音缘app 产品构思

# 问题描述

1. 随着网络直播，视频等娱乐形式越来越流行，几乎每个地方都有很多喜欢与声音有关的活动的人群；而他们的主要活动途径为去当地的KTV或者基于现有的平台活动，存在主要的问题包括：
   1. 去实地KTV不够即时，不够方便，也可能开销较大；
   2. 声音的表现形式局限于唱歌，形式不够丰富有特点；
   3. 现有平台收录的歌曲不够全，获取相关资讯或周边不够便捷；
2. 某地拥有全国排名前十的音乐周边类销售市场，物品丰富、货源充足、价格低廉；目前主要销售是面向传统的小批发商，由于商家不具备计算机和互联网知识，所以很难独立开拓网络销售渠道，扩大销售额；
3. 目前人们已逐渐习惯网上购物，随时随地在线进行一些娱乐活动，通过全民K歌、抖音等享受到了电子商务，在线娱乐平台带来的便利，具备了充足的意识和习惯；这些成熟服务尚存在如下不足：
   1. 针对声音提供的服务多为唱歌，形式不够丰富；
   2. 曲库覆盖面不够广，外文歌曲收录和歌词翻译匮乏；
   3. 缺少与音乐周边相关内容的联动；

# 产品愿景和商业机会

**定位：**“音缘app”要打造一个集音乐、视频、直播、短视频、社交于一体的泛娱乐平台，为喜欢与声音有关的活动人提供享受方便、丰富、多样的音乐等方面的活动，及时、准确获取音乐资讯，便利、实惠的音乐周边商品服务的在线音乐平台，让对声音感兴趣的人们能够找到自己心中真正声音的来源；

**商业机会：**

* + 用户群没有明显的限制，对声音感兴趣的人都可以使用，拥有多样且富有创意的声音的表现形式，满足用户的好奇心，更加贴近生活，受众人群更多，消费群体覆盖广；
  + 拥有足够庞大的曲库以及流行的热歌不同的翻唱版本，可以充分满足用户的需求；
  + 音乐资讯时效性强，准确性强；
  + 集演唱会信息，周边商品等音乐商品为一体，方便用户寻找满足自己需要的音乐方面的商品，并且商品稳定正规的来源以及实惠的价格让用户放心，有良好的购物体验；
  + 收录众多小众歌曲以及外文歌曲和相对应的多种翻译，满足喜欢唱外文歌曲的用户的要求；

**商业模式**

* 物品差价；
* 店铺广告及商品推荐竞价排名；
* 订阅模式；
* 免费模式；
* 圈地模式；
* 新闻策划模式；

# 用户分析

一.用户群体：

预计本产品主要用户以年轻人为主

二.使用场景：

（1）放学或者下班后的娱乐休闲时间，此时间段较长、自由度较高，用“音缘App”娱乐身心；

（2）日常学习/工作/上下班途中，利用“音缘App”短暂放松一下；

（3）日常工作闲暇时间，记录自己行业的专属声音。（类似于：程序员敲代码声音、厨师炒菜声音，按摩师按摩声音、会计师使用计算机声音等）

（4）周末或者寒暑假假期时光，在“音缘App”上与好友在线PK唱歌、配音。

三. 不同用户群体特征：

* 唱歌水平很高并且热爱唱歌的用户
  + 愿望：希望有一个好的软件可以满足自己的唱歌刚需，满足自己的成就感。
* 唱歌水平一般但喜欢听歌的人
  + 愿望：希望有一个好的软件可以满足自己的听歌需求，而且可以听到自己周围的人或是好友的作品。
* 不喜欢唱歌但喜欢配音的人
  + 愿望：希望有一个好的平台来验证自己的配音水平
* 希望展示自己行业独特音源的人
  + 愿望：希望可以将自己行业的专属声音通过平台分享给他人
* 唱歌水平不好但希望听到自己真实声音的人
  + 愿望：希望有一个软件，可以让自己在清唱中感受自己的声音魅力，挑战自己的声音极限。
* 喜欢跟风，尤其喜欢抖音等短视频平台背景音乐的人
  + 愿望：希望有一个软件，可以有独立的短视频近期热歌模块，满足自己的需求。

# 技术分析

采用的技术架构

以基于互联网的WEB应用方式提供服务。

1.前端技术主要采用

①OkHttpClient框架 实现网络连接

②Glide框架 流式调用加载网络图片

③Gson 框架 快速解析JSON数据

④MobTech SMSSDK 实现验证码登录功能

⑤百度地图SDK 实现定位功能

⑥七牛云SDK 实现音视频上传、剪辑功能

⑦环信SDK 实现即时通讯功能，

2.后端技术采用SSM框架集：

①Spring 简化Java开发，通过DI依赖注入降低耦合性

②Spring MVC 实现视图与数据的解耦

③MyBatis 实现了数据访问操作的封装，可免费快速完成开发；

3.相关智能推荐算法或预测校正（如对声音等）算法：

使用相关机器学习算法神经网络模型，使用sklearn、pytorch等库通过python实现

平台

初步计划采用亚马逊的云服务平台支撑应用软件，早期可以使用一年的免费体验，业务成熟后转向收费（价格不贵）；

软硬件、网络支持

由于所选支撑平台均是强大的服务商，能满足早期的需求，无需额外的支持；

技术难点

无开发技术难点；产品设计上重点考虑如何符合目标群体特征提供快速需求定位。

# 资源需求估计

人员

产品经理：依据本产品的商业背景和定位，吸取已有音乐软件的成熟经验，结合大众趋势和用户特征，设计符合喜欢音乐的大众的产品。

IT技术专家：快速架构和实现产品，同时确保对未来快速增长的用户使用该软件的稳定及软件交互的稳定性；数据库的架构对用户信息存储等。

用户代表：找寻喜欢听歌，喜欢唱歌的相关用户群体。

资金

产品验证阶段前暂无需要。完成产品验证后，需要资金集中快速完成商家扩充和宣传推广。

设备

一台远程服务器；多台用于软件开发的PC

设施

45平米以内的固定工作场地

# 风险分析

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **编号** | **事件描述** | **根本原因** | **类型** |
| R1 | 用户认可度不高 | 没有足够吸引用户的功能 | 用户风险 |
| R2 | 用户体验不好 | 部分用户喜爱的歌曲没有版权 | 用户风险 |
| R3 | 人员不能及时到位 | 无法快速组建技术团队 | 人员风险 |
| R4 | 软件的信息更新不及时 | 技术人员的信息维护不及时 | 流程风险 |
| R5 | 无法获得足够的推广费用 | 产品快速推广时，需要大量的资金，目前团队不具备，需要寻找投资 | 资金风险 |

# 收益分析

财务分析的估算结果如下，几项重要参数说明：

1. 折现率假设为10%，这是比较通用的一个值；
2. 项目长周期设为5年；
3. 首年成本为上面资源分析中的成本加5000元推广成本，以后四年假设升级维护费和推广为每年20000元；
4. 收益假设第一年为12000元，第2年为30000元，第3年为60000元，第4年为100000元，第5年为150000元；

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 折现率 | 10% |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 汇总 |
| 成本 | 25000 | 20000 | 20000 | 20000 | 20000 |  |
| 折现因子 | 0.91 | 0.83 | 0.75 | 0.68 | 0.62 |  |
| 折现成本 | 22750 | 16600 | 15000 | 13600 | 12400 | 80350 |
| 累计成本 | 22750 | 39350 | 54350 | 67950 | 80350 |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
| 收益 | 12000 | 30000 | 60000 | 100000 | 150000 |  |
| 折现因子 | 0.91 | 0.83 | 0.75 | 0.68 | 0.62 |  |
| 折现收益 | 10920 | 24900 | 45000 | 68000 | 93000 | 241820 |
| 累计收益 | 10920 | 35820 | 80820 | 148820 | 241820 |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
| 折现收益-折现成本 | -11830 | 8300 | 30000 | 54400 | 80600 | 161470 |
| 累计收益-累计成本 | -11830 | -3530 | 26470 | 80870 | 161470 |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
| 净现值 | 161470 |  |  |  |  |  |
| 投资收益率 | 201% |  |  |  |  |  |
| 投资回收期 | 第3年 |  |  |  |  |  |