芸库市场需求文档（MRD）

1. 市场
2. 当前市场分析

随着个人用户对互联网的深度使用，自媒体开始爆发出强大的能量。青年人是社交网络使用的先行者，以微信为主的社交网络给予了青年人更多的话语权空间，据中国社科院国情调查与大数据研究中心发布的报告显示，近半数青年愿做微商和自媒体。可见，以微信平台为基础构建的新型就业模式在青年群体中有着相当大的市场。

与此同时，这也是一个快速消费碎片化内容的时代，人们在简短、快速地消费内容，同时也在简短快速地产出内容。据微信官方披露的数据显示，截至去年八月，微信公众号的数量已经突破1000万，每天还在以1.5万的速度增加。目前微信公众平台的流量处于一个两极分化的形式，公众号的繁多使得分散到每个公众号的浏览量十分的少，许多青年自媒体公众号创作出来的优质内容，往往无法得到广泛传播，这可以说是一种资源的浪费，它们都处于一个瓶颈期，因为找不到适合自己的推广方式和渠道，微信图文的阅读数都出现了疲软。而且仅凭个人公众号，产生出来的原创内容是十分有限的，要想留住公众号的粉丝，就必须持续地输出精品内容。“芸库”这样一个具备搜索功能的青年自媒体资源交互平台，为青年运营自己的公众号提供了极大地便利，点燃青年发声之梦。

1. 目标市场分析

根据“芸库”的市场定位，我们认为本项目的主要市场放在运营微信自媒体公众号的青年人群。微信目前的用户基数很大。九亿注册用户，五亿支付用户，每天在线7到8亿。移动互联网是社会发展的趋势，如何把握住移动互联网这个机遇，目前看来是微信的成本和门槛最低，所以不难明白以个人为主体的公众号大批涌入的现状。每一个人都期望拥有一个自己的公众号，打造自己的品牌。而拥有思维创造力的青年群体，则是个人公众号运营者的主力军，他们在自己的公众号上，往往会发布原创内容，希望获得他人的共鸣，拥有更多读者。而由于个人的影响力往往有限，文章的传播往往没有广度，导致大多数个人公众号的流量不尽人意。不可否认的是，个人的原创能力是有限的，而要想吸引粉丝，留住粉丝，则需要源源不断的素材文予以支撑。“芸库”着眼于这样一群个自媒体运营队伍，为他们打造一个资源共享交流平台。

3，目标市场总结

商家品牌公众号的运营正大步推进，资金与人力的投入力度也在不断加大，这一块也“库”所着眼的市场。 他们对于原创素材文有着大量的需求，用于自己产品的推广。而从数量庞大的微信文群体中获取自己所需要的文章，工作量是十分大的，而且效率非常的低。因此，如果有一个智能的搜索引擎，商家能够在在线平台上轻松检索到自己想要类型的素材文, 这一块的市场应是非常大的。

1. 用户
2. 用户分析

第一类是普通微信用户群体。微信用户群的数量广大，每天登陆人数能到达7亿左右，并且这个数字还有上升的态势。微信用户的年龄段以80后和90后为主，而老年用户数量也在近年内激增，微信已经成为一个“全民应用软件”。

普通微信用户的喜好方向是十分分散的，不同用户的浏览内容区别很大。但当同一个热点内容出现时，往往又能吸引住不同领域的大量用户，让热点往往在极短的时间内爆发，又在爆发后迅速消散。另一方面，大部分的微信用户已经具备了独有的浏览习惯和内容选择能力，并且已经有过成熟的网络浏览经验。微信用户的“口味”和“眼光”越来越挑剔和精明，微信内容的必须适应于这样的变化，并与之一同进化。

第二类是小型自媒体公众号。近年来，青年群体尤其是大学生群体中的“自媒体风潮”尤其火爆，不少人将自媒体与自身生活紧密联系起来，逐渐打造出别样的时尚。

这类公众号不同于企业公众号，它们的数量大，但拥有的资源十分有限。背后的经营人员数量往往较少，支撑它们进行更新与生存的往往是经营者的热爱与兴趣。这些公众号的平台搭建较低，更为贴近市井百姓的生活，因此他们的内容更为质朴和简约，而对于公众风向的敏感性更强，能够及时适应公众并做出改变。

小型的自媒体公众号(尤其是青年自媒体公众号)常常为不定期更新，但它的流量并不是由发送的内容多少保证，而是相对而言的内容质量。因此成功存活下来的相对活跃的自媒体公众号往往拥有在内容质量上拥有保障。

另外，小型的公众号相对大型企业公众号也能拥有更为精品的内容，因为背后的经营者更为自由，更希望也更能将自己的领域向外界开放，使公众号的内容往往更具专业性和趣味性。但小型的公众号也存在问题，资源不足是一方面，另一方面是个人所知毕竟有限，一旦弹尽粮绝，公众号的活跃便很难维持。

我们的主要客户设定为校园内的个人自媒体公众号，这类群体往往拥有足够的活力、精力和意愿来经营自己所拥有的公众号。他们推送的内容也主要面向同龄的青年群体，十分容易引起同在校园内的青年人们的共鸣。另一方面，这些公众号因为内容贴近青年群体的生活，语言辞藻紧跟主流，再加上交流无代沟，更易得到青年群体的喜爱。但是青年自媒体公众号也容易因为经营者失去兴趣或遭到困难而被轻易荒废。保证青年自媒体公众号的活力就需要有更多的精神及物质奖励注入，稳定住一定的浏览量也能让它们持续稳定地成长。

第三类是以公众号矩阵来推广宣传的商家。微信作为当今用户量最大的公众平台，能够吸引住大量的流量。这让不少商家看到了其中的商机。

这些商家希望用多样化的渠道进行产品宣传和推广，不满足于在传统广告上投入，更希望能够在新的方向有所拓宽。商家会将广告投入微信中流量较大的公众号中，以达到预期的目的，也就是说这些商家习惯于视流量为第一重要的要数，流量越大就能吸引越多的资金注入。

第四类是大型公众号**。**微信公众号的生存关键是流量足够，而保证流量的关键则是内容质量是否优秀，所以几乎所有的大型公众号把目光投向保证内容质量的稳定。

这些公众号拥有较为宽裕的资金，并且已经证明过自己的生存能力。但新的情况不断出现，这些公众号也时刻面临压力和风险。因为搭建平台较高，难以及时随公众喜好变动内容，他们会苦于难以保持微信内容的质量稳定，这也导致他们拥有很强烈的与其他优质公众号进行合作的意愿。

1. 产品
2. 产品说明

当今的微信公众号数量激增，但它们存在共通的问题：个人和自媒体公众号往往尽力且用心地推出自己的内容，但苦于流量不足，难以有效推广；企业和集团公众号拥有一定流量，但精致内容的缺失是它们的命门。“芸库”平台的出现，就是为了解决以上两大问题，集合百家之长，为公众号集群搭建自由交互和推广通道的平台。

我们的“芸库”强调“搜索精品”和“集合智慧”的功能。在微信原本有限的搜索功能上予以拓展，集合众多的自媒体公众号于同一平台中，让精品得以集中，让智慧得以彰显。成为微信中精品公众号的集中地，成为微信用户寻找精彩内容时的必经之地。

1. 产品流程与结构。
2. 产品线路图