1. 项目背景

随着城市边界的拓展和汽车保有量上涨,城市交通拥堵,停车难等一系列出行难的问题变得日益显著.本项目旨在提供一个出行管理系统,协助有相似行程的人共同安排出行来缓解出行难的问题.一期产品主要提供拼车辅助沟通服务.目前,保守估计中国主流城市的潜在拼车市场规模为1000亿/年左右. 以中国主要大城市有3千万人有正常通勤需求来看,若所有人想逐步使用小车出行模式,每日的通勤开销将接近50元.已200个工作日计,出行费用将达到3000亿/年.只要有30%的人开始习惯拼车出行,就能省下1000亿年左右的出行开销.同时,通过拼车,一般白领每年的出行开销仅在5000元左右,对于中国一线城市公共交通出行成本已经在3000元/年的环境也是个可以接受的选择.如果不仅局限于大城市的通勤出行需求,中国整个客用车出行市场的规模在1.5万亿/年左右.

1. 目标用户
   1. 企业用户(近期)
      1. 远郊工厂OT打车报销开销.假设一个公司在郊区有500人的工厂,平均一个员工一周加班一次,打车费40元,一年报销费用100万.通过我们系统,能有50%的拼车率,即可为企业省下50万元.
      2. 主流办公楼物业.甲级写字楼,一般有超过1000人左右的白领聚集.以楼中员工一周一次打车计算,年通勤费用在百万量级.物业提供平台帮助他们降低通勤成本能够很好的提升写字楼物业服务水准,为收取的物业费提供增值服务.
      3. 郊县位置小区物业. 目前随着房价攀升,大量城市新入白领购房在城市周边辐射带小区.这部分用户,有着相对较稳定的收入,对生活品质有要求,有一定的购车能力.但考虑到通往市区主干道交通拥堵,停车,养车开销依旧不菲,开车累等因素,打车,公共交通等仍是主要的通勤手段.通过拼车,无车族能够很好增加他们的出行选择,有车族也可降低出行的成本.一个典型的近郊小区通常有500户左右居民,年通勤费用也在百万量级.
   2. 互联网用户(长期)
      1. 为不同出发地不同目的地,生活交集不十分紧密的用户提供完善的行程管理.整体市场规模为1000亿/年左右.
2. 商业模式
   1. 近期寻求有需求企业级用户,以软件即服务模式通过云平台发布运营产品核心,同时根据企业特定需求优化后台系统.以免费通用版,定制化服务收费盈利.
   2. 长期在一定量免费企业用户基础上,通过用户行为记录分析,流程优化,定向匹配推荐等,打通用户位置和边界的限制,提高拼车成功率和可靠性,向互联网市场推广.达到一定用户后,以广告等手段盈利.
3. 核心竞争力

目前市面上类似产品有 58,AA,顺风，微搭车，哈哈，爱拼车, 拼车网等.这些网站有些只是简单的分类信息发布网站,有些没有良好的用户行为记录分析系统,有些没有很好的和地图服务集成.简单来说,搭车市场百家争鸣各有千秋,尚未有特别完善的系统.

我们的产品致力于提供一款功能模块涵盖面较完备的针对特殊类型用户交易过程定制优化的搭车系统.主要包括以下模块:

* 1. 用户历史管理
  2. 行程管理
  3. 搭车交易记录
  4. 智能搜索匹配
  5. 行程规划

后期会加入与支付系统,打车系统,停车场管理系统的集成.

目前,系统基础架构为基于云端的分布式计算,边际部署成本低,更新维护成本低.系统内部提供基于时间,行程始末地,用户行为历史的智能匹配算法.系统将提供在线平台及手机客户端.在线平台提供并记录拼车交易的详细信息，并且完善备案以提高和保证拼车行为的可靠性和合法性.手机客户端方便用户点对点便捷连接

1. 团队构成
2. 姜希遥 IBM (CHINA)研发工程师，北京大学物理系学士，美国康奈尔大学电子工程硕士。2010-2014年，作为主要工作人员参与研发及维护核心银行系统的IT基础设施（IMS）。服务产品线被超过90%的世界500强公司使用。在数据库建模，中间件开发，服务器部署维护，B/S,C/S架构互联网应用开发方面有丰富的经验。
3. 张凌人 Wealthfront Inc (USA) 后台开发工程师，斯坦福大学在读金融博士，斯坦福大学电子工程硕士，杜克大学数学和经济学双学士。主要攻读方向为不完全信息条件下投资组合的数学建模与优化。多次担任斯坦福大学创业课程助教工作。曾任职高盛集团，参与大宗商品交易部门的数学建模与风险控制系统开发。目前在硅谷创业公司Wealthfront Inc参加15亿美元规模的被动式基金的后台系统开发与投资组合管理。公司于2014年10月以7亿美元估值融资6400万美元。
4. 朱臻 Pandora Media Inc (USA) 科学家，斯坦福大学在读统计学博士，北京大学统计学学士。主要研究方向是大数据分析及优化，广告推送及定价，机器学习，变点分析及其在社交网络和基因科学的应用，以及跨平台媒体数据学习等。2008至2014年，作为主要研究人员参与了两项美国科学基金面上项目“人体拷贝数变异“和”多维变点分析“项目。2012年参与了Technicolor 研究中心 的“多平台机器学习” 项目。2013至2014年作为Pandora Media Inc唯一的广告推送方面的科学家设计了2亿用户的广告定位系统，建立了9个广告定位模型和一个初步的广告定价和广告推送的模型。2014年起担任多个顶级国际会议委员会委员和评委。擅长大数据分析，互联网广告技术，社交网络数据分析。
5. 周彧 EMC （CHINA）研发工程师，复旦大学数学学士，2008年至2014年，作为主要研发人员，参与研发及维护面向欧美企业及个人用户存储备份软件（Mozy）的管理系统，其中企业级用户约10万.