“21” 产品构思

# 问题描述

1. 目前学生除上课外，课下时间不能自觉学习，沉迷于网络或其他娱乐活动，想要学习，但是缺乏督促。

问题：想要学习，但是总是拖延，缺乏自律能力。

1. 上班族每日进行大量的工作，忽视了身体的锻炼，难以长期保持规律的作息习惯。

问题：忙于工作，身体缺乏锻炼，想要改变现状，但是难以坚持下来，间断进行。

1. 将要面对考试的学生，每天因为日常学业或其他事情，较难保持每日的复习备考。

问题：忙于日常学业，想要进行其他证书的考试，但是总是拖延或不能进行每天打卡。

1. 身体不佳的老人，需要长期按时服药，可能会因为遗忘而导致不能按时吃药。
2. 学生可以做到坚持学习，但是注意力难以集中，效率低下，即使长时间学习，也达不到自己理想的效果。

问题：虽能坚持，但是效率低下，不能集中注意力。

1. 有良好习惯，想要总结一天的行程，但是缺乏记录打卡的平台。

问题：习惯良好，缺乏记录和反思总结的机会。

# 产品愿景和商业机会

**定位：**用独特的方式和每日打卡来培养习惯和约束自己，每个人都有自己所渴望生活方式，在这里建立属于你自己的习惯库，让值得珍视的自律生活方式被重新拾起，在这里用21天遇见更好的自己。

**商业机会：**

* + 用户群定位于任何想要想要培养好习惯的人，每个人都会有想要养成的好习惯，因此用户人群足够大；
  + 软件运营成本低，且可设置会员制度赚取商业盈利；
  + 当用户数量进入稳定期后，增加盈利的形式，广告、课程、电商等等；
  + 具有反馈机制，更容易留住客户。由于习惯的培养的长期性，且只有习惯养成后才能看到成果，所以许多人半途而废，该APP具有打卡记录、的反馈机制，用户在使用APP的过程中，每天都能看到自己的进步，将抽象的过程形象的展示，无形中激励着用户坚持下去

**商业模式**

* 会员制度；
* 私人习惯定制；

# 用户分析

本电子商务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、个性的小商品，越便捷省力越好；
  + 消费观念：便宜、最好能买到与众不同、彰显个性的物品；
  + 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，尤其是价格不多的小商品；
  + 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、4-6级考试铅笔、新入学的生活用品等；
* 某商家（简称商家）。
  + 痛处：传统的销售渠道已饱和、竞争激烈、受新兴电子商务冲击大，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，尤其不熟悉互联网和电子商务，无法利于其扩大销售渠道；
  + 优势：丰富的小商品经营经验，拥有成熟的产品供货渠道，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；

# 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

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，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，设计符合某大学生网购模式的产品。

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 | 学生认可度不高 | 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，及需要做一定的配合缺乏意愿 | 用户风险 |
| R3 | 无法实现低于2小时的快速送货 | 2小时从某到某任何一个地方都足够了，真正时间的消耗主要在响应订单、准备货物和到达目的地后快速联系用户 | 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 | 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% |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 周期 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 汇总 |  |
| 成本 | 100000 | 100000 | 50000 | 50000 | 50000 | 50000 |  |  |
| 折现因子 | 1 | 0.91 | 0.83 | 0.75 | 0.68 | 0.62 |  |  |
| 折现成本 | 100000 | 91000 | 41500 | 37500 | 34000 | 31000 | 335000 |  |
| 累计成本 | 100000 | 191000 | 232500 | 270000 | 304000 | 335000 |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 收益 | 0 | 200000 | 200000 | 200000 | 200000 | 200000 |  |  |
| 折现因子 | 1 | 0.91 | 0.83 | 0.75 | 0.68 | 0.62 |  |  |
| 折现收益 | 0 | 182000 | 166000 | 150000 | 136000 | 124000 | 758000 |  |
| 累计收益 | 0 | 182000 | 348000 | 498000 | 634000 | 758000 |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 折现收益-折现成本 | -100000 | 91000 | 124500 | 112500 | 102000 | 93000 | 423000 |  |
| 累计收益-累计成本 | -100000 | -9000 | -115500 | 228000 | 330000 | 423000 |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 净现值 |  | 423000 |  |  |  |  |  |  |
| 投资收益率 |  | 126% |  |  |  |  |  |  |
| 投资回收期 |  | 第3年 |  |  |  |  |  |  |