

Zhejiang UNIVERSITY

图易玩具设计平台

# 产品定义、类型和战略战术

## 1 产品定义

### 1.1 产品的五个要素

（1）产品的内涵

为玩具设计师、设计机构和玩具爱好者提供在线服务，可以让他们创造和分享自己的玩具创意，以及寻找合作伙伴和市场机会，增加他们的知名度、收入和成就感；

为玩具企业提供寻找和培养玩具设计人才的途径，提供一个了解和满足市场需求的工具，玩具企业可以在这种平台上发现和联系有潜力的玩具设计师，与他们合作开发新的玩具产品，或者收购他们的玩具创意和版权。也可以在这种平台上观察和分析用户的喜好和反馈，了解市场的趋势和变化，调整自己的产品策略和营销方案；

对于要求定制化的客户来说，他们可以在这种平台上定制自己想要的玩具，指定合适的材料，颜色，尺寸，功能等，让设计师进行设计，或者直接购买其他用户设计好的玩具作品。

（2）产品的形式

内容方面，平台有玩具设计、作品展示、新品购买、加工厂合作、活动竞赛等模块。

功能方面，普通客户可以通过发布需求来解决定制化的需求；玩具企业可以通过搜索功能快速找到符合自己需求的玩具作品；设计师可以分享或出售自己的设计作品；还提供即时通讯功能以快速联系客服。

设计方面，走的是垂直搜索引擎路线，以白橙色作为主色系，整体风格较为简洁、实用。

（3）产品的外延

如提供玩具设计的辅助工具，结合AIGC赋能玩具设计，简化设计过程，鼓励更多的设计作品产出。

（4）产品的理念

平台的理念是让玩具设计变得更容易、更有趣、更有价值，同时保证真实性和专业性。

让玩具设计变得更容易：通过提供各种玩具设计的资源、教程、工具和模板等，降低玩具设计的门槛和难度，让任何人都可以尝试和实现自己的玩具创意。

让玩具设计变得更有趣：通过提供一个展示和交流的社区，增加玩具设计的乐趣和动力，让用户可以欣赏和交流自己和他人的玩具创意，参与竞赛和活动，结识志同道合的人。

让玩具设计变得更有价值：通过提供一个连接和合作的平台，提升玩具设计的价值和影响力，让各类用户都可以找到自己的合作伙伴，实现自己的玩具创意，或是赚取更高的收入。

保证真实性和专业性：通过设计师和企业的资质认证、作品的版权认证等手段来保证设计作品和设计需求的真实有效性，打造成为专业的玩具设计服务平台。

（5）产品的终端

目前为Web网页端，后续会考虑推出手机Android和iPhone版本、iPad等版本以及微信的小程序端

### 1.2产品价值

（1）核心价值

核心价值对应产品定义中的内涵要素，为用户提供基本的效用或利益，满足用户的本质或核心需求。对应KANO模型中的基本型需求。【注：KANO模型中的基本型需求、期望型需求和兴奋型需求会在后续内容中详细阐述】对平台而言，它的核心价值就是满足用户的玩具设计需求。换句话说，如果用户没有玩具设计的需求，或者玩具设计的需求不强烈，用户基本不会使用这个平台。

玩具设计的需求可以分为两种：

一种是主动的需求，即设计人员有自己的玩具创意/作品，想要分享自己的玩具作品，以获得收入或成就感。

另一种是被动的需求，即客户没有自己的玩具创意，想要寻找和购买适合的玩具作品；或者是有初步的想法但不知道该如何实现，需要找到合适的设计师来辅助落地。

（2）期望价值

它对应产品定义中的形式、理念和终端要素。对应KANO模型中的期望型需求。产品形式和和终端方面，用户期望平台具备某些功能和内容来满足他们期望型的需求；产品的理念方面，指用户使用平台或购买作品时期望得到的价值。例如，客户希望能够通过搜索功能快速找到心仪的作品，设计师希望自己的作品能被更好的搜索到，或是排在搜索结果的前列等，这些都是期望价值。

（3）附加价值

它对应产品定义中的外延，指用户在使用平台时所得到的附加服务或利益，即一些不是用户必须的，但是可以增加用户兴趣和满意度的小功能。对应KANO模型中的兴奋型需求。比如以下可能的几项：

AIGC辅助设计工具：让用户通过输入一些关键词或者选择一些参数，通过AI自动生成一些玩具设计的创意，帮助用户节省时间和精力的同时，也可以给用户一些意料之外的灵感和惊喜。

简化设计流程：打通图易设计软件与平台的对接壁垒。例如，软件内部可以增加一个直接从软件内一键发布作品到平台的功能入口。

社交功能：让用户与其他平台用户进行一定的互动和沟通，如点赞，评论，私信，收藏，分享等。这样可以增加设计师的归属感和认同感，也可以让客户更好地挑选合适的作品。

推荐功能：根据用户的喜好和行为，推荐一些适合用户的玩具设计的内容，如根据客户常浏览的tag标签推荐设计作品、根据设计师常接取的需求tag标签来推荐相似的需求等。这样可以提高用户的满足感和信任感，也可以让用户发现更多的可能性和新鲜感。

活动竞赛功能：可以通过举办一些官方的设计作品比赛或活动，刺激优质作品的产出，同时提高用户的平台满意度。

游戏功能：让用户通过玩一些有趣的小游戏，获得一些玩具设计的内容或者奖励，如图案，形状，颜色，功能等。这样可以增加用户的娱乐感和挑战感，也可以让用户享受到玩具设计的乐趣。

现代的产品价值观念要求企业在经营中全面考虑产品的三层价值，对于必须完成的需求，在产品发布时就应该完成，但并不是要求在第一次迭代时就开发完成；完成尽可能多的期望型需求；如果时间允许，至少应该确定少量的兴奋点需求的优先级，进入研发和发布计划；运营过程中及时跟进用户的需求状态和类型，不断挖掘用户新的兴奋型需求。

## 2产品类型

产品定位为线上平台类产品，同时可以考虑结合其他类型的产品来提高产品价值和竞争力，例如：

### 2.1平台+电商

对应设计新品（玩具现货）功能，这种结合可以让平台拥有更多的消费性用户，更强的商业属性，更高的用户付费和收入。可以通过提供一些电商功能，如购物车，订单，支付，物流等，让用户更便捷地在平台上购买和出售现有的作品，也可以通过提供一些电商内容，如商品评价，折扣优惠，活动等，让用户更清晰地了解你的平台的产品和价格，形成一个有品质和信誉的平台。

### 2.2平台+平台

对应找加工厂功能，这种将找加工厂功能单独划分为一个平台的方式需要考虑一些因素，例如：

（1）用户群体：如果找加工厂的功能是针对企业客户的，那么需要考虑目标用户和现有的设计平台的用户是否有重叠或者互补。如果有重叠，那么可能会面临用户分流或者冲突的问题。如果有互补，那么可能会有机会实现用户共享或者合作。

（2）市场需求：如果找加工厂的功能是满足现有玩具设计市场上的一个明确和强烈的需求，则需要考虑目标市场和现有的设计平台的市场是否有竞争或者协同。如果有竞争，那么可能会面临市场份额或者利润的压力。如果有协同，那么可能会有机会实现市场扩张或者增值。

总结而言，将某些功能单独作为一个平台产品来设计有以下优势和劣势：

优势：

（1）可以扩大用户群体和市场份额，通过提供更多的功能和服务，满足更多的用户需求和市场需求，增加用户的使用频率和付费意愿，提高平台的收入和利润。

（2）可以提高产品价值和竞争力，通过整合不同的产品逻辑和资源，实现产品的优化和创新，提高产品的质量和效率，增加用户的满意度和忠诚度，提高平台的品牌和口碑。

（3）可以实现资源共享和协同效应，通过与其他平台的合作或联盟，实现资源的互补和互利，降低成本和风险，增加效益和机会，提高平台的稳定性和可持续性。

劣势：

（1）可能会增加用户的认知和使用成本，通过提供过多的功能和服务，导致用户感到困惑和疲劳，降低用户的使用体验和效果，影响平台的用户留存和转化。

（2）可能会降低产品专注度和核心竞争力，过多不同的产品逻辑和资源，导致产品失去特色和优势，降低产品的专业性和差异性，影响平台的产品定位和市场策略。

（3）可能会面临资源冲突和协调难题，多线开发和运营会导致资源分配的冲突，增加管理和沟通难度，影响产品管理人员的协作效率和质量。

### 2.3平台+工具

这种结合可以平台拥有更多的功能性用户，更强的实用属性，更高的用户满意度和转化率。可以通过提供一些工具功能，如搜索、筛选、排序、比较、三维预览以及一些设计辅助工具等，让用户更方便地完成自己的目标任务，解决自己的问题。也可以通过提供一些工具性内容，如数据，报告，分析，建议等，让用户更准确地了解自己的状况和需求，形成一个有效果和信任感的平台。

### 2.4平台+社区

这种结合可以平台拥有更多的活跃用户，更强的社交属性，更高的用户粘性和忠诚度。可以通过提供一些社交功能，如点赞，评论，私信，关注，分享等，让用户与其他用户进行互动和沟通，形成一个有归属感和认同感的社区。你也可以通过提供一些社区内容，如问答，文章，视频，直播等，让用户获取更多的信息和知识，形成一个有价值和影响力的社区。

这么结合的劣势也很明显，提供过多的社交信息可能会导致用户不使用平台转而进行私下交易，也叫做平台外流。

### 2.5平台+内容

这种结合可以让平台拥有更多的内容性用户、更强的娱乐属性、更高的用户留存和用户裂变。可以通过提供一些优质内容的相关功能，如阅读，收藏，订阅，推荐等，让用户更愉快地享用与平台相关的内容。也可以通过提供一些媒体内容，如玩具行业的新闻，故事，图片，影音等，让用户更深入地感受平台的主题和氛围，形成一个有足够吸引力的平台。

### 2.6平台+社区+工具+内容

这种结合是较为成熟和完善的平台生态：

首先通过优质内容的运营和推广，即提供高质量、高相关、高价值的内容，吸引用户的注意和兴趣，让用户认识和了解平台的功能和服务，引导用户注册和使用平台。

通过平台优化和创新，提供便捷的工具和资源，满足设计师和客户群体的需求和期望，让他们体验到平台的效果和价值，增加用户的满意和认可，促进他们使用和推广平台。

随后通过社区建设和管理，提供良好的社交和交流的功能，提供足够的物质激励，鼓励设计师的参与和互动，让设计师感受到平台的氛围和归属，培养设计师的忠诚和信任，促进设计师持续使用平台。有了足够的优质设计资源，客户群体自然也提高了留存。

## 3 产品战略和战术【注：相关内容将在市场需求文档MRD中详细阐述，以下仅作简介】

### 3.1行业现状分析

（1）确定行业规模

行业规模，即市场容量或市场规模，确定行业规模的意义在于估算出产品的生存空间，以帮助了解市场的潜力和竞争程度，从而制定合理的目标和策略来评估投资的风险和回报、向潜在的合作伙伴或投资者展示商业价值等。

（2）竞争者结构分析

通过对市场竞争环境以及竞争者的分析，帮助了解市场需求和趋势，以及用户喜好和痛点；发现自己产品的优势和劣势，以及潜在的机会和威胁；优化自己产品的功能和体验，提高用户满意度和忠诚度；增强自己产品的竞争力和影响力，扩大市场份额和收入。

除了综合性服务外包平台，以下列举了一些目前国内市场的玩具行业竞争者：

[站酷ZCOOL](https://www.zcool.com.cn/search/content?word=%E6%9C%8D%E8%A3%85%E8%AE%BE%E8%AE%A1)：中国最大的设计师互动平台，它提供了各种设计领域的作品展示、交流、学习和服务，其中包括玩具设计。它有着庞大的设计师用户群体和丰富的设计资源，它可能会吸引一些对玩具设计感兴趣或有需求的用户。

[玩偶大师](http://www.wanoudashi.com/)：专业定制把儿童画做成立体毛绒玩具的平台，它通过让儿童上传自己画的图案，然后由专业设计师和工厂制作成毛绒玩具，并送到儿童手中。它满足了儿童对个性化和创意化玩具的需求，它可能会吸引一些有儿童或喜欢毛绒玩具的用户。

[极艺玩具](http://www.jiyihechuang.com/)：专业从事变形类产品创意策划、创意设计、产品变形3D设计、变形结构设计、工程结构设计等服务的公司，它为客户提供高难度玩具定制加工服务。它满足了一些对变形类产品有兴趣或需求的用户，它可能会吸引一些追求高品质和高技术的用户。

[骏意设计](http://www.junyisj.com/)：服务范围包括创意策划、外观设计、玩具结构功能设计、SLA3D打印、功能手板制作、小批量复制和协助生产等方面，专注为企业解决产品开发难题。

（3）与上游（供应商）议价的能力

与上游议价的能力是指行业中现有产品与供应商之间协商和沟通的能力，主要体现在他们降低采购成本或提高采购质量的能力。与上游谈判的能力越强，行业中现有企业就越能抵御供应商的议价压力，提高自身的利润空间和市场份额。

值得注意的是，线上平台的运作并不需要原材料供应商，因此可以把加工厂的出价或玩具新品的定价看作上游的谈判价格，如果能压住上游的价格，就能从谈下的折扣中获取利润。

（4）与下游（用户）议价的能力

与下游议价的能力是指行业中现有企业与购买者之间协商和沟通的能力，主要体现在他们提高产品或服务价格或降低产品或服务质量的能力。与下游议价的能力越强，行业中现有企业就越能抵御购买者的议价压力，提高自身的利润空间和市场份额。

对平台而言，设计师和客户群体都可以看作是下游用户，现在市面上已有成熟的外包服务平台供他们使用，平台的可替代性较大，因此与下游的议价能力较弱，前期需要考虑是否做出一些利益让步以换取用户忠诚度和留存率。

（5）潜在竞争者进入的能力

即其他潜在竞争者进入行业的壁垒，目前玩具行业仍存在较高的进入门槛，它需要有一定的设计能力、生产能力、营销能力和管理能力，同时也需要遵守一些法律法规和标准规范。同时行业主流设计趋势充满变化，受到消费者喜好、社会文化、科技发展等多方面的影响，需要不断地创新和适应。

值得注意的是，目前快速发展的AI技术可能会大幅降低玩具设计的门槛，这能很好地提高设计师的设计效率，但传统的设计壁垒已被打破，潜在竞争者在玩具设计方面的进入能力有所提高，需要思考如何提高平台的核心价值和独特竞争力。

（6）替代品的替代能力

目前设计行业的一大变局，即AIGC，被认为是终结设计行业的产物，在可见的未来将会取代大多数设计师，设计行业将被AI接管。实际上，AIGC带来的内容爆炸性产出现象，对平台而言有不少益处，例如：

可以提供更多的设计素材和灵感，让平台用户可以更容易地找到自己喜欢和适合的设计方案，提高用户的满意度和忠诚度。

增加了设计平台的流量和曝光度，使用户可以更容易地分享和传播自己的设计作品，提高设计平台的影响力和收入。

促进设计平台的创新和优化，使用户可以更容易地发现和解决自己的设计问题，提高设计平台的效率和质量。

然而弊端也很明显：

可能会导致设计平台的内容冗余和低质，让用户难以区分和筛选自己需要和信赖的设计方案，降低用户的体验和信任。

可能会导致设计平台的内容同质化和无差异，用户难以表达和突出自己的个性和价值，降低用户的参与度和归属感。

可能会导致设计平台的内容侵权和风险，用户难以保护和维护自己的版权和利益，降低用户的安全感和责任感。

如果能够整合一系列AIGC的作品，引入到平台，进行合适的分类、索引或管理，或是平台辅助AIGC，都是很好地提高平台差异性和独特价值的策略。从而降低行业和产品的可替代性。