

项目策划书

1.项目概述

- 项目目的
 - 在近期内部完成关于项目的正式上线和实施
 - 聚合校园内部学生之间的需求，达到能够解决学生之间的一定的问题和需求的功能
- 项目说明
 - 本项目旨在完成对于校园内部的各种学生的需求以任务的形式进行收集和整合，然后对于学生发布的任务进行筛选和排序后公布，让其他学生去完成，通过完成任务获得报酬的形式来进行整个项目的运营和盈利。

2.市场分析

- 客户分析：
 - 缺少能够真实反映大学生的各类需求的平台
 - 大学生的需求量巨大但是限于个人时间和能力的不足难以完成，因此需求量巨大
- 竞争分析：市面上同类型的竞争产品较少，竞争相对不激烈，利于产品的用户发展。
- 发展趋势：先从周围的学生群体发展用户量，慢慢向周围学校扩展，最终形成一定规模。
- 市场规模
 - 现今从学校出发，营造一个专门为本校学生服务的平台，具有针对性与高效性。可以向老师发展，甚至是校内其他工作人员，比如：超市的员工、餐厅的员工们等等。
 - 运维一段时间后，形成一个稳定而高效的平台，大家能够从中获得真真切切的实惠，这个app不仅仅可以走出我们学校的大门，还可以走到周边的大学进行推广，甚至覆盖全部的校园，走进校园。由刚开始缓缓上升的人数，最后变为指数爆炸般的增长。

3、可行性分析

(1) 宏观环境分析：

1. 行业发展潜力

共享经济成为了市场风口，中国的共享经济起步虽晚，但在各种层出不穷的模式带动下，共享市场规模却异军突起。根据国家信息中心信息化研究部与中国互联网协会共同发布的《中国分享经济发展报告2017》显示，2015年中国的共享经济市场规模已经高达19560亿元，2016年快速增长至34520亿元，增幅高达77%。而据预测，到2020年中国共享经济市场规模将在国民生产总值的比重提高至10%的水平，通过对GDP未来规模的测算，估算出到2020年中国共享经济的市场规模将接近10万亿元，达到96561亿元。

2. 市场规模

目前校园内没有同类应用，全国范围内也只有"人人帮送"等极少数应用程序。市场规模有待增长。

3. 市场增长速度

由于地理位置的原因，本应用由东北大学秦皇岛分校起步，逐步扩大市场，不会对其他地区的同类应用构成威胁，市场容量极大，可以持续成长，拓展新的地区。

4. 市场结构

本应用可以和其他服务提供者合作，拓展业务内容，因此本应用的市场结构丰富，有大量的机会可以利用。

(2) 产品及服务分析：

本产品为商家和消费者，发布任务者和接受任务者建立了平台，可以提供丰富的服务项目。在此基础上我们收取合作商家0.1%~5%的平台抽成，本平台成本低，风险较小，毛利率高，随用户基数增长将获得相当可观的经营活动现金流。

(3) 行业竞争与状况分析：

本应用是东秦首个针对学生的互助平台，以与商家、接受任务者合作的方式提供服务，成本低廉。并且因为地理因素，相比淘宝等应用更有时间空间上的优势。

(4) 消费市场及购买力行为分析：

本应用针对的群体是学生，学生有家长作为后盾，追求更优质的生活，购买力较高，他们愿意为省力省时的服务买单。

二、经营战略

1、团队精神：

- 探索，创新，成长，共赢。

2、经营理念：

- 致力于为学生提供友好、高效的合作交流平台
- 贯彻互帮互助的人道主义精神，不断服务学生、贴进学生

3、战略目标：

- 建立覆盖广大校园最大的互助服务提供平台。

4、竞争策略：

- 差异化功能，和不同的商家合作而

5、营销策略：

- 以分享营销为主，依靠用户有奖分享的方式扩散，依托多个社交平台，赢得口碑。

(1) 积分机制

- 初始推广阶段采取积分制度，未来会考虑改用现金交易
- 每位实名注册的用户可以获得初始积分
- 发布任务需要消耗积分，完成任务可以获得积分（积分数量由发布人决定）
- 积分可以兑换一些虚拟产品和兑换现金（达到一定额度才可以兑换）
- 积分可以通过充值获得，保证有钱但并不想帮别人的人也可以使用，且是营利的主要途径
- 平台在每次有任务被完成，会抽取一定份额，保证整个用户群的总积分在不充值的情况下只会越来越少。
- 每天第一次帮助别人完成任务，会奖励部分积分或经验值

(2) 等级制度

- 等级制度是衡量一个接任务的人是否有资格接任务的象征
- 完成任务会获得一定的经验值，经验值满后，在消耗一定的积分即可升级
- 等级越高，代表完成的任务越多，相对的，信誉也越好，越守时，越能让人去优先选择他们去完成任务
- 用户在发布任务时，可以指定只有等级达到多少级的才可以接任务，相对的，最低奖励积分也高。
- 加盟一些目前在学校里专门帮人拿快递的人。

6、核心竞争力分析：

- 起步时间早，较早占领市场，成本较低，功能丰富差异化明显。

7、拓展方向：

- 代买东西
- 代帮拿快递，拿外卖
- 代出观众
- 最终成为一个平台，用于给用户发放任务的平台，甚至于说我要组队参加比赛都可以在上面发布招收信息

三、产品 / 服务

1、产品分析

- 用户群：面向于全体大学生，为大学生提供便捷服务，也给愿意赚取外快的同学提供途径。
- 且大学校园内网购人数多，用户需求量大，市场大，发展前景突出。
- 盈利点：通过在用户发布任务时，提取任务赏金的5%。
- 通过开发app，提供校园内发布任务的平台

2、APP设计

初始界面



发布任务

下午23:10

移动4G

<

发布任务

帮取帮送帮买帮忙

起始地（鹏远5号楼）

目的地（校内六号楼）

请收件人姓名

手机尾号

取货号

请输入包裹的类型

请输入打赏金额

送货人条件

等级

1

性别

男

备注信息

确认

接受任务

下午23:10

移动4G

<

任务广场



Ajjajiajia

送水上门

发布时间：12-05 16:23

宿舍号码：鹏4#5308

接受



CCCC

圆通帮取快递

发布时间：12-05 17:20

宿舍号码：鹏3#3108

接受



fhyAndroid

顺丰帮取快递

发布时间：12-05 18:20

宿舍号码：校6#6077

接受

四、管理结构

1、成员组成

分工	姓名	专业
产品运营	郑光聪	计算机科学与技术
产品经理	张硕	计算机科学与技术
UI设计	何艾葭	计算机科学与技术
前端	邢鼎威	计算机科学与技术
前端	范宏宇	计算机科学与技术
后端	刘永辉	计算机科学与技术
后端	韩笑	计算机科学与技术

五、风险管理

(1) 风险分析：

系统风险

风险	概述
风险1	运营中可能遇到法律、校规等政策不支持的因素
风险2	经济衰退市场萎缩等意外风险

非系统风险

风险	概述
风险1	涉及财产的业务有丢失、损坏的风险

风险	概述
风险2	服务提供、享受双方有失信风险
风险3	客户人身安全风险

(2) 风险预防：

对策	概述
对策1	及时跟进政策变化
对策2	增加合作伙伴数量，涉及多个市场领域，及时退出风险领域
对策3	购买财产安全险，提醒客户贵重物品不要经过本平台，多和当地派出所联系
对策4	建立征信机制，与蚂蚁信用等征信机制挂钩。
对策5	仅允许客户在校园内接受、发布任务，并提供报警、举报渠道

六、项目实施

• 需求讨论

- 12.24~12.31：开会讨论确定产品细节需求

• 原型产出

- 1.01~1.5：根据确定的需求，产出产品需求文档

• UI设计

- 1.6~1.10：根据原型图，产出APP全部界面图片

• 产品开发

◦ 微信小程序

1.11~1.15：先将基本需求在微信小程序上实现，观察初步使用效果，对于不合适的需求进行更改。

◦ android：

- 第一次迭代1.16~2.05：基本业务开发以及前后端对接工作完成。

- 第二次迭代2.18~2.28：开发者测试以及产品优化。
- 后端：
 - 第一次迭代1.16~2.05：完成后端接口以及与前端的对接工作。
 - 第二次迭代2.18~2.28：配合前端测试，解决潜在BUG。

• 内部测试

- 3.01~3.04：内部人员测试产品使用效果

• 前期宣传及产品上线

- 3.05~3.15：通过QQ、微信、贴吧等途径先在校园当中对产品进行宣传，同时产品上架APP商店。

• 后期运营及产品维护

产品上线后，监测产品的运营情况，及时调整运营过程中出现的问题，开发人员负责产品的版本维护以及后续的更新迭代工作。