



仪海仪家
YI HAI YI JIA

一种全新模式的互联网平台

-- 聚焦工业链数据

-- 交易的不仅是产品、还有智慧（知识、技能、服务）

仪海仪家项目计划书

www.yi-mix.com



基于工业设备、科学仪器等工业品及相关服务的互联网平台



产品特性

这里工业品不是指五金工具而是工业生产设备、精密分析仪器等

国家制造能力的体现、重要性不亚于芯片、目前仍然是进口品牌占绝对地位

工业化的支点、也是未来工厂数字化的支点

卖的不仅仅是产品还有服务和解决方案

非标化、定制化、不同行业之间发展差距大

原理一样但是因为理解不同、行业应用不同，价格相差很大



行业痛点——工业品互联网推

无论是百度这样的搜索平台还是淘宝这样的电商平台或者抖音这样的短视频平台，他们的模式任然集中在吃喝玩乐、衣食住行层面，在工业层面的应用相对落后和缓慢，有以下几个显著特点。



模式单一：目前主要的推广模式还是单靠关键词、导致关键词成本越来越高，投入产出比很低。



用户花费时间多：用户必须提供非常精准的信息才有可能找到真正需要的产品，尤其当你寻找一台设备配件时，如果不能提供精准的信息，很难找到对的产品。



差异化没有体现：同一类产品如果用在不同行业会有一些的差异化，但目前互联网的模式这部分并没有展现出来。



没有关联性：工业品是有关联性的，用户选择一种产品一定需要配套的其它产品或服务，而现在的模式只会推送你搜索过的产品，关联性没有体现出来。

[视频查看](#)

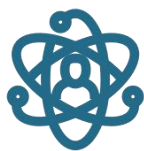


行业痛点-工业体系的共用

如今我们很多产品可以全世界铺货，例如我们的家电、基础的工业材料，但是在很多领域我们还落后很多，例如芯片、高端的精密仪器。但是细心研究你会发现很多不同行业的工业体系是可以共用的，如何打通这些不同行业的工业体系是我们需要思考和践行的事情。



打通工业体系就可以把先进行业的工业体系引入发展落后的行业提高其产品性能，改进供应链



一台净水机普通市场可卖三五百，品牌公司换换外壳就可以卖三五千，稍微改进一下卖到实验室就可以卖到三五万，如果是进口品牌就可以卖到十几万。但其实其主要功能性部件是相差不大的。



工业体系的打通有助于统一行业标准、产品的差异化应该体现在性能、功能，而不是表面的不同，例如很多产品的差异是接口的不同。



解决方案

仪海仪家重点通过以下几个层面认识工业品、展现工业品。

Part 01

上游供应链或服务商，例如原材料供应商、工业设计服务

Part 02

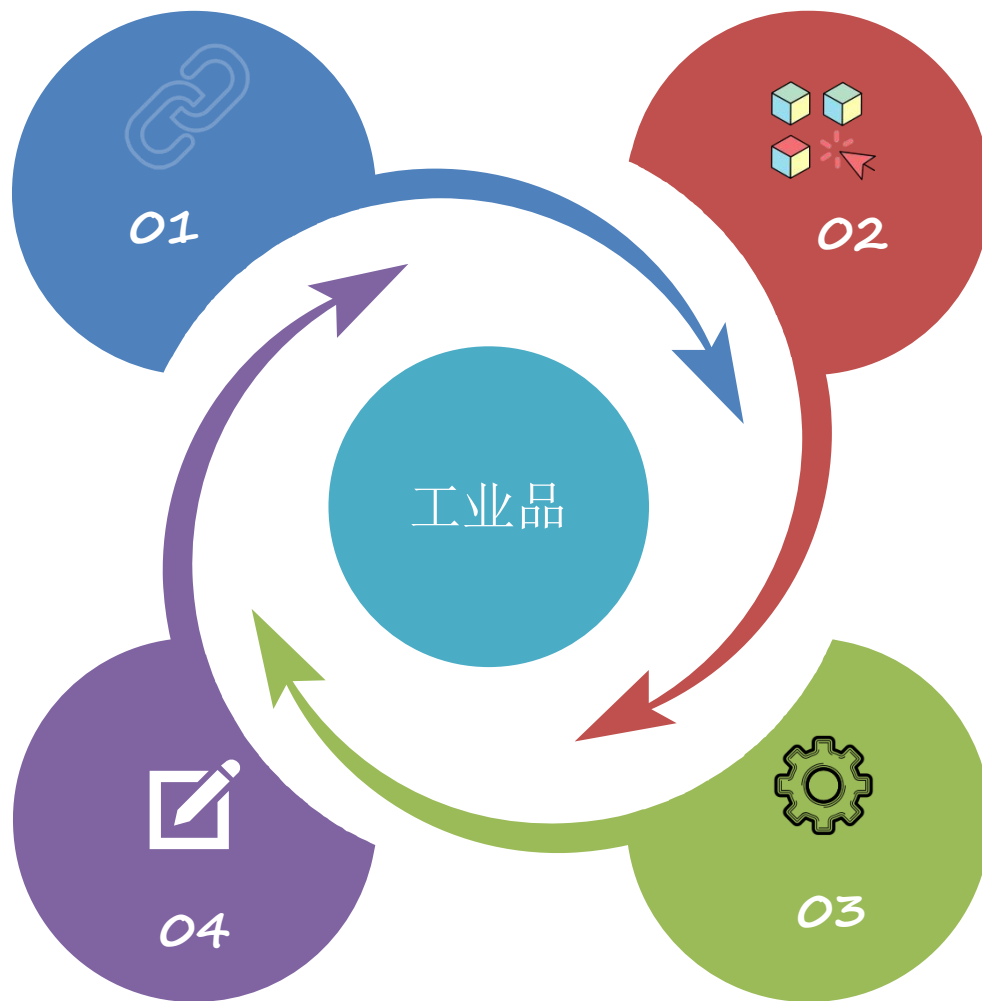
产品的主要组成模块，例如主要功能部件及参数

Part 03

产品的功能/应用、目标用户、应用场景

Part 04

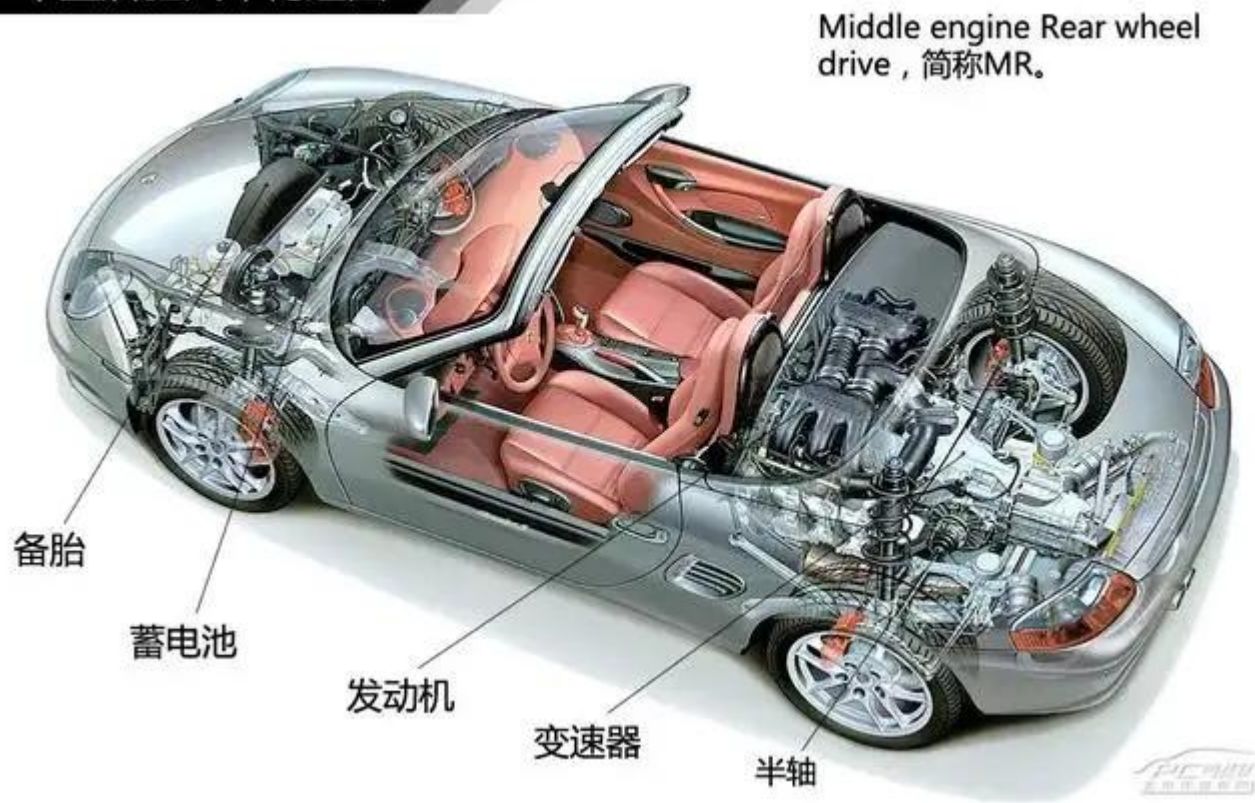
产品经销商、服务商以及产品最直接的使用人员



●●● 解决方案--我们如何实现--产品分解

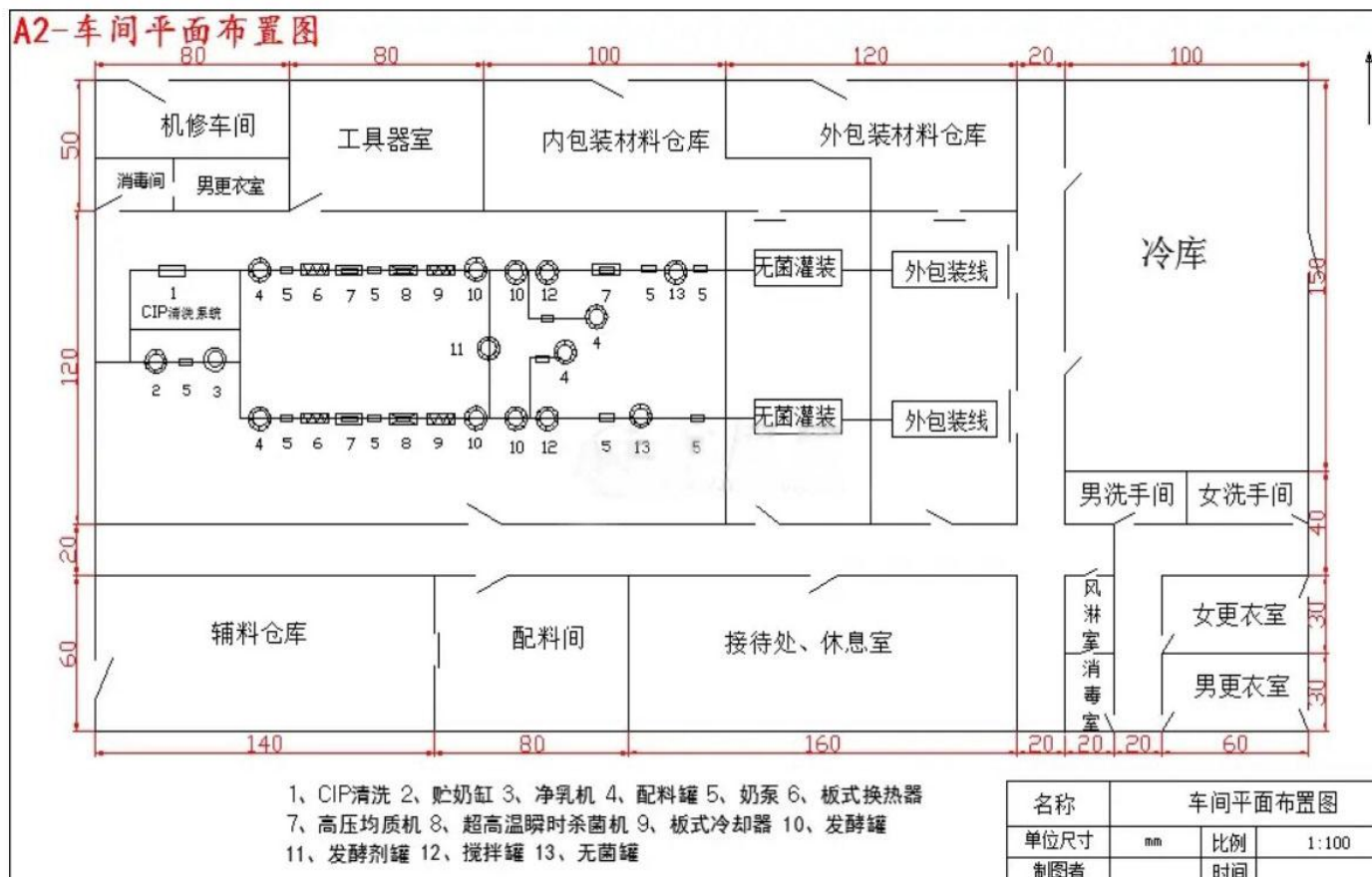
我们通过把产品/工厂分解、匹配、整理、梳理的方式实现原始数据的积累。下面以汽车举例，说明产品分解。

中置后驱汽车构造图



例如，我们把汽车尽可能详细的分解，然后每个板块去对接对应的服务商以及汽车使用人员，然后整理他们提供的信息，最后梳理出一条产品的工业链数据。

●●● 解决方案--工厂分解



例如我们可以把工厂分解为不同的工序，然后每个工序去对接相应的产品供应商、服务商、该工序上的工人，把他们提供的信息整理，然后梳理出一条工业链体系

[视频讲解，点击查看](#)

●●● -- 我们的特点

产品

当用户搜索一个产品时

产品的工业体系

仪海仪家的模式

产品本身

目前的互联网模式



丰富的行业经验和创业经验的团队

张瑞磊
创始人

2020年1月创立仪海仪家，开启传统行业互联网化道路探索

2017年3月创立第一家公司熠远精科，专注实验室仪器的技术服务和智能化

2014年加入盛瀚色谱，承担售后技术服务

2010年本科毕业后加入东成化学研发团队，对传统工业有了深刻理解

刘晨曦
产品

10年互联网行业经验

曾负责宁波海事局和宁波舟山港船舶定位和跟踪项目

负责东南亚最大点餐平台*qraved*以及海信人工智能项目

尹秀贞
大数据

2018-2021在青岛科技大学攻读硕士学位，研究方向为分析化学

研究生期间在青岛海关技术中心做科研助理、负责实验室仪器的日常维护操作

攻读学位期间发表多篇学术论文及研究成果并申请两项发明专利

其它
成员

另外还有其它3名成员，分别负责产品开发、UI设计及产品客服



运营模式——卖的不只有产品还有智慧（知识、技能、服务等）

工业品的企业

除了本身的产品及相关服务，还可以提供它的工业体系。

快消品企业

例如那些生产衣服、食品的企业，可以在这里靠其工业体系赚钱。

流水线工人

他们的经验和意见是产品和工业体系升级的宝贵的数据，他们可以靠经验在这里赚钱。

专业服务公司

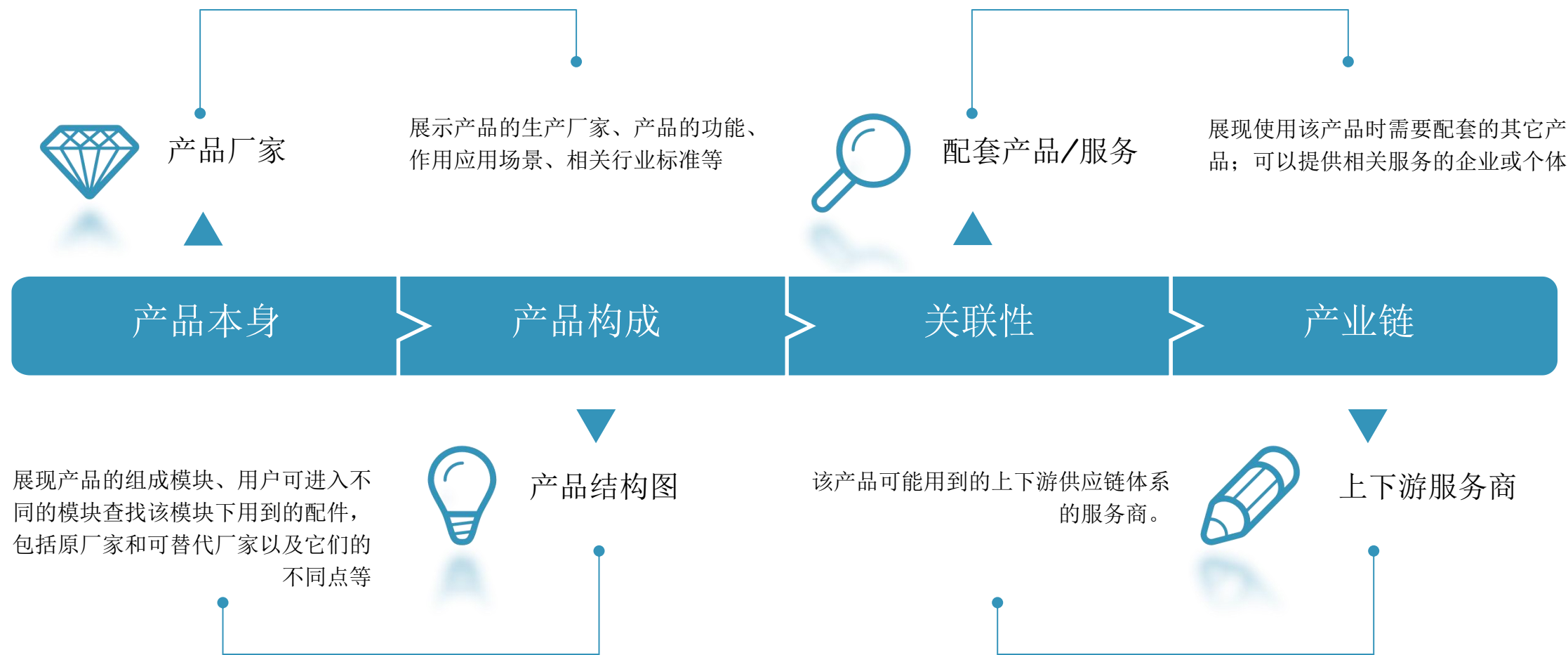
例如那些特种设备检测公司、环境治理公司等，可以卖服务和方案

专业技能的人才

例如那些工程师、科研人才，可以在这里出售其技术和寻找合作者。



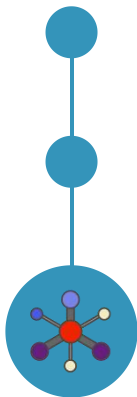
●●● 运营模式--展现方式--产品



运营模式--特色搜索方式

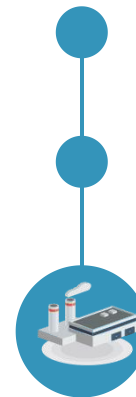
关联性展现

当用户搜索一个产品时，我们会根据用户的行业领域推荐最合适的产品，同时我们展现的不仅是该产品，还有该产品的结构图，用户可以查找不同模块下对应的产品、服务，例如原厂家的配件及可替代的配件及它们的不同处。



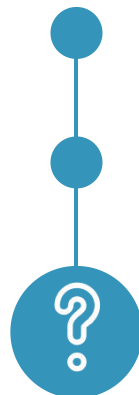
应用场景

当用户查找一款产品时，他可以找一个和自己相同的应用场景，例如某个食品厂的某个工序，查找该工序下需要用到的产品/服务以及相应的服务商。



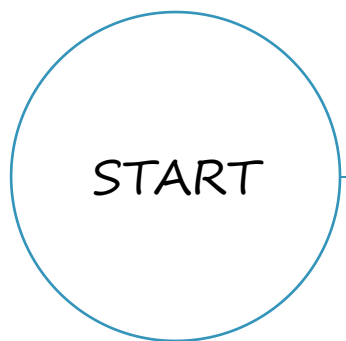
反向搜索

用户不了解具体的产品时，他可以根据产品功能、需要解决的问题查找对应的产品/服务。





战略规划



红包吸引入驻

用户注册，完善基本信息就可以随机领取一定金额的红包，以此吸引前期客户入驻

建立相关产品数据库，用户需付费查询或者提供相关数据等价交换

部分数据库建立

技能变现

更多的个体开始通过提供技能/服务去赚钱

一个新模式、且生态完善的互联网平台，让更多的用户因为我们获得成长。

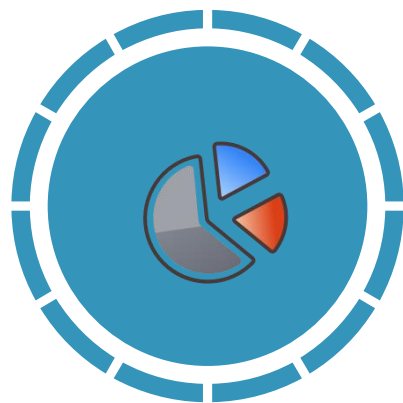
生态完善

●●● 未来商业化考虑



广告收入

多模式、多元化的付费推广板块，商家可自由选择



特色分销市场

伴随着生态系统的完善，平台会推出以配件/耗材为主的分销市场，平台会赚取差价或提成



工业互联网系统

后期在工业链大数据的基础上，我们会建立一套工业互联网基础系统，可以链接不同的设备，商家需要支付一定的费用



数字化工厂

未来我们很大一部分价值是数字化工厂方案服务商



融资计划

当前股权结构



本轮计划融资总额300--500万,稀释股权10-15%



品牌宣传

建立市场团队, 加快市场推广, 尽快让上游客户加入平台



50%

产品升级

完善技术团、移动端(小程序、APP)加快推出



20%

人才引进

商业和媒体经验人才、财务及行政管理人才、上下游行业领域经验人才



20%

硬件支持

场地租赁、办公设施购买等



10%

●●● 融资推进目标



技能培训班

实验室分析仪器行业选择目前市场占有率最高的两家产品，开展技能培训服务，为企业员工提高技术水平，培训班常态化开展、并逐步商业化。



数据库建立

市场占有率最高的两家产品的数据库基本建立，用户需付费查询



用户量

一年内平台企业会员达到**10000**家、个体会员达到**10**万