大学生购买零食微信小程序 产品构思

# 问题描述

1. 某市大量在校大学生每天在饭后之余会去超市购买零食的需求，存在主要的问题包括：
   1. 没有大小合适的超市，
   2. 经常会长时间的等待付款
   3. 学生前往超市需要长时间的步行，离住宿区和教学区皆远
   4. 多个超市之间价格不统一，与学校外的超市价格也不统一
   5. 物品种类不够丰富，可选择机会不多，不适合学生的多样化、个性化购物特点；
2. 某市拥有很大的商品批发市场，物品丰富、货源充足、价格低廉；目前主要销售是面向传统的超市，由于商家不具备计算机和互联网知识，没有合适的合作人，所以很难独立开拓网络销售渠道，开展校园销售的渠道，扩大销售额；
3. 学生都已习惯了美团，饿了么外卖，选择足不出户吃饭，而零食是比外卖还大的市场，却没有超市或供货商开启零食配送服务
4. 在美团和饿了么上的超市果蔬配送皆有配送费或配送时限，不能达到全天可活动时间免费配送。

# 产品愿景和商业机会

**定位：**为在校大学生提供方便快捷的零食配送服务；

**商业机会：**

* + 用户群主要定位于某市大学、职技等学校在校生，在每个学校建立货站存放零食，由零食批发市场直供；
  + 利用零食批发市场的价格优势，为学生提供低于其它购物渠道的价格；
  + 利用学校附近货站优势，并招募学生兼职人员，达到快速配货，送货到床的目的；
  + 利用平台客户消费数据，分析不同地区不同学校不同宿舍区的用户的零食偏好，达到精准推送，精准配货，高效率配货的竞争优势；

**商业模式**

* 快速配送，无配送费，送货到楼，送货到床；
* 商品平价甚至低价出售；
* 精准配货，合理利用每个货站

# 用户分析

本微信小程序主要服务两类用户：

* 在校大学生（简称学生）。
  + 愿望：足不出户买到便宜，好吃的零食；
  + 消费观念：方便，直观，快捷，可预期；
  + 经济能力：有生活费额度限制，但是购买零食欲望强烈，有充足的消费潜力；
  + 计算机能力：人手一部智能手机，能轻易接入微信小程序，进入购买零食界面；
  + 其它：有丰富的零食需求，面包，牛奶，饮料，泡面，辣条等；
* 零食批发市场商家。
  + 痛处：传统的销售渠道已饱和、竞争激烈；
  + 计算机能力：很一般，不熟悉微信小程序，需要专业人员帮助；
  + 优势：较低的零食价格，充足的货源；
* 平台本身
  + 作用：建立货站，给零食批发市场提供租赁服务
  + 对平台统一管理，帮助零食批发商进驻平台

# 技术分析

采用的技术架构

基于微信小程序，利用微信接口和web开发，后端采用LAMP体系，快速完成开发

平台

初步计划采用的阿里云平台支撑微信小程序，稳定，安全；

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

无开发技术难点；产品设计上重点考虑如何符合学生群体特征提供丰富的零食选择，同时支持灵活的商品推荐和礼包售卖，比如节日、重要事件等；

资源需求估计人员

产品经理：联合零食批发商和学校，帮助平台进驻学校，促进三方合作。

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交易量及灵活变化的商品展示的支持，利用平台数据推算学生最爱零食，合理分配货源。

学生兼职人员：利用课外时间，参与平台的配送服务，勤工俭学；

商家代表：提供零食批发；

资金

产品验证阶段前暂无需要。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

阿里云的服务器

设施

10平米以内的固定工作场地，每个学校的货站；

# 风险分析

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **编号** | **事件描述** | **根本原因** | **编号** |
| R1 | 学生用户不多 | 没有足够的宣传，没有得到大多数人的认可 | R1 |
| R2 | 商家参与度不高 | 商家对电子商务的了解不够、信心不足，及需要做一定的配合缺乏意愿 | R2 |
| R3 | 无法实现快速，方便，免费的配货 | 没有足够的配送人员 | R3 |
| R4 | 人员不能及时到位 | 无法快速组建技术团队 | R4 |
| R5 | 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 | R5 |

# 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 |  |  |  |  |  |