一、STP战略分析

1、市场细分

**1.地区细分**

我国通用的地区划分习惯通常是将大陆划分为八个区域，即华东、华南、华北、华中、东北、西北、西南、港澳台地区，根据地区的不同对于市场的细分也有所不同。目前我国经济发展水平相对不均匀，东部高于西部，而南部相比北部发展更快。我国经济最为发达的地区主要集中在华东的江浙沪地区、华北的平津地区和华南的广东，其经济发展速度快，信息化水平高，对新事物的接收程度也高，且信息基础设施完整，智能导盲犬的发展市场较大；而西北、西南等地经济相对落后，人均收入水平及消费水平相比较低，存在一定的市场，我国盲人数量庞大，为了解决导盲犬数量不足的问题，无论是在社会方面还是在个人方面，都曾经投入了大量的人力和物力，以便培训出合格的导盲犬。因为导盲犬过于珍贵，同时又需要花费大量的时间来培训，所以造成了导盲犬的价格居高不下。这对于收入比较低的盲人来说，也是难以承受的痛。因此，智能导盲犬在西北地区具有巨大发展潜力。

表4-1 根据地区的细分市场

|  |  |
| --- | --- |
| 地区分类 | 省、自治区、直辖市 |
| 华东地区 | 上海、江苏、浙江、江西、山东、安徽、福建 |
| 华南地区 | 广东、广西、海南 |
| 华北地区 | 北京、天津、河北、山西、内蒙古自治区 |
| 华中地区 | 河南、湖北、湖南 |
| 东北地区 | 黑龙江、吉林、辽宁 |
| 西北地区 | 青海、甘肃、陕西、新疆、宁夏 |
| 西南地区 | 四川、重庆、云南、西藏、贵州 |
| 港澳台地区 | 香港、澳门、台湾 |

**2.消费者细分**

智能导盲犬是本质一种工作犬，但跟真正导盲犬相比其本身具有较大的优势。

**（1）需求因素分析**

根据第七次人口普查的数据显示，我国人口已经突破了十四亿，在人口如此庞大的国内，残疾人总数占到了百分之十，而在众多的残疾人当中，盲人的数量超过了2000万，他们在日常生活当中，同样遭遇了很多困难。虽然盲人群体数量庞大，不过在现实生活当中，大家似乎很难看到盲人，不知道他们的生活是如何度过的。那么，这2000万盲人都去哪了呢？随着科技的不断进步，如今的智能手机同样能够帮助盲人，解决一些生活当中的困难，对他们来说，也是一个很大的安慰，不过更多的盲人，选择留在家里而很少外出。在2000多万的盲人当中，他们因为失去视力，只能靠感觉与外界建立联系。因此，在日常生活当中，更多的盲人选择封闭自己，不愿意与外界接触，而这也是他们不愿意外出的原因。面对日益严重的生存考验，无可奈何的盲人，也只能提高自己的技艺，以便能够获得更好的生活。基于这一点，在日常生活当中，大家也能看到很多盲人按摩师，他们凭借自己的一己之力，赚得了一部分钱财，以便养活自己。当盲人外出的时候，他们对于外界环境的观察，完全靠自己身体的触碰，不过在当前环境下，我们国家的公共设施并不完善，很多盲道都被车辆占据，这对于盲人来说，也是难以言说地痛。因为没有一条安全畅通的道路，所以盲人要想外出讨生活，比正常人要困难很多。或许是为了解决盲人的生活困难，导盲犬也就应运而生了，它们不仅是盲人日常生活当中的朋友，同样在盲人外出的过程当中，能够起到引领带头的作用。

**（2）购买行为分析**

传统导盲犬存在着很多缺点。其中最为典型的问题，就是导盲犬在现实生活当中的接受度非常低。根据新闻报道显示，在一线城市里面，很多光鲜亮丽的年轻人，他们不允许导盲犬上公交车或者地铁。这也在一定程度上，限制了盲人的活动范围。除此之外，导盲犬的数量非常少，而我国盲人的数量非常大，这也是一个矛盾的事情。为了解决导盲犬数量不足的问题，无论是在社会方面还是在个人方面，都曾经投入了大量的人力和物力，以便培训出合格的导盲犬。因为导盲犬过于珍贵，同时又需要花费大量的时间来培训，所以造成了导盲犬的价格居高不下。这对于收入比较低的盲人来说，也是难以承受的痛。此外，能够作为导盲犬的犬类，都是那些性格比较温顺的狗狗，它们自从出生之后，就一直待在盲人的家庭里面。待长到成年之后，再由专业的人员进行培训，达到合格标准之后，才会成为真正的导盲犬，并为盲人提供服务。每只导盲犬的培训周期大概在一年左右，在这段时间里面，盲人是无法依赖导盲犬外出的，在培训完成之后，并不是每一只导盲犬，都能获得合格证书，其中绝大部分都被淘汰了。相较于传统导盲犬，智能导盲犬具有价格低，稳定性强的优点，并且大大减轻了传统导盲犬数量不足的问题，具有极强的可实践性与推广性。

2、 目标市场

1.细分市场 A：有出行计划但无目的地的旅行者

（

1）用户特征：

①有一定的支付能力，愿意为旅行付费

②注重旅行体验，不希望“踩雷”

③受到新媒体平台的影响比较严重，容易“种草”

④会在旅行前看很多攻略，将旅行计划安排妥当

（

2）用户需求：

①真实可信的旅行目的地推荐

②通过线上渠道预定门票、酒店等行程

③有特色的旅游服务，能够满足自身精神需求

目标市场的确定需要考虑以下几个方面：首先是细分市场的规模与潜力；其次是企业在细分市场中的竞争能力；最后是企业的目标与资源。目前，智能阅卷开放平台进入的细分市场主要是西北地区宁夏银川的学校和教育行政部门。在对整个行业竞争态势、平台的经营现状与调动的资源进行深入分析后，得出在把稳定为宁夏银川的同时，应该向宁夏其他地区各市甚至西北五省进军，且应该向网校和企业等群体扩展。

3 市场定位

**1.产品自身定位**

智能导盲犬是基于ROS并搭载雷达和视觉模块的一套面向视觉障碍群体的多功能智能辅助系统，旨在实现一个低成本的智能导盲犬，定位于东南沿海发达地区以及一些中部地区。

**2.市场定位**

通过市场细分和目标市场分析，智能导盲犬将视线着重投入到我国现有2000万视觉障碍群体市场，使智能导盲犬能在东南沿海发达地区以及一些中部地区普及，从而达到助力视觉障碍群体目标。

## 4.2 SWOT分析

### 4.2.1 优势（Strength）

**1.大背景：**我国视觉障碍群体庞大，对导盲犬的需求大，为了给生活在国内的盲人争取到更多的权益，包括社会部门在内的多家组织，也进行着不断的尝试。

**2.现有市场：**由于智能“导盲犬”的技术仍处于研发阶段，产品体系还不够成熟，产品上市仍需要一定的时间检验与试验。智能导盲犬具有广阔的市场。

**3.竞争者：**现有市面上如小米、百度题库等研究智能机器狗，而本智能导盲犬掌握核心代码，拥有智能导盲犬的核心运作技术，实现障碍物检测、路径规划、高精确定位、障碍物避让、导航、语音实时反馈等一体化操作。

**4.智能分析：**该项目的智能导盲犬基于ROS并搭载雷达和视觉模块的避障/路径规划算法利用语音播报和GPS定位模块的人机交互功能。

### 4.2.2 劣势（Weakness）

1.目前，本项目智能导盲犬技术还在开发阶段，运行的投入受市场环境等的影响。

### 4.2.3 机会（Opportunity）

1.近几年国家相关的支持，政府还制定了一系列激励政策，鼓励开发者尽可能多的为弱势群体提供便利，进行无障碍设计。随着科技的不断进步，智能导盲犬将成为助力视觉障碍人群走出家门的得力助手。

2.信息技术地渗透，“人工智能”、“智能机器狗”成为科技主流议题，智能导盲犬还在不断探索中，越来越受到公众关注，将持续服务于新形态、新样态下的新型科技助力模式。

### 4.2.4 威胁（Threaten）

**1.潜在的市场竞争者：**互联网三大巨头之一百度等纷纷入局智能导盲犬占了市场，亦有不少公司等涌入智能阅卷平台的浪潮，产品同质化现象严重，无论是巨头，还是创业公司,大多数都只是非常有限地挤在某些容易涉猎的领域里相互“追随”、彼此竞争，此时进入视觉障碍面对的竞争压力大。