

信息产品案例分析报告

豆瓣 | 知乎 | 哔哩哔哩 | 中国美术高考网 | 果壳网

Information product case analysis report

索引

Report content index

豆瓣 | 知乎 | 哔哩哔哩 | 中国美术高考网 | 果壳网



产品目标

Product target



功能与内容

Function & content



盈利模式

Profit model



目标用户

Target user



页面设计

Page design



其它

Etc.



豆瓣

豆瓣产品目标

Product target



聚集兴趣相投的人

对于书籍、电影、音乐等内容有独特见解并且希望与他人分享的人群，可以在这样一个平台上互相沟通交流。

豆瓣目标用户

Target user



热爱生活的都市文青

高素质、充满活力、热爱书籍、电影、音乐等领域的都市文艺青年。

豆瓣功能与内容

Function & content



功能板块

书籍 音乐 电影 FM 小组 同城



第三方网站购买链接

在看到他人推荐物件时，豆瓣会向你提供物品购买链接。

由 查理布朗与露西 发布

国誉渡边Gambol笔记本A5 80页 渡边A5记事本 S6090竖翻螺旋笔记本

¥3.88 | 淘宝 [去购买](#)

“ 渡边的纸质很好的！”

喜欢 3927 | 加入豆列 2107 | 分享到 ▾

下方有三个缩略图预览：黄色封面、白色封面、黄色封面。

••••○ 中国移动 4G 18:18 44% 🔋

< + 豆列

滚石唱片
ROCK RECORDS & TAPES

滚石 30
1981 ~ 專輯全記錄
Rock Records
The Album Cover Art Since 1981

滚石30

★★★★★ 8.7 331人评分

段书珮/滚石文化股份有限公司/2011-3-15 >

想读 读过

即时讨论 >

购买纸质版 >

豆瓣页面设计

Page design

The screenshot shows the Douban login interface. At the top, there's a search bar with placeholder text '书籍、电影、音乐、小组、小站、成员' and a magnifying glass icon. Below the search bar are navigation links: 读书 (Reading), 电影 (Movies), 音乐 (Music), 小组 (Groups), 同城 (Local), 豆瓣 (Douban), and a partially visible 'F' link. On the left side, there are two mobile phone icons displaying the Douban app interface. Below them is a large '豆瓣' logo with the subtitle '汇集一亿人的生活趣味' (Gathering one hundred million people's life interests) and a green '下载豆瓣客户端' (Download Douban Client) button. To the right of the login form, there are colored ovals containing various interest tags: 婚姻 (Marriage) in orange, 自助游 (Self-tourism) in light green, 骑行 (Cycling) in light green, 前任 (Former lover) in light blue, 跑步 (Running) in light green, 穿搭 (Clothing coordination) in light blue, 护肤 (Skincare) in light blue, 恋爱 (Romance) in blue, 家庭 (Family) in light blue, 吐槽 (Complaint) in light orange, 涨知识 (Gain knowledge) in light red, 时间管理 (Time management) in light red, 留学 (Study abroad) in light red, and 职场 (Workplace) in light red. At the bottom, there are three red buttons labeled '立即登录' (Log in immediately), '个人中心' (Personal center), and '退出' (Logout).

页面简洁，设计美观

豆瓣的UI页面设计简洁，没有多余的内容，不大量投放广告，用户可以直接找到自己感兴趣的内容。

私人订制的豆瓣首页

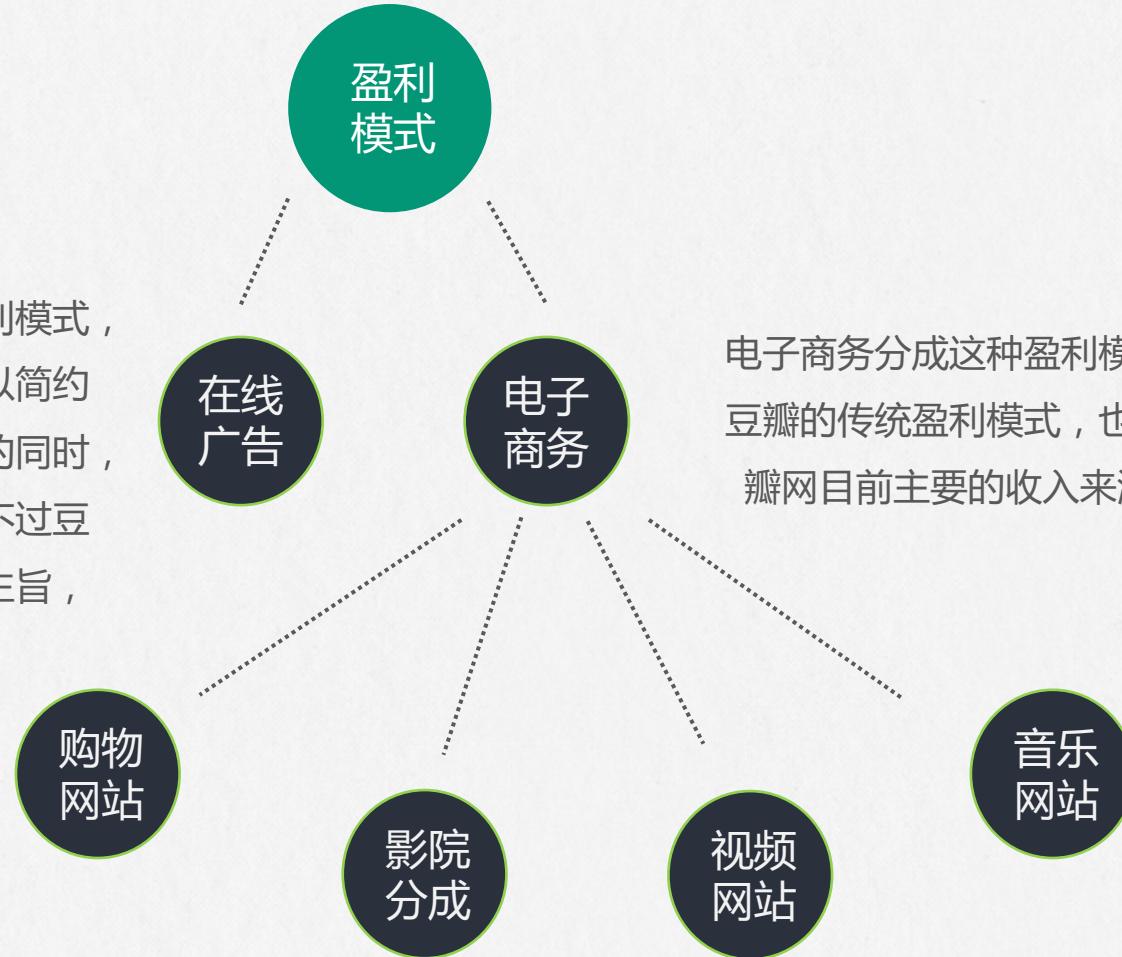
豆瓣根据你的兴趣标签自动筛选相关内容，显示在用户的首页上，打造不一样的私人订制首页。

豆瓣盈利模式

Profit model

在线广告是网站最传统也是最常见的盈利模式，而在线广告就需要占据网页一定的界面，所以简约典雅的网页在作为豆瓣吸引用户的一大亮点的同时，也自然而然影响到豆瓣网在此方面的盈利，不过豆瓣也一直在摸索着既不会影响到网站风格与主旨，又可以增加其广告收入的盈利模式。

电子商务分成这种盈利模式是豆瓣的传统盈利模式，也是豆瓣网目前主要的收入来源。



有关豆瓣的其它

Etc.



豆瓣网为何能让用户自主分享如此高品质的内容？

目标用户为高学历高收入的群体，他们需要一个高质量的平台分享自己的兴趣爱好，在获得更多的高质量信息的同时，也通过与他人分享，找到兴趣相投的朋友。



豆瓣网初步运营时如何收集高品质的内容？

网站在刚开始运营时，创始人邀请部分行业精英与都市白领参与到网站的初步构建中，逐步形成了一个基本的数据库，保证了内容的高质量并引导了网站内容的方向。



知乎产品目标

Product target



各行各业的精英分享彼此专业知识

一个真实的网络问答社区，连接了各行各业的精英，分享彼此的专业知识、经验、见解，满足的是他们输入与输出时的一种被理解与尊重的价值实现感，为中文互联网源源不断地提供高质量的信息。

知乎目标用户

Target user



对某个领域有一定了解的行业精英

在任何领域都有不为人知的故事与知识，知乎的目标用户就是各行各业的精英，让他们在此沟通交流，分享知识。

知乎功能与内容

Function & content

功能板块

个人主页 提问与回答 邀请 投票 话题
题

邀请：

在你提出一个问答之后，你可以邀请希望解答的用户来回答。一方面这确保了提问后不会无人回答，同时，对于被邀请的人来说，也会是一种鼓舞。

人们对于知识，从自然属性上来讲，是索取大于分享的。因此提问的人会远远大于回答的人。为了让平台良好的运转下去，知乎的邀请功能起到了非常好的作用。大家可以邀请一些行业高端的领袖人物来发表对于看法的理解，从而确保了回答的质量。

投票：

对于普通浏览的用户来说，你可以给精彩有用的回答进行投票，认同或反对。对于贡献回答的用户来说，这是一种激励的手段。

知乎页面设计

Page design

The image displays two versions of the Zhihu homepage. The left version shows a more complex layout with multiple cards for posts, a sidebar with various links, and a '最新动态' (Latest Activity) section. The right version shows a simplified design with a large '城市发现·香港' (City Discovery · Hong Kong) banner at the top, a '管理你关注的话题...' (Manage your followed topics) card, and a '其他人关注的话题' (Topics others are following) section.

简洁、理性、分类明确，容易查找

知乎盈利模式

Profit model

知乎可能发展的盈利模式

Profit model



- 1、出版
- 2、广告
- 3、专业咨询
- 4、潜在的招聘平台
- 5、咨询、线下活动组织、会议组织
- 6、高端人才和猎头类服务
- 7、有偿邀请大拿回答
- 8、企业的客服和营销渠道
- 9、用户捐助
- 10、会员模式
- 11、周边产品

有关知乎的其它

Etc.



1. 知乎UI设计简洁且分类明确，没有多余繁琐的东西，易于使用。



2. 知乎是靠众力支持，没有很多盈利的模式。每个用户都会因为认真回答问题而得到赞同，每个人都有向别人学习的机会，这是一个开放而自由的论坛，每个人都可以成为老师，每个人都会成为学生。我觉得我们的网站本意也应该是这样。



哔哩哔哩

哔哩哔哩产品目标

Product target

建立一个以ACG为主题的友好稳定的视频弹幕娱乐站点

满足消费者对亚文化的需求。为二次元爱好者找到归属圈，提供管理更得力、服务器更稳定、环境更友好的视频体验，让二次元文化在国内获得更大范围的认可和喜爱。

哔哩哔哩目标用户

Target user

二次元爱好者、御宅族

随着用户群体不断拓展，越来越多三次元人士参与到b站的弹幕体验当中，b站也开放了更多三次元板块，但目标用户主题仍然是广大二次元爱好者。

哔哩哔哩功能与内容

Function & content

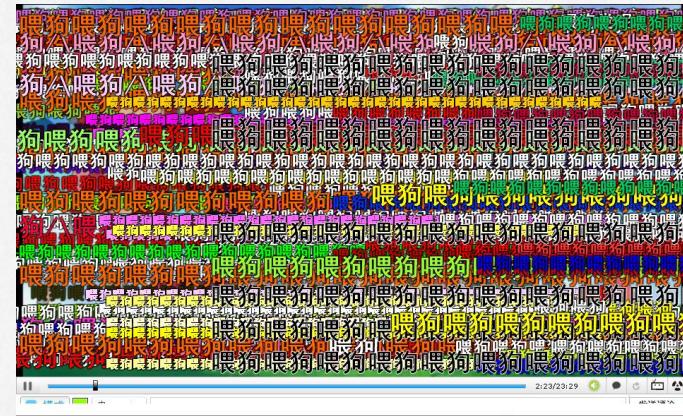
功能板块

二次元部分：动画|番剧|游戏

三次元部分：科技|生活娱乐|电影|电视剧

半次元部分：鬼畜|音乐|舞蹈

(比较有针对性的部分：动画区设了AMV|MMD子区;音乐区vocaloid子区，表示这方面受众很广。还有B站的特色鬼畜全明星)



视频弹幕：

游客无法发送弹幕-注册会员白色滚动弹幕，限制字数，可收藏视频-正式会员可发高级弹幕。

等级制度：

注册正式会员需通过“御宅”考试，或邀请码

哔哩哔哩页面设计

Page design



- 不论IP网址还是手机客户端，都是几乎整版面的视频封面图片，只有少许标题文字，非常直观。
- 符合“二次元”“娱乐”的网址定位。
- 广告稀少。
- b站吉祥物（bilibili娘）形象突出。
- 色彩基调统一。

哔哩哔哩盈利模式

Profit model

广告投放

广告较少，挑选性和针对性强，以二次元周边、联运手游为主。视频播放内无广告，用户体验好。

线下活动

包括演出、旅游、展会，具体的有bilibili microlink, 日本游等。

联运手游

B站里的游戏广告并非单纯的广告而是有针对性的联合运营，分成颇丰。（目前推广的手游案例大多非常成功，如《崩坏学园2》、《lovelive》、《梦100》等。游戏是b站一大重要的收入来源。）

用户集资

通过点赞（无成本支持）<投硬币（虚拟货币支持）<投B币（真实货币支持）。（原创作品才能投B币，类似于微博打赏。）

有关哔哩哔哩的其它

Etc.

1.成功的一个重要因素

B站的成功很大一部分是靠用户。靠符合网站定位的高质量用户。别看就这么简单的用户两个字，这是其他国内网站都没有的！B站坚持了在大版权时代到来前“用户产出内容”这一金律，网站定位吸引用户，用户产出强化网站定位，从而保持了网站视频内容的高度一致性，用户粘度和忠诚度比大版权时代崛起的各大网站高到不知哪里去。

我们：可以尝试先拉动一些作品质量较高或回答问题质量上乘的人，来提高网站整体质量，吸引用户



中国美术高考网

中国美术高考网产品目标

Product target



针对艺考生所设立的专业美术信息网站

给广大艺术生提供准确，专业，权威的艺考信息以及各大院校信息和优秀画室推荐

中国美术高考网目标用户

Target user



高中艺考美术生

中国美术高考网功能与内容

Function & content

功能板块

新生指南，成绩查询，院校专题，购买书籍，高分试卷，画室大全，在线问答

新生指南——新生报考须知，相关网站推荐

院校专题——点击具体院校——院校资料（院校类型，学历层次，学校地址，院校隶属，联系电话，学校官网），学校简介，招生简章，成绩查询，录取分数，关于该院校的热门问题。

画室大全——按照地区，省份分类——具体画室信息（画室名称，创办时间，画室规模，联系电话，画室地址，画室网站）

高分试卷——全国艺术院校优秀试卷，美术高考状元作品库，全国优秀画室作品选集，优秀个人投稿作品选集

购买书籍——画室推荐，状元推荐，套餐类
文化课 / 艺术课

中国美术高考网页面设计

Page design



- 1.画室广告满天飞。
- 2.配色丑的没办法看。
- 3.首页信息量太大，有很多重复信息。
- 4.信息分类详细，准确，用户能快速搜索到自己要找的内容。
- 5.在找到需要的内容时浏览信息产生不便。

中国美术高考网盈利模式

Profit model

- 1、承接画室广告链接，与各大画室建立合作关系
- 2、承接文化课培训班广告，从中获取盈利
- 3、与各大网站建立合作关系，信息互补
- 4、提供高考艺术，文化课辅导教材购买链接，从差价中获取盈利

有关中国美术高考网的其它

Etc.

1. 高考网内容来源

- 1) 各大高考信息网内容搜集
- 2) 高考美术信息网聘请权威艺术老师做信息解答
- 3) 与各大院校建立联系，提供第一手资料

我们：1) 最初可以与各大画室老师建立联系，请他们做专业性的解答，但要保证信息文章质量，可以少量加入画室广告宣传

2) 与各大学校建立联系，请专业老师发布第一手资料，保证文章质量

2. 高考网用户的吸引方式

用权威，专业，准确的高考信息吸引高考艺术生

我们：1) 提供专业的高考信息2) 请大学生提供一些有价值的个人经验以及应试技巧

3. 高考网的产品目标

用权威，专业，全面的高考信息满足现在高考艺术生的需求，解答疑惑
我们：学姐学长的经验之谈，应试技巧更加具有针对性，能为高考艺术生提供更切实可行的建议

4. 高考网的信息分类仔细，便于学生查找

我们：将信息分类详细，并且将权威专业信息与学长学姐解答分板块设立，设立专门的“提问—解答—交流”平台

5. 高考网有一些专门的大师画作，优秀试卷模块，为高考生提供更加丰富信息

我们：设立专门的美术资源平台，上面放一些“莫奈风景”，“梵高画作”“高考美术试卷”……作品，也可以加入学长学姐的优秀作品，为学长学姐积攒人气，从而激发学长学姐的积极性。



果壳网

果壳网产品目标

Product target

用轻松简单的文章、图片向用户介绍最新科技。

- 1、用轻松简单的文章、图片向用户介绍最新科技。
- 2、进行大众化的科学普及。迎合青少年、青年的关注焦点。
- 3、致力于面向公众倡导科技理念、传播科技内容的企业，核心是帮助用户找到科技乐趣—ceo自己说的
(大多数的科技网站都充满说教色彩，篇幅相对较长。现在的80、90后越来越习惯快餐文化，只有用最简洁的文章，最快的速度向网络用户传达内容，才有最大的竞争力。)

果壳网目标用户

Target user

都市科技青年

生活在城市的从事或者热爱科技行业的青年

果壳网功能与内容

Function & content

功能板块

三个新颖板块（十五言、MOOC、在行）

三个基础板块（科学人、问答、小组）

流言百科、科学与生活、知性、果壳精选、任意门

总共十一个版块

十五言：

为了保证社区质量，需要邀请码才能进入的写作板块。

MOOC：

首个讨论MOOC（大型开放式网络课程）课程的高质量学习社区。

在行：

与专家一对一在线解决问题的板块（需付费）



加入十五言

十五言是一个写作社区，专为依然对写作保持热忱的人们而打造。十五言的特点是可以通过主题来写作和阅读，还提供许多与众不同的写作和互动方式，全力打造一个让你安心创造的读写环境。

我们相信有趣的灵魂终会相遇，加入我们，一起分享你对这个世界的知识、见闻和灵感吧。

[申请邀请码](#)

找到行家
一对一、面对面，为你出谋划策
如何使用在行
搜人名、话题 同城搜索

mooc学院 没完没了在找的课！
首页 MOOC 职业课程 专题 演讲 社区
高手入门
十一月精选课程
TURKEY IS WATCHING YOU

推荐课程
Geekboard 中文授课
我高跟鞋全包吉吉 2015年10月30日开课
iOS9移动开发 中文授课
时间轴自主
Web大前端工程师 4个月学习保就业 中文授课
插画培训 中文授课
时间轴自主
2015年11月10日开课

果壳网页面设计

Page design

The screenshot shows the Guokr.com website. On the left is the homepage with a banner about entrepreneurs having diseases, a 'Latest Recommendations' section with an image of Mars and the Sun, and two 'Hot Questions' sections for Science & Technology and Humanities & Sociology. On the right is a question page titled '等待回答 [全部]' (Waiting for Answer [All]) showing a list of unanswered questions with details like title, user, and answer count.

果壳网页面设计

Page design

果壳网

首页 动态 果壳达人 我的果壳

创业者都有病？
专家把脉 项目无忧

最新推荐

BB霜：皮肤污染防护团队中的一员

2015维密大秀即将开走，你最期待啥？

葫芦：嫩的吃，老的盘

宠物失明后，还能正常生活吗？

遭遇出轨，IT男是这样复仇的.....

是非评价体系是怎么出现的？

猫猫交猫界朋友也是看脸吗？

工作生活平衡太难？那是因为你不认识他！

在北京的湿地放生将受重罚，你怎么看？

NASA“大新闻”：火星大气层被太阳吹没

热门问答

科学技术

如果把一粒正电子放在手上会怎么样？

人文·社科

喜欢sm的人是什么心理呢？

等待回答 [全部]

果壳问答

问答首页 发现问答 等待回答 最新问题 标签广场 我的回答

等待回答 [全部]

- 麦子种在屋子里，为甚还有露珠？而且为甚露珠都在顶点？叶面张力？还是空气凝结？... 1回答
- 口和菊花想通的，从菊花灌水会不会从最出来~~~~~ 2回答
- 自然中的番薯如何繁殖的？ 3回答
- 为什么食物在高温下煮熟后即使冷却也不可以变成生的，但低温冰冻后只要解冻就可以... 3回答
- 求教胎儿在发育过程中，会接触到细菌吗？ 2回答
- 如果在地球表面建一个巨大的对地火箭，假设燃料无限，能否使地球偏离轨道？如果能... 2回答
- 枝角类动物的“蚤”字，该怎么念呢？生态学老师说是念sao（音同骚），水生生物学说是... 1回答
- 欧美人真的做起“亚洲蹲”很痛苦吗？如果是，那么为什么呢？ 3回答

热门问答 [全部]

为什么很多人工资不高，却还是要拥挤在大城...

不论是动物植物，还是天文地理，其实...

猫猫交猫界朋友也是看颜值吗？

精彩问答 [全部]

为什么很多人工资不高，却还是要拥挤在大城...

5000年古树突然“变性”是怎么回事？

整个页面呈现拐角型布局，设计简约大方，内容明显，让人有一种轻松愉快的感觉。

果壳网盈利模式

Profit model

- **1、融资** (其在创建时并没有考虑详细的盈利模式。原因有两方面，一方面，SNS需要以大量的用户为基础盈利；另一方面，SNS并不需要特别多的启动资金和运营资金数量增加迅猛。但是它在短时间内就吸引了投资商的目光，2010年7月，果壳传媒获得挚信资本100万美元天使轮融资，2010年11月14号果壳网正式上线2011年的春天挚信资本又投了A轮，当时的投资规模是300万美元。 2014年12月22日，果壳网宣布完成C轮融资，获投2000万美元。)
- **2、与商业科技品牌合作。** (由于优质的品牌价值，精准的定位，果壳在2011年获得了数十家科技企业（如IBM、GE、Intel、宝马、3M.....）的追捧，为其提供广告和传播等服务。)
- **3、出版** (子公司果壳阅读出版图书100多本，覆盖科普、科幻、童书等多个品类。)
- **4、进军在线教育市场**(2012年果壳网开始探索商业化，试水MOOC (网络开放课程)学院)

有关果壳网的其它

Etc.

1、果壳网内容来源：

①果壳网自己的的团队 ②果壳达人（需要通过申请并验证）
通过划分官方创作者来保证科学文章的质量。

我们：最初可以雇佣水准较高的“达人”营造出浓厚学术气氛，
为之后的路打好基础。

2、果壳网用户的吸引方式：

首先吸引一部分核心用户，然后再促使他们带来更多的用户，
即由“点”用户带动“面”用户。

我们：从需求度较高的用户着手，着重吸引一些需求迫切并且
稳定的的用户。

3、果壳网产品目标：

用轻松简单的文章、图片向用户介绍最新科技。

我们：同一年龄阶段的人会更加具有共识，易用最通俗易懂的
文字把问题讲清楚。

4、果壳网十五言板块

（为了保证社区质量，需要邀请码才能进入的写作板块。）
我们：高质量板块也可采取邀请码的形式，更易吸引有共
同语言的用户。

5、果壳网在行板块：

（与专家一对一在线解决问题的板块（需付费））
我们：如果有需求，同时有供应。收费的专家一对一可以
采用。

6、果壳网mooc板块：

（首个讨论MOOC（大型开放式网络课程）课程的高质量
学习社区。）

我们：画室在线课程板块。



总结

	豆瓣	知乎	哔哩哔哩	高考美术网	果壳网
产品目标	聚集兴趣相投的人。	各行各业的精英分享。	视频弹幕娱乐站点。	美术高考信息网站。	向用户介绍最新科技。
目标用户	都市文艺青年。	对某个领域有一定了解的行业精英。	二次元爱好者、御宅族。	高中艺考美术生。	都市科技青年。
功能与内容	电影。 音乐。 书籍等。	提问与回答。	动画。 番剧。 游戏等。	新生指南。 成绩查询。 高分试卷等。	科学人。 问答。 小组等。
页面设计	简洁。	简洁。	简洁。	杂乱。	简洁。
盈利模式	电子商务网站分成。	暂无。	广告投放。 联运手游。 线下活动。 用户集资。	画室广告。 文化课辅导班广告。 其他网站分成。 教材出售分成。	融资。 与商业品牌合作。 出版。 在线教育。

案例分析总结

Case analysis summary

对于我们的产品，我们可以：

借鉴豆瓣与知乎的自主分享式管理运营模式

采用豆瓣“私人订制的兴趣首页”的设计

模仿豆瓣、知乎与果壳网的简洁页面设计

设立与知乎相近的更具针对性问答平台

采取高考信息网与果壳网的部分板块内容

借鉴豆瓣、B站与果壳网的盈利模式

谢谢观看