

幕布、有道云笔记竞品分析报告

1. 分析目的

这两天根据自己对笔记管理软件的需求出发，打算独立设计开发一款线上的云笔记管理分享平台，于是针对市面上比较有代表性的云笔记软件进行竞品分析，来完善我对自己产品在需求、功能、设计和生态层面的构想。

2. 行业分析

1. 行业发展阶段

现状：由于没有易观千帆的企业账号，只能使用一些老旧的数据。根据易观千帆的2018年的数据统计显示：商务办公领域主要由邮箱，云盘，OFFICE，记事本/备忘录及翻译工具组成。其中记事本/备忘录的活跃人数为3523.8万，活跃人数在全网的渗透率仅为3.6%。而从2017年第一季度到2018年第一季度的一年间记事本/备忘行业活跃用户数始终低于行业平均值，但是该行业活跃用户数与行业平均值差距逐渐缩小：由2017年第一季度差值2454.19到18年第一季度差值1546.66。



分析：根据以上比较简陋和过时的数据能做的判断很少，但是至少可以看出，一、在18年间，记事本类应用的用户量是处于仍在增长但是比较平缓的阶段，活跃程度远低于其他商务办公类软件，说明笔记类软件发展处于未饱和阶段和用户使用习惯的培养阶段，缺乏突破点；二、由于疫情的影响和线上办公的发展趋势，增加了协同类文档操作的需求，所以预测今年此类型的应用应该有上升趋势。

2. 行业竞争情况

现状：一个行业的竞争往往体现在用户数量方面。从用户方面来说，根据艾瑞网的榜单数据可以看到，目前为止，记事笔记类软件的独立设备数量已经达到2000万台。而在这排行榜中，排除手机系统自带的备忘录软件，真正的云笔记用户几乎全集中在印象笔记（1000万）、有道云笔记（260万）、讯飞语记（220万）等几个头部应用中，且数量在持续增长。这样的用户分布在近几年的数据层面上都变化不大。

分析：所以可以预见的是，在笔记类应用核心需求和功能差异不大的情况下，用户数量的分布几乎已成为定局，但是仍存在功能创新、用户体验和产品定价等方面的因素影响着行业布局，比如说讯飞语记就是凭借着出色的语音转换功能突出重围。总的来说，笔记类应用市场存在着竞争，但是对于头部产品来说，竞争不大，而对于小型产品或者初创产品来说竞争还是很强烈的，竞争点在于功能和设计上的创新。

3. 行业SWOT分析

将笔记类应用这个行业市场放入商务办公领域应用中，可以很清晰的看到整个行业内部具备的优势、劣势以及外部的机遇和威胁：

S:

对于行业内部来说，如上行业发展阶段和竞争情况所述，笔记类行业的优势就在于：一，用户群体持续增长，行业发展空间大，一旦用户的付费使用习惯养成，行业的收入同样稳定增长；二，用户分布情况稳定，对于头部产品来说，行业的竞争较平和。

持续的稳定和增长和较平和的竞争环境，一定会带来盈利增加和产品更加优质的良性循环。

W:

优势和劣势往往就是正反面的关系，用户分布稳定会导致新型产品竞争强度大，难以进入市场，不过这也会促进新兴产品往更好的功能和用户体验方面发展，这反过来也是行业的优势。

O:

对于外部环境来说，由于疫情促进线上办公以及日常数据处理量的增加，都会导致用户在信息记录方面的需求增加，这对于笔记类行业的发展来说，是必然的机遇。

T:

相比于行业内部较稳定的环境，笔记类应用的外部威胁显得更多。由于笔记类应用核心功能乃至云储存、云协同等必要型需求都较为容易复制，大型的集成类办公软件如叮咚等，以及原始的文档类软件WPS、word等都有可能成为笔记类软件的间接竞品。而相比于这类功能更强的集成办公软件和文档处理软件，笔记类应用就显得有点单薄（参考xmind的产品发展历程和slack的成长）。

4. 行业发展展望

如上对笔记类应用的外部威胁分析，我个人认为以后的笔记类应用将会出现两种趋势：第一种是立足于很有代表性功能、精致出众设计的很纯粹的、偏生活型的笔记类应用。这类应用的策略是运营产品理念，培养品牌忠诚度很高的且相对小众的用户群体，这类用户的特点就是转化率高，忠诚度高，愿意为产品主动宣传；第二类笔记类应用，例如有道云笔记等核心功能偏业务化的应用，应该慢慢向集成办公类应用转化，增加更多偏业务、协同类的功能功能。这类型的应用策略应该是主打原始用户的转化、主打核心业务的宣传、主打B端产品市场。

3. 竞品选择

因为此次竞品分析的主要目的是对我自己的产品做功能和设计等方面的补充，所以竞品选择方面主要根据以上对行业发展展望的两个方向来选择，这样在功能、设计等方面得到的内容和视野就会更加广阔。对于偏生活类、设计功能个性化方向，选择比较有代表性的幕布；对于偏业务功能方向，虽然印象笔记更具有代表性，但是对于对国内生态的适配而言，还是选择有道云笔记来进行分析。

当然，我的产品是面向web端，所以选择两者的网页版进行体验和分析。

	幕布	有道云笔记
端口	网页版	网页版
版本	3.4.0	当前最新版本（无版本号显示）
浏览器	Safari	Safari

4. 竞品分析

1. 市场层面

1. 公司背景

现状：幕布和有道云笔记分别是字节跳动和网易旗下的产品，其中幕布是2018年被字节跳动全资收购。

	幕布	有道云笔记
公司	字节跳动	网易

分析：根据报告之前对笔记行业的分析可以知道，笔记类产品与B端产品在垂直领域千丝万缕的联系。因此不难解释包括字节跳动、讯飞等很多互联网企业开始向这个行业布局，以瞄准未来的B端市场。

2. 战略定位与目标用户

现状：幕布和有道云笔记在定位和目标用户方面还是有一定的差异性，进入两者的官网可以很清晰的看到两个产品对自己的市场和产品定位：

对于幕布来说，他的标语是极简大纲笔记，着重强调产品特有的笔记结构化功能，可以看出它的市场定位是偏向日常的知识笔记方面，他的目标用户群体主要是日常有知识记录需求和习惯的人群。

幕 布

首页 高级版 下载 精选 新功能 帮助

进入幕布

极简大纲笔记 | 一键生成思维导图

幕布，不只是大纲笔记，更是一种思考方式



而对于有道云笔记来说，无论是官网标语强调免费空间和高效办公，还是他的导航栏中的云协作和企业邮箱，都在强调有道云笔记的市场定位是日常的办公需求，他瞄准的目标用户是日常办公有信息记录和协作文档需求的人群。



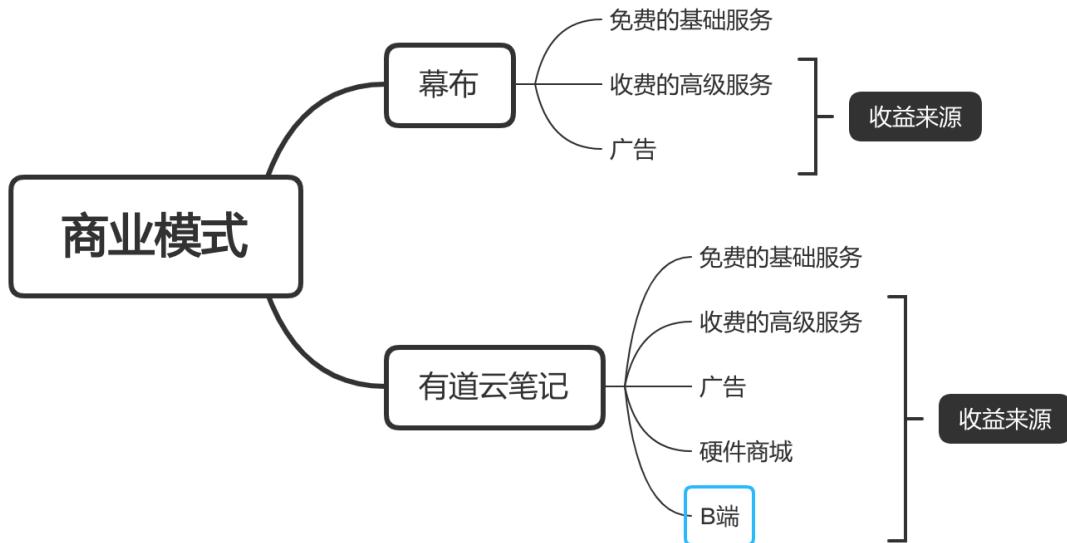
所以两个产品的战略定位和目标用户可以总结如下表：

	幕布	有道云笔记
市场定位	笔记	笔记、办公
产品定位	极简大纲笔记	超大空间的高效办公
目标用户	学生、知识型从业者等有知识管理需求和习惯的人群	有信息记录需求和协同办公需求的人群

分析：两个产品在定位和目标用户方面出现差异的主要原因是产品的核心功能和之后的运营方式决定的。首先，幕布的结构化笔记功能决定了它并不很适合协作办公这个应用场景，换句话讲就是，有道云笔记可以一定程度的代替幕布，而幕布不能完全代替有道云笔记。于是，基于这样的情况，幕布会选择突出自己独特的方面，即结构化笔记作为产品定位，去培养更忠诚的用户群体，而有道云笔记已经发展多年，在拥有很多使用笔记基础功能的用户基础下，为了产品的进一步扩张和商业化，选择通过“超大免费空间”、“高效办公”的全新市场定位，去赢得协同办公这一新市场和用户人群。总结来说就是：幕布当前的产品定位和目标用户是受到产品功能限制的结果，而有道云笔记当前的产品定位和目标人群是产品进一步发展的策略。

3. 商业业务模式

现状：幕布和有道云笔记的商业模式大致相同，产品都会提供免费基础服务和收费的高级服务，而收益都主要来源于用户购买高级服务和广告投放（有道云笔记对硬件商城引流所得到的盈利很少，B端产品正处于发展前期），但两者的定价策略还有存在差异，从官网显示的价格来看，幕布的高级服务价格相对低一点。



购买幕布高级版

选择套餐:

购买1月 ¥9	购买1年 ¥90 ¥108	购买3年 ¥199 ¥324
------------	---------------------	----------------------

立省125元

有道云笔记

云笔记 笔记会员 云协作 智能硬件 下载 企业邮箱 进入网页版

您好, 乳酸君029 14天会员试用
微信昵称: 乳酸君 升级为会员, 尊享更多会员特权

新用户专享
¥0.01 /连续包月 立即续费
免费试用14天

¥18 /1个月 立即续费

8折优惠
¥172 /连续包年 原价218
独享数据恢复功能 立即续费

有道云笔套装（智能笔+点阵本）

¥518.00 限时折扣 原价: ¥698.00

运费: 免运费
库存: 0 件

商品已下架 收藏 / 分享

支付: 微信支付 银行卡 支付宝

商品详情

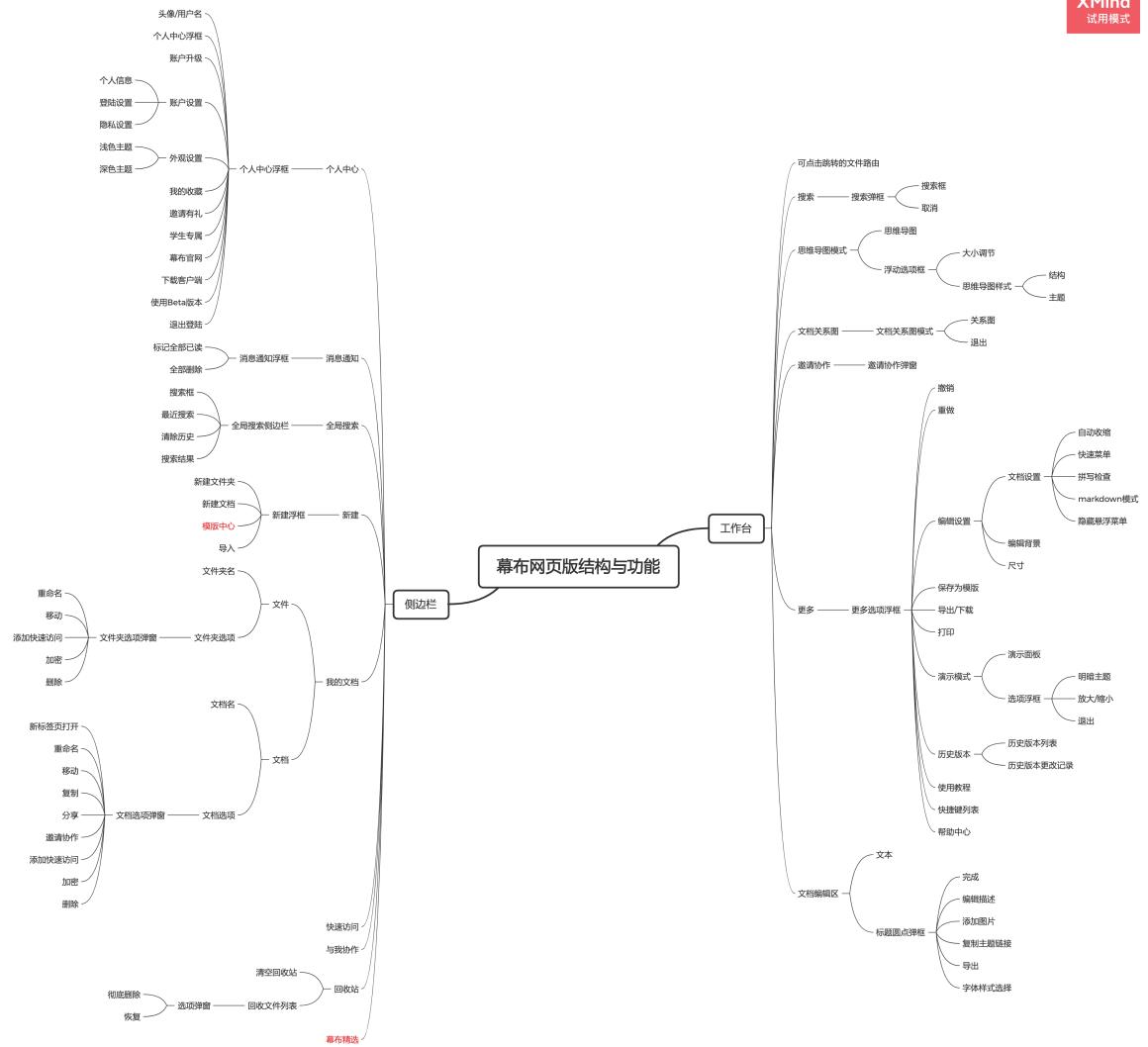
【vip用户专享】网易有道词典笔3 点读笔16GB
¥1099.0

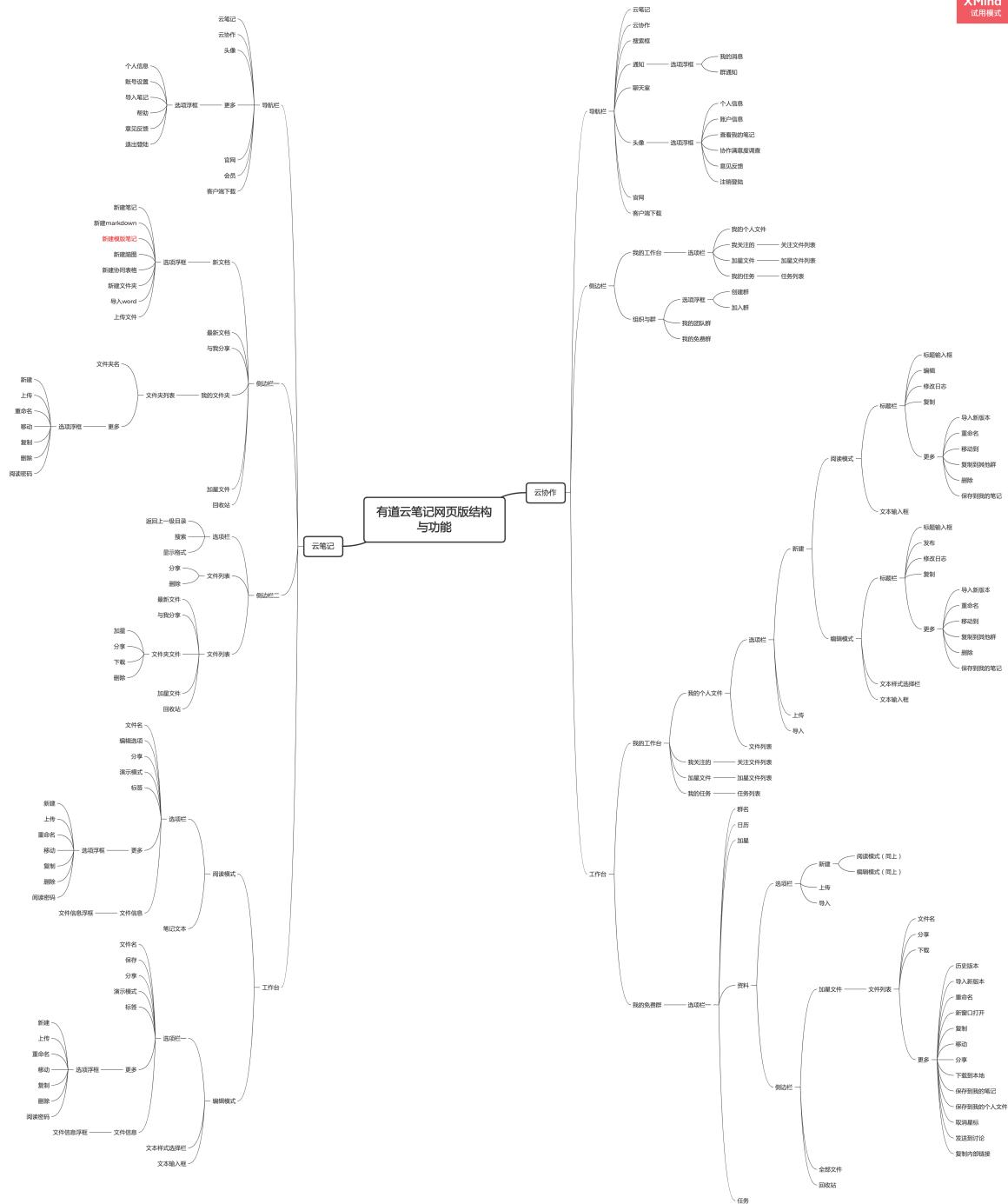
分析：其实不仅仅是幕布和有道云笔记两个产品，大多数的其他笔记类产品的商业模式也是基础功能+付费功能的模式。造成笔记类产品商业模式比较单一的原因主要还是因为这类产品很单薄、应用场景有局限性，也就是产品垂直分类太细太深了，没有办法围绕产品形成较大的产品生态。不过现在有道云笔记正尝试向B端发展，这是突破现有生态比较前瞻性的策略，也符合上述对笔记类应用未来发展的分析结果。

2. 产品层面

1. 产品结构和功能

现状：幕布和有道云笔记在产品层面的差异，首先从产品的结构和功能图中可以明显的感知到，两个产品的结构功能图如下图所示：

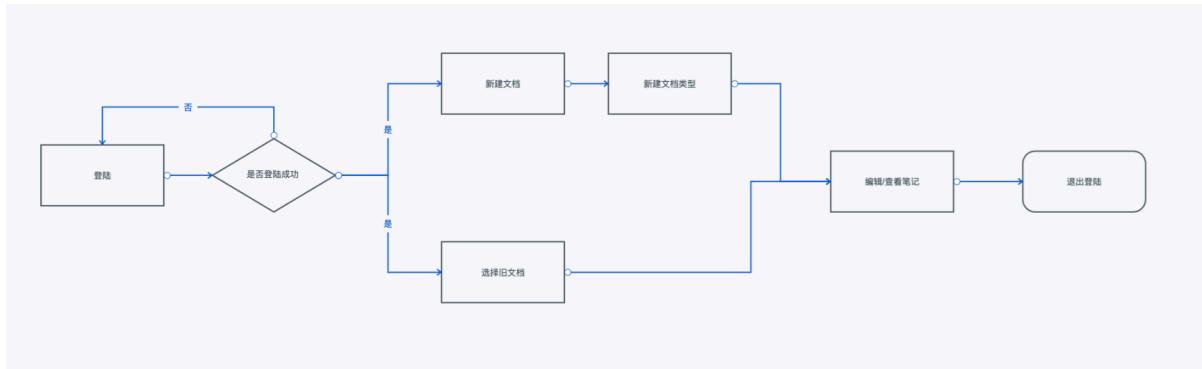




分析：首先，我们可以从图上看到，从两者相同的云笔记功能层面上来说，幕布的层级结构和有道云笔记层级结构相似，也就是说两者的功能路径相似，都设计的相对合理，而考虑到幕布的功能节点更多更细节，所以相对于云笔记的功能上，幕布是占有优势的；其次我们从图中可以注意到有道云笔记多了云协作这一大块功能，这是幕布没有的，而相对的，幕布也多出了幕布精选的入口；最后我们可以看到有道云笔记的云协作模块的结构层级很深，这代表产品的有些操作路径过于繁琐。总结就是两者云笔记功能设计合理，幕布的功能设计更加细节详尽，有道云笔记的云协同功能操作比较复杂，结论也比较符合我的真实体验。

2. 产品流程

现状：幕布和有道云笔记两者的核心业务流程大致相似



分析：由于笔记类产品的核心业务比较单一，所以可以解释同类型产品的业务流程都大致相同，正如之前所说，该类产品的核心竞争在于功能点的创新和交互体验上。

3. 产品设计、交互

虽然从产品结构和核心功能的流程来说，两个产品相差无几，但是当一切体现到设计和交互层面时，就可以发现两者有很大的不同，首先从两个产品的整体设计布局上来讲：

第一，幕布采用黑白紫作为主题色，有道云采用灰白蓝作为主题色；第二，幕布按钮的不同状态对应的颜色和透明度都很有区分度，体现出有节奏的层次感，而有道云笔记的多种状态下的颜色透明度和颜色都非常接近；第三，幕布多采用圆角矩形的设计，而有道云笔记多采用直角矩形；第四，幕布的页面大致布局相当清晰和有节奏，右边的侧边栏、大面积的工作台区域上方是比较小却很实用的功能选项，总体上给人一种很轻快，思维很开放的感觉，而有道云笔记的布局相对来说就很笨重，不仅有一个导航栏、两个侧边栏，减小了工作台的区域，而第二个侧边栏区域上还有一个选项栏、搜索框，导致整个页面都显得很紧凑。总的来说，幕布的配色、空间设计和布局设计都更有设计感和空间感，整体偏严谨却有不呆板，和他整体的产品定位和目标用户都很对口，而有道云笔记界面偏冷色，界面紧凑，感觉上来讲是比较呆板的。



The screenshot shows the Youdao Cloud Note interface. On the left is a sidebar with navigation options like 'New Document', 'Recent Documents', 'Share', 'My Folders' (with 'C Language Basics' selected), 'Tags', 'Starred Files', and 'Recycle Bin'. The main area displays a document titled 'day2.md' with the content 'day2'. Below the content, there's a code block with C language code and a section for integer variable input/output. At the bottom, there's a note about defining octal constants with '0' and hex constants with '0x'.

然后我们对比几个重要的设计交互解决方案和细节：

首先是不常用的功能处理，在幕布中，大多应用场景不多的功能都被集成到了点击侧边栏用户名后的浮框中，而有道云笔记是选择使用顶部导航栏的方式，导航栏提供了云笔记和云协同的入口，以及头像、官网、客户端和高级会员的入口，这样的布局一定程度上会起到引流的作用，然而也会导致额外的空间布局，压缩产品核心功能文档列表和工作台的空间。除去如上所述应用场景不多的功能处理外，幕布和有道云笔记中涉及到大量的同层级功能选项，两者选择的解决方案都是通过选项浮框来集合功能选项，如下图所示，幕布的浮框同样采用黑白紫三色和圆角边框，有道云笔记的浮框采用灰白配色和直角边框，两者在浮框的风格上都契合整体的产品风格与设计。

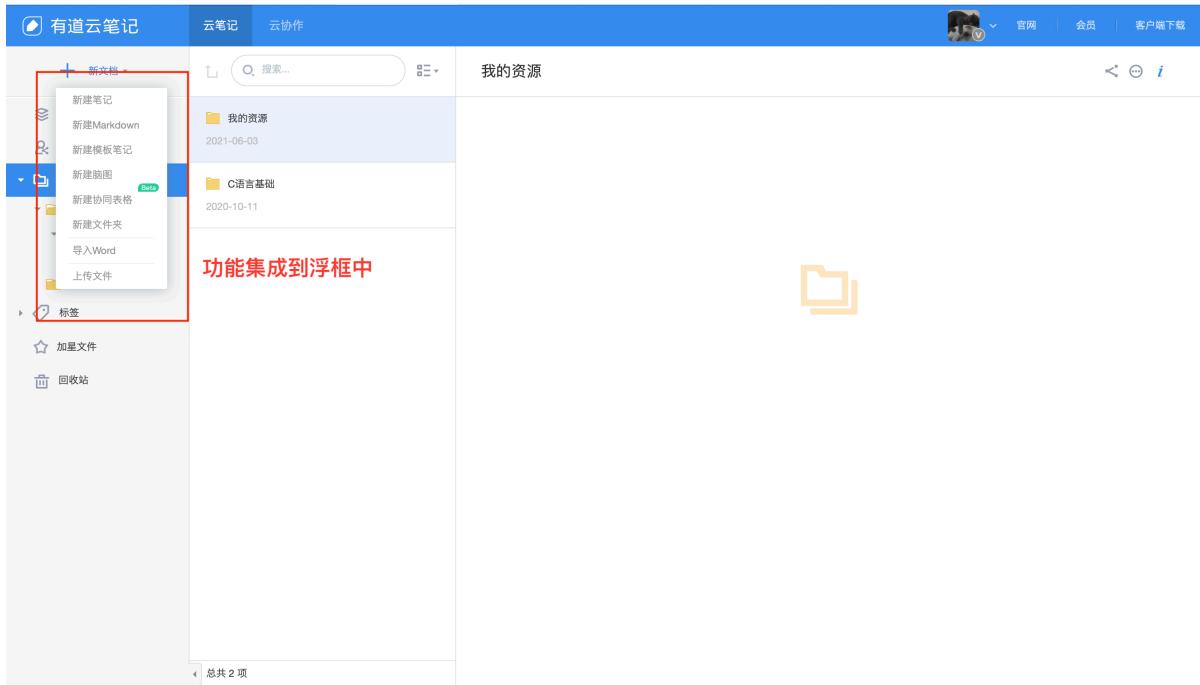
The screenshot shows the Mu布 (Mub) interface. On the left is a sidebar with a red box highlighting the user profile section, which includes account settings, appearance settings, favorite items, and invitation rewards. The main area shows a document titled 'test' with the content 'test'. Below the content is a bulleted list: '• 啦啦啦啦啦啦啦', '• 啦啦啦啦啦啦啦', '• a时代就卡电话卡大数据', and '• 金山大道上了卡就到啦'. A red box highlights this list with the text '不常用的功能集成到点击用户名后的浮框中'.

大部分不常用的功能放入了顶部导航栏，占有产品整体空间

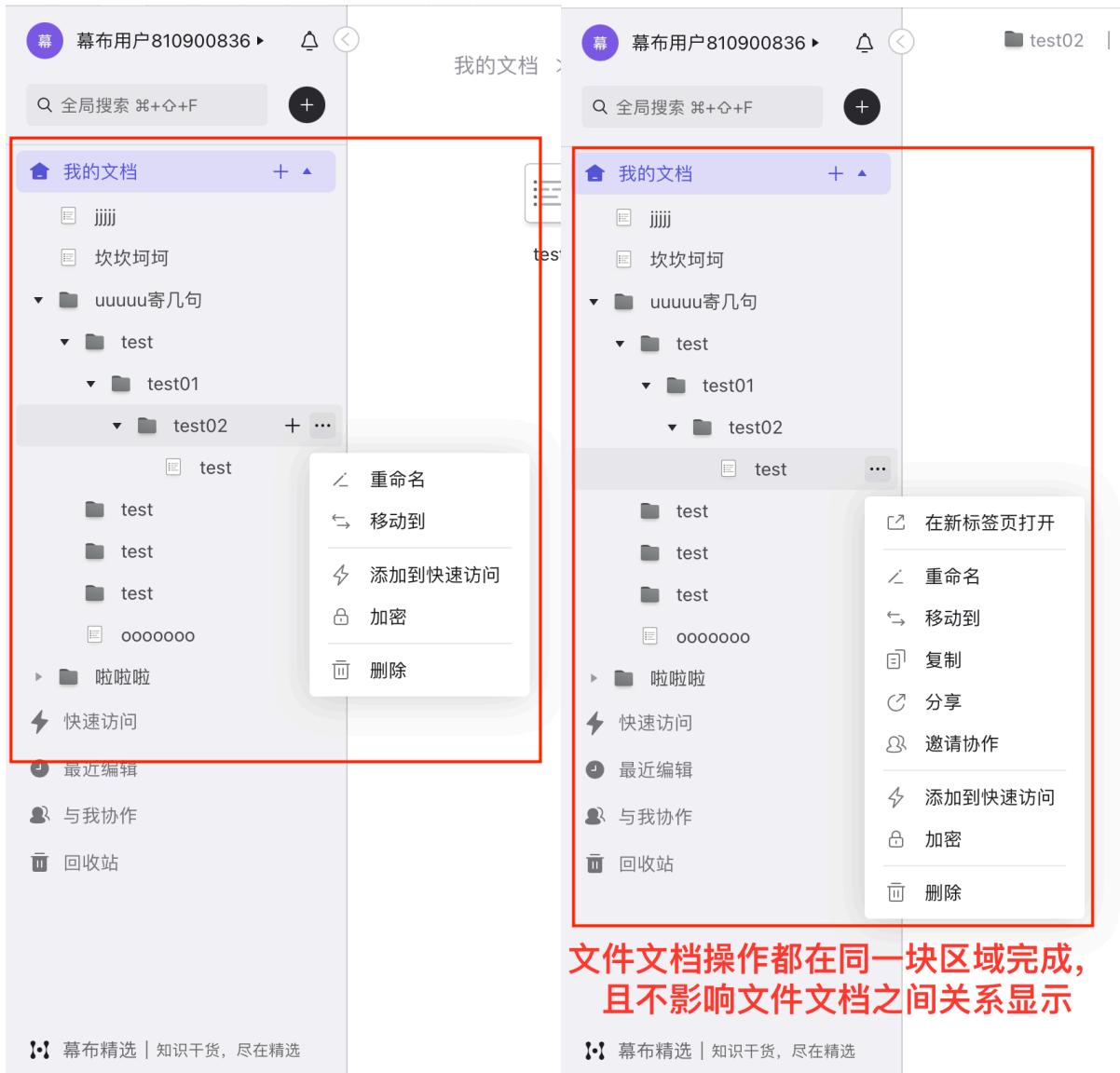
The screenshot shows the Youdao Cloud Note interface. At the top, there's a navigation bar with icons for user profile, '官网' (Official Website), '会员' (Member), and '客户端下载' (Client Download). Below the navigation bar is a main content area divided into sections: '我的资源' (My Resources) on the left and '我的资源' (My Resources) on the right. The right section displays a list of files, with one item highlighted: 'C语言基础' (C Language Foundation) from 2020-10-11. A large orange folder icon is positioned below this list. On the far left, there's a sidebar with links like '新文档' (New Document), '最新文档' (Latest Documents), '与我分享' (Share with Me), '我的文件夹' (My Folders) (which is expanded to show 'C语言基础' and its sub-folders 'test' and 'test'), '标签' (Tags), '加星文件' (Starred Files), and '回收站' (Recycle Bin). A note at the bottom of the sidebar says '总共 2 项' (Total 2 items). At the bottom right of the main content area, there's a note: '大部分不常用的功能放入了顶部导航栏，占有产品整体空间' (Mostly unused features are placed in the top navigation bar, occupying the overall product space).

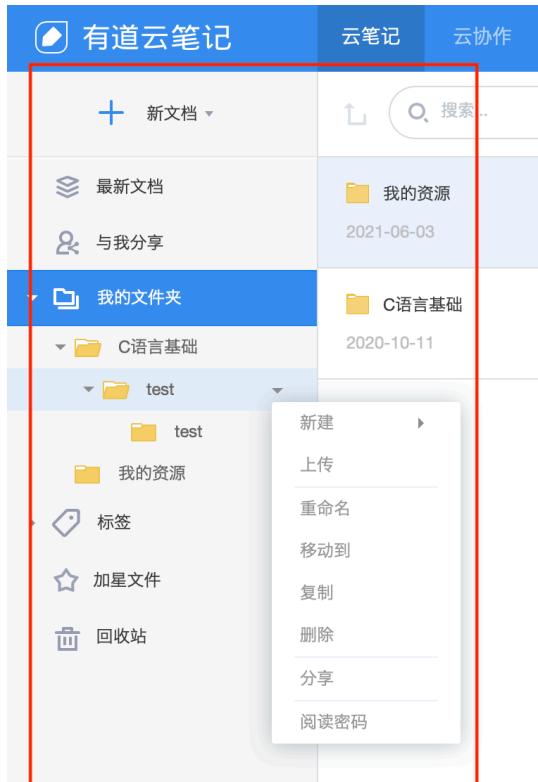
功能集成到浮框中

This screenshot shows the Ma布 (MaBu) interface. On the left is a sidebar with '我的文档' (My Documents) containing various folder and file entries. The main area shows a hierarchical document tree with a document named 'test02' selected. A red box highlights a floating context menu that appears over the document tree. This menu includes options like '新建文档' (New Document), '新建文件夹' (New Folder), '模板中心' (Template Center), '导入' (Import), and '导出' (Export). The 'Import' section of the menu is expanded, showing options for 'OPML', 'FreeMind', and 'XMind'. A note at the bottom of the sidebar says '总共 2 项' (Total 2 items). A note at the bottom right of the main content area says '功能集成到浮框中' (Functions integrated into floating boxes).



然后是文档系统，幕布中的文档系统采用的是嵌套排布的展示方式，而有道云笔记采用的是分层的展示方式，相对的来说，嵌套的排布方式和分层的排布方式在展现文档文件夹之间的关系上效果都差不多，但是潜逃的排布方式可以将所有文件夹和文档都放在一个侧边栏中，这样不仅节省了大量的空间，而且在对文件夹、文档操作时，鼠标只需要上下移动就可以对所有文档文件夹进行相关操作，而在有道云笔记中，分层结构导致文件夹和文档分离开，当操作文件夹和操作文档时，需要不断的左右上下移动鼠标，体验相对就不是很流畅。





文档操作

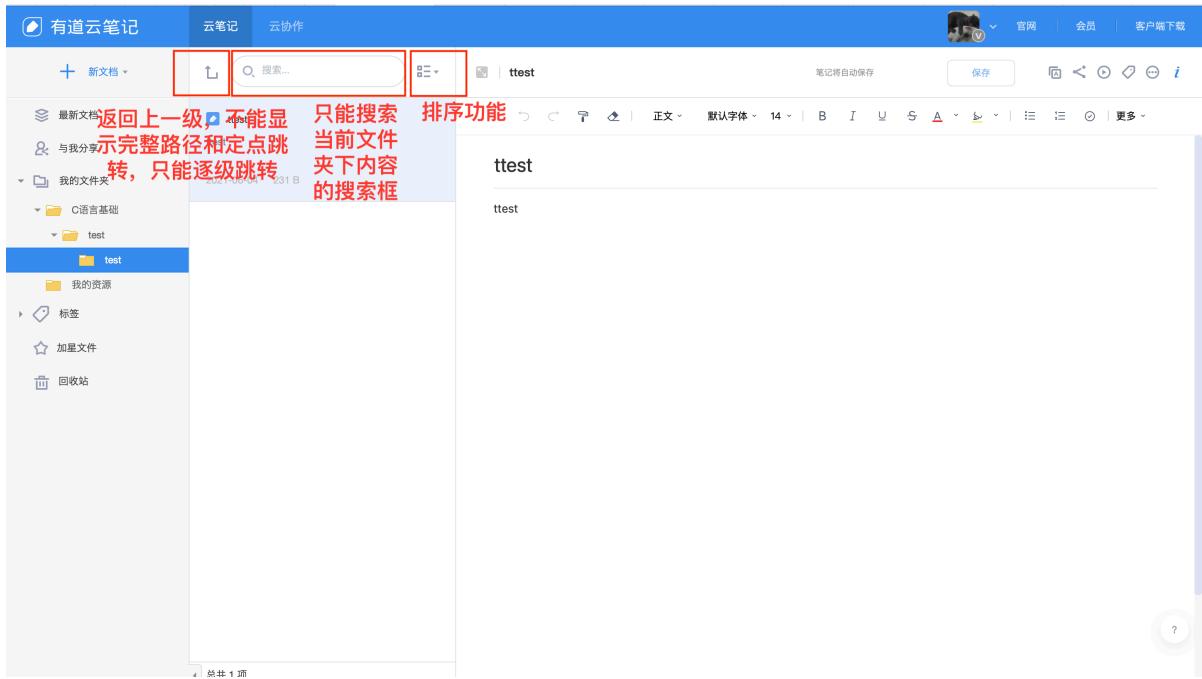
A screenshot of the Youdao Cloud Note interface. The left sidebar shows the same file structure as the previous screenshot. In the main area, a document titled 'tttest' is listed with details: '2021-06-04' and '231 B'. A context menu is open over this document, listing options: 加星 (Star), 置顶 (Top), 重命名 (Rename), 移动到 (Move to), 复制 ⌘C (Copy ⌘C), 删 (Delete), 导出为Word (Export to Word), 分享 (Share), 发送到云协作 (Send to Cloud Collaboration), 复制引用链接 (Copy Reference Link), 阅读密码 (Read Password), and 查看历史版本 (View History Version). The document preview and the context menu are highlighted with a red box.

这里是文档操作



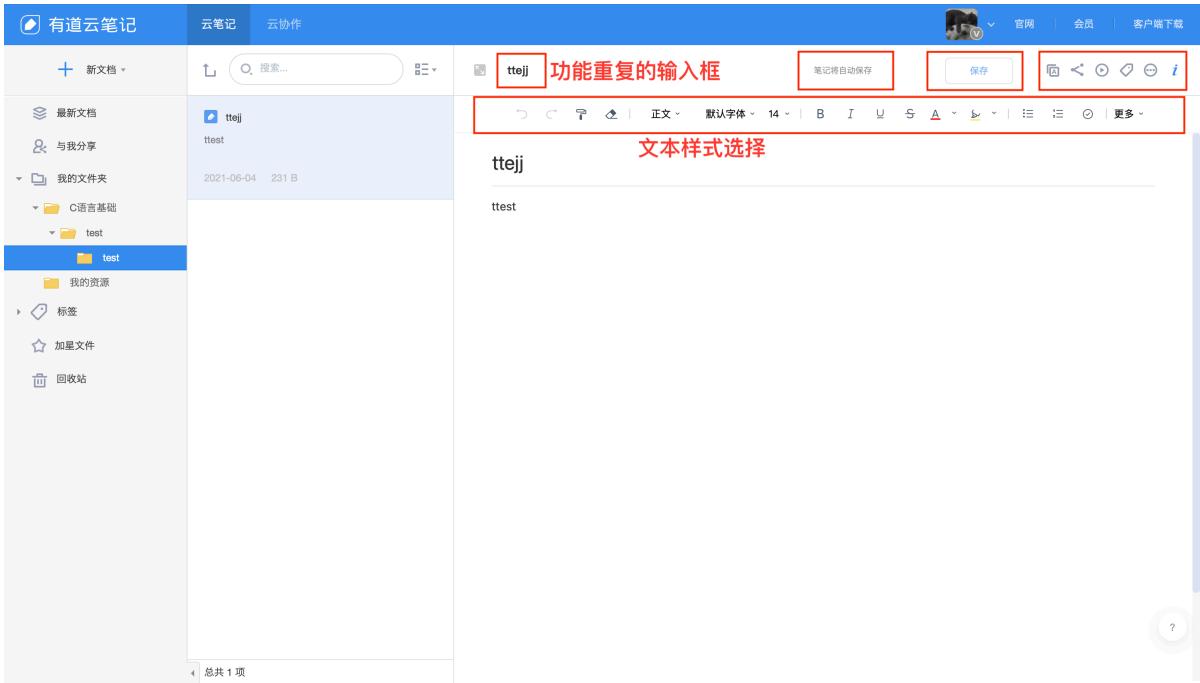
之后是文档的路由导航、搜索功能和排序功能，首先，在幕布和有道云笔记中都有文档的路由导航功能，其中幕布是设计成文字的方式和排序功能一起放在工作台顶部，点击文字可以跳转对应文件路径，而有道云笔记中则是将这个功能设计到一个返回上一级的按钮上，和搜索框、分类排序按钮一起集成到文件侧边栏的顶部。相对来说，幕布的设计更完整的实现了路由功能（有道云笔记如果嵌套多个文件夹就无法实现定点跳转，而是只能实现逐级跳转）。其次，在搜索功能上，幕布通过全局搜索框的形式，将搜索框放置在侧边栏上方，是很合理的设计，且可以实现文件夹、文档的全面搜索，而有道云笔记的搜索功能只能搜索当前文件夹的内容，且放置在文件侧边栏的顶部，相对于幕布的搜索设计，不仅功能受到了阉割，而且还占了地方，让布局更拥挤，所以就这三个功能来说，幕布的设计布局更优秀。

A detailed screenshot of the MoBo software interface. On the left, there is a sidebar with a search bar at the top labeled "全局搜索" (Global Search) with a keyboard shortcut "Ctrl+F". Below the search bar is a tree view of file paths: "我的文档 > uuuuu寄几句 > test > test01 > test02". To the right of the sidebar, the main workspace shows a hierarchical file structure with several "test" files and a "uuuuu寄几句" folder. A red box highlights the search bar. In the center, a red box highlights the breadcrumb navigation path. To the right, another red box highlights a "自定义排序" (Custom Sort) button and a "文件的排序功能" (File Sorting Function) label. At the bottom right of the main workspace, there is a circular help icon with a question mark.



最后是最重要的文本编辑区域，也就是工作台。幕布的工作台相当的间接，只有顶部的路径和功能按钮组成，且两部分在配色和设计上呈浅色，视觉上加大了工作台的区域，显得十分便捷。虽然视觉上简洁，但是功能却很丰富，大都在简单的二级操作后，例如，常见的文本样式选择只需要选中文字就会自动弹窗文本样式浮框。而有道云笔记的工作台由三部分组成，顶部栏有输入框可以显示和修改笔记标题，然后下面的文本编辑部分的标题栏也是一样的功能，所以显得很多余，其次顶部栏有笔记将自动保存的提示文字，旁边仍然有手动保存按钮，也显得有点主次不分，顶部栏之后还有一部分放置了一些功能图标，跟幕布功能没有差别。顶部栏下面有一个文本样式的额选择栏，这个栏在幕布中是设计成文字选中后的选项浮框中，虽然有道云笔记这样的设计会减少用户的学习成本，但实际上这样的学习成本本来就很低，换来的是更为简洁的页面和操作。综上所述，在工作台区域，幕布的设计更为实用、简洁和美观。





4. 运营方向与策略

一个产品的运营方向往往是通过确定该产品在该阶段的发展战略也就是该阶段的产品定位设定的，而一个产品的产品定位最终体现在产品的当前设计中上，所以我们可以透过产品的功能与设计去洞察运营的方向，通过分析产品在运营方向上作出的动作分析运营的策略。

首先，如之前对行业未来发展趋势得出的结论，笔记类应用将向专注于笔记功能，迎合有知识整理和记录需求和习惯的人群的方向发展，以及向集成办公功能，目标有协同办公，信息记录的方向发展。而幕布和有道云笔记就是这两个方向很典型的产品。

从幕布的角度上看，幕布属于新兴的笔记类产品，在头部市场分布稳定的情况下，通过独特的大纲笔记走进人们的视野。然而，尽管幕布有独特的功能点，但是在基础用户的竞争上还是力不从心，所以幕布的产品定位很明确，就是扩大自己独特的优势，去培养忠于幕布这个品牌的、有知识整理和记录需求和习惯的用户群体，这也就是幕布的运营方向。这一点也体现在了幕布的产品功能与设计上，幕布的功能专注于知识记录，功能设计的很细致，而产品本身设计上从配色到操作都很简洁很优雅。除去产品本身的方向性，幕布的精选社区的运营以及学生特权的活动也印证了这样的方向：通过对幕布精选社区的运营，很大程度的提升了用户的活跃度和品牌壁垒，这是很重要的运营方式；学生特权活动很明确的展现了幕布的目标用户群体，通过这样的活动能很好的为产品引流、形成产品依赖和形成品牌壁垒。

The screenshot shows the MoBo (幕布) mobile application interface. At the top, there's a navigation bar with icons for search, notifications, and user profile. Below the navigation is a horizontal menu with categories: 推荐 (Recommend), 蔡布五周年 (MoBo 5th Anniversary), 校园学习 (Campus Learning), 考研专区 (Graduate School Entrance Exam Special Zone), 蔡布技巧 (MoBo Skills), 读书笔记 (Reading Notes), 资源清单 (Resource List), 行业资料 (Industry Materials), 个人成长 (Personal Growth), 互联网 (Internet), 理财金融 (Finance), 心理学 (Psychology), and 更多 (More). The main content area features several promotional banners: "幕布读书月" (MoBo Reading Month) with a "点击查看" (View Details) button; "幕布精选提交指南" (MoBo Selected Submission Guide); and "幕友使用技巧分享" (Share of MoBo User Techniques). Below these are two article cards: one titled "婚礼 | 如何办一场自己喜欢的婚礼?" (Wedding | How to Plan a Wedding You Like?) by "晨型人Gloria" with 22 views and 1344 likes; and another titled "最全刑法框架图" (Comprehensive Criminal Law Framework Diagram) by "Griez" with 60 views and 1976 likes. To the right, there's a "热榜" (Hot List) section with four items: 1. 刘晓艳写作笔记整理 (Written Note Organization by Liu Xiaoyan) by "晓谷"; 2. 高维度思考法——读书笔记 (High-Dimensional Thinking Method —— Reading Notes) by "Gini"; 3. 怎样找免费的市场调研报告 (How to Find Free Market Research Reports) by "恰好"; and 4. 世界历史最强总结! (The Strongest Summary of World History!). The bottom half of the image shows a large promotional banner for "校园福利专场" (Campus Welfare Special Edition) with the tagline "助力学生备考复习, 0元领取幕布会员" (Help students prepare for exams, get MoBo membership for free). The banner features illustrations of a boy flying a paper airplane and a girl holding a pencil.

从有道云笔记的角度上看，它的运营方向和运营方式又是另外一回事了。首先，因为有道云笔记上线的非常早，通过早期的发展已经积累了很多基础用户，所以一定程度上看，有道云笔记的功能与设计是相对老旧的，而现在它的发展战略是提高商业化程度，提高用户的转化率，所以基于这样的战略，有道云笔记开始转变主要方向，侧重布局to B的企业办公方向，相对应地它的运营策略也会跟着转变：通过将云协作功能的入口放置在导航栏，以及通过免费群的方式，让用户体验云协作的一部分功能来引流用户，而由于有道云笔记的基础用户很多，这样的运营策略是很合理的。

The screenshot shows the Youdao Cloud Collaboration interface. On the left, there's a sidebar with '我的工作台' (My Workbench), '组织与群' (Organizations and Groups), and a list of groups: '我的团队群', '我的免费群', and '我的免费群' (selected). The main area has tabs for '云笔记' (Cloud Notes) and '云协作' (Cloud Collaboration). A search bar is at the top right. Below it, there are buttons for '新建' (New), '上传' (Upload), and '导入' (Import). The '资料' (Materials) tab is selected. In the center, there's a file list titled '暂无公告' (No announcements) with a '全部文件' (All files) section. The list includes a file named '初步了解有道云协作' (Introduction to Youdao Cloud Collaboration) from June 3, 2021. On the right, there's a sidebar with a message history from Youdao Cloud Collaboration, including messages about new notes, file sharing, and introduction to the tool. There are also icons for reply, forward, and send.

5. 总结

由于这一次的竞品分析主要是为了补充自己的产品功能和设计上的不足，所以先总结笔记类产品在功能和设计上的应该注意的地方：

1. 尽量采用严谨又不失轻快的配色方案
2. 按钮等各种状态要保持同色系，采用不同透明度等方法来体现层次感
3. 灵活采用浮框的设计来集成繁杂的功能，简化整体的布局
4. 文件系统采用嵌套的方式来提升产品使用的流畅度
5. 产品的功能要立足于当前的定位，MVP版本的话也要有核心的功能

其次通过竞品分析也看到了两种类型的笔记产品在产品市场方面不同的方向，所以对市场方面也做一点总结：

1. 市场增长方面：

1. 通过社区的方式丰富产品的生态，起到引流和形成品牌壁垒的效果
2. 通过向目标用户群体提供优惠来引流

2. 盈利方面

1. 通过向用户提供免费的高级功能体验来提高用户的转化率
2. 通过向品牌实体商城引流来提高盈利能力

3. 关于笔记应用生态的思考

第三点基于我自己对笔记类软件生态的想法：

1. 市场扩张方面可以可以通过与其他学习软件如英语学习软件、乐器学习软件、编程学习软件等合作，也可以和在线视频教育的平台合作，起到引流和丰富生态的作用。
2. 市场盈利方面，可以通过树立产品品牌，建立相关的文具品牌、文化衫等来扩大商业生态。
3. 之前提到过对笔记类应用向纯知识管理和to B的企业办公方向发展，我的想法是，笔记类产品是否还可以向在线教育领域转型，特别是纯知识管理的笔记应用在协同笔记功能、用户方面已经具备了天然优势的情况下，如果产品官方推出“课程+配套笔记+在线管理作业”的教育模式，是否能成功转型呢？