目录

[(一) 项目概述： 1](#_Toc83493495)

[(二) 要点概述： 1](#_Toc83493496)

[一、 客户细分 Customer Segments 2](#_Toc83493497)

[二、 价值主张 Value Proposition 2](#_Toc83493498)

[三、 渠道通路 Channels 2](#_Toc83493499)

[四、 客户关系 Customer Relationship 2](#_Toc83493500)

[五、 收入来源 Revenue Streams 2](#_Toc83493501)

[六、 核心资源 Key Resources 2](#_Toc83493502)

[七、 关键业务 Key Activities 2](#_Toc83493503)

[八、 重要合作 Key Partnership 2](#_Toc83493504)

[九、 成本结构 Cost Structure 2](#_Toc83493505)

[(三) 关联联系： 2](#_Toc83493506)

1. 项目概述：

项目题目：**未知**

组员信息：

陈家志 191250009

陈家伟 191250008

林均劼 191250084

张潮越 191250190

度量数值：**未知**

项目简介：

我们小组计划开发一款历史爱好者社区软件。该软件主要为填补目前历史爱好者社群分散，没有专门大平台交流的空缺。软件分为历史讨论区，科普资讯区，游戏交流区，购物区，资料分享区以及历史地图区。

历史讨论区采用类似贴吧和nga社区的发帖制度，由楼主发帖，他人跟帖；

科普咨讯区主要负责整合与转载历史短文（如转载国家地理的历史科普文，展示一些自媒体用户发布的优质历史文章）；

游戏交流区借鉴52pcgame和贴吧的模式，用户可以在其中讨论交流一些历史模拟类游戏（如文明系列，全面战争系列，paradox旗下作品等）的心得与想法；

购物区则用来售卖一些基于考古文物创作的手工艺品和经过质量把控后的历史书籍；

资料分享区中我们将推荐一些国内外优质官方开源资料库（如故宫博物馆，牛津大学科学历史博物馆网站等）；

历史地图区中不仅存储了各区域的历史地图集，而且引入了考古地图，用户当前地图页面中如果有较大的考古发现，地图上就会出现小标识，点入后会出现相关考古图片。

产品的核心特点是为历史爱好者提供独特的一站式服务，从求知到娱乐乃至旅游都可以在app中获取想要的信息，产品也致力解决当前国内市场上历史爱好者社群分散无序的现状。

1. 要点概述：

完整画布：**还没有**

1. 客户细分 Customer Segments

最主要的用户是有一定知识储备的历史爱好者，通过我们的平台他们可以基于自己一定的历史研究素养和足够多的历史基础进行知识的分享并与其他用户讨论历史知识。并且可以获得全面的，自己感兴趣的历史方面的每日历史报道。

我们的客户还包括对历史周边感兴趣的客户，可以通过我们平台购买相应历史时期、地区的周边。以及对历史知识感兴趣但并无太多了解的学习者，可以通过我们平台阅读相关的历史内容和知识。

1. 价值主张 Value Proposition
2. 功能性上的全面，为历史爱好者提供全面的平台，囊括社交、资讯分享和相关产品的购买等功能，整合并满足历史爱好者们出于对历史的爱好而出现的文娱生活的需求。
3. 内容上的精准推送，我们要求在历史资讯区的文章都需要添加其相关历史的地区和时间，并且在标题页面进行标注，根据用户的浏览和评论活跃程度对每个用户进行内容定制，更多地推荐相关地区和时间的文章，用户也可以通过地区和时间筛选相关的信息。同时文章也可以附带相应时期的历史周边或历史书籍的广告。
4. 用户的自我定制：在资讯区除每日更新转载的推送外，用户也可以发送文章，经过审核后可加入资讯区，且我们鼓励用户使用更加专业化的文章形式，如标注引用、搭配图片等形式会在后台的推送机制中加分，使得其更有可能被看见。
5. 渠道通路 Channels
6. 搜索引擎：对市⾯上常⻅的搜索引擎（百度、必应等）做SEO优化，提升平台知名度  
   （合作商渠道；知名度）

2、自媒体宣传：通过B站、公众号、知乎建立的官方号，提供节选的平台用户内容以及官方号自制的历史相关的内容，加强自身定位的同时，提高平台知名度  
（混用渠道；知名度，评价）

3、邀请历史领域的论坛精英：邀请已有分散历史交流社群上的高水平用户（论坛精英）以及部分高校历史教师入驻，以人类高质量历史交流为⽀点进⾏宣传。

（⾃身渠道；评估）

4、与地方文化景点互相宣传协议：从较不知名的地方特色景点开始，逐步建构与各地历史文化景点的双向宣传

（合作商渠道：知名度）

5、论坛半自治：分区除官方管理员外，还有自行选举出板块的管理员，平台下放板块讨论的管理和建设的部分权限给管理员，换取民间管理员代为收集论坛用户反馈，进行一些活动的提议，平台从中甄选开展，获得更好用户反馈的同时降低社区环境维护成本。

（自身渠道：售后？）

1. 客户关系 Customer Relationship

* 社区：提供一个历史爱好者社群，所有用户都可以在社区里自由交流
* 客户共同创造：在社区中用户之间的讨论交流评论，以及一些用户发布的文章和一些用户反馈共同为社区创造价值
* 自动化服务：用户可以选择开启推荐算法为其推荐讨论话题，同时在地图模块系统在用户授权后也能够自动根据用户位置为用户推荐历史地点

1. 收入来源 Revenue Streams

平台主要依靠广告费，售卖周边来进行盈利：

1. 历史题材周边：
2. 售卖官方（第一方）出品的历史周边商品，包括但不限于包含历史元素的生活用品，第一方出品的历史相关书籍。
3. 定期举行周边设计征集，辅助用户售卖他们设计的周边提取抽成
4. 代销第三方出品的历史周边商品（地方文化景点文创产品）
5. 广告费：以历史书籍、文化旅游景点的推广为主

可能有的拓展收入来源：

1. 官方号运营获得的零碎收入
2. 定期开设讲座的门票费
3. 核心资源 Key Resources

* 优质用户：以一群专业历史爱好者为核心建立社群，使得我们的社群比其他app的更加具有共同语言，交流更加和谐与专业
* 优质文章：优质用户发布，外部权威网站转载，平台自身专门工作人员发布的文章与其他网站相比更加严谨，质量更高
* 优质资料：相较于其他网站，我们自身主动提供了更多优质的开源历史资料，便于用户查找参考

1. 关键业务 Key Activities
2. 重要合作 Key Partnership

与权威网站的合作：对于历史类网站转载其历史科普文章或历史地图，互相推荐网站链接，共同提升知名度，对于地图网站，使用其开源接口，实现网站的考古地图和旅游地图

与自媒体的合作：提供历史文章的推送平台，网站收获更多优质文章，自媒体用户能够提升知名度

与专业历史爱好者以及资深历史科普用户合作：通过如共享收益，签约等奖励机制激励作者产出优质内容

1. 成本结构 Cost Structure

（3）将要点概述贴在对应模块位置的完整画布以及针对模块内每个要点的逐一介绍与讨论；

1. 关联联系：

显式声明若干关键要点之间的关联关系，并给出理由。