**创业管理 个人作业1**

* **产品描述：**以服装定制为核心功能，用户可以在app中选择服装版型、面料、色泽，并且通过app内置的功能自定义服装花饰（将自定义花饰功能区分为普通版本和专业版本，普通版本采用类似游戏的diy选项功能，专业版本采取专业的服装设计工具），将diy成品存入虚拟衣橱，可以选择付费将diy产品实体化购入。同时，app内由服装穿搭社区，用户以自己的衣橱为基点，可以关注、点赞、分享其他“设计师”的衣橱，被大量点赞的设计产品将纳入热门榜单，以月为单位，将榜单前列的产品批量生产销售，并向原创设计师进行销售分成。此外，用户还可以在app中就穿搭问题进行讨论，平台社区会邀请专业设计师开展小课堂，进一步提高dau数据，同时提供知识付费可能。
* **产品创新：**当下主要的网络服装社区功能体现为服装分享、穿搭建议等以内容为主的社交流量玩法，主要变现方法为外部链接或者自营交易平台，通过广告和销售分成或销售利赚取收益。对于定制服装和服装DIY功能，主要现有产品形态集中为大批量文化衫定制（T社）以及自营店铺，二者在定制质量、定制化程度上均难以达到高品质要求，同时，此类产品以单纯的销售行为作为盈利点，缺乏流量拉新获客渠道。我们的产品将服装文化社区和高度自由化的diy定制结合，以服装diy为基本单元，实现服装文化分享、社区社交、服装销售等功能，在市场扩散和产品盈利两个方面实现突破性进步。此外，将游戏类玩法与服装设计相结合，分层满足普通消费者和专业设计师的功能需求，进一步扩大产品适用范围，实现社交裂变传播。
* **目标客户：**目标客户群体为年龄范围为17~30的青年人群体，集中表现为追逐潮流文化、强调自我表达、追求小众文化认同的年轻人。这里提供三类典型的用户画像：
  + A：20岁，男性，大学生，计算机相关专业，二次元动漫爱好者，希望购买二次元相关服装，但是对价格较为敏感；
  + B：27岁，女性，服装设计师，希望创立自己的服装品牌，但是缺乏启动资金；
  + C：24岁，男性，上班族，时尚达人，希望购买到独一无二的潮流服装；
* **创造什么价值：**我们的产品主要创造了两类价值。首先，对于有服装设计需求的用户来讲，我们提供了简单易操作的服装设计功能，极大地降低了服装设计的入门门槛，同时，对于专业设计师，我们提供了一个简易的创业平台，便于设计师创建自己的品牌，招揽早期消费者。同时，对于有diy服装购买需求的用户而言，我们可以实现高质量、低价格的服装供给，极小化品牌溢价，满足消费者对于潮流文化认同产品购买的需求。
* **实施中的关键问题：**
  + 供应链和成本控制问题。对于小批量diy而言，如果要实现高质量定制，往往需要较高成本的制作费用，同时，对于大规模服装产业链而言，供给小批量产品无法产生规模效益，导致成本进一步攀升。对于服装产业链，各个环节较为集中，地理分布较为分散，产品生产的时间成本和金钱成本较高；
  + DIY过程中可能出现的侵权问题以及非法信息问题。消费者将自己定制的图案进行实体化的过程中，可能会误用或刻意侵权其他知识产权，由此产生的法律纠纷在所难免，同时，高度自由化的定制可能会招徕非法信息，例如反动、歧视等内容；
  + 培养消费者消费习惯需要成本较高。定制化服装由于需要消费者投入时间成本，且质量更加不稳定，供应时间长等要素，与传统的服装销售存在较大差异，所以在前期扩展市场的过程中存在较大阻力。