

# 基于电子商务平台的花木销售模式

## 淘苗网

### 保密承诺

本项目内容涉及本人的商业秘密，仅对有投资意向的投资者公开。本人要求投资公司项目经理收到本项目说明书时：

妥善保管本商业计划书，未经本人同意，不得向第三方公开本项目涉及的商业秘密，如您无投资或进一步接触意向，恳请阅完即删，谢谢您的配合！

刘世奇 18667892557 浙江滕头园林股份有限公司 市场营销部经理

## 一、行业市场现状分析：

### 1、绿化工程用苗市场综述

中国经济多年来一直呈现飞速发展的态势，城市化进程不断加快，改善城市生态环境越来越得到重视，特别是中国申奥成功和取得 2010 年世博会举办权，国内城市绿化建设的市场容量呈现几何倍数上升。国家大力推广新农村建设的重大政策举措，以及国内房地产市场的蓬勃发展，更是给绿化工程业务带来巨大的商机。国内绿化工程业务中对苗木需求主要有以下几个特点：

(1)苗木品种需求由原来单一的常用品种向多样性、新品化转变，同时乡土树种和花灌木得到市场青睐；

(2)城市绿化业务中，工程用苗规格由原来的中小规格向中大规格转变；

(3)绿化建设要求由原来的增加绿化量向追求景观效果转变，

对苗木的质量要求也不断向精品化要求转变；

(4)新技术要求越来越高，苗木的成活率与工程施工效益的密切相关，提高苗木成活率成为工程施工的最大目标，容器苗将成为市场的新宠；

(5)城市绿化建设由原来的京津唐区域市场、长三角市场、珠三角市场为主要市场逐步向中西部地区延伸；

## 2、苗木生产情况概述

目前国内绿化苗木生产主要有以下几个特点：

(1)国内从事苗木生产的单位或个体种植户众多，特别以个体种植户分散性小规模生产为主，大规模生产型企业较少；

(2)苗木生产总量供过于求，但由于种植密度普遍偏高，苗木精品率偏低，精品苗木供不应求；

(3)存量苗木以小规格苗木为主，工程适用规格苗木存量不足；

(4)同品种苗木小规格苗木价格走低，工程适用的中大规格苗木价格走高，苗木生产利润集中于中大规格苗木；

(5)苗木地区性价格差异仍较大，但呈逐步缩小趋势；

## 3、苗木交易情况概述：

目前全国绿化园林工程的市场规模在 3000-4000 亿左右，年复合增长率 20%以上。观赏苗木的苗圃面积在 1500 万亩左右，年交易额在 1000 亿左右，但是表现出苗木产销分开的情况，个

体种植户生产的苗木绝大部分无销售能力，90%靠苗木经纪人销售，也就是900亿，而经纪人往往赚取的是平均18%左右的毛利，也就是160亿左右。

市场总体呈现出信息不对称，标准化率较低等状况。种植户生产的产品或产品数量往往不符合市场的要求，产品找不到客户，客户找不到产品的情况。

种植户希望能够将种植苗木按计划销售，有合理的种植频率，但是目前通过经纪人这单一的销售渠道往往效果不甚理想。种植户如通过自行开发客户确实能够提高销售利润，但是因为受种植规模局限，使得适合客户集中采购的数量和规格以及树形等达不到总体要求，因此只能通过经纪人零星采购，在价格上也没有什么话语权。

客户目前采购存在两种模式，一是自己自行采购，这样要找齐一个工程上的苗木往往需要跨区域地跑几十家甚至上百家苗圃，可能还不一定找齐工程所需苗木，采购成本较高。二是委托经纪人采购，加上经纪人的利润空间，客户的采购成本也比较高，而且经纪人供应的苗木不一定能够符合客户要求。客户非常希望改变目前采购模式，加快采购速度，降低采购成本。

形成这种局面的主要原因是种植分散，规模小，从业者素质低，国内以苗圃建设为产业的大公司少，我们公司30000亩苗圃已经

是国内的龙头企业，由此可见市场整合度比较低。

## 二、潜在机会：

正是因为目前的行业不规范、不成熟、市场信息不对称，整合度不高。才使得我们身处一个充满机会的不成熟市场。我们要做的就是建立一个关于苗木这个细分行业的电子商务交易集散平台，整合全国苗木主产区的合格的苗木资源，把客户和种植业者集中到这个平台上来进行交易。解决采购双方市场有机对接的问题，以及由此衍生出的产业链规范和标准问题。

就供应链而言解决种植户的客户资源寻找，效益增值以及通过我们的专业种植意见指导的产品增值。就客户而言解决供应链资源整合，采购成本降低以及资源到位的及时性问题。

## 三、实施策略：

- 1、成立团队，重点是 5 个部门：
- 2、用半年左右时间对全国苗木主产区资源进行信息收集与整合，建立苗木主产区的信息采集办事处。解决目前的行业信息不对称，标准化程度较低，诚信度较低等问题，将各供应商的产品归类，列出图片、规格、数量、分支点、树形、价格等参数，务必准确。严格避免不诚信的事情发生，让客户做到所见即所得。
- 3、建立电商运营平台，以及相关的平台搭建工作，对收集的信

息处理上线工作。

4、对接相关金融部门或电商对第三方支付和金融服务作出具体规划和实施。

5、销售团队向种植户和客户推广平台。

通过平台做好以下几项主要工作：

- 1、行业大数据的整合分析工作；
- 2、行业标准的制定和提高工作；
- 3、行业产业提升工作；
- 4、销售模式变革，扁平化渠道的实施工作。

#### **四、公司主要架构：**

平台有 5 个主要部门组成：1、供应链整合部门，2、研发生产部门，3、销售部门，4、电商运营部门，5、金融服务部门。

部门主要职责：

1、供应链整合部门负责在全国苗木主产区建立信息采集系统，在各苗木主产区设点信息采集办事处，该系统计划在一年内完成采集工作，平台上线。

2、供应链整合部门负责对全国苗木主产区的供应信息做实时的

系统数据更新，更新频率在销售旺季采用每周更新，在销售淡季每月更新，另外做好种植户在线上平台的自我数据更新工作。

3、供应链整合部门负责客户与种植户的销售对接，对销售洽谈、起苗、付款、运输、到货质量等全程跟踪工作。

4、供应链整合部门负责对线下苗木运输所涉的物流信息整合工作。

5、供应链整合部门负责对相关苗木产区的政府事务对接工作。

6、研发生产部门负责对整个销售过程的产品技术支持，标准的起草，实施，后续标准化种植的指导工作。

7、研发生产部门负责对合作经营苗圃的生产、技术管理工作。

8、研发生产部门负责对新品种苗木的开发研究和引种培育工作。

9、研发生产部门负责对国内园林行业有价值信息的采集和分析工作。

10、研发生产部门负责对 RFID 物流和苗圃应用的可行性研究和实施工作。

11、销售部门负责对种植户上线的开发工作。

12、销售部门负责对国内工程、市政、房产等相关需求客户的上线和日常维护工作。

- 13、销售部门负责对公司研发的新品种苗木的市场推广工作。
- 14、销售部门负责对上线客户的苗木资源筛选和推介工作。
- 15、销售部门负责对客户未来需求信息的采集及后续与种植户对接的预销售工作。
- 16、销售部门负责对相关行业协会、政府的信息推广工作。
- 17、电商运营部门负责对电商平台的开发、维护和客户体验的持续改进工作。
- 18、电商运营部门负责对上线数据的整合和分析工作。
- 19、电商运营部门负责对园林行业新闻和动态的采集展示工作。
- 20、金融服务部门负责对合格的种植户银行等资金支持的协调工作。
- 21、金融服务部门负责对电商平台第三方支付所包含的所有工作。

## **五、盈利模式及盈利分析：**

### 会员及广告费

第一年为新品用户体验期，对于普通会员不实行收费，第二年若续约将第一年年费补交，按既有目标实施工作推进，达到预期效

果的将有 98%以上会员续约服务，第一年广告费收入不计。

第二年会员费和广告费收入初步按照年交易额的 1%计算，预计平台交易额将达到 200 亿元规模，预期毛利 2 亿元。

第三年平台形成稳定的客户流，预计平台交易额达到 800 亿元，预期利润将达到 8 亿元。

自建销售渠道（苗木配送），按第二年销售额 2 亿，毛利 15%，预计销售毛利达 3000 万。

按第三年销售额 5 亿，毛利 15%计算，毛利将达 7500 万元。

金融项目、第三方支付带来的流动资金带来的盈利（具体数据不详）。

通过公司托管模式与其他外来资金（100%资金来源）建立苗圃建设的合作模式，公司占股 30%左右。负责整个苗圃基地从找地-规划-种苗采购-种植-管理-出圃等一系列相关苗木建设事宜，苗木出圃后公司负责苗木的销售。按第一年发展苗圃 5000 亩，第二年发展苗木 15000 亩，第三年发展苗木 5 万亩，苗木毛利 75%计算，公司第一年，第二年，第三年将分别预期盈利 1125 万，4500 万和 15750 万元。

说明：会员费的收取除了广告费外还包括后续增值服务，对于种植户，提供未来的市场对产品的要求，预销售，减少中间环节，

减少库存，减少损耗，帮助规划，帮助种植，帮助养护管理指导，帮助出圃指导，客户方面帮助监督出圃，运输服务增值等等。

## 六、建立电商平台及其附属服务的意义：

1、开创新的销售模式，改善目前存在的产品结构不合理、生产效率低下、科技投入不足、信息不对称等诸多问题，打破目前苗木行业销售过度依赖行业经纪人，市场信息不对称的混乱局面，扁平化销售渠道，打开销售环节，减少中间的费用，将供应和采购有机的链接起来。增加苗木生产者的收益，降低苗木采购者的采购成本。

2、大数据采集和分析

3、建立对供应市场的有序管理和指导，引导种植户根据数据信息和市场反馈，进行科学合理种植，提高苗木的质量，减少生产的浪费与损耗，增加种植户收入水平。

4、整合引导预销售市场，根据客户对未来市场的需求信息数据，让种植户与客户成功对接，种植户按照客户未来需求生产，实现零库存销售和预付款种植。

5、整合数据库，建立行业标准体系，规范行业种植和市场认知水平。

6、通过平台的影响力在行业内推广新技术，新品种，增加行

业产品品种和附加值。

总体来说，电商平台的上线将创造各方面多赢的局面。首先，客户是成千上万的园林工程公司和楼盘，平台首先给客户带来价廉质优的服务；其次，电商平台必然带来苗木生产的计划性、融资的便利、物流的快捷，以及新品种的快速应用，还有及时的销售，这都会给种植户带来收入的增加和稳定。最后，对于政府而言，苗木产业是城市园林绿化需要的，也是区域内发展现代农业和种植业最容易入手和产生效率的行业。

## **七、公司可多元化发展的战略业务方向分析：**

- 1、建立 B2C 家庭园艺配送平台和重点区域花园中心。
- 2、建立工程、设计、施工信息平台。

## **八、公司发展进度分析：**

- 1、半年内将合格的行业数据整合完毕，做好国内 80%的合格苗木资源上线；
- 2、一年内将优质客户于线上整合完毕，形成有效的产供对接；
- 3、三年内平台平稳增长地运行，成为国内最有影响力，最具实力的苗木电商平台，占全国苗木销售市场份额的 80%以上，形成年交易额 800 亿左右的综合数据平台和有效、稳定的交

易流和现金流；

4、五年内，多元化相关战略业务上线，并稳定发展，实现 IPO。

## 九、团队介绍：

目前已募集核心团队成员 4 人，分别为销售、生产研发、财务和  
公司管理

1、公司管理人员 1 人：目前全面负责公司苗木产品的全国销售管理工作，MBA，超过 10 年销售工作经验，超过 6 年销售管理工作经验。从事本行业销售管理工作超过 4 年。

2、销售团队 8 人，目前负责公司苗木产品的全国销售工作，销售团队负责人，大学本科文化程度，超过 13 年销售及销售管理工作经验，从事本行业销售管理工作超过 3 年。

3、生产 1 人，目前全面负责公司生产管理工作，大学文化程度，对苗圃整体规划、生产、出圃等流程非常熟悉，对接公司 4 个苗木基地，超过 20 年管理工作经验，从事本行业管理工作超过 7 年，对全国苗木主产区的资源分布情况非常熟悉。

4、财务 1 人：目前负责公司整体财务工作，大学本科文化程度，对园林行业财务整体较为熟悉，负责公司 IPO 财务运作事宜，超过 12 年财务及财务管理工作经验，从事本行业财务管理工作超过 2 年。

5、研发 1 人：目前负责公司整体生产和研发工作，园林相关学校硕士毕业，研究生文化程度，对苗圃生产、研发等工作非常熟悉，超过 7 年园林行业生产及研发管理工作经验，拥有 10 项技术专利，出版苗木种植图书一本，目前在公司从事苗圃生产及研发总体管理工作。

谢谢！

2012-11-23