# 产品构思

**问题描述：**

1. 某市大量青中老年（至少10万以上）每年有体检的需求；而他们的主要体检途径是自己去医院、公司组织或报团体检
2. 、自己去医院、公司组织或报团体检，存在主要的问题包括：
   1. 体检套餐可能已经固定，可选择机会不多，不适合每个人的身体实际情况
   2. 报团体检，一些商家可能提供一些华而不实的体检项目，；
3. 目前人们已逐渐习惯网上获取信息，通过知乎、百度知道等平台，询问自己遇到的健康问题，但是这些平台有一下问题
   1. 回答问题的人不是专业医生；
   2. 不正确的回答，可能回延误病情，或者夸大病情让人心里产生压力；

**产品愿景和商业机会**

**定位：**

随着社会的快速发展，越来越多的人关注健康，因此本公司推出的优检app，可以为二十岁以上的男性和女性提供合理科学的体检方案。本公司以引领健康时尚为己任，以中华各名族医学为基础，运用跨学科技术为顾客第一时间提供高品质产品、服务于思想。

**商业机会：**

◎ 优检app主要服务于二十岁以上的男性和女性，不仅是因为现在许多的病越来越年轻化，更是因为许多年轻人作息和饮食不规律。因此，优检可以根据他们的身体情况为他们提供合理的、科学的体检项目，能给客户明确的指导。消费群体规模足够大。

◎ 优检app可以为客户和医生提供交流的平台，优检app上标注了许多医院的优秀体检项目以及许多健康方面的医生顾问，客户可以提前向顾问了解情况，并且预约体检项目，这避免了客户盲目地去做体检项目。人力资源规模足够大。

◎ 优检app可以为客户提供商城，这个商城主要陈列一些帮助睡眠并且价格优惠的保健品，优检安app可以根据客户身体状况推荐保健品，客户也可以自行购买，因此，客户多了许多的选择。货源规模足够大。

◎ 去年的疫情让国家越来越重视国民的健康，并且随之制定出了许多政策，因此，可以从中看出，优检有很大的发展空间以及极高的商业价值。本公司秉着诚信的原则推出的优检不仅可以带领健康的时尚潮流，还可以成为本行业中的独秀，更能给客户带来很好的体验。

**商业模式：**

● 优检app广告以及商品推荐竞价排名。

● 体检方案

● 医院资源

**用户分析：**

优检主要服务两类用户：

* 客户
  + 愿望：能时时监测到自身的身体情况，能够得到优质的体检服务，节约不必要的开销；
  + 消费观念：支出必要的体检费用，减少不必要的体检支出；
  + 经济能力：不同的客户有不同的消费水平；
  + 计算机能力：大部分懂得最基本的操作；
* 医院。
  + 痛处：有些病房位置不够或者患者无力支付住院费；
  + 计算机能力：懂得基本的操作；

优势：能够方便检测患者的身体情况，尽早的做急救准备，避免错过最佳时期，能够让来体检的

**技术分析：**

采用的技术架构

１、用户管理

实现用户管理的连续性动态管理、体检协议管理的服务，根据体检协议实现单位体检套餐和收费标准的灵活自定义。

２、体检登记服务

可以方便快捷的对散户、预约客户的体检诉求予以快速登记响应，建立可溯源的连续性动态档案，根据用户费用结算情况可实现预付费与后付费控制。

３、身份识别服务

利用二代身份证对接实现受检者基本信息的快速读入，对于特殊用户提供智能摄像功能。

４、全程跟踪服务

对于受检者健康体检全过程实现智能跟踪，有效避免漏检、缺检情况的发生，保证与单位和个人实现有效快速及时的沟通，体现服务品质。

５、导检服务

登记完成后系统提供导检单的打印，体检全流程均采用导检条码实现受检者快速定位和快速检查。对于团队体检服务，系统提供导检预打印和快速发放服务功能。

平台

（一）主检平台

1、综合受检者本次全部档案和历史档案，实现有重点、多层次的分析，以保证主检结论的合理性。

2、丰富的主检结论提供医生快速定位和选择，并能够智能生成匹配的保健建议。

3、实现不同受检人群的分类主检，提高主检速度与质量。

（二）系统配置平台

1、系统用户自主修改登陆口令。

2、用户可自定体检岗位和项目。

3、系统可实现对检查医生的资质范围质控。

4、系统实现应急绿色通道，可实现特殊情况下对相关档案的快速、日志和受控调整，有效防止随意或恶意修改和实现工作需要的平衡。

5、具有完善的个体、团体收费结算配置功能，支持各种折扣额度处理，具备强大的业务科室业务量分类统计功能配置。

（三）查询统计平台

系统提供丰富的查询报表，并可导出excel等文件格式保存，例如：分项目工作量统计 ，分岗位工作量统计 ，分科室工作量统计，分单位受检情况统计，个人健康档案查询，体检不合格情况统计等，可根据用户需要进行相关查询统计的。

人员与硬件的支持

1、专科医师通过扫描导检单条形码的方式快速定位受检者，根据计算机智能提醒确认身份和检查。

2、规范描述模板提高报告质量，智能化历史档案匹配提醒，异常值、临界值的重点提醒，保证体检质量和服务品质。

3、提供项目默认结果和模板选择减少医务人员录入工作量，同时规范不同专科的检查结论，保证报告质量。

4、工作量和受检人员检索，有效明确专科医生的服务目标。

5、支持与相关型号体检设备仪器的对接，在保证质量的前提下提高服务速度。

技术难点

1、系统根据本项目内容，提供HIS、LIS、PACS、心电系统的对接解决方案和接口标准，并积极配合相关系统的对接调试。

2、系统应符合医院现有的退管中心退休工人体检业务的相关要求实现各项数据统计和上报。

**资源需求评估：**

人员

项目经理：为项目和产品的目标负责，依据项目管理计划管理和监控项目

需求专家：完成产品的需求收集

设计专家：完成产品的架构设计、模块设计

开发人员： 完成自己所负责的模块开发和单元测试

UI专家： 完成界面设计

质量专家：确保软件质量

测试人员：完成自己所负责的测试工作

医学专家：提供专业的医学指导

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；

**风险估计：**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **编号** | **事件描述** | **根本原因** | **类型** |
| R1 | 项目竞争实力不够 | 目前很多体检项目都是在线下进行，加之很多医院进行推销他们的体检套餐，造成我们的项目无法与线下市场竞争的风险 | 商业竞争风险 |
| R2 | 软件的知名度太小 | 目前人们对于体检的了解度过少，在市场上这类软件非常少，很多人都不在意这个体检项目，造成软件开发后，没有用户的风险 | 用户风险 |
| R3 | 市场定位不明确，产品未规划全面 | 在项目开发的各个阶段，没有做好市场调查，形成准确的市场定位，造成没有将项目准确的推广给需要我们“优检”的人，造成资源流失，增加成本的风险 | 定位和产品规划风险 |
| R4 | 项目开发后无代言人，没有形象包装 | 项目价值的最终体现，要超越市场上的竞争对手，在于销售过程中的成功形象包装。在推广过程中我们公司的形象存在没有好的代言人的风险。 | 形象包装风险 |
| R5 | 无法获得足够的推广费用 | 项目开发完成后，存在没有投资人参与我们项目，没有资金使软件无法进入市场的风险 | 项目资金风险 |
| R6 | 未考虑软件维护工作 | 软件开发完成后，对于出现的bug没有及时检查与维护，造成用户投诉或用户不在使用我们的软件的风险 | 软件开发后维护风险 |
| R7 | 人员不足 | 项目成立后，无法招聘到足够的人员组建团队 | 人员风险 |

**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 |  |  |  |  |  |