“易话为”产品设计方案

1. 背景

在当今社会下，普通话的推广越来越广泛，导致原地方语言的推广和传承出现了不小的困难，我们广州的粤语亦如此。而在方言文化日益受到重视和保护的今天，却缺少了一个能让热爱粤语文化的同学相互交流学习的平台，缺乏一个能让粤语文化在这片南粤大地培根固本的平台，因此我们希望能够提供一个能让想了解，想学会粤语的人学习和了解粤语的平台。而“易话为”在粤语里指“一个人性格好，容易说话”，或是“一件事好商量，易办成”。希望能让想了解粤语的人能够在“易话为”手机软件中体验到粤语的有趣之处。

1. 可行性报告

如今，粤语歌和港产片之类的充斥着中国的市场，学习了解粤语能够更好地深入理解这些背后的内涵。因此“易话为”手机软件有他的市场。

1. 行业市场分析

传统的粤语学习主要是在人与人的交流或者有老师进行粤语教学，具有时空限制。

而基于移动应用的粤语学习可以打破这种时空限制，随时随地学习，而且能系统性地总结各类知识点，供人参考。同时，粤语学习应用可以提供各种粤语资讯，丰富了用户的信息获取。再者，应用提供了一个社交平台，用户之间可以相互交流粤语学习经验，亦或者分享粤语趣事。

下表是常用的粤语学习应用的性能分析：

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 应用 | 学习课程 | 复习 | 词典 | 视频推送 | 歌曲学习 | 翻译 | 社交 |
| 粤语U学院 | 一般 | 一般 | 好 | 一般 | 无 | 无 | 无 |
| 粤语流利说 | 一般 | 差 | 无 | 好 | 一般 | 无 | 无 |
| 粤语流利说 | 好 | 好 | 好 | 一般 | 一般 | 差 | 一般 |
| WhatsCap | 无 | 无 | 无 | 一般 | 无 | 无 | 好 |

由上表可以看出，粤语学习应用基本上在学习功能上都做得比较完善，而基本上都缺少社交分享功能。基于现时社会用户都比较喜欢使用社交软件，因此粤语学习应用结合社交功能会比较有卖点。

1. 竞争对手分析

如今有关粤语的软件并不多，以下两种是做得比较好的：

1. 粤语流利说。

这个app有很丰富的粤语素材，里面有粤语地区常用的粤语词汇和句子，当然不会少了港剧中一些经典的粤语对白。这款app好处在于，它不仅仅让你看和听，还会让你说，说完的句子它还会给你评分，声调不对的地方还会给你矫正，内容全面，功能强大，是一款很适合学习粤语的app。

1. WhatsCap。

这个是香港本土开发的app，在这款app上你可以学习到很多粤语文化的精髓和港式无厘头的俗语、俚语。这个不仅可以丰富自己的粤语知识，还可以帮助自己学习更加正宗的粤语。

粤语流利说倾向于学习粤语基础类的，里面有跟读识别学习还有歌曲学习，学习的内容可能会过于沉闷，比较适用于初学者。

WhatsCap是属于娱乐型的粤语软件，主要是截取电视电影图片形成表情包和搞笑的图片视频，可以供用户分享到Facebook等社交软件上面，使用的用户大多属于香港当地比较熟悉粤语的人群，不适合初学者。

还有目前其他学习英语和其他语言的软件，大多都是设计给学习专业知识的群体，学科性较强，服务于各种考试，而粤语不应如此，软件应以放松娱乐为主，学习为辅。

因此，设计“易话为”应该综合两个软件的优点和缺点，让别人在认识粤语的过程中体验到粤语的乐趣。

1. 产品定位及目标

本产品的目标用户是对粤语感兴趣、喜欢粤语无厘头艺术的学生和年轻人。

“易话为”定位于学习和娱乐，适合粤语的初学者和对粤语有一定的了解，希望了解粤语无厘头文化的年轻用户群体。

综合各种原因，本产品的目标用户应具备以下特点和个性：

1. 对粤语感兴趣的不懂粤语的年轻人。喜欢粤语歌曲，喜欢粤语电影想了解其中内涵和想学习粤语发音和写法的群体。
2. 懂粤语但对一些俚语，冷门词不熟的年轻人。
3. 懂粤语且对粤语无厘头文化感兴趣并乐于分享的群体。
4. 有意愿为他人的粤语学习作帮助指导的群体。
5. 产品内容策划

“易话为”的主要功能模块包括：

1. 粤语学习。按栏目分类词语，每个词语提供发音、音标、写法和词义。
2. 粤语词汇听写，词语意思选择。粤语简单词汇听力选词，根据粤语生词意思选择正确粤语词汇。
3. 粤语潮语。以推送形式推送粤语潮语文章。
4. 粤语电影经典截图。参考Instagram界面推送粤语电影经典截图，并提供评论点赞功能。
5. 粤语烂gag库。收集粤语烂gag，供感兴趣的人学习。
6. 推广方案

为了充分吸引用户，本产品采用以下推广方案：

1. 同步信息共享。与腾讯、微信、微博等社交平台热门应用服务开通同步信息共享，支持用户快速分享内容到各个平台上。
2. 广告推送。可以在各大校园内张贴广告海报，以增加大学生群体用户量。后期通过各大网络平台（微信、百度等）的智能广告推送，适量投放广告。
3. 学习天数坚持分享。分享到各个社交媒体上粤语学习坚持的天数。
4. 用户推广。用户邀请新用户获得金币，金币可用于兑换会员服务。
5. 运营策划书

本产品的大部分功能免费向用户开放，商业运营模式如下：

1. 付费服务。高级的粤语词库和学习功能需用户付费解锁，其余功能均免费向用户开放。（参考百词斩、拓词等软件的会员机制：充值会员可解锁更多高级功能，如语境训练、拼读训练等）
2. 广告服务。应用提供任何内容相关的客户（粤文化或学习软件等）投放广告的平台，并向其收取一定费用。
3. 周边商店。应用积累一定的用户基础后发展周边商店，引导用户到第三方的在线电子商务购物平台，实现实体商品的售卖（实体书籍或周边）。
4. 技术解决方案

本应用是智能手机上的学习软件，鉴于Android系统在国内的使用率最高，该应用采用Android Studio + Java实现。

粤语数据源采用的是「開放粵語詞典」（www.kaifangcidian.com）及「粵語審音配詞字庫」（www.humanum.arts.cuhk.edu.hk/Lexis/lexi-can），两者都为香港地区的学者研究成果。