创业管理个人作业1

创业想法：做一个精准对接城市和城市周边乡村资源的APP。

对产品的描述：

一、产品功能

在乡村端：

1.收集该乡村优质农产品信息，并在APP上发布，内容包括该产品的培育过程，培育信息（包括当地适合该农作物的自然条件，培养的绿色性等等），并提供该产品的购买服务，保证“指定原产地”“新鲜”“优质”，把每个乡村的优质和一般产品形成差异化。

2.收集该乡村的优质休闲旅游信息，并协助乡村利用当地自然人文条件创造优质旅游休闲产品，包括“特色民宿”“特色美食”“特色民宿”“特色艺术产品”“特色农产品培育参观”等等。然后将这些信息和旅游休闲体验写成文章，在APP上发布，让城市人的周末休闲，短期郊游有一个好的去处。同时我们提供这些产品的一些预订服务。特色是“城市周边”“短耗时”“闲暇体验”。

在城市端：

为城市居民提供周边乡村实时且详细的产品、文旅、娱乐信息，并为期提供相互交流、评论的社区，定期邀请该市居民进行体验并撰写体验感受，让城市居民对本市周边的乡村资源拥有更多了解，并且为其提供消费和体验的购买和预订途径。

二、产品价值

（一）产品创新

创新点1：扩展平价优质的农产品市场。

在平价农产品市场，存在劣币驱逐良币的现象：许多“挂名产地”的农产品混迹市场。比如市场上存在很多“爱媛38号”橙其实并不产自四川爱媛基地，而是移植到其他地方产出的。但事实上产地对农产品品质影响很大。但消费者无法区分其是否为四川原产地，因而会选择会逆向选择便宜的产品，最终造成“劣币驱逐良币”的后果。

在优质农产品市场，销售商多为高档零售店，例如Waitrose等。这些零售店面向高端客户，愿意不远万里空运新鲜农产品，全程冷链运输，使用高成本的保鲜储存设备，并且为了保证新鲜，农产品丢弃率极高。并且他们要求不菲的溢价。如此高成本和溢价模式导致了这些优质农产品的价格远远高于一般城市居民的承受水平。

我们的APP通过直接对接每一个乡村，保证出售的农产品为原产地，新鲜采摘运送，极大减少了中间成本。同时我们欢迎附近城市居民来到乡村直接购买或采摘，并出售这类服务，保证产品为原产地，绿色健康的产品。通过这种途径，扩展出平价优质的农产品市场。

创新点2：周末休闲郊游产品。

对于城市居民来说，现在的旅游产品大多瞄准已经成名的旅游地点，出门旅游是一件高开销，高耗时，高成本的决策。而一般城市居民的周末休闲，大多只能选择本市内的一些旅游景点或者公园，难以获得深入的休闲旅游体验。对于乡村居民来说，许多乡村有丰富的自然景观资源和人文景观资源，许多乡村有世代传承的工艺、美食，也有很多艺术家喜欢在乡村里创作。同时，乡村里的闲置住所相当多。但是由于信息不对称和无人管理，这些资源很难商业化，成为乡村居民的收入来源。我们的APP一方面把信息对称起来，把这些乡村优质的文旅资源整合并发布，让城市居民的周末有另一个好的去处。另一方面我们协助乡村居民把这些资源商业化起来，把闲置的房屋改造成民宿，把传统工艺、文化创作变成文旅产品，利用当地特色美食开设餐厅等等。同时我们提供城市居民预订出行的服务，让城市居民能方便规划行程，利用短假期或周末来一次轻松的深度旅游体验，探索周边乡村。

（二）目标客户

如上所述，我们的目标客户主要是拥有一定农产品资源和文旅资源的乡村和其周边的城市居民。其中乡村居民提供产品和服务，获取收入；城市居民能平价购买到优质农产品，进行短期文旅体验。

三、实施需要与难题

1.我们需要取得乡村居民的同意与配合。进行文旅改造势必要改变乡村传统的生产生活习惯，而且耗资不菲，想要说服乡村居民进行文旅改造不是一件容易的事情。如果不能取得绝大多数乡村居民的同意，开展会很困难，也难以保证城市居民获得好的体验。

2.乡村的服务业不发达，一方面可能会有部分服务缺失，另一方面服务质量不好保证，需要进行服务培训。

3.较大的前期耗资。作为平台型产品，网络效应非常明显，前期使用人数比较少，需要大额的折扣补贴吸引目标客户加入，并且在各个平台进行推广。如果经费不能支持到产生足够的网络效应，很可能还没开始赚钱就没有现金流了。

4.其他大企业进入参与竞争的可能。尽管目前来说市场上没有这样的产品，但是一旦我们的APP初见成效，资金丰富的大企业很肯能会涌入竞争。缺乏经验、资金、优秀技术，尽管占据了先驱者优势，但很可能仍然无法与大企业竞争。