



中网载线控股有限公司 投资人报告

执行总裁
首席运营官
祝凯

安全港申明

本消息可能包含某些关于与中网在线控股公司业务相关的“前瞻性的评论”，含有“相信”“预期”“期望”“估计”等相似表达方式。这些前瞻性声明包括已知和未知的风险及不确定因素，如商业不确定性，政府监管的市场需求，同行业，对于相关关键人员的依赖，未来的资本需求，商业竞争和其他将可能造成实际结果在本质上不同于所描述的预期，相信，估计或期望内容。其中有些风险和不确定因素可能会更详细地罗列在我们的报表与有价证券和兑换佣金里。这些前瞻性声明基于当前的对于未来中网在线的发展和对公司预期及信心的潜在影响。我们不能确保中网未来新产品是否能和我们预期的吻合。这些前瞻性声明包含的许多风险及不确定性（其中有一些是公司无法控制的）或其他的假设，将可能导致实际结果或表现本质不同于那些明言或暗示的前瞻性声明。无论是否出现新情况、突发事件或其他原因，中网没有义务公开更正或修改任何前瞻性陈述，相关证券法规定的情况除外。

目录

- 概述..... 第4页
- 投资亮点..... 第14页
- 商业模式..... 第23页
- 财务数据..... 第33页
- 总结..... 第37页

中网载线

基本信息

股票代码	NASDAQ:CNET
股价 (11. 28. 2016)	\$1.26
会计年度截止日	12-31
流通在外的总普通股	12,158,542
公司总市值 (11. 28. 2016)	\$15.32 million
管理层持股比例	41%
审计	Marcum BP LLP
美国律师	Loeb & Loeb LLP
中国律师	Han Kun Law LLP
美国投资人关系	MZ North America



关于中网



成立于2003年
在中国内地主要市场及台
湾、韩国等地
拥有7个分公司
和449位员工

构建最具竞争力的
全球业务生态系统

协助在中国
的创业企业与连接
成功梦想

中网载线简介

12年一直专注于为广大中小企业提供精准营销服务的数据服务公司



- 持续服务中小企业客户400家
- 累积超过150万家终端门店店主数据
- 专注于招商加盟精准营销
- 国内第一线上推广和线下销售（O2O）



- 建立生活消费生态圈
- 布局终端数据采集技术，挖掘线下渠道营业数据
- 提高购买行为的转化率及推广精准深度
- BAT数据战略合作
- 拓展客户范围

中网的转变

2016 B2b + O2O= SoBO

互联网技术与数据智能
 中小型企业
 全渠道，CPL和CPS，API连接第三方，程序化广告，
 百士多（4P），超级码头

收入分类

互联网	100%
电视	-
品牌营	
销渠道快建	-

人力分布

技术	55%
销售&市场	25%
其他	20%

2014 B2b + O2O

互联网技术与数据
 中小型企业
 跨渠道，数字营销和广告，CPL和CPS，智慧眼（CRM），
 4P（App，门户，Pos，EIP）

收入分类

互联网	81%
电视	17%
品牌营	
销渠道快建	2%

人力分布

技术	62%
销售&市场	21%
其他	17%

2012 B2b + 线上模式

互联网广告与技术
 中小型企业
 CPL，多渠道，BMSCB，管理工具（飞腾云）

收入分类

互联网	46%
电视	44%
品牌营销渠道快建	10%

人力分布

技术	55%
销售&市场	25%
其他	20%

2010 B2b

媒体和互联网广告
 特许经营商（中小型企业）
 非数字媒体发展和横幅广告

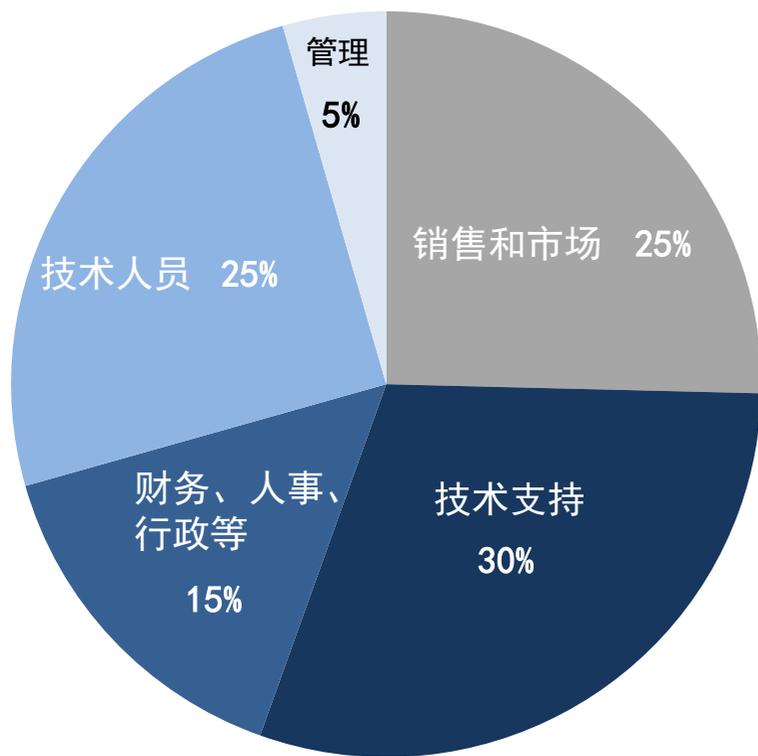
收入分类

互联网	69%
电视	30%
网银	1%

人力分布

技术	53%
销售&市场	28%
其他	19%

中网多元化与国际化的员工队伍



- 雇员总数：449
- 90% 具有大学本科以上学历
- 20% 具有硕士以上学历
- 技术研发团队人数占比达25%
- 销售与市场团队人数占比达25%

线上及线下 (O&O) 媒体资源

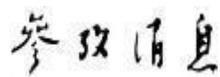
移动及互联网



电视



平面



全球的合作伙伴



美国斯坦福大学与北京大学国际
创新人才发展交流项目

Stanford University and Peking University International
Innovation Talent Development Exchange Program



社團
法人 台灣連鎖加盟促進協會
Association of Chain and Franchise Promotion, Taiwan



International Youth
Innovation Games
国际青年创新大赛



中国电子企业协会
China Electronics Enterprises Association

服务客户产业分布



餐饮



火锅



美容



干洗



汽车



服装



小吃



特色



机械



建材



饮品



环保



新奇特



珠宝



金融



烤肉



家居



家纺



饰品



酒店



韩餐



教育



儿童乐园



婴童



鞋帽

客户案例



家乐福



卡帕服饰



哈根达斯



宜家家居



联合利华力士



BBQ Chicken (韩国)



必胜客



英菲尼迪汽车



诗阁



赛浪车修



欧舒丹



足间舞



艾巴克橱柜



昭德茶业
ZHAODE TEA
昭德茶业



金鼎轩餐厅



维科家纺



赛百味



奥拜恩



沃特



洛丽塔饰品



铜雀台电影



宝岛眼镜



喜丽产后健康会所



金姬美皮具



安踏



万联国萃珠宝城
万联国粹珠宝城



华大0号街
华大地产项目

投资亮点

投资亮点

1 大量的市场机会（中小企业&数字广告市场）

2 先入者优势：在中国的全渠道营销模式

3 与政府经济政策相关联的商业潜力

4 领先的技术和分析数据库

5 与中国互联网公司三巨头的战略合作关系

6 多元化的盈利机会

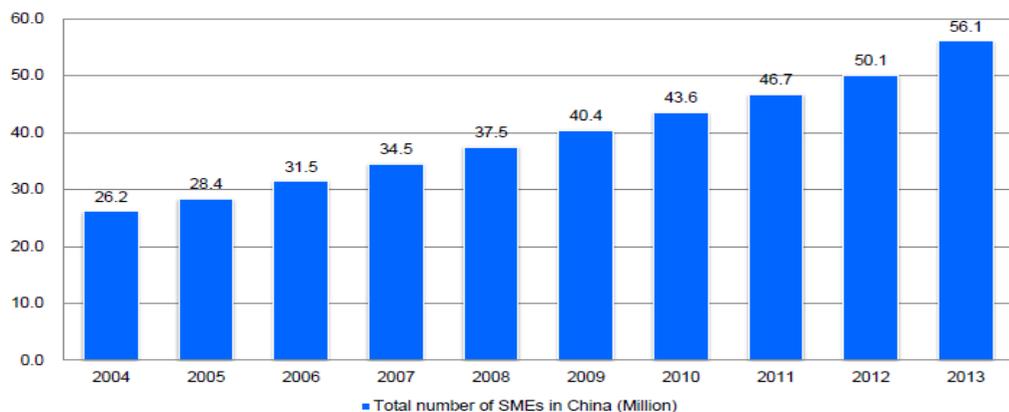
7 注重短期收入增长和长期经营利润率改善

巨大的市场机会

中小企业 **SMEs**

中国中小企业数量高速增长

2004-2013 SMEs Overall Number
(including self-employed businesses)



类别	规模	同比增长
中小企业	1527.8万	11.8%
微型企业	4564.1万	2.43%
总计	6091.9万	

中小企业占中国企业总数的99.3%，对GDP的贡献超过55.6%，税收贡献占到了50%以上，吸收了75%以上的就业人员，是我国经济发展重要推动力量。

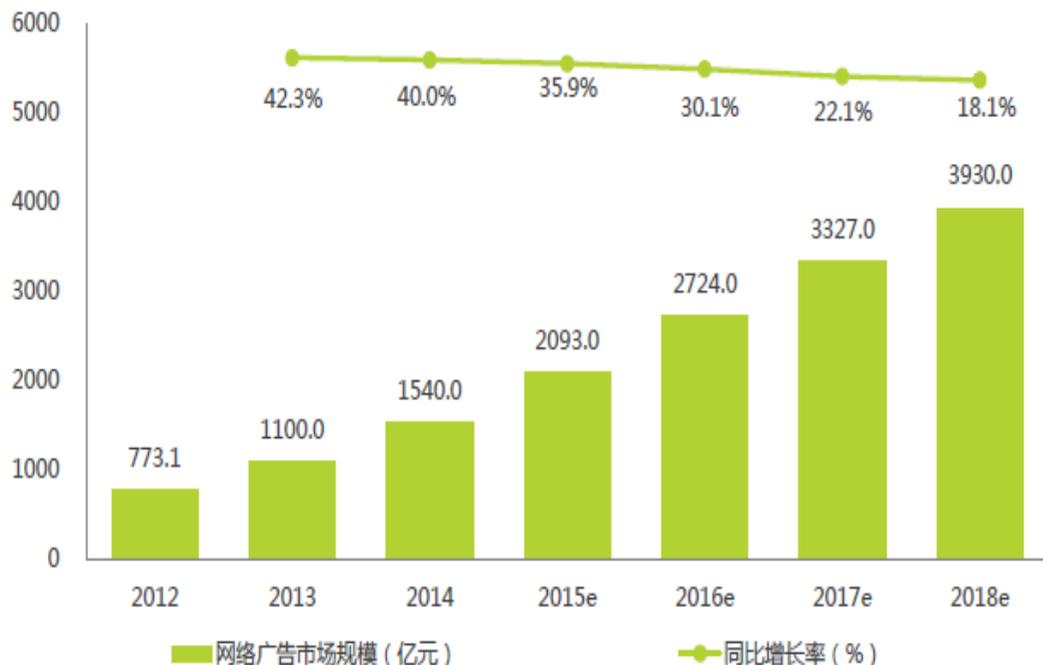
中网载线以服务中小企业为宗旨，提供营销，销售，市场分析等服务

行业发展: 全渠道营销模式

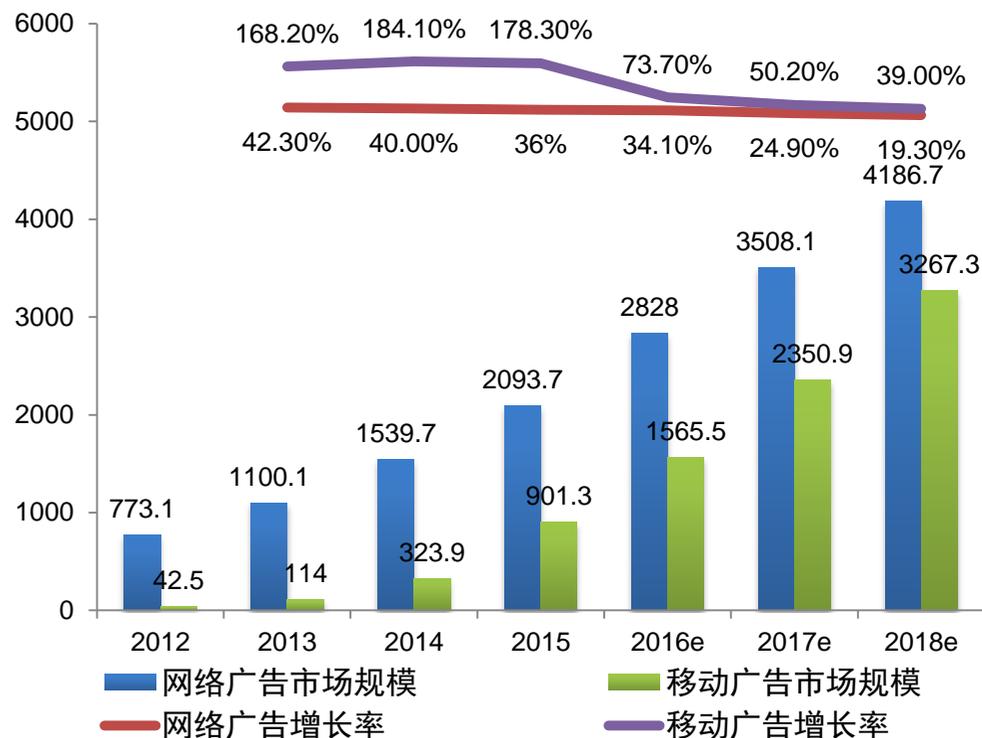
网络广告形式比重分析

中国网络广告市场份额逐年增加

2012-2018年中国网络广告市场规模及预测



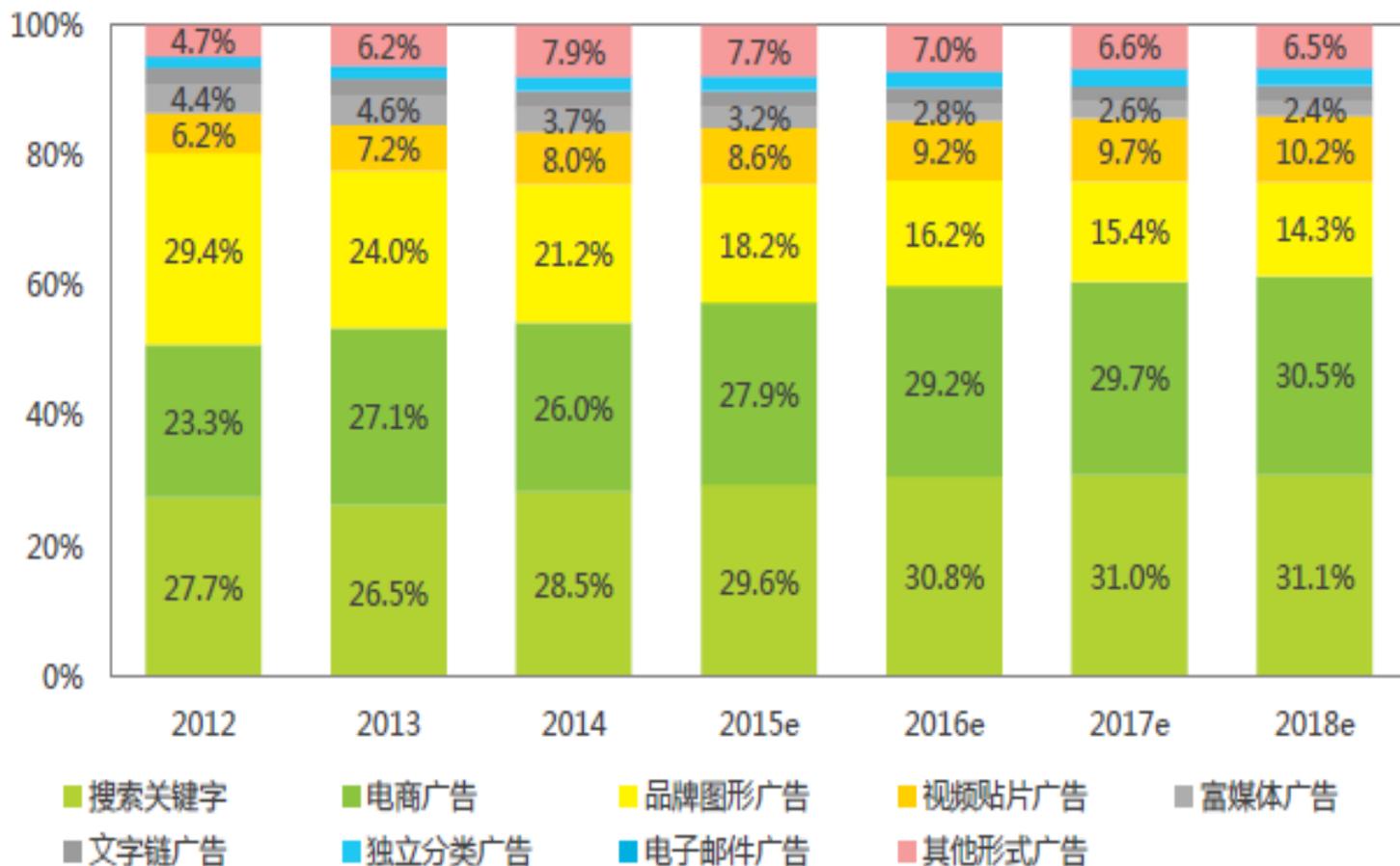
2012 - 2018年中国网络广告&移动广告市场规模及预测



数据来源: 2016艾瑞“互联网和移动广告行业监测报告”

行业发展: 全渠道营销模式

2012-2018年中国不同形式网络广告市场份额及预测

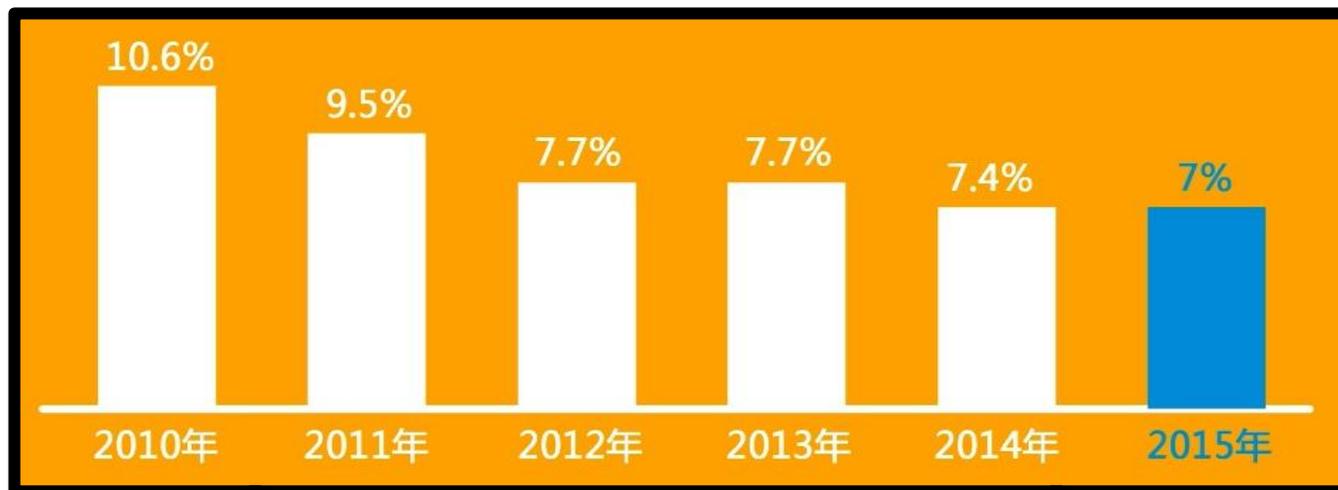


数据来源: 2016艾瑞“互联网和移动广告行业监测报告”

- 2014年度中国网络广告核心数据, 国内网络广告市场规模达到1540亿元, 同比增长40.0%, 与去年保持相当的增长速度。在持续几年保持高速发展之后, 未来两年市场规模仍保持较高水平, 至2015年整体规模有望超过两千亿元。
- 根据艾瑞咨询报告, 搜索关键字是网络广告最主要的体现形式, 中网载线拥有行业内绝对领先的搜索关键字和网盟推广的流量来源获取能力和数据分析能力。
- 中网载线与国内一线的主流搜索引擎如百度, 360, 搜狗等保持长期战略合作关系, 获得百度的钻石合作伙伴奖。
- 中网载线后台数据分析系统可以监控和分析外部流量和消费者行为, 更加精准预测广告效果。

国家政策

GDP 增长放缓是经济新常态



城镇化发展

万众创业

互联网+

转型升级

与中国互联网公司三巨头的战略合作关系

- 针对线下店铺的使用情况，集中建立数据模型，使线下店铺根据用户在特定范围内搜索和购买的内容知道要针对他们销售什么。
- 这个有趣的模式也可用于营销更具体的广告系列，以便在将来同时使用线上线下的行为模式来定位客户。
- 互联网和移动营销在中国变得越来越综合全面，即使没有FB和其他外国互联网公司。CloudX专注于线上和线下的综合和跟踪的最终结果。

中网智能营销大数据平台CloudX

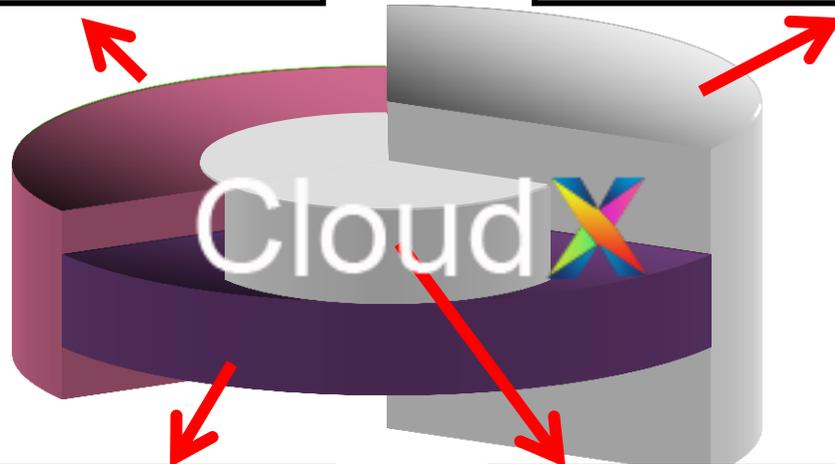
高级数据分类工具

- 理解客户需求, 判断市场变化及趋势

外部流量导入

- 采用API对接百度, 360等主要引擎, 获得外部大量的流量数据

中网后台监控分析



广告效果监控

- 采用用户分析, 来源分析用户行为分析, 广告效果分析, 访问目标效果分析等其他数据分析

中网Know-how

- 中网全国范围内线上下下的渠道, 地推, 商情舆情分析能力及十二年招商积累的市场把控.

多元化的盈利机会

1. Internet and data（互联网广告和数据服务）：数据服务将补充互联网广告的现有收入；
2. Enterprise user fee（企业用户使用费）：用户按人均收取维护费；
3. Cloud service fee（云服务使用费）：SaaS云服务将以总营销花费的2-5%收取；
4. GMV interest（诚信支付交易金额产生的利息）：很快将向门店客户（“b”）推出诚信支付服务。门店客户（“b”）需要向企业主（“B”）支付一定利息费用。

中网载线商业模式

中小微企业的困境

- 生命周期短，只有3.7年

- 中国中小企业生命周期3.7年
- 欧日中小企业生命周期12.5
- 台湾中小企业生命周期13年

台欧日企业主个人教育水平以专科为主，中国初高中为主

- 倚靠经验管理，决策风险高

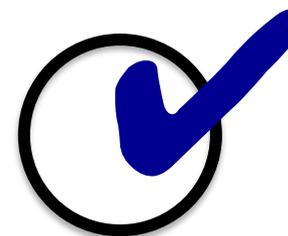
- 决策集中于董事长或总经理，决策判断根据经验。
- 企业信息化集中于实现企业内规范管理
- 产品与服务多为抄袭复制

欠缺科学化的商机与市场数据，作为经营指导

掌握商机信息（数据）与应用数据管理的能力，决定企业永续生存的关键

BAT的大布局

在过去三年中，BAT对各种互联网业务领域进行了大量战略投资，但尚未利用基础设施...



中网针对中小微企业的解决方案

精准营销和快速交易



精确发现商机



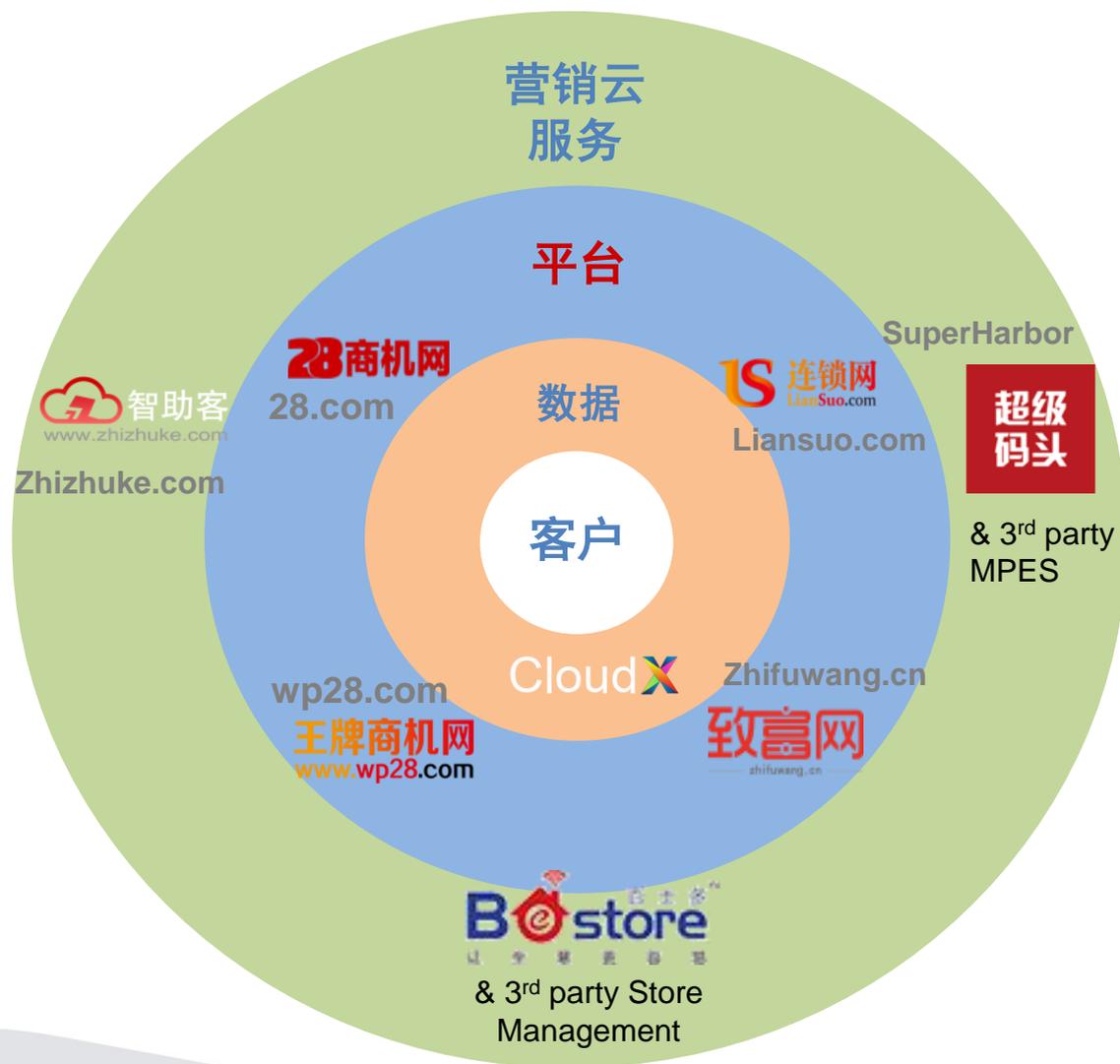
专业化管理数据业务



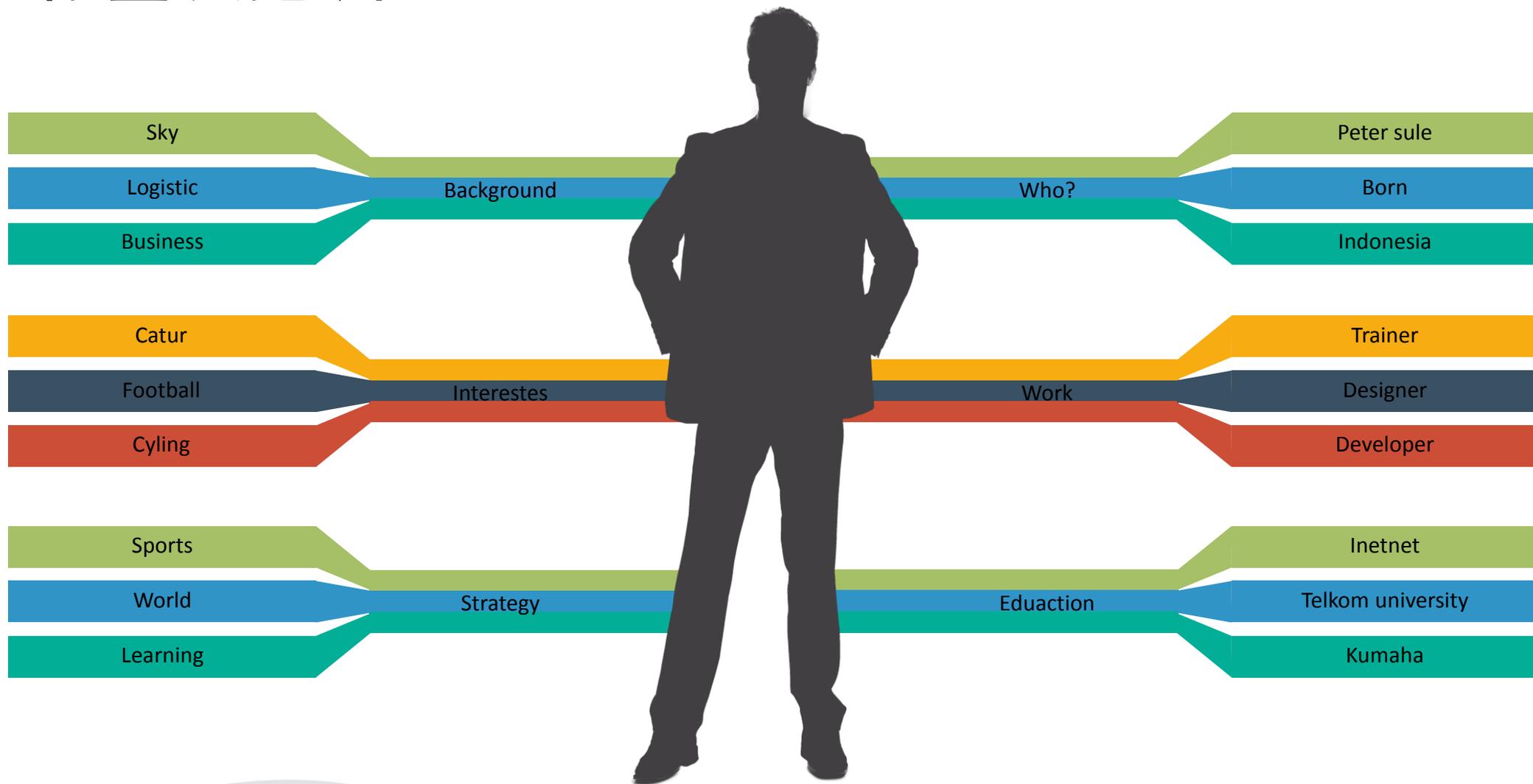
以效率扩大业务：结果是更快的客户消费

我们赞赏BAT战略，这就是为什么我们正在发展与他们的战略关系。

中网产品及服务



标签及挖掘



中小企业精准招商

SMEs

中小企业

CPC 按点击计费转化

转化率

- 中小企业难以承担大型搜索引擎的广告费用
- CPC模式目标不清晰,受众广,易费用浪费
- 从搜索行为转化到销售行为无有效跟进



大型搜索网站和门户网站

CPL (O2O)
CPS



SMEs

中小企业

CPL, CPS 按导流,成交计费

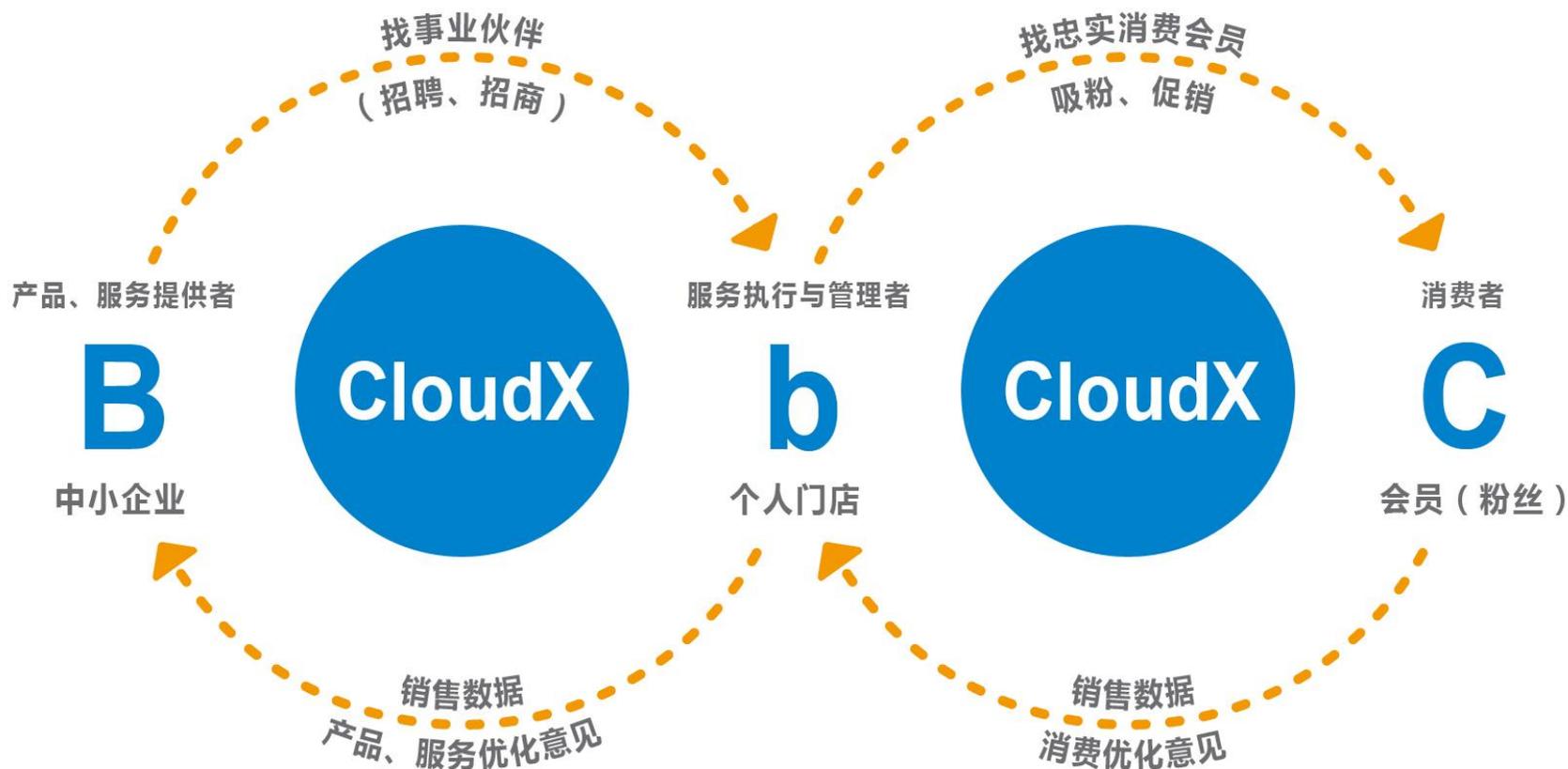
转化率

- 提高销售转化率,分析消费者的行为
- 精准分析目标人群,针对性推广
- 搜索引擎数据规模化采购,降低中小企业开支
- PC端移动端流量获取,结合中网的招商经验
- 更适合中小企业开展区域性推广

ZWTM Online
中网载线

数据智能应用

帮助中小企业、终端门店实现精准营销与快速成交



核心竞争力

服务本土及国外品牌落地的经验，更懂线下商业运营规律

行业
Know-How

超过12年的中小企业服务经验

丰富的品牌
与运营经验

多维度的媒体资源

领先的多媒体、全渠道营销服务加强了O2O的落地能力

商业智能
分析能力

10年的数据库积累了2000家客户与300万家店铺的数据，具备独特的数据挖掘模型

精准营销大数据
平台
CloudX

结合外部合作伙伴BAT及第三方的数据资源，加强了CloudX全网营销与数据服务的能力

财务数据

经营情况表

美元：千元

	全年		前三季度	
	2014 \$(‘000)	2015 \$(‘000)	2016 \$(‘000)	2015 \$(‘000)
收益	37,966	32,265	25,398	23,801
销售成本	31,671	24,655	19,269	19,234
毛利润	6,295	7,610	6,129	4,567
营业费用(不含折旧和摊销)	17,846	15,158	8,719	9,120
其他收入(费用)(不含利息费用)	94	151	(40)	117
EBITDA-持续经营	(11,457)	(7,397)	(2,630)	(4,436)
以股权支付的补偿	4,840	2,256	1,718	1,637
净亏损-持续经营(Non GAAP)	(6,617)	(5,141)	(912)	(2,799)

财务数据对比

美元：千元

	2016第三季度	2015年第三季度	变化%
收益	11,902	8,498	40.1%
销售成本	9,874	7,047	40.1%
毛利润	2,028	1,451	39.8%
净利润（亏损）	(1,451)	(2,255)	35.7%
净利润（亏损） / (扣除小数股东权益)	(1,472)	(2,081)	29.3%

	2016前三季度	2015年前三季度	变化%
收益	25,398	23,801	6.71%
销售成本	19,269	19,234	0.2%
毛利润	6,129	4,567	34.2%
净利润（亏损）	(4,019)	(5,310)	24.3%
净利润（亏损） / (扣除小数股东权益)	(4,163)	(5,078)	18.0%

财务数据对比

美元：千元

	2016 年第三季度				2015 年第三季度			
	网络	电视	博融顶思	品牌营销渠道快建	网络	电视	博融顶思	品牌营销渠道快建
销售额	11,902	-	-	-	8,456	19	22	45
销售成本	9,874	-	-	-	7,030	17	1	18
毛利	2,028	-	-	-	1,426	2	21	27

	2016 年前三季度				2015 年前三季度			
	网络	电视	博融顶思	品牌营销渠道快建	网络	电视	博融顶思	品牌营销渠道快建
销售额	25,398	-	-	-	22,540	1,100	160	212
销售成本	19,269	-	-	-	18,171	1,058	6	122
毛利	6,129	-	-	-	4,369	42	154	90

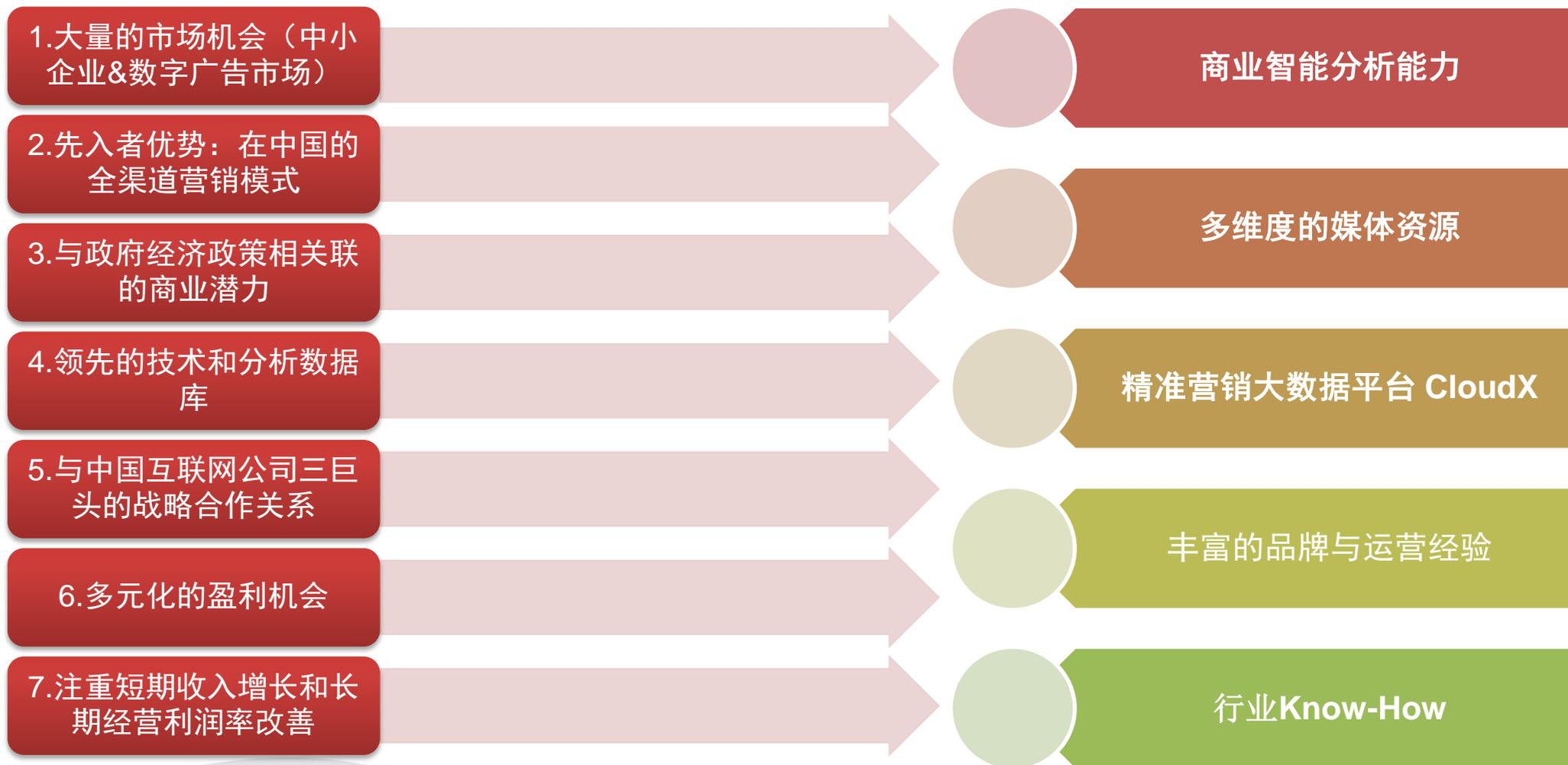
总结

中网的数据积累趋于多维度且更完整

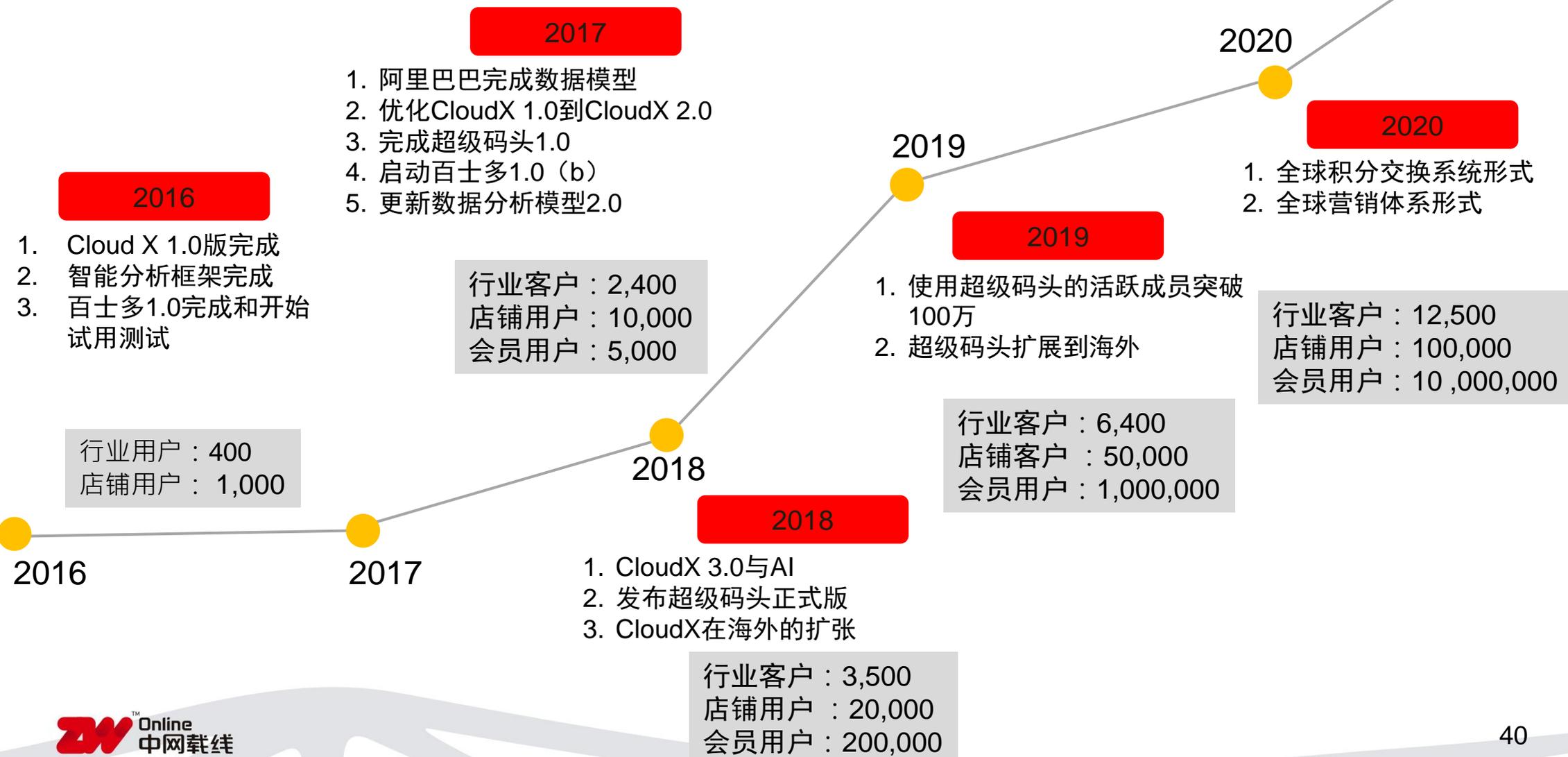


- 中网已与阿里云、百米生活等合作伙伴建立了数据的交换与共享
- 中网基于连锁行业的数据积累，长于线下消费场景的数据积累，形成了自身特色的数据库与数据挖掘模型
- 中网的数据能力将促进更精准的服务于客户的全渠道营销与线下销售，提升线下销售的ROI，真正实现CPS

投资和竞争力总结



未来发展蓝图





Thanks!

ZWTM Online
中网载线