玩转周末 产品构思

# 问题描述

1. 大学生对手机的依赖越来越强，丰富大学生的日常生活，休闲娱乐，为当地旅游业提供客户，带动民众娱乐风向，摆脱手机的辖制。
   1. 沉迷手机，陷于游戏
   2. 足不出户，宅！
   3. 计划常变，驻足旋转。
2. 某地有丰富的旅游资源，和庞大的服务业群体，增加这些的确的知名度和传播力度，打开客户通道，让更多的人不在缩在学校，而是走出校门，让上班族不再宅在家中休息，帮助规划他们的周末生活。

# 产品愿景和商业机会

**定位：**在周末闲暇之时让大学生或工作压力大的上班族有更多有易于身心的活动，为一些旅游景点创造收入。

* + 用户群主要在校大学生和上班族，丰富他们的周末时间，替他们短时规划出有效可行的最佳计划表
  + 学习美团的运营方式利用团报形式的价格优惠，为学生和上班族提供低于其它渠道的价格；
  + 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

主要服务用户：

* 年轻人
  + 愿望：希望得到符合自己心意的周末时间计划表，越便捷省力越好；
  + 消费观念：物美价廉，简单迅速，得到自己想去的适合的地区推荐；
  + 经济能力： 经济能力相对不雄厚，多为刚工作不久的年轻人

# 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 |  |  |  |  |  |