

这是一个关于代购的故事

# 海外正品代购商业计划书

 有梦的咸鱼





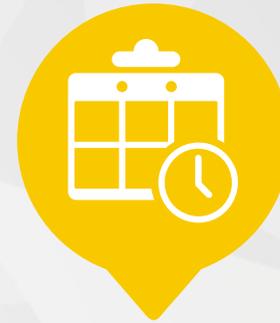
## 公司 / 团队介绍

(我们是谁)



## 项目简介

(我们要干什么)



## 行业与市场 分析

(各种环境因素)



## 公司战略

(我们该怎么  
做)



## 产品和运营

(卖的是什么和怎么卖)



## 财务和风险

(预算和机遇)



# 公司（团队）介绍

---

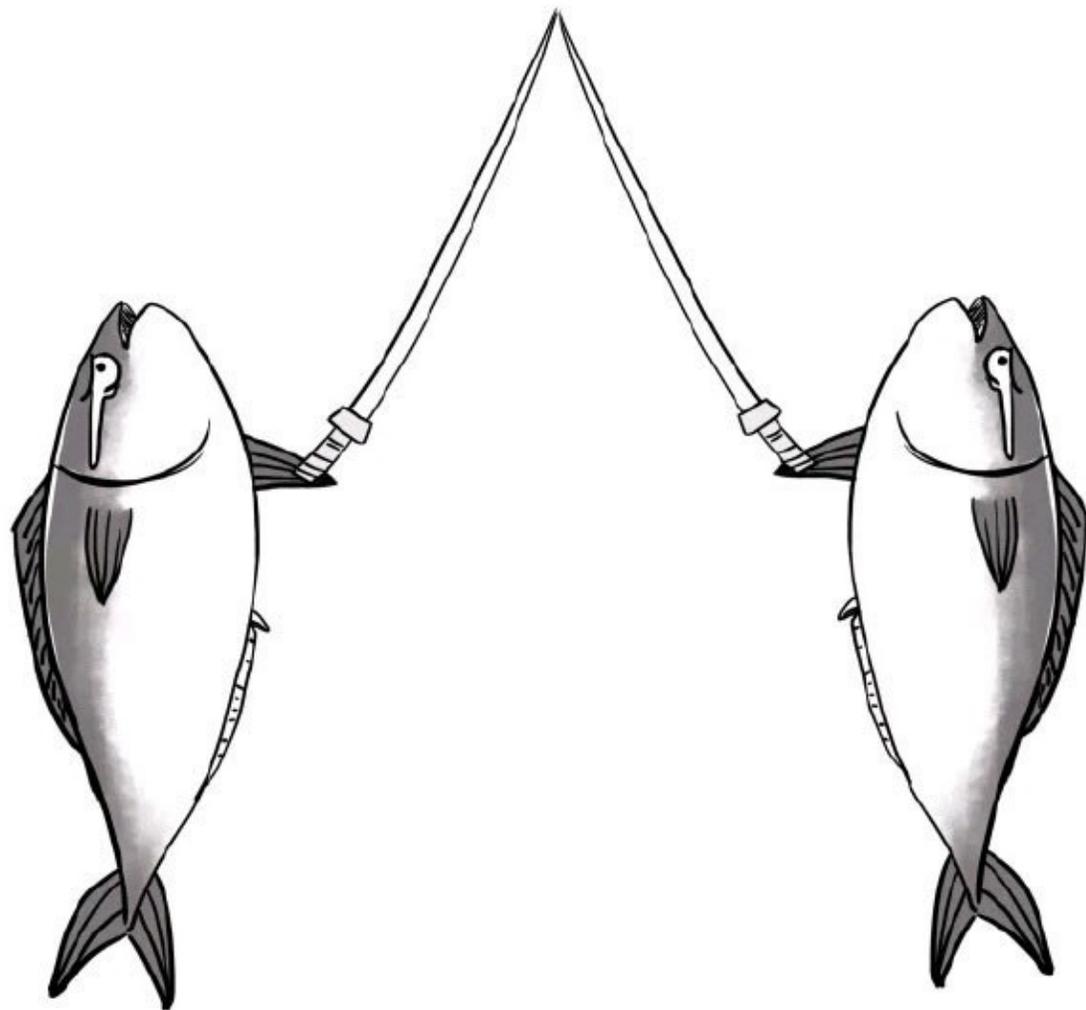
- 公司（团队）简介
- 管理模式
- 组织结构

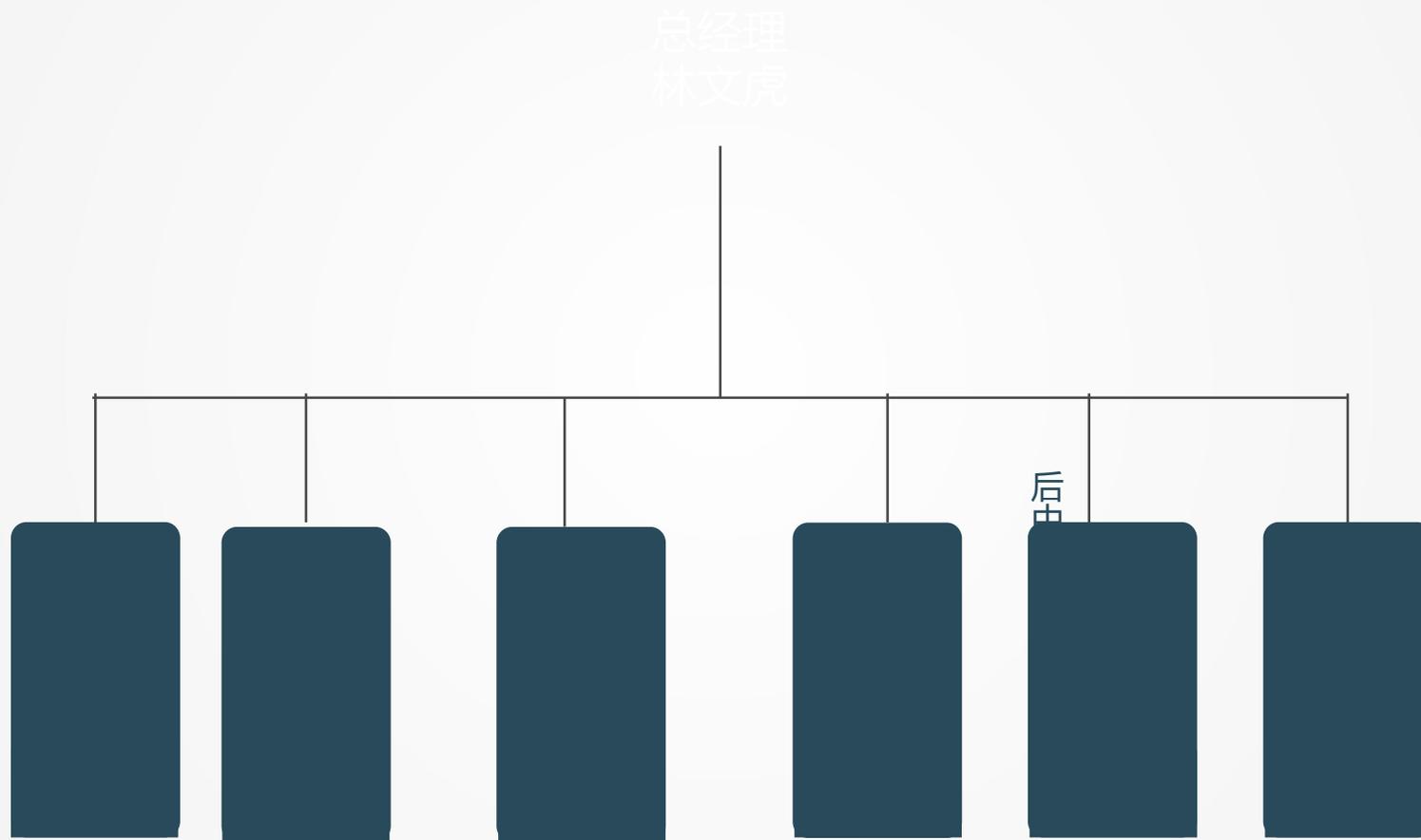
### 有梦的咸鱼

我们团队是一支有男有女、且游历于各大网购平台，有着丰富的网购经验，相信在正品代购这方面我们有着独特的见解，秉着男女搭配，干活不累的原则投身于代购的平台。

团队成员年轻而充满朝气，具有创新意识并勇于迎接挑战。具备良好的社会责任感，愿为人们花最少的钱，买到最好的产品，贡献一己之力。

组员：  
林文虎、刘少娜、黄小山、莫维、苏德鹏、洪楷娜、黎颖娴





### 销售部

- ▶ 区域销售计划的制定与执行。
- ▶ 组织实施本区域市场开发计划及具体的实施方案
- ▶ 通过组织安排所管辖区区域各客户群客户到公司考察、参观交流等方式建立顺畅的客户沟通渠道

### 市场部

- ▶ 制定市场部工作方案及工作计划，报营销经理，批准后执行。
- ▶ 制定市场部销售经理的工作计划和内容，界定好其工作职责。
- ▶ 完成公司总经理授权交办的任务。
- ▶ 关心部门的工作联系。关心市场部工作人员的思想、生活待遇。

- ▶ 根据公司的长期计划，负责制定采购方针、策略、制度及采购工作流程与方法。
- ▶ 制订招、投标管理办法和各项物品的采购标准，确保合理地组织采购，督导检查仓库的验收、入库、发放及管理工作，确保采购物品的质量。
- ▶ 根据公司的物质需求，选定价格合理、货物质量可靠、信誉好、服务优质的供应厂商。

### 物流部

- ▶ 接到送货单后，检查所送商品是否完好；保证所送货物安全，按照上级指示，及时送货。
- ▶ 服从部门主管的调配，安全高效的完成各项运输任务。
- ▶ 运输过程中造成商品损坏，视损坏程度，按价赔偿。
- ▶ 遵守交通规则，保证行车安全，避免事故发生。

### 财务部

- ▶ 整合公司业务体系资源，发挥公司综合优势，实现公司整体利益的最大化。
- ▶ 编写公司经营管理状况的财务分析报告，综合统计并分析公司债务和现金流量及各项业务情况。
- ▶ 负责公司存货及低值易耗品盘点核对。
- ▶ 和有关部门做好盘点清查工作并提出日常采购、领用和保管等工作建议和要求。

- ▶ 对外部及内部客户的信息传递反馈、沟通协调工作，配合其他职能部门的工作，发挥服务平台作用。
- ▶ 规范各项目客服工作的各类流程，并跟踪各项工作进度及完成情况，树立公司良好的外部形象。
- ▶ 负责经营类短信的申请、发布工作，并对各项目的日常服务类短信发送进行监管。
- ▶ 定期组织各项目落实客户专访工作，了解客户所需、满足客户所求、努力超越客户期望。



# 项目介绍

---

- 项目来源
- 需求分析
- 目标市场

# 遇到了什么头疼的事？

没时间选购精品！ 快递没人收！

实体店、柜台太远！.....

.....

## 工作太忙没时间购买化妆品！

想买泰国真品！

对不良商家投诉无门！

天凉了！护肤品太少！

资金不够，买不起柜台正品！



大学生护肤选择问题

大学生资金不足问题

电商、微商诚信问题

店大欺客问题

网上商品的真假问题

.....



现实需求



### 初步目标：

团队初步打算在工贸、广科打开学生市场，建立良好的口碑，为下一步拓展市场打下坚实的基础

3、创业孵化！



### 中期目标：

在依据工贸、广科市场下，向附近几大高校（钟落潭高校园）发起攻势，依靠初期良好的口碑，发展新客户。



### 长远目标：

在广州每所高校都招收代理，目标在广州各大高校打开属于我们咸鱼的市场。



# 行业与市场分析

---



竞争对手



可行性分析



行业前景

1

### 发展趋势

随着电子商务的崛起，淘宝，京东，天猫等商城的快速发展，让广大市民足不出户就可以网集各种商品。

**海外华人代购已经成为现代生活品质的关注的热点问题。**它意味着我们足不出户，脚不出国购买国外各种网上商品：品牌服饰、箱包、鞋子、化妆品等商品

2

### 购买原因

质优价廉的外国商品是中国人热衷海外代购的最大原因。

随着人们观念的改变，个性的体现被越来越多人所推崇，越来越多女性钟情于化妆品与护肤品的消费。

**大学生资金较少，无法承担起欧美柜台正品价格**



### 主要任务

在校内建立店铺，以优质的产品  
及服务尽快的打开市场，使自身  
拥有良好的口碑。

### 效益预测

代购数量小，成交额小，收益小，但  
胜在可持续性、信誉高。



### 团队协作较好

大学生团体，沟通协作快，熟悉  
程度高，发货速度快。

### 操作方式

确定代购的产品种类、宣传产品  
、接受客户订单、收款、购买、  
发货、客户验货，与客户进行进  
一步的沟通，确立良好供需关系

### 资金略欠缺

大学生创业团体，资金短缺，无  
法囤货售卖，一单一钱，资金流  
转慢



# 公司战略

---



公司概述



发展战略

## 诚信铸就品质 创新引领未来



### 有梦的咸鱼

- 泰国，之所以很多人去旅游都爱卖泰药之类的产品，除了泰国得天独厚的地理优势之外，泰国对药品监督严格到你不能想象的地步，中国的质监跟泰国相差甚远，一旦发现有造假卖假，政府罚得你倾家荡产。
- 众所周知，泰国化妆品主要是以纯天然无添加为生产理念，向大众推崇一种健康护肤的态度。
- 而且泰国的地理位置优越，有相当多的珍贵药材，植被，并且大批都未被开发。所以才会有纯天然的纯植被，安全有效的护肤品，药品。
- 为了能使国人更方便实惠的购买到泰国的好产品，我们成立了代购团队。

### 总体发展战略：

我们将逐步进行**营销手段多样化、同业竞争差异化、产业结构多元化、企业管理现代化**

一、制订战略，明确目标实现可持续发展

二、突出主业，多业并举，向多元化发展

主打泰国代购，并且了解其他国家热销产品在中国的需要，发展多国代购合作。满足消费者的需求

三、基于公司战略及业务发展的公司内部管理实施方案。

1、实施人才战略，缓解和消除公司发展的“瓶颈”做好企业现有人员素质情况，认真分析企业人才结构，根据

业未来发展需要，制定企业培养人才的实施计划。

要改变用人观念，大力加强人才的培养，做好人才储备。

2、立足岗位，加强培养。根据我公司目前发展现状，还应注重企业现有人才的培养，调配和有效利用现有的人才资源，挖掘现有人才的聪明才智，扩展其才能，提升其进一步为企业发挥智力的积极性。



# 产品和运营

---

- 产品概述
- 网络营销方案
- 代理推广

## beauty buffet 系列

源自

泰国本土，是各国游客去泰国旅游必买的顶级本土，是各国游客去泰国旅游必买的化妆品品牌。产品类型共包括化妆品，面部护理，身体护理，头发护理和化妆工具等。

**主要功能：**采用纯天然材料提取，每一款产品都尽可能少的运用添加物，保证了天然与功效，**去角质、美白、嫩肤、滋润。**

## 产品信息 PRODUCT INFORMATION

品牌 BEAUTY BUEFFET

产品名称 牛奶Q10亮白滋润洁面乳

产品产地 泰国

规格 100ml



产品成分 牛奶精华、芦荟精华、辅酶Q10、维生素E、中草药提取物，胰蛋白、酶蛋白及天然水果的β羟酸

产品功效 采用温和配方酶Q10和水解牛奶蛋白以及芦荟提取物的混合物，滋养肌肤柔滑，焕发光泽。芦荟提取物被吸收到皮肤深处恢复皮肤水分，维生素E的抗氧化剂可以帮助减少过早老化。甘油有助于平衡肌肤水润不干燥。

主要成分 牛奶

功效标签 低泡洁面、保湿、深层清洁、补水、美白滋润、舒缓紧致肌肤

使用方法 挤少许于掌心，加水打成泡沫状，用指腹于面部以由内往外的方向轻轻打圈，稍后用清水冲洗干净即可。

## beauty buffet 系列

### 面膜新选择 超温和凝胶去角质



## beauty buffet 系列



Mistine 美妆系列：

经过多年研发隆重推出重量级爆款 --- 超级模特 4D 纤长睫毛膏。Mistine 4D双头睫毛膏集增长和修护为一体，瞬间使睫毛增长至少 4 倍，同时深层修护睫毛，防止睫毛脱落，帮助睫毛再生。

成份：日本进口植物纤维、中空粒子、修护精华、TM 配方。

功效：高浓度的 Lash Multiplier 养护精华配方能增强睫毛强韧质地，美眸！



泰好购商城

倾世

Mistine 美妆系列：

**功效：**此款睫毛膏集增长和修护为一体，瞬间使睫毛增长至少4倍，同时深层修护睫毛，防止睫毛脱落，帮助睫毛再生。黑管睫毛膏帮助睫毛增长至少4倍，同时更加深沉修护睫毛，防止睫毛脱落，帮助睫毛再生。打造精致卷翘美睫，卓越丰盈每一根睫毛，根根分明，即使是最短最细的睫毛也能瞬间浓密纤长



## 泰国 Yanhee 系列：

这款一款天然植物精华的祛痘霜，效果绝对是杠杠的，有效祛除痘痘，粉刺还有痤疮，改善周围皮肤炎症，淡化痘印，让您告别多年的困扰，真正做到完美无瑕。



泰好购商城

泰国 Repleo 系列：

修复抗敏两步霜是为敏感肌肤而研制的一大力作产品，现在泰国各大屈臣氏店铺上架有售，且销售惊人。真正适合所有肌肤的精华霜！孕妇或哺乳期均可使用，修护敏感肌肤！



# 网络营销

## 1. 网店运营（护肤品网店）



在淘宝网建立自己的店铺打造护肤品的专卖店。用搜索引擎迅速方便的找到我们的网站，而不用花费任何的费用

### 微信营销



利用微信朋友圈间的传播，达到广告目的。  
在公众号经营上，根据消费者对护肤的追求，我们可以每天给消费者推送关于护肤的小常识，并且附带一些小广告。

### 微博营销



利用新浪微博来进行宣传，利用微博建立自身产品及公司信息库，树立产品品牌。并且加一些人气高的博主，增加网店的点击量，从而增加销售量。

### 本地论坛社区



在各大天涯、知乎、贴吧的热门，进行软文推广。写软文，利用文章来宣传网店。编辑多种不同风格的文案，勾引网民的兴趣。



## 代理模式（微商）

经销商类别	价位	首批数
省级经销商	价格¥ 60	首批 540 盒
市级经销商	价格¥ 75	首批 300 盒
县级经销商	价格¥ 90	首批 20 盒

**Ps：奖金制度（同级奖励）** 同级奖励：意思就是只有同级推荐的才能获得奖金，比如 A 是县级经销商，推荐 B 做县级经销商，那么给 A 每盒 5 元奖金，若后期 B 想成为市级经销商那么 A 还是县级经销商的话那么就没有奖金了，除非 A 成为市级经销商。以此类推。

而且直接销售也会起到带动作用。再者是变相折扣。如采取“捆绑式”销售，以礼盒方式在节假日销售。这种方式的优点是：符合节日气氛，更加人性化。



# 财务与风险

---



利润分析



代购的机遇

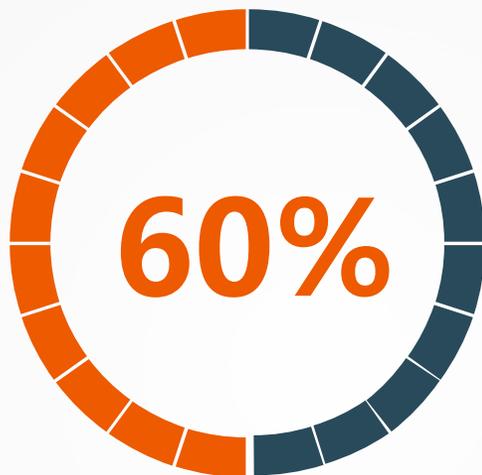


风险及策略



### 合作方的价格折扣

咸鱼团队长期与泰国供货商合作，有一定的价格折扣。



### 进货与出货的差价

最基本的利润就是赚取买卖的差价，主要是薄利多销。



### 合作方的销售返点

累计销售金额、数量，泰国供货商给予代理商一定的销售返点

## 电子商务的飞速发展及普及

至 2015 年 12 月，我国网民规模已达到 6.49 亿人，互联网普及率为 47.9%。其中，参与过网络购物的网民规模达到 3.61 亿人，从以上数据可以看到，随着我国互联网的普及，人们对电子商务、网络购物的接受度越来越高。数量如此庞大的互联网消费群体为网络代购业务的发展奠定了坚实的人口基础。

## 消费者购物需求的变化

随着人民生活水平的不断提升，消费者已经从追求“量”转变为追求“质”。

在电子商务跨越全球的平台，互联网外代购实际为消费者们提供了一个更多选择的机会，让他们不仅获得了心目中价优质优的产品，更加丰富了他们的消费选择。

100 万

## 信息获取存在障碍

在国内互联网购物市场中，虽然有很多网络消费者存在潜在的海外购物需求，但是由于语言障碍而导致他们无法顺利获取商品的相关信息，这会导致他们无法了解商品的真实情况。通过互联网代购商，能够为消费者解决这一难题。



## 国内的销售价格与国外差异较大

由于关税、物流成本、汇率等因素的影响，很多产品在国内的销售价格与国外差异较大，如一个 Jawbone UP24 运动手环在中国的售价为 1458 元人民币，而在美国的售价为 129 美元（约合人民币 799 元）。



## 国外商品折扣幅度非常大

还是以 Jawbone UP24 运动手环为例，相同配置的该产品在亚马逊中国站的折后价格为 1127.6 元人民币，而在亚马逊美国站的折后价格为 54.99 美元（约合人民币 340.54 元）

100万

请输入您的文字对实际情况进行说明



## 外币汇率短期不断降低

随着人民币不断升值，美元、日元等汇率不断降低，国内外同等商品价格差价会越来越大。



### 国家逐渐加大对海外代购的监管力度

海关总署于 2010 年 9 月发布的第 43 号公告《关于调整进出境个人邮递物品管理措施有关事宜》中取消了过去对个人邮递物品 500 元的免税额。新规定大幅提高了采购成本，这对采用从境外邮寄商品的互联网海外代购商造成了极大的打击。

最终的价格至少包括商品原价、当地境内运费、当地税费、代购服务费、国际运费、中国海关关税。此外，海外代购还要考虑汇率的波动，因此价格风险很难控制。

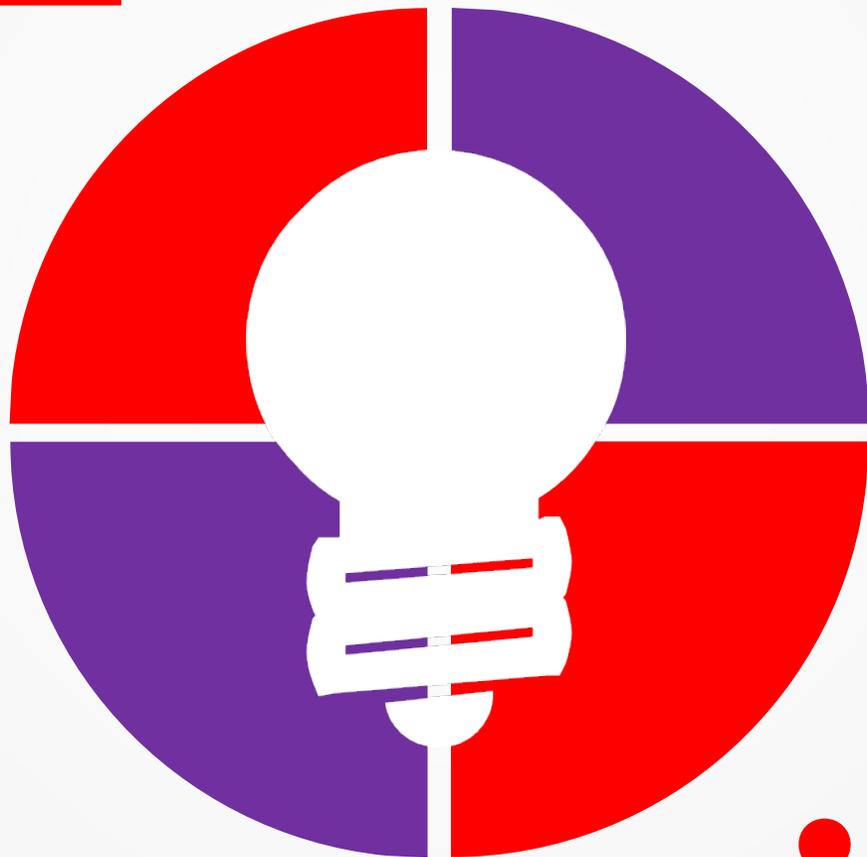
### 价格风险

### 质量风险

为了避税，商家往往要将货品标签取掉，更不会携带货品小票入境。所以，通过代购渠道买到的商品一般拿不到正规票据，导致以仿制品充当真品的事件时有发生，即使是真品，质量及后期服务也很难得到保障。

海外代购买卖行为发生在海外，而对最终消费者的损害发生在国内，消费者若想直接向海外零售商索赔，在法律适用上可能会产生冲突。

### 退换风险



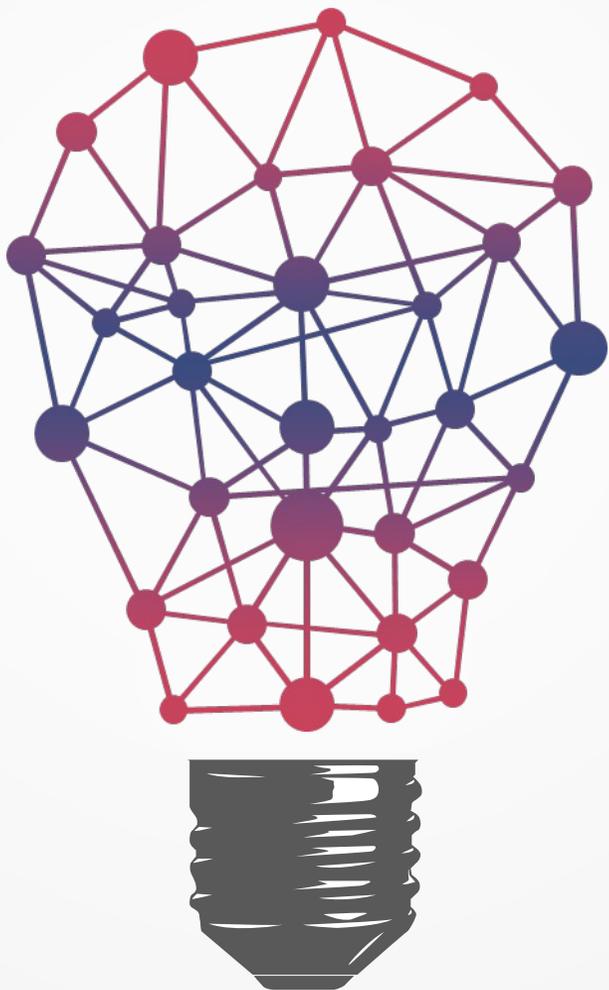
# 如何应对

政府加大监管：

我们可以以此为契机，进行良性转型，坚持守法、尊法的原则

价格风险：

- ① 对价格波动敏锐，报价与境外采购时间间隔尽量缩短。
- ② 在最终销售价格中加入一定比例风险金的方式预防。



质量风险：

- ① 寻找可靠的供应商，并在客户之前试用，试用无误，确保产品质量
- ② 运输途中包装、商品破损，销售人员尽量安抚客户，一切以客户优先。

退换风险：

- ① 接收订单前尽量全方面介绍产品（包括缺点），下单前留给客户充足思考时间。
- ② 尚未完成境外采购，取消采购，退还订金。
- ③ 已完成境外采购，退还部分订金甚至不退。

THE ENDDING

展示完毕 感谢聆听

 有梦的咸鱼

