

- 1. 调研背景和目的
- 2. 用户、场景、需求
- 3. 产品逻辑
- 4. 产品功能结构
- 5. 典型页面和关键交互
 - 5.1. “发布视频”典型页面及其交互介绍
 - 5.2. “观看视频”页面交互及其介绍
- 6. 产品数据表现
- 7. 产品迭代/运营路径
 - 7.1. 产品迭代
 - 7.2. 运营路径
 - 7.3. 其他
- 8. 结论报告

调研背景和目的

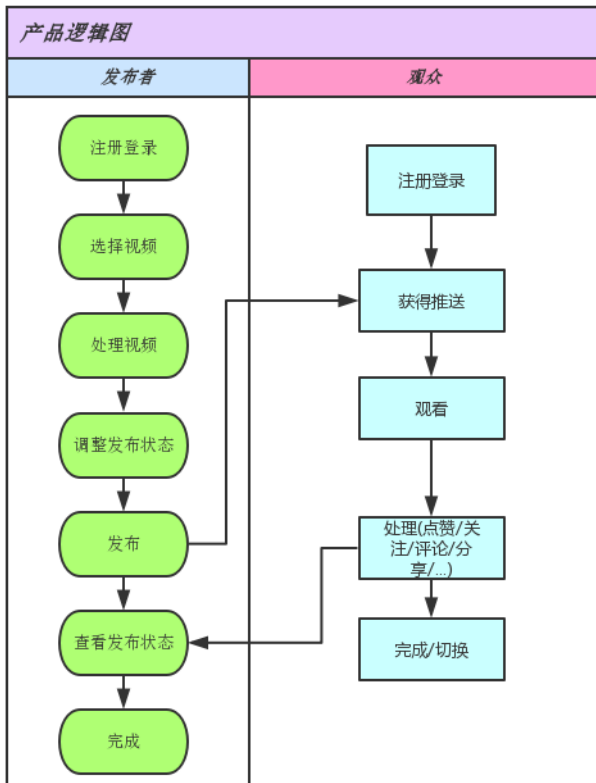
- 抖音产品的用户短视频发布的功能流程，获取该功能的业务流程，对比美拍视频的业务逻辑，

用户、场景、需求

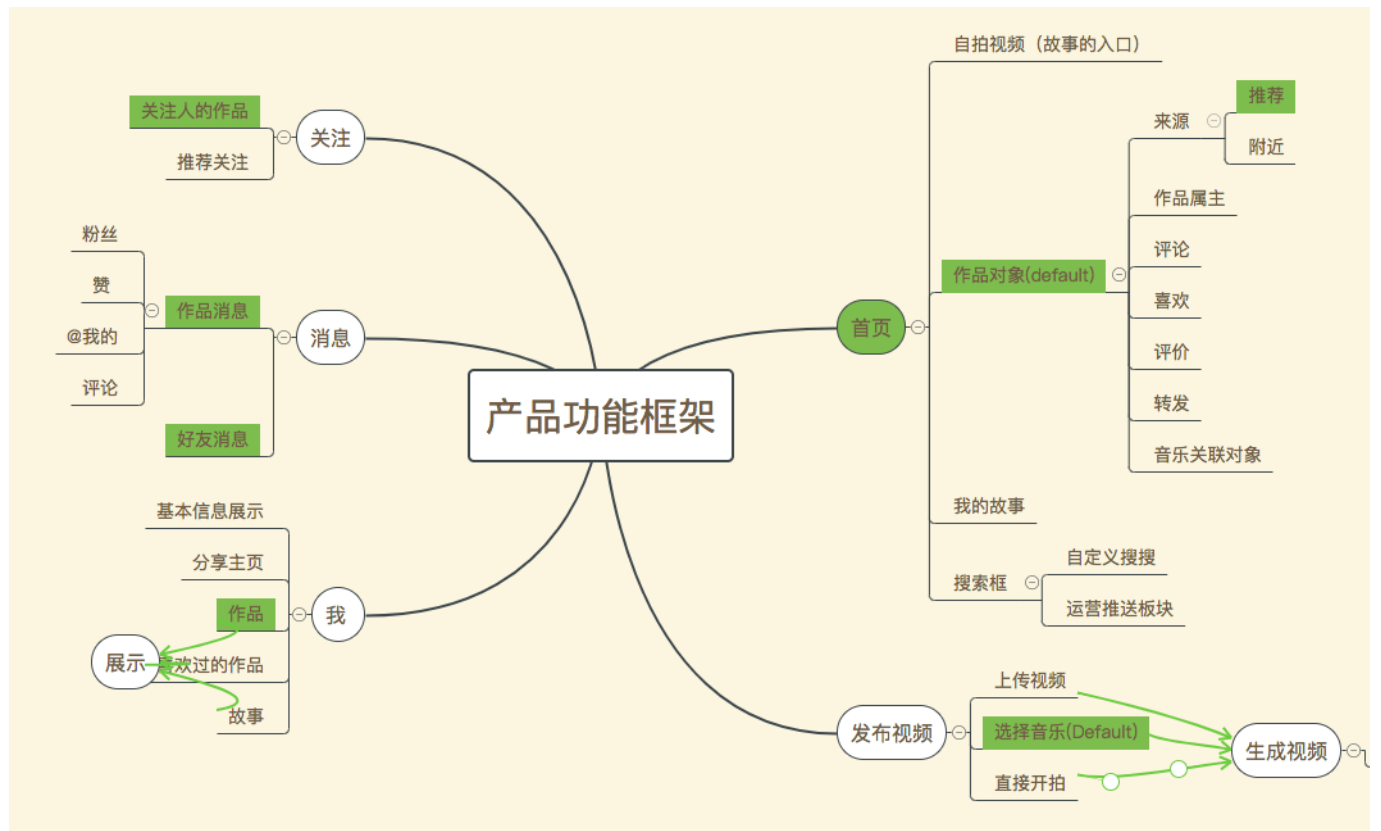
用户	使用场景	满足的需求
发布者	生活中的趣事需要分享，让更多人认识自己，扩大社交圈，碰到有趣的事儿，分享自己专长领域的技能，自己的一些产品需要宣传打广告	满足虚荣心，获得认可，刷存在感，获得商业利益
明星/网红	自己的某些作品需要宣传渠道，	圈粉，获得商业利益，扩大自己影响力
目的型观众	想了解某一领域的技能或者知识，想认识更多异性朋友，想在和别人聊天的时候有更多话题，对某个明星特别感兴趣	获取知识，获得愉悦感，达到自己目的，了解更多潮流话题动向，满足自己
休闲型观众	茶余饭后没事儿干	打发时间，获得快乐，获取最新潮流话题动向，别人分享的趣事愉悦或者满足自己

产品逻辑

- 1. 其中数据流向主要是
 - 发布者的“视频的发布”—>观众的“观看”
 - 观众的反馈—>发布者的发布状态
- 2. 其数据的汇合点在：“已发布的视频”的展示界面



产品功能结构



典型页面和关键交互

“发布视频”典型页面及其交互介绍

- 交互主体流程
 - 选择发布视频

2. 选择音乐
3. 开始拍摄
4. 发布

- 其他

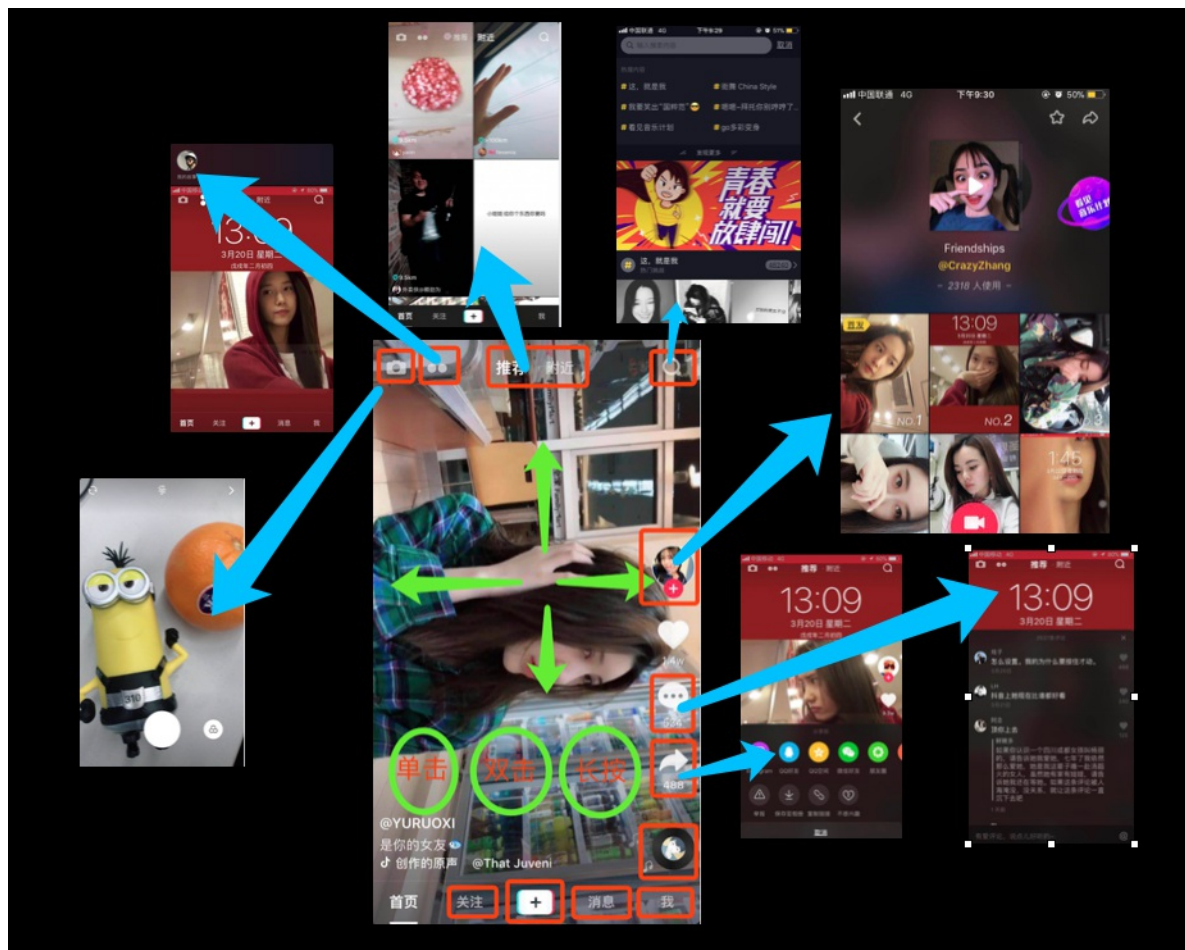
1. 发布视频在屏幕最中间的一个加号放大反色展示给用户，主体功能入口辨识度高。
2. 页面二中，包含视频来源方式的选择，和音乐类型筛选等其他视频辅助功能
3. 页面三开始录影，可停顿，可中断，可编辑，可修饰
4. 整个视频的发布状态，权限，说明等展示，和朋友圈挺像，哈哈



“观看视频”页面交互及其介绍

观看视频，也是抖音的默认主页，也算是交互功能最丰富的页面，其按键方式包含手势和button两种类型，功能涉涉及到自身功能的子功能，及其他界面的简易入口。

- 功能交互支持包含
 1. 快速拍摄(左滑)
 2. 推荐方式选择
 3. 切换视频(上下滑动)
 4. 操作视频，包括评论，转发，赞，不喜欢，暂停
 5. 音乐来源入口
 6. 作者界面入口（右滑）
 7. 等等



产品数据表现

用户的使用数据
用户表现

产品迭代/运营路径

产品迭代

详见附件1，附件2

运营路径

1.1.0版本的微信和QQ就开始有其他平台分享的动作，之后的子版本中都出现有：音乐、挑战、美拍分享等功能，运营在产品的探索期尝试加入“产品自推广”，也算是运营小活动吧

1.5.0版本之前，产品的主体功能优化并没有达到推广的预期，在此前的运营事件一直比较少。

1.6.8版本：新年第一个子版本，在关键功能的优化实施了近半年后，运营跟风有奖答题游戏，借机推广一波，该版本更值得注意的是，添加【私信】功能，此功能更是能借势加入其社交功能。

1.7.4版本：春节上线版本，红包功能，再拉一波用户

其他

抖音短视频，其产品本身并不对视频做分类，用户只能被动接受其推送，通过喜欢或者不喜欢，附近、热榜、抖音后台算法对用户实施推送，用户没有自我选择视频分类的功能。

结论报告