**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，碎片化的学习将会成为一种新的趋势。

产品的目标是提供优质内容，让用户利用零散的时间获取知识，提供有意义的话题，使用户认识自我，审视世界。

产品愿景：整合碎片化时间，发现生活，扩展视野，提升个人修养。

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，

其一、广告模式，瞄准广告市场，无论是硬广告还是软广告。

其二、提供渠道获得利润分成，一些大型媒体可以和运营商进行合作，在用户下载好APP之前就将栏目预装在订阅栏里。或者用户在频道下选择订阅栏目时，APP可以以类似于出租摊位的方式，将靠前的位置租给需要的合作方，帮其进行导流。

其三、该产品将采取原创收益的盈利模式，认证成功的原创作者将享受运行商的各项扶持政策，而原创作者以其知识产权获得的盈利运营商将抽取少部分提成；此外，阅读量大的主题站排在推荐榜单之中，原创作者获取推荐文章上榜资格需付出少部分维持平台运行的费用。

当前社会风气较为浮躁，碎片化时间浪费严重，一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，在零散的时间学习一些自己感兴趣的知识，扩展自己的知识面，提高对生活的认知，是十分必要的。SpiritGrain 将秉承着提供优质内容，与传统纸媒杂志，官方媒体相融合的方式，鼓励对生活有深度思考，在某一领域有建树的人传播自己的价值观念，传达自己的生活态度，从而创建一个高质量的文化社区。