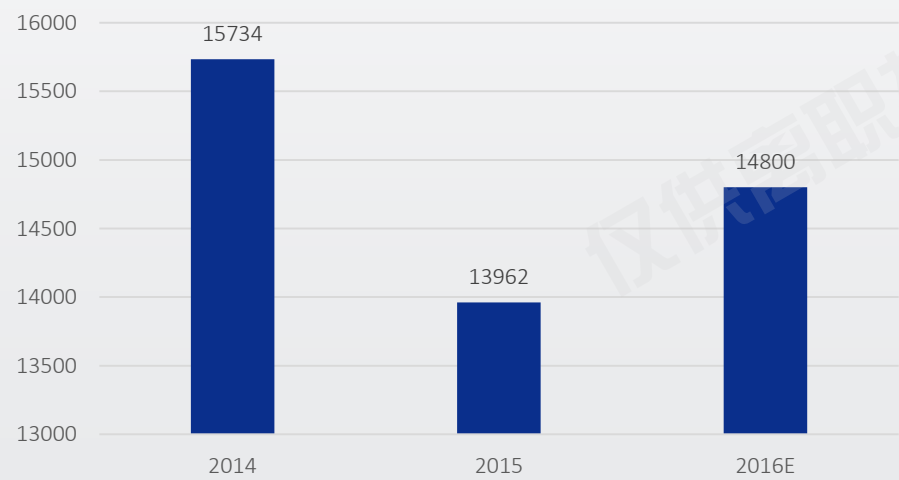
八、财务数据

年度	销售收入 (万元)	净利(万元)	期末资产 (万元)	期末负债 (万元)	期末库存 (万元)	库存周转率 (次/年)
2014	15,734	-265	7,472	5,792	3,486	3.78
2015	13,962	4.5	6,732	4,828	2,770	3.66
2016E	14,800	150	6,800	4,600	3,100	3.8

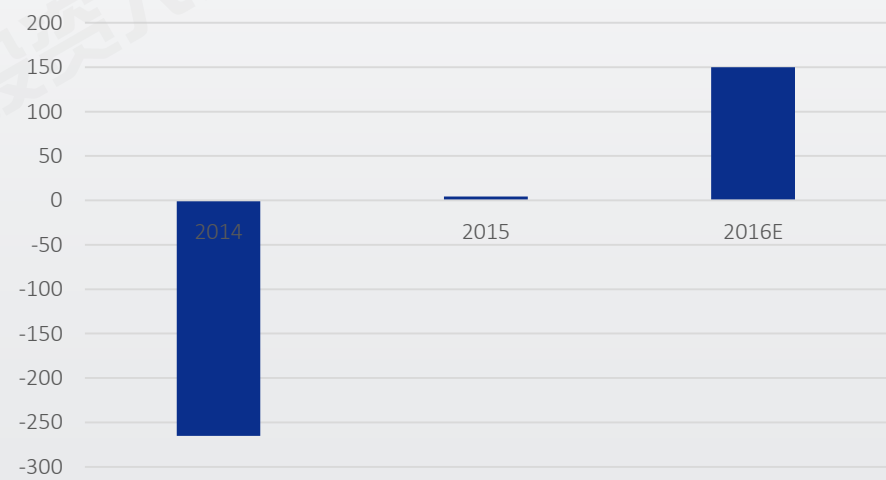
未来2年财务预测及规划

- 提高毛利率
 - 毛利率将从15-20%提高至30-40%
- 提高库存周转率
 - 库存维持在3000多万，年周转率从平均3.8次提高至5次左右
- 仓储物流分级建设：
 - 区域中心城市500万人口：自主建立仓库
 - 区域副中心城市200万人口：合作建立仓库占股51%起
 - 下级城市80万人口：仓库或配送点加盟

一鸿汽配2014-2016年销售收入（单位：万元）

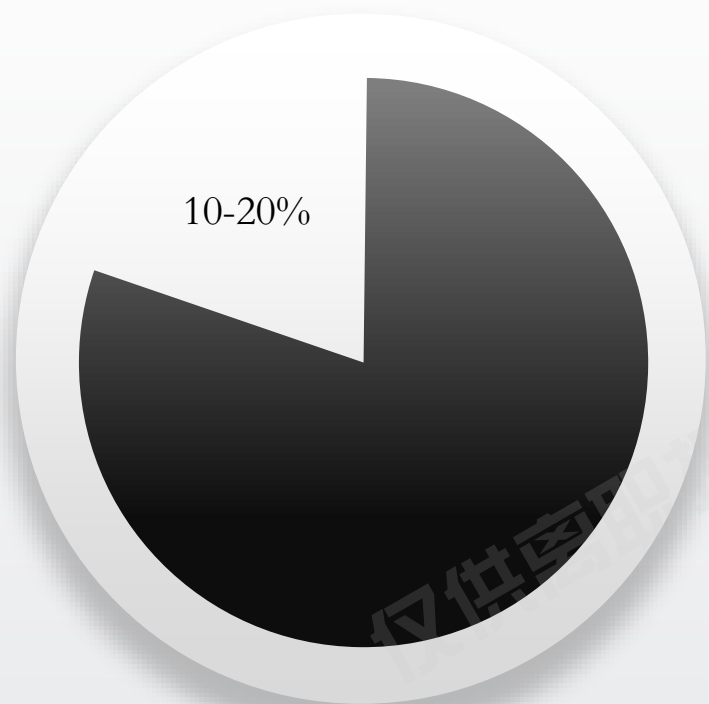


一鸿汽配2014-2016年净利润（单位：万元）



九、融资计划

本轮计划融资1500-2500万人民币
出让10-20%股权



主要资金用途

- 500-800万用于系统升级（现在使用金蝶K3ERP），产品数据的增加，人员升级（招聘和培训），经销商下单平台的推广，车碰网在广东地区的终端开拓
- 500-800万用于加强现有的广州和宝应2个一级仓库的库存
- 500-800万用于新建外地分部：西安，郑州，济南，南京，海口，南昌，福州等。仓库及库存



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：陈思宇 | 电话：17701335969 | 微信：chensiyu1223

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](#)