



南京大學  
NANJING UNIVERSITY

# 项目启动

## 项目启动文档

学 院：\_\_\_\_\_ 软件学院

创建时间：\_\_\_\_\_ 2021 年 9 月 28 日

学生姓名：\_\_\_\_\_ 祝溢泽、宣伟康、陈绘新、顾城

学 号：\_\_\_\_\_ 218352001、218352002、218352003、218352004

指导老师：\_\_\_\_\_ 匡宏宇

# 目录

1. 项目总览 .....	3
1.1 项目名称 .....	3
1.2 成员信息 .....	3
1.3 度量数值 .....	3
2. 项目简介 .....	3
3. 商业模式画布 .....	4
3.1 要点概述 .....	4
3.2 要点介绍 .....	4
3.2.1 关键业务 .....	4
3.2.2 客户细分 .....	5
3.2.3 价值主张 .....	5
3.2.4 渠道通路 .....	6
3.2.5 客户关系 .....	6
3.2.6 收入来源 .....	7
3.2.7 核心资源 .....	7
3.2.8 重要合作 .....	7
3.2.9 成本结构 .....	7
4. 要点关联 .....	8

## 1. 项目总览

### 1.1 项目名称

一款基于资源分享的领域性学习软件——伴你卷

### 1.2 成员信息

祝溢泽 218352001、宣伟康 218352001、陈绘新 218352003、顾城 218352004

### 1.3 度量数值

本文档共包含了 40 个要点与 21 条关联关系。平均要点数量约为 4.5 个。

## 2. 项目简介

你面临过“找组织”的窘境吗？伴你卷是这样一款基于资源分享的领域性学习软件，旨在为不同领域的人寻找到自己的交流圈。无论你是 996 农民工，还是躺平公务员，亦或是内卷大学生... 该产品从**资讯交流、技术指导、行业内推、琐事吐槽、在线聊天**等五个维度出发，多方位满足不同行业人群的需求。

资讯交流，旨在为用户快速获取行业内的资料及消息。这里，你可以轻获取学习资料和行业最新动态。该灵感源自 Github 和学习小组，意在为更多行业，更多人群服务。任何人都可以共享自己的学习资料，当然，你也可以选择让你的知识变现。与此同时，我们还设有业内的重要资讯通知，让你再也不用为错过消息而苦恼。

技术服务，旨在为用户提供技术指导及问题解答。在小猿搜题的模式基础上进行了行业拓展和用户拓展。在这里，你不仅可以查看别人的回答，与业内的技术大牛一对一交流，让他们为你提供专业性的帮助和指导，你也可以对他人提出的问题提出自己的看法以及见解。在这个服务中，我们设有相应的后台数据库来记录下用户们提出的问题以及不同的回答供大家参考。设计时，我们会认为这是一套知识付费的体系，以提高用户们回答问题的积极性，设置收费与付费是用户自愿的，当然也会有好心人让你每次白嫖。

行业内推，这是一个为业内人群提供自荐或他荐的平台。在平台中，我们会为用户提供求职的分析，给予与用户希望的职务差别不大的分析结果。与此同时，我们会为用户提供个性化的简历模板，来供用户们制作适合自己的简历，从而获得与 HR 一对一的交流机会。这里，你的才华如果足够出众，也会获得业内大佬的赏识。










琐事吐槽，用户可以通过匿名的形式对业内的一些奇闻轶事发表自己的看法，在保护用户隐私的基础上，为用户提供自由发言的平台。首先，在设计上，用户们的吐槽内容我们将会实时更新，以供大家能够及时了解行业内的趣闻轶事；其次，对于用户们随心所欲的发言需要有语言检测系统来保证平台上

的言论风气，对于不良言论，系统将会自动屏蔽；最后，我们仍然需要有一个强而有力的用户隐私保护系统，以确保用户信息不被泄露，提供安全的匿名环境以及非匿名情况下的隐私安全保护。

线上聊天室，用户可以通过视频，语音，文字等方式互动。用户可以设定自己的 label，从而更快的找到组织。如果你是考研党，可以开视频互相监督，把家变成自习室；如果你是 996 的打工人，可以在上班期间和伙伴们摸鱼聊天；如果你有一颗求知的心，可以和志同道合的朋友们各抒己见，碰撞出思想的火花。在这里，用户不用担心找不到志同道合的朋友，只需知道自己需要什么，便可以从中找到自己想要的内容。

### 3. 商业模式画布

#### 3.1 要点概述

<div>重要合作</div> <div></div> <div>企业合作 版权供应商合作 云服务商合作</div>	<div>关键业务</div> <div></div> <div>资源交流 技术指导 行业内推 琐事吐槽 在线聊天</div> <div>核心资源</div> <div></div> <div>知识产权 企业合作平台 高新技术员工 风投贷款</div>	<div>价值主张</div> <div></div> <div>公益性 创新性 多元化 定制化 实用性</div>	<div>客户关系</div> <div></div> <div>大众服务 专属服务 面向企业的服务 自助服务</div> <div>渠道通路</div> <div></div> <div>自有渠道 合作方渠道</div>	<div>客户细分</div> <div></div> <div>资源获取型用户 付费用户 企业用户 求职者 社交型用户 牟利型用户 雷锋型用户</div>
<div>成本结构</div> <div></div> <div>开发成本、员工工资、版权信息费、日常维护费、推广费、云服务器费用</div>	<div>收入来源</div> <div></div> <div>交易手续费 企业赞助 会员费 信息维护费</div>			

#### 3.2 要点介绍

##### 3.2.1 关键业务

1. 资讯交流：针对用户获取资源的需求开展的业务

使用者只要选择了自己所在的行业（label），便获取所在行业的资料及消息通知。我们会购买一些基础、重要资料版权，以获取客户粘度。这里，用户还可以与业内其他人士进行资源共享、交换。该过程是否收费，将取决与双方意愿。我们立志打造一个公共开放且专业的资源交换平台。

2. 技术指导：针对用户解决困难开展的业务

提供一个专业性解答与指导的平台。用户将同时拥有双重身份，即在传道授业的同时也能虚心受教。这里用户可以让自己的知识变现。

3. 行业内推：针对用户求职开展的业务

我们会邀请一些企业或个人入住。用户可以美化自己的简历以获取吸引力，也有机会遇见业内的一些大牛，获得他们的青睐。

4. 琐事吐槽：针对用户想吐槽所开展的业务

提供一个自由公共的平台，用户可以对公司，行业发表自己的看法。

5. 在线聊天：以专业，兴趣导向交友开展的业务

用户可以选择匿名聊天的形式。选择自己的兴趣，行业，寻找自己志同道合的朋友。

### 3.2.2 客户细分

1. 想要获取所在行业基础资料及信息的普通用户。
2. 想要拥有增值服务，愿意为知识付费的个人用户。
3. 想要让自己的知识，技能或信息变现的牟利型用户。
4. 无偿分享自己知识、技能或信息的雷锋型用户。
5. 想要谋得一份新职业的个人用户。
6. 需要招募人才的公司或者企业用户。
7. 聊天，交友的社交型用户。

### 3.2.3 价值主张

1. 公益性：我们立志推动绝大多数的服务及资源以免费的形式共享给用户。
2. 创新性：解决客户曾需要花费大量时间去寻找问题解空间的困扰，打破各个平台之间的壁垒，让求解变得更简单。
3. 多元化：我们不仅是面向简单的学生群体，也会在项目稳定市场的基础上，将项目拓展到各个行业。
4. 定制化：随着用户使用度的深入，我们也会对不同的用户提供相应的定制化服务，如相同兴趣用户之间的推荐、是否愿意加入用户体验改进计划以增强用户参与制作的概念等。
5. 实用性：在求解问题的过程中，用户也会快速获得一些具有帮助意义的知识，提高个人修养素质。

### 3.2.4 渠道通路

#### 1. 自有渠道

##### a. 知名度

产品可以通过微信、QQ、微博、推特等社交平台进行网络宣传。建立微信公众号，通过每周推送展示产品的各类实用性功能；制作自己的官方网站与 APP，以良好的体验增加用户的群体、提高用户的粘性与产品知名度。

##### b. 评价

通过建立微信或 QQ 交流群等方式积极接收用户的反馈，了解用户使用过程中的深入需求与痛点以积极改进用户的服务感受。

##### c. 购买

普通用户可以通过购买会员来解锁更加深入准确的搜索深度以解决解集过少的窘境；企业或高校等群体机构可以付费寻求定制化专属功能与服务。

##### d. 传递

在用户享受项目服务的同时，也会因为良好的体验效果推动更多人使用我们的产品，从而更好地传递我们的价值主张。

##### e. 售后

一方面，我们有会员售后的微信或 QQ 群，向付费用户提供售后支持；另一方面，随着项目进度深入，我们也会打造智能 AI 客服与专属社区等，以减轻人工客服的压力，从而保证项目的持久运行。

#### 2. 合作方渠道

##### a. 知名度

i. 可以在各大高校、企业寻求合作，进行相关宣传；寻找代言人的方式扩大知名度；在各大网站（如 B 站）投放相关推送，提高点击量。

ii. 在拓展业务后，我们会与一些互联网企业进行联系、进行相关的合作，一定程度上保证互利共赢：既能扩大产品知名度，也能为相关企业引入新的血液。

##### b. 购买

通过与高校、企业的合作，可以不定期地开放一些教育优惠或发放专属群体的优惠券，促进消费者以优惠的价格购买到心仪的服务。

##### c. 传递

通过渠道通路来实现价值主张的进一步传递，再把售后服务与评价相结合，建立良好的社区关系。

### 3.2.5 客户关系

#### 1. 大众服务：

a. 面向大众使用者，帮助其解决使用上的困难。

b. 负责社区网络环境的运行与维护，营造良好的社区氛围。

#### 2. 专属服务：为付费用户提供更加快速便捷的人工窗口，实现一对一服务。

3. 面向企业：与企业保持密切的沟通与合作，为其提供优质的招聘窗口服务。

4. 自助服务

- a. 用户可以自主的进行看帖学习、发帖求助等操作。
- b. 为用户提供自主安全的交流服务。

### 3.2.6 收入来源

- 1. 交易手续费：通过使用平台来使知识变现时，从其收入中扣取一定费用。
- 2. 企业赞助：通过为合作企业提供发布人才需求的平台，合作企业给予一定的资金协助。
- 3. 会员费
  - a. 对想成为平台会员的用户提供机会，这将会收取一定费用, 同时也将享受会员福利：如获取增值信息等福利。
  - b. 平台提供特色功能，用户想要使用，将会收取费用。例如个性化的资料定制。
  - c. 部分公司、高校、集体需要在平台上建立自己的交流圈以方便内部交流，则平台将会根据需求收取等价的使用费。
- 4. 信息维护费：部分企业若是想利用平台上的存储资源对自身信息进行批量保存，平台将会根据内容大小收取一定费用作为信息维护费。

### 3.2.7 核心资源

- 1. 知识性资源：关于各行业基础、重要资料的知识产权授权
- 2. 实物资源：企业合作平台
- 3. 人力资源：富有创新、踏实刻苦的高技术员工与营销团队
- 4. 金融资源：获得一些机构的风险投资及银行贷款

### 3.2.8 重要合作

- 1. 企业合作：邀请企业入驻平台，招聘人才。帮助用户谋得职业。
- 2. 版权供应商：各行业的供应商合作，以获取他们的知识产权授权
- 3. 云服务商：与云服务商合作，将用户的数据保存到云端，减少本地开销的同时提高数据的安全性

### 3.2.9 成本结构

- 1. 员工工资：软件开发过程中所需人工费，以及软件运行后，系统维护时的员工费用。



2. 推广费：宣传软件时需要通过广告的形式来为产品进行宣传，提高产品知名度，优化产品形象。
3. 开发成本费：软件开发过程中所需电脑，手机，摄像头等硬件装置的购置费用。
4. 日常维护费：包含企业正常运行的一些水电费，以及对用户的个人信息进行隐私保护，而产生的每日开销。
5. 版权信息费：对于业内的一些关键资料，企业会出费进行购买，以此来提高用户吸引力。
6. 云服务器费用：将项目部署到云服务器上，简化项目管理、节省成本、高效运营，快速实现数字化转型。

## 4. 要点关联

注：1.1 对应的是文中的 3.2.1.1，2.1 对应的是 3.2.2.1，以下要点均如此。

1. 1.1（资源交流），2.1（资源获取型用户），2.3（牟利型用户），2.4（雷锋型用户），3.5（实用性），3.2（创新性），6.1（交易手续费），8.2（版权供应商），4.1.a（大众服务），4.a（自助服务），7.1（知识产权）。资源获取型用户根据自身的需求查看网站上的相关资源，如果没有取得满意的结果可以发帖进行提问。而牟利型用户，雷锋型用户，版权供应商则负责提供相应的资源。在这过程中知识提供方可以自行选择是否收费，平台从中抽成。从而达到资源获取者和提供者的双赢，构成良性循环。
2. 1.2（技术指导），2.1（资源获取型用户），2.3（牟利型用户），2.4（雷锋型用户），3.5（实用性），6.1（交易手续费），4.1.a（大众服务），4.a（自助服务）。资源获取型用户在遇到困难时，可以向相关专业的人员进行咨询，过程由被咨询方决定是否收费，平台从中抽成。在专业人员的指导下，精准且快速的解决用户遇到的疑难点。
3. 1.1（资源交流），2.1（资源获取型用户），3.1（公益性），7.1（知识产权），8.2（版权供应商）。在资源交流板块，资源获取型用户可以获得资料。公司与版权供应商进行合作，购买他们的知识版权，是平台更具公益性，更能吸引用户使用。
4. 1.3（行业内推），2.5（求职者）6.4（信息维护费），2.6（企业用户），4.1.c（购买），5.2（专属服务），8.1（企业合作）。求职者在行业内推中可以购买专属服务，例如个性化的简历制作，也能获得一对一的客服解答。从而进一步博得入住平台的合作企业的青睐。
5. 1.4（琐事吐槽），2.7（社交型用户），4.1.b（大众服务）。平台提供一个和谐的社区环境，用户可以对公司，行业，职场待遇发表自己的看法，让每个人都能发出自己的声音，促进社会的多元化。



6. 1.5（在线聊天），3.3（多元化），3.4（定制化），2.1（资源获取型用户），2.4（雷锋型用户），2.7（社交型用户）。用户可以加入自己感兴趣的聊天群组，或者自己创建群聊，系统也会根据用户的兴趣喜好定制化的推荐群组。用户可以在聊天室内选择文字，语言，视频形式交流探讨。
7. 7.3（高新技术员工），8.4（云服务商），9.6（云服务器费用）。技术员工负责将项目部署到云服务器上，保证项目运行流畅，提高用户体验。
8. 4.4.2（合作方渠道），6.2（企业赞助），7.2（企业合作平台），8.1（企业合作）。通过与企业，教育机构等合作，在提升自身知名的同时，为相关企业吸引人才，实现合作共赢。
9. 4.1.a（知名度），9.2（推广费），7.3（高新技术员工），9.1（员工工资）。投入资金购买推广，同时构建微信公众号，项目官网等渠道，并且安排专人维护和管理，从而提高产品的知名度。
10. 2.2（付费用户），2.3（牟利型用户），6.1（交易手续费）。付费型用户和牟利型用在知识付费的过程中，平台通过收取少许的平台交易费，以获取一定的利润。
11. 7.4（风投贷款），9.3（开发成本费），9.2（推广费）。项目启动初期，企业获得一定的风投贷款，以覆盖基本的开发成本费。在项目后期，风投企业会为我们的产品提供一些推广。
12. 4.1.e（售后），2.2（付费用户），4.3（人力资源）。平台简历起人工与 AI 协作的售后体系，像付费用户提供售后帮助，从而提升用户体验和平台信誉。
13. 4.1.b（评价），4.1.d（传递），7.3（人力资源），3.5（实用性）。平台通过微信或 QQ 交流群等方式积极接收用户的反馈，其中合理的建议将被作为平台更新的重要参考，从而不断提升网站的实用性，提升平台的信誉度，形成良性循环。
14. 3.3（多元化），2.1（资源获取型用户），2.3（牟利型用户），2.4（雷锋型用户），2.6（企业型用户）。平台向各种类型的客户提供服务，人人可以各取所需，同时可以拓宽知识的广度，多元化的了解各个行业。
15. 3.1（公益性），3.4（定制化），3.5（实用性），2.1（资源获取型用户），2.2（付费用户）。平台为所用用户提供较为舒适的使用体验，对

于付费用户，我们将提供专门的售后人员，并且提出的问题也将推送给更多专业人员，使得问题得到更快速的解答。在用户享受服务与平台收益之间找到平衡点，促进平台的健康发展。