何事 产品构思

# 问题描述

问题描述将会从校内活动、生活服务、学习服务等方面来全面描述我们的项目。

（1）校内活动

①、广大在校生都有着各种各样的活动需求，包括名师讲座，社团活动等；虽然校内几乎每周都会举办此类活动，也有大量同学无从得知，他们每日行程几乎是宿舍-教室-食堂这样的三点一线，这便存在着很多问题：

a)同学们获得活动通知的途径有限，大多数活动只有主动去了解才知道有没有举办；

b)活动时间不明确，有时活动已经结束还有同学参加

c)很多同学参加活动时，尚不清楚活动流程等信息

②、校内社团以及学院每周会举办面向全体同学的活动，可每次的活动基本会出现各种各样的小问题，例如参加人数过多或者过少，如果是比赛类型的活动流程不明确、不规范等等；他们也有着需要解决的问题：

a)宣传力度不足，由于学校社团活动只有线上和线下两种宣传模式，线下宣传有着固定的时间，那么就会有很大部分同学错过，而线上宣传的形式则有待开发

b)参与人数需要限制，参加活动人数过多，活动室容量不足，也会消磨参与者兴趣

c)活动通知不及时，大部分活动宣发时间不足，导致参与人数出现问题

（2）生活服务

①、目前大量在校生有丰富的物品采购需要，而他们主页采购途径是校内或者周边超市、小商店，这种形式存在着很多问题：

a)物品种类不够丰富，可选择机会不多，不适合学生的多样化、个性化购物特点；

b)需要花费一定的往返路途时间，缺乏便利性；

c)价格不是最低

②、在校生可能面临找工作，包括企业招聘或者兼职，而他们大多通过学校定期举办的招聘会或者周边店家获得招聘信息，这便存在着招聘信息获取不全面，由于只有线下形式，无法查看企业或者兼职详细信息，效率低下等问题

③、大量在校生以及毕业生有着大量用不到的生活物件，而学校的跳瘙市场一年只有一段时间开放，物品大量囤积影响生活活动，学生在本校内缺少闲杂物品的线上交易平台

④、大量在校生有同好的交友需求，而校内交友大多靠社团，学生缺少在校内的线上的同好交友平台

（3）学习服务

①、在校生有学习需求，除了上课的书本外，还需要大量的学习资料共享

②、辅导员和家长可以及时看到学生最近的学习成绩和情况，需要了解学生的校园生活

③、大量学生在大学的生活中会面临各种各样的挑战，需要学长学姐的经验支持，包括就业、考研、学习等方面，需要一个新老生交流平台；

# 二、产品愿景和商业机会

**定位：**为我校（河北师范大学）的学生打造一款较全面的交流服务app，给我校的社团活动提供一个宣传平台，更好的推崇校园文化；给新老生交流知识和经验的平台，让新生少走一些弯路；让广大校友有一个互联网上具有归属感的家；同时也提供校园周边‘吃喝玩乐’信息服务，让美好的大学时光更加美好。

**商业机会：**

* + 用户群主要定位于我校在校生和毕业生，以及周边的商户；
  + 利用比美团更低的上线费用和更固定的客户来争夺商户加入；
  + 利用对学校文化的了解优势，有针对性的提供服务，做到本校

服务的一把手“一个APP就够了”；

**商业模式**

* 收取跳蚤市场服务费（少量）；
* 店铺广告及商品推荐；
* 竞价排名；
* 社团注册费和维护费；
* 打造校园明星（虚拟道具）；

# 三、用户分析

本APP主要服务学生用户：

* 河北师范大学学生（简称学生）。
  + 愿望：

（1）学生希望了解学校的社团，方便找到自己喜欢的活动，

利于拓展学生的兴趣爱好，更有利于结交真挚好友；

（2）学生希望实时获取学校活动的举办时间地点等详细信

息，避免发生想参加活动的同学因不清楚流程而无法及时参加

的情况发生；

（3）学生希望购买价格廉价的生活用品、复习资料等可以

重复使用的商品，实现商品的共享；

（4）高年级学生希望获得详细的招聘信息，有利于学生全

面的把控就职信息，找到适合自己的工作岗位；

（5）希望有一个新老交流的平台，比如高年级学长学姐一

些学习工作经验，生活中一些趣事的分享；

（6）新生希望全面的了解学校的周边服务，可以快速适应

学生的生活，同时方便学生的生活，解决生活上一些的问题；

* + 交际交往能力：学生的接触人群主要还是在学校的学生，一般
  + 通过参加活动，讲座等渠道认识到许多的志同道合的朋友；
  + 消费观念：购买到物美价廉、且具有较高实用性的物品；
  + 经济能力：学生有生活费额度限制，但消费需求和冲动消费潜

力大，尤其是价格不多的小商品，因学生家境的不同，部分学

生其生活费用受到较大的限制；

* + 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；

* + 其他：现在的大学生一般都依靠网络来获取知识；
* 某商家（简称商家）。
  + 痛处：自己的新品特色无法及时给到学生，商家也不知从哪获取学生的爱好以及平常经常去的地方，导致双方的消息灵通性很低；
  + 计算机能力：很一般，尤其不熟悉像什么美团等等外卖平台，而且中介费较贵；
  + 优势：手把手教学，有线下的专业人员负责手把手教学。中介费较低，主要本app会拥有大量学生用户，这无疑是对商家来说最广泛的推荐平台；

# 四、技术分析

**1、采用的技术架构**

基于互联网的web应用方式提供服务。前端技术主要采用baidu

地图SDK、和风天气SDK、七牛云SDK、MobTechSMSSDK等，后端技术采用hibernate框架、Spring框架，可快速完成开发平台。

**2、平台**

采用阿里云的云服务平台支持服务器与客户端的数据交互，一年

价格并不昂贵；采用七牛云SDK实现图片快速存储；免费的MobTech

可提供手机验证码登陆服务。

**3、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。

4、技术难点

初步难点主要为SDK的集成与使用，真正开发时基本无技术难点；

产品设计上要实现针对不同用户显示不同界面给与不同功能，并要注

重平台信息安全的维护。

# 五、资源需求估计

人员

（1）产品经理：依据本产品的商业背景和定位，吸取已有类似产品的成熟经验，结合学校特点和用户特征，设计符合并满足河北师范大学大学生需求的产品。

（2）IT技术专家：快速架构和实现产品，同时确保对学校持续增长的学生数量、周边设施的不断更新的支持。

（3）学生代表：有较多的本校大学生的学生代表，帮助分析学生群体关于学习、学校等需求；

（4）学校代表：学校的老师或领导，帮助分析学校期望在校大学生能够了解学习的东西；

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；多台Android端PC

设施

90平米以内的固定工作场地；

# 六、风险分析

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **编号** | **事件描述** | **根本原因** | **类型** |
| R1 | 学校认可度不高 | 没有足够认识到校园app的吸引力 | 商业风险 |
| R2 | 缺乏盈利模式 | 主要面临的对象是学生 | 市场风险 |
| R3 | 生产过程不存在绝对正确的过程 | 真正合适的软件开发过程是在软件项目的开发完成才能明了的，因此项目开发之初只能根据项目的特点和开发经验进行选择，并在开发过程中不断的调整 | 流程风险 |
| R4 | 实现技术手段能否满足性能的需要 | 在项目实施中须使用一些全新技术，团队由大学生组件，对技术的掌握不够深入且实践经验少，虽达到效果，但是效率性能方面有待提高 | 技术风险 |
| R5 | 无法获得足够的推广推销费用 | 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 |

# 七、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4年；
3. 首年成本为上面资源分析中的成本加5万元推广成本，以后三年假设升级维护费和推广为每年10万；
4. 收益假设第一年为5万，第2年为10万，第3年为40万，第4年为60万；

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 折现率 | 10% |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  | 1 | 2 | 3 | 4 | 汇总 |
| 成本 | 80000 | 100000 | 100000 | 100000 |  |
| 折现因子 | 0.91 | 0.87 | 0.69 | 0.68 |  |
| 折现成本 | 72800 | 87000 | 69000 | 68000 | 296800 |
| 累计成本 | 72800 | 159800 | 228800 | 296800 |  |
|  |  |  |  |  |  |
| 收益 | 50000 | 100000 | 400000 | 600000 |  |
| 折现因子 | 0.91 | 0.87 | 0.69 | 0.68 |  |
| 折现收益 | 45500 | 87000 | 276000 | 408000 | 816500 |
| 累计收益 | 45500 | 132500 | 408500 | 816500 |  |
|  |  |  |  |  |  |
| 折现收益-折现成本 | -27300 | 0 | 207000 | 340000 | 519700 |
| 累计收益-累计成本 | -27300 | -27300 | 179700 | 519700 |  |
|  |  |  |  |  |  |
| 净现值 | 519700 |  |  |  |  |
| 投资收益率 | 190% |  |  |  |  |
| 投资回收期 | 第3年 |  |  |  |  |