IBaby 产品构思

一、问题描述

随着信息技术的不断发展，网络已经融入到了人们的工作学习生活当中，它好像是一个蕴含着丰富知识的资料库，遇到不懂的问题，首先想到的是网络。人们越来越依赖于网络，但网络更像一把双刃剑，给我们提供便利的同时也隐藏着许多的危险。作为现代社会中的一份子，孩子们的学习和生活很大一部分依托着网络：收发作业邮件，查询考试成绩，汇报作业情况，学习新知识，包括交友聊天，玩游戏等娱乐活动……这其中存在的主要问题是：

a)网络信息量巨大，孩子们的信息检索能力较差，很难搜寻到高质量的学习、娱乐资源；

b)网络信息杂七杂八、良莠不齐，大量垃圾信息对孩子们的素质与价值观造成冲击；

c)孩子们普遍自制力差，分辨是非能力不强，非常容易在网络上迷失自我；

d)父母多是上班族，在对孩子的陪伴与教育方面存在疏忽等；

e)对于市面上已有的针对儿童的软件来说，他们更多的是以监管说教类为主，并没有真正地站在儿童的视角看待自己的软件，无法让低龄儿童对其产生兴趣，亲子互动同时寓教于乐型的应用成功案例较少。

基于以上痛点问题，我们设计了这款APP，iBaby内包含了大量我们精心挑选的学习视频与资料，同时还有许多健康益智的游戏和卡通故事，另外我们还会实时为使用APP的孩子们推送一些积极向上的文学摘要或热点新闻等等，从而保证孩子们高质量上网，同时减轻家长们的压力与负担，为孩子们的健康成长提供保障。

二、产品愿景和商业机会

1、产品定位

iBaby能够增加亲子之间的互动，帮助用户增强陪伴与被陪伴的家庭关系的体验感，让家长朋友了解孩子的内心世界，使其不会缺席孩子的成长；让孩子在父母亲人的陪伴下了解世界，探索生活，在娱乐中学习到更多的知识。

2、商业机会

1) 用户群主要定位于社会上4-7岁的儿童，用户人群庞大；

2) 4-7岁年龄段的孩子的精力旺盛，但父母由于工作常常无暇顾及对孩子的培养照顾或家长不知道合适的教育互动方式，因此这样的软件更加迎合孩子父母的需要；

3) 该年龄段的儿童求知欲旺盛，对世界充满了好奇心，我们的软件正好能满足其该方面的要求并能让其获得更多的知识。

1. 商业模式
2. 广告：引入关于孩子日常用品或者实时产品的推荐，通过广告条，插屏广告，开屏广告等形式进行宣传，获得相应的宣传利益；
3. 增值服务： 本产品中的多项功能在进行充值之后可以免去广告或给予用户某项业务更加便利深度的用户体验感；
4. 会员卡：在保留用户流量的前提下，可以进行包月，包年的长期充值，使高级用户长期使用本产品；
5. 电商：在注册用户的垂直产品中，使用户对产品建立的信任感，能够超越普通场景流量的一般价值，产生垂直场景的变现溢价；
6. 其他商业合作：与其他相关产品互利互惠。

三、用户分析

本app主要服务两类用户：

* 孩子。
  + 愿望：能够跟爸爸妈妈有更多的互动渠道，通过手机也能学习更多知识，满足自己的好奇心；
  + 消费观念：基本无，依赖爸爸妈妈；
  + 经济能力：无，依赖爸爸妈妈；
  + 手机使用能力：很好，可进行基本操作；
  + 其它：对于新鲜事物很好奇，对于和爸爸妈妈一起的互动会十分热情。
* 父母。
  + 痛处：无法实时监测孩子的动向和位置，工作忙，无法照顾孩子给他们更多地关心和爱；
  + 手机使用能力：很好，现在的成年人基本都能熟练使用手机；
  + 优势：孩子的身心健康在生活中占据越来越重要的地位，因此针对关爱孩子并且能够让孩子在手机上进行学习的app会更占据市场地位。

四、技术分析

1.采用的技术架构

以基于安卓移动端的手机APP应用方式提供服务。安卓端使用Android Studio进行开发，集成EventBus、OkHttp、Gson、Glide等高效第三方框架，使用XUI框架进行UI 的设计。服务器端采用 IntelliJ IDEA进行开发，使用SpringBoot、SpringData JPA等框架进行开发，使整个开发过程高效、安全、快捷。

2.平台

经过团队讨论，我们初步计划使用阿里云平台支撑软件应用，阿里云的价格比较合理，且相比于其他云服务厂商更加稳定可靠。

3.软硬件及网络支持

由于我们选用阿里云作为服务商，鉴于阿里云平台的强大，已经完全能满足我们早期的需求，因此也就无需额外的软硬件及网络支持。

4.技术难点

项目中要根据用户的日常使用进行智能推荐服务，但考虑到本项目组成员没有推荐系统相关的学习经历，所以这将成为一个最大的技术难点，在前期我们因该齐心协力着重攻克这一难点问题。

五、资源需求估计

1.人员

产品经理：根据本产品商业背景及定位，结合儿童特征及家长愿景，设计符合家长儿童互动模式的产品。

IT技术专家：快速架构实现产品，同时确保对未来产品功能拓展的支持。

儿童代表：有强烈的好奇心的儿童，帮助我们分析该年龄段的儿童喜欢怎样的娱乐、学习、互动方式。

家长代表：工作忙或者对孩子的培养教育力不从心的家长，帮助我们分析家长在教育孩子时的方式和弊端以及他们希望通过何种方式来达到良好的互动效果。

2.资金

产品验证阶段暂无需要。完成产品验证后，需要8万元资金集中快速完成产品推广。

3.设备

一台本地pc服务器、若干台主力开发机以及测试用安卓系统手机。

4.设施

30平米左右固定工作场所。

六、风险估计

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 编号 | 事件描述 | 根本原因 | 类型 |
| R1 | 用户认可度不高 | 此类app使用并没有普及，需要进行宣传 | 商业风险 |
| R2 | 用户参与度不高 | 父母对使用手机与孩子进行互动以及学习或孩子对应用操作比较陌生，需要做到一定的配合 | 用户风险 |
| R3 | 人员分配不完善 | 在不同的工程阶段，需要的人员不同，需要配合的方面也不同 | 人员风险 |
| R4 | 现金流平衡上存在一定风险 | 产品推广前期存在一定的筹资风险，目前团队不具备，需要寻找投资 | 资金风险 |
| R5 | 孩子使用手机存在一定风险 | 孩子对手机的使用能力一般，会有出现各种问题的风险 | 流程风险 |

七、收益分析

本团队进行财务分析的估算结果如下，几项重要参数说明：

1. 折现率设定为10%；
2. 项目长周期设为5年；
3. 首年成本假设为10万元，以后四年假设成本为每年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；

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 第几年 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 汇总 |
| 成本 | 100000 | 200000 | 200000 | 200000 | 200000 | 900000 |
| 折现因子 | 1 | 90.91% | 82.64% | 75.13% | 68.30% |  |
| 折现成本 | 100000 | 181820 | 165280 | 150260 | 136600 | 733960‬ |
| 累计成本 | 100000 | 281820 | 447100 | 597360 | 733960 | 2160240 |
| 收益 | 100000 | 300000 | 600000 | 1000000 | 1500000 | 3500000 |
| 折现收益 | 100000 | 272730 | 495840 | 751300 | 1024500 | 2644370 |
| 累计收益 | 100000 | 372730 | 868570 | 1619870 | 2644370 | 5605540 |
| 折现收益-折现成本 | 0 | 90910 | 330560 | 601040 | 887900 | 1910410 |
| 累计收益-累计成本 | 0 | 90910 | 421470 | 1022510 | 1910410 | 3445300 |
| 净现值 | 1910410‬ | | | | | |
| 投资收益率 | 260.29% | | | | | |
| 投资回收期 | 1年 | | | | | |