



中国科学院大学

University of Chinese Academy of Sciences

喜泊客案例分析

小组成员：白**、黎*、李敬、王**、陈**

电子商务与案例分析课程小组研讨报告

2020.12.11



CONTENTS 目录

- 1 背景介绍
- 2 情境分析
- 3 商业模式
- 4 关键问题
- 5 策略方案





中国科学院大学
University of Chinese Academy of Sciences

1

背景介绍



1. 案例背景

- 上海喜泊客信息技术有限公司（EZParking）成立于2009年，是一个以“互联网+”停车为核心的城市级智慧停车运营商。
- 作为国内停车数据管理平台的拥有者，喜泊客的数据覆盖全国30个城市，包含35000条数据。
- 平台拥有2款产品及2项服务，运营并支撑政府智慧停车项目及公共停车场、物业自有停车场以及搭载智慧停车车载系统的车等。



覆盖全国 **30** 个城市

- 北京 ● 杭州 ● 武汉
- 上海 ● 南京 ● 成都
- 深圳 ● 重庆 ● 其它各城市正在积极扩张中
- 广州 ● 天津

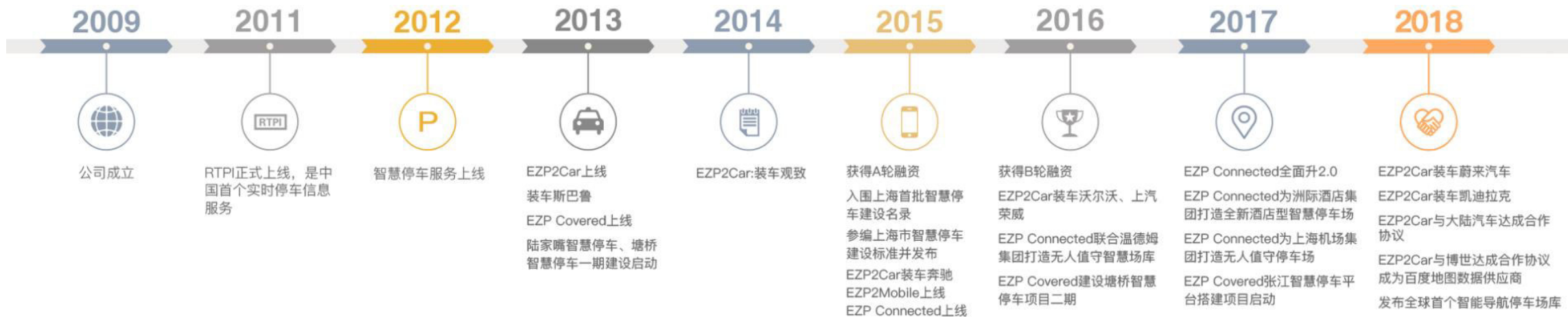
数据截止到2016年12月



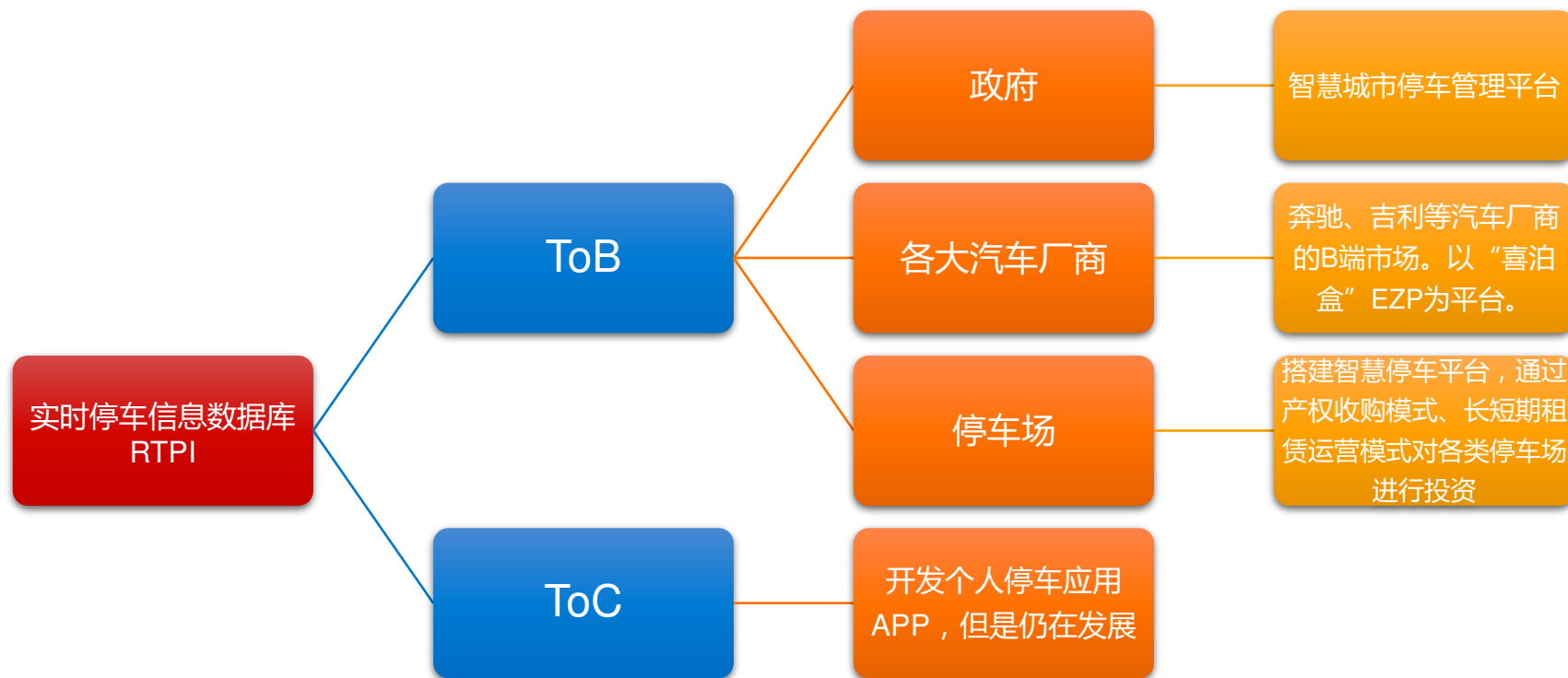
喜泊客的发展历程

强劲的发展速度

在发展的道路上，我们不断创新，永争上游



关键业务



关键业务

- 喜泊客公司的核心资产就是它们的RTPI实时停车信息数据库。
- 喜泊客与政府的合作较为密切，目前与汽车厂商的合作也在逐步加强。
- 喜泊客与停车场的合作方面也逐步认识到需要由自主运营的停车场来为所有的新技术解决方案提供试验场地。
- 喜泊客的整体业务核心还是偏向ToB方向，喜泊客的ToC方向还处于劣势。喜泊客ToC的起步也相较于竞争对手ETCP较晚。喜泊客在C端市场有很大的发挥空间。





2

情境分析

- PEST分析
- SWOT分析



PEST分析

1、政治环境（P）

- 国家政策扶持；
- 抓住机遇；

2、经济环境（E）

- 人均可支配GDP增加；
- 经济迅速增长与发展；

3、社会环境（S）

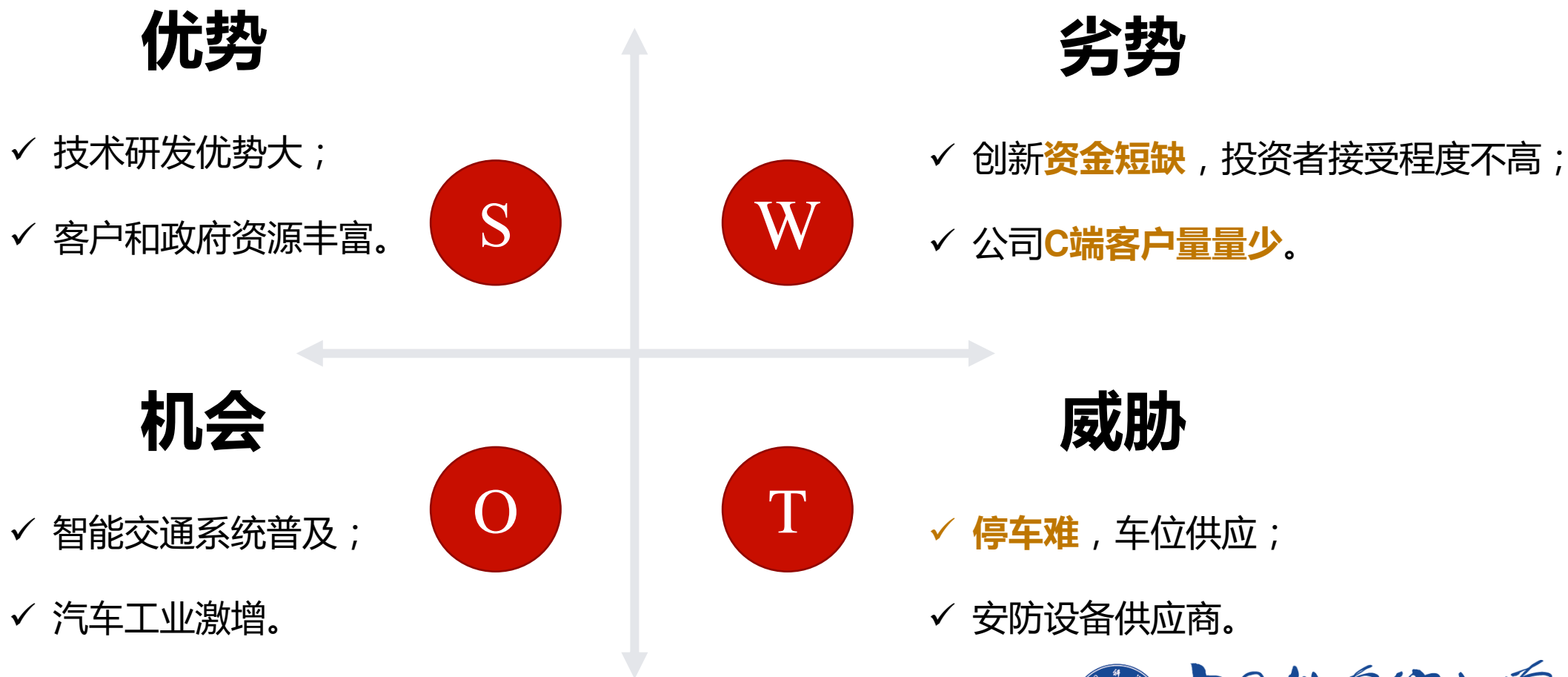
- 国人文化程度方面；
- 中国汽车消费者的喜好；

4、技术环境（T）

- 智慧停车的关键驱动因素；
- 智慧停车系统面临的技术挑战；
- 无人驾驶技术成熟对智慧停车的冲击。



SWOT分析





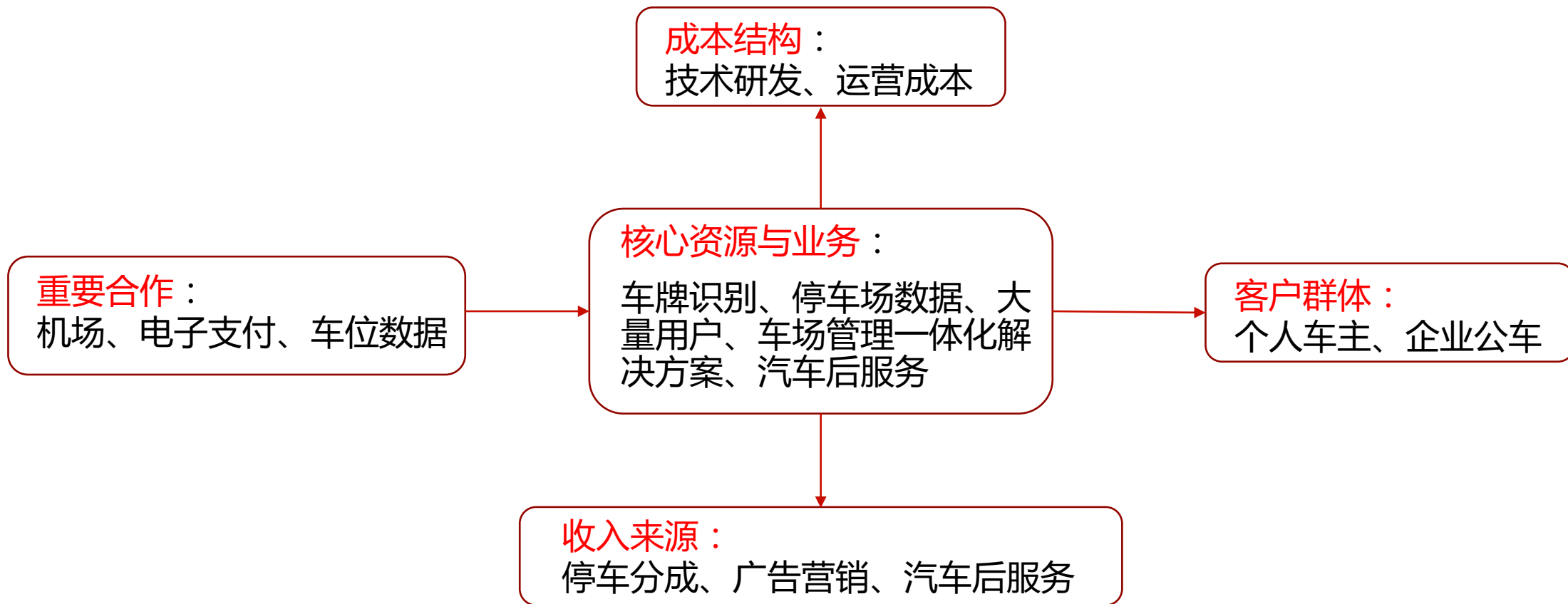
中国科学院大学
University of Chinese Academy of Sciences

3

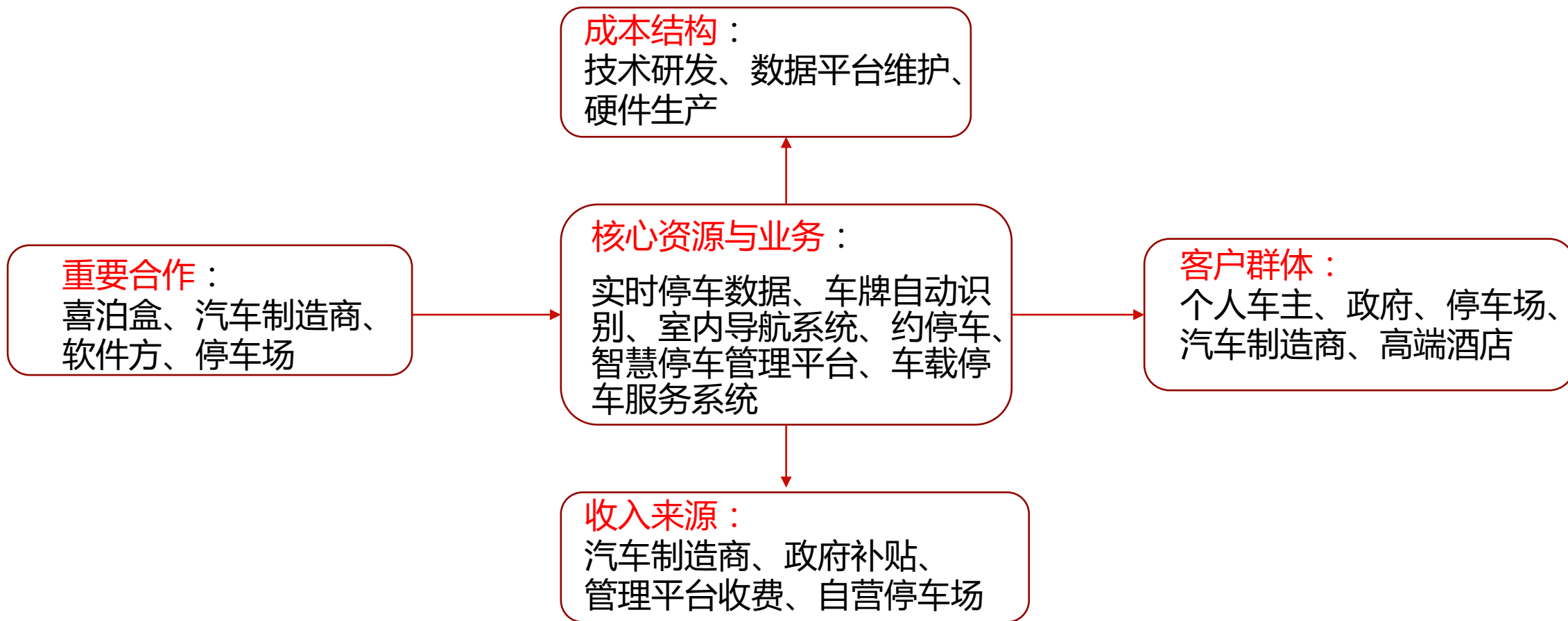
商业模式



ETCP-外围商业模式



喜泊客-顶层商业模式





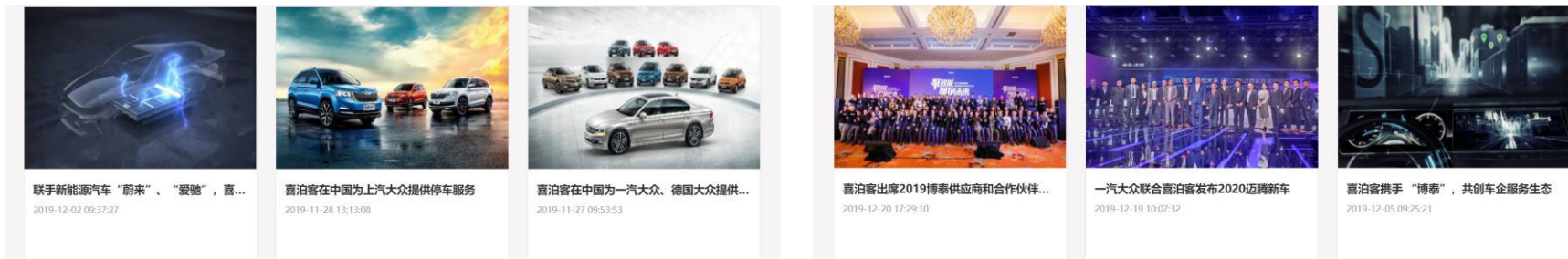
中国科学院大学
University of Chinese Academy of Sciences

4

关键问题



关键问题



- 基于前面的商业模式分析，可以发现喜泊客现存的问题有：

问题一：C端市场直接客户量少

- 喜泊客专注于和B端汽车厂商市场、G端政府的合作，积累了大量的资源，通过向B端提供产品为C端车主带来智能便捷的停车服务，但是其在终端产品（约停车），即直接与C端用户交互的市场中还缺乏大量的客户，在解决许多C端用户停车场景（诸如商场购物停车、出租车司机临时停车等个性化场景）上仍存在较大的发展空间。



关键问题

基于前面的商业模式分析，可以发现喜泊客现存的问题有：

问题二：停车场运营合作客户范围较小

- 喜泊客的智慧停车平台是停车场运营的核心，通过PPP模式、产权收购模式、长短期的租赁运营模式对各类停车场进行投资，同时为每一个场库设计专属的运营改造方案，但是其主要客户为高端酒店等高档消费场地，大多数场景的普通客户没有被包含到，客户范围还有扩展的空间。

EZP Connected 成功案例
让停车变得简单



北京永利国际停车场
商业中心三“大”问题：停车场大，车流量大，数据量大。

上海兴荣温德姆至尊豪廷酒店停车场
喜泊客与温德姆集团打造的第一个无人值守的智慧停车场。

国家会展中心上海洲际酒店停车场
1.基础智慧系统：升级版道闸设备、蓝牙感应地锁、多方式移动支付。2.车&库交互系统：系统内置功...



关键问题

基于前面的商业模式分析，可以发现喜泊客现存的问题有：

问题三：产品研发成本投入大但盈利能力弱

- 喜泊客在技术研发、平台维护及硬件生产上投入的成本很高，但是在盈利的渠道上主要是通过汽车厂商、政府合作、管理平台收费等，这些渠道盈利能力较弱，缺乏讨价还价的空间，不足以支撑高成本的投入。





中国科学院大学
University of Chinese Academy of Sciences



策略方案



借助B端平台 拓宽C端市场

与各商场合作，针对不同商场情况制定相应的停车场服务，如自建停车场或为现有商场车位提供停车服务，帮助商场引流的同时获取收益。

赢得深度和口碑

借助诸如美团等的平台推出停车服务产品，帮助用户在提前查询商场（商业中心）信息时同时及时获取停车位信息以及其他预约等功能，帮助美团提升用户流量与服务品质的同时拓宽C端市场。



ToC：覆盖面广 速度要快

喜泊客作为行业开辟先祖 不能有懈怠心理 乱拳打死老师傅是易事

短期之内在各种广告媒体、获客渠道**狂轰滥炸**

花钱胆子要大 =>

在最短的时间内 尽可能更多的覆盖目标人群



虽尚能饭 仍需持续创新 拥抱新技术

自主创新，原创专利需可持续 —— 维持天生优势 不让资本轻易放弃

参与相关行业标准制定不可少 —— 搞一搞“后台背景” 做强品牌声望

资本寒冬 B轮融资后仍需破釜沉舟 方可万木春

拥抱车联网、大数据、人工智能 让独角兽真的独角兽起来 🐉



抱团取暖 形成良好生态圈

2019年底，喜泊客作为国内唯一符合车规级停车场信息供应商，与一汽大众联合发布2020新迈腾；

2019年底，喜泊客宣布与国内车联网集成商博泰签署了双方基于智能网联停车服务的合作协议，开始尝试打造车企服务化转型生态。

随着车联网技术的发展和成熟，围绕车企服务化转型，喜泊客与车联网企业打造更加开放共赢的车企服务化转型生态将是未来发展的必然选择。

利用上海区位优势，打赢产业链生态攻坚战



搞定新人才 落实社会责任

人才流失的烧钱解决法不可少

认清使命目标 勇担社会责任

撸起袖子加油干也要专业对口 不熟悉的业务外包 降低成本

智慧城市背后有着白花花的预算和银子 有备而来方可崭露头角

不逮着一只羊一个愣头青薅 要讲武德





THANKS