Biubiu停车 产品构思

**·问题描述：**

1. 全国各地的有车族每天都有较多次的临时停车需求，包括出差、购物、吃饭、聚会、探亲等；而他们的主要停车方案是道路的临时停车位或者一些停车场等。主要的问题包括：
   1. 停车可选择位置不多，变动较大，容易受人流量的影响；
   2. 需要花费一定的往返路途时间，缺乏便利性；
   3. 停车场的收费没有达到相对透明，消费者可选择比较的空间不大；
   4. 路边停车车辆安全没有得到最完善的保障；
2. 很多停车场并没有强烈意愿主动提供信息、消费者对停车信息的知晓度不够高。大城市的停车场不需要大力宣传，小城市的停车场没有得到宣传，造成资源浪费的同时也没有很好的解决消费者对停车的需求。
3. 近些年互联网的飞速发展，越来越多智能化的设备走进我们的生活。互联网使得很多东西不管是在价格还是各种参数都透明地显示在消费者面前，消费者可以根据自身的消费能力选择合适自己的服务。但是停车场没有在线透明显示价格可能会与消费者的期望产生落差，不会带来二次消费。

**·产品愿景和商业机会：**

**定位：**为广大有车族提供实时准确的可停车信息，对停车收费完全透明，保证车辆的安全；使得有车族可以停车问题可以得到更方便、更省心、更合理得到解决。

**商业机会：**

* 1. 用户群主主要定位有车族，停车位主要集中在大型商场、普通小区、以及私人商业化停车场。消费群体巨大，停车位有保障；
  2. 利用互联网技术，全天24小时提供车位实时信息，保障消费者能一键预约，一键停车，一键支付；
  3. 利用大数据分析技术，根据消费者的消费记录，动态合理给消费者推送合适的停车方案；
  4. 根据用户的消费需求，提供相应的VIP服务，是消费者停车更快更优；

**商业模式：**

* 1. 制定相应的VIP，提供给会员更高级的服务
  2. 停车场广告和停车场竞价优先推荐
  3. 与相应的代驾平台合作
  4. APP植入商业广告

**·用户分析**

**Biubiu停车主要消费群体：**

1. 有车族
   * 1. 愿景：实时获取最新的停车信息，透明了解不同停车场价格，保障车辆安全，越省钱越快捷越好；
     2. 消费观念：停车费便宜，最好有比较选择的余地；
     3. 经济能力：不同的有车族消费水平不同，合理的推荐消费者满足自己期望的同时有更好的选择；
     4. 计算机能力：智能设备的普及，用户能熟练掌握上网；
     5. 其他：有一定的附加服务，比如代驾，跑腿等；
2. 停车场提供商
   * 1. 痛处：停车场信息的普及度不够高，造成用户无法获取停车场的信息，会造成资源的浪费，停车位的变动性较大，提供商无法准确提供停车实时信息，可能或供不应求或者供大于求；
     2. 计算机能力：提供商只提供相应的服务，没有专业的技术，无法对广大的消费的消费记录进行相应的处理，对消费者期望的消费服务无法进行合理的推测；
     3. 优势：内部管理可自行分配，更加有利于我们推广其他服务；

**·技术分析：**

**技术架构**

以基于互联网的WEB应用方式提供服务。前端技术主要采用react-native，后端技术采用Node.js，可免费快速完成开发；

**平台**

初步计划采用阿里巴巴的云服务平台支撑应用软件，早期可以使用一年的免费体验，业务成熟后转向收费（价格不贵）；

**软硬件、网络支持**

由于所选支撑平台均是强大的服务商，能满足早期的需求，无需额外的支持；

**技术难点**

无开发技术难点；产品设计上重点考虑如何符合学生群体特征提供快速商品定位，同时支持灵活的商品推荐，比如节日、重要事件等；

**·资源需求估计：**

**人员**

产品经理：依据本产品的商业背景和定位，吸取已有类似网站的成熟经验，结合地方特点和用户特征，设计符合某有车族停车期望模式的产品。

IT技术专家：快速架构和实现产品，同时确保对未来快速增长交易量及灵活变化的提供商入驻的支持。

用户代表：有较多停车经历的消费者代表，帮助分析用户群体的期望和消费特征；

提供商代表：主要经营停车场商家，帮助分析商家需求、期望等；

**资金**

产品验证阶段前暂无需要。完成产品验证后，需要资金集中快速完成商家扩充和宣传推广；

**设备**

一台本地PC服务器；

**设施**

20平米以内的固定工作场地；

**风险分析：**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **编号** | **事件描述** | **根本原因** | **类型** |
| R1 | 用户认可度不高 | 没有足够区别于已有停车场服务的吸引力 | 商业风险 |
| R2 | 提供商参与度不高 | 商家对用户消费的了解不够、信心不足，及需要做一定的配合缺乏意愿 | 用户风险 |
| R3 | 无法实现实时对信息的更新 | 信息的实时刷新快速响应与服务器硬件的水平和用户的网络有关，服务器有被攻击的风险 | 流程风险 |
| R4 | 人员不能及时到位 | 用用户量达到一定规模可能会造成服务器宕机，人员无法快速维护服务器 | 人员风险 |
| R5 | 无法获得足够的推广费用 | 产品快速推广时，需要大量的资金，目前团队不具备，需要寻找投资 | 资金风险 |

**收益分析：**

财务分析的估算结果如下，几项重要参数说明：

1. 折现率假设为15%，
2. 项目周期设为5年；
3. 首年成本为上面资源分析中的成本加10万元推广成本，以后四年假设升级维护费和推广为每年20万；
4. 收益假设第一年为10万，第2年为30万，第3年为60万，第4年为100万，第5年为150万；

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 折现率 | 10% |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
| 年份 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 汇总 |
| 成本 | 500000 | 200000 | 200000 | 200000 | 200000 |  |
| 折现因子 | 0.91 | 0.83 | 0.75 | 0.68 | 0.62 |  |
| 折现成本 | 455000 | 166000 | 150000 | 136000 | 124000 | 1031000 |
| 累计成本 | 455000 | 621000 | 771000 | 907000 | 1031000 |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
| 收益 | 100000 | 300000 | 600000 | 1000000 | 1500000 |  |
| 折现因子 | 0.91 | 0.83 | 0.75 | 0.68 | 0.62 |  |
| 折现收益 | 91000 | 249000 | 450000 | 680000 | 930000 | 2400000 |
| 累计收益 | 91000 | 340000 | 790000 | 1470000 | 2400000 |  |
|  |  |  |  |  |  |  |