|  |
| --- |
| 公司名称 |
| **“Brands”商业计划书** |
| **概义版** |

|  |
| --- |
| **小龙人**  **2015-12-19** |

**目录**

[1 核心：电商模式从地摊模式向专柜模式的转型 3](#_Toc439187642)

[2 团队共同价值观： 不满足于打工帮别人完成梦想 3](#_Toc439187643)

[3 愿景：使中国拥有一批被广泛认可的品牌 3](#_Toc439187644)

[4 商业运营模式（初期完全免费） 4](#_Toc439187645)

[5 平台创立 4](#_Toc439187646)

[5.1 平台核心 4](#_Toc439187647)

[5.2 平台模块功能与主要技术简介 6](#_Toc439187648)

[5.2.1 首页模块功能与主要技术简介 6](#_Toc439187649)

[5.2.2 品牌用户功能 8](#_Toc439187650)

[5.2.3 加盟用户功能 9](#_Toc439187651)

[5.2.4 买家用户功能 10](#_Toc439187652)

[5.3 品牌入驻（法务） 10](#_Toc439187653)

[5.4 品牌推广（营销） 11](#_Toc439187654)

[5.5 招商引资 11](#_Toc439187655)

[6 初期团队构成：（TBD） 11](#_Toc439187656)

[6.1 技术团队 11](#_Toc439187657)

[6.2 营销团队 11](#_Toc439187658)

[6.3 财务团队（后期） 11](#_Toc439187659)

[6.4 法律团队（后期） 12](#_Toc439187660)

（备注：TBD是指没有完全确立的部分，红色部分属于除技术之外需要解决的主要问题。配套PPT展示主要的功能链接，可以进行参考，便于理解平台建立及功能。）

## 核心：电商模式从地摊模式向专柜模式的转型

**核心阐述：**传统的电商模式是一种地摊模式。地摊模式简而言之就是商人将自己能够获取的货源在集市摆摊进行售卖。其特点是出售价格主要依据产品制造价值而定，缺乏意识形态的增值。专柜模式简而言之就是建立在品牌之上的销售模式。其特点是出售价格依据产品制造价值及其附加价值而定。中国的电商在传统的地摊模式领域已经发展到了尽头，必须谋求向专柜模式的发展，即建立于品牌之上的分销。

**为何以此为核心：**经过长达几十年的发展，中国的传统制造业面临几大问题：国内工厂数量急速扩张导致国内竞争压力急剧上升；人工成本增加导致的OEM和ODM对外价格优势逐渐丧失；欧美客户不断流失而导致的需求下降。因此，中国的制造业必须完成产品价值向品牌价值的转型以适应中国在国际市场上新的定位。在这个过程中，有几个重要问题需要被解决。其一，国内的自有品牌必须壮大自身的加盟商队伍以完成品牌的横向推广。其二，国内的自有品牌必须在一个拥有健全的专利保护制度的环境下成长以获得技术的可积累性创新。其三，品牌的创新价值需要在尽可能短的时间内被市场广泛认可。所以平台利用互联网技术解决上述的三个问题已完成电商由地摊模式向专柜模式的转型。

## 团队共同价值观： 不满足于打工帮别人完成梦想

**价值观阐述：**帮别人打工就是在帮别人完成梦想，而这个梦想跟我们一点关系都没有。我们想看看自己倾尽才华、终了一生到底能做出什么样的事情。

**为何形成了此种价值观：**团队的成员不约而同都拥有两个相同的因素：帮别人打过工、一直相信自己不会一直为别人打工。这两个共同因素的本质是成员中的每一个个体内心都有比较强的改变自己人生的意愿，也都希望能通过自己的努力不仅能够改变自己的人生，而且能够在这个过程中帮助社会作出一点贡献，为自己周围的人解决一点问题，从而能带动一些人集体改变命运。

## 愿景：使中国拥有一批被广泛认可的品牌

**愿景阐述：**未来在中国，国人不需要排队购买欧美国家的地摊货还沾沾自喜，不需要担心奶粉的质量问题，不需要高价购买欧美国家在中国生产的高端奢饰品。因为国人自己已经建立了面向不同受众的各类品牌可以基本满足国内各个层次的需求。

**为何以此为愿景：**国人并不缺乏消费的能力，甚至也不缺乏生产优质产品的技术，现在国内缺乏的是与这种消费力和生产力相匹配的品牌供应能力。如何将这种优质产品变成一种品牌效应从而改变国人对国产品牌的固有理念，是传统行业的当务之急。经过这一阶段的转型，传统制造业将获得新生并完成产业转型。中国将出现一批具有国际竞争力的品牌。同时国人对于国产的信心也会实现质的飞跃增强。实现这一目标需要长期的努力，而这一愿景将成为支撑参与者长期不懈奋斗的思想坚石。

## 商业运营模式（初期完全免费）

**平台主题模式：**

平台主题简而言之是一种建立在品牌之上的分销模式。与传统微商萌店不同的是平台加入品牌概念，将品牌及其分销商的域名与平台脱离开来，只共享数据库和云平台环境，帮助品牌与加盟商对口并在后期通过二维码的方式实现品牌保护。

**盈利模式：**

品牌入驻：初期免费或仅收取少量的入驻费用，后期将根据平台的发展概况增加入驻费用。

付费云空间：平台将提供起步的云空间服务帮助企业入驻，但是后期的云空间扩展或者是更加深入的服务将会收取一定的费用。

广告位、频道推荐：广告位主要起到的是品牌宣传的目的，所以一般的广告位是需要收取费用的，但是初期的推广阶段将免费为新的品牌做一些推广。

二维码数据库的使用：二维码数据库的建立本身分为两种模式，一种模式是和草维二维码合作，这种情况下会涉及草维二维码的一个使用费用，将会按照当时使用的维护费用平摊到每个产品进而向客户收费，收费标准前期以平衡支出为准，后期就会成为其中一个赢利点。

## 平台创立（请结合PPT展示）

* 1. 平台核心

**核心：依靠互联网平台解决三大问题**

其一，国内的自有品牌如何壮大自身的加盟商队伍以完成品牌的横向推广。

平台将提供品牌一个独立域名的展示网站，并实现网站的自定义建立，从而吸引加盟商。对于加盟商而言，平台将通过智能条件匹配和一键电商主页建立简化加盟商加盟的过程以降低成本。

其二，如何建立拥有健全的专利保护制度的环境。

平台将通过二维码跟踪和防伪技术跟踪并防伪每一个登录平台的品牌产品，使得消费者在平台上面买卖的所有商品都是品牌的真货。另外加入平台的所有品牌将承认平台是品牌网络售卖的唯一途径。

其三，品牌的创新价值需要在尽可能短的时间内被市场广泛认可。

通过大量的加盟商的加入，帮助品牌在多个地域环境拥有自己的分销从而让大众在短时间内或认可或不认可由产品传递的品牌价值，让品牌在相对自由的市场环境下优胜劣汰。

**主要途径：**深入了解平台核心后，要达成既定的目标需要独立方面的途径：

首先，招募品牌的途径。

如何招募品牌入驻，换句话说就是平台有什么样吸引力能够吸引品牌。总的来说平台吸引品牌的方面主要是独立的品牌主页域名、精简的品牌主页建立过程以及配套的云服务器服务和平台提供的线上正规的加盟商的巨大潜力。这四者的结合不仅很好地解决了一些中国的小众品牌建立主页难的问题，同时化解了他们没有正规的寻找线上加盟商途径的窘境，为他们的品牌推广提供了一种途径。除了主要的四点吸引力之外，后期平台还会出台一些附加政策如平台将作为品牌唯一网上购买渠道以加强品牌的统一性，进而保护品牌的专利性。

其次，招募加盟商的途径。

如何招募加盟商，和上述情况一致的，也必须要回答一个同一个问题：平台有什么吸引力能够吸引加盟商。其实，平台本身吸引加盟商的主要诱惑点在于可以以更加低的门槛进入品牌代理这个领域，并且盈利。这个模式其实像是微商的运营，但是微商的运营有一个致命的弱点就是品牌找加盟商有一定困难的同时，加盟商想要联系品牌就更加无门无力。只能从知道的几家品牌中寻找自己加盟的对象而不能从事买卖自己真正有兴趣的商品。或者说想要买卖自己有兴趣的商品需要花更加多的人力物力。再这样的一种大背景下，平台提供给加盟商自由选择品牌的能力不受限制。并且平台可以提供给加盟商加盟多家品牌的能力，加盟商可以选择代理一家品牌的产品也可以选择代理多家品牌。

最后，保护品牌独有性的途径。

如何保护品牌的独有性一直是中国社会普遍思考的一个问题，专利性也是当前中国制造业转型绕不开的一个重要环节。现在的中国社会不论是从法规的建立上面还是法规的执行力上面都还尚不能达到对品牌的全面保护。结合平台最重要的一个设定即加盟平台的品牌不能再有别的网络营销途径，平台将会分配给每一个品牌用户一个母二维码，并且以这个母二维码为计算原型为品牌下的每个产品分配一个二维码用以记录品牌及商品信息，以求达到每一个平台出货的产品，消费者都可以通过扫描二维码的方式判断是否是品牌正品（记录二维码扫描次数）。这种模式会形成一个二维码构建的品牌产品网络，对于后期的数据采集和数据分析是有不可估量的作用的。

**综述：**现阶段小微品牌的目的主要集中在解决独立的展示网站、发展下级加盟商和加强品牌保护建设上面，同时又有不少的加盟商需要自主选择加盟的品牌。平台可以同时满足两家的需求，并且为消费者提供了一个十分巨大的国内新兴品牌的选择机会。可以说是互惠四方，平台，品牌，加盟商和买家都能获得自己所需。进一步说明，平台是有其时代的可发展性和可持续性的。

* 1. 平台模块功能与主要技术简介

### 首页模块功能与主要技术简介

平台的建立将产生三类用户：品牌、加盟商和买家用户。根据平台核心的品牌推广保护的定义，三类用户中平台将定义加盟商为主要用户，主界面将以为加盟商提供便利为主。值得一提的是买家用户不仅可以在平台进行注册更加可以在加盟商页面进行注册。平台将在后台管理所有的买家用户，加盟商可以看到自身拥有的买家信息并在自己的点商页面进行交易管理和客户维护。对于初次进入平台的买家用户，平台将提供品牌代理页面供买家进行购买。品牌代理页面的概念是说品牌在建立品牌展示页的同时生成一个品牌分销页面，由品牌自己管理或者授权给加盟商进行管理。

**注册功能**

注册简介：注册功能主要实现添加新用户信息的功能。尽管根据核心的定义，新用户分为三种人群，但是后台信息将通过关键字段的方式区别用户，初期前台注册并无不同。

用户首次注册将提供手机或者邮箱作为登录用户名，并且设置自己的密码作为登录密码。注册完成之后可以在登录成功的界面完善自己的资料。

普通用户可以通过添加品牌的方式成为品牌用户，注册表主要收入的数据有：用户名、密码、公司或个人名称及其资料验证、品牌名称及其资料验证、品牌相关领域关键词选择、电子邮箱、手机、电话、传真、关键字段设置等。与以往的方式的差异性在于品牌需要提供品牌商标作为会员头像，后台程序会同时自动为品牌会员生成品牌专属的二维码。品牌可以利用这个二维码在广义的维度上包括地理信息，生产信息等标记自己的产品。

普通用户可以通过加盟品牌的方式成为加盟商用户。注册表收入的数据主要有用户名、密码、个人身份证号码，身份证正反面截图，个人手持身份证的图片、希望加盟的领域、电子邮箱、手机、电话、传真等。与以往的方式的差异性在于不断地与现有品牌进行配对，直到选择合适的加盟品牌，并且通过品牌的主页面和品牌的主二维码生成自主推广页面和自主推广的二维码。二维码也具有记录产品地理信息，生产信息，品牌信息和加盟商信息的功能。并且加盟商在注册之初可以选择自己想要做的是代理一个品牌还是说代理多家品牌产品，只代理一个品牌的加盟商将被要求使用和品牌一致风格的主页，但是加盟多家品牌的加盟商可以自主选择主页风格。相应的宣传策略也会发生改变。

普通用户拥有买家的所有功能。注册表的收入数据主要包括用户名、密码等传统的买家数据信息并且绑定具有支付功能的端口比如支付宝。买家部分需要注意的是，买家不仅仅可以通过平台的首页进行注册，也可以通过商家的销售页面进行注册，只是买家信息会由平台统一进行数据管理。这也是一个本平台买家注册区别于别的用户注册的一个点。

注册技术简介：在上述的注册简介中直接涉及到的主要差异性技术在于首先如何快速进行品牌及加盟商网页建立，其二如何进行二维码的分配。如何进行快速的网页建立这个问题，平台打算使用开源的电子商务网页模板，在服务器搭建统一的环境，开放一个模板和插件的领用平台，供品牌选用自己的独立风格。如何进行二维码的分配这个问题，平台打算使用现有的二维码技术，组建一个信息安全团队升级二维码的保护性能和自动分级分配算法实现此功能。以现有的技术来说完成这两个技术问题是完全有可能的。

**登录功能：**登录功能主要实现用户凭借用户名和密码登录系统的功能。主要字段是注册表中的用户名和密码。登录功能考虑到电子商务的特殊性将进行有目的的加强安全性的措施。可以被考虑的措施主要有绑定常用计算机和常用手机，二维码扫描和手机验证码的发送等等。

**品牌展示：**品牌展示功能将是平台主页的核心功能。平台主要将分成几个模块从不同的角度对现有的品牌进行介绍。主要的模块将包括：页首滚动品牌活动、品牌拇指展示窗口、热门品牌推荐、今日上新品牌、品牌新闻、今日好店等。

就至今为止对于品牌展示这个模块的设想来说是没有特别需要解决的特殊技术关口。

**加盟商论坛：**加盟商通过这个论坛讨论各个品牌的优劣，或者交流现有经验等。

**常用服务：**加入一些加盟商主要需要用到的功能。

**模拟首页使用：**

用户首次进入首页，先要进行注册，成为普通买家，通过页面的品牌通道或者加盟通道完成特定信息的输入被赋予品牌通道的功能或者加盟商通道的功能完成相应的操作。

用户非首次进入首页，品牌用户可以直接进入用户管理功能进行管理，而加盟商用户可以浏览首页展示的品牌，通过系统自动匹配和自主选择选定自己想要代理的品牌。（品牌代理规则：法务）

### 品牌用户功能

品牌用户登录账户之后将看到以下几项最主要的平台功能（其余的一般性传统平台功能将不累赘列出）：

**品牌信息完善：**（法务）

**产品上架：**进行品牌产品的上架，关于这一部分，平台会推出一个一键上架功能。通过与数据库的直接对接，节省上架产品的时间。

如何定义哪一些品牌可以上架，哪一些品牌不可以上架。一方面是法律问题，一方面也会涉及到后续的平台发展，需要参考专业意见再进行决定。

**魔法商店：**魔法商店主要出售品牌电子商务网站的模板和应用插件等以帮助品牌个性化完善自己的官方展示网站。这一部分平台将会开放代码给大众，激励大众开发实用的创新的模板和插件等供品牌使用。

**商品系统：**商品系统前期简单分为商品上架，商品编辑，商品下架等功能。

**品牌推广入口：**品牌可以通过这个入口参加平台的品牌推广活动，增加自己的知名度，吸引更多的加盟商。

**模拟品牌用户使用：**当品牌用户通过登录功能进入到品牌用户功能这个模块之后，首先可以通过品牌信息完善这个通道完善品牌的相关信息。之后通过一键上架产品进行产品的上架（这一部分产品的上架只是实现了与数据库的对接，与最终选用什么模板是完全没有任何关系的）。品牌的产品数据与数据库对接之后，品牌可以从魔法商店里面选择自己喜欢的模板和插件对自己的主页进行必要的美化（这个阶段所产生的技术问题将有电话客服解决，后期用熟之后可以转用在线客服解决）。平台会事先提示企业，模板已经选用之后最好不要经常更换而且下级单一品牌加盟商也会使用同种风格的模板。一切准备就绪之后，品牌就可以直接上线自己的展示页面，通过展示页面吸引加盟。当收到加盟商传来的发货通知，品牌可自主发货并生成单一二维码用于跟踪。另外品牌可以通过对商品进行一系列的操作。另外平台可以通过品牌推广入口参加自己感兴趣的推广活动。

### 加盟用户功能

**单一品牌加盟用户：**

加盟用户登录账户之后将看到以下几项最主要的平台功能（其余的一般性传统平台功能将不累赘列出）：

**加盟品牌：**通过加盟品牌的接口使得加盟商加盟到某一品牌。（法务！）

**一键开店：**此类加盟用户可以一键开店，即为复制品牌主页的所有布置方式，并且自动生成电商的组件，例如购物车等等。并且拥有自己的联系方式和加盟店专属的二维码。

**自定义开店：**此类用户将被给以有限的自由在魔法商店中选择插件差异化自己的电商平台。并且可以有选择地上架品牌的商品。换言之，不需要将品牌所有的商品都上架到自己的平台上面。

**魔法商店：**此类加盟用户的可见魔法商店范围为各种功能的插件，整体的网站风格将沿袭品牌网站，但是可以通过插件等做出一些小的创新。

**商品系统：**此类加盟用户拥有查看品牌商品，在自己的商店中上架下架品牌商品的能力。品牌商品的部分字段会向该类用户开放。值得强调的是，加盟商将在自己的电商页面中进行商品的上下架及管理。

**模拟单一品牌加盟用户使用：**此类用户登录之后将会根据注册时候填写兴趣点和平台现有的品牌进行配对，或者通过主页的品牌介绍功能选择自己喜欢的品牌并且加盟。当用户成为某品牌的加盟商之后，可以选择一键开店或者自定义开店。开店之后直接可以进行新店的宣传推广。另外，此类用户还拥有部分商品属性修改的权限和在自己的电商环境中上下架产品的功能。

**多品牌加盟用户：**

加盟用户登录账户之后将看到以下几项最主要的平台功能（其余的一般性传统平台功能将不累赘列出）：

**加盟品牌：**通过加盟品牌的接口使得加盟商加盟到多个品牌。（法务！）

**一键开店：**此类加盟用户可以一键开店，系统将根据各个品牌商品的关键词将产品进行整合，配套不同的模板生成电商网站，并且自动生成电商的组件，例如购物车等等。并且拥有自己的联系方式和加盟店专属的二维码。

**自定义开店：**此类用户将被给以较高的自由在魔法商店中选择模板和插件差异化自己的电商平台。并且可以有选择地上架品牌的商品。换言之，不需要将品牌所有的商品都上架到自己的平台上面。

**魔法商店：**此类加盟用户的可见魔法商店范围为各种功能的插件和部分电商模板，整体的网站风格将沿袭品牌网站，但是可以通过插件等做出一些小的创新。

**商品系统：**此类加盟用户拥有查看品牌商品，在自己的商店中上架下架品牌商品的能力。品牌商品的部分字段会向该类用户开放。

**模拟多品牌加盟用户使用：**此类用户登录之后将会根据注册时候填写兴趣点和平台现有的品牌进行配对，或者通过主页的品牌介绍功能选择自己喜欢的品牌并且加盟，可加盟多余一个的品牌。当用户成为某品牌的加盟商之后，可以选择一键开店或者自定义开店。开店之后直接可以进行新店的宣传推广。另外，此类用户还拥有部分商品属性修改的权限和在自己的电商环境中上下架产品的功能。当收到买家用户的购买请求之后，这部分请求将会自动转给品牌用户，由品牌用户进行发货并且声称单件产品的二维码进行产品跟踪。

### 买家用户功能

**传统电商买家功能：**传统电商买家所拥有的功能基本都会有所设置

**二维码跟踪：**由于平台的每一种商品都是有特定的二维码作为属性展示的，而每一件商品又会承袭大类的商品二维码衍生出自己的二维码。所以在平台所发出的每一个货品都会自带有一个二维码跟踪的功能，客户只要扫描提供的二维码就可以知道关于这件货品的一些基本信息，并且在收货的时候通过扫描二维码判定是否为真品。

**模拟买家用户使用：**买家用户可以选择在平台注册登录也可以选择在特定的商店注册登录。登录之后，买家将可以管理自己所购买的产品的物流信息，商品详情等等，这一部分和传统的电商并没有太大的不同。差异化的一步体现在二维码跟踪验货上面。（安全技术！）

* 1. 品牌入驻（法务）

品牌入驻规则：

加盟商加盟规则：

品牌信息完善：

加盟商释放规则：如果店铺超过一个月没有进行任何操作的话就自动释放空间，删除商户。

* 1. 品牌推广（营销）
  2. 招商引资

前期启动资金预计：40万

上线周期：预计6个月（半年）之后产品完成内测并且上线。

将被用于以下方面：

人员聘请：制定各项详细规则：1名法务人员；财务管理：1名财务；平台界面的搭建和接口的实现：2名技术员。办公场地租赁。数据库和服务器维护及安全等。

## 初期团队构成：（TBD）

* 1. 技术团队

**组成：**组长、Web开发、数据库、网络安全、（草维二维码合作）

**前期开发：**前期技术团队主要负责平台的搭建、测试和上线。

* 1. 营销团队

**组成：**组长

**前期营销：**前期营销团队主要负责使用各种营销手段达到品牌入驻和加盟商入驻的效果。

* 1. 财务团队

**组成：**组长

**融资后财务：**前期营销团队主要负责使用各种营销手段达到品牌入驻和加盟商入驻的效果。

* 1. 法律团队

**组成：**组长

**融资后法务：**前期营销团队主要负责使用各种营销手段达到品牌入驻和加盟商入驻的效果。