冷门爱好者交流平台 产品构思

# 问题描述

1. 全球范围内冷门爱好者（至少10万以上）每天有丰富的交友需求；而他们的主要社交途径qq，微信，微博，豆瓣等。存在主要的问题包括：
   1. 自己的爱好较为冷门，与自己爱好相同的人较少，不适合冷门爱好者爱好特殊、需要找到与自己具有相同爱好的群体的特点；
   2. 传统社交平台对冷门爱好的推荐较少；
2. 全球普通爱好者人数众多，爱好丰富；目前主要是在传统社交平台与普通爱好者交流，由于普通爱好者不了解冷门爱好，所以很难清楚自己是否对冷门爱好感兴趣；
3. 目前学生已逐渐习惯网上交友，通过qq、微信、微博等享受到了互联网教育带来的便利，具备了充足的互联网交流意识及习惯；这些成熟社交平台尚存在如下不足：
   1. 对兴趣爱好的推荐具有局限性；
   2. 拥有地域局限性，一般只针对一定范围内群体的社交，缺乏国际性；
   3. 用户群体针对性不足，已有社交平台没有特别针对冷门爱好者的深度服务；

# 产品愿景和商业机会

**定位：**为全球具有冷门爱好的互联网用户提供享受贴心、友好的同好交流平台，使冷门爱好者找到与自己有相同爱好的群体，并借助此平台向非冷门爱好者推广冷门爱好。

**商业机会：**

* + 用户群主要定位于全球范围内冷门爱好者，用户群体足够大；
  + 利用冷门爱好的种类优势以及冷门爱好者的群体优势，为冷门爱好者提供交流平台；
  + 针对冷门爱好者现实生活中同好较少的特点，提供推荐冷门爱好群体、快速选择冷门爱好、自定义添加冷门爱好等服务；

**商业模式**

* 用户流量；
* VIP会员服务；
* 商业广告；
* 平台相关周边贩卖。

# 技术分析

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冷门爱好群体群体特征提供快速冷门爱好定位，同时支持自定义冷门爱好。

# 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，吸取已有社交平台的成熟经验，结合地方特点和用户特征，设计符合冷门爱好者友好交流模式的产品。

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用户量及灵活变化的冷门爱好展示的支持。

冷门爱好者代表：有冷门爱好的人员代表，帮助分析冷门爱好者群体与其他相同爱好者的交流需求；

普通爱好者代表：为了了解冷门爱好并向找到自己感兴趣的爱好的人员代表，帮助分析普通爱好者需求、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宣传推广和；

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 | 冷门爱好者认可度不高 | 没有足够区别于已有社交平台的吸引力 | 商业风险 |
| R2 | 普通爱好用户参与度不高 | 普通爱好者对冷门爱好的了解不够、信心不足，极需要做一定的配合缺乏意愿 | 用户风险 |
| R3 | 无法实现爱好标签包含所有冷门爱好 | 冷门爱好数量多，种类杂，很难满足所有冷门爱好者的冷门爱好需求 | 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% |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 汇总 |
| 成本 | 396000 | 200000 | 200000 | 200000 | 200000 |  |
| 折现因子 | 0.91 | 0.83 | 0.75 | 0.68 | 0.62 |  |
| 折现成本 | 360360 | 166000 | 150000 | 136000 | 124000 | 936360 |
| 累计成本 | 360360 | 526360 | 676360 | 812360 | 936360 |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
| 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 | 83000 | 300000 | 544000 | 806000 | 1463640 |
| 累计收益-累计成本 | -269360 | -186360 | 113640 | 657640 | 1463640 |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
| 净现值 | 1463640 |  |  |  |  |  |
| 投资收益率 | 156% |  |  |  |  |  |
| 投资回收期 | 第3年 |  |  |  |  |  |