农选 产品构思

# 问题描述

1. 民以食为天，在我国成千上万的家庭中，每天都有丰富的食品原料采购需求，而他们的主要采购途径大多是家附近的小商店、超市等。其中存在的主要问题包括：
   1. 农产品种类不够丰富，可供选择和比较的机会不多，不适合人们的多样化、个性化购物特点；
   2. 需要在路途往返上花费一定的时间，缺乏便利性；
   3. 购买价格不是最低；
   4. 农产品来源广泛且不明，安全系数较低；
   5. 部分农产品滞销，导致新鲜度下降。
2. 我国拥有许多优质的中小农户商家，物品丰富、价格实惠、绿色安全；目前主要销售是面向传统的小批发商，由于中小农户商家不熟悉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. 目前人们已逐渐习惯网上购物，并且通过淘宝、京东等网上购物APP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。然而，这些较为成熟的网购软件尚存在如下不足：
   1. 送货时间限制，最快也要隔天到达；
   2. 产生额外的快递费用（部分免费用的有购物额限制）；
   3. 本地化和消费群体针对性不足，部分电商网站没有特别针对地域特色的深度服务，对于农产品的宣传力度很低。

# 产品愿景和商业机会

**定位：**1.帮助千万中小农户链接消费者，直供正宗当地商品

2.让农户不再愁销路

3.让消费者买到便宜，正宗的当地商品

**商业机会：**

* + 用户群体主要定位于全国各地区想要购买农产品的消费者，货源主要定位于全国各省市优质的中小农户。消费群体和货源规模都足够大；
  + 利用农户商品直销到消费者手里的途径，减少差价。利用此价格优势，吸引更多消费者；
  + 减少农产品腐烂变质损失；
  + 针对消费者所在地域，提供合适区域内的农产品，消费者可以自行选择；

**商业模式：**

* 特色产品
* 产品差价；
* 促销；
* 广告
* 服务
* 品牌塑造

# 用户分析

本电子商务软件主要服务两类用户：

* 购买商品者即消费者。
  + 愿望：买到实惠、绿色、健康的农产品；
  + 消费观念：物美价廉、希望买到的农户当地特色产品比自己在当地所买产品更优质；
  + 经济能力：一般担任家庭的衣食住行的开销，对农产品的消费需求和冲动消费潜力大，尤其是价格促销时；
  + 计算机能力：熟练上网和网购的普及度高；
* 中小农户商家（简称商家）。
  + 痛处：信息不灵，盲目跟风，市场信息的形成机制和传播手段落后，使农户缺少市场信息的指导，有时市场供应远远大于需求，广大农民遭受巨额损失。农产品交易手段单一，有时因天气，疫情等状况导致产品大量堆积；
  + 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：丰富的生产农产品经验，拥有特色的农产品，可以提供绝对高性价比的农产品，产品的丰富程度、以及农产品的质量都有保障；

# 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，早期拥有一年的免费使用体验，业务成熟后转向收费（价格较低）；

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获取本地群体购物特征，准确并快速提供商品定位，同时支持灵活的优质农产品推荐。

# 资源需求估计

人员

**消费者代表：**有较多购物经历的消费者代表，帮助分析大众群体的购物和消费特征。

**商家代表：**主要经营农产品的商家，帮助分析商家需求、期望等。

**技术人员：**

**（1）产品经理：**依据本产品的商业背景和定位，吸取已有电商平台的成熟经验，结合地方特点和用户特征，做好产品设计。在项目上线后，组织开发、测试、运营进行上线监控，并在项目稳定运营后移交产品运营。负责产品需求梳理，产品设计，文案等工作。根据产品需求，完成产品的策划和设计。

**（2）UI设计师：**根据本产品的需求，对产品的整体美术风格、交互设计、界面结构、操作流程等做出设计。负责项目中各种交互界面、图标、LOGO、按钮等相关元素的设计与制作;能积极与开发沟通，推进界面及交互设计的最终实现。

**（3）数据库架构师：**根据本产品的需求，负责数据库总体设计、关键技术研究和实现,提供满足业务需求的数据库领域设计方案,并负责数据库的搭建。负责维护数据库系统的稳定、高效、安全运行,参与数据架构规划设计,负责及时排除数据库故障,并对数据库进行持续性能优化。

**（4）服务端工程师：**根据产品的需求，进行服务器端功能的开发和维护。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。在产品开发过程中，配合APP/终端/测试团队，确保方案落地。分析和监控服务器运行状况，确保服务器可扩展性和稳定运行。

**（5）iOS/Android客户端工程师：**ios/Android开发工程师根据需求进行客户端软件的设计、开发和维护。与项目相关人员配合共同完成应用软件的开发设计工作。遵循软件开发流程，进行应用及人机界面软件模块的设计和实现。参与技术难题攻关、组织技术积累等工作。配合项目经理执行开发过程的技术管理工作。

**（6）测试工程师：**制定测试产品的测试计划、方案。设计并执行测试用例，对产品进行功能，性能，安全等测试。实施高效的测试活动，并对测试结果进行分析，给出专业报告，与其他部门门紧密协作，跟踪缺陷及推动及时修复。维护测试环境，进行测试环境的部署与调试。设计并且开发测试工具，对测试方法进行创新。

**（7）运维工程师：**对服务器进行日常维护，确保网络连续正常运行。配合数据分析、开发人员进行相关数据统计、参数配置、系统测试及系统监控;研究运维相关技术，根据系统需求制定运维技术方案。

**客服人员：** 在产品上线后，和用户进行及时沟通，对和用户沟通的内容准确、简洁的做好记录，具有独立处理客户投诉的能力。

**推广人员：**负责市场策划推广等方面的具体方向和实施方案的制定。制定市场策划与推广活动的预算及方案，并统一标准化落地执行，提升品牌形象以及拉动销售。进行市场调研与分析，研究同行、业界发展状况，掌握市场动态及流行趋势，熟悉市场状况并有独特见解。

资金

（1） 前期资金主要用于构建农产品网上销售平台搭建、测试等方面。（2）中期产品验证阶段前暂无需要。

（3） 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。

（4）后期资金用于相应的运营、维护。

设备

一台本地PC服务器、外接显示器。

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 | 电商行业产品数量庞大，行业内竞争力日趋激烈 | 响应国家政策下的高科技产业，如电子商务的积极引导,使得许多新的经营者大量转向网上销售行业，行业内的竞争更是日趋激烈，不少产品在市场占有率、品牌知名度等方面已经成熟,对新产品入市造成巨大冲击。目前产品特色性不够强，没有很好的突出自身产品的优势所在。 | 行业风险 |
| R2 | 商家参与度不高 | 目前国内农产品市场的无序化状态，人们习惯于传统运作方式和地方性保护,增加了农产品网上销售方案实施的难度。部分农产品商家对电子商务的了解不够、实操性不足、信任度不高，缺乏意愿。同时，随着市场变化节奏的加快，使经营者越来越难把握市场变动的脉波。 | 用户风险 |
| R3 | 农产品销售受气候环境影响严重 | 农作物受气候影响很大,如今年冬天南方大部分地区遭受雪灾，农作物遭受巨大损失，这样对相应的农产品销售、运输也有巨大影响。 | 经营风险 |
| R4 | 技术不足短时间内无法满足更高的要求 | 产品在开发过程中还存在技术上的不足，研发人员和市场要求的产品还有一段时间的磨合。而且，随着科技日新月异的发展,对公司技术人员的科研队伍提出了更高的要求。 | 技术风险 |
| R5 | 无法获得足够的推广费用 | 资金主要用于构建农产品网上销售平台搭建等方面。这虽然有很好的市场效益和其他综合资益，但由于本项目前瞻性强，涉及到方方面面的关系，可能会因多种不确定因素和不可预期因素的影响而延缓项目的构建进程。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 |  |  |  |  |  |