H&G 产品构思

# 问题描述

1. 大学一般面积都较大，然而能买到食品的地方为数不多，就拿师大来说，食堂在一期和二期都有，但都比较集中，另外能买到食品的地方也就只有师生活动中心，另外距离西门较近的学生还能在西门买，但对于有的学院或宿舍楼距离就比较远，对于高楼层的同学来说更是苦不堪言。相信这种情况，在各大高校或多或少都存在
2. 即使距离不是问题，对于学生的需求也是一个问题，食堂虽有食品，但也只是比较集中在主食正餐一类的食品，而师活的店中的食品的健康问题也是存在的，其中好多食品饮品都是有添加剂、色素等，以及对于想要减肥的小姐姐们来说，卡路里的含量也是问题；
3. 水果种植园，物品丰富，货源充足，价格低廉，目前主要销售是面向水果批发市场，由于商家不具备计算机和互联网知识所以很难独立开拓网络销售渠道，扩大销售额。
4. 目前学生已具备一定的计算机能力，熟练上网和网购，笔记本电脑和宿舍上网的普及度也相当高。

# 产品愿景和商业机会

**定位：**为在校大学生提供享受绿色、健康、无污染、实惠的移动餐厅，使大学生活更加方便、快捷、健康与多姿多彩；

**商业机会：**

* + 用户群主要定位于高校在校生，货源主要定位在附近的水果种植园等。消费群体和货源规模都足够大；
  + 利用水果种植园的健康、无污染优势，为学生提供比其它购买渠道更健康的饮品、食品；
  + 利用餐厅的可移动优势，大大节省学生的购买时间。

**商业模式**

* 物品差价
* 健康营养

# 用户分析

本电子商务网站主要服务两类用户：

* 高校大学生（以下简称学生）：
  + 愿望：买到健康、无污染、实惠的食品、饮品，且方便快捷；
  + 消费观念：物美价廉，健康无污染；
  + 经济能力：学生党一般无收入，受生活费额度的限制，但消费需求和消费理念多元化；
  + 计算机能力：熟练上网和网购，笔记本电脑和宿舍上网的普及度也相当高。
* 某水果种植园中的商家（以下简称商家）：
  + 痛处：传统的销售渠道已饱和、竞争激烈、受新兴电子商务冲击大，商品的流动和更新周期较长（压货、现金流受限）；
  + 计算机能力：很一般，尤其不熟悉互联网和电子商务，无法利于其扩大销售渠道；
  + 优势：丰富的产品经营经验，拥有成熟的产品供货渠道，且产品资源丰富，健康无污染，价格低廉。

# 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进行移动餐厅实时定位，同时支持灵活的产品推荐，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，吸收已有经营经验的餐饮店的成熟经验，结合地方特点和用户特征，设计符合高校大学生购物理念和购物模式的产品；

IT技术专家：快速架构和实现产品；

学生代表：有较多相关需求的学生代表帮助分析学生群体的理念想法。

商家代表：水果种植园，水果批发市场的商家，帮助分析商家需求、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

一台本地PC服务器

设施

大约十平米的场地，餐车，桌椅，餐厅器具

# 风险分析

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 编号 | 事件描述 | 根本原因 | 类型 |
| R1 | 学生认可度不高 | 同学们适应食堂就餐超市购物的习惯不会一时间改变 | 用户风险 |
| R2 | 内部管理松散 | 餐饮业技术含量较低，服务人员素质普遍较低 | 内部管理风险 |
| R3 | 如何确保产品是健康无污染的 | 需要专业的知识和技术投资才能保证采购到新鲜无污染的绿色食品 | 原料资源风险 |
| R4 | 无法获得足够的推广费用 | 产品快速推广时，以及产品筹备，均需大量资金 | 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 |  |  |  |  |  |