华服轩项目 产品构思

# 问题描述

1、学校里、社会上等许多人会穿古代衣服，想向其他人分享关于古代方面的内容，了解古代的衣服、首饰等，而他们实现这些功能的主要途径是在一些视频平台发布分享自己的动态或者上网查询相关内容。存在的问题包括：

1）没有专门的平台供古代服饰爱好者使用；

2）国外友人想要了解中国古代服饰特点时途径太少，通过搜索的方式查到的数据不够全面；

3）不易找到志同道合的友人分享；

4）不易发现和了解其他朝代的服饰特点，了解到的古代服饰的内容有局限性；

5）缺乏一定的仪式感，如没有模拟古代人写信的功能；

2、专门做古代服饰的店铺手艺好，衣服样式多，款式丰富；开设网店也主要是开设在在淘宝、拼多多等大型杂类购物平台，而他们的在这些平台上的店铺容易被现代服饰店铺分流，与竞争力大。

3、目前基本上许多人都离不开手机和网络，通过网络和手机获取信息、网购的情况也越来越普遍。

# 产品愿景和商业机会

**定位：**为国内外古代服饰爱好者提供一个专门的平台，让他们能更方便的分享自己的动态、了解相关知识、买到喜欢的服饰，满足写信、选择邮票的愿望和仪式感。

**商业机会**：

* 目前市面上这类软件很少，所以我们的竞争力小；
* 国内外的古代服饰爱好者和想要了解中国古代服饰的人很多，用户群体足够大；
* 利用该平台的针对性，只有古代服饰的售卖，吸引更多古代服饰的卖家使用；
* 能够响应国家传播中国文化的号召，让更多的人了解古代服饰，了解古代服饰、物品的相关知识，喜欢上古风元素；
* 提供写信、贴邮票的功能，满足用户仪式感的需求；

**商业模式**：

普通用户可以使用已有的邮票，充值的用户可以使用更丰富或者自定义的邮票；

店铺广告即商品推荐竞价排名；

想要在软件上注册店铺的卖家需要定期交租金；

# 用户分析

本APP主要服务两类用户：

* 有汉服购买需求的群体（简称购买群体）。
  + 愿望：买到较为平价，时尚的汉服，越便捷省力越好；
  + 消费观念：物美价廉、最好能买到与众不同、彰显个性的汉服；
  + 经济能力：有生活费额度限制，但消费需求和冲动消费潜力大，尤其是价格较平价的汉服；
  + 手机能力：熟练上网和网购，手机的普及度也相当高；
  + 其它：随着近几年汉服的普及，不少年轻人将它作为日常服饰，需求很大；
* 某汉服销售的商家（简称商家）。
  + 痛处：淘宝的销售渠道已饱和、竞争激烈；
  + 手机能力：较强，互联网和电子商务，利于其扩大销售渠道；
  + 优势：丰富的汉服经营经验，拥有成熟的产品供货渠道，可以提供绝对高性价比的商品，商品的丰富程度、可定制程度和快速更新程度都有保障；
* 有汉服社区交流需求的群体（简称汉服社交群体）。
  + 愿望：随时在汉服文化相关社区交友和分享；
  + 其他：在平台上的分享交流也可以带动用户的购买需求，起到宣传的作用；

# 技术分析

采用的技术架构

以Android应用方式提供服务。网络请求框架、app的大致架构(分包、Activity的封装、工具类)、图片加载框架的封装、数据库操作的封装，采取mvc开发模式。

平台

初步计划采用Google服务平台支撑应用软件，早期可以使用一年的免费体验，业务成熟后转向收费（价格不贵）；

软硬件、网络支持

由于所选支撑平台均强大的服务商，能满足早期的需求，无需额外的支持；

技术难点

无开发技术难点；产品设计上重点考虑如何符合汉服购买群体和用户群体特征提供快速商品定位，同时支持灵活的商品推荐，比如节日、重要事件等；

# 资源需求估计

**人员**

产品经理：依据本产品的商业背景和定位，吸取已有相似产品的成熟经验，结合中国古风元素和用户特征，设计符合古代服饰爱好者社交以及购物模式的产品。

IT技术专家：快速架构和实现产品，同时确保对未来快速增长用户量以及灵活变换的古代服饰展示的支持。

古代服饰爱好者代表：了解较多古代服饰的知识以及有购买古代服饰经历的古代服饰爱好者代表，帮助分析爱好者群体的购物和消费特征。

古代服饰商家代表：主要经营古代服饰的商家，帮助分析商家的需求、期望等。

**资金**

产品验证阶段前无需要。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。

**设备**

一台本地PC服务器

**设施**

10平米以内的固定工作场所

# 风险分析

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **编号** | **事件描述** | **根本原因** | **类型** |
| R1 | 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 |
| R2 | 古代服饰爱好者认可度不高 | 对于爱好者来说没有足够的吸引力 | 商业风险 |
| R3 | 古代服饰商家参与度不高 | 商家对电子商务的了解不够、信息不足，需要做一定的配合缺乏意愿 | 用户风险 |
| R4 | 人员不能及时到位 | 无法快速组建技术团队 | 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8%，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3万元，以后三年假设升级维护费和推广为每年2万，最后一年1万；
4. 收益假设第一年为1万，第2年为2万，第3年为4万，第4年为8万，第5年为12万；

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 折现率 | 8% |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 汇总 |
| 成本 | 30000 | 20000 | 20000 | 20000 | 10000 |  |
| 折现因子 | 0.93 | 0．86 | 0.80 | 0.75 | 0.70 |  |
| 折现成本 | 27900 | 17200 | 16000 | 15000 | 7000 | 83100 |
| 累计成本 | 27900 | 45100 | 61100 | 76100 | 83100 |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
| 收益 | 10000 | 20000 | 40000 | 80000 | 120000 |  |
| 折现因子 | 0,93 | 0.86 | 0.80 | 0.75 | 0.70 |  |
| 折现收益 | 9300 | 17200 | 32000 | 60000 | 84000 | 202500 |
| 累计收益 | 9300 | 26500 | 58500 | 118500 | 202500 |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
| 折现收益-折现成本 | -18600 | 0 | 16000 | 45000 | 77000 | 119400 |
| 累计收益-累计成本 | -18600 | -18600 | -2600 | 42400 | 119400 |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
| 净现值 | 119400 |  |  |  |  |  |
| 投资收益率 | 143% |  |  |  |  |  |
| 投资回收期 | 4 |  |  |  |  |  |