**爱社区 产品构思**

**问题描述**

1. 小区住户较多，业主较多，而且没有有效的服务管理安排机制，导致效率低下，给物业的工作带来困难，传统的沟通方式不能满足快节奏的生活方式。
2. 小区的访客、外来人员及车辆较多，识别困难，社区安全隐患逐渐突出。
3. 邻里自发性交流少，社区和谐度低，邻里矛盾协调困难。
4. 安保、维修、保洁、服务等需求见涨，用工成本越来越高。

**产品愿景和商业机会**

**定位：**为社区居民提供一个安全、舒适、便利的现代化、智慧化生活环境，从而形成一种新的基于信息化、智能化管理与服务，并可持续运营的社区形态。

**商业机会：**

1 为物业创造价值：

减少物业管理成本：节省人力、节省物业通知公告成本、提高通知公告的“及时性”和“覆盖面”；

提升用户智能体验：业主生活更方便、物业工作传递更容易；

实现物业增值收益：移动端及设备端可带来增值运营收益；

电梯机器人智能通行：实现机器人垂直乘梯，物业有亮点，有卖点；

2 为地产开发商创造价值：

“智慧社区”的落地，提升房产附加值；

智慧社区云端设备施工简单、维保费用低、节省成本；

智慧社区的智慧生活服务，帮助开发商进入“地产后市场”经营；

为社区业主提供全方位、线上线下一体的互动型商圈服务平台；

3 为政府创造价值：

物管更科学，减少社会矛盾；

社区海量数据采集，助力智慧城市建设；

用户行为可得到精准分析与挖掘，提升社会生产效率；

**商业模式**：

1.更加关注业主的需求，是物业管理变成了与业主共同管理的过程，真正把服务做到家。  
2、运用信息化系统，在安防、监控等方面实现了技防，而对管理人员技能的要求也更高。  
3、收入不再仅依靠物业管理费，物业收入将主要来源于为业主的增值服务和智慧社区入口通道费用等多种盈利途径。

**用户分析**

本系统主要服务三类用户：

1. 社区居民：

可以让业主把门禁卡解放出来，实现手环开门、手机开门、微信开门等多种便捷的进出方式，还能有更便捷的近场服务。为住户提供家政、商圈等服务，可以轻松获知社区优惠、活动信息，享受科技带来的便利。

2.物业：

减少物业管理成本：节省人力、节省物业通知公告成本、提高通知公告的“及时性”和“覆盖面”；

提升用户智能体验：业主生活更方便、物业工作传递更容易；

实现物业增值收益：移动端及设备端可带来增值运营收益；

电梯机器人智能通行：实现机器人垂直乘梯，物业有亮点，有卖点；

1. 地产开发商和代理商：
2. 平台和无线楼宇对讲门禁产品给到各地的渠道代理商全部都是比成本价多一点点的价格策略，把利润让给渠道商和合作伙伴，靠量的增加来盈利。

“智慧社区”的落地，提升房产附加值；

智慧社区云端设备施工简单、维保费用低、节省成本；

智慧社区的智慧生活服务，帮助开发商进入“地产后市场”经营；

为社区业主提供全方位、线上线下一体的互动型商圈服务平台；

**技术分析**

**采用的基础环境**

基础环境：基础层主要包括全部硬件环境，如家庭安装的感应器，老人测量身体状况的仪器，通信的网络硬件，如宽带，光纤，还有用于视频监控的摄像头，定位的定位器等。

基础数据库群：基础数据库包括业务数据库、传感信息数据库、日志数据库、和交换数据库等四大数据库。

**平台**

采用云交换平台，云交换平台主要实现各种异构网络的数据交换和计算。提供软件接口平台，或提供计算服务，或者作为服务器

**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

**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，结合特点和用户特征，设计符合居民和物业的产品。

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交易量及灵活变化的商品展示的支持。

社区居民代表：有代表性的社区居民代表，帮助分析居民群体的生活特征与对该系统的期望；

物业代表：帮助总结物业日常工作细节、期望等；

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；

硬件

硬件方面：智能建筑、微电子技术和网络技术，指各类智能化设备和信息化系统的应用，如绿色建筑、门禁系统、监控系统、视频通话系统、视频对讲系统、跟踪系统等;

软件

软件方面：家庭内部的数字化平台、社区的智能化平台、城市公众信息平台的建立，主要指利用信息技术对医疗服务、电子商务、公共图书馆服务、公共设施使用、健身、远程教育等各类资源进行整合，从衣食住行等诸多方面满足业主的需求。

平台

社区O2O平台搭建

**风险分析**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **编号** | **事件描述** | **根本原因** |
| R1 | 居民和物业认可度不高 | 没有体会到该系统的吸引力 |
| R2 | 商家参与度不高 | 商家对该系统的了解不够、信心不足，以及需要做一定的配合缺乏意志 |
| R3 | 无法实现便利的社区服务 | 功能实现并不完善，致使用户使用的体验不佳 |
| R4 | 人员不能及时到达 | 无法快速组建技术团队 |
| 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 |

**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 |  |  |  |  |  |