**创 业 计 划 书**

**项目名称：基于云平台的智能停车系统及其应用**

**团队名称：风雨盟**

2016年5月

目录

[1. 项目概况 4](#_Toc451455980)

[1.1. 项目介绍 4](#_Toc451455981)

[1.2  市场预测 4](#_Toc451455982)

[1.3. 创业宗旨 5](#_Toc451455983)

[1.4. 公司结构与团队（组织与人力资源） 5](#_Toc451455984)

[2． 项目背景 5](#_Toc451455985)

[2.1  相关产业背景 5](#_Toc451455986)

[2.2 项目（产品）概述 6](#_Toc451455987)

[2.3 项目（产品）优势 7](#_Toc451455988)

[2.4  项目（产品）前景 7](#_Toc451455989)

[3． 市场分析 8](#_Toc451455990)

[3.1 市场特征 8](#_Toc451455991)

[3.2 市场细分 8](#_Toc451455992)

[3.2.1 已开发的市场 8](#_Toc451455993)

[3.2.2 尚未开发的市场 9](#_Toc451455994)

[3.3 销售渠道分析 9](#_Toc451455995)

[3.4 市场容量 9](#_Toc451455996)

[3.5 政策环境对市场的影响 9](#_Toc451455997)

[4． 竞争分析 10](#_Toc451455998)

[5． 营销战略 11](#_Toc451455999)

[6． 投资预测 12](#_Toc451456000)

[6.1. App的开发 12](#_Toc451456007)

[6.2. App的线上测试 12](#_Toc451456008)

[6.3. 产品宣传推广 12](#_Toc451456009)

[6.4. 员工工资及福利 12](#_Toc451456010)

[6.5. App维护所需费用 12](#_Toc451456011)

[6.6. 公众平台及收费平台等的获取 13](#_Toc451456012)

[7． 财务分析 13](#_Toc451456013)

[7.1. 盈利模式 13](#_Toc451456015)

[7.2. 筹资分析 14](#_Toc451456024)

[7.3. 成本规划 14](#_Toc451456025)

[7.4. 收入预期 14](#_Toc451456026)

[8． 管理体系 15](#_Toc451456027)

[8.1. 组织机构 15](#_Toc451456036)

[8.2. 部门责任 15](#_Toc451456037)

[9． 企业文化 15](#_Toc451456038)

[10． 风险预测 16](#_Toc451456039)

[10.1. 环境风险 16](#_Toc451456050)

[10.2. 经营风险 16](#_Toc451456051)

[10.3. 市场风险 16](#_Toc451456052)

[10.4. 其他风险 17](#_Toc451456053)

[11． 撤出机制 17](#_Toc451456054)

# 项目概况

## 项目介绍

随着城市的快速发展停车位这一社会公共资源将变得越来越紧张，停车难的问题会越来越严重，这将成为限制我国交通与商业发展的枷锁。2010年，国家提出“智慧城市”的设想，在十二五规划中，国家也把智慧交通提上了发展的日程，由此可见，智慧停车势在必行。

颠覆传统停车，不再是开车去找停车场、穿过几条街区找停车位，不再是用手机或PC查询信息和进入百度地图查找停车场与服务，而是闲置车位自动找人说话。走到哪里，哪里的停车场或闲置车位主动给你打招呼。

本项目开发由云平台和智能移动终端组成的智能停车实时查询与收费系统，通过手机GPS的定位系统，结合对交通状况、停车数据和用户行为的整合与分析，向用户推荐合理的出行线路与停车方案，为用户预约停车位，并按照使用情况进行停车收费。本项目具有良好的前期工作基础，计划依托北京市智慧城市研究院，与北京市若干智能停车企业建立深度合作，将本项目成果进行商业化推广与完善。本项目对培养计算机学科应用型人才具有重要意义，也顺应了国家社会发展的要求，能真实的解决有车一族停车难的苦恼。

## 1.2  市场预测

随着智能手机的普及，很多大电商都拥有了自己的APP客户端，这标志着APP客户端的商业使用已经锋芒毕露，则好停APP未来的发展趋势必要依靠蓬勃发展的APP市场。好停APP将于2016年9月正式投入安卓应用市场，短期时间即半年内，通过大力推广争取做到好停在二线以上城市的有车一族之间风靡，各大停车场均收入在好停后台数据库中，维护正常运行。试用一年后投入苹果市场。2-5年内，对于其他智慧停车APP取长补短，致力于智慧停车创新功能，好停APP风靡于各个大小城市，有车一族不再盲目寻找车位，而都是通过好停APP寻找车位，好停注册用户量达到5000万。

到2025 年，好停在智慧停车产业得到充分发展，停车产业的信息化水平大幅提高。好停掌握智慧停车领域最关键最核心的技术，优势领域竞争力进一步增强，智慧停车产品质量有较大提高。停车产业的数字化、网络化、智能化取得明显进展。好停APP在这样的大趋势下日益红火，成为智慧停车领域的龙头行业。

## 创业宗旨

以方便有车一族轻松智能停车为目标，旨在“品质完美，功能新颖，服务优良”。通过本应用软件让更多有车一族以更智能的方式赢得最满意发服务。

## **公司结构与团队**（组织与人力资源）

前期由教授和博士带领两个研究生和两个本科生进行软件开发。后期设置公司负责人1名，公关经理2名，财务总监1名，研究员5名，助理1名。

# 2． 项目背景

## 2.1  相关产业背景

随着城市的快速发展停车位这一社会公共资源将变得越来越紧张，停车难的问题会越来越严重，这将成为限制我国交通与商业发展的枷锁。

当前，新一代信息技术与停车产业深度融合，正在引发影响深远的智能停车产业变革。然而，智能停车产业目前发展相对落后于动态交通的智能化市场发展，这一点国内外都存在这样的问题，过去的发展重动态交通，而轻静态交通，比如静态交通研究目前国内外都没有一个评价指标，而动态交通则有道路拥堵指数、绿波带等研究内容。静态交通发展的落后，已经成为了城市动态交通的障碍，目前国内外的专家提出了解决动态交通要“动静结合、以静制动”的理论，在实践中已经初见成效。未来静态交通智能化市场和动态交通智能化市场应该平分秋色，不分伯仲，静态交通智能化市场的发展前景非常大。

官方数据显示，目前中国大城市小汽车与停车位的平均比例约为1:0.8，中小城市约为1:0.5，而发达国家约为1:1.3。中国停车位缺口超过5000 万个。

如在满足停车需求方面“不欠新账、还清老账”，每年需新增停车位约3000 万个，不同形式停车位建设成本5-20 万元(人民币，下同) 不等，有些甚至更高，投资总规模约3 万亿元。加速停车场建设除有利于破解停车难外，还有利于扩大投资，促进汽车消费，增加就业岗位。

按照中国官方的规划，今后人口在50 万以下的城市，停车位总规模应在汽车保有量的1.1 到1.5 倍；人口在50 万以上的城市，停车位总规模应该在汽车保有量的1.1 到1.3 倍。

## 2.2 项目（产品）概述

好停APP是一个依托第三方平台（安卓平台），针对有车一族，聚合各个城市停车场信息，分类分片集中发布，方便有车一族随时随地停车的应用软件。好停APP基于云平台在智慧城市中建设一个应用，通过大量智能传感器利用ZIGBEE无线传输技术组件城市智能网络，把城市的每个停车位信息集中到服务器。通过手机GPS定位系统会为用户推荐最便利的停车方案。

使用APP前用户首先需要注册（登陆）好停APP。通过手机GPS定位用户当前位置，用户可以选择查询附近自定义范围，并在该范围内定位出全部停车场。用户通过好停APP看到周围所有停车场以及每个停车场的空余车位数量，可以根据“离我最近、价格最优、评价最高、自主选择”等方案选择停车路线，并由APP规划出到达该停车场的路线。当用户下好订单以后，通过4G网络把此订单发送到云服务器，由云服务器中转同时把订单信息发送给相对应的停车场。当下过订单的车到达预定的停车场时，停车场的摄像头会自动解析车牌号并与云服务器进行数据对比，通过数据的比对来判断这辆车急速之前下过订单的车辆。当数据比对成功后停车场的闸机将自动开启，车驶入停车场并进入规划好的停车位，好停APP后台的数据中心就会变更停车场现有停车状态，并给用户的手机发送推送信息，通知用户现在开始计算停车费。

当用户车辆出停车场的时候，还是通过摄像头拍摄到的车牌号解析来计算该车在停车场的停车时间，同时好停APP会与支付宝、微信支付等第三方支付平台合作完成停车费用的在线支付。用户完成支付后闸机自动开启，爱车驶出停车场。随后用户可以选择给光临过的停车场做出评价和打分，以供其他用户参考。

此时所有的停车费用由好停代收，好停会把所有的停车费扣除1元钱返还给停车场。也就是说一辆由我们好停引导来的车辆无论停车费用是多少，我们只是按照1元钱收取我们的服务费，其余停车费返还给停车场。

## 2.3 项目（产品）优势

我们要发挥自身优势，考虑到好停APP的经营模式，我们认为自身优势包括以下方面：

1. 发挥软件本身优势，在功能上创新，使得应用更加人性化、灵活化、简洁化，更多考虑客户需求；且当今智能停车APP还没有达到广泛的应用，还没有一个智能停车APP软件成为龙头领军的应用，因此就功能而言，市场十分广阔。
2. 发挥友邻应用优势，通过其他应用软件推广以做到最大宣传，扩大知名度。
3. 发挥客户优势,面临停车难这一问题，有车一族对智能停车APP需求量日益增多，APP内置好友邀请累积积分送礼品活动，以达到推广的目的。

## 2.4  项目（产品）前景

停车场技术日益完善。智能停车场作为现代智慧停车的重要部分，能否方便停车是其目标。智能型的停车场管理系统，也是为其服务的。停车场和停车场管理系统等相关部分，应该作为一个整体来考虑，使其各个部分能够协调一致发挥作用。停车场的设置应该靠近商业区、办公区等，而且很容易找到，即使没有到过不熟悉的停车场也应该方便快捷地找到。所以应该能够在驾驶中就可以方便地通过路边的停车诱导系统、电话、网络等各种方式得到停车场及其是否有停车位等信息。其次，在进入停车场时，在交费、寻找车位、寻找自己的车，也都很方便。这就要求在停车场内能够有车位引导系统和车辆位置指示等系统。第三，还要能够预先进行车位的预订，来保障停车的快捷，避免盲目找车位而空驶。目前而言，停车场的出入口控制和收费、路边停车诱导系统，在不少地方都已经建设，但是其他部分还有待时日。在技术上难度不大，只是对于需求的迫切性和投资效益，有待认可。

国内停车场企业大有可为。目前国内的停车场市场现状，还没有一个规范的标准，各地在建设的过程中缺少整体规划的依据，都只能依据个人的认识做。即使已经建设的系统，也还没有发挥出应有的效果。国内的停车场尤其是大厦的停车场，收费管理部分做得尤为完善，但是对于停车场内部的车位引导和车辆寻找等，几乎没做。另外，停车场也没有与其他停车场连成一体来发挥整体效益。而对于广泛出现的路边占道停车，由于是非封闭式管理，更是难以发挥其作用。国外的智能停车场系统，虽然做得时间比国内早，在经过十几年的发展后，国内的设备和系统已经能够在许多方面赶上了国内的同类产品，尤其是停车作为一个完整的系统来考虑时，更需要考虑国内的实际，不能完全照搬国外的经验，在这点上国内的厂商有明显的优势。另外，根据业内的人员的市场调研情况来看，国内和国外的车位引导系统基本上都处于同一个阶段，都是在逐渐普及的过程中。发展的时间都不算太长，而且国内外的产品竞争在技术没有太大的差异化，甚至可以说国内更领先一些。所以，从各个方面考虑，国外技术的引进，不会对国内的企业造成大的负面影响。国内企业完全可以利用自身的优势，独占鳌头。

# 3． 市场分析

## 3.1 市场特征

停车APP市场，可以说是自团购、外卖、打车APP之后又一个互联网行业的竞争热门市场，随着车辆激增，停车位紧张，停车位资源已然成为人们日常生活的刚性需求之一，就目前的市场特征来看，停车位需求是要高于打车需求的，而目前打车APP的火爆不难看出停车APP未来的市场走向。首先，停车是最刚性的需求，尤其是一二线大城市，停车难是一切城市消费的痛点。智能停车APP解决了刚需问题，同时如果解决了这个痛点，由此带来的商业价值是不言而喻的。其次，停车是最高频的汽车消费，无论是用户接触频率还是从支付频率看，都远远高于打车，而且车和人是合一的，没有什么汽车消费入口能像停车APP这样完美。最后，停车的客单价看起来不高，但从频率看，一天、一周、一个月、一年的客单价并不低，而停车的沉没成本是一定的，提高利用效率创造的利润非常高，而且从支付便利的角度看，车主预支付的可能性非常高，由此带来的资金沉淀的商业价值也非常可观。

## 3.2 市场细分

### 3.2.1 已开发的市场

目前市场上主流的几款停车APP如无忧停车、宜停车、停车宝等其进入市场较早，有一定的客户基础，但是就整个国内停车位需求市场来看，停车APP还只占了非常小的一部分份额，市场空间较大。基本已经实现的功能有定位当前位置、实时查看周边停车位数量及停车费用、导航到指定停车位、手机支付停车费用（提供停车券活动）、停车拍照、分享APP等功能。

### 3.2.2 尚未开发的市场

首先是和停车场方面的沟通问题，每个地区、每个市场、每个停车位，所属权都不一样。根本没有捷径可以走，必须一个一个的去谈。比如商场同意了、物业公司会不会同意，物业同意了，停车管理公司是不是有意见，大家都同意了，在执行中，停车收费员是不是会配合等。其次是市场精细化程度不同，有的地方优惠也非常的灵活，一个停车场可能不同的优惠方式都有十几种，要去摸清情况，并且和APP支付进行对接，并不容易。所以目前可以看到市场上的一些停车APP，打开后只能对接城市中的一部分停车场，而许多车场资源根本没有完成和APP对接，造成使用十分不便，这也是未来的努力方向之一。

## 3.3 销售渠道分析

本项目将采取市场营销、网络推销等渠道来促进运营。与此同时，我们将通过海报、网络、自印宣传单、其他APP推广等方式，开拓市场业务。

## 3.4 市场容量

面对停车位紧张的大形势，停车APP尤其是智慧停车APP可谓迫切需求。投入研发的停车APP数不胜数，但真正市场上有的却屈指可数，且其运营范围都是在北京、深圳等一线城市。因此，智慧停车的市场容量必成上升趋势。

## 3.5 政策环境对市场的影响

2015 年8 月3 日，国家发改委、财政部、国土资源部等七部委下发了《关于加强城市停车设施建设的指导意见》（发改基础[2015]1788 号），要求充分调动社会资本积极性，加快推进停车设施建设，有效缓解停车供给不足。

2016 年1 月25 日，国家发改委印发了《加快城市停车场建设近期工作要点与任务分工》的通知，明确了20 个重点任务以及相应分工负责部门和完成时限。其中明确，2016 年6 月前，推动单位、小区、个人利用自有空间建设停车场的相关举措。

2016 年1 月27 日，北京市发展和改革委员会、北京市交通委员会、北京市住房和城乡建设委员会三部委联合发布了《关于本市停车收费管理有关问题的通知(2016)》，通知要求贯彻落实党的十八届三中、四中、五中全会精神，按照国家推进价格改革的工作要求，并结合北京市实际，北京市停车收费实行差别化价格管理政策，充分发挥市场在停车资源配置、车辆使用调节中的作用。

国家政策在不断的将停车管理规范化，鼓励正当停车，避免非法停车，瞎停、乱停等现象。由此得出合理化停车的停车APP顺应了国家政策。发挥财政资金的引导作用，按照政府引导、市场运作的方式，设立智慧停车产业发展基金，引导社会资本参与相关建设专项和重点项目。支持大型企业通过资本市场优化配置创新资源。鼓励政务部门和公共事业单位购买智慧停车专业服务；研究并推动出台大数据、云计算等建设运营和政府向社会力量购买智慧停车服务的政策法规和制度办法。探索智慧停车领域政府与企业联合建设运营模式。充分发挥停车行业协会的中介作用。

# 4． 竞争分析

随着城市的快速发展停车位这一社会公共资源将变得越来越紧张，停车难的问题会越来越严重。有车一族只需要在只能终端设备上安装智慧停车APP就可以便利停车。面对智慧停车APP的普及和用户行为习惯的改变，想要抓住机遇、赢得用户、把握市场，企业必须部署移动互联战略，从容应对移动互联时代的挑战。各个智慧停车APP提高企业标识和名称的展露机会，深化传播企业的品牌形象，各企业都争相开发自己的APP。有的大型企业聘请专业团队，投入巨资开发企业智慧停车APP，更多的中小型企业则通过寻求外援来为企业开发APP，他们更需要一套简单和性价比高的APP一站式解决方案，助其在智慧城市的汹涌大潮中大展拳脚。

目前国内停车位APP服务的内容都比较单一，丁丁停车主要侧重在闲置车位出租上，无忧主要侧重找车位，还有的一些停车APP则是什么违章查询之类的。目前暂时还没有综合性停车APP,我指的综合性主要包括：找车位、导航、预约车位、车位出租、手机支付、违章查询缴费等为一体的。而好停APP并非专业团队打造，更未投入巨资，那么我们要发挥我们的优势，集思广益，发散思维，在用户满意度和创新方面做出出色成绩，不仅能满足用户随时停车的需求，更要让用户停的舒服，停的快捷，停的满意。定期根据用户反馈情况合理改善APP服务质量，在外观、功能、智能化、速度方面多做努力，赶超其他智慧停车APP。

目前，通过国内五大主流应用市场（百度市场、应用宝、360市场、豌豆荚、appstore）的下载量统计，下载量排在前两位的为无忧停车和宜停车。

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | 无忧停车 | 宜停车 |
| 口号 | 解决你的停车难题 | 无 |
| 内容关键词 | 一款可以停车、找车位的停车APP！ | 《宜停车》是由深圳市道路交通管理事务中心推出的路边停车应用，为深圳市广大车主提供路边停车的优质服务。 |
| 目标用户 | 目前主要为北京地区需要停车服务的司机和车主。 | 目前主要为深圳地区需要停车服务的司机和车主。 |
| 竞争优势 | 目前主要深耕于北京地区，在全国范围内有一定知名度，在北京地区有较高的产品认知度。 | 目前主要深耕于深圳地区，在深圳地区有较高的产品认知度，且为行政管理部门推出的app产品。 |

无忧停车数据接入较为全面准确，准确度包含两方面，一方面是停车场数据收录齐全，第二方面是每个停车场价格较为准确，另外一个比较亮点的地方是，还提供未来五小时内的空车位预测情况，该服务比较新颖和实用。宜停车则专注于深圳市内的停车资源，单个停车场可显示总车位数和空车位数。同时，宜停车为行政部门推出的产品，在市内数据接入和推广方面，有相当的政府资源优势。

我们需要吸收各个停车APP优秀的方面，在一定期间的运营后将好停APP扩展到其他城市，包括杭州、成都、武汉、西安、石家庄等城市，先占取有利资源。

# 5． 营销战略

1. 在道路两旁宣传板处做好停APP宣传广告。
2. 开展扫二维码下载好停APP送精美礼品活动。
3. 发放宣传单。
4. 设置消费者反馈系统，提高服务水平，切实做到顾客是上帝。
5. 针对老顾客以及VIP用户定期给予馈赠，表达我们对其支持的感谢，同时推进顾客由新变老的转变。

# 6． 投资预测



## App的开发

App的开发由团队中的技术人员负责，并邀请教授、博士指导完善，总计预期花费15000元。

## App的线上测试

寻找专业的测试公司，对App 的安全性稳定性进行全面测试，保证产品安全可靠，并拿到产品合格证明。总花费预期在10000元。

## 产品宣传推广

产品主要针对有车一族，故线下宣传部分大多在街道上，其余的宣传以线上宣传如微信、微博等方式进行，故此部分开销以季度记，预算初期每季宣传部分花销25000元，后期每月的宣传花费为总赢利的1%，可累积。

## 员工工资及福利

员工的工资以月记，包括基本工资和提成，基本工资每人每月为1800元，提成为每月总利润的10%，发放给员工，增加员工积极性，将员工收入与企业收益联系在一起。

## App维护所需费用

公司全部流动资金的80%作为维护资金，此部分资金全部用于App的维护和新功能的开发，保证App的运行。

## 公众平台及收费平台等的获取

随着软件的推广，必然需要与各大公众服务平台接轨，如进入应用商店，获得微信支付、支付宝等公众支付平台的支持等，这部分的花销初期为5000，后期每年拿出总收入的5%作为拓展基金。

# 7． 财务分析



## 盈利模式

1. 会员模式

用户分为普通用户和VIP两种，普通用户免费试用好停APP，VIP用户需收取一部分费用，但是VIP用户有优先获得最好的停车资源、免费预约车位和停车预留时间延长等特殊权限。

1. 收费模式

用户每完成一单停车都会扣取1元。

1. 广告模式

好停APP首页除搜索框及功能选项外，设置广告位置，向商家进行广告位招商，商家通过缴纳广告费获得广告推送的权力。团队通过广告费获得赢利。

1. 持续推出更新附属功能模式

这里指的是除了主程序之外，持续推出可以额外付费下载的附属功能象是游戏的新场景或是拍照软件的新滤镜效果等，让收入可以持续增长。同样的也可以让主程序的费用是$0（搭配广告模式），或是运用收入组合模式的心理效果。

1. 线上推广线下经营附属产品模式

考虑到长期发展的需要，仅通过App来获得收入毕竟有限，软件仅针对有车一族，市场有限。可以在App中搭载由团队设计的原创卡通形象，当软件使用率及使用频率升高，该卡通形象逐渐深入人心，可作为软件的形象代表或交通运输的形象代表。可以通过授权生产以该形象为原型的公仔、T恤等周边产品获得收入。



## 筹资分析

资金前期来源为创办人投资及学校资助，用于软件开发和检验，并在北京市朝阳区试运行，用于完善软件。当产品已成熟稳定，各项运行体制检测完毕，引入风险投资和银行贷款，增加宣传力度，使软件使用者的规模扩大，抢占市场。

1. 创办人集资：每人出资5000元，启动基金将为5000\*4=20000元。
2. 学校资助：该项目得到校方的鼓励和肯定，预期得到学校支持，获得10000元的资助。
3. 风险投资和银行贷款均为获得资金的方式，但是此部分资金具有不确定性，如果获得将用于产品新功能开发和宣传推广。

## 成本规划

根据投资预测，成本大概为65000元人民币。

## 收入预期

好停APP试运营初期，经调研，就北京市朝阳区而言，有1000余家停车场，假设愿意合作的停车场有800家，则每日大概能产生1000单订单，则每天收入1000元。后期在全国范围内运营，预计每天收入20w元。

产品推广初期，为获得市场，会员会费定价较低，为10元每月，随着产品的市场占有率增大，可增加新的功能增加收费。

每天允许20个店家做广告，广告循环播出，每天的广告费为20元，每月以三十天计，每月可获得20\*20\*30=12000元的固定收入。

新功能收费根据产品的类型及效果，及开发该功能的成本费用进行定价，当使用者数量形成规模时，此部分的收入会相当可观。预期每季度退出一款新功能，收费为1元，假设有1%的用户选择安装此功能，则月收入可增加16万元。

线下产品推广部分的收入根据推广效果及产品类型而定，目前未可知。

# 8． 管理体系



## 组织机构

总经理（副经理）

研发中心

数据中心

营销策划部

财务部

## 部门责任

总经理：职责对董事会负全责，且负起本机构内外一切任务，在人手方面，起督导，培训管理之责能力要求了解社会趋势，市场情况，有良好的协调能力，能够准确预测市场方向，并具备本科以上学位，相关工作经验和良好的职业道德。熟悉好停系统的操作和运用。

副经理：职责在第一阶段对总经理的辅助，特别是对店铺的日常监督。

研发中心：完成好停APP技术层面的开发，纠错和功能测试。

数据中心：调查好停APP所运营城市的停车场数量信息、车位信息，并与各停车场负责人做好项目沟通方案。维护好停后台数据库，对信息随时更新和维护。

营销策划部：职责为广告媒体选择及内容设计，公关活动的策划和举办，营业推广的策划和进行，价格策略的制定和执行，竞争对手经营情况的调查与分析等。

财务部：职责资金的筹集规划，使用及调度，各项财务会议报表的编制，财务分析，帐务处理，各项费用，凭证的审核，分店会计作业指导，内部审计等。

# 9． 企业文化

以诚为本：从方案设计、团队合作、客户服务到技术实现，始终贯穿着这种精神，对客户对社会忠诚信用是我们的职业道德准则。

用户至上：对客户的信诺，是好停的最基本原则，是公司得以生存的法则，信守合同，不以市场变化为转移，不以信丰收益为前提，客户的利益得到最大的保障是我们的宗旨。

专业系统：好停致力于为客户提供最便利、最快捷的停车方案，将世界上最领先的技术引到国内，并通过自己的创新和服务，为各个用户提供最好的服务，为好停的发展提供核心的竞争力。

共同发展：本着平等合作、互惠互利、优势互补的原则，合作伙伴、顾客、员工和股东共同分享好停的成功。

好停口号：用好停停车，有车好好停！

# 10． 风险预测



## 环境风险

自然灾害如地震、暴雨、洪水等，造成公路车辆流动量小，则使用好停APP用户减少。

## 经营风险

由于信息主要通过两种渠道收集，即线上和线下。收集信息的难度比较大，很难收集到完整的信息，网上虚假的信息多，如不谨慎就会给广告位供应商或广告位需求商提供错误的信息，造成误会甚至损失。线下走访公司企业所花费的费用比较大，造成成本增加。

信息的多种多样，需要配对合适的停车场信息。好停APP设计众多城市的几乎全部车位信息，规模大，车位信息随时也在发生变化，如果信息更新慢或者更新错误，也就是说服务得不到消费者的要求，就会影响公司的营运。

## 市场风险

好停APP是一个投入比较小，回报率较高的新型公司，好停致力于智慧停车领域，如今，多家智慧停车APP风靡各大应用市场，竞争者的实力强而有力，公司将面临同行们的众多挑战。这对公司的生存发展产生威胁。

## 其他风险

由于好停APP是一款网络工具，所以用户在使用的时候应注意好自己的隐私，尽量不要设置长度较短或逻辑简单的密码，更不要将自己的账户信息和位置泄露给他人，以保护个人隐私，避免可能会存在的不法分子借此做出一些不良的行为。

# 11． 撤出机制

1. 上市

如果企业发展到一定规模，可以考虑IPO上市，从而资金可以撤离。

1. 并购

如果企业发展暂时不能达到期望的要求，那么可以考虑被别的公司并购。

1. 管理层收购

如果公司运营一段时间以后，公司管理层能够将公司收购，那么其它投资资本也可以及时退出。