快递帮帮 产品构思

# 问题描述

1. 据统计，2018年，有普通本专科在校生649.60万人，石家庄市大量在校大学生（至少10万以上）购物方式主要是网购，因此每天会收到许多快递，也会寄出很多快递，收取快递和寄送快递的主要途径是校内或校门口的菜鸟驿站等。据统计仅天猫在双十一的成交额就超过两千亿。而大学生又是消费人群中的一个不可或缺的部分。所以一到双十一，就有很多学生排队取快递。存在主要的问题包括：
   1. 菜鸟驿站营业时间固定，学生甚至一连几天都没时间去取快递，导致快递面临被退回风险；
   2. 学生课程安排较紧张，需要花费一定的往返路途时间，缺乏便利性；
   3. 双十一双十二等各大网站活动期间各菜鸟驿站快递爆满，取快递需要花费时间过长浪费学生学习和娱乐的时间；
2. 石家庄市拥有数十所高校；目前学生已逐渐习惯网上购物，通过淘宝、当当、团购网站等享受到了电子商务带来的便利，导致绝大多数同学都面临取快递难这一问题，且有些同学家庭条件并不富裕，急需一份时间相对自由的兼职；

# 产品愿景和商业机会

**定位：**为在校大学生提供享受便利、贴心、实惠和快捷的代取代寄快递服务的电子商务平台，使宝贵的大学生活变得更加方便、节省更多时间；

**商业机会：**

* + 用户群主要定位于石家庄市大学、职技等学校在校生。消费群体足够大；
  + 利用代取代寄的便捷优势，为学生提供代取代寄服务；
  + 利用地域优势，确保及时接单；
  + 利用学生基数大这一优势，确保每一个需求都能被及时满足；
  + 为广大学生提供勤工俭学的机会，通过代取代寄快递挣到生活费。

**商业模式**

* 代取代寄计件收费；
* 取件人（帮帮哥）入驻担保金；
* VIP用户可以享受每月免费三次代取或者代寄服务；
* 考研就业等各类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：

* 在校大学生（希望有人帮忙取快递或者寄快递）。
  + 愿望：及时拿到快递，寄快递，越便捷省力越好；
  + 消费观念：节约时间，在无时间的情况下也能够及时拿到快递；
  + 经济能力：有生活费额度限制，但消费需求大，尤其是价格不高的服务，愿意为时间的节省买单；
  + 计算机能力：笔记本电脑和手机的普及度很高，能够熟练运用各种软件；
  + 其它：有较多的购物特性，例如：生活用品，学习用品，各种节日礼物等；
* 代取/寄小哥（希望做兼职的大学生，或者专业代取/寄快递的人）。
  + 痛处：传统的兼职时间空间不自由，出去兼职耗费时间较长；
  + 计算机能力：可以熟练运用快递帮帮app；
  + 优势：本校园学生，对校园各个地点都很熟悉，可以提供及时配送到客户手上的服务。

# 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LAMP体系，可免费快速完成开发；

平台

初步计划采用亚马逊的云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，设计符合大学生喜爱的商业模式。

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：有较多购物快递的学生代表，帮助分析学生代取时间和空间可行性；

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寄小哥扩充和宣传推广；

设备

一台本地PC服务器；

设施

10平米以内的固定工作场地；

# 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线上电商服务的吸引力（QQ群） | 商业风险 |
| R2 | 学生参与度不高 | 学生对app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 | 无法实现低于2小时的快速送件 | 2小时走遍学校任何一个地方都足够了，真正时间的消耗主要在响应订单、排队取件和到达目的地后快速联系用户 | 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 |  |  |  |  |  |