“交响”商业企划书

学　　院：数学与计算机科学

团队名称：我头发呢队

项目成员：张杰　朱跃安 李松 李泓

林淇 高裕翔 吴佳炜

指导老师：柯逍

Contents

一、项目摘要.....3

1.1 项目背景.....3

1.2 产品简介.....3

二、市场分析及定位 4

2.1 竞争环境分析 4

2.2 竞争对手的分析.....4

2.3 市场环境分析.....6

2.4 我们的优势.....6

2.5 产品定位 6

三、产品介绍.....7

3.1 产品功能.....7

3.2 产品特性.....7

3.3 发展方向.....8

四、市场与销售.....8

4.1 客户群体.....8

4.2 市场推广.....8

五、财务分析.....8

5.1 资金来源.....8

5.2 盈利模式.....8

5.3 成本规划.....8

六、风险管理.....9

6.1 技术风险及对策.....9

6.2 潜在进入者风险及对策.....9

七、团队介绍.....10

7.1 团队简介.....10

7.2 团队组织.....10

7. 3 团队分工.....10

一、项目摘要

1.1 项目背景

随着社会的发展，版权问题越来越得到大家的重视，在音乐领域，争夺歌手或歌曲的**独家**版权已经成为服务商吸引用户的方式之一。

然而，这也极大降低了用户体验——需要下载多个音乐 app，不仅占据了大量的存储空间，而且使得用户不能够方便地在同一个 app 中收听到自己想要的歌曲。闲暇之余，用户想要听歌来放松心情，打开 app 搜索之后却提示歌曲因版权原因而无法播放，这样的情景与音乐的本意背道而驰，着实令人恼火。

基于此状，我们希望打造一个聚合平台，从而去解决这个痛点。

1.2 产品简介

本产品基于 Android 平台，主要用户群体为轻度音乐使用者，覆盖面较广，可以为其提供一站式服务与体验。功能包括:

（1） 多平台音乐聚合

用户可在此产品内获取到诸如网易云音乐、QQ 音乐、虾米音乐等平台的歌。

（2） 用户歌单整合

用户可选择登录自己的音乐平台账户来将来自不同平台的歌单进行合并。

（3） 智能主题

此产品可根据用户近期的播放历史以及日夜时间智能切换主题颜色。

（4） 歌曲搜索

用户如若忘记歌曲名，可键入歌词等来进行歌曲搜索。

（5） 歌单内检索

将用户歌单进行自动标签化，如纯音乐等归类。

（6） 听歌识曲

用户可靠近音源或进行哼唱等来获取歌曲。

（7） DLNA 播放

用户可将歌曲投放至支持 DLNA 的设备进行歌曲播放。

二、市场分析及定位

2.1 竞争环境分析

互联网走到今天，越来越多的人追求在“吃饱”的同时“吃好”“，在满足了基本的需求之后，大家更希望获得优秀的体验，包括但不限于用户界面、功能多少。

就目前的竞品来看，绝大多数都只是够用而非好用，这也与此类型软件的性质有关。而我们在完成基本功能的同时，着力于用户界面的设计以及附加功能的开发从而收获更多用户。

2.2 竞争对手的分析

以下是竞品的信息，在进行多番使用之后，我们将各家竞品的使用体验进行了归纳:

App 名称	使用截图	优点	不同（缺陷）
倒带		① 免费无广告； ② 基本功能使用简易方便； ③ 用户界面简洁明了。	① 交互逻辑存在缺陷与错误； ② 页面滑动不流畅； ③ 功能较少； ④ 音源较少； ⑤ 无用户引导致使对某些功能存在疑惑； ⑥ 搜索歌曲需切换音源。
存音		① 免费无广告； ② 可下载歌曲； ③ 简洁易用。	① 界面简陋； ② 功能单一； ③ 搜索歌曲需切换音源。

以下为市场调查总结:

（1） 用户界面交互简陋

这与此类型的产品性质有关，绝大多数是由个人开发者进行的练手项目，一人挑大梁，并无太多精力进行界面设计开发。

（2） 整合度不高

在搜索歌曲时仍需要进行音源切换，只是简单的将切换 app 转化为切换按钮，。

（3） 功能较少

该类型产品最主要的功能即为聚合，与产品的定位有关。并且处于灰色地带，大多数开发者并无将其做大的想法。

2.3 市场环境分析

（1）版权的对立

这种情况仍将持续很长一段时间，音源丰富度很大程度上决定了用户的去留。网易云音乐最初依靠界面与交互成功的吸引了大量用户，然而现在其用户开始流失，原因是优质音乐资源的大头掌握在腾讯的手里，QQ 音乐的用户数持续增加。

（2）用户的需求

听歌看似不是一件特别重要的事情，但绝大多数人听歌的频率并不低，并且用户粘性不高，如若可以做到较为出色的 UI 与功能，那么很有可能吸引到用户的迁移。

2.4 我们的优势

（1）聚合度够高

（2）具有自身的特色功能如歌词搜索等。

2.5 产品定位

方便、省心。

（2）目标人群

轻度音乐使用者。

三、产品介绍

3.1 产品功能

（1） 多平台音乐聚合

用户可在此产品内获取到诸如网易云音乐、QQ 音乐、虾米音乐等平台的歌。

（2） 用户歌单整合

用户可选择登录自己的音乐平台账户来将来自不同平台的歌单进行合并。

（3） 智能主题

此产品可根据用户近期的播放历史以及日夜时间智能切换主题颜色。

（4） 歌曲搜索

用户如若忘记歌曲名，可键入歌词等来进行歌曲搜索。

（5） 歌单内检索

将用户歌单进行自动标签化，如纯音乐等归类。

（6） 听歌识曲

用户可靠近音源或进行哼唱等来获取歌曲。

（7） DLNA 播放

用户可将歌曲投放至支持 DLNA 的设备进行歌曲播放。

3.2 产品特性

界面美观，音源齐全，功能较为强大。

3.3 发展方向

继续添加合适的功能及后期动效的完善。

四、市场与销售

4.1 客户群体

全年龄层

4.2 市场推广

①用户自行安利

②空间、朋友圈、信息群等

③ 软件社区如 Coolapk

五、财务分析

5.1 资金来源

团队内部出资

5.2 盈利模式

（1）前期不考虑盈利，后期通过启动页广告或用户捐赠，以及可作为后续开发应用的引流入口来进一步获得收入。

5.3 成本规划

最大成本在于精力，本产品对于服务器的需求较小。

六、风险管理

6.1 技术风险及对策

该项目的技术应用可分为两块。

（1）常规技术

App 界面与播放器开发，基础的安卓开发和后台数据分析。

（2）非常规技术

对于流媒体链接的获取，DLNA 功能，哼歌识曲。

目前只能借助于开放 SDK 来接入我们的功能。

6.2 潜在进入者风险及对策

聚合类 app 的门槛较低，但以现在的状况来看，大多数聚合类 app 功能都较为单一、界面一般且用户粘性差。我们可以在现有的基础上不断完善 app，推出更多的功能，提高用户的体验，从而增加产品的竞争力。

针对版权问题，我们有几种方案：

一是小规模的“内测”或是不进行商业类型的使用；

二是修改功能，不再爬取歌曲，也就是不提供下载方式，转为索引方式，在用户搜索歌曲时，将用户流量导向可播放的歌曲原页面，尽量的保留原页面，使之近似成为音乐方面的『搜索引擎』

三是功能的转型，倘若有幸被其盯上，我们会考虑改变产品定位，对外推出的产品将会进行新的尝试。

版权问题是挑战、是门槛、也是机遇。以前的 QQ 音乐、百度 MP3、包括优酷等都有版权问题，现在也都“光明正大”的活着。

七、团队介绍

7.1 团队简介

（1）团队名：我头发呢。

（2）团队人数：7 人。

（3）团队准则：脚踏实地做事。

7.2 团队组织

7.3 团队分工

队员姓名	队内身份	主要任务
张杰	产品经理（队长） 美工	①规划项目进程； ②组织会议、分配任务； ③负责 app 的 UI 设计； ④负责项目原型的逻辑功能设计； ⑤参与文档拟写。
李松	前端工程师	①负责前端的开发； ②辅助 pm 进行项目规划； ③参与文档拟写。

林淇	前端工程师	①负责前端的开发; ②辅助 pm 进行项目规划; ③参与文档拟写。
朱跃安	后端工程师	①负责后台的设计、搭建; ②参与文档拟写。 ③辅助 pm 进行项目规划;
李泓	后端工程师	①负责后台的设计、搭建; ②参与文档拟写。
吴佳炜	后端工程师	①负责后台的设计、搭建; ②参与文档拟写。
高裕翔	前端工程师	①负责前端的开发; ②辅助 pm 进行项目规划; ③参与文档拟写。