股票代码:002609　　股票简称:捷顺科技

深圳市捷顺科技实业股份有限公司非公开发行A股股票预案

SHENZHEN JIESHUN SCIENCE AND TECHNOLOGY INDUSTRY CO., LTD.

（深圳市福田区梅林路17号捷顺大厦）

二〇一五年十月

公司声明

公司及董事会全体成员保证本预案内容真实、准确、完整，并确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

本次非公开发行A股股票完成后，公司经营与收益的变化，由公司自行负责；因本次非公开发行A股股票引致的投资风险，由投资者自行负责。

本预案是公司董事会对本次非公开发行A股股票的说明，任何与之相反的声明均属不实陈述。

投资者如有任何疑问，应咨询自己的股票经纪人、律师、专业会计师或其他专业顾问。

本预案所述事项并不代表审批机关对于本次非公开发行A股股票相关事项的实质性判断、确认、批准或核准，本预案所述本次非公开发行A股股票相关事项的生效和完成尚待取得有关审批机关的批准或核准。

特别提示

1、本次非公开发行股票的相关事项已经公司第三届董事会第二十六次会议审议通过，尚需获得公司股东大会的批准以及中国证监会的核准。

2、本次发行的最终发行对象不超过10名特定投资者，包括符合中国证监会规定的证券投资基金管理公司、证券公司、信托投资公司、财务公司、保险机构投资者、合格境外机构投资者（QFII）、其他境内法人投资者和自然人等合法投资者。证券投资基金管理公司以其管理的2只以上基金认购的，视为一个发行对象；信托投资公司作为发行对象的，只能以自有资金认购。

在取得中国证监会关于本次非公开发行的核准批文后，公司董事会将依据股东大会的授权，与保荐机构（主承销商）根据中国证监会的有关规定及发行对象申购报价情况确定最终发行对象。

3、本次非公开发行的定价基准日为2015年10月12日。发行价格不低于定价基准日前二十个交易日公司股票交易均价的92.09%，即15.00元/股。定价基准日前二十个交易日公司股票交易均价＝定价基准日前二十个交易日公司股票交易总额÷定价基准日前二十个交易日公司股票交易总量。若公司在本次发行定价基准日至发行期首日之间发生派息、送股、资本公积金转增等除权除息事项，应对发行底价进行除权除息处理。在取得中国证监会关于本次非公开发行的核准批文后，公司董事会将依据股东大会的授权，与保荐机构（主承销商）根据中国证监会的有关规定以竞价方式确定最终发行价格。

4、本次发行股票数量为不超过66,666,667股（含）。在前述范围内，在取得中国证监会关于本次非公开发行的核准批文后，公司董事会将依据股东大会的授权，与保荐机构（主承销商）根据中国证监会的有关规定及发行对象申购报价情况协商确定最终发行数量。若公司股票在定价基准日至发行日期间发生派息、送股、资本公积金转增股本等除权、除息行为，本次非公开发行的发行数量将相应调整。

5、本次非公开发行股票预计募集资金总额不超过100,000.00万元，扣除发行费用后将用于智慧停车及智慧社区运营服务平台项目及补充流动资金。本次发行实际募集资金净额与项目所需资金缺口部分将由公司通过其他方式解决，如有剩余将用于补充营运资金。为把握市场机遇，本次募集资金到位之前，公司可根据项目实际进展情况，先以自筹资金进行投入，并在募集资金到位后，以募集资金置换自筹资金。

6、从长期看，本次募集资金投资项目具有较好的投资回报率，公司未来的业务发展能力和盈利能力将逐步提升，但募集资金投资项目逐步投入并产生效益需要一定的过程和时间。在公司总股本和净资产均增加的情况下，每股收益和加权平均净资产收益率等指标将在短期内出现一定幅度的下降。特别提醒投资者理性投资，关注公司非公开发行股票后即期回报被摊薄的风险。

为保证募集资金有效使用、防范即期回报被摊薄的风险，提高未来的回报能力，公司将采取一系列的相应措施，具体如下：加快本次募集资金投资项目的建设速度，确保募集资金投资顺利达产并实现预期效益；加强募集资金管理，提高募集资金使用效率；持续完善公司治理水平，确保公司股东特别是中小股东的利益得到保护；严格执行公司既定的分红政策，保证公司股东的利益回报。

7、本次非公开发行完成后，所有发行对象所认购的股份限售需符合《上市公司证券发行管理办法》和中国证监会、深圳证券交易所等监管部门的规定，自本次非公开发行股票发行结束起十二个月内不得转让。限售期满后，按中国证监会及深圳证券交易所的有关规定执行。

8、本次发行前公司的滚存未分配利润将由发行后的新老股东共同享有。

9、本次非公开发行符合《上市公司证券发行管理办法》和《上市公司非公开发行股票实施细则》，按照《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第25号——上市公司非公开发行股票预案和发行情况报告书》要求编制并披露本次非公开发行股票预案。

10、本次非公开发行符合《公司法》、《证券法》及《深圳证券交易所股票上市规则》等法律、法规的有关规定，本次非公开发行股票不会导致公司股权结构不符合上市条件。

11、公司历来重视股东回报与未来业务发展的平衡，根据《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》（证监发[2012]37号）、《上市公司监管指引第3号—上市公司现金分红》（中国证监会公告[2013]43号）的相关规定，公司于2015年10月12日召开第三届董事会第二十六次会议审议通过了《关于制定<深圳市捷顺科技实业股份有限公司未来三年（2015-2017年）股东回报规划>的议案》，进一步完善公司的利润分配政策。上述议案需股东大会审议通过后生效。

本预案已在“第四节 公司利润分配政策和分红规划”中对修改后的公司章程中有关利润分配政策、未来三年股东回报规划（2015-2017年度）的情况进行了说明，请广大投资者予以关注。

释 义

本预案中，除非另有说明，下列词汇具有如下含义：

捷顺科技、发行人、公司	指	深圳市捷顺科技实业股份有限公司
捷顺通	指	一个第三方支付平台，集合了预付卡支付、互联网支付和移动支付三大系统
捷慧通	指	捷慧通智能管理平台，该平台是面向数字化、网络化、安防化及实现跨行业业务应用的综合系统集成平台，可为智慧停车、智慧社区、智慧商业和智慧园区的建设提供平台支持
捷易商、捷物管、捷停车、捷生活	指	公司及子公司自主开发的移动应用服务，作为支撑公司平台运营服务的用户端入口
本次发行/本次非公开发行	指	深圳市捷顺科技实业股份有限公司本次非公开发行不超过66,666,667股A股的行为
元、万元	指	人民币元、万元
本预案	指	本次非公开发行股票预案
定价基准日	指	董事会决议公告日
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
实际控制人	指	唐健、刘翠英
O2O	指	线上到线下（Online To Offline），即将线下商务机会与互联网相结合，让互联网成为线下交易前台的电子商务模式
LBS	指	基于位置的服务（Location Based Services），是指通过电信移动运营商的无线电通讯网络或外部定位方式，获取移动终端用户的位置信息，在地理信息系统平台的支持下，为用户提供相应服务的一种增值业务
APP	指	智能手机的第三方应用程序，为移动设备使用者提供互联网入口，满足人们社交、购物、娱乐、咨询、搜索等需求的一切应用程序
SaaS	指	Software-as-a-Service（软件即服务）的简称，随着互联网技术的发展和应用软件的成熟而兴起的一种完全创新的软件应用模式，客户不是通过购买而是通过互联网租用基于Web的软件获得广商提供的服务
PaaS	指	Platform-as-a-Service（平台即服务）的简称，把服务器平台作为一种服务提供的商业模式，云计算时代相应的服务器平台或者开发环境作为服务进行提供
B2B2C	指	B是Business的简称，C是Customer的简称，第一个B指的是智能终端设备和软件的供应商即捷顺，第二个B指的是物业管理公司和停车场运营方，C则是表示车主、业主、用户，B2B2C指捷顺通过助力物业管理公司提高运营水平进而为C端用户提供服务的商业模式

第一节 本次非公开发行A股股票方案概要

一、公司基本情况

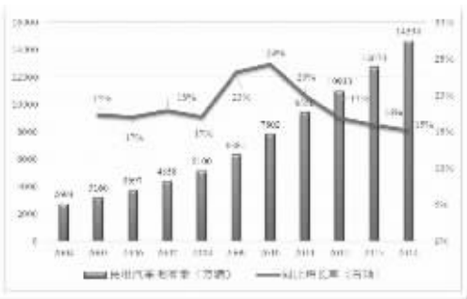
公司中文名称	深圳市捷顺科技实业股份有限公司
公司英文名称	SHENZHEN JIESHUN SCIENCE AND TECHNOLOGY INDUSTRY CO., LTD.
A股股票简称	捷顺科技
A股股票代码	002609
设立时间	1992年6月17日
上市时间	2011年8月15日
住　所	深圳市福田区梅林路17号捷顺大厦
法定代表人	唐健
注册资本	601,041,622元
电　话	0755-83112288
传　真	0755-83112306
互联网网址	www.jieshun.cn
电子信箱	stock@jieshun.cn
经营范围	智能卡、计算机软件的技术开发、机电产品、电控自动大门、交通管理设备设施及IC卡读写机的生产、安装、维修及产品的技术支持、保养服务（以上不含限制项目），安防智能系统设备的生产（由分支机构经营、执照另办）、安装、维修、技术支持和保养服务；经营进出口业务（法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营）；自营进出口业务（按深管证字137号办）；国内商业、物资供销业（不含专营、专控、专卖商品）；依托互联网等技术手段，提供金融中介服务（根据国家规定需要审批的，获得审批后方可经营）。

二、本次非公开发行的背景和目的

（一）本次非公开发行的背景

1、停车难问题日益严峻

随着我国社会经济、城镇化的快速发展，机动车保有量快速增长。根据公安部交管局发布的数据：截至2014年底，我国汽车保有量已经超过1.5亿辆，全国有35个城市的汽车数量超过100万辆，北京、成都、深圳、天津、上海、苏州、重庆、广州、杭州、郑州10个城市汽车保有量超过200万辆。然而，与之相对应的停车场建设步伐较为缓慢，远跟不上汽车保有量的增长，停车位供给缺口巨大。从全国主要城市来看，截至2014年底，北京市共有机动车559.1万辆，机动车保有量与停车位缺口量达到250万个；深圳、上海、广州、南京等城市的停车位缺口均超过150万个。



来源：国家统计局

传统的停车场管理模式无法为车主提供准确、完整、及时的停车信息，造成停车信息不对称，停车资源配置效率低下，引发停车难问题。停车难题又导致了车辆的乱停乱放、占道违章停车等现象，进而引发交通拥堵、道路通行能力降低，增加交通安全隐患并加重汽车污染物排放。2015年8月3日，国家发改委、财政部、国土资源部、住房城乡建设部、交通运输部以及公安部、银监会联合发布了《关于加强城市停车设施建设的指导意见》，希望通过吸引社会资本，推进停车产业化来解决停车难问题。可见，停车难问题造成了极大的社会运行成本，引起了社会关注和政府部门的高度重视。

2、传统物业管理模式面临挑战

物业管理行业为劳动密集型行业，劳动力成本增加导致行业经营成本持续上升。同时物业管理费上涨困难，导致物业管理行业盈利能力降低。根据中国物业管理协会2013年发布的《物业管理行业发展报告》，全国物业管理百强企业的净利润率由2011年的6.75%下降到2013年的5.60%。由于劳工成本上升，部分物业管理公司的服务质量降低，导致住户与物业管理公司关系紧张。很多传统的物业管理公司信息化管理程度不高，这使得同一个社区的业务是割裂的、碎片化的，无法进行有效统筹，管理效率不高，用户需求响应不及时。另外，物业管理行业目前仍重管理轻运营，营业收入过度依赖物业费，盈利模式单一。综上，由于劳动力成本的增加，物业管理服务标准化、信息化程度不高以及盈利模式单一，一方面物业管理公司经营增长乏力，另一方面业主满意度不高会影响物业管理公司与社区居民之间的共处关系及物业费收缴率，传统的经营模式使物业管理公司面临挑战。

3、“互联网+”引领停车、社区服务行业新常态

（1）国家利好政策频出，“智慧停车和智慧社区”建设获政策支持

2015年3月5日，李克强总理在政府工作报告中首次提出“互联网+”行动计划。

2015年7月1日，国务院正式印发了《国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》，明确指出了在11个领域方面的重点行动计划。在“互联网+”益民服务中，充分发挥互联网的高效、便捷优势发展社区经济，培育线上线下结合的社区服务新模式。在“互联网+”便捷交通中，推动交通运输主管部门和企业将服务性数据资源向社会开放，鼓励互联网平台为社会公众提供实时交通运行状态查询、出行路线规划、智能停车等服务。加快完善汽车健康档案、维修诊断和服务质量信息服务平台建设。

2015年9月23日，李克强总理主持召开国务院常务会议，部署加快城市停车场建设工作。会议明确应将城市合理规划布局和建设停车场结合起来，放宽准入条件，加大财税、金融、用地、价格等政策扶持并完善相关标准规范，支持智能停车推广应用，通过“互联网+”盘活资源。

（2）互联网创新模式加速传统行业的战略升级

随着移动互联网的普及，互联网创新模式加速改造传统行业。互联网模式的本质是连接，将原处于信息孤岛的停车场联网，推动众多创新模式的应用：1）通过联网，实现空位、价格等信息实时动态更新，推动停车位按需在线预约、基于LBS的就近停车引导等模式，能优化车主出行及城市交通；2）使错峰停车成为可能，昼夜潮汐式的停车需求能够通过停车资源联网得到充分引导，例如白天小区闲车位以及夜间商业楼宇的闲置车位的有效利用能够缓解停车位紧张的压力；3）停车作为O2O平台的入口，可以连接汽车后市场、生活服务市场等消费领域，进而拓展基于停车场景的相关应用；智慧停车场将进一步演化为车主用户群体的O2O入口，汽车后市场、生活服务都可能向停车入口汇聚；此外，车主用车出行、消费记录的大数据蕴含着巨大的营销价值，通过云平台进一步提升智慧停车场的入口价值。

另一方面，智慧社区及生活服务的互联网价值也同样引起了大型企业的关注，地产商、物业管理公司、互联网企业纷纷将触角伸向社区，抢占智慧社区入口：1）万科推出“住这儿”APP，面向万科业主、住户群体打造物业服务、社区交流与商圈服务平台的O2O闭环商业，盘活企业O2O价值；2）彩生活推出“彩之云”APP，以社区为中心辐射一公里微商圈，集包含农、食、住、行、娱、购、游在内的各领域商户服务资源，从大数据层面更精准地为住户服务；3）58同城推出了自营家政服务品牌“58到家”，先后收购了驾校一点通及安居客，入股家装O2O公司土巴兔，由信息服务的轻模式向O2O的本地生活服务转型。

（3）互联网巨头积极布局O2O，线下资源价值凸显

随着国家产业政策推动、智能手机普及率以及对个人生活的渗透率不断提升，互联网巨头也纷纷积极布局O2O，对O2O流量入口和线下资源展开竞争。对流量入口的争夺已拓展到线下，并与垂直领域生活服务企业进行资源整合，构建从线上到线下的O2O生态圈闭环。良性的市场竞争通过推广普及，建立应用场景促进了用户消费习惯的培养，有利于市场发展。

企业	布局
百度	投资Uber和与易到合作，并接入百度相关应用；投资51用车和天天用车同时自营百度地图顺风车；与代驾服务e代驾展开合作，并与百度系服务深度结合；基于位置、出行和商业服务数据与百度糯米、去哪儿等O2O应用进行整合。
阿里巴巴	收购高德地图；入股快的打车；发展淘点点等自身O2O应用并入股美团等外部O2O平台。
腾讯	投资滴滴打车并推动滴滴打车与快的打车合并；入股四维图新地图软件公司及大众点评、58同城等O2O应用平台；将自身微信平台、支付工具与所投资对象进行战略合作。

4、新兴技术加速智慧停车及智慧社区商业模式落地

近年来，移动互联网、物联网、大数据、云计算等新兴技术的出现和普及，促使O2O商业模式迅速落地。移动互联网主要使用无线技术、低成本计算及存储设备等，使得线下服务更加高效；物联网通过无线及近场通讯设备、先进显示技术和自然人机接口等，使得工作流程得到进一步优化，服务得以更好地实现；大数据处理通过人工智能、机器学习和智能软件系统等，更加精准地了解用户需求，主动提供定制化服务，提升用户体验；云服务通过云管理软件、数据中心硬件、高速网络软件（SaaS、PaaS）等降低O2O企业的投入成本，降低传统企业的进入门槛。

综上所述，政策支持、技术革新、消费习惯演变及资本推动多方面促成停车场及社区嫁接互联网，智慧停车及智慧社区是未来发展的必然趋势。

（二）本次非公开发行的目的

1、全面实施“智能终端+互联网”的转型升级战略，强化核心竞争力

本次非公开发行将拓展捷通智能管理平台扩大覆盖面，不仅可以实现出入口设备的统一联网，还可将物业管理公司其它智能化设备如视频监控、防盗报警、楼宇对讲等也纳入该平台，从而构建大规模、全系统的智慧停车及智慧社区管理平台。同时，平台还可以实现与物业管理公司经营管理、人事、ERP等系统的对接，实现各物业项目的信息共享、资源统筹，有助于提升物业管理公司管理效率，并减少偷漏、降低成本、增加收入。基于该平台，物业管理公司可以实时了解各区域设备的运转状态及经营数据信息，并可根据需要对各设备维护更新，充分保障设备的有效、持续运行；可以及时跟进业主服务需求并有效互动，提高服务效率和业主满意度；还可以通过该平台构建社区生活服务圈，提升住户体验和物业服务水平，形成物业、住户、合作商户三者“共赢”的局面，增加收入来源。

本次非公开发行将提升公司为客户提供增值服务的能力，切实帮助物业管理公司增效增收并提高其物业服务能力，将推动现有物业管理公司客户在其服务范围内全面推广公司智能终端设备，并吸引更多物业管理公司进行设备改造联网，进而拉动智能终端设备的销售并扩大市场占有率，形成智能终端设备与智能管理平台相互促进的良性循环。公司将从智能终端设备提供商转为“智能终端+互联网”的整体解决方案提供商，进而抢占行业制高点，增强核心竞争力。

2、实现成为“智慧停车及智慧社区平台运营服务商”的战略目标

公司是出入口控制与管理行业中的龙头企业，自2011年起，在行业内率先实施移动互联网战略升级，并进行一系列的战略布局和项目试点，抢占市场先机。

本次非公开发行将有助于公司进一步扩大智能终端市场占有率，增加终端用户数量，促进建设以捷慧通智能管理平台、捷顺通支付清算系统、移动应用（捷生活APP、捷停车APP、服务号等）为基础的智慧停车及智慧社区运营服务平台，吸引合作商户、合作运营企业接入，扩大应用范围、增加应用领域、优化应用体验，不断丰富以捷顺通为主、其他支付方式（包括银联、微信、支付宝、城市通、移动运营商）为辅的新型线上、线下支付业务生态链；有助于公司构建入口、应用、支付的完整生态闭环，完成主营业务从设备销售向智慧停车、智慧社区建设及“智能终端+互联网”的战略升级，实现成为“智慧停车及智慧社区平台运营服务商”的战略目标。

三、发行对象及其与公司的关系

本次发行的最终发行对象不超过10名特定投资者，包括符合中国证监会规定的证券投资基金管理公司、证券公司、信托投资公司、财务公司、保险机构投资者、合格境外机构投资者（QFII）、其他境内法人投资者和自然人等合法投资者。证券投资基金管理公司以其管理的2只以上基金认购的，视为一个发行对象；信托投资公司作为发行对象的，只能以自有资金认购。

在取得中国证监会关于本次非公开发行的核准批文后，公司董事会将依据股东大会的授权，与保荐机构（主承销商）根据中国证监会的有关规定及发行对象申购报价情况确定最终发行对象。

四、发行股份的价格及定价原则、发行数量、限售期

（一）发行的股票种类和面值

本次非公开发行的股票为境内上市人民币普通股（A股），每股面值人民币1.00元。

（二）价格及定价原则

本次非公开发行的定价基准日为第三届董事会第二十六次会议决议公告日。发行价格不低于定价基准日前二十个交易日公司股票交易均价的92.09%，即不低于15.00元/股。

定价基准日前二十个交易日公司股票交易均价＝定价基准日前二十个交易日公司股票交易总额÷定价基准日前二十个交易日公司股票交易总量。

若公司在本次发行定价基准日至发行期首日之间发生派息、送股、资本公积金转增等除权除息事项，前述发行底价将作相应调整。

具体发行价格将在本次发行获得中国证监会核准后，在前述发行底价基础上，以竞价方式确定发行价格和发行对象。最终发行价格和发行对象由董事会和保荐机构（主承销商）根据《上市公司非公开发行股票实施细则》的规定及发行对象申购报价情况，按照价格优先原则确定。

（三）发行数量

本次非公开发行A股股票的数量不超过66,666,667股（含）。若公司股票在定价基准日至发行日期间发生派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项，则本次非公开发行的股票数量将根据本次募集资金总额与除权、除息后的发行底价作相应调整。在上述范围内，由股东大会授权董事会根据实际情况与本次非公开发行的保荐机构（主承销商）协商确定最终发行数量。

（四）认购及发行方式

本次发行采用向特定对象非公开发行的方式，所有投资者均以现金认购。公司在中国证监会核准之日起六个月内择机向特定对象发行股票。

（五）限售期

本次向特定投资者非公开发行的股份自发行结束之日起十二个月内不得上市交易或转让。

（六）本次非公开发行前滚存未分配利润将由新老股东按照发行后的股份比例共享。

（七）上市地点

在限售期届满后，本次非公开发行的股票将在深圳证券交易所上市交易。

（八）本次非公开发行股票决议的有效期

本次非公开发行股票决议自股东大会批准之日起十二个月内有效。

五、募集资金投向

本次非公开发行股票募集资金不超过100,000.00万元（含），扣除发行费用后拟用于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目总投资	拟投入募集资金
1	智慧停车及智慧社区运营服务平台项目	94,220.37	94,000.00
2	补充流动资金	6,000.00	6,000.00
合　计		100,220.37	100,000.00

为了保证募集资金投资项目的顺利进行，并保障公司全体股东的利益，如本次募集资金到位时间与项目审批、核准、备案或实施进度不一致，公司可根据实际情况需要以其他资金先行投入，待募集资金到位后再予以置换。若实际募集资金净额少于上述项目拟投入资金总额，则不足部分由公司以自有资金或通过其他融资方式解决。

六、本次发行是否构成关联交易

本次非公开发行股票，不构成关联交易。

七、本次发行是否导致公司控制权发生变化

本次发行前，截至2015年10月12日，公司实际控制人唐健、刘翠英合计持有本公司63.76%的股份。根据非公开发行方案，本次非公开发行A股股票的数量不超过66,666,667股。按发行数量上限计算，本次非公开发行完成后，唐健、刘翠英持股比例合计为57.40%。本次发行后，唐健、刘翠英仍为本公司实际控制人。因此，本次发行未导致公司控制权发生变化。

本次非公开发行股票后，公司股权分布仍符合上市条件。

八、本次发行方案已经取得有关主管部门批准的情况及尚需呈报批准的程序

本次非公开发行相关事项已于2015年10月12日经本公司第三届董事会第二十六次会议审议通过，尚需获得公司股东大会的批准和中国证监会的核准。

第二节 董事会关于本次募集资金使用的可行性分析

一、募集资金使用计划

本次非公开发行股票募集资金不超过100,000.00万元（含），扣除发行费用后拟用于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目总投资	拟投入募集资金
1	智慧停车及智慧社区运营服务平台项目	94,220.37	94,000.00
2	补充流动资金	6,000.00	6,000.00
合　计		100,220.37	100,000.00

为了保证募集资金投资项目的顺利进行，并保障公司全体股东的利益，如本次募集资金到位时间与项目审批、核准、备案或实施进度不一致，公司可根据实际情况需要以其他资金先行投入，待募集资金到位后再予以置换。若实际募集资金净额少于上述项目拟投入资金总额，则不足部分由公司以自有资金或通过其他融资方式解决。

二、本次募集资金投资项目的基本情况

（一）智慧停车及智慧社区运营服务平台项目

1、项目基本情况

“智慧停车及智慧社区运营服务平台”项目依托公司在行业内的强大资源优势，以停车场及社区联网为切入点，结合公司在智能终端、智能管理平台、清分结算系统及移动端应用的业务布局，快速推进基于“智能终端+互联网”的智慧停车、智慧社区建设。本项目通过融通社区环境中的“人”和商业环境中“车”的资源，打造开放、共生的停车运营、社区运营平台，解决物业管理方和业主、车主等多方的利益诉求

项目中的智慧停车服务以智能停车场终端联网作为切入点，解决当下车主停车难、找车难、付费难的问题，提高车位利用率。通过为商业、物业管理公司提供停车场智慧管理平台接入与支持、运营服务，实现包括车位查询、车位预订、停车导航、反向寻车、快捷付费等在内的智慧停车全流程，极大方便车主出行。同时，停车应用的高频特性使用户粘性增强，凸显公司平台的入口价值，带动汽车后市场业务，为车主提供更多用车增值服务。

项目中的智慧社区运营服务以提升社区服务作为切入口，以业主为服务主体，以业主卡为运营载体，围绕业主自助服务、便捷出入、管理互动等刚性需求，在传统社区一卡通环境中“+互联网”。通过智能化管理平台、移动应用、便民服务、金融支付技术等的接入，在提升业主生活体验和社区安全性的同时，助力物业管理公司提升社区运营能力，实现堵漏增收、降本增效、资源增值，从而打造一个在“互联网+”大背景下的智慧物业环境，拓展智慧社区运营服务。

公司发挥自身的技术和平台优势，通过提供智能终端设备及平台运营与支持服务，助力物业管理公司、商户、第三方运营商等商业伙伴开展智慧停车和智慧社区生态架构的搭建，实现公司向“智能终端+互联网”的战略转型。公司将以开放、合作、共建、共享、共赢的心态打造“智慧停车和智慧社区”的互联网生态，将用户资源和物业管理方、商户、第三方资源进行更好的整合，践行互惠互利、多方共赢的合作理念。

2、项目实施的必要性

（1）面对新的市场竞争格局，引领行业发展

互联网对实物商品生产、交易、流通领域的重塑已基本完成，随着互联网终端设备的普及，移动互联网对服务领域的渗透正逐步深化，从交流工具深入到人们日常生活、社交、商务沟通以及企业经营的方方面面。停车及社区服务由于连接巨量用户，不仅吸引行业内企业继续深耕该领域，还吸引众多互联网企业跨界涉入该领域，加剧竞争，冲击传统经营模式。而无论外部环境如何变化，服务好客户、深化与客户合作始终是经营发展之本。在“互联网+”的时代背景下，公司立足于为客户提供增值服务、通过成就客户来成就自己的理念，通过全面推广“智能终端+互联网”战略，将物业管理公司管理设施、项目、人员连接入网到统一的智能管理平台，帮助物业管理公司实现集中管控、降本增效、堵漏增收，并实现与业主的及时、良性互动，提高物业管理公司的服务水平、管理效率和经济效益。通过为客户提供多种增值服务以帮助客户提升物业管理能力，打造物业内部及周边资源经营能力，进而提高业主的满意度及物业价值。物业管理方和业主、用户的诉求得到满足，公司即通过成就客户、成就用户不断提高客户、用户对公司产品、服务的认可，巩固自己的竞争优势。

（2）发挥公司在停车场及社区入口的卡位优势，释放资源价值

停车与车主的生活息息相关，停车难问题也是包括车主在内的众多参与主体的一大痛点。公司发挥停车场入口优势，通过提升停车体验，能够吸引用户流量并保持较高的用户粘性，为进入停车延伸的广泛服务领域奠定基础，并通过停车入口收集和分析车主用车数据，未来数据经营和应用创新空间广阔。此外，停车天然需要支付，能够培养车主在线支付习惯，构建支付与应用的生态闭环。

社区与人们衣食住行最为接近，是业主日常生活重要的社交平台和信息平台，占据了业主生活中大量的时间，是互联网连接日常生活的最佳入口。公司以社区门禁作为切入点，占据智慧社区入口，利用社区门禁应用高频且刚性的特点，形成强大的用户粘度，在此基础上接入社区运营服务商，对接物业管理方和用户资源，使智慧社区运营服务平台实现价值增值。

3、项目实施的可行性

（1）市场容量可观，市场前景广阔

公司以出入口控制与管理行业为根基，推进B2B2C模式，积极布局“智能终端+互联网”战略，通过“智慧停车及智慧社区运营服务平台”为B端物业管理公司服务，进而解决C端用户的停车、养车及生活服务应用需求，借此分享与智慧停车及智慧社区线上线下相关的市场和行业空间；搭建智慧停车云服务平台，巩固在出入口控制与管理行业的领先地位；搭建智慧社区云服务平台，整合社区周边资源，开拓社区运营服务市场；完善自有支付平台及移动互联网支付系统建设，分享第三方支付市场空间；帮助物业管理公司降本增效、为其停车场错峰引流，助力物业拓展运营；搭建汽车后市场线上服务平台并为汽车后市场服务商提供线上用户接入和运维服务，分享汽车后市场红利。因此，“智慧停车及智慧社区运营服务平台”项目的实施将有助于公司深耕出入口控制与管理行业，尝试和拓展社区生活服务、第三方支付服务、助力物业拓展运营以及分享汽车后市场红利，享受相关市场增长带来的巨大空间。相关市场容量及介入模式如下表所示：

行业	市场容量	介入模式
社区生活服务市场	根据易观智库统计，2014年中国生活服务O2O市场规模达2,480亿元人民币，同比2013年增长78.4%，预计2015年中国生活服务O2O市场规模将超过4,000亿元人民币。	“捷生活”APP引入社区周边商店刷卡消费、农食住行、广告发布、社区家政、社区金融等社区生活服务运营。
第三方支付	据艾瑞咨询发布的《2015年中国电子支付行业研究报告》，2014年第三方移动支付市场交易规模约60,000亿元，同比增长391.3%，预计2015年达91,000亿元。	预付卡系统、互联网移动支付系统实现捷通通预付费卡银联POS机通刷，网银支付、圈存、小额支付，手机APP扫码支付，当面付、手机NFC应用等。
助力物业拓展运营	根据我国物业管理行业数据监测，2015年我国物业管理面积达146亿平米，物业管理行业的平均毛利率约为20%，平均人工成本占主营业务成本的比重达到七成。据此计算，仅在人工成本方面，物业管理行业即有将近1,700亿元的优化空间。	“捷慧通智能管理平台”帮助物业管理方堵漏增收、降本增效、资源增值；“捷物管”APP实现物业移动办公，提升业主对物业服务的感知和体验。
汽车后市场服务	截至2014底，中国汽车保有量已经超过1.5亿辆，相对于发达国家每千人汽车保有量仍有较大增长空间。假设80%汽车每年做两次保养维修，每次费用1,000元，则仅维修保养后市场规模为2,400亿元。	“捷停车”APP围绕车主高频刚性出行特点，公司围绕“智慧停车及智慧社区”相继进行一系列布局，实施“智能终端+互联网”战略，具体战略布局和成效如下：

（2）公司优势突出，项目落地可期

公司是出入口控制与管理行业中的龙头企业，自2011年起，公司在行业内率先实施战略升级，并进行一系列的战略布局和项目试点，抢占市场先机。在本次募集资金投资项目相关领域，公司建立了以下竞争优势：

1）入口价值和卡位优势

公司经过十几年的智能一卡通设备销售服务的沉淀，积累了大量客户资源、技术优势和营销能力，同时公司积极开展与第三方合作，跨界融合优质第三方资源，公司卡位优势和入口价值明显。

① 丰富的客户资源优势

在移动互联网时代，线下B端客户和C端用户是价值资源，也是公司未来发展的基础。经过十几年的服务沉淀，智能一卡通设备广泛应用于住宅小区、商业大厦、写字楼、机场、酒店等场所，公司在国内特别是一二线城市的已经积累了十多万的客户和数千万终端用户资源，同时公司每年实施超过8,000个项目，新增500多万终端用户。公司产品市占率一直领先于同行，万科、中海、招商、碧桂园、华侨城、融创、合生创展等全国性布局的地产或物业龙头公司均是公司的战略合作客户；上海浦东机场、广州白云机场、深圳宝安机场、杭州萧山机场、成都双流机场等国内众多机场采用公司的产品和服务。丰富的客户资源优势为公司在智慧停车及智慧社区领域的发展奠定了良好的市场基础。

② 业内领先的技术优势

公司是智慧停车行业的开创者，产品的更新和技术的进步一直走在行业前列，拥有300多名具有丰富行业开发经验的工程师组成的研发团队。公司一贯注重新产品、新技术的研发，使公司产品与同类产品相比具有技术领先、品质高等特点，在国内行业中研发技术居领先水平。近年来，公司技术研发在多领域不断取得突破。在智能终端方面，公司不断强化包括智能视频识别技术、RFID识别技术、室内定位技术在内的诸多新技术的研发及在本行业内的应用，推出了全新的C系列、H系列智能终端停车场系统及车位引导系统，并成功研发了license及密钥管理体系，能实现公司终端产品的远程认证和维护，为公司后续终端软件正版管理及远程服务奠定坚实的基础。在第三方支付领域，子公司获得了中国人民银行的预付卡发行与受理业务牌照，建立了公司自有的第三方支付及清分结算系统。在平台及移动端，公司实施了捷慧通智能管理平台的建设，推出了全新的“捷生活”APP、“捷停车”APP并不断升级，构建了线下线上一体化的生态环境。

③ 覆盖全国的营销服务网络优势

公司在停车场领域的客户和渠道优势已经筑起较难逾越的壁垒。公司从事入口控制与管理行业二十多年，建立了覆盖全国的营销服务网络，1,000多名终端销售及服务人员分布在全国各地。除深圳总部外，公司在北京、天津、上海、南京、杭州、成都、重庆、西安、厦门等城市以及广东的广州、佛山、东莞、珠海、汕头、中山、惠州等城市共设立了16家分公司或技术服务中心为公司产品的直接销售提供支持，并在全国有100多家经销商，基本覆盖全国主要大中型城市，为智能终端联网推进提供了有效的执行保障。

④ 融合第三方资源的优势

公司依托在行业内的优势资源，围绕智慧停车、智慧社区业务建设，积极开展对外合作。近年来，公司分别与支付宝、银联、中国电信、中国民生银行、深圳市深圳通有限公司、苏州市民卡有限公司、建汇通（北京）数据处理有限公司等公司签署战略合作协议，展开一系列卓有成效的互惠合作。与上述合作伙伴的合作落地，有助于融合各方商业资源，丰富公司智能一卡通设备的受理介质种类，扩大公司的用户群体，促进“捷生活”APP、“捷停车”APP、服务号等移动应用的推广及商户资源的拓展，为用户提供更加丰富的支付方式和应用场景，促进公司智慧停车及智慧社区业务的发展。

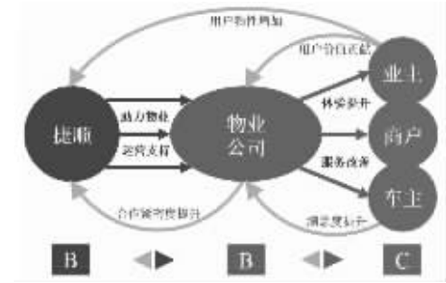
2）支持物业及第三方运营的开放式平台战略优势

公司选择开放式的平台战略。平台本身凭借为用户提供的社区服务、出行、停车、消费等高频刚性应用，积累大规模的用户群体和商户资源。公司依托平台优势，支持物业管理公司在其管理的社区范围内开展社区运营业务，提升物业管理公司的用户服务体验和经营效益；同时也为其他O2O运营方在智慧社区、智慧停车、汽车后市场等领域内提供运营支持服务。第三方应用及合作伙伴的大量引入，有助于丰富公司平台的应用场景、扩大受理渠道，进而提高平台整体的用户体验和粘性、平台知名度，并进一步扩大用户群体，形成良性循环。

3）联合物业的B2B2C推广策略优势

停车服务及物业管理服务连接车主、业主与物业管理方，停车服务及物业管理服务的改善及模式重塑从始至终都离不开物业管理方的参与。公司的平台推广并非直接面向C端个人用户，而是采取助力物业管理公司的B2B2C的策略，从B端（物业管理公司）经营管理需求入手，通过助力B端提高经营能力和服务水平，帮助B端发展更多C端用户；服务改善和体验提升增加了C端用户满意度，用户粘性因此提升。可见，B2B2C策略充分考虑并有效融合了物业管理公司、业主、车主的诉求和利益，减少了实施过程中的沟通成本和推广成本，实现多方共赢，有利于构建稳固的业务生态圈。

捷顺致力打造的B2B2C推广模式示意如下：



4）产业链布局优势

针对停车及社区出入等应用刚性且高频的特点，公司围绕“智慧停车及智慧社区”相继进行一系列布局，实施“智能终端+互联网”战略，具体战