

友邻有家项目信息表

企业基本信息			
公司全称	四川友邻有家电子商务有限公司		
项目简称	友邻有家		
所属行业	互联网+社区新零售	成立时间	2015年4月10日
主营业务	新零售平台研发及运营	股分结构	自然人持股：62：20：18
注册资金	500万	营收情况	2016年：1699万元

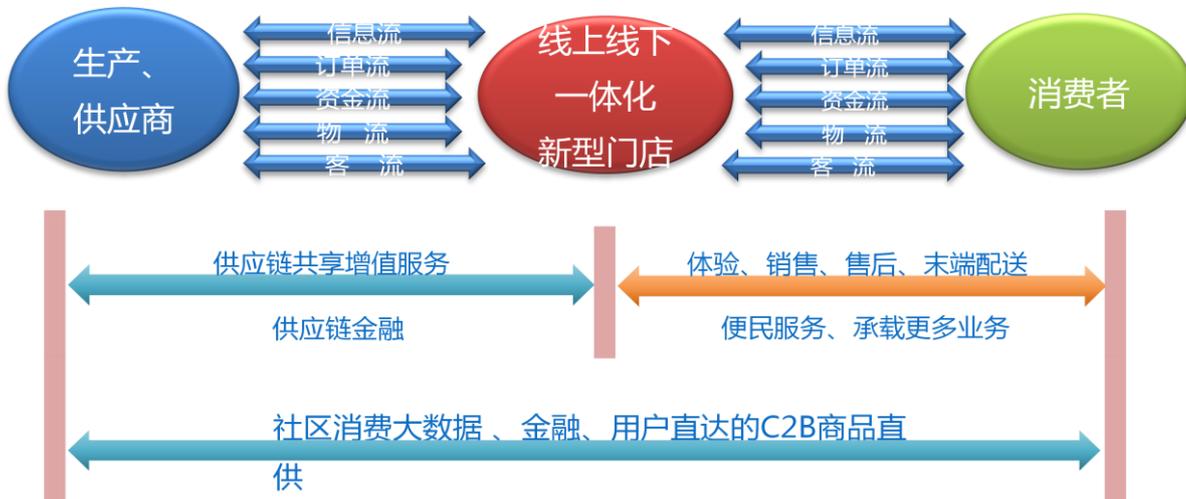
主要技术、产品及服务

基于“互联网+社区新零售”整合社区实体店，并建立社区用户深度交互体验。通过农商对接、厂商对接和生活服务共享“区块链”，以资金流+信息流+客流+物流“四流合一”为业务模式，“B2B2C+O2O”产销一体化为商业模式，“电商+店商”为新流通载体，“线下营销体验”+“线上销售转化”+“大数据精准营销”为新营销战略。创建覆盖于全国的去中心化“新零售”服务平台。

依托平台构建从厂商到家庭的“最后100米”的末端枢纽。为不同群体提供B2B、B2C和F（Factory）2C三大体系服务。整合品质生产/服务商、原产地农产品、社区超市、终端用户等多方资源。打造集产地直供、库存管理、商超配送、订单到家、便民服务、移动政务、智慧物业、大数据于一身的“去中心化”的全供应链管理服务平台。

截止目前，友邻有家已在多个城市开设业务，进一步推动全国社区零售转型升级。并以技术为核心驱动，建立西部最大的“九维云”数据中心，在新零售基础上升级为智能零售。正逐步成为中国互联网零售变革的领航者！

在保留线下必要环节的前提下，打通生产者和消费者之间的信息链路



- ① 供应商：提供整体供应链管理系统及门店增量；
- ② 连锁店、社区店、小微创业者：提供整套开店、运营方案；
- ③ 消费者：及时上门服务、优质生活周边商品

产品市场分析

- ① **新零售模式更能满足消费者的多样化需求。**消费升级下，消费者重心正从简单的物质需求转向品质和体验的双满足，新零售的全时段、多场景、高效率优势能满足消费者需求，率先采用新模式的零售商有望快速成长。
- ② **能有效解决纯电商、线下实体店的增长瓶颈。**纯电商目前面临着互联网流量红利逐步减弱，线上线下获客成本逆转等不利因素，未来需要进军线下渠道以拓展成长空间；线下实体店则受制于自身诸多先天瓶颈，通过自建模式难以在线上实现突破，通过与电商巨头合作则能最大化发挥其拥有的商品体验、展示、服务等优势。新零售模式有助于创造

共赢局面。

③ **国家政策层面鼓励催化。**国务院《关于推动实体零售创新转型的意见》鼓励线上线下企业通过战略合作、交叉持股、并购重组等形式整合市场资源，培育线上线下融合的新型市场主体。未来新零售模式有望加速演进。



当前位置: 基础分类 > 文件 > 政策文件

索引号: 008282882/2017-00382	主题分类: 其他	发布机构: 四川省人民政府办公厅
发布日期: 2017-07-05	文号: 川办函[2017]141号	有效性: 有效

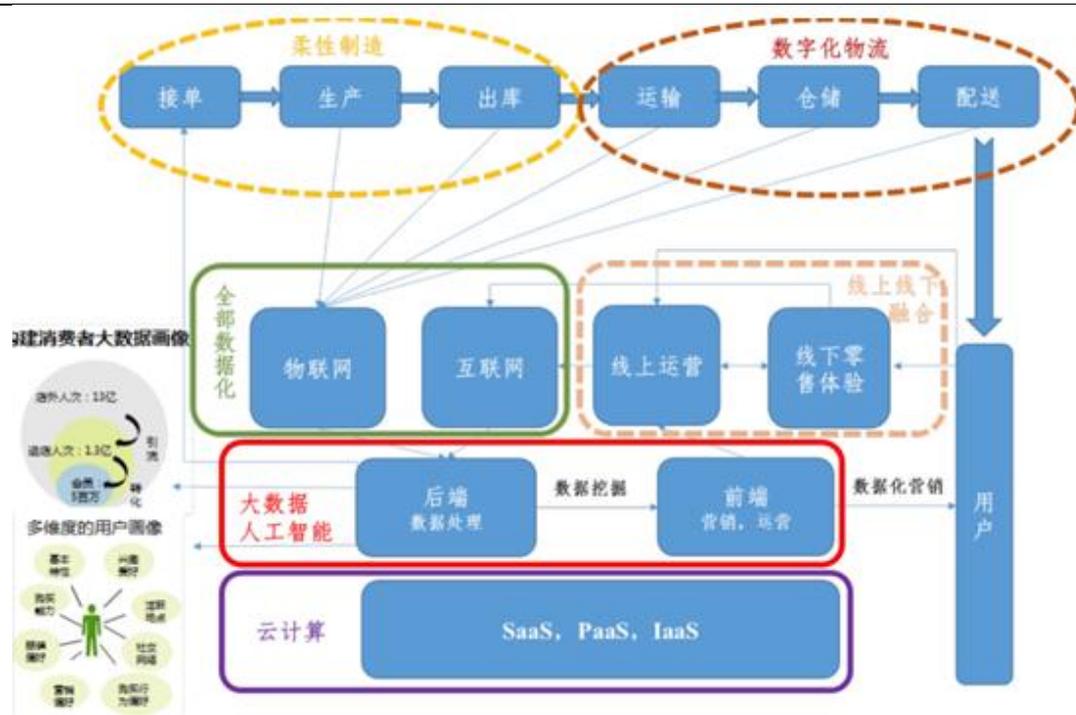
四川省人民政府办公厅
关于印发四川省推动实体零售创新转型
四年行动计划（2017—2020年）的通知

解读：
· 《四川省人民政府办公厅关于印发四川省推动实体零售创新转型四年行动计划（2017—2020年）的通知》解读

④ **行业巨头纷纷以实际行动推进“新零售”。**近几年线上线下合作的标杆案例包括电商龙头入股苏宁、联华，京东牵手永辉、沃尔玛等。当前电商在线下的布局刚刚起步，未来双方的合作有望持续催化板块投资热情。

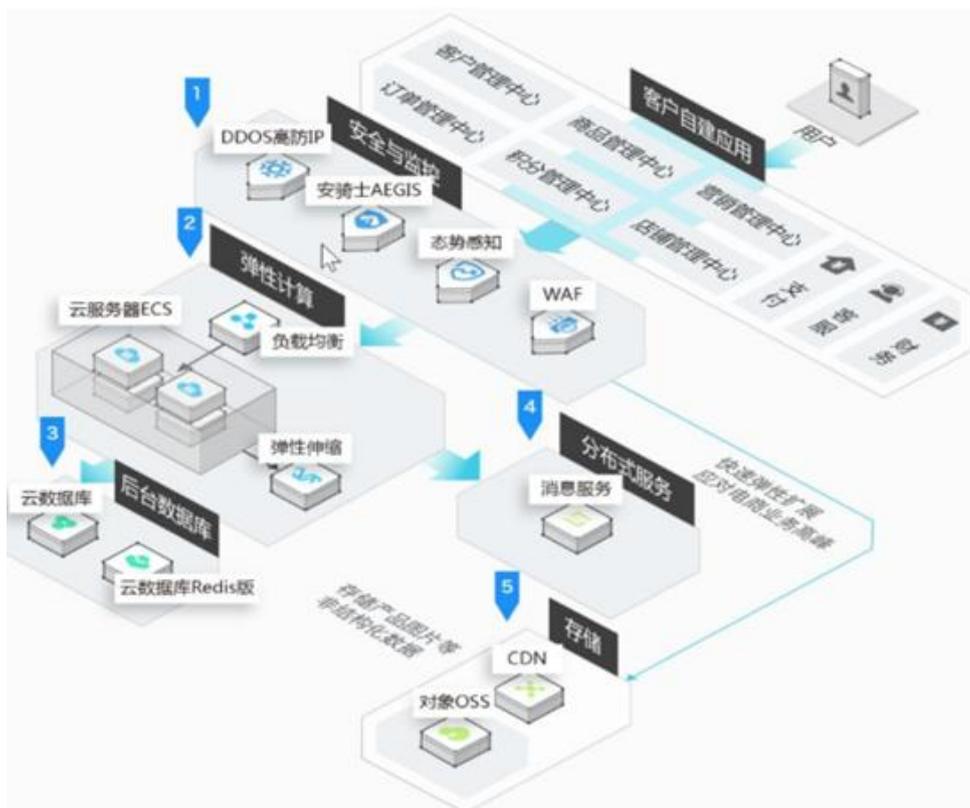
“新零售”业态崛起带来的投资机会会有哪些？

云计算、大数据、物联网、人工智能、VR 等新一代信息技术已经成为引领各领域创新不可或缺的重要动力和支撑，新一轮信息化浪潮已经显现出重塑产业生态链的巨大影响力。Retail Tech 对传统零售行业生态重构，传统零售行业将通过线下与线上的融合，配合大数据的采集与应用，对客户进行个性、高效地服务，不再局限于强调产品的功能性，而更多的重视消费者体验。



新零售解决方案图解

云计算帮助零售商打破各个网点之间的数据孤岛，实现线上、线下数据统一汇集，形成统一的数据平台，并且提供较为廉价的计算能力，为大数据应用提供环境。



云计算为零售业大数据分析提供计算基础

大数据是新零售的核心。新零售模式下，大数据平台是整个新零售生态的大脑，是服务决策的关键所在。大数据应用涵盖销售分析、库存分析、消费者行为分析、精准营销等内容，可有效提高零售企业运营活动的效率，如利用客流量、点击量等数据，研究消费习惯，实现精准营销。

当前五大客户

竞争分析

1、软件系统类型：

B2B批发系统：易订货、千米网

传统收银系统：科麦、管家婆

2、店面业务类型：

供应平台：零售通、中商惠民

品牌构建：爱便利、E蜂社

3、终端服务类型：

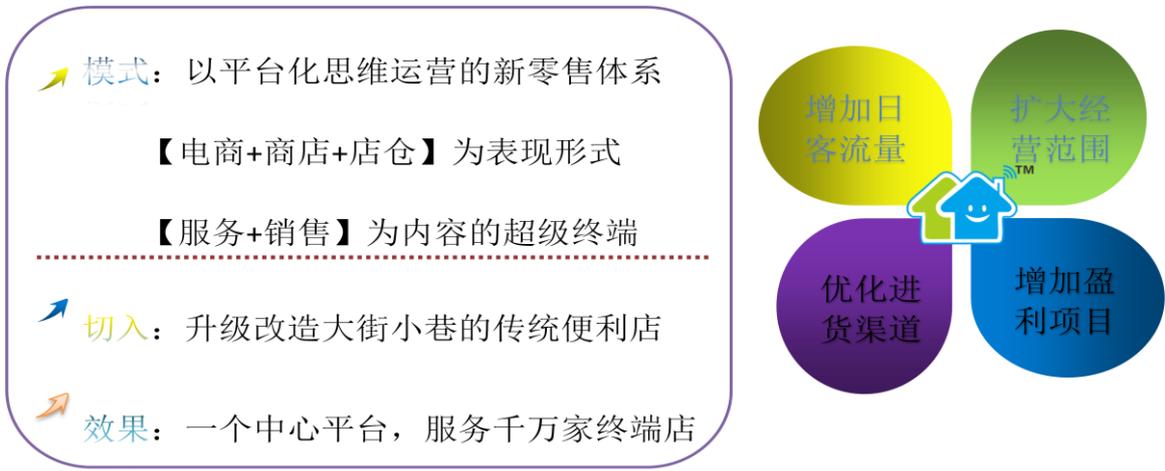
快递服务：菜鸟驿站、熊猫快收

物业平台：彩生活、千钉

虽然有很多B2B、B2C大佬入场，比如科脉、管家婆是解决门店软件系统；易订货、订货宝、中商惠民等解决门店进货，但他们与我们不是竞争，而是合作关系。

友邻有家优势：

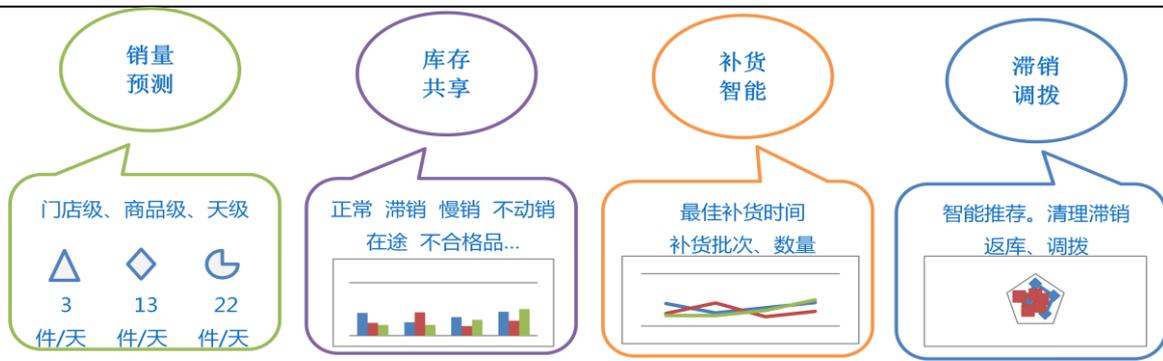
① 商业逻辑：先有服务，再有销售。根据与用户形成深度互动，建立信任，形成社群生态圈。



② 平台逻辑：以B2B2C+O2O+C2B为平台框架和以“去中心平台”为运营管理逻辑。



③ 产品逻辑：扁平化供应链，产品和服务从生产、供应、销售、售后形成一体化。



④社群逻辑：通过社区深度服务、社群活动、社区文化建设，形成独有的社群生态圈。

⑤发展逻辑：最终成为行业级解决方案，为零售业、服务业、物流快递业、生产制造业提供智慧化智能化服务平台

拓展计划

市场规模：

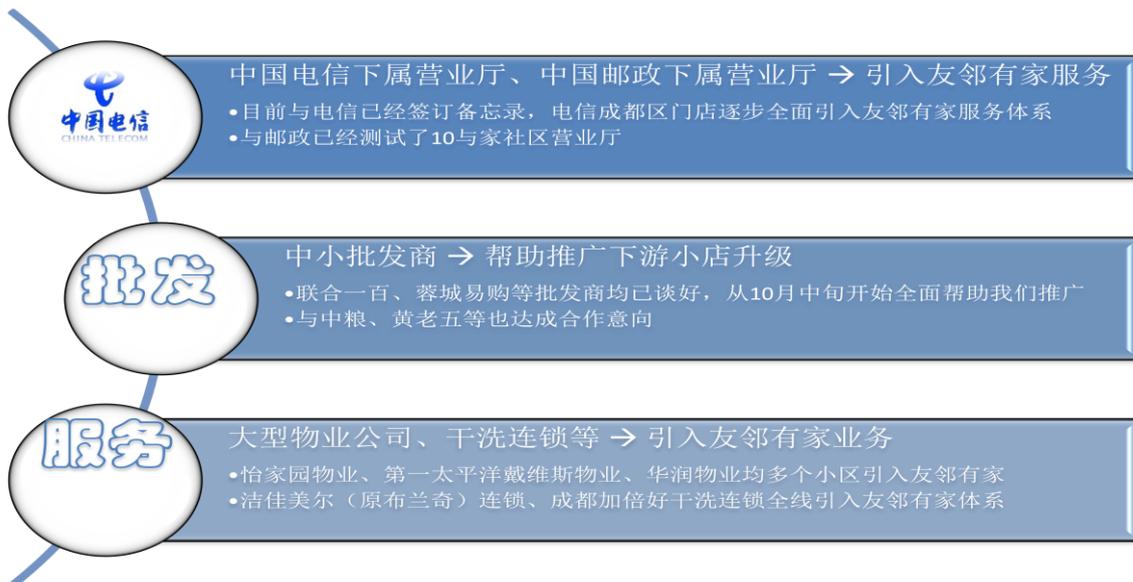
1、商务部发布的《中国零售行业发展报告(2016/2017)》显示，截至2016年底全年商品零售额近29.7万亿元。同比增长10.4%。全国社区便利店约680万家；

3、全国五线以上城市有338个，经反复筛选，有276个城市适合，可拓店30万家。目前已成立昆明和眉山子公司，测试城市拓展经验。公司平台未来流水：每家店按10万元/月平台流水计算，平台流水可达300亿元/月。



市场拓展：

- 1、加盟标准店：以加盟为拓展，直营为管理。门店加盟开发：通过门店服务和推广、平台推广和第三方渠道推广；
- 2、渠道合作店：通过供应商/物业整合，升级/新开的合作门店；
- 3、升级改造店：通过门店推广和市场推广，改造升级街区便利店、干洗店、快递店。



友邻有家完全开放+我们可以全新开店+也可改造升级现有店+也可作为品牌店插件

盈利模式

- 1、**开店/平台分润**：新店加盟费、业务服务分润、撮合B2B城配；
- 2、**销售/供应链**：平台销售、自营产品、店仓“落地配”、供应链金融；
- 3、**渠道/周边**：广告投放、大数据分析营销、系统功能分级服务、新业务探索

目前进度及阶段性成果

平台规划：

圈地获得渠道通路（小店）；

获得中小供应商；

构建零售行业的全数据SaaS通路（不仅仅是软件平台）；

海量小店店主无法拒绝我们（仅我们）免费提供的：“增加盈利项目，增加销售通路，门店客流导入”

系统开发：

基于“新零售”BBC管理系统行业及解决方案；

基于“落低配”的开放性配送系统及终端门店提供；

基于“业务联营”板块的门店重点销售渠道；

深耕社区后的用户行为大数据的精准营销。

阶段性成果：

2016-2017年，已受理60项专利认证，已获得26项，实用新型9项，发明17项；

2016年，已获得软件著作权4项；

2016年，已获得“友邻有家”45类文字商标，并提交“小百公社”商标注册；

2017年，已获得《增值电信业务经营许可证》；

2017年，提交“高新技术企业”及“GB/T 29490贯标”认证申请；

2017年，提交“天府联合股权交易中心”挂牌申请；

2017年，成都电子商务企业协会“常务理事单位”。

目前进度及数据：

2016年：GMV：1387万；拖店营收：312万。合计：1699万。

2017年截至7月：GMV：2945万；拖店营收：208万。合计：3153万。

用户：60+万人；

门店：136家（改造/新开）；

已建立合作资源：

已于各大主流快递签署合作，其中：邮政、顺丰、京东、苏宁达成战略合作；

物业/开发商签定战略合作：华润、第一太平洋戴维斯、水韵五兴等；

供应商/服务提供商：蓉城易购、联合一百、布兰奇、净空间、啄木鸟

农特优产品：西蜀粮仓、英盛农业

业务服务：中国电信、口碑网、神州数码、优途健康等

创始人信息

创始人1*	姓名：田洪川	出生年月：1980年8月	性别：男
	持股比例：62%	籍贯：四川绵阳	电话：18080494321
	教育经历：2002年9月—2006年6月，电子科技大学，计算机科学与技术专业		
	工作经历： 2004年6月—2007年10月，自己组建团队，接各类外包程序开发 2006年6月—2007年10月，绵阳新潮计算机集团，项目经理		

	2007年11月—2010年12月，中电科30所子公司——成都国信安信息产业基地有限公司，教师 2011年1月—2014年9月，中电科30所子公司——成都学云信息有限公司，CEO 2016年4月至今，四川友邻有家电子商务有限公司，创始人兼CEO			
	个人简介： 对各类传统企业的信息化、ERP方面的需求和业务有较深理解。全程策划和参与学云网云教育平台研发，对在线教育、大数据、云计算有较深入的理解。深度参与并实施智慧汶川项目，对农业物联网有较深入的理解。从零开始操作天轰穿这个个人品牌，对于互联网品牌建立有较深理解；			
创始人2*	姓 名：曾毅	出生年月：1972年9月	性别：男	
	持股比例：20%	籍 贯：四川泸县	电话：13981962755	
	教育经历： 1994年9月—1998年6月，淮南工业学院，地质工程专业			
	工作经历： 1998年8月—1999年7月，宜宾芙蓉矿务局勘察设计院，技术员 1999年8月—2001年7月，新希望集团建筑三公司，总经理助理兼项目经理 2001年8月—2002年12月，成都别格装饰工程有限公司，工程部经理 2003年2月—2005年6月，成都高平建筑工程有限公司，总经理 2005年7月—2008年5月，成都高平贸易有限公司，总经理 2008年6月—2015年4月10日，新都冠生园食品有限公司，电子商务部销售总监 2015年4月10日至今，四川友邻有家电子商务有限公司，创始人兼CMO			
	个人简介： 多年项目规划、设计，项目管理，成本控制经历。熟悉各种上游资源，包括产品类、物业类、服务类、材料类等；对传统行业和互联网有较深的认识，有敏感的市场嗅觉和前瞻性。			
创始人3*	姓 名：黄兴	出生年月：1984年6月	性别：男	
	持股比例：18%	籍 贯：四川成都	电话：13981718865	
	教育经历： 2003年9月—2007年6月，四川师范大学，国际贸易专业			
	工作经历： 2006年9月—2007年10月，成都奇浪网络有限公司，项目经理； 2007年10月—2011年3月，成都商企时代互联科技有限公司，创始人兼CEO； 2011年3月—2016年4月，中电科30所子公司——成都国信安信息产业基地有限公司，COO； 2016年4月至今，四川友邻有家电子商务有限公司，创始人兼COO。			
	个人简介： 多年电商平台及央企项目运营经历，对于互联网的发展方向和商业模式创新有独到见解，熟悉电商平台的运作机制，经历并指导多个行业中小微企业进行“互联网+”落地转型，曾亲自组建B2B、B2C、O2O平台并参与过社区线上和线下运营。在互联网产品的策划和运营、用户体验设计、移动互联网、互联网领域的数据挖掘（大数据）等领域有丰富的理论研究和实践经验。			
核心高管信息				
高管1*	姓名：刘文琪	职务：技术总监	学历：本科	专业：计算机应用与管理
	教育经历： 2000年9月—2004年6月，四川绵阳师范学院，计算机应用与管理专业 工作经历： 2004年05月—2006年07月，绵阳粉匠网络有限公司，技术主管 2006年09月—2007年04月，绵阳百姓生活信息技术有限公司，项目经理			

	<p>2007年07月—2013年01月，成都构想科技有限公司，联合创始人兼CTO 2014年04月—2015年08月，成都微商通科技股份有限公司，CTO 2015年09月—2016年09月，成都阿商信息技术有限公司，订货宝ERP项目总监 2016年10月 至今，四川友邻有家电子商务有限公司，联合创始人兼CTO</p> <p>个人简介： 多年各类网站、APP项目开发与管理，参与策划、管理、开发多个国内、欧美企业网站、电商平台、P2P项目。2015年至今专注研究大数据分析 with 电商平台技术与应用。在互联网项目规划、管理方面有丰富的经验。对创新性新技术研发与应用有丰富经验和积极的热情。</p>			
高管2*	姓名：尹鉴平	职务：产品总监	学历：本科	专业：工程力学/生产与自动化
	<p>教育经历： 1999年9月—2003年6月，毕业于哈尔滨工业大学，工程力学本科 2004年6月—2005年6月，就读于语言学习机构Alliance francais，TCF B3成绩 2005年9月—2009年9月，毕业于法国格伦诺布尔第一大学，机械与自动化本科</p> <p>工作履历： 2009年12月—2012年12年月，就职于蓝泉酒业有限公司，任市场经理； 2013年3月—2015年3月，创立德比翠贸易公司，任COO； 2015年3月至今，四川友邻有家电子商务有限公司，产品总监</p> <p>个人简介： 经历国内国外顶级工科大学思维模式培养，对于事物的流程，推动，目标重点，发展方向，风险冗余有严谨的方式方法，熟悉渠道和平台的运作机制，指导多个行业内地区城市的运营商实现向规模化正规化发展。对产品的发掘有着敏锐的市场嗅觉善于分析产品的自身属性和营销属性，对项目能迅速的进行市场，渠道，客户，营销模型建立及实施。</p>			
高管3*	姓名：王宇	职务：运营总监	学历：本科	专业：工商管理
	<p>教育经历： 2011年9月-2016年6月，就读四川西华大学工商管理学院，获学士学位。</p> <p>工作履历： 2010年3月-2012年6月，成都伍田食品有限公司，COO； 2012年6月-2016年1月，四川和奇集团，副总经理； 2016年2月-2017年3月，成都市电子商务企业协会，宣传部部长； 2017年3月至今，四川友邻有家电子商务有限公司，运营总监</p> <p>个人简介： 由于多年来在不同的行业中运营过不同的平台，横跨B2B、B2C、O2O等多个领域，因此对淘宝、阿里巴巴、苏宁易购等平台的运营极为熟悉，精通平台搭建、微营销、新媒体传播与产品设计。同时，熟悉线下实体与线上平台不同的运行机制，并善于以产品的方式打通线上线下的壁垒，拓展新的市场。</p>			
五年规划				
<p>2018年：快速拓展门店，实现GMV3亿</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、“新零售”服务平台上线 2、城市布局：10个城市 3、平台覆盖：1000家以上社区店 4、供应商：200家以上 5、注册用户：30万人以上 				

- 6、会员：会员模式探索
- 7、基于大数据，建立自营供应体系
- 8、培训：新零售人商学院建设

2019年：增强拓展效率，GMV60亿

- 1、城市布局：50个城市
- 2、平台覆盖：10000家以上社区店
- 3、供应商：800家以上
- 4、注册用户：300万人以上
- 5、技术：零售数据云启动

- 6、会员：会员模式复制
- 7、店仓：落地配业务探索

2020年：构造完整B2B2C通路，GMV360亿

- 1、城市布局：150个城市
- 2、平台覆盖：5万家以上社区店
- 3、供应商：2100家以上
- 4、注册用户：1000万人以上
- 5、技术：零售数据云进入智能化算法

- 6、店仓：落地配业务复制

2021年：对门店进行分层定位

- 1、城市布局：250个城市以上
- 2、平台覆盖：10万家以上社区店
- 3、供应商：3200家以上
- 4、注册用户：3000万人以上
- 5、技术：零售数据云为行业提供可靠数据

2022年：基于新技术不断迭代调整商业模式

平台覆盖：30万家以上社区店

融资计划

融资金额*	1000万		出让股份*	10%
资金用途*	项目方向	资金需求	项目内容及规划	资金使用
资金用途*	平台研发	300万	1、基于“新零售”B2B2C管理系统行业解决方案； 2、基于“落地配”的开放性配送系统 3、第三方数据对接（快递公司、销售渠道、批发商用的ERP系统） 4、布局供应链金融、消费大数据底层系统	研发团队：需20人，20人*12万/年=240万； 设备及服务器等60万
	门店拓展	110万	采取0元拓店模式，快速改造升级已有店铺，实现全国范围内快速布点，计划一年	市场人员600元/店； 资源引入300元/店；

			内改造升级1000家店	培训100元/店； 会议招商10万
	城市拓展	70万	项目代理或城市代理人招商和拓店绩效	城市招商推广：30万； 拓店绩效按200元/店； 业务接待及差旅：20万
	供应链	50万	供应链（快消品）数据建库；直供产品（小3C产品、女性用品、特色产品等）代理权及供应建设	数据建库20万 直供产品供应建设30万
	平台/门店营销	150万	平台促销推广，门店线下促销推广，直供产品营销推广，门店活动推广	营销推广费按2000元/店/年， 合计200万
	管理成本	320万	团队建设：总经办5人、财务3人、技术20人、运营15人、市场12人、门店建设3人、培训3人，合计61人；已有团队成员28人，需新增33人	办公设备及耗材：30万； 知识产权相关：20万； 法务及财务：10万 人员薪资（除技术外）：41人*6万元/年=240万 备用金：20万