



厦门亿思信息技术有限公司

Xiamen E-Think Information Technology Co., Ltd.

# 中国移动智慧社区建设方案



# 大纲

◇项目背景和定位

◇智慧社区与智能门禁

◇预计投入与产出

◇运营和合作方式



# 项目背景和定位

“智慧城市”本是IBM实验室里的概念，意在通过综合运用现代科学技术、整合信息资源、统筹业务应用系统，加强城市规划、建设和管理的新模式。该模式需充分借助物联网、传感网，涉及到智能楼宇、智能家居、路网监控、智能医院、城市生命线管理、食品药品管理、票证管理、家庭护理、个人健康与数字生活等诸多领域。

目前国内智慧城市的建设主要集中在RFID相关技术发展、电信业务及信息化基础设施建设、ICT基础设施建设、认证、安全等平台 and 示范工程等。我国已有超过50个城市提出建设智慧城市的目标。从三大运营商提供的材料，以及各地政府公开信息来看，全国开始建设“智慧城市”的地方涉及东中西部地区。从城市类型来看，除了北京、上海、广州、深圳等一线城市外，杭州、厦门、珠海等一些东部沿海地区的经济发达城市也纷纷开始了“智慧城市”的建设。另外，湖北、湖南、山东、辽宁、四川、河南、安徽等省则提出建设“智慧城市群”。

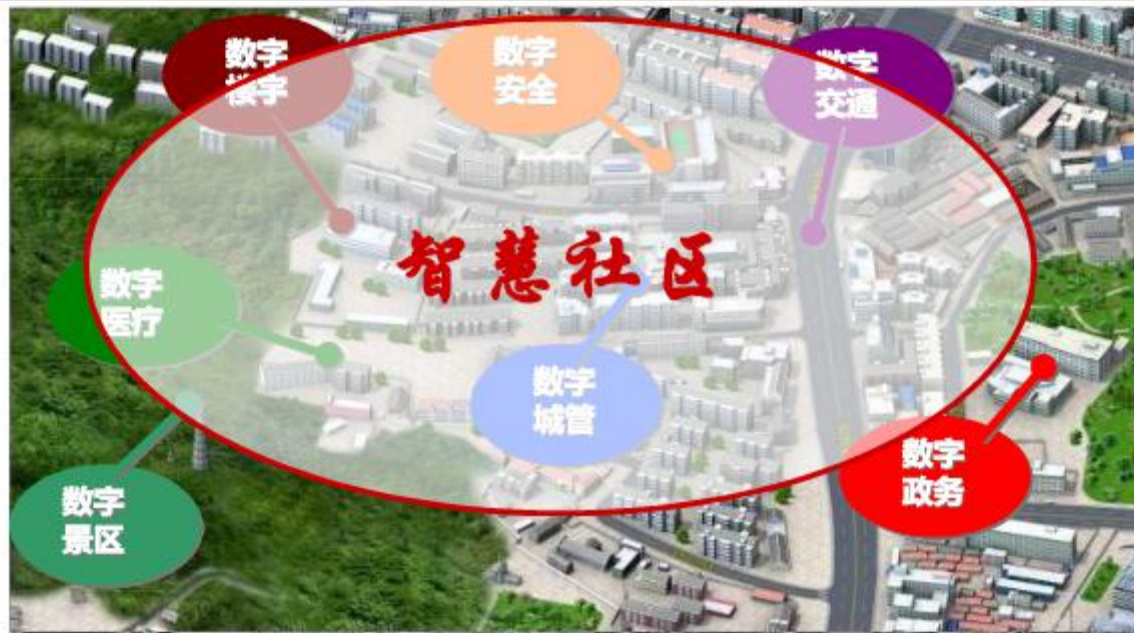
住建部2012年12月4日发布通知表示，我国将开展国家智慧城市试点工作，申报试点工作于2012年度启动。



# 项目背景和定位

## 智慧社区承载智慧城市的核心价值

**智慧城市**是充分利用**数字化及相关计算机技术和手段**，对城市基础设施与生活发展相关的各方面内容进行全方面的信息化处理和利用，具有对城市地理、资源、生态、环境、人口、经济、社会等复杂系统的**数字网络化管理、服务与决策**功能的信息体系。



# 项目背景和定位

着力打造

中国移动  
未来智慧社区的科技领导者



厦门亿思信息技术有限公司  
Xiamen E-Think Information Technology Co., Ltd.



中国移动  
China Mobile

# 智慧社区和智能门禁





# 智慧社区和智能门禁

社区门禁是社区的一个必不可少的入口，从社区的门禁实现智能化，是智慧社区的起始之路也是必由之路。



# 智慧社区和智能门禁

## 用户痛点

- ◆ 业主及常住人员登记申请钥匙卡必须亲身前往物管处办理，费时费力，使用有效期及区域权限变更不便

VS

## 物管问题

- ◆ 人力成本高，服务效率低，易产生管理漏洞

- ◆ 访客到访登记手续繁杂，业主无法远程临时授权

VS

- ◆ 安保人员易与访客及业主产生摩擦，监管漏洞大

- ◆ 社区生活缴费、通知、服务、活动及物管和邻里间联系不便，智慧社区软件系统的使用黏度不高

VS

- ◆ 收费、传达、组织效率低，成本和难度高，服务质量不可控，业务满意度低，无法快速累积用户流量转化为有价值的数据资源





# 智慧社区和智能门禁

## 运营商业务宣传难点

- ◆ 每年单用户宣传成本居高不下，例如短信营销、电话营销等等
- ◆ 小区周边配套中国移动专营店成本高
- ◆ 小区内办理业务宣传成本高
- ◆ 竞争对手同质化竞争严重，缺乏强有力的宣传渠道
- ◆ 新用户趋向年轻化，办理方式更趋向于移动互联网方式
- ◆ 传统APP用户粘度差，难形成长期稳定的用户群体



# 智慧社区和智能门禁

通过智能门禁  
抢占小区入口和楼道入口，  
也是抢占业务宣传渠道的制  
高点和杀手铜！！！！



# 智慧社区和智能门禁

钻石品质  
怒放荣耀

桥式圆弧斜角三辊闸 TS04



# 智慧社区和智能门禁

简单智能门禁：  
适用于小区入口，  
可加装在道闸



# 智慧社区和智能门禁

简单智能门禁：  
也可加装在普通数字门禁



# 智慧社区和智能门禁

多媒体智能门禁：  
适用于小区入口  
和楼道入口





# 智慧社区和智能门禁

二维码智能门禁技术特点：

- 1、手机就是门禁卡
- 2、手机=钥匙
- 3、二维码访客功能
- 4、动态生成，有效时间认证，防拷屏
- 5、结合微信，传播形式更快
- 6、用户粘度高，使用频率高

# 智慧社区和智能门禁

二维码智能门禁与现有手机开门方案的不同在于：

- 1、现有手机开门方案多数只能基于**APP**开门（例如摇一摇开门），对于访客系统来说，安装一个独立的**APP**是不切实际的。
- 2、二维码开门可以同时适用于**APP**和其他的使用场景，例如访客或者授权的施工人员。业主可以在**APP**上生成二维码，通过短信、彩信、微信等方式传送到访客的手机终端，实现授权开门。极大的方便了终端用户的使用。

# 智慧社区和智能门禁

APP界面效果:





# 智慧社区和智能门禁

中国联通 3G 下午4:38 52%

< 返回 访客通行证

东湾金地蓝湾

访客通行证生成后12小时内有效

访客姓名

性别 >

来访目的 >

驾车来访 ☐

生成

此功能处于试运行阶段，暂无法保证顺利小区能够使用。



中国联通 3G 下午4:38 52%

< 返回 访客通行证

访客通行证

有效期  
2014-11-19  
04:53

此访客码  
可进入小区一次

98724200

访客姓名 王胜利

访问 东湾金地蓝湾

性别 男 来访目的 送货 驾车来访 否

发送给朋友



中国联通 3G 下午4:38 52%

< 返回 访客通行证

访客通行证

有效期  
2014-11-19  
04:53

98724200

发送

微信 邮件

保持当前访问

取消

# 智慧社区和智能门禁

- 通过智能门禁这个切入点，进入整个智慧社区的建设，包括将来的物业管理、社区医疗、便利店、外卖、周边服务等等，真正意义上的实现社区的智能化和信息化，从而使中国移动达成**未来智慧社区科技领导者**的目标和角色。

# 预计投入和产出

智能门禁的投入主要包括：

- ✓ 一次性硬件投入
- ✓ 一次性软件投入
- ✓ 每年硬件维护
- ✓ 每年软件维护



# 预计投入和产出

## 一次性硬件投入

	设备成本（元）	部署小区个数	小计
简单智能门禁	8000	30	240000
多媒体智能门禁	15000	30	450000
合计			690000

## 一次性软件投入

	成本（元）
APP开发	250000
后台管理系统	80000
合计	330000

## 硬件维护成本

	成本	部署小区个数	小计
简单智能门禁每年	300	30	9000
多媒体智能门禁每年	800	30	24000
合计			33000

## 软件维护成本

	每个小区成本	部署小区个数	小计
APP开发每年	1000	30	30000
后台管理系统每年	1000	30	30000
合计			60000



# 预计投入和产出

以30个小区为例

一次性投入：

简单门禁  $24\text{万}+33\text{万}=57\text{万}$

多媒体门禁  $45\text{万}+33\text{万}=78\text{万}$

每年维护成本：

简单门禁  $0.9\text{万}+6\text{万}=6.9\text{万}$

多媒体门禁  $2.4\text{万}+6\text{万}=8.4\text{万}$



# 预计投入和产出

通过抢占小区门禁入口，获得高粘度的用户，为运营商在**业务推广**、**业务办理**和**品牌塑造**方面获取了不可替代的关键渠道，也节省了大量的宣传成本，并且获得额外的用户业务收益。

# 预计投入和产出

## 节约宣传单页营销费用

	成本（元）	部署小区个数	每小区送达人数	小计（元）
每月散发一张宣传单	1	30	1000	30000
每年				360000



# 预计投入和产出

## 新增宽带用户收入

每个小区家庭数	新增率	新增宽带用户数	宽带年收入	部署小区个数	小计（元）	续费率	合计（元）
1000	5%	50	600	30	900000	10%	990000



# 预计投入和产出

## 节约小区内营销活动

部署小区个数	每年营销活动场次	每场次营销成本（元）	每年营销成本（元）
30	60	3000	270000



# 预计投入和产出

## 节约灯箱宣传费用

部署小区个数	小区灯箱个数	每灯箱每年租金	小计(元)
30	5	2000	300000



# 预计投入和产出

## 新增手机用户话费收入

每个小区用户数	新增率	新增手机用户数	手机年话费	部署小区个数	小计（元）	续费率	合计（元）
5000	1%	50	120030		1800000	10%	1980000





# 预计投入和产出

## 每年产出价值

	项目	费用（元）
节省支出	节约短信营销费用 	360000
	节约小区内营销活动 	270000
	节约灯箱宣传费用 	300000
	小计	930000
新增收入	新增宽带用户收入 	990000
	新增手机用户话费收入 	1980000
	小计	2970000
	合计	3900000

# 运营和合作方式

运营商+物业+亿思

多方共建，多方共赢



# 运营和合作方式

给物业带来的好处有

- ◆节约访客登记的时间；
- ◆可以掌握访客的动态；
- ◆可以掌握小区的入驻情况、租客的租住情况
- ◆防止尾随，提高小区安全防范级别；
- ◆提高大家对物业费缴交的积极性。



# 运营和合作方式

## 合作方式一：

	负责	回报	分成
运营商	硬件的一次性投入、维护投入和软件系统的一次性投入和维护投入	节省每年93万营销费用支出 新增每年297万业务收入 硬件产品LOGO 全年100%多媒体屏幕广告 APP冠名 APP50%图片广告资源（运营商级别排他性） 独立的话费、流量充值模块 独立的宽带办理模块 独立的一键上网模块	所有广告收入的50%，电商收入的20%
物业	配合硬件部署和物业数据初始化	物业催缴 水电费提醒 煤气提醒 水电费缴交 物业安全通知 滚动文字广告资源	所有广告收入的20%，电商收入的20%
亿思	系统开发和维护	多媒体广告平台优先运营权 APP50%图片广告资源 电商模块开发权利和收益	所有广告收入的30%，电商收入的60%



# 运营和合作方式

## 合作方式二：

	负责	回报	分成
运营商	硬件的一次性投入、维护投入	节省每年93万营销费用支出 新增每年297万业务收入 硬件产品LOGO 全年50%多媒体屏幕广告 APP冠名 APP10%图片广告资源（运营商级别排他性） 独立的话费、流量充值模块 独立的宽带办理模块 独立的一键上网模块	所有广告收入的40%，电商收入的15%
物业	配合硬件部署和物业数据初始化	物业催缴 水电费提醒 煤气提醒 水电费缴交 物业安全通知 滚动文字广告资源	所有广告收入的20%，电商收入的20%
亿思	软件研发成本投入，系统开发和维护	全年50%多媒体屏幕广告 APP90%图片广告资源 电商模块开发权利和收益	所有广告收入的40%，电商收入的65%

# 运营和合作方式

## 第一年预期收益：

	每屏每年（元）	屏数	屏数收入（元）	方案一运营商分成（50%，20%）	方案一物业分成（20%，20%）	方案一亿思分成（30%，60%）
多媒体广告收入	10000	30	300,000	150,000	60,000	90,000
APP广告收入			100,000	50,000	20,000	30,000
电商收入			100,000	20,000	20,000	60,000
合计				220,000	100,000	180,000

	每屏每年（元）	屏数	屏数收入（元）	方案二运营商分成（40%，15%）	方案二物业分成（20%，20%）	方案二亿思分成（40%，65%）
多媒体广告收入	10000	30	300,000	120,000	60,000	120,000
APP广告收入			100,000	40,000	20,000	40,000
电商收入			100,000	15,000	20,000	65,000
合计				175,000	100,000	225,000

# 运营和合作方式

## 第二年预期收益：

	每屏每年（元）	屏数收入（元）		方案一运营商分成（50%，20%）	方案一物业分成（20%，20%）	方案一亿思分成（30%，60%）
多媒体广告收入	15000	30	450,000	225,000	90,000	135,000
APP广告收入			120,000	60,000	24,000	36,000
电商收入			100,000	20,000	20,000	60,000
合计				305,000	134,000	231,000

	每屏每年（元）	屏数收入（元）		方案二运营商分成（40%，15%）	方案二物业分成（20%，20%）	方案二亿思分成（40%，65%）
多媒体广告收入	15000	30	450,000	180,000	90,000	180,000
APP广告收入			120,000	48,000	24,000	48,000
电商收入			150,000	22,500	30,000	97,500
合计				250,500	144,000	325,500

# Thanks !