

结果文档

从来没觉得需求分析开心过

2024年11月17日

1. 项目概要

1.1 项目选题

一款面向社群的实时语音沟通软件OKKO

1.2 团队成员

221900075 谢逸凡

221900324 段高翔

1.3 度量数值

本文档共包含？个要点与？个关联关系，平均要点数量约为？个。

要点之间的关联详见第4部分

调研报告数量：？

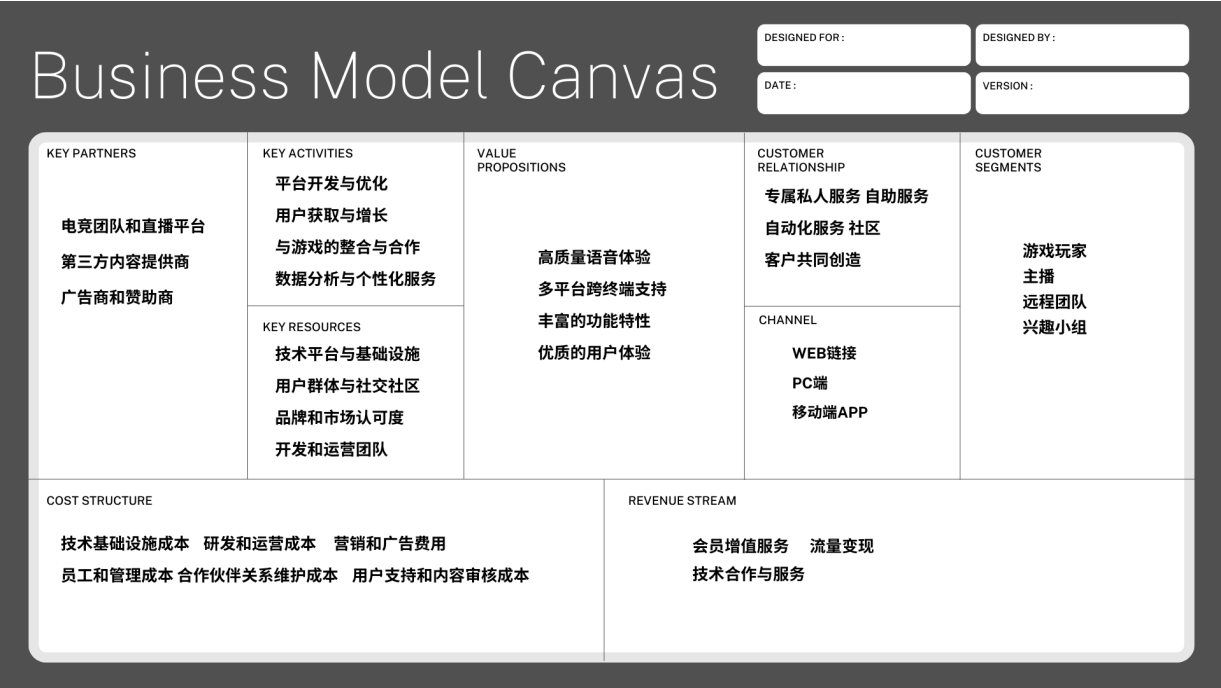
总体评估中的加分项：？项；减分项：？项；总体共？项

2. 竞品商业模式画布与分析

2.1 竞品选择及理由

//todo

2.2 商业模式画布



2.2.1 重要合作

- 电竞团队和直播平台

与电竞团队、游戏主播合作，扩大品牌影响力并吸引粉丝使用 Kook。

- 第三方内容提供商

与社交媒体、内容创作者合作，允许通过 Kook 分享游戏视频或直播内容。

- 广告商和赞助商

通过与品牌合作进行广告和赞助，实现盈利和市场扩展。

2.2.2 关键业务

- **平台开发与优化**

持续优化语音通话质量、低延迟处理、群聊管理等功能，确保用户体验。

- **用户获取与增长**

通过广告、社交媒体推广、游戏主播合作等方式吸引新用户并提升现有用户活跃度。

- **与游戏的整合与合作**

与游戏厂商合作，创建定制化语音频道,为用户提供专业化服务。

- **数据分析与个性化服务**

利用用户数据进行分析，提供个性化推荐和精准广告，提升用户粘性。

2.2.3 核心资源

- **技术平台与基础设施**

包括全球数据中心、云计算基础设施、语音引擎、低延迟音频处理技术等。

- **用户群体与社交社区**

Kook 的成功依赖于其活跃的用户群体，尤其是游戏玩家和团队玩家。

- **品牌和市场认可度**

作为专为游戏玩家设计的产品，Kook 的品牌和市场口碑对于吸引新用户至关重要。

- **开发和运营团队**

维护平台稳定性和技术开发的团队，包括后端开发、产品设计、社区运营等。

2.2.4 成本结构

- **技术基础设施成本**

包括服务器、数据中心、云计算、语音服务、带宽费用等，确保平台稳定运营。

- **研发和运营成本**

包括技术团队、产品设计、功能研发和维护费用。

- **营销和广告费用**

用于推广平台，包括广告投放、社交媒体营销、与电竞团队和游戏主播合作等。

- **员工和管理成本**

包括平台运营、社区管理、客服支持等员工的薪资。

- **合作伙伴关系维护成本**

与游戏厂商、硬件厂商、直播平台等的利润分成、平台使用费用等。

- **用户支持和内容审核成本**

用于维护社区健康、提供用户支持和管理内容审核。

2.2.5 价值主张

- **高质量语音体验**

kook提供了高质量的语音聊天服务，做到音质卓越，低延迟无卡顿，同时配备AI降噪功能

- **多平台跨终端支持**

支持Windows、iOS、Android以及网页端（Web）等多终端跨平台使用，可以在不同设备间无缝切换

- **丰富的功能特性**

用户可以根据自己的需求调整服务器和频道的隐私级别，以及成员的角色权限，确保沟通的私密性和灵活性

- **优质的用户体验**

KOOK坚持无广告的设计理念，界面设计简洁明了，用户可以快速上手并享受高质量的沟通体验

KOOK拥有活跃的游戏社区，用户可以在上面交流心得

2.2.6 客户关系

- **1.专属私人服务**

对于高价值用户，提供专属的VIP客户服务

- **2.自助服务**

提供自助服务，如自助创建服务器、管理权限等，用户可以快速上手并管理自己的服务器

- **3.自动化服务**

利用算法推荐系统，根据用户行为和偏好推荐相关服务器或活动

- **4.社区**

构建了活跃的游戏社区和兴趣小组，用户可以在这些社区中交流、分享和互动

- **5.客户共同创造**

鼓励用户生成内容，如在平台上分享游戏心得、直播等，让用户参与到内容创造中，提升用户的参与度和平台的活跃度

2.2.7 渠道通路

1.Web链接：直接在网页中打开链接，使用网页版kook

2.PC端、移动端APP：通过官方网站、应用商店等渠道进行分发，下载APP使用

2.2.8 收入来源

- 1.会员增值服务：KOOK实行会员制，通过提供额外的增值服务来获得收入，包括服务扩容、VIP等，用户支付费用以解锁这些高级功能
- 2.流量变现：与游戏厂商合作，通过分成等方式获得收入
- 3.技术合作与服务：KOOK拥有高质量的语音技术和跨平台的语音沟通功能，这使得它有可能通过向其他公司提供

技术服务等方式获得收入

2.2.9 客户细分

- 1.**游戏玩家：**需要实时沟通的游戏玩家是Kook的主要用户群体
- 2.**主播：**主播可以通过KOOK进行直播，同时与观众进行互动
- 3.**远程团队：**需要远程沟通、远程合作的团队
- 4.**兴趣小组：**各种兴趣小组的用户，在平台上创建或加入不同主题的服务器，进行交流和分享

2.3. 要点关联

2.3.1 用户群体与社交社区与用户获取与增长

- **关联关系：**活跃的用户群体和社交社区的建设与平台用户增长密切相关。
- **理由：**Kook的成功依赖于其活跃的用户群体，尤其是游戏玩家和团队玩家。为了吸引新用户并保持现有用户的活跃度，平台需要通过广告、社交媒体推广等手段不断吸引用户。

2.3.2 品牌和市场认可度与用户获取与增长

- **关联关系：**品牌和市场口碑有助于平台的用户获取与增长。
- **理由：**Kook专为游戏玩家设计，品牌口碑有助于吸引更多目标群体。良好的市场认可度通过用户口碑和品牌影响力能促进平台的用户增长，尤其是在社交媒体和游戏社区中。

2.3.3 数据分析与个性化服务与用户获取与增长

- **关联关系：**数据分析与个性化服务是推动用户获取和增长的重要手段。
- **理由：**通过分析用户数据，可以更精准地为用户推荐内容、提供定制化的广告与服务，从而提升用户粘性，进而促进平台的用户增长。

2.3.4 用户支持和内容审核与技术基础设施成本

- **关联关系：**用户支持和内容审核的工作需要技术基础设施的支持。
- **理由：**维护社区健康、提供用户支持及进行内容审核，需要依赖稳定的技术平台和工具来管理大规模的用户交互和内容流量。

2.3.5 客户细分与价值主张的关联

- 关系：不同的客户群体对应公司提供的不同价值主张
- 理由：游戏玩家和主播群体对于高质量语音体验有着直接的需求，因此KOOK提供了卓越的音质和AI降噪功能，以满足他们对于清晰流畅沟通的需求；远程团队和兴趣小组用户则更注重多平台跨终端支持和丰富的功能特性，以便于团队协作和兴趣交流

2.3.6 价值主张与渠道通路的关联：

- 关系：部分价值主张需要通过渠道通路来实现
- 理由：KOOK的高质量语音体验和丰富的功能特性需要通过Web链接和PC端、移动端APP这些渠道通路来实现，以使用户能够随时随地享受到这些服务。

2.3.7 客户关系与收入来源的关联：

- 关系：客户关系能提高用户体验，增加收入来源中部分类别的收入
- 理由：社区和客户共同创造的策略增强了用户的参与度，有助于会员增值服务的销售，因为用户更愿意为高质量的社区体验和-content创造支付费用；专属私人服务和自动化服务提高了用户体验，有助于提高用户对增值服务的认可度和支付意愿

2.3.8 收入来源与客户细分的关联：

- 关系：不同的收入来源与客户群体密切相关
- 理由：会员增值服务和技术合作与服务的收入来源直接关联到游戏玩家和主播这两个客户群体，其更可能为高质量的服务和技术支持支付费用；流量变现则与所有客户细分都有关联，尤其是远程团队和兴趣小组，因为他们的使用频率和团队协作需求可能更高，从而带来更多的流量和合作机会。

2.4. 商业模式类型分析

2.4.1 多边平台商业模式

(1) 包含的“边”

- 个体游戏玩家
- 社区组织者
- 内容创作者
- 第三方从业者,包括代打,陪玩等

(2) 客户群体的连接

Kook 吸引大量个体游戏玩家后,形成庞大的开黑群体,这进一步吸引社区组织者和内容创作者前来构建活跃社区,分享游戏兴趣。同时,这些用户群体为第三方从业者带来潜在客户,而充满活力的社区又反过来吸引更多玩家加入 Kook,形成良性循环。

2.4.2 免费商业模式

(1) 免费增值模式

• 免费增值模式

平台提供基础服务免费供用户使用以吸引大量用户,并通过提供增值服务向部分愿意付费的用户收费,从而实现盈利。

• Kook基础服务

Kook允许用户免费创建账户、加入社群、进行语音和图文交流等,这些基础服务吸引了大量用户。

KOOK支持多端（web、PC客户端、安卓端、IOS端），且只需要很短的步骤即可创建一个属于自己的服务器，邀请好友进来进行语音或者文字上的交流。

- **增值服务**

对于愿意为更高质量服务或特殊功能付费的用户，Kook提供了语音升级、身份标识、虚拟/实物商品、会员订阅等增值服务。这些服务通常需要用户支付一定的费用才能享受。

(2) 诱饵陷阱模式

- **性能陷阱**

然而，近期Kook提供的服务在客户群体中引发了广泛争议。用户普遍表示Kook在语音中添加底噪，在没有购买付费服务的情况下语音噪声很大，非常影响通话质量。频道中的屏幕共享等功能也不能免费使用，需要额外购买增值服务才能使用。

- **诱饵陷阱**

Kook通过提供免费的语音社交功能来吸引用户，这是其“诱饵”。用户被免费的功能所吸引，进而加入平台并开始使用。一旦用户习惯了平台并产生了依赖，Kook就会通过降低免费用户的体验质量，来逼迫用户购买增值服务进行付费升级。

2.4.3 收益流补贴

(1) 收入来源

- 会员订阅收入：提供付费会员制，用户可以获得更多特权（例如更高质量的语音、专属外观等）。

(2) 补贴模式

- **对普通用户的免费服务：**提供免费的语音通信、频道管理等基础服务，吸引大规模用户群体加入。

2.5 问题域

2.5.1 目标用户的问题及解决问题的问题域

(1) 个体游戏玩家

- 个体游戏玩家是 KOOK 最基础的用户群体,他们利用 KOOK 寻找队友,并与队友组建团队、分享游戏内容、建立社交关系,从而提高游戏体验。
- **问题:**
 - 界面臃肿，功能繁多不适合部分人
 - 缺乏优质的语音体验
 - 信息混乱,无法有效追踪重要内容（如指令或战报）,在多人副本游戏尤为突出
 - 缺乏针对游戏内容的定制化工具（如统计战绩、组织比赛）
- **解决问题的问题域:**
 - 提供简洁直观的界面，优化功能布局以降低学习成本
 - 支持插件订阅机制,为客户提供个性化服务
 - 提供清晰且低延迟的语音通信
 - 支持信息分类和高亮功能
 - 开发针对游戏内容的工具模块（如战绩统计、队伍分组、比赛管理等），提升游戏过程中的协作效率。

(2) 游戏社区组织者

- 游戏社区组织者：社区组织者可以针对特定游戏、行业或主题组建社区,他们利用 KOOK 吸引用户加入社区、组织活动、促进成员之间的交流。
- **问题:**
 - KOOK 在用户社区的功能方面并不完善,缺少有效的管理、组织手段,社区内信息的广播和互动效率低,成员参与度不高
- **解决问题的问题域:**

- 提供分层级权限管理工具,便于组织者分配和监督社区内成员的权限与职责
- 增强社区活跃度,通过游戏化手段(游戏激活码,饰品等)激励成员参与

(3) 内容创作者

- 内容创作者：包括视频创作者、流媒体主播、博主等,他们既作为游戏玩家使用 KOOK 进行交流,也能利用 KOOK 与粉丝互动、分享最新内容,建立更紧密的社区关系
- **问题:**
 - 粉丝支持转化为经济回报的途径有限
- **解决问题的问题域:**
 - 提供创作者与粉丝互动的专属工具(如评论管理、粉丝活动、问答模块),增加参与感。

- 支持打赏、订阅、专属内容付费功能，帮助创作者将用户支持直接转化为收益

(4) 第三方从业者

- 第三方从业者：包括代打、陪玩等与游戏相关的从业者,他们可以利用 KOOK 寻找目标客户并以此盈利
- **问题:**
 - 难以快速高效地获取到目标客户的信息或者将自身信息传播给目标客户
 - 游戏服务虚拟性强，缺乏信任机制，客户对服务质量存疑
- **解决问题的问题域:**
 - 提供精准匹配功能，帮助第三方从业者快速找到有需求的客户
 - 构建用户评价体系和信誉机制，增强服务透明度，减少客户对服务质量的疑虑
 - 提供订单管理模块，支持服务预约、支付追踪和售后评价，简化交易流程

2.5.2 解系统

(1) 模块化架构

- 通信模块：支持低延迟的语音和视频通信，适应高并发场景。
- 社区管理模块：设计分层结构（频道、子频道、角色权限）以支持大型社区高效运作。
- 互动模块：通过机器人接口、活动工具、内容分享和打赏功能提升用户参与感和创作者的收益；利用推荐算法，为玩家推荐潜在感兴趣的社区、活动或游戏内容，提升用户黏性
- 陪玩模块:提供精准匹配功能，建立用户评价和信誉体系

(2) 技术架构原则

- 采用分布式架构，保证高可用性和可扩展性
- 使用端到端加密，确保通信和用户数据的安全性

(3) 个性化扩展性和全平台一致体验

- 支持第三方平台的引入
- 支持插件订阅机制，使得客户根据自己需求选择插件，定制游戏界面和功能
- 提供强大的 API 和开发者工具，方便开发者为 KooK 定制功能（如活动通知、AI 攻略等）
- 在 PC 和移动端实现功能一致性和界面设计的统一性，确保用户无缝切换设备。

(4) 生态驱动

- 鼓励内容创作者和社区组织者通过平台形成价值网络，例如为创作者提供粉丝支持与变现工具

3. 商业模式环境

3.1 市场影响力

3.1.1 市场影响力

子问题 1：影响客户环境的关键问题有哪些？

如何体现：对于一个语音软件，哪些关键问题主导市场？

回答：低延迟与高质量的通话是一大关键，因此需要平台提供强大的服务平台与快速的访问机制；富有活力的社区是另一大关键，这就要求软件方加强对社区的构建与监管，与官方合作扶植官方服务器

子问题 2：哪些改变正在发生？

如何体现：对于语音软件，目前软件正在走向什么趋势？

回答：个性化定制化，各家厂商都在推出自己的个性化服务以彰显用户的个性化。

3.1.2 市场分类

子问题 1：哪些是最重要的客户群体？

如何体现：什么样的用户会选择使用kook？

回答：年轻的游戏玩家，他们有更多的个性化需求，更高的语音通话质量要求和更高的简洁方便性需求

子问题 2：哪些边缘群体值得留意？

如何体现：边缘群体是扩大用户群体的重要来源，可以很好的扩大收入和声誉

回答：其余的团队合作需求者例如网络开发项目，学术讨论等等，这样的团队在kook中也少量存在，并不是很受官方的注意和重视，官方可以通过提高对这类人群的重视，带了极大的用户增长

3.1.3 需求与诉求

子问题 1：客户需要什么？

如何体现：软件的核心要务是要解决好用户的问题，解决好了问题才能使用户更愿意继续使用软件

回答：用户需要一个高质量低延迟的语音通话平台，这样的平台同时还需要具有简便性和一定的彰显个人特色的个性化

子问题 3: 哪些需求在增加? 哪些在减少?

如何体现: 软件需要对用户的需求进行分析以提高用户粘性和用户群体

回答: 类kook类语音软件对高度繁琐的界面功能的需求正在大量减少, 对极致的低延迟高质量和方便连接机制有更多的需求

3.1.4 切换成本

子问题 2: 哪些切换成本阻止客户转投竞争对手?

如何体现: kook提供的服务必须具有其他平台所不具备的能力, 以提高用户粘性, 避免用户流失流向其他平台

回答: kook所具有的社区和高质量的降噪服务将其用户捆绑在它之上, 用户在切换到其他平台时必须重新寻找一个社区, 花费大量的时间融入其中, 这对用户来说是一个很高的切换成本。其余平台提供的降噪功能也不尽如人意, 可能会对用户的体验产生偏差

子问题 4: 品牌有多重要?

如何体现: 一个好的品牌拥有自己的独特附加价值, 在将来进行新业务开拓时也会更加顺利

回答: kook有业内知名的降噪服务和免费高体验, 这对其用户的增长有着极其重要的促进作用, 用户更有可能因为kook的免费高体验而对kook产生好感

3.1.5 收入影响力

子问题 1: 客户真正愿意花钱买的是什么?

如何体现: 看清用户真正愿意消费的地方可以极大促进收入的增长, 同时也能增加用户的满意程度

回答：kook中用户真正愿意消费的是更好的语音服务体验和更独特更有吸引力的个性化服务等。

子问题 2: 利润中最大的一块从哪里获得?

如何体现：认清利润的主要来源可以使产品的未来发展方向更加明晰。

回答：kook中利润主要来自于更独特更有吸引力的个性化服务部分，想要继续扩大这部分则需要开发出更多可供个性化的部分与更有价值进行个性化的服务组件

子问题 3: 客户能够轻易找到并购买更便宜的产品和服务吗?

3.2 行业影响力

3.2.1 (现有的) 竞争对手

子问题 1: 谁是我们的竞争对手?

子问题 2: 哪些是领域内的主流玩家?

子问题 3: 他们的竞争优势或劣势是什么?

子问题 4: 描述他们的主要产品和服务

子问题 5: 他们聚焦哪些客户群体?

子问题 6: 他们的成本结构如何?

子问题 7: 他们对于我们的客户群体、收益来源和利润有多大影响?

3.2.2 新进入者 (挑战者)

3.2.3 替代产品和服务

子问题 1：哪些产品和服务能够替代我们的产品和服务？

子问题 2：客户要切换到这些替代品有多容易？

子问题 3：这些替代产品起源于何种商业模式传统？

3.2.4 供应商和价值链上的其他厂商

子问题 1：谁是你的行业价值链中的关键玩家？

子问题 2：你的商业模式在多大程度上依赖其他这些玩家？

子问题 3：有边缘玩家在涌现吗？

子问题 4：哪个的利润最高？

3.2.5 利益相关者

子问题 1：哪些利益相关者会影响你的商业模式？

子问题 2：股东的影响力如何？

子问题 3：员工呢？政府呢？游说者呢？

3.3 关键趋势

3.3.1 技术趋势

子问题 1：你的市场内外的主要技术趋势有哪些

如何体现：市场内外的主要技术趋势对KOOK发展方向会产生较大的影响

回答：目前人工智能和机器学习的技术进步在改善语音质量（AI降噪）、内容推荐、自动化内容审核这些方面有重大影响，基于大数据的云计算和边缘计算能提供更稳定的服务和更快的响应速度，改善用户获取信息的体验，实时通信技术的成熟是KOOK得以发展语音交

流平台的基础。

子问题 2：哪些技术代表了重要的机会或者颠覆性的威胁

如何体现：关键的技术突破可能直接或间接改变KOOK的发展环境

回答：人工智能技术可能代表了重要的机会，目前市场上的实时语音交流软件在降噪方面均存在效果不足的问题，如果这一技术取得突破，显著改善AI降噪的识别能力和处理效率，KOOK就可以将极高的语音质量作为吸引用户的手段。实时通信技术可能造成颠覆性的威胁，如果实时通信技术进一步发展，能以极小的带宽占用和更便捷的显示实现视频通话，可能会对目前的语音交流市场造成不小的威胁。

子问题 3：哪些新兴技术是边缘客户正在逐步采用的

如何体现：通过新兴技术的发展吸引相关的边缘客户，可以为KOOK提供更多的用户来源，增加目标用户数量

回答：人工智能和机器学习技术，KOOK作为一款实时语音交流软件，其部分边缘用户会更看重内容推荐以及社区相关的服务，人工智能和机器学习技术能优化用户获取的内容推荐的体验，并协助社区管理与推广。

3.3.2 行业管理趋势

子问题 1：哪些管理趋势会影响你的市场

如何体现：行业管理趋势的变化会对市场规模和环境等产生重大影响，从而影响KOOK的运作

回答：2021年11月1日起施行的《中华人民共和国个人信息保护法》正在不断规范、限制对于用户个人数据和隐私的获取和使用，而社交类平台依赖用户的数据分析为用户提供更精准的内容和服务，对于用户个人数据和隐私的管控严格化会使KOOK的相关服务质量下

降，成本增高。

子问题 2：哪些规则会影响你的商业模式

如何体现：KOOK的多边平台商业模式和免费商业模式容易受到有关平台交易和收入途径相关规则的影响

回答：2021年5月1日起生效的《网络交易监督管理办法》对于网络交易进行了越来越多的规范和限制，这对于代打、陪玩等需要直接进行网络交易的服务进行了限制，影响相关用户群体；同时《互联网广告管理办法》也对广告投放进行了规范，KOOK的免费商业模式一定程度上需要广告收入来维持，这一法规可能导致KOOK寻求其他的收入途径。

子问题 3：哪些管理规定和税费会影响客户需求

如何体现：用户信息的管理规定和税费相关的规定变化可能客户需求转向其他方面，从而与目前平台提供的服务产生冲突或者更高的契合度

回答：隐私保护规定，加强的隐私保护规定可能会影响到平台数据收集效率和方式，对用户体验和需求产生影响。服务税，营改增之后，餐饮业、旅游业、酒店业、娱乐业等在内的生活类服务业会依据出台的《营业税改增值税试点方案》，小规模纳税人采用3%的征收率，而一般增值税纳税人采用6%的税率，服务税影响了平台的运营成本，使得平台在考虑客户需求的同时也会基于成本考虑提供服务。

3.3.3 社会和文化趋势

子问题 1：文化或社会价值观上的哪些变化会影响你的商业模式

如何体现：文化或社会价值观上的变化会导致用户需求的变化以及目标用户群体的改变，从而影响平台的商业模式

回答：数字化社交趋势：随着社会的数字化程度不断提高，人们对在线社交和交流的需求也在增加，这会给KOOK等在线社交平台提供更多的用户数量。据近期数据统计，31%的年轻人更偏好线上社交，42%的网民会因为群体认同选择使用社交平台。

娱乐与社交相结合的趋势：随着社会技术和生活水平的提高，人们（尤其是年轻人）的娱乐生活正在与社交生活紧密融合，这使得KOOK这种以游戏语音为主导的交流软件获取更多的用户数量。

远程工作和远程学习：远程工作和远程学习的普及增加了对在线沟通工具的需求，这对 KOOK 提供了机会吸引其他的用户群体。

子问题 2：哪些趋势会影响购买者的行为

如何体现：部分文化或社会价值观上的变化趋势会使得购买者对服务的类型和质量需求产生变化，导致其选择不同的目标产品或服务

回答：娱乐与社交相结合的趋势会导致购买者不再割裂地考虑娱乐需求和社交需求，而是转向KOOK这类娱乐社交一体化的平台与服务。

3.3.4 社会经济趋势

子问题 1：关键的人口统计学趋势有哪些

如何体现：人口统计学趋势会影响用户群体的规模和种类

回答：人口老龄化：人口老龄化的趋势会影响市场对于老年人群体需求的变化。截至2023年底，我国60岁及以上老年人口达2.97亿，占总人口比重达到21.1%，其规模不容忽视。

城市化：城市人口增加，对市场需求和消费习惯产生影响，平台提供的服务需要更加契合城市化人口的需求和消费习惯。

教育水平提高：整体教育水平提高使得高素质人群比例增大，会改变消费者对产品和服务的需求和品味。中共中央于2024年7月19日上午10时举行的新闻发布会表明，目前我国新增劳动力平均受教育年限超过14年，接受高等教育的人口已经达到2.5亿。

子问题 2：你的市场中收入和财富的分布有哪些特征

如何体现：收入和财富的分布会影响用户群体的消费意愿和消费力

回答：2023年，我国各种形式的高等教育在学总规模4763.19万人；根据《2023年个税清缴数据报告》，全国就业人口7.2亿，中等收入群体约四亿；根据全国低收入人口动态监测信息，已统计低收入人口6600多万，大约占到总人口的4.7%。KOOK作为娱乐相关的社交类平台，其目标用户主要集中在中等收入群体和大学生群体，中等收入群体消费意愿和消费力均一般，大学生群体消费意愿较高，但消费力有限。

子问题 3：描述你所处市场的消费特征

如何体现：消费者的消费特征影响着平台的目标用户种类，平台提供的服务也会因为用户的消费特征做出更有利于收益的改变

回答：数字化消费：倾向于数字化和社交媒体消费的消费者比例正在升高，更多人开始选择线上服务的消费形式。社交化消费：作为实时语音交流平台，KOOK的用户很大程度上会为了满足自己的社交体验进行消费。

子问题 4：城镇人口相对于农村人口的比例如何

如何体现：城镇人口相对于农村人口，对社交化、娱乐化的服务有更高的消费意愿，且消费力更强。

回答：2021年5月11日，第七次全国人口普查主要数据公布，居住在城镇的人口为90199万人，占63.89%；居住在乡村的人口为50979万人，占36.11%，且城镇人口的比例仍在不断升高。

3.4 宏观经济影响

3.4.1 子方向一：全球市场情况：宏观经济环境

- **a.**IMF 2023年报告显示，全球经济增速预计将降至2.9%。对于依赖全球市场的科技公司来说，这意味着其产品的市场需求可能会减缓，尤其是在新兴市场。
- **b.**2023年中国GDP增速预期为5%左右，低于2021年和2022年的恢复增长水平。
- **c.**中国在消费升级和数字化转型方面仍有强劲动力，中国市场仍然是全球科技创新和数字化转型的重心之一。

3.4.2 子方向二：资本市场情况：融资环境

- **a.**2023年全球股市普遍面临较大波动，资本市场紧缩。
- **b.**中国资本市场经历了大规模的监管整顿，在“数据二十条”政策之后，资本市场的融资环境趋向收紧。
- **c.**政府持续支持数字经济的发展，特别是对人工智能、云计算、大数据等新兴技术领域的投资。

3.4.3 子方向三：大宗商品和资源价格：相关资源趋势

- **a.**2023年全球云服务市场规模突破5000亿美元，预计2024年继续增长20%以上。
- **b.**2024年中国的半导体进口更加紧缩，但国内半导体产业正处于加速发展阶段，政府也出台了多个政策推动半导体产业自给自足。

- **c.**2023年，全球云计算资源市场规模已突破5000亿美元，预计2024年继续增长20%以上。

3.4.4 子方向四：经济基础设施：市场基础设施与技术发展

- **a.**中国在全球5G网络建设中占据领先地位，截至2023年底，中国已建设超过150万个5G基站，覆盖了绝大部分的城市和乡村地区。
- **b.**2023年中国的互联网普及率已超过70%，并且随着乡村振兴政策的推进，农村互联网普及率也在持续提高。
- **c.**政府鼓励企业在AI、物联网、大数据等领域进行创新，尤其在语音技术和人工智能领域。

4. 评估商业模式

4.1 总体评估

5. 蓝海战略

6. 引用
