



竞品分析

微信读书

VS

网易蜗牛读书

目录

CONTENTS

- 1.竞品选择与信息对比
- 2.用户画像分析
- 3.产品定位分析
- 4.市场对比分析
- 5.产品体验
- 6.产品总结与优化

1.竞品选择与



(数据来源于艾瑞网)

软件名称	 网易蜗牛读书	 微信读书
开发商	广州网易计算机系统有限公司	腾讯科技(深圳)有限公司广州分公司
软件平台	Android & iPhone/iPad	Android & iPhone/iPad
首发时间	2017.02.28	2015.08.27
更新时间	2019.12.3	2019.12.13
最新版本	1.9.6	4.4.4
软件语言	简体中文	简体中文
软件大小	31.4M	40.2MB



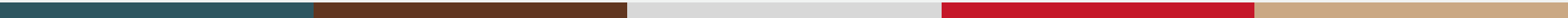
微信读书

微信读书是一款基于微信关系链的社交+阅读的移动端阅读应用，在为用户提供极致阅读体验的同时为用户推荐书籍，查看好友读书动态及与好友讨论在读书籍等。



网易蜗牛读书

网易蜗牛读书则是为同样热爱阅读的用户构建由“领读人”荐书的全方位立体化的阅读社区，在满足不同阅读层次用户的阅读需求的同时提供沉浸、简洁的移动端阅读应用。



2.用户画像分析

(数据来源于艾瑞网)

使用人群年龄占比

使用人群性别占比

使用区域占比前十个城市



A hand holding a black smartphone against a sunset background. The phone's status bar is visible at the top, showing icons for battery, HDR, rotation lock, and camera. A large red rectangle is overlaid on the phone's screen, containing the white text '3.产品定位分析'.

3.产品定位分析

3.1 微信读书

官方品牌介绍

微信读书——让阅读不再孤独

产品理念

关键词：阅读+社交（依托微信）

微信读书主打社交读书，让阅读不再孤独



3.2 网易蜗牛读书

官方品牌介绍



网易 蜗牛 读书

时间出新知

深受读书人喜爱的App

简洁、品质、便捷的互联网读书体验提供者
与万千读书人共建立体化、全方位的文化共同体
我们不改变潮流的方向，让读书与思考成为潮流的方向

App Store 2017 年度精选

豌豆荚设计奖 2017 年度应用

产品理念

关键词：时间出新知

网易蜗牛读书以时间为维度，售卖时间，各领域的
读书达人作为领读人

3.3官方特色介绍



微信读书

【精心打磨的阅读体验】

【和好友发现优质好书】

【和好友讨论交流碰撞】

【和好友比拼阅读时长】



网易蜗牛读书

【每天免费一小时】

【海量优质出版书】

【各种分类精品书】

【领读流问答评论】

【全新记事本模式】

【全新的共读功能】

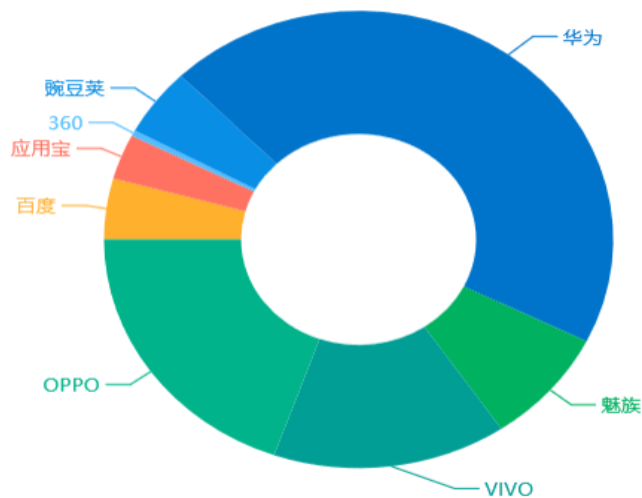
【个性化阅读器】

4.市场对比分析



4.1 在各大主流应用市场下载量对比(Android) 微阅读 蜗牛读书

网易蜗牛读书累计下载渠道分布



百度 应用宝 360 豌豆荚 华为 魅族 VIVO OPPO

累计总下载量: **27,440,030**

近30天日均下载量: **39,089**

4.2 在各大主流应用市场评分对比 (Android)

- 微信读书均分:5.2
微信读书的用户量较庞大，部分安卓用户反映软件会有卡顿、闪退等现象；
- 网易蜗牛读书均分:5.4
网易蜗牛读书用户量较少，但用户评分较高,对产品比较满意。



市场对比情况分析

目前在安卓市场，网易蜗牛读书仍处于较为小众的地位，下载总量和月独立设备数远少于微信读书，排名也较低。

主要原因：

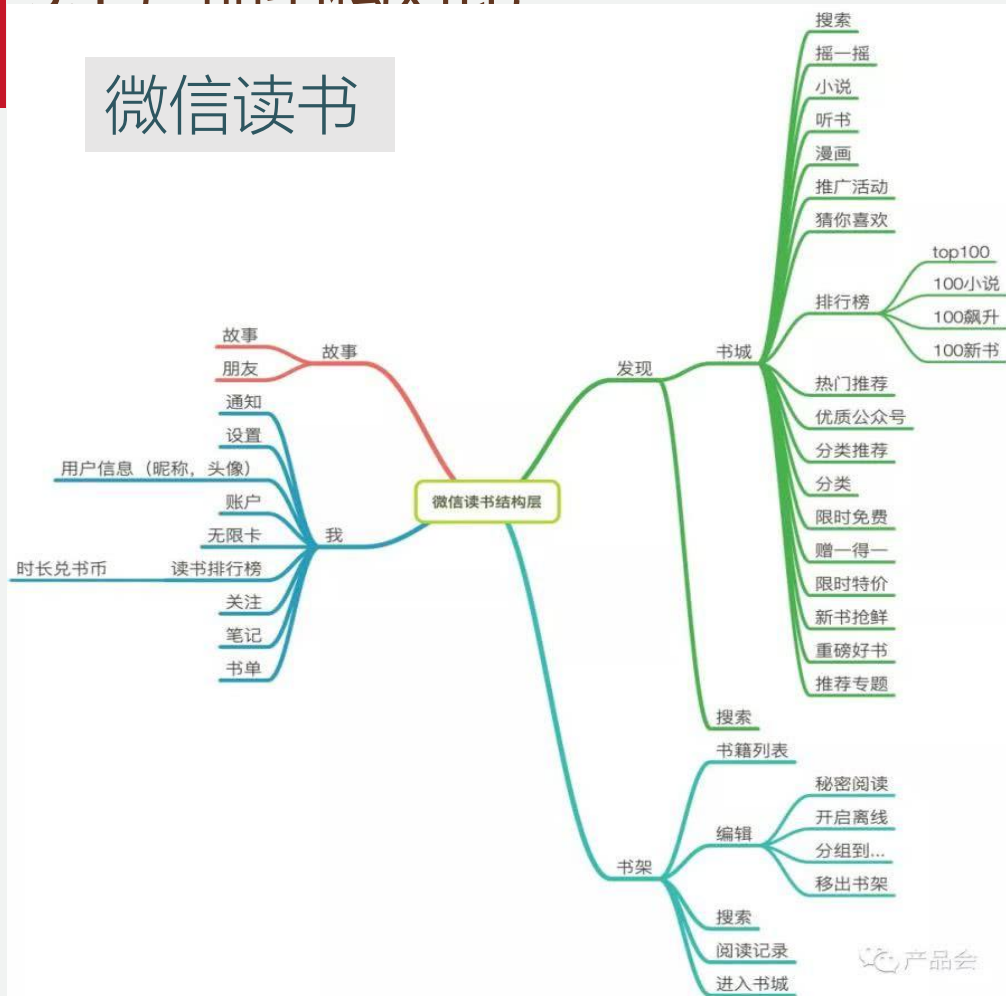
1. 微信读书早一年半进入市场，网易蜗牛读书吸引用户遇到困难。
2. 微信读书背靠腾讯，定位在社交阅读社区，微信读书比网易蜗牛读书具有优势。

因此，网易蜗牛读书需扩大知名度，增加产品推广，扩大阅读人群，实现付费用户的增加。

5.产品体验



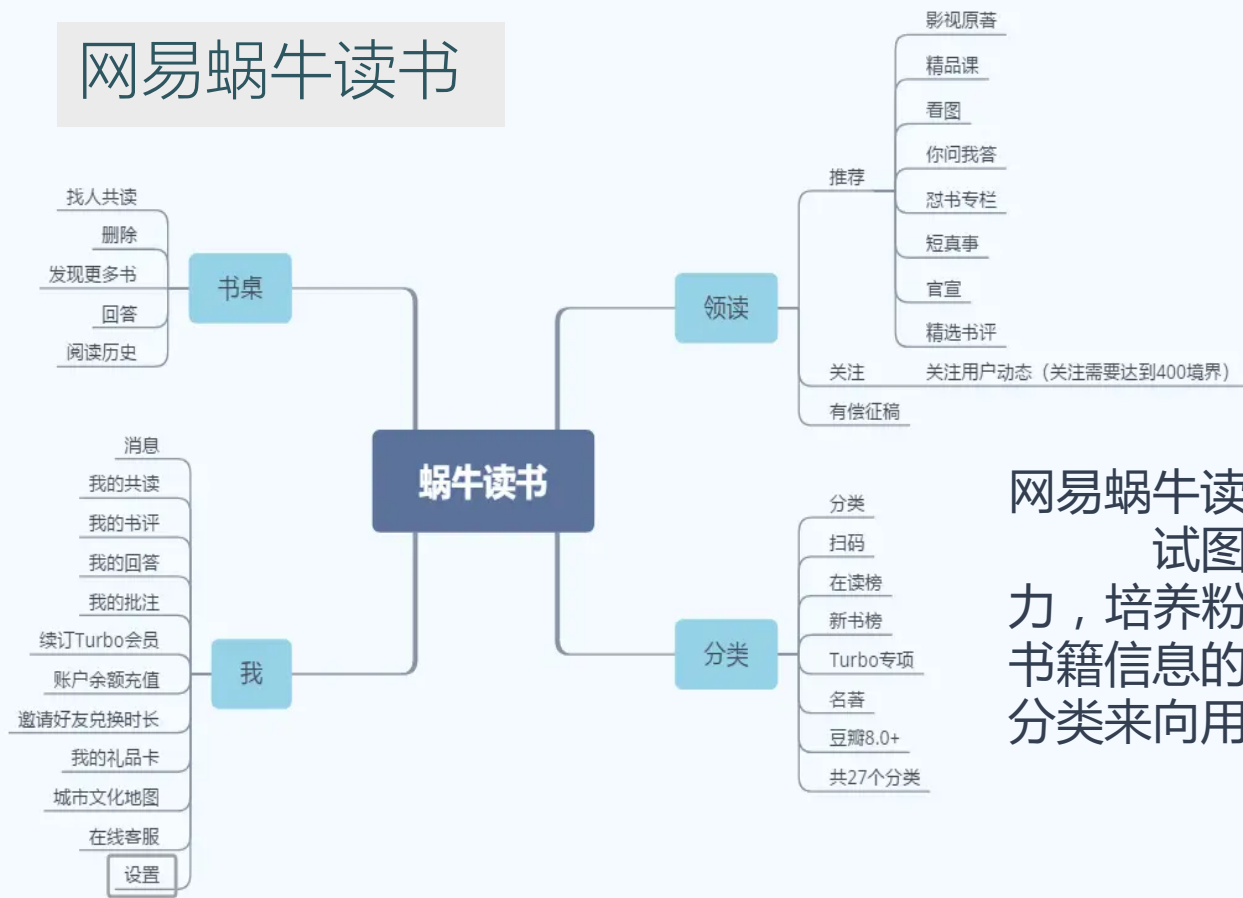
微信读书



微信读书是“发现”和“想法”：
用户的信息主要来源于微信好友，在阅读习惯养成之前已经存在一个阅读社区，即微信的关系链；

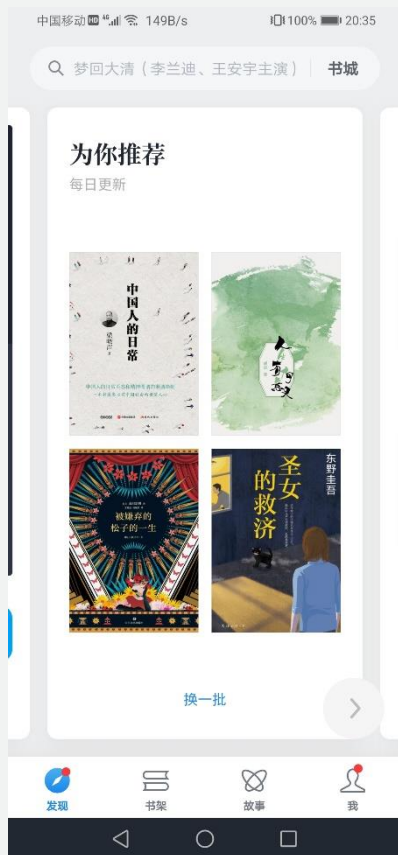
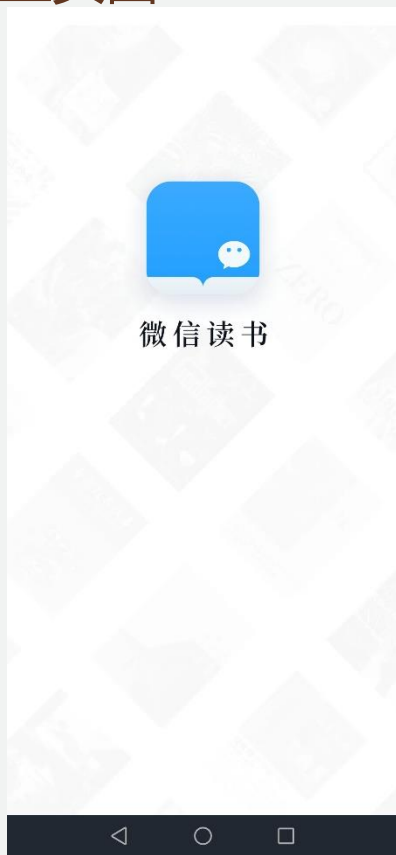
阅读时长排行榜、好友在读、好友动态，加强微信好友的互动、强化社区的建设的时，但也相应牺牲了部分隐私。

网易蜗牛读书



网易蜗牛读书：“领读”和“分类”：
试图通过首页领读人的KOL影响力，培养粉丝的阅读爱好和从KOL获取书籍信息的阅读习惯，同时通过榜单和分类来向用户传递书籍信息。

5.2 视觉识别系统对比 主页面



● 微信读书

微信读书留白较多，以蓝色、白色、黑为主色调，给人以干净整洁的感觉，有利于用户沉浸式的读书。

微信读书为突出社交好友推荐，书城入口放到右上角，让用户视线聚焦在好友在读，通过好友在读引导用户打卡好友在读的书。

5.2 视觉识别系统对比



● 网易蜗牛读书

网易蜗牛读书，以黑色、白色、灰色为主色调，极简风格，打造文艺气氛。

网易蜗牛读书突出领读模式，推荐页面版块采取图文的列表模式展示精选书单，顶部导航栏采用分段导航切换至大V领读模块。

书城页面

微信读书



网易蜗牛读书



5.2 视觉识别系统对比

● 微信读书

微信读书的书城页采用轮播图+列表导航：
轮播图展示的是当期的活动，吸引用户视线；
列表导航书籍的模式图文并茂，快速直接了解书籍简介：
整体而言界面稍显复杂，信息量颇多，会使用户失去焦点。

● 网易蜗牛读书

网易蜗牛读书页面采用宫格导航：
逻辑清晰，界面简洁。
但是从推荐层次上来说稍显单薄。

阅读界面

微信读书

中国移动 4G 69.0K/s 199% 20:51

< 加入书架 购物车 4673 分享

微信读书
独家导读

童年对一个人的影响，是巨大的。
大多数人，活在“别人家的孩子”的阴影里。但我们都知道，这不是好的教育会呈现出来的样子。

正如书中小林老师常说的：“无论哪个孩子，当他出世的时候，都具有优良的品质。在他成长的过程中，会受到很多影响，有来自周围环境的影响，也有来自成年人的影响，这些优良的品质可能会受到损害。所以，我们要早早地发现这些优良的品质，把他们培养成富有个性的人。”每个孩子都是独特的，孩子们并不会听话的成长为父母想

写下这一刻的想法...

≡ ○ ☀ A

网易蜗牛读书

下午 08:50

WiFi

< 加入书架 4673 分享

加入书架

中法英三语对照版

小王子

Le Petit Prince

The Little Prince

〔法〕圣埃克絮佩里 著

Antoine de Saint-Exupéry

周克希 译

上海译文出版社

🔖

批

≡
目录

○
进度

Aa
设置

阅读界面

同

阅读界面基本功能相似：
界面布局基本一致，没有过多冗余的导航，
让用户沉浸在阅读的世界里。

异

微信读书有“听书”、“一起读的人”等功能；
读书页面的“更多”菜单里，微信读书功能多于
网易蜗牛读书，如：赠送好友、私信、私密阅读、
推荐到发现

书架界面

微信读书

中国移动 6.14K/s 99% 20:59

搜索书架

编辑

电脑版

分类显示



红楼梦



傲慢与偏见



自控力: 和压力做朋友 (斯...



简笔画5000
例, 一本就够



4本公开阅读 · 0本私密阅读



送你 20 天无限卡
全场书籍免费读

免费领取



发现



书架



故事



我

网易蜗牛读书

中国移动 14.8K/s 99% 20:57

183 分钟



小王子 (中英法三语插图本)

2630人在读 | 话题内容 842 >>



领读



分类



书桌



我

书架界面

同


书架页面都以白色基调为主，框架界面基本一致

微信读书

以宫格的方式展现书籍，有搜书功能，书架功能偏传统模式，可以分类管理

网易蜗牛读书

以卡片滚动方式展现每本书，每本书占据一个页面，只展示最近阅读的三本书，此种设计模式让用户能一心一意看完一本书。

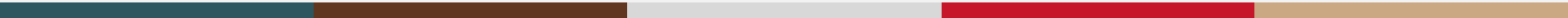


1、色彩舒适度

两款产品基调以白色为主，契合于移动阅读行业，阅读适合比较平淡的颜色，让用户静下心来阅读；颜色太鲜艳浮夸，容易吸引用户眼球，无法专注于阅读本身。

2、信息可读性

信息导航栏都采用图标+文字的模式，图标直观，加以文字辅助，防止用户认知偏差，保证用户体验。



5.3特色功能介绍

● 微信读书

✓ 好友想法 ✓ 时长兑换书币 ✓ 赠送好友 ✓ 听书



特色功能介绍

● 网易蜗牛读书

✓ 每天免费一小时 ✓ 倒计时 ✓ 购买阅读时长 ✓ 领读人 ✓ 书桌



6.产品总结与优化



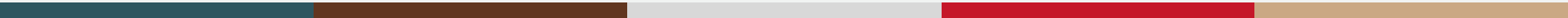


微信读书

- 微信读书用微信登陆，利用微信好友关系链形成阅读社区，注重用户之间的交流互动，是阅读+社交的深度结合与应用；
- 从时间维度切入，读书时间兑换书币，能激励用户读书；
- 微信读书在功能上更丰富，如听书功能。



网易蜗牛读书

- 网易蜗牛读书主打专业领读人，为用户提供导读，未来更注重专业人士提供更深度的领读服务；
 - 从时间维度切入，网易蜗牛读书免费送一小时读书时长，按时间付费，让用户在阅读时更重视时间价值，更好的利用碎片时间，高效读书；
 - 主打深度、沉浸式阅读，在产品设计和体验上，秉承网易一贯的优雅、简洁风，突出核心功能，营造良好的读书氛围，符合网易蜗牛读书的产品定位。
 - 总的来说，微信读书在书籍内容、功能上要丰富一些，网易蜗牛读书较为简约。
- 

微信读书SWOT分析

优势:

潜在用户广泛,具有社交优势

查看好友阅读书籍

阅读时间可以兑换书币

满足大部分用户的读书需求

结构布局干净简洁

劣势:

书籍购买成本较高,功能待完善

用户缺少隐私,书架页面书过多的时候页面过于臃肿,推荐内容过多,免费领书的含金量较低

机会:

移动阅读市场稳步增长

用户时间趋于碎片化,个性化资讯市场庞大

威胁:

传统移动阅读APP也在积极做出改变,难以迁移用户资源

网易蜗牛读书SWOT分析

优势:

简洁的界面、深度阅读的体验

对图书资源的精准把控和深刻的书评

主打深度阅读

延续网易以往极简风格的阅读界面，易带领用户进入沉浸式阅读。

机会:

以时间为付费维度的创新受到用户青睐

主打深度阅读和良好的用户体验吸引用户群体

图书社区增加用户粘性，避免大量用户流失

劣势:

内容资源广度不足

按照时间付费与内容成本之间的矛盾，盈利有困难

威胁:

上线时间较晚，移动阅读市场早已成熟，行业竞争压力相对较大



产品优化

- 1.功能上

- (1) 听书功能，为用户提供更多的知识获取方式；

- (2) 优化用户对书籍的选取，在用户个人阅读数据基础上进行个性化推荐；

- (3) 对每本书提供用户评分服务，为用户选择优质书籍提供保障。



产品优化

- 2.资源上
继续丰富书籍库中的资源，增加用户粘性。
- 3.模式上
 - （1）引入更明确细致的选择和筛选标准，提高评论、荐书质量；
 - （2）目前阅读类APP主要作用于线上，可以与线下阅读用户密集区域（如图书馆）达成合作，举办相应活动等，扩大用户群体。



Thank You For Watching