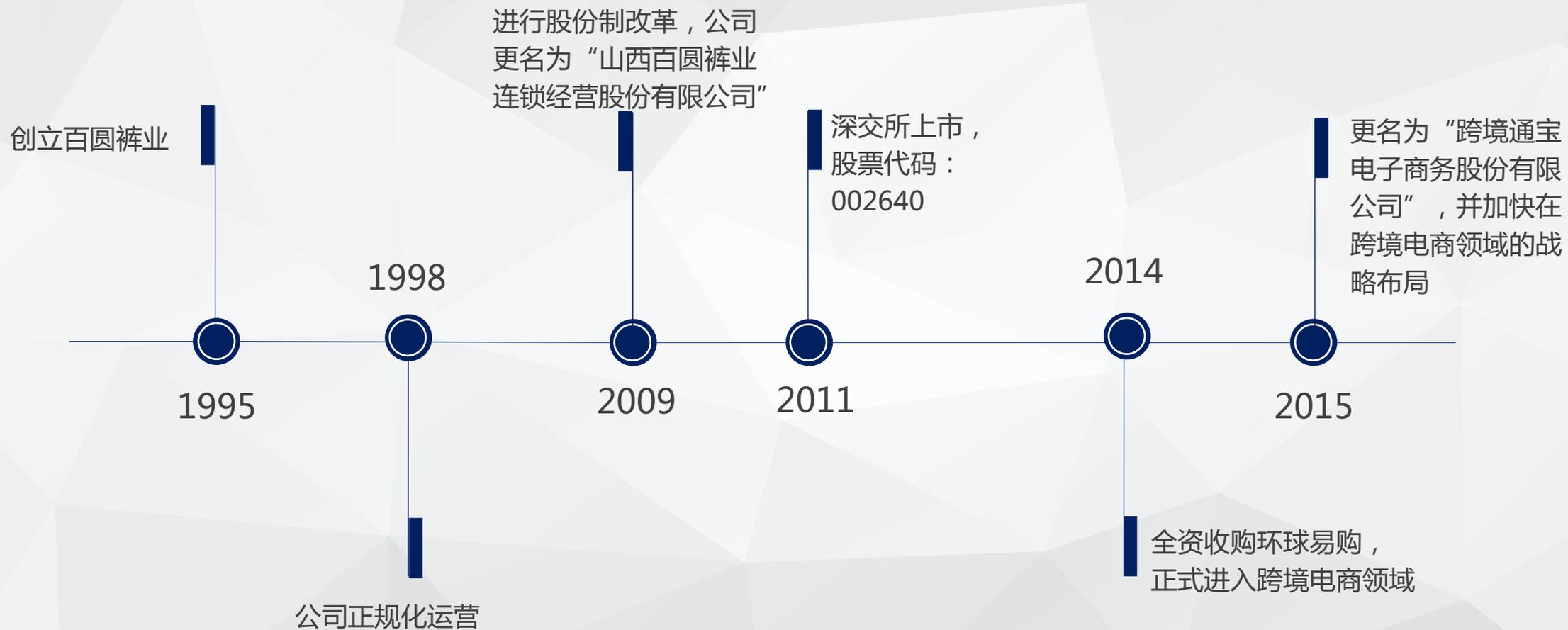




# 公司历程



## 公司主营业务

跨境  
电商

服装  
零售

# 服装零售业务



## 强大的公司实力

专做裤装18年，作为国内首家上市的专业裤装企业引领裤装行业的发展，形成强有力的品牌竞争力。



## 先进的管理体系

信息化管理体系实现终端库存的实时把控，及时有效的反馈终端店面的货品情况。建有符合业务发展的供应链管理体系，微供应链各方构建一个统一的资源信息平台。



## 精准的品牌定位

目标市场主要为二三四线城市，结合目标顾客群定位，25-55岁拥有成熟的消费理念及成熟的消费能力的中等消费者为主。



## 专业的团队支持

专业人员配备，强大的组织结构，提升产品销量，提高时长份额。



百圆裤业品牌创立于1995年，以特许连锁模式运作的裤装营销项目。

# 跨境电商业务

## 传统线下外贸



## 传统外贸的弊端

- 过度依赖传统销售
- 买家需求封闭
- 订单周期长
- 利润空间小

## 外贸B2C



## 跨境电商的优势

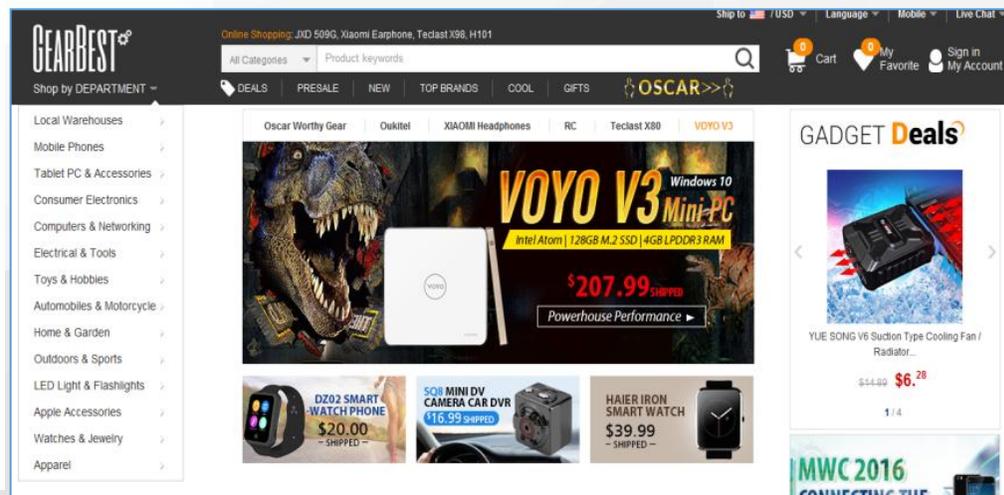
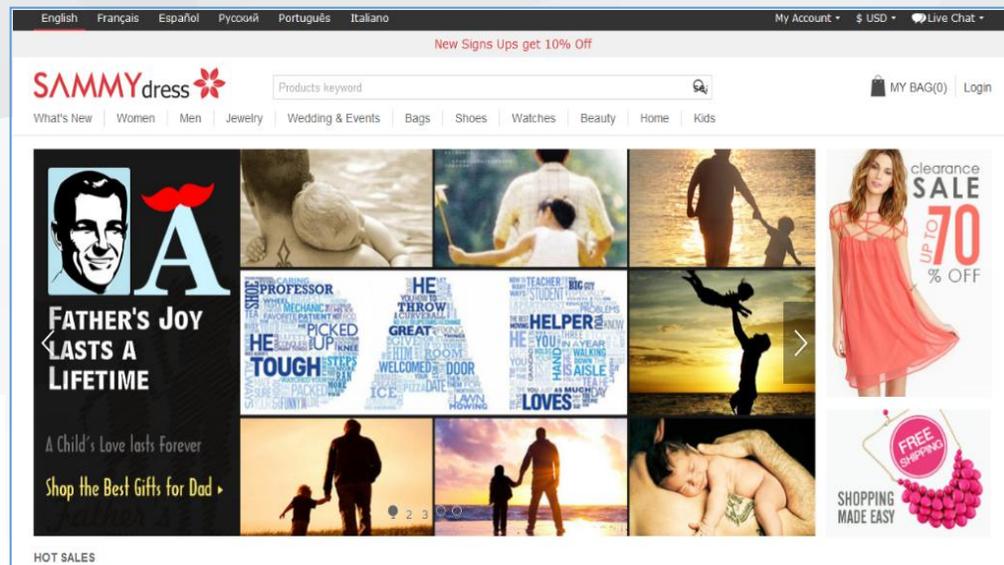
- 中国优势产品直接面对国外个体消费者
- 减少贸易中间环节和商品流转成本，提高供应链效率
- 提升跨境电商平台获利能力
- 降低商品的销售价格，增强消费者的购物体验



- 通过Sammydress、Gearbest等自建专业品类垂直电子商务销售平台和eBay、Amazon等第三方平台进行跨境出口B2C销售，通过采销差价赚取利润
- 扎根中国，惠通全球，产品直销美国、加拿大、英国等全球200多个国家和地区
- 核心客户群集中在18-35岁，具有全球化互联网消费观念
- 产品品类主要为服装服饰、3C类电子产品，SKU数量超过25万个

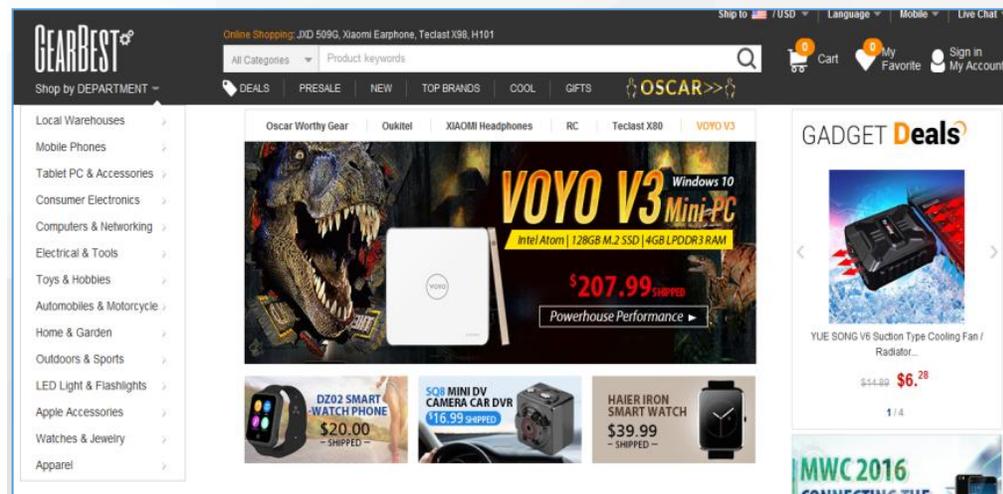
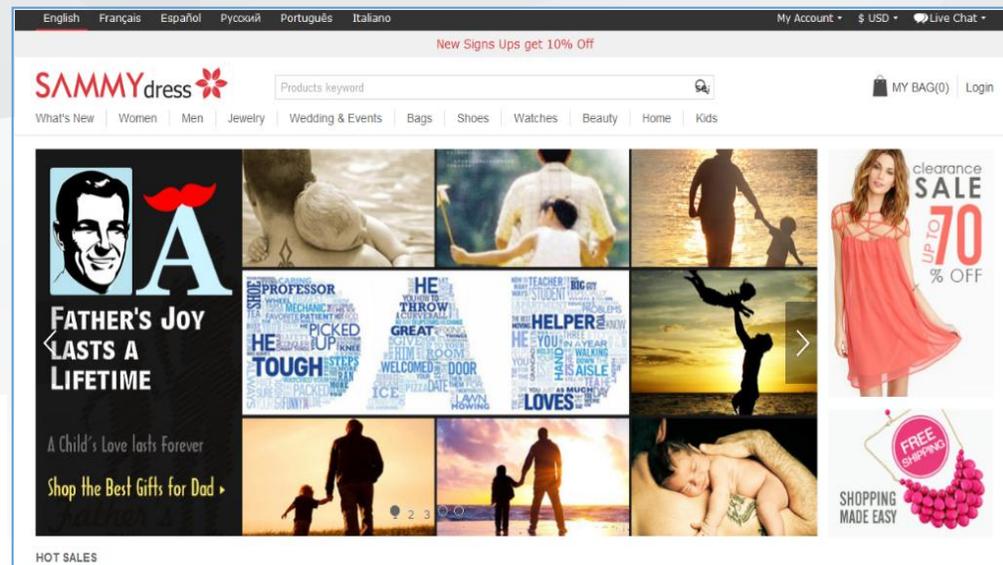
# 跨境电商业务 自营B2C网站销售模式

终端用户注册登录网站，在网站上进行商品浏览、选择喜爱的商品，及自助下单。然后利用第三方支付工具（如Paypal, GC, Word Pay），进行订单支付。付款成功后，企业财务人员会对订单的风险、价格、运费等相关因素进行审核，确认无误后，订单进入物流配送流程。款项通过第三方支付公司撤资到公司香港银行帐户，进行采购，物流结算。



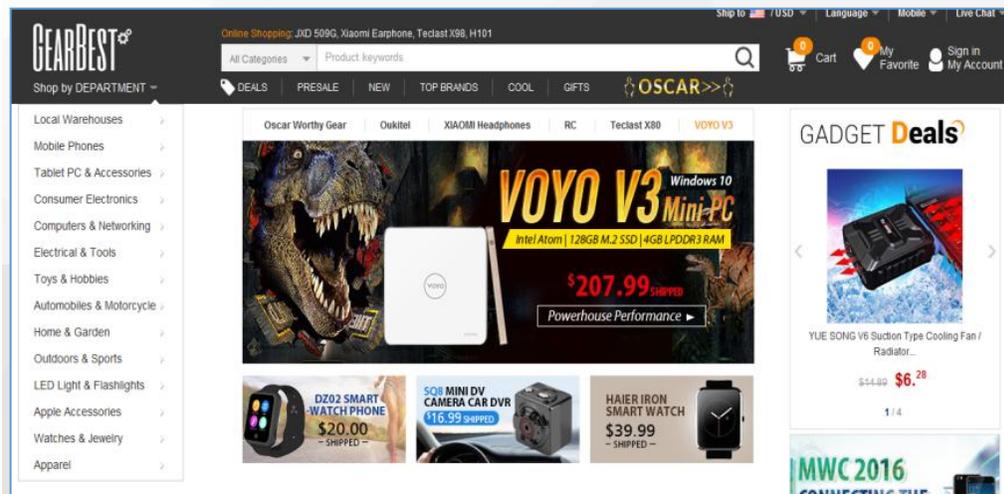
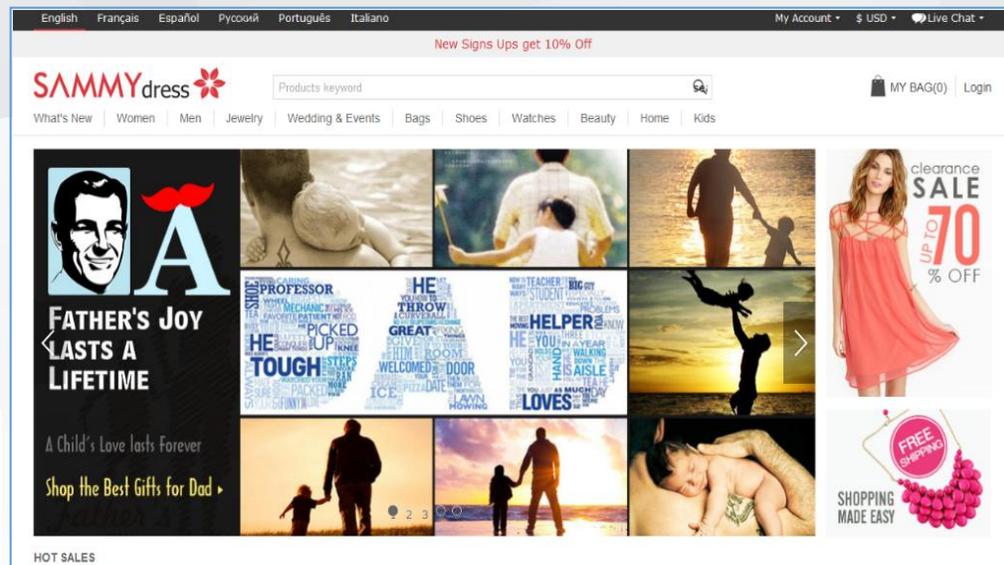
# 跨境电商业务 自营B2C网站采购模式

采购模式主要分为计划性采购和零星采购。计划性采购主要是针对平台热卖品，采购部根据产品历史销售情况、销售趋势的数据进行采购需求分析和备货。保证库存的动效率，降低呆滞率。零星采购则在用户下达销售订单后，向供应商针对性采购，主要针对于新品和非热卖的产品。



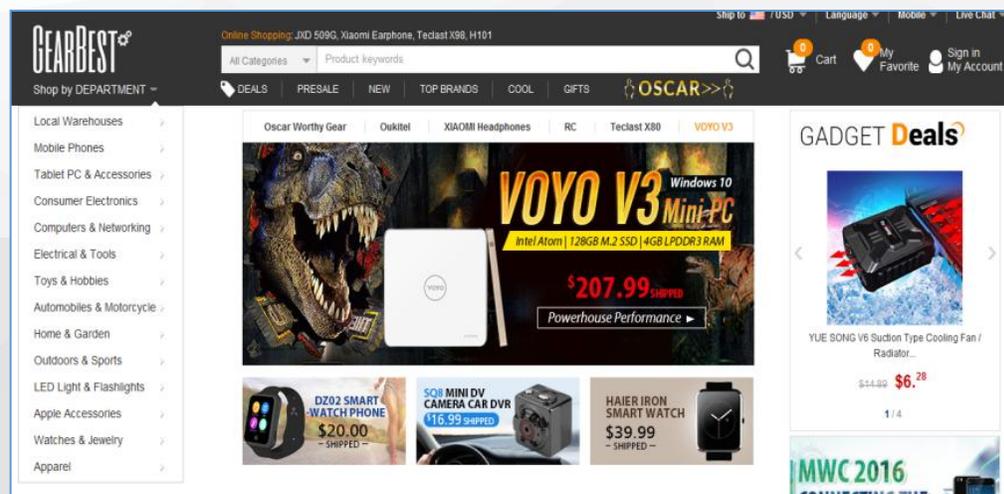
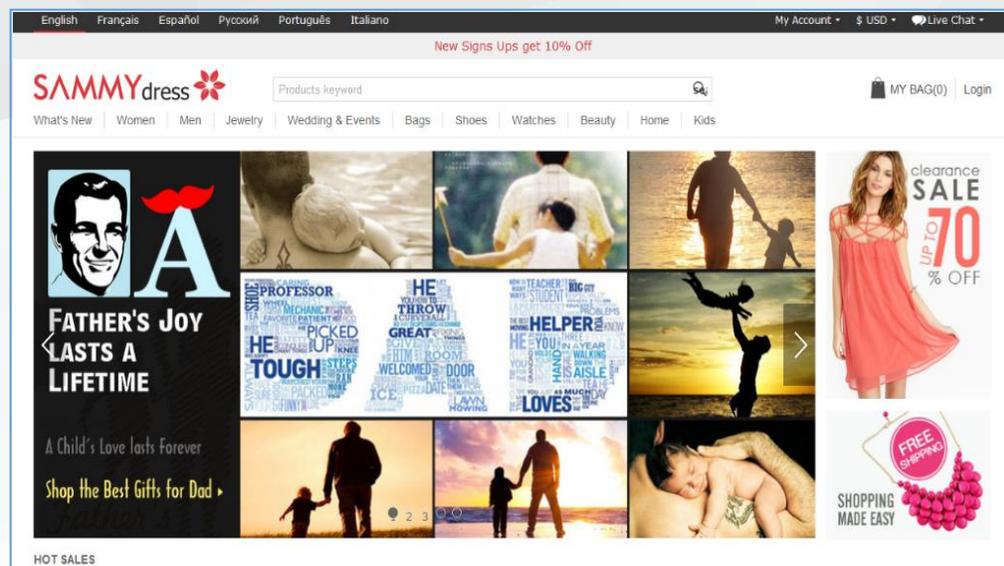
# 跨境电商业务 物流模式

物流方式有两种，第一种为在国内发货的产品由第三方物流公司（主要是DHL、Fedex、UPS、中国邮政和其他航空小包）到国内仓库取件后发往国外，按照实际重量等与物流公司结算。第二种为在国外备货的产品，通关海关B2B模式报关后，由物流公司将货物运至海外仓进行仓储服务、库存管理等并按照每天的发货单提取货物进行配送。



# 跨境电商业务 自营B2C网站核心业绩

- (1) 截至2015年12月31号, 自营网站注册用户数**3650**多万, 3个月活跃用户数**1800**多万, 客户重复购买率**36%**左右。
- (2) 2015年12月日均流量**350**多万独立IP, 转化率**1.5%**左右。
- (3) 电子站gearbest.com 全球Alexa排名**400-500**名。 多个风格的服装网站世界排名**5000**名以内, 2个排名**2000**名以内。
- (4) 电子站目前SKU数**6**万左右, 服装站在线SKU数**18**万左右。
- (5) 服装事业部纯利**7-10%**, 电子自营网站利润**2%**左右, 第三方平台事业部 (Ebay, Amazon, Aliexpress等平台) 纯利**4%**左右。
- (6) 服装事业部, 电子事业部, 第三方平台事业部多年来都保持**100%**以上的年增长率。





## 1

### 业内领先的大数据运营能力:

大数据分析贯穿公司所有业务流程包括流量导入、运营，选品，推荐，采购、物流、客服等业务链条。

(a)结合公司销售和转化数据，与第三方媒体广告数据，构建客户、媒体、商品多维度模型，且能根据用户点击、转化效果，不断优化模型，形成闭环，将合适的商品通过合适的媒体推荐给合适的客户，达到精准广告投放。目前我们系统会通过与google, facebook的API对接，每15分钟更新一次广告组的ROI最新结果，再通过人工，筛选出优质的广告组添加费用，和效果差的广告组，进行及时调整受众的国家，人群，喜好等。

(b)通过数据分析，分析商品的产品生命周期，确定商品处于成长、快速成长、成熟、衰退期由此来指导产品的销售，备货及清仓，实现良性的仓库库存周转和快速回货。

(c)公司各个关键流程，节点，岗位都进行数字化考核，保证已有问题就能够及时发现并分析出问题原因，找到对应负责人，进而解决问题。



## 2

### 出口B2C的规模优势：

截止2015年末，公司旗下各平台合计注册用户数量超过**3,650万人**，比上年末增加**2,400万人**；月均活跃用户数超过**800万人**；自营网站在电子品类，服装品类均保持行业第一的规模。

公司目前仓储面积达**15万平方米**，**SKU数量25万个左右**，人员超**3000人**。**2015年销售额超过37亿**，保持出口行业第一的规模。

目前公司在服装品类，手机品类，平板电脑等品类零售出口保持行业第一的水平。我们希望通过进一步扩大销量的同时，利用我们的规模优势，把市场上热卖的产品，机会点，物流渠道，推广渠道，支付渠道的优势资源更加深入的把控在跨境通的业务体系内。使得跨境通在整个行业里的竞争优势越来越大。



### 3

## 业内领先的团队优势：

公司进入跨境电商领域较早，团队积累了丰富的行业经验，对行业趋势、技术革新、市场需求的变化有前瞻性的把握；

公司目前员工**3000**多人，主要分为服务、电子、第三方平台，进口及分销等几个事业部，**1**年以上员工离职率低于**5%**；

公司中高层管理人员的服务平均年限为**5-7**年，是企业自己培养的年轻、有朝气、有执行力，能承压，能打仗，效率高，凝聚力强的奋斗型团队；

我们秉承公司利益第一的理念，坚持多劳多得，少劳少得的绩效分配原则，建立了有效的绩效分配体系。



### 4

## 高效的供应链管理体系：

公司建立了良好的供应商考评体系，对供应商认证和考核范围包括产品质量、交货速度、价格、服务、内控管理体系等方面，对达不到要求的供应商取消其资格。目前公司长期合作的服装供应商有**800**多家，其中工厂有**100**家左右。电子供应商有**1000**家左右，其中主要为工厂。

在供应链整合方面，公司通过数据分析对供应商进行时时考评，及时淘汰不良供应商，培养符合条件的优质供应商，提高了公司产品质量，客户体验。



### 5

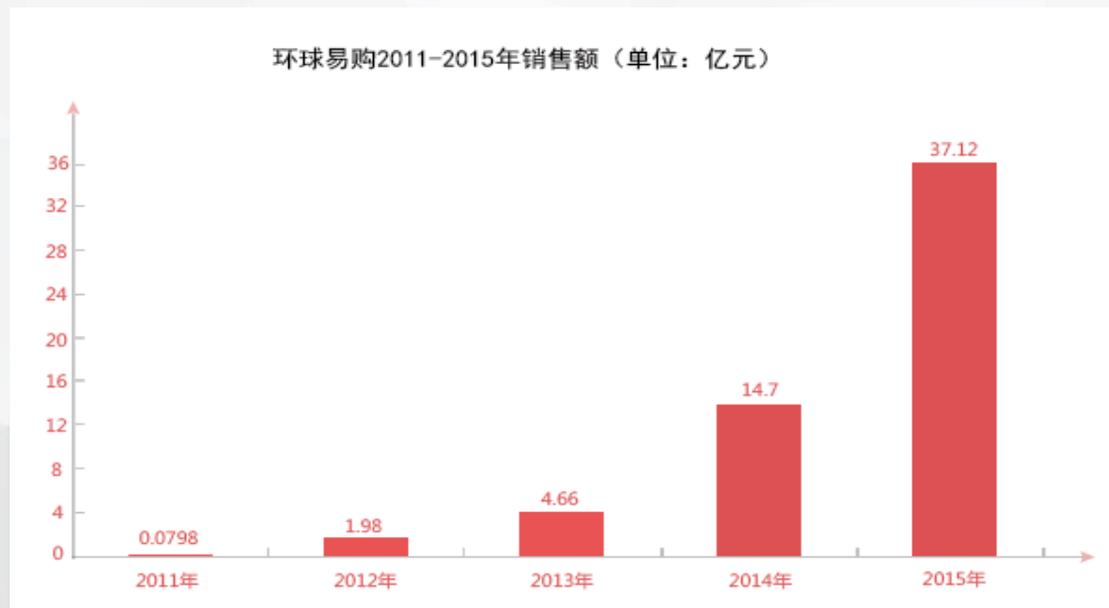
## 资本市场先发优势：

公司目前是A股唯一主营业务为跨境电商的公司，可以为公司跨境业务提供强大的资金支持，加速公司的快速成长，快速拉开和竞争对手的距离。同时为公司在业务合作中提供强大后盾，包括在信用，资源，担保等层面的支持。

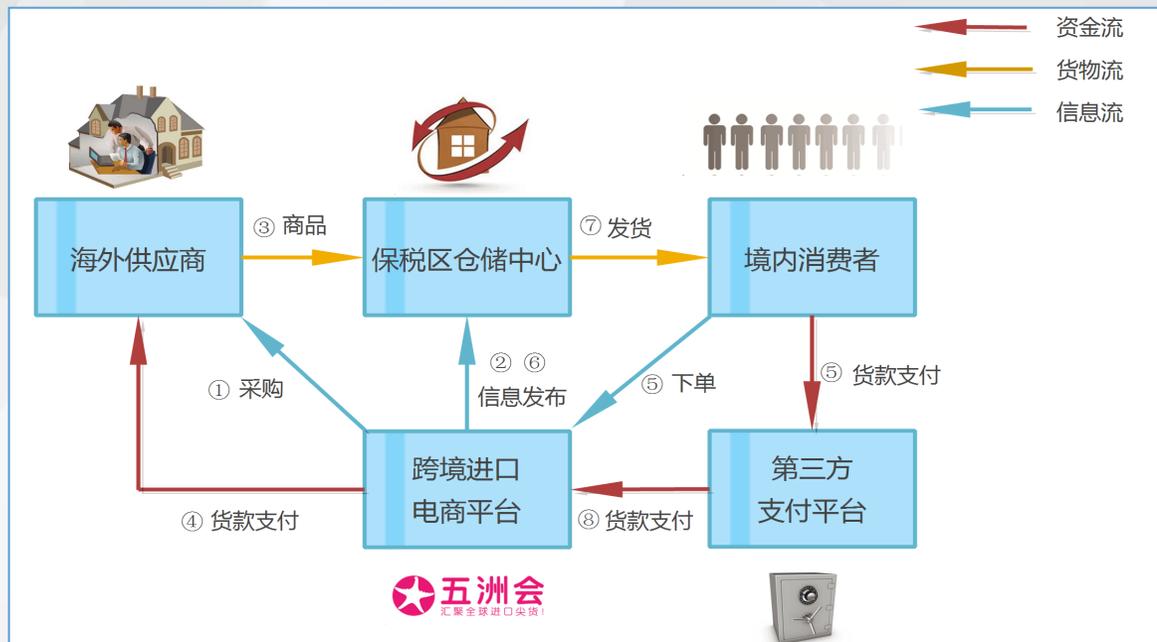
同时公司利用资本市场的优势，会在各个模块进行布局，包括进口业务，行业优质公司的收购，物流仓储，支付等领域的优先布局，抢占行业制高点。

## 跨境电商业务 经营业绩

跨境电商业务**2015年**营业收入**37.12**亿（业绩快报，未经审计），**2012-2015年**营业收入年均复合增长率达**165%**，净利润年均复合增长率达**125%**，在国内跨境电商领域已经形成自己独特的竞争优势。



# 非公开募投项目——跨境进口电商平台建设项目



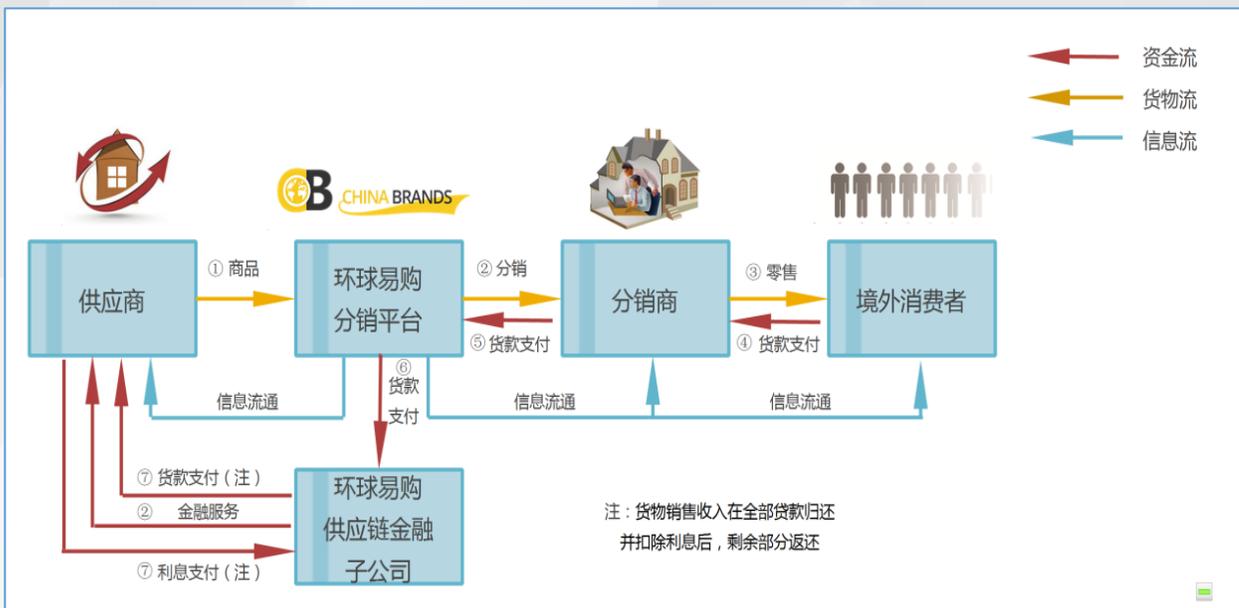
项目投资情况：本项目投资金额总计**157,786.02**万元，其中电商系统搭建费用为**12,638.80**万元，人员投入为**20,500.00**万元，品牌推广投资为**49,760.00**万元，存货采买费用为**70,291.51**万元，基本预备费为**4,595.71**万元。投资情况如下：

序号	投资项目	投资金额	投资占比
一	电商系统搭建成本	<b>12,638.80</b>	<b>8.01%</b>
二	人员投入	<b>20,500.00</b>	<b>12.99%</b>
三	品牌推广投资	<b>49,760.00</b>	<b>31.54%</b>
四	铺底存货	<b>70,291.51</b>	<b>44.55%</b>
五	基本预备费	<b>4,595.71</b>	<b>2.91%</b>
总计		<b>157,786.02</b>	<b>100.00%</b>

**主要服务客户：**中国范围内有海购需求的群体，进口电商实现的是足不出户，可以在境外购物的消费诉求。

**业务运作方式：**环球易购进口电商项目由公司旗下“五洲会”等品牌经营运作，分为网络电商和线下体验店两种模式，业务运作模式如上图。

# 非公开募投项目——跨境出口电商B2B综合服务平台建设项目



**项目投资情况：**本项目投资金额总计63,281.04万元，其中包括场地费用1,564.00万元，设备投资910.36万元，项目实施推广费用60,806.68万元。具体投资情况如下：

序号	投资项目	投资金额	投资占比
一	<b>场地费用</b>	<b>1,564.00</b>	<b>2.47%</b>
1	场地开办/建设费用/建设费用	1,192.00	1.88%
2	场地装修费用	372.00	0.59%
二	<b>设备投资</b>	<b>910.36</b>	<b>1.44%</b>
1	硬件投资	673.20	1.06%
2	软件投资	237.16	0.37%
三	<b>项目实施推广费用</b>	<b>60,806.68</b>	<b>96.09%</b>
1	项目人员投入	8,831.60	13.96%
2	供应链金融投资成本	47,775.08	75.50%
3	营销推广费用	4,200.00	6.64%
总计		<b>63,281.04</b>	<b>100.00%</b>

**主要服务客户：**跨境贸易代理商、分销商；

**业务运作方式：**供应商将货物放到环球易购的仓库，由环球易购统一销售给分销商，分销商再通过零售渠道销售给境外消费者，环球易购旗下www.chinabrands.com网站及后续投入主营出口货源分销业务。

# 非公开募投项目——跨境电商仓储及配套运输建设项目

设立跨境海外仓、国内保税仓及仓储物流园，形成全新的仓储及配送供应链条。

本项目公司拟投资**34,025.19**万元用于跨境电商仓储及运输配套建设，其中，场地费用**16,320.00**万元，设备投资**6,672.94**万元，项目实施推广费用**9,412.00**万元，项目预备费**1,620.25**万元。



序号	项目	单位	金额	比例
1	项目场地费用	万元	<b>16,320.00</b>	<b>47.96%</b>
2	项目投资	万元	<b>6,672.94</b>	<b>19.61%</b>
2.1	硬件设备投资	万元	<b>6,226.06</b>	<b>18.30%</b>
2.2	软件投资	万元	<b>446.88</b>	<b>1.31%</b>
3	项目实施推广费用	万元	<b>9,412.00</b>	<b>27.66%</b>
4	预备费	万元	<b>1,620.25</b>	<b>4.76%</b>
总投资金额		万元	<b>34,025.19</b>	<b>100.00%</b>



THANKS