

讨价网 商业计划书

汇报人：涂江宁 时间：2020年XX月XX日

目录 / CONTENTS



项目亮点



行业现状



公司概况



商业模式



战略规划



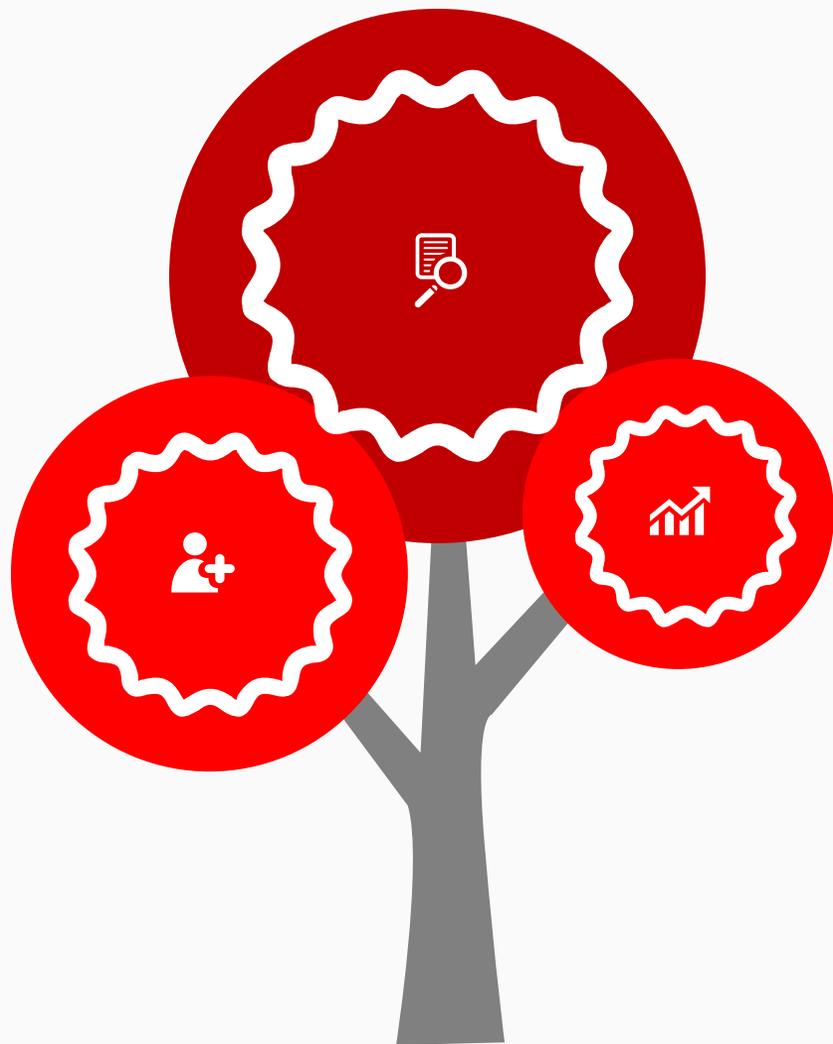
财务预测



一、项目亮点

项目亮点

“讨价网”拥有四大良好基因,具有发展成为巨型独角兽的潜质。



1

市场交易体量大、有刚需、轻资产运营

2

涂式3.0多对多加减价拍卖撮合平面交易专利技术

3

涂式全民私域流量裂变营销方法

4

勿需烧钱，科学有效的平台落地金字塔推广模式



二、行业现状

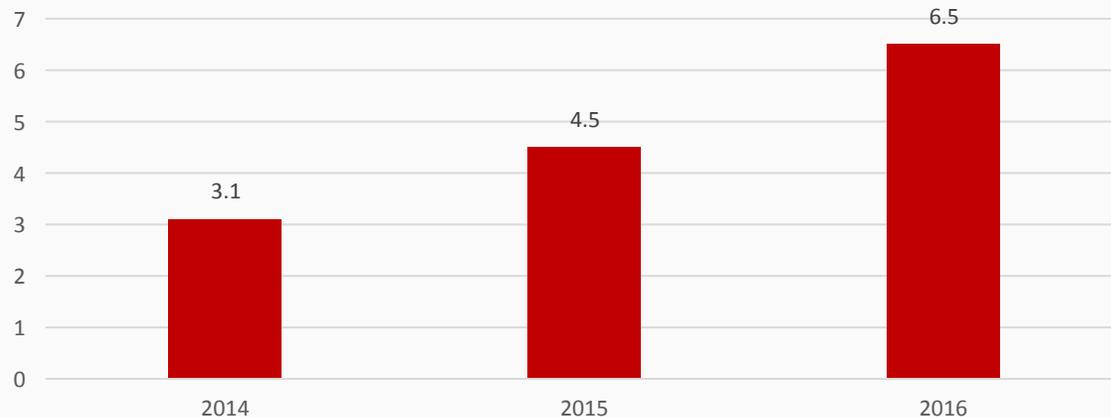
行业现状

市场规模

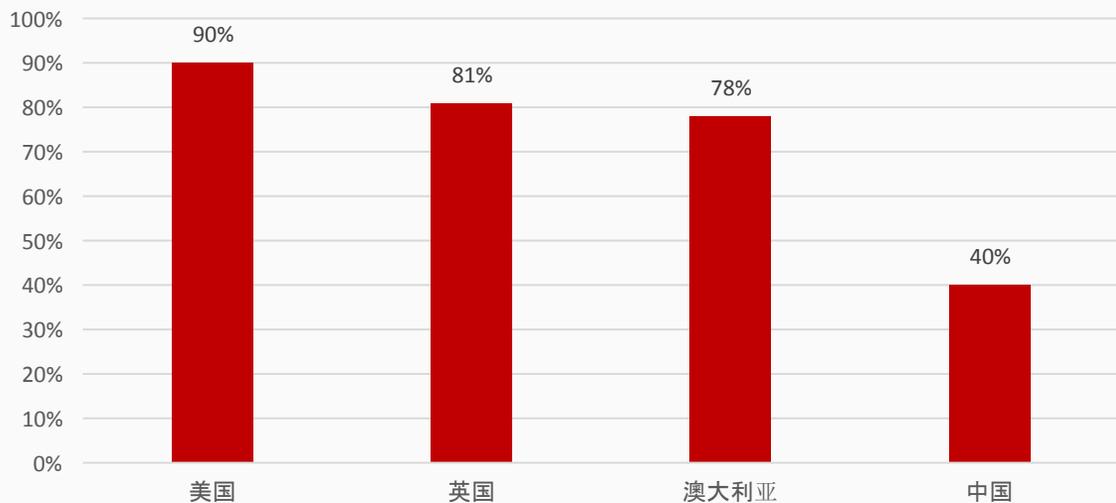
- **2014-2016年全国二手房交易额从3.1万亿增至6.5万亿，增幅109.7%**
，一线城市二手房成交占比提升明显，北京、上海、深圳、广州二手房成交占比分别增加16.1pct、6.2pct、11.2pct、6pct，达到69%、77%、73%、50.3%；其中广州市首次实现对同期新房成交套数的超越。而2016年全国二手房交易规模占住房交易总额的比例达到41%，
我国房地产行业正逐步走向存量房时代。
- **截至2018年末，我国累计二手房交易金额已经超过30万亿元，过去5年中国二手房交易体量达1557万套，实现跨越式增长，**
以一线城市的二手房市场发展最为迅速。过去20年，北京的二手房交易GMV达到5.1万亿元，交易总套数210万套，交易量增长7.5倍，GMV则增长120倍；上海二手房交易GMV达到6.6万亿元，交易总套数365万套，交易量增长15倍，GMV增长250倍，
我国核心城市的二手房交易量正逐渐超过新房，我国的房地产市场正步入以二手房交易、租赁为主的存量市场时代，并呈现逐年增长的趋势。

全国二手房交易额

单位：万亿



主要国家二手房交易规模占比



市场前景

- 在近十几年的快速发展过程中，**二手房交易量占商品房总交易量的比例逐渐呈现上升趋势，二手房中介的交易规模也越来越大。二手房限价政策客观上可能延长二手房交易的景气**。
二手房的定价低于周边新房的定价，即使资金成本上升，购房者仍然可能保持较高兴趣。随着国家对新建商品房市场调控力度的加大和存量房市场的逐步扩大，**二手房市场将逐步发育成熟，成为与一手房市场相竞争和共存的市场形态。**
- **未来中国二手房经纪市场的增长潜力依然巨大**
，一方面中国存量房的价值正在逐渐累积，随着行业互联网化的深入和消费者对互联网认可度的提高，房地产经纪公司的渗透率也将进一步提高；另一方面，，中国流通率仅为2%，而美国等发达国家流通率则达到4%之高，**我国增长空间广阔我国的存量房流通率与国际发达国家水平相比存在差距，预计未来房地产经纪行业的市场规模将超过2000亿元。**与此同时，**中国的二手房交易规模占比不到40%，**而美国的二手房交易规模占比则达到90%，英国达到81%，澳大利亚78%，中国香港85%，**我国二手房市场的交易规模具有进一步发展的空间。**

市场痛点

传统二手房经纪服务的诸多**不诚信行为**屡禁不止，已经是行业公开的秘密，尽人皆知，只是在没有更好的模式取代之前，业主无奈不得不选择。

私单

跳单

吃差价

假房源

砍佣金

安居客，贝壳找房之类的二手房平台**仅仅只是信息发布和管理平台**，只完成了整条交易链的百分之五十，**没有真正的解决**买卖双方最渴望解决的**网上拍卖撮合成交**的交易问题。



三、公司概况

公司概况-公司简介



- **深圳市涂式科技有限公司**是“讨价网”交易平台的**技术研发、运维机构**。专门为平台市场化而成立的公司。
- “讨价网”是创始人涂江宁团队知识沉淀和人生阅历交融一体的智慧结晶。
- 运营团队始终坚持利用**涂式（平面交易专利技术 + 裂变营销方法）**赋能于非标准化商品交易市场，把平台建设成全体讨价人共享共赢的平台。

公司简介	
公司名称	深圳市涂式科技有限公司
成立时间	2019年9月18日
注册资本	2000万
注册地点	深圳市福田区深南中路3039号国际文化大厦2308
公司愿景	重新定义全环房车营销市场新格局

股权结构			
股东姓名	出资额（万元）	出资方式	股权比例（%）
涂江宁	800	货币	40
韦健宁	800	货币	40
莫彬	60	技术	3
余新俸	80	技术	4
黄建强	60	技术	3
广西南宁市 泽五洲商务有限公司	200	货币	10

涂江宁

- 创始人涂江宁先生具有硕士学历，是一位互联网专家型老兵，国家注册拍卖师。“**联拍网**”**创始人**，也是“**讨价网**”**核心专利技术的发明人**。
- 1998年的时候就在南宁市委大门边搭建了一个“**信息跑道**”，成为当时**广西信息科技产品普及及应用第一人**，曾经做过二手车房中介公司，拍卖公司，与广西日报社合作**推出“广西网上交易市场”电商平台**，成为**广西推广网络电子交易第一人**。
- 多年从事及研究拍卖与电子商务的相关工作，**擅长使用创新科技工具与传统模式结合起来，抓住痛点，颠覆传统行业**。



公司概况-核心团队



涂江宁 创始人&CEO

华东理工大学硕士研究生，1998年的时候就在南宁市委大门边搭建了一个“信息跑道”，成为当时**广西信息科技产品普及应用第一人**，此后做过二手车中介公司，拍卖公司，与广西日报社合作**推出“广西网上交易市场”电商平台**，成为广西研究和推广**网络电子交易最早的一批人**。其后研发的“**联拍网**”在司法拍卖领域大放异彩，被广西高院遴选为**广西唯一司法拍卖平台**。



莫彬 COO兼CFO

广西财经学院经济管理本科，拍卖师，跟随涂江宁二十年，除了一直总管各类项目财务，**负责过拍卖公司，主持拍卖上百场，成交额破亿元**；负责原“**广西网上交易市场**”运营；负责“**联拍网**”运营，**年交易量超25亿元**。对各种非标准化商品的交易有深入研究。



余新俸 CTO

广西桂林电子科技大学软件开发本科，资深架构师，十五年互联网及软件开发经验，**擅长系统架构设计、系统性能调优、高并发秒杀、大数据处理**，对大型分布式，高并发及微服务架构有非常深入研究，主导包括**广西新闻出版局管理系统、广西质量监督局安检系统、广西水利厅数据筛查系统**等多个千万级互联网项目研发，2010年带领技术团队加入“**联拍网**”，全面接手平台技术相关事宜，2018年在涂江宁领导下团队开始开发“**讨价网**”。



杨亮冀 CMO

湖南警察学院法律专业本科，**十三年营销经历**，**擅长大型项目、展会活动的策划及落地执行**，2009年2010年两年**广西会展中心所有展会项目的策划和实施总负责人**，2011年加入联拍网并开始组建自己营销团队。

项目介绍-项目概述

“讨价网”是基于创始人涂江宁发明专利（ZL200510018475.4利用**互联声讯电信移动网实现竞价**的系统，发明专利证书号:479002）和“**涂式3.0多对多加减价拍卖撮合平面交易专利技术**”而设计。在讨价人的组织下，根据交易约定的条件，买卖人线上实时动态、用于**拍卖撮合交易**的工具。

平台功能“满足了买卖双方对成交价格的欲望”。实现将线下“**拍卖 + 讨价还价**”的场景搬到互联网上，利用“**多对多**”大范围**拍卖撮合机制**。也即一个卖方和多个买方讨价；一个买方和多个卖方还价。目的是让“**卖方卖得高又快；买方买得低又好的商品**”。吸引买卖双方都不愿意“**跳单**”，在“**讨价网**”平台确认成交价格。

传统交易是线上发布信息，线下店铺“**一对一**”撮合，交易成本高、效率低、吃差价、易“**跳单**”。讨价网既是信息发布平台，也是个网上交易成交平台。

“讨价网”以其拥有的发明专利核心技术实现了线上**买卖多对多拍卖撮合成交**、颠覆传统的线上发布信息、线下一对一撮合成交的传统中介模式。由于“讨价网”**收费透明低廉，模式优越，交易流程满足了买卖双方对成交价格的欲望，所以无惧买方与卖方单独见面“跳单”**。这才是名副其实的“**信息公开透明，费用成本低、工作效率高、买方与卖方可以直接见面、无中间商赚取差价**”的**第三方C2C网络交易平台**。

目前全国二手房交易市场规模大、有刚需，仅深圳一地2020年7月就有14063套二手房成交，按平均成交价600万，佣金额2%计，深圳七月份的成交额就有844亿，佣金量达到16.88亿。

“讨价网”拥有①**市场交易体量大、有刚需、轻资产运营**，②**涂式3.0多对多加减价拍卖撮合平面交易专利技术**，③**涂式全民私域流量裂变营销方法**，④**科学有效的平台全国落地推广商业模式四个良好基因**。将来完全有机会发展成为一家**巨型独角兽**。

The image shows a screenshot of the Tjw333.com website. At the top, there is a navigation bar with links for '首页' (Home), '等你讨价' (Waiting for you to bid), '讨价预告' (Bid announcement), '正在讨价' (Bidding in progress), '讨价成交' (Bid completed), '资讯法规' (News and regulations), '讨价人员' (Bidders), and '投资伙伴' (Investment partners). A search bar is present with the text '请输入关键字, 结果按保留价从低到高' and a '搜索' (Search) button. Below the navigation bar, there is a large banner for '战略谋划' (Strategic planning) featuring a Buddha statue and the text '利益众生 慎对资本人、利益讨价人', '合纵连横 合纵中介人、连横物业人', '讨价天下 讨价遍天下、全民共参与', and '共事共赢 和谐好共事、分配促共赢'. The banner also includes the slogan '少烧钱、多智慧, 用善心(分佣)去拓展市场'. Below the banner, there is a grid of categories: '二手房产' (Second-hand real estate), '新房楼盘' (New house projects), '房产租赁' (Real estate rental), '二手汽车' (Second-hand cars), '物资设备' (Goods and equipment), '艺术藏品' (Artworks), '土地债权' (Land and debt), '技术文创' (Technology and culture), '农林流转' (Agriculture and forestry), and '社区购销' (Community buying and selling).

项目介绍-交易物

“讨价网”交易物包括**新旧车房、租赁、设备物资、字画艺术品、土地债权、著作权、技术专利、电视广告时段**等一切非标准化难以直接定价的商品。



“讨价网”交易参与者为所有具有**民事行为能力**的**自然人、法人、非法人组织、国家机关**等等，即只要法律无禁止，则注册为网站会员后，都享有**买卖自由**的权利。

自然人

法人

非法人组织

国家机关

“讨价网”核心交易模式是拥有国家专利保护下的“**多对多加减价拍卖撮合交易系统**”，也称为“**涂式联合拍卖模式**”，其包括三个方面的创新功能。



多对多交易功能

在同一个平台、同一个时间段，一个卖家同时与多个买家讨价；一个买家交纳一份保证金也可以同时与多个卖家还价。这种交叉型多边竞争机制的结果是：卖方市场下、推动买家不断提高竞价；买方市场下、推动卖家不断降低保留价。最后在平台确认成交价格。



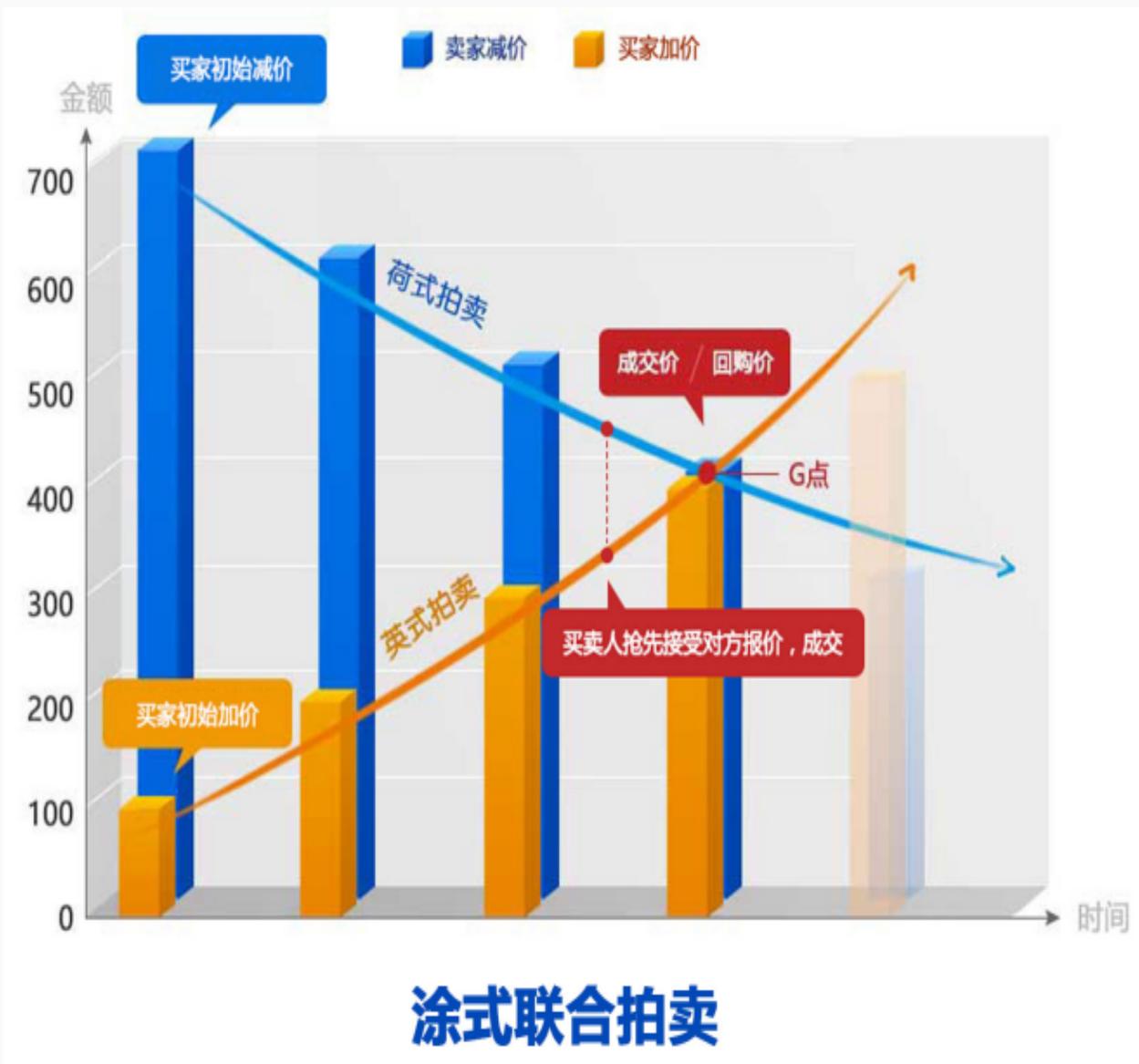
加减价功能

顾名思义，加减价功能就是把现实中讨价还价的场景用创新互联网工具在网络上表现出来，买方多出一点，卖方少收一点，拍卖结束后经过讨价人中间撮合达成交易，没有达成交易的商品可以进入“等你讨价”栏目轮下一个周期继续讨价，形成流畅的商业闭环。



联合讨价功能

联合讨价就是发动全部讨价人和市民招商促成交易。主办讨价人组织讨价活动，全市协办讨价人及市民微信、朋友圈招商寻找买家，谁找到的买家最终成交，则他们可以分配10%以上佣金。



科学依据

- **英国式拍卖**：是一种“**加价式拍卖**”。其形式是拍卖标的竞价由低至高、依次递增。当到达拍卖截止时间，应价达到或超过保留价的最高者为买受人。
- **荷兰式拍卖**：是一种“**减价式拍卖**”。其形式是拍卖标的竞价由高到低、依次递减。直到第一个竞买人举牌应价成交。
- 本发明是在互联网技术的辅助下，把**英国式拍卖**和**荷兰式拍卖融合成一体**，研究发明了“**多对多加减价拍卖撮合交易技术（又称：涂式联合拍卖）**”。
- 其**数学理论基础**是**平面不平行两直线交汇定律**：斜率越大，直线交叉越快。

模式等级分类

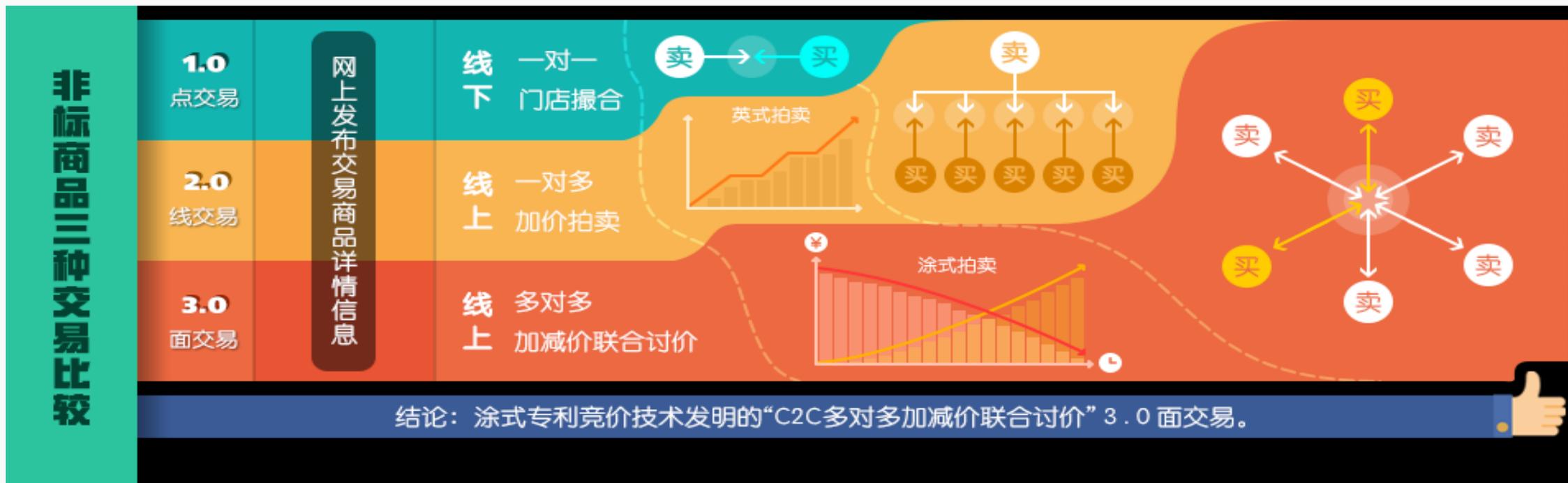
当前非标准化商品交易分三个级别：

(1) 1.0点交易：线下一卖家对一买家门店讨价还价，报价从高到低的减价交易撮合（如：安居客、贝壳找房、房天下等）；

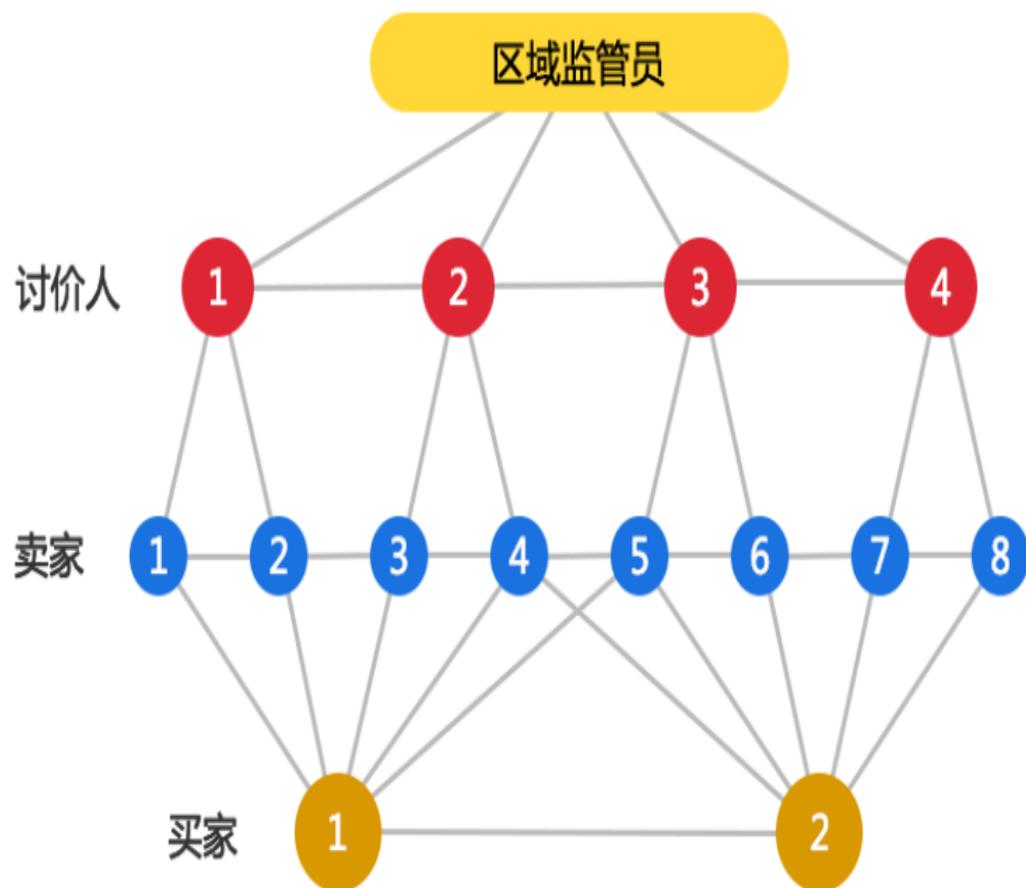
(2) 2.0线交易：线上一卖家对多买家加价拍卖，报价从低到高的加价交易撮合（如：联拍网、淘宝、京东等）；

(3) 3.0面交易：线上多卖家对多买家加减价交易，报价在高低区间加减价拍卖撮合（独一无二的讨价网）。

线是由无数的点组成、面是由无数的线组成。1.0和2.0仅是3.0的一种特殊情况。1.0和2.0两种简单，在线下门店可以很容易实现。3.0交易复杂，“讨价网”就是基于3.0平面交易专利技术设计的一个网上“拍卖撮合”平台工具。



各角色讨价关系图



应用案例

- 举个例子：一个买家需要买“山语城小区”150平米住宅。经望山个查询那里有6套房源待出售，6套房保留价卖家手机App随时动态修改，从低价到高价竞价排名供买家选择，小区最近成交历史15000元/平米。
- 买家看了其中5套房，交纳一份保证金和其中4套房网上一起讨价。在4套房网上招商过程，也许吸引另外1个买家交纳一份保证金参与进来报价。结果形成了4套房的卖家对应2个买家的交叉型平面拍卖撮合交易，卖家竞相降价抢夺卖家。
- 该案例1.0和2.0交易无法做得到，此例子更适合当前买方市场。



四、商业模式

商业模式概述

- **“讨价网”**是一个**非标准化商品交易平台**，首先以**二手房、车**作为市场切入点，选择**各省市物业行业协会、中介行业协会**或者**物业及中介机构**进行合作，以**讨价人金字塔营销模式**对**佣金**进行分配；平台负责**硬件投资、人员培训、技术支持和网站维护升级**。
- **合作机构**负责**发展钻石以下级别讨价人**，在各**小区张贴免费收房海报**，监督管理**下线讨价人**工作，**获取佣金分配和平台返利**。
- 运用**“金字塔”营销策略**和**“涂式裂变”法则**在**南宁**打开局面，并因其优厚的分配方式及先进的交易模式，吸引包括**物业人和经纪人**在内的**中介人**逐步在平台开通**免费端口**，最终抛弃传统**门店加盟**。同时**全国各地开通代理加盟接口**，复制**南宁的成功模式**，**迅速占领全国市场**。

商业模式-盈利模式

第一：按平台C2C成交收取的佣金与讨价人分成，分成比例按金字塔式营销规则的设置。

第二：增值服务，包括金融贷款过桥服务、过户服务费的收入。

金字塔式营销模式抽佣比例

等级	自营获佣	平台抽佣	上级抽佣	平台返佣
钻石	90%	10%	0	5%
金牌	80%	20%	0	10%
银牌	X%	20%	Y%	0
铜牌	X%	20%	Y%+Z%	0

备注说明：自营获佣包含10%市民裂变；X、Y、Z数值由上级指定， $X+Y+Z=80\%$ （银牌Z为0）；平台返佣包含自营成交获佣及下线全团队获佣。

商业模式-交易流程

发布一批房车网上讨价信息公布

所有买家统一（或单独预约）时间、地点集中查看房车

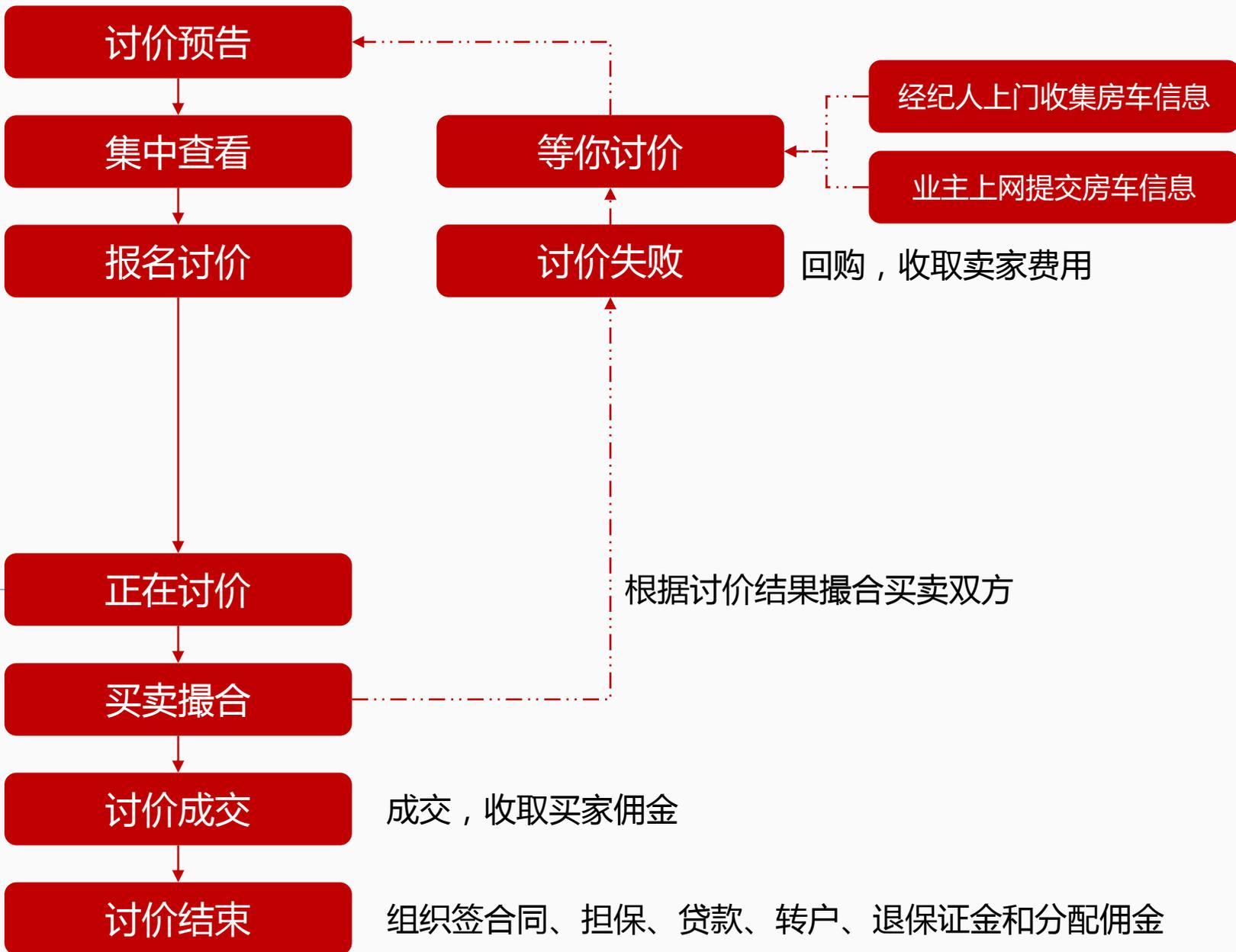
买家交纳一份保证金可以同时选择多个房车参加讨价，最后只买之一

运用大数据技术，平台筛选存量“最低保留价”优先上线交易

买卖增减价讨价阶段



$N \geq 0$



讨价预告

集中查看

报名讨价

正在讨价

买卖撮合

讨价成交

讨价结束

等你讨价

讨价失败

经纪人上门收集房车信息

业主上网提交房车信息

回购，收取卖家费用

根据讨价结果撮合买卖双方

成交，收取买家佣金

组织签合同、担保、贷款、转户、退保证金和分配佣金

商业模式-交易规则

为了坚持“C2C+O2O”模式、公平打造非标准化商品交易平台，本文制定的交易规则适用于所有参与者，请大家遵守。

第一条 卖家随时手机APP更改网上商品“保留价”，平台将按“保留单价”从低到高的次序竞价排名吸引买家挑选。

第二条 买家找到卖家，要求卖家通知讨价人安排交纳保证金网上讨价，扩大招商范围，引入更多买家比拼、满足卖家高价成交欲望【一个卖家对多个买家交易模式】。

第三条 买家查勘商品，交纳一份保证金可以邀请5个以内商品网上集中讨价，引入更多卖家比拼、满足买家低价成交欲望【一个买家对多个卖家交易模式】。

第四条 买家交纳一份保证金可以同时与5个以内商品集中讨价，当一个商品成交后，其他商品报价立即失效。

第五条 讨价过程，讨价人有权修改“交易约定”内容。买家抢先接受卖家当前“减价”，商品成交；卖家抢先接受买家当前“加价”，商品成交。鼓励买卖人抢先下手。

第六条 当“加价”到达“保留价”没有出现新加价，成交。

第七条 卖家“减价”有“自动+手动”和“全手动”两种方式。自减时长结束，进入“手动减价”阶段。

第八条 当买家提交“最后加价”；卖家提交“最后减价”，买卖人报价结束。

第九条 全部买卖人加减价结束后，买卖成交人到指定线下门店签约、解押、贷款和转户服务，否则卖家“回购流拍”等待下一次交易。

第十条 买卖人可以委托拥有操作权限的讨价人代理他们报价，报价金额必须得到当事人的认可。

第十一条 卖家对交易商品所有权、披露内容真实性负全部责任。卖家成交后不履约需要支付成交佣金；买家对自己网上报价用交纳的保证金提供保证，买受人不一定是最高应价人，买家对自己报价不履约保证金被没收，当保证金不能覆盖成交佣金，买家要继续补足差额。

第十二条 平台只提供第三方平台技术服务，不能保证交易商品的真伪或品质，只对商品现状进行交易，平台不承担瑕疵担保责任，当交易发生争执时平台有公平裁量权。

商业模式-SWOT分析

<p>内部能力</p> <p>外部因素</p>	<p>优势 (Strength)</p>	<p>劣势 (Weakness)</p>
<p>机会 (Opportunities)</p>	<p>SO</p>	<p>WO</p>
<ul style="list-style-type: none">● 互联网大潮兴起，传统模式受冲击● 目前的电商模式没有创新，难以取代传统模式● 传统模式积弊难反，问题多	<ul style="list-style-type: none">● 以点代面，从南宁到深圳再到全国迅速铺开● 宣传重点突出讨价网取代传统模式的好处	<ul style="list-style-type: none">● 在南宁有一定数据基础转战深圳● 以深圳为根据地推向全国
<p>风险 (Threats)</p>	<p>ST</p>	<p>WT</p>
<ul style="list-style-type: none">● 传统中介的阻拦● 讨价网模式功能普及需要比较长的时间● 一拍即合的合伙人不易找到	<ul style="list-style-type: none">● 与人面广的高级营销顾问合作取信投资人或合伙人● 利用价格优势宣传迅速抓住客户	<ul style="list-style-type: none">● 寻找中介大咖作为合伙人，利用其资源迅速打开市场● 同时减少传统势力反击力度



五、战略规划

战略规划-发展规划

宗旨

利益众生 合作共赢

主战场

小区物业

营销方式

“金字塔营销模式” & “涂式全民私域流量裂变营销规则”

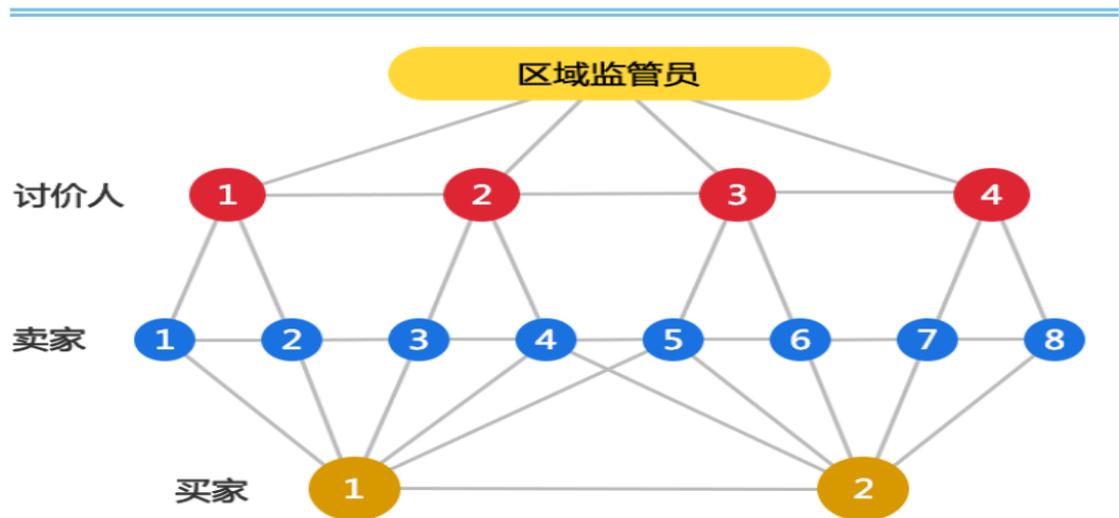
合作机构

“政府、协会” —— “物业机构” —— “中介机构” —— “物业人及中介人”

目标

重新定义、蚕食全国新旧房租售市场

各角色讨价关系图



金字塔营销模式属性

等级	自营获佣	平台抽佣	上级抽佣	平台返佣
钻石	90%	10%	0	5%
金牌	80%	20%	0	10%
银牌	X%	20%	Y%	0
铜牌	X%	20%	Y%+Z%	0

备注说明：自营获佣包含10%市民裂变；X、Y、Z数值由上级指定， $X+Y+Z=80%$ （银牌Z为0）；平台返佣包含自营成交获佣及下线全团队获佣。

- 如图表所示，**讨价网**跟传统“找房信息”平台不同，它是**网上”拍卖撮合“成交平台**，在讨价人的组织下，多个买家和多个卖家同时进行拍卖撮合完成交易。
- **金字塔营销模式**的设计，释放钻石讨价人发展金牌讨价人获取小区房源优势，再逐级推进裂变，**统合传统中介经纪人与物业人，市民对初始低价房源私域流量裂变拓客，吸引买卖人网上多对多拍卖撮合成交。**
- 整个交易过程透彻干净，成交价格清楚明白，通过对佣金的分配，整合社会闲置资源组成命运共同体、**全民联合营销。**
- 讨价网的**流量主要来源于**三个方面：**1、无数N个小区人员收集房源的平面海报。2、无数N个小区人员社群房源微信转发。3、无数N个市民私域流量10%分佣裂变房源微信转发。（N可以无限大）**
- 未来，只要成为钻石讨价人发展的金牌讨价人越多，金牌讨价人小区收集的房源就会越多，在网上直接成交的机率也就越大。同时，**该套分配方案也是对整个营销团队最好的激励机制**，发展的团队人数及成交数量，决定了该讨价人所处的金字塔位置，**所有人必将倾尽全力充实自己的团队**，以期能够一直处于金字塔最顶尖的位置。

涂式金字塔全民裂变营销分配表

纵向 \ 横向	平台运营商	城市代理商	市场监管员	钻石讨价人	金牌讨价人	银牌讨价人	
钻石讨价人	抽佣比例 A	开设会员帐号 发给基本工资 限制抽佣比例 设置返佣比例	审核 ↓ 进入 讨价预告 标的资料 ↓ 配合组织 买卖交易				
金牌讨价人	抽佣比例 A	设置返佣比例		开设会员帐号	抽佣 B	返佣 B1	
银牌讨价人	抽佣比例 A			抽佣 B	开设会员帐号	抽佣 C	返佣 C1
铜牌讨价人	抽佣比例 A			抽佣 B	抽佣 C	开设会员帐号	抽佣 D
城市代理商	开设会员帐号 设置返佣比例			钻石人福利 = 基本工资 + 自营佣金 * (100 - A - 市民 10)% + 团队抽佣 B% - 金牌返佣 B1% + 代理商返团队佣金 金牌人福利 = 自营佣金 * (100 - A - B + B1 - 市民 10)% + 团队抽佣 C% - 铜牌返佣 C1% + 代理商返团队佣金 银牌人福利 = 自营佣金 * (100 - A - B - C + C1 - 市民 10)% + 团队抽佣 D% 铜牌人福利 = 自营佣金 * (100 - A - B - C - D - 市民 10)%			
市场监管员		开设会员帐号 发给基本工资 设置返佣比例					

涂式裂变营销方法简介

以“网上拍卖撮合成交”为依据。对明明白白的收入佣金进行科学分配，吸引全体经纪人和大量市民主动参与传播招商，通过技术手段**打造社会“私域流量池”达到平台裂变营销效果。**

涂式全民私域流量裂变营销规则

第一条：任何下载“讨价网APP”市民，注册登录后都可以成为免费平台推销员、获取交易佣金。

第二条：点击“我要推销”显示管理员做好的传播文章内容。

第三条：打开传播文章内容，点击“分享”键发送朋友圈（群）。

第四条：朋友阅读文章信息，价格吸引感兴趣可打开交易商品内容，他（她）就自动成为你共享人。

第五条：不管何年、何月，只要共享人在平台购买商品支付服务佣金，推销人就可以自动获得10%含税佣金。交易结算佣金之后，你和共享人之间就脱离了共享关系，除非你们重新绑定成为共享人，这一切并不影响彼此正常生活。

第六条：如果共享人把你推送的信息转发到她的朋友圈，他朋友同样成为你的共享人。

第七条：总之，你拥有的共享人越多，共享人在平台购物几率越大，你获得佣金的几率就越高。

第八条：平台保证推销过程一切数据真实可查，绝不虚假，也不干扰影响他们生活，我们希望全体市民主动参与分享，取之于民，回馈于民。

运营结构



职责分工

平台公司	硬件投资、组织培训、技术升级和系统维护升级
投资人的	提供资金及金融服务
营销策划	市场营销策划、平台下沉推广、联系中介机构
中介机构	经纪人管理
经纪人的	收集房源、联系买卖双方、组织交易签约和办理过户
社会市民	下载APP, 在朋友圈中推广信息, 帮助招商, 获取10%佣金。
买卖双方	提供真实出售的房车、交纳保证金参与讨价交易



六、财务预测

财务预测-收益及前景

二手房市场

深圳

深圳市官方2019年7月份二手房源成交7706套，面积649911平米，均价60000元/平米。总成交金额：390亿元。按2%佣金：7.8亿元。深圳有6万名经纪人，线下门店无数。

南宁

南宁市官方2019年7月份二手房源成交5719套，面积551792平米，均价11623元/平米，总成交金额：64亿元。按2%佣金：1.28亿元。南宁有4万多名经纪人，线下门店无数。

全国

假设广东省21个地级市平均折算5000万元利润，全省利润共10亿元/月。假设全国按30省市计算，平均折算5亿元利润，全国月利润150亿元，全年净利润1800亿元。

除了二手房之外，还有新房楼盘、房产租赁业务、金融服务费等其他收入没有计入。

二手车市场

全国

二手车方面，全国一年的交易量大约为1 2 4 0.9万辆，成交总额约为8 0 9 2.7 2亿元，全年净利润1 8 0 0亿。

收入端

成本控制

全国

服务器、技术研发和营销人工成本，因为无需线下门店，可以节省大量的场地投入和人工成本费用。

成本端

资金用途

- 1、增强技术团队的投入。
- 2、随着端口数及房源数量上传，服务器的数量以及等级要求相应提高。
- 3、各省级代理运营商的确认，会议、演讲等相关费用。
- 4、营销团队：钻石讨价人的打造前期投入资金。
- 5、广告宣传费用:主要包括了各小区平媒的印刷、自媒体炒作、小区电梯收房广告。

公司自身已投入：1700万

为保证项目实施，需要新增投资：3000万

拟向投资方出让权益： %股份

IPO

兼并收购

管理层回购

结束语

在中国有思想、灵魂和深度的原创平台不多，“讨价网”是其中之一。目前“讨价网”只是一张白纸，即将实现0到1的突破。合伙人的胸怀有多大、我们就能满足您、江山画多大！喜欢，就约我们聊聊。谢谢。

联系人员：涂先生-13878880113
运营机构：深圳市涂式科技有限公司
2020年X月XX日