**Let's go 产品构思**

# **问题描述**

1. 某省大量人口包括青年中年老人和孩子（至少10万以上）每年都有旅游踏青需求；而他们的主要计划途径是家庭周边的旅游社或者网上自行查找等，存在主要的问题包括：
   1. 选择不够丰富，不适合大众个性旅游的特点；
   2. 需要花费一定查找资料时间，缺乏便利性；
   3. 价格不是最低；
2. 某地拥有全国排名前十的旅游景点，景色优美、自在天然、价格低廉；目前主要面向周边城市，由于当地不具备计算机和互联网知识，所以很难独立开拓网络渠道，扩大人流量；
3. 目前大众已逐渐习惯网上搜索，通过携程等网站享受到了电子商务带来的便利，具备了充足的网络意识和习惯；这些成熟旅游网站尚存在如下不足：
   1. 各地旅游景点收集不够全面；
   2. 有额外的导游费用（部分免费券有使用限制）；
   3. 计划不清晰，没有行之有效的推荐目标，功利性较强；

# **产品愿景和商业机会**

**定位：**为广大人民群众计划更全面更具体的旅游方案，让民众玩的放心玩的开心；

**商业机会：**

* + 用户群主要定位于某地广大人民群众，资源主要定位于某市某旅游景点。消费群体和资源规模都足够大；
  + 利用当地景点价格优势以及环境优势，为群众提供低于其它渠道的价格和环境享受；
  + 利用信息优势，确保可以提供更多更详细的旅游计划，并且提供更多的选择；
  + 针对某地的地方特点及大众群体的旅游特点，提供贴心、及时、高效的推荐店家，景点，游玩场所等服务；

**商业模式**

* 广告费；
* 景点推荐排名；

# **用户分析**

本电子商务网站主要服务两类用户：

* 中年。
  + 愿望：有方便经济全面的旅游计划；
  + 消费观念：便宜、最好能有更好的体验；
  + 经济能力：经济独立但需要养家，不能承担太多的旅游经费；
  + 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：有较大的旅游欲望，现代人压力比较大，需要短期放松；
* 某旅游景点。
  + 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。；
  + 计算机能力：很一般，尤其不熟悉互联网和电子商务，无法利于其扩大渠道；
  + 优势：丰富的景点经营经验，拥有成熟的接待游客经验，可以提供绝对高性价比的门票，环境和安全都有保障；

# **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大众群体特征提供快速商品定位，同时支持灵活的商品推荐，比如节日、重要事件等；

# **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，设计符合广大人民群众旅游模式的产品。

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交易量及灵活变化的旅游计划展示的支持。

人民代表：有较多旅游经历的群众代表，帮助分析大众群体的旅游和消费特征；

景点代表：具有标志性的建筑，游客知名度较高；

**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 | 群众认可度不高 | 没有足够区别于已有旅游服务的吸引力 | 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 | 无法实现给用户提供更多更方便优惠的选择 | 需要收集大量资料，反复核对，与景点方商谈，计划出多条选择，并且考虑是否方便，是否最优惠，是否能提供更多的计划 | 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 |  |  |  |  |  |