# 问题描述

1. 快节奏并且依赖手机等电子产品的生活中，人们的闲暇生活被手机上网等取代或者为辅助，人们从日常的生活中所得到的乐趣或者经验希望分享给他人，主要问题有：
2. 分享的方式如果面对面分享，范围小，消耗大
3. 分享的时间不能随时随地，不够及时
4. 不能及时或者实时的收到他人的反响
5. 人们希望做某件事但因为没有经验，经常需要请教他人，或者人们希望通过他人的生活经验而获得自己想要的经验时，可能需要请教熟人或者网上查询等方式，主要问题有：
6. 条件地域限制，不够及时，也可能不能得到自己想要的经验
7. 经验太少或者不能亲眼所见，不够有说服力

# 产品愿景和商业机会

**定位**：为喜欢向他人分享生活或经验的人以及可能有需于他人经验或喜欢了解各地不同人的生活的群体提供一个分享平台，使这些人们的生活更有趣，更丰富

**商业机会：**

用户群主要定义为喜欢使用手机经常上网，喜欢晒生活的一些群体，大多为青年群体；

平台的资源由用户提供，也向用户推送其他用户的提供的资源；

平台推送和用户分享具有实时性，提升用户体验；

**商业模式：**

广告植入；

# 用户分析

本分享平台主要服务用户：

使用智能手机的群体：

愿望：喜欢分享获得满足感，希望了解更多人的生活动态或者期望从他人获取资源经验。

计算机能力：熟练上网和使用智能手机

# 技术分析

采用的技术架构

专注于手机应用软件开发与服务，前端技术主要采用AndroidStudio，后端技术采用javaEE架构，完成开发；

平台

初步计划采用亚马逊的云服务平台支撑应用软件，早期可以使用一年的免费体验，业务成熟后转向收费（价格不贵）；

软硬件、网络支持

由于所选支撑平台均是强大的服务商，能满足早期的需求，无需额外的支持；

技术难点

无开发技术难点；产品设计上重点考虑如何根据用户分享提供快速分类与推送以及定位等；

# 资源需求估计

人员

产品经理：依据本产品的商业背景和定位，吸取已有app平台的成熟经验，结合地方特点和用户特征，设计符合用户需求的产品。

IT技术专家：快速架构和实现产品，同时确保对未来快速增长交易量及灵活变化的商品展示的支持。

用户代表：喜欢分享生活和喜欢浏览信息或者对他人分享有兴趣的群体

资金

产品验证阶段前暂无需要。完成产品验证后，需要资金集中快速完成宣传推广；

设备

一台本地PC服务器；

设施

10平米以内的固定工作场地；

# 风险估计

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **编号** | **事件描述** | **根本原因** | **类型** |
| R1 | 用户参与度不高 | 没有足够区别于其他分享平台的吸引力 | 商业风险 |
| R2 | 无法实现快速的资源更新 | 资源加载刷新速度太慢 | 流程风险 |
| R3 | 无法获得足够的推广费用 | 产品快速推广时，需要大量的资金，目前团队不具备，需要寻找投资 | 资金风险 |

# 收益分析

暂无收益