大学生电子商务网 产品构思

# 问题描述

1. 某市大量在校大学生（至少10万以上）每天都需要在食堂选餐，包括粥、米饭、面条、饼等；而他们除了在食堂购餐之外，还在校内或校附近的小餐馆、超市、小摊和网上购买，存在主要的问题包括：
   1. 食堂菜品种类丰富，可选择机会太多，学生无法再短时间内快速的选餐；
   2. 部分菜品学生不喜欢造成了一定量的食物浪费；
   3. 外边购买的食物不能保证卫生，学生的健康不能保证
2. 某市大量学校食堂拥有大量的人力物力、货源充足；目前主要是面向在校的普通大学生，由于食堂人员不具备计算机和互联网知识，所以很难开拓网络销售渠道，减少食物浪费，获取收益；
3. 目前学生已逐渐习惯网上购餐，通过淘宝、美团、糯米APP等享受到了电子商务带来的便利，具备了充足的网上订餐的意识和习惯；这些成熟网店服务尚存在如下不足：
   1. 产生额外的配送费用；
   2. 需要花费一定的等餐时间，缺乏便利性；
   3. 价格不是最低；
   4. 已有电商APP没有特别针对地域特色和对学生群体的深度服务；

# 产品愿景和商业机会

**定位：**为在校大学生提供享受便利、贴心、实惠的食堂购餐服务的电子商务平台，使大学生购餐变得更加健康、实惠；

**商业机会：**

* + 用户群主要定位于某市大学、职技等学校在校生，货源主要定位于某市的某批发市场。消费群体和货源规模都足够大；
  + 利用批发市场的价格优势，降低了食堂的采购价位，为学生提供低于其它购餐渠道的价格；
  + 利用地域优势，确保送货时间<=20分钟，货到付款或者扫码付款并且免运费；
  + 针对某市的地方特点及学生群体的购餐特点，提供贴心、及时、高效的推荐菜品、快速选择商品等服务；

**商业模式**

* 物品差价；
* 各窗口菜品广告及菜品推荐竞价排名；

# 用户分析

本电子商务APP主要服务两类用户：

* 在校大学生（简称学生）。
  + 愿望：买到优惠、美味、量足的菜品，越便捷省力越好；
  + 消费观念：最好能买到我想吃的、还可以在承受范围之内，比外边外卖好吃的菜品；
  + 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，尤其是价格合适且美味的菜品；
  + 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：有较多的网上订餐的特性，例如：美团上的订餐、淘宝外卖、糯米外卖等；
* 某校食堂的商家（简称商家）。
  + 痛处：竞争激烈、受新兴电子商务冲击大，菜品的流动和更新周期较长；
  + 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：丰富的菜品销售经验，拥有成熟的食品供货渠道，可以提供绝对高性价比的菜品，菜品的丰富程度、卫生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Android前端开发，后端技术采用Java技术，可免费快速完成开发；

平台

初步计划采用阿里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（移动服务端，wifi全覆盖保证网络畅通），能满足早期的需求，无需额外的支持；

技术难点

大数据完成菜品分析；产品设计上重点考虑如何符合学生群体特征提供快速菜品定位，同时支持灵活的菜品推荐，比如菜肴种类、面食软硬程度等；

# 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APP的成熟经验，结合地方特点和用户特征，设计符合某市某校大学生 购餐的产品。

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菜品展示的支持。

学生代表：有购餐经历的学生代表，帮助分析学生群体的购餐和口味特征；

商家代表：主要经营学生用餐的商家，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20分钟的快速 | 20分钟从该校的食堂窗口到学生公寓足够了，真正时间的消耗主要在  响应订单、准备配送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%；
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15万；
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 | 396000 | 150000 | 150000 | 150000 | 150000 |  |
| 折现因子 | 0.91 | 0.83 | 0.75 | 0.68 | 0.62 |  |
| 折现成本 | 360360 | 124500 | 112500 | 102000 | 93000 | 792360 |
| 累计成本 | 360360 | 484860 | 597360 | 699360 | 792360 |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
| 收益 | 100000 | 300000 | 600000 | 1000000 | 1500000 |  |
| 折现因子 | 0.91 | 0.83 | 0.75 | 0.68 | 0.62 |  |
| 折现收益 | 91000 | 249000 | 450000 | 680000 | 930000 | 2400000 |
| 累计收益 | 91000 | 340000 | 790000 | 1470000 | 2400000 |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
| 折现收益-折现成本 | -269360 | 124500 | 337500 | 578000 | 837000 | 1607640 |
| 累计收益-累计成本 | -269360 | -144860 | 192640 | 770640 | 1607640 |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
| 净现值 | 1607640 |  |  |  |  |  |
| 投资收益率 | 202% |  |  |  |  |  |
| 投资回收期 | 第4年 |  |  |  |  |  |