飘洋购 产品构思

# 问题描述

1. 某市大量年轻群体，生活物质需求提高，喜欢购买国际品牌商品，他们的日常购买途径为市内大型购物商业区，存在的问题有：
2. 物品种类不够全面，可供选择受限
3. 海外品牌在国内销售售价因税等原因更加昂贵
4. 潮流商品更新较慢
5. 国内顾客对海外商品了解较少，容易产生盲目购买的现象
6. 身边没有海外地的朋友，又不信任未知渠道的代购
7. 目前年轻群体已经适应网络购物，通过京东、淘宝等平台方便自己的购物需求，如果将

代购与网络购物平台结合起来，就可以解决现存的问题，优点有：

1. 对商品的挑选更加便捷
2. 足不出户可以买到自己心仪的商品
3. 可以紧紧跟随海外潮流的迭代
4. 网络平台购物模式，安全有保障

# 产品愿景和商业机会

* + 用户群主要定位于本科、专科、职技等学校在校生，货源主要定位于某市的批发市场。消费群体足够大，消费需求和热情足够大，货源规模足够大，商家足够多；
  + 利用批发市场的价格优势，为学生提供低于其它购物渠道的价格，提供更便捷的支付以及获取物品方式；
  + 利用地域和人员优势，确保送货时间<=1小时，货到付款并且免运费，送货上门避免浪费学生时间；
  + 针对某市的地方特点及学生群体的购物特点，提供贴心、及时、高效的推荐商品、快速选择商品、打折、快速匹配商品、快速支付等服务；

**商业模式**

* 物品差价；
* 店铺广告及商品推荐竞价排名；

# 用户分析

本海外代购网站主要服务两类用户：

* 在校大学生（简称学生）。
  + 愿望：买到实惠、时尚、个性的海外商品，质量可以保证，免税，价格优惠的商品；
  + 消费观念：物美价廉、最好能买到与众不同、彰显个性的海外物品；
  + 经济能力：有生活费额度限制，但消费需求和冲动消费潜力大，尤其是价格便宜的海外潮流商品；
  + 计算机能力：熟练上网和网购，笔记本电脑和宿舍上网的普及度也相当高；
  + 其它：有较多的购物特性，例如：情人节礼物、情侣周年、520礼物、情侣生日礼物、海外潮牌、新入学的生活用品等；
* 商品市场中的商家（简称商家）。
  + 缺点：传统的电商销售渠道已饱和、竞争激烈、产品的样式基本相同，商品的流动和更新周期较长（压货、现金流受限）；
  + 计算机能力：很一般，东西没有区别，大致相同；
  + 优势：丰富的商品经营经验，拥有成熟的海外产品供货渠道，可以提供绝对高性价比的商品，商品的丰富程度、可定制程度和快速更新程度都有保障，商品的运输速度也比较快速；

# 技术分析

采用的技术架构

以基于互联网的WEB应用方式提供服务。前端技术主要采用Bootstrap、Ajax，后端技术采用LAMP体系，可免费快速完成开发；

平台

初步计划采用亚马逊的云服务平台支撑应用软件，早期可以使用一个月的免费体验，业务成熟后转向收费（价格为20元每月）；

软硬件、网络支持

由于所选支撑平台均是强大的服务商，能满足早期的需求，满足海外代购的需求，无需额外的费用，无需额外的支持；

技术难点

无开发技术难点；产品设计上重点考虑如何符合学生群体特征提供快速商品定位，更加便捷的海外运输和更加实惠的商品，同时支持灵活的商品推荐，比如节日、重要事件等；

# 资源需求估计

人员

产品经理：依据本产品的商业背景和定位，吸取已有电商网站的成熟经验，结合地方特点和用户特征，设计符合大学生海外代购购模式的产品。

IT技术专家：快速架构和实现产品，同时确保对未来快速增长交易量及灵活变化的商品展示的支持。

学生代表：有较多购物经历的学生代表，帮助分析学生群体的购物和消费特征；

商家代表：主要经营学生用品、礼品的商家，帮助分析商家需求、期望等；

资金

产品验证阶段前暂无需要。完成产品验证后，需要资金集中快速完成商家扩充和宣传推广；

设备

一台本地PC服务器；

设施

10平米以内的固定工作场地；

# 风险分析

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **编**  **号** | **事件描述** | **根本原因** | **类型** |
| R1 | 平台吸引力不高 | 没有表现出不同于已有代购平台的独特点 | 市场风险 |
| R2 | 学生信任度不高 | 学生对该平台缺少足够的了解，进而没有太大的兴趣去进行使用 | 商业风险 |
| R3 | 商家参与度不高 | 该平台的名气无法与那些大的平台进行比较，很难吸引到商家来进行参与 | 用户风险 |
| R4 | 送货时间普遍在两天以上 | 商品大部分来自于海外，订单的响应到发货以及送货需要较长的时间 | 流程风险 |
| R5 | 缺少团队管理人员 | 短时间内无法组建相关专业团队来对平台进行管理 | 人员风险 |
| R6 | 缺少足够的费用 | 早期平台的创建以及推广再到后期平台的完善都需要大量的资金，目前团队不具备 | 资金风险 |
| R7 | 与商家之间配合不完美 | 在与商家刚进行合作时，需要进行大量的沟通才能达到预期的效果 | 协作风险 |

# 收益分析

财务分析的估算结果如下，几项重要参数说明：

1. 折现率假设为10%，这是比较通用的一个值；
2. 项目长周期设为5年；
3. 首年成本为上面资源分析中的成本加10万元推广成本，以后四年假设升级维护费和推广为每年20万；
4. 收益假设第一年为10万，第2年为30万，第3年为60万，第4年为100万，第5年为150万；

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 折现率 | 10% |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 汇总 |
| 成本 | 396000 | 200000 | 200000 | 200000 | 200000 |  |
| 折现因子 | 0.91 | 0.83 | 0.75 | 0.68 | 0.62 |  |
| 折现成本 | 360360 | 166000 | 150000 | 136000 | 124000 | 936360 |
| 累计成本 | 360360 | 526360 | 676360 | 812360 | 936360 |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
| 收益 | 100000 | 300000 | 600000 | 1000000 | 1500000 |  |
| 折现因子 | 0.91 | 0.83 | 0.75 | 0.68 | 0.62 |  |
| 折现收益 | 91000 | 249000 | 450000 | 680000 | 930000 | 2400000 |
| 累计收益 | 91000 | 340000 | 790000 | 1470000 | 2400000 |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
| 折现收益-折现成本 | -269360 | 83000 | 300000 | 544000 | 806000 | 1463640 |
| 累计收益-累计成本 | -269360 | -186360 | 113640 | 657640 | 1463640 |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
| 净现值 | 1463640 |  |  |  |  |  |
| 投资收益率 | 156% |  |  |  |  |  |
| 投资回收期 | 第3年 |  |  |  |  |  |