# 产品设计方案

## ① 可行性报告

日记app可以提供方便的日记记录需求，并且提供更多提高用户使用舒适度的功能。

**1.1 行业市场分析**

传统的日记app功能较为单一，一般只包括用户的输入功能，并不注重反馈和社交。

传统日记app，提供日记记录及便捷管理、记录重要日子、记账、密码锁等功能，相对来说偏向私密性。这些日记app都不够成熟，大部分千篇一律、缺乏创新。如今的用户越来越偏好社交，所以社交功能较为强大的日记app将会是越来越贴近人们生活的需求。

将日记与社交结合，实现私密性和外向性的自由平衡把控，通过签到等方式，增加用户的粘度，形成庞大的用户群。

**1.2 竞争对手分析**

目前市场上常见的日记app有：爱日记、新日记、声昔、拾柒、一罐等。

爱日记是一款精美实用注重私密性的日记，支持记事记账，日历行程，行程提醒等功能。

新日记是一个专注日记心情记录、倾听解忧的工具型微社交App。由深圳笔游信息技术有限公司开发，新日记可以根据用户的个人资料、兴趣爱好等信息，大数据计算帮助用户结识日记笔友。还包括心情曲线图、陪伴模式等功能。新日记的品牌口号是“新日记，心的陪伴”。

声昔是一款语音日记类app，点开app就可以直接说话记录，非常方便。另外这个app有一个叫“时光机”的有趣功能，可以把自己记录的所有语音心情日记按照时间顺序生成播放列表播放，听自己的声音讲述自己的故事，仿佛坐着时光机飞越自己的成长轨迹，审视这一路的自己，或许能得到不一样的发现。

拾柒，是一款提供“多平台记录、一键排版、精美印制”的文化生活服务工具，你的私人文字管家！贴心、私密、便捷。最大特点是可以将日记打印成书，可以自动排版一键生成拾柒书，把自己的过往人生印成书收藏起来，简直不要太赞。

一罐是一款匿名日记app，在这里你可以尽情地展现最真实的自己。这个app采用去中心化的设计，罐头按照时间顺序排布，你不会因自己的罐头无人看到而孤独。

由上可以看出，目前关于日记的app都拥有各自的特色。但用户所需的社交功能，这些app都没有满足便于用户把控的需求。因此，为此需求进行综合研究设计“**每日一许**”日记app。

**1.3 自身条件分析**

写日记作为长期习惯，如果拥有一款实用性强的日记app，可以最大限度地留住用户，为app后期发展积累大量的用户基础。同时日记和社交网络可以让用户选择性共享自己的所思所想，也可以对陌生人公开的日记留下自己的点评，自己的看法等并且提供长期保存。用户还可以将点评信息分享给自己的好友，带来更多的潜在用户群体。

## ②产品定位及目标（用户群分析等）

1. 产品定位：

本产品定位于校园和课后社交，但也适用于其他场景。是一款兼具私密性隐私性和社交功能，且具有备忘录和重要日期提醒的多功能新型日记APP

1. 目标群体（用户）：

根据本产品的特点，目标用户有以下几类人群：

* 1. 面对幼儿园、小学、初中、大学生等渴望课后社交和情感交流的群体。
  2. 有日记习惯，且重视社交分享和隐私保护的群体
  3. 喜欢追逐时尚，尝试新鲜事物的上班族。
  4. 喜爱分享但是苦于找不到志同道合的朋友的亚文化群体（可以通过群组功能交流）

1. 产品目标：
   1. 做到能够一对多社交和多对多社交，可以建立社交群组（类似豆瓣社群）和匿名社交（树洞）功能，共享日记，便于分享。
   2. 有“情感类”的日记的提问和回答环节，集思广益，扩大基础用户数量并且增强用户粘性。最终做到成为学生间有口碑、有用户群且有大量流量的日记APP

## ③产品内容总策划

1.1 应用流程规划

1.1.1 明确需求

全组人员一起开一个需求研讨会，主要讨论需求的合理性及存在的必要性，研究并对可行性进行评估，并将最后的需求一步步拆分、细分，最后分解成一个个明确的需求功能点。

1.1.2 原型设计

小组成员对APP进行功能的规划，页面及布局进行设计，并设计各个页面的跳转逻辑，最终输出APP各个页面的原型设计图，再共同讨论功能需求的合理性及存在的必要性。

1.1.3 UI设计

设计出合理、美观的UI界面。

1.1.4前端开发

使用前端代码将设计图还原展示出来，包括各种特效、色值、按钮、页面切换、布局的合理性等。

1.1.5 服务端开发

前端开发整体完成后，继续进行的是服务端开发，包括架构设计、数据库设计、业务功能实现及接口封装、管理后台的开发等。

1.1.6 代码测试

对整个APP进行测试，发现bug进行修复，直到测试通过，然后进入项目收尾阶段。

1.2 设计与测试规范

1.2.1设计规范

\*设计稿尺寸：750\*1334

\*字体规范：字号范围为20-36px，所有字号设置都必须为偶数，上下级内容字号极差关系为2-4号

\*内部设计规范：

所有能点击的图片不小于44px

单独存在的不见为偶数尺寸

每个控制按钮为以下四种样式



1.2.2测试规范

测试周期

测试周期一般为两周（10个工作日），根据项目情况以及版本质量可适当缩

短或延长测试时间。

一、测试资源

测试任务开始前，检查各项测试资源。

1.产品功能需求文档

2.产品原型图

3.产品效果图

4.行为统计分析定义文档

5.测试设备（ios3.1.3-ios5.0.1；Android1.6-Android4.0；Winphone7.1及以上；Symbianv3/v5/Nokia Belle等）

1. 其他（例如有秒杀专题的项目，需要规划秒杀时间表；有优惠券使用的项目，需要申请添加优惠券数据；支付宝/银联支付功能的项目，需要提前申请支付宝/银联账户等等）

二、测试要点

1.接收版本

A） 接收测试版本的同时，需要查看程序填写的《App测试版本提交质量规范》，若符合则开始测试任务，若不符合规范，可拒绝测试。

B）

日常接收版本时需要注意测试版本规范，如不符合，请开发人员重新修

改合适的版本号后再次提交测试。

2. UI测试

A）确保手头的原型图与效果图为当前最新版本。

B）由于测试环境中的数据为模拟数据，测试时必须预先考虑到正式环境中

可能出现的数据类型

3.功能测试

A）确保手头的功能需求文档为当前最新版本。

B） 确保所有的软件功能都已实现且逻辑正常。

4.兼容测试/性能测试

A） 确保软件在所有兼容机型上都能正常使用

B） 性能测试方面必须满足硬件压力条件下的测试需要（例如多线程）。

5.用户行为统计测试

A） 确保手头的行为统计分析定义文档为最新版本，且与开发人员手中的文档一致。

B） 确保产品经理在文档中所定义的页面在该产品中都是存在的。

C） 尽可能真实地模拟用户行为。

D） 核对统计日志，确保各项操作所对应的页面ID以及操作ID都是正确的。

6.回归测试

A） 软件最终上线前，需对产品进行回归测试，测试内容包含之前所有的测试项目

B） 回归测试不再对细节进行测试，而是类似于对产品进行验收，从客户正常使用的角度对产品进行再一轮的整体测试。

C） 只有在回归测试通过之后，才对产品进行提交。

三、测试日报及产品上线报告

1. 测试人员每天需对所测项目发送测试日报。

2. 测试日报所包含的内容为：

A） 对当前测试版本质量进行分级。

B） 对较严重的问题进行例举，提示开发人员优先修改。

C）对版本的整体情况进行评估。

3.产品上线前，测试人员发送产品上线报告

4. 上线报告所包含的内容为：

A） 对当前版本质量进行分级。

B） 附上测试报告（功能测试报告、兼容性测试报告、性能测试报告以及app

可用性能标准结果）。

C） 总结上线版本的基本情况。若有遗留问题必须列出并记录解决方案。

1.3 开发日程表

第六周 4.6-4.12

项目开题报告：确定项目任务和文献综述 1. 组内成员阅读参考材料，商讨计划 2. 完成小组内分工 3. 对需要初步进行学习的内容进行补漏 4. 确定总体思路： 第一种方案，可以把垃圾的信息制成表格化数据，然后用传统的机器学习方法。 第二种方案，把所有的垃圾分类信息做成知识图谱，每一次的查询就好像是在翻字典一样查阅信息。

第三种方案，可以借助现在的深度学习方法，来对垃圾进行识别和分类。每次我们给一张垃圾的图 片，让模型识别出这是属于哪一种类别的：干垃圾，湿垃圾，有害垃圾还是可回收垃圾。

第七周 4.13-4.19

第八周 4.20-4.26

2.写好大致识别架构 2.分类架构完工

第九周 4.27-5.10

第十周 5.11-5.17

对之前的架构进行优化

4

第十一周 5.18-5.24

第十二周 6.1-6.7

项目进度检查：确定技术方案和实验方案

第十三周 6.8-6.14

第十四周 6.15-6.21

修改 UI 界面

第十五周 6.22-6.28

准备答辩

第十六周 6.29 -7.5

项目答辩

## ④技术解决方案：

本产品基于Android开发，主要的开发环境是：Android Studio+Genymotion

## ⑤推广方案

1. 利用微博和微信朋友圈、公众号平台进行推广
2. 在各大小学、初中、高中和高校进行线下的推广工作，与对口社团合作进行摆摊推广

3）可印刷海报传单在宿舍楼派送

4）写一些推广软文发布在公众号、杂志、百度贴吧之类的相关媒体

5）可在微信群、QQ群分享

6）与学校外商家合作，下载APP有商家优惠，APP内的广告位登上合作的商家

7）在各大手机应用市场如华为、小米应用商店上架（可在淘宝买好评刷分）

## ⑥运营规划书：

**一、盈利模式：**

**1.广告**

随着用户的增加，可在APP打开时加载广告（无线网络时下载），选取广告费最高的商家上广告位，

**2.会员**

用户可选择每月支付一定的金额来成为会员，会员特权有：自定义主页背景，自定义编辑日记时背景，免加载广告，解锁所有字体格式

**二、风险评估**

1.资金：APP上线前期用户较少，比较难实现盈利，若后期运营吸引不到足够的用户群体，广告位也没有吸引力；APP会员制也没有足够让用户充值的动力

2.市场竞争：APP本身特点能否在市场中脱颖而出是一大难点可能会面临无人问津的情况

**三、运营计划：**

1.可印刷海报传单在宿舍楼派送

2.写一些推广软文发布在公众号、杂志、百度贴吧之类的相关媒体

3.可在微信群、QQ群分享

4.与学校外商家合作，下载APP有商家优惠，APP内的广告位登上合作的商家

5.在手机应用市场上架（可在淘宝买好评刷分）