24小时无人超市 产品构思

# 问题描述

目前社会劳动力成本越来越高，许多商业在这方面花费较高的成本。而近年来互联网技术越来越被使用在生活中，可以省掉人力用机器代替，节省成本。所以产生24小时无人超市满足产业需求。

# 产品愿景和商业机会

定位：24小时无人超市中消费者可以自主的选取商品，自己结账，不需要超市服务者。另外可以自动生成报表和补货清单，轻松实现一人经营多店的管理

商业机会：24小时无人超市主要商业机会是加盟费用以及商品售卖的毛利润。用户群面向全民。

# 用户分析

24小时无人超市主要服务两类用户

1. 超市经营者

坏处：超市商品的更换，进货需要人工来进行

好处：不需要雇佣大量人力去售卖商品

1. 消费者

坏处：人多的时候，排队时间长

好处：自己选购商品，自己结账方便

# 技术分析

技术架构：防盗系统设置两层防盗门，不结账无法出门。通过“刷脸”进入第一扇门后，经过一个能容下四人左右的空间后，轻按墙上的按钮，才能打开第二扇内门进入店中。而在“盒子”的出口处，还有两组大门，消费者离店时，也需要通过人脸识别后解锁最外侧的门。

技术难点：无技术难点

# 资源需求分析

# 人员：

无人超市系统技术管理人员：需要大量的系统管理人员，负责无人超市系统技术的实现，及后期的管理，优化。

进货、更换货物人员：需要定时进行无人超市内部商品的更换，添加。

# 资金：

需要超市的建造费用，及商品的进货费用。最主要的是需要无人超市系统进行的硬件，软件支持费用

# 风险分析

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **编号** | **事件描述** | **根本原因** | **类型** |
| R1 | 商品被盗风险 | 若系统产生漏洞，会出现商品被盗风险，考验消费者的习惯和素质 | 商业风险 |
| R2 | 商品价格较高无法占领市场 | 因为无人超市商品价格高于正常超市商品的价格，所以无法保证消费者会愿意到无人超市购买 | 商业风险 |
| R3 | 对商品的要求更高 | 无人超市通俗来讲就是无人值守，所以代表用户体验感变低所以只能通过商品和场景来打动消费者 | 商业风险 |
| R4 |  |  |  |