互联网+bp

规则

·落地、尽量做app、卖产品

·前期调研做好、bp的数据

·紧跟时代

·个性化

一、项目概要

1.1项目背景

关键词：

**快时尚抛弃模式**：体现目标群体、想要设计、不环保

**3D打印**：材料、抽象特点阐述个人内心、方式可设计、可回收、环保

**大数据：**利用点击丰富用户画像，模型库推荐出更适合

时尚首饰作为提升个人品味、彰显个人特点的体现深受青年人的喜爱，具有广泛的市场前景和受众群体。但现有品牌和平台大多提供仅有的选择样式，缺乏对消费者个人特点的考量，导致首饰仅仅停留于潮流趋势的体现，并无更多其他价值和个人意识的体现，所以并无长期持有趋势。所以往往首饰等时尚配件都是作为快消品，并且由于快消品其更新速度快、容易消耗等特点，这些时尚饰品仅仅在于满足人们追赶潮流的目的，由于其更新速度之快，消费者的喜新厌旧的情绪主导，使得其使用过程中的过时等原因造成的丢弃行为造成很大的浪费和环境污染。本项目意旨在提供以核心创意团队为主导的融合私人定制和分享的APP为产品，融合环保新材料的3D打印技术，提供私人首饰定制服务。我们的公司设计的产品以私人化个性定制为核心特点，融合3D打印技术将设计实现，为每件首饰赋予独特的个人色彩属性以此具有特殊意义而利于长期持有佩戴。通过平台为有个性化服务需求的消费者创造私人定制服务条件，将新材料和环保理念进行推广和应用，在降低消费者购买的费用的同时做到社会微循环以此践行环保理念，最终满足公司盈利的基础上，彰显企业社会效益。未来，也将为更多独立设计师群体提供更多展示就业平台，支持原创精神，为中国构建自主的环保标准助力。

1.2 行业痛点

目前市场上首饰的现状是人们追求时尚与潮流的更替使得首饰饰品作为一种快消品消费，即持有周期较短，而随着日新月异的潮流趋势，首饰佩戴者便为了更随时尚的步伐而丢弃过时的首饰选择重新购入新潮的饰品。且大多数快时尚首饰采取的材料为非贵金属，以塑料和合金等材质，在开采矿物和将首饰由设计转化为商品的中间过程中会消耗大量能源并产生许多污染副产物。而且快时尚饰品的材质回收成本高不易回收，所以随着饰品的生产和抛弃量的增多会造成更多的污染产生，带来严重的环境污染。

1.3 背景调研（每个问题下配合适的统计图图片，如：条形图、折线图、饼图、玫瑰图等）

Q1：您的性别？

项目主要通过问卷调研的方式对现有的首饰市场进行调研。通过问卷结果，首饰饰品的用户群体主要集中于以女性为主占据70%，而随着时尚概念的普及化和对于时尚追求的潮流，包括《潮流合伙人》、《妈妈，你真好看》等热播综艺对时尚概念的宣传，以及得益于网络对时尚资讯的传播和共享，可以发现男性用户的群体也占据了大约30%的份额，并且结合现有首饰市场售卖的调研情况，我们发现男性饰品的比例也在不断攀升，并且无性别首饰的设计逐渐增多，认可度和销量也呈现增长态势。

Q2：您的年龄？

问卷的收集对象主要集中在“18-25“岁的年轻大学生群体，说明对首饰的需求叫多集中于青年群体，主要以在校大学生为主，原因在于大学生群体对于新鲜事物的接受度较高，并且热衷于展现自己的特点特性，而首饰作为一种象征的符号语言便很好地满足了这些需求。

Q3：您购买潮流饰品的频率？

调研数据显示调查者中大多数的首饰购买习惯为中等频率，符合首饰购买群体为大学生的身份，大学生群体通常没有独立稳定的收入来源，所以其购买习惯仍集中于中等水平，而无法达到经常购买的级别。而首饰作为点缀性物品更受个人心情的主观因素影响较大，而主观态度又和潮流趋势联系紧密，过时物品更容易出现“喜新厌旧”的情绪而被抛弃的几率增大。另外，潮流更替存在一定的时期特点，所以对应的首饰也存在一定的间隔期，购买频率很少出现频繁的程度。

Q4：您购买首饰的单笔最大接受程度？

通过问卷的调研，受访者对购买首饰的最大接受程度在单笔500元左右占大多数，也对应了大学生群体的消费能力，同时很好地诠释了当下“快时尚”的概念，售价太低的金额对应了质量不行，设计性不强；而太高的金额又受限于舒适设计之外的饰品材质价格，比如贵金属打造。而价格适中的饰品可以满足融合设计理念下具有一定质感的饰品而避免产生“廉价质感”。

Q5：购买时最为关注的因素？A. 款式 B. 价格 C. 材质 D. 品牌

由结果显示，首饰购买者对于其款式的重要性排在首位，其次是价格，品牌，最后是材质。通过分析，材质和品牌极大影响了价格，由于贵金属材质的本身价格高且因为其稀缺性和本身具有价值，导致了贵金属饰品的价格会高；而世界知名一线大牌本身具有品牌溢价，所以品牌会提升价格。而快时尚首饰佩戴者购买的主要出发点在于喜欢程度，所以极大导致了由主观情绪引导的消费行为。而主观情绪主要受到收拾的款式所引导，“一见钟情”的眼缘感觉在引导消费中占据绝大的成分。若价格在考虑范围内，款式的新颖和吸引力便极度促成买卖双方的交易成交。所以，在不考虑材质和价格的情况下，加大了购买到款式出众的饰品概率。所以，以大学生为群体的饰品消费者便将注意力集中在首饰的设计上，也将首饰作为个性化彰显和符号功能等作用的体现，其他的因素便相较于设计因素吸引力较弱。

Q6：您通常的购买渠道？

调研结果与传统设想一致。首饰作为一种佩戴穿搭配饰，往往通过线下实体的消费占主流，而线上购买的有点主要集中于价格优惠，比较多样。但是其最主要的缺点是无法亲身体验上身佩戴，所以考虑到顾客感受，不如线下实体店效果更好。所以选择线下购买的人更多。

Q7: 已购买首饰的保存期限？

选择长期保留并持有的人数较少，主要原因为由于首饰本身的材质不像贵金属不利于保存而处于稳定状态，同时因为首饰具有表达当下潮流观点态度的功能，所以当流行首饰被换下，非具有一般意义的收拾往往难再此佩戴，最终成为闲置。另外，快时尚首饰由于材质原因，或许使用寿命较短，当外形受损或佩戴者主观不喜欢情绪的引导，丢弃的概率极大增加。最后，如调研结果显示，长期持有的人数比例最少。

Q8: 您对3D打印技术了解吗？

问卷中显示选择3D打印技术不了解的受访者占据大多数，表明3D打印仍处于未走进生活应用的阶段，同时人们对于3D打印的不了解也说明了3D技术在日趋成熟的情况下，存在市场蓝海，有待进一步打开和拓展来赚取利润的可能性。传统观点存在将3D打印仅仅和工业元器件联系起来，科技的进步使得3D打印材质的应用越来越多元化使得打印生活中的饰品已经完全可以实现并应用，但是现阶段存在顾客群体对3D打印的不了解而造成的信息不充分和产成品较少的局面。

Q9：您对于3D打印的饰品有所了解吗？

由统计结果的条形图显示，极少数受访者仅仅听说过3D打印饰品，而大部分集中在没有听说过3D打印饰品的层面。此数据结果说明了对于3D打印饰品对于非专业人士仍处于新奇的阶段，甚至没有听说过的群体占据多数，所以我们公司的产品在融合3D打印技术和艺术设计元素在当下仍具有较高的创新性。

1. 产品与服务（按书上来，多写

2.1产品简介

是一个app设计平台

2.2主要产品介绍

1. 提供设计功能、个性化定制（工作室模式帮忙设计/单纯设计师定制艺设工艺美术珠宝设计专业（介绍 那

输入一段字大数据AI直接形成饰品（基础模型设计师已经设计好）、我们的优势、个性化

1. 分享的论坛

app怎么用、我们的优势、收集数据、营销好处

1. 回收/以旧换新

环保、促进销售额

2.3产品市场竞争力

1. 产品竞争优势

大数据分析、个性化抽象定制、环保、生产周期短、可以根据消费者消费水平选择材料适应其需求（差异化战略）

1. 竞争对手对比分析

2.4产品研究和开发过程（计算机）

app的1.0/2.0 那 代码架构

2.5产品成本分析（材料、人工、

1. app设计、运营、维护成本
2. 饰品设计师团队成本、
3. 回收成本

三、行业与市场

3.1目标市场定位

3D打印饰品定制平台的需求主要集中在互联网中追求时尚的年轻人这一目标群体，因为这一群体，因为这一群体文化程度较高，学习能力强，容易接受新鲜事物且喜欢追求独特的风格和自我个性化，对手机的依赖程度高，便于被推广，是3D饰品定制产品的主要受众。

3.2市场特征及发展前景

1. 市场特征（现状）

消费者需求多样，追求个性化，同时定制平台需要与消费者进行多次磋商，产品质量难以评判。

随着经济的发展，人们的消费水平不断提高，通过调查发现，2020年Z世代消费者群体占到了饰品销售的40%，消费者对于饰品的关注点从品牌和材质上更多的转移到了款式和价格。随着3D打印技术的成熟，3D打印饰品进入人们的视野，制作的低成本和可定制化能够满足消费者的需求，行业开始快速发展，中小型定制工作室开始逐渐进入市场，但也同时导致了目前市场没有统一的行业准则与评判标准，较为混乱。

1. 发展前景

Z世代消费者的消费能力日益增强，饰品行业的竞争也在呈现一种全新的业态，随着饰品材质制作工艺的不断迭代升级、3D打印技术的成熟以及工业 4.0 时代的到来，在过去只能小规模操作或是极少数人群能享受到的个性化饰品定制也开启了新一轮升级，将互联网大数据、3D打印与饰品定制相结合，这种针对大规模人群的低价、可回收定制手段有很大潜力在饰品定制这个新战场总分得一块“蛋糕”。

3.3市场细分

**低收入的学生群体：**多数为大学生，平均月消费1500 元，每月有父母提供的固定的生活费

且具有一定的打工能力，消费主要依靠父母和自己每月的存款，消费能力较低，但消费欲望

强且消费频率高，将饰品看作消耗品。并且喜欢突出自己的品味与个性，追求与众不同。作为学生，在校园中接触的同龄人很多，也会有很多校园活动参加，可以起到很好的口碑推广作用，虽然消费能力低，但是易于宣传，并且可以采用大学生优惠等方法刺激消费，是潜在的主要消费人群。

**中高收入的年轻人：**有固定的收入和新潮的消费观，具有较强的消费能力和消费欲望，容易接受新生事物，对产品款式的要求高。但由于工作环境的限制，口碑宣传的效率较低，只适用于互联网中的广告宣传，宣传成本较高，是主要的消费人群。可开设产品订制俱乐部供客户进行产品的后期保养，吸引同样爱好的客户，交流想法，刺激需求，同时也可以增加了与客户的交流渠道，将最新的产品信息传递到客户手中。

3.4现有市场容量

据分析师预测，到2023年，3D打印珠宝市场的复合年增长率将超过26%，这表明3D打印饰品市场的未来发展空间的确十分巨大，饰品制造商也会面临获利的新机遇。

3.5市场需求及发展预测

3D打印饰品生产可以将消费者的购买对象由实体转化为数据，数字化软件使设计师的门槛降低，消费者自身转变为设计师，可以自行设计并具有生产能力。同时消费者对于品牌重视程度削弱，饰品定制材料的局限性也会被打破，可以预见，随着3D打印技术的发展未来的饰品设计将会由大规模生产转向私人定制，消费者自己制作的个性化饰品将会是未来饰品生产的主流，市场前景广阔。

1. 营销计划
2. 公司管理
3. 财务计划
4. 风险控制
5. 资本退出