# 最新app策划书摘要(四篇)

来源：网络 作者：空谷幽兰 更新时间：2024-07-23

*人的记忆力会随着岁月的流逝而衰退，写作可以弥补记忆的不足，将曾经的人生经历和感悟记录下来，也便于保存一份美好的回忆。相信许多人会觉得范文很难写？接下来小编就给大家介绍一下优秀的范文该怎么写，我们一起来看一看吧。app策划书摘要篇一【篇1：大...*

人的记忆力会随着岁月的流逝而衰退，写作可以弥补记忆的不足，将曾经的人生经历和感悟记录下来，也便于保存一份美好的回忆。相信许多人会觉得范文很难写？接下来小编就给大家介绍一下优秀的范文该怎么写，我们一起来看一看吧。

**app策划书摘要篇一**

【篇1：大学app创业策划书】

扬远科技

股份有限公司

学 院：理学院

班 级：信息13-1班

小组成员：王镱嬴彭晓易白傲雪

禹 晴张旭鲁王满良

写作分工

第一部分 执行概要ceo： 王镱嬴 第二部分 产品和服务 ceo： 王镱嬴

第三部分 环境分析环境部部长： 彭晓易 第四部分

第五部分

第六部分

第七部分

第八部分

第九部分

第十部分

市场分析营销组合企业发展企业竞争企业经营与管理财务状况风险分析市场部部长：营销部部长：发改部部长：发改部部长：管理部部长：财务部部长：管理部部长：张旭鲁彭晓易 白傲雪 王满良 王满良 张旭鲁 禹晴

----1

1.3 管理团队-1

1.5 目标市场----2 第二部分：产品和服务-2

2.2 产品概述-3

2.4 市场竞争力---4

3.1 微观环境分析---5

4.1市场定位 --5

4.2.1 市场前期--6

4.2.2 市场稳定--6

4.3总结 ---6 第五部分 营销组合-6 5.2 市场细分和目标市场选择-7

5.3.1 产品策略--7

5.3.2 渠道策略--8

5.3.3 价格策略--8

5.3.4 促销策略--8

第六部分 企业发展-9

6.2 我们的优劣势---10

7.1 竞争描述-11

7.3 主要竞争对手情况----11

7.4 产品竞争---12

7.6 swot分析--14 第九部分 财务状况---16

9.2 投资使用计划及进度 16

9.2.1 资金投向 16

9.2.2 项目建设进度 17

9.3 融资方式---17

9.6 投资收益与风险分析 17

9.7 工资福利---20 第十部分 风险分析----24 10.2应对措施---25 第一部分 执行概要 1.1 公司介绍

填报志愿app是一个由辽宁科技大学理学院六名学生发起设立的，以第三方平台（ios平台、安卓平台）为依托，以辽宁省高考考生为主要客源的创业公司。公司性质为有限责任公司，坐落于辽宁省鞍山市高新区千山中路。1.2 产品及服务 填报志愿app是一个依托第三方平台（ios平台、安卓平台），针对考生，聚合所要填报院校及其大学周边衣食住行等信息，分类集中发布，方便考生读大学过程中学习生活的应用软件。1.3 管理团队

团队领导层由六位责任心强且有热情的在读大学生组成，具有彼此互补的爱好与特长，聪明好学塌实肯干，均具有服务经营经验，结合特定的能力和奋斗精神，足以执行本项目的创业计划；团队具有卓越的创新能力和市场营销能力，六位核心领导关系紧密，感情深厚。同时，在一些核心环节，我们将通过关系请教顾问、聘请专业人士和外包咨询公司等方式来增强力量。1.4 商业战略

前期：大量宣传，采用低价渗透策略，逐步建立销售网络，让消费者尽快了解并接受该款app的性能。

中期：巩固现有市场，扩大客源市场，完善和健全销售网络，进一步开发、完善符合高考学生心中理想的报考院校具体信息。

后期：利用本公司多年来树立的品牌形象及完善的销售渠道，开发衍生产品。1.5 目标市场

辽宁高考考生是主要目标市场，随着公司逐步发展和成熟，再选择进入其他行业，拓展填报志愿app的业务范围。

【篇2：app创业计划书】

\*\*软件开发有限责任公司

创业规划书

目录

一、执行总结

三、app市场分析

四、竞争分析

五、营销策略

八、财务

九、风险及应对策略

第一章 执行总结

在移动互联网高速发展时期，app软件开发已然是时代发展的必然趋势，众企业纷纷睁开慧眼将目光聚焦在app营销上，另一方面也是移动智能化年代的必然。由于智能时代带来对传统行业的冲击，单纯的门户商店在市场竞争的大环境下已经越来越显现出一种疲软的状态。实体店在网络时代已经极大的不能够满足消费者的需求。因此，app公司前景也愈加可观！

随着智能手机的普及，带来新兴产品app客户端的问世，app应用一经面世，越来越多的企业及个人便意识到app营销价值的重要性！

我公司一致认为，作为新入这个行业的创业团队，应该“广撒网，重点捕捞”。即着重从门户商店入手，先让客户挣到更多的利润，从而占有此类市场的份额。

我们都知道，国内的实体店多且繁杂。并且绝大多数的实体店都是千篇1律，不具有特别区分于其他实体店的特性，企业要想脱颖而出，必然要把网络这一关键环境因素考虑在企业经营当中，而app正是顺应这种大的宏观环境，为企业量身定做的拓展方案。必将占有未来市场！1.1 公司描述 1.1.1公司简介

赛赛软件有限公司，创建于2024年，成立以来，我们公司时刻关注着软

件市场的需求，把开发适合安阳中小企业的行业软件为目的，满足不同企业的需求。赛赛软件有限公司是一家专门从事企业软件的设计、开发和销售的企业。公司拥有完整的团队、先进的开发技术、领先的设计理念及高效的管理模式。意在为用户提供高效易用、设计精美、安全、易扩展的优质产品。公司团队，由一批志同道合、富有行业经验的成员组成；团队中，从软件开发项目的需求调研、分析、设计，到架构设计、编码开发、测试，到对用户的安装、培训和正式使用的实施，都有相关的专业人员来完成。专业、高效的团队，能保障用户的目标在规定时间内，低成本、安全、优质的实现。

技术优势：可根据客户需求及客户自身情况，提供不同介入程度的支撑服务，帮助客户达成目标、实现最终共赢价值。

服务承诺:诚实守信 恪守承诺，承诺给客户的东西，一定会做到，而且做到最好，立身客户，为客户提供最适合最优质的服务，及时反馈，保障运行，软件交付后，客户反馈问题之后，我们会快速反应，立即组织人力解决，维护客户权益。1.1.2公司组织结构

【篇3：app方案模板】

xx公司(局)xx平台（信息系统）建设 解

决

方

案

重庆青沃科技有限公司 2024年06月

目录

第1章

第2章 2.1 2.2 2.3

第3章

3.1 关于本方案...4 概述..4 项目背景.4 建设目标.4 建设原则.4 需求描述及分析........4 概述......4 3.1.1 需求分析目标和任务（可选）.......4

3.1.2 需求分析组织方式 5 3.2 需求描述.5 3.2.1 业务需求...5 3.2.2 接口需求...5 3.2.3 性能需求...5 3.2.4 安全需求...5 3.2.5 其它需求...5 3.3 需求分析.6 3.3.1 系统涉众分析........6 3.3.2 功能需求分析........6

3.3.3 对技术架构的要求 6

第4章 4.1 4.2 4.3 4.4

4.5 总体设计.......6 总体设计目标...6 总体设计原则...6 总体逻辑架构设计........6 网络系统设计...6 硬件系统设计...7 4.5.1 服务器.......7 4.5.2 网络设备...7 4.5.3 存储系统...7 4.6平台选择.7 4.7 标准规范设计（可选）7

第5章

5.1 详细设计.......8 技术架构设计...8 5.1.1 设计思路...8 5.1.2 设计原则...8 5.1.3 架构决策...8 5.1.4 技术架构...8 5.2 功能设计.8 5.3 安全设计.9 5.4 用户界面设计(可选)......9 5.4.1 界面设计原则......10 5.4.2 易用性设计 10 5.4.3 界面原型设计......10

第6章 项目实施方案 10

6.1 项目实施策略与运行管理机制 10

6.1.1 项目实施策略......10 6.1.2 项目运行管理机制.10

6.2 项目实施和管理 10 6.2.1 项目组织结构......10 6.2.2 项目管理.10 6.2.3 项目计划.10 6.2.4 项目组人员配置..10

6.2.5 项目测试方案......11

6.2.6 软件开发过程（可选）....1

1第7章

第8章

第9章

第10章

第11章 技术支持和服务......11 项目预算.....11 公司简介.....11 附录一 xxx平台简介........12 附录二 xxx技术，标准及规范简介 12 第1章 关于本方案

通讯培训（communication training）是一个可以通过app展示雄厚的师资力量,让用户认识到企业的专业性,从而打消用户的疑虑,放心选择企业进行教育培训在此app上可以为用户提供详细的企业的相关

教学

项目介绍,让用户可以根据自身情况加以选择,可以提供企业所有的过往成功案例,让用户正确认识参加教育培训的正确性,免除后顾之忧,同时对企业的实力有所了解。

第2章 概述 2.1 项目背景

[介绍本项目的背景，一般来自于招标方的技术文件，也可以在互联网上搜索相关背景做介绍，便于方案阅读者了解项目的背景知识，便于理解方案的后面章节。] 2.2 建设目标

[一般来自于客户招标文件，明确系统建设的目标。] 2.3 建设原则

[这里描述系统的建设原则，一般比较统一，以“xx性”等系统属性为中心进行描述。]

第3章 需求描述及分析 3.1 概述

3.1.1 需求分析目标和任务（可选）

[这里描述通过需求分析要达到的目标，从大的方面描述需求分析的任务。]

3.1.2 需求分析组织方式 [需求分析包含两部分，首先是需求描述，包括业务需求、接口需求、性能需求、安全需求以及其它补充需求。其次是需求分析，包括对系统涉众的分析，列举所有与系统有关的角色，清楚的说明他们是如何看待和使用本系统的。接着以系统用例图的形式描述系统的总体功能需求。最后，描述本系统对技术架构的需求，用于指导后面的架构设计。] 3.2 需求描述

[注：如果方案包含多个应用和子系统，可按应用或子系统分别描述需求。]

3.2.1 业务需求

[这里用文字和流程图描述业务需求，目录可自行组织。] 3.2.2 接口需求

[这里描述所有和系统有联系的接口方面的需求。] 3.2.3 性能需求

[这里描述系统的性能需求。] 3.2.4 安全需求

[这里描述系统的安全方面的需求。] 3.2.5 其它需求

[这里可以描述其它无法归类的客户需求。]

**app策划书摘要篇二**

阅读类app策划书

姓名：杨宇

一、背景分析：

在移动互联网时代，各种类型app早就占领了我们的手机。移动数据分析公司flurry的数据显示，社交、媒体、娱乐、游戏和阅读等应用继续获得消费者的青睐。自从ipad跟kindle 在市场上获得成功之后，业内人士普遍承认2024年是电子书元年，许多的公司开始投入电子书及电子杂志的软体开发，可是都还没找到获利模式，许多出版社，杂志社，报社也开始担忧纸板的未来，业内人士普遍有两种看法，一种认为出版社的半衰期是五年，每隔五年业绩减少一半，另一种认为是2024年以后纸本会消失。但是根据笔者和当前的市场情况来看的话，人们对于有保存价值的书还是会选择买纸质版本。另一方面，杂志和报纸是没有保存价值的，所以他们很有可能在当前的电子化的浪潮中转向电子版。

二、市场现状：

来自于运营商阅读基地业务的持续稳定增长，运营商利用其定制机内置移动阅读业务，迅速扩充其用户规模，并且利用短信等便利的宣传途径，不断地向用户推送电子书内容，刺激用 户的阅读热情，促使用户进行更多的消费。并通过包月业务获取持续稳定的收入来源，除天翼阅读以外，国内移动与中国联通的包月收入均超过半数。

移动阅读服务提供商也依靠自有平台及应用的大规模推广，积累了大规模的用户，并随着用户付费意愿的增强，多数厂商自有平台的付费用户比例已经超过了10%。随着移动第三方支付的发展，为用户提供便利的支付条件，付费用户的数量还会进一步增加。

三、运营模式：

从世界范围来看，以数字技术、信息技术、网络技术为代表的技术革命正在改变和重塑着新闻出版行业，本app是专门针对具有移动信息传播需求的出版传媒机构而研发的全平台数字出版解决方案，主要由三大核心模块组成： 数字化制作，数字化发行，数字化平台管理。同时，针对移动 互联网时代的新特点，特别加强了对移动平台的支持，互动数字出版编辑，后台数据分析管理，数字版权保护，在线支付等技术和功能。

四、产品特色：

1.有声阅读与视频阅读

阅读的形式也不再是简单的文字、图文，在4g技术和wifi进一步普及的趋势下，“视频阅读”将成为下一波阅读热点。2.私人书单

在海量的书籍中寻找适合自己的书目，犹如大海捞针，既要挑选内容，又要兼顾出版社和译者，当挑选出合适的书目时已经身心疲惫。针对每位不同的读者，提供不同的书单，更好的服务于读者的需求。3.云统计服务 为出版社提供准确的信息，通过读者阅度率和评价，制订相对精确的印刷数量，避免图书积压。分析读者的阅读心理，找出符合大众心理的畅销书类型，为出版社提供更深入的调查报告。

五、市场调查：

阅读市场收入预测 阅读市场用户预测

2024年客户端调查

六、竞争分析：

目前市场仍然是以渠道为王的市场，排名前三的均是拥有强大的渠道资源，ireader具有终端预装渠道优势，qq阅读依靠腾讯庞大的用户基础，91熊猫看书凭借91助手应用商店进行推广。但是，以内容为导向的厂商正在市场中占据越来越多的份额，如塔读文学着重培养签约作者，份额持续增长；云中书城依靠盛大文学强大的内容资源背景，份额也稳中有升；多看凭借其精品内容的理念，赢得用户的青睐；腾讯在扩大阅读用户规模的同时，通过与吴文辉创立的创世中文合作，加强原创内容的建设。

当前最成功的电子书平台是kindle，但是因为其实黑白的，翻页也不方便，所以现今只适合小说等文体，而彩色类的杂志和工具类的书籍则不太适合该平台。苹果公司的电子书平台 ibooks store 结合ipad的速度，使得该平台上的电子书具有翻页方便和彩色的特点，但是目前ibooks store的最大问题是没有对华人群体开放的，其只对美国，日本，以及欧洲的几个国家开放。苹果公司不开放亚洲的出版社去上架电子书到ibooks store并不是技术问题，而是一个政策问题。因此，许多出版社将其产品上架到app store而不是ibooks store 七、后台管理：

1.实时数字产品查询分析

2.产品的下载数量、使用频率分析 3.用户的评论内容汇总 4.用户的地域分布

5.价格管理与审核发行 八、平台构建

九、问题分析：

针对大量的单行本电子书应用不便于后期管理的弊端，以及在苹果appstore需要一周时间审查才能上线的缺点，推出阅读器建立客户的自有平台，便于宣传推广，便于电子书资源管理。该方案包含私有云服务平台、阅读器客户端。该方案运用世界领先的版式设计引擎、丰富的动画 效果、丰富的交互设置、模版加载模式、云计算的服务模式，提升内容阅读体验和内容产品价值。书城支持pdf、epub等格式的解析。

十、成本分析：

1.软件采购费用，软件基本费用为5万元，每增加一台电脑，成本增加2万元，假 设出版社有3个编辑使用该软件，则软件费用为5 +(2 x 2)= 9万元。如果不购买软体，而采用租用的方式，那么每台电脑每月的租金为4千元。2.阅读器制作费用，价格在1万元到5万元之间，视复杂难度而定。3.日常服务器的维护每月1万元。

4.软件宣传费用初期每月10万，后期逐渐缩减。 十一、

总结

分析：

如果该项目的书籍能够扩大影响力的话，就得看该项目的下载量，下载量越多，其就能进入 一定的排名，从而获得更多的下载影响力，笔者将相关数据罗列如下： 美国——前 10：80,000； 前 25：45,000； 前 50：25,000 中国——前 10：30,000； 前 25：15,000； 前 50：10,000 日本——前 10：20000； 前 25： 9,000； 前 50：6,000 韩国——前 10：20000； 前 25： 9,000； 前 50：5,000 英国——前 10：18,000； 前 25： 8,000； 前 50：5,000 德国——前 10：12,000； 前 25： 5,000； 前 50：3,000 法国——前 10：10,000； 前 25： 5,000； 前 50：3,000 从上表中可以看出：在中国地区，一个应用需要单日下载量达到3万才能进入中国app store免费应用排行榜前10，单日下载量达到1万5才能进入到前25。不同的国家由于应用下载总量不同，进入排行榜所需下载量也会不同。比如美国由于 应用下载量大，一款应用进入前10则每日至少需要被下载8万次。

因此，从成本上分析，该项目是可以控制在预算以内的，而且在中国具有第三方软件供应资格的制作公司很多，所以可以拥有大范围的选择，在下载量方面，不同国家的具体情况不同，但根据最新的数据统计，一般免费的电子书下载量维持在每天1000次左右，综上所述，该项目具有可行性，但存在风险。

**app策划书摘要篇三**

校园移动应用策划书--

校园微服务

策划者：孙乾栋2024年3月26 日

目录1.1 市场调查随着科技的进步、电子产品的普及，手机已是人们生活中不可分割的伴侣，近年来，智能手机品牌不断扩大，功能逐渐完善，使得移动应用出现了井喷式的产生和爆炸式的发展。由于移动应用的多元化、人性化，更新快，新鲜度高，使得80后、90 成为智能手机app 的主要用户。根据网易科技的数据，90 后在校大学生使用智能手机的人数比例为98%，而由于学习或其他原因使用非智能手机的人数占2%。此外，社交、购物分享、游戏软件、资讯等类型的手机软件，是青年用户手机app 中的主力军。90 后大学生手机中必备的软件前三名为：社交类，休闲娱乐类，学习工作类。如图1.1 所示。

90后大学生手机必备

9% 25%

9% 14% 10% 8% 9% 16%

app 资讯类社交类网络视频学习类辅助工具及其他拍照摄影购物生活休闲娱乐类

图1.1 app 使用比例分析根据数据可见，学习类软件在大学生市场有较强的发展潜力，且目前市场上使用较为广泛的社交软件地位比较稳固，而娱乐休闲类软件更新速度快，易成为app 泡沫，因此研发学习类软件符合主流、实用性大、市场广阔。1.2 产品介绍本产品的针对人群是在校大学生。基于90 后是智能手机软件的主要用户，因此设计一款能够帮助学生学习又能实现便捷校园服务的应用、新鲜的体验的产品，使app 不再快速泡沫化，是我们的目的。众所周知，对于整个大学生团体来说，无论任何学生，都希望自己在大学的生活过得愉快而又舒心。在大学啥都可以了解自己的生活圈，学习，以及购物的方便，更重要的是，对于一部分学生还需要可以找到兼职或自己创业。因此，我们旨在设计一款有趣、实用的生攻克这些难关。该产品的基本功能有：

app 来帮助大学1.3 swot 分析swot 分析见图1.3.o

1.智能手机爆炸式的发展以及无线网络针对大学生，主攻单词。

覆盖区的不断扩大。

s

1.意向性强：

2.学习新法：独创学习分享平台，收获人

2.大学生是移动应用的主要用户，有较识。

大的市场份额。

3.友学共存：既是聊天分享的平台，又是

3.目前针对某一块英文学习的移动应用平台，学习不再孤单。

发展参差不齐，且模式单一，无法引

4.掌中宝：丢弃厚厚的单词本，随时随地，起学生的学习欲。

简单快捷地记忆单词。

学习互助的气与

知

t

1.易被模仿，需不断更新创新。

2.移动应用产品更新换代快，需有用户非的娱乐方法有待完善。

常良好的口碑才能立足。不如微信、qq等有较

w

1.有益学习

2.建立朋友圈方面

大的市场影响力。

图1.3 swot 分析二、项目实施2.1 开发流程本项目开发级后期宣传营销历时四个个月左右，工作流程与详细时间分配如图项目提出，市场调研与分析产品定位、功能产品研发阶段团队建设产品测试阶段细化用户体验及反馈后期运营维护产品推广运营产品上线2.2 开发团队2.2.1 人员组成及要求作为一个独立的开发项目，人员必须包括：产品经理（1 人），程序开发人员（员（1 人），运营团队（4人），ui 设计（1 人）。各职位要求如下：

2.1 所示。

2 人），测试专1．产品经理：具有通信、计算机等相关专业知识，有独立的软件开发经验，能熟练使用网络测试工具，熟悉软件开发架构与流程；有良好的团队协作能力、沟通表达能力，有一定的项目管理经验；富有激情，有较强的执行能力和带队能力。2．程序开发人员：计算机、软件工程等相关专业，熟悉开发框架，能够独立完成android 开发；精通java、c/c++等编程语言，熟悉http 协议；有良好的编程思维和代码规范习惯，踏实好学，善于协作。3．测试专员：计算机、软件工程等相关专业，有丰富的app 使用经验；了解android 应用软件的测试框架和流程，熟悉qa 标准，精通测试软件的使用，具有一定的数据分析能力、沟通表达能力和文档编辑能力；严谨细心，心思缜密，善于协作。4．ui 设计师：视觉传达、美术设计等相关专业，精通app 交互设计；精通photoshop、flash、illastrator 等专业软件;有较强的艺术感和较高的审美水平，了解市场对交互设计的要求，能够准确把握用户的审美需求；耐心负责，有较强的沟通理解能力、团队协作能力。5．运营团队：营销策划、市场运营等相关专业，有丰富的产品运营经历和营销手段，能准确把握市场动向和社会热点；有项目推广、管理经验，较强的市场调查和数据分析能力，熟悉上线、维护流程；有较强执行力，热情善于交往，思维敏捷，良好的团队合作精神。2.2.2 人员分工在市场调研、产品设计、产品开发及后期维护过程中，工作人员的详细分工如表一所示。表一

职能描述岗位

名称职能描述

1.按照公司要求制定项目计划，负责团队建设，人员规划，合理分工。

2.评估市场、风险等，确定营销策略，制定经费预算表，落实

人力、物力等各类资源。撰写项目申报书、项目计划书等产品a 材料，完成任务审批。经理

3.定期召开团队会议，了解项目进展，解决难题，实时调整战略部署，并及时向公司汇报进展。

4.把握市场动向，分析市场需求，分析反馈数据并及时调整战

略布局，指导完成各阶段任务，必要时能够参与程序编写、测试以及制定销售策略。负责整个app 生命周期各项工作的监督、管理。

1.按照用户需求确定程序功能，并进行模块化设计，按照产品

b1

经理的分工完成本人的程序编写任务。程序2.调试编译自己所完成的部分，进行详细标注，并完成功能模开发

块化。协作搭建后台及数据库。

3.相互检测对方程序的完整、简洁性，修改并达到最优化。根

b2

据测试专员的测试结果修改自身bug，并进行最优化调整。4.根据后期反馈数据修改模块功能，进行产品升级和维护。

1.对各版本软件进行测试，记录和描述问题现象，分析bug 原测试

c 因，撰写测试计划书和报告书。

2.反馈测试体验，提出针对性的修改方案，参与和分析用户体

验调查。北京讯鸟软件有限公司

1.参与和分析用户体验调查，能够按照市场需求把握用户界

面风格、内容，编写市场需求文档、产品需求文档。ui d

2.进行产品架构设计，负责客户端和用户界面的设计、修改、设计

优化，产品的形象定位和宣传广告设计，配合程序员完成app 界面代码化。

1.进行市场调查，确定软件功能、市场定位、运营模式，制

e1

定可行性报告。

2.进行前期用户调查与分析，针对市场对产品功能进行完善

和细化；发布beta 版后对用户体验进行调查，分析数据并向团队报告修改方向。运营e2

3.对后期用户活跃度、软件下载量等进行数据分析，反馈总维护

结用户意见，制定产品和营销策划修改方案。4.负责产品上线各项工作及日常运营工作。

1.负责项目合作商的洽谈与跟进。

e3

2.制定宣传销售计划，通过传统媒体与新兴媒体打开校园市

场，负责产品造势，扩大用户数量和活跃度。3.组织策划产品宣传活动，提升产品形象。e4

4.建立用户交流渠道，跟进用户体验测试。三、经费计划项目总费用=咨询费+建设费+服务费=咨询费+（验收测试费+监理费）3.1 咨询费由于可行性分析、方案设计等都由本项目组完成，不需向专业机构进行项目咨询，元。3.2 建设费人月成本详细说明见表二。

表二人月成本说明

其他岗位基本工资国家福利奖金

名称金额总额产品经理7000 3150 200—

—

10350 程序开发4000 1800 500——6300 测试专员3000 1350 200——4550 ui 设计6000 2700 200——8900 运营维护6000 2700 200 差旅费1000 9900

国家福利按照政策，比例为：住房公积金8%，医疗保险12%，备注

养老保险22%，失业保险2%，工伤保险0.5%，失业保险0.5%，共计为基本工资的45%

（程序开发人月成本

+测试专员人月成本+ui 设计人月成本）（1）开发费= \*工作月数

=（6300+4550+8900）\*4=79000 元（2）实施费=产品经理人月成本

\*工作月数infobird =10350\*4=41400 元（3）维护费=场地租赁费+推广费+运营维护人月成本

\*工作月数

故咨询费为

=20000+10000+9900\*4=69600 元故建设费=79000+41400+69600=118900 元3.3 服务费（1）验收测试费= 建设费\*调节系数t \*各测试项费率之和。

v2.0》中所列调节

t≥1，在此处我根据广东软件行业协会《软件开发项目计算方法系数表可知，项目建设费低于们取t=1。其中，各项费率取值如表三所示

北京讯鸟软件有限公司

20 万的项目调节系数

表三测试费率表测试项功能性易用性

子特性

功能点

成熟性易错性易恢复性

易改变性稳定性易测试性

一个环境下测试一般效率测试

用户文档技术说明需求规格说明书

费率2.8 0.07 0.06 0.07 0.2 0.2

0.1 5.15 0.07 0.07 0.06

0.2 1.0 0.1 0.05

0.1

总费率维护性可移植性效率文档故验收测试费=118900\*1\*5.15=612335 元。infobird(2)监理费= 建设费\*基本费率

a\*地域调整系数d\*工期调整系数v2.0》中所列基本

e 根据广东软件行业协会《软件开发项目计算方法费率表、地域调整系数表、工期调整系数表可取故监理费=118900\*12%\*1.5\*1=21402

元。

a=12%，d=1.5，e=1。综上所述，项目总费用=咨询费+建设费+服务费=118900+612355+21402=752657 元。附录序号序号infobird 1 2 3 4 5 6 7 序号

北京讯鸟软件有限公司

附表一调节系数t 取值范围项目建设费d（万元）收费折扣系数

1 d≤200

≥1

2 200

d≥10000

≥0.90

附表二监理基本费率a 取值范围项目建设费d（万元）

费率a（%）

d≤200 ＞12 200＜d≤500 ＞9 500＜d≤1000 ＞7 1000＜d≤2024 ＞6 2024＜d≤5000 ＞5 5000＜d≤10000

＞4 d＞10000

＞3

附表三地域调整系数

d 取值范围

地域范围地域调整系数1 集中实施

1 2

地市范围

1～1.2

(t)

3 4 全省范围全国范围1.2～1.5 1.5～2 序号1 2 3

附表四工期调整系数e 取值范围

工程工期t（年）

t ≤1 1＜t≤2 t ＞2

工期调整系数e

e＞0.9 e＞1.1 e＞1.4

**app策划书摘要篇四**

app策划计划书

目录

一、市场调查与分析

二、app定位

三、

关于这款app的目标

四、app功能

五、体系结构设计

六、具体实施计划

七、预算并准备项目资金

八、推广方案分析

一、市场调查与分析

1、手机移动应用具有超强的发展潜力

随着移动应用的进一步发展，手机应用已经成为人们生活和工作中不可缺少的一项重要内容。手机移动应用产业将是未来最具市场潜力和发展潜力的一大产业，网络已经成为人们与外界交流的一条主要途径，手机应用则将成为人们随时随地与外界联系并获得需要的信息重要载体。

经调查，绝大多数游客都有在旅游前对目的地相关资源获取的需求,尤其是对于现在一些年轻大学生及一些背包客，喜欢自驾游的群体来说，获得准确详细的旅游信息是他们出行前的必备前提，通过旅游攻略，用户根据个性化需求，对旅游中吃、住、行、游、购、娱各个环节进行筛选，通过参考别人的旅行来塑造自己的旅行。

2、国内旅游业信息化水平较低

随着国外游客的逐渐增多和国内游客品味的不断提高，旅游行业面临着在完善现有服务的同时，挖掘自身潜力，为游客提供更多更好的全方位优质服务，充分发挥旅游资源的优势，最终实现产业全面提升的发展需求。

目前，国旅游业的信息化总体水平比较低，许多国内旅行社目前还沿用传统手工作业方式，导致诸多弊病，如信息不畅，资源无法共享；各自为战，规模效应不能体现；成本高，办公效率低下；无法整合客户信息，造成客户流失，出现财务管理监控的漏洞；市场反应迟钝等。

目前，国旅游业的信息化总体水平比较低，许多国内旅行社目前还沿用传统手工作业方式，导致诸多弊病，如信息不畅，资源无法共享；各自为战，规模效应不能体现；成本高，办公效率低下；无法整合客户信息，造成客户流失，出现财务管理监控的漏洞；市场反应迟钝等。

3、消费者

如今，消费者不再被动接受商家打包好的标准化旅行产品，而是根据个性化的需求来决定自己的消费，或者说，旅行者需要更加多元化、透明化、更有性价比的旅游产品。在近几年星期的一些背包客，驴友，自驾游者之中，主要是以青年白领，大学生为主要群体，大学生在求知、好奇、交友、扩展视野及增长见识等动机影响下出游愿望强烈。

本款app主要针对年轻大学生，虽然大学生旅游行为特征和大众旅游者差异明显，其消费水平偏低，但是市场潜力巨大，值得关注并采取开发措施。

二、app定位

1、巨大的市场需求

中国是有着13亿人口的大国，伴随着中国改革开放的号角，国民经济的日益增长而导致国民不仅仅追求物质生活，更渴求精神上的愉悦，而这些需求必定是旅游业来帮助满足绝大部分的需求。

一些旅游网站因为不能满足消费者随时随地的获取最新相关准确信息而使一大批新兴游客更青睐于旅游攻略app，方便简易，还可以随时随地获取最新相关信息，并可以与其中的一些驴友做一些互动和分享。

中国旅游业是一个新兴产业部门，被成为“永远的朝阳产业”、“永远的环保绿色产业”、“国民经济提升的催化剂”。它虽然起步较晚，但已在改革开放中，伴随着国民经济的腾飞而发展起来。

旅游业一般分为国际旅游业和国内旅游业。国内旅游业持续快速增长，旅游产业对社会经济作用的带动进一步加强，《2024中国旅游市场趋势观察研究预测报告》数据显示：2024年，我国旅游业三大市场实现全面恢复并较快增长，全国旅游业总收入1.57万亿元，增长21.7%。2024年全国旅游业的预期目标为：旅游业总收入1.72万亿元，增长11%。旅游相关产业投资规模的大幅度增长，直接带动了旅游投资的快速增长，各地旅游投资出现了生机勃勃的繁荣景象，为旅游业发展注入了新活，国内旅游业是为国内旅游者服务的一系列相关的行业，它关系到国内游客、旅行方式、膳宿供应设施和其它各种事物。改革开放以来，我国的旅游业有了非常迅速的发展，但是比较而言，我国国内旅游业发展的广度深度都远远不能适应经济发展和人民生活水平提高的需要。随着市场经济的发展和人民收入水平的进一步提高，人民对旅游消费的需求将进一步上升，国内旅游业在国民经济中的地位和作用越来越重要。

2、市场需要一款旅游app 随着经济的快速发展和人民生活水平的不断提高加之法定假期的刺激外出旅行逐渐成为越来越多的人们休闲方式的第一选择。快节奏的生活使人们不再满足于传统旅行的低效率。一方面人们希望在出门之前就能对旅游相关知识及信息有一个全面的了解并且可以享受到各种快捷方便的服务另一方面旅游企业需要及时地向旅游顾客群提供丰富的旅

游景点信息了解客户的需求进而提供相应的服务。于是就促使了我设计这么一款专门提供旅游app应用。

三、关于该款旅游app的目标

1、短期盈利模式：短期内不考虑盈利模式，短期主要为了树立产品品牌形象，使其进一步扩大市场份额，为之后产品完善进一步深入人心做铺垫。

2、我们的战略是以积极稳妥的战略专注于开发产品，不断完善各个板块功能，让产品更加人性化，提高用户体验，占领更大的市场。，3、为提供开发质量，才用运营是开发，也就是先做产品一部分，然后再产品投入市场运营后，针对用户的需求来继续研发后续的或配套的产品，不断地满足用户的需要。这种运营时的开发能及时发现产品的缺陷并做出调整，提升用户体验，体现开发团队的活力，同时在不断改进中给用户不断地惊喜，能够拿口碑。

4、精确定位：gps卫星定位系统，精确感知游客所处的位置。

5、自动播放：根据游客位置变化自动播放真人语音导游词。

6、自动讲解：对游客眼前的景观、景物，采用语言、图片等手段进行多语种的详细讲解。

7、景区导航：在手机界面显示景区手绘景区图，并以颜色线条标注方式为您推荐最佳路线如果您安装了谷歌地图，进行城市导航，配合此导游软件，则旅行无忧。

四、app的功能

1、覆盖资源全面，可以为消费者提供尽可能全面的旅游景点，饮食，住宿，休闲区等最新最优相关资讯，节省查找的时间，后期将逐渐实现在线预订酒店，景点门票，车票机票等相关服务。

2、添加了准确的gprs定位系统，使游客在出行过程中可以随时随地准确定位自己位置，增加了出行的安全性，也减少了寻找相关地点的时间。

3、添加了及时天气预报功能，给游客出行提供了天气指南，方便出行。添加了心情墙功能模块，使游客可以在旅游完后随时可以分享自己的心情体会，也可以在此平台上和周边同时在平台上留言游客进行互动分享交流，游客可以上传自己图片，进而成为旅游达人，可以享受我们产品的一系列优惠活动，比如说酒店，住宿，餐饮，休闲区，景点一系列的打折优惠券等。

4、添加了二维码扫描功能，方便游客出行购物等一系列活动使用。添加旅行译宝板块，让它为您解决语言不通的障碍，成为您掌握30种语言的翻译员。

5、软件内部长期将会实现全国各个城市切换，平台会自动更新每个景区最新相关资讯，方便游客使用。

6、添加急救手册板块，汇总了各种紧急情况下的数百项急救知识，用户可以通过简便的分类和检索界面，快速找到所有需要信息，如病因、症状、救治方法和注意事项等详情。

7、离线使用：支持内容下载并离线使用；支持离线记录；

8、用户综合体验：对用户界面的简洁性、图文访问的流畅性、内容的丰富性、操作的便捷性、页面下载速度等指标的综合评价；

9、pc端与app数据同步：pc端产品服务与app端产品服务之间的兼容性、同步性，比如app端的个人收藏能否同步到pc端；pc端旅游产品信息、个人收藏等信息能否同步到app端。

五、体系结构设计

1、gps导航与地图指引模块：提供目的地的地图指引和gps导航；

2、图文分享与行程记录模块：支持旅行行程记录；支持的图文所包含信息的丰富度，包括用户是否可以上传照片、文字，并可以标注位置、时间、标签等信息；

3、景点及商家信息模块：提供景点、餐饮、酒店、租车等目的地服务的详细介绍和内容（包括各类攻略及游记）；

4、打分与点评功能模块：可查看商家及景点的点评情况；可对商家和景点进行点评；

5、社交模块：分享的便利性及用户的参与性与互动性；

6、旅游产品及预订模块：显示门票、酒店等的价格和预订链接；是否提供预订功能

7、个人中心模块：纪律个人信息和订单状态，社交状态

8、大厅模块：用户上传的图片已经信息可以分享给全网用户

六、具体实施计划

1、组织团队组建各部门

七、预算并准备项目资金

投资概算：10万

八、推广方式分析：

1、利用社交渠道推广：

1．1、在类似于人人网，豆瓣，马蜂窝等一些交流社区中宣传此款软件，吸引用户关注，利用口碑宣传扩大此款app旅游攻略的影响。

1.2、建立app官方应用认证空间，吸引粉丝关注。

1.3、建立新浪微博官方认证，吸引粉丝的同时，及时更新软件相关信息并发布，利用微博的扩散力量宣传此款应用。

2、利用社交广告助力应用成长：

2.1、精准定向找到核心用户

根据app下载人群进行数据分析，找到下载使用的核心用户群，通过采用用户有奖活动反馈调查分析，大概确定核心用户群性别取向、地域定向、年龄定向、用户定向（已安装or未安装）等方面对比，找到广告核心受众，反复测试，准确定位。

2.2、探索核心用户感兴趣素材

设计几套素材风格，投放给相同的用户，查看线上的效果反馈，点击率较高的素材可初步判定为用户较感兴趣的素材。通过多重测试，可以便捷的寻找核心人群喜爱的素材。

2.3、节省广告成本

原则是只为潜在用户买单！按点击率和转化率效果，结合不同的定向条件设置不同的出价。以避免出现出价过低，曝光不足，或是出价过高，安装单价虚高的情况，实时监控调整出价，拿捏最合理的价格，结合推广活动出价。

2.4、广告核心主题

根据实际推广需求，进行出价的调整。例如，在app上线初期，通过加大投入，抢占更多曝光，在短期内完成用户的积累。或者是当应用内有一些新的体验时，加大一些投入，快速吸引新老用户，提升应用活跃。

通过利用热门事件，策划专题，制造噱头，来吸引用户的注意，提高广告点击和转化效果。比如：流行元素：根据火爆电影等流行元素，策划了一系列以元素相关的广告，节假日促销：结合各个节日和热点策划圣诞版，情人节版，穿越版等一系列的主题营销，依托于强大的数据采集和分析系统，不断地完善主题活动。

2.5、高效执行，快速响应

在制定好策略后，还需要对既定策略进行快速有效的执行，高效率的执行时策略成功的有效保证。实时调控，灵活的掌握广告曝光情况，进一步提高广告投放性价比，最大化保障广告投放的效果。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找