爱旅行APP 产品构思

# 问题描述

# 随着互联网的兴起，越来越多的事情人们习惯利用网络，足不出户的完成。外出旅游也成了人们假期的娱乐方式，所以需要一款含景点门票，美食，住宿等在内的APP，让人们摆脱纸质的地图册，更加方便直观的安排旅行。各个景点，酒店，餐馆也需要一个平台来加大宣传力度。

# 产品愿景和商业机会

**定位**：

给人们提供方便、快捷、及时的旅游平台，让人们赶得上潮流，跟得上时代，生活变得更加丰富多彩。

**商业机会：**

用户定位于下载该APP的人群，暂定河北周边景点，想要宣传的酒店，餐馆等。利用网络的及时高效，信息查询，提前预约，为用户节约路上奔波的时间。

**商业模式：**

**（1）**店铺景点广告

（2）网络门票和现场门票差价。

# 用户分析

# 1.热爱旅行的人群

# 愿望：方便了解景点门票等信息，便于提前制定旅行计划；

# 消费观念：在有限的钱内，有一个体验感很好的出游；

# 网上浏览、消费非常熟练；

# 2.景点负责人，酒店经理等商家：

# 痛处：宣传力度小，竞争激烈；

# 愿望：在网络上打广告，吸引客户；

# 技术分析

**采用的技术架构**

前端采用安卓开发，Ajax，服务器端采用JavaEE开发，数据库连接技术采用JDBC连接技术。

**平台**

利用MOB平台实现社交分享、短信验证等开发者服务。

**技术难点**

各个景点酒店餐馆信息的获取，根据用户定位、不同兴趣选择推荐附近内容。

# 资源需求估计

**人员**

产品经理：根据本产品的商业背景和定位，结合用户特征，设计符合不同消费观念、收入水平人群的产品模式，以满足不同人群的旅行计划。

IT技术专家：能够解决难点，提供技术支持。

用户代表：热爱旅行、有较多经验的用户代表，对旅行有多样的想法，分析不同家庭人群对旅行的需求。

**资金**

前期不需要，后期需要进行宣传推广，技术支持。

**设备**

5台PC用于开发，1台本地PC服务器。

**设施**

10平米的固定工作场地。

# 风险分析

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **编号** | **事件描述** | **根本原因** |
| R1 | 用户认可度不高 | 同种类型的APP已经存在 |
| R2 | 人员不能及时到位 | 无法快速组建团队 |
| R3 | 无法进行推广 | 得不到广告商的资金 |
| R4 | 广告商参与度不高 | 知名度不高无法吸引广告商入驻 |
| R5 | 商家参与度不高 | 商家对网上售卖的了解不够、信心不足，及需要做一定的配合 |

# 收益分析

1. 折现率假设为10%，这是比较通用的一个值；
2. 项目长周期设为四年；
3. 首年成本为20万成本加10万元推广成本，以后二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，第四年为100万；

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 折现率 | 10% |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 成本 | 300000 | 200000 | 200000 | 200000 |
| 折现因子 | 0.91 | 0.83 | 0.75 | 0.68 |
| 折现成本 | 273000 | 166000 | 150000 | 136000 |
| 累计成本 | 273000 | 439000 | 589000 | 725000 |
|  |  |  |  |  |
| 收益 | 100000 | 300000 | 600000 | 1000000 |
| 折现因子 | 0.91 | 0.83 | 0.75 | 0.68 |
| 折现收益 | 91000 | 249000 | 450000 | 680000 |
| 累计收益 | 91000 | 340000 | 790000 | 1470000 |
|  |  |  |  |  |
| 折现收益-折现成本 | -182000 | 83000 | 300000 | 544000 |
| 累计收益-累计成本 | -182000 | -99000 | 201000 | 745000 |
|  |  |  |  |  |
| 净现值 | 745000 |  |  |  |
| 投资收益率 | 103% |  |  |  |
| 投资回收期 | 第3年 |  |  |  |