**健康吧 产品构思**

**问题描述**

1. 当前大量上班族（至少10万以上）每天都是固定的上班时间；而没有时间关注自己的健康生活，存在主要的问题包括：
   1. 上班族们没有时间在平时经常检查自己的身体状况，不能及时发现身体中存在的健康问题；
   2. 没有时间多了解健康养生相关的知识；
   3. 医院体检会有一定的花费；

2.很多市民生病后不能准确定位到具体的医院和药店，导致忙中出错，耽误很多重要的医疗时间；

3.随着生活水平的提高，人们越来越关注生活质量的提升，而其中健康质量占据很大地位，而却没有一个良好的专业平台为广大市民提供专业健康养生知识的交流和解答。

**产品愿景和商业机会**

**定位：**为广大的上班族提供养生，保健，疾病等专业知识和及时的了解自己的心率等身体状况的一个APP，以便于广大的上班族可以及时地了解自己的身体状况并根据相关专业知识的推荐及时的改善自己的身体状况；

**商业机会：**

* + 用户群主要定位于经常需要加班，上夜班等对身体影响比较大的上班族。随着工作节奏的越来越快，越来越多的人出现健康方面问题；
  + 专门为用户提供关于健康，食疗，养生等方面的专业知识；
  + 可以通过进行用户间的交流，使自己关于健康养生等方面的疑问及时地得到解决；
  + 用户可以测量自己的心率值，也可以输入自己的身高体重等身体指标，然后会根据用户的全部身体状况信息，提供实时的推荐一些相关的专业知识等服务；

**商业模式**

* 健身，养生保健品等广告；

**用户分析**

本名为健康吧软件主要服务两类用户：

* 上班族
  + 愿望：足不出户就能了解到各种健康知识和获得健康指导，在繁忙的工作之余就能了解到自身身体状况；
  + 消费观念：有一定消费能力，基本上可以自给自足，所以更加希望买到健康有效质量高的中高端产品；
  + 经济能力：生活费额度较高，有较充足的资金，追求更高端和更健康的商品；
  + 计算机能力：熟练上网和网购，笔记本电脑和单位上网的普及度也相当高；
  + 其它：有较多的购物特性，范围广，例如：父母健康产品，孩子健康产品以及自身产品。
* 专业医疗健康人员（简称专家）
  + 痛处：医疗人员饱和，职业竞争压力越来越大，医院工作繁重劳累；
  + 计算机能力：基本上熟练掌握，可以及时快速的回复消息，发表专业健康相关知识；
  + 优势：足不出户就可以上班工作，地点自由，压力小，减轻竞争压力，有多种选择。

**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javascript、jQuery、Ajax，后端技术主要采用SpringMVC+Hibernate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，早期可以使用一年的免费体验，业务成熟后转向收费（价格不贵）；

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，无需额外的支持；

技术难点

需要根据传感器测试用户的心跳等身体数据，根据用户习惯为其推荐相应内容及生活常识等；

**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，以及项目范围、质量、时间等综合因素的考虑，结合地方特点和用户特征，增加自己的特色，设计通过app帮助商家提升用户流量、便利用户生活、帮助分享者丰富生活的项目产品。

IT技术专家：负责产品的开发与集成，设计项目的软件架构、关键构件和接口；审查用户和市场人员所提出的需求，确保产品适应市场变化。

美术工程师：负责产品功能界面设计、色彩搭配，提供CSS样式表及HTML结构表。

需求分析师：主要负责分析用户生活需求、用户使用该平台的体验，代表项目组与用户沟通与项目需求有关的所有事项等。

测试人员：负责编写测试计划、测试用例等文档，掌握业务流程并负责项目质量审查、后期维护。

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，多台电脑；

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 | 用户认可度不高 | 没有足够区别于已有软件的吸引力 | 商业风险 |
| R2 | 用户不愿分享其病情 | 一些用户觉得病情是自己的隐私，因而不愿在交流区交流 | 用户风险 |
| R3 | 心率测量不准确 | 一般情况下 测量数据是准确的，误差在可接受范围内，但是受手机硬件及环境影响，数据存在较大不确定性 | 流程风险 |
| R4 | 人员不能及时到位 | 无法快速组建技术团队 | 人员风险 |
| R5 | 交流区混乱 | 由于交流区可以随便发言，因而用户可能发一些与本软件功能无关的言论甚至广告，造成交流区混乱，甚至出现争吵等 | 用户风险 |
| R6 | 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 |
| R7 | 数据库庞大，不易维护 | 由于本软件产品有很多推荐和常识普及，因而需要经常更新维护，且符合实际需要和社会发展趋势，积极向上，因而维护起来有一定难度 | 技术风险 |
| R8 | 兼容性 | 测量心率血压，一些手机可能不支持，因而测量数据会有很大偏差，需要解决兼容问题，或向用户提醒 | 技术风险 |
| R9 | 交互需求 | 本软件需要与一些软件进行交互，如百度，QQ，因而需要与之建立连接 | 技术风险 |

**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8% ；
2. 项目长周期设为5周；
3. 第一周成本为上面资源分析中的成本加上1万元推广成本，

以后四周假设升级维护费和推广费每年5000；

1. 收益假设第一年为2000，第二年为5000，第三年为8000，第四年为1万，第五年为1.5万；

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 折现率 | 8% |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
| 周期 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 汇总 |
| 成本 | 5000 | 5000 | 5000 | 5000 | 5000 |  |
| 折现因子 | 1 | 0.93 | 0.86 | 0.79 | 0.74 |  |
| 折现成本 | 4500 | 2325 | 2150 | 1975 | 1850 | 12800 |
| 累计成本 | 4500 | 6825 | 8975 | 1095 | 1280 |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
| 收益 | 2000 | 5000 | 1000 | 1500 | 2000 |  |
| 折现因子 | 1 | 0.93 | 0.86 | 0.79 | 0.74 |  |
| 折现收益 | 2000 | 4650 | 8600 | 1185 | 1480 | 4190 |
| 累计收益 | 200000 | 665000 | 1525000 | 2710000 | 4190000 |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
| 折现收益-折现成本 | -2500 | 2325 | 6450 | 9875 | 1295 | 2910 |
| 累计收益-累计成本 | -2500 | -1750 | 6275 | 1615 | 2910 |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
| 净现值 | 2910 |  |  |  |  |  |
| 投资收益率 | 227% |  |  |  |  |  |
| 投资回收期 | 第4周 |  |  |  |  |  |