**愿景和商业机会**

1. **产品愿景**

根据产品的内容设想以及界面交互方式，产品的使用人群定位应该是在18-35岁之间，只有较多碎片化时间，但是对于不能及时获取知识感到恐慌、对于社交感到焦虑、对新鲜事物有别样追求、迫切获取多样化知识的文艺青年、大学生和企业白领。此外，部分青年人有猎奇和追逐潮流的趋势，碎片化的学习将会成为一种新的趋势。

产品的目标是利用零散的时间获取知识。

产品愿景：让碎片化的时间不再浪费。

1. **商业机会**

在运营方面看，产品采用人与机器共同推荐的机制：产品会选择内容提供商数据库里排在前30%的内容，并且由后台管理人员进行筛选后对用户进行推荐。

对于盈利模式来说，该产品主要是瞄准广告市场，无论是硬广告还是软广告，甚至有些造物主就是广告主。此外，考虑针对图书推荐，该产品采取原创作者可盈利，产品运营商抽取少部分提成的方式来支持原创的方式获得少部分盈利；在阅读量大的书籍排在推荐书籍榜单之外，原创作者将本人获得后台管理员许可上线的有意义的原创书籍获得推荐书籍榜单有名时的，获取推荐书籍上榜资格需付出额外少部分费用，这有助于软件运营商和原创书籍作者的双向盈利。

当前社会风气较为浮躁，碎片化时间浪费严重，而那些迫切渴望知识的人群没有集中化的时间去进行系统化的学习，因此，把碎片时间利用起来，让产品的使用者可以在零散的时间学习一些知识是必要的。此时的产品使用者在意的只是能否获取知识，而不会在意书籍的价格（不建议书架设置价格过高，建议“薄利多销”），同意采用少量的价格去交换知识。