**大块头网络有限公司**

**微博社交网站立项建议书（2.0）**

**（杨星辉）**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 文件状态：  [ ]草稿  [ √ ]正式发布  [ ]正在修改 | 文件标识： | 大块头有限公司-微博社交系统-立项建议书 |
| 当前版本： | **2.0（Final）** |
| 作者： | 王冠，叶嵘，杨星辉，黄佳林，陈佳旺 |
| 完成日期： | 2013 – 12 - 13 |

**声明：**本文件的所有权和解释权归大块头网络有限公司所有，未经大块头网络有限公司书面许可，不得复制或向第三方公开。

**小组成员贡献：王冠，陈佳旺，黄佳林（1.0）**

**杨星辉（2.0）**

**历史版本**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 版本/状态 | 作者 | 参与者 | 起止日期 | 备注 |
| 1.0 | 王冠 | 叶嵘. 杨星辉. 黄佳林.陈佳旺 | 2013/10/6- ???? | 处于立项初阶段.尚未完成任何工作 |
| 2.0 | 杨星辉 |  | 2013-12-13 | 正式启用的立项书 |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

**目录**

**1.文档介绍.............................................................................................................4**

1.1文档目的........................................................................................4

1.2读者对象........................................................................................4

1.3参考文献........................................................................................4

**2.产品介绍.............................................................................................................5**

2.1产品定义.........................................................................................5

2.2产品开发背景........................................................................................5

2.3产品主要功能和特色........................................................................................5

**3.市场概述.............................................................................................................6**

3.1客户需求.........................................................................................6

3.2市场规模与发展趋势.......................................................................................6

**4.产品发展目标......................................................................................................7**

**5.产品技术方案......................................................................................................7**

5.1产品体系结构........................................................................................7

5.2关键技术.........................................................................................7

**6.产品优缺点分析..................................................................................................7**

**7.make or buy决策................................................................................................8**

**8.项目计划.............................................................................................................8**

8.1项目团队.........................................................................................8

8.2软件硬件资源估计........................................................................................8

8.3成本估计.........................................................................................8

8.4进度表........................................................................................8

**9.市场营销计划......................................................................................................9**

9.1产品盈利模式和销售目标........................................................................................9

9.2促销和渗透方式........................................................................................9

9.3销售方式和渠道........................................................................................9

**10.总结...................................................................................................................9**

# 1.文档介绍

##### 1.1文档目的

本文档目的是为了向公司决策层说明本项目立项的根据，并指导项目开发过程中的大方向及重要的决策。

##### 1.2读者对象

本文档的预期读者：项目相关的所有人员

##### 1.3 参考文献

百度百科http://www.baidu.com

中国互联网数据平台http://www.cnidp.cn

# 2.产品介绍

##### 2.1 产品定义

微博社交网站是一个基于用户关系信息分享、传播、以及获取的平台。用户通过WEB网站的形式组建个人社区，以140字左右的文字更新信息，并实现即时分享。

##### 2.2 产品开发背景

1>由于微博网站的火热发展，微博网站的发展前景相当可观。在相当长的一段时间内， 微博的发展将不会衰减。

2>经本公司技术部门探讨，对于建立微博网站的技术支持已经完全足够。可以经行微博 网站项目的开发

3-当前中国流行的微博网站发展已经相当成熟，因此本公司开发的微博社交网站需要有**创新**才能打入市场。

##### 2.3 产品主要功能和特色

主要功能：

1>用户可以通过浏览器直接登录微博社交网站使用

2>用户可以分享140字左右的信息，可添加图片.

3>用户可以和其他用户进行关注或取消关注，关注了其他的用户可以看到其他用户发出 的微博

4>在网站设立广告位，供其他厂商进行广告宣传。

5>有会员功能，可以使用户增加关注上限，以及专属界面，专属标识等。

特色功能：

6>可以建立一定范围内的圈群。例如XX大学。XX公司。然后用户可以无需关注其他用 户，可随机的浏览到圈群用户发出的微博。

# 3.市场需求

##### 3.1客户需求

1>本产品面向主要消费群体是普通用户。

用户对本产品的需求就是能够通过本产品获得想要的信息或者传播分享已有 的信息。本产品的基本功能就是满足普通用户的需求。

2>本产品面向的另一类消费群体是其他厂商

其他公司厂商需要本产品在分享信息上的能力，来进行广告或推广他们的产品。

本产品通过用户数量来吸引其他厂商来本产品网站做广告。从而使其他厂商的 产品得到推广。

##### 3.2市场规模与发展趋势

微博社交网站的发展从国外首先红火（twitter）开始，目前在中国正在稳步的发展阶段。

本产品与其他同类产品相比（如腾讯微博，新浪微博）在功能上统一，不收取其他闲杂 费用，唯有VIP会员需要收取一定的费用，因为本产品处于初级阶段，需要打开市场， 所以价格相比同类产品要低。

**当前微博社交网站市场份额占有率：**



虽然腾讯微博的占有率最高，但是数据不能真正说明真实情况。从真正使用率上来看，新浪微博还是稍占上风。腾讯微博的市场份额占有率主要是因为腾讯QQ的用户量庞大。腾讯QQ拥有绝对的用户数量优势。

# 4.产品发展目标

本产品的短期目标是打入市场。让更多的人了解到本产品的优势。

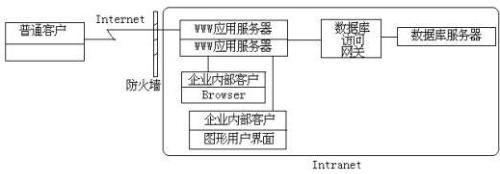
本产品的长期目标是市场份额占有率进入前5.

# 5.产品技术方案

##### 5.1产品体系结构

本产品主要采用的是B/S结构。通过本地建立服务器。编写微博社交网站。其他用户通过浏览器浏览。

B/S结构如图



##### 5.2关键技术

利用PHP编写网站后台服务器的内容以及与数据库的连接。

利用JAVASCRIPT编写微博社交网站前台

关键技术本公司技术部已经基本掌握。难度较低。

# 6.产品优缺点分析

**缺点：**

当前市场上流行的微博产品非常多，而且技术也非常成熟，本产品初入市场，可能品牌上没有保证，加之市场已经饱和，可能短时间内无法轻易获得用户的认可。

**优点：**

本产品齐全的功能和实惠的价格，以及独特的功能。

# 7.make-or-buy决策

需要购买：第三方支付宝插件支持。

其余内容均由技术部自主开发。风险低。

# 8.项目计划

##### 8.1项目团队

叶嵘 -总经理兼项目经理。

王冠-需求开发、系统设计人员

杨星辉-编程、系统设计人员

陈佳旺-质量监督保证、测试人员

黄佳林-需求开发、测试人员

##### 8.2项目硬件资源估计

需要购买：一台高配置的服务器。（关键资源）

已有：编程以及测试人员的计算机。

##### 8.3成本估计

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 条款 | 成本（人民币） | 备注 |
| 人力资源 | 50,0000 | 人员工资 |
| 软硬件资源 | 20,0000 | 设备购买 |
| 会议费 | 5,0000 | 会议地点已经会议道具购买 |

##### 8.4项目进度安排

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 起止日期 | 任务内容 | 投入人日 | 参加人员 |
| 2013/10/10-2013/10/13 | 编写开发计划、质量计划以及配置计划 | 7 | 王冠、叶嵘、黄佳林 |
| 2013/10/15-2013/10/16 | 编写规格定义说明书与测试计划 | 7 | 王冠、陈佳旺、杨星辉 |
| 2013/10/16-2013/11/16 | 系统设计（原型） | 14 | 杨星辉、、王冠、叶嵘 |
| 2013/11/16-2013/12/16 | 编码以及单元测试 | 40 | 陈佳旺 |
| 2013/12/16-2014/1/5 | 测试阶段 | 7 | 黄佳林 |
| 2014/1/5-2014/1/18 | 运行调试与文档交付 | 14 | 叶嵘、陈佳旺 |

# 9.市场营销计划

##### 9.1产品盈利模式和销售目标

1>普通用户，以支付成为VIP获得不同特权使普通用户支付从而盈利

2>各家厂商，以广告其产品收取广告费从而盈利。

##### 9.2促销和渗透方式

1>在各大院校BBS或贴吧论坛上进行宣传。

2>到其他网站上做广告。

3>通过公司人员朋友联系潜在客户，推销产品。

4>参加专业性的会展，研讨会，宣传产品。

5>与其他厂家联合推出优惠活动。

##### 9.3销售方式和渠道

1>直销。本公司相关人员直接和客户联系，主要是推销广告位。

2>个人销售。公司内员工个人推销本公司的产品你，成功后又销售提成。

3>联盟。与其他公司合作或联盟，实现优势互补，争取到更多的客户。

# 10.总结

在建立本项目之前已经进行了充分的市场调查、数据统计与分析和考察项目可行性（包括盈利、技术可行性等），确定了本项目的建立，项目的目的产品主打较低的价格与创新的功能特性以期打入市场。

在资源配置方面，本项目也进行了充分的考虑，合理的安排了人员及资源的分配。

对于产品推出阶段，我们已经做好了产品推广上市的准备及有效措施，以确保产品能尽早在市场上占据一席之地。

总之，本立项书已经对本项目的全过程提出了指导，希望相关人员认真阅读并执行。

**11.个人体会**

在本项目中，我主要负责立项建议书、计划说明书的编写、网站原型的设计等工作，立项建议书、网站原型都参考了别人的一些例子。立项建议书几乎涉及了项目的全过程，因此较早编辑的版本可能会与最终开发出来的产品有偏差，因此需要反复修改。网站原型的设计依据主要是需要实现的功能，本项目的原型实现了一般微博具有的功能。

我在这个过程中，学习了项目开发和管理全过程涉及的知识，获得了项目过程管理的经验，这样的一个过程让我们体会到了真实的项目开发过程。其次是团队的作业方式培养了我的团队责任感，学到了协作工作的软件开发经验。