

读书 app 竞品分析报告

一. 背景2

二. 竞品概述2

三. 功能分析3

四. 界面分析8

五. 免费模式11

 5.1 为什么要免费11

 5.2 免费模式对比11

六. 盈利模式14

 6.1 用户分析14

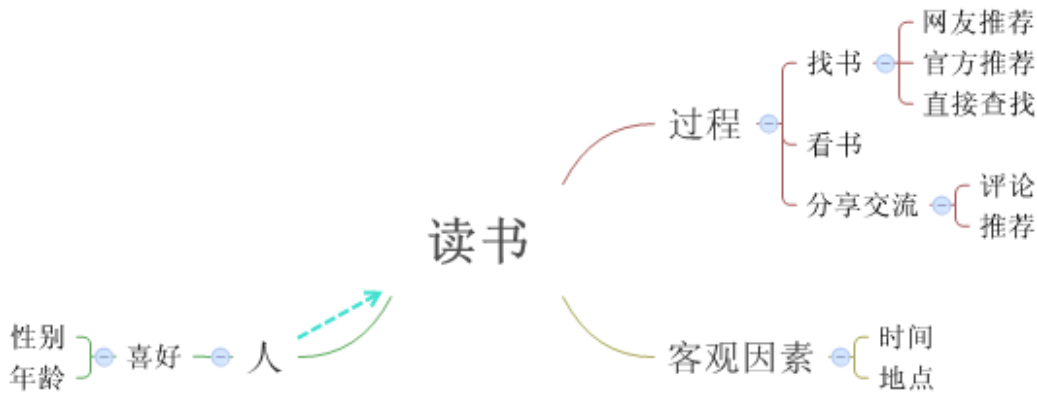
 6.2 运作模式14

七. 总结15

| 版本号 | 修订时间 | 修订人 | 版本说明 |
|------|------------------|-----|--|
| v1.0 | 2014 年 12 月 29 日 | 徐谦 | 没有对盈利分析，考虑到盈利对于 app 的定位、功能以及界面等等具有重大影响，需要单独做大量分析 |
| V2.0 | 2014 年 12 月 31 日 | 徐谦 | ①增加了竞品——QQ 阅读 ②增加了免费模式和盈利模式的分析 |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

一. 背景

读书 app 解决的是用户随时随地读书的问题。两个关键点，一个读书，一个是 app。
首先是读书，脑爆了一个与读书行为相关的内容，如下图所示



1.1 读书行为

所有的功能都是围绕着上述各个环节所展开。移动化的时代，时间碎片化、地点任意化，这些条件的影响成为了关键，大的方面比如下载书籍对于流量的消耗，小的方面比如夜晚看书，是否可以调节界面更有利于保护视力。

接着是 app，好的产品需要满足 3 个条件。首先是要能解决问题，空调 8 星 8 砖进口工艺还有播放音乐的功能如果不能制冷没人会买；其次是有用户粘度，对于解决高频次需求的产品来说如果用户用了一次就不用了，说明这个产品不好；最后是用户体验，现在不像过去粗放的时代，现在的人们买了 iphone5s 出了立马换 5，6 出了干赶紧把 5 给抛弃了，产品不仅要能用，还要好用。

报告分析的两把尺子。一把是产品是否符合移动化的发展方向，一把是产品是否具备优秀产品的三要素。

| | |
|------|----------------|
| 测试机型 | 华为 asend mate7 |
| 系统 | 安卓 4.4 |

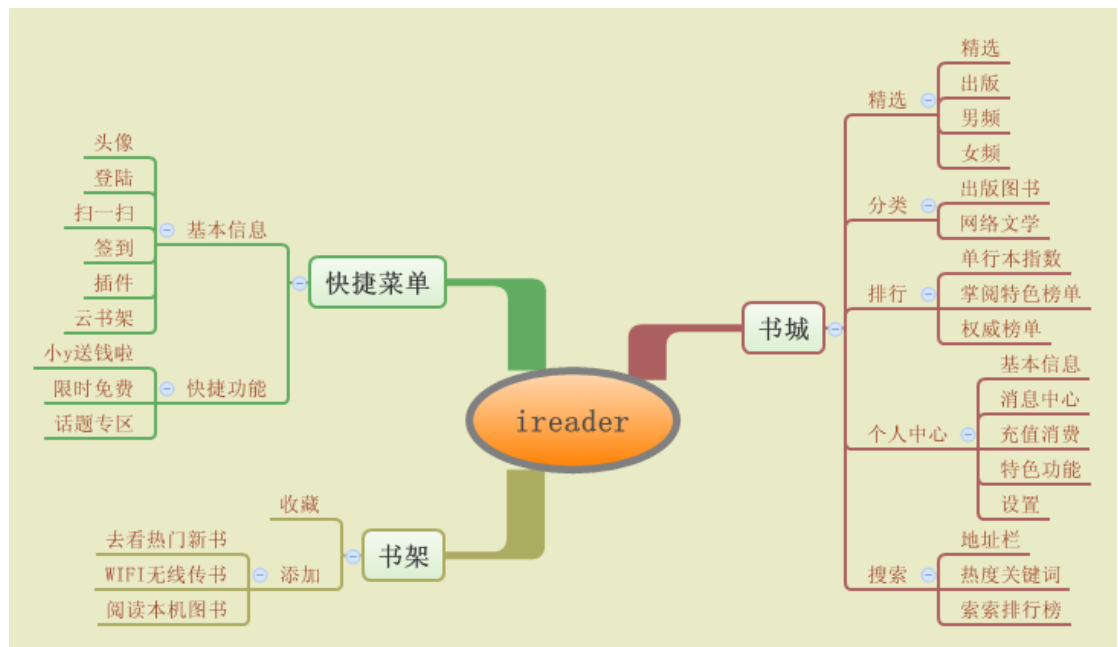
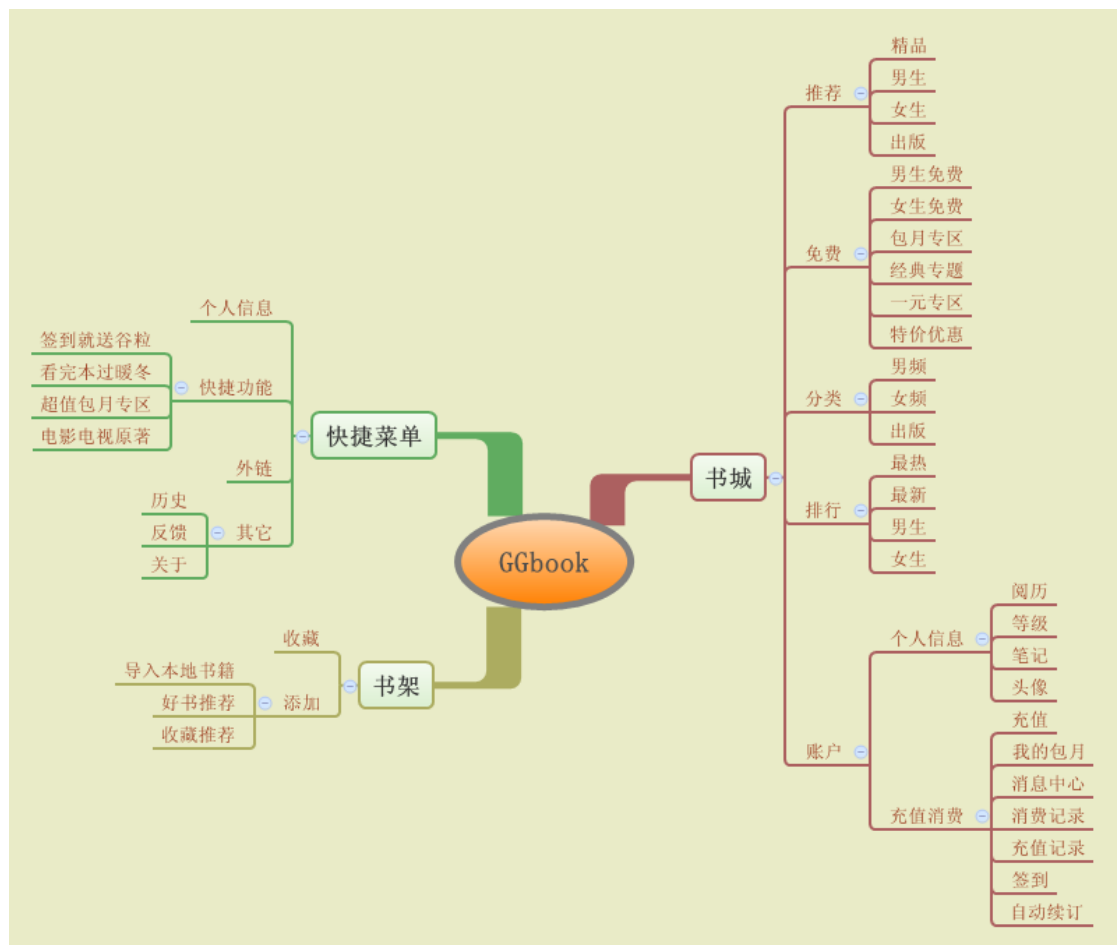
二. 竞品概述

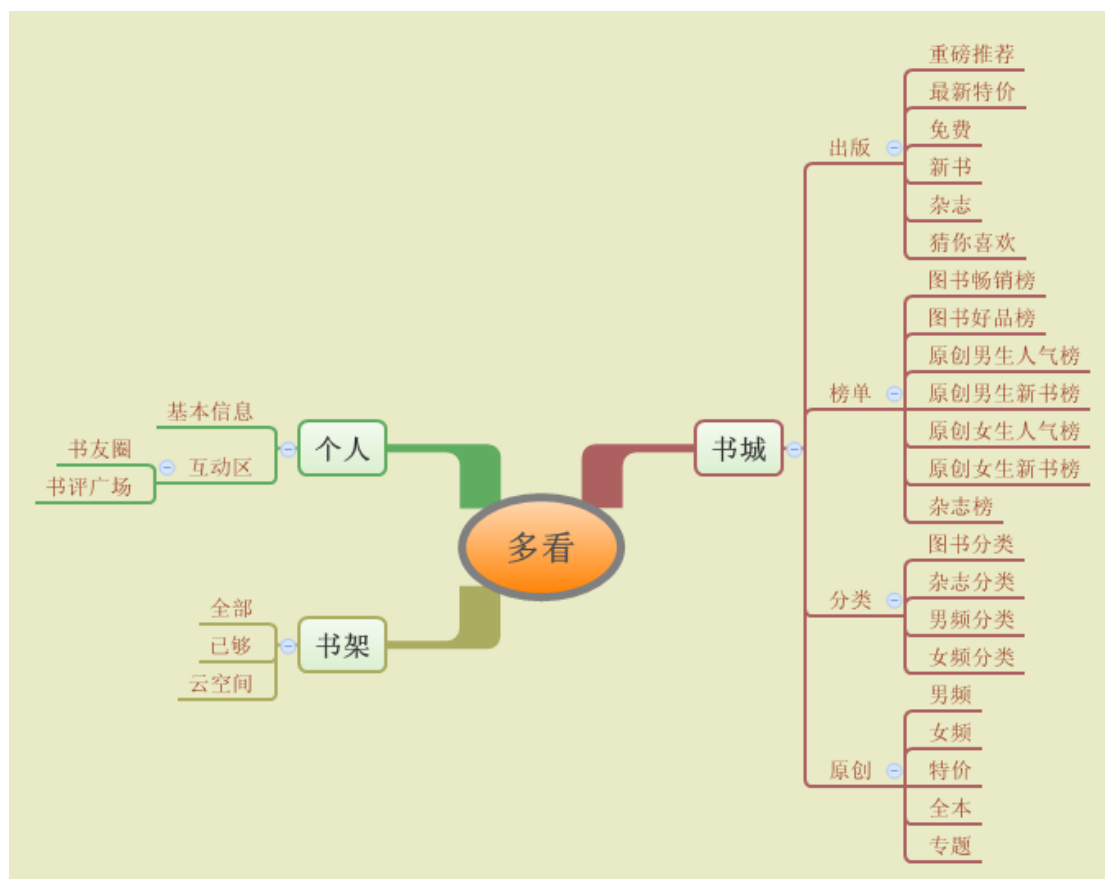
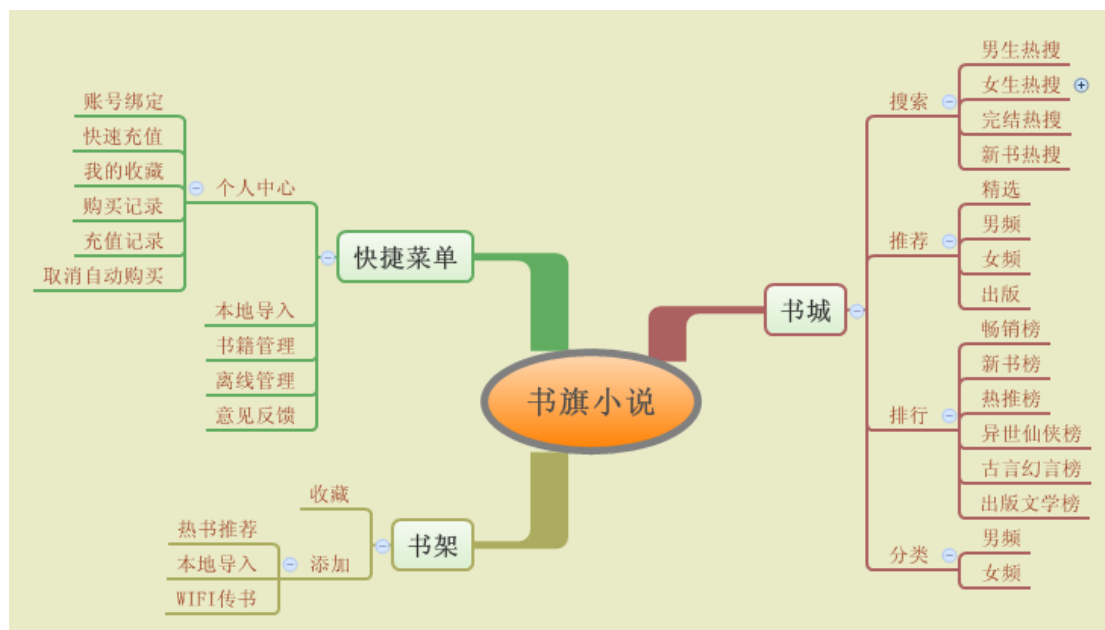
竞品选择了和 Gbook 市场重合度高且在市场上广受欢迎的 ireader 和书旗小说两款软件。

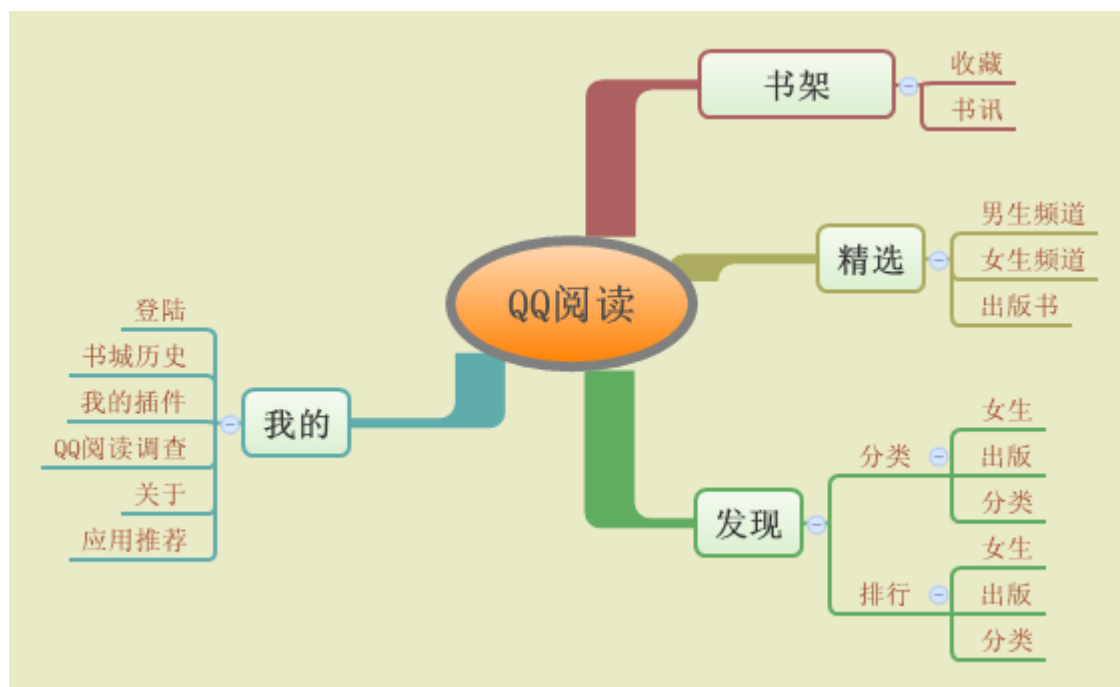
| 产品 | 版本号 | SLOGAN | 产品特点 |
|---------|---------|-----------|------------|
| ireader | 3.5.3 | 你的掌上图书馆 | 精致界面、听书 |
| 书旗小说 | 8.1.2.8 | 我的改变，让你好看 | 细分市场，专注于小说 |
| GGbook | 7.6.3 | 阅生活，悦生活 | 书多 |
| 多看 | 3.3.2 | 精品阅读时光 | 书多，精致界面 |
| QQ 阅读 | 4.9.0.8 | | 对用户的精准把握 |

三. 功能分析

下面为 5 个 app 的信息图，将功能进行了大致的罗列







以上是 5 个 app 的信息图。

从整体信息架构上说，多看信息架构最庞大，书旗小说最少。具体的说，多看覆盖面广同时界面非常有条理，GGbook 信息繁杂，ireader 相对于 GGbook 而言少了一些冗余的信息，书旗不仅业务单一（只针对小说），而且相对而言它的层次分布更加清晰。如果以 app 为第 1 层级，那么上面 5 张图中最重要的书城功能板块只是细分到了第 4 层。而图书详细介绍页面是在第 6 层。对于用户来说，层级越少越好，层级不变的情况下越清晰越好。层级不清晰对于用户体验是一个大的伤害，后面会进行具体分析。

从功能上来说，三者相似性很高，甚至有许多地方做得完全一样，此外，三者又存在着细小但是明显的功能差异。下表列举了 3 者的特色功能。分析下表，迈过了产品基本功能以及用户粘度两个坎之后，ireader、书旗小说、多看已经在深入挖掘用户体验了并且三者的产品发展契合了移动化的趋势。

| 产品名 | 找书 | 看书 | 分享交流 | 客观因素 | 其它 |
|------------------|----|-----------------------|------------------|--|------------------|
| ireader | | 皮肤、字体、语音 ^① | | 扫一扫 ^④ 、云书架 ^⑤ | |
| 书旗小说 | | | 反馈 ^② | Wifi 传书 ^⑥ | |
| GGbook | 多 | | | | |
| 多看 | 多 | | 书友圈 ^③ | Wifi 传书 ^⑥ 、云空间 ^⑤ | 个性化 ^⑦ |
| 注释： ①皮肤、字体、语音 | | | | | |



② 反馈

意见反馈放在了如下图这么显眼的位置，“我的改变，让你好看”这句话不是说着玩的



③ 书友圈

增加用户的黏性



④ 扫一扫

典型的移动化场景应用



⑤ 云书架&云空间

简单实用。个人经历，以前那台 iPhone 只有 8G 内存，当我实用的看书 app 超过了 300M 的时候，真想删了那些书，但是又觉得好看舍不得，无奈只好去删照片了



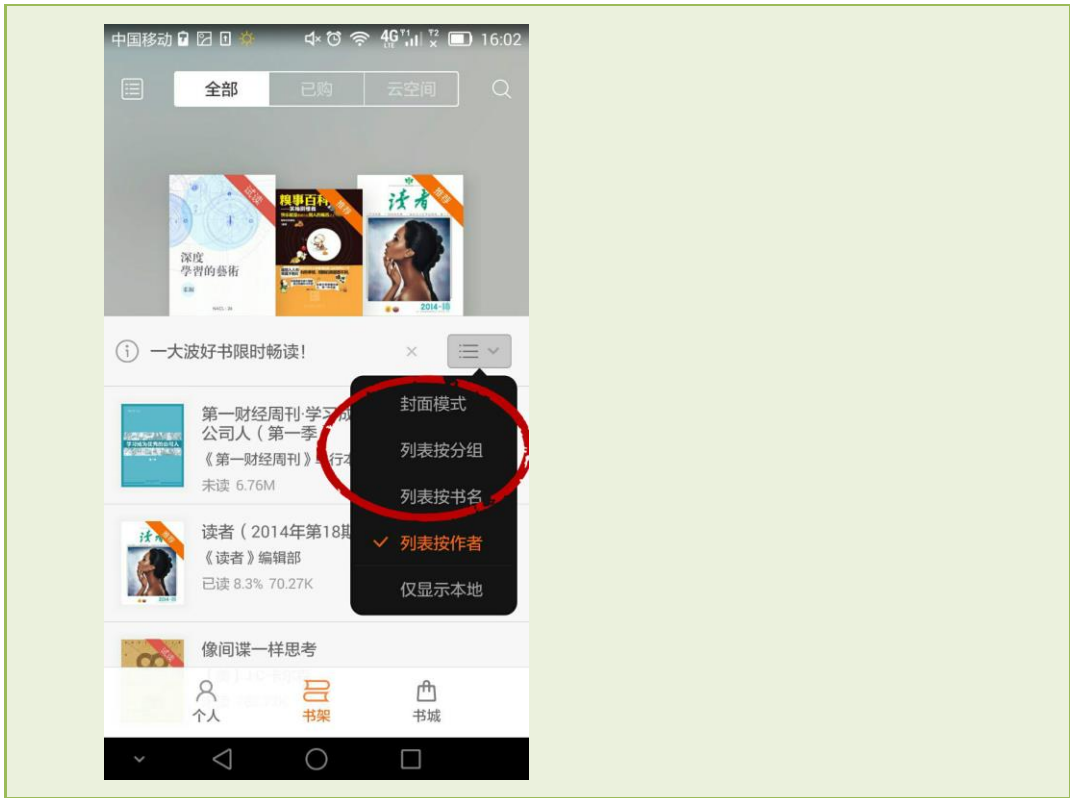
⑥Wifi 传书

同样的，典型的移动化场景应用



⑦个性化

一定程度上满足了不同用户的喜好，就是要让不同的用户用起来爽



四. 界面分析

1. GGbook

上面这个送谷粒和下面的免费获得谷粒有什么区别？下面的图标点着试一下……我靠，居然自动下载><，停停停下……我的流量 TuT



板块功能不详细。上面的这个是什么，广告吗？不像，推荐？和下面的推荐有什么区别？为什么要放在这里？点还是不点呢？



2. ireader

非常棒的视觉效果，简直是要把产品做到极致。



3. 书旗小说

人性化，上方的快捷按钮。用户是非常没有耐心的。



4. 多看

非常细腻人性化的细节。第一个，单独设置了购物车的按钮；第二个，表头冻结。



五. 免费模式

1. 为什么要免费

人性中有贪婪的一面，免费有利于吸引用户

2. 免费模式对比

| Ireader | 多看阅读 | QQ 阅读 | GGbook |
|---|--|---|--|
| 对比免费出现的最明显的界面位置 | | | |
|  |  |  |  |
| 图 1-1 | 图 2-1 | 图 3-1 | 图 4-1 |
| | “免费”出现在书架里面，下方的图书全部是免费书籍 | “免费”出现在书架的上方 | “免费”出现在书城下放的菜单里面 |
| 免费都占据了重要的位置，说明了对免费的重视程度 | | | |

对比免费界面

| | | | |
|--|---|--|---|
|  |  |  |  |
| 图 1-2 | 图 2-2 | 图 3-2 | 图 4-2 |

| | | | |
|---|--|--|--|
| |  <p>图 2-3</p> |  <p>图 3-3</p>  <p>图 3-4</p> |  <p>图 4-3</p> |
| 限时免费界面 5 本。更新时间不详。 | 限时免费 10 本，更新时间大于 2 天。 | 限时免费 3 本。更新时间不详。其余免费板块以排行榜的形式呈现。根据读者的评分和更新时间进行排序。 | 周一三五更新，限免 9 本，男生频道 3 本，女生频道 3 本，出版书 3 本。 |
| 多看做得最简单，只有限免、最新和最热三栏，Ireader 和 GGbook 以及 QQ 阅读都对免费进行了大量分类。这其中 QQ 免费单就形式上做得最好，它把限时免费挖掘得更深，根据图 3-3 和图 3-4 可以知道用户使用阅读软件集中在每天的 8 点到第二天凌晨 6 点以及周末，QQ 阅读推出的限时免费和积赞免费意图很明显——在黄金时段抓住用户。 | | | |

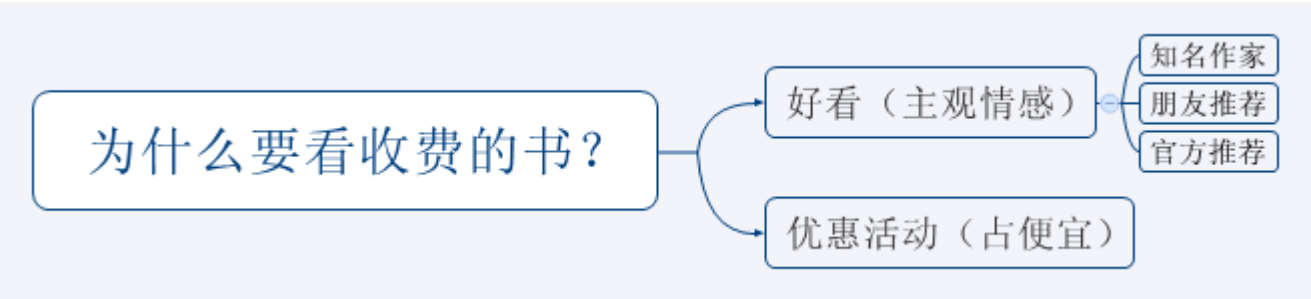
六. 盈利模式

阅读软件的盈利渠道无非是充值收费、流量分成、软件推荐这些，下面将对具体的运作模式进行分析。

1. 用户分析

首先，这里的用户已经排除掉了那些为了看书而看书的用户，他们只是喜欢那种看书的感觉或者说是纯粹的打发时间，书写的怎么样并不是他们考虑的最关键的因素。

既然有免费的书了为什么还要看付费的书呢？问题的答案好像是因为免费的书不全，但这只是一个结果，并不是根本原因，用户首先考虑是书，其次才是是否免费。



所有的收费项目都是好看和优惠活动出发而来的。这里说明一下朋友推荐，朋友推荐的核心在于所表现的相同的爱好，认识不认识等其它因素都是次要的。

2. 运作模式

这里所列举的只列举代表性的例子。

| | 好看 | | | 优惠活动 |
|---------|------|----------|------|-------------|
| | 知名作家 | 朋友推荐 | 官方推荐 | |
| Ireader | 品牌专区 | 出版畅销、晒书单 | 主编推荐 | 天天特价、包月畅读等等 |
| 多看 | 重磅推荐 | 图书好评榜 | 强力推荐 | 特价 |
| 书旗小说 | 名人力作 | 男生热搜 | 编辑热推 | 元旦大巨惠 |
| GGbook | 名家经典 | 排行 | 本周主打 | 包月 |
| QQ 阅读 | 新书速递 | 热门连载、人气榜 | 本周主打 | 包月 |

七. 总结

排在前面的阅读软件各有各的优势，共同特点是包含了上面的所有基本项目同时在某一方面挖得很深，形成了自己特色的东西。比如 ireader 的产品体验、比如书旗对于小说的专注（书多），比如 QQ 阅读基于数据对于用户的精准把握等等。