

1. 分析目的

通过对目前主流的图片及视频社交应用——微博的体验和分析，了解微博在设计和实现过程中的亮点和不足，为本应用的设计提供参考和灵感，做到“知己知彼”、“取彼之长，补己之短”。

2. 竞品简介

产品名称	微博（原名：新浪微博）
产品定位	基于用户关系的社交媒体平台，以文字、图片、视频等多媒体形式，实现信息的即时分享、传播互动
市场份额	56%
日活跃用户	到 2019 年 6 月止，新浪微博平均月活用户数达到 4.67 亿

3. 维度分析

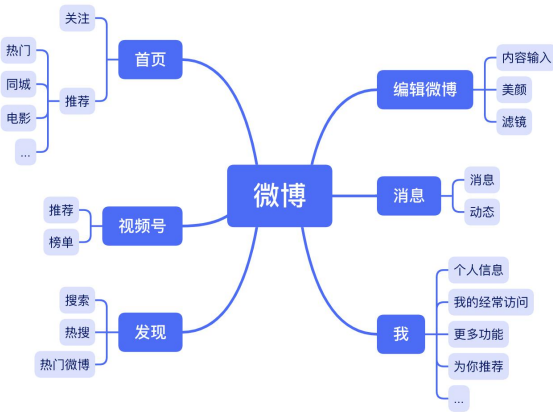
3.1 用户层面

使用场景	用户希望获取明星或好友的动态；用户希望获取实时的信息推荐、热搜新闻等
关注点	好友圈、热搜、推荐
痛点	推荐不感兴趣、想搜索一些新闻搜索不到
期望	优化推荐内容、优化搜索功能

3.2 功能层面

/	功能概述	具体介绍
核心功能一	动态列表	共有两个列表：关注、推荐，分别展示关注用户的动态及推荐的动态
核心功能二	视频号	关注或推荐的短视频
核心功能三	热搜	实时显示热点新闻
核心功能四	发微博	编辑、发送微博

3.3 信息架构



3.4 关键页面

这里选取对我们要开发的应用有指导意义的几个关键页面进行分析：

页面名称	视觉特色	结构布局	交互操作
首页	用户头像带有特色边框；关注按钮周围引人注目的动效等		通过点击“关注”、“推荐”Tab 切换不同列表； 下拉刷新微博列表； 上滑加载更多微博
发现	搜索框里 Hint 滚轮式播放		点击搜索框显示搜索历史，输入搜索内容进入搜索结果页； 点击对应热搜进入热搜详情页
编辑微博	界面简洁，功能按钮意义明确，显示突出		点击“+”进入微博编辑页； 输入微博内容后，点击底部不同按钮（图片、话题等）添加相应内容； 选好图片后点击下一步进入图片编辑页面，可以执行美颜、滤镜等操作
我	内容“卡片式”展示		点击“微博”、“关注”、“粉丝”进入对应列表

4. 分析总结

主要针对 3.4 的关键页面进行进一步分析和思考，为自家应用提供指导。

页面名称	分析总结	指导意义
首页	在页面顶部以“关注”、“推荐两 Tab”分流，同时“推荐”	值得参考。页面结构要清晰，不同内容区域划分清楚，让用

	Tab 下又以“热门”、“同城”、“电影”等 Tab 区分，结构清晰，用户可以快速找到自己感兴趣的内容	户快速找到入口。
发现	点击搜索框会显示搜索发现和搜索历史，这两个元素在初始状态下是隐藏的，这样的设计可以避免页面上元素过多。	值得参考。不必要的元素可以在特定条件下再展示，避免页面元素过多，给用户带来焦虑感
编辑微博页	页面简洁，底部的操作按钮意义明确，体现易用性。	值得参考。对于操作类页面要简洁易用，降低用户的学习成本。
我（个人主页）	页面展示元素过多，同时大多元素与个人信息无关，给用户混乱的感觉	应避免这种情况，不同类型的信息可以通过一个入口收纳，点击再进入对应页面，避免把所有信息都铺在同一页面。