

学校编码: 10384

学号: 17920131151045



分类号 _____ 密级 _____

UDC _____

廈門大學

硕 士 学 位 论 文

“移动互联网+车位”创业计划

Business Plan of Mobile Internet + Parking

指导教师姓名: 王志强教授

专业名称: 工商管理(MBA)

论文提交日期: 2016 年 月

论文答辩时间: 2016 年 月

学位授予日期: 2016 年 月

答辩委员会主席: _____

评 阅 人: _____

2016 年 月

厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下,独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果,均在文中以适当方式明确标明,并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范(试行)》。

另外,该学位论文为()课题(组)的研究成果,获得()课题(组)经费或实验室的资助,在()实验室完成。(请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称,未有此项声明内容的,可以不作特别声明。)

声明人(签名):

年 月 日

厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，于 年 月 日解密，解密后适用上述授权。

2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

年 月 日

摘要

开车容易停车难,寻找车位时间成本高,这是有车人士对停车的普遍感受。车辆的增量远比车位的增量快的多,车位经常受地域的限制,很多地点车位的需求量很大,但车位的数量却很难增加。车位增加的成本非常高,市区中心地段尤为明显。从而导致随意停车现象严重,交通拥堵,已经成为城市的一个痛点。

本文响应中央十三五规划中,大力倡导共享经济和互联网+的思路,结合 MBA 所学的理论知识,及创业团队的特点和拥有的资源,积极寻找新的商业模式,解决停车难问题,提出“移动互联网+车位”的商业模式,它是通过移动互联网的手段,整合写字楼周边住宅停车位,提高住宅车位白天的利用率,解决写字楼上班族白天停车难的问题,使现有停车资源得到有效利用。同时车位分享者得到额外的收益,也使原来的住宅的停车设备升级更新,使停车更方便更快捷,不仅使停车需求的用户受益,也使住宅居民从中受益。帮助政府解决部分停车难,导致乱停车,交通拥堵问题,为美好城市,创建智慧城市做出贡献。

本文研究将现有车位资源与移动互联网技术相结合,满足写字楼上班族停车需求的可行性。对市场趋势和竞争现状进行分析,通过实际市场调研,发现潜在目标市场,制定公司战略和市场营销手段,构建移动互联网的车位服务平台,应用财务分析方法,对该项目进行详细风险评估,做好相应的风险控制。最后,本文研究结论为“移动互联网+车位”是一个可行的创业计划。

关键词: 车位; 移动互联网+; 创业。

Abstract

It is easy to drive car, difficult to park car. There is high time cost to find parking. These is the car owners of empathy for parking. The incremental vehicles are faster than the Incremental parking place. There are some geographical restrictions to bulid the parking place. There are many great demand for parking in many place, but it is difficult to increase the increment of parking spaces, and each additional parking space costs are very high. This was particularly evident in the heart of downtown. It leads to random parking, traffic jam. It has become a sore point of the city.

In response to the CPC central committee Thirteen Five Plan, and to vigorously promote the ideas of shared economic and internet +, and combined with theoretical knowledge learned in the MBA, and the characteristics and the resources of entrepreneurial team, and actively looking for new business models to help solve the problem of parking. We present “Mobile internet + parking” business model, which is obtained by means of the mobile Internet, integrated office surrounding residential parking spaces, improve the utilization of residential parking spaces during the day, in order to solve the parking difficult office workers during the day, so that the available parking resources to effective use, while parking sharers get additional revenue, but also the original residential parking facilities are upgraded to make parking more convenient and faster, not only benefits users of parking demand, but also to benefit from housing residents. This project will help the government to solve some parking difficulties, to reduce parking chaos, and traffic congestion problems. It is a beautiful city, to create a smart city contribute.

In this paper, there is the feasibility study to meet the parking demand of office workers by combining available parking resources and mobile Internet technology. From the market trends and competitive situation analysis, and practical market research, and identify potential target markets, and development of corporate strategy and marketing tools to

build mobile Internet service platform for parking. There is a detailed risk assessment by financial analysis of the project, and make the appropriate risk control. Finally, the study suggests that "Mobile Internet + Parking" is a viable business plan.

Key words: Paking, Mobile Internet+, Entrepreneurship.

厦门大学博硕士论文摘要库

目录

第一章 绪论	1
第一节 研究背景.....	1
第二节 研究目的.....	3
第三节 研究框架.....	3
第二章 创业管理与创业计划的相关理论	5
第一节 创业过程.....	5
第二节 创业计划书.....	6
第三节 创业管理.....	6
第三章 车位市场分析	9
第一节 市场趋势分析.....	9
第二节 市场调查.....	16
第三节 目标市场.....	27
第四章 公司战略	31
第一节 公司的愿景和使命.....	31
第二节 公司的运营模式和目标.....	31
第三节 公司组织架构.....	38
第四节 公司的薪酬预算与激励机制.....	40
第五章 市场营销	44
第一节 广告的诉求和定位.....	44
第二节 推广渠道和市场营销.....	44
第六章 平台的构建与服务的运作	51
第一节 平台的构建.....	51
第七章 财务分析	57
第一节 投资预算与融资方案设计.....	57

第二节 财务报表.....	62
第三节 财务可行性分析.....	67
第八章 风险分析与控制.....	72
第一节 风险分析.....	72
第二节 风险控制.....	77
第三节 资金退出.....	78
第九章 研究结论.....	79
附录一.....	81
附录二.....	86
参考文献.....	87
致谢.....	88

CONTENTS

CHAPTER ONE INTRODUCTION1

SECTION ONE RESERCH BACKGRUOND 1

SECTION TWO RESERCH OBJECTIVE..... 3

SECTION THREE RESERCH STUCTURE 3

**CHPTER TWO THE THEORIES OF BUSINESS PLAN AND
ENTREPRENEURSHIP5**

SECTION ONE BUSINESS MANERGERMENT 5

SECTION TWO ENTREPRENEURIAL PROCESS 6

SECTION THREE BUINESS PLAN 6

CHAPTER THREE THE ANALIYSES OF PARKING MARKET9

SECTION ONE MARKET TRENDS 9

SECTION TWO INVESTIGATION 16

SECTION THREE THE TARGET MARKET 27

CHAPTER FOUR COMPENY STRATEGE.....31

SECTION ONE MISSION AND VISION 31

SECTION TWO BUINESS MODEL AND OBJECTIVE 31

SECTION THREE COMPANY ORGINAZATION..... 38

SECTION FOUR COMPENY SALARY BUDGET 40

CHAPTER FIVE MARKETING44

SECTION ONE ADVERTISEMENT AND SELLING PROPOSTION 44

SECTION TWO MARKETING CHANNELS AND STRATEGIES 44

CHAPTER SIX PLATFORM CONSTRUCTION AND SERVICE.....51

SECTION ONE PLATFORM CONSTRUCTION AND SERVICE 51

CHAPTER SEVEN FINANCIAL ANALYSIS.....57

SECTION ONE INVESTEMENT AND CAPITAL REQUIREMENT 57

SECTION TWO FINANCIAL STATEMENTS..... 62

CONTENTS

SECTION THREE FINANCIAL FEASIBILITY ANNLYSIS.....	67
CHAPTER EIGHT RISK ANALYSIS AND CONTRAL.....	72
SECTION ONE RISK ANALYSIS.....	72
SECTION TWO RISK CONTRAL.....	77
SECTION THREE EXIT SECURITY FUNDS.....	78
CHAPTER NINE THE CONCLUSION OF THE RESERCH.....	79
APPENDIX ONE.....	81
APPENDIX TWO.....	86
REFERENCES.....	87
THANK.....	88

厦门大学博硕士学位论文文摘要

第一章 绪论

开车容易停车难,寻找车位时间成本高,这已成为我国城市居民关心的问题。中央在“十三五规划”提出共享经济的概念,结合互联网+的模式,通过大数据分析,能否找到一种破解这一难题的有效方法?

本文从十三五规划倡导的共享经济的概念入手,结合移动互联网+,研究探讨如何让现有的车位资源更有效地得到利用,帮助人们相互之间建立联系,改善停车难的问题。

第一节 研究背景

如图 1-1 所示,根据中商情报网在 2012 年中国汽车行业市场调查及投资决策报告,给出的中国汽车保有量预测,我国汽车将在 2012 年突破 1 亿辆,2014 年将超过 1.3 亿辆。而实际情况是,国家统计局网站在《2014 年国民经济和社会发展统计公报》中,2014 年年末全国民用汽车保有量已达到 15447 万辆,汽车保有量增速加快,导致停车位需求数量快速增加。

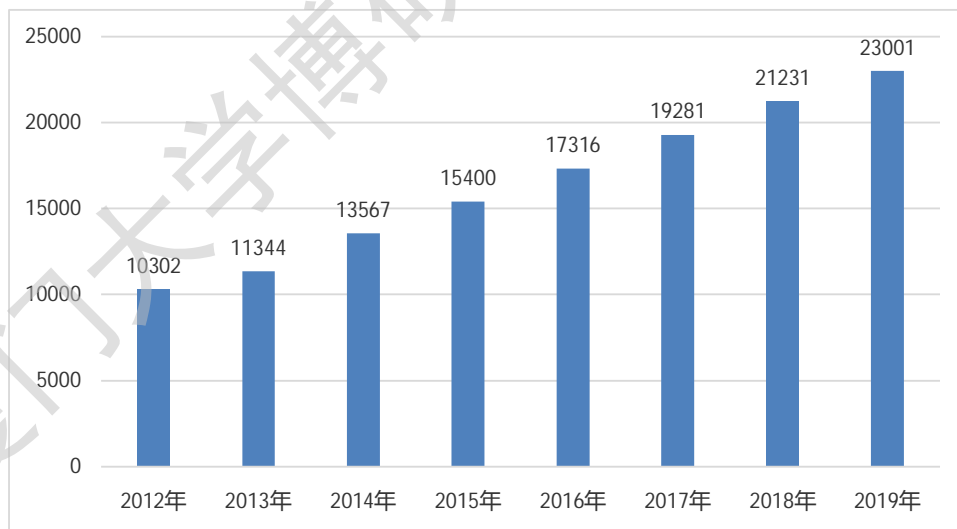


图 1-1 汽车保有量预测 (单位: 万辆)

资料来源: 中商情报网 2012-2016 年中国汽车行业市场调查及投资决策报告

图 1-2 所示,根据前瞻产业研究院在 2015-2020 年中国停车位需求量与传统停车位数量预测,依国际惯例,汽车保有量与停车位的比例按 1.4 测算,2015 年传统

停车位 6935 万个，停车位需求数量 22768 万个，两者相差 3.3 倍，停车位需求量存在巨大缺口。而且每年传统停车位的增加数量远远小于停车位需求数量。因此，随着汽车保有量越来越大，停车变得越来越困难，车辆不得不占道停放，造成交通拥堵，影响到城市环境与可持续发展。

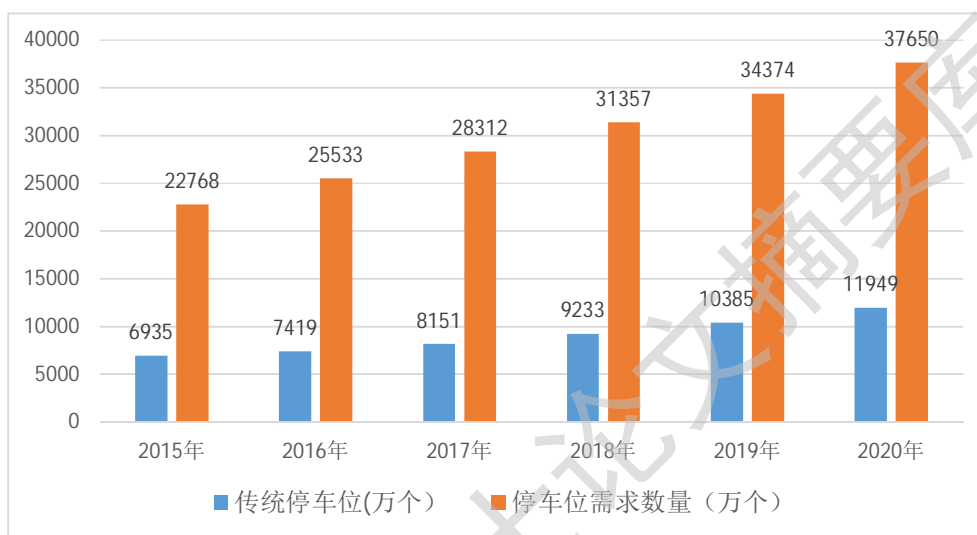


图 1-2 2015-2020 年中国停车位需求量与传统停车位数量预测（单位：万个）

资料来源：前瞻产业研究院 2015-2020 年中国停车位需求量与传统停车位数量预测

本届政府大力倡导互联网+经济，鼓励互联网和实体产业结合，帮助企业转型升级，使实体产业注入新的活力，让需求者和供给者都能享受互联网带来的红利，形成共享经济，盘活闲置资源和库存，解决社会和企业问题，促进消费升级，使大众受益。一、二线城市交通拥堵，停车问题，已经阻碍城市的发展，影响人们的生活质量。从本人的切身感受，停车难主要表现在：上班停车难，下班回家抢停车位，到医院转圈找停车位，接孩子放学难找停车位，为了有一个停车位，总要提前，时间成本高，停车费用贵，而且心里总存在不确定的焦虑感，使得人们停车的总成本相当高。车子在给个人提供出行方便、改善生活品质的同时，停车难停车贵，却影响着生活品质。

“移动互联网+车位”项目，提出通过移动互联平台，共享私人车位及错时停车的创业理念，帮助解决停车难问题，创造美丽的智慧城市。以厦门为试验点，逐步推广发展用户，使得平台拥有一定用户数，从而为公司“车生活”的概念创造条件。初期公司盈利能力较弱，主要通过押金产生的大量应付账款，解决部分运营资

金这样一种商业模式发展用户，后续，随着用户数量的增加，使得平台价值提升，公司逐步实现盈利。

第二节 研究目的

研究探讨如何让现有的车位资源更有效地得到利用。通过对车位市场的调研与分析，根据公司的现状，寻找适合公司进入车位市场中某一细分市场的机会，结合“移动互联网+车位”的商业模式，探索有效的提高车位资源的利用率的方法。研究怎样的公司战略和运营模式，能帮忙公司在该细分市场中发展。应用财务相关理论分析项目的可行性和潜在的风险点，不断的进行风险控制，使创业者在创业过程中掌握更多胜算。通过以厦门地区作为“移动互联网+车位”项目的试点，对车位供给者和车位需求者进行了调研，验证公司的商业模式。

第三节 研究框架

如图1-3所示，为本论文的研究框架。根据创业过程相关理论进行设计安排，首先阐述移动互联网+停车”创业项目研究目的，然后对停车行业进行调研和分析，了解停车行业市场，并对竞争对手和竞争环境进行分析，找到目标客户，制定公司战略，设计提供服务内容，针对目标用户设计市场营销方案，进行财务测算和风险管控，最后对研究进行总结，给出相应的结论。

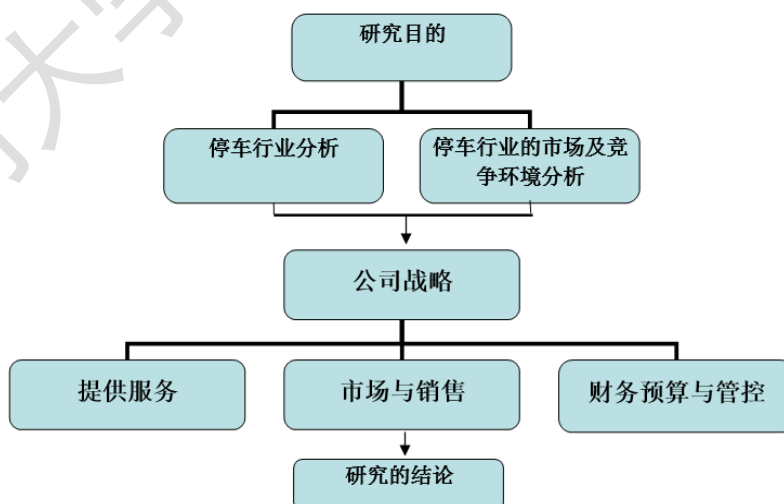


图 1-3 本文的研究框架

资料来源：笔者编写，2016年3月

全文一共分为九章。

第一章绪论，介绍“移动互联网+停车”创业项目的背景，描述为什么要研究以及如何研究，绘制整篇的研究框架图。

第二章创业管理与创业计划的相关理论，介绍创业过程需要注意的点，以及写一份创业计划书对创业项目的意义，阐述创业管理。

第三章车位市场分析，分析市场趋势和竞争者的现状，结合相关的市场调研，找到目标市场。

第四章公司战略，阐述公司的愿景和使命，根据目标用户，制定公司的运营模式，并设定目标，建立适应公司运营模式的组织架构，做薪酬预算与激励机制。

第五章为营销计划，根据市场调研情况以及目标受众的特征提出项目的营销计划构想，为项目的推广提供营销建议。

第六章平台的构建与服务的运作，根据目标用户的使用习惯，设计和构建车位平台，介绍平台的使用和提供的服务内容。

第七章财务分析，根据以上章节的相关数据，做支出测算和收入测算，从而得出项目需要投资预算，并结合项目现实情况，设计融资方案。然后制定财务报表，最后进行财务可行性分析，评估项目。

第八章风险分析与控制，讨论“移动互联网+车位”项目可能潜在运营风险和财务风险，阐述如何预防风险以及资金退出的方案。

第九章论文结论，总结“移动互联网+车位”项目创业计划。

第二章 创业管理与创业计划的相关理论

什么是创业？斯蒂文森等人的定义是“创业是个——不管是独立地还是在一个组织内部——追踪和捕捉机会的过程，这一过程与其当时控制的资源无关。”在此定义基础上，斯蒂文森指出有三个方面对于创业是特别重要的，即觉察机会、追逐机会的意愿及获得成功的信心和可能性^①。

第一节 创业过程

一个好的创意只是创业者手中的一个工具，不一定能够成为一个值得投资的市场机会，还必须要考虑可行性，将创意转化为具体的操作步骤^②。例如，“移动互联网+车位”是一个很好的创意项目，利用移动互联网的技术，提高车位的利用率，解决停车难问题，是一个很好的商业机会，还是必须应用相关的创业理论分析项目的可行性，为实现商业运作做好评估。

一个有远见的创业者发现一个新的市场需求，想要抓住这次机会，创立属于自己的公司时，可以参见表 2 -1 创业的一般过程表。公司参考表 2 -1 创业过程表，应用于“移动互联网+车位”创业。

表 2 -1 创业的一般过程表

第一阶段 识别与评估市场机会	第二阶段 准备并撰写创业计划	第三阶段 确定并获取创业所需 资源	第四阶段 管理新创企业
1. 创新性与“机会之窗的长度” 2. 机会的估计的与实际的价值 3. 机会风险与回报 4. 机会与个人技能与目标 5. 竞争状态	封面 目录 大致框架： 1. 商务活动描述 2. 行业的描述 3. 营销计划 4. 财务计划 5. 生产计划 6. 组织计划 7. 运营计划 8. 总结 附录或表格	1. 创业者的现有资源 2. 资源缺口与目前可获得的资源供给 3. 通过其他渠道获得其他所需要资源	1. 管理方式 2. 成功的关键因素 3. 当前问题与潜在问题辨识 4. 控制系统的完备化

资料来源：李志能、郁义鸿、罗伯特.D.希斯瑞克，《创业学》复旦大学出版社，2005年7月，P20。

^① 李志能，郁义鸿，罗伯特.D.希斯瑞克，《创业学》，复旦大学出版社 2005 年 7 月，P9

^② 李志能，郁义鸿，罗伯特.D.希斯瑞克，《创业学》，复旦大学出版社 2005 年 7 月，P20-23

第二节 创业计划书

一份好的创业计划书对于“移动互联网+车位”项目的创业者是非常有意义和重要的。笔者参考李志能，郁义鸿，罗伯特.D.西斯瑞克，《创业学》创业计划书的理论和框架，撰写“移动互联网+车位”创业计划书。

一、创业计划书的定义

创业计划书是那些有意创建新企业的人们的一种重要工具，是一种用于详细阐述创建新企业时诸要素的书面文献^①。创业计划通常是各项职能计划如市场营销、财务、制造、人力资源计划的集成，同时它也提出创业经营头三年内所有短期和长期的决策制定的方针^②。

二、创业计划书的作用

创业计划书的两大主要作用：1、使创业团队能朝着共同的目标一起努力工作，并全力以赴排除万难，解决创业过程中，面临风险的各个细节；2、与投资者沟通，让投资者能很清晰地了解创业项目和新企业价值及可能存在的风险，是双方谈判的起始点。

第三节 创业管理

对于“移动互联网+车位”项目的创业者，在创业过程中学习创业管理，考虑每一个阶段需要突出考虑的问题，对创业成功是非常有帮助的。

一、创业前期需要考虑的问题

（一）市场需求和销售管理

在创业过程中，创业者应对市场需求进行充分的分析，结合公司拥有的资源和现实状况，制订市场与销售管理战略。对于公司，考虑使用的战略主要有：成本领先、差异化和聚焦。但对于自主创业的团队，由于公司刚刚起步，资金有限，最好是从市场需求的痛点，找到细分的市场，结合自身的优势，通过模式的创新，采用差异化的战略，更能使公司存活。销售的管理应该围绕公司的战略制定，并对关键

^① B. Honig and T. Karlsson, "Institutional Forces and Written Business Plan"

^② 李志能，郁义鸿，罗伯特.D.西斯瑞克，《创业学》，复旦大学出版社 2005 年 7 月，P86，P93-102

Degree papers are in the “[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)”.

Fulltexts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.