

# **\*\*社区便民服务站项目 可行性研究报告 案例分析**

编制单位：北京尚普信息咨询有限公司

联系电话：010-82885739      13671328314（陈经理）

传真：010-82885785      邮箱：hfchen@shangpu-china.com

北京总公司：北京市海淀区北四环中路 229 号海泰大厦 1118 室

深圳分公司：南山大道 1153 号天源大厦 A 座 1602 室/ 0755-26088013

0755-26462885 13530888576

上海分公司：上海市南京西路南证大厦 B 座 1102 室/021-51601826

公司网址：<http://www.shangpu-china.com/>



## 目录

第一部分 行业发展现状整体情况 .....	1
第一节 便民服务站概况.....	1
第二节 便民服务站市场现状.....	1
第三节 行业政策环境.....	2
第四节 行业发展趋势.....	2
第二部分 项目竞争分析 .....	3
第一节 项目竞争特点.....	3
第二节 项目主要竞争企业分析.....	4
第三节 **便民服务中心竞争力分析.....	4
第四节 行业竞争策略分析.....	4
第三部分 模式定位分析.....	5
第一节 目标客户.....	5
第二节 业务结构分析.....	5
第四部分 项目投资分析 .....	6
第一节 项目投资估算.....	6
第二节 项目基本假设.....	6
第三节 项目目前经济效益分析.....	7
第四节 财务评价结论.....	8
第五节 项目社会效益分析.....	9
第五部分 项目风险分析及规避措施 .....	9
第一节 市场风险及规避措施.....	9
第二节 运营管理风险及规避措施.....	10
第三节 财务风险及规避措施.....	10
第四节 合作风险及规避措施.....	10
第六部分 结论.....	10

## 第一部分 行业发展现状整体情况

### 第一节 便民服务站概况

#### 一、便民服务站介绍

便民服务站是为社区居民提供水电气暖、固话、手机、宽带、有线电视、交通罚款等各种公共事业代缴费服务，以及电子商务、银行金融和便民百货等一系列服务的综合性载体。其目的主要是为了方便居民的日常生活。

一般便民服务站经营的业务主要由以下四个部分：

1、缴费业务：移动、联通、电信缴费；水、电、煤气费、有线电视等业务

.....

### 第二节 便民服务站市场现状

#### 一、国外便民服务站市场现状

由于经济发展模式和环境不同，国外“便民服务站”一般都称为“便利店”，是一种集合了便民服务和超市销售为一体的服务平台。

在国外便利店通常分为两种类型：传统型和加油站型。传统型便利店通常位于居民住宅区、学校以及客流量大的繁华地区，营业时间为 15-24 小时。由于这类型的便利店更加适合于人口密度大的区域，所以在亚洲的部分国家和地区比较盛行。加油站型便利店通常指以加油为主体开设便利店。这一类型的便利店在地域广阔且汽车普及度很高的欧美地区发展迅猛。

.....

#### 二、国内便民服务站市场现状

##### （一）国内便民服务站状况

“邮政便民服务站”是结合创建和谐祖国的实际需要推出的一项新的便民举措，它以信息化为手段，职能缴费终端为载体，将邮政业务以较低的成本，方便、快捷地延伸到街道、社区等人群密集的地方。

目前国内便民服务站发展较为成熟的有中国邮政便民服务站、“\*\*”便民服务站、陕西

的利安电社区、济南的全易行、荆门的数字管家等，发展比较迅速的有杭州华泰万家信息网络有限公司运营的社区服务亭项目。

.....

### 第三节 行业政策环境

#### 一、国家行业政策

1、“邮政便民服务站”项目是邮政秉承胡锦涛同志“要更好地发展邮政事业，为群众提供优质的邮政服务”的思想，结合创建和谐祖国的实际需要推出的一项新的便民举措。

2、根据《中共中央关于制定十二五规划的建议》提出加快发展服务业。把推动服务业大发展作为产业结构优化升级的战略重点，建立公平、规范、透明的市场准入标准，探索适合新型服务业态发展的市场管理办法，调整税费和土地、水、电等要素价格政策，营造有利于服务业发展的政策和体制环境。大力发展生产性服务业和生活性服务业，积极发展旅游业。拓展服务业新领域，发展新业态，培育新热点，推进规模化、品牌化、网络化经营。

.....

#### 二、青岛市地方政策

根据《青岛市国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要》内容提出：

1、以实现全域城镇化为目标，加快高新技术产业、现代服务业、临港产业、临空经济发展，带动农村城镇化进程。统筹建成区与农村社区规划建设，协调推进旧城旧村改造和新城区建设，完善配套设施，优化城市空间形态，建设生态、宜居的现代化新城区。

.....

### 第四节 行业发展趋势

在我国社会经济的不断发展的大背景下，国内公共服务行业也得以快速发展。当前，我国正进入全面建设小康社会、加快推进社会主义现代化建设的关键时期，工业化、信息化、城镇化、市场化、国际化的深入发展，为社会公共事业的发展提供了广阔的空间和发展前景。

#### 一、站点渠道化

随着中国社会经济与房地产业的蓬勃发展,目前城市中绝大多数人口已经按照自身居住的业态形成了一种社区化的生活方式,由于传统分销渠道竞争的日益加剧,进行渠道创新往往成为一些企业出奇制胜的法宝。在城市中,星罗棋布的社区蕴藏着巨大无比的潜力。

因此“在社区中营销”已经逐渐被一些企业视为一种全新的分销方式,并被越来越多的企业所关注。

## 二、渠道网络化

未来便民服务站行业的发展不能再采用单一服务的理念,需要将载体平台服务的内容实现多样化发展。

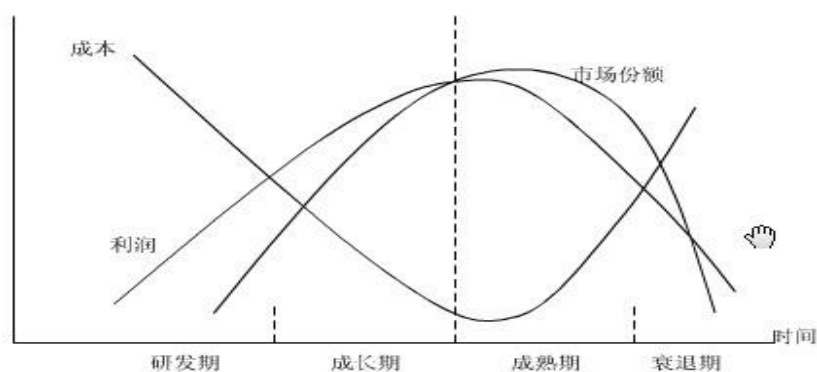
.....

## 第二部分 项目竞争分析

### 第一节 项目竞争特点

任何一个行业从兴起到衰退都需要经过四个阶段:研发期、成长期、成熟期、衰退期。如下图所示。目前,便民服务站在我国处于成长期阶段,市场上已经存在了一定规模数量的便民服务站,涉及业务从缴费到订火车票、到订鲜花以及在到家政服务,涵盖内容越来越广,但是目前除了中国邮政旗下的便民服务站之外,市场上存在的便民服务站仍主要以小型、散乱企业为主,市场竞争也处于较低阶段。

图表 1: 行业周期发展曲线图



1、业务竞争。目前,我国市场中存在的大部分便民服务站的主营业务仍为缴费业务,而我国缴费系统目前已经发展较为成熟,因此,缴费业务只能成为便民服务站的基本业务,而不能算是核心竞争业务。在此情况下,业务更多的便民服务站则更加容易获得消费者的青

睐。

.....

## 第二节 项目主要竞争企业分析

根据调查显示，目前由于\*\*便民服务站仍然处于起步阶段，经营业务较少，并且下游消费市场并未完全成熟，因此目前情况下便民服务站竞争力较弱。

目前，\*\*便民服务站的主要竞争对手有以下两种。

1、同类型便民服务站。目前，在调查的所有\*\*便民服务站中，缴费业务仍然是主要经营业务，而拥有缴费业务的便民服务站目前在市场上也不在少数。

.....

## 第三节 \*\*便民服务中心竞争力分析

较其他便民服务站而言，本项目的竞争优势如下：

### 一、品牌效应。

山东省邮政公司与\*\*\*\*（北京）网络科技有限公司合作开发本项目后，建立\*\*便民服务站品牌，通过品牌的宣传效应，加快市场接受速度。

.....

## 第四节 行业竞争策略分析

### 一、增强宣传力度。

在调研中发现，\*\*便民服务站的知名度仍然较低，甚至出现在 30m 以内居住居民不知道的现象出现，在宣传力度不够的前提条件下，便民服务站的业务地开展无异于天方夜谭。因此，想要提高服务站的发展，首先就必须增强宣传力度，增强消费者认知程度。

.....

## 第三部分 模式定位分析

### 第一节 目标客户

目前,拟定选择便民服务站小区标准为小区户数为 1500 户以上,由实地调研情况估算,在选择便民服务站小区时,除了考虑小区户数之外,也应将小区内平均年龄考虑在内。根据调研发现,使用便民服务站的消费者平均年龄基本在 25~45 岁中间。在一些以老年人为主的小区, \*\*便民服务站明显使用较少。

.....

### 第二节 业务结构分析

#### 一、目前业务结构分析

目前,已经正常运营的\*\*便民服务站中,订火车票、飞机票等业务仍然处于零的发展阶段,团购会以及社区活动中仍然处于起步阶段。使用较多的业务仍然为缴费业务以及广告业务。

.....

#### 二、目标业务结构分析

根据便民服务站的发展趋势以及市场需求,未来\*\*便民服务站业务将不在局限于普通缴费业务,更多的是在具备基本业务的前提条件下,开展更多的特色业务,提高\*\*便民服务站的竞争力。未来\*\*便民服务站会开展的业务主要由以下内容。

图表 2: 便民服务站业务分析

业务类型		内容
代理业务	电信代理业务	代理电信、移动、联通等运营商收取话费、网费,代办 3G 网卡、办理手机代销业务等,并收取代理费; 电信运营商向**网点每月支付一定固定金额的代理服务费用。
	邮政代理业务	为所在小区居民提供代收发 EMS 快递服务,并向邮政公司收取佣金; 代销邮政公司相关产品,如集邮产品、邮政销售目录所列产品等,并收取佣金; 代销彩票,依据销售额收取代理佣金; 邮政其他相关业务。

	金融保险业务	代理银行等金融机构办理银行卡、理财及查询转账业务，并收取佣金；代理保险公司进行寿险、财险、车险等保险销售业务，依据销售额收取佣金。
	产品代销业务	为小区居民提供生活日用品、机票、电影票、牛奶、鲜花等代购服务，以目录营销的形式进行产品代购，并收取佣金。
社区活动业务	快销品团购业务	以小区团购会的形式进行集中商品销售，以销售佣金的形式收取费用。
	社区活动业务	利用小区中的羊群效应，通过让居民免费体验、使用的形式建立对产品的认知和了解，从而达到营销效果，向商家收取活动服务费。
	装修营销业务	为建材行业商家打造的定制营销解决方案：在小区中以提供免费装修咨询等服务的方式发展会员，通过 LED、电视广告、单页、优惠券派发、会员购物活动和小区活动等多种形式的组合营销方式建立建材商家与装修业主沟通平台，达到为商家推广与宣传的目标。向建材行业商家收取广告宣传及活动费。
	店面商家广告宣传	主要营销客户为**小区周边商家，为其提供以 LED、电视广告和单页派发为组合的形式打包成广告宣传套餐，满足其目标人群与**小区居民相匹配，并收取固定的服务费用。
	品牌商家综合营销	为品牌商家提供综合营销服务，综合采用 LED、电视广告、单页派发、优惠券派发、社区体验活动、社区主题活动、产品订购等多重手法的营销宣传，并向客户收取固定的服务费用。
居民配套服务	家政服务	与家政公司或者家政服务人员保持合作关系，通过向消费者介绍家政服务人员，收取服务费用。
	物流合作	与物流企业达成合作，将便民服务站小区达成物流企业最后终点站，以便民服务站为中心，辐射所在小区甚至更远，通过向物流企业收取固定的服务费用。

.....

## 第四部分 项目投资分析

### 第一节 项目投资估算

根据山东邮政集团与\*\*\*\*（北京）发展计划，在未来两年之内，由山东邮政集团在青岛市内建立 100 个\*\*便民服务站，平均每一个站点投资 5 万元，因此本项目投资共计 500 万元。

### 第二节 项目基本假设

#### 一、项目业务开展情况假设



根据实地调研显示，目前，\*\*便民服务站在青岛所设置各站点基本都成立于 2011 年 5 月，而在 2011 年 5 月到 2011 年 12 月期间，服务站举行较多活动，拥有一定的业务。而在 2012 年 1 月开始，服务站基本未举行过任何活动。

.....

### 第三节 项目目前经济效益分析

#### 一、项目营业收入及税金测算

在项目假设前提条件下，计算得出，未来三年，每 1 个亭子营业收入达 170310 元，营业税金及附加为 5620.23 元，具体情况见下表所述。

图表 3：项目营业收入及税金测算

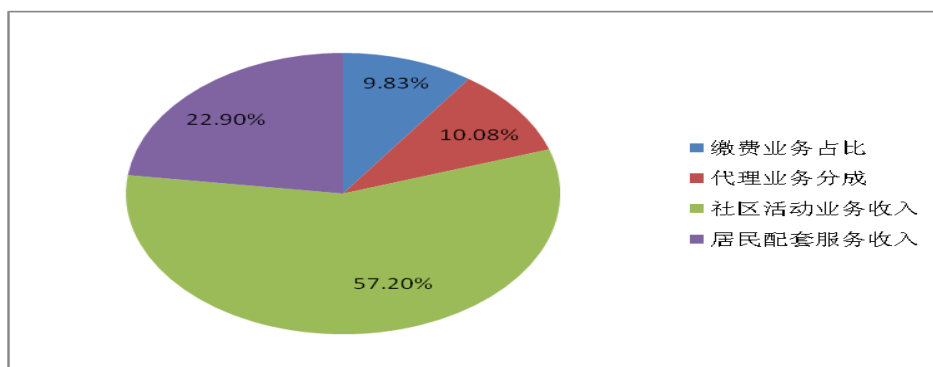
单位：元

序号	项目	第一年	第二年	第三年	合计
1	营业收入	25400	50860	94050	170310
1.1	缴费业务分成	1620	4320	10800	16740
1.2	代理业务分成	2580	4980	9600	17160
.....	.....	.....	.....	.....	.....

注：上表为 1 个亭子每年营业收入及税金测算。

根据财务分析可以得到，未来便民服务站营业收入主要盈利点以社区活动收入以及居民配套服务收入为主。

图表 4：便民服务营业收入结构图



#### 二、成本费用测算

根据测算，未来三年，每一个亭子总成本费用达 122119.99 元，具体说明见下表所述。

图表 5：项目成本费用测算表

单位：元

序号	项目	2013 年	2014 年	2015 年	合计
1	工资及福利费	26402.4	26402.4	26402.4	79207.2
2	物业租金费用	9600	9600	9600	28800
3	其他费用（电费）	1800	1800	1800	5400
.....	.....	.....	.....	.....	.....

注：上表为 1 个亭子每年成本费用测算。

### 三、项目利润测算

根据测算，2013 年，\*\*便民服务站运营属于亏损状态，到 2014 年，\*\*便民服务站则开始进入盈利状态，2014 年一个便民服务站净利润为 6356.22 元，2015 年，便民服务站净利润可达到 37679.76 元。未来三年净利润总额仍为 27891.12 元。具体说明见下表所述。

图表 6：项目利润测算表

单位：元

序号	项目	2013 年	2014 年	2015 年	合计
1	营业收入	25400.00	50860.00	94050.00	170310.00
2	营业税金及附加	838.20	1678.38	3103.65	5620.23
3	总成本费用	40706.66	40706.66	40706.66	122119.99
4	补贴收入	0.00	0.00	0.00	0.00
.....	.....	.....	.....	.....	.....

注：上表为 1 个亭子每年利润测算表。

### 第四节 财务评价结论

根据估算，在预估状态下，山东邮政若投资建设\*\*便民服务站，则所得税前项目静态投资回收期为 3.17 年。便民服务站在合理使用状态下，年净利润可达到 37679.76 元盈利状况良好。

但是，目前财务测算的前提假设条件是在便民服务站的各项业务都得以开展并且日益发展的前提条件下进行的。而分析目前\*\*便民服务站的业务开展情况，则与假设情况相距甚远。

因此，在此情况下，从目前发展情况转变到理想测算情况，山东邮政与\*\*\*\*（北京）应该投入较大的人力、物力，积极对\*\*便民服务站的现状进行改革。

.....

## 第五节 项目社会效益分析

1、便民服务站是为了方便站点周围的居民办理日常生活业务而建立的，站亭集中了居民日常生活所涉及的各项缴费业务、各项票务办理业务、免费订阅和投递信件及快递业务、其他便民举措；另外站亭还提供各种广告代理、活动组织以及家政服务等等，更好的为小区居民提供安全、可靠的贴心服务。

.....

## 第五部分 项目风险分析及规避措施

### 第一节 市场风险及规避措施

市场风险的系数由以下几个因素决定：竞争双方的竞争度、成本、竞争规模。在我国大陆地区，便民服务站行业的发展还处于起步阶段，市场整体竞争环境尚未成熟。目前国内便民服务站行业有中国邮政便民服务站、\*\*便民服务站、西安的利安电社区、济南的全易行、荆门的数字管家等，发展比较迅速的有杭州华泰万家信息网络有限公司运营的社区服务亭项目。山东邮政与\*\*\*\*（北京）开展合作关系，主要面临的市场风险有以下几个方面：

1、市场竞争的竞争度。竞争度表现为企业间在争夺市场占有率提高销售额和盈利率等方面的抗衡状态。市场竞争越激烈，竞争双方所面临的风险就越大。目前，便民服务站的市场竞争程度处于较低状态，但是随着市场发展，供需达到平衡之后，便民服务站市场竞争将会较为激烈。

.....

#### 规避措施：

1、品牌效应。本次项目是由山东邮政与\*\*\*\*共同合作，拥有邮政的品牌资源和\*\*\*\*的管理资源，可以有效的将市场风险系数降至最低。

2、区位优势。从目前国内便民服务站行业的发展分析，几家便民服务站的发展主要集中在于比较单一的省市，而此次项目的合作方\*\*\*\*已经在北京、青岛、广州等地方铺开，在站

点选择上具有新进入者或潜在进入者所没有的区位优势。

.....

## 第二节 运营管理风险及规避措施

.....

## 第三节 财务风险及规避措施

.....

## 第四节 合作风险及规避措施

.....

## 第六部分 结论

根据目前测算情况分析，山东邮政集团与\*\*\*\*（北京）合作建立\*\*便民服务站项目风险较大。除了市场竞争风险较低之外，在运营管理以及财务方面都有较大风险，最终对山东邮政与\*\*\*\*（北京）双方的合作造成较大风险。

具体情况见下表所述。

图表 7：项目风险等级风险

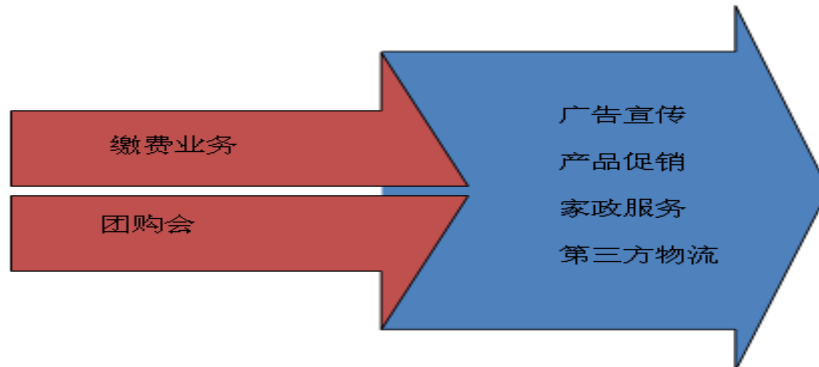
风险等级	市场竞争风险	运营管理风险	财务风险	合作风险
低				
中				
高				
较高				

由上表可以看出，目前\*\*便民服务站在运营管理方面有中等风险，在财务方面有较高风险，由此给双方合作带来较高合作风险。在此背景下，为了降低本项目在合作中山东邮政集团合作中所面临的合作风险，尚普咨询从以下方面给予建议：

1、请\*\*\*\*（北京）出具企业目前资产证明，证明企业目前经营状况，财务状况，防止出现欺骗现象。

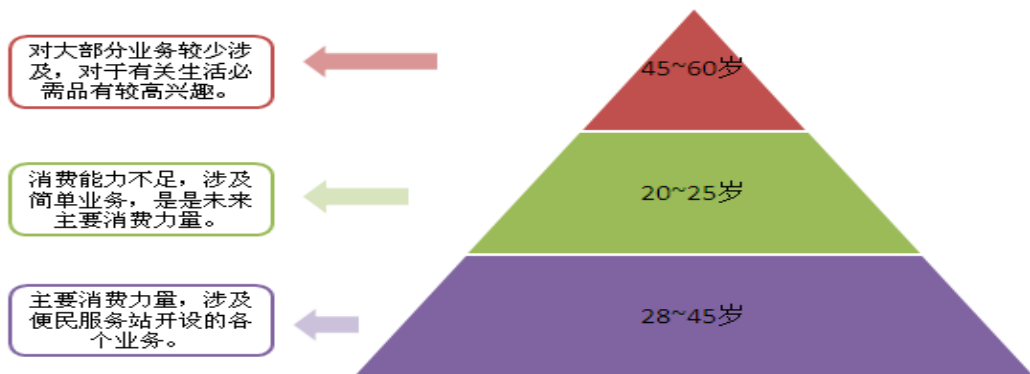
.....

图表 8：便民服务站业务组成图



2、针对小区消费者结构组成确定特色服务。调研显示，在以年轻群体为主的小区里，使用缴费业务或其他业务的消费者居多一些；而在一些以老年人为主的小区里，居民则对于举行的各种生活必需品的团购会更感兴趣，而对一些化妆品团购兴趣较低。.....

图表 9：年龄与业务对应图



.....

附件（略）