食堂早知道 产品构思

# 问题描述

学校食堂作为广大学生的日常饮食场所，为学生提供了众多菜样选择，满足学生的饮食需求，丰富了学生的生活，相比于外卖和小餐馆，学校食堂更加保证食材新鲜健康以及价格合理。在日常起居、学习娱乐之余去食堂吃饭成为一种长久的校园文化，依然受广大学生欢迎。但是，每天学生都会遇到，不知道午饭要吃什么，排了好久的队窗口还有没有想吃的饭菜，种类或者菜量无法满足广大学生的需求的情况，对学生是一种时间和情感的浪费，食堂窗口每天会有一些饭菜大量剩余，是一种对粮食的浪费。

调查结果显示，大多数学生表示每天都会花费时间来犹豫选什么菜品，而每个窗口前长长的队伍会遮挡住菜品，这就使得选择变得更加不容易，认为食堂服务水平还有很大的提升空间，使食堂运转的更好，服务广大学生群体。对于食堂的菜品和更新周期的问题，广大同学认为目前食堂提供的菜肴品种应能满足同学们的需求，另一方面，有同学认为菜品的更新周期过长，不能满足自己的需要。

# 产品愿景和商业机会

**定位：**我们的APP旨在方便学生在线上预订午饭，投票选出自己想吃的菜品，评论反馈给食堂工作人员。

**商业机会：**

* + 用户群主要定位于某市大学、职技等学校在校生，消费群体货足够大；
  + 利用APP的便利优势，为学生减少犹豫的时间；
  + 增加学生到食堂购买的次数，提高食堂运转的效率，减少原材料的浪费；
  + 针对某市的地方特点及学生群体的特点，提供贴心、及时、高效的推荐菜品服务，提高学生对食堂的满意度；

**商业模式**

* 使用权；
* 广告；

# 用户分析

本APP主要服务两类用户：

* 在校大学生（简称学生）。
  + 愿望：可以在食堂便捷的选择菜品，越省时间越好；
  + 经济能力：有生活费额度限制，但一日三餐是最基本的要求；
  + 计算机能力：熟练上网和手机APP的使用；
* 某高校食堂（简称食堂）。
  + 痛处：菜品的更新周期过长，不能满足学生的需求；
  + 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：菜品物美价廉，有丰富的管理经验；

# 技术分析

采用的技术架构

以基于互联网的Android应用方式提供服务,可免费快速完成开发；

平台

初步计划采用阿里云平台支撑应用软件，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学生群体特征提供快速商品定位，同时支持灵活的菜品推荐，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，吸取已有手机APP的成熟经验，结合地方特点和用户特征，设计符合某大学生自取模式的产品。

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商品展示的支持。

学生代表：帮助分析学生群体的消费特征；

食堂代表：食堂的管理人员，帮助分析食堂需求、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 | 学生认可度不高 | 没有足够区别于已有外卖服务的吸引力 | 商业风险 |
| R2 | 人员不能及时到位 | 无法快速组建技术团队 | 人员风险 |
| R3 | 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 |  |  |  |  |  |