# 1 移动端

### UI形式

1. 系统级UI展示
2. 内置进引擎展示
3. 不展示，只获取数据

### 弹出形式

1. 直接弹出（类似应用程序）
2. 左、右、上、下滑入
3. 淡入淡出
4. 抖动结束
5. 百叶窗式
6. 放大缩小式

### 位置和大小

1. 可任意配置位置和大小
2. 可配置透明度
3. 可配置窗口形状

### 组成

1. 以系统UI展现时，以Webview形式存在，可包含文字、图片、动画、声音等元素，可配置
2. 以内置进引擎方式展现时，以场景或Layer形式存在，也可包含多种元素，可借助lua来实现。

### 统计相关

1. 需要追踪程序启动、程序结束、窗口弹出、窗口关闭、窗口被点击事件。
2. 需要追踪程序的安装次数和推广源，用于后台统计推广拓扑图。
3. 需要追踪终端用户的年龄、性别、区域及其他可用信息。
4. 激励式点击或安装的追踪

### 其他功能

1. 防恶意软件及点击，可通过为终端分配唯一ID来实现，对于异常的点击或安装进行惩罚。

### SDK集成

1. 极简集成
   1. 认证方式只通过后端生成的应用ID
   2. 只需一个init即完成初始化，不提供任何初始化参数；只需一个uninit即完成反初始化。
   3. 高度松耦合，所有跟SDK相关代码都放在一个单独的类。该类可由网站动态生成模板并下载。
2. 所有SDK内部代码，以模块形式打入一个包

# 管理后台

### 术语及相关定义

1. 应用(Application)

每个用户可以添加多个应用，一个应用可对应一个平台（android 或 ios）上的一个app。应用是CpSpace的容器，它可以包含一个或多个CpSpace。Application可以跟实际app一一对应，也可以一对多

1. 应用策略(ApplicationPolicy)

一个应用对应一个全局应用策略，用于描述CpSpace的分发策略，如：

瀑布型：逐个依次分发

平均型：按一定比例进行分发

随机型：随机分发

1. CpSpace – 交叉推广区域

CpSpace是CpItem的容器，可包含多个Item.

1. CpSpace分发策略

每个CpSpace对应一个分发策略，如：

1. 按地区投放
2. 按时间投放
3. 按年龄投放
4. 按性别投放
5. CpItem具体的推广项

|  |
| --- |
| {  "application": {  "cpSpaceList": [  {  "cpSpace": [  {  "cpItem": {  "type": "html",  "content": "html-content",  "events": [  {  "show": {  "price": 0,  *//default* "link": "url"  }  },  {  "click": {  "price": 0,  *//default* "link": "url"  }  },  {  "install": {  "price": 0,  *//default* "link": "url"  }  }  ]  }  }  *//...* ],  "showType": "no-animation/left-in/right-in/top-in/bottom-in/elastic/...",  "position": "x,y,width,height",  "transparency": "none/0.5",  "policy": "reserved"  }  *//...* ],  "policy": "waterFall/average/random"  } } |

### 系统结构

### 后台功能

1. 应用及CpSpace配置
   1. 引导式
   2. 所有项都拥有默认配置，及高级配置。以达到浅入深出的效果。
   3. \*可导入和导出，便于用户间的传递和编辑，方便用户复制。
   4. CpSpace支持在线预览
   5. 支持SDK动态调整导出，即每个用户的SDK都是不同的
   6. 可直接导出可运行事例工程
2. 统计模块
   1. 在Application一级，展示各CpSpace的收入、平台、启动、唯一列表、展示次数、点击次数、点击率、推荐安装数、安装率
   2. CpSpace一级，展示个列的详细信息。初期强调推广相关的统计，如：
      1. 推荐拓扑图
3. CpItem交易
   1. 交易的单位以CpItem为基础，意味着一个CpSpace可以推广不同厂商的东西。交易中，平台收取10%的手续费。CpItem的生产者和消费者都可随时撤销交易。
   2. 公开交易：交易首先由CpItem的Producer生产，并在市场进行公示和定价，消费者点击“达成交易”后，双方达成交易意向。
   3. 私密交易：交易首先由CpItem的Producer生产，消费者通过私下沟通获得交易链接，点击“达成交易”后，双方达成交易意向。
   4. 达成交易后，生产者和消费者，都可在线预览效果。

修改：

1. 直连到APP，并抓取APP的信息。
2. 盈利模式不清晰
3. 社交圈，交换链接推广
4. 如何鼓励社交化，通过点数来鼓励