

# 多点Dmall基本情况介绍

## ■ 公司概览

- 多点Dmall成立于2015年，是一家数字零售解决方案提供商，以全面数字化服务助力实体零售企业实现线上线下一体化，帮助商超打好坚实数字化地基，提高效率，降低成本改善消费者体验。
- Dmall为零售企业提供基于Dmall OS、MiniOS系统的零售联合云服务，输出完整的数字化解决方案。统一数据和业务中台，可实现模块化按需配置，帮助商家在会员、商品、营销、服务、管理和员工等零售各环节、各要素实现全面在线化和线上线下一体化通过底层大数据整合分析，优化到家到店一体化的全渠道服务，助力企业提高效率，改善消费体验。

## ■ 股东背景



## ■ 业务模式



### 零售商

#### 客流引流

- 客户画像
- 移动终端引流
- 第三方合作引流

#### 供应链和库存管理

- 智能采购
- 数字化供应链管理
- 可视化货架

#### 门店运营

- 智能调度
- 物联网购物车
- 智能任务仪表盘

#### CRM/营销

- 集成化会员体系
- 全渠道营销
- 客户忠诚度计划



### 品牌方

#### 客流引流

- 移动终端引流
- 合作方引流

#### 全渠道数据分析

- 线上线下客户数据汇总

- 深度数据分析

#### 精准营销

- 多渠道精准营销



### 全渠道全场景



## ■ 合作伙伴



## ■ 关键数据概览

3个国家和地区<sup>1</sup>110+家零售商  
使用Dmall OS4500+家便利店  
使用Dmall OS850+个品牌  
通过Dmall OS打广告500亿人民币  
Dmall OS 2020 GMV  
同比增长85%4.8亿人民币  
Dmall 2020年收入  
同比增长83%174%  
核心用户净留存率<sup>2</sup>1.8亿+  
移动端用户注册数

1. 包括中国（中国大陆及香港特别行政区）和柬埔寨

2. 核心客户是指已经与Dmall签约的至少有50个以上门店的全国性的零售商；净留存率是基于付费客户产生的收入计算

## ■ 项目亮点

- 1 在亚洲规模达5万亿美元的本地零售市场中, Dmall是零售商和品牌数字化的首选合作伙伴
- 2 在作为全渠道零售数字化SaaS解决方案的提供商: 以Dmall OS为核心, 以增值服务为补充
- 3 从超市和便利店到所有形式的零售, 通过扩大目标客户群来增长总目标市场
- 4 赢得国内外客户认可, 公司拥有可见的高速增长, 海外业务扩张步伐加快
- 5 基于零售一线痛点自研原生云解决方案, 拥有行业领先的技术和持续的创新
- 6 经验丰富的管理团队, 拥有远见、全球视野、技术实力、创造力以及可靠的业绩记录

## ■ 交易情况

估值	<ul style="list-style-type: none"> <li>根据市场消息, 本次交易中, SPAC收购Dmall的企业价值约45亿美元; 假设通过SPAC和PIPE合计融资10亿美元, 合并后市值将达到约55亿美元。</li> <li>管理层预测2021-2022E营收增速将超过100%, 显著高于可比公司, 合并后市值对应2021/2022PS分别为34x/16x。</li> <li>海外可比公司Shopify和BigCommerce的2021/2022PS分别为35x/26x和22x/18x, 国内可比公司明源云的2021/2022PS分别为26x/19x。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>假设SPAC股东全都没有赎回的情况下, D公司原股东将占合并后公司约80.8%的股份, PIPE股东占约11.8%, SPAC公众股东占约6.2%, SPAC发起人占约1.2%。</li> </ul>

## ■ 交易架构示意

