

题目 2.4.3:设计一个你想做的一个 APP 或网站,需描述其产品定位、市场背景、业务需求、具体功能实现的意义以及实现该功能的技术。

## 1.方案名称:“我朋友的日记本”网站开发设计·策划案

## 2.市场背景与市场调查:

### 2.1 市场背景与现象

#### 1) 学理分析

##### a.网络社交的局限性

目前网络提供了多种社交平台,但多数虚拟世界的交流缺乏深度和真实感。年轻人可能在网上发布一些简短的心情状态,但这种方式很难得到实质性的回应和理解。

而且,网络上的人际关系相对脆弱,很难建立起真正的信任和支持。

此外,网络上也存在着大量的负面信息和冲突,这使得年轻人更加谨慎地选择倾诉对象,担心自己的心事会被不当利用或引发更多的麻烦。

##### b.社交压力导致难以倾诉

一方面,年轻人担心向身边人吐槽心事会被认为是软弱或负能量。在竞争激烈的社会环境中,大家普遍期望展现出坚强、积极的一面。例如,在工作场合,向同事倾诉可能会被误解为工作能力不足或情绪不稳定,影响职业形象。而在朋友圈等社交平台上,也不敢轻易吐露心声,害怕被他人评判或引来不必要的关注。

另一方面,随着社交圈子的逐渐固定,年轻人可能觉得找不到真正理解自己的人。虽然认识的人很多,但能够深入交流、分享内心世界的却很少。实际上分析,每个人都有自己的生活节奏和烦恼,很难抽出时间和精力去认真倾听他人的心事。

#### 2)案件梳理

a.徐誉舒抑郁坠亡事件:重庆第二外国语学校的高三学生徐某,从小天赋异禀,但却长期遭受校园霸凌。他从小学开始就被同学排挤、嘲笑,初中和高中生活也不如意,常被同学孤立、欺负。他被确诊患有抑郁症和易性癖,然而身边却没有能够理解和倾诉的对象。他曾向母亲透露在学校遭遇严重的事情,但最终未能详细告知父母。他的遗书中充满了痛苦和绝望,如“活着真是莫大的折磨,食不知味,寝不能眠”。这个事件反映出徐誉舒内心的痛苦无法排解,心事无处倾诉,最终选择结束自己的生命。

b.济南花季少女跳楼事件:一位原本应该开开心心踏入校门的花季少女,选择从小区顶层跳下结束生命。她留下的遗书中显示,生活和学习中遇到问题,负面情绪没有得到妥善处理,她觉得无处倾诉。她认为父母即使知道自己的心事也不会在意,而她也不想把负面情绪传递给身边亲近的人,所以一直将心事藏在心底,默默承受,最终导致悲剧发生。

c.“情绪发泄室”的兴起:成都一位“00后”开了首家“情绪发泄室”,来这里的客人多数是年轻人,他们有着感情、工作等方面的压力,需要一个地方来宣泄。这从侧面反映出当代年轻人在日常生活中面临着诸多心事和压力,在现实生活中缺乏合适的倾诉和宣泄渠道,所以才会选择到专门的发泄室来释放情绪。

#### 3)热点词条

a.树洞:在一些社交平台或网站上,“树洞”类型的板块或功能成为热点。比如B站的“能量加油站”,很多年轻人会在这里倾诉家庭困扰、情感纠纷等各种心事。这反映出年轻人在现实生活中缺乏合适的倾诉对象,只能在网络平台上寻找一个相对隐秘且能被倾听的角落。

b.青少年心理健康问题:时不时会有一些青少年因心理问题导致的极端行为事件成为社会热点。例如,有学

生因学业压力、家庭矛盾等问题产生抑郁情绪，最终选择自杀或有自杀倾向的行为。这些事件背后往往体现出年轻人内心的痛苦和压抑无法得到有效宣泄。

c.职场压力：一些年轻人在职场中遭遇的不公平待遇、高强度工作压力等问题引发的热点事件。如“996 工作制”的讨论，年轻人对长时间工作、不合理的工作安排感到不满，但又担心失去工作而不敢轻易向领导或同事表达，只能在网络上吐槽。还有一些职场新人在工作中受到老员工的欺负或职场霸凌，内心委屈却无处诉说的事件也时有发生。

d.社交孤独、空巢青年、社恐等词条：反映了部分年轻人在社交方面的孤独感和难以融入群体的困境。他们可能渴望社交，但又害怕与人交往，内心的想法和感受无法在现实的社交场景中得到表达，只能独自承受。

e.躺平、内卷等热词：体现了年轻人在生活、工作、学习等方面面临的巨大压力和焦虑。他们对未来的不确定性感到迷茫，对现实的竞争环境感到疲惫，但又不知道该如何宣泄这种情绪，这反映在网络热词的巨大声量上。

## 2.2 数据调查与证实：

### 1) 统计数据

a.心事、压力的客观来源：。国家统计局公布的数据显示，截至 2024 年 2 月底，全国城镇不包括在校生的 16 - 24 岁劳动力失业率高达 15.3%，25 - 29 岁的年轻人失业率为 6.4%，30 - 59 岁的劳动力失业率为 4.2%。到了 2024 年 7 月份，全国 16 - 24 岁的年轻人失业率竟然高达 17.1%，又刷新纪录。2024 年失业率高达 14.8%，这一数字深刻影响着年轻人的生活选择。此外，2024 年高校毕业生人数达到历史新高，预计达到 1179 万人，这使得就业市场的竞争异常激烈。整体就业率下降，有数据显示今年高校毕业生的就业率仅为 55.5%，意味着有超过一半的毕业生在毕业后未能立即找到工作。

b.心事重重的已然结果：腾讯理财通联合企鹅智库发布的数据显示，98.4% 的 90 后认为生活有压力。数据显示，73.6% 的青年现阶段存在各类困扰问题。

c.需要网络宣泄窗口的证明：中国青少年研究中心团队协同中国科学院心理研究所的调查：有近三成的受访青年有抑郁风险，其中近一成有抑郁高风险。超过半数的青年有不同程度的焦虑问题，这也反映出年轻人内心有较大的心理负担，存在想要倾诉宣泄的需求；在上海市青少年服务和权益保护办公室指导下的调查显示，当未成年人心情不好时，只有 11.3% 的青少年会“找人倾诉，求助”，大部分青少年选择转移注意力、忍着或其他方式，这在一定程度上反映出青少年（未来的年轻人）在倾诉方面存在不足或障碍，但也从侧面说明他们内心有倾诉的潜在需求，只是可能由于各种原因未能实现。中国青年报社社会调查中心联合问卷网的调查，11.6% 的受访青年会选择陌生网友或网络树洞，4.1% 的受访青年的倾诉对象是虚拟人物。

### 2) 学理应验

a. 社会心理学中的“自我呈现理论”指出，人们在社交互动中会根据情境和对象来调整自己的表现和表达。网络树洞的匿名性使得年轻人不必担心自己的身份被暴露，可以更自由地表达内心深处的想法、感受和秘密，这种自由的表达有助于他们释放压力和负面情绪。例如，一些年轻人在现实生活中可能因为担心他人的评价或社会压力，不敢轻易表达自己对工作的不满、对人际关系的困惑等，但在网络树洞中，他们可以毫无顾忌地倾诉。

b. 网络心理学中的“去抑制效应”指出，人们在网络环境中更容易表现出与现实生活中不同的行为和态度，因为网络的匿名性和虚拟性降低了人们的自我约束和社会规范的压力。在网络树洞中，年轻人可以更加

大胆地表达自己的情感和想法，不必担心受到现实社会中的约束和限制。

## 2.3 市场商业发展空间

**1)已开发空间：**有不少专注于匿名倾诉的 App，比如 Soul 这种主打陌生人社交、具有一定树洞属性的应用，拥有庞大的用户群体。类似的应用还有树懒、小冰岛等，但具体的数量难以准确统计，新的树洞类 App 也在不断涌现。其中，Soul 作为一款主打陌生人社交的 App，具有一定的树洞属性，其用户规模相对较大。根据公开信息，2022 年其月活跃用户数近 3000 万，日活跃用户数约 955 万。Soul：2020 年 - 2022 年，Soul 的收入分别为 4.98 亿元、12.812 亿元和 16.674 亿元。其毛利率在 2020 年 - 2022 年分别为 79.9%、85.2% 及 86.3%。

其他一些树洞类 App 可能在特定的用户群体或地区具有一定的影响力，但整体市场份额相对较小。

## 2)待开发空间

目前树洞类 App 的市场份额较为分散，没有一家占据绝对主导地位。

a.他社交类应用存在竞争：微信朋友圈、微博、知乎等大型社交平台也具备一定的“树洞”属性，用户可以在上面发布一些较为私密或情感化的内容，它们在市场份额上占据较大优势，对专门的树洞类 App 形成了竞争压力。

b.小众树洞类 App 各有特色：一些相对小众的树洞类 App 凭借其独特的功能和定位吸引了特定的用户群体。例如，“树懒”App 主打完全匿名，为社恐人群提供了一个可以尽情倾诉的空间。虽然这些小众 App 的用户数量 and 市场份额相对较小，但在各自的领域仍有较大开放空间，如：陌陌（挚文集团）2023 年第四季度，净营收为 30.029 亿元，同比下滑 6.5%；归属于挚文集团的净利润为 4.525 亿元。2023 年全年，净营收为 120.023 亿元，同比下滑 5.5%；归属于挚文集团的净利润为 19.576 亿元；不按照美国通用会计准则计量，2023 年净利润为 22.247 亿元。探探（挚文集团旗下）2023 年第三季度，探探的净收入为 3.41 亿元，上年同期为 2.95 亿元；实现净利润 2300 万元，上年同期亏损 4500 万元，实现扭亏为盈。不过，探探月活跃用户数下滑比较明显，2023 年 9 月，其月度活跃用户数为 1570 万，上年同期的月度活跃用户数为 2090 万。

## 3.产品定位:

### 3.1 产品的市场分析与用户画像

#### 3.1.1 目标市场

我们的网站专注于为那些渴望表达自我，追求自由袒露心声并且热衷记录生活，寻找情感共鸣的各类人群，提供一个安全便捷的在线交流和记录平台。

a.目标用户:主要针对年轻人，其次是中年人等，他们大多面临压力或有较强分享欲与社交需求，同时追求隐私安全与分享内心世界是他们中大多数的共性。他们的身份有学生，打工人，家庭主妇，空巢老人等等

b.技术偏好:易于访问的在线平台，手机平板电脑均可访问该项目，是一款在线社区和技术平台，采用内容管理系统 CMS、博客系统以及讨论板块技术支持用户生成内容和互动交流。

#### 3.1.2 竞品分析

市面上的交友网站或树洞类 app 各有特色

**1)主要竞争对手的市场定位及优劣势:**

a.soul 平台: 主打“心灵社交”，强调不看脸、基于兴趣图谱和用户互动行为进行匹配。用户通过完成灵魂测试问卷被分配到不同的星球，再借助用户自定义的引力签和声音名片等进一步丰满人设，然后被快速推荐



到与自己有较高匹配度的人和内容, 让用户能够找到真正有共同话题和心灵共鸣的人, 建立高质量的社交关系。其优势在于匹配精准度高、社交氛围良好、功能丰富多样且用户粘性较高; 劣势则包括用户真实性验证不足、盈利模式不够成熟、用户关系稳定性弱以及隐私保护存在风险。

b. 陌陌:定位为面向年轻群体的基于地理位置的社交应用。优势有用户基础广泛、功能丰富多样、基于地理位置便捷以及直播优势明显; 劣势包括社交场景易受争议、用户留存和转化困难、盈利模式单一以及竞争压力大。

c. Dairy+:定位于寻求个人私密空间和情感表达的用户, 它的优势可能在于注重隐私保护和定制化体验, 鼓励深度的自我反思。其劣势可能在于内容的公开程度相对较低, 对于寻求即时社交互动的需求可能会有所欠缺。

e. SOSO 匿名社交:更侧重于即时交流和短暂的情绪释放, 通过匿名机制让用户提供快速分享感受的场所。优点是提供了一种非压力的发泄渠道, 但可能在内容的持久性和深度上不如 Dairy+。劣势在于缺乏对用户情绪长期跟踪和专业支持的能力。

### 1) 次要竞争对手分析

a.微信熟人社交网络强大、功能丰富多样、沟通方式多元, 优势是用户基数庞大、安全性高、商业生态完善, 但存在信息过载、隐私问题和社交压力大的劣势。

b.微博信息传播快速、公众人物聚集、话题讨论广泛, 优势是信息获取便捷、影响力大、营销价值高, 劣势是信息真实性难保证、言论环境复杂、信息碎片化严重。

c.抖音以短视频形式为主, 算法推荐精准、社交互动性强, 优势是娱乐性强、创作门槛低、商业潜力大, 劣势是容易沉迷、内容质量参差不齐、版权问题。

### 2) SWOT 法分析产品:

S:小投入网站, 在树洞类平台市场份额比较分散的情况下, 以“高匿名性(一般情况, 平台不建议透露个人信息, 以匿名主打)、低约束性、随时记录、人本主义、陪伴交流”为特色打造的中在线平台, 有机会收获目标群体的需要和依赖, 向深处研发, 风险小

W:目标群体相对较小的情况下, 人本主义的理念是的招致的用户需要一个低营销性质的平台, 资金问题可能不利于平台发展壮大

O:目前市场上日记或树洞性质的 app 有待发展, 根据资料数据, 却也存在大量的树洞需要

T:众多的网络平台间, 如果网站没有良好的运行秩序很容易没人识别成无人问津的杂牌网站, 当代人戾气重, 网站风气难以控制, 有存在极化的可能性

## 3.2产品的价值定位

### 3.2.1 核心价值主张:

你今天是否又破碎了千八百次, 频频发信息给朋友倾诉, 尽管没有回应也一样滔滔不绝, 事后又卑微的给自己扣上”麻烦人”的帽子。现在我们推荐一款平台, 我们的核心价值主张是为那些心事满满却又无处宣泄无处吐槽的朋友提供一个高度匿名, 低约束性的平台“我朋友的日记本”, 在这里你可以大胆地抒发你的情绪, 日记会根据算法推送给彼方某一个无声的听众。(听众想发信息回复需要靠金币, 获取来源有签到、花米等多种方式多种途径)

“我有一个朋友在生活面前又双叒破防了, 但是 TA 却说:生活的瞬间, 我的每一帧都值得被记录, 因为就连每一次叹气都应该可爱”

### 3.2.2 产品特色

小众理念、对象针对性, 高匿名、低约束、日常化、陪伴性

### 3.2.3 差异化策略

- 1) 相对多功能集成的大门户网站或 app，我们吸引那些追去别致，追求专一的用户，并且注意力可以相对集中在网站的核心作用本身，这利于平台调控网站氛围，引导用户行为；
- 2) 相比同类网站，品牌理念更加日常纯粹，对群众的许诺更容易实现，如 soul 等平台虽以交友陪伴为旗，缺少不免被人下意识认为是用来找对象的，但这一不成文的许诺难以兑现。
- 3) 品牌故事有趣味性，贴近生活，有利于获取用户信任，更易让人在同类多而杂的网站中脱颖而出

## 3.3 产品的功能定位

### 3.3.1 产品的功能模块和服务

- 1) 日记编辑创作: 随时随地在线编写自己的日记
- 2) 日记推送: 写好的日记根据算法随机推送给相同标签/相同身份/相同地域的用户，推送人数根据账户等级界定(新用户具有福利期阶段)
- 3) 日记接受和评论: 收件箱中随即受到他人日记，频率依找个人等级(签到等多途径)，同上。评论需要消耗个人信用积分，好的评论收的题主点赞后可以收获更多积分。
- 4) 搜索引擎开发: 允许在日常推送之外设计搜索引擎，但是有限制，消耗个人积分
- 5) 个人账户创建，个人介绍设计: 设计个人标签

### 3.3.2 用户体验追求

强调网站界面简洁、操作流畅，符合用户习惯。由 UI 设计师策划负责

### 3.3.3 功能规划与架构

根据用户反馈和数据分析持续改进产品，由相应技术人员做支撑，保证品牌理念的主导地位不变。

## 3.4 产品盈利模式

### 3.4.1 盈利模式

- a. 广告收入: 通过展示个性化或者非侵入性的广告，比如贴纸、弹窗等形式，吸引广告商投放。同理，用户可以作为广告商，推送自己的日记。
- b. 会员服务: 推出付费会员计划，提供无广告体验、隐私增强、专属内容等增值服务，增加用户的粘性和付费意愿。
- c. 电商植入: 引入商品推荐或商城功能，当用户表达特定需求时，平台可以推荐相关产品，从交易中获取分成。
- d. 数据分析与合作: 收集用户的行为数据，分析用户喜好，与品牌或研究机构合作，用于市场调研或定向推广，间接盈利。
- e. IP 商业化: 根据用户意愿，可以将用户的日记转化为图书、漫画、音频节目等形式，开发新的收入来源。

### 3.4.2 资金需要

- a. 团队薪酬: 雇佣设计师、前端开发者、后端开发者、测试工程师以及产品经理等专业人员的薪酬。

- b.技术支持：购买或租赁云服务器资源，以及相关的软件开发工具许可证，如开发环境、版本控制工具、集成开发环境（IDE）等。
- c.数据安全与合规需要：需要聘请法律顾问评估隐私政策、数据保护措施以及可能存在的法规遵从成本。
- d.市场推广：初期推广费用，如广告投放、社交媒体营销、内容营销等。
- e.预留资金：应对可能出现的未预见的成本或市场波动。

### 3.5 开发规划

#### 3.5.1 网站开发计划(按先后顺序)

- a.市场调研：明确目标用户群体，功能需求（如注册登录、个人信息展示），以及界面设计要求。研究竞品，了解当前社交市场的趋势和用户习惯，定位自己的差异化特点。
- b.团队组建：产品经理、UI/UX 设计师、后端开发者、数据库管理员和前端开发者等关键岗位。
- c.项目计划：制定详细的开发时间表，包括预估每个模块的完成时间和里程碑事件。
- d.架构设计：选择合适的后端技术栈（如 PHP、Node.js、Python 等），数据库设计（SQL 或 NoSQL），前端框架（React、Vue 等）。
- e.原型制作：创建初步的产品原型，获取用户反馈并进行调整。
- f.开发阶段：按照原型开始编码，同时进行单元测试和集成测试。
- g.上线和推广：选择合适的平台进行上线，配合 SEO 优化、社交媒体营销、内容营销等方式进行宣传推广。

#### 3.5.2 开发团队管理

- a.团队构建：
  - 技术人员：前端工程师负责界面设计与交互，后端工程师处理数据存储、服务器维护和 API 开发。
  - 设计人员：负责网站 UI 和用户体验设计。
  - 产品经理：负责需求分析、原型制作和产品迭代。
  - 宣传人员：负责品牌营销、用户获取和社区建设。
- b.合作办公:可参考 Scrum 或 Kanban 方法。

### 4.业务需求(排序不分先后)

#### 4.1 功能性需求

- a.注册与登录系统：设计简洁易用的用户界面，包括账号创建、登录验证和个人信息管理。
- b.匹配算法：实现智能推荐机制，基于用户偏好和行为数据，提供个性化的推送。
- c.网络社交媒体功能:用户发布创作自己的日记

#### 4.2 性能需求

高并发处理能力、数据存储与检索、用户体验优化等技术层面的需求。

#### 4.3 安全性需求

- a. 安全措施：保证用户隐私保护，实名认证及反骚扰机制。
- b. 了解并遵守相关的数据保护法规，比如 GDPR。

#### 4.4 可扩展性需要



能接受用户反馈进行更进和技术革新技术升级。

4.5 商业需要

说明网站的主要收入来源，如广告、会员制、电商等，并初步估计运营成本和预期的经济回报。

5.功能实现的意义:

5.1 满足用户需求

打造一款功能较专一，定位清晰地日记与树洞性质叠加的平台，根据市场调查情况，满足用户本身的需要。

5.2 满足商业需求

赚米

5.3 满足技术发展需求

在树洞类平台多而散，发展不充分的前提下，挖掘商机与可能性

6.技术需要:

6.1 方案基本框架

客户浏览器→网站项目→网络服务项目→数据库项目



6.2 具体技术需求

1)前端技术、后端技术、数据库技术、用户安全需要

2)目标:

a.用户管理：实现注册登录，创建账号，支持手机号、邮箱等多种验证方式。同时设置头像、昵称、个人简介。

b.日记记录：用户可以选择不同形式记录生活，支持多媒体内容，如文字、图片等。此外，系统自动建立标签系统：方便用户组织和搜索内容。

c.分享与推送：私密模式：日记默认仅自己可见，也可选择公开给好友或特定圈子。非私密模式：自动向其他用户推荐或发送自己的日记。

d.互动:点赞、评论：用户之间可以对日记进行互动交流。且允许搜索功能，通过关键词、标签或作者查找相关日记。

3)具体技术（具体交给技术人员…）

a.前后端技术:

前端：React / Vue.js 用于构建用户界面。

后端：Node.js + Express 处理 API 请求，数据库使用 MySQL 或 PostgreSQL 存储用户信息和日记数据。

b.数据库设计:

用户表:包含基本身份信息和加密密码。

日记表：关联到用户 ID，存储内容及元数据。

c.隐私保护措施:

数据加密：敏感信息如用户密码应采用哈希算法加密存储。

权限控制：一定程度限制非好友之间的信息访问。

隐私设置：用户可以选择谁可以看到他们的日记内容。

d.等等……