doIT 产品构思

# 问题描述

1. 目前人民已经习惯了网上购物，通过各种购物app或者网站等，享受了足不出户就能购物乐趣，但是有一部分商品。比如海淘的商品，单件运费太贵，需要与人拼单，目前的购物软件不能满足拼单的需求，存在的问题包括：
2. 无法确定拼单人员，无法把大量需要购买同一商品的人联系在一起；
3. 海淘商品的渠道无法保证，价格贵，种类少，不满足人们的需求；
4. 购买流程不够简洁，遍历；
5. 现在存在大量的海外代购人员或者商品的代理人员（至少1万以上），每周或者每月需要固定出国购买商品，然后在微信上进行宣传，进行售卖，但是这样存在的问题是：
6. 每次都是发朋友圈，客户看到就会询问或者购买，但是每次售出的数量很少，而且有的货物需要一次定很多件，价格才会地下来，对于卖家来说利润很低，对于买家来说购买到的商品价格也相对较高；
7. 每次往返国外的钱需要很多，不如直接在丝芙兰等网站订货价格低，但是运费很高，但是不能保证大家购买，无法确定商品数量；
8. 无法根据购买人数订货，有的货物会囤积在手里，导致滞销；
9. 目前好多的美妆品牌做得很是良心，但是只在线下或者某宝的旗舰店售卖，或者一些小众品牌，只存在线下旗舰店，目前销售的是面向小部分人员，以及一些代理的卖家，但是这样会出现很多假货，并且销售渠道很少，导致货物卖不出去，无法扩大营销额
10. 中国的大学生数量（起码超过百万），对于美妆的需求以及对于日用品的需求很大，主要就是网上购物或者线下超市采买，网上购物平台大多是：淘宝，京东，考拉海购等，但是由于学生的钱不多，无法买到心仪但是价格也低的商品，某些需要购买数量巨大才能便宜，但是无法找到人去拼。

# 产品愿景和商业机会

**定位：**为喜欢海淘的人群提供一个多元性的便利的电子商务平台，使购买的商品更加便宜和划算，也为代购人员提供一个迅速卖掉货物的平台。

**商业机会：**

* 用户群主要定位于年轻的大学生，或者参加工作的女性，货源主要是各大品牌的官网和丝芙兰或是某些品牌的代工厂；
* 利用大量拼单的价格优势以及海外转运费低的优势，为当代年轻人提供一个低于其他购物渠道的价格；
* 可以在一个团长那里，参加多次拼团之后一起发货，或者跟同事，家人，朋友，同学一起发货，平摊运费；
* 可以针对不同用户，比如团长和团员设计不同的功能，让团长更好的管理发货以及付款等事情，让团员买到自己需要的东西；
* 做到人人都可以成为团长，人人都可以拼团，结识到更多喜欢相同物品的朋友；

**商业模式：**

* 物品差价
* 电子商务

# 用户分析

本拼团小程序主要服务于三类用户：

1. 商品市场中的商家：
2. 痛处：传统的销售渠道趋于饱和、竞争激烈，以及各种网上购物APP的兴起，对传统商品市场有着非常大的冲击。而且，商品的流动和更新周期较长，不利于卖家的销售。
3. 计算机能力：大部分商家并没有对应的计算机能力，尤其不太熟悉互联网和网上销售的渠道，无法利用网络的优势来扩大自己的销售渠道，不能让更多的人知道自己的产品，不利于推广。
4. 每个商家都有着丰富的小商品的销售经验，拥有者丰富的产品供货渠道，可以提供绝对高性价比的商品，且如果拼团购买的话还可以更加优惠。以及商品的丰富程度、可定制程度和快速更新程度都有保障。而且有着比较悠久的历史，能够让消费者放心购买。
5. 在校大学生
6. 愿望：希望能够买到实惠、时尚、个性的自己所需要的商品，并且能够尽可能的减免运费，便捷省力的同时要尽量减少花费。
7. 消费观念：经济节约，省力便捷、物美价廉和彰显个性。
8. 经济能力：在生活费上有限制，但消费需求和冲动消费潜力大，在拼团方面有着不小的需求。
9. 计算机能力：熟练上网和网购，而且当代大学生笔记本和宿舍上网的普及度也相当高。对于网购十分的熟悉明了，正适合使用我们的产品。
10. 其它：有较多的购物特性，例如：情人节会买礼物，每年的考试会买一些考试用品，新生入学会给自己置办很多的学习与日常生活的用品。
11. 上班族与家中人
12. 愿望：能够用尽可能实惠的价格买到便宜的商品，已经可以拼团买自己的生活用品。
13. 计算机能力：拥有一定的计算机能力，熟练网上购物和上网，是网购的群体。
14. 其它：虽然有较多的经济来源，但是以省钱方便为主，以拼团的方式购买到自己想要的物品是最好的方式。

# 技术分析

**采用的技术架构**

JS负责业务逻辑的实现，而表现层则WXML和WXSS来共同实现。小程序借助的是JSBridge实现了对底层API接口的调用，所以在小程序里面开发，开发者不用太多去考虑IOS，安卓的实现差异的问题，安心在上层的视图层和逻辑层进行开发即可。

**平台**

初步计划采用微信平台来装载小程序。在早期的测试推广过程中，可以有一年的事件供用户免费使用。在后续客户量增加到一定程度后，可以同时向微信官当和客户收取定量的费用（不贵）。

**软硬件、网络支持**

由于所选的技术已经较为成熟，理论比较通透，而且所选平台也是强大的服务商，能满足小程序的整个生命周期，无需额外的支持。

**技术难点**

无开发技术难点。产品设计重点考虑怎样吸引到不同年龄、不同层次的客户，能够根据他们的年龄特征为他们展现出合适的商品。以及能够充分的保证卖家与消费者的权益。当然，最重要的是便利与实惠。

# 资源需求估计

### 人员

产品经理（1位）：（1）依据本产品的商业背景和定位，吸取已有电商网站和拼团软件的成熟经验，结合地方特点和用户特征，设计符合用户网购需求的产品；（2）规划产品战略发展方向，制定产品的长期竞争策略；（3）对产品的设计、开发、包装、渠道、定价、上市等过程进行全程监控。

IT技术专家（3位）：（1）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；（2）解答客户咨询，指导客户正确使用推广系统，维持良好客户关系；（3）根据客户推广情况，汇总、分析相关数据，为客户定制合理优化方案，提升客户使用体验。

测试人员（1位）：待产品开发完成后，可以通过专业的测试技术发现产品的bug，以图尽早的发现问题并解决问题，以免影响产品上市后的使用。

用户代表（若干）：有较多网购和拼团经历的用户代表，帮助分析用户群体的购物需求和消费特征。

商家代表：（若干）：包括一段时间内想要卖东西的小商家和想长期经营的大商家，帮助分析商家需求、期望、权益等；

### 资金

在产品验证之前暂时不需要资金投入。完成产品验证后，需要资金集中快速完成平台构建，商家扩充和宣传推广；以后的产品运维也需要资金投入（初步估计需投入资金1150000元）。

### 设备

四台本地PC服务器

### 设施

20平米以内有网络且可以长期供电的固定工作场地，工作桌5张，工作椅10把

### 信息

（1）已有的网站及软件存在的问题

（2）用户和商家对于已有的网站及软件的不足之处提出的建议

（3）用户和商家对产品的需求

### 技术

web开发，Android开发，数据库构建及连接，测试技术

# 风险分析

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 编号 | 事件描述 | 根本原因 | 类型 |
| R1 | 用户认可度不高 | 用户对新产品的不了解导致对新产品产生不了信任；没有足够区别于已有电商服务的吸引力 | 商业风险 |
| R2 | 商家参与度不高 | 商家对电子商务的了解不够、信心不足，缺乏意愿；不愿涉足新领域； | 客户风险 |
| R3 | 人员的无法快速到位，人员的离职和调动 | 无法快速组建技术团队；无法快速的适应熟悉软件工具和环境；技术团队人员之间及开发人员与管理层之间容易产生矛盾；项目后期需加入新的开发人员 | 人员风险 |
| R4 | 开发环境出现问题 | 设施未及时到位；设施杂乱，破损；开发工具未及时到位；新的开发工具需要时间学习熟悉；开发工具不如期望那样有效 | 开发环境风险 |
| R5 | 无法获得足够的推广费用 | 产品快速推广时，需要大量的资金，目前团队不具备，需要寻找投资 | 资金风险 |

# 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 | 500000 | 200000 | 200000 | 200000 | 150000 |  |
| 折现因子 | 0.91 | 0.83 | 0.75 | 0.68 | 0.62 |  |
| 折现成本 | 455000 | 166000 | 150000 | 136000 | 93000 | 1000000 |
| 累计成本 | 455000 | 621000 | 771000 | 907000 | 1000000 |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
| 收益 | 150000 | 300000 | 500000 | 1000000 | 1500000 |  |
| 折现因子 | 0.91 | 0.83 | 0.75 | 0.68 | 0.62 |  |
| 折现收益 | 136500 | 249000 | 375000 | 680000 | 930000 | 2370500 |
| 累计收益 | 136500 | 385500 | 760500 | 1440500 | 2370500 |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
| 折现收益-折现成本 | -318500 | 83000 | 225000 | 544000 | 837000 | 1370500 |
| 累计收益-累计成本 | -318500 | -235500 | -10500 | 533500 | 1370500 |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
| 净现值 | 1370500 |  |  |  |  |  |
| 投资收益率 | 137% |  |  |  |  |  |
| 投资回收期 | 第4年 |  |  |  |  |  |