

BONFLITE

Duty Free, Hassle Free

免税“无疆界”

LIBERATE DUTY FREE WITHOUT BOUNDARIES

全球航司及免税商的最佳线上合作平台，为旅客带来终极免税购物体验。

全球战略合作伙伴

techstars_ HUB71

MUBADALA

ADGM
AN INTERNATIONAL FINANCIAL CENTRE

Emirates

ENTERPRISE
IRELAND

目录

1. 市场痛点及机会
2. 产品介绍
3. 目标用户及消费场景
4. 核心优势及商业模式
5. 市场体量
6. 商业合作及未来发展定位
7. 核心团队



机场免税购物

- **有限窗口期**：尤其对时常掐点的商务旅客而言，购物时间仓促，且有误机风险
- **付款不友好**：排队人数多，付款耗时长，付款程序复杂（需出示身份证件）
- **优惠难到手**：满减满折门槛高，旅客实际享受到优惠的机率及频次较低
- **行李负担重**：完成购物后旅客旅途全程需要手提购物袋，额外行李带来诸多不便



机上免税购物

- **供应品类有限**：机上销售产品品类稀缺，上新频次低，旅客缺乏新鲜感，购买欲望低
- **渠道价格较高**：航司货源渠道成本较线下免税商高，同类单品均价普遍高于线下免税店
- **支付手续冗杂**：支付手续极为复杂，仍有多数航司使用手动填卡完成登记支付程序
- **影响乘客体验**：机上叫卖以及手推车销售模式，极为影响航司乘客舱内体验，得不偿失

市场痛点 | 机场航司博弈困境

机场免税

极高的获客成本，低利润率



机场免税商 无法航前有效获客，预购转化率低，且因为昂贵的特许经营费用，导致商家整体利润率偏低

航空旅客

购物窗口有限，缺乏体验



航空旅客 在机场购物时间窗口有限，购物程序相较繁琐耗时，行李负担重，整体购物体验差

机上免税

高运营成本，低销售转换率



机上免税 供货商品品类有限，价格优势不明显，购买手续复杂耗时，运营成本高，整体销售转化率低

机场内及机上免税销售渠道总体占比高，2019年销售总额约为482亿美金，但数字化程度仍然偏低，有很大优化空间

市场机会 | 线上预购消费已初具条件

过去

冲动消费居多

省钱为其主要考虑

习惯线下消费



如今

77% - 85% 会预先计划

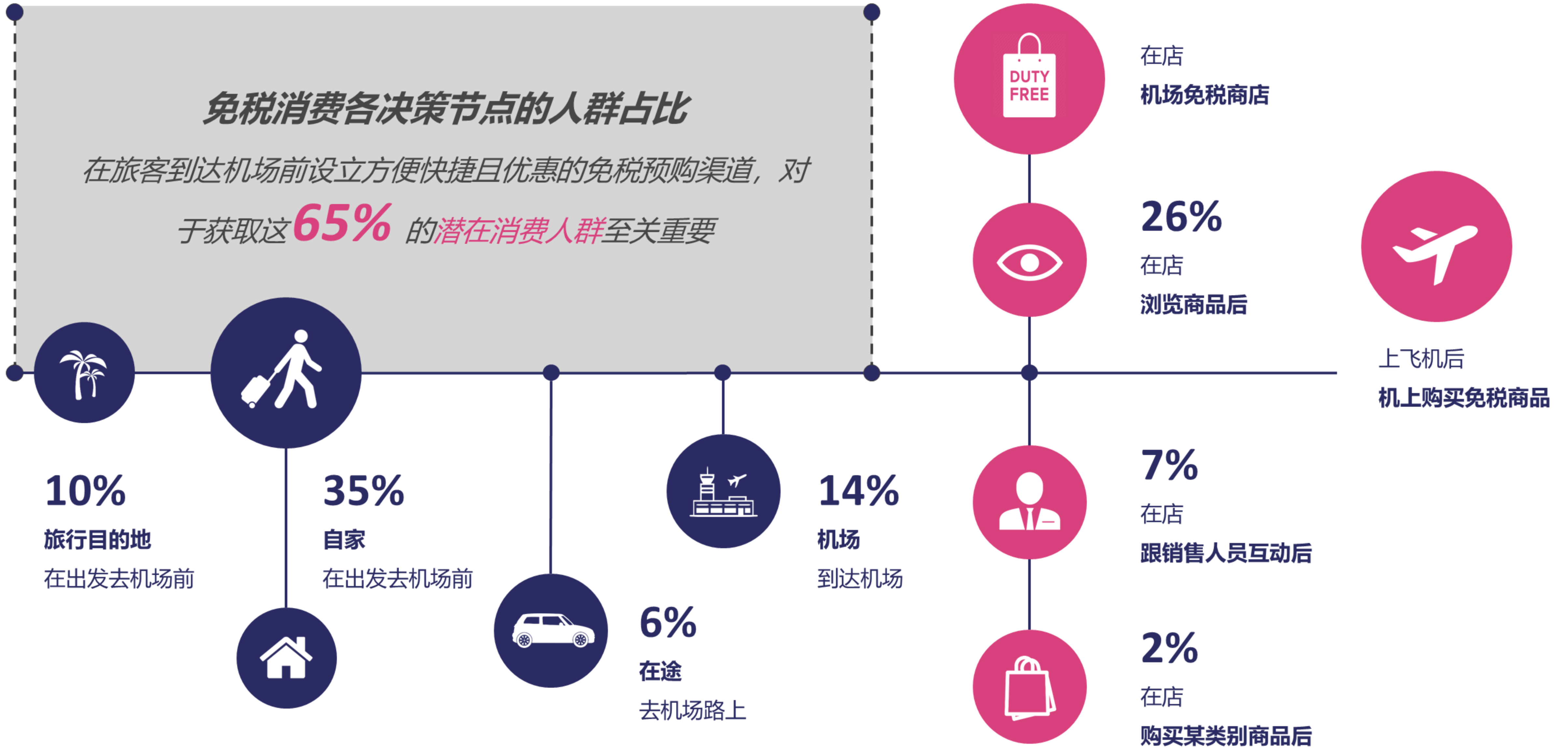
省钱仍为重要考虑
想要购买独家限量产品
享受旅行消费乐趣

习惯线上消费

市场机会 | 未捕捉到的65%

免税消费各决策节点的人群占比

在旅客到达机场前设立方便快捷且优惠的免税预购渠道，对于获取这**65%**的潜在消费人群至关重要



数据来源: m1nd-set Research 2019

市场机会 | 后疫情时代数字化进程急剧加快



航司

- 受疫情长远影响，机上免税商品及免税购物杂志相较之前市场表现会更加下滑，直到逐渐退出历史舞台
- 航空旅客接触机场免税实体商品或者杂志的意愿将大大降低，以个人移动端为基础的无接触式购物将成为主流



免税商

- 社会隔离导致更多游客不愿意参与线下购物流程，而更加倾向在移动端完成线上购物
- 免税品航前预购，机场提货、机上提货或送货到家将大受欢迎

免税商在此指代机场免税品运营商，类似迪拜免税、乐天免税、中免等

趋势加快：更少线下，更多线上

43%



43% 受访旅客 直言将不会再去机场免税店消费

17%



17% 受访旅客 表示将考虑航前线上预购免税品

数据来源: Pi Insights 2020

旅客避免接触店内产品，避免接触店内销售人员

62%

62% 受访旅客表示将考虑不再与机场免税店内销售人员进行互动

45%

45% 受访旅客表示不愿在免税店内接触实体产品

数据来源: m1nd-set Research 2020

有效的线上渠道对航司及机场免税商来说变得愈发重要

产品介绍 | 设计理念及产品定位

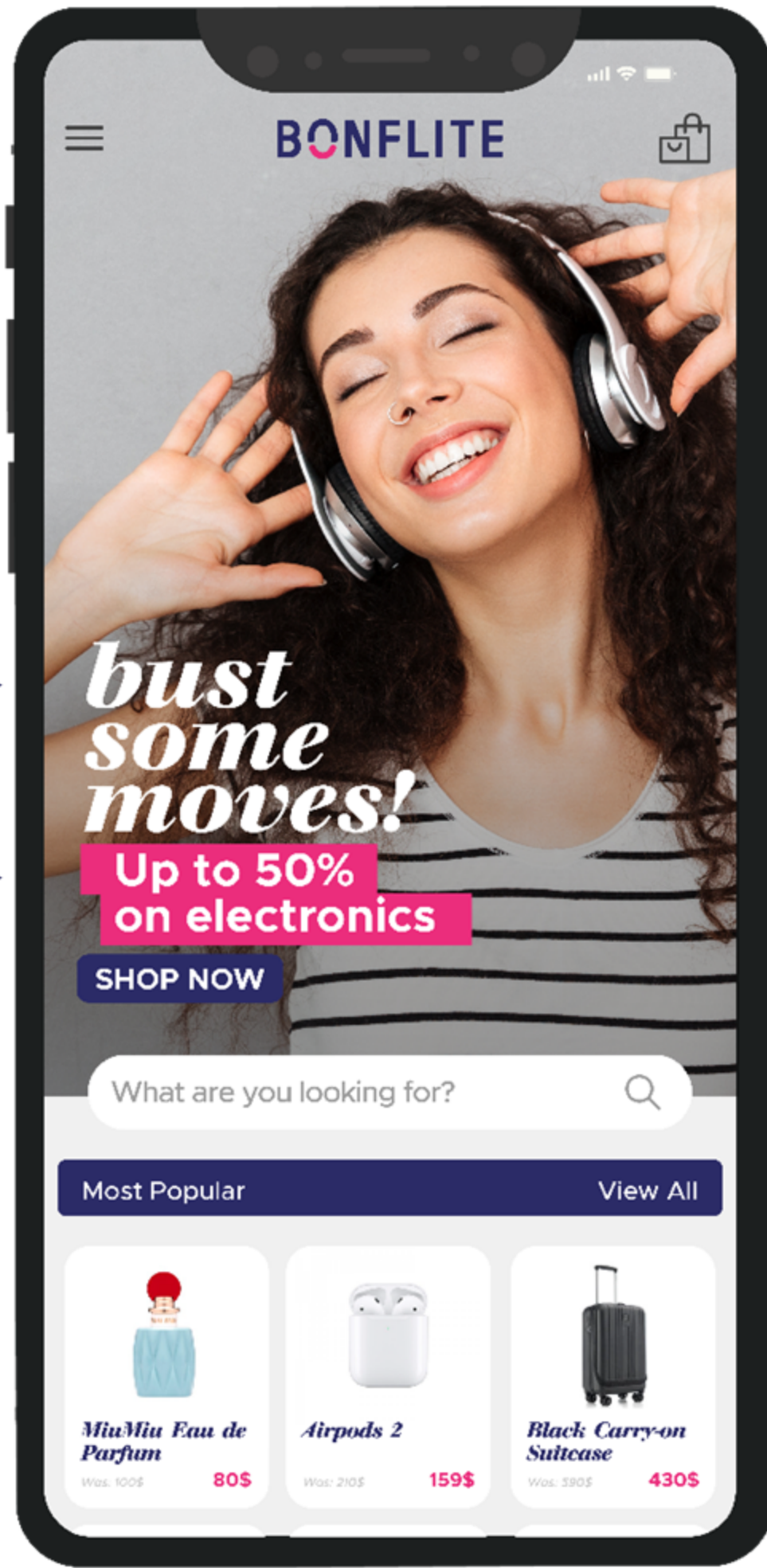
线上免税商城

(航司 White-Label 贴牌, 由 Bonflite 设计/运营/后台管理)



(乘客及流量端)

乘客画像大数据



个性化推荐 + 后台拼单

丰富的免税品品类选择



(需求端)



(库存及物流端)

全场景库存及物流支援

取货选择

始发机场自提

到达机场自提

机上提货

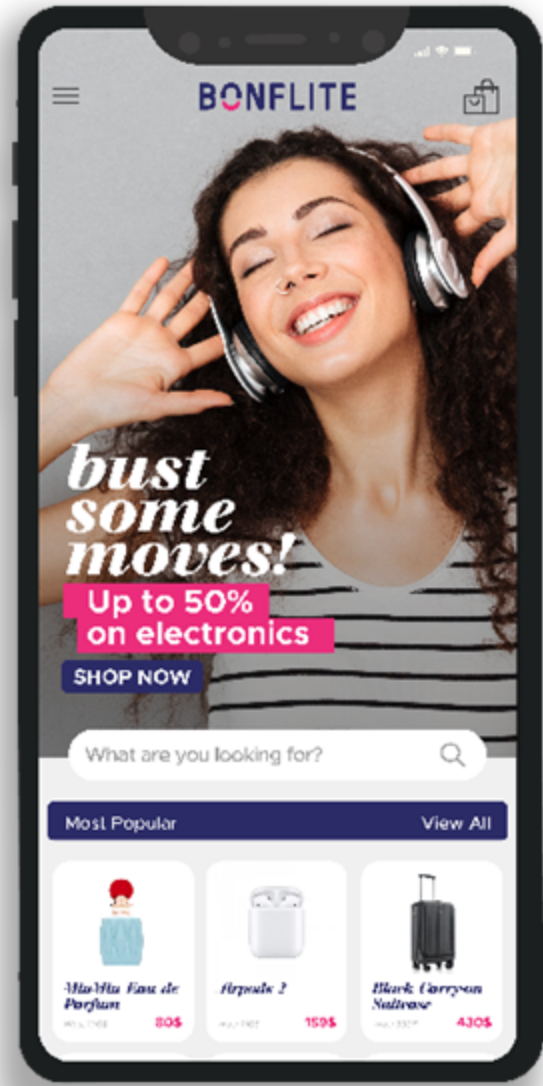
送货到家

送至酒店

* 平台选品将根据旅客消费行为数据及肖像信息进行动态调整, 最大化销售转化率

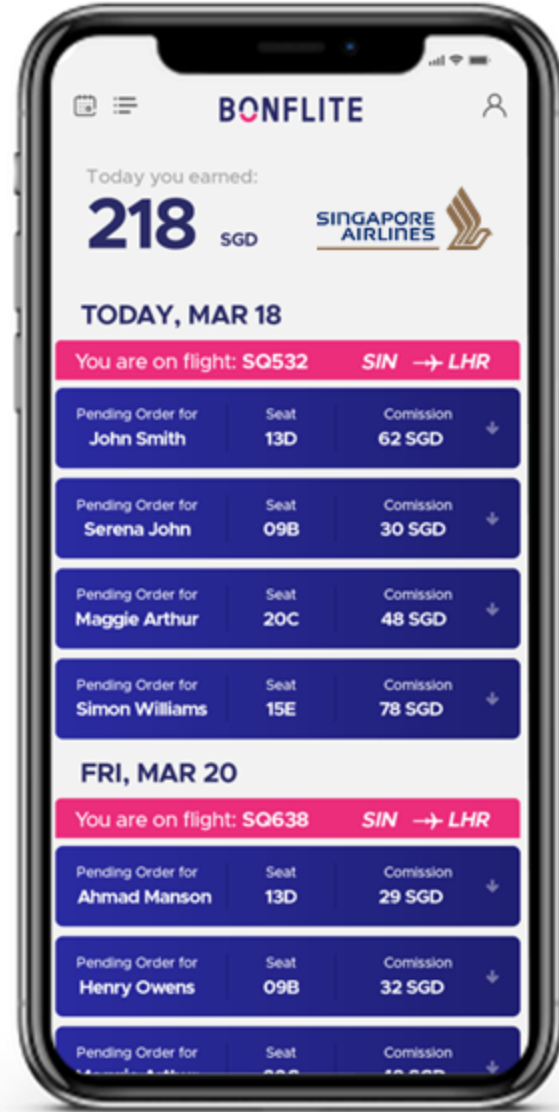
产品介绍 | 产品线及其核心价值

旅客购物平台 (TEA)



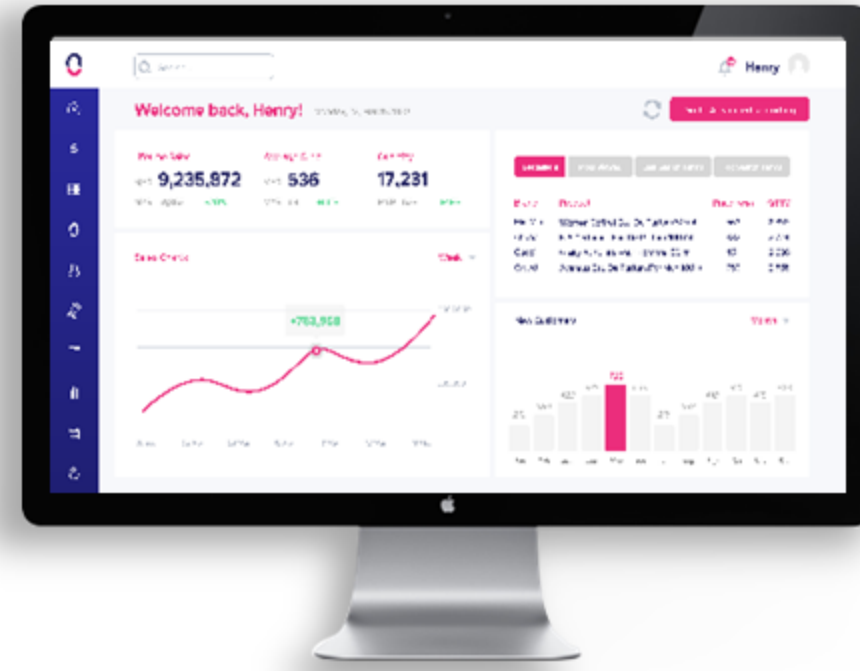
- 商详首页短视频推广，加强产品认知，提高销售转化
- 基于旅客消费行为数据及肖像信息的千人千面
- 基于具体航班信息设计的产品推广方案和专属优惠
- 后台拼单，让旅客以更低门槛享受到价格优惠

机组控制中台 (COA)



- 订单信息及旅客作为信息同步，方便机组完成机上服务
- 奖励及分红信息一目了然，激励机组用心服务预购顾客
- 可提供库存API反馈机上库存，便于机组做出额外销售
- 跟旅客购物平台云端信息同步，确保机上取货零错率

订单管理后台 (OMD)



- 设计直观，功能齐全，可查看、追踪及管理所有订单
- 根据航班航线及出发到达时间筛选订单，便于动态备货
- 可直接通过该系统给订购旅客发送取货提醒信息
- 提供最全面直观的订单大数据信息，提升销售效率

核心价值



更高销售转化率

专为旅游零售打造产品功能及架构



更高客单价

结合航线信息及旅客肖像最大化AOV



更加集中的线上流量

航空公司及OTA强大的直接对客能力



对航司及免税商无前置费用

无需进行复杂的系统对接及整合



新的收入渠道

销售提升的红利共享，收入即纯利

产品介绍 | 千人千面，航程拼单，充分利用数据优势

航空公司

优势：上亿量级旅客信息大数据 + 直接对客渠道

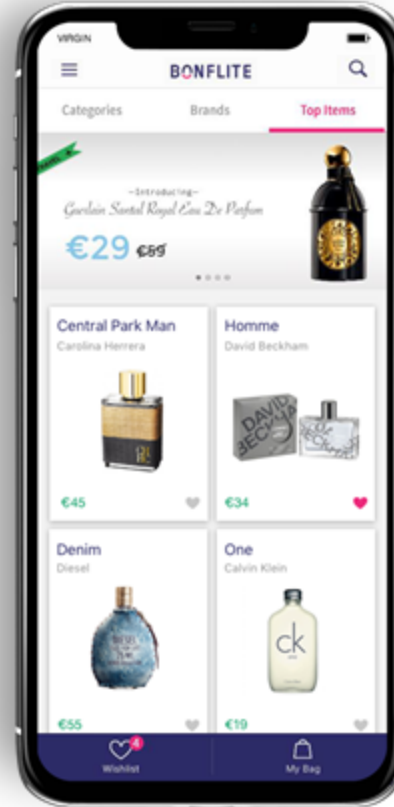
痛点：品类极其有限且缺乏吸引力的机载商品



典型的旅客数据

- 33岁男性，金融从业，金卡
- 常飞航线：首尔-香港，香港-迪拜
- 20%出行选择乘坐商务舱
- 经常购买免税品，均客单800美元
- 机上餐食常选：白兰地及牛扒
- 重度机上Wi-Fi用户

结合两者优势：对客渠道优势 + 库存品类优势



旅客画像
大数据



购买行为
大数据

将对的产品推荐给对的人，
更高购买转化率，更高客单价

免税运营商

优势：提供品类丰富且有吸引力的免税产品

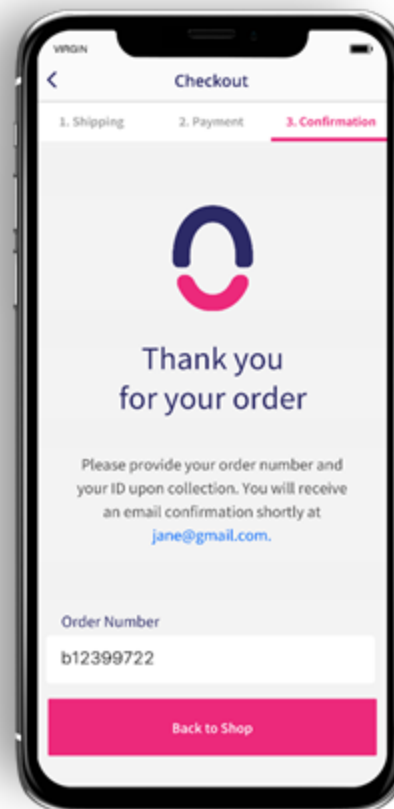
痛点：缺乏有效直接对客营销渠道，针对性低



典型的免税商店

- 满400，减40优惠
- 满800，享8折优惠
- 超过2000种香水产品选择
- 超过1500种化妆品品类选择
- 超过200种烟草类产品选择
- 酒类、糖果零食、电子产品等

个性化推荐引擎 + 后台拼单引擎



旅客A
购买 350
美元产品



旅客B
购买 450
美元产品

后台将其整合为一张800美元订单，享
受20%折扣；较独立订单节省120美元

免税运营商管理库存及物流

Bonflite 亦会和物流公司深度合作，送货上门

解决旅客痛点



机场购物时间仓促，付款等
候时间长，付款程序复杂

随时随地线上下单，线上付款



机上产品缺乏吸引力，机场产
品虽多，但缺乏推广针对性

丰富产品品类，个性化产品推送



商家满减满折优惠门槛高，
旅客实际到手优惠少

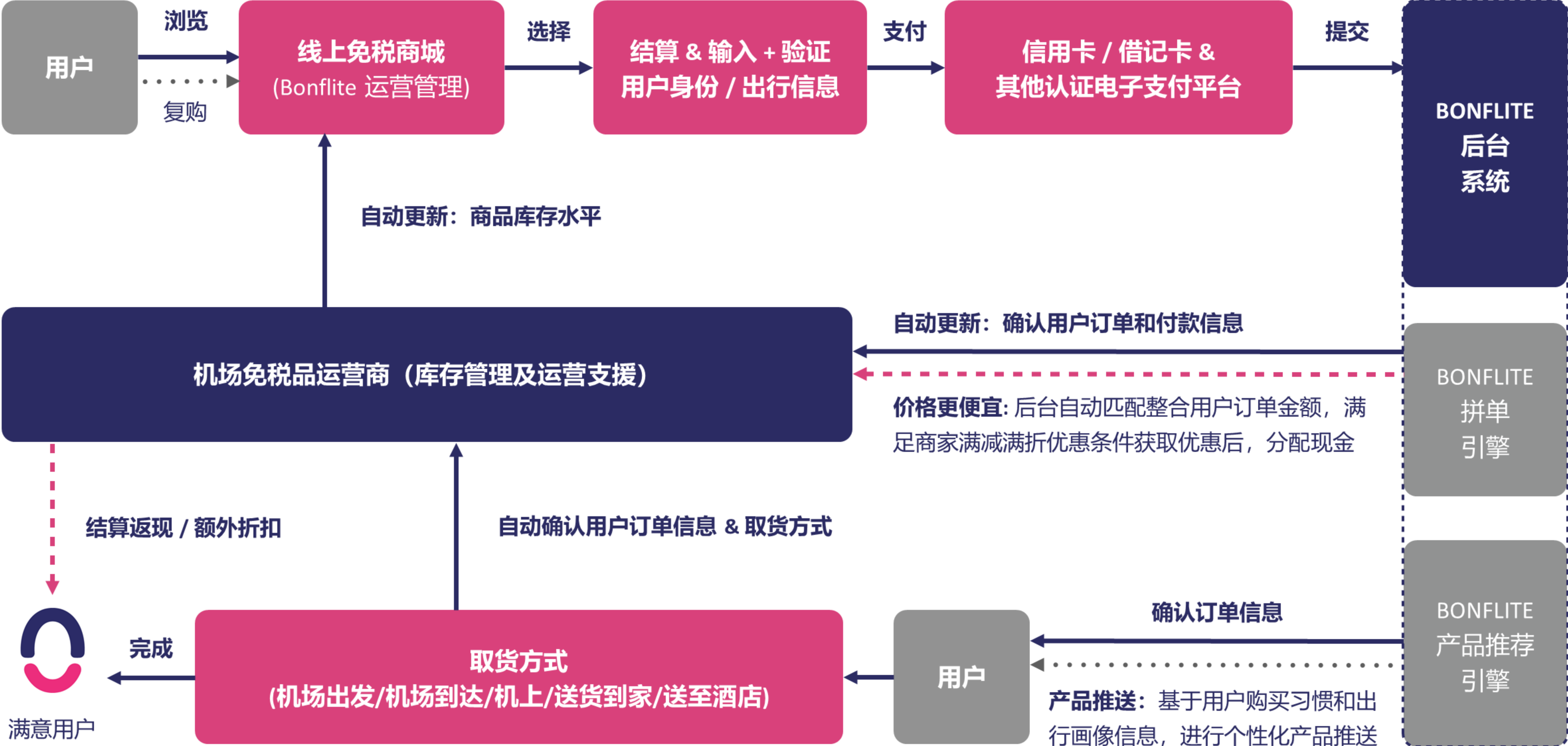
整合低额订单获取额外优惠



完成购买程序后需要全程携
带购物袋，行李负担重

送货上门，无行李负担

产品介绍 | 中后台信息交互逻辑



目标用户 | 专注航空旅客，服务航空市场

BONFLITE

产品特点

- 随时随地下单
- 快捷线上支付
- 任选提货方式
- 预加载用户信息
- 个性化产品推送
- 快速验证信息
- 额外商品折扣
- 商品选择多样
- 行李负担小

1

商务旅客



- 步履匆匆，掐点登机
- 购物时间太有限
- 大多知道自己要买什么
- 便利性跟价格同样重要

2

家庭旅客



- 大包小包，行李负担重
- 倾向于一站式消费
- 乐于购买礼物及纪念品
- 看重优惠及商品价格

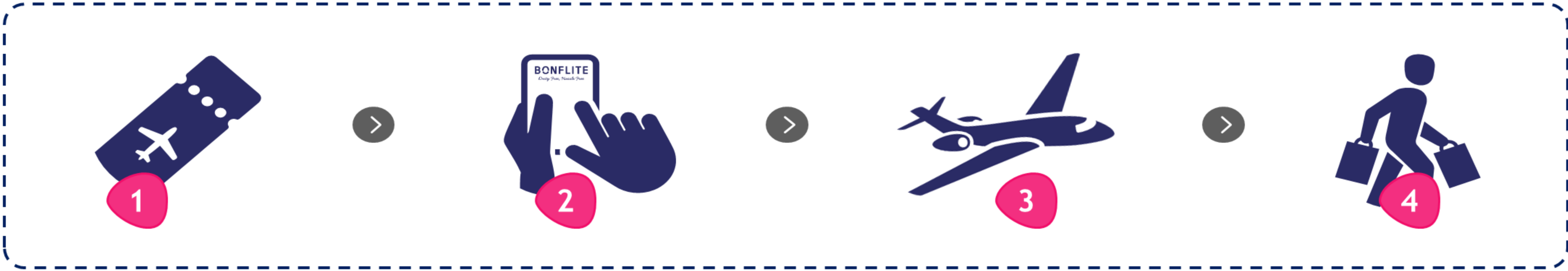
3

团队旅客



- 有强烈的购物欲望
- 平均客单价较高
- 倾向于多元的产品选择
- 对价格敏感度极高

消费场景 | 全场景购物，全场景取货



航前预购

机上选购

选择送货上门

航旅客在完成机票预定后，会收到航司发出的**航前信息邮件**（例如：**行程单邮件，预办登机提醒邮件等**），邮件中将包含通往 Bonflite 线上免税购物平台的入口

在订单截止时间前（例如：起飞前6小时），旅客可进入 Bonflite 电商平台**浏览商品，选购下单，并完成支付**

航旅客可选择在到达出发机场后提货，亦可选择机上取货，或者到达目的地机场后取货，**当日可取**

过关，**到达目的地**

在机上订单截止时间前（例如：航班降落前1小时），航旅客可经机上局域网环境（舱内局域网，航前预装信息，相应速度极快）进入 Bonflite 线上免税购物平台**浏览商品，选购下单，并完成支付**

在到达机场提货，过关

无论是航前预购，还是登机后机上选购，航旅客都可经由 Bonflite 线上免税购物平台**完成所有购物程序，并选择送货上门，全程无忧**

送至**目的地酒店**（境外）或**送货到家**（境内）

核心优势 | 最低成本负担，最快完成上线，垂直数据优势

BONFLITE 履历

- 截至2019年底完成种子融资，欧美VC
- Google for Entrepreneurs 创业周末第一名
- 完成 Techstars 加速器及 Mubadala 联合融资
- 爱尔兰政府股权投资高潜力初创企业
- INTELAK by The Emirates Group (阿联酋航空集团) 优胜孵化企业
- 阿联酋政府 SHERAA 项目优胜孵化企业
- Innovation Award by Global Shopping Forum
- Best Duty Free Digital Platform by LUX Global Hospitality Awards 2019
- Best Duty-Free Retail Technology Platform – Aviation & Aerospace Awards 2020
- Top 10 innovative companies by Future Travel Experience Ancillary
- Top 10 new companies shaking up the aviation industry by World Aviation Festival

techstars_



Google

连接航空公司及免税商渠道

BONFLITE 积累了丰富的行业资源，同时持有具有绝对市场竞争力的航空公司及免税商渠道，桥接双方优势，打造空中电商

系统对接时间短、费用低

BONFLITE 自研模块化程序与航司及免税商系统对接几乎无适配费用，可5周上线，上线费用及后期平台维护费用极低

覆盖旅途全流程

BONFLITE 系统为出行旅客提供全场景免税购物入口，旅客可在旅途任何节点预购及选购免税商品，并自由选择取货方式

端到端控制

BONFLITE 系统确保用户在任何旅途场景下及购物节点中都能获得最佳用户体验

推荐引擎 – 精准数据驱动

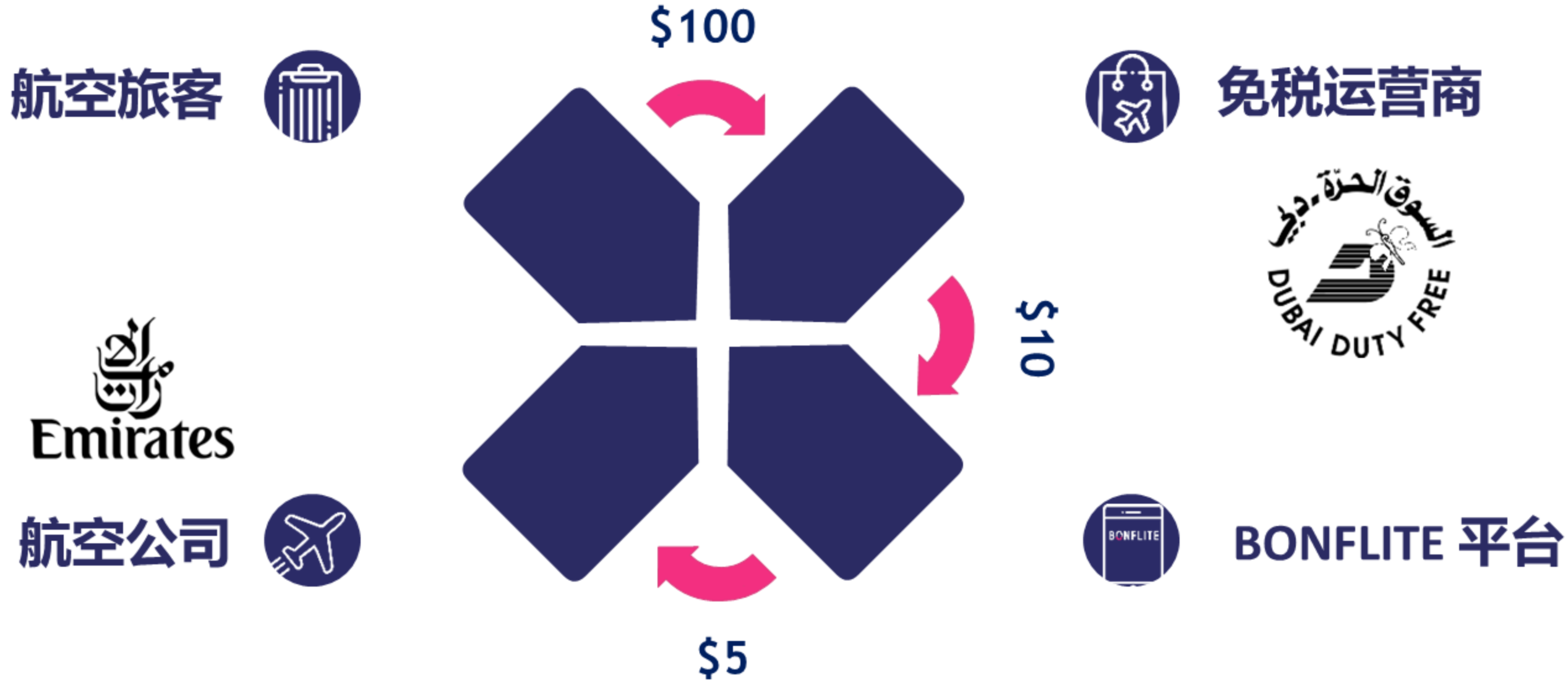
基于海量旅客用户画像数据和购买行为数据，BONFLITE 可向旅客精准推荐相关产品，极大提升购买转化率

拼单匹配引擎 – 绝对价格优势

基于旅客订单金额及商家促销方案，BONFLITE 会对小额订单进行匹配整合，使其满足满减满折门槛获取额外优惠

商业模式 | 三方获利，非零和博弈

基于在 BONFLITE 平台上产生的订单，BONFLITE 向免税运营商收取每单佣金，并将佣金一部分分成予航空公司（因其提供了直接对客营销渠道）。



(以上具体数字及公司商标仅作商业演示用途)

四大收入来源



销售佣金



广告收入



数据



物流服务

盈利模式:

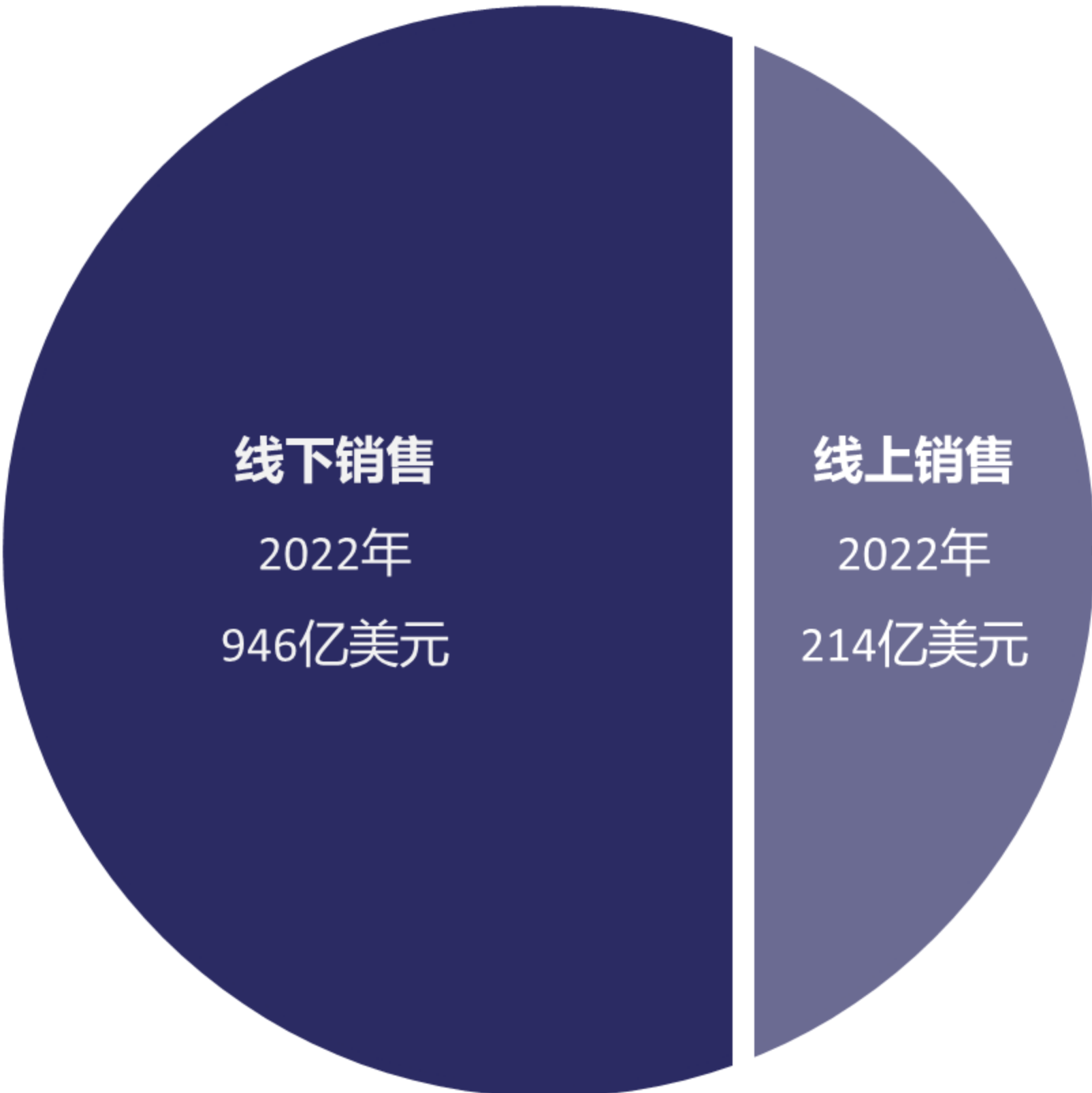
- 销售佣金案例:** 航空旅客支付订单金额100美元予免税运营商（库存提供方），免税运营商继而支付10美元予 Bonflite 作为平台销售佣金，Bonflite 最后分成5美元予航空公司，作为其直接对客营销的服务费用。Bonflite 收入5美元。
- 分层销售佣金结构:** 根据线上销售产品品类的不同，及各品类的基准销售数据，Bonflite 会与免税运营商订立分层式佣金方案，设置销售目标；达到目标越高，佣金比例越高。
- 其他收入来源:** 来自品牌商及非免税零售商的广告推广收入，数据接口/数据分析服务收入，以及针对送货上门的高级服务收入。

市场体量 | 持久增速，趋于线上

2022年全球免税销售总额预计为1,160亿美元

Bonflite 收费模式

2022 预测收入



分层式佣金体系 (Tiered Sales Commission Structure) :
基于在Bonflite平台上产生的订单, Bonflite 向免税运营商收取每单佣金, 并将佣金一部分分成予航空公司 (因其提供了直接对客营销渠道)。分层佣金率取决于: 1) 产品品类; 2) 各品类销售情况。



Bonflite 模式将极大程度加快线上免税品的销售增速

平台前置费用 (根据具体情况确定) + 订单佣金

2020年, 进入中国市场

商业合作 | 部分客户及合作伙伴

航空公司



免税运营商



技术合作



支付及流量



物流合作



未来发展定位 | 做旅游零售的操作系统，打造最适合航旅客的消费体验

库存/物流支援

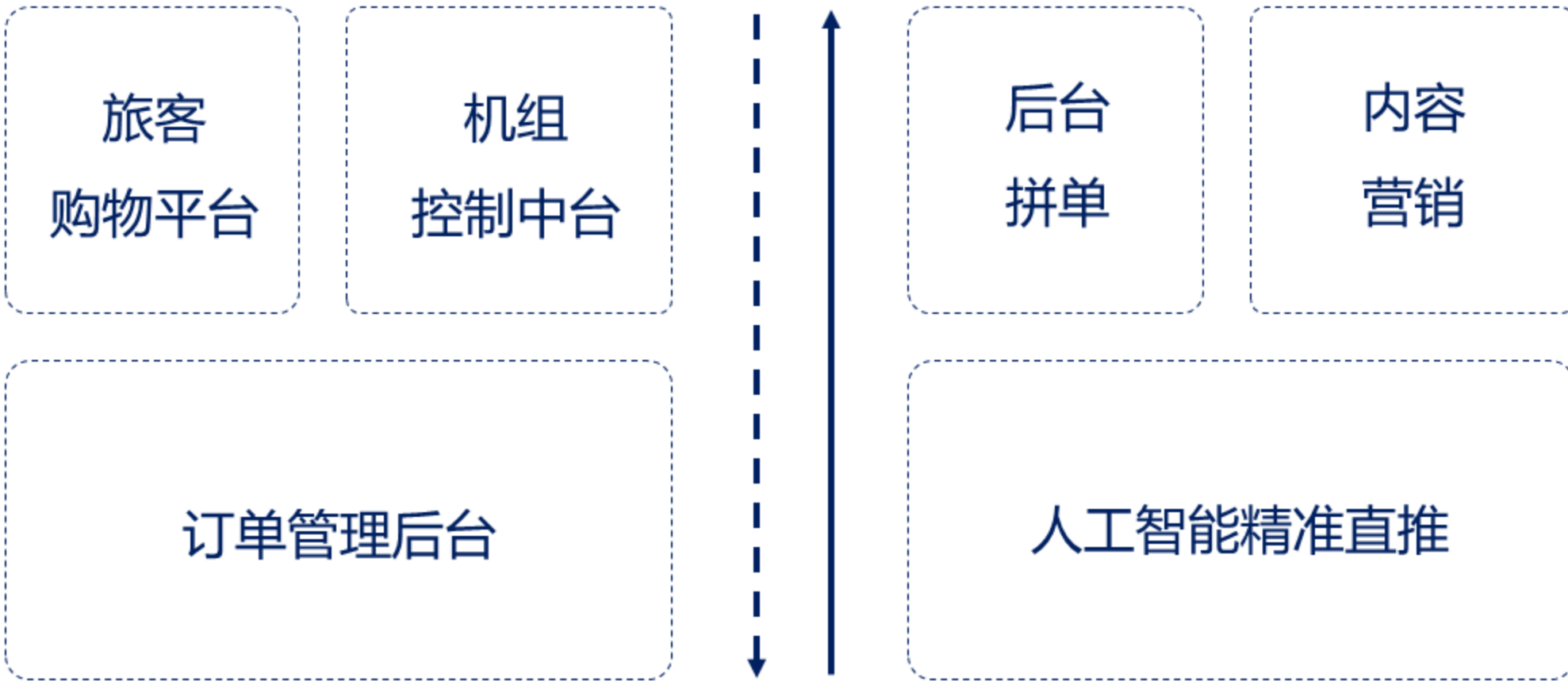


旅客肖像大数据

“操作系统”

BONFLITE | Bonflite.S

White Label 贴牌模式



第一阶段

“新零售”

White-label 贴牌航空公司线上平台



第二阶段

Bonflite 2.0

打造基于机场的“一日达”“消费生态系统”

— 当日购买，当日机场送达 —

核心团队 | 均衡且经验丰富的团队



Stephen Brewer

董事会主席

- 苹果 (UK) 的创始成员之一及前董事会成员
- 沃达丰集团 (爱尔兰) 前任首席执行官
- 爱尔兰移动产业创始人及奠基人之一



Hongbo SUN

联合创始人 & CEO

- 连续创业者, 梦想家
- 航空极客, 热爱与航空产业相关的一切, 并为此执着一生
- 统筹领导公司商业拓展, 战略及日常运营



John Yashi LI

联合创始人 & CFO

- 航空极客, 热衷创新
- 曾任海航机场集团战略投资部总经理, 及海航瑞士空港集团 (SP) 助理首席执行官
- 统筹亚太业务及融资



Paschal Nee

首席技术官

- 曾于多家创业公司担任首席技术官, 拥有丰富的技术统筹经验
- MTT 联合创始人, 公司最终被 Travelport 以 6200 万美金收购



Ahlam Hmadouch

首席电子商务官

- 曾于中东地区最大电商平台 Souq.com 担任电商运营总监
- 公司 Souq.com 最终被亚马逊集团以 5.8 亿美金的价格收购



谢谢!

孙弘博 Hongbo SUN

联合创始人兼首席执行官

hongbo.sun@bonflite.com | +8615840228254 | +353871126666

李亚士 John Yashi LI

联合创始人兼首席运营官

yashi.li@bonflite.com | +8613632172541 | +85267018391

爱尔兰都柏林 | 阿联酋阿布扎比 | 中国海口