ShareMate社交分享商城 产品构思

# 问题描述

1. 很多年轻人都愿意去完全陌生的城市旅游，在旅行之前他们需要在各种网站上进行相关信息的搜索，在网上搜索得来的信息存在如下主要的信息：
2. 只能得到一些官方的信息，没有提供去游玩过的旅客的真实感受，对制定旅游攻略的帮助很小
3. 从网上搜寻的信息过于庞大，需要逐一的进行筛选，并辨别信息的真假，耗时较长
4. 关于一些比较小众的旅游景点的信息有限，不能满足一些想去小众旅游景点的年轻人的需求
5. 在当代互联网时代，越来越多的用户社交平台活跃在市场上，越来越多的年轻人愿意在社交平台上分享自己的生活，但是这些社交平台仍然存在着些许的不足：
6. 对用户群体针对性不足，没有对用户的分享内容进行细致的分类，使得用户无法快速的得到有效信息
7. 分享的形式普遍是以文字与照片的形式进行解释说明，太过平面，不能确保真实性

# 产品愿景和商业机会

**定位：**为年轻人提供分享生活的平台，该平台也是年轻人获取自己感兴趣的新鲜事物的一个渠道，同时他们也可以通过该平台结识到与自己爱好相投的朋友，分享彼此的生活；

**商业机会：**

1. 用户群体定位于年轻人以及中年群体，跨度大，用户流量都足够大
2. 利用私人订制的概念，为用户群体提供专属的分享平台
3. 利用该平台的交互性和相互性，年轻的用户群体可以通过平台获取到各种新鲜事物以及自己感兴趣的领域的最新资讯
4. 针对用户的特点，为用户提供高效的推荐商品以及不同品牌的价格比对等服务

**商业模式：**

1. 用户申请店铺收取的费用
2. 品牌商品广告
3. 用户发布笔记的推广费用
4. 用户加入会员的每月会员费

# 用户分析

**本分享平台主要服务三类用户：**

1. **分享自己生活的用户**
2. 愿望:可以将自己生活中的经历分享给陌生人，平台的操作越简单越好
3. 智能手机能力：能够熟练的操作手机，对新鲜事物的学习能力非常强，智能手机的普及度非常的高
4. 分享观念：有想要分享生活的意愿，愿意和他人互相交流沟通
5. 其他特性：能够在各种平台上获取到自己想要的讯息
6. **消费者**
7. 愿望：能够通过该平台选购到正规的商品
8. 消费观念：物美价廉，购买到真正的自己需要的或者是感兴趣的物品
9. 经济能力：没有太多的消费限制，由于面向群体的广泛，其中女性消费者占比更重，消费需求和冲动消费潜力大
10. 其他：有较多的购物特性
11. **品牌商家**
12. 痛处：实体店这种传统的销售渠道受到各种新兴的电商平台的冲击，门店的各种费用给品牌商家造成了一定的压力，海外商品无法通过正规渠道进口
13. 优势：具有一批稳定的用户群体，正规品牌商家对商品的质量能够有保障，商品的丰富程度都有保障

# 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。安卓客户端技术主要采用MVC框架，各种android应用框架，登录注册采用第三方接口，实现验证码登录；后端技术采用Servlet进行服务器端开发，Json进行客户端与的数据传输及解析，可免费快速完成开发；

平台

早期计划使用阿里云提供的服务器以满足过于庞大的数据吞吐量以及吞吐量，同时后台还需要服务器存贮数据库，每年需要交纳使用费

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

技术难点在于精准的定位用户的行为，分析用户的数据，为用户推送用户感兴趣的；同时后期还需要支持用户通过拍摄视频分享生活

# 资源需求估计

**人员**

1.产品经理：依据产品的定位以及对用户的需求分析，吸取已有电商平台和交互社区软件的成熟经验，设计出能够满足用户愿景的产品

2.Scrum大师：需要对整个项目的进度进行把控，将Scrum敏捷的设计模式贯穿于整个项目，协调团队间的氛围，激励团队成员

3.IT技术家：能够利用自己的技术专长，快速架构，进行编码实现产品，同时确保对未来产品的迭代，以及包含对产品进行测试的开发人员

4.市场调研人员：需要进行充分的贴近市场进行调研，挖掘出用户(软件使用者)的深层次需求

**资金**

产品开发阶段需要资金购买各种服务器。完成产品开发后。需要大量的资金进行宣传和推广，以及引进品牌商家

**设备**

六台PC端进行产品的开发；至少两台后端服务器

**设施**

固定的工作场地

# 风险分析

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **编号** | **事件描述** | **根本原因** | **类型** |
| R1 | 品牌商家引进难度较高 | 市场中电商平台泛滥，该平台缺乏一定的竞争力和资源，无法博得品牌商家的注意以及信任 | 商业风险 |
| R2 | 用户量达不到预期值 | 互联网行业发展迅速，越来越多的用户社交平台活跃在市场上，对于一个年轻的社交平台，用户可能不会一下子就接受 | 用户风险 |
| R3 | 人员不能及时到位 | 无法快速组建技术团队 | 人员风险 |
| R4 | 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 |  |  |  |  |  |