

浙江交通技师学院 九野校园电动车租赁

商业计划书

项目单位： 九野校园电动车租赁中心
地 址： 浙江省金华市金东区望府街 1158 号
电 话： 17858982294
电子邮件： gyz258@qq.com
联 系 人： 郭杨镇

目 录

第一章 执行概况

- 1.1 九野校园电动车租赁中心概述3
- 1.2 服务优势3
- 1.3 市场分析3

第二章 市场营销

- 2.1 推广策略4
- 2.2 社会化营销.....4
- 2.3 复合营销策略.....4

第三章 项目执行

- 3.1 项目成立日程计划4
- 3.2 服务内容与服务模式5

第四章 财务策略

- 4.1 业前成本.....5
- 4.2 收费方式.....6
- 4.3 收益.....6

第五章 项目分析

- 5.1 管理与统筹.....6

第六章 项目管理体系

- 6.1 统筹与市场.....6
- 6.2 财务部.....6
- 6.3 后勤部.....6
- 6.4 日常运营部.....6
- 6.5 维护专员.....6

第七章 风险评估

- 7.1 机遇与风险.....7
- 7.2 财务风险.....7
- 7.3 调度风险.....7

第一章 执行概况

1.1 “九野”校园电动车租赁中心概述

与自行车不同的是，电动车需要自行充电，根据电动车在相关学校的试点，一辆电动车一天的公里路保守估计在 40 公里左右，因此，按照电池的容量一天只需更换一次。电动车的电池更换只需在一个半小时内更换一次，平均下来 100 辆车的维护人数大概在 2 个左右。而骑行范围主要包括两部分，一部分是校园内的短距离短租，和校园外的中长途租赁。

“九野”校园电动车租赁项目针对的是相对较懒，并且付费能力稍高的学生人群。

1.2 市场优势分析

1.2.1 地理优势

浙江交通技师学院地处金华市金东区，地理位置属于金华城区内环线内，地处金东区内，近环城东路与环城南路交界处。虽然是市区位置，但相对市中心，还是地处偏远。人员出行市中心办事或游玩，白天只有 34 路（近半小时一班）、15 路（固定 15 分钟一班）共两路公交车，以及少量随机的过路城乡公共中巴车。校园附近没有任何乘坐出租车聚集点，通过优步、滴滴等打车软件呼叫用车，平均时长在 5~10 分钟左右，且费用高昂。天黑后，只有专车专叫才能满足出行需求。因此，校园附近的各种出行代步工具在“便捷性—性价比—机动度”三个维度上，存在明显的空白区间。此为《校园移动代步工具租赁中心》项目的创业优势之一。

1.2.2 需求优势

浙江交通技师学院拥有实际在校学生 6000 余人，住校人数 5288 人。学校南门正对上海财经大学（浙江学院），目前也有用近 7000 余人在校生。两校近 1.5 万余学生有出行需求。

1.2.3 资源优势

由于浙江交通技术学院学生生源有相当一部分是本地人，选择自驾电瓶车上学。由于学校封闭式管理，电瓶车基本停在学校车棚闲置。将闲置的电瓶车资源收集起来，统一登记、管理，重新进行资源配置。只要执行得当，可以实现大数量闲置利用。

1.2.4 政策优势

政策支持和环保支持。

1.3 市场分析

根据地理位置的分析，可以确定围绕着浙江交通技师学院、上海财经大学（浙江学院）两个高校区，存在着明显的市场。消费受众群体明确。且两校校区学生的月平均生活费在 1500-3000 元之间，付费能力与付费态度都在消费用户的高端区。浙江交通学院学生虽然处于封闭式管理，但外出欲望强烈，外出时间被精确控制，在使用机动性高的出行工具上，更倾向于使用电动车；上海财经大学的学生优势体现在自主时间长，消费群体受众大。两者都有极大的市场潜力。

围绕着近 1.5 万人的潜在用户，目前两校周围只有两家电动车租赁店。规模都在 50 辆左右，经常处于供不应求的状态。围绕着两个校区，电动车租赁市场存在着极大的需求空白。

1.3.1 根据 SOWT 模型进行分析

项目优势 (strength)	(1) 具有地域优势。目前校内没有该项目的同类竞争，属于空白。 (2) 价格亲民，适合一般消费者消费。 (3) 我校区人流密集、商机无限，得天独厚的环境。
项目劣势 (weakness)	(1) 浙江交通学院学生处于工作日全封闭管理。 (2) 没有强大地广告宣传，要经过一定的过渡期。 (3) 没有稳定的消费群体，主要还是先以散、小模式为主。
项目机会 (opportunity)	(1) 校团委创业政策的大力支持。 (2) 市场容量大；地理位置得天独厚，商业环境不可复制
项目威胁 (threat)	(1) 一次性投入偏高 (2) 未来市场竞争激烈。

第二章 市场营销

2.1 服务内容与服务模式

2.1.1 服务内容

(1) 主营业务

包括内容：工作日全天的电动车使用计时租赁业务。

(2) 兼营业务

包括内容：接收单时间段租车应答服务，专车专送。

2.1.2 服务模式

顾客在学校各步车点自动取车，或者上实体店登记取车。

顾客也可以通过电话、微信、QQ 等多种平台联系我们进行服务预约。我中心工作人员可以上门代驾到服务场地进行项目服务。

2.2 推广策略

利用浙江交通技师学院新媒体平台，在微信、广播、校网上定期投放广告，有市场部人员针对两校进行地推式宣传“九野”电动车租赁中心，利用学生社团和兼职人员进行宣传。

2.3 社会化营销

周期性与社会上各品牌 4S 店的技术人员合作，进行技术学习的同时，将部分业务引进。

2.4 复合营销策略

依附汽车技术系学生会平台，定期组织户外交流活动。采用折扣券、邀请券、抵金券、VIP 会员卡等策略对不同客户层分期、分批投放。

第三章 项目执行

3.4 项目日程计划

3.4.1 创业项目确立。(2016 年暑假)

3.4.2 创业核心团队成立。(2016 年暑假)

姓名	年龄	学历	职务	主要工作经历	优势专长
郭杨镇	20	大专	负责人	微商、分销、多种兼职	人际能力强、执行力高、有一定市场基础
陈臻超	20	大专	助理	演讲、主持	善于交流、人际交往能力强
王琪琦	20	大专	市场营销	开网店、学习编程、网络技术	技术宅、动手能力强、学习能力强、求知欲高

3.4.3 创业项目市场调研。(2016 年国庆期间)

调研项目	调研时间	调研内容
市场需求调研	10.1-10.7	1、浙江交通技师学院在校学生 300 份出行问卷调研。 1、上海财经大学（浙江分院）在校学生 500 份出行问卷调研。
市场竞争调研	11.10-11.11	1、网络收集社会现有校园电动车租赁成熟项目的参考资料。 2、搜集社会创业政策。 3、财大近宅区现有两家租赁店的运营数据调研。
设备采购调研	11.20-11.25	1、金华电动车修理店的地址、价位、优惠条件的调研。 2、学校保卫处在校学生现有电瓶车管理数据调研。

3.4.4 创业项目筹备。

- (1) 2016.12 微信公众号建立、管理、引流推广；
- (2) 2017.1 寒假期间，租赁中心选址、装修；电瓶车收集、登记、联系；
- (3) 2017.2 创业推广期。

第四章 财务策略

4.1 业前成本预测

筹备期间场地、设备、耗材、人员统一由本创业项目核心团队统筹投入。正式运营后，一期主要成本主要集中在固定电瓶车用车上。目前暂定第一批固定投入 15 辆电瓶车，兼职登记用车 15 辆，实现 30 辆电瓶车的实时运营。

后期随着业务的开展，运营成本比例会提高。包括每 30 辆电动车配置 1 人的维护成本，电动车的折旧成本，以及充电电费、软件开发和市场推广成本。

其中维修的人员配比并不算高，并可采用校园兼职的形式解决。而充电的成本大

概需要 1 组电池 1 度电的电量。而校园人群的同质性较高，推广的费用暂时可以相对减去。在维修成本上，每辆车的使用年限为三年，电池保修也在 27 个月，年化维修的成本在 3%—5%左右，相对来说并不算高。

	第一期	第二期	第三期
房屋租赁费用	电费 300 元/月	电费 300 元/月	电费 300 元/月
设备维护费用	300/月	300/月	300/月
管理费用	1000 元/月	1000 元/月	1000 元/月
耗材费用	200 元/月	200 元/月	200 元/月
合计	2300 元/月	2300 元/月	2300 元/月

财务说明：

店面场地问题争取和学校协商，请求赞助。

管理费用包含管理人员工资，以小时计，用兼职模式。

4.2 收费方式

利用“云控宝”平台，实现出行电动车的实时数据监控、记录存储，结合手机 APP 应用提供，进行电子收费。结合柜台现金收费。

（附云控宝介绍：<http://www.hs-xd.com/web/ad4cc/>）

收费方式按照前 15 分钟 1 块，超过 15 分钟 1 小时内 3 块，之后按照每多 15 分钟 1 块钱的方式收取。骑出校外则按时间租赁方式收费，锁车时间计算在收费时间内，收费方式同上。押金则按照 199 元标准收取。

第五章 项目分析

5.1 收益

在运营利润方面，电动车租赁的毛利率并不低。电动车的成本在 3380 元（包含 1.5 组电池配置），单车日租频次在 9 次，其中平均每单租金在 2.06 元。按照年化运营天数 216 天，假期正常运营 20%的收益来看，单车年化收益达到 4271.62 元，毛利率达到了 42.7%。

第六章 项目管理体系

6.1 统筹与市场（1 人）

统筹与市场部，负责全面计划、安排、管理“九野”的工作；制定营销策略和营销计划；协调与外部电动车维修经销商的关系；指导、检查、控制我中心各项工作的实施；拟定并监督执行市场规划与预算、公关及促销活动计划，计划安排年、季、月及各项市场推广策划；制定广告策略，包括年、季、月及特定活动的广告计划；制定各项费用的申报及审核程序。

6.2 财务部（1 人）

财务部，根据“九野”的中心资金运作情况，合理调配资金，确保中心资金正常运转；搜集我中心经营活动情况、资金动态、营业收入和费用开支的资料并进行分析、提出建议，定期向负责人报告；组织创业团队进行编制收支计划，包含月、季、年度营业计划和财务计划，定期对执行情况进行检查分析。

6.3 后勤部（1人）

后勤部，主要负责“九野”店面设计、以及运营过程中所需使用设备的统计、保管与耗材的采购，保证正常运营期间场地与设备能随时保证正常可使用状态；负责日常办公用品采购以及项目运营各类数据的记录，对档案进行保存。

6.4 日常运营部（1人）

日常运营部，主要负责实体店每日的规划，安排、考勤、卫生检查等人事程序。

具体工作范围包含：

- （1）做好现金管理；
- （2）做好客户租借登记；
- （3）做好票据登记；
- （4）应对突发情况，并及时汇报项目创始人；
- （5）做好店名卫生以及租赁用车卫生；

6.5 维护专员

接受业务技能培训。对在用登记的电动车的保养护理进行具体工作操作。要求维修技能精熟。及时到位，对全部租赁电动车设备管理负责。

第七章 风险评估

7.1 机遇与风险

校园电动车租赁中心这个项目是在国家大的经济政策下，在中央团委号召大学生创业的机遇中孕育出的一个微项目。对于外部环境来说，我中心处于一个非常好的时期。创业一旦孵化成功，对于创业核心团队、所在院校和将带来良好的声誉、机会、资源。占了极好的天时条件。

同时，现在市场上关于电动车分时租赁关键技术日渐成熟，是项目可以切入的时机。社会上已经存在规模性的校园电动车租赁加盟项目，有成熟的运营方案可以参考。

总体来讲，校园电动车租赁项目，机遇远远大于风险。

7.2 财务风险

校园电动车租赁项目由于筹备期的投入全部由项目创始人独立承担，存在资金投入风险。对于在校学生来说，未试点性运营进行调研，在资金链的回流上存在一定风险。

7.3 调度风险

虽然采用对校园热点分布的方式派车，以解决运营效率的问题。相对来说，校园的宿舍、教学楼和饭堂是派车的集中地。由于每辆车上安装有GPS定位，根据校园内单辆车长期积累的位置信息，可以实现更为高效的自动化调度。但比起自行车来，电动车的人工调度难度较大，我校校区车棚使用一直存在车位紧张，走读生取车时素质暴力，因此对于车的具体管理效率也要求较高。