产品愿景和商业机会

一、产品定位

iBaby能够增加亲子之间的互动，帮助用户增强陪伴与被陪伴的家庭关系的体验感，让家长朋友了解孩子的内心世界，使其不会缺席孩子的成长；让孩子在父母亲人的陪伴下了解世界，探索生活，在娱乐中学习到更多的知识。

二、商业机会

1.用户群主要定位于社会上4-7岁的儿童，用户人群庞大；

2. 4-7岁年龄段的孩子的精力旺盛，但父母由于工作常常无暇顾及对孩子的培养照顾或家长不知道合适的教育互动方式，因此这样的软件更加迎合孩子父母的需要；

3. 该年龄段的儿童求知欲旺盛，对世界充满了好奇心，我们的软件正好能满足其该方面的要求并能让其获得更多的知识。

三、商业模式

1. 广告：引入关于孩子日常用品或者实时产品的推荐，通过广告条，插屏广告，开屏广告等形式进行宣传，获得相应的宣传利益；
2. 增值服务： 本产品中的多项功能在进行充值之后可以免去广告或给予用户某项业务更加便利深度的用户体验感；
3. 会员卡：在保留用户流量的前提下，可以进行包月，包年的长期充值，使高级用户长期使用本产品；
4. 电商：在注册用户的垂直产品中，使用户对产品建立的信任感，能够超越普通场景流量的一般价值，产生垂直场景的变现溢价；
5. 其他商业合作：与其他相关产品互利互惠。