


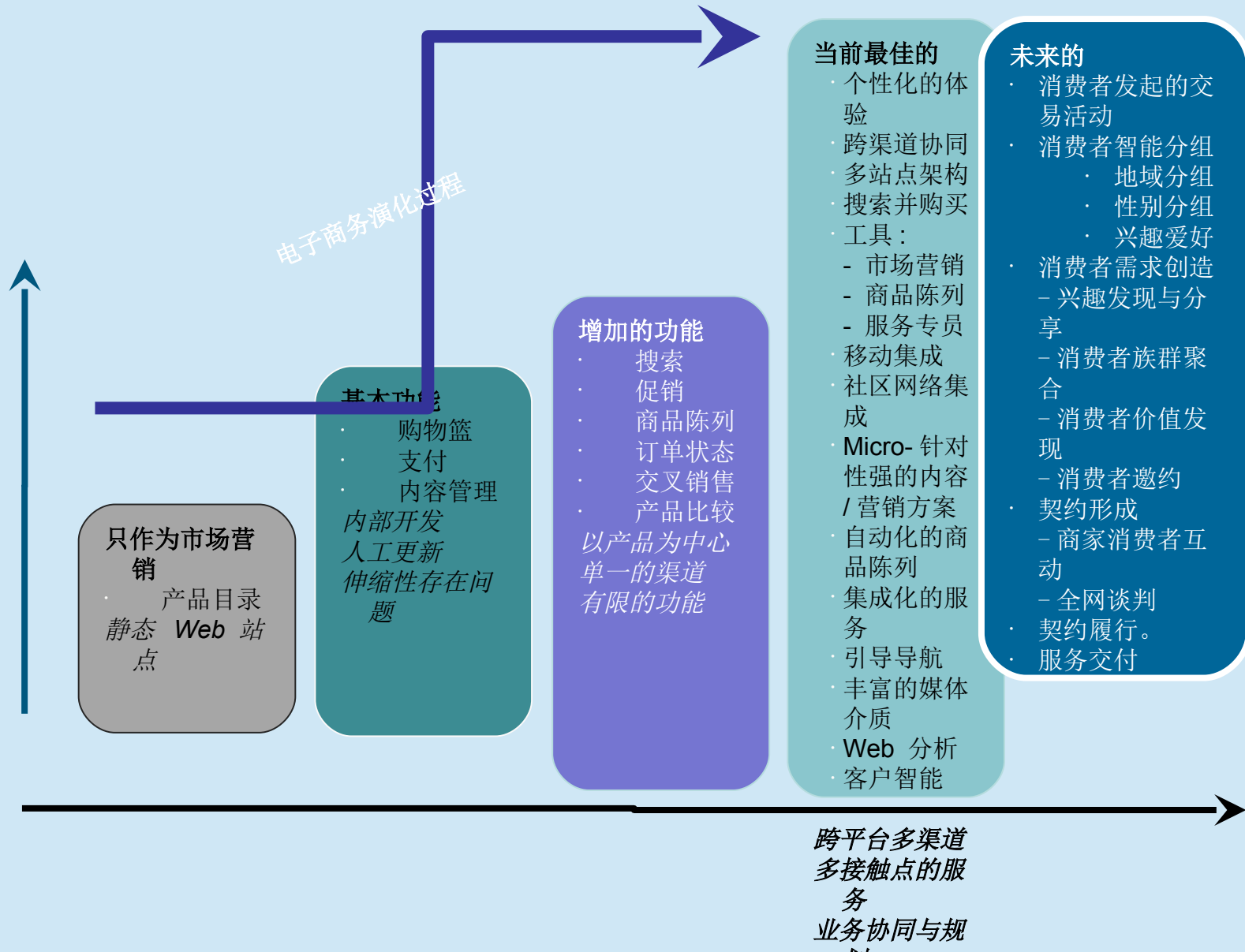


家居建材电子商务解决方案 (B2B/B2C/O2O)

2015 年 1 月

-  1 行业介绍.....●
-  2 产品体系.....●
-  3 实施计划.....●

电子商务系统的演变过程



蓬勃发展的中国电子商务市场

中国 2005 年至 2012 年在线销售总额 [Billion RMB]



中国电子商务市场快速增长的驱动力

- 居民可支配收入持续增长
- 经济结构调整优化需要提高消费率
- 政府大力支持发展电子商务
- 发展电子商务所需的技术环境和支付体系已经成熟

Source: iResearch China Online Shopping Research Report 2008-2009 交易规模

Source: CNNIC China Online Shopping Research Report 2009

行业发展趋势之零售类

2012年5月综合购物网站TOP10流量情况

序号	网站	日均访问人数 (万)	日均访问人数比例	日均访问页面	较4月增长
1	淘宝网	1434	51.73%	19	1%
2	天猫商城	539	19.44%	6	2%
3	京东商城	317	11.42%	13	8%
4	拍拍网	125	4.5%	5	-3%
5	亚马逊中国	111	4%	8	3%
6	当当网	75	2.69%	8	5%
7	凡客诚品	68	2.45%	13	0%
8	一号店	41	1.48%	8	5%
9	拉手网	32	1.15%	6	-12%
10	满座网	31	1.13%	6	-14%
合计		2772	100%		

2012年5月份综合购物类网站前十名中，前八名系统类型属于B2B2C，这种模式优点：业务模式简单，服务标准容易制定。

行业发展趋势之零售类

排名	网站名称	创始人 /CEO	主营产品类	企业类型	2011 年交易额 (亿元)	交易额 年度增长率
1	天猫	张勇	综合百货	网上渠道	920	206.7%
2	京东商城	刘强东	综合百货	网上渠道	309	202.9%
3	亚马逊中国	王汉华	综合百货	网上渠道	60	100%
4	苏宁易购	李斌	数码家电	传统企业	59	490%
5	QQ 商城	吴霄光	综合百货	网上渠道	53	165%
6	当当网	李国庆 & 俞渝	综合百货	网上渠道	35.5	57.1%
7	凡客诚品	陈年	服装服饰	网上渠道	35	89.2%
8	一号店	于刚	综合百货	网上渠道	27.2	235.8%
9	易迅网	卜广齐	数码家电	网上渠道	23.7	196.3%
10	库巴网	王冶金丁东华	数码家电	网上渠道	21	320%

2011 年在线零售商前十名，

1) 天猫京东遥遥领先，亚马逊虽看似无声无息，仍居第三。

2) QQ 商城第五，腾讯用投资加平台方式追赶。

数据来自艾瑞

移动互联网现状






网购用户终端选择



近半年不同终端购物金额增长的用户比例

移动消费习惯已经养成

-  1 行业介绍.....●
-  2 产品体系.....●
-  3 实施计划.....●

电子商务应用场景



供应商



经销商



个人客户



商户



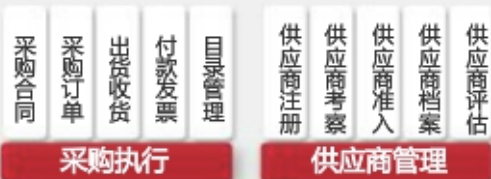
第三方物流



增值服务伙伴

统一门户

电子采购



电子销售



交易市场



呼叫中心

第三方物流

统一订单管理

经营分析

支付接口

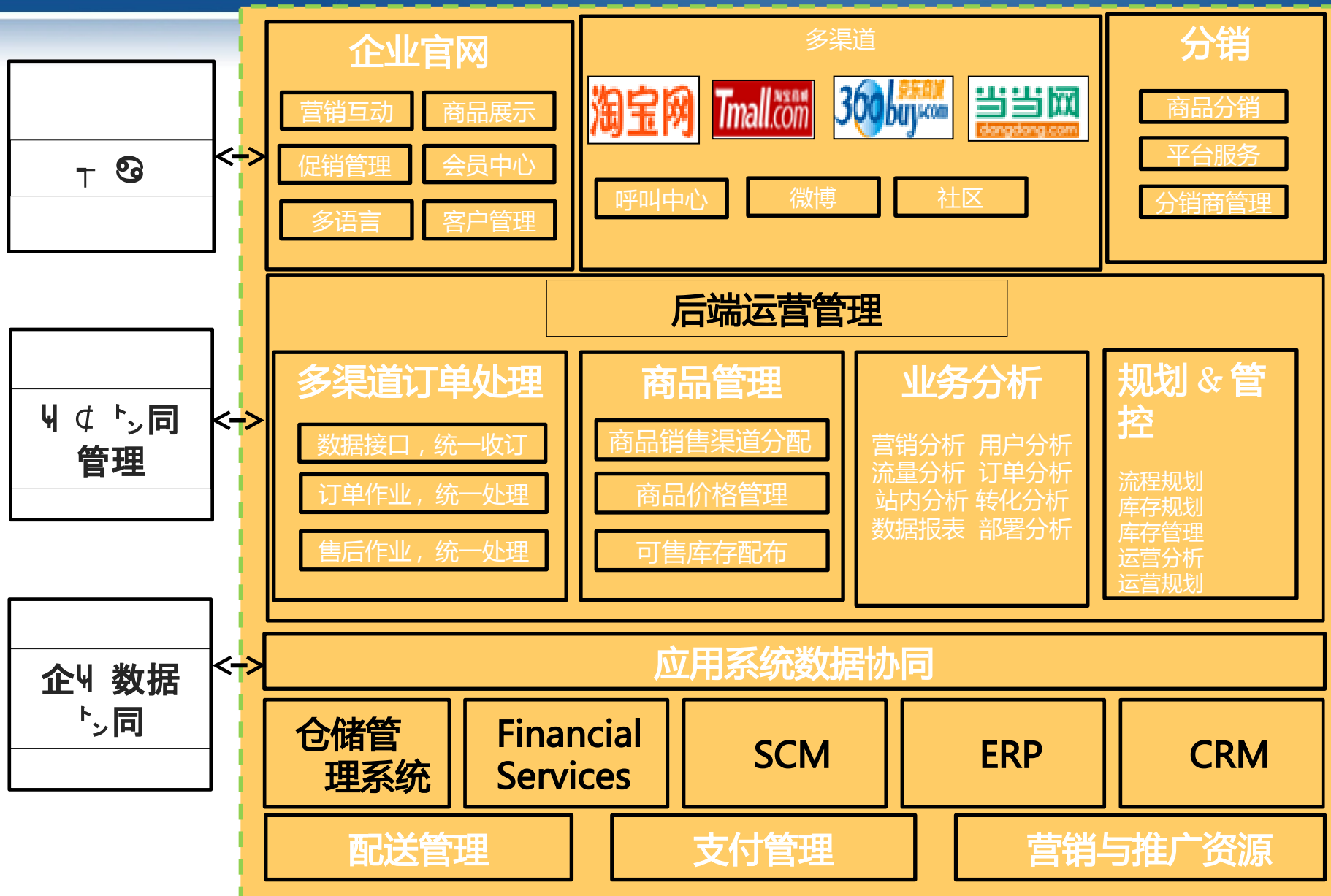
CA认证

移动商务

社区SNS

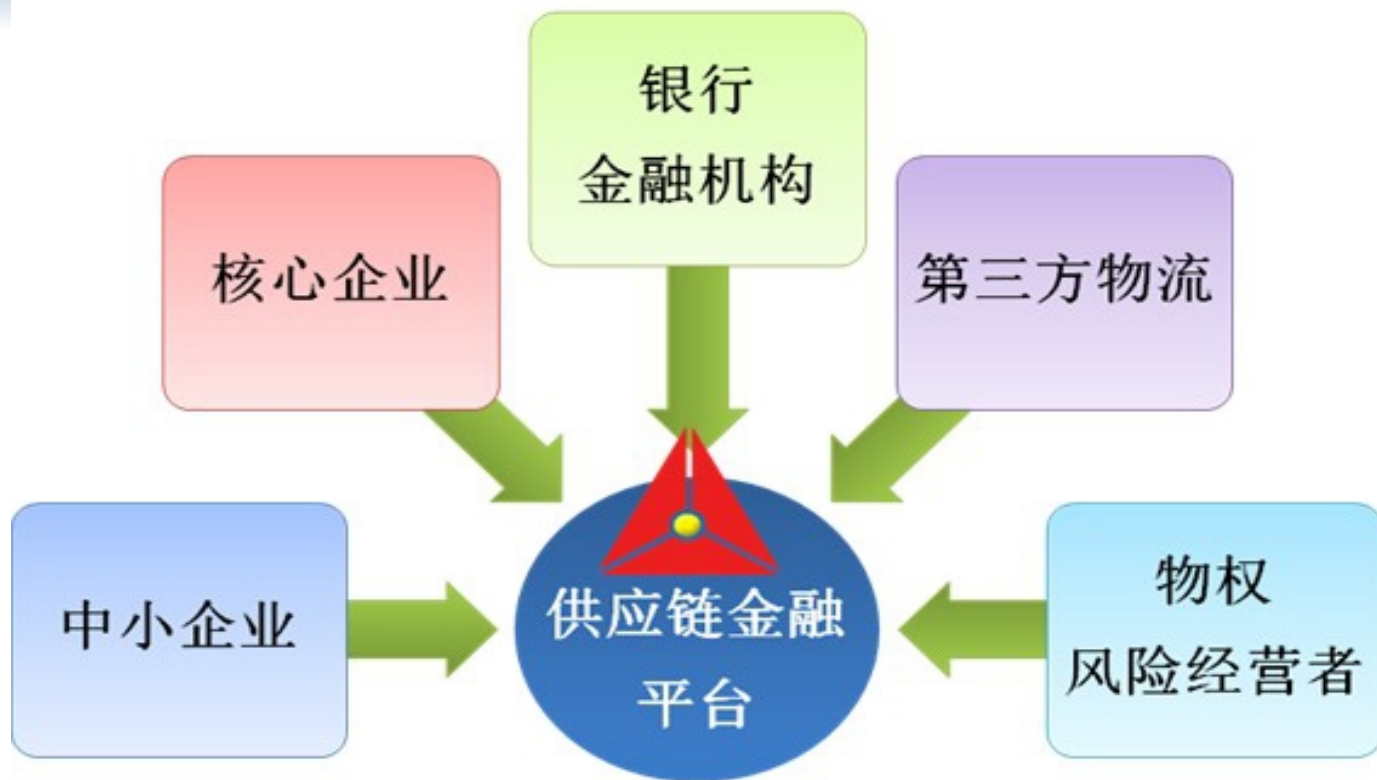
ERP系统

B2C 工作描述及全业务结构



多渠道电子商务解决方案 --- 全功能组件架构





电商背后的核心：CRM/ERP/SCM/SCF

供应链金融



围绕供应链、供应链金融打造家居建材开放平台

一个供应链生态系统

统一产品信息管理

- 统一管理产品信息，并同步到淘宝、京东、自主 B2C 商城等多个销售渠道，提升管理效率，降低差错率与管理成本

- ✓ 商品原始数据准备与编辑
- ✓ 商品销售渠道分配
- ✓ 商品上下架管理（批量 / 个别）
- ✓ 商品价格同步
- ✓ 可售库存同步

品牌商

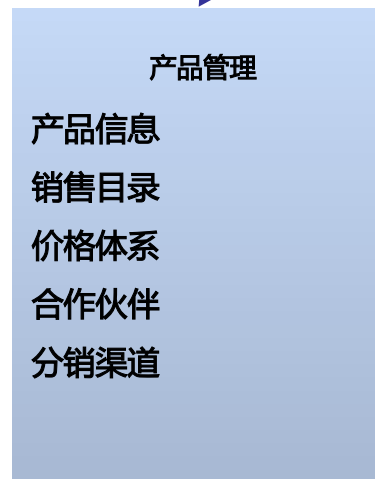


建立主产品目录及
铺货规则

直营店 / 经销商 / 代销商



维护



按规则分发

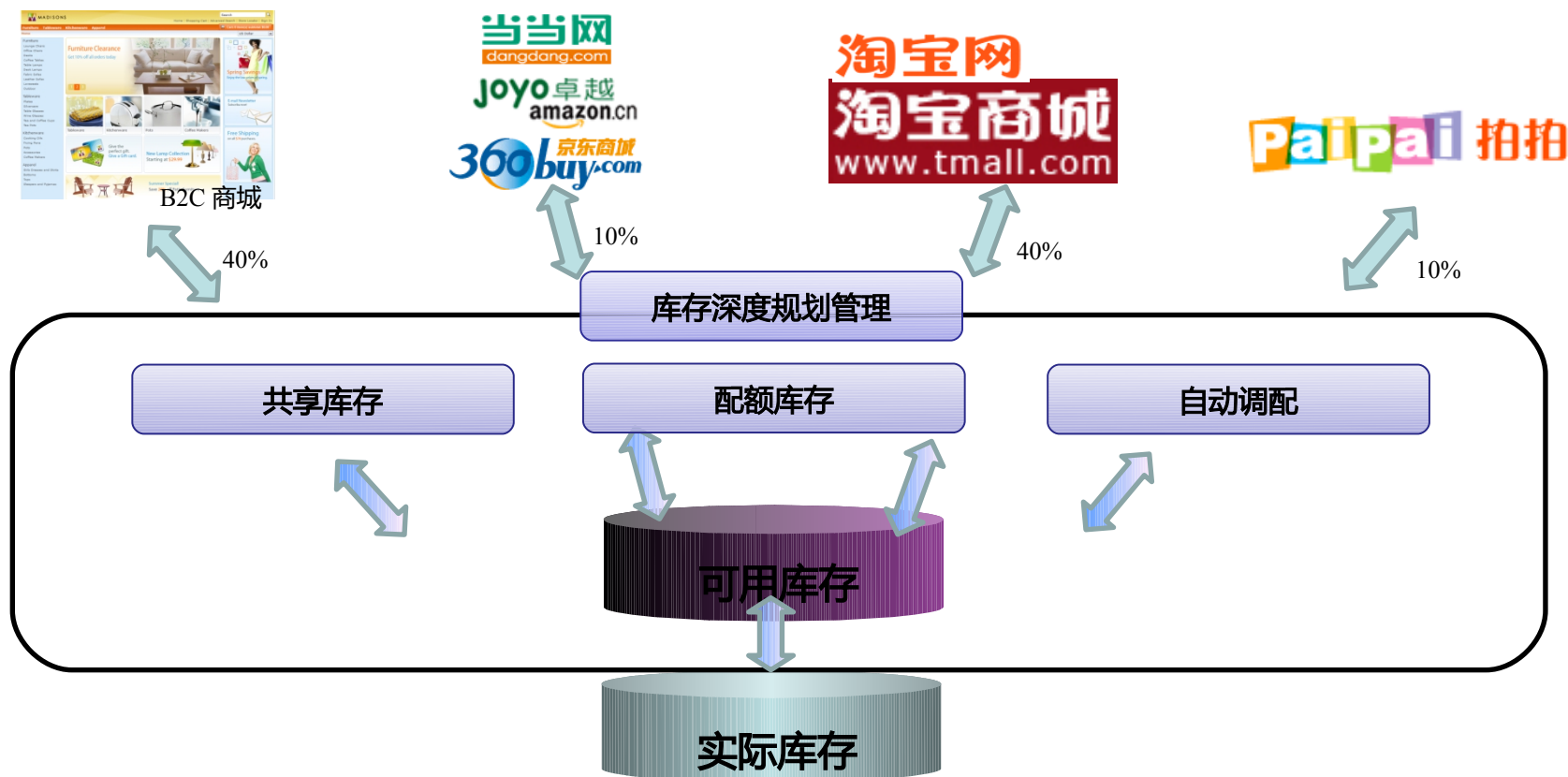
产品上下架、价格、库存信息



自建 B2C 商城

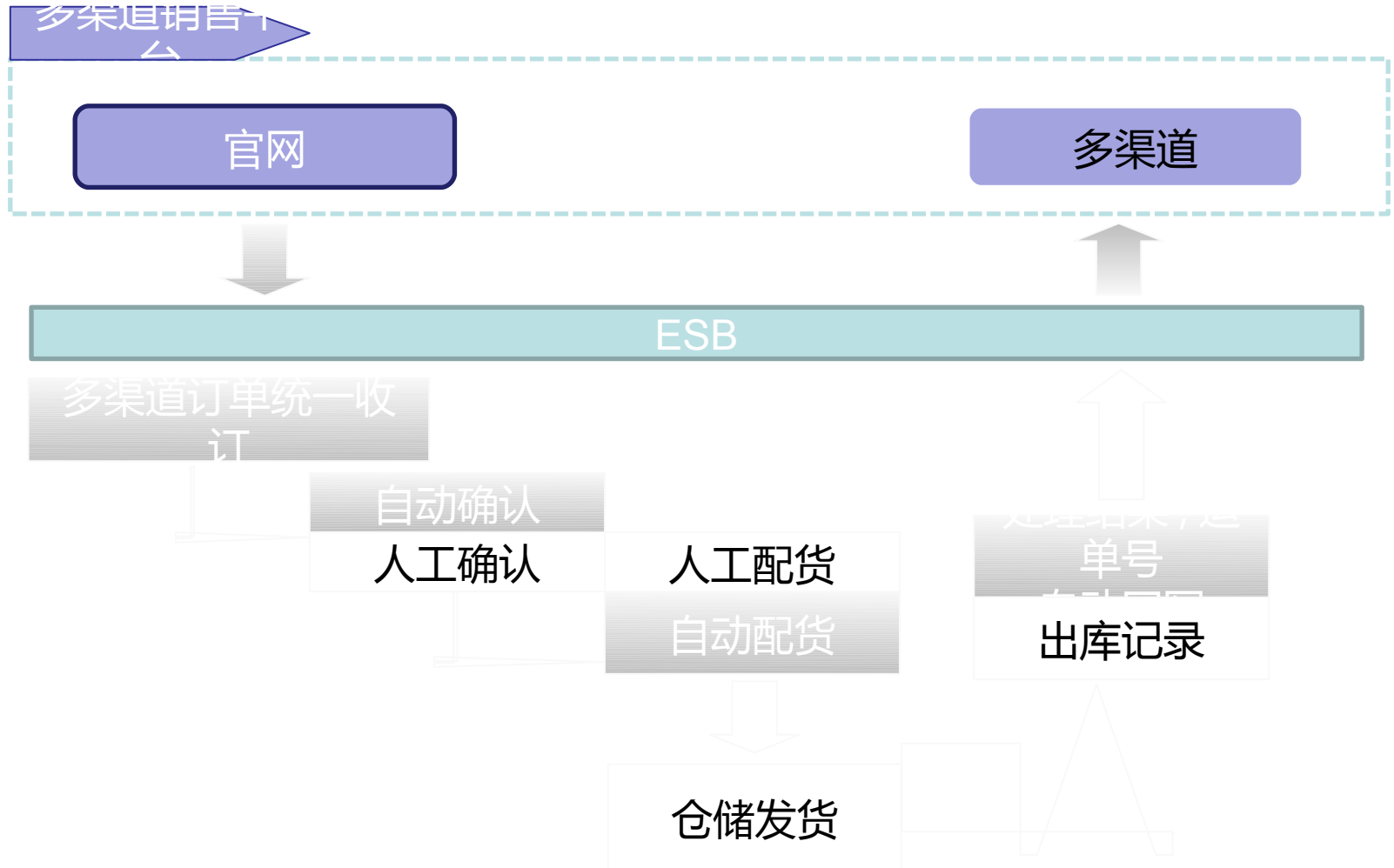
统一虚拟库存 / 多店可视化 / 有效防止超卖

- 通过虚拟分仓在多渠道间共享库存，避免超卖，提高库存周转率
- 不同渠道间可以人工、按照比例分配、或者按一定算法动态分配库存
- 当某渠道库存低于某一阈值时，在渠道间自动调配库存
- 当在某渠道开展大型促销活动时，可以为某渠道单独分配库存



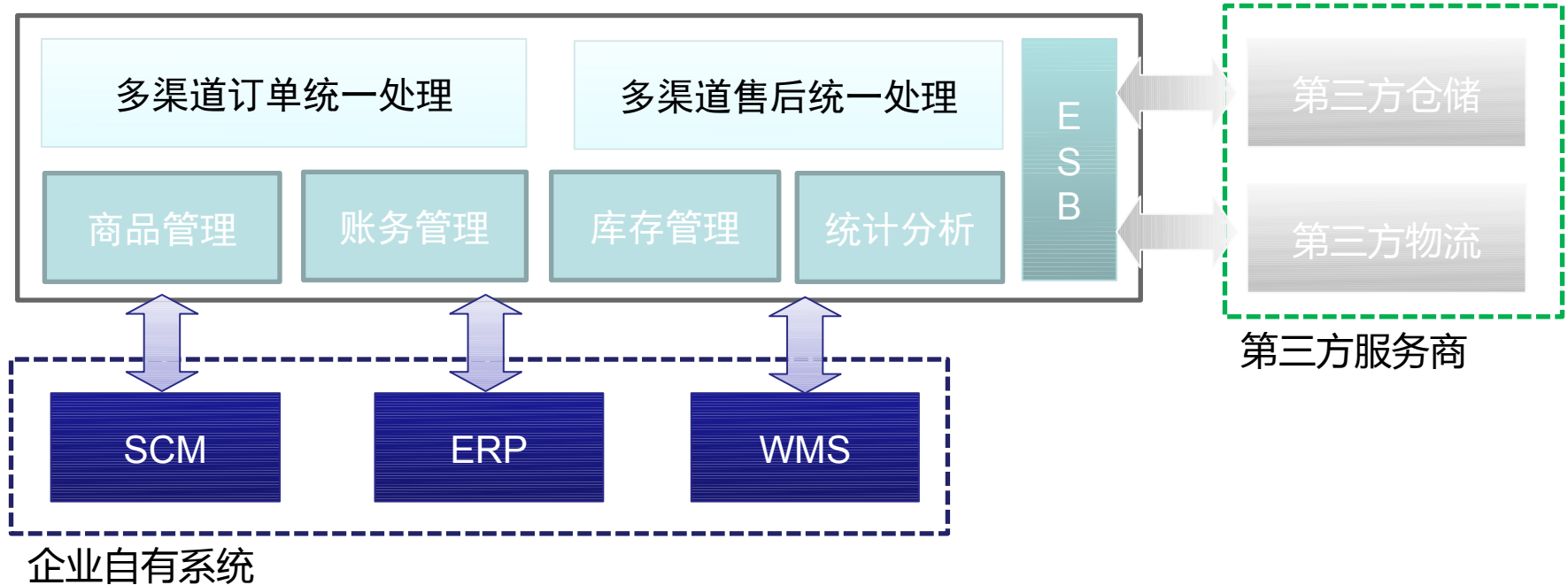
统一多渠道订单作业处理

— 为多种销售渠道提供统一的作业平台，保障运营过程一致，为企业节约人力成本

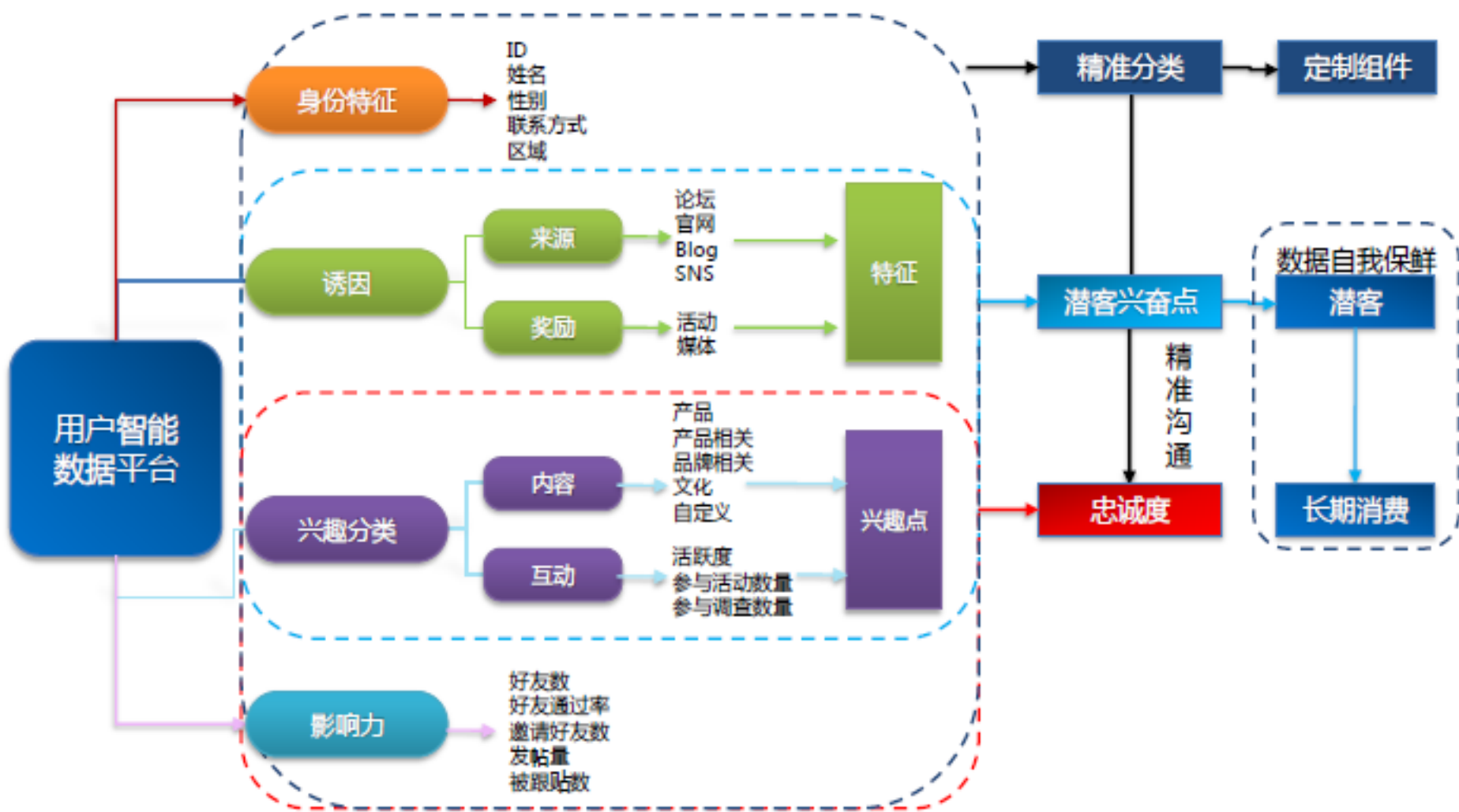


统一多渠道管理与规划

- 统一的数据集散中心，方便企业完成与原有系统的集成
- 与主流的第三方服务商完成系统集成，为企业快速开展业务



精准营销





Spark : 新一代大数据解决方案

支持广告业务、商业智能

手机智能设备



桌面台式机



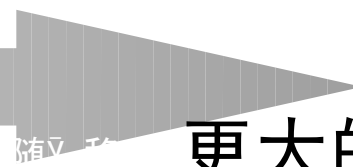
笔记本电脑 ↑



智能移动终端



从有% 到无%



更大的潜在用户群

开放电商平台提供完美解决多种移动终端适配问题的无线商城解决方案，如主流的Android、iPhone、iPad等，让您的消费者享受随时随地购物体验，并获得一致的品牌认识。



统一会员管理

手机、网店会员共享登录，拓展新的会员渠道。



订单统一发货

多种来源，统一管理，统一发货，大大节省订单处理时间及降低出错率。



极低的手机支付费率

1.5%的支付宝移动支付费率，作为支付宝第一家商户合作伙伴，如此费率绝无仅有。



运营数据统计

手机商城运营数据一目了然，通过报表更好地指导业务。



商品信息集中管理

商品信息集中管理，手机、网店独立发布，让您的生意形态更加丰富多样。



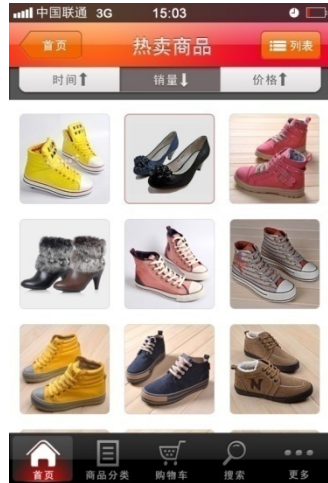
自定义配置

商家可自定义配置手机商城客服、物流配送等信息。

抢占移动互联网商务先机，建立品牌移动应用及商城。



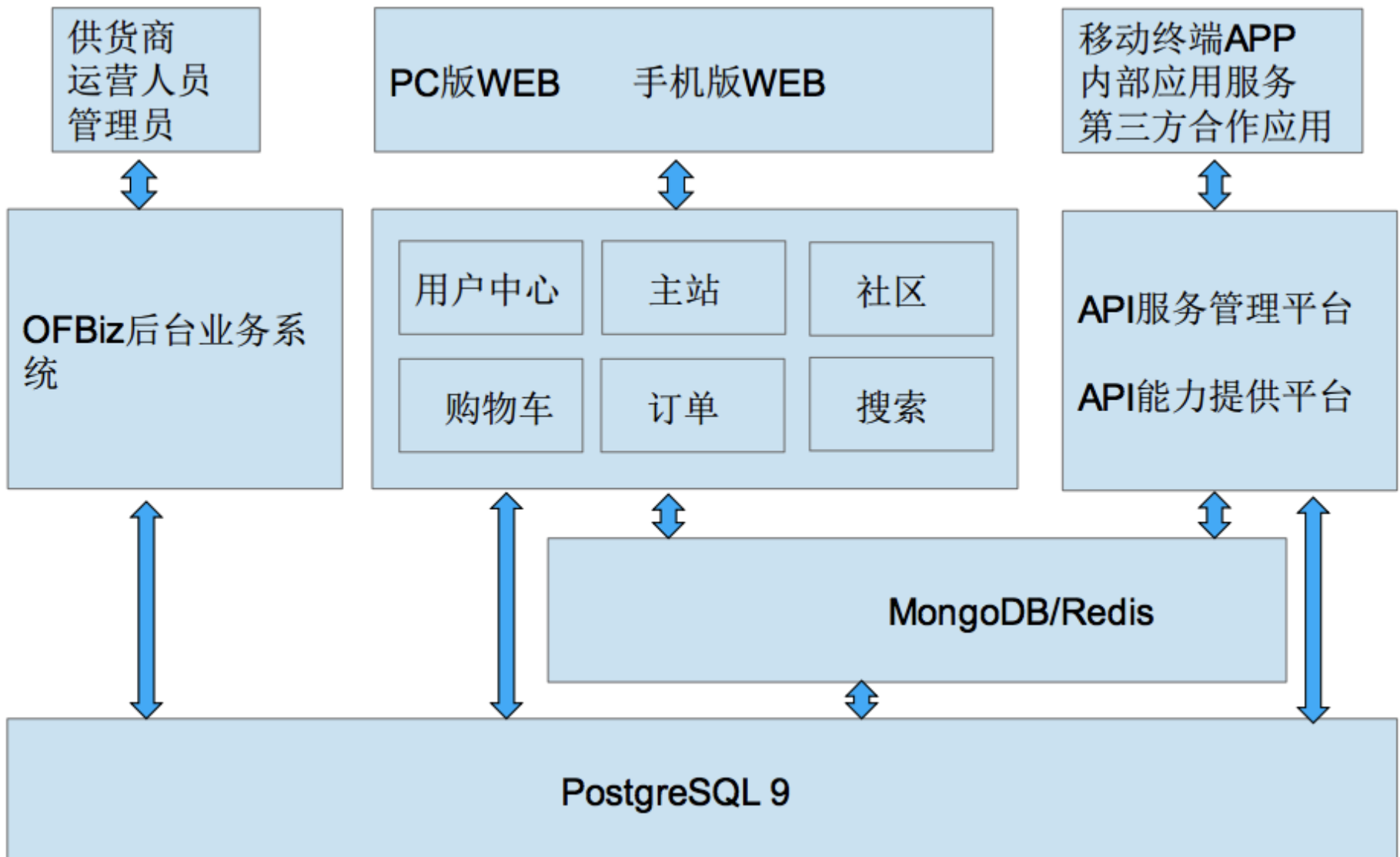
- APP 应用
- 移动商城 (HTML5)



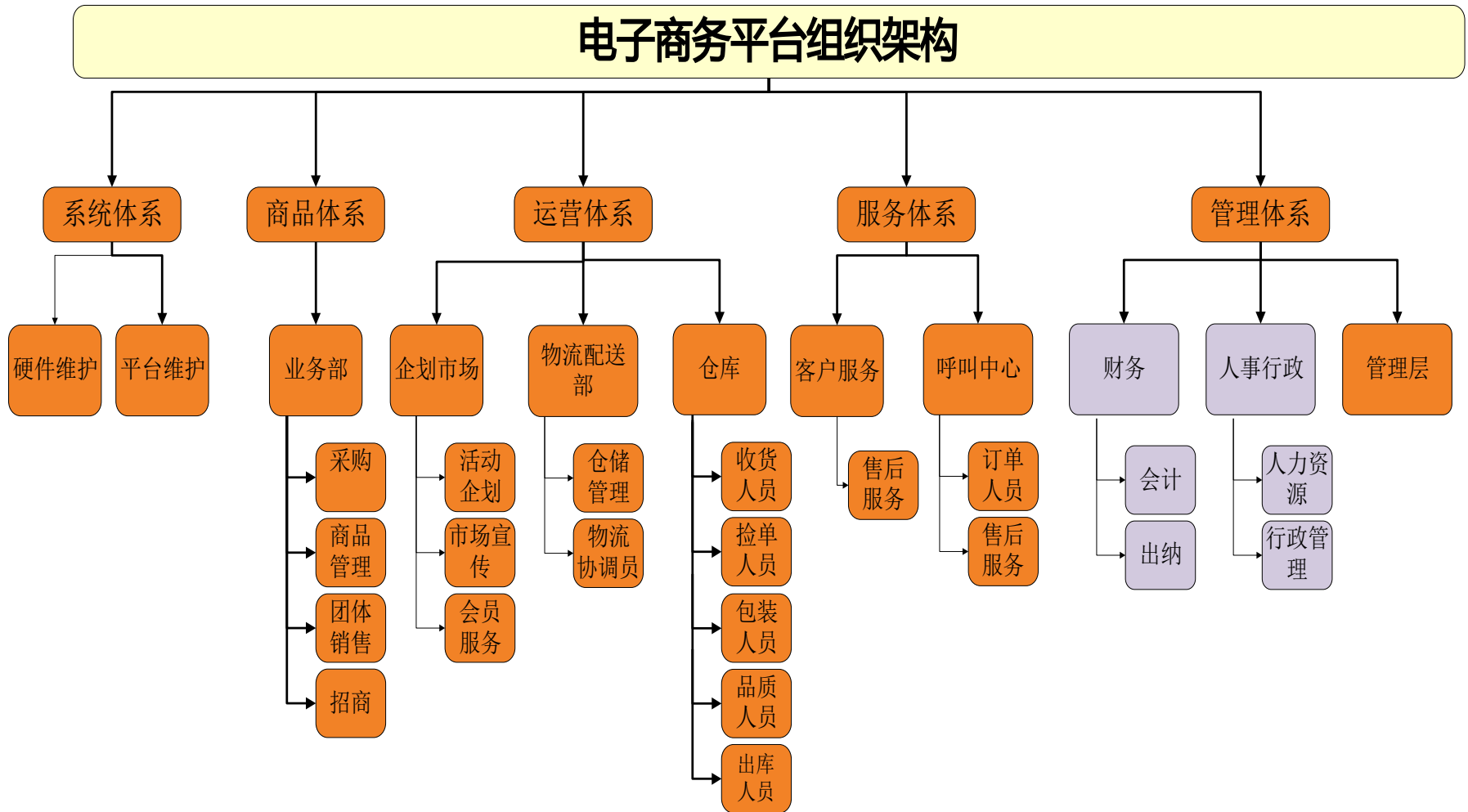
全程电子商务






示例 - 电子商务平台技术架构



示例 - 电子商务平台组织架构



-  1 行业介绍.....●
-  2 产品体系.....●
-  3 实施计划.....●

招募组建研发团队

结合外部技术顾问团队，进行多团队、跨组织合作

我们已成功交付了众多的商业产品和服务：

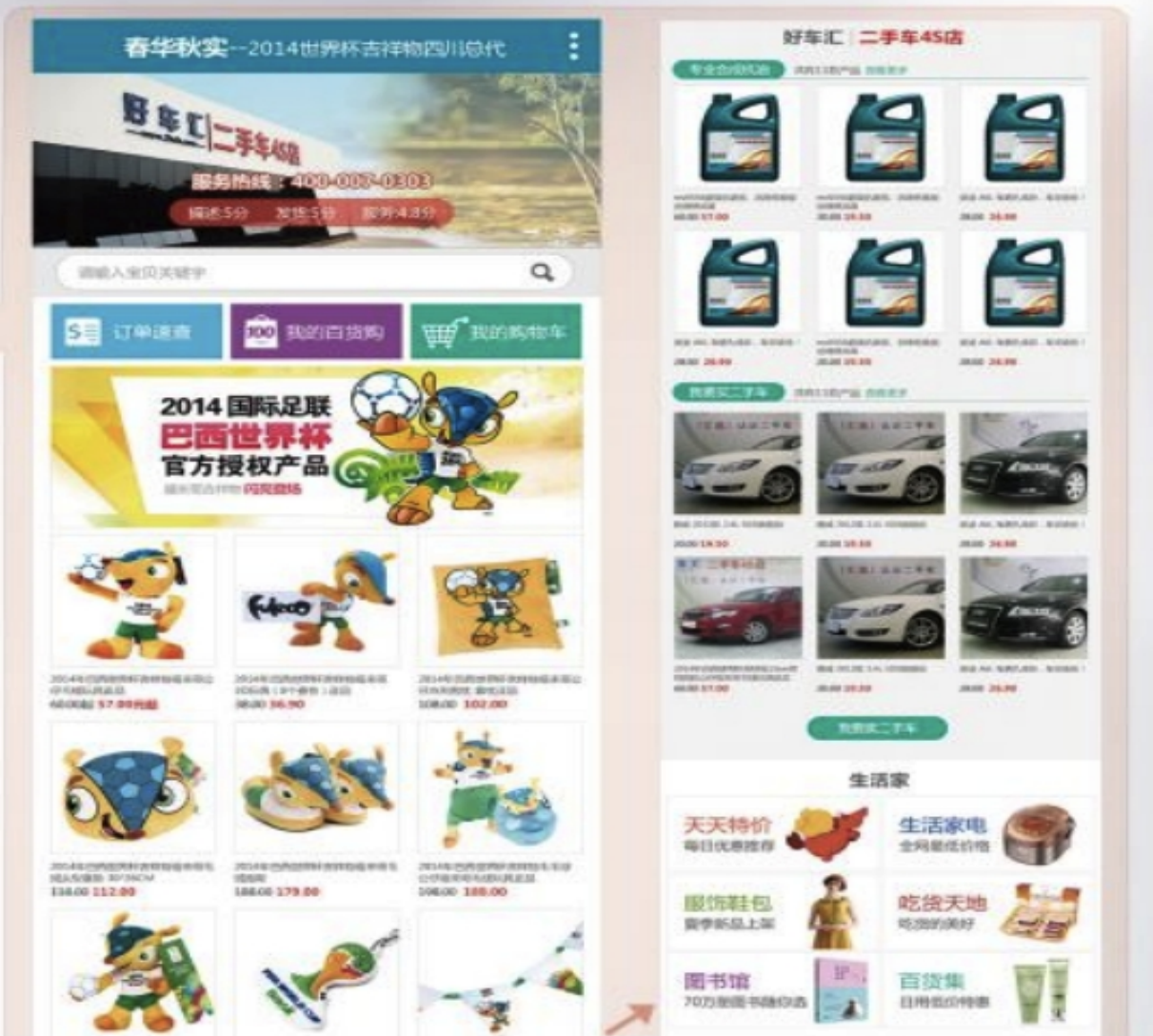
中国移动运维系统、来伊份、百货购、云超市等

企业定制版

企业业务倍增及品牌自建系统，建立全民营销，让您的企业不断开分店、分分店，提高企业的曝光率、知名度与美誉度，即可打通线上线下一交易。

定制版 7 大优势

- 1 自定义个性化
- 2 品牌推广
- 3 广告联盟
- 4 业务众推
- 5 客户关系管理
- 6 业务倍增
- 7 企业O2O品牌自建



成功案例：云超市



成功案例：云超市



!

Q&A