

# 早起吧 APP 商业需求文档

文件状态： [ <input checked="" type="checkbox"/> ] 草稿 [ <input type="checkbox"/> ] 正式发布 [ <input type="checkbox"/> ] 正在修改	文件标识：	pcdoudou
	当前版本：	1.0
	作 者：	周伟
	完成日期：	2011-10

## 版 本 历 史

版本/状态	作者	参与者	起止日期	备注
1.0	蒋佩恒	魏则毅 张浩哲 梁媛	2016.9.16 至 2016.9.16	

# 目 录

0. 文档介绍.....	5
0.1 文档目的 .....	5
0.2 文档范围 .....	5
0.3 读者对象 .....	5
1. 公司目的.....	5
2. 问题 .....	5
2.1 描述客户的“切肤之痛” .....	5
2.2 简介目前客户是如何应对这些问题的 .....	6
3. 解决方案.....	6
3.1 阐述公司的产品/服务的价值定位如何解决客户的难题.....	6
3.2 说明公司的产品/服务具体在何处得到实现 .....	6
3.3 提供一些产品/服务使用的具体例子 .....	6
4. 时机：为何是现在？ .....	7
4.1 回顾公司产品/服务所应用的领域的历史演变 .....	7
4.2 说明哪些近期的趋势使得公司的产品/服务之优越性得到可能 .....	7
5. 市场规模 .....	7
5.1 定义你的目标客户并描绘他们的特性 .....	7
5.2 用不同的方法测算市场规模 .....	7
6. 竞争格局.....	8
5.1 列出现有的和潜在的竞争对手 .....	8
5.2 分析各自的竞争优势.....	8
7. 产品/服务.....	9
7.1 产品/服务描述： .....	9
7.2 产品/服务的开发计划.....	10
8. 商业模式.....	10
8.1 收入模式 .....	10
8.2 定价 .....	11
8.3 从每个客户上可获得的平均收入或其终身价值 .....	11
8.4 销售和渠道 .....	11
8.5 现有客户和正在开发的客户清单.....	11
8.6 产品/服务的开发计划 .....	11
9 团队描述 .....	11

9.1 创始人和核心管理层 .....	11
9.2 董事会成员和顾问委员会成员 .....	12
10. 总结 .....	12

## 0. 文档介绍

### 0.1 文档目的

清晰阐述本产品的设计初衷、商业模式以及市场前景，争取获得公司的认可及资源支持。

### 0.2 文档范围

项目立项阶段，向公司上层请求立项许可以及相关资源支持。

### 0.3 读者对象

公司决策层:公司战略负责人、公司财务资源负责人、公司开发资源负责人、公司运营资源负责人。

## 1. 公司目的

当代大学生有很大一部分人饱受“早起难”的困扰，传统的闹钟在“赖床一族”的生活中能起到的作用微乎其微。这种情况的发生在很大程度上是因为这些人找不到早期的动力。鉴于这种现状，公司决定开发一款 APP 以习惯培养的方式解决大学生“早起难”的问题。

## 2. 问题

### 2.1 描述客户的“切肤之痛”

随着时代的发展，当代大学生的生活水平在不断的提高，但与此同时，他们的生活质量也在一步步下滑。其中，晚睡晚起成了当下大学生一大明显的标志，而在此之中的不少学生是被动养成这种不良的习惯（包括身边没有坚持好的作息习惯的舍友，没有一起希望养成好的作息习惯的朋友等等），久而久之，不少人就放弃了养成好的作息习惯的想法。而有些学生虽然了解了良好作息对身体健康发展的重要性，然而迫于周围环境影响与自身意志力不够坚定，没有一些好的朋友长期支持与监督，这些学生虽有一颗养成良好的习惯的心，却无法真正养成持久的良好作息习惯。

## 2.2 简介目前客户是如何应对这些问题的

当下大学生，倘若希望养成早睡早起的习惯，目前他们采取的最多的方式则是定闹钟。如果一个寝室的学生生活习惯都很良好的话，那么在这种环境下希望养成好的作息习惯是相对容易的。然而大多数的学生并没有这样一个良好的环境保证，而定闹钟则是一种极其被动的良好习惯养成方式，许多没有坚定意志力的学生早起一两天后又会再次恢复原样。

还有一部分学生则是通过“结对子”，找同样希望养成早起习惯的同学相互监督。然而在线下，这样的方式虽然可行，但是想找到合的上自己“胃口”的“对子”，这就十分困难。

## 3. 解决方案

### 3.1 阐述公司的产品/服务的价值定位如何解决客户的难题

早起吧价值定位：利用互联网的实时性、便捷性、社区性，帮助在校大学生提早起床时间，培养良好的生活习惯，建立健康的生活方式。除此之外，利用大学生提早的起床时间，坚持某种习惯，高效利用早起时间。

解决方式：

- 1、建立早起呼唤功能，通过他人的早起呼唤，叫醒用户。
- 2、建立社区动态，通过用户的动态分享，提高用户的积极性。
- 3、设立任务打卡功能，帮助用户对自己的早起情况及早起习惯进行有效督促及监督。

### 3.2 说明公司的产品/服务具体在何处得到实现

- 1（早起呼唤）. 单个社区的任务打卡页面、好友个人信息页面
- 2（社区动态）. 单个社区的动态页面
- 3（任务打卡）. 单个社区的任务打卡页面

### 3.3 提供一些产品/服务使用的具体例子

- 1（早起呼唤）. 当用户早上不想起床，缺乏起床的动力时。
- 2（社区动态）. 用户早上起来，不太想起床，朋友圈刷完了，没得刷了，进入到早起吧社区动态页面可以看到此软件上其他用户发表的动态，激励用户的起床意愿。
- 3（任务打卡）. 用户起床后进行任务打卡，可以对用户的起床习惯进行记录，在进

行早起任务时，也可以进行打卡对任务进行自我监督及记录。

## 4. 时机：为何是现在？

1. 前期我们在线上大学生群体中发送了调查问卷，调查人数为 500 人左右，有 57.01% 的被调查者有提早起床时间的意愿；有 50.22% 的被调查者因早上没有计划，起床后无事可做而没有动力早起；而有 72.81% 的被调查者则认为，倘若有一个好的氛围，他们则愿意改掉赖床的习惯，养成早起并去做一些有意义的活动的习惯。

2. 当下专注于早起方面的 APP 数量并不多，目前与我们所做业务十分相似的 APP 有：醒醒（美女叫我起床）、谁叫我起床。而他们在安卓平台上的总下载量均在百万的级别。以此可以看出，今时做专注于早起的产品，市场前景十分广阔。

### 4.1 回顾公司产品/服务所应用的领域的历史演变

本公司成立时间不长，而早起业务则是本公司的第一项业务。

### 4.2 说明哪些近期的趋势使得公司的产品/服务之优越性得到可能

大学生群体当中对良好作息（尤其是早起）的大量需求，以及当下市场上专注早起习惯养成业务的 APP 不是很多，并且已经存在的竞品目前运营效果十分良好。在这个趋势下，我们的产品的优越性一览无余。

## 5. 市场规模

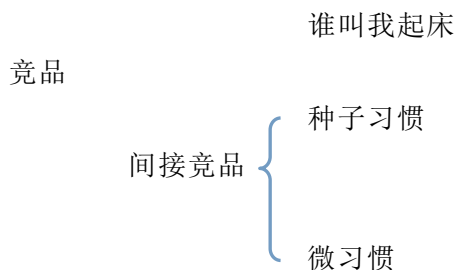
### 5.1 定义你的目标客户并描绘他们的特性

1. 在校大学生；
2. 希望早起但是没有毅力和动力的大学生；
3. 希望早起并且希望找同伴一起去奋斗（背单词，跑步，吃早餐等等）的用户（偏向于大学生）；
4. 希望早起并且通过这个平台进行交友的用户；

### 5.2 用不同的方法测算市场规模

方法：竞品分析：

直接竞品 { 醒醒



相关竞品的市场占有率（不完全统计）：

市场 数据（万次） 产品	华为应用市场	360 市场	豌豆荚	安卓市场	百度手机助手
谁叫我起床	17	176	30	16.3	321
醒醒	35	122	15	209	771

跟据竞品分析的数据，保守估计潜在市场规模为 30 万次下载量

## 6. 竞争格局

### 5.1 列出现有的和潜在的竞争对手

**现有的竞争对手：**

谁叫我起床、醒醒（原名：女神叫我起床）

**潜在的竞争对手：**

微习惯、种子习惯

### 5.2 分析各自的竞争优势

**现有的竞争对手：**

谁叫我起床——与众不同的闹钟，在你设定的时间会有陌生人提前录制的语音闹钟，支持分享功能，可随时晒心情，满足用户求新鲜、刺激的心理。

醒醒（原名：女神叫我起床）——破千万的下载量，拥有一定用户群体；可以提供大量的陌生人语音闹铃或小视频闹铃，提供众多用户求叫醒动态和心情动态，闹钟模式多样，打破了传统一成不变的模式，同样满足了用户求新鲜、刺激的心理。

**潜在的竞争对手：**

微习惯——界面大气实用的免费生活效率类软件，综合了网上新鲜、热门的习惯，帮助人们改变生活状态，改善生活质量。



种子习惯——基于时间管理的习惯培养应用，为超过 20000 种的生活方式提供智能提醒、数据追踪，拥有较大的用户群体。

# 7. 产品/服务

## 7.1 产品/服务描述：



## 7.2 产品/服务的开发计划

2016 年

4 月份——围绕于产品的头脑风暴，市场分析，用户画像，产品功能；

产出：产品各模块的思维导图一份，产品介绍 PPT 一份；

5 月份——进行产品线上、线下问卷调查，举办首次非正式发布会；

产出：调查问卷一份；

6 月份——对问卷调查进行分析，修改，整理产品功能；

7 月份——根据产品定位，进行竞品分析；

产出：直接竞品分析 PDF、PPT 各一份，间接竞品分析 PDF、PPT 各一份；

8 月份——根据产品功能对产品进行界面、排版设计，同时对各大模块进行详细的逻辑整理，订版所有的功能模块；

产出：产品需求文档一份，产品原型一份；

9 月份——整理几个月以来的产品定位，商业模式，用户群体等信息；

产出：商业需求文档一份，市场需求文档一份；

10 月份——步入产品开发阶段……

## 8. 商业模式

### 8.1 收入模式

#### 1.会员收费：

充值成为会员后，个人会获得一系列会员标志（红名、专属边框、专属头像等等）。功能部分，会员会可以比普通用户开更多的社区，自己开通的社区内人数上限会更高。

#### 2.赏金任务：

赏金任务只能加入赏金社区才可参加，加入社区参加活动需要一定的起始资金（10 元左右），起始资金会加入到社区奖金池当中。从任务开始日开始到任务结束日，参与的用户需要每日完成社区任务，如果某用户任务完成中断，则该用户起始资金将在活动结束后结算时不予返还，其资金会被已经坚持下的用户平分。而我们官方则会用几个小号去参与到活动当中，赚取部分奖金池奖金。

## 8.2 定价

会员：10 元/月

赏金任务：10-50 元/次不等

## 8.3 从每个客户上可获得的平均收入或其终身价值

会员收益：每月平均开通会员数 \* 10

赏金任务收益：((赏金任务个人参与资金 \* 未坚持下来的人数) / 参与活动总人数)

\* 本次活动小号数

## 8.4 销售和渠道

会员：线上销售

赏金任务：线上充值虚拟币，线上投入虚拟币参与活动，虚拟币可进行提现。

## 8.5 现有客户和正在开发的客户清单

无

## 8.6 产品/服务的开发计划

1.0：社区功能、呼唤功能开发并发展成熟

2.0：会员与赏金任务功能的开发

# 9 团队描述

## 9.1 创始人和核心管理层

创始人：蒋佩恒

核心人员：梁媛、张浩哲、魏泽毅、陈鹏

## 9.2 董事会成员和顾问委员会成员

Ivan

# 10. 总结

目前，专注于早起的 APP 产品较少，他们运营的效果也十分良好，而当下大学生对于优质生活习惯（特别是早起）的需求十分庞大与迫切。而早起吧 APP 有自己的特色功能（早起呼唤，社区约），符合现在大学生频繁的线上生活方式，足以吸引许多大学生使用该 APP，让早起吧 APP 在市场上占有一席之地。故，早起吧 APP 前景是十分广阔的。