玩转周末 产品构思

# 问题描述

1. 某市大量在校大学生（至少10万以上）每周都有很多的空余时间，包括工作日没课的时候和周末的双休时间，这些大学生的空余时间经过调查，发现非常一大批的学生表示还不知道做了什么时间就过去了，非常浪费，他们的问题包括：
   1. 玩手机，刷到什么看什么，不知不觉时间就过去半天
   2. 想要出去玩或者旅游，找不到合适的地方和朋友
   3. 没有想法制定一个完美的计划，时间白白浪费
2. 某市拥有全国排名靠前的各种旅游景点，国家3A级景区，还有各大购物商场，书城，健身中心；目前主要是需要扩大这些商家的知名度，打开客户通道，让更多的人不在缩在学校，而是走出校门，规划自己的周末生活。
3. 目前学生已逐渐习惯网上浏览，通过微博、美团、小红书网站等享受到了电子商务带来的便利，具备了充足的网上浏览意识和习惯；这些成熟网站服务尚存在如下不足：
   1. 游玩地点的推送更新慢
   2. 有的商户会让客户产生额外的费用
   3. 电商没有给用户提供可选的游玩计划，没有正确的引导客户充实自己的时间

# 产品愿景和商业机会

**定位：**为当代年轻人提供享受便利、贴心、体验好的活动制定的电子商务平台，使宝贵的人生变得更加多采、时尚；

**商业机会：**

* + 用户群主要定位于15-55岁的未工作的在校大学生和有一定财力的中年人，商户主要定位在全国各大旅游景点，各大购物商场，以及各种书店咖啡店健身房等。消费群体和商户规模都足够大；
  + 利用团报形式的价格优惠，为学生提供低于其它渠道的价格；
  + 利用全国大面积的推广，促进旅游城市的发展；
  + 针对不同的地方特点和两种群体的特征，分别制定不同的活动日程，用户可自行挑选或者自己制定

**商业模式**

* 客户订单产生的平台费用；
* 商户广告及商品推荐竞价排名；

# 用户分析

本电子商务网站主要服务两类用户：

* 消费者（包括大学生和入职员）
  + 愿望：在软件中找到自己想去的地方，想完成的事情
  + 消费观念：费用尽可能低，服务尽可能好；
  + 经济能力：年轻人消费需求和冲动消费潜力大，尤其是网红景点和网红商铺；中年人财力更高，也更看重性价比；
  + 计算机能力：熟练上网，笔记本电脑和宽带上网的普及度也相当高；
  + 其它：有较多的活动，例如：在不同节日的出游，和家庭成员的旅游，和不同朋友的聚会，覆盖力度强；
* 商家和商户
  + 痛处：传统的线下活动已经不再具备吸引人的特性，宣传力度不到位导致许多好店铺客户量惨淡，网红推荐鱼龙混杂；
  + 计算机能力：一般，不熟悉互联网和电子商务，无法利于其推广；
  + 优势：丰富的旅游计划和导游，拥有成熟的客户服务一条龙，可以提供绝对高性价比的活动，日程的丰富度和可实行度都有专门的人员去调查书写；

# 技术分析

采用的技术架构

以基于互联网的WEB应用方式提供服务。前端技术主要采用Bootstrap、Ajax，后端技术采用Node.js体系，可免费快速完成开发；

平台

初步计划采用阿里巴巴的云服务平台支撑应用软件，早期可以使用一年的学生云服务器，业务成熟后转向专业版；

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两大人类群体特征提供快速活动定位，同时支持灵活的日程推荐，比如根据地点定位、重要节日不同日程的更新等；

# 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，吸取已有电商网站的成熟经验，结合不同地方特点和两大用户的特征，设计符合针对群体游玩活动的产品。

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。

学生代表：有较多约会的青年代表，有较多旅游经历的中年代表，帮助分析两大群体的活动特征；

商家代表：主要经营学生约会、旅游的专业商家，帮助分析景点和商铺的需求、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；

设备

一台云服务器，六台笔记本电脑；

设施

河北师大软件学院教室；

# 风险分析

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **编号** | **事件描述** | **根本原因** | **类型** |
| R1 | 学生认可度不高 | 没有足够区别于已有商铺和景点的吸引力 | 商业风险 |
| 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 | 用户风险 |
| R3 | 无法实现及时安排日程的操作 | 商家不能及时更新景点现状，不能与技术客服及时取得联系，从而更新日程变得缓慢，用户体验变差 | 流程风险 |
| R4 | 人员不能及时到位 | 无法快速组建技术团队 | 人员风险 |
| 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 | 资金风险 |

# 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 |  |  |  |  |  |