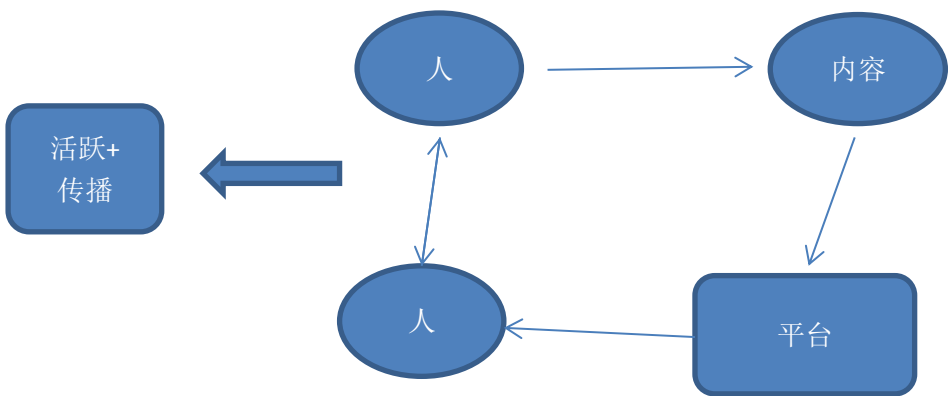


目录

一、我们的定位

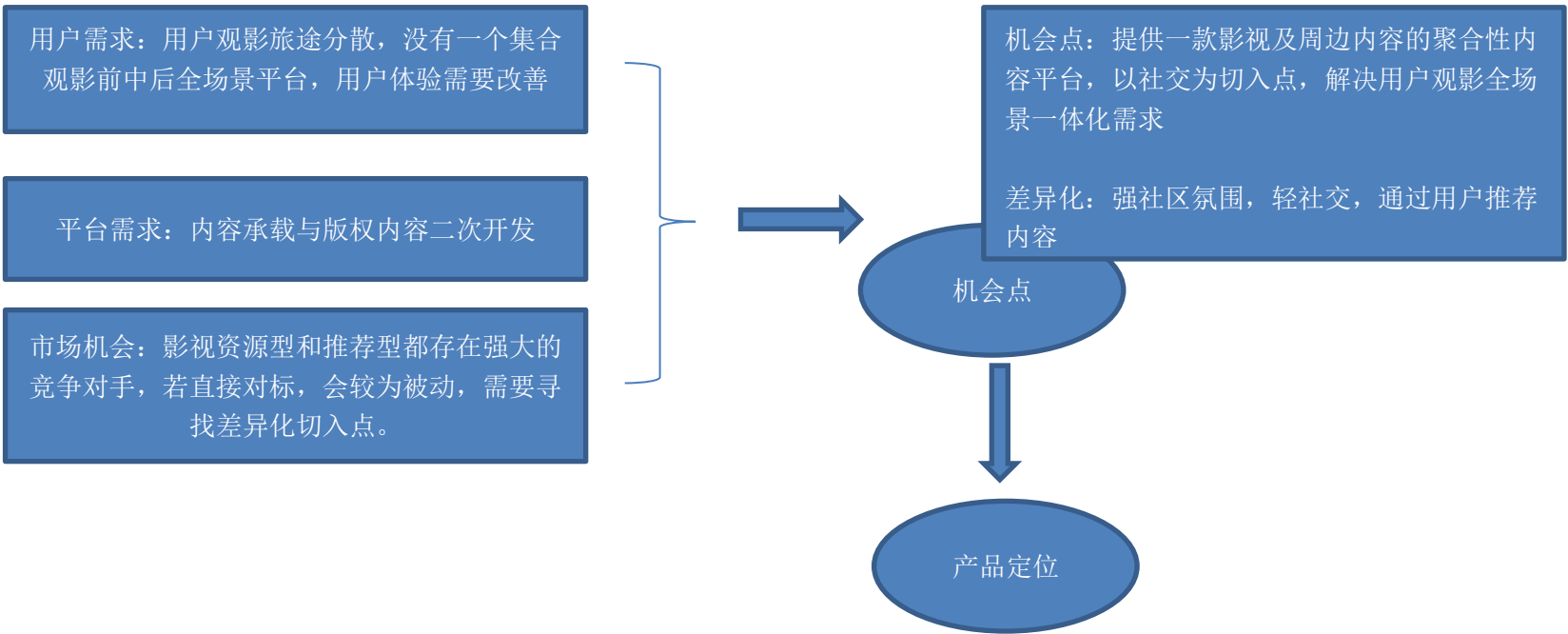
1、定位： 以影视内容为载体的社交性平台

基于观影前中后的全场景聚合类平台，以影视资源位基础，以社区为聚集地和落脚点，将社交贯穿于整个产品，引导用户与用户之间关系链的创建，并对用户观影行为与内容产出进行二次沉淀。



2、定位分析

- 1) 机会点：提供一款影视及周边内容的聚合型平台，以社交为切入点，解决用户观影前决策、观影中流畅观看和观后交流的全场景需求。
- 2) 差异化：强化社区氛围与社交属性、通过“用户”来推荐内容，引导用户基于影视内容的轻互动，打造平台的轻社交差异化特色。



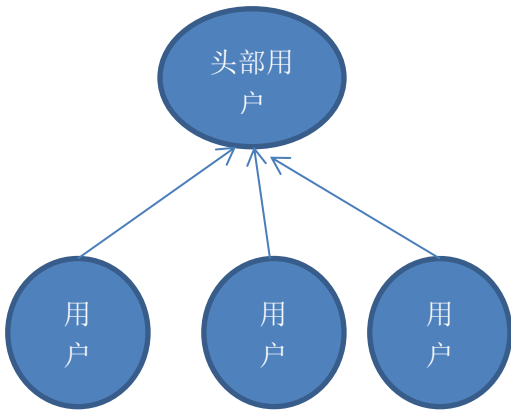
二、市场背景分析

1、竞品相似品分析

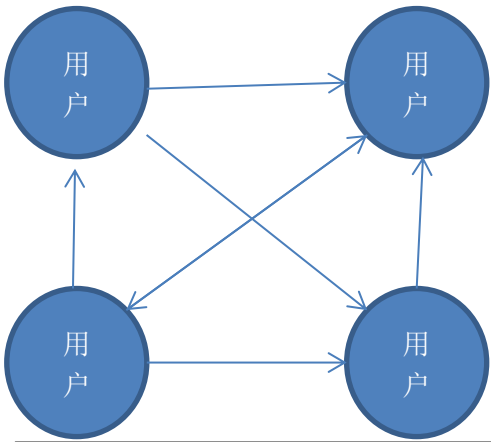
竞品/相似品	主要解决的用户观影场景			平台趋势和问题分析
	观影前	观影中	观影后	
豆瓣	√		√	精英社区向大众用户的转型，正在尝试小范围版权内容的购买，试图解决一部分观影中的需求，但是内容很少，感知偏弱。社区属性逐步降低，大众层面更多偏工具属性。
爱奇艺、腾讯视频、优土		√		通过内容建立自己的壁垒，但是用户追逐内容本身，对平台无忠诚度，粘性差。目前正在打造明星粉丝社区，但尚未形成社交化
毒舌	√			自媒体影视推荐平台，主要解决用户不知道看什么影片的痛点。无影视资源，且纯官方推荐内容，无社区氛围。
电影天堂等电影站		√		资源型平台，纯工具属性

2、分析总结

- 1) 在线视频行业以腾讯视频和爱奇艺为首的几大巨头强势占领市场，但仍未形成寡头垄断，很多垂直类产品基于某个观影场景作为切入点，也找到了市场机会。
- 2) 用户线上的观影全场景是非常分散和脱节的，目前市场上没有一个基于全场景的影视内容平台，用户观影体验需要得到改善和深度挖掘。
- 3) 各类影视内容产品为了增强粘性，都在尝试打造社区生态系统，但是难以社交化。



爱奇艺“泡泡圈”以明星为头部用户的社交模型
豆瓣以精英创作用户为头部用户的社区模型



耐飞影视以创建用户关系链为主，让用户与用户之间通过内容自由互动的社交模型

三、初期目标用户肖像

综述：

- 前期拉片产品是一个纯粹的内容聚合平台，无社区元素，且影视内容和周边内容相对较为独立，运营内容过于专业，无法让用户有代入感和社交冲动，所以本次我们基于前期拉片的运营分析，重新做了**用户定性调研**。
- 基于我们全新的观影全场景的聚合性社区平台定位，产品需要承载更立体的用户群体，满足各个层面的用户需求。需要确定不同类型的**用户画像**来分析不同层级的用户需求。
- 结合用户画像，整理用户的各种实际行为路径，通过**用户旅途**，在不同节点进行思考探索与机会点的挖掘。

1. 观影全场景用户访谈

1) 访谈脚本：附件

2) 用户访谈结论：分 ABCD 典型用户的访谈结论，4 个 P

用户	用户分类	性别	年龄	职业	特征	观影前	观影场所、方式、平台	找片吗，解疑惑	弹幕	截图	观影后行为（分享、讨论）	付费习
用户1	B入门级	女	25	设计师	1.玩游戏，看电影比较容易接受朋友影响； 2.喜欢刷手机，但是不会因为他的推荐去去看，还是会看剧情的，还是会看自己喜欢的； 3.一个月看2-3部电影，电视剧看的比较多，追的太多了。	1.朋友推荐； 2.豆瓣影评； 3.抖音短视频； 4.小红书； 5.微博； 6.知乎； 7.公众号； 8.朋友圈； 9.抖音； 10.小红书； 11.微博； 12.知乎； 13.公众号； 14.朋友圈； 15.抖音； 16.小红书； 17.微博； 18.知乎； 19.公众号； 20.朋友圈； 21.抖音； 22.小红书； 23.微博； 24.知乎； 25.公众号； 26.朋友圈； 27.抖音； 28.小红书； 29.微博； 30.知乎； 31.公众号； 32.朋友圈； 33.抖音； 34.小红书； 35.微博； 36.知乎； 37.公众号； 38.朋友圈； 39.抖音； 40.小红书； 41.微博； 42.知乎； 43.公众号； 44.朋友圈； 45.抖音； 46.小红书； 47.微博； 48.知乎； 49.公众号； 50.朋友圈； 51.抖音； 52.小红书； 53.微博； 54.知乎； 55.公众号； 56.朋友圈； 57.抖音； 58.小红书； 59.微博； 60.知乎； 61.公众号； 62.朋友圈； 63.抖音； 64.小红书； 65.微博； 66.知乎； 67.公众号； 68.朋友圈； 69.抖音； 70.小红书； 71.微博； 72.知乎； 73.公众号； 74.朋友圈； 75.抖音； 76.小红书； 77.微博； 78.知乎； 79.公众号； 80.朋友圈； 81.抖音； 82.小红书； 83.微博； 84.知乎； 85.公众号； 86.朋友圈； 87.抖音； 88.小红书； 89.微博； 90.知乎； 91.公众号； 92.朋友圈； 93.抖音； 94.小红书； 95.微博； 96.知乎； 97.公众号； 98.朋友圈； 99.抖音； 100.小红书； 101.微博； 102.知乎； 103.公众号； 104.朋友圈； 105.抖音； 106.小红书； 107.微博； 108.知乎； 109.公众号； 110.朋友圈； 111.抖音； 112.小红书； 113.微博； 114.知乎； 115.公众号； 116.朋友圈； 117.抖音； 118.小红书； 119.微博； 120.知乎； 121.公众号； 122.朋友圈； 123.抖音； 124.小红书； 125.微博； 126.知乎； 127.公众号； 128.朋友圈； 129.抖音； 130.小红书； 131.微博； 132.知乎； 133.公众号； 134.朋友圈； 135.抖音； 136.小红书； 137.微博； 138.知乎； 139.公众号； 140.朋友圈； 141.抖音； 142.小红书； 143.微博； 144.知乎； 145.公众号； 146.朋友圈； 147.抖音； 148.小红书； 149.微博； 150.知乎； 151.公众号； 152.朋友圈； 153.抖音； 154.小红书； 155.微博； 156.知乎； 157.公众号； 158.朋友圈； 159.抖音； 160.小红书； 161.微博； 162.知乎； 163.公众号； 164.朋友圈； 165.抖音； 166.小红书； 167.微博； 168.知乎； 169.公众号； 170.朋友圈； 171.抖音； 172.小红书； 173.微博； 174.知乎； 175.公众号； 176.朋友圈； 177.抖音； 178.小红书； 179.微博； 180.知乎； 181.公众号； 182.朋友圈； 183.抖音； 184.小红书； 185.微博； 186.知乎； 187.公众号； 188.朋友圈； 189.抖音； 190.小红书； 191.微博； 192.知乎； 193.公众号； 194.朋友圈； 195.抖音； 196.小红书； 197.微博； 198.知乎； 199.公众号； 200.朋友圈； 201.抖音； 202.小红书； 203.微博； 204.知乎； 205.公众号； 206.朋友圈； 207.抖音； 208.小红书； 209.微博； 210.知乎； 211.公众号； 212.朋友圈； 213.抖音； 214.小红书； 215.微博； 216.知乎； 217.公众号； 218.朋友圈； 219.抖音； 220.小红书； 221.微博； 222.知乎； 223.公众号； 224.朋友圈； 225.抖音； 226.小红书； 227.微博； 228.知乎； 229.公众号； 230.朋友圈； 231.抖音； 232.小红书； 233.微博； 234.知乎； 235.公众号； 236.朋友圈； 237.抖音； 238.小红书； 239.微博； 240.知乎； 241.公众号； 242.朋友圈； 243.抖音； 244.小红书； 245.微博； 246.知乎； 247.公众号； 248.朋友圈； 249.抖音； 250.小红书； 251.微博； 252.知乎； 253.公众号； 254.朋友圈； 255.抖音； 256.小红书； 257.微博； 258.知乎； 259.公众号； 260.朋友圈； 261.抖音； 262.小红书； 263.微博； 264.知乎； 265.公众号； 266.朋友圈； 267.抖音； 268.小红书； 269.微博； 270.知乎； 271.公众号； 272.朋友圈； 273.抖音； 274.小红书； 275.微博； 276.知乎； 277.公众号； 278.朋友圈； 279.抖音； 280.小红书； 281.微博； 282.知乎； 283.公众号； 284.朋友圈； 285.抖音； 286.小红书； 287.微博； 288.知乎； 289.公众号； 290.朋友圈； 291.抖音； 292.小红书； 293.微博； 294.知乎； 295.公众号； 296.朋友圈； 297.抖音； 298.小红书； 299.微博； 300.知乎； 301.公众号； 302.朋友圈； 303.抖音； 304.小红书； 305.微博； 306.知乎； 307.公众号； 308.朋友圈； 309.抖音； 310.小红书； 311.微博； 312.知乎； 313.公众号； 314.朋友圈； 315.抖音； 316.小红书； 317.微博； 318.知乎； 319.公众号； 320.朋友圈； 321.抖音； 322.小红书； 323.微博； 324.知乎； 325.公众号； 326.朋友圈； 327.抖音； 328.小红书； 329.微博； 330.知乎； 331.公众号； 332.朋友圈； 333.抖音； 334.小红书； 335.微博； 336.知乎； 337.公众号； 338.朋友圈； 339.抖音； 340.小红书； 341.微博； 342.知乎； 343.公众号； 344.朋友圈； 345.抖音； 346.小红书； 347.微博； 348.知乎； 349.公众号； 350.朋友圈； 351.抖音； 352.小红书； 353.微博； 354.知乎； 355.公众号； 356.朋友圈； 357.抖音； 358.小红书； 359.微博； 360.知乎； 361.公众号； 362.朋友圈； 363.抖音； 364.小红书； 365.微博； 366.知乎； 367.公众号； 368.朋友圈； 369.抖音； 370.小红书； 371.微博； 372.知乎； 373.公众号； 374.朋友圈； 375.抖音； 376.小红书； 377.微博； 378.知乎； 379.公众号； 380.朋友圈； 381.抖音； 382.小红书； 383.微博； 384.知乎； 385.公众号； 386.朋友圈； 387.抖音； 388.小红书； 389.微博； 390.知乎； 391.公众号； 392.朋友圈； 393.抖音； 394.小红书； 395.微博； 396.知乎； 397.公众号； 398.朋友圈； 399.抖音； 400.小红书； 401.微博； 402.知乎； 403.公众号； 404.朋友圈； 405.抖音； 406.小红书； 407.微博； 408.知乎； 409.公众号； 410.朋友圈； 411.抖音； 412.小红书； 413.微博； 414.知乎； 415.公众号； 416.朋友圈； 417.抖音； 418.小红书； 419.微博； 420.知乎； 421.公众号； 422.朋友圈； 423.抖音； 424.小红书； 425.微博； 426.知乎； 427.公众号； 428.朋友圈； 429.抖音； 430.小红书； 431.微博； 432.知乎； 433.公众号； 434.朋友圈； 435.抖音； 436.小红书； 437.微博； 438.知乎； 439.公众号； 440.朋友圈； 441.抖音； 442.小红书； 443.微博； 444.知乎； 445.公众号； 446.朋友圈； 447.抖音； 448.小红书； 449.微博； 450.知乎； 451.公众号； 452.朋友圈； 453.抖音； 454.小红书； 455.微博； 456.知乎； 457.公众号； 458.朋友圈； 459.抖音； 460.小红书； 461.微博； 462.知乎； 463.公众号； 464.朋友圈； 465.抖音； 466.小红书； 467.微博； 468.知乎； 469.公众号； 470.朋友圈； 471.抖音； 472.小红书； 473.微博； 474.知乎； 475.公众号； 476.朋友圈； 477.抖音； 478.小红书； 479.微博； 480.知乎； 481.公众号； 482.朋友圈； 483.抖音； 484.小红书； 485.微博； 486.知乎； 487.公众号； 488.朋友圈； 489.抖音； 490.小红书； 491.微博； 492.知乎； 493.公众号； 494.朋友圈； 495.抖音； 496.小红书； 497.微博； 498.知乎； 499.公众号； 500.朋友圈； 501.抖音； 502.小红书； 503.微博； 504.知乎； 505.公众号； 506.朋友圈； 507.抖音； 508.小红书； 509.微博； 510.知乎； 511.公众号； 512.朋友圈； 513.抖音； 514.小红书； 515.微博； 516.知乎； 517.公众号； 518.朋友圈； 519.抖音； 520.小红书； 521.微博； 522.知乎； 523.公众号； 524.朋友圈； 525.抖音； 526.小红书； 527.微博； 528.知乎； 529.公众号； 530.朋友圈； 531.抖音； 532.小红书； 533.微博； 534.知乎； 535.公众号； 536.朋友圈； 537.抖音； 538.小红书； 539.微博； 540.知乎； 541.公众号； 542.朋友圈； 543.抖音； 544.小红书； 545.微博； 546.知乎； 547.公众号； 548.朋友圈； 549.抖音； 550.小红书； 551.微博； 552.知乎； 553.公众号； 554.朋友圈； 555.抖音； 556.小红书； 557.微博； 558.知乎； 559.公众号； 560.朋友圈； 561.抖音； 562.小红书； 563.微博； 564.知乎； 565.公众号； 566.朋友圈； 567.抖音； 568.小红书； 569.微博； 570.知乎； 571.公众号； 572.朋友圈； 573.抖音； 574.小红书； 575.微博； 576.知乎； 577.公众号； 578.朋友圈； 579.抖音； 580.小红书； 581.微博； 582.知乎； 583.公众号； 584.朋友圈； 585.抖音； 586.小红书； 587.微博； 588.知乎； 589.公众号； 590.朋友圈； 591.抖音； 592.小红书； 593.微博； 594.知乎； 595.公众号； 596.朋友圈； 597.抖音； 598.小红书； 599.微博； 600.知乎； 601.公众号； 602.朋友圈； 603.抖音； 604.小红书； 605.微博； 606.知乎； 607.公众号； 608.朋友圈； 609.抖音； 610.小红书； 611.微博； 612.知乎； 613.公众号； 614.朋友圈； 615.抖音； 616.小红书； 617.微博； 618.知乎； 619.公众号； 620.朋友圈； 621.抖音； 622.小红书； 623.微博； 624.知乎； 625.公众号； 626.朋友圈； 627.抖音； 628.小红书； 629.微博； 630.知乎； 631.公众号； 632.朋友圈； 633.抖音； 634.小红书； 635.微博； 636.知乎； 637.公众号； 638.朋友圈； 639.抖音； 640.小红书； 641.微博； 642.知乎； 643.公众号； 644.朋友圈； 645.抖音； 646.小红书； 647.微博； 648.知乎； 649.公众号； 650.朋友圈； 651.抖音； 652.小红书； 653.微博； 654.知乎； 655.公众号； 656.朋友圈； 657.抖音； 658.小红书； 659.微博； 660.知乎； 661.公众号； 662.朋友圈； 663.抖音； 664.小红书； 665.微博； 666.知乎； 667.公众号； 668.朋友圈； 669.抖音； 670.小红书； 671.微博； 672.知乎； 673.公众号； 674.朋友圈； 675.抖音； 676.小红书； 677.微博； 678.知乎； 679.公众号； 680.朋友圈； 681.抖音； 682.小红书； 683.微博； 684.知乎； 685.公众号； 686.朋友圈； 687.抖音； 688.小红书； 689.微博； 690.知乎； 691.公众号； 692.朋友圈； 693.抖音； 694.小红书； 695.微博； 696.知乎； 697.公众号； 698.朋友圈； 699.抖音； 700.小红书； 701.微博； 702.知乎； 703.公众号； 704.朋友圈； 705.抖音； 706.小红书； 707.微博； 708.知乎； 709.公众号； 710.朋友圈； 711.抖音； 712.小红书； 713.微博； 714.知乎； 715.公众号； 716.朋友圈； 717.抖音； 718.小红书； 719.微博； 720.知乎； 721.公众号； 722.朋友圈； 723.抖音； 724.小红书； 725.微博； 726.知乎； 727.公众号； 728.朋友圈； 729.抖音； 730.小红书； 731.微博； 732.知乎； 733.公众号； 734.朋友圈； 735.抖音； 736.小红书； 737.微博； 738.知乎； 739.公众号； 740.朋友圈； 741.抖音； 742.小红书； 743.微博； 744.知乎； 745.公众号； 746.朋友圈； 747.抖音； 748.小红书； 749.微博； 750.知乎； 751.公众号； 752.朋友圈； 753.抖音； 754.小红书； 755.微博； 756.知乎； 757.公众号； 758.朋友圈； 759.抖音； 760.小红书； 761.微博； 762.知乎； 763.公众号； 764.朋友圈； 765.抖音； 766.小红书； 767.微博； 768.知乎； 769.公众号； 770.朋友圈； 771.抖音； 772.小红书； 773.微博； 774.知乎； 775.公众号； 776.朋友圈； 777.抖音； 778.小红书； 779.微博； 780.知乎； 781.公众号； 782.朋友圈； 783.抖音； 784.小红书； 785.微博； 786.知乎； 787.公众号； 788.朋友圈； 789.抖音； 790.小红书； 791.微博； 792.知乎； 793.公众号； 794.朋友圈； 795.抖音； 796.小红书； 797.微博； 798.知乎； 799.公众号； 800.朋友圈； 801.抖音； 802.小红书； 803.微博； 804.知乎； 805.公众号； 806.朋友圈； 807.抖音； 808.小红书； 809.微博； 810.知乎； 811.公众号； 812.朋友圈； 813.抖音； 814.小红书； 815.微博； 816.知乎； 817.公众号； 818.朋友圈； 819.抖音； 820.小红书； 821.微博； 822.知乎； 823.公众号； 824.朋友圈； 825.抖音； 826.小红书； 827.微博； 828.知乎； 829.公众号； 830.朋友圈； 831.抖音； 832.小红书； 833.微博； 834.知乎； 835.公众号； 836.朋友圈； 837.抖音； 838.小红书； 839.微博； 840.知乎； 841.公众号； 842.朋友圈； 843.抖音； 844.小红书； 845.微博； 846.知乎； 847.公众号； 848.朋友圈； 849.抖音； 850.小红书； 851.微博； 852.知乎； 853.公众号； 854.朋友圈； 855.抖音； 856.小红书； 857.微博； 858.知乎； 859.公众号； 860.朋友圈； 861.抖音； 862.小红书； 863.微博； 864.知乎； 865.公众号； 866.朋友圈； 867.抖音； 868.小红书； 869.微博； 870.知乎； 871.公众号； 872.朋友圈； 873.抖音； 874.小红书； 875.微博； 876.知乎； 877.公众号； 878.朋友圈； 879.抖音； 880.小红书； 881.微博； 882.知乎； 883.公众号； 884.朋友圈； 885.抖音； 886.小红书； 887.微博； 888.知乎； 889.公众号； 890.朋友圈； 891.抖音； 892.小红书； 893.微博； 894.知乎； 895.公众号； 896.朋友圈； 897.抖音； 898.小红书； 899.微博； 900.知乎； 901.公众号； 902.朋友圈； 903.抖音； 904.小红书； 905.微博； 906.知乎； 907.公众号； 908.朋友圈； 909.抖音； 910.小红书； 911.微博； 912.知乎； 913.公众号； 914.朋友圈； 915.抖音； 916.小红书； 917.微博； 918.知乎； 919.公众号； 920.朋友圈； 921.抖音； 922.小红书； 923.微博； 924.知乎； 925.公众号； 926.朋友圈； 927.抖音； 928.小红书； 929.微博； 930.知乎； 931.公众号； 932.朋友圈； 933.抖音； 934.小红书； 935.微博； 936.知乎； 937.公众号； 938.朋友圈； 939.抖音； 940.小红书； 941.微博； 942.知乎； 943.公众号； 944.朋友圈； 945.抖音； 946.小红书； 947.微博； 948.知乎； 949.公众号； 950.朋友圈； 951.抖音； 952.小红书； 953.微博； 954.知乎； 955.公众号； 956.朋友圈； 957.抖音； 958.小红书； 959.微博； 960.知乎； 961.公众号； 962.朋友圈； 963.抖音； 964.小红书； 965.微博； 966.知乎； 967.公众号； 968.朋友圈； 969.抖音； 970.小红书； 971.微博； 972.知乎； 973.公众号； 974.朋友圈； 975.抖音； 976.小红书； 977.微博； 978.知乎； 979.公众号； 980.朋友圈； 981.抖音； 982.小红书； 983.微博； 984.知乎； 985.公众号； 986.朋友圈； 987.抖音； 988.小红书； 989.微博； 990.知乎； 991.公众号； 992.朋友圈； 993.抖音； 994.小红书； 995.微博； 996.知乎； 997.公众号； 998.朋友圈； 999.抖音； 1000.小红书； 1001.微博； 1002.知乎； 1003.公众号； 1004.朋友圈； 1005.抖音； 1006.小红书； 1007.微博； 1008.知乎； 1009.公众号； 1010.朋友圈； 1011.抖音； 1012.小红书； 1013.微博； 1014.知乎； 1015.公众号； 1016.朋友圈； 1017.抖音； 1018.小红书； 1019.微博； 1020.知乎； 1021.公众号； 1022.朋友圈； 1023.抖音； 1024.小红书； 1025.微博； 1026.知乎； 1027.公众号； 1028.朋友圈； 1029.抖音； 1030.小红书； 1031.微博； 1032.知乎； 1033.公众号； 1034.朋友圈； 1035.抖音； 1036.小红书； 1037.微博； 1038.知乎； 1039.公众号； 1040.朋友圈； 1041.抖音； 1042.小红书； 1043.微博； 1044.知乎； 1045.公众号； 1046.朋友圈； 1047.抖音； 1048.小红书； 1049.微博； 1050.知乎； 1051.公众号； 1052.朋友圈； 1053.抖音； 1054.小红书； 1055.微博； 1056.知乎； 1057.公众号； 1058.朋友圈； 1059.抖音； 1060.小红书； 1061.微博； 1062.知乎； 1063.公众号； 1064.朋友圈； 1065.抖音； 1066.小红书； 1067.微博； 1068.知乎； 1069.公众号； 1070.朋友圈； 1071.抖音； 1072.小红书； 1073.微博； 1074.知乎； 1075.公众号； 1076.朋友圈； 1077.抖音； 1078.小红书； 1079.微博； 1080.知乎； 1081.公众号； 1082.朋友圈； 1083.抖音； 1084.小红书； 1085.微博； 1086.知乎； 1087.公众号； 1088.朋友圈； 1089.抖音； 1090.小红书； 1091.微博； 1092.知乎； 1093.公众号； 1094.朋友圈； 1095.抖音； 1096.小红书； 1097.微博； 1098.知乎； 1099.公众号； 1100.朋友圈； 1101.抖音； 1102.小红书； 1103.微博； 1104.知乎； 1105.公众号； 1106.朋友圈； 1107.抖音； 1108.小红书； 1109.微博； 1110.知乎； 1111.公众号； 1112.朋友圈； 1113.抖音； 1114.小红书； 1115.微博； 1116.知乎； 1117.公众号； 1118.朋友圈； 1119.抖音； 1120.小红书； 1121.微博； 1122.知乎； 1123.公众号； 1124.朋友圈； 1125.抖音； 1126.小红书； 1127.微博； 1128.知乎； 1129.公众号； 1130.朋友圈； 1131.抖音； 1132.小红书； 1133.微博； 1134.知乎； 1135.公众号； 1136.朋友圈； 1137.抖音； 1138.小红书； 1139.微博； 1140.知乎； 1141.公众号； 1142.朋友圈； 1143.抖音； 1144.小红书； 1145.微博； 1146.知乎； 1147.公众号； 1148.朋友圈； 1149.抖音； 1150.小红书； 1151.微博； 1152.知乎； 1153.公众号； 1154.朋友圈； 1155.抖音； 1156.小红书； 1157.微博； 1158.知乎； 1159.公众号； 1160.朋友圈； 1161.抖音； 1162.小红书； 1163.微博； 1164.知乎； 1165.公众号； 1166.朋友圈； 1167.抖音； 1168.小红书； 1169.微博； 1170.知乎； 1171.公众号； 1172.朋友圈； 1173.抖音； 1174.小红书； 1175.微博； 1176.知乎； 1177.公众号； 1178.朋友圈； 1179.抖音； 1180.小红书； 1181.微博； 1182.知乎； 1183.公众号； 1184.朋友圈； 1185.抖音； 1186.小红书； 1187.微博； 1188.知乎； 1189.公众号； 1190.朋友圈； 1191.抖音； 1192.小红书； 1193.微博； 1194.知乎； 1195.公众号； 1196.朋友圈； 1197.抖音； 1198.小红书； 1199.微博； 1200.知乎； 1201.公众号； 1202.朋友圈； 1203.抖音； 1204.小红书； 1205.微博； 1206.知乎； 1207.公众号； 1208.朋友圈； 1209.抖音； 1210.小红书； 1211.微博； 1212.知乎； 1213.公众号； 1214.朋友圈； 1215.抖音； 1216.小红书； 1217.微博； 1218.知乎； 1219.公众号； 1220.朋友圈； 1221.抖音； 1222.小红书； 1223.微博； 1224.知乎； 1225.公众号； 1226.朋友圈； 1227.抖音； 1228.小红书； 1229.微博； 1230.知乎； 1231.公众号； 1232.朋友圈； 1233.抖音； 1234.小红书； 1235.微博； 1236.知乎； 1237.公众号； 1238.朋友圈； 1239.抖音； 1240.小红书； 1241.微博； 1242.知乎； 1243.公众号； 1244.朋友圈； 1245.抖音； 1246.小红书； 1247.微博； 1248.知乎； 1249.公众号； 1250.朋友圈； 1251.抖音； 1252.小红书； 1253.微博； 1254.知乎； 1255.公众号； 1256.朋友圈； 1257.抖音； 1258.小红书； 1259.微博； 1260.知乎； 1261.公众号； 1262.朋友圈； 1263.抖音； 1264.小红书； 1265.微博； 1266.知乎； 1267.公众号； 1268.朋友圈； 1269.抖音； 1270.小红书； 1271.微博； 1272.知乎； 1273.公众号； 1274.朋友圈； 1275.抖音； 1276.小红书； 1277.微博； 1278.知乎； 1279.公众号； 1280.朋友圈； 1281.抖音； 1282.小红书； 1283.微博； 1284.知乎； 1285.公众号； 1286.朋友圈； 1287.抖音； 1288.小红书； 1289.微博； 1290.知乎； 1291.公众号； 1292.朋友圈； 1293.抖音；						

备注：关键变量（导致用户的态度和行为对产品目标产生差异的关键因素）；信息值为在某个关键变量维度下，用户的主要具备代表性的行为。

3. 用户旅途

寻找目标用户观影前中后的使用场景和行为旅程，在不同节点进行思考探索与机会点的挖掘，通过平台、用户、内容进行干预，为后期产品路径做储备。



定义：目标用户目前具体的使用场景下的达到使用目的的使用流程。用户的行为旅程是怎样的，在哪些节点会有怎样的情绪变化和行
为变化，在各个节点带来的问题，以及场景思考和机会点的挖掘。

4. 需求满足层级

1) 不同层级用户需求满足

基于耐飞影视内容的聚合性，耐飞作为全场景产品，应满足各类人群的不同需求层级，既要满足小白用户的观影选择及观影需求，也要满足初级影迷用户的深度解析与探讨交流。

	需求被满足	产品解决方案
小白用户 <p>观影小白：不知道看什么</p> <p>创作小白：影视知识和创作能力有限，只能轻度抒发</p> <p>知识小白：对电影专业知识了解很少，看影视为了消遣</p>		<p>官方推荐、用户推荐、资源片库</p> <p>打分、点评等轻参与方式</p> <p>片花花絮</p>
中层用户 <p>对知识有一定的消费能力</p> <p>希望了解更多的影视相关内容和知识</p> <p>生活中希望有围绕影视进行讨论</p>		<p>看长影评、问答</p> <p>玩电影相关小游戏</p> <p>话题讨论、分享</p> <p>片单制作与共同编辑</p>
专家用户 <p>创作能力强</p> <p>影视知识水平高</p> <p>希望提升自己的知名度和曝光率</p>		<p>写文章、上传自制视频</p> <p>看专业长文</p> <p>作品被围观、点赞</p> <p>获得粉丝</p>

2) 需求被满足的深度层级

基于三种大类用户，挖掘并细分更深层次的用户需求。

需求被满足的深度层级		用户层级					产品解决方案	
观影决策	不知道看什么找推荐	B	C	D	E	E-	官方推荐、用户推荐	
观影资源	寻找可观看的资源	A	B	C	D	E	E-	优质的资源片库
情感抒发	轻抒发 (打分、点评)	A+	A	B	C	D	用户可参与打分、点评 写文章	
	强烈抒发 (情感抒发文章)		A+	A	B			
社交	寻找归属感、找共鸣		A+	A	B	C	社区分享、问答、话题讨论	
	安利推荐给他人	A+	A	B	C	D		
内容延展	看本片影评、问答		A+	A			内容类：观影指南、影评文章、问答、花絮	
	了解除开本片的相关内容 (前作、历史背景、系列片)		A+	A			活动类：线上线下活动、游戏	
提高曝光度 (商业目的)	为自己的自媒体文章、短视频增加曝光度		A+				用户体系：大V、达人标识	
	导演宣传自己新片、提高知名度		A+				申请自建专栏 导演在线互动、访谈	

5、研究结论

- 不同的用户类型需求不同，产品需要能够满足不同层次用户的需求。
- 干预用户观影决策和基于影片内容的轻互动是主要的突破口。
- 用户观影偏好并没有精准的区分依据，且用户决策的自我认知较为模糊，通过前期埋点收集大量用户数据，对用户观影偏好预测有重要作用。
- 创作意愿和用户类型非强正相关，但 A、B 类用户更有创作的动机和意愿。创作作为一个门槛，能够区分用户层级，但不应该是一个有参与压力的行为。需要着力于参与门槛较低的轻互动行为。
- 挖掘用户社交关系、提高关系粘性是需要在版本迭代中不断探索的关键帧，但并非只是简单、机械地建立用户和用户之间的联系。

四、解决方案

针对前期调研结论和用户核心诉求，关键的解决方案如下：

1. 观影推荐机制，解决用户看片决策问题
2. 用户关系链建立基于内容的连接点预埋，引导用户建立关系
3. 用户内容沉淀提供用户观后情感出口，用户关系留存来增强用户黏性
4. 塑造社区氛围、引导轻互动，增强社交属性
5. 用户数据搜集，为未来各类内容服务的个性化精准匹配做铺垫

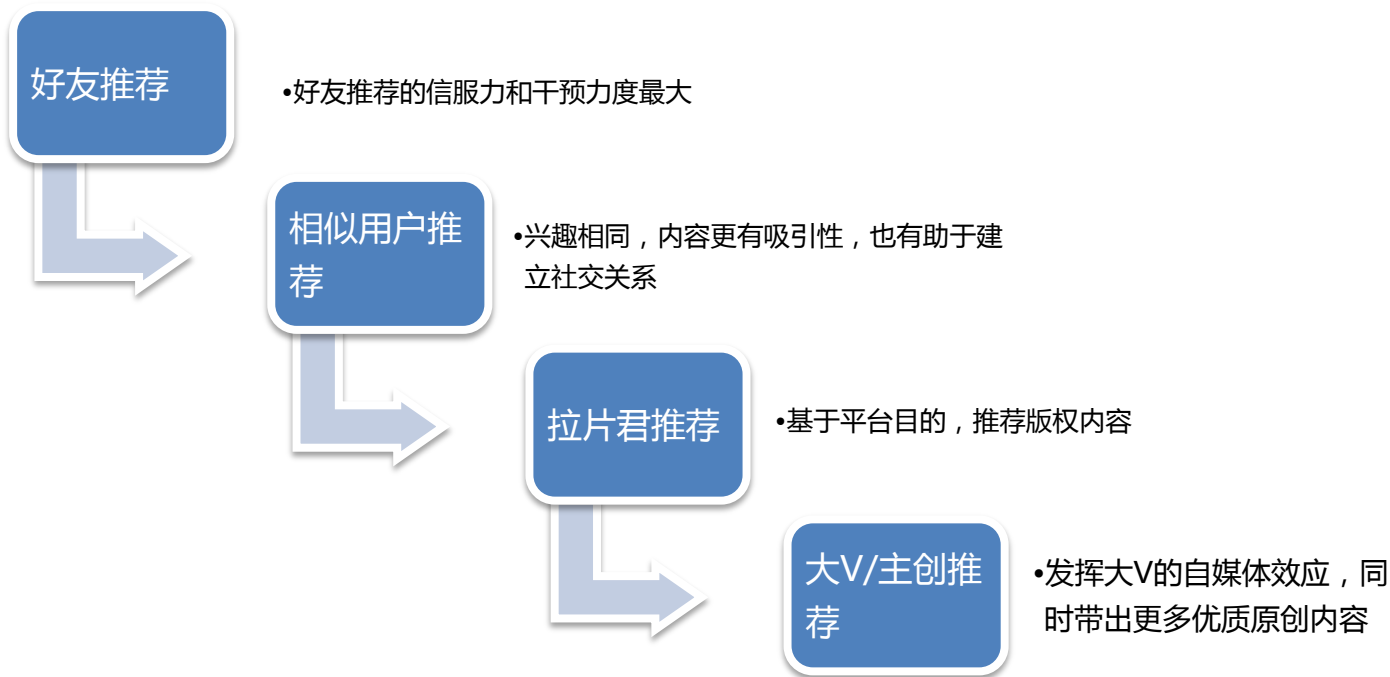
1. 观影前的内容推荐机制

围绕产品社交化，充分发挥社交关系链的价值，核心以 “人” 来推荐内容。



1) 社交化推荐：

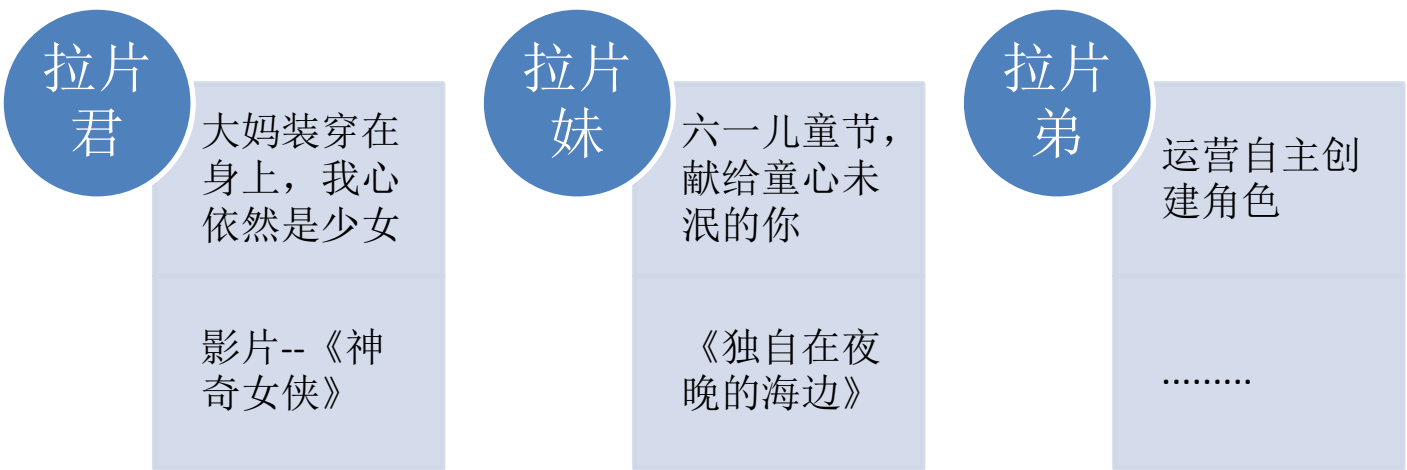
通过平台社交关系链，将线下好友的推荐模拟到线上基于用户或用户内容的推荐。



2) 平台拟人化推荐：

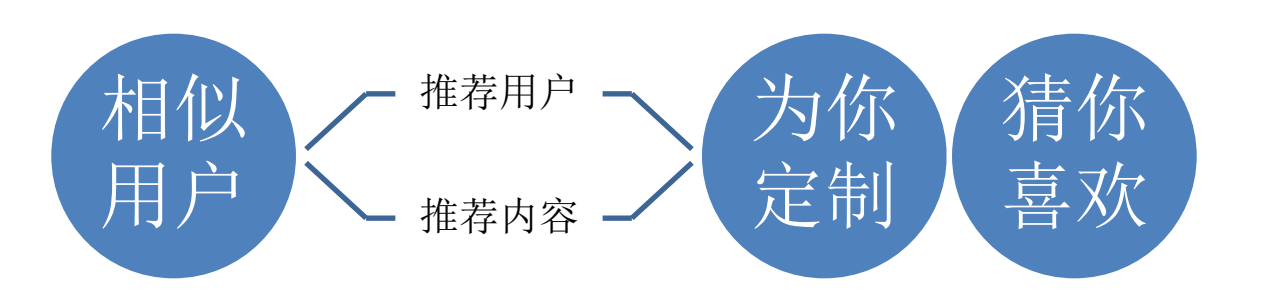
跳脱传统平台无情感化的推荐方式，将平台推荐以 “拉片君 ”、“拉片妹” 等人物角色来推荐。

运营可以自主在后台创建相应的分类角色。



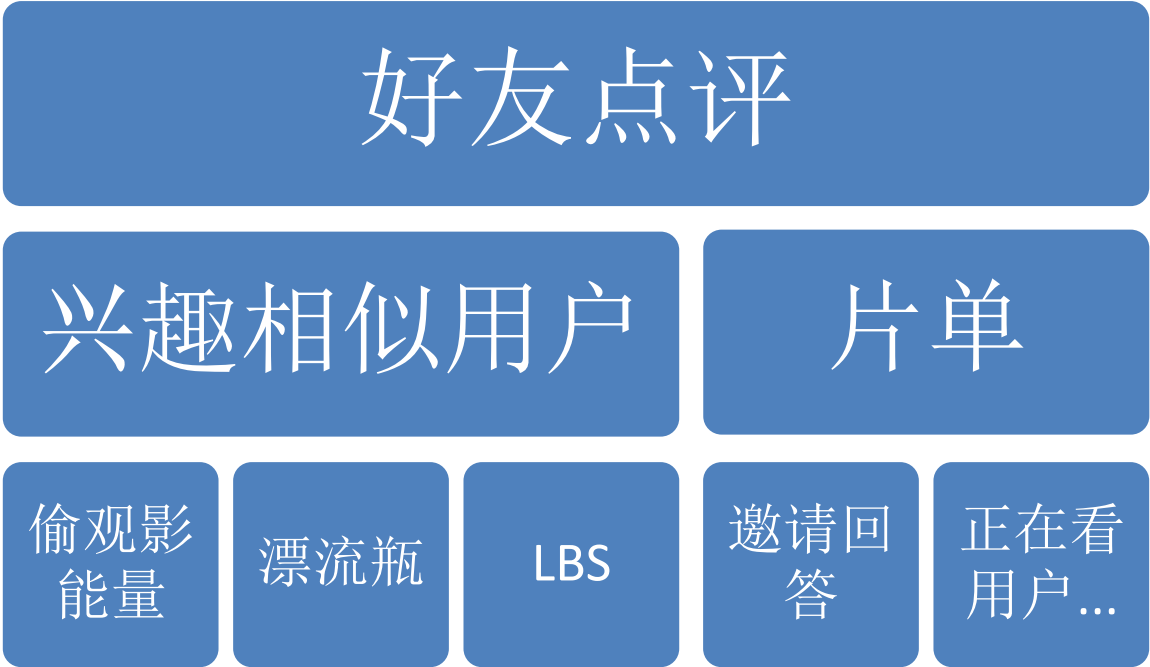
3) 个性化推荐：

基于用户行为喜好的个性化内容推荐，和基于用户兴趣爱好相似的用户推荐。



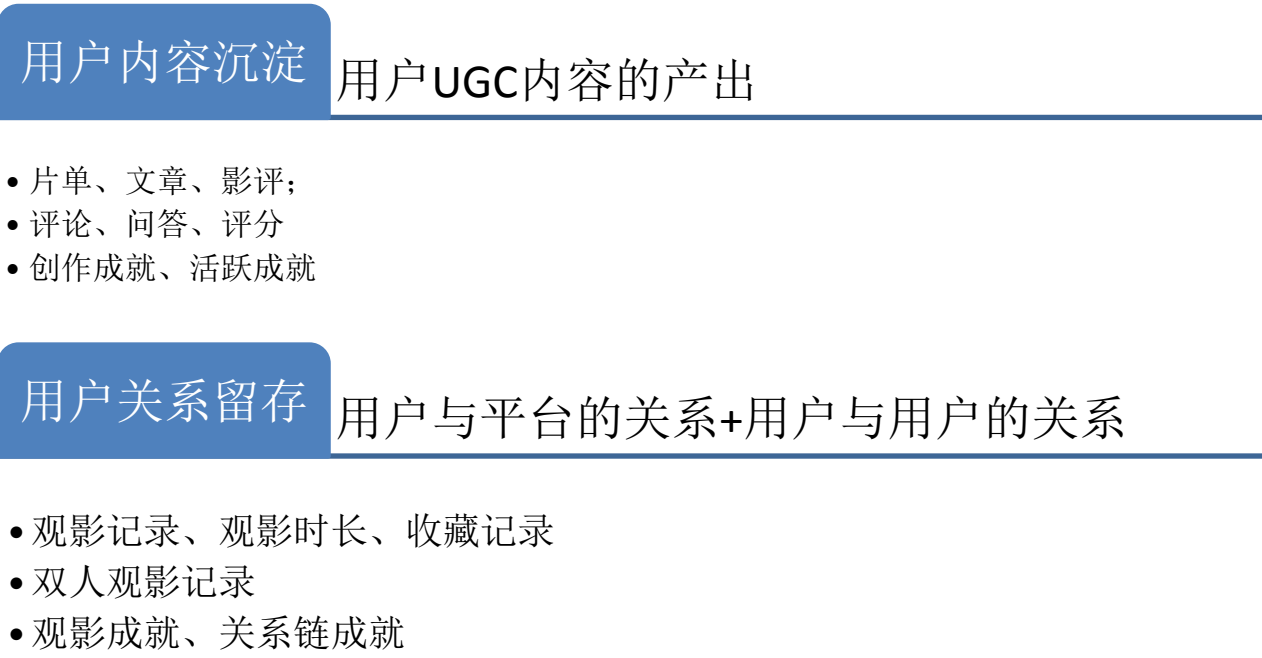
2. 用户关系链的建立

在产品初期用户规模较小，需要引导用户创建关系链。基于平台内容为用户预埋互动触点，促进用户建立联系。



3. 用户内容与关系的沉淀

通过激励引导用户内容的产出；将用户行为沉淀为物化的记录，增强用户对平台的依赖性，并通过社交来强化用户与用户之间的关系链，提升用户粘性。



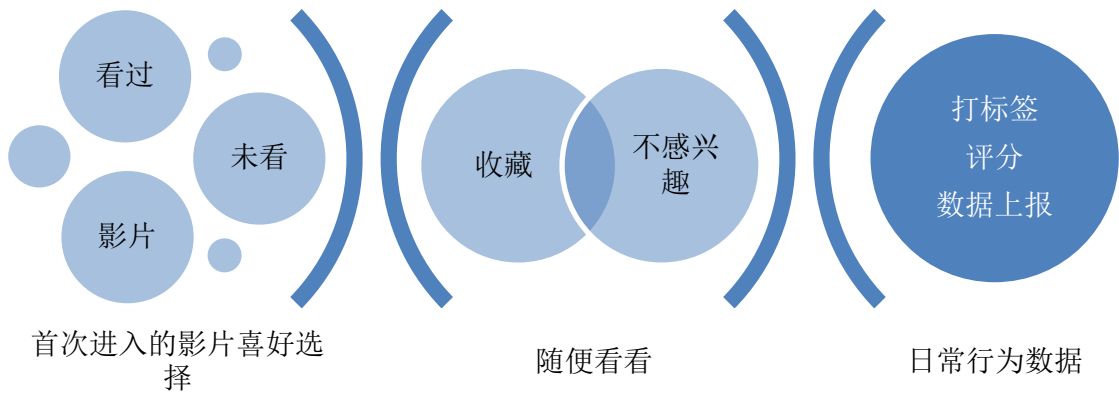
4. 强化社区氛围，引导轻互动

漂流瓶、双人模式、评论、点赞、问答、帮他上首页、每周院线吐槽、弹幕

游戏、投票、大结局预测、GIF 图、海报+文字等

5. 用户数据搜集，为未来内容个性化精准匹配做铺垫

为了内容更精准匹配用户，用户所看即所想，前期需要不断收集用户数据与行为反馈。



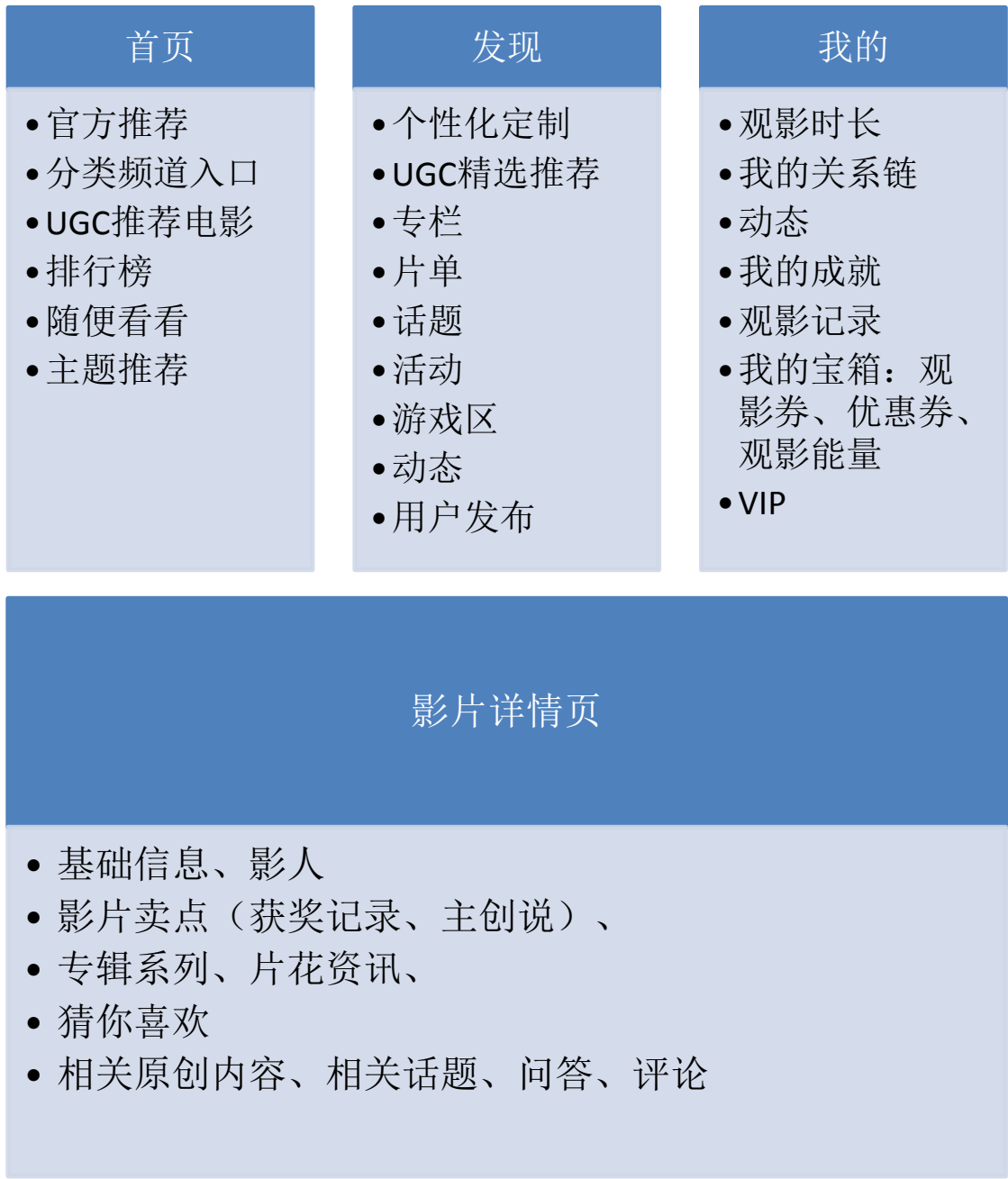
五、产品形态及框架

1. 产品形态

观影前推荐机制	用户关系与互动	用户创作
<div><div></div></div>	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>
<div><div></div> 平台推荐以“人”拉片君、拉片小妹角色来推荐</div>	<div><div></div> 基于影片</div>	<div><div></div> 短评、文章</div>
<div><div></div> 平台干预：排行榜</div>	<div><div></div> 基于用户内容（文章、片单等）</div>	<div><div></div> 片单</div>
<div><div></div> 用户推荐：好友、相似用户、大V、主创</div>	<div><div></div> 运营活动</div>	<div><div></div> 海报+文字+台词</div>
<div><div></div> 个性化推荐</div>	<div><div></div> 通讯录导入</div>	<div><div></div> GIF+文字</div>
	<div><div></div> 微博好友关系</div>	<div><div></div> 问答</div>
内容运营	商业化运营	
<div><div></div></div>	<div><div></div></div>	
<div><div></div> 基于影片的话题讨论</div>	<div><div></div> 运营位，如每日一荐</div>	
<div><div></div> 大结局预测</div>	<div><div></div> 虚拟道具</div>	
<div><div></div> 角色投票</div>	<div><div></div> 会员</div>	
<div><div></div> 专栏</div>	<div><div></div> 观影券</div>	
<div><div></div> 每周院线吐槽</div>		

2. 基础框架

1) 产品基础框架

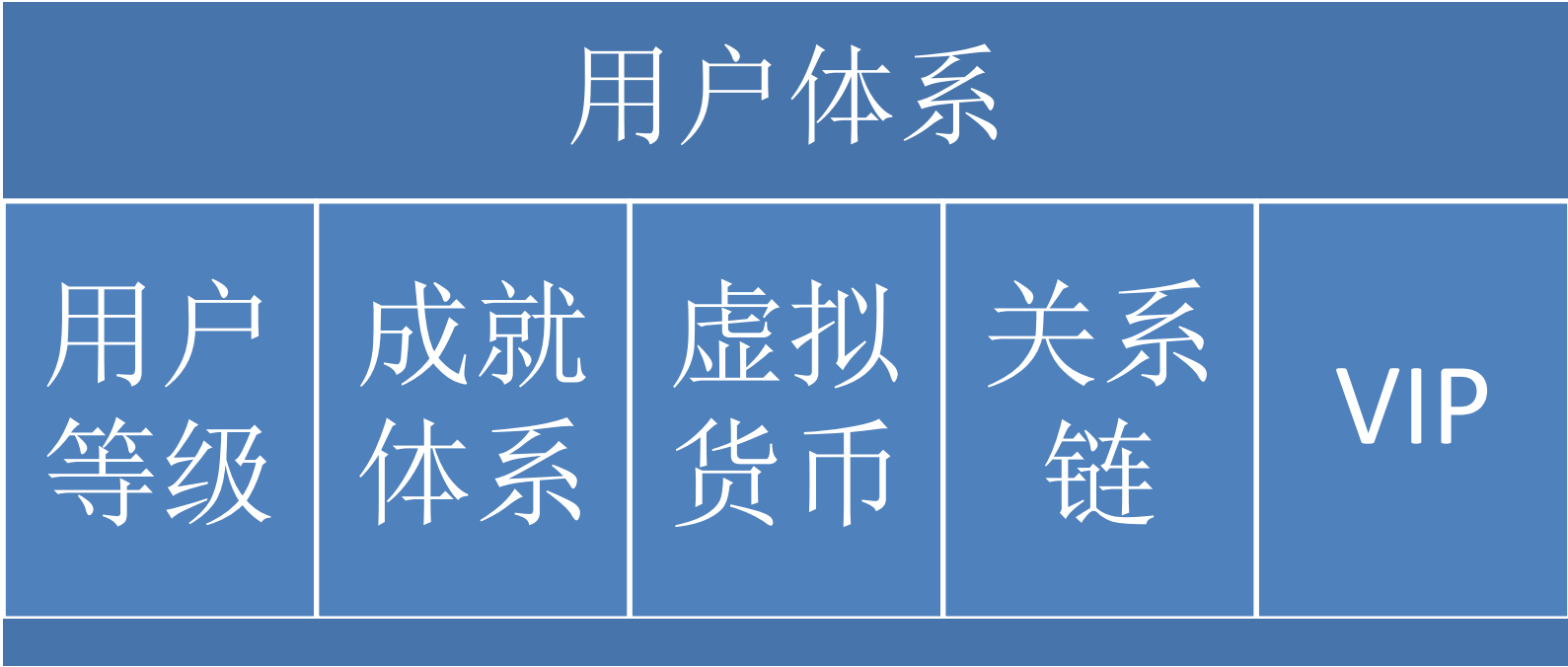


相关原型

原型图、概念图

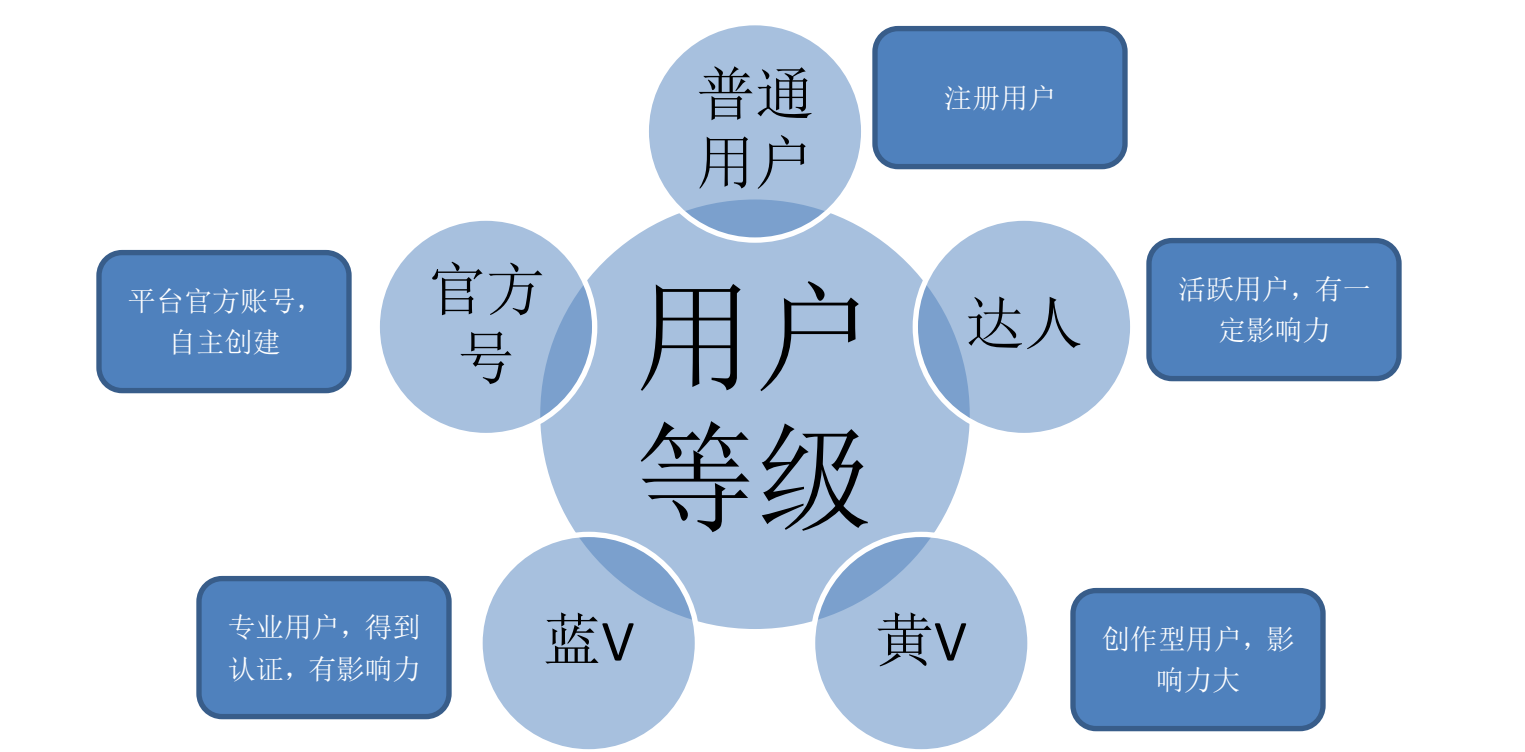
3. 用户体系

用户体系的搭建以产品的商业化目标（营收与活跃）为导向，通过成就体系和虚拟货币等相关体系来激发用户兴趣，提升用户活跃。用户体系会贯穿于产品功能之中，各个体系不是完全独立的，而是相辅相成，相互促进。



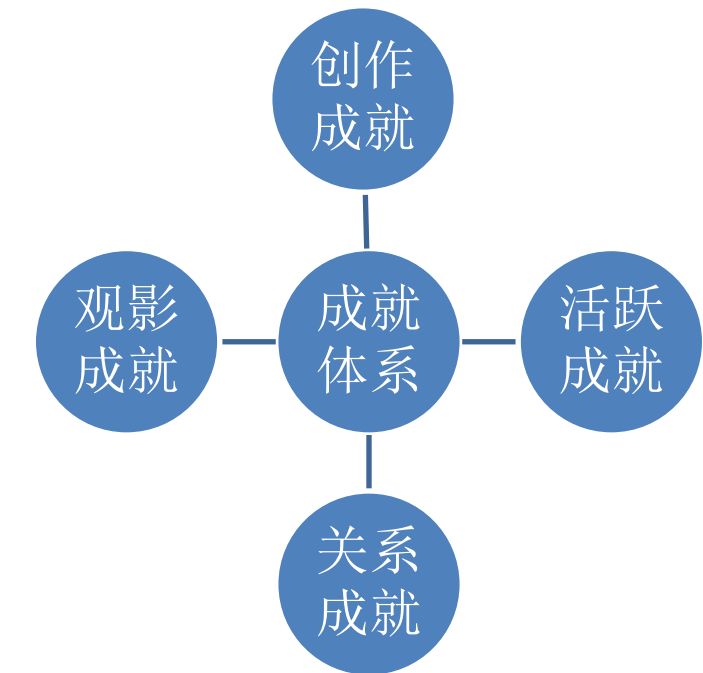
1) 用户等级

通过在产品内部各类活动行为和任务式引导，针对不同的任务类型，将用户赋予不同的等级权限和身份标识。



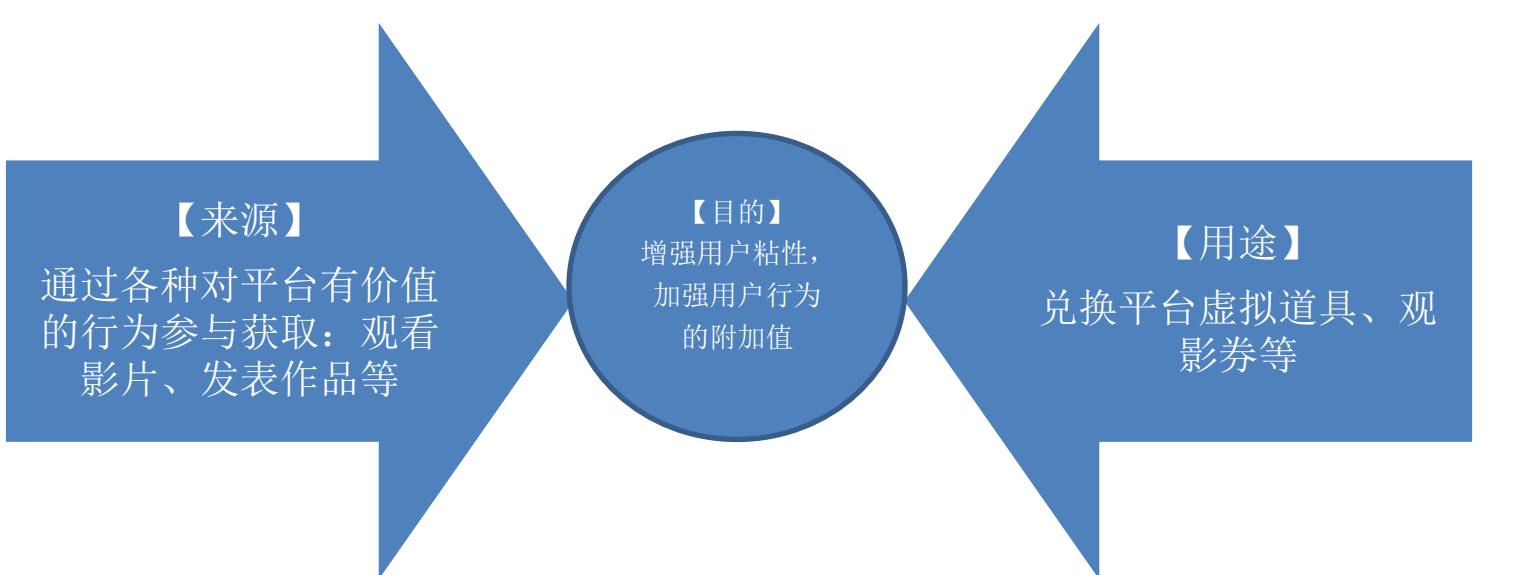
2) 成就体系：即荣誉体系

通过成就体系激励用户不断参与平台行为，用户通过平台某一领域的多次行为获取。



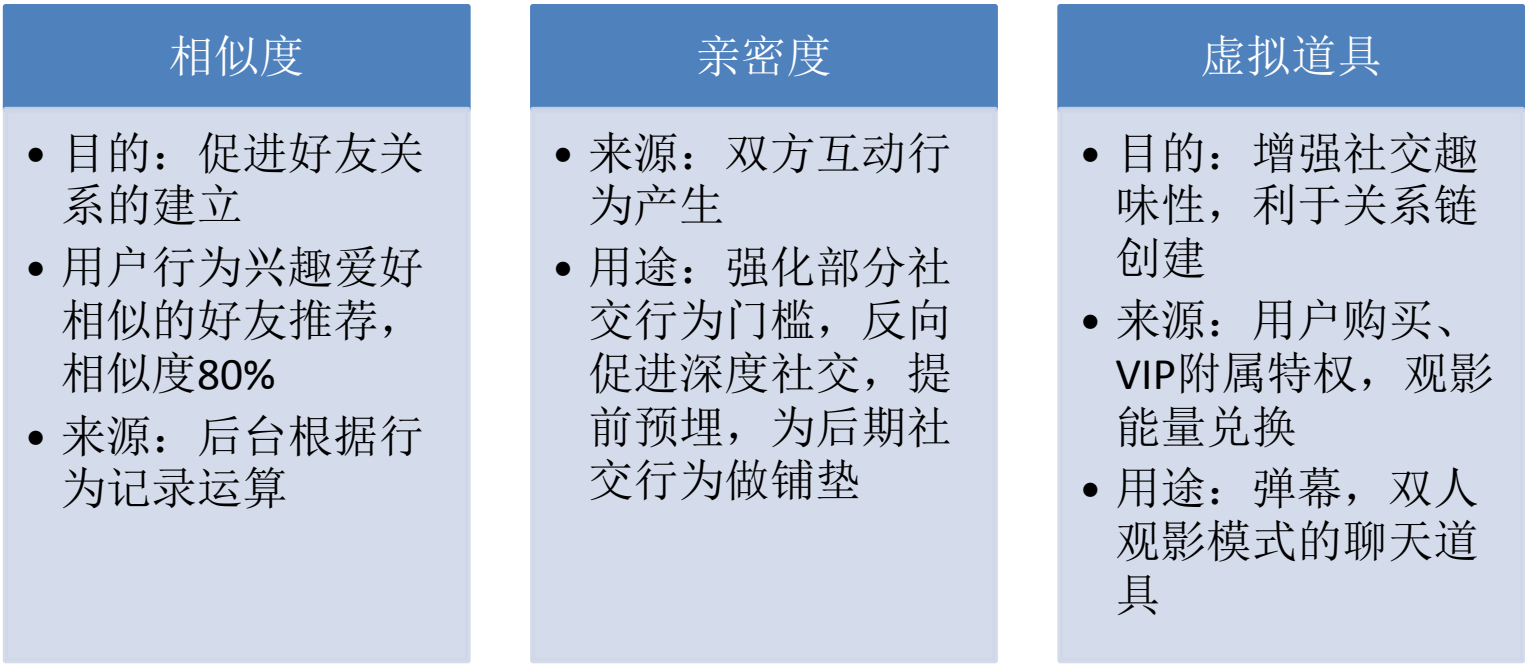
3) 虚拟货币：观影能量

通过虚拟货币的流通性和购买价值，来加强用户行为的附加值，实现用户行为的产出与回馈的良性闭环。

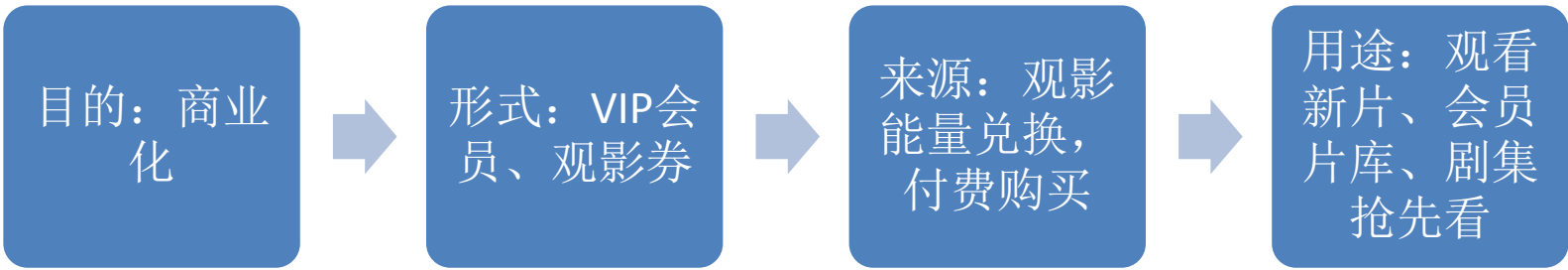


4) 关系链

基于关系链，建立相关关系体系，引导用户更多关系链的建立，如好友、粉丝、关注用户、相似用户（相似度）、关系亲密度等。



5) VIP：商业化

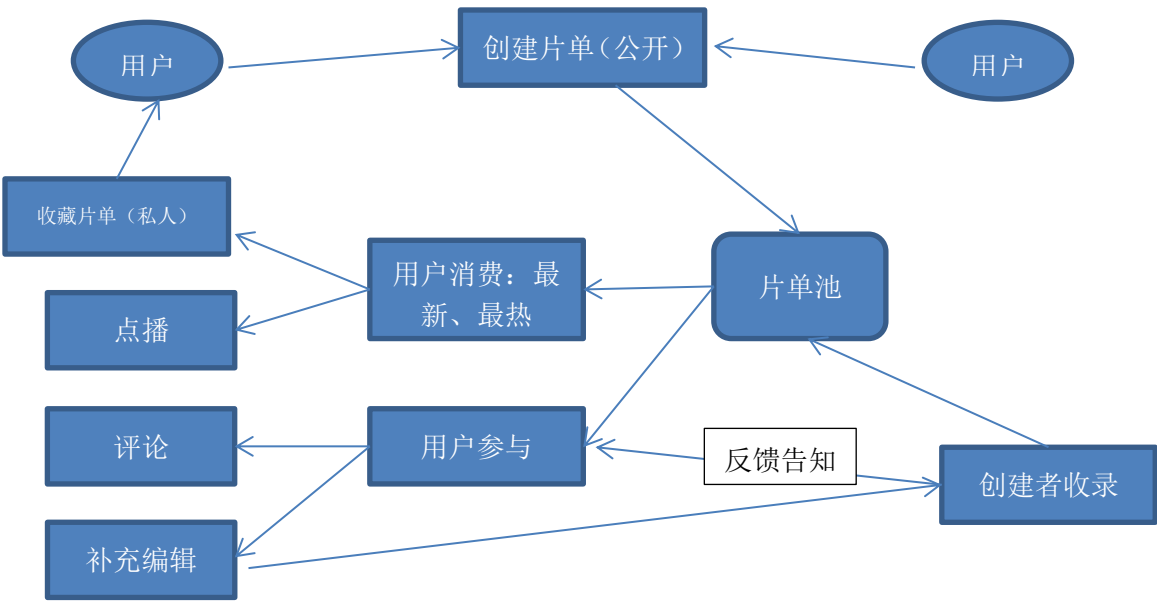


4. 片单

我们对片单进行了新的定义：

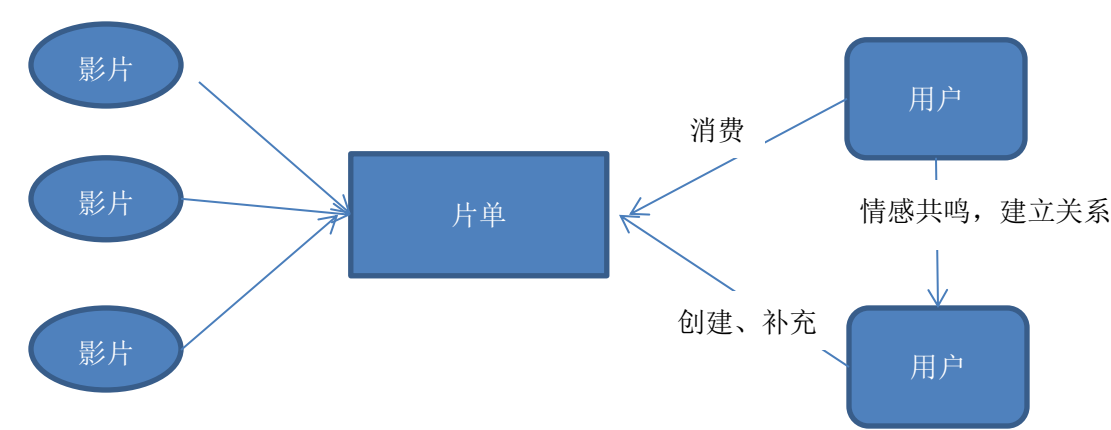
将目前用户单向创建的片单，变为可以社交、多人参与的内容形态，使其成为基于影视内容的社交载体。

一人创建片单，其他人可以参与该片单的补充编辑，并发表评论，创建者可以选择是否收录补充影片到自己的片单，并信息告知给补充者，双方可以互相关注，形成进一步的社交。其他小白用户也可以收藏片单或基于片单寻找影视资源，体现片单推荐价值。



它符合我们的产品策略的哪些点？

通过片单这种用户轻创作的内容形态，将影片与影片，人与人，人与内容形成串联，发挥其社交媒介的作用，沉淀内容的同时沉淀用户关系。



5、双人观影模式

1) 什么是双人模式？

基于观影能量和亲密度，开辟一个全新的观影模式，用户可以远程邀请好友一起观影，双人模式下可以边看边聊，即时互动。



为什么做？

通过观影行为，促进用户的深度社交，满足不在身边的好友一起观影探讨的场景需求。

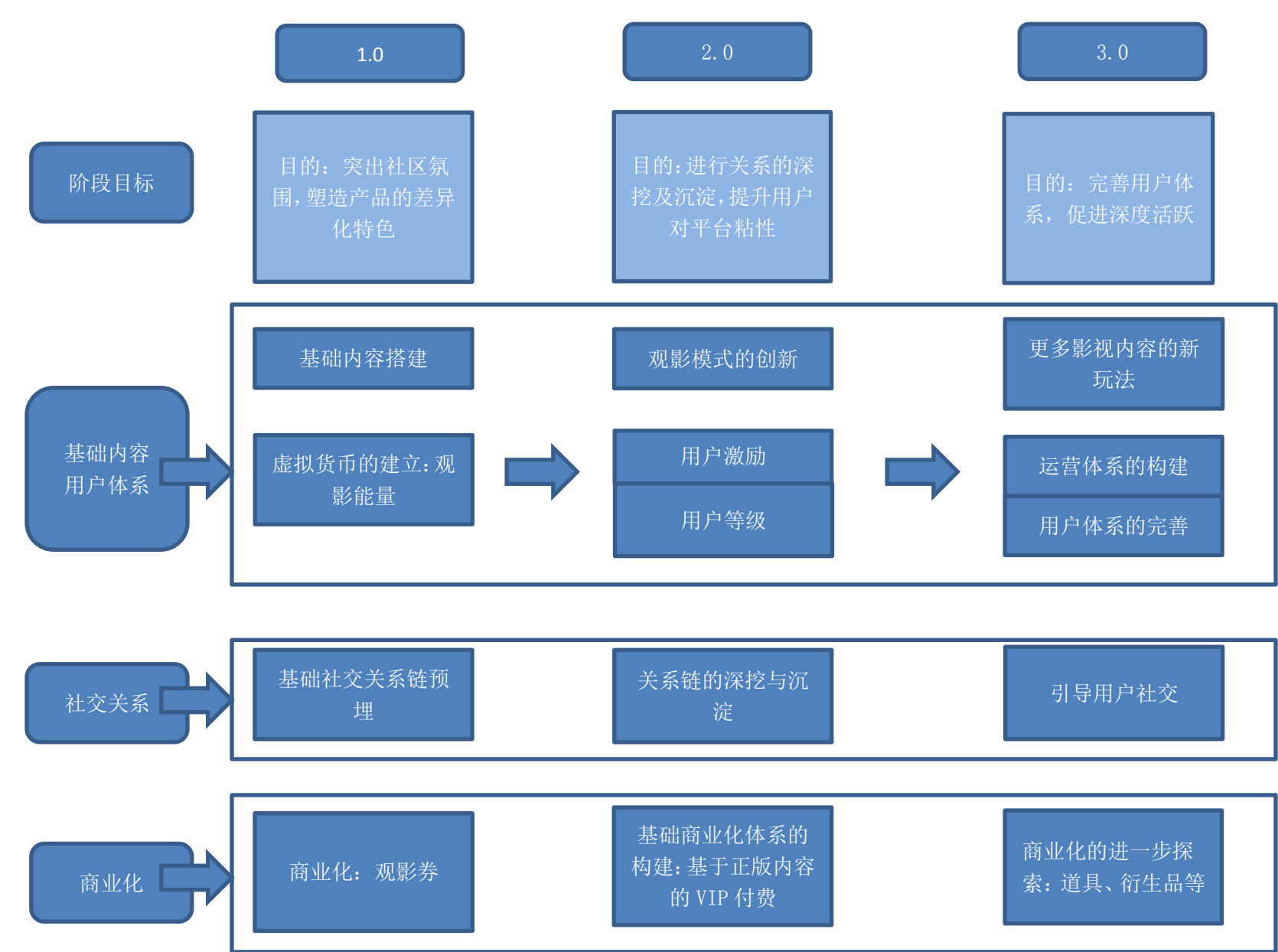
5、相关后台、运营需求

后台需求	影视内容需求	运营类需求
<div><ul style="list-style-type: none">平台角色分类创建用户行为数据收集统计后台内容个性化推荐用户的推荐：相似用户、相关领域大V等</div>	<div><ul style="list-style-type: none">影片卖点推荐：主创说、权威点评、影片获奖记录影片剧照、海报录入.....</div>	<div><ul style="list-style-type: none">话题、专题运营用户层级运营，大V、专业用户提炼创作用户的引进....</div>

七、后期迭代计划

1、产品总体迭代规划

- 产品上线初期，优先做好基础内容的搭建，该阶段用户规模小难以社交化，通过社区氛围塑造平台差异化特色，并提前为后续社交关系的创建做埋点。
- 产品上线有一定的用户和运营基础后，进一步进行用户关系的深挖及沉淀，提升用户对平台的粘性，并逐步引导用户以内容为载体轻社交，提升平台的核心竞争力。
- 随着平台用户的积累，在内容、关系、人都有一定沉淀的基础上，逐步完善用户体系，通过精细化运营促进深度活跃。



2、详细迭代计划

迭代计划				
产品定位	以影视内容为载体的社交性平台			
产品关键词	内容载体、社交、社区、差异化			
迭代周期	迭代计划	目的	迭代阐述	相关模块
1.0	1、基础内容搭建 2、社交关系预埋	突出社区氛围，引导用户间的轻互动，塑造产品的差异化特色 初步搭建产品的大框架——以影视内容为载体，带出以“人”为连接点的策略，建立产品的差异化特点。 打造基于内容载体的强社区氛围、轻互动的产品属性	1、推荐模块：为社交关系埋点，官方推荐拟人化，以“拉片君”的人物化形象进行影片推荐； 2、关系链模块：在推荐内容（载体）时初步增加对“人”的露出，鼓励互动，为社交关系的粘性做基础。 3、社区模块：挑选优质的UGC内容，以内容链接人，带出人。达到沉淀关系链的第一步。	1、拉片君说； 2、主题打包推荐； 3、公共片单； 4、社区推荐UGC内容； 5、运营模块：本周院线吐槽、金句广场。
2.0	1、用户关系链的深挖及沉淀，强化社交属性 运营体系构建； 观影模式创新； 2、用户激励：建立成就体系，引导用户行为与内容产出 3、个性化精准推荐 4、基础商业化体系的构建：基于正版内容的VIP付费	在1.0基础上进行关系的深挖及沉淀，促进活跃氛围，强化用户以内容载体的轻社交。	1、用户行为学习及定制推荐：用户的关系链预测、观影习惯预测； 2、用户关系链加强及深挖； 3、打造基础的用户体系，建立用户相似度、亲密度为基础的用户关系属性； 4、探索观影新玩法，加强差异化、趣味性观影。	1、猜你喜欢，个性化推荐（用户和内容）； 2、场景化推荐； 3、观影能量； 4、用户亲密度； 5、双人模式及互动道具。 6、VIP基础体系：付费点播、观影券
3.0	1、用户行为和内容的深度沉淀，提升用户对平台的粘性 用户体系、用户身份的构建 2、商业化的进一步探索：关于道具、虚拟货币、对外合作等 3、更多基于影视内容新玩法的挖掘	在内容、关系、人都有一定沉淀的基础上，逐步完善用户体系和成就旅程，并进一步拓展新的商业模式	1、社交关系沉淀； 2、打造用户体系，形成普通用户、达人、大V、蓝V（专业用户）四个层次； 3、商业化模块：VIP体系的构建和商业合作的展开； 4、在平台内，将内容的衍生玩法全面铺开；	1、用户体系和用户身份； 2、观影成就； 3、商业化探索：付费道具、对外合作； 4、版权内容衍生全平台沉淀；