



## 一、摘要

---

为了深入了解主流新闻客户端在功能模块、内容运营及交互界面上的特点，我对腾讯新闻、搜狐新闻、网易新闻和今日头条这4款APP进行了对比分析。

**分析环境：**小米2SC，MIUI-JLB54.0

**APP 版本：**

腾讯新闻 4.7.2

搜狐新闻 5.2.1

网易新闻 5.0.1

今日头条 4.7.0

## 二、需求分析

---

简单的说，移动新闻客户端是在传统门户、传统纸媒等PC时代演变到现在移动时代的二代产品，带有传统门户用户获取最新资讯、了解信息的基本需求，但随着移动时代的发展，移动设备的演化，用户需求逐渐增多，用户使用产品的场景碎片化、多样化。

从需求层面上来说，用户除了了解最新资讯的需求外，在移动端衍生出了娱乐、社交、分享、个性化等的需求。用户浏览新闻的目的有了解时事、增加谈资、打发时间、关注自己喜欢的领域、工作等，那么从本质上来分析，用户其实是在满足自己娱乐、生活消遣、荣誉感、社交、归属感、求知等的需求。

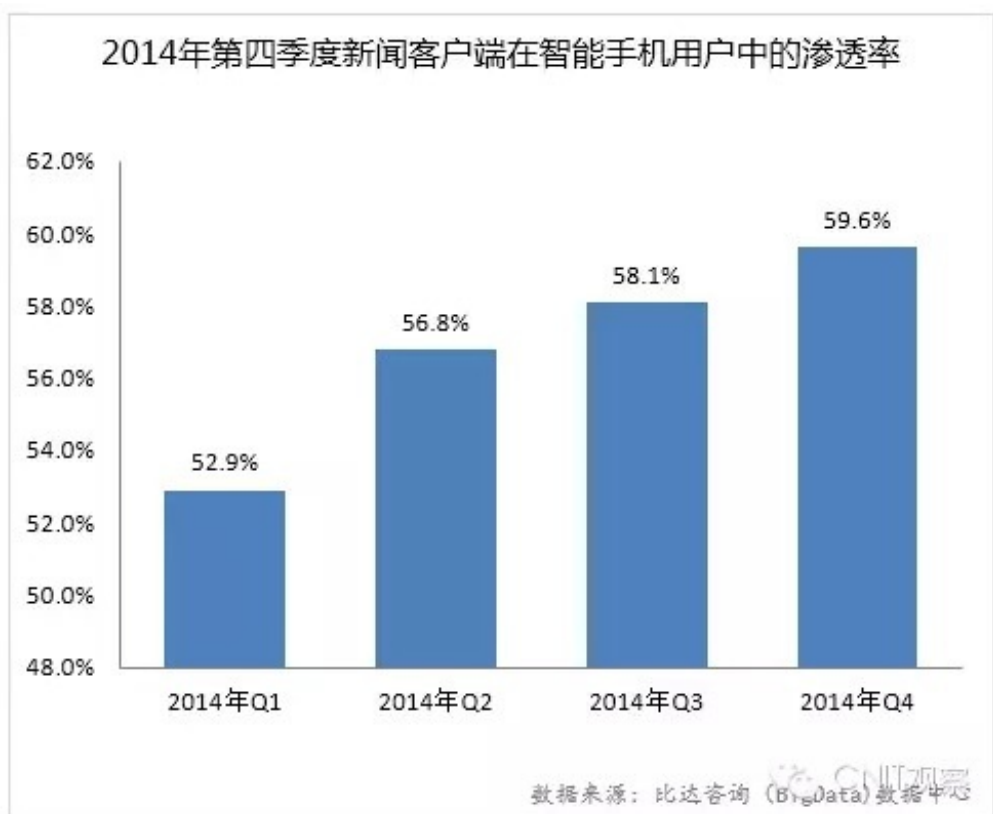
从使用场景层面上来讲，用户往往在路上、公交车、地铁上，在晚上睡前，早上醒后，在吃饭时，在上班休息过程中，在上洗手间等碎片化时间，这也衍生出了用户离线阅读等的需求。如何在短时间内满足用户以上这些需求成为新闻类应用需要考虑的问题。

### 三、市场状况

总的来说，新闻客户端分为三类，传统门户为主的移动新闻客户端、聚合类新闻客户端、传统报纸和媒体等推出的客户端。个性化订阅、碎片化、场景化、内容聚合等形式已经成为了新闻类客户端的发展趋势。

据易观智库发布了2014年12月的移动APP TOP200排行榜，腾讯新闻、搜狐新闻、今日头条均在TOP20中，而TOP20也第一次出现了三个新闻类应用，可见这一市场的庞大与应用发展趋势。

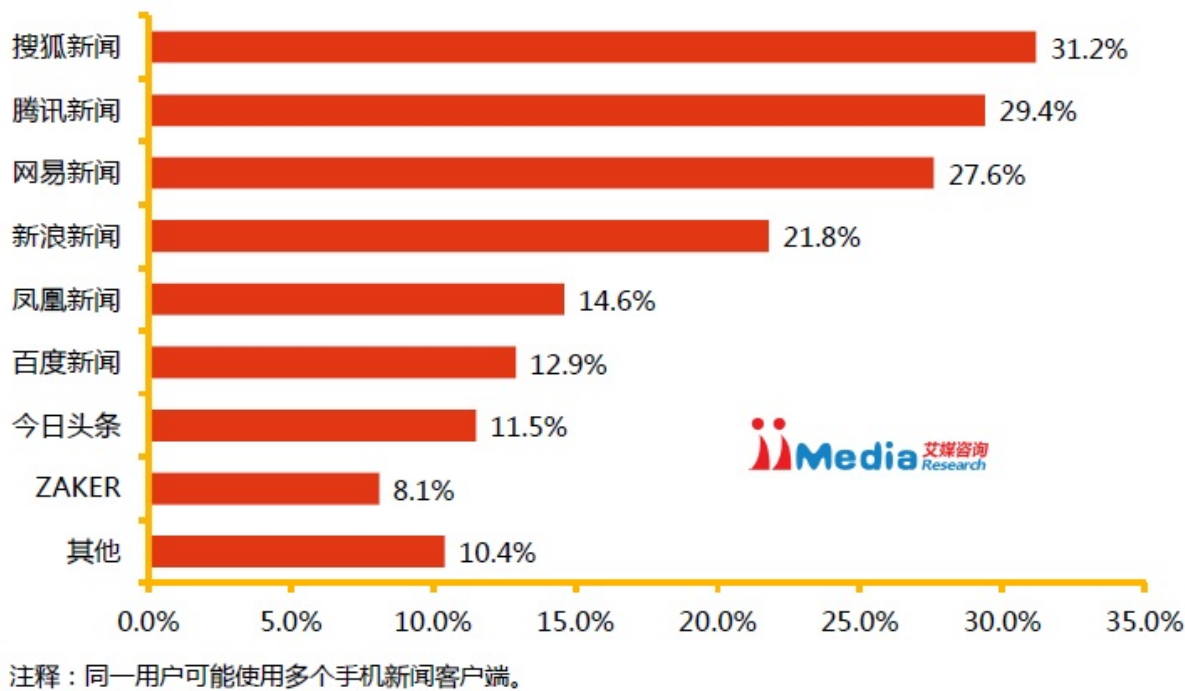
据比达咨询(BigData-Research)数据中心的最新监测数据显示，截至2014年12月底，中国智能手机用户规模达8.3亿。其中，新闻APP用户在中国智能手机用户中的渗透率为59.6%，用户规模达4.95亿。



2013年中国新闻客户端下载量排行：

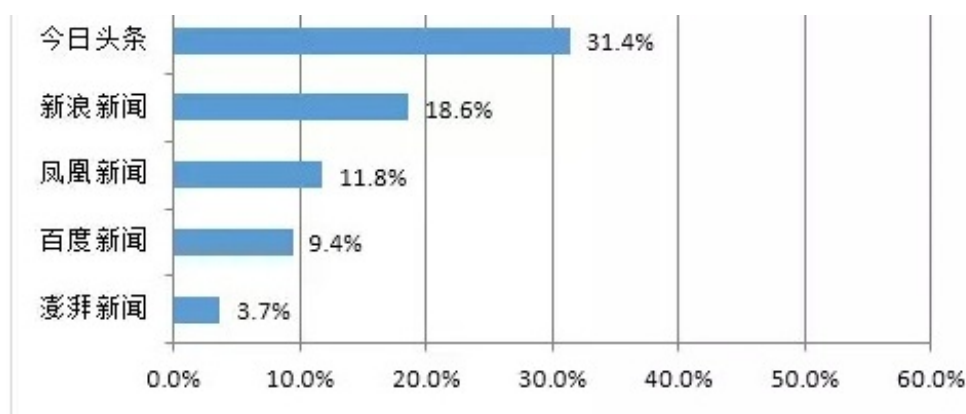


2013年中国手机新闻客户端活跃用户分布：



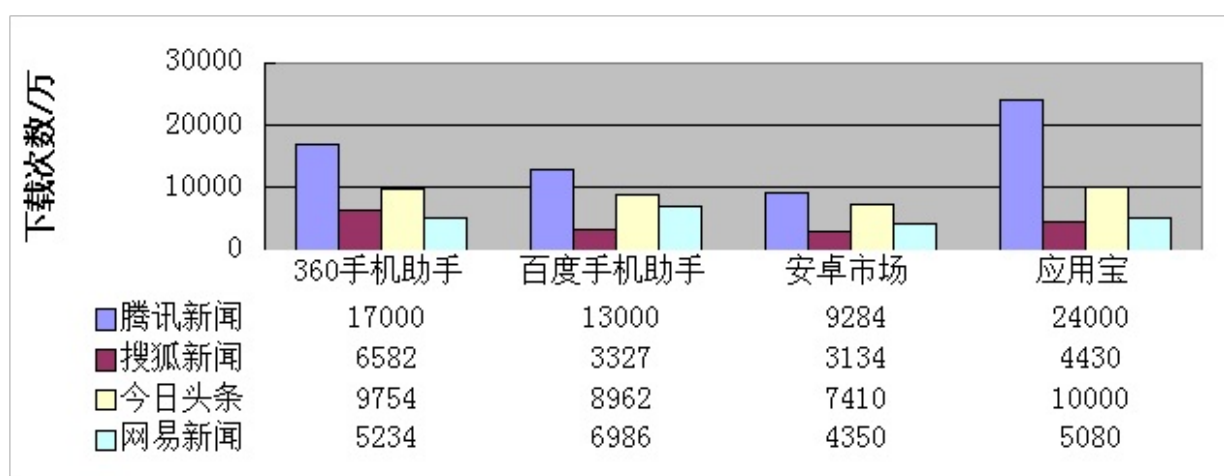
2014年第四季度中国主流新闻客户端活跃用户渗透率：





数据说明：活跃用户渗透率是指各新闻客户端用户数占有新闻客户端活跃用户总数中的比例，其中一个用户可能同时是多个新闻APP的活跃用户。

2015年各大新闻客户端在主要安卓应用市场的下载量：



从13年至15年的数据对比可以看出，腾讯新闻这两年下载量大幅提升，几乎与搜狐新闻不相上下甚至赶超，而今日头条这种聚合类新闻客户端的下载份额也在逐渐上升，但门户网站依靠背后大公司背景，仍然占领了大部分市场。

## 四、产品概况

### 产品定位及优势对比

产品	占用内存	Slogan	注册/登录方式	产品定位	产品优势
腾讯新闻	15.19M	事实派	QQ、微信快速登录，腾讯微博、邮箱注册登录	快速、客观、公正的提供新闻资讯的中文免费应用程序	强调新闻秒传，30秒实时推送重大新闻
搜狐新闻	11.30M	上搜狐，知天下	手机号、搜狐账号、新浪微博、腾讯微博、QQ、人人、开心网、	资讯全媒体的开放平台	移动新闻客户端市场份额第一；全媒体资讯平台；开放的订阅模式；海量



			淘玉账号、百度账号、微信		媒体独家内容
今日头条	10.26M	你关心的才是头条	手机号、QQ、新浪微博、微信、腾讯微博、人人	基于数据化挖掘的个性化信息推荐引擎	通过用户行为分析、推荐引擎技术实现个性化、精准化
网易新闻	22.46M	有态度的新闻门户	网易邮箱、手机号、新浪微博、QQ号	“有态度”的新闻资讯客户端	“跟贴”功能是突出特色，“无跟贴，不新闻”；注重原创栏目

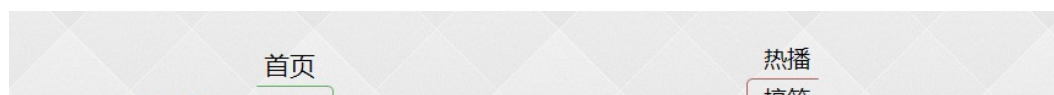
## 产品结构对比

### 4.2.1 腾讯新闻



腾讯新闻结构简洁明了，操作简单，隐藏层次较少，易使用。

### 4.2.2 搜狐新闻





搜狐新闻结构上稍显复杂，层次较多，有些功能隐藏较深，可能让用户一时间难以找到。

#### 4.2.3 今日头条



今日头条的结构相当简单，只有两层，使用起来非常简单，并且各功能栏划分有序，具有较高的易学性。

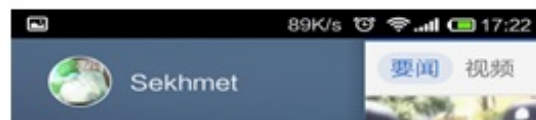
#### 4.2.4 网易新闻



网易新闻虽然功能较多，但功能划分较清晰，易于用户使用。

## 产品界面及功能对比

### 4.3.1 腾讯新闻



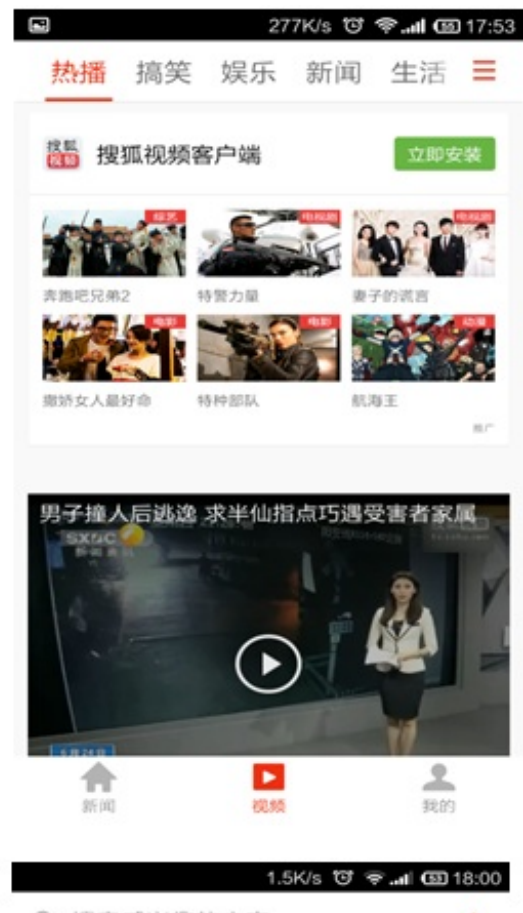




这是腾讯新闻的四个主页面，在主页面中可以通过左右滑动屏幕来切换频道，使用起来灵活方便，并且功能划分清晰，对于新用户来说，非常易学。用简单的设计，更容易被用户所接受。读书功能和新闻内容并没有太大关联，用户关注度可能不太高。点击左下角头像可以进入个人主页，整体体验还是比较流畅。打开

某条新闻，右上角可进行分享，其中“创意截屏”功能，自动截屏后可对图片进行自定义设计，是一种较新颖的分享方式。

#### 4.3.2 搜狐新闻







这是搜狐新闻的界面。

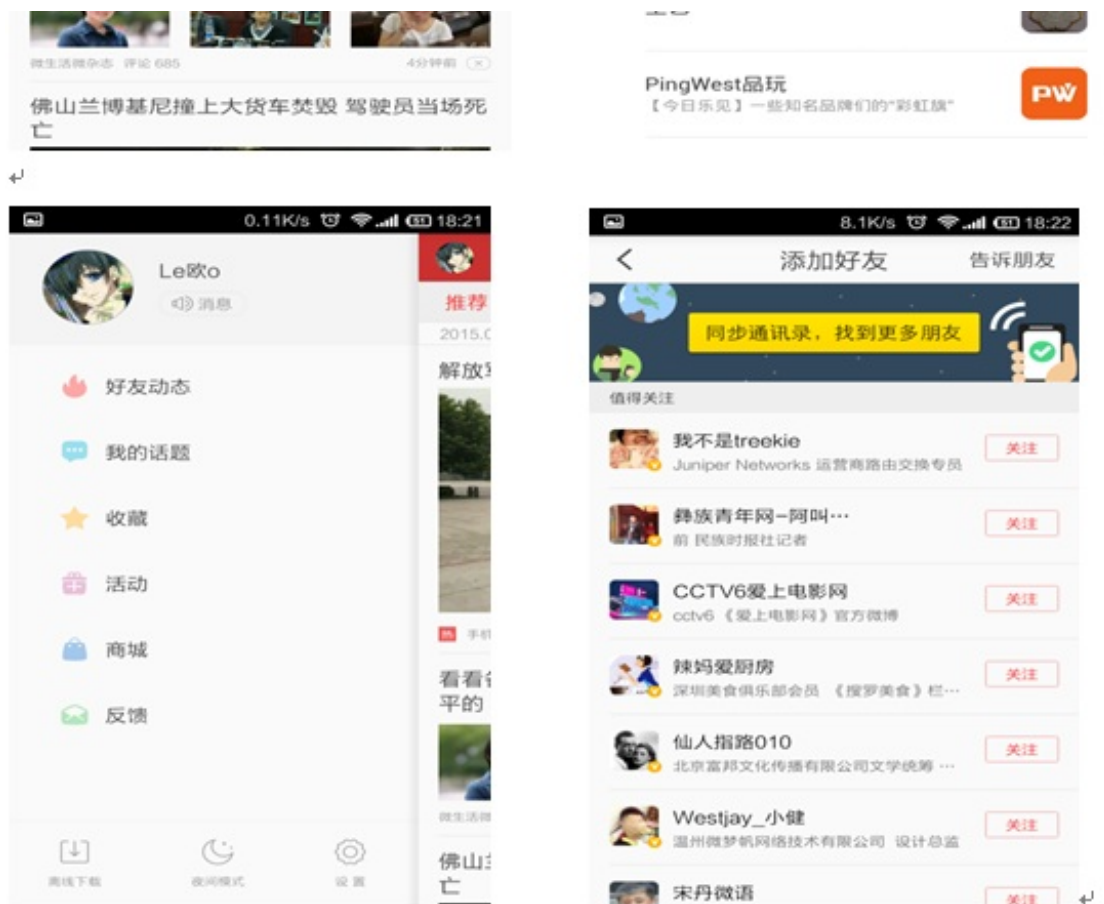
和腾讯新闻一样，也可以通过左右滑动屏幕切换频道。

在新闻列表中，每条新闻的右下角还有一个小的按钮，点击进去后会弹出“听新闻”和“收藏”两个按钮，收藏成功后会在屏幕上方（上方频道栏的下方）显示收藏成功，听新闻是个很吸引眼球的功能。视频栏界面设计的相对简单，点击想观看的视频便可直接播放。在“我的”一栏中，一共是三个功能按钮，点击头像后会出现用户的当前的信息，页面设计模仿了新浪微博主页的形式（关注、粉丝），相对较简单，但整体实用性不是很高。

最后一个界面，就是前面结构图中的“更多”，这里的内容排版虽然整齐，但功能分类上稍微有些凌乱，不易发现，对于新用户较难接受。建议将“夜间”、“收藏”、“设置”等这些列表框可以整合到“我的”功能栏中。

### 4.3.3 今日头条

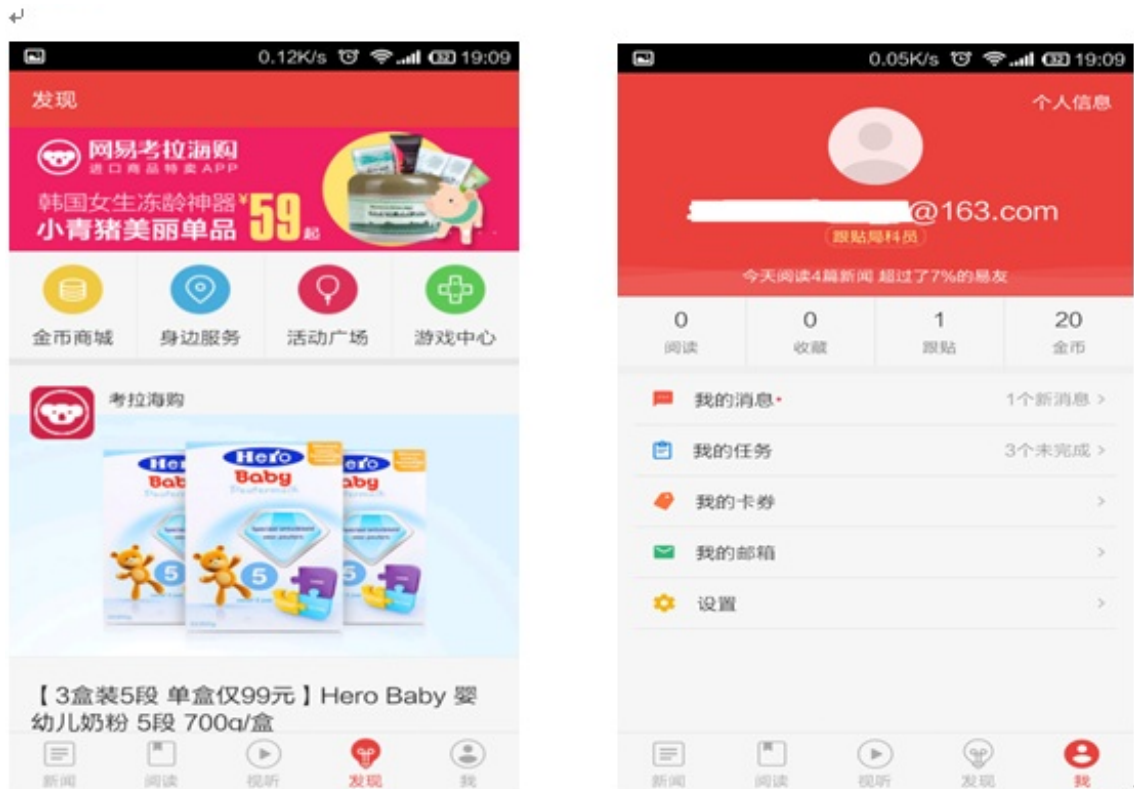




这是今日头条的界面。看起来非常简洁，功能分类也很清晰，同样也是左右滑动屏幕可以切换频道。搜索中凸显了个性化引擎技术。点击头像会跳转到个人主页，包括订阅、关注、粉丝和设置（账号管理）四大信息点，页面设计与QQ空间相似。“好友动态”中点击添加好友可以同步通讯录添加好友，这点是其他几大新闻客户端都不具备的功能，通过和好友互动，增强用户粘性。

#### 4.3.4 网易新闻





这是网易新闻的界面，还是网易系列惯用的大红色，突出且醒目。

首页构架和大多数新闻客户端产品一样，都是选项卡导航。但和前面的几款产品有所不同的是，左右滑动屏幕并不能切换频道，而是切换图片，内容可能是新闻、广告还有一些推广内容，频道的切换必须点击上方的频道按钮。点击右上角的铃铛图标，显示的是每日要闻，这点可能和一般用户的使用习惯稍有偏差（一般铃铛都表示提示消息）。

点击右上角的更多，出现下拉列表（图二），排版非常清晰，“邀请好友”将网易新闻客户端下载链接分享给朋友。发现一栏中有四个小的分栏，而主页面是一些广告，这和新闻主题不相符，用户关注度可能较小。

最后是“我”，这是用户在客户端活跃情况，包括阅读的新闻数，收藏数，跟帖数已经完成的任务等。值得一提的是，网易新闻会在一些小细节上突出自己的slogan——“有态度”，比如在“我的任务”的标语是“做任务，赚金币，兑换有态度礼品”，还有“有态度俱乐部”等，这些细节处理是亮点。

## 五、差异化分析

### 腾讯新闻

- 可以借助微信、手Q及QQ浏览器的用户基础，良好的运用腾讯视频、腾讯微博的资源。
- 将产品主体分为“新闻”、“书城”和“关心”三大部分，既保留了新闻应用的传统模式，又加入了现在较为流行的个性化定制创新模式，还接入了第三方入口，增加了应用的功能。

- 创意截屏功能契合年轻用户的个性需求，分享到其他社交媒体又可为产品宣传。

### 搜狐新闻

- 传统四大门户之一，可以沿用自身多年耕耘的资源 and 内容优势。内容丰富，为大众呈现了一个全资讯平台角色。
- 打造O2O、治霾等符合当下社会热点的频道，也打造众多符合社会年轻心态的频道，给用户多种选择，容易吸收各年龄段各层次的用户。
- 客户端开放自媒体，可以吸引知名自媒体人粉丝，也为产品本身宣传造势。
- “听新闻”是功能中的亮点，但语音技术并不是太成熟，有待改进。

### 今日头条

- 个性化推荐新闻优势明显，较为吸引用户。
- 好友互动和添加好友等功能增强用户粘性。
- “我的话题”让用户自由表达，可以产生更多内容，吸引更多用户，也有助于挖掘用户兴趣，更精准的为用户推动内容。
- 交互和UI设计简洁明了，构架清晰，突出了主题内容，用户操作方便。

### 网易新闻

- 高度重视UGC价值，“跟帖”文化已成为一种典型。
- 用户成长体系健全，有利用培养种子用户。通过做任务，积分换奖励等形式激发用户使用和传播产品行为，也有利于对产品的宣传。

## 六、总结

---

现今资讯类产品在内容多少有些千篇一律，而腾讯新闻和搜狐新闻有其强大的背景，渠道主导，流量入口大，这是一般的聚合资讯类产品所不能比拟的；网易新闻也依靠其成熟的UGC运营在市场上占据一席之地；今日头条优质的算法实现个性化推荐也赢得用户较高的满意度。由此可见，聚合资讯类产品要想在市场上占据一席之地，必须找准自己定位，打造产品特色。建议：

- 高度重视UGC运营，以增强内容互动和用户粘性；
- 在内容上，可以考虑以聚合资讯为基础，选定某一类作为主打，成为行业领先再逐步发展壮大；
- 产品构架设计清晰，贴近用户阅读习惯，方便用户使用；
- 把握趋势，满足用户获取资讯个性化、社交化、本地化的需求；
- 增加用户对内容喜好的反馈功能，深入挖掘用户兴趣，更精准的向用户推荐内容。



人人都是产品经理 ( woshipm.com ) 中国最大最活跃的产品经理学习、交流、分享平台