

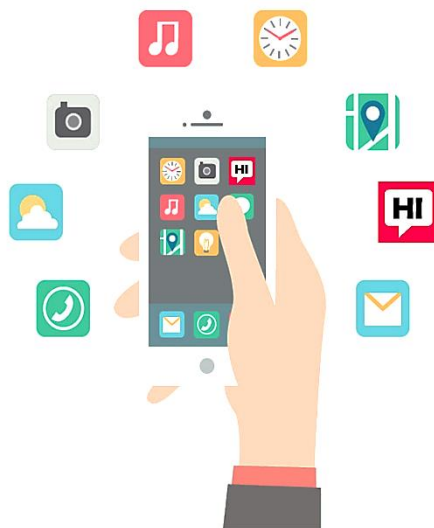
MIRD

嗨方言

方言类学习娱乐一站式小视频 APP

Market Requirement Document

娄佳敏 方婷
徐悦皓 陈雨豪
冯云浩 张思远
陈鑫宇



目录

1

行业背景及市场容量

2

市场调查

3

政策背景

4

竞品分析

5

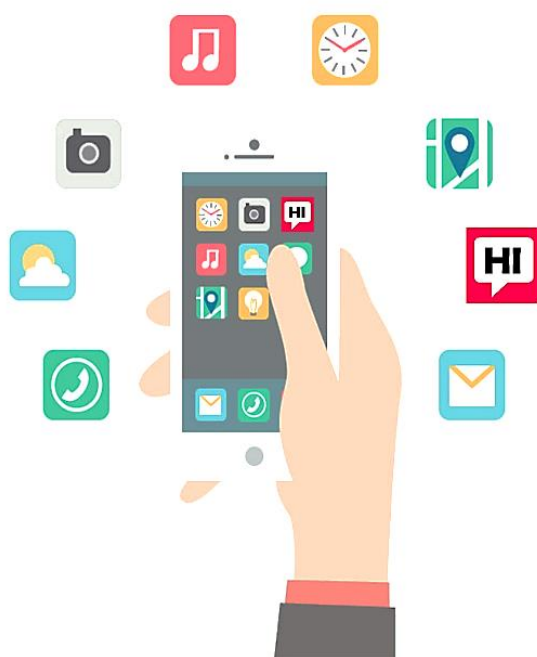
社会效益

NO.1

行业背景及市场容量

嗨方言

方言类学习娱乐一站式小视频 APP



行业背景及市场容量

1.1 行业背景

短视频行业近年来的快速发展，是外部环境和内驱力共同作用的结果。

其中外部环境表现在四个方面：

- 1) 短视频监管力度加大，规范行业生态，促进良性发展；
- 2) 智能手机和 4G 网络的普及，打破视频消费的时间和空间限制，是短视频得以滋生的土壤。
- 3) 用户内容消费需求从图文扩散到视频；
- 4) 短视频商业模式的想象空间大，流量获取成本低，吸引大量资本进入。

内部驱动力表现也有四个方面：

- 1) 健康的内容生态驱动行业更多优质内容的产生；
- 2) 平台不断涌现，刺激产业链扩张和发展；
- 3) 广告商青睐短视频营销价值，商业模式潜力强劲；
- 4) 用户规模增长迅速，推动行业流量红利。

1.2 市场容量

1.2.1 短视频市场

截至 2019 年 6 月，我国网络视频用户（含短视频）规模达 7.59 亿，较 2018 年底增长 3391 万，占网民整体的 88.8%。其中长视频用户规模为 6.39 亿，占网民整体的 74.7%；短视频用户规模为 6.48 亿，占网民整体的 75.8%。

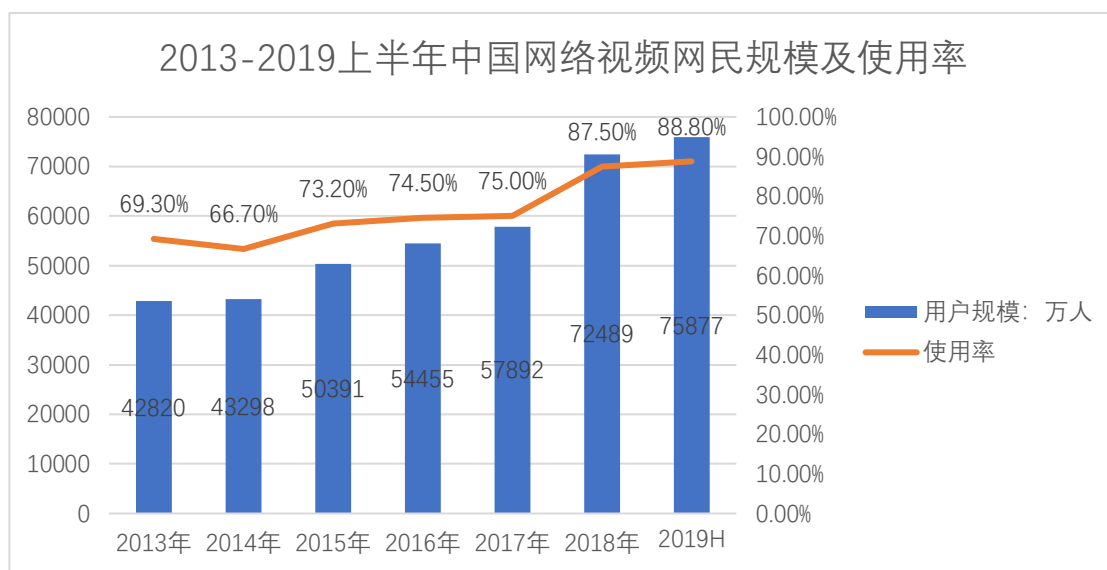
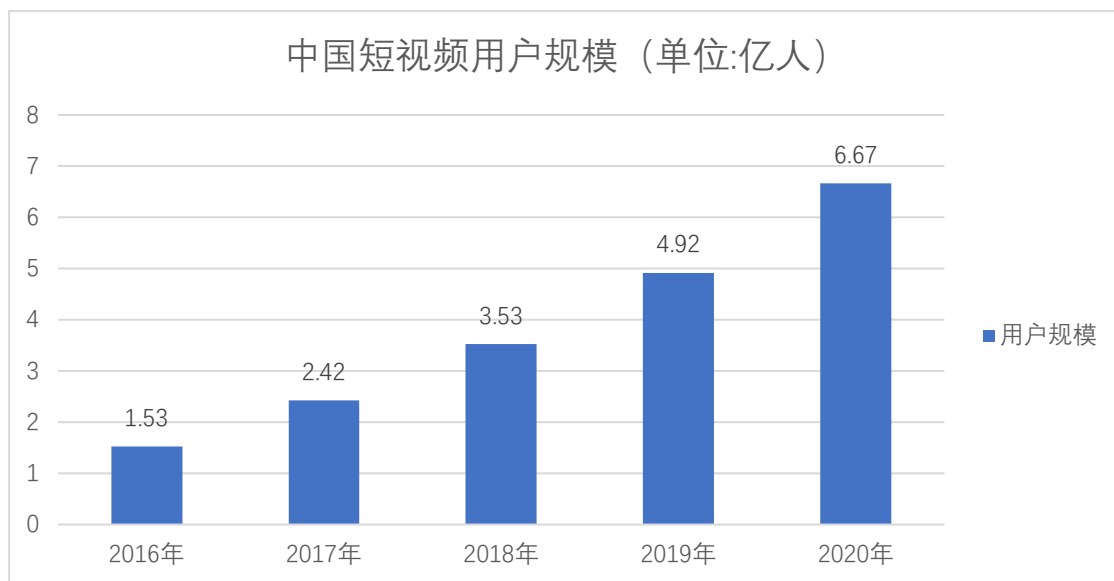


图 1-2013-2019 上半年中国网络视频网民规模及使用率统计图

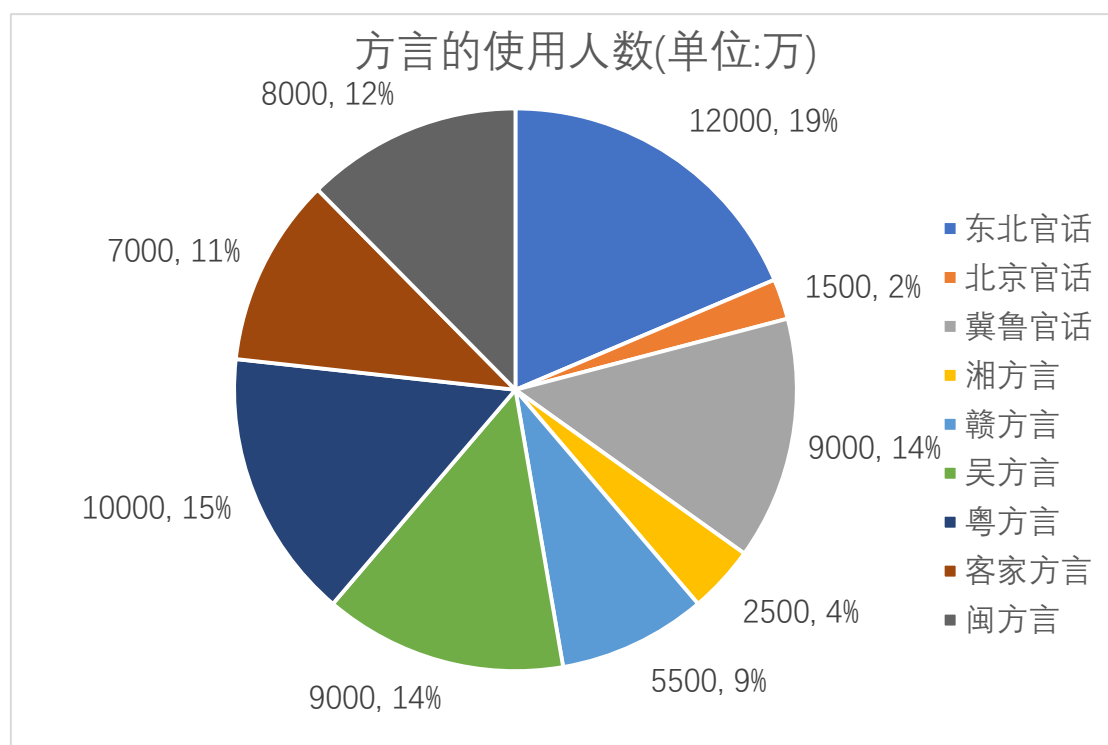
行业背景及市场容量

预计 2020 年中国短视频用户规模将达 6.67 亿。



1.2.2 方言使用情况

我国方言使用人数 6.45 亿人，下图统计了各主流方言区方言使用人数及占比。

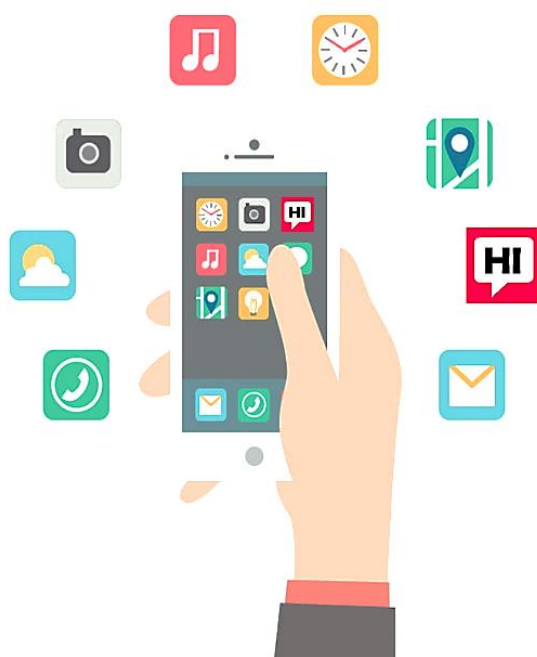


NO.2

市场调查

嗨方言

方言类学习娱乐一站式小视频 APP



市场调查

为了更好地了解市场，嗨方言团队成员设计了针对性调查问卷（详见附页），共搜集了 257 份调查结果，样本人群主要来自浙江、安徽、四川、湖南、湖北、海南、江西等地，现将调查结果总结成图表。

调查情况结果显示，大部分人能完全掌握方言，仅有不到十分之一的人完全不懂方言；同时四分之三的受调查群众表示对于方言类型节目不排斥并且有兴趣。

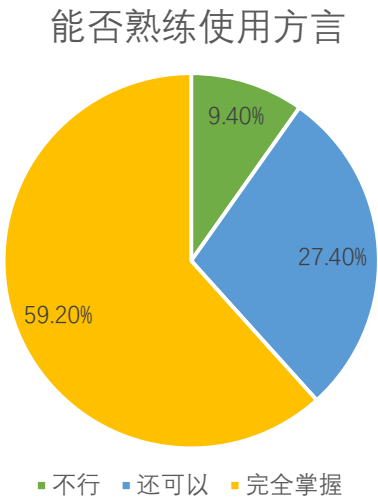


图 4-市场调查之方言使用情况统计图

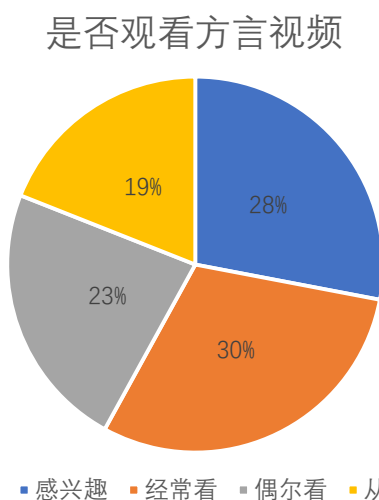


图 5-市场调查之方言视频观看情况统计图

此外，由于调查的时间和范围有限，嗨方言团队成员借鉴了《各地本土出生人士方言使用情况》项目组的相关数据，精确分析青少年人群方言使用情况。

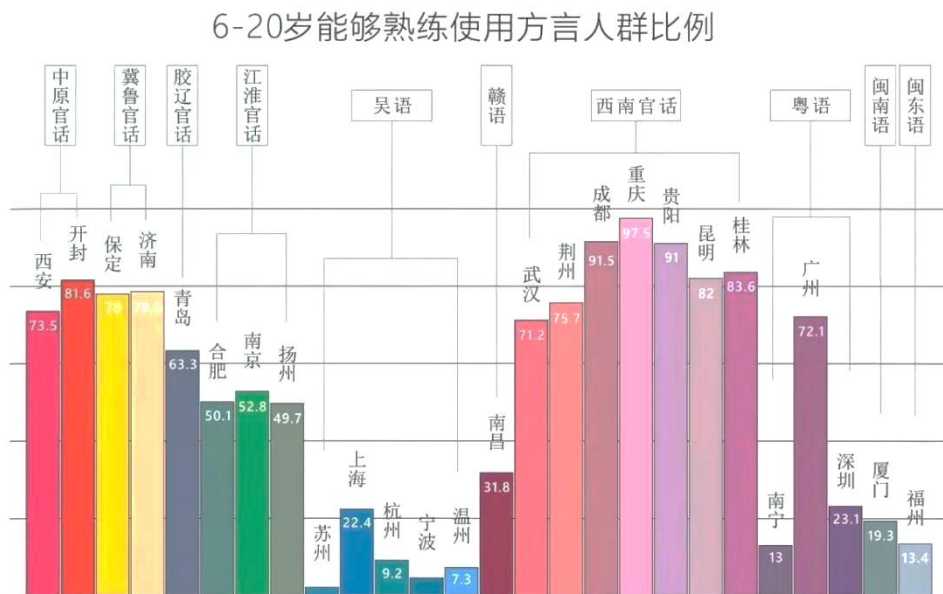


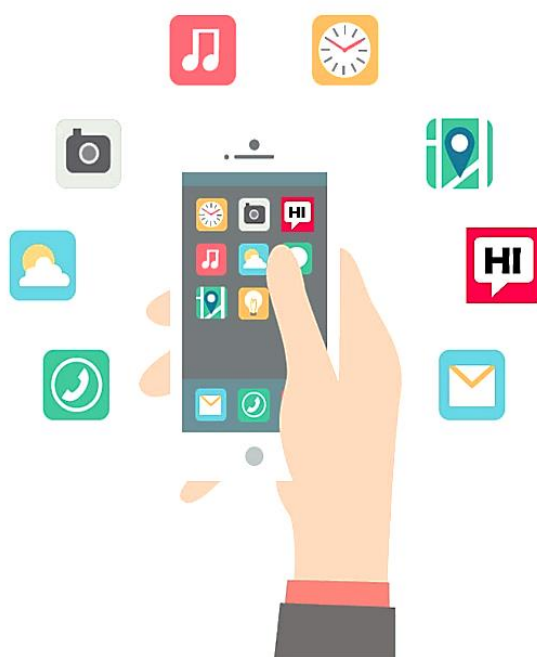
图 6-青少年人群方言使用情况统计图

NO.3

政策背景

嗨方言

方言类学习娱乐一站式小视频 APP





政策背景

近年来，中华人民共和国教育部和国家语言文字保护协会制定了许多方言保护相关的工作计划，如：

1. 在 2013 年 1 月教育部相关部门颁布的《国家中长期语言文字事业改革和发展规划纲要（2012-2020）》文件中，重点提及科学保护各民族语言文字。

2. 2016 年 8 月 23 日，教育部、国家语委会在关于印发《国家语言文字事业“十三五”发展规划》的通知中，重点提及科学保护各民族语言文字、重点发展“互联网+”语言文字服务工程。

嗨方言正是采用“互联网+”方言小视频的方式来激发大众对方言的兴趣，用现代化、趣味化的方式助力方言保护，积极响应相关政策。



图 7-《国家中长期语言文字事业改革和发展规划纲要（2012-2020）》文件图



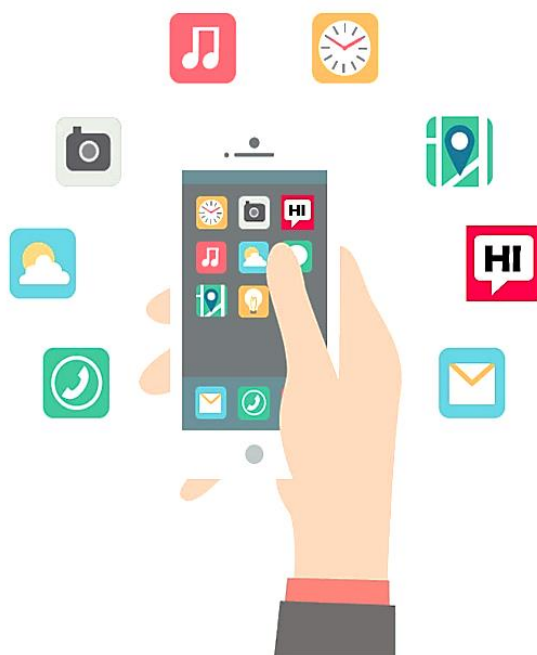
图 8-《国家语言文字事业“十三五”发展规划》通知文件图

NO.4

竞品分析

嗨方言

方言类学习娱乐一站式小视频 APP





竞品分析

本团队成员对比了优秀竞品，发现市面上的方言类产品以电子词典、音频教学的形式为主。相比而言，嗨方言小视频的媒介形式显得生动有趣，有着更大的潜力和更广阔的前景。

下表总结了竞品及本系统的相关情况：

| 产品 | 方言Chat | 方言掌上通 | 方言中华 | 方言说 | Hi方言(本系统) |
|--------|-------------|-------------------------------|---------------------|--------------|---|
| 最近更新 | 2015. 1. 31 | 2018. 11. 25 | 2019. 9. 29 | 2018. 5. 10 | —— |
| 评分 | 3 | 6 | 7 | 7 | —— |
| 教学方式 | 无 | 以日常用语形式教学 | 无 | 词条教学 | 每日一课 |
| 方言展示形式 | 微信语音 | 每种方言收录10000句左右日常使用情景句子，涵盖多个方面 | 有声阅读 | 方言词典 | 1. 使用视频素材配音后上传 2. 带话题的活动鼓励用户创作内容 |
| 优点 | 将方言与微信结合 | 支持自己发音跟读与对比，词库丰富 | 将方言和名著结合，有丰富的有声点读内容 | 语种丰富，收录超十万词条 | 1. 使用小视频为载体利于用户接受 2. 每日一课 帮助想要接触方言的人学习方言 |
| 不足 | 形式过于单一 | 只收录三种方言 | 无学习系统 | 词条需用户上传 | —— |

表 1-嗨方言竞品分析表

下图分析了相关竞品在五大方面的得分情况：

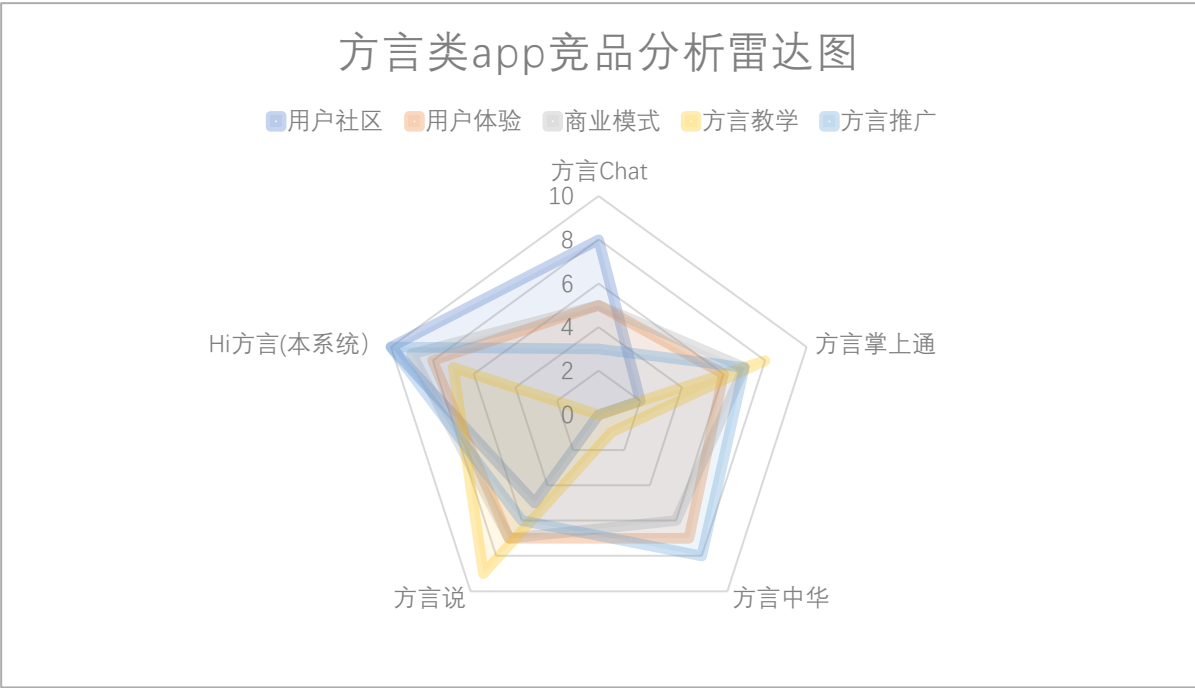


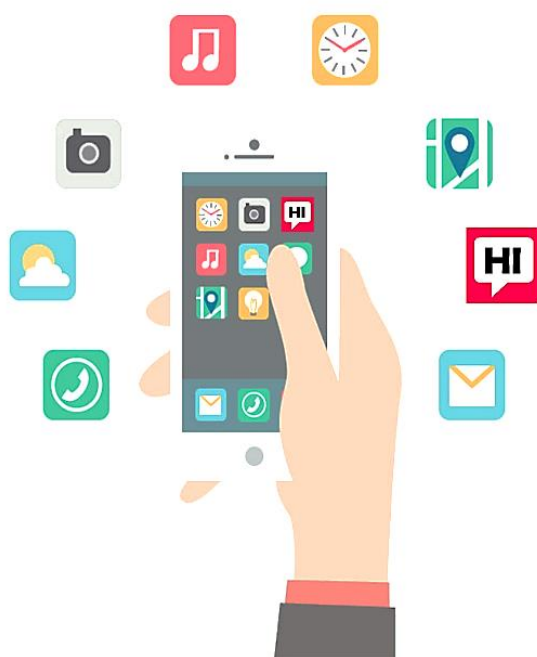
图 9-方言类 app 竞品分析雷达图

NO.5

社会效益

嗨方言

方言类学习娱乐一站式小视频 APP



社会效益

2. 满足大众对方言使用的基本需求，使得人们有平台看“方言”、有机会说方言、有办法学方言、有渠道推广方言。

3. 积极响应教育部和国家语委会在方言保护领域的相关政策。

4. 平台在制作工具一块用到了方言类语音识别 API 和深度学习相关 API，有助于相关技术普及。

1. 依托“互联网+”方言传播的方式，选用小视频为媒介，提升方言传播广度和维度。

5. 用娱乐化的方式渗透方言学习；设计方言类活动，激发更多民众加入方言学习的行列，进而掀起全民方言保护的热潮。





附页：调查问卷

方言类小视频 APP 相关市场调查

1. 性别（单选题）
 - A. 男
 - B. 女
2. 年龄（单选题）
 - A. 15 岁以下
 - B. 15~20
 - C. 20~30
 - D. 30 岁以上
3. 您的居住地（单选题）
 - A. 城市
 - B. 县区
 - C. 乡镇
4. 您所在的省份（单选题）
 - (1).安徽 (2).北京 (3).重庆 (4).福建 (5).甘肃 (6).广东 (7).广西 (8).贵州
 - (9).海南 (10).河北 (11).黑龙江 (12).河南 (13).香港 (14).湖北 (15).湖南 (16).江苏
 - (17).江西 (18).吉林 (19).辽宁 (20).澳门 (21).内蒙古 (22).宁夏 (23).青海 (24).山东
 - (25).上海 (26).山西 (27).陕西 (28).四川 (29).台湾 (30).天津 (31).新疆 (32).西藏
 - (33).云南 (34).浙江 (35).海外
5. 您会说方言吗（单选题）
 - A. 不会（跳转 6）
 - B. 会（跳转 8）
6. 您对方言类内容或产品感兴趣吗（单选题）
 - A. 很感兴趣
 - B. 较感兴趣
 - C. 不感兴趣
7. 您想学方言吗（单选题）
 - A. 想学
 - B. 不想
8. 平常说方言的机会多吗（单选题）
 - A. 很多
 - B. 一般
 - C. 极少
9. 您会推广方言吗（单选题）
 - A. 会推广方言
 - B. 想推广但没有机会
 - C. 不会推广
10. 如果接触一个方言类 app 您最希望它有什么功能（多选题）
 - A. 方言教学
 - B. 有丰富的音频
 - C. 有丰富的视频
 - D. 社交
 - E. 内容产出工具

MIRD

嗨方言

方言类学习娱乐一站式小视频 APP

让我们一起用方言嗨翻天！

娄佳敏 方婷

徐悦皓 陈雨豪

冯云浩 张思远

陈鑫宇

