

# uniNOTE

# 商业计划书

王宁 雷蔚芳 刘磊 严顺宽 黄涵倩

2015 年 7 月 28 日

目录

公司目的.....3

问题 .....3

解决方案.....3

时机 .....3

市场规模.....3

    市场情况.....4

    目标客户.....4

竞争格局.....4

    现有的竞争对手.....4

    潜在竞争对手.....4

    各自的竞争优势.....4

产品/服务 .....5

    外观.....5

    功能.....5

    性能.....5

    结构.....5

    知识产权.....5

    开发计划.....5

商业模式.....6

团队描述.....6

财务资料.....6

    前期资金来源.....6

    收入预测.....6

# 公司目的

本公司主要为广大高校学生提供一个具有针对性的个性化的学习资源分享平台。

## 问题

每次临近期末，大家都忙着找各类复习资料，诸如往年试卷啊，学霸的课堂笔记等等。以前大家都是去人人网上学长学姐分享各类经验、资料，复习也还算能应付。但自从人人网因为某些原因没落后，同学们发现去人人网上找各种学习资料真是越来越难，复习之路倍感艰辛。

## 解决方案

通过 uniNOTE 网站提供服务。

提供资源的上传、检索、预览、收藏、下载、评价功能。用户利用检索功能寻找需要的学习资料，通过在线预览、下载获得资料并对其进行评价。

建立积分激励制度，上传者的资料被其他用户下载将获得积分奖励，而下载资料将消耗积分。通过分享我们的网站到社交网络可以获得一定量的积分。积分可以换取物质奖励及荣誉称号。

通过资料评价制度，为用户下载资料提供参考，用户可以通过下载量、好评数、差评数等综合考量一份资料的优劣，在评论区，大家可以针对这份资料畅所欲言，表达自己的看法。

## 时机

网上之前也有一些资料分享平台，但是那些都是针对中考、高考、四六级等全国性考试而设立的，并没有对于某个学校某门课的专门的资料分享平台。百度文库虽然也有不少资料，但里面鱼龙混杂，质量良莠不齐，想找到正好与自己的课程对口的复习资料还是比较困难的。前几年很火的人人网除了社交功能，也附带了复习资料的分享功能，因为人人平台里大家的圈子都是本校，甚至是本院的，所以提供的资料更具有相关性和特殊性，更容易被采纳和接受。但是人人最近呈没落趋势，上面活跃的人群越来越少，各种资料也鲜见分享。所以，亟需一个平台让每一个大学学生在平时学习中，更多是在期末复习中，获得别人整理的复习材料，或者上传自己整理的材料来惠及众人。

## 市场规模

大学里虽然课程没有初高中那样紧，但也是一个需要认真学习专业，为将来就业出国做准备，为自己的人生开辟道路的阶段。大学里的课程，有的课程生涩难懂，有的课程简单但

需要资料熟读背诵。

我们采取桌面研究和实地调查相结合的方式进行了市场研究，主要方式包括网上查询资料，采访身边的同学，发放调查问卷并对数据进行了统计分析。

具体情况及分析结果如下：

## 市场情况

大多数同学都有着一颗上进的心，渴望获得更多的学习资料帮助自己的预习，复习，巩固课程。也有一部分同学表示他们自己能够搞定课程的学习，并且愿意将自己的心得整理出来帮助大家。

## 目标客户

上课一直认真做笔记，或者复习时很有心得的学霸，他们愿意将自己的资料共享，帮助身边同学或者以后的学弟学妹们更好地理解这门课的内容；自己复习力不从心，渴望在网上找到关于这门课的学习资料来更好地学习的同学。

目标客户的范围是全体大学生。因为做网站打算从简到易，所以初期范围限定在南大的同学，等南大的产品渐渐成型后再逐步扩展到其他学校。

## 竞争格局

### 现有的竞争对手

百度文库/豆丁网，学校/学院的教学支持系统类网站

### 潜在竞争对手

人人

### 各自的竞争优势

百度文库/豆丁网：在百度旗下，容易被检索到；文档类型繁多，海量文档，满足各类用户的需求；但是文档信息重复较多，整体上水平较低；对大学生群体没有针对性；

学校/学院的教学支持系统类网站：对不同课程的针对性很强，用户可以通过这个平台获取教学 PPT 和与老师交流；但是不是所有学院都有类似 TSS 的平台，而且在这种平台上同学之间互相交流的渠道也不多，用户自由不能分享自己的文档；

人人：虽然与文库是不同的产品，但人人上大学生们上传的复习文档还是很有价值，对不同高校、不同专业更有针对性，如果用户可以通过人人更有效的获取复习文档，那么我们的产品还是会遇到一定阻力。

# 产品/服务

## 外观

网站首页是精品文档和用户所在学校/专业的最新文档展示，用户可利用关键词搜索文档，也可以按类别搜索文档。

## 功能

用户注册后，可以通过学校和专业搜索与自己学习相关的文档，也可以直接通过关键词来搜索文档。

用户可以在线浏览文档和下载文档。

用户可以对有帮助的文档点赞，评论文档的内容和质量。

用户每日登录可获得积分，文档被评为精品文档可一次性获得较多的积分，积分累计到一定值可以兑换礼品。

## 性能

在初期阶段服务器上可支持的最大并发数不超过 500 个，可正常使用的并发数不超过 300 个。

## 结构

前端：html+materialcss+javascript

后端：servlet

## 知识产权

我们鼓励用户上传自己的文档并分享给大家，对于用户上传的没有得到知识产权所有者许可的文档，我们的做法是删除该文档并向上传该文档的用户发送提醒；对于我们选出的精品文档的上传者，我们会在与其协商后，获取授权再出版精选文档合集。

## 开发计划

我们计划用 4 周来完成这个项目，在 4 周之后要达到项目可以供南大的学生使用（如果时间紧迫，则至少要能供软件学院的学生使用）。项目要实现上述的功能和性能要求。

# 商业模式

网站运营模式是这样的：用户注册网站账号。

注册用户可以在上传一些自己收集或者整理的资料，每上传一份资料系统会给上传者一定的积分以资鼓励。

每位浏览我们网站的游客都可以查看已有的资料，当需要下载的时候则要登录自己的账号。用户可以通过选择“学校—院系—课程”来查看该课程已有的相应资料，也可以直接全站搜索自己想要的资料。

对每个资源，设置点赞次数、差评次数和下载次数，定期审核最近新上传的资料并删除一些“垃圾”资源，对一些差评较多的文件酌情予以删除。

根据用户设置的专业意向，在首页显示该专业内的热门资料

我们会定期利用网站上已有的资料，整理出版一些学习指导资料和复习资料，可以出版发行。对其中涉及的版权问题，给予资源的上传者一定的积分奖励。

积分可以兑换奖品等。

# 团队描述

前端：王宁，刘磊，雷蔚芳

后端：严顺宽，黄涵倩

# 财务资料

## 前期资金来源

开发者负担

投资者投入

## 收入预测

赞助商赞助

出版教辅资料收入

广告收入