



广州某汽车零部件项目 商业计划书案例

编制单位：北京尚普信息咨询有限公司

联系电话：010-82885739 传真：010-82885785

邮编：100083 邮箱：hfchen@shangpu-china.com

北京总公司：北京市海淀区北四环中路 229 号海泰大厦 1118 室

网址：<http://plan.cu-market.com.cn/>

<http://www.shangpu-china.com/>

目 录

第一章 项目概况.....	4
第一节 项目运营模式.....	4
一、主流运营模式.....	4
二、项目运营模式.....	4
第二节 盈利模式.....	5
第三节 项目目标客户及竞争优势.....	5
一、目标客户.....	5
二、市场竞争优势.....	6
第三章 项目市场分析.....	6
第一节 政策环境.....	6
第二节 中国汽车行业及汽车后市场分析.....	7
一、中国汽车行业市场分析.....	7
二、中国汽车后市场行业分析.....	9
第三节 项目目标市场分析.....	10
第四节 市场竞争情况.....	11
第五节 项目 SWOT 分析.....	1
第四章 项目发展目标及策略.....	2
第一节 各阶段性目标.....	2
第二节 项目发展策略.....	2
一、初期发展策略.....	2
二、未来发展策略.....	3
第五章 项目投融资计划.....	3
第一节 融资需求.....	3
第二节 项目估值.....	4
第三节 资金退出机制.....	4
第六章 项目效益估算.....	4

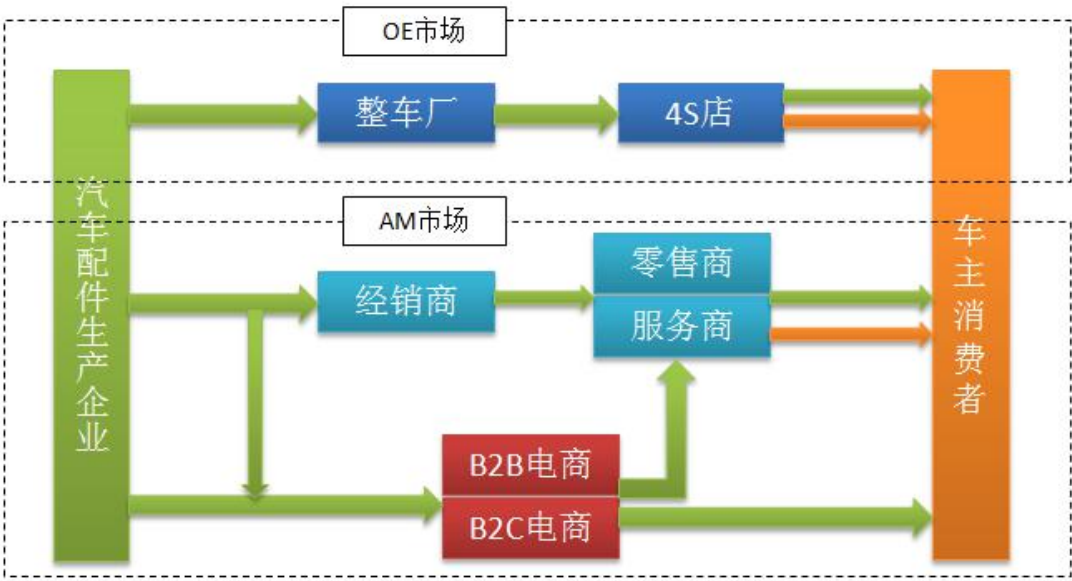
第一节 估算基础.....	4
第二节 经营业绩.....	4
第三节 创业骨干股权、期权激励.....	5
第七章 项目风险及应对策略.....	5
第一节 政策性风险分析及控制.....	5
第二节 市场竞争风险分析及控制.....	5
第三节 募集资金投资风险分析及控制.....	5

第一章 项目概况

第一节 项目运营模式

一、主流运营模式

图表 1：汽车零部件市场的运营模式



二、项目运营模式

图表 2：项目运营模式



第二节 盈利模式

本项目平台盈利模式主要为平台产品加价收入，通常以配件制造商的报价加价 5%，作为平台售价。

平台运营后期还将为客户提供广告推广、金融服务、大数据服务、培训辅导服务等创新增值服务，与传统渠道打差异化策略，以获得新的盈利增长点。

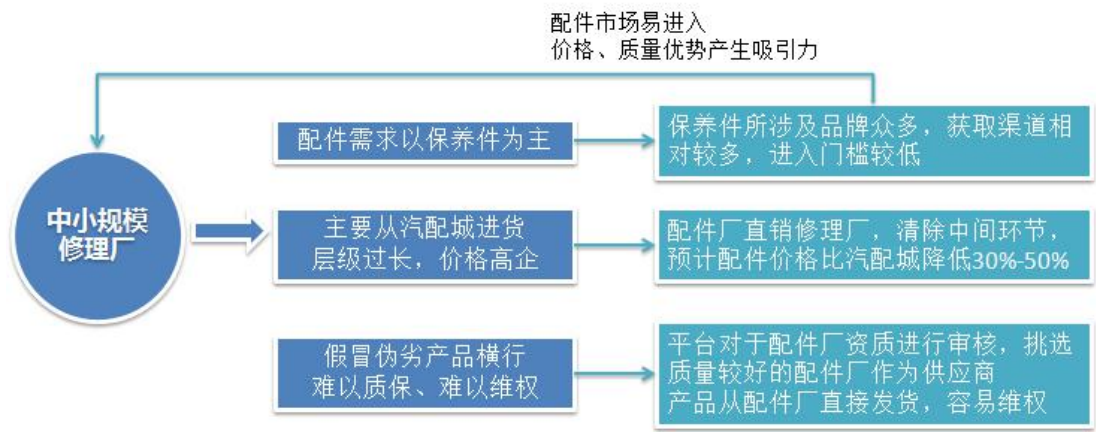
第三节 项目目标客户及竞争优势

一、目标客户

项目平台是汽车配件的 B2b 采购平台，平台实现配件厂和修理厂的直接对接，清除了供应链中多层次、混乱的各种中间环节，实现流通、服务渠道垂直化，预计配件价格降低 30%-50%。

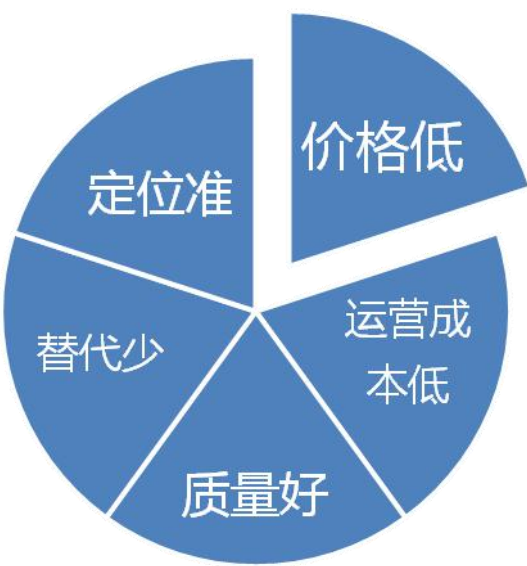
我们的目标客户主要是中小规模修理厂。

图表 3：项目目标客户的选择



二、市场竞争优势

图表 4：项目产品竞争优势



第三章 项目市场分析

第一节 政策环境

1、八部委联合发布《汽车维修技术信息公开实施管理办法》

2015 年 09 月 14 日，交通运输部等八部委联合发布《汽车维修技术信息公开实施管理办法》（交运发〔2015〕146 号）。根据《办法》，汽车生产者应以可用的信息形式、便利的信息途径、合理的信息价格，向所有维修经营者及消费者无差别、无歧视、无延迟地公开所销售汽车车型的维修技术信息；不得通过设置技术壁垒排除、限制竞争，封锁或者垄断汽车维修市场。汽车生产者同时应向社会有关信息用户公开车型维修技术信息。

汽车生产者应制定本企业汽车维修技术信息公开工作规范，明确责任部门及职责，负责公开本企业获得国家 CCC 认证并且已上市销售汽车车型的维修技术信息。汽车生产者应对所公开信息的真实性、准确性、完整性负责。

2、《机动车维修管理规定》

2015年8月8日，交通部发布新版《机动车维修管理规定》（交运发〔2015〕146号）。根据《规定》，托修方有权自主选择维修经营者进行维修。除汽车生产厂家履行缺陷汽车产品召回、汽车质量‘三包’责任外，任何单位和个人不得强制或者变相强制指定维修经营者。

机动车生产厂家在新车型投放市场后六个月内，有义务向社会公布其维修技术信息和工时定额。

3、《关于促进汽车维修业转型升级提升服务质量的指导意见》

2014年9月3日，交通部发布了《关于促进汽车维修业转型升级提升服务质量的指导意见》（交运发〔2014〕186号）。《意见》指出，保障所有维修企业、车主享有使用同质配件维修汽车的权利，促进汽车维修市场公平竞争，保障消费者的自主消费选择权。

鼓励汽车维修配件流通企业发展电子商务，创新流通模式，加深与维修业融合发展。要充分运用物联网技术，建立汽车维修配件追溯体系，保证配件供应渠道公开、透明，实现汽车维修配件可溯源、可追踪，消费者合法权益受到损害时可追偿、可追责。要制定实施汽车维修配件分类及编码规则、汽车维修配件流通规范等技术标准。鼓励建立可追溯配件质量保证保险制度。

第二节 中国汽车行业及汽车后市场分析

一、中国汽车行业市场分析

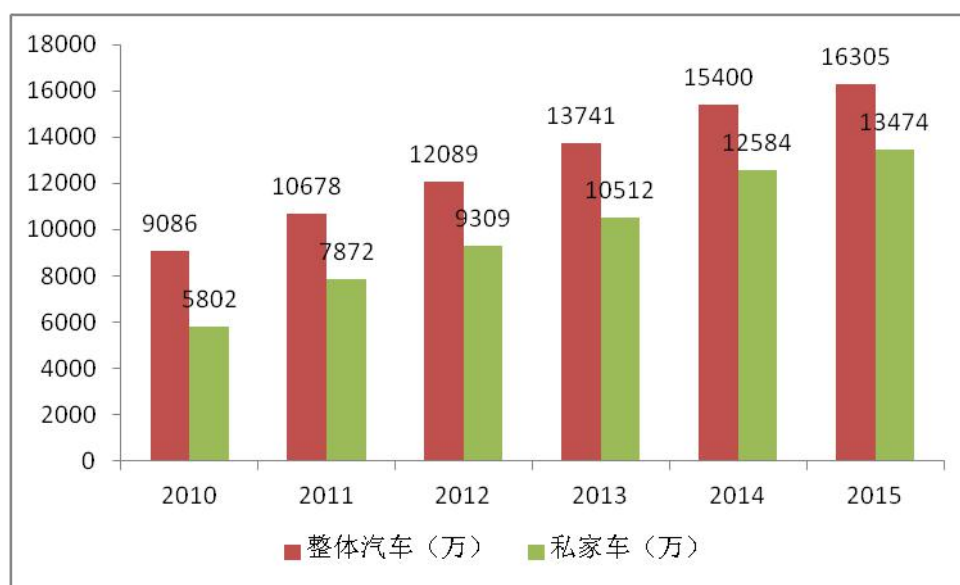
2010年至今，中国汽车的销售量一直呈现递增的趋势。其中，2013年汽车销售量的增长幅度最大，为13.94%。同时，在2013年，汽车销售量也首次突破2000万辆的大关，达到2199万辆。汽车销售量依然保持增长的势头，在2015年达到2400万辆。

图表 5：2010-2015 年中国汽车销售量变化图



随着汽车销售量的不断增加，汽车保有量也呈现快速增长趋势。截至 2015 年 6 月底，我国整体汽车保有量达到 1.63 万亿量，其中，私家车保有量为 1.35 万辆，占汽车总量的 82.64%。

图表 6：2010-2015 年中国汽车保有量变化



从汽车保有量的变化情况看，从 2010 年至今，中国汽车的保有量一直呈现增长的趋势。其中，2011 年增长幅度最高，同比增长 17.52%。至 2011 年底，中国整体汽车保有量达到 10678 万辆。从 2012 年开始，汽车保有量的增长率开始下降，到 2015 年，增长率首次跌破 10%，增长率仅为 5.88%，为历年来最低值。

图表 7：2010-2015 年中国汽车保有量增长情况

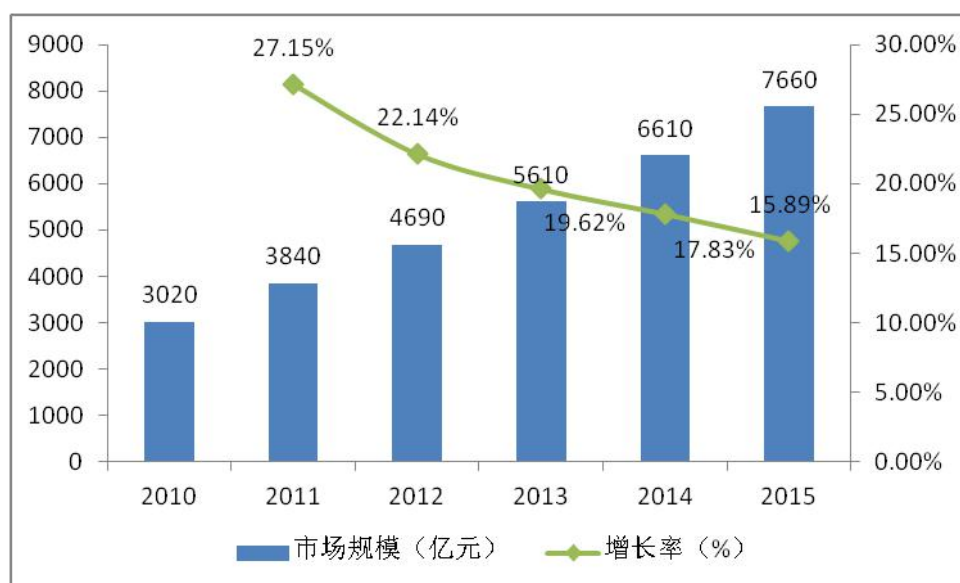


二、中国汽车后市场行业分析

汽车后市场是指汽车销售之后，围绕汽车使用过程中的各种服务，它涵盖了消费者买车后所需要的一切服务。广义的汽车后市场包括维修保养、汽车用品、汽车金融保险、汽车租赁等。

从 2012 年到至今，中国汽车后市场规模从 2012 年 4690 亿开始，逐年递增约 1000 亿，至 2015 年，中国汽车后市场的交易规模已经达到 7660 亿，，预计到 2020 年该市场规模将突破万亿元。

图表 8：2010-2015 年中国汽车后市场规模



.....

第三节 项目目标市场分析

从维修市场来看，截止 2014 年，国内共有汽车维修企业 46 万家，其中项目目标客户主要为三类资质维修企业约 37.5 万家，占比 81.52%；汽车维修业年产值达 5000 亿元以上，约占我国 GDP 的 1%。

从配件市场来看，2014 年我国规模汽车零部件企业总产值 2.7 万亿元；汽车配件流通企业约 25 万家，零部件制造业约 1 万家，我国汽车零部件 OE 与 AM 的比大约为 8:2（而美国 OE 与 AM 的比例为 7：3）。

图表 12：目标市场关键数据



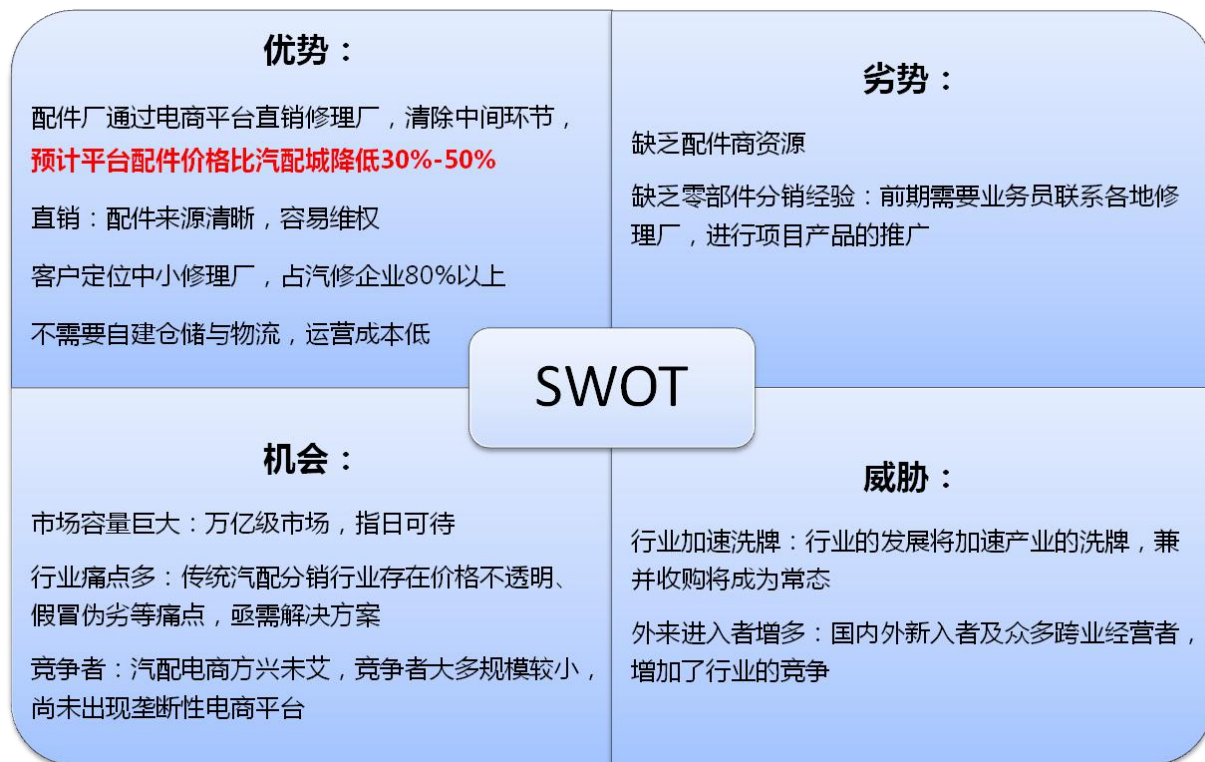
第四节 市场竞争情况

图表 13：较成功的汽配电商平台分析

项目	B2C 模式	O2O 模式		B2B 模式			本公司
代表公司	京东、淘宝	诸葛天下	米其林驰加	淘汽档口	中驰汽配	淘汽配	--
商业模式	(1) B2C 模式 (2) 消费终端主要面向为个人消费者	(1) 与当地经销商合作设立服务站，服务站再去开拓经销商和修理厂 (2) 提供物流配送系统 (3) 收入来源：网络平台使用费、广告费、汽车维修和连锁加盟收入等	(1) 专业汽车维修品牌 (2) 专注于轮胎，机油与制动的快修服务	(1) 自行采购汽车零部件，自建仓储 (2) 移动端与 PC 端等多种形态	(1) 网上交易结算平台 + 实体仓库配送网络 (2) 仅对会员销售汽车配件 (3) 以出厂价加 10%，作为会员采购价	(1) 主营汽车配件 (2) 线上线下结合，提供仓储和物流体系	(1) B2B 垂直电商 (2) 定位中小修理厂 (3) 从配件厂到维修厂的直接对接
竞争优势	平台知名度高	(1) 服务站布局广，覆盖我国地级城市 (2) 服务站拉拢地方修理厂，客户粘性好 (3) 物流配送速度快	自营，零配件的质量有保障	(1) 零部件供应、运营管理等全方位服务 (2) 先行赔付，以及差评扣保证金理赔	(1) 拥有配件数据库 (2) 为配件厂提供贷款，用于支付订单 (3) 完善的汽配物流系统	(1) 服务免费 (2) “线上预约+线下安装”的养车方式 (3) 统一形象的服务连锁店	(1) 价格比汽配城便宜 30%-50% (2) 直销：配件来源清晰，容易维权 (3) 不需要自建仓储和物流，运营成本低，业务能够快速扩散，占领市场

第五节 项目 SWOT 分析

图表 14：项目 SWOT 分析



第四章 项目发展目标及策略

第一节 各阶段性目标

图表 15：项目发展目标



第二节 项目发展策略

一、初期发展策略

本项目初期的发展目标主要是完善平台服务流程的建设，与更多汽车配件厂商、汽车修理厂建立合作联系，快速积累新运营模式下的项目经验，提升项目服务品质，打造项目品牌。为促进目标的达成，项目发展策略主要包括以下几个方面：

1、联系各地汽车配件商入驻平台

对于加入的汽车配件商，项目不收取任何费用，配件商只需要提供汽车配件的相关信息和报价，平台将负责进行配件产品质量的检测、上架、推广、销售、第三方物流的合作联系等全过程的处理，配件商只需要根据订单进行发货，不需要付出额外成本，将有效降低配件商的营销成本。

2、联系各地汽车修理厂进行产品推广

配件厂通过电商平台直销修理厂，清除中间环节，预计平台配件价格比汽配城降低 30%-50%；平台将审核配件厂的资质，挑选质量较好的配件厂（每种配件 1~3 家）作为供应商；配件厂通过平台接收订单，直接发货给修理厂，配件来源清晰，容易维权；平台将有效整合汽配供应商，进行汽配产品的全系列供应，为修理厂提供一站式的零部件供应服务。通过低成本的采购价格、质量保证、“一站式”的采购，不断吸引汽车修理厂注册并进行线上交易。

3、营销推广

依靠百度竞价、会议营销、论坛营销、各类行业协会合作、微信营销等，迅速全面铺开；项目运营后期将凭借低价、质优等优势，在修理厂之间互相宣传，逐渐形成良好的口碑效应。

二、未来发展策略

第五章 项目投融资计划

第一节 融资需求

1、融资金额：300 万元

2、出让股份：15%

3、预算周期：12 个月

本项目初期计划融资 300 万元，主要用于项目团队组建、平台网站建设以及运营推广费用等，资金核心作用在于团队组建与产品开发。

资金投放情况如下：

图表 16：项目资金使用计划

序号	使用方向	金额（万）	比例	占比
1	团队组建	100	33%	进行项目团队建设
2	平台建设	50	17%	进行网站平台、APP 的研发
3	运营推广	150	50%	联系配件商，构建供应商网络；联系各地修理厂，进行平台产品的推广营销
4	合计	300	100%	

第二节 项目估值

图表 17：项目估值综合评价

区分项目	综合评价	说明
竞争对手实力	少	汽配电商方兴未艾，竞争者大多规模较小，尚未出现垄断性电商平台
运营成本	低	不需要自建仓储和物流，运营成本低，业务能够快速扩散，占领市场
用户黏性	高	配件厂通过电商平台直销修理厂，清除中间环节，预计平台配件价格比汽配城降低 30%-50%，优惠的价格将极大地增加用户的产品使用黏性
产品使用频率	高	目标客户随时需要通过平台开展业务，产品使用率很高，用户 90%以上为活跃用户
用户的获取和维护成本	较高	前期需要和汽配生产商以及修理厂逐步达成合作，用户获取和维护成本较高；随着项目的推广，将凭借低价、质优、一站式服务等优势形成良好口碑，后续获取成本较低。
潜在的付费用户数量	高	国内共有汽车维修企业 46 万家，其中，目标客户主要为三类汽修企业 37.5 万家，占比 81.52%，潜在用户数量大
付费深度/广度	高	除平台产品加价收入外，项目运营后期还将提供金融服务、大数据服务、培训辅导服务等创新增值服务

第三节 资金退出机制

第六章 项目效益估算

第一节 估算基础

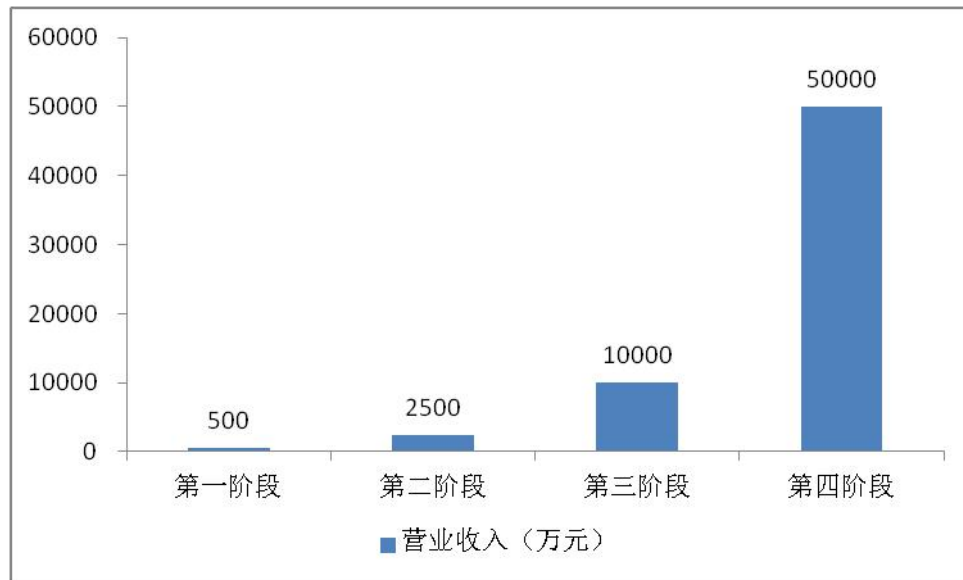
平台交易规模直接决定着公司的收入情况，根据公司发展目标，第一阶段实现平台产品上线交易，年销售额 1 亿元；第二阶段完成上海市的布局，实现年销售额 5 亿元；第三阶段完成长三角地区的布局，实现年销售额 20 亿元；第四阶段完成全国布局，并登陆资本市场，实现 100 亿的销售规模。

第二节 经营业绩

营业收入来源主要是平台产品加价收入。资金到位后，项目将充分利用自身

的优势，不断积累用户数量，使平台能取得长远发展。预计第一阶段的目标完成后，项目营业收入为 500 万元。

图表 18：项目经营业绩估算



第三节 创业骨干股权、期权激励

第七章 项目风险及应对策略

第一节 政策性风险分析及控制

第二节 市场竞争风险分析及控制

第三节 募集资金投资风险分析及控制

尚普咨询各地联系方式

北京总部：北京市海淀区北四环中路 229 号海泰大厦 11 层

联系电话：010-82885739 13671328314

河北分公司：河北省石家庄市长安区广安大街 16 号美东国际 D 座 6 层

联系电话：0311-86062302 0311-80775186 15130178036

山东分公司：山东省济南市历下区解放路 43 号银座数码广场 15 层

联系电话：0531-61320360 13678812883

天津分公司：天津市南开区鞍山西道信诚大厦 3 层

联系电话：022-87079220 13920548076

江苏分公司：江苏省南京市秦淮区汉中路 169 号金丝利国际大厦 13 层

联系电话：025-86870380 18551863396

上海分公司：上海市浦东新区商城路 800 号斯米克大厦 6 层

联系电话：021-64023562 18818293683

陕西分公司：陕西省西安市高新区唐延路 3 号旺座国际城 B 座 31 层

联系电话：029-63365628 15114808752

广东分公司：广州市天河区珠江新城华夏路 30 号富力盈通大厦 41 层

联系电话：020-84593416 13527831869

重庆分公司：重庆市渝中区民生路 235 号海航保利大厦 35 层

联系电话：023-67130700 18581383953

浙江分公司：杭州市江干区富春路 789 号宋都 4 层

联系电话：0571-87215836 13003685326

湖北分公司：武汉市汉口中山大道 888 号平安大厦 21 层

联系电话：027-84738946 18163306806