

“表情包大全”商业计划书

所属学院：数学与计算机科学学院

团队名称：不知道叫什么团队

项目组长：陈郑铎

指导老师：柯道

目录

一、项目背景.....	- 4 -
1.1 项目背景.....	- 4 -
二、项目简介.....	- 4 -
2.1 产品简介.....	- 4 -
2.2 产品功能.....	- 5 -
2.3 产品特点.....	- 5 -
三、市场与环境分析.....	- 5 -
3.1 竞争环境与竞争对手分析.....	- 5 -
3.1.1 竞争环境.....	- 5 -
3.1.2 竞争对手.....	- 6 -
3.2 市场环境分析.....	- 7 -
3.3 综合优势分析.....	- 8 -
四、商业模式.....	- 9 -
4.1 面向群众.....	- 9 -
4.2 市场推广.....	- 9 -
(1) 网络推广.....	- 9 -
(2) 信息平台推广.....	- 9 -
(3) 线下推广.....	- 10 -
4.3 营销与策划.....	- 10 -
(1) 福利营销.....	- 10 -
(2) 软文营销.....	- 10 -
(3) 合作营销.....	- 10 -
五、财务分析.....	- 10 -
5.1 投资计划.....	- 10 -
5.1.1 资金来源.....	- 10 -
5.1.2 资金使用计划.....	- 11 -
5.1.3 投资回报.....	- 11 -

5.2 盈利模式.....	- 11 -
(1) 广告盈利.....	错误！未定义书签。
(2) 会员收费盈利.....	- 12 -
5.3 财务分析.....	- 12 -
六、风险管理.....	- 12 -
6.1 财务风险与对策.....	- 12 -
6.2 技术风险与对策.....	- 12 -
6.3 市场风险与对策.....	- 13 -
七、团队介绍.....	- 13 -
7.1 团队简介.....	- 13 -
(1) 团队名称.....	- 13 -
(2) 团队成员.....	- 14 -
(3) 团队口号.....	- 14 -
7.2 团队组织与分工.....	- 14 -
(1) 团队组织.....	- 14 -
(2) 团队分工.....	- 14 -

一、项目背景

1.1 项目背景

互联网技术高速发展的 21 世纪，越来越多的人加入享受高品质、高体验的互联网生活。互联网技术运用极广，在现实生活中无处不在，其中具有代表性的有通信方式的改变：从面对面交流、打电话、发短信到现在的微信、QQ 等网上聊天方式，这样的转变必然带来交流方式的一些变化，其中最引人关注的话题之一便是一一表情包的使用。

现代生活中，表情包的存在随处可见，最经常使用的地方无外乎聊天软件，不仅是 90 后、00 后的年轻人喜欢使用，中老年人也开始渐渐爱上了表情包表达心情的方式，很多时候当文字信息或语音表达不能更加清楚的表现出当下的情绪状态时，表情包恰到好处的解决了这个问题，更加生动更加活泼，更具有感情色彩。除此之外，在其他的娱乐生活中，表情包也是使用极广的，开心时候可以用，伤心的时候也可以用，使用频率不低于文字叙述，渐渐成为一种文化，由此可见表情包的市场是极广的。然而也因为表情包的使用频率之高，使用人数之广，它的管理也是一个问题。很多人会想：不想与同学撞表情包怎么办？不想花时间找表情包怎么办？想自己制作表情包怎么办？

对此推出我们的项目便是用于解决怎样能够使用最新、最合适、最有趣的表情包以及怎样更好的管理自己的表情包仓库这些困扰。

二、项目简介

2.1 产品简介

本产品是依托第三方平台（安卓平台、IOS 平台），针对一些喜欢在聊天或娱乐生活中使用表情包的同道中人，推荐适合他们、跟紧时代、符合潮流的表情包，同时可以引入自制表情包，将表情包合理管理的应用软件。这款产品在吸引年轻人的同时兼顾更大年纪的中老年人，推荐符合不同年龄人价值观的不同表情包，提高该类 APP 的使用覆盖率，符合用户对高品质高体验生活的追求。

2.2 产品功能

本产品包含了四个模块：

1. 表情包广场，通过不同分类的表情包或是搜索以及浏览获取自己需要的表情包
2. 简单的制作表情包
3. 收藏管理分类自己的表情包
4. 表情包 diy 视频

2.3 产品特色

1. 没有广告，版面整洁。插入广告在界面首页的往往更会引起用户的反感，不但起不到宣传左右，还会让用户产生逆反心理，所以我们的 APP 相应的为了提高用户的体验感，不设广告专位，提供给用户干净舒适的 APP 界面。

2. 分类清晰，便于寻找。经过考察发现，现有的其他类似 APP 在搜索表情包上有的搜索词不能准确关联，例如明星名字、表情包类型等，所以我们的 APP 在表情包搜索中尽量做到搜索词与表情包的高度匹配，分类齐全，方便用户搜索。

3. 根据过去的收藏历史推荐。对用户喜爱使用的表情包类型做分析，并作为参考，推荐其他表情包，提高用户满意度。

4. 将表情包或是图片和音乐和视频剪辑成视频的形式

三、市场与环境分析

3.1 竞争环境与竞争对手分析

3.1.1 竞争环境

随着互联网大潮的来袭，以及人们对更高品质生活的追求，用户对应用程序的体验感要求也大大提升，各式各样的 APP 层出不穷，但能在市场上得到用户青睐的却不多。用户体验是产品的核心，如何获得用户的芳心，在市场上脱颖而出是道难关。

表情包属于文化文化创意产品，本身具有商品属性。在看到表情包所特有的

商业价值后，众多企业从中变现并获得了可观的利润。虽然表情包的市场不小，但这个领域早就不是荒芜的了，众多开发者、投资者看清这个市场的发展性，早已在这个领域做出各种各样功能相似、体验各异的 APP，如何能在众多的 APP 中脱颖而出，即要做到有自己特色的、更方便的、更简洁的设计，是我们工作的重点。

我们的产品重心在于表情包的搜索与管理，而并非表情包的开发与制作，因此面对的竞争对象方面是同种类表情包搜索引擎或输入法的自带表情包，面对这些竞争对象来研究我们产品的优势是重点，在已有功能基础上考虑用户的更高质量体验提供服务也是重点。服务型 APP 的核心在于用户的体验感受，所以在 APP 的 UI 设计上设计美观，整洁很重要，大数据搜索中准确把握用户的心意也很重要，做到这些才能在竞争激烈的市场中胜出。

3.1.2 竞争对手

以下是几款亲身体验过的关于表情包搜索的较热门 app，我们总结出了一些较为直观的优点和希望改进的地方。

APP 名称	使用截图	优点	不足
表情广场		①功能比较充足，既有制作又有搜索 ②程序界面设计简洁明了	①广告众多，不只是首页，还有隔 5 秒自动跳出的广告，体验不佳 ②表情包分类或者种类不够鲜明

<p>超级表情包</p>		<p>①界面足够简洁干净,体验感比较好 ②表情包分类的比较完善,可以按分类选表情包 ③可以自己根据模板DIY 表情包文字</p>	<p>①广场的表情包都是比较热门的,可以设置比较经常使用的或者根据使用频率推荐,这样更方便 ②榜单设置比较混杂</p>
<p>斗图表情</p>		<p>①功能齐全,更新表情包速度较快②没有广告③DIY 功能很棒</p>	<p>①表情包分类不鲜明,目标不明确的话不好搜索表情包 ②搜索框设计较小,容易忽略</p>

3.2 市场环境分析

腾讯《2016 年 QQ 年度表情大数据》显示, 8.77 亿 QQ 用户在 2016 年, 聊天表情发送量近 3187 亿次。韩国聊天 Line 靠着贩卖表情包, 已经赚取了 12 亿人民币。中国表情包制作公司“十二栋文化”表情包下载量超过八亿次, 发送量超过 220 亿次相当于全球每人发送三次。这一切现象说明了网友热衷于发送表情包, 表情包经济也开始出现。

毫无疑问, 智能终端设备改变了用户的使用习惯, APP 正在人们的生活中最大限度的发挥作用。目前, 文字的表现形式已经越来越无法满足网民多样、复杂的表达欲望, 表情包丰富多元的表现形式和趣味性表现手法, 在满足网民的社交

需求的同时，也为企业基于场景化的营销带来了新的机会。微信聊天中，各种表情包成了隔空表达情感、活跃气氛必不可少的工具。但是，如今的表情包市场竞争激烈，更新迭代迅速，而且乱象不少。想成为该类 APP 竞争中的佼佼者，必须直面用户的需求，换位思考，合理设计。

在市场营销中，企业把表情包作为一个交流工具或营销媒介，借助其强大的传播功能和影响力来实现企业的营销目标。因此，企业必须考虑市场需求，通过最合适的方式来使用表情包。目前，大多数优秀的产品、品牌通常都会针对市场需求，合理的设计。

3.3 综合优势分析

根据对目前市场上存在的表情包搜索类 APP 的考察，以及对人们需求的了解，我们想要开发的软件有这样一些优势：

①没有广告，版面整洁。针对线上有的其他类型 APP 考察发现，插入广告在界面首页的往往更会引起用户的反感，不但起不到宣传左右，还会让用户产生逆反心理，所以我们的 APP 相应的为了提高用户的体验感，尽量保持界面的整洁干净，不会随意插入广告，更拒绝病毒广告不断跳出。

②分类清晰，便于寻找。表情包搜索的关键其一及在于搜索的准确性，针对可能在相关词条下跳出表情包相关的准确性，我们的产品将会提高表情包的关联性，并在首页做好及时更新和使用频率关联，在表情包搜索下提供相应的分类方便用户直接搜取需要的表情包。

③根据过去的收藏历史推荐。根据考察发现，用户在使用表情包时会有共通性，因此在用户收藏或经常搜索的类型表情包中推荐相关将会提高用户的体验感，特别是系列表情包，更能解决用户想要找到同组表情包时遇到的困难。

④制做表情包的相关功能。现在很多表情包制作功能的 APP 功能大同小异，在这方面的优势其一是模板，其二是自由性。模板及用户若是想在一张图上重新填上字来表示不同意义，这样看来模板表情与模板文字的匹配性必须经过高度匹配，这样方便用户在制作的时候进行筛选。其二，在制作方面给予用户高度自由，除了给定模板外，提供工具方便用户自定义图片和文字，并且可以将制作的表情包发布，如果获得他人的喜爱还能进入表情包排行榜。

四、商业模式

4.1 面向群众

此款 APP 所瞄准的用户群体覆盖广泛，大群体包括学生、工作者等年轻一族，也覆盖通过微信聊天的中老年人，紧跟社会的潮流。

4.2 市场推广

（1）网络推广

①宣传视频的制作及传播

制作生动活泼的动画向客户展示 APP 的颜值、特色以及使用方式，并通过大学生最常使用的微博、QQ 空间、微信朋友圈等方式大面积传播，达到产品初步推广的目的。

②搜索引擎推广

购买 baidu 或 google 的关键字竞价排名推广，当搜索关键词时会显示在搜索结果的前列。另外等软件基本完工后，可以将下载地址发送到各大搜索引擎上，增加访问量。利用百度、Google 等的强大搜索优势，最快速的传播品牌信息，提升品牌知名度。

③QQ 群推广

通过添加相关 QQ 群、QQ 群资源共享、QQ 群邮件发送、自建 QQ 群贺卡、开通 QQ 群空间等形式，发布软件相关信息，扩大信息传播面。

（2）信息平台推广

①微信公众号、微博公众号发推文

社交网络已经是现代人生活必不可少的一种生活工具，通过社交网络的形式推广能够增加应用的可信度，以一种推荐的态度，降低用户的抵抗心理，使用户乐于下载。

②与其他平台合作打广告。

③枪手，软文，多炒作发贴在各大论坛、网站等

软文具有引导消费、品牌宣传、周期长，价格低等优点。软文可以用较少的投入，吸引潜在消费者的眼球，增强产品的销售力，提高品牌的美誉度，

在软文的潜移默化下，达到品牌的策略性战术目的，引导消费群的关注。

④在学校进行扫二维码下载

(3) 线下推广

①与校内学生部门建立合作推广关系。

②礼品广告

以下礼品是免费发放的，可以在闹市、人流量大的地方。环保袋，因为现在环保袋使用的频率比较高，同时制作成本低，袋子上印上软件相关信息；台历挂历，也有软件的信息；鼠标垫，印上软件相关信息后，免费发放。

③定制海报与传单，定期发放宣传。

4.3 营销与策划

(1) 福利营销

①高级功能免费试用

为提高用户量，开展邀请一个好友即可免费试用 7 天的营销活动，免费试用天数可累加。

②抽奖活动

在初期开展用户下载 APP 获得积分，可进行抽奖或兑换等活动。

(2) 软文营销

抓住年轻人的喜好，紧跟时代热点，推送生动有趣的文章，在热门平台上展现活跃身姿，吸引目标用户的关注。

(3) 合作营销

与知名公众号、微博大 v、热门游戏运营商等受众群体相似的平台合作，推送广告以及开展系列主题活动。

五、财务分析

5.1 投资计划

5.1.1 资金来源

资金前期来源于团队内部集资，用于软件开发和检验，并在学生中试运行，用于完善软件。当产品已成熟稳定，各项运行体制检测完毕，引入风险投资和银行贷款，以新生入学和各大学开学为契机，增加宣传力度，使 APP 使用者的规模扩大，抢占市场。

1. 团队内部集资

2. 学校资助

3. 风险投资和银行贷款：这类的资金来源具有不确定性，如果获得，获得的资金将用于新功能开发和宣传推广。

5.1.2 资金使用计划

1、App 的开发 与测试

App 的开发由团队中的技术人员负责，并邀请专业技术人员指导完善。服务器的租用费用，主流平台的适合该应用的服务器价格为 200-400 元/月。预计使用资金有团队内部集资。

2. 产品的宣传推广

该项资金预测需要较多，可申请学校资助或拉取赞助费。平台推广预计需要 200-300 元/月。初期费用主要来自线下对附近在校大学生推广，预计需要 100-200 元/月。

5.1.3 投资回报

1、会员会费

产品推广初期，为迅速抢占市场，会员会费定价较低，为 5 元每月，随着产品的市场占有率增大，可增加新的功能增加收费，像是向各个注册用户定时推送会员商家的信息链接。

2、新功能收费

由开发新功能的成本费用进行定价，当使用者数量形成规模时，此部分的收入会相当可观。预期每半学期推出一项新功能，收费为 1 元，假设有 1% 的用户选择安装此功能，则可以增加月收入几百到几千元不止。

5.2 盈利模式

会员收费盈利

除免费使用的基本功能外，推出仅限付费会员使用的高级功能，并授予会员免广告等一系列特权以吸引用户付费。根据实际情况，针对用户群体，会员费用设置为 5-20 元/月不等。

5.3 财务分析

本项目的财务风险主要体现在资金能否按时到位，为此我们一方面坚持诚信的合作理念，按计划有序地进行投资分配，以得到投资伙伴的信任，确保资金按时到位；另一方面制定严密的财务制度，健全财务审批手续，并严格按其执行；同时，我们将做好流动资金的储备，保证项目在任何情况下均可正常运行，并尽快产生经济效益。

六、风险管理

6.1 财务风险与对策

在产品开发之初，由于一切都是从零开始，难免会遇到资金周转不灵的情况，从而引发经营危机。一方面我们要积极开展业务，获得收入，提高资金周转率。另一方面我们会尽可能的节约成本，减少不必要消费。

面临流动资金不足的困难局面，造成经营困难，引发各类危机。一方面，我们会做好财务计划，减少坏账、呆账，提高资金周转率。另一方面，我们会提升服务质量，做充分的市场推广，增加收入，争取利润最大化。

6.2 技术风险与对策

在软件项目开发和建设的过程中，战略管理技术因素是一个非常重要的因素。项目组一定要本着项目的实际要求，选用合适、成熟的技术，千万不要无视项目的实际情况而选用一些虽然先进但并非项目所必须且自己又不熟悉的技术。如果项目所要求的技术项目成员不具备或掌握不够，则需要重点关注该风险因素。重大的技术风险包括：软件结构体系存在问题，使完成的软件产品未能实现项目预定目标；项目实施过程中才用全新技术，由于技术本身存在缺陷或对技术的在掌

握不够深入，造成开发出的产品性能以及质量低劣。

预防这种风险的办法是选用项目所必须的技术、在技术应用之前，针对相关人员开展好技术培训工作。首先，做好各阶段的技术评审工作，通过集体智慧确保项目所采用技术的可行性以及技术方案的正确性。其次，对新技术的使用要谨慎，要循序渐进，尽量采用成熟的技术方案完成软件开发工作。再次，在技术创新与技术风险之间进行平衡，并做好创新技术的研究和试验工作。需要对软件项目过程中使用的各种技术进行评估，软件项目管理在制定软件开发计划时必须考虑这些因素，并作出合理的权衡决策。

6.3 市场风险与对策

缺乏不可替代性，市面有许多类似的 app 存在，它们的存在会抢占一部分的目标客户。这时则需要突出自家产品的特点，需在内容质量及界面风格等占取优势来引流顾客。

缺乏有效的盈利模式，暂时的 APP 盈利模式并不具备长期占有市场并且长期获利的能力，这对于投资方而言是最不愿意面对的结果。

APP 应用体验的下降和用户需求标准的提升，当越来越多的嵌入式广告出现在 APP 的使用过程中，当免费试用的范围越发缩小，面对的却是经历了更多的 APP 应用，对于应用标准愈发苛刻的用户群时，用户满意度的下降似乎已经成为了不可避免的问题。可以通过用户调研的方法获取用户的想法，尽可能的符合用户的需求。

现代市场经济已步入以顾客为核心的 3G 时代（顾客、竞争、变化），面对市场的激烈竞争和高速发展，需不断强化内部，根据客户需求改善产品，提升产品质量。

七、团队介绍

7.1 团队简介

(1) 团队名称

不知道叫什么团队

(2) 团队成员

陈郑铎，林铮威，沈国煜，陈益，王思婷，陈佳雯，李镇平，王泽鸿，
张凯，林云钊

(3) 团队口号

早睡早起

7.2 团队组织与分工

(1) 团队组织

PM+web 前端+python 后端+UI

(2) 团队分工

陈郑铎：PM+前端，负责技术的选型，规划项目进程，分配任务，前端的开发，服务器运维

王思婷：PM，负责 ppt，计划书的编辑

陈佳雯：PM，负责 ppt，计划书的编辑

陈益：前端，负责前端的开发

李镇平：前端，负责前端的开发

王泽鸿：UI，负责原型的设计

林云钊：UI，负责原型的设计

沈国煜：后端，负责接口设计，服务器运维

张凯：后端，负责接口设计，服务器运维

林铮威：后端，负责接口设计，服务器运维