



华南师范大学

课程：移动智能应用开发

项目：SportMates 产品方案设计

指导老师：曹阳

开课时间：2021 ~ 2021 年度第 1 学期

专业：计算机科学与技术

队长：李春燕 20192131049

队员：杨晓华 20192131063

江雨彤 20192131093

目录

一、项目实施可行性报告.....	1
（一）行业市场分析.....	1
（二）竞争对手.....	1
（三）自身条件分析.....	2
二、产品定位及目标.....	2
三、产品内容策划.....	3
（一）SportMates 的主要功能模块.....	3
（二）应用流程规划.....	3
（三）设计与测试规范.....	4
（四）开发日程表.....	4
四、技术解决方案.....	5
五、推广方案.....	5
（一）产品定位.....	5
（二）推广对象.....	6
（三）推广措施.....	6
六、运营规划.....	7
（一）盈利模式.....	7
（1）会员制.....	7
（2）商城提成.....	7
（3）广告收入.....	7
（二）资金运营计划.....	7
（三）风险评估.....	8
（1）财务风险.....	8
（2）竞争风险.....	8
（四）产品发展战略.....	8
（1）开拓市场.....	8
（2）运营稳定期.....	8

一、项目实施可行性报告

（一）行业市场分析

随着人们生活、工作上的压力不断增大，不少人的身体处于亚健康状态，人们的健康意识的不断增强，越来越多人热衷于运动锻炼强身健体，排解压力，改善睡眠等等，因此运动成为了不少人生活中的重要组成部分。但一个人运动容易懈怠，而和志同道合的运动伙伴共同运动可以减少在运动的枯燥和孤单。不仅如此，同伴的鼓励和监督能让人更容易坚持运动下去。然而，不少人身边可能没有或很少有相同兴趣的运动伙伴。不少人有找运动伙伴的意识，互相督促坚持运动，拉近了人与人之间的距离。

运动行业覆盖人群规模大，市场规模需求大，广受大众欢迎。目前运动行业处于政策激励，行业发展形势长期向好，未来前景广阔的发展期。目前，90后、00后人群，逐步成为运动市场的消费主力。

（二）竞争对手

目前市场上定位与本产品类似的应用有：悦跑圈、Keep、Timer 运动、咕咚、Again、嗨运动。

（1）悦跑圈：一款基于社交型的跑步应用。中国线上马拉松的首创者，精准GPS 轨迹记录，专业化运动数据分析，独有的跑友圈社交，跑步训练计划、挑战任务、话题广场等一系列功能。

（2）Keep：致力于提供健身教学、跑步、骑行、交友及健身饮食指导、装备购买等一站式运动解决方案。

（3）Timer 运动：基于地理位置，发现附近运动爱好者的移动社交产品，为用户提供一个交友的平台，具有发布运动邀约、实时聊天等功能

（4）咕咚：全国首款GPS 运动社交手机软件，追踪运动路线，邂逅运动好友，发现运动资讯与趣闻，还可以在线进行视频直播，和全球用户一起分享运动心得，提升运动能力。

（5）Again：一款全球运动爱好者的社交软件。它可以记录运动全程的数据，

也可以创建训练计划,同时将计划共享给他人轻松赚取收益;在这可以找到健身、瑜伽、普拉提、HIIT、格斗、有氧健身操等等……项目的私人教练。

(6) 嗨运动:一款全新体验运动的 app,嗨运动可以帮您寻找活动中嗨友聊天解闷,赶走无聊,结识运动爱好者。

目前,keep,悦跑圈,咕咚是运动行业的头部应用,但头部应用主打以运动课程为主,运动交友不是主要的功能,其他的应用运动交友是主要功能之一,但是下载量不高且用户体验一般。其中嗨运动的更新时间在三个月前,版本迭代慢。

(三) 自身条件分析

目前市面上定位与本产品类似体量大的应用尚未主打运动社交,而主打运动社交的应用体量小。同类型应用产品大多不够知名,产品功能尚不全面,版本迭代较慢不够稳定,用户体验不佳。体量大公司主打的是其他方面,运动交友不是主要功能,因此不能满足需求为运动交友的用户。本产品注重于运动组队,围绕组队的功能全面,针对于需要进行运动组队的用户,主要为组队用户提供相约交流平台,提醒运动时天气,提供运动产品购买,提供论坛供用户分享运动成果、咨询运动经验、推荐运动场所等等有关于运动的方面。运动交友行业尚未开发完全,本产品可以占比较大的优势。

二、产品定位及目标

SportMates 是一款注重社交属性和锻炼属性的应用。用户可以通过该应用发出邀请,在周围的人找到有共同兴趣的伙伴一起运动。运动爱好者能够在本产品的论坛上交流,用户可购买运动相关产品。本产品也提供了提醒天气服务,提醒用户在该天气下是否建议运动。

本产品的目标用户是对运动感兴趣、对多人锻炼项目感兴趣或是喜欢结伴锻炼的各阶段群体,适用于全部年龄段。

本产品的目标用户应具备以下特点:

1. 爱好运动或是想尝试运动

2. 希望拓展社交圈或喜欢社交，想通过本产品找到新朋友
3. 对集体运动感兴趣，想在网络上找到一起完成运动的伙伴
4. 想要分享自己运动成果
5. 想要和运动达人进行运动经验交流

三、产品内容策划

（一）SportMates 的主要功能模块

（1）发布运动组队信息：用户在系统中可以发布自己希望做的运动项目（如游泳、羽毛球等）、运动地点（如天河公园、游泳馆等）、运动时间以及对运动伴侣的期望、短期（仅 1 次）或长期组队等等。

（2）加入运动队伍：用户在首页能够看见同城的邀约信息（获取用户定位），选择心仪的运动队伍并加入，运动队伍加入之后可以长期保持。队长可以将不满意的队员退出队伍，队员也可以随时退出队伍，每人都可以在自己的运动队伍内发起约会，在发起约会后对每个成员做出提醒。

（3）天气提示：根据用户所在的城市提醒用户今日天气状况如何，是否适宜运动。

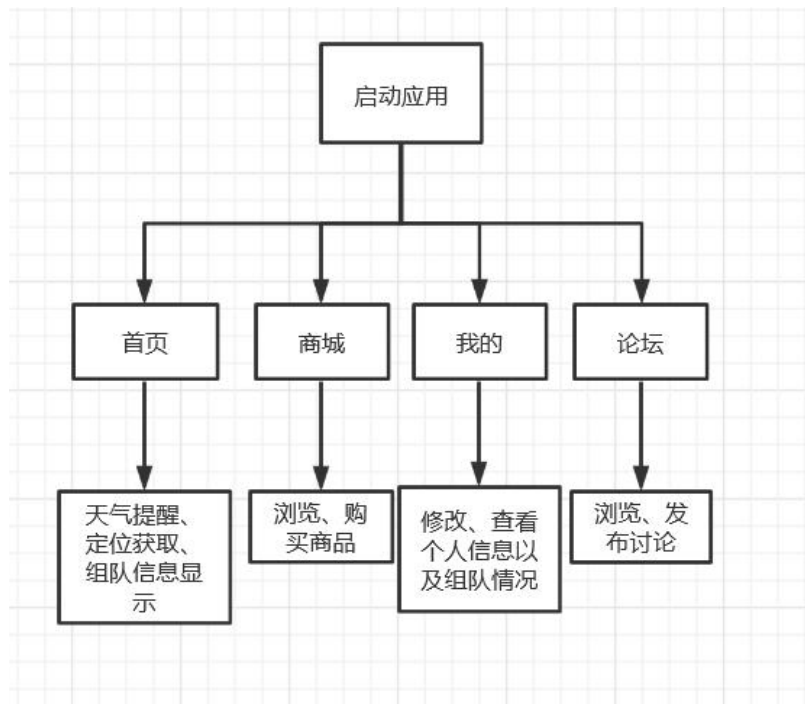
（4）论坛留言：所有用户可以在一个公共论坛上发表自己的心情、运动中的点滴等。

（5）运动商城：平台计划与运动产品生产以及零售商家合作，在平台上对用户销售物美价廉的运动产品（健身计划、食谱、运动器械等）

（6）等级制度：根据用户的运动次数以及时长等指标为用户设置等级（如运动小白、运动达人等）

（7）会员制度：普通用户只能够同时加入 3 个运动队伍，但加入会员后能够同时加入 10 个，并且可以享受商城优惠券及打折活动，以及个性装扮。

（二）应用流程规划



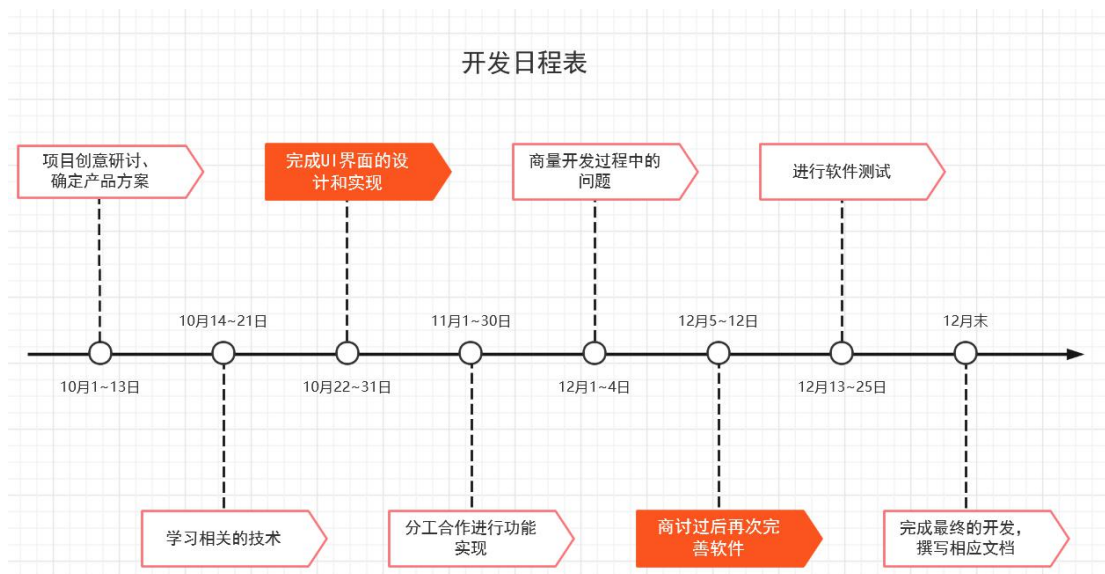
（三）设计与测试规范

（1）采用 WeTest 在线自动化测试平台进行兼容性测试，测试应用在各种设备不同版本的操作系统下是否能正常运行。

（2）使用 monkey 测试工具进行 APP 的安装、卸载以及随机操作测试（压力测试），测试 APP 是否健壮。

（3）寻找其他同学使用 APP 并询问感想。如果可能，尽量提升 APP 的使用感，重视用户体验。

（四）开发日程表



四、技术解决方案

本产品是基于 Android 系统的应用，主要涉及到的设备是 Android 智能手机。采用 Kotlin + Android + SQLite 数据库 + 和风天气 API + 百度地图 API 实现。

(1) 采用 Kotlin 作为基本逻辑实现的语言，Kotlin 增加了很多现代高级语言的语法特性，使开发效率大大提升。

(2) 采用 Android 内置数据库 SQLite 来存储用户的账号等个人信息、组队信息以及论坛内容。

(3) 采用和风天气 API 根据用户定位获取当地天气信息回显给用户，实现天气提醒。

(4) 采用百度地图 API 实现用户的地位获取和修改以及约定运动地点的确定。

五、推广方案

(一) 产品定位

根据本产品的自身特点，我们将产品定位为：

运动社交类 APP，主要功能为运动组队。SportMates 是一款注重社交属性和锻炼属性的应用。用户可以通过该应用发出邀请，在周围的人找到有共同兴趣的

伙伴一起运动。

（二）推广对象

即本产品的主要受众，对运动感兴趣、对多人锻炼项目感兴趣或是喜欢结伴锻炼的各阶段群体，适用于全部年龄段。

（三）推广措施

（1）线上推广

1.与运动类博主合作

在现今自媒体的热潮下，博主所拥有的流量不容小觑，借助这个热潮，选择与运动类博主合作是推广的可行性路径。在微博、bilibili、抖音等的社交平台筛选合适的运动类博主，达成合作协议后，在相关的运动视频中植入推广。

2.投放广告

微博、微信在运动群体中具有广泛受众，在微博和微信公众号投放广告是能够让更多人了解到本产品的路径。以短、平、快的方式结合短视频图片以及营销文案，对本产品进行推广。

3.运营自媒体

微博、哔哩哔哩、抖音等平台上开设专属本 APP 的自媒体账号，通过发布内容吸引更多人的关注。

（2）线下推广

1.投屏广告

可以选择某些地区的电梯投屏广告；资金充足时，可以在广场的广告区屏幕进行投屏宣传。

2.组织线下的组队运动

适时组织线下活动，选择在用户较多的城市开展中小型活动，例如马拉松、篮球赛等。

（3）造势宣传

1.节日造势

结合互联网的发展特点，以及节日活动等，营造更好的传播氛围。纵观其他APP的发展，造势宣传是营销推广中非常有效的一种方式，如有相关节日便根据节日特点制定营销策略，没有节日便创造节日造势进行宣传。

2.联名造势

联合一些相关节目，联名开展一些运动和趣味相结合的活动吸引用户参与，增加本产品的曝光率。

（4）好友邀请

为激励用户邀请新用户使用本产品，实行邀请返礼的机制，根据所邀请的人数进行相应的返礼。

六、运营规划

（一）盈利模式

（1）会员制

本产品实行会员制，收取用户开通会员的费用而盈利。会员比普通用户享有更多的权益，例如普通用户只能够同时加入 3 个运动队伍，但加入会员后能够同时加入 10 个。

（2）商城提成

本产品中设置了商城这一服务，贩卖与运动相关的商品，团队负责筛选商品，通过商品的贩卖获取提成而盈利。可以通过策划节日活动对产品进行促销。

（3）广告收入

在 APP 页面的某些位置上设置广告位，与有意愿借助本产品进行宣传的团队达成合作关系，从中收取广告费。

（二）资金运营计划

（1）成本分析

1.软件开发成本

主要为软件开发及维护的资金。

2.营销成本

线上推广的费用及线下开展活动的费用，推广阶段根据实际情况进行资金分配。

3.人力资源成本

根据团队人员的不同分工，按照市场水平确定薪酬。

（2）资金来源

在产品开发阶段，主要的资金来源为开发团队及投资者；在产品运营阶段，资金来源为产品盈利，同时可以寻求第三方的投资。

（三）风险评估

（1）财务风险

由于产品开发初期的资金来源为开发团队和投资者，且该阶段没有盈利收入，资金分配不合理或者投资者中途撤资有可能造成资金链的断缺；在产品运营阶段，可能存在收入小于支出的状况，同样会造成资金链的断缺。

（2）竞争风险

当前运动类 APP 的竞争较大，热门的运动类 APP 功能较为齐全，竞争力非常大，存在难以瓜分市场份额的风险。

（四）产品发展战略

（1）开拓市场

在产品进入市场时，通过线上和线下的推广获取关注度，吸引用户使用本产品。在开拓市场阶段不定时开展调查，调查用户的使用体验，以更好地改进本产品。

（2）运营稳定期

本产品运动类 APP 市场上用有一定的份额时，可以利用一部分的资金去开发新的功能，以给用户提供更好的使用体验。同时，积极开展线上线下的活动，让用户有更多的参与感和归属感，增强用户黏性。