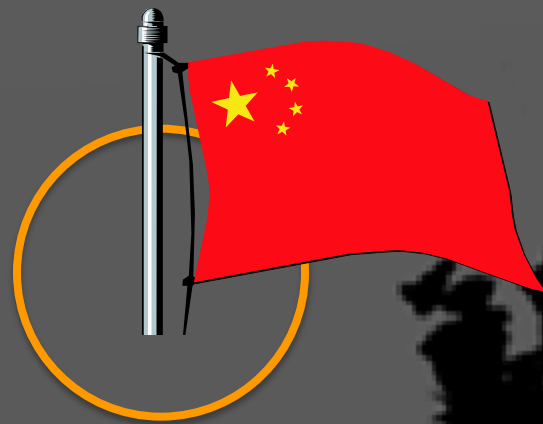




DaHan**DH**

DsHsu**DH**

大汉商城-商业计划书

“七个一原则”

A computer monitor with a silver frame and a black screen. The screen displays the URL 'http://www.dahanmall.com' and the text '大汉商城 健康网购'. The monitor is mounted on a silver stand. The brand name 'DaHan DH' is visible on the bottom bezel of the monitor.

<http://www.dahanmall.com>

大汉商城 健康网购

DaHan **DH**

目录



- 一：计划摘要
- 二：公司描述
- 三：市场分析
- 四：管理团队
- 五：营运规划
- 六：风险管理
- 七：财务管理

DaHan DH

DaHan **DH**

计划摘要

大汉商城秉承“时时思考，让我们做得更好”的服务理念，全程为个人用户和企业用户提供人性化的全方位服务，努力为用户创造亲切、轻松和愉悦的购物环境；不断丰富产品结构，以期最大化地满足消费者日趋多样的购物需求。相较于同类电子商务网站，大汉商城拥有更为丰富的系统架构管理，并凭借更具商品竞争力的价格和逐渐完善的第三方物流配送体系等各项优势，赢得市场农林牧渔网购行业最大且唯一的网购平台。

DaHan DH

DaHan DH

计划摘要-公司的基本情况

成立时间 2007年11月28号

注册资本 100万元整 人民币

公司地址 苏州市工业园区苏虹中路225号 星虹国际1幢

公司性质 有限公司

主要业务 食品饮料、数码通讯、农林牧渔等6大类

公司标志 **DaHanDH**

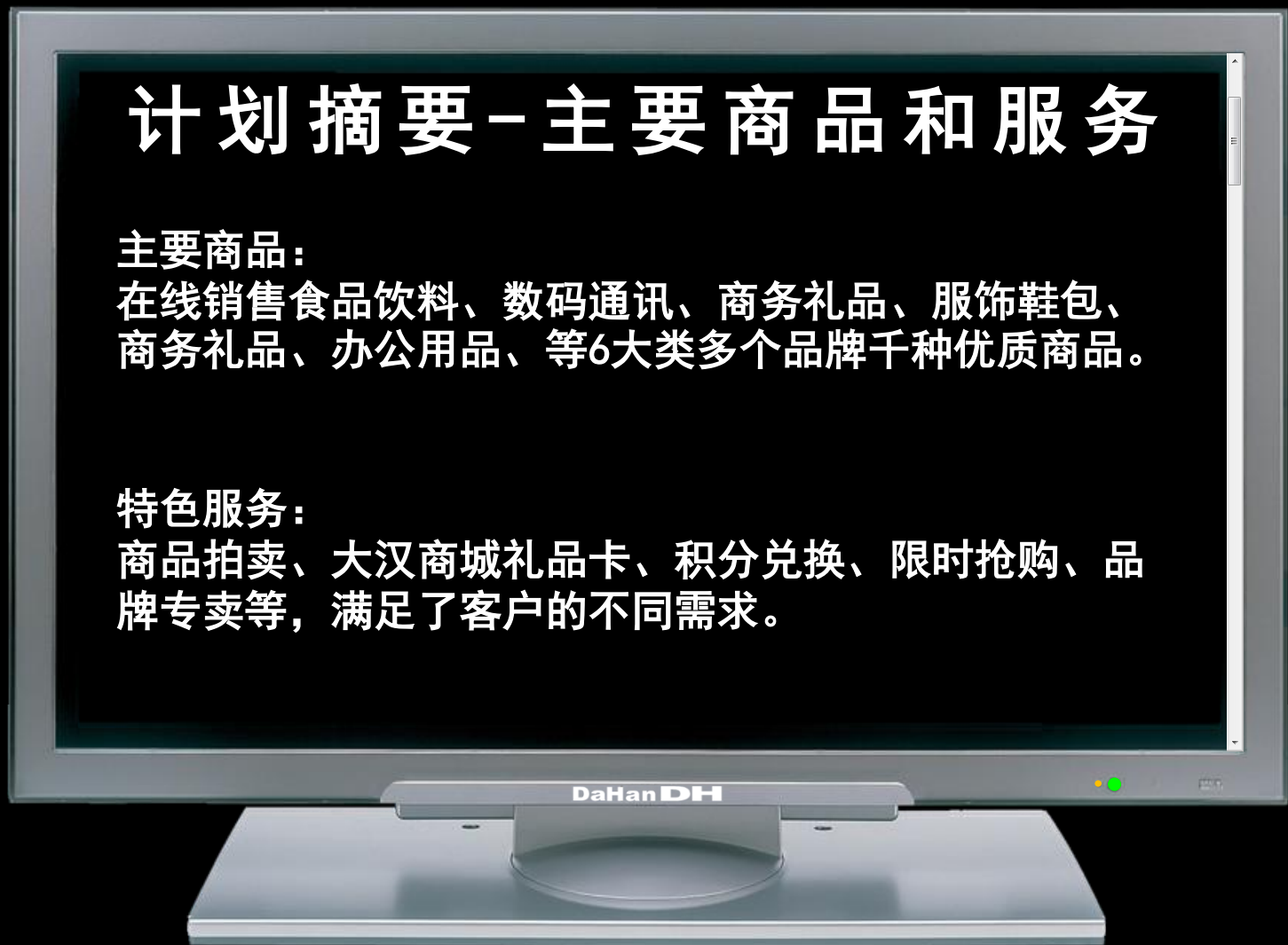
计划摘要-主要商品和服务

主要商品：

在线销售食品饮料、数码通讯、商务礼品、服饰鞋包、商务礼品、办公用品、等6大类多个品牌千种优质商品。

特色服务：

商品拍卖、大汉商城礼品卡、积分兑换、限时抢购、品牌专卖等，满足了客户的不同需求。



计划摘要-特色的服务商品

七日售后保障

即时拍卖模式

支付方式多样

商品评价系统

购物分享交流

分享加速服务

线上有货承诺

换季商品特卖

积分回馈服务

实时资讯快报

法规实时公告

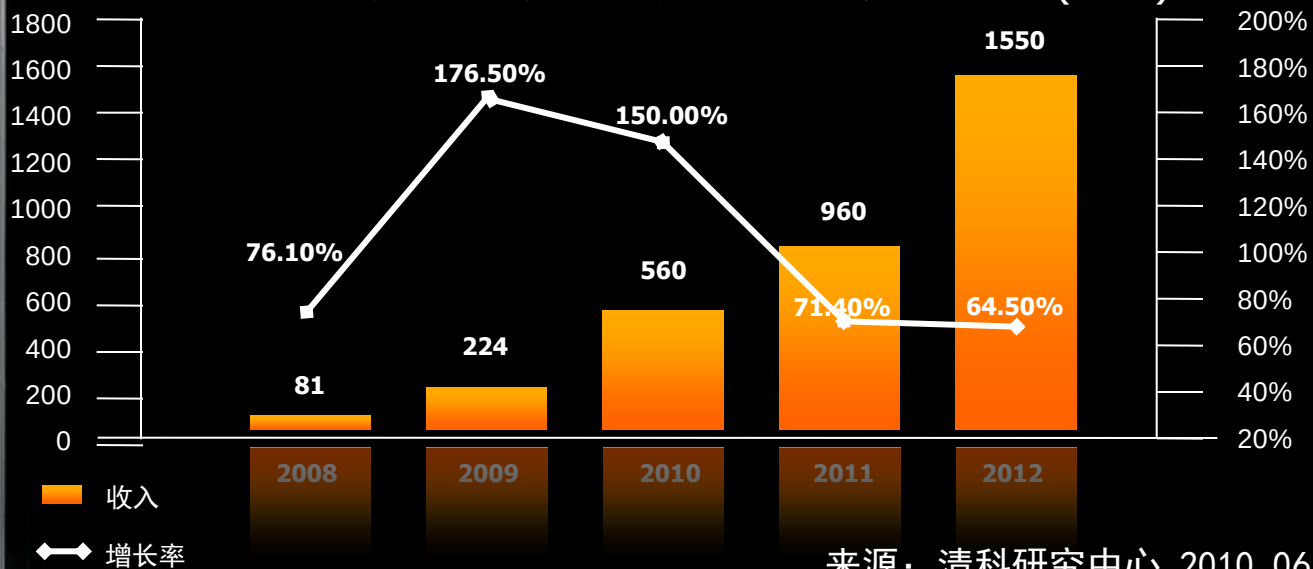
百分百七个一

DaHan DH

DaHan DH

计划摘要-市场规模和成长趋势

2008-2012年电子商务B2C市场收入规模 单位: (亿元)



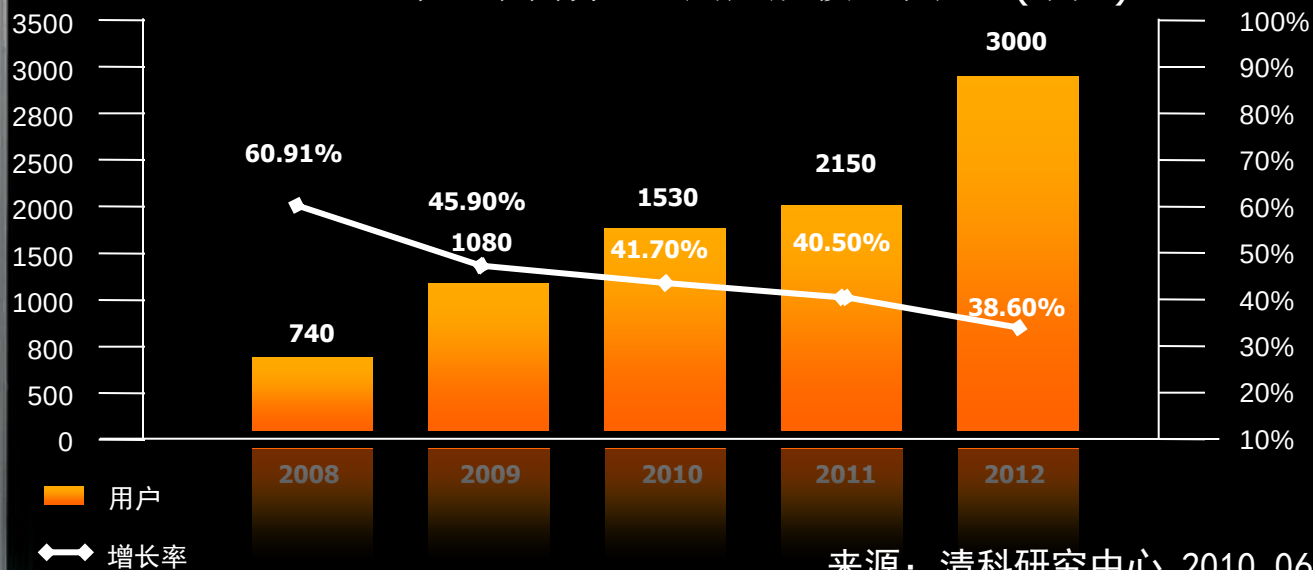
来源: 清科研究中心 2010.06

DaHan DH

DaHan DH

计划摘要-市场规模和成长趋势

2008-2012年电子商务B2C用户规模 单位: (千万)



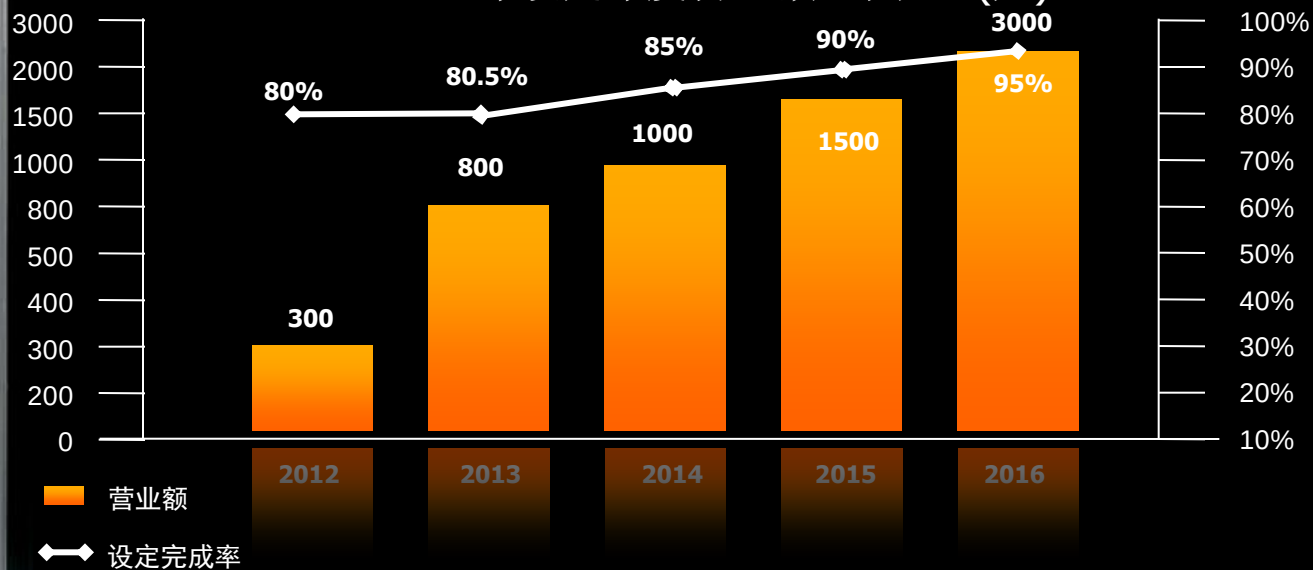
来源: 清科研究中心 2010.06

DaHan DH

DaHan DH

计划摘要-市场规模和成长趋势

2012-2016年设定年度营业额 单位: (万)



DaHan DH

计划摘要-盈利模式

1、直接销售收入：

赚取采购价和销售价之间的差价，在线销售的产品品类超过数千种，产品价格比线下零售店便宜 15%—25%；库存周转率为 10天，与供货商现货现结，费用率比京东、苏宁低 20%，毛利率维持在8%左右，向产业链上的供货商、终端客户提供更多价值。实现大汉商城的“CDMIS” 的商业模式。

2、资金沉淀收入：

利用收到顾客货款和支付供应商的时间差产生的资金沉淀进行再投资从而 获得赢利。大汉商城商城上第三方支付平台有财付通、快钱和支付宝。

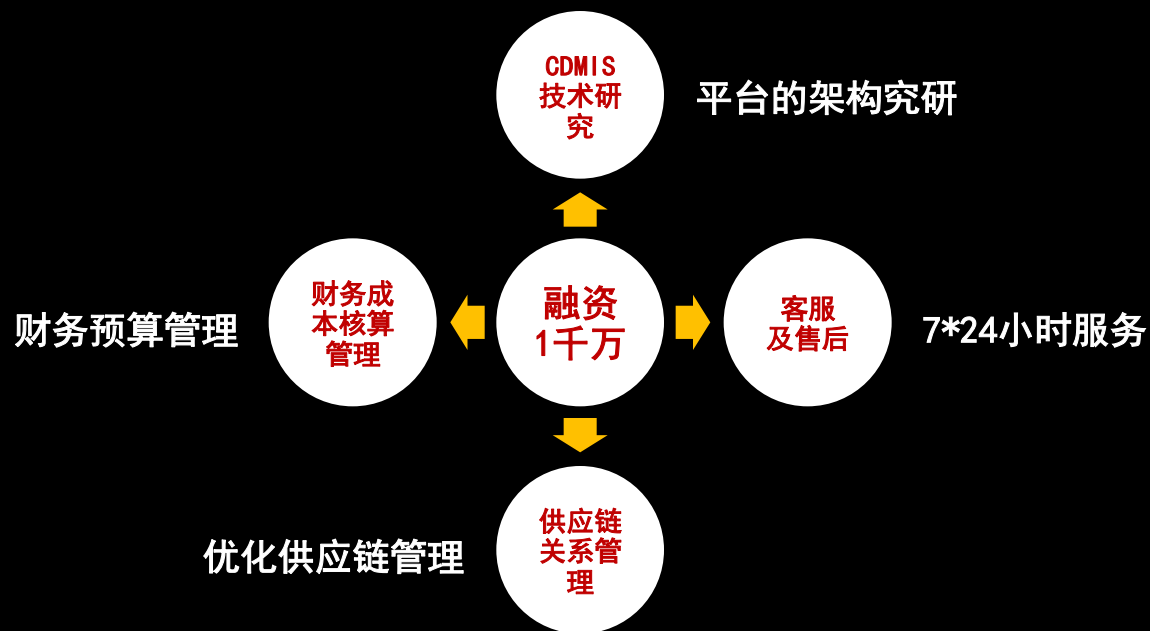
3、广告费用收入：

目前，网络广告逐步被人们接受，对于一些大型的媒体网站而言，网络广告已经成为其重要的经营收入来源之一。

DaHan DH

DaHan DH

计划摘要-财务需求及使用规划



目录

- 一：计划摘要
- 二：公司描述
- 三：市场分析
- 四：管理团队
- 五：营运规划
- 六：风险管理
- 七：财务管理



DaHanDH

公司描述-总 绘

苏州大汉资讯有限公司成立于2007年，位于苏州市工业园区苏虹中路225号星虹国际大厦1座，大汉商城是中国跨越式的新电子商务平台CDMIS平台，融合B2C、B2B、C2C的平台，中国最大的且唯一的农林牧渔网购新专业平台，在线销售食品饮料、数码通讯、商务礼品、服饰鞋包、办公用品、农林牧渔等6大类多个品牌千种优质商品。

DaHan DH

公司描述-市场目标

大汉商城商城永远秉承“七个一原则”，努力追求让用户“购物变更简单、更快乐”的宗旨，以“客户第一、品质第一、服务第一、价格第一、现货第一、交货第一、法规第一、环境第一，全力打造健康的网上商城。目前是唯——也是中国最大的农林牧渔网购平台。

DaHan DH

DaHan DH

公司描述-经营宗旨

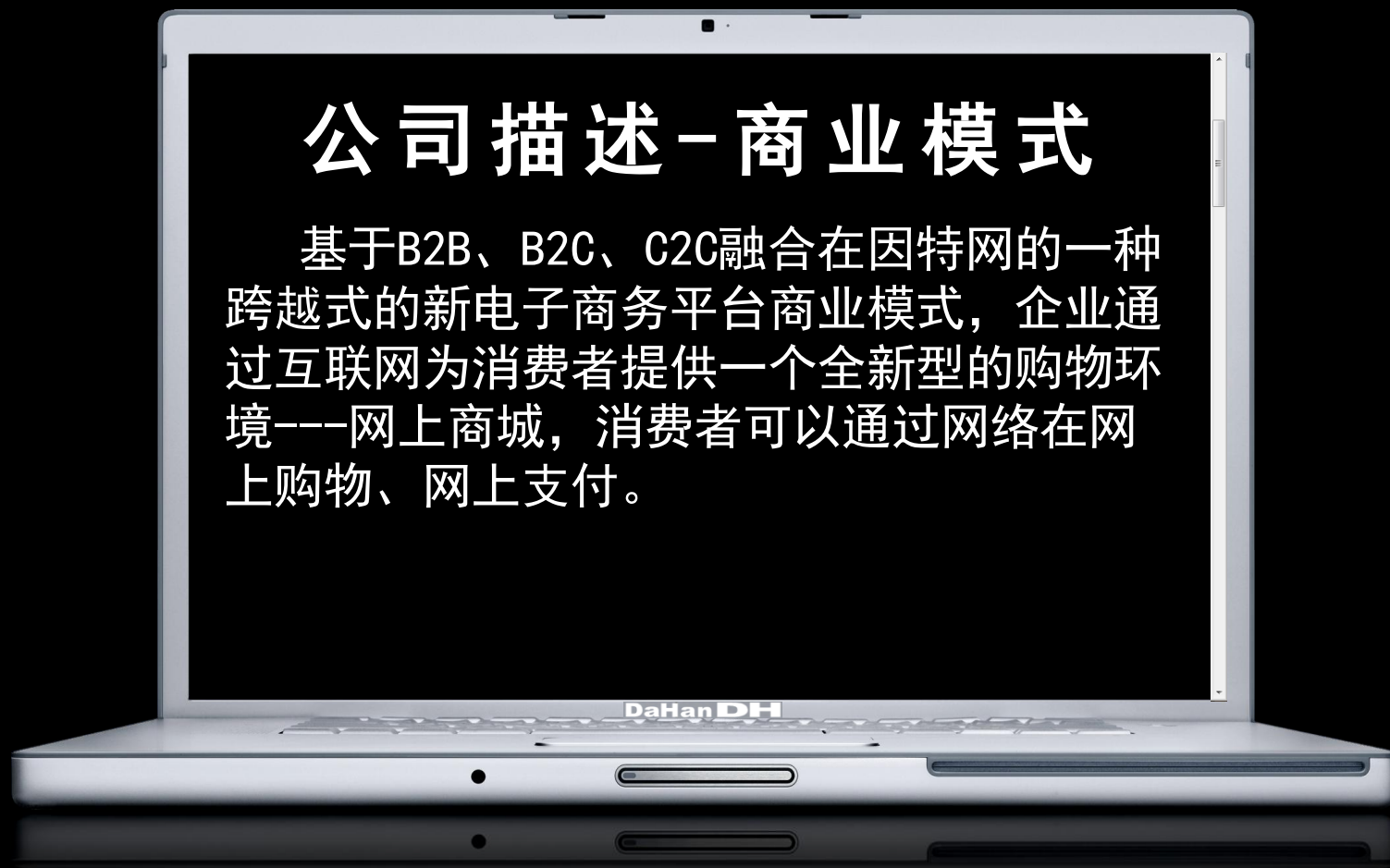
大汉商城秉承“七个一原则”的服务理念，全程为个人用户和企业用户提供人性化的全方位服务，努力为用户创造亲切、轻松和愉悦的购物环境；不断丰富产品结构，以期最大化地满足消费者日趋多样的购物需求。

DaHan DH

DaHan DH

公司描述-商业模式

基于B2B、B2C、C2C融合在因特网的一种跨越式的新电子商务平台商业模式，企业通过互联网为消费者提供一个全新型的购物环境——网上商城，消费者可以通过网络在网上购物、网上支付。



公司描述-合作共赢

2012年，大汉商城为中国首家具规模最大的农林牧渔类的健康网购平台，以有机、绿色食品为大类，现占据中国农林牧渔板块网购最大平台。正在谋求资本市场机构合作，并希望在此阶段引入战略投资机构，以实现公司与消费者、投资者的共同发展。

DaHan DH

DaHan DH

公司描述-发展站略

打造一个诚信、共赢、健康的CDMIS网络零售订购系统，将更多的品牌商、供货商聚合到大汉商城的平台之上，借助于大汉商城锻造的“高效率、低成本、强服务”的优化供应链，开放信息、物流、财务系统，实现上下链各方的共赢。

DaHanDH

公司描述-公司发展史

2012年08月，大汉商城开辟跨越式的新电子商务CDMIS平台创业实验田，大汉商城健康网购正式开通。

2007年11月，正式涉足企业管理软件咨询商务领域以来，大汉资讯一直保持高速增长，连续五年增长率均超过80%。



目录

- 一：计划摘要
- 二：公司描述
- 三：市场分析
- 四：管理团队
- 五：营运规划
- 六：风险管理
- 七：财务管理



市场分析-市场现状综述

市场规模	2011年中国网上零售交易额规模达8060亿，用户数达2.15亿，中国个人网站数量达1620万家。
融资规模	2011年中国电子商务行业累计融资95笔，涉及63家企业，合计金额超过200亿元整人民币。
网购单量	2011年Q1中国网购市场订单量达5.04亿单。
网转化率	2011年Q1中国网购市场转化率为4.9%。 http://iresearch.com.cn
优势品类	食品饮料、数码通讯、商务礼品、农林牧渔等6类
最佳机会	相对于B2C、B2B、C2C平台而言，CDMIS给创业者保留了更多的发展机会。 来源：中国电子商务研究中心 http://www.100ec.cn

DaHan DH

市场分析-市场现状综述

1、网上零售市场规模：

2011年度中国网上零售市场交易规模达到8059.8亿元，同比增长55%。2011年中国网上零售市场保持了稳定增长，其中，B2C的快速增长功不可没。从B2C的占比来看，已经由去年的25%提升到近30%。其增长的速度明显高于C2C模式。C2C的主体依然是淘宝集市。2012年，随着传统制造商、品牌商、服务商、渠道商、零售商等多种角色的涉足，外资零售巨头纷纷瞄准网上零售市场，CDMIS平台的将成为新的跨越式新平台。我国网上零售企业规模将呈现稳步上升的势态。来源：腾讯科技

DaHan DH

市场分析-市场现状综述

2、网上零售用户规模：

用户群体从年轻主力消费群体逐渐扩张至高年龄层，网购整体呈现出：用户消费金额从低消费、低频率到高消费、多频率演变的发展趋势。来源：腾讯科技

3、网上零售企业融资：

眼下B2C、B2B、C2C的发展离不开资本的助推。统计数据显示：2011年中国电子商务行业累计融资95笔，涉及63家企业，合计金额超过200亿人民币。

市场分析-市场现状综述

4、网上零售市场占有率：

自主销售类CDMIS购物网站：大汉商城以中国首家唯一的农林牧渔板块网购平台；随着卓越亚马逊在中国的大资本投入和推广，中国化的进程速度远超中国本地的电商，但是以传统的B2C、B2B、C2C的份额较大部份也被京东、天猫、苏宁易购等占比较大。

CDMIS平台为下一个互联网的跨越式新购物平台：市场交易规模将融合B2B、B2C、C2C较好的市场表现。

市场分析-CDMIS发展条件

- 一、中国加大对电子商务市场的扶持，为电子商务的发展营造了良好的产业及社会环境。
- 二、中国电子商务市场营收及用户数将逐年持续扩大。
- 三、跨越式的电子商务将成为中国传统行业产品多渠道推广的重要途径之一。
- 四、支付体系的日渐完善与持续发展。
- 五、物流体系的逐渐完善促进了电子商务的加速发展。

DaHanDH

市场分析-目标顾客和目标市场

一、客户范围：

- 1、从需求上分析大汉商城的主要客户是计算机、通信、消费类电子产品、有机、绿色的主流消费人群。
- 2、从年龄上分析大汉商城主要顾客为20岁-40岁之间的人群，此部分人群占据80%的财富支配收入。
- 3、从职业上分析大汉商城的主要顾客是公司白领、公务人员、在校大学生和其他网络爱好者。而在其中每年走出校门的600-630万大学生群体则又是大汉商城的一个重点市场。

DaHan DH

市场分析-目标顾客和目标市场

二、潜在的消费市场：

尽管40岁以上的消费群体有更强的购买力，但是高素质的大学生们却是电子商务网购中最有力的“潜力股”。而在每年的大学毕业生群体中就拥有600-620万的潜在顾客群，大汉商城的目标不是跟京东、当当、苏宁、国美争抢客户，而是把大学毕业生和我们越来越关注家庭健康和享受生活的家庭妈妈们培养成为大汉商城的忠诚用户和长期用户。

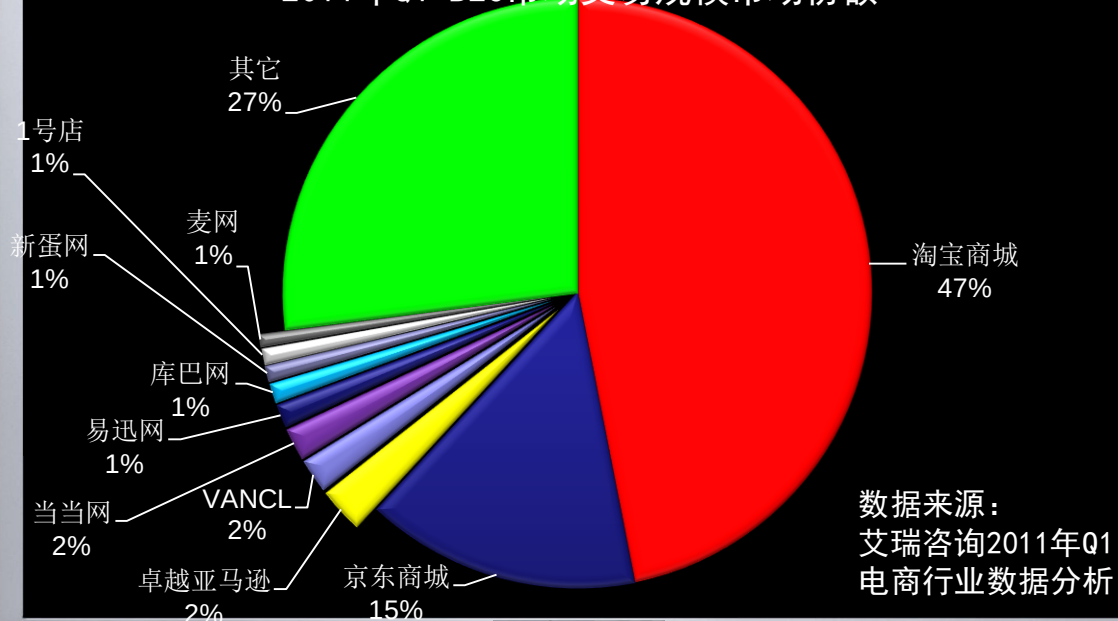
市场分析-市场地位

- 一、大汉商城在农林牧渔板块为中国电子商务市场上首家且最大的网购平台，自主跨越式CDMIS平台发起。
- 二、在整体电子商务市场上，现有的B2C、B2B、C2C模式不能继续领衔网购市场，且总体量能也不能持续增长，新的CDMIS平台将涵盖现有的模式基础上，又可以将整个电子商务市场的交易份额持续拉升。
- 三、2011年中国网购电商零售交易额8060亿，交易额逐年都维持高增长率在80%—300%之间。

DaHan DH

市场分析 - 竞争厂商概览

2011年Q1 B2C市场交易规模市场份额



数据来源：
艾瑞咨询2011年Q1
电商行业数据分析

DaHanDH

市场分析 - 主要竞争优势和竞争对手分析

	大汉商城	京东商城	淘宝商城
CEO	胡袁延	刘东强	张勇
商业模式	CDMIS (B2B、B2C、C2C)	B2C	B2C
商品服务	以农林牧渔、商品饮料为主，商务礼品为辅	以3C产品为主 日用面货为辅	产品种类繁多
支付方式	在线支付、第三方支付、*货到付款、邮局汇款	在线支付、第三方支付、货到付款、邮局汇款	第三方支付
特色服务	七日售后保障，即时拍卖，商品评价，换季特卖，运费减免，货到付款，购物积分，购物分享。	五日售后保障，DIY装机服务，上门提货，价格保护，商品代购，360度商品展示服务，即时拍卖，产品评价，运费多退少补。	提供100%品质保证的商品，7天无理由退货的售后服务，提供购物发票以及购物现金积分等优质服务。

市场分析 - 主要竞争优势和竞争对手分析

	大汉商城	京东商城	淘宝商城
营销策略	1、促销活动(促销活动的类型有:满额打折、满额免费用、买几送几、批发打折)。 2、限时抢购策略 3、SNS平台促销活动推广 4、优惠卡、券促销。 5、通过商城自身平台的商品广告。 6、DMP促销活动。 7、SEO的频繁推广。 8、商城平台快速分享。	1、价格策略 2、促销活动 3、促销+市场活动。 4、DM快讯商品广告。	1、与淘宝网共享近7亿多注册会员,有一定的潜在客户。 2、个性促销方案:订购满寄送、订购搭配套餐。 3、通过淘宝社区宣传自己。 4、免费活动推广。

市场分析 - 主要竞争优势和竞争对手分析

	大汉商城	京东商城	淘宝商城
盈利模式	1、广告费用收入。 2、直接销售收入。 3、资金沉淀收入。 4、大汉优品收入。 5、增值服务收入。	1、以低价甚至牺牲毛利率的方式来获得大规模销量，从而获得利润。 2、靠厂商返点和其他补购获利。	1、广告收入。 2、增值服务。 3、支付宝收入。 4、淘宝商城的B2C模式，从本质上是第三方的交易平台，淘宝商城本身并不参与商品的销售和服务。商品的销售、配送和售后服务均由平台的各自卖家自己负责，从而大大降低了淘宝商城的配送和售后服务的成本。

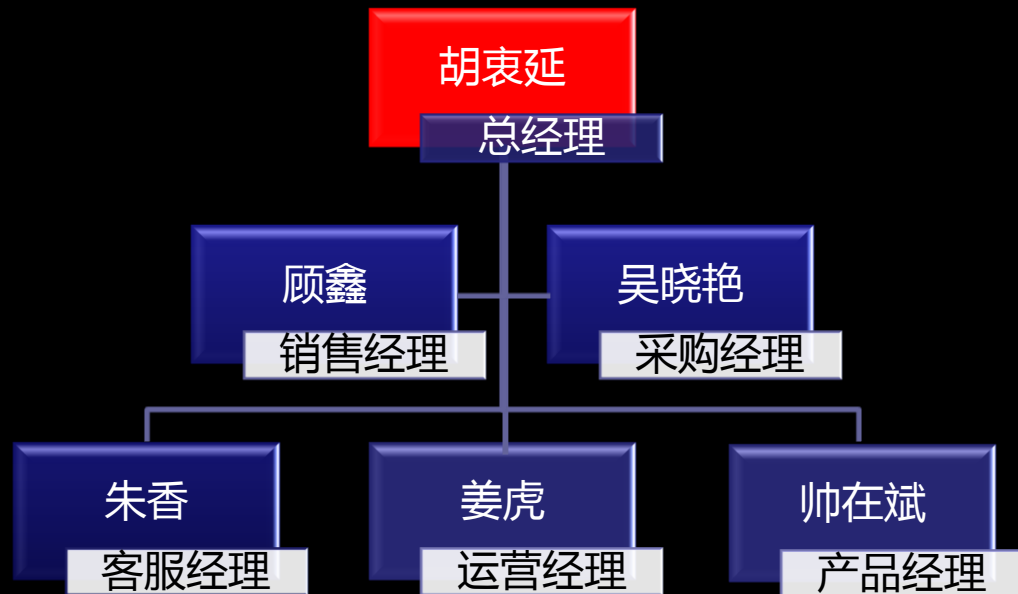
DaHanDH

目录

- 一：计划摘要
- 二：公司描述
- 三：市场分析
- 四：管理团队
- 五：营运规划
- 六：风险管理
- 七：财务管理



管理团队-组织架构



管理团队-总体概要

一、大汉商城CEO胡衷延

1998年毕业于上海大学经济系国际金融与贸易专业

1998年至2001年就职于著名的内、外资企业，历任进出口报关、采购经理、仓储主管、资材经理等职。

2001年至2007年就职于著名的管理咨询行业，历任担当，多家跨国公司的物料管理资深顾问，质量管理资深顾问，仓储管理资深顾问，资深的项目经理。系统最佳整合方案资深顾问。

2007年11月辞去咨询管理工作，在苏州创办大汉资讯有限公司，主要从事管理、咨询、服务三大类，并在短短两年内成为全国最具影响力的企业管理咨询及服务提供商。

2012年，涉足电子商务领域，创办“大汉商城”，并出任CEO。优秀的商业模式需要资本市场的关注。

DaHan DH

管理团队-总体概要

二、创业者的特征

- (1) 对市场、产品和成本有着天然的敏感，对优化供应链管理很非常成功务实经验。
- (2) 有专业的资深企业管理咨询基础，善于沟通、学习新事物及研究更深入的面、线、点，具备企业的策略管理及战略决策。

三、创业团队

- (1) 大汉团队有极强团队合作精神，抗压能力，很好的沟通能力，新事物的学习和消化及进化能力。说明：团队成员有丰富的且成功的企业企业管理咨询顾问的多年不同行业跨国及国企的经验。
- (2) 统一的公司价值观和高度的组织忠诚度
整个团队非常强调统一的公司价值观，大汉商城的员工始终秉承“时时思考，让我们做得更好”同时永远坚持“七个一”原则。中高层管理团队中有90%是与公司一同成长的出色职员。

DaHan DH

管理团队-总体概要

四、创业环境—中国-新加坡 苏州工业园区

胡衷延创业的地点是在中国-新加坡-苏州工业园区，是承接国际先进产业发展的领军园区。近两年来，这里大力推进加快转型升级，通过调整内部结构，完善功能，向“微笑曲线”两端延伸，增强企业竞争力。鼓励设立研发中心、共享中心、销售中心等部门，加快提升电子商务信息产业为主导的产业体系。这里拥有积极进取的创业氛围和优厚的创业政策，这都促进了胡衷延的创业和大汉商城的发展。

DaHan DH

目录

- 一：计划摘要
- 二：公司描述
- 三：市场分析
- 四：管理团队
- 五：营运规划
- 六：风险管理
- 七：财务管理



营运规划-营销策略

价格策略	40%
------	-----

商城优品的增值营运	20%
-----------	-----

个性化客户服务	30%
---------	-----

发展计划	10%
------	-----

DaHanDH

营运规划-营销策略

价格策略

- 一、深谙零售业核心理念的基础上，在供应链更快，价格更低。结合多年跨国企业的管理咨询成功经验，跨越式的新电子商务要求对市场能够精准的掌控，商品和服务的成本分析，降低商品成本的同时，确保品质，满足交期。
- 二、坚持的公司原则：未来的利润，绝不是通过提高产品的销售价格，从前端加价赚取的；而是通过优化供应链管理、加强与供应商的合作，制定切实有效的策略采购及框架协议，从而降低采购成本的同时，加强控制内部运营成本来实现利润。

DaHan DH

营运规划-营销策略

商城优品的增值营运

一、限时抢购：

周一至周五的14:00-21:00，周六、周日的09:00-21:00, 推出一系列的超低价商品。

二、供应商优品：

大汉商城借势与供应商的合作，推出供应商优品限时限购服务，每天限时限购电子密码礼品卡和实体密码礼品卡。

三、商城资讯：

商城资讯推出文章频道，则为广大学习爱好者在健康购物的同时提供最新的行业资讯与知识分享等。

四、品牌直销：

大汉商城开放平台的商户可以借助大汉商城的一系列体系，包括第三方配送、客服、售后、*货到付款、退换货、自提货等，给消费者提供好的网购体验，也进一步消减自建服务体系的成本。同时借助大汉自身的品牌，深度开发上、下链的品牌授权商品。

DaHan DH

营运规划-营销策略

个性化客户服务

- 一、大汉商城在为消费者提供正品行货、机打发票、售后服务的同时，还推出了“七日售后保障”、“线上有货承诺”等举措，最大限度的解决消费者的后顾之忧，保护了消费者的利益。
- 二、大汉商城在苏州、昆山、吴江等城市率先推出“12小时限时达”配送服务，在全国实现“售后质量百日行”服务承诺。

DaHan DH

营运规划-营销策略

发展计划

- 一、研究和更新、新的平台支持架构(商品管理、销售管理、仓储管理、物流管理、财务成本管理、客户关系管理、供应商关系管理、项目管理、质量管理、*价格管理、促销高度集成管理)。
- 二、将在自有品牌上，深度开发上、下链的商品及服务。
- 三、将继续坚持优化供应链，降底商品价格。

DaHan DH

目录

- 一：计划摘要
- 二：公司描述
- 三：市场分析
- 四：管理团队
- 五：营运规划
- 六：风险管理
- 七：财务管理



风险管理-SOWT分析

优势

- 1、作为中国CDMIS的发起人，同时为农林牧渔板块中国首家且最大的网购专业平台，秉持的“七个一”原则的影响力将在市场上表现会非常好。
- 2、大汉商城拥有更为卓越的供应链管理，同时有较策略性的商品种类，优化供应链管理得到的价格是比较低的，这就使得大汉商城能凭借其价格优势在市场上占据一定的市场。
- 3、大汉商城更加重视商品在售后的服务，大汉商城除了在保证其产品质量的同时，还在售后服务方面做了很大的改进，进行“售后质量百日行”。
- 4、大汉商城的在线商品一律承诺，上架有货的原则。确保品质的同时，保证货源是真实的。
- 5、大汉商城先在苏州、昆山、吴江等城市将组建物流配送网络。
- 6、大汉商城始终坚持提供绿色商品、健康网购，满足了现代生活气息越来越追求品质的同时更加的追求健康、绿色、环保等。

注：优势(strength)、竞争劣势(weakness)、机会(opportunity)、威胁(threat)。

风险管理-SOWT分析

劣势

- 1、新的电子商务平台，需要快速推广。
- 2、现有的(B2B, B2C, C2C)商城接近饱和，招商推广需要加速。
- 3、7*24小时在线客服不能满足，客户不能及时和客服交流，顾客只能通过离线留言来向大汉商城反映自己的需求，但是离线留言的方式存在一个时间差，不利于有效的沟通。
- 4、物流服务方面，大汉商城的除苏州、昆山、吴江外，是由第三方物流公司负责，顾客在购买商品后，物流在发运的过程中，有可能出现运输途中的损坏，令很多故顾客不满意。

DaHan DH

风险管理-SOWT分析

机会

- 1、中国网络购物市场正呈高速发展态势，用户对于网购的消费需求也逐渐提高，农林牧渔为主、食品饮料为辅类产品已成为目前网购非常大的一个品类。
- 2、网络用户规模越来越大，发展迅速。
- 3、基于B2C、B2B、C2C成熟的发展模式，对于跨越式的新电子商务模式CDMIS的长期发展及高速发展也奠定了坚实的基础。

DaHanDH

风险管理-SOWT分析

威胁

- 1、针对B2B、B2C、C2C电子商务在线交易的复杂性，决定了其需要有覆盖全国的诚信体系，但目前我国的诚信制度尚不完善。
- 2、我国目前的物流体系的不是很完善，复杂的城乡格局导致产品配送不能让消费者满意。
- 3、有新的竞争对手进入市场。

风险管理-SOWT分析

外部风险：

环境风险：经济环境的不确定性

经营风险：现有的B2B、B2C、C2C传统业的冲击

管理风险：供应链优化管理

资源风险：融资压力

内部风险：

管理风险：库存管理、物流管理、客服及售后服务

风险管理-SOWT分析

应对措施：

加强对供应链及库存的管理。

加强与传统销售业的合作，并形成战略合作伙伴。

加强管理人才的培养

完善售后服务体系

目录

- 一：计划摘要
- 二：公司描述
- 三：市场分析
- 四：管理团队
- 五：营运规划
- 六：风险管理
- 七：财务管理



DaHanDH

财务规划-基金需求及使用规划

本次融资总额计划为：1000万元人民币，分四期投资。

使用方向	比例	详细投资用途
CDMIS 技术研究	30%	建设、完善和更新平台的架构研究。强化后台的系统功能。以满足日新月异的互联网技术需求。
客服及服务	25%	完善和完成实现“7*24”全天候服务体系，加强售后服务体系
供应链 关系管理	30%	完善与其合作的供应链优化信息管理系统。供应商管理库存管理等。
财务成本 核算管理	15%	实现企业的财务成本核算和预算的计划管理。

DaHanDH

财务规划-退出策略

本公司属于最具有发展前景和加速增长潜力较大的中小型新兴企业，可考虑在美国的纳斯达克上市或者国内主板市场上市。中国

DaHan DH



Thank you for attending!