Web工程项目建议书

——图片社交

1. Introduction

网络社交服务即Social Network Service，自互联网诞生以来，全世界的人们便依靠着互联网产生微妙的关系，人们逐渐依靠网络进行社交，在互联网上我们不分国籍、不分种族、不分性别，我们互相通过文字相识相知。从最早的邮件、博客再到视频网站的诞生无一不改变着人们社交的方式。而近年随着随着智能手机和网络的发展又一全新的社交模式诞生，即图片社交，比起文字和高流量消耗的视频来说，图片是一个更贴近人类直觉、网络资源消耗更少并且更加喜闻乐见的社交承载工具。

1. Gathering Background Information

在国外图片社交领域目前最成功的即为instagram，其估值已高达350亿美金，其次是图片瀑布流的鼻祖堪称图片版Twitter的pinterest。instagram的用户数量据估计已突破三亿，反观国内，其中比较出色的图片社交网站有花瓣、nice、乐乎等，其中用户数量规模最大的即为花瓣，每日PV量约为300万，如此巨大的反差不禁令人咋舌。但目前中国的图片社交市场仍处于萌芽期，市场需要培育，国内图片社交网站的蜂涌进入市场正是在培育使用人群。花瓣的血统更像是pinterest中国版，通过众多分类的画板吸引文艺青年和设计师团体，其用户群体更多的则是设计师等需要精美图片的人群，更注重于分类，用户互动则体现在评论上。堆糖网则针对手工DIY爱好者。国内的图片社交更倾向于垂直社交，针对于特定的小众人群。而用户数量决定了网站的生存，小众注定不会被大众青睐，国外的instagram和pinterest以其独创的访问方式吸引各式各样的人群，这正是国内图片社交的弊端所在，倘若要革新国内图片社交必然需要打破垂直社交的枷锁。

1. Components of a Proposal

1. 项目概括

2. 需求分析

3. 项目描述

4. 预算

5. 总体设计方案

6. 建议书

7. 推论

1. The Executive Summary

说到图片分享网站，真的可以说是千千万万。可以了解一下中国现有的比较好的图片分享网站，比如花瓣，堆糖，乐乎。这些算是比较成功的，花瓣有着不小的用户群达百万。但是当我们对比一下国外的情况，我们会发现国内的图片分享网站其实很不成功，对于国外的instgram网站，其有着3亿的用户量，从中可以看出巨大的差距，中国作为人口最多的国家，但是最达的图片分享网站在中国只有300万的用户量。我们经过分析可以发现有以下几种原因。1 中国的网络机制限制了图片应用的兴起，流量对于大多人来说太贵，刷不起图片分析这种网站。2 宣传力度不够，很多人都不知道有花瓣，堆糖这类网站，而对于ui设计师等，这些网站对于他们比百度更出名，人群过于集中 3. 图片分享网站创意不够，没有独特的新意，千篇一律，而且不能吸引大众。4 ui的设计可能存在缺陷。对于以上这些原因，第一点为非个人解决问题，第二点，我们可以通过加大投资来加强宣传力度，我们要注意人群多样性，不能局限。3 对于创意这一点，我感觉每个图片分享网站都有赞，但我们可以将赞多样性。我们鼓励用户充钱，使用钱的赞，但这种赞只能代表1毛钱，因为钱多了，中国人会舍不得的，但是如果用户量多，积少成多，1000个赞就是100块钱。

这样当我们得到钱，我们就更喜欢参与，积极发照片，然后拉进自己的朋友一起，形成一种良性循环。此外我们可以进行排行榜机制，然后通过与杂志报纸等的合作，帮助作者将那些优秀的资源进行售卖，这样对3方都是有利益的，网站可以提供平台，杂志媒体等可以获得廉价的优秀资源，用户可以获得实际的经济收益。以上为我的个人意见所阐述的总结。

1. The Statement of Need
2. The Project Description
3. The Budget
4. Organizational Information

**宗旨**：用图片这种更贴近人类直觉，网络资源消耗更少并且更加喜闻乐见的方式承载社交，旨在用更简单更吸引人的信息承载方式让社交产生更深远的影响。

**价值**：简洁吸引人的社交方式更容易招揽更多的用户，而目前中国图片市场仍处于萌芽期， 多数国内社交网站更倾向于针对小众群体的垂直社交，因此发展潜力巨大。并且借助图片表达信息会因为简单省事而提高用户活跃程度。注入更多的创新，打破垂直社交模式一定会有巨大的价值。

**目标**：借助图片的方式扩展更多的用户，保留并提升用活跃度。

**未来计划**：加大宣传力度，增强用户间的互动。

1. Letter Proposal
2. Conclusion