

挑选优质水果及应季水果推荐 APP 策划书



果 果

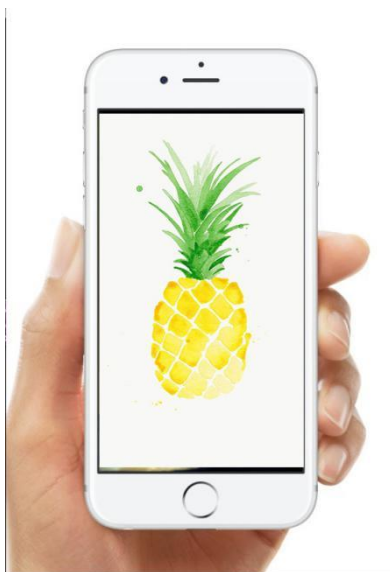
1. 创意背景

1.1. 生活中，水果的摄入是必不可少的

现在的大多数人往往不清楚如何选择水果的种类和挑选最新鲜的水果。尤其以当代大学生为首，这个问题是十分普遍的，虽然无伤大雅，但是也造成了诸多不便。

1.2. 如何选择健康优质的水果

买哪种水果，哪个更甜更新鲜，总会让人选择困难。网上的有关水果的 app 往往是进行水果外卖的，所以我们希望创建一款 app 可以提醒使用者应季水果有哪些种，并且教给使用者如何分辨水果是否成熟且口感佳，现实该水果是否是过敏原，以及是否与其他食物共同食用造成不良后果。



果果 APP 效果图

2. 创意内容

2.1. 获得应时水果

APP 提供全国各省每个时节的应季水果，用户可以根据查询时间范围和地区来获知当季水果，从而方便地进行购买。

2.2. 水果特性介绍

APP 提供关于各种水果的介绍，从产地，生长过程，到食用方法技巧应有尽有，让用户增长知识的同时又提高了生活实用技能。

2.3. 水果挑选技巧集合

APP 提供挑选水果技巧，让用户可以自己挑选出新鲜美味的水果，减少物贵无华现象，最大技巧维护消费者权益。

2.4. 附件优质水果店情况提供

APP 提供优质水果店铺信息，提供周边水果店内水果种类与价格变动，让您轻松货比三家，从优购买。

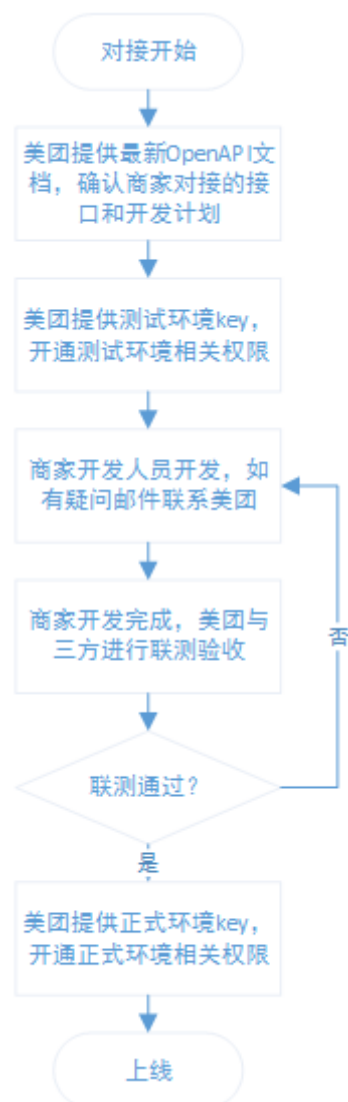
3. 创意可行性分析

3.1. 获得水果信息——网络

通过网络来收集各种水果的信息，并且创建数据库进行数据的收集。从手机获取时间信息来对数据库内的数据进行提取。

3.2. 获得商家信息——美团 API 等开放平台

为获得使用者周边的商家信息，可以使用美团 API，大众点评 API 等开放平台。以美团为例：美团开放平台 URL: <http://developer.waimai.meituan.com/doc/show>



美团开发平台接洽流程

我们与美团开放平台进行接洽，由美团提供 OpenAPI 文档，确认接口和开发计划。

在美团开放平台开发文档中可以得到获取门店 ID 和门店详细信息的 API，并在开发阶段获得美团技术支持。

在 APP 开发阶段，由美团提供测试用 key，联测通过后提供正式 key。

3.3. 获得地图数据、定位服务、路线规划支持——百度地图 API，高德地图 API

果果 APP 的部分功能建立在开放平台提供的地图数据之上。我们可以通过百度 API 等开放平台获得包括实时地图数据，基于卫星的定位服务，实时路线规划等功能，还可以获得热力地图数据，鹰眼轨迹服务等功能支持。以百度地图 API 为例：

百度地图 API 提供免费、面向所有个人和组织的开发者认证。认证成功后可以获得 API 权限，并共享百度地图推广资源。



百度地图开放平台提供全平台(IOS, Android, web)的地图，定位，路线规划 SDK；同时提供静态图，LBS 云等服务的 API 接口，以及众多开发者工具支持。

3.4. 淘宝宝贝排名算法

根据地理位置、进货时间以及价格等不同因素的数据，依据权重分配，使用淘宝宝贝排名算法进行数据处理，得到用户可购买水果的商家顺序列表。

4. 创意适用人群分析

适用人群应该面向使用智能手机的所有用户，尤其注重于青少年阶层。

4.1. 年轻人（18 岁~25 岁）——核心用户群体

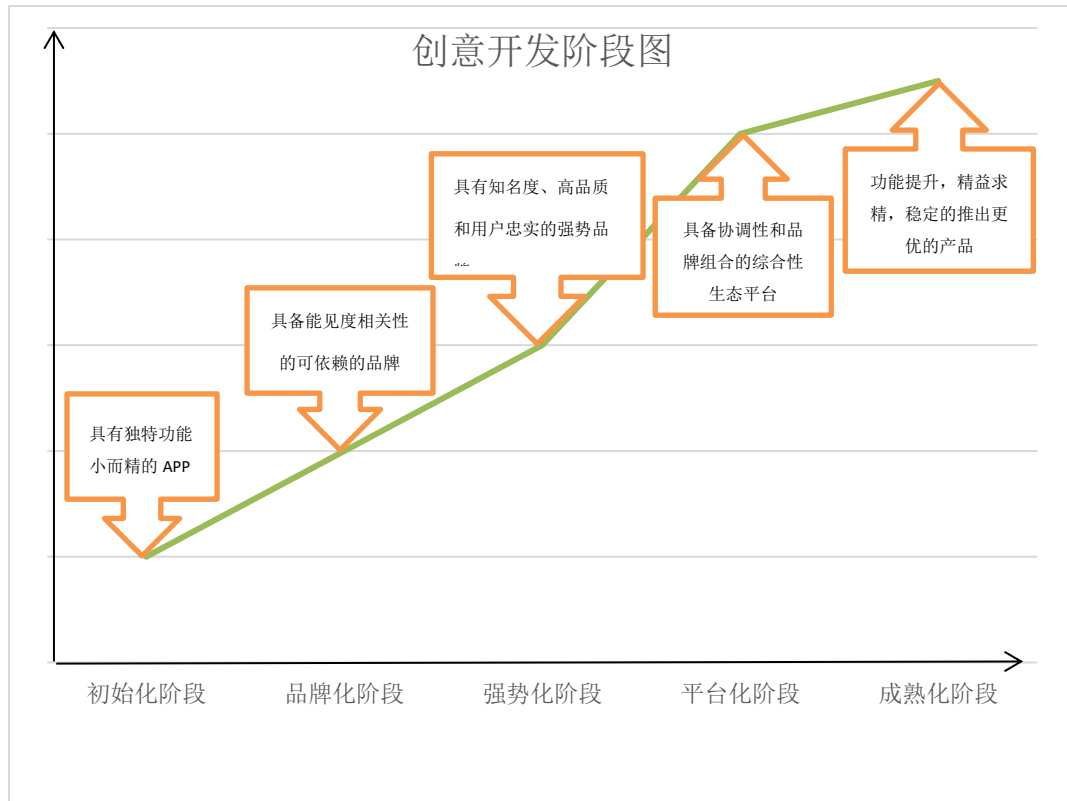
年轻人往往是接受和使用 app 的先锋人群，而且他们的生活经验并不丰富，却要开始独自选购水果。首先，由于他们往往不知道如何挑选新鲜的水果；其次对这类人群我们认为 APP 有必要对其提醒进行适时的水果的摄取。他们应该是最需要这种 APP 的人群。APP 在这类人中的传播速度是十分之迅速的，是我们初期推广的最理想对象人群。

4.2. 喜爱挑选实惠优质水果的人群

对于经常挑选水果的人群，在挑选上已有较多的经验，但是我们这款 APP 仍然可为他们提供有效服务，如通过 APP 使用者定位信息以及时间，使用者可以查找到附近水果的最新实时情况并且有同类水果最佳推荐。在一定程度上可以为这类人群节约购买水果时间。

5. 创意持续性分析

5.1. 生命周期阶段分析



我们的 app 是一款基于现实情况而创建的方便型 app。考虑到现实中在水果挑选方面人们知识的匮乏与不便，我们的 app 具有一定的优势与市场。而水果的不断更新与 app 管理者对于水果知识理解的不断加深，使得我们的 app 必然具有实时更新性与调整性。所以从长远看，我们的 app 具有强大的延续性和优越的扩展性，且具有较为长远的生命周期。

5.1.1. 初始化阶段

选定基本时节划分，在不同时节内，以省为单位，介绍时节内的应季水果，以及相关水果的知识。

联系水果店铺商家，实时公布水果价格与优势，公正评估各水果店，吸引水果购买者这一核心用户群体。

5.1.2. 品牌化阶段

上线各省应季水果介绍功能，提供商家的基本评价与用户反馈，举办类似水果知识补充活动或水果线上知识竞赛活动，提供包括现金红包(绑定银行卡后可提现)、临近水果商铺优惠券等奖励，大力推广 app 的同时培养用户的消费习惯，使用户量达到一定的基数。

5.1.3. 强势化阶段

强化社交功能，利用水果商铺携手推广 app，并举办由本 app 冠名的有奖系列活动，大力提高 app 品牌的知名度。并根据测试反馈结果，不断丰富完善 app 功能模块，逐渐扩大测试范围，平稳过渡，达到增加用户粘性和加速扩大用户规模的目的。

5.1.4. 平台化阶段

用户规模到达一个较大的量级，app 处于火热阶段时，根据历史数据，在用户人流量

较大的区域，增加水果店铺的容量，如果有优质商家愿意进行合作，可以以 app 冠名开办商铺，实现双赢。

5.1.5. 成熟化阶段

依照上述模式，综合商业评估后，逐渐把省级应季水果推向具体化的市级，并增加水果商家数量，为用户提供更多优质选择。

6. 创意商业模式

6.1. 推广模式

我们的 app，前期以线上、线下相结合的推广模式为主，定期监控用户增长量，根据反馈调整线上、线下推广比重，以期达到最佳的推广效果；后期推广以 app 的互动、不定期推广活动为主，增强 app 自身造血功能，根据用户量增长速率变化情况，举行不定期推广活动。

6.1.1. 线上推广

A. 社交平台

在微信朋友圈、微博好友圈、qq 空间等社交平台，根据用户的地理位置和年龄段，选择本 app 服务已开通的城市的年轻用户，精准投放推送广告，并以注册送好礼活动吸引用户注册。

B. 第三方商店

由于进入早，用户积累多，第三方商店成为了很多 APP 流量入口，全国有近百家第三方应用商店。渠道专员要准备大量素材，测试等与应用市场对接。各应用市场规则不一，如何与应用市场负责人沟通，积累经验与技巧至关重要。资金充足的情况下，可以投放一些广告位及推荐等。

6.1.2. 线下推广

A. 各大高校

在大型节假日，选择各大高校等学生聚集的场所，进行线下驻点宣传推广活动。

B. 水果店

水果店日常进行销售时，有相当的 APP 受众群体，便于进行线下驻点宣传推广活动。

6.1.3. 自身推广

在有一定用户量的基础上，待 app 自身的互动、社交功能成熟后，可通过举办有奖活动的形式，让老用户邀请朋友注册，形成朋友圈，推广的同时增强老用户粘性。

6.2. 盈利模式

6.2.1. 初期——非盈利

在 APP 推广初期，我们主要以增加用户基数为目标，良心服务，稳固 APP 用户人群。

6.2.2. 后期——授权冠名费用

在 APP 拥有一定稳定受众后，我们进行水果商店的授权冠名并收取费用。水果商店若

得到我们的授权冠名，即得到 APP 首肯，在为用户推荐时优先推荐。

7. 创意实施分析

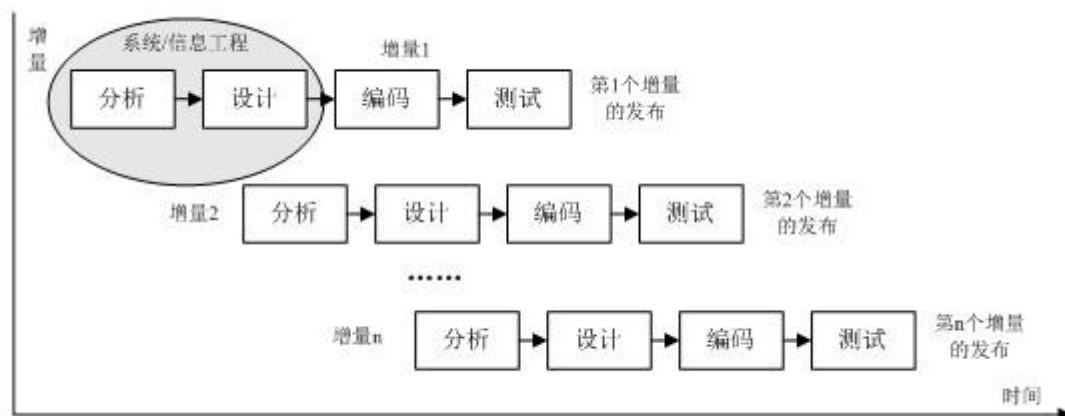
7.1. 开发环境配置

Eclipse：它本身是一个开源的、基于 Java 的可扩展开发平台。Eclipse 本身只是一个框架和一组服务，主要是用于产检组件构建开发环境。同时也是开发 Android APP 软件的主要开发环境。

7.2. 开发语言选择

款 APP 面向所有使用智能手机的人群，所以首先考虑我们软件在不同平台下的兼容性。而 JAVA 语言，既是一般开发安卓 APP 应用软件主要使用的编程语言，必要时如果在开发过程中需要切换语言，也可以通过 JNI 来完成。同时 JAVA 也一种很好支持编写跨平台软件的语言。

7.3. 开发模式选择



经典增量模型图

增量模型该模型采用随着日程时间的进展而交错的线性序列，每一个线性序列产生软件的一个可发布的“增量”。当使用增量模型时，第 1 个增量往往是核心的产品，即第 1 个增量实现了基本的需求，但很多补充的特征还没有发布。客户对每一个增量的使用和评估都作为下一个增量发布的新特征和功能，这个过程在每一个增量发布后不断重复，直到产生了最终的完善产品。我们所设计的果果 APP，核心功能就是向知识较为缺乏的年轻人普及水果知识，所以增量模式的特点，率先完成核心功能非常符合我们的 APP。其次我们想象了较多创新功能且是随 APP 不断推广改进而添加的，增量模型的适应性、灵活性也适合我们的 APP 软件开发。