

创投简报

2015 年第 35 期总第 656 期

2015 年 9 月 14 日

北京创业投资协会

【编者按】本刊以创投主题故事、业界动态及投融资新发事例为主的时讯信息由《亚洲创业投资期刊》提供素材，仅供北京创业投资协会会员机构及兄弟单位内部参阅，请勿自行转发或用于商业目的。

扎根蓝领路的招聘平台“闪聘”获 1280 万 A 轮融资

近日，蓝领招聘平台“闪聘”创始人刘康透露，产品已于 4 月完成 1280 万人民币 A 轮融资，投资方为汉能投资、广州基金、东方富海。

蓝领市场在人员需求、时间性、流动性上都有极高要求，大型工厂对工人的需求一般都是以百为单位，一笔订单动辄就是上千的用人需求，人力资源部门根本无力支撑如此庞大的业务量，将招聘职能外包给第三方是不二选择，“闪聘”就是一个专门针对蓝领招聘的平台。

闪聘微信端于去年 12 月上线，App 今年 7 月底上线。企业完成注册后，可通过平台免费发布招聘信息，岗位信息会根据距离远近智能推送给求职者。现阶段闪聘提供了普工、小时工、促销、快递员等职位，求职者找到心仪的工作岗位后，点击“我要报名”即可。

即使是将招聘信息发布在平台上，企业和求职者之间还是存在断层的现象，尤其是蓝领招聘行业拼的不是招聘员工的学历、颜值，而是速度。针对此种情况，闪聘引入“闪聘经纪人”来加快企业和员工之间的对接。无论是第三方机构还是个人，只要能通过审核，即可成为经纪人接单，为所有有用工需求

的企业提供招工服务，现平台上已有 1 万多的经纪人。

另外，一个招工需求可以由多个经纪人申请认领，经纪人点击“我要招人”后，便可成功领取招聘的任务，领取成功后，经纪人便可分享岗位的二维码或者下载二维码展架进行摆摊招聘。经纪人帮助企业招到人后，企业会支付其佣金，另外，闪聘也会按照佣金的 40%-60%奖励经纪人，以此来刺激闪聘经纪人的效率最大化。

从目前的招聘环境来看，猎聘、前程无忧、智联、58 同城等综合型网站在蓝领领域受众面较广，但采用广告的形式发布招聘信息，存在着投递效率低、用户体验差、虚假广告、诈骗公司鱼龙混珠等弊端，用户很难快速找到适合自己的岗位。

闪聘采用共享经济模式，纳入经纪人帮助企业招聘，一方面，企业和求职者之间的连通者是个人而非平台，在操作上更灵活。另一方面，闪聘实行奖励补贴计划，能调动经纪人积极性，增加用户之间、用户和平台之间的黏性。

商业模式方面，闪聘主要通过向企业收取一定的佣金盈利，现阶段，在闪聘平台上发布招聘信息，闪聘会收取 20%-30%的佣金。创始人刘康从事人力资源服务长达 10 年，曾在 Fesco 华南分公司做管理，也开过两家公司；团队成员大多来自 Fesco、UC、酷狗，有多年的人力资源工作经验。

跨境电商拉拉米获 5000 万 A 轮融资

日前，跨境电商拉拉米已引入 A 轮 5000 万元融资，并计划明年在新三板上市。据了解，拉拉米这轮融资的投资者分别为上市公司搜于特和盛坤聚腾，投资金额分别为 4500 万元和 500 万元。此外，拉拉米方面透露，目前拉拉米已经确定广发证券为其挂牌券商和做市商，并计划明年初正式在新三板挂牌，即拉拉米现在正处于上市筹备阶段。

实际上，拉拉米是从 2014 年下半年起涉足跨境业务的，一开始主要曾依托天猫、京东等第三方平台经营化妆品、母婴用品和保健品三大类目。在今年 3 月 18 日，拉拉米上线；开始“出淘”自建平台。当时拉拉米采取的是“N+1”模式盈利。所谓的“N+1”模式，就是既有自己的销售平台，同时又借助淘宝、京东等第三方平台销售。拉拉米方面表示其希望通过这种模式，不仅让自身拥有自主权，同时也凭借各平台集体发力，形成销售规模，在进货价格、物流环

节等方面占据着优势。

拉拉米透露，现在拉拉米已经在北美、欧洲、澳洲、日本、韩国、英国、香港等七个国家地区设立了分公司或办事处，其主要负责产品采购及品牌合作洽谈，目前经过近一年的努力，已经拿下了世界各地 30 多个知名品牌的中国网络销售代理或独家总代理。其中，除了“我的美丽日记”、“BYPHASSE”等知名化妆品外，还有“GENACOL(捷尼康)”、“GIFRER(肌肤乐)”、“NATRA-LIFE(纽乐)”、“HEALTHERIES(贺寿利)”等保健母婴用品知名品牌。

据此，总裁李天天认为，跨境电商的本质不是商业模式的竞争，而是供应链的模式竞争，要在激烈的竞争中胜出，供应链优势显得至关重要。因此，今年，拉拉米将会把工作重心都放在供应链的整合上，随后将会引进更多、更好的品牌并获得其中国独家代理权。

上药云健康获上海医药、京东、IDG 资本 11 亿 A 轮融资

8 月 18 日晚，上药方面发布公告称，旗下上海医药大健康云商股份有限公司（下称：“上药云健康”）完成了来自上海医药、北京京东世纪贸易有限公司（下称：“京东”）以及北京和谐成长投资中心（有限合伙）（下称：“IDG 资本”）等方面的 A 轮融资，融资总额达 11.12 亿元。

据悉，上海医药以旗下上药众协 100% 股权、京东以现金及平台资源、IDG 资本均是以现金注资上药云健康。而在股权结构方面，经过此次 A 轮融资后上药云健康注册资本将由原来的 1 亿元提升至 12.12 亿元，上海医药持股比例为 80%，首次入股的京东与 IDG 资本的持股比例则将分别达到 12.5% 及 5%。

事实上，就在今年 5 月上海医药宣布与京东开展全面战略合作时，当被问及具体增资金额、持股比例等问题时，融资输血一事就被承诺会“积极推进和如期完成”。如今增资落定后，上海医药方面向记者表示，对上药云健康实施增资将有望进一步提升其业务拓展能力，加快电商战略布局的落地和深化。

而对于市场关注的首次入局者 IDG 资本，外界则并不太意外。如今早已完成在“A+H”两地上市的上海医药，并不乏资本方的垂青。IDG 资本方面向记者表示：“上药云健康的管理团队主要成员均有多年医药行业经验。把握医改及‘互联网+’所引领的产业转型发展重大机遇，携手上药和京东共同打造医药电商平台服务与生态，见证行业发展，公司对此充满期待。”

除此之外，近日上药云健康还同步推出了电商业务领域专属独立品牌——“益药”。上海医药方面介绍称，“益药”品牌将充分借力上药及京东的品牌优势，面向医药电商市场，以“专业、安全、优惠”为主要诉求，专注于为特病慢病用户提供便捷的“一站式”购药以及健康增值服务。值得注意的是，在过去四个月中上海医药对于新设不久的电商业务关注度颇高，多番抛出重磅合作事项。

就在7月6日，上海医药宣布与万达信息股份有限公司在互联网医药和医药信息化领域开展战略合作。同月，上海医药旗下上海外高桥医药分销中心有限公司获上海市食药监局批复，成为国内第一家可从事进口药品电子监管码赋码操作的药品经营企业。而在5月与京东爆出合作之初，产业界更是对此事表达出了极高度的关注。

时隔3月运满满再获数亿元C轮融资马云旗下云锋领投

日前，国内移动物流配货平台运满满对外宣布，已完成由马云旗下云锋基金领投的C轮融资，包括红杉资本、光速安振上轮投资者也参与跟投，总融资金额高达数亿元人民币。

运满满创始人张晖表示，本轮融资主要用于人才建设及系统升级方面，更好地去适应当前迅猛发展的移动物流市场。对于下一步发展举措，他表示运满满将继续加大车端和货端资源整合力度，实现车/货高效匹配，提升用户黏性，构建良好货运物流生态系统，减少运力成本，提高物流效率，推动传统货运转型发展。

2013年初创时，运满满首获滴滴打车投资人王刚注资数百万天使投资；2014年3月，运满满完成光速安振中国创业投资基金A轮500万美金；2015年5月，运满满再获B轮融资达数亿人民币，此轮融资由红杉资本领投，光速安振跟投；仅过去三个月，运满满于2015年获得云锋基金重磅领投的C轮数亿人民币融资。

据悉，云锋基金曾成功投资圆通、全峰；红杉资本曾投资了中通、德邦、安能、郑明、达达、一号货车、云鸟配送等多家物流类企业。此次联手，双方在仓配以及链条的优质资源如何对接运满满值得期待。

作为国内首家基于移动互联网技术开发的全免费手机配货平台，“运满

满”秉承“让公路物流更美好”的发展理念，致力为车找货(配货)、为货找车(托运)，并提供全面的信息及交易服务，这也是产品研发的初衷。

目前，运满满员工突破 2000 人；业务已辐射全国，线下地推和服务团队驻扎 200 多个城市，包括西藏、新疆等偏远地区，并与国内 95%的物流园达成合作关系；司机资源逾 200 万；运满满已拥有中国最大规模，成本最优的运力池。

运满满创始人张晖表示，“就像马云提出的让天下没有难做的生意一样，此轮巨资的引入，将推动运满满产品不断完善，解决货运物流的各种痛点，让公路物流更加美好。”

社区 O2O “在家点点”获 200 万美元天使投资

社区电商初创平台“在家点点”获 MFund 魔量基金 200 万美元种子天使投资。

“在家点点”成立于 2015 年 7 月，位于上海徐汇区，CEO 为周瑜峰，隶属上海立到网络科技有限公司，是一家整合社区周边生活服务资源的线上社区服务平台，其所整合的资源包括便利店、果蔬以及快递收发等，并致力 10 分钟送达。

其创始人周瑜峰称，最适合的大众创业是做一个日赚 300-1000 的个体户。

“在家点点”就是这样一个平台旨在运用电子商务手段和市场服务功能，连接微小创业者和社区用户，构建一个更加便利的社区生态。创业者可从 APP 上申请成为小区内拥有小仓库的“私人助理”，一个仓库对应一个小区。该模式，对创业者而言，低风险、低成本；对平台而言，可降低人耗、节约成本。创业者和平台之间这种类似加盟的形式，更能提升创业者的主观能动性。目前，“在家点点”处于想要积累大量数据的层次，不参与商家的销售分成也不供货。当然，为了保证店家的服务质量，“在家点点”要求创业者交 5000 元的保证金。

构建更加便利的社区生态，需要处理好用户、商品、平台之间的关系。现今用户的时间更加碎片化，这就对服务的及时性有了硬性要求，如何在碎片化的时间内，提供给用户一个不错的体验感，这就需要线上平台和商户之间的努力。本地化服务解决时效问题，物流人员直接关系用户体验。用户体验方面，

平台能够准确理解用户诉求，快速处理用户需求，才能保证用户体验的质量。

此次“在家点点”获得融资，在于其专注线上平台，通过营造社区线下商户创业氛围，鼓励创业者到社区中去，并与其合力打造社区 O2O 生态体系，这是一种平台化思维的体现，其思维方式不再局限于用户而是跳出供应链的圈子，从整个资源融合的角度来对待社区 O2O。

拿票门到门 500 获万天使轮融资和玉资本等追投

近日，以社区为中心的社交周边游平台“拿票门到门”创始人徐巍透露，该项目已完成 500 万元的天使轮融资。据了解，“拿票门到门”在创办伊始便已获得数百万的天使轮融资，并在此后数度获得个人以及和玉资本等追加投资。

该项目现主要做北京周边游市场，已覆盖北京五环内及回龙观、天通苑等地区。据《2014 年国民经济和社会发展统计公报》数据显示，2014 年北京市汽车保有量逾 500 万辆，按北京市 2168.9 万人口（2015 年 6 月份数据）计算，无车族约占北京总人口的 3/4，且部分有车人士也折服在北京拥挤的交通上和限号上。在经过前期的市场调研后，拿票团队找准行业痛点，瞄准北京 3/4 的无车族。据悉，“拿票门到门”于 7 月 15 日正式完成上线工作。

“拿票门到门”是一款景区接送 App，以周边游——大巴订购平台的面貌呈现。在其他周边游平台提供去哪玩儿、怎么玩儿的时候，拿票从侧面发力，把解决交通问题作为切入点，提供从家门到景区门之间的中层服务，解决了怎么去的问题，以此打入周边游市场。

徐巍表示，拿票门到门以大巴入驻的方式整合了闲散大巴资源，为游客提供性价比更高的周末大巴景区接送服务，使拿票门到门在同行业中具有了较大的价格优势。另外，拿票门到门采用社区划分的方式，以社区为单位提供多站上门接送服务。目前拿票门到门所能提供的服务限度是：只要在服务范围，拿票大巴就能在距离用户家门口 1 公里的范围内提供上车点。让用户享受到直达景点的接送服务。

拿票门到门分为司机端和用户端。一方面，用户登录“拿票门到门”APP，搜索自己想去的北京周边景点，订购景区门票的同时一并订购大巴，后台将基于地理位置，为用户匹配出最佳上车点，保证所有用户都能在离家 1 公里的范

围内上车，以最短时间直达目的地景点。而在司机端，拿票技术团队通过云计算，为大巴司机们匹配出最合适的接客路线和精确的到达时间，帮助司机更好地完成接送任务。

据了解，拿票团队现已整合北京逾 200 辆闲散大巴，在全市设置了 200 个上车点，与上百家北京周边景区签署了合作协议。徐巍表示，拿票只开展高端、火爆景点的业务，因为该类景区的门票价格更为稳定，各大旅游平台所售门票价格也不会存在较大差异性。

拿票门到门主要靠大巴信息服务费和打包产品的售卖来获得盈利。目前大巴分配采用平台竞价的模式，中标价与车费总价之间的差价则为平台所收取的信息费，约占司机总收入的 10%。徐巍表示，只要每辆大巴的上客率达到 70%拿票就可以获得一定的收益。据悉，现阶段该平台的打包产品主要是门票，但未来打包产品还将包括吃、住两大类，这也将是拿票门到门未来盈利的主要方面。

“拿票门到门”隶属于北京金码荣科技有限公司，该公司成立于 2015 年 1 月 4 日，注册资本 124.13 万元，目前团队不到 30 人。创始人兼 CEO 徐巍是连续创业者，曾任美国 MWH 高级软件工程师，系美国朱老四 iOS 手游工作室、iMomoko 美妆保养网创始人；联合创始人兼 CTO 卞小丁系清华大学自动化系本科、硕士，曾在 VMware 中国研发中心和阿里移动事业群/神马搜索部担任研发工作和项目负责人；联合创始人兼 COO 李霄同为清华大学硕士毕业，具有多年媒体人经验。

“运东西”完成 A 轮亿元级别融资

物流电商 O2O 平台——汇通供应链技术与运营有限公司旗下基于移动互联网技术的“运东西”物流电商平台宣布获得亿元级别的 A 轮融资。此轮投资方为深圳协同创新基金。

据运东西官网信息显示，上海汇而通国际物流有限公司创立于 2012 年，注册资本 1.2 亿元，合资企业，股东来自香港及国内上市公司，主要团队来自于国内上市公司高管。“运东西”是上海汇通供应链技术与运营有限公司旗下产品，印健任公司 CEO 一职。

“运东西”定位于物流行业的垂直搜索、交易与运营的平台；充分运用互

联与移动互联技术、电子商务技术和其他行业优秀的商业模式与节点，打造中国物流行业良性生态。运东西为货主用户提供安全、便捷、比价、可视的全程运营服务，同时为承运商（人）用户提供在线揽货、物流金融、运营管理和城市配送等一系列的增值服务。“我的初衷就是希望打造物流携程。”印健曾在接受媒体专访时如此描述。

据悉，在 2015 年 8 月，“运东西”还同时并购了深圳一家知名大型物流企业，将其作为运东西平台下“运管家”的主体，主要服务于大型制造业与流通领域大客户，采取扁平物流采购渠道去掉中间成本，大幅降低企业的物流成本和管理成本。

“运东西”CEO 印健曾自 2003 年 7 月起在怡亚通任职，2005 年 9 月起担任该公司董事、副总经理，主要负责上海地区业务拓展。不过，怡亚通上市前夕，印健离职并于 2007 年 4 月赴飞马国际就任，次年 1 月，飞马国际在中小板上市，印健官至该公司副董事长、总裁，到 2011 年 4 月辞职。从飞马国际辞职后，印健就开启了自己的创业之路。运东西平台计划今年 10 月启动股改，希望明年上半年有机会登陆新三板。

女性二手交易平台空空狐获 1500 万美金 B 轮融资

女性闲置交易平台“空空狐”近日对外正式宣布完成 1500 万美金的 B 轮融资，昆仑万维董事长周亚辉领投，A 轮投资机构集体强力跟投。

据空空狐创始人余小丹透露，B 轮融资将会用于进一步拓展算法团队以保证更高的交易效率，另一方面，通过第三方平台的增值服务辅助用户处理 C2C 平台普遍面临的信用问题，并想通过解决闲置问题作为切入口，拓展针对年轻女性需求的增值服务。事实上，这是空空狐首次披露融资消息，此前于今年 6 月份完成 A 轮融资 2000 万，由红杉资本领投，源码资本、挚盈资本跟投。

空空狐 iOS 端于 2014 年 9 月 10 日正式上线，Android 端于 2015 年 8 月 15 日上线。空空狐是女性二手服饰垂直领域的 C2C 平台，通过担保交易的方式保证交易的安全，还有有一套物流跟踪、客服系统等。目前空空狐采用从每笔订单收取 5%佣金的商业模式。在一位业内人士看来目前大部分传统二手交易市场面临的交易频次低的瓶颈。不过，余小丹认为，自己主要服务 15-25 岁的年轻女性，这部分女性对于闲置服饰的交易频次是整个二手领域里最高的。