



作品集——陈凯



# 陈凯

目标：产品经理

作品在线地址：[littlewhitechen.github.io/site](http://littlewhitechen.github.io/site)

## 简介 & 产品目录

**作品简介**：陈凯个人产品集，包括创业，实习  
平时个人项目，比赛作品。共27页，需**10分钟**阅读

**产品经历**：电商公司联合创始人，产品负责人  
阿豆工作室，产品经理  
1号店，电商产品实习生

**产品信念**：执着的相信，优秀的产品，改变生活

### **联系方式**

电话号码：**156-7159-2309**

邮箱地址：**kaychen707@163.com**

个人主页：**littlewhitechen.github.io**

**01** 电商产品探索

**02** 旅游产品设计

**03** 共享经济探索

**04** 产品实习汇报

1

## 电商产品探索

## 时空网—面向大学生的校园生活圈·简介



陈凯 电商产品的探索成果

创始人，产品负责人

### 产品介绍

时空电子商务商城，面向大学校园的B2C电子商务公司。  
创新模式：构建校园一小时极速生活圈，线上校园社区。校园产品零售和创意产品订购平台。

✓ 产品成果：网站累计用户共10万余人，PV累计14万以上。80多家商家入驻，12个创业团队入驻。

✓ 特殊成果：成功与1号店合作。项目获得扶持基金共100000RMB。培养一支23人的精锐团队。

### 产品设计流程

#### ■ 市场调研

调研不同专业，不同性别，不同年级大学生；访谈电商专家教授，走访武汉大型商圈；调研校园周围百余位商家；资源分析

#### ■ 产品策划

从用户，需求，市场，资源，校园管制，产品价值做产品决策。

#### ■ 产品设计

根据掌握的学生用户的使用习惯处理网站逻辑，交互，视觉。

#### ■ 研发与测试

优先实现核心功能，MVP原则；由购物到构建社区逐步实现。

#### ■ 产品运营

改变传统的传单宣传方式，使用信件形式，扩大种子期影响力

## 时空网—面向大学生的校园生活圈·产品线&发展历程

1. 项目立项，论证创意的阶段，规划阶段
2. 作为第一创始人，组建技术和产品团队
3. 调研，策划校园电商方案，历时六个月



● 2013年9月

2014年5月



二十万元，注册时空电子商务有限公司  
PC端—科大商城官网上线，B2C电商自营模式，信息流，资金流，物流初步建成。

App上线，官网新增大学生校园社区，校园二手商品交易模块。与1号店合作，建立校园电商基地。



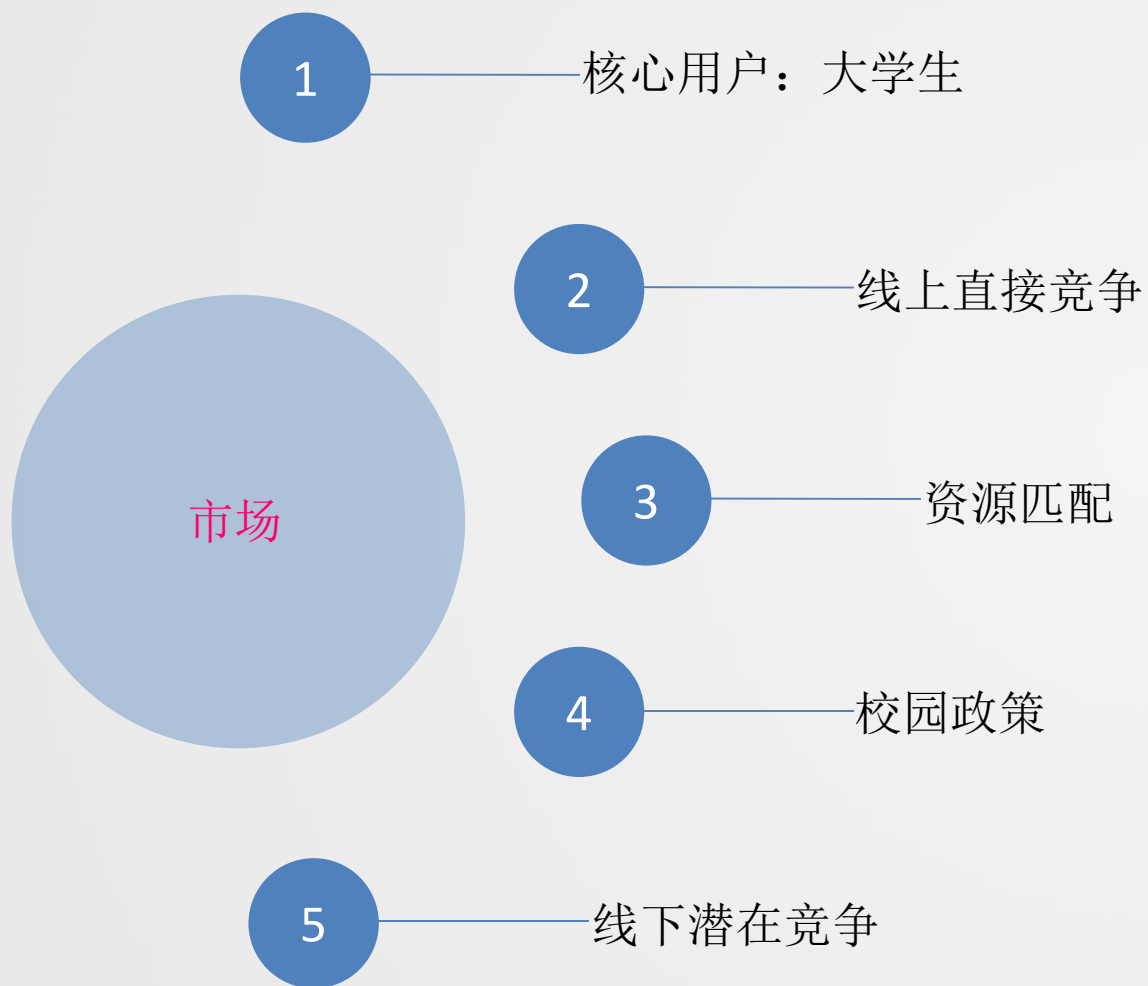
● 2014年10月

2015年1月



开通商家入驻服务，12个校园创业团队入驻，80多家商家入驻。

## 时空网—面向大学生的校园生活圈·调研



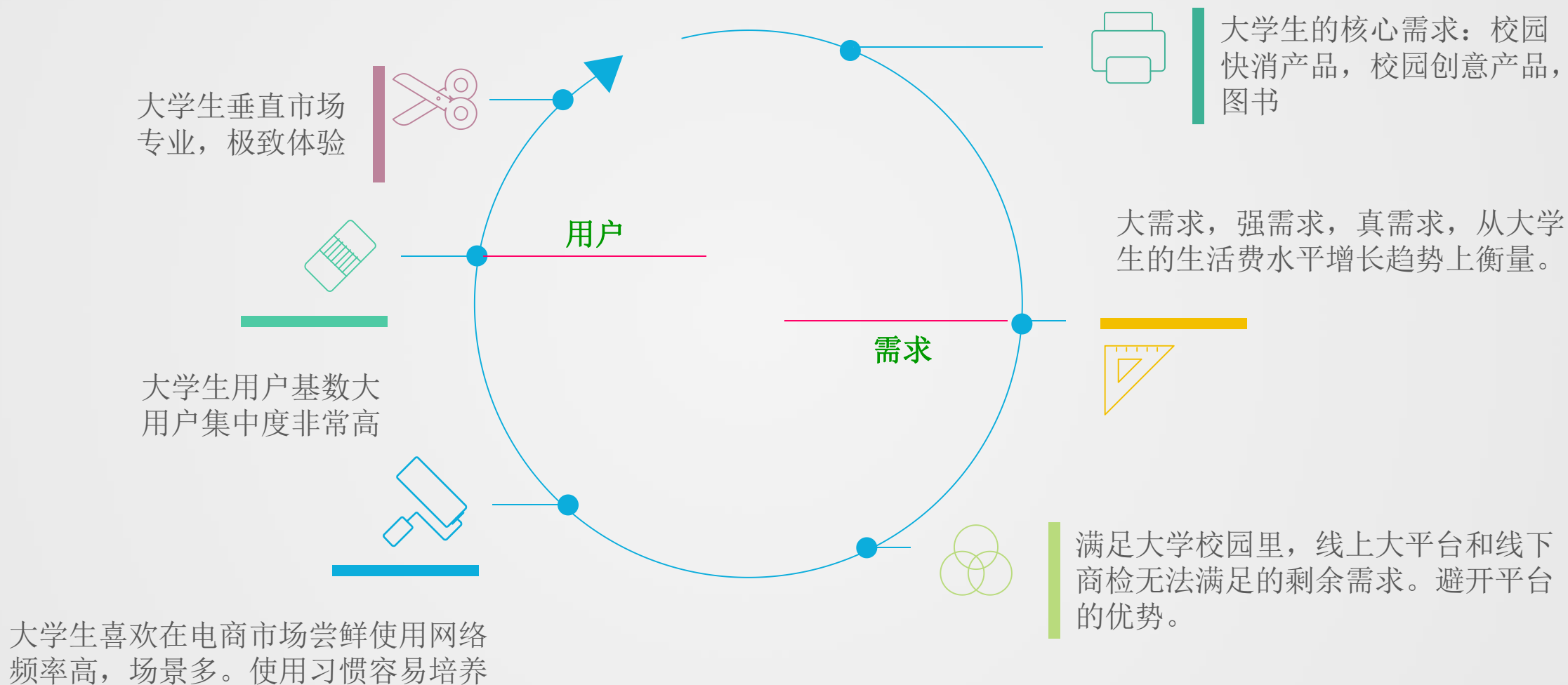
### 市场调研

- **核心用户**：校园内的大学生；时空网，满足的是线上商城线下商家，校园后勤集团，暂时满足不了的需求——**校园线上超市**；**校园创意产品定制**，**校园极速物流**，**校园生活圈**，**校园社区**。我们根据这几个特色在学生之中做了广泛的调研。经过3个月，5场线下活动，验证了部分核心需求
- **竞品调研**：直接竞争者——淘宝，天猫，京东，1号店；潜在竞争者——校园周围商家和校园后勤集团；政策调研——学校的创业政策。分析竞争者的劣势，化为优势

### 我的产出

- 作为项目的发起人之一，组建产品，技术，运营团队，委团队介绍产品的创意和中的计划。建立团队制度。
- 前期8人团队，调研500多名大学生，走访100多家商家，调查6个大型的商贸市场，我作为产品经理角色，产出8万字的BRD报告。
- 线上调研了淘宝，京东，1号店的商品种类，价格，物流售后，提交报告书，总结得出当时的物流，商品种类是我们网站的优势。

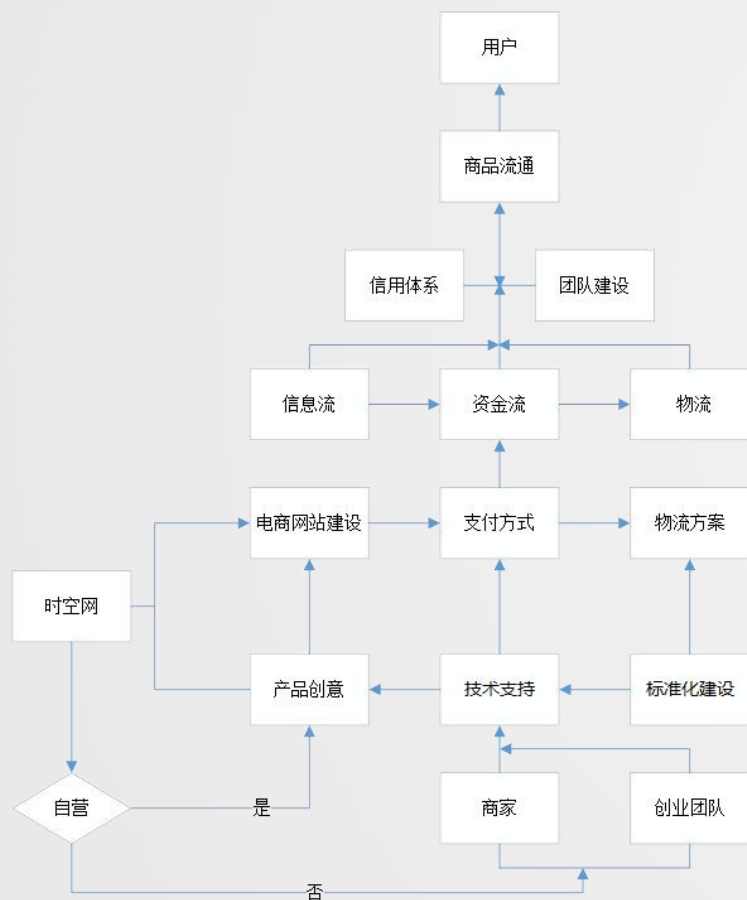
## 时空网—面向大学生的校园生活圈·策划





# 时空网—面向大学生的校园生活圈·设计

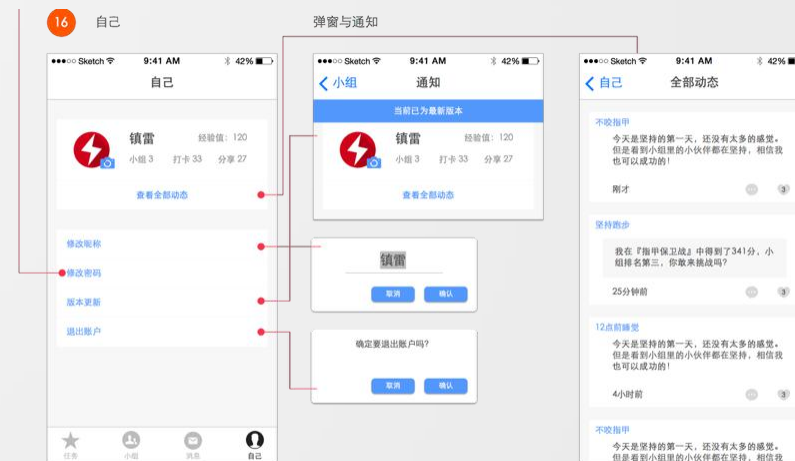
## 业务逻辑



## 交互视觉设计

在交互设计上遵从简单快捷原则，保证下单的步骤最简。

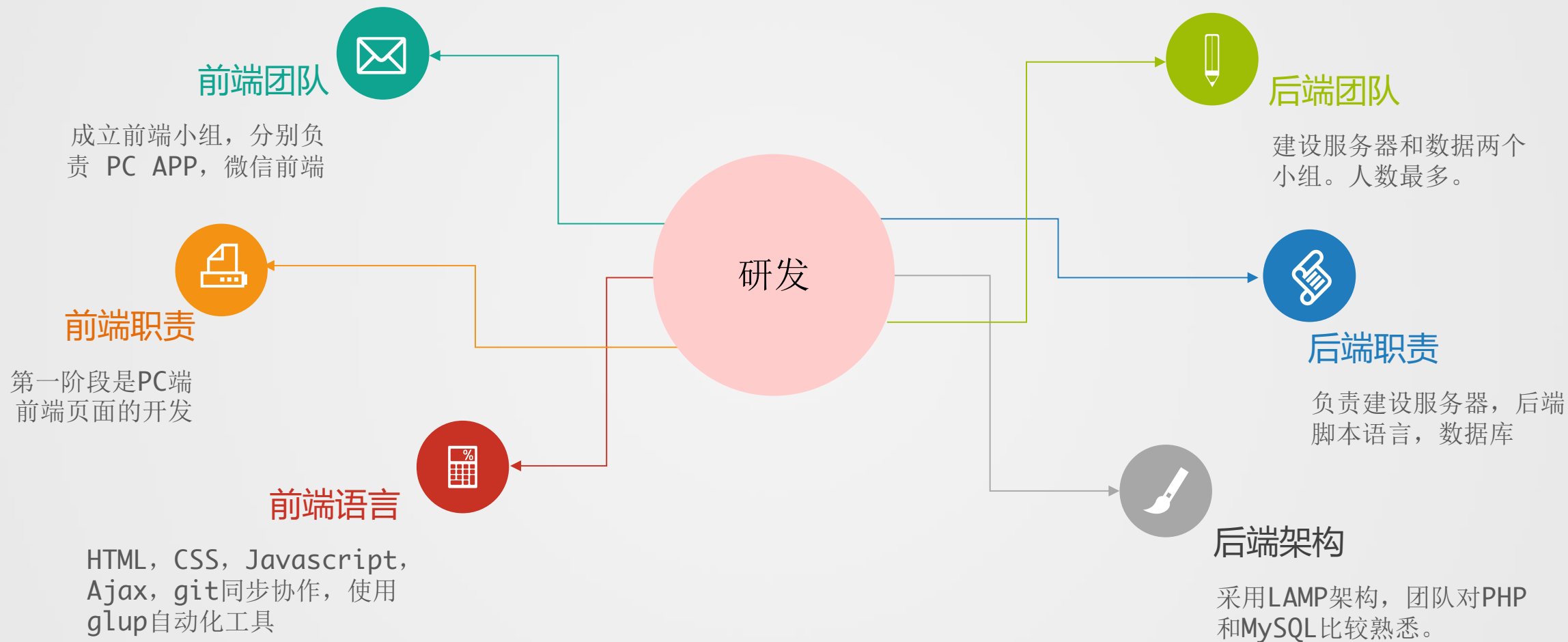
商城首页采用楼层布局，分类按照需求的强烈程度区分。



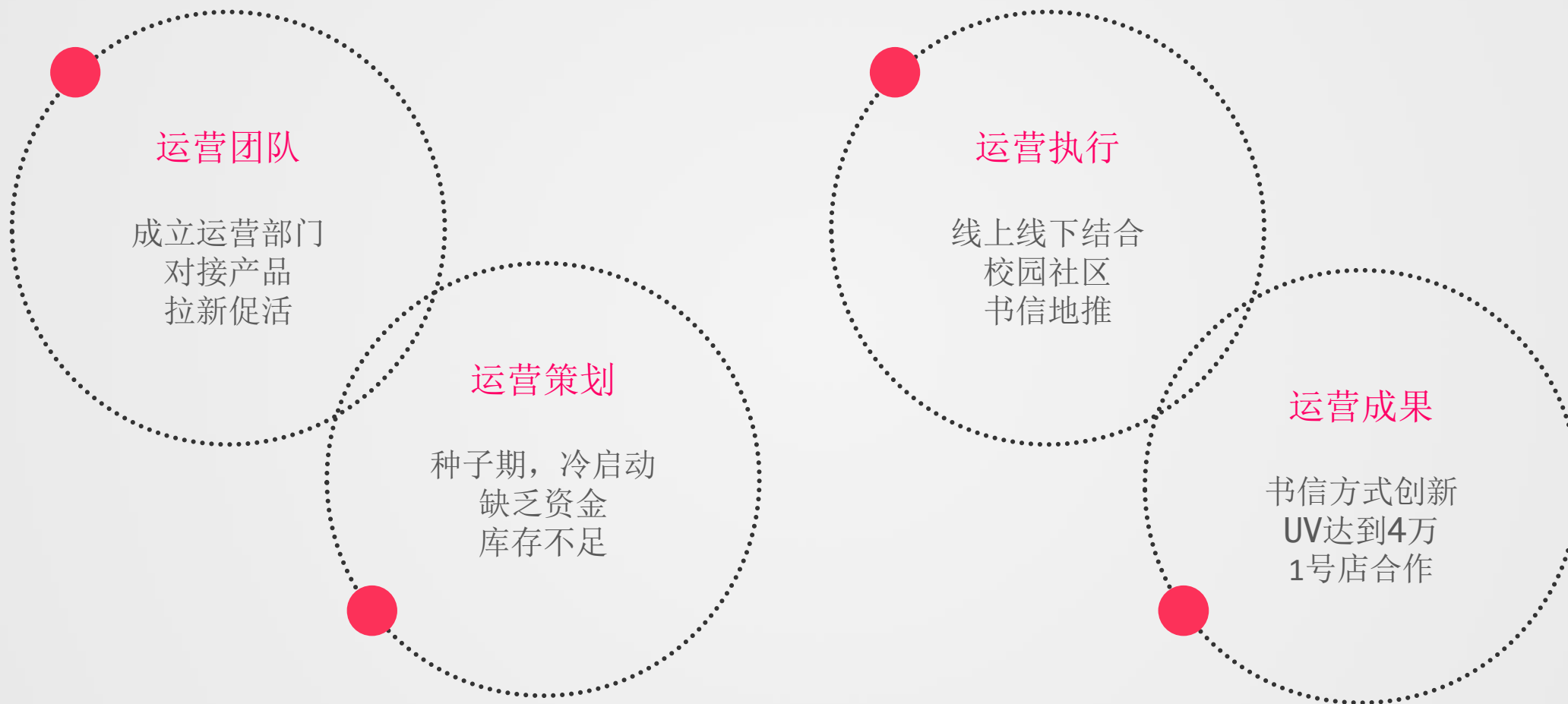
修改昵称、版本更新和退出账户都会有相应的弹窗和下拉提醒。

显示该用户在所有习惯中发布的动态列表，一次拉取5条数据，继续下滑，再拉取后续数据。

## 时空网—面向大学生的校园生活圈·研发



## 时空网—面向大学生的校园生活圈·运营



## 时空网—面向大学生的校园生活圈·困难&解决方案

### 遇到的困难

校园电商的物流如何解决

### 分析的思路

校园的学生的分布非常集中

物流目的地分布的范围很小

基本不会存在长途物流

校园物流更加注重速度

校园物流是学生选择校园电商的优势

### 解决的方案

成立自营的物流团队

一元快递项目，解决快递最后一公里

建立半小时物流区圈，承诺半小时到达

订单满14元减1，免费送达

建设校园物流基地，就近配送

## 时空网—面向大学生的校园生活圈·产品收获

### A

#### 我的贡献

- ✓ 作为第一创始人，发起项目，并组建了技术和产品团队。
- ✓ 需求分析：调研**500**多名大学生，走访**100**多家商家，调查**6**个大型的商贸市场，产出**8**万字的BRD报告。
- ✓ 产品设计：整合和调集UI资源，完成各个模块的原型和Demo设计。**2**万多字PRD文档，历时**8**个多月。
- ✓ 开发推动：协调沟通前后端开发进度，准确传达需求和功能要求，促进产品如期上线，开发历时**6**个多月。

- ✓ 全面深入的了解大学生电商市场，从大学生需求挖掘开始了产品岗位的学习和探索。
- ✓ 了解并参与到PC端网站的开发，App的研发，微信端的研发，在技术团队学习了前端开发的基本技术。
- ✓ 从2B产品到2C产品，不同角度，不用用户的产品实践，让我学会了从不同的角度思考产品方案，衡量决策因素。
- ✓ 在创业的过程中，培养出了一支优秀的团队，深刻的理解了沟通—协作—分工—效率—解决问题的重要性和工作方式。

### B

#### 我的收获

## 时空网—面向大学生的校园生活圈·感悟反思



1

大学创业仅仅是激情是不够的，团队，资金是门槛

2

校园区域电商，物流既是优势，也是电商系统的短板

3

市场的竞争，是资源的比拼，大学生在资源上先天不足

4

好的产品，从来不需要复杂的累赘功能，简单才是竞争力

2

## 旅游产品探索

3

## 共享经济产品



4

## 产品实习成果

## 其他作品，项目正在整理中

整理的过程也是反思的机会，不希望仓促无所获，  
而是希望整理——总结——反思——创新——下次实践时会做的更好，真正有所获。