幼儿保教在线服务平台 产品构思

# 问题描述

1. 随着二胎政策的开放，石家庄市大量幼儿家长拥有丰富的幼儿保教能力提升需求，包括如何培养孩子养成良好的行为习惯、如何培养孩子的逻辑思考能力等，而他们的主要途径是通过老一辈的经验学习或者按照自己的想法强加到孩子身上，存在的主要问题包括：
   1. 家长将自身的想法强加到孩子身上，不利于孩子自身兴趣的培养
   2. 容易引起孩子的逆反心理，不利于亲子关系
   3. 家长无法起到良好的榜样示范作用
2. 石家庄目前拥有的托育机构数量较少，全国排名前十的托育机构数量更少，0-3岁幼儿的教育资源匮乏，缺乏系统全面的托育教育体系。
3. 石家庄市拥有全国排名前十的幼儿园，3-6岁幼儿教育资源丰富；但是许多幼儿家长对幼儿园教育缺乏正确认识，认为孩子在幼儿园学到的知识越来越多，幼儿园就越好，教师的水平就越高，这就将幼儿教育和小学教育混为一谈了。
4. 当孩子面临幼小衔接阶段，许多家长认为幼儿园所学的知识不能满足孩子上小学所必需的基础知识，所以重新在外面寻找培训机构，为孩子上一个好的小学做准备。
5. 外面的幼小衔接培训机构缺乏规范的市场秩序，只专门的针对家长的‘提升孩子知识储备’这一需求，缺乏科学、合理的教育方法。

# 产品愿景和商业机会

**定位：**我们要打造这样的一个幼儿保教综合性线上平台，让家长科学育儿，让幼教机构实施科学保教，同时我们发现的问题也可以及时与教育部门沟通，与学前教育学者共同商讨，为了0-6岁幼儿拥有更好更健康的明天而努力**。**

**商业机会：**

* + 用户群主要是家长和幼教机构；
  + 利用提供幼儿保教在线服务平台，提供幼儿保教相关的课程，让家长或者幼教机构有更好的学习平台
  + 针对0-3，3-6岁，这两个阶段，我们提供了不同阶段的课程或者保教服务

**商业模式**

* 商家入驻
* 店铺广告及商品推荐

# 用户分析

本幼儿保教在线平台主要服务两类用户：

* 家长
  + 愿望：能对0-6岁的幼儿有正确的保教方法
  + 消费观念：方便，课程便宜或者是部分课程免费；
  + 条件要求：有0-6的小宝宝的家长或者是幼教机构
  + 计算机能力：能使用手机，上网
* 某商家（简称商家）。
  + 痛处：传统的销售渠道已饱和、竞争激烈、受新兴电子商务冲击大，商品的流动和更新周期较长（压货、现金流受限）；
  + 计算机能力：很一般，尤其不熟悉互联网和电子商务，无法利于其扩大销售渠道；
  + 优势：丰富的课程资源，拥有成熟的课程资源或者教具供货渠道，可以提供绝对高性价比的课程。

# 技术分析

采用的技术架构

以基于互联网的WEB应用方式提供服务。前端技术主要采用Html,CSS,Javascript Bootstrap、Ajax，React后端技术采用nodeJs体系，可免费快速完成开发；

平台

初步计划采用腾讯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家长或者幼教机构群体特征提供快速商品定位，同时支持灵活的课程推荐；

# 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，结合地方特点和用户特征，设计符合家长和幼儿机构的需求

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。

家长代表：对幼儿保教知识匮乏，没有太多的保教经验

商家代表：主要经营教具、课程开发

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；

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 | 家长认可度不高 | 没有足够对家长的吸引力 | 商业风险 |
| R2 | 商家参与度不高 | 商家对电子商务的了解不够、信心不足，及需要做一定的配合缺乏意愿 | 用户风险 |
| R3 | 无法实现实时更新课程 | 每隔一段时间就需要实时更新课程资源，没有获得最新的资源 | 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20万元推广成本，以后四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10万，第2年为20万，第3年为40万，第4年为80万，第5年为150万；

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 折现率 | 10% |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 汇总 |
| 成本 | 300000 | 100000 | 100000 | 100000 | 100000 |  |
| 折现因子 | 0.91 | 0.83 | 0.75 | 0.68 | 0.62 |  |
| 折现成本 | 273000 | 83000 | 75000 | 68000 | 62000 | 561000 |
| 累计成本 | 273000 | 356000 | 431000 | 499000 | 561000 |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
| 收益 | 100000 | 200000 | 400000 | 800000 | 1500000 |  |
| 折现因子 | 0.91 | 0.83 | 0.75 | 0.68 | 0.62 |  |
| 折现收益 | 91000 | 166000 | 300000 | 544000 | 930000 | 2031000 |
| 累计收益 | 91000 | 257000 | 557000 | 1101000 | 2031000 |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
| 折现收益-折现成本 | -182000 | 83000 | 225000 | 476000 | 868000 | 1470000 |
| 累计收益-累计成本 | -182000 | -99000 | 126000 | 602000 | 1470000 |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
| 净现值 | 1470000 |  |  |  |  |  |
| 投资收益率 | 262% |  |  |  |  |  |
| 投资回收期 | 第3年 |  |  |  |  |  |