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）经常会有购买书的需求，各种各样的书，比如杂志，学习资料，或者一个名人典籍，时政热点等等；而他们的主要采购途径是校内或校附近的书店或者网上购买等，存在主要的问题包括：
   1. 不知道书籍的质量好坏与否；
   2. 如果实体店需要花费一定的往返路途时间，缺乏便利性；
   3. 价格不是最低甚至有时候会画很多冤枉钱买一些不值得的书；
2. 某市拥有全国排名前十的旧书籍批发市场，物品丰富、货源充足、价格低廉；目前主要销售是面向传统的小批发商，由于商家不具备计算机和互联网知识，所以很难独立开拓网络销售渠道，扩大销售额；
3. 目前学生已逐渐习惯网上购物，通过淘宝、当当、团购网站等享受到了电子商务带来的便利，具备了充足的网购意识和习惯；这些成熟网店服务尚存在如下不足：
   1. 送货时间限制，最快的送货时间也要隔天；
   2. 产生额外的快递费用（部分免费用的有购物额限制）；
   3. 本地化和用户群体针对性不足，已有电商网站没有特别针对地域特色（58同城属于此类）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、实惠的网购服务的电子商务平台，使宝贵的大学生活变得更加丰富多彩；

**商业机会：**

* + 用户群主要定位于石家庄市各个大学、各个职业技术学校等学校在校生，货源主要定位于某市的某批发市场以及其他大学生的个人书籍。消费群体和货源规模都足够大；
  + 利用批发市场的价格优势，为学生提供低于其它购物渠道的价格；
  + 利用地域优势，确保送货时间稳定在12小时之内，货到付款并且免运费，同时支持货物自取；
  + 针对某市的地方特点及学生群体的购物特点，提供贴心、及时、高效的推荐商品、快速选择商品等服务；

**商业模式**

* 物品差价；
* 店铺广告及商品推荐竞价排名；
* 他人自愿打赏赞助

# 用户分析

本书店网站主要服务两类用户：

* 在校大学生（简称学生）。
  + 愿望：买到实惠、完整、可再次利用的书籍，越便捷越好；
  + 消费观念：物美价廉、最好能买到相对完整，可正常使用的书籍；
  + 经济能力：无生活费额度限制，消费需求和冲动消费潜力较小，随买随用；
  + 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：暂无；
* 某小商品市场中或者大学生商家（简称商家）。
  + 痛处：当代大学生购买纸质版的书籍价格较为昂贵，而一些相对高年级的学生对自个的书不能重复利用很苦恼，想把自个没用的书给出售出去，从而导致低年级的买不到书，高年级的麦不掉书，陷入尴尬的场面。
  + 计算机能力：一般，较为熟悉互联网和电子商务，可以利于其扩大销售渠道；
  + 优势：丰富的商品经营经验，拥有成熟的产品供货渠道，可以提供绝对高性价比的商品，商品的丰富程度、可定制程度和快速更新程度都有保障；

# 技术分析

采用的技术架构

采用前后端分离的技术架构，前端使用Vue + Webpack + Axios，静态js/css/html文件直接部署到Ngnix所在机器的一个目录，然后Ngnix设置映射到该目录。后端使用Spring + SpringMVC + Mybatis 通过指定的接口提供数据。

平台

腾讯云服务器

软硬件、网络支持

**硬件环境：**

硬盘:500G,RAM:4G,处理器: i5-7300HQ。

**软件环境：**

数据库:MySQL 5.7，WEB服务器:Tomcat8.x

技术难点

前端需要解决跨域带cookies，跨域cookies共享等问题。后端需要实现基于用户的协同过滤推荐。

# 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，吸取已有电商网站的成熟经验，结合校园内已有的二手书商店特点和用户特征，设计符合我校大学生二手书购买的产品。

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商品展示的支持。

学生代表：对公共课本和技术书籍购买有困扰的同学，帮助分析学生群体的对二手书购买和消费特征；

商家代表：主要经营基础课本(例如大学英语等)、技术书籍、考试书籍等的商家，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对大学生用户的宣传推广；

设备

一台云服务器；一个云数据库；

设施

无

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **编号** | **事件描述** | **根本原因** | **类型** |
| R1 | 学生认可度不高 | 没有足够区别于校园的已有的书店的快捷之处 | 商业风险 |
| R2 | 商家参与性不高 | 商家对订单量没有信心，认为客户不会太多 | 用户风险 |
| R3 | 订单量分淡季旺季 | 由于校内学生在开学初会大量需要基础课本、期末考试前需要考试相关资料，其余时期购买的大多是技术书籍，所以订单量会不稳定 | 商业风险 |
| R4 | 产品发布初期用户量增长缓慢 | 由于推广和宣传手段有限，并不能大量的吸引用户使用本产品。 | 用户风险 |
| R5 | 利润不高 | 由于课本本身价值不高，每单利润有限，存在利润太低的风险 | 产品风险 |

# 风险分析

# 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0万，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% |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
| 周期 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 汇总 |
| 成本 | 300000 | 200000 | 200000 | 200000 | 200000 |  |
| 折现因子 | 1 | 0.91 | 0.83 | 0.75 | 0.68 |  |
| 折现成本 | 300000 | 182000‬ | 166000 | 150000 | 136000 | 934000 |
| 累计成本 | 300000 | 482000 | 648000 | 798000 | 934000 |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
| 收益 | 0 | 300000 | 600000 | 1000000 | 1500000 |  |
| 折现因子 | 1 | 0.91 | 0.83 | 0.75 | 0.68 |  |
| 折现收益 | 0 | 273000 | 498000 | 750000 | 1020000 | 2541000 |
| 累计收益 | 0 | 273000 | 771000 | 1521000 | 2541000 |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
| 折现收益-折现成本 | -300000 | 91000 | 332000 | 600000 | 884000 | 1607000 |
| 累计收益-累计成本 | -300000 | -209000 | 123000 | 723000 | 1607000 |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
| 净现值 | 1607000 |  |  |  |  |  |
| 投资收益率 | 172% |  |  |  |  |  |
| 投资回收期 | 第2年 |  |  |  |  |  |