

# 少儿编程社区竞品分析+调研报告

---

摘要：社区的存在更多的是满足了用户的心理需求，但容易被取代，少儿编程社区要做到像 Github 那样，让用户形成依赖很难。

## 背景

---

### 概念解释

**社区**——一个社会的小缩影，由一群在某一点上相近或相互关联的人聚集而成。有共同的意识或利益，且交往密切。简单来说，社区是以内容为中心，划分各种话题，用户可以简单直接的找到感兴趣的内容。如：知乎、豆瓣、贴吧等。

社区三要素——内容，用户，产品

注：首先区分一下社区，社群，社交

**社区**：你、我、他住在同一个小区，我们构成了一个社区，尽管你不认识我，我不认识你，你不认识他。

**社群**：你、我、他住在三个不同的小区，他是一个领袖，我们都跟他混，唯他马首是瞻，我们仨构成了一个社群。（突出意见领袖的重要性。如：活跃的 QQ 群、微信群必然有一个牛逼的群主或核心人物）

**社交**：你、我、他在酒会上认识了，我们交换了名片，发现我和他有很多可以合作的点，我和你有很多共同爱好，于是我经常去找他谈生意，找你去自由行，这行为叫做社交。如：微信、QQ、陌陌。

**教育+社区** 和 **社区+教育** 的区分和理解

**社区+教育**，用户的主要诉求是问答形式交流和分享，产生思维的碰撞。教育只是在社区下的一种符合当前社区生态的变现模式。

**教育+社区**，核心需求则是学习。社区的目的是为了提升用户粘性，增加活跃度，通过社区反哺教育、让更多的用户产生购买。

选择模式时我们要看用户当前的主要需求是什么，如果是为了系统性学习的，当然还是会去找教育类的产品；如果是为了交流，那就选择专业社区类产品。在不影响自身产品核心需求的基础上，互相学习或者商业合作都是可行的 两者目标其实是一致的，教育商业化。社区+在线教育，就是先服务用户，提供价值

平台，提供用户学习交流的平台，再引流变现，提供更加深度专业的服务教育。教育+社区，就是先提供深入学习平台，再用社区留住用户，提供后续服务。

此次调研目标模式：**教育+社区**

## 行业背景

行业竞争加剧等多重因素推动了 K12 教育 To B 行业的发展，未来行业规模将超千亿；目前市场中玩家众多，其中 S2B2C 模式代表厂商爱学习平台行业领先优势明显；细分赛道发展现状不同，教材、双师等赛道已跑出头部厂商；机构对外采购集中在教材开发、课程开发和校长培训；行业未来将呈现智能化、集成化、本地化三大发展趋势，进校有望成为 To B 企业未来机会点。

K12 课外培训行业在中国已经发展 20 年，近几年来，随着 C 端用户需求升级、行业监管力度加强、市场竞争日益加剧，行业逐渐进入整合期。由于在教学内容、师资力量、技术能力、管理能力等方面存在不足，越来越多的中小培训机构开始向 To B 企业采购产品及服务，而互联网巨头、SaaS 厂商以及具备强大研发、服务和管理能力的头部教育企业等也纷纷加大市场布局，教育 To B 市场发展空间巨大。

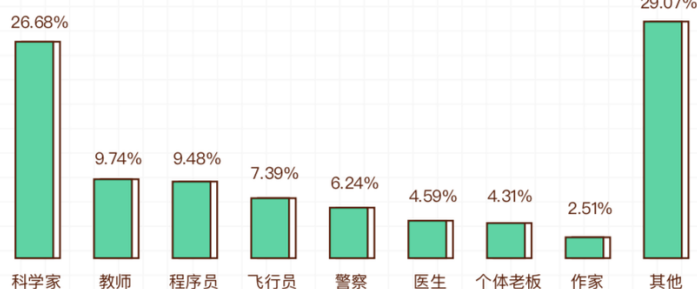
报告称，近五年来，K12 教育 To B 行业每年以 13%-15% 的速度快速增长，2019 年实际市场规模超 130 亿元，2022 年将接近 200 亿元。随着 K12 教育行业市场竞争进一步加剧，培训机构在转型和升级压力之下，对外采购付费率和付费意愿都将得到稳步提升，加之行业产品形态逐渐多元、产品功能逐渐完善，未来 K12 教育 To B 市场空间将进一步打开，突破千亿规模。

## 用户群体

## 小创客的职业梦想排行榜：科学家和教师成为抢手职业

思维严谨的科学家、教师、程序员职业最受孩子追捧。

新时代 Coder 的梦想



### 核桃编程《新 10 后 Coder 观察报告》

在接触编程之后，「考级」和「竞赛」则是孩子们检验学习成果的主要方式。自 2019 年开始，首个面向青少年能力水平的社会化评价项目「全国青少年软件编程等级考试」已经吸引了超过 8 万多名考试参与。

## 如何检验编程学习结果？考级与竞赛成热点

2019 年，首个面向青少年能力水平的社会化评价项目——全国青少年软件编程等级考试落地开考，与此同时，各类相关赛事异常火热。

2019 年教育部公示了 29 项面向中小  
学生开展的全国性竞赛活动，其中与  
编程相关的竞赛活动占 7 项



- 1 全国青少年科技创新大赛
- 2 中国青少年机器人竞赛
- 3 全国青少年创意编程与智能设计大赛
- 4 “童创未来”全国青少年人工智能创新挑战赛
- 5 全国青少年电子信息智能创新大赛
- 6 全国中小学信息技术创新与实践大赛
- 7 全国中学生信息学奥林匹克竞赛

2019 年，教育部公示了 29 项面向中小学生开展的全国性竞赛活动，其中与编程相关的竞赛活动占了 7 项。近八成家长关注少儿编程等级考试政策，其中全国青少年软件编程考试，作为首个全国级面向青少年软件编程能力水平的社会化评价项目，得到了 72.19% 的家长关注。不过，与其他素质教育相比，青少年的编程学习更加注重培养学习兴趣及动手实践能力。

# 竞品分析

## 确定竞品

Github：面向开源及私有软件项目的托管平台

主要竞品	市场范围	商业模式	主要客户群体	产品功能
<a href="#">Github</a>	全球	托管服务	全球开发人员	工具+社区
<a href="#">有道卡搭（网易）</a>	国内	售课+加盟	国内学习编程的青少年	工具+课程+社区
<a href="#">编程猫</a>	国内	售课+加盟	国内学习编程的青少年	工具+课程+社区
<a href="#">腾讯扣叮</a>	国内	公益性质	国内学习编程的青少年	工具+课程+社区

## 竞品分析

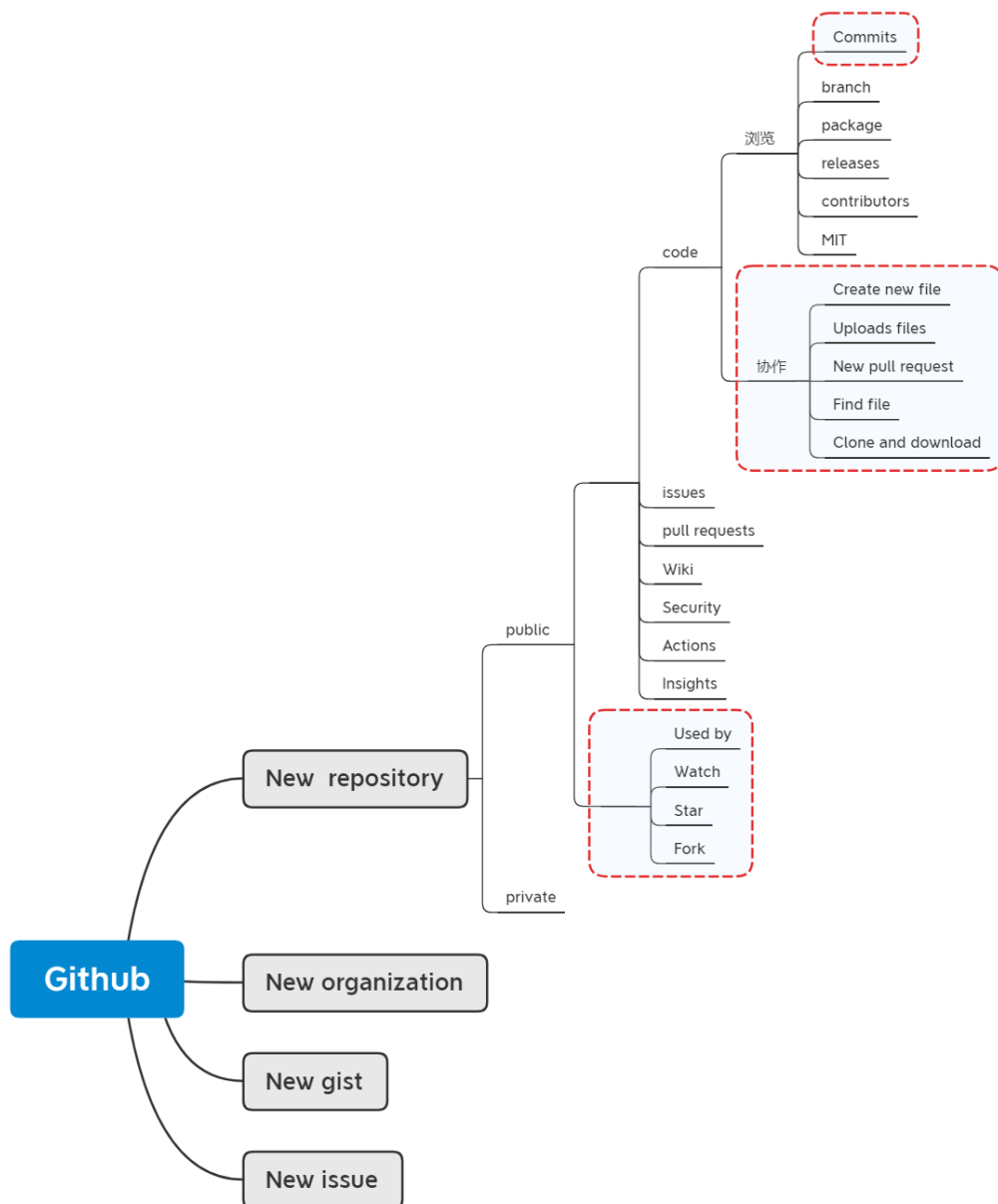
### 定位及功能

#### 产品定位

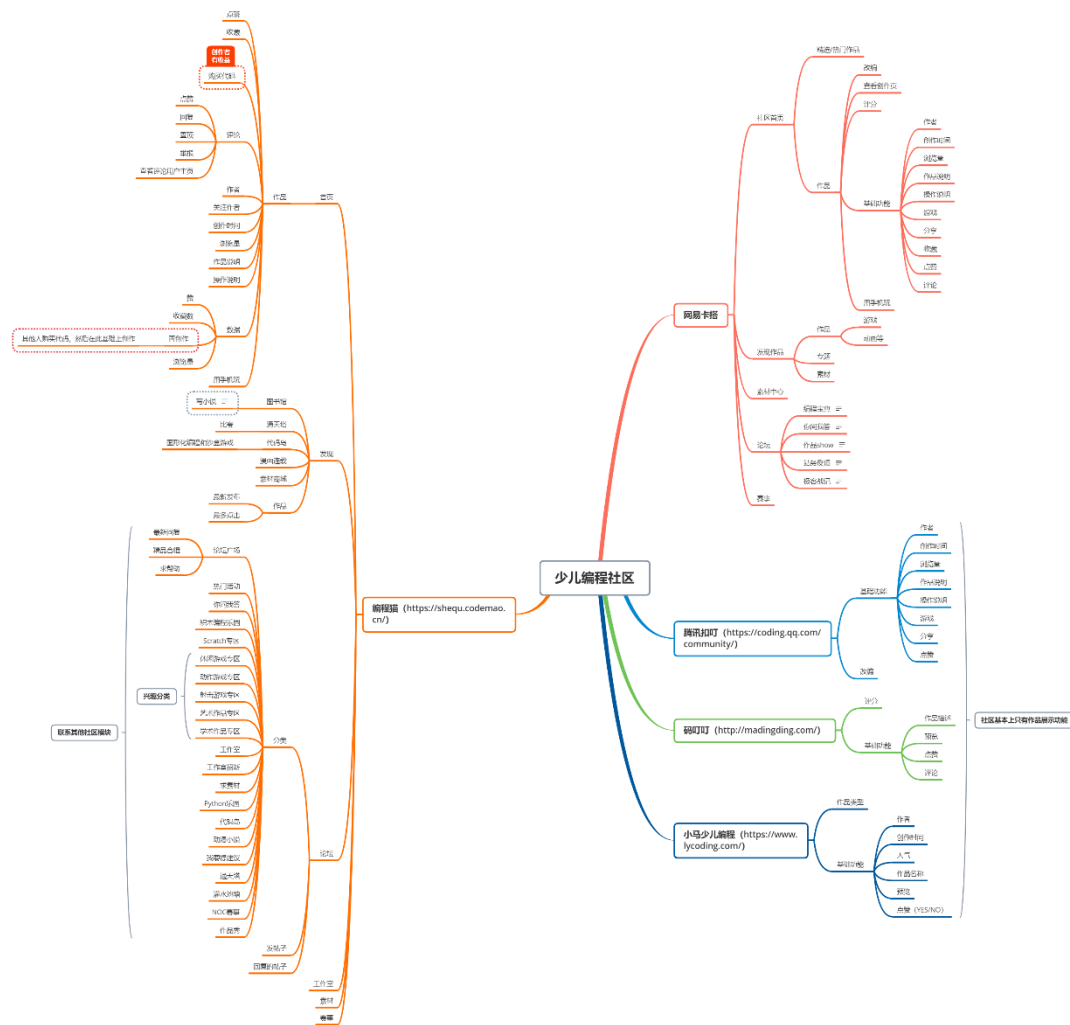
竞品	定位
Github	世界上最大的代码存放网站和开源社区
有道卡搭	充分利用互联网的优势，降低精英教育的准入门槛，为全中国的孩子提供优质的、与国际前沿接轨的计算思维与创新教育。
编程猫	专注于打造生态型、互动型编程教育学习、创作和交流平台，引领中国少儿编程教育认知升级

#### 产品功能

##### Github



少儿编程社区



### 社区功能对比分析（主要功能及不同功能）

红色：作品展示模块

蓝色

功能	编程猫	有道卡搭	功能分析
点赞	●	●	用户来消费内容后，给喜欢的内容点赞，用户用以表达自己立场，同时刺激内容生产者产出更多高质量的内容。
收藏	●	●	用户在浏览内容时，需要将一些优质内容保存下来，避免该内容被信息流淹没，导致用户无法再次找到该内容。同时，也需要帮助用户建立一个自己的内容列表，当用户收藏列表的内容足够多时，用户放弃产品的成本更高，在一定程度上也提高用户粘性。满足了用户的占有欲。
评论	●	●	评论功能置于信息流内容框架中，主要为了丰富文章、图文、视频等信息流内容形式，增强内容与用户的互动性，方便传播。并

			通过评论的不断叠加增强信息流内容的话题性与内容热度，利用评论内容作为载体连接用户与用户，增强关注、粉丝等社交行为。满足了用户的交流欲望，同时用户可能有深入学习需求。
评分		●	简单直接平均化地综合用户地评价
购买代码	●		金钱刺激和鼓励创作者继续创作出更优质的内容
再创作	●	●	可以让用户在创作者地基础上再进行修改，然后创作出自己地作品，而不用自己造轮子，更加有趣，也促进了创作转化。
点赞（评论）	●		认为评论有帮助，让其他用户看到时可以了解到其他用户地意见，与亚马逊评论 helpful vote 相似。
回复（评论）	●		促进进一步交流
置顶（评论）	●		创作者将优质评论放在最前面，一般浏览用户只会注意到最前面的几条信息，根据大众的从众心理，放在最前面的几条评论可以很大程度的影响到其他用户。
分享	●	●	用户希望更多人看到这篇内容
查看评论用户主页	●		跳转到新的页面可以看到用户的创作数据，可以进一步从数据判断作品的价值，如果价值与预期相符可能会进一步关注和与该创作者建立联系——社交关系。
关注作者	●	●	关注作者，可以第一时间了解到创作者动态，进而由于竞争心理激励用户也进行创作。关注时用户的主动行为，同时告诉系统，我想要更多这一类。同时关注用户，也就有了更多用户想看的内容，用户也就会使用更加频繁进一步成为活跃用户。同时关注带来无形资产，让用户离开成本增加。
查看创作时间	●	●	了解更多的信息，满足用户的好奇心，更多的信息也会让用户感到更加亲切，提供价值参考因素。
查看浏览量	●	●	
查看作品说明	●	●	
查看操作说明	●	●	
用手机玩	●	●	一方面用手机玩，孩子可以做了游戏在手机玩，作为一种成果展示的途径，另一方面家长扫码就可以看到孩子创作的作品，也会感到欣慰，进一步对孩子认可，对平台更加信任。另一方面，用手机玩可以将作品扩散出去（移动端），吸引更多的用户参与进来。既满足了用户的爱现心里，虚荣心，又利用用户做了宣传和推广工作。
看漫画连载	●		00 后群体有着特殊性，这一代人 IP 文化深入，同人文化盛行。小说漫画就是 IP，通过将创作小说加入到产品中，可以孕育起内容-IP-兴趣-平台-内容的生态闭环，吸引更多用户进来，同时留住这一代。
写小说	●		
比赛	●	●	竞争心理，同时通过比赛可以增加宣传，比赛需要组队，也会吸引一些新用户，通过比赛还可以检验用户的技术，有趣且积极。
游戏	●	●	
购买/找素材	●	●	增加编程过程的趣味，丰富素材可以激发创作更多的原创作品。
查看最新作品	●	●	满足用户的好奇心，竞争心理，刺激用户创作和在优质作品的基础上再创作。
查看最多点击作品	●		
查看热度最高作品		●	

你问我答	●	●	互动增加了趣味，不仅解答了困惑，也满足了孩子的社交需求。
热门活动	●		吸引更多的用户参与进来，增加社区互动的趣味。
论坛	●	●	论坛可以发现更多作品，用户可以加入讨论或者观察，可以更加全面地理解和学习他人的作品。也可以在论坛提出问题，互相帮助地过程，彼此成长。
专题		●	增加趣味。
求帮助	●		小朋友在开发过程中遇到困难及时得到帮助，会增加他们的信心，更能让他们坚持下去。帮助的人也会获得极大的信心和成就感。
兴趣专区	●		与兴趣相似的人一起交流，可以更加快速进步。
工作室	●		合作编程，也吸引了很多专业人士加入作为一项事业。
发帖子	●		一方面提供交流场所，一方面还可以附上作品，提高作品曝光率。
回复帖子	●		交流的需求。
作品展示	●	●	满足用户的展示欲，成就感。
编程宝典		●	查资料，帮助小朋友学习。
极客战记		●	满足创作者的爱现心理

整体来看，社区功能的设计都是为了提高用户留存，活跃度，增加产品粘性。

## 设计和技术

### 交互和体验

竞品	体验
Github	一种是图形化界面——网站和桌面端，一种是命令行操作，对 6-16 岁青少年并不友好
有道卡搭	有新手引导，社区有专门地与课程加以区分，更加沉浸式体验，可以快速定位到目标，并解决问题，操作逻辑简单符合直觉，动画流畅符合逻辑，但是部分大型一些地项目加载就会比较慢。
编程猫	编程猫社区是与课程分布在一起的，并没有特别地分离出来，所以社区属性比有道卡搭弱化了。同时，论坛分类太多了，反而不易于操作和分辨了。

### 视觉和风格

竞品	体验
有道卡搭	1. 以蓝色为主，蓝色让用户更加易于冷静和集中注意力 2. 字体——偏细且圆角小，稍显硬朗和严肃 3. 风格——色彩与图形含义统一



编程猫	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 以黄色为主，更加适合于低龄儿童使用，情绪——明朗、活泼、自信、希望</li> <li>2. 字体——粗体，显得活泼可爱</li> <li>3. 风格——色彩与图形含义统一</li> </ol>
-----	--

## 亮点功能和核心技术

竞品	亮点和核心技术
Github	除了基本的服务以外，还提供了订阅、讨论组、文本渲染、在线文件编辑器、协作图谱（报表）、代码片段分享（Gist）等功能。
有道卡搭	相比编程猫多了一个专题栏目，类似不同的兴趣社区。
编程猫	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 购买代码进行再创作</li> <li>2. 写小说和阅读漫画</li> <li>3. 沙盒游戏</li> </ol>

## 运营和商业化

### 运营模式

竞品	
Github	
有道卡搭	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 根据不同属性的目标人群，建立<b>社群</b>，制定并完善社群运营计划及相关制度，推动社群良性发展。完成对学员的教学服务，提高学员的出勤率、课时完成率等指标，提升学员学习效果；挖掘和把握社群各层次需求，并保持和<b>家长用户</b>的沟通，引导家长用户续费。</li> <li>2. <b>论坛</b>运营</li> <li>3. 举办活动，比赛等</li> <li>4. 与线下机构合作</li> </ol>
编程猫	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 以<b>工具</b>起家，再以工具为抓手，业务校内、校外破局，搭建了<b>线上、线下</b>两个商业生态。</li> <li>2. 建立<b>社区内容生态</b>，发掘用户需求，根据用户需求策划热点内容；</li> <li>3. 建立有效的数据跟踪机制，及时发现并处理运营问题；对相关数据进行统计、分析，及时调整运营策略；参与社区产品规划通过具体运营工作总结有效手段，实现运营产品化。</li> </ol>

	4. 管理与维护少儿编程社群用户；关注学员作业完成情况，提升完课率；精准运营用户，提升转化率。让用户持续使用产品且分享产品。
--	--

## 盈利模式

竞品	商业模式
Github	托管服务
有道卡搭	售课+加盟
编程猫	售课+加盟

## 市场推广

竞品	推广方式
网易有道卡搭	<p>1. 与学校、大型教育机构合作，在这些地方的学生用电脑上预装他们版本的离线编程器和/或管理系统，以此扩大网站知名度，吸引更多不使用国内版 Scratch 的学校/机构或使用竞争方产品的学校/机构使用它们的产品。</p> <p>2. 投放广告</p>
编程猫	<p>1. 微信公号发招募学生的文章，在没有推广的前提下，通过朋友圈传播吸引了第一批 100 个种子用户。</p> <p>2. 通过用户下沉，发展至今大约 80% 的用户生活在非一线的中小城市。</p> <p>3. 有许多中小学主动寻求和编程猫合作，把编程猫纳入信息技术课程，以免费的方式进行合作。</p> <p>4. 投放广告，明星代言，口碑相传 优良活动</p>

## 用户数据

### 用户数量和活跃度

编程猫目前已有 3147 万用户，入驻 12985 所公立学校，社区累计作品达到 3150 万。2020 年 4 月，编程猫再获 2.5 亿元人民币 C+轮融资，累计融资金额达到 12.5 亿

## 策略

### 版本迭代和演变

#### 网易有道卡搭迭代：

1. 已知问题修复 1.7.32020 年 2 月 27 日 1. 手机端全新改版，更适合孩子课程学习； 2. 优化已知问题。 1.7.22020 年 1 月 23 日 1、趣玩编辑器新增**录音和填色**功能 2、上课体验优化 3、已知问题修复 1.7.12020 年 1 月 11 日 1、新增**互动视频跳段能力，自主把握学习进度**； 2、我的创作页面全新优化； 3、修复已知问题； 1.7.02019 年 12 月 23 日 1. 卡搭 App 全新改版，支持 4-8 岁儿童学习编程！ 2. 修复已知问题 1.6.72019 年 12 月 7 日 1. 优化小班上课体验 2. 修复已知问题 3. 支持**AI 互动课时** 1.6.62019 年 11 月 23 日 1. 优化了小班上课体验 2. 修复了一些已知 bug 3. 更新了个别页面样式 1.6.52019 年 11 月 4 日 1. 优化了**直播**体验 2. 修复了一些已知的问题 1.6.42019 年 10 月 16 日 已知问题修复与优化 1.6.32019 年 10 月 12 日 卡搭支持小班直播上课啦，上课还能领红包，快来更新！ 1.6.22019 年 8 月 15 日 1. 正式更名为有道卡搭 2. 新增使用协议及隐私声明 3. 修复已知问题，提升用户体验 1.6.12019 年 4 月 22 日 优化播放器样式 1.6.02019 年 2 月 24 日 卡搭支持**拼团**功能啦，拼团购，价更优！ 1.5.92019 年 1 月 21 日 新增 Python 题目类型，支持**在线查看/运行 Python 代码** 1.5.82019 年 1 月 3 日 1、优化 pad 端课程详情页的展示 2、优化部分展示问题 1.5.72018 年 12 月 24 日 iPad 支持横屏适配功能。 1.5.52018 年 11 月 12 日 新增直播功能，快来上课体验~ 1.5.42018 年 10 月 27 日 1、增加**作业撤回**功能； 2、优化课程学习页和课程详情页设计； 3、增加**校园帐号登录**方式。 1.5.32018 年 10 月 15 日 新增海量**免费公开课**，快来升级上课啦~ 1.5.22018 年 9 月 21 日 1、增加**课程公告**功能，课程消息再也不错过； 2、优化 Scratch 作业提交流程，**扫一扫即可提交作业**； 1.5.12018 年 9 月 7 日 支持**音视频作业提交**； 开放**QQ 登录**方式。 1.5.02018 年 8 月 30 日 1、iPad 版新增 Scratch 创作功能，App 也能**在线创作 Scratch 作品**； 2、新增**画中画**功能，**边学视频边创作**； 3、点评模板优化。 1.2.52018 年 8 月 2 日 新增**视频下载**功能，让学习不受网速困扰！

#### 从迭代来分析：

1. 下载——用户可以离线学习
2. 边看视频边学习——一边示范一边学习，对于少儿有非常好的引导效果，类似于手把手教——难点是课程内容创作成本比较高，需要专业的课程内容运营制作团队
3. **在线创作 Scratch**——场景多元化

4. QQ 登录，校园账号登陆等等多样化登陆方式，满足了 00 后（喜爱 QQ）大多用 QQ（场景——家里），校园账号（场景——学校）。
5. 音视频作业提交，作业撤回，公告功能都是优化了学习和练习的体验。
6. 免费公开课——可以吸引很多家长来让孩子使用。
7. 在线 Python——丰富生态——python 用户相对 Scratch 用户高龄，用户从 4-9 岁扩展到 4-16 岁的群体。
8. 拼团功能——类比拼多多，拼团是量大从优，消费者省钱，商家薄利多销，平台用户量扩充
9. 直播——比起录播，多了互动场景，更及时地沟通
10. AI 互动课时——中国家长对 1V1 教学质量深信不疑，但是教师资源有限，而且成本高，对优质资源也是一种浪费，没有价值最大化，AI 互动开发成本高，但是长期来看，节约成本地同时可以将优质资源地价值最大化。
11. 互动视频跳段——学生自己把握学习情况，类似跳级生，学有余力的大可以进入下一阶段，节省时间，优化体验，让学生有自主掌控感，比起线下多人课堂，听懂却不能让老师快点讲完。
12. 录音和填色功能——丰富工具，增加趣味。

#### 编程猫迭代：

版本 3.0.1 2020.05.13 编程猫 Nemo-用积木实现乐趣编程 口袋里的编程乐园 补丁版 - 修复部分临时缺陷 - 优化创作体验 版本 3.0

2020.04.29 编程猫 Nemo-用积木实现乐趣编程 口袋里的编程魔法 【5.1-5.7 新用户限时福利，参与赢千元大奖】 本次更新： - 社区功能大升级，新增优秀作品展示机会 - 新增函数积木盒，自制强大积木 - 优化积木小键盘，增加帮助小贴士 - 优化积木区性能，复杂作品操作体验更流畅

版本 2.5.0 2020.04.04 编程猫 Nemo——用积木实现乐趣编程 口袋里的编程魔法 全新画板，强势来袭 - 画板升级为横版指绘画板 - 新增多款特效笔触 - 画板选色、交互优化 - 上传图片支持批量导入 版本 2.4.1

2020.02.26 编程猫 Nemo——用积木实现乐趣编程 口袋里的编程魔法 -优化云变量功能 -优化作品存储机制，降低保存失败概率 版本 2.4.0

2020.01.19 编程猫 Nemo——用积木实现乐趣编程 口袋里的编程魔法 -新增「云变量」积木盒 -新增「训练师」专题素材 -新增「设置屏幕切换特效」积木 -优化部分积木机制 版本 2.3.2 2019.12.30 编程猫 Nemo——用积木实现乐趣编程 口袋里的编程魔法 - 创作页面视觉及交互全新升级 - 舞台控件（数据标签、询问框等）样式升级 - 新增外观积木、优化部分积木机制 - 新增帮助中心功能 版本 2.2.1 2019.11.01 编程猫 Nemo——用积木实现乐趣编程 口袋里的编程魔法 本次更新： - 修复了 bug 并完善了用户体验。 版本 2.2.0 2019.09.27 编程猫 Nemo——用积木实现乐趣编程 口袋里的编程魔法 本次更新： - 新增「列表」功能，支持创作含数组功能作品 - 新增「调试」模式，bug 调试不再麻烦 - 上架 20 余款全新音乐素材 - 社区功能完善，增加举报、点赞通知等 - 修复若干 bug。 版本 2.1.6 2019.09.06 编程猫 Nemo——用积木实现乐趣编程 口袋里的编程魔法 此次更新： - 新增故宫宫廷文化相关素材，创

作古风作品用起来哦～ - 修复了 bug 并完善了体验，使用起来更顺畅了～。

版本 2.1.5 2019.08.22 编程猫 Nemo——用积木实现乐趣编程 口袋里的编程魔法 此次更新：-修复了 bug 并完善了用户体验。 版本 2.1.4 2019.08.07 编程猫 Nemo——用积木实现乐趣编程 口袋里的编程魔法

编程猫 Nemo 新增内容社区了，现在你可以： 1 发布自己的作品，跟大家互动交流，收获满满的反馈 2. 体验和学习他人的作品，激发更多创作灵感 3. 用更多经典有趣的模板作品进行创作，玩转编程。 版本 1.4.0 2019.03.11 编程猫 Nemo——用积木实现乐趣编程 口袋里的编程魔法 1. 增加每 5 分钟自动保存功能，再也不用担心作品丢失啦~ 2. 优化了动作、数值、对话等积木细节 3. 修复了一些 bug 版本 1.3.0 2019.01.24 编程猫 Nemo——用积木实现乐趣编程 口袋里的编程魔法 1. 全新的星空视觉主题，跟编程猫一起去太空探险吧！ 2. 公开课边看边学，让学习编程更简单(^o^)/ 3. 修复 bug 不停歇，稳定性又提高了那么一点点呢~ 版本 1.2.2 2018.12.20 编程猫 Nemo——用积木实现乐趣编程 口袋里的编程魔法 1. 分享作品支持自定义作品封面啦，赶紧把得意的作品分享给好友试试吧； 2. 修复了导致 App 崩溃的若干 bug，稳定性又大大迈进了一小步； 3. 优化了部分 Pad 适配； 版本 1.2.0 2018.11.08 编程猫 Nemo——用积木实现乐趣编程 口袋里的编程魔法 1. 喜大普奔(\*^▽^\*)终于上线涂鸦画板啦！并且支持上传相册图片，从此创意没有边界~ 2. 系列源码公开课火热来袭，小课堂知识点细解释，再也不用担心不会使用源码积木啦！ 3. 克隆积木千呼万唤始出来，千万变化由你决定哦~ 5. 新的开场画面，你们喜欢吗？ 6. 修复其他若干重要或者不重要的 bug 版本 1.1.1 2018.09.13 编程猫 Nemo 手机学编程 \* 对 iPad 进行了进一步适配 \* 修复了若干小 bug 版本 1.1.0 2018.09.03 编程猫 Nemo 手机学编程 1. 新增喵口令功能，支持分享本地源文件 2. 适配 Ipad 3. 新增手机号注册编程猫账号 4. 修复退出到后台易奔溃问题 5. 新增更多素材 6. 修复其他已知 bug 上架时间 2018.07.26 预订版本 1.0.26 2018.06.28 编程猫 Nemo \* 修复了部分机型无法微信登陆 bug 预订版本 1.0.25 2018.06.26 编程猫 Nemo - 更新了素材库的角色素材 - 修复了已知的 bug 预订版本 1.0.24 2018.06.25 编程猫 Nemo 发布新版本

迭代分析：

1. 新增喵口令，分享本地源文件——基础的社交场景，由于引入了其他用户的观看，更加促进了创作者的创作热情
2. 克隆积木，涂鸦画板，上传相册，自定义封面，优化存储机制……等等都优化了创作体验，增加了创作过程中的趣味性。
3. 新增内容社区了，现在你可以： 1 发布自己的作品，跟大家互动交流，收获满满的反馈 2. 体验和学习他人的作品，激发更多创作灵感 3. 用更多经典有趣的模板作品进行创作，玩转编程。
4. 社区功能大升级，新增优秀作品展示机会 - 新增函数积木盒，自制强大积木 - 优化积木小键盘，增加帮助小贴士 - 优化积木区性能，复杂作品操作体验更流畅。新增展示机会，增加作品曝光率，还是为了提高创作者的创作热情。

## 优缺点总结

这里先罗列一下 Github 和以编程猫等为代表的国内少儿编程社区（后面统一简称为社区）的使用目的

Github 普通活跃用户使用目的：

- a) 作为编辑器使用，写代码，写电子书……
- b) 把本地项目文件（不仅仅是代码）推送到 github 仓库，托管作用
- c) 保存代码片段
- d) 找资源，比如找开源项目拿来直接使用，找博客笔记书籍等等，下载或者 Fork。（搜索）
- e) 学习，问题追踪。可以看别人的代码是怎么写的，可以看 readme 的释说明，也可以直接看源代码，或者 pull request, issue 大家一起讨论交流。
- f) 关注感兴趣的人，项目，博客栏目，新闻等
- g) 团队协作开发，打补丁
- h) 用 Github pages 做解析当成个人主页用
- i) ……

国内少儿编程社区用户主要目的：

- a) 浏览其他用户的作品进行学习或者再创作
- b) 发布自己的作品
- c) 关注感兴趣的创作者，兴趣圈子的动态
- d) 参加比赛
- e) ……

## SWOT 分析

竞品	优势
有道卡搭	1. 网易自家资金流充足，可以支持长期运营。 2. UI 和交互设计简洁，产品体验好，口碑好，用户目标定位明确，核心功能突出。 3. 专注于做社区。
编程猫	1. UI 和交互设计简洁，产品体验好，口碑好，用户目标定位明确，核心功能突出。利用优质工具服务到每一位用户，创造用户黏性的同时，也带来良好的体验。优质的 UGC 分享社区与课程相辅相成，避免与其他产品同质化的同时给自己在这个领域立足了脚跟。 2. 资金流充足，受资本家青睐，资本寒冬依旧有大量投资。

	3. 公司进入市场早，占据了先机。 4. 课程免费和低价的很多，对用户吸引力大。 5. IP 化，潜在盈利模式。
--	--

竞品	劣势
有道卡搭	1. 用户量小，影响力小，名气小，社区粘度低，生态不够丰富。 2. 创新不够，没有核心技术 3. 社交协作方面不足，互动不够。
编程猫	1. 用户量大，维护成本高。 2. 保持平台活力需要不断持续输出高质量作品。 3. 内容广需要大量资源，比如素材供给，容易资源不足。 4. 销售渠道少，购买并不是很方便。 5. 社交协作方面不足，互动不够。

竞品	机会
有道卡搭	1. 市场空间大，潜力大 2. 素材新颖有趣美观 3. 线上教学，效率高，不受地域限制，线下加盟，市场无限
编程猫	1. 市场空间大，潜力大 2. 创新的游戏剧情教学模式 3. 线上教学，效率高，不受地域限制，线下加盟，市场无限

竞品	威胁
有道卡搭	1. 专注于社区不易盈利很难长久维持 2. 没有创新的核心技术，素材库容易被复制和超越
编程猫	1. 教学模式容易被复制 2. 市场爆发点不确定

建议：

1. 创新——模式容易被复制，但核心技术难以被复制。

2. 增加更多的协作场景——增加互动性，让小朋友在社区里可以找到一起学习一起进步的小伙伴，现有的工作室门槛比较高，如果可以增加低门槛的合作关系，社区粘度会更高。
3. 编程猫的关注没起作用，关注的作用是为了了解到关注者的动态。可以增加私聊功能，还有关注者的动态提示。
4. 购买源码的价格可以让创作者自己定。
5. 写小说可以增加创作者删评论屏蔽评论的权限。
6. 素材商城可以再改进一下，每个人都可以在素材商城发布自己的素材，可以自己设置价格，不过有设置上限，发布时，可以自己建立一个素材集，就是把一个素材分类到一个地方，点击发布官方来审核，搜索用户的 ID 可以找到用户发布通过审核的素材，用户购买后发布素材的用户可以获得源码币。
7. 可以像 github 一样，可以做一个记录编程的日历，当天创作一个作品（或者再创作作品、修改作品）就可以在日历上点亮一个小方块，点亮很多的话可以奖励金币，进而刺激用户更多的创作。
8. 社区风气官方需要多管理，作品下面评论发广告喷人的和作品无关的很多。

## 总结

---

### 从竞品来看，可以做的原因：

1. 市场定位明确——做少儿编程 UGC 社区
2. 市场足够大——现在国内还没有出现少儿编程社区的巨头
3. 目标人群善于 UGC（用户原创内容）
4. 用户需求真实存在
5. 相比纯工具+课程平台，新增社区显然增加了用户粘性，并且课程学习->用工具创作->发布到社区->交流学习互动鼓励（刺激继续创作）->学习，形成了一个闭环。
6. 用户激励体系——社区是依赖 UGC 的产品形态，所以贡献优质内容的用户是核心要素，社区运营的工作也需要围绕这个展开。那么用户为什么要贡献内容，能获得什么收益，谁来消费内容，如何让用户持续的贡献，谁来持续消费内容，这就是一个闭环的用户激励体系。其中，用户贡献内容的原因和动力，就是用户激励。简单说，用户愿意去贡献内容，肯定是满足了某些需求，精神上或物质上。所以，用户激励体系最根本出发点是用户需求，在设计这个体系时，思路是通过产品和运营的哪些方式，可以满足用户的需求。在少儿编程社区，我们可以满足用户的虚荣心，成就感，爱现心理，好奇心等（见心理分析）。

对于 GoOnline 如果要做，要做到 Github 那样的社区，做的难点和要考虑的问题是：



1. **如何寻找第一批天使用户？** 目前已有的少儿编程社区运营成本高，没有形成像 Github 的自发聚集。团队目前没有资金可以去做启动运营，后续的更加需要运营人员和资金的投入。
2. **UGC 核心问题是如何构建更好的用户激励机制，** 让用户生产内容？社区文化的建立，虽然比起不做社区会增加用户粘性，但是目前有的模式也只是论坛+作品（内容）展示社区的组合体，如果 GoOnline 也只是类似的模式，从编程猫和卡搭的作品评论来看，很多是对作品成品的评价，还有操作的提问，激励效果并没有很强，激励机制还不够完善。编程猫比较特别之处是有购买代码，除了点赞评论带来的精神激励还有物质激励，那么我们是不是也要建立起类似的购买代码奖励机制？
3. 如何改善现有的少儿编程社区的模式来增加用户粘性？我们需要挖掘深层需求，多元化生态，比如利用 00 后 10 后的兴趣设计一些专题吸引他们。
4. 分析用户的需求，现有社区模式只是满足了用户的爱现心理，虚荣心等。这些需求并不是刚需，用户可以很轻松地其他方面找到替代品，比如游戏。
5. 我们应该用什么作为排序依据？展示的作品的质量很难评估和衡量，一般都是最热最新，最热的一般是用点赞最多浏览最多来衡量，对于创作者而言，有可能发布的迟积累赞数比较少，然后大量新作品堆积在一起，很有可能有一些优质作品会被淹没，从而导致创作者热情不高。
6. 如果改善通过他人作品学习编程的学习效果？浏览他人的作品然后学习这一环节上，学习只有自己去查看其他人的源代码，对小朋友来讲难度有些大。关于项目的讨论，也仅限于展示成果部分，相比 Github，每个项目可以针对源代码 issue 或者 request。
7. 社区产品流程体系比较复杂，需要的开发周期可能比较长，会不会因此影响到其他产品的开发进度？
8. **如何盈利？** 编程猫，网易卡搭等都是通过售课和加盟来盈利的，社区并没有盈利，不仅不赢利还需要投入大量的资金和人力，Github 前期也一直是长期亏损，直到被微软收购。那么我们该如何长期运营下去呢？
9. 我们很难做成 Github 那样的社区，最重要的一点，即便对于编程感兴趣的小朋友，编程也并不是他们的主业，学习占据了他们大量的时间，上网玩手机都有限制，课外时间有很多竞争（游戏，其他兴趣），很难形成高粘度。

附：

## 社区用户心理需求分析

---

### 情感共鸣

我们可以看到很多竞品的作品是与节日，抗疫有关联的，在当下环境中，这很容易引起用户的情感共鸣，比如小朋友可能看到了社区里母亲节的话题，看到了其他人做的母亲节的作品，也会萌发出对母亲的感激之情，然后也会想要做一个作品来表示对母亲的感谢。

## 归属感

### 爱现（表现心理）& 成就感 & 虚荣心 & 认同感

互联网上常见的用户心理还有爱现（希望展现自己），或者叫成就感、认同感。希望获得成就感和他人的认同，是人与生俱来的需求。特别是在人年轻的时候，形成自己独特人格的时期，需要通过周围的人、环境、事物来判断自己、看清自己。

我们不管是在朋友圈还是在知乎、哔哩哔哩、网易云音乐上发表内容，都是为了求一个赞。互联网的传播特性大大增加了用户的爱现心理。在没有互联网的时代，彼此兴趣相投、欣赏的人难以聚在一起，一个人想要获得一万个人的认同基本不可能。而随着互联网的发展，获得这样的认同越来越有可能。有了这样方便的传播方式，人们的爱现心理自然会得到很大的满足，也会大大增强。为什么 YouTube 上有那么多人上传视频？为什么微博上有那么多段子手？为什么知乎上有那么多领域资深人士回答问题？为什么网易云音乐上有那么多人做歌单写评论？为什么会有意见领袖这个词？这些情况虽各有不同，往后的发展也很不一样，但最初都是因为人们有爱现心理而产生的行为，产品如果能通过一种功能方式满足这种心理，就会逐渐聚集起用户。爱现心理如此普遍，所有关乎用户产生内容、用户讨论交流、用户分享的产品都应该仔细考虑这个心理，以求在产品设计中找到满足爱现心理的方法。

### 攀比心理

比较心理即攀比心理，一般由于好胜心、自尊心比较强，会不自觉的与别人进行比较。

最典型的就是，父母眼里的好孩子总是“别人家的”，这其中就存在着比较心理。线下的社区中存在这种情况，网络的虚拟社区中也是如此。

比如知乎的编辑推荐、热门话题、热门收藏等，别人的能成为热点话题，为什么我的就不行呢...

### 展示欲

再小的个体，也有自己的品牌。——微信公众平台的 slogan

人们通过网络平台来塑造自己，给自己贴标签，树立个人威信。不论是跳槽、升职、加薪，或是做个牛逼的斜杠青年（有多重职业和多重身份的人），拥有好的自品牌都是个加分项。

那这些行为背后的原始动力是什么呢？是展示欲、主动分享的欲望。渴望与别人分享自己的知识和见解。

### 求知欲

学习是人的本能。碰到不懂的内容，只要你想弄明白，就会想法设法寻找各种途径来得到答案。“教学相长”的概念一直都有，最有效的学习方法，是教会别人。

## 从众心理

一个人流鼻血了，用手指捂着，并且向上仰起头。周围有几个人见他仰头看天，不知道他在看什么，于是也仰着头向天上看，慢慢的周围的人全部都在仰着头看着天空。一会他的鼻血不流了，就放下手，也不仰头了，发现周围的人都在仰着头看着天空，就问旁边一个人，你们在看什么呀？那个人说，不知道，大家都在看。

我们关注了某知乎大V，进到他的主页，看他关注了哪些专栏、话题，不由自主的，你点进去看了下，也关注了一些…

在知乎“话题”页的右侧，有个“其他人关注的话题”版块，我们是不是也曾不由自主的添加了一些关注…

## 懒人心理

马云说：这个世界是属于懒人的。

这里的懒人，不是懒惰，不劳动的人；而是知道如何高效利用时间，不让自己瞎忙活的人。

我们是不是也经常碰到这样的烦恼，百度找个内容半天找不到自己想要的，翻个几页就没耐心继续翻下去了。在知乎找答案也一样，一个问题，会有N多人在回答，我们没有耐心一条条看下去。懒，是人的一种本性，来学习来求知，也要讲究快速和高效。

优良的算法排序、筛选的热点话题、编辑推荐、还有下面这个功能，满足的正是用户的懒人心理。

## 宣泄心理

宣泄也是社区用户的一种典型心理需求，小朋友成长中也会有很多烦恼，比如和朋友关系处理，和家人相处等等，他们需要一个倾诉的地方，但现在社会的家长很多都忙于工作，陪伴孩子的时间少之又少。

儿童教育学最新研究指出：6岁以前的情感经验对人的一生具有恒久的影响，孩子如果此时无法集中注意力，性格急躁、易怒、悲观、具破坏性，或者孤独、焦虑，对自己不满意等，会很大程度地影响其今后的个性发展和品格培养。而且，如果负面情绪常出现而且持续不断，就会对个人产生持久的负面影响，进而影响孩子的身心健康与人际关系的发展。所以，社区的存在有可能会成为用户的宣泄场所。

## 延伸阅读：

### [UGC 社区的五大规律](#)

### [深入拆解编程猫教育，看少儿编程市场格局](#)

社区运营思路

论坛类产品运营模式和运营手段

用户运营的六种方式