

巴士战争



在没有嗒嗒、滴滴、小猪等巴士之前，作为一名资深的上班狗，一直深深受上下班交通迫害，每回一上地铁就担心被挤怀孕、就怕被挤瘦，使出浑身百般解数and心里一百遍挤你妹后，只能默默的安慰自己，挤挤更健康! 对于那些BAT专车接送上下班的人来说，小篇一直怀有无穷的羡慕、嫉妒、恨。

从今年3月份开通定制巴士后，对像小篇这样中小公司上班人士，一人一坐、定制路线、比公交还省的价格，简单就是大幅度提升了生活幸福度，瞬间感觉生活工作么么大。

而定制巴士除了获得不断用户量增长外，资本也是对其亲睐有加，嗒嗒巴士在今年5月融得4200万元，之后又获得2亿元的B轮融资，嘟嘟巴士在6月获得1200万的Pre-A轮融资，还有易到巴士、小猪巴士等等创业公司，都获得到了投资机构的投资。

9月份随着滴滴巴士一出，定制巴士极有可能将被洗牌，毕竟有钱人任性起来不是人。暂且不管最终哪位“壕”剩下，小篇先从APP方面，将嗒嗒、滴滴、小猪、嘟嘟作下测评对比，看下哪个是真有料。

产品信息

测评环境

硬件环境：OPPO FIND7

系统：Android 5.1

分辨率1920*1080

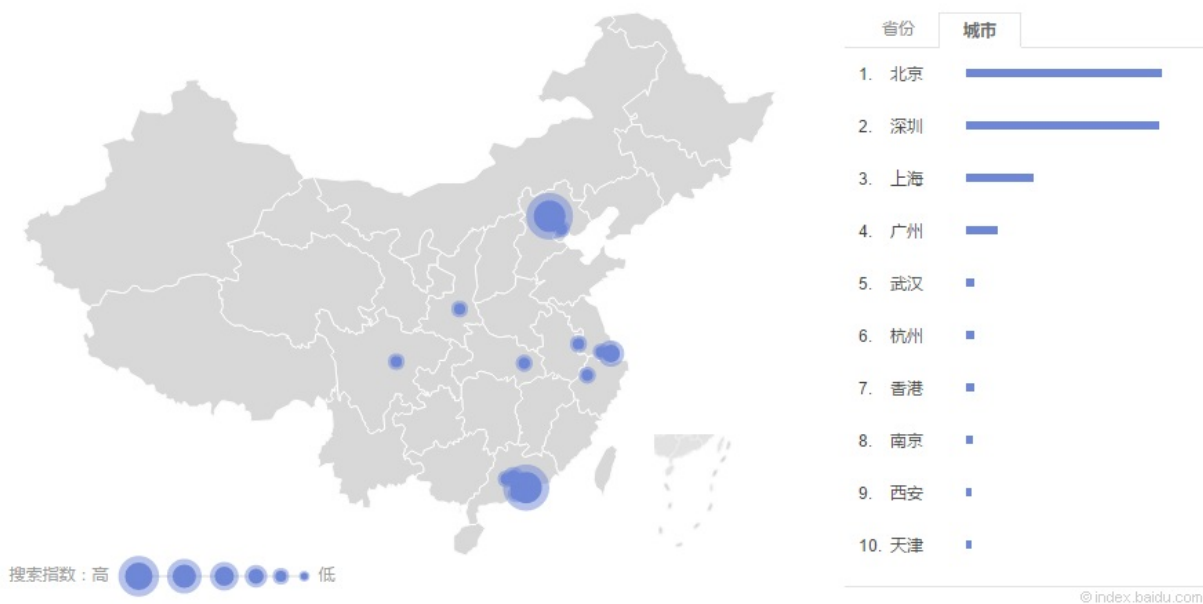
测评人：skyblue

产品下载量

	嗒嗒巴士	嘀嘀出行	小猪巴士	嘟嘟巴士
APPSTORE 上线时间	2015.04.24	204.05.20	2014.10.18	2015.07.04
APPSTORE 生活类排名	134	39（总榜）	274	205（旅行）
APPSTORE 点评量	20	1937	0	7
应用宝下载量	15 万	6622 万	3.8 万	6736 人次
360 手机助手 下载量	11.8 万	7022 万	6.1 万	162 人次
百度手机助手 下载量	8 万	4621 万	2 万	6242 人次

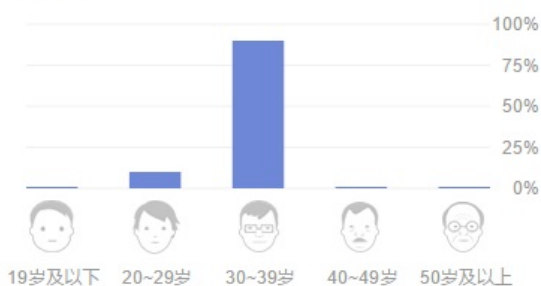
用户群体

地区分布



人群画像

年龄分布：



性别分布：



从用户区域分布来说，主要集中为北上广深等定制巴士已开通城市，从用户年龄来看主要为20-40岁人群。

产品定位

名称	slogan	官方介绍
嗒嗒巴士	Dadabus 送你上下班	嗒嗒巴士，国内巴士定制行业领导者。上下班拼大巴，地铁价格，专车享受。嗒嗒巴士目前已在北京、上海、广州、深圳、厦门、珠海等城市全面开通近 2000 条路线，新人注册即送 100 元代金券。中国 8000 万白领的上下班最佳出行选择！
滴滴出行	滴滴巴士，专座直达，为你而开	每天为全国超过 1 亿的用户提供便捷的召车服务。12 年刚诞生的滴滴就已成为最受欢迎的城市出行应用，到 14 年更是获得全球最具影响力 O2O 应用，年度十佳 App 的殊荣！
小猪巴士	互联网+绿色出行	“小猪巴士”送你上下班，公交价格，专车享受，准时准点出发，直达上班地点。 目前服务已开通城市：深圳、上海、杭州、成都、西安、南京，更多城市即将开通。
嘟嘟巴士	快捷舒适的嘟嘟巴士	嘟嘟巴士，国内最专业的巴士定制包车的在线平台，通过整合线下多家汽车租赁公司资源，为出行需求相似的人，提供上下班、周边游、景区“定制包巴士”等服务。

测评分析

战略层

市场需求

作为广大乘坐公共交通上下班的抓住阶层来说，上下班等车久、上车难、上车挤、无座位、路上堵

、转车麻烦是用户长期的痛点，如何更好的解决这个问题不但为广大白领关心的问题，而且也成为政府与公交公司关心的问题。由于站的角度不同（解决大多数人最大的问题——能座上车），政府与公交公司以更多的是以提供更多的车辆，开更多的线路去解决，用户最终还是感觉以上痛点。

而公交公司虽也有创新，在定制巴士还未火时提出“定制公交”，但由于所占角度（既得利益者）与传统运营手段，并不能将“定制公交”进行推广，解决以下问题。

从用户需求角度来说，最基本的需求是更加舒适上下班，期望需求是方便（直达）。

产品定位

嗒嗒、小猪、滴滴都是精准的定位于白领上下班出行交通服务，滴滴出行则是在打车、专车的基础上进行业务（白领出行应用场景）拓展。嗒嗒、小猪、滴滴巴士在获得现有用户量的基础上，则进行更多应用场景（周边游、机场、高铁站交通、包车）拓展。

APP产品功能列表

功能名称	嗒嗒巴士	滴滴出行（巴士）	小猪巴士	滴滴巴士	分析
查询班车	√	√	√	√	嗒嗒、小猪、滴滴出行（巴士模块）都是将查询路线（起点、终点输入框）作为首要功能放在进入 APP 首页，而滴滴巴士则是在 APP 右上角有个查询按钮，输入点击进去后才能进行起点、终点填写查询，不是特别明显，功能放得较其它 APP 深。
常用路线	√	√	√	√	（1）嗒嗒显示为常用路线、滴滴显示为推荐路线、小猪显示为附近路线、滴滴为已开通为未开通周边游、机场、包车。各 APP 突出点不一样，嗒嗒的常用路线为之前订过的路线，滴滴的推荐路线根据之前预订过的路线向用户推荐路线、时间大致相同路线（应该是包括订过、相似、附近），而小猪根据打开 APP 网络定位，显示附近起点有到哪的路线，滴滴则是将所有路线列出来，让用户知道我有哪些路线（特别是机场、周边游），哪些将开启。从用户体验来说，嗒嗒的最适合，因为上下班点相对固定，之前订过的也是接下来要订的路线，可以以最快的速度进行预订操作。
					（2）同时嗒嗒、滴滴有将购票按钮做在列表上，可直接点击购买，而滴滴与小猪则要点击进去，又让用户多点击了一下。

乘车 [↗]	√ [↗]	√ [↗]	√ [↗]	√ [↗]	(1) 嗒嗒显示为乘车, 小猪为车票、嘀嘀选择巴士就直接显示当天车票(早上就只显示早上的)、嘟嘟进去后显示为次票+月票;(2) 从功能布局与显示来说, 嗒嗒用户体验最好, <u>首先一打开 APP</u> , 直接就显示乘车页面, 这为用户乘车时第一需要(看车到哪了、车牌号是多少), 而小猪与嘟嘟、嘀嘀巴士只显示车票基本信息, 需要点击进去后才能查看地图信息; [↗]
我的代金券 [↗]	√ [↗]	√ [↗]	√ [↗]	√ [↗]	功能基本一致, 只是嘟嘟有添加代金券按钮(需要图稿优惠码), 不知道如何使用。 [↗]
我的行程 [↗]	x [↗]	√ [↗]	x [↗]	x [↗]	嗒嗒将用户以往订票记录、与已预订还未使用记录, 以日历表形式进行展现, 比较直观、易查看; 嘀嘀有我的行程, 但功能就是我的订单。 [↗]
我的订单 [↗]	√ [↗]	x [↗]	√ [↗]	√ [↗]	(1) 嗒嗒、小猪、嘟嘟以购买下单(一次多张票)进行展示, 而嘀嘀则是以单张票进行展示。(2) 原因: 嗒嗒、小猪、嘟嘟都有购买月票优惠或超过多少钱使用代金券优惠, 如果顾客退票只能全退(不能退) [↗]

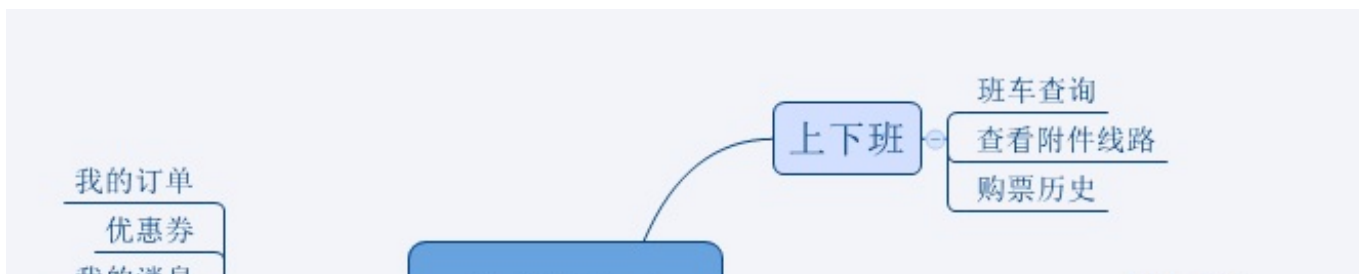
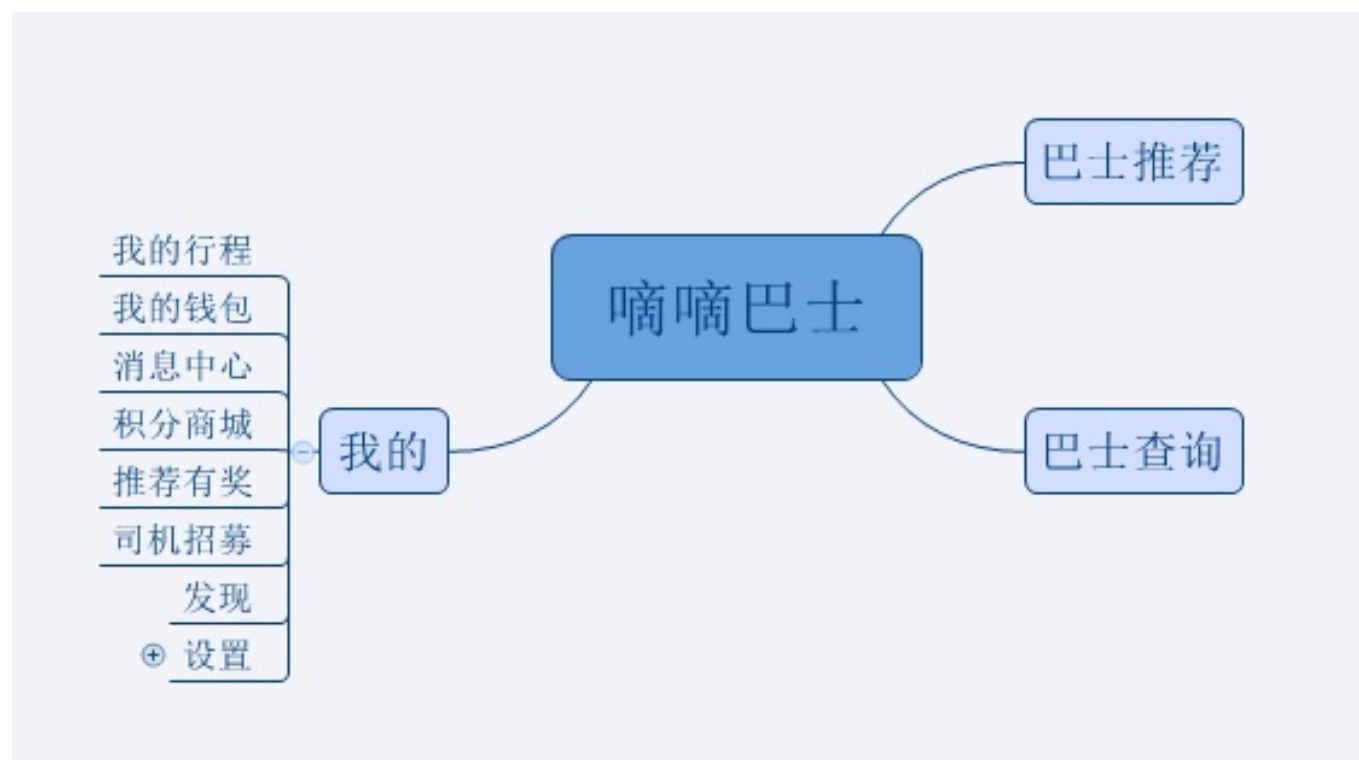
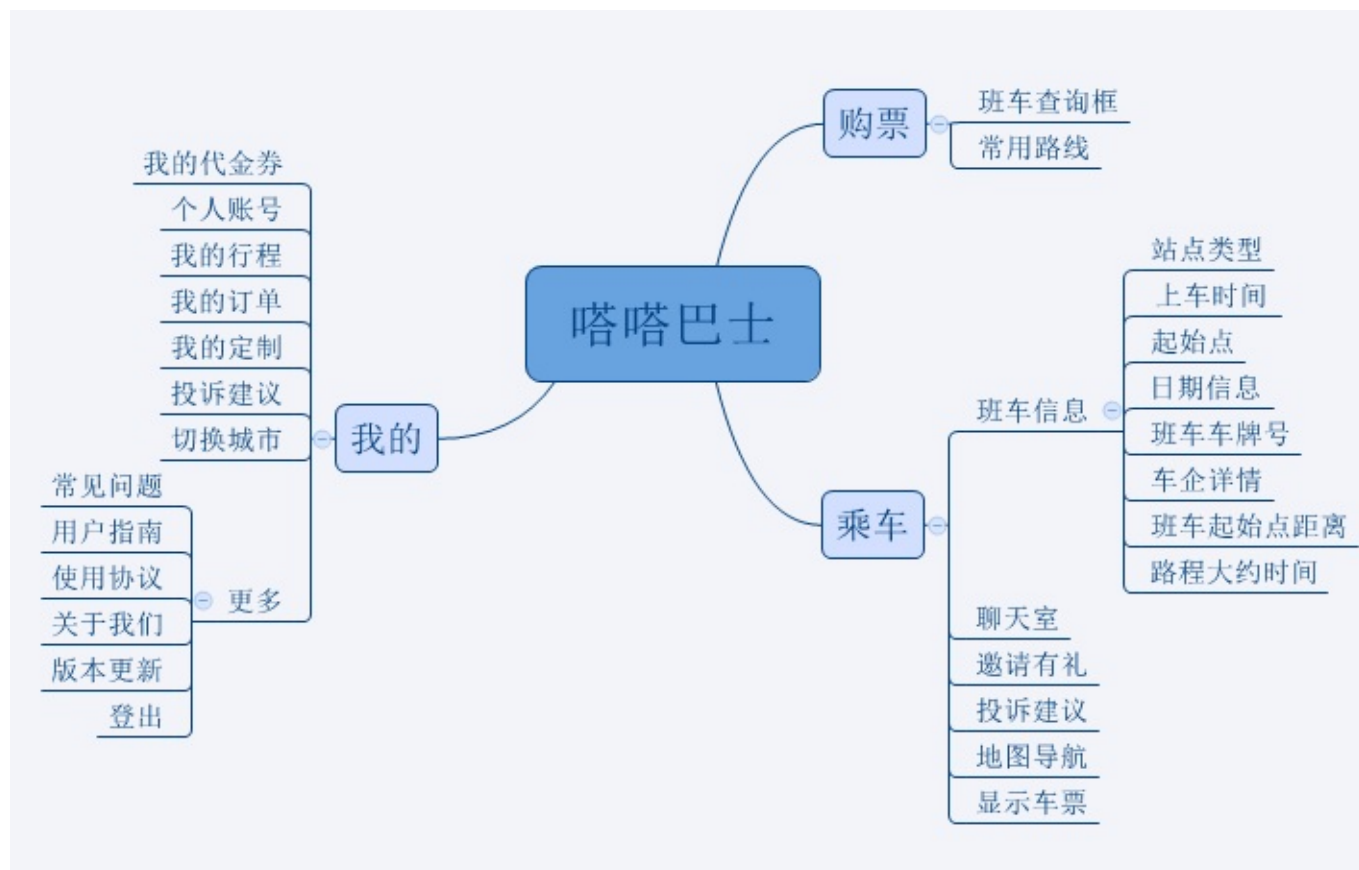
我的定制 [↗]	√ [↗]	x [↗]	√ [↗]	x [↗]	用户可在 APP 发启新路线, 用作预约开启新路线查看状态用(是否开通, 有多少人进行报名) [↗]
投诉建议 [↗]	√ [↗]	√ [↗]	√ [↗]	√ [↗]	用作反馈用户意见, 帮助解决用户问题 [↗]
切换城市 [↗]	√ [↗]	x [↗]	x [↗]	x [↗]	感觉没实际用处 [↗]
常见问题 [↗]	√ [↗]	x [↗]	x [↗]	√ [↗]	这两个功能, 都昌以图文的方式告诉新用户, 如何使用 APP 折 [↗]
用户指南 [↗]	√ [↗]	√ [↗]	√ [↗]	x [↗]	
使用协议 [↗]	√ [↗]	√ [↗]	√ [↗]	√ [↗]	[↗]
关于我们 [↗]	√ [↗]	√ [↗]	√ [↗]	√ [↗]	[↗]
版本更新 [↗]	√ [↗]	√ [↗]	√ [↗]	√ [↗]	[↗]
退出 [↗]	√ [↗]	√ [↗]	√ [↗]	√ [↗]	[↗]
<u>微信支付</u> [↗]	x [↗]	√ [↗]	x [↗]	x [↗]	嘀嘀有个好靠山, 点击 <u>微信支付</u> 不需要输入密码, 使 [↗]

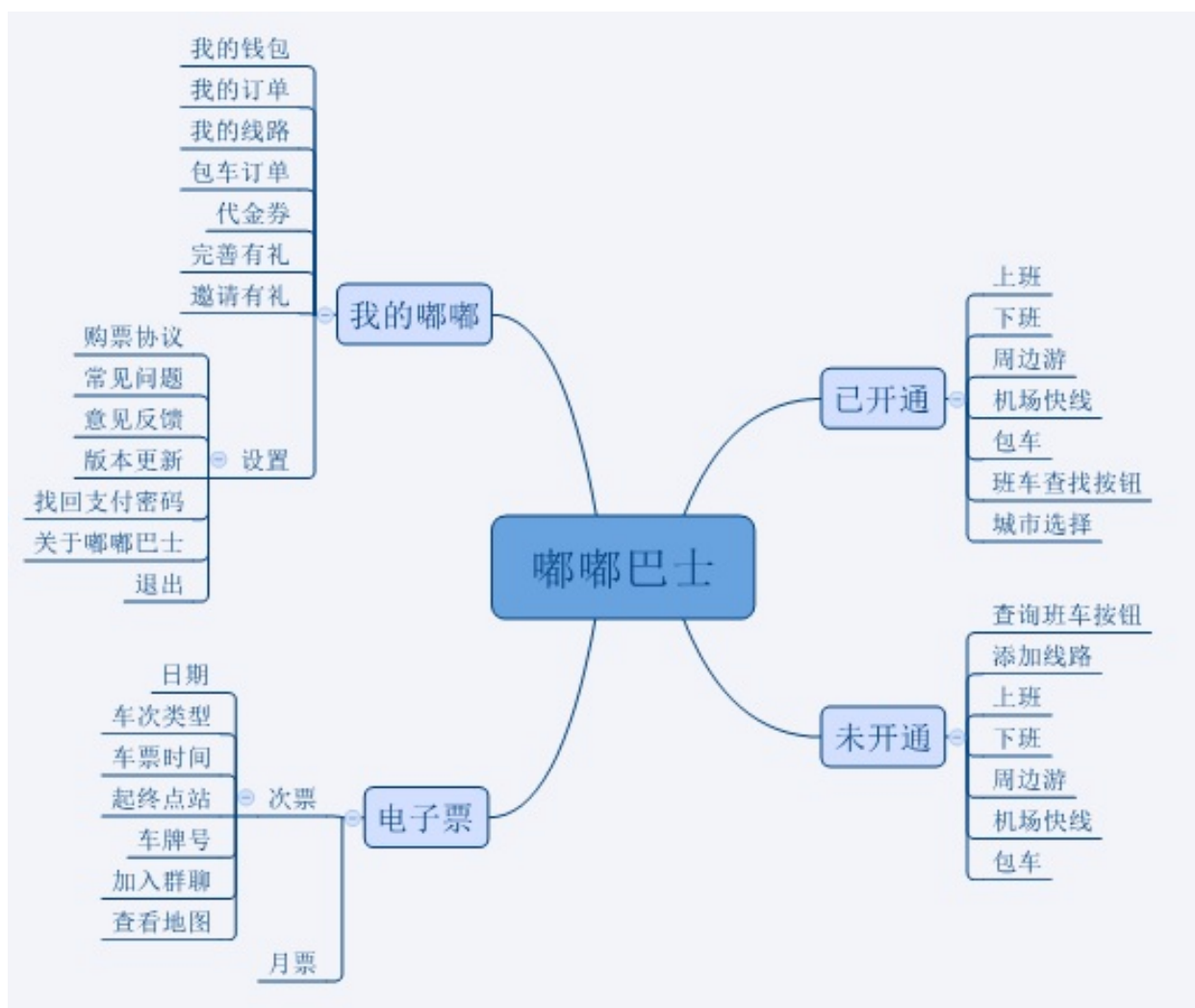
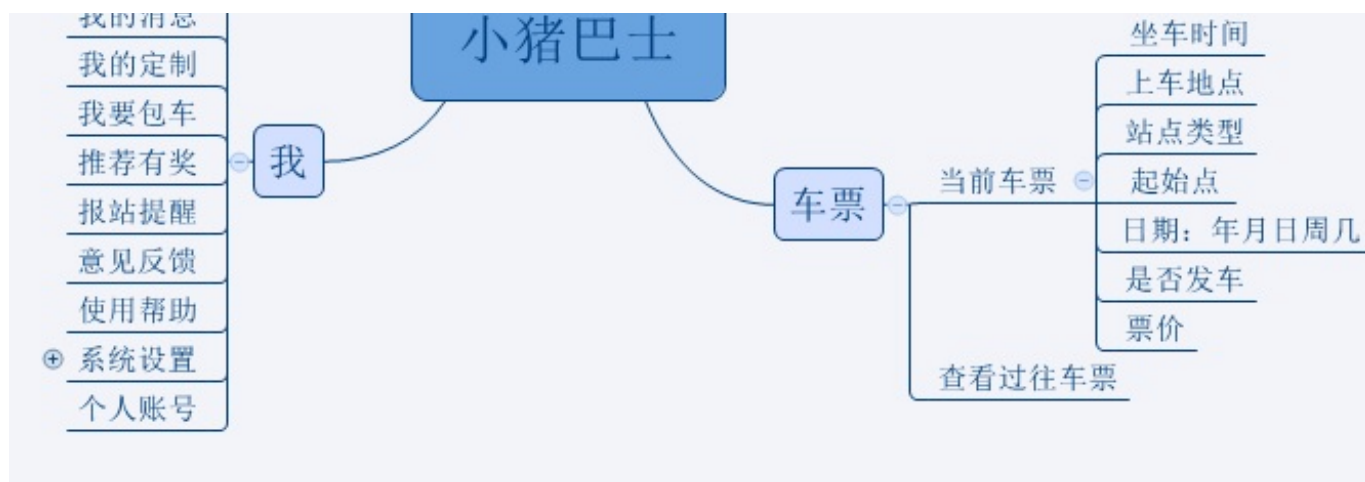
免密码 [↗]					用时更加方便, 嘀嘀默认是关的, 用户可以自行开通。 [↗]
找回支付密码 [↗]	x [↗]	x [↗]	x [↗]	√ [↗]	说实话, 没看懂。 [↗]

常用地址 ⁺	X ⁺	√ ⁺	X ⁺	X ⁺	录入常用地址用,在选择查询时,能够更加快捷的输入。此功能应该对于打车来说较为好用,因为使用频率高,而对于定制巴士来说,定制票使用较少(较多是一次定制多天的票),可以有,但用户不一定会有很多人去用,如使用嗒嗒常用路线就直接可以进行购票,而不需要再次输入地址。如开发此功能,需要进行开发成本与使用频率、重要性方面进行考虑。 ⁺
消息中心 ⁺	X ⁺	√ ⁺	√ ⁺	X ⁺	感觉还是可以有的一个功能,如退款成功信息,与用户相关的信息推送还是可以用得上。 ⁺
积分商城 ⁺	X ⁺	√ ⁺	X ⁺	X ⁺	增加用户使用粘性的一个功能,增加用户使用存量,增加用户转换成本。 ⁺
完善有礼 ⁺	X ⁺	X ⁺	X ⁺	√ ⁺	主要填写内容为:昵称、电话号码、家庭地址、公司地址、同意注册,还有一个默认(不点击进去,根本不知道是城市一个选择)。有了手机验证还不够,还有再注册一遍!有什么礼,也没看到提示,感觉这个产品经理是个坑! ⁺

推荐有奖 ⁺	X ⁺	√ ⁺	√ ⁺	√ ⁺	运营功能,推荐了就会有奖励,不错哦! ⁺
发现 ⁺	X ⁺	√ ⁺	X ⁺	X ⁺	推荐下载其它软件。 ⁺
我要包车 ⁺	X ⁺	X ⁺	√ ⁺	√ ⁺	一个大多数用户都用不上的功能吧? ⁺
包车订单 ⁺	X ⁺	X ⁺	X ⁺	√ ⁺	同上 ⁺
报站提醒 ⁺	X ⁺	X ⁺	√ ⁺	X ⁺	应该是短信或语言自动提醒(上车与下车的时候其它有这个需求,因为低头看手机,或者睡觉,一不小心车就开走了) ⁺
同行聊天 ⁺	√ ⁺	X ⁺	X ⁺	√ ⁺	(1) 用户频率较高的一个功能,主要是用来与同车人沟通车到哪作用。(2) 嗒嗒采取的是限时匿名沟通(每个班次发车前开通限时群聊功能,群成员随机发个名字,开始聊天,但名字后面有加手机后四位号码,这样同坐车次多的,可以记住对方大概是谁,需要用心才知道);而嘟嘟则是给个微信群聊二维码,

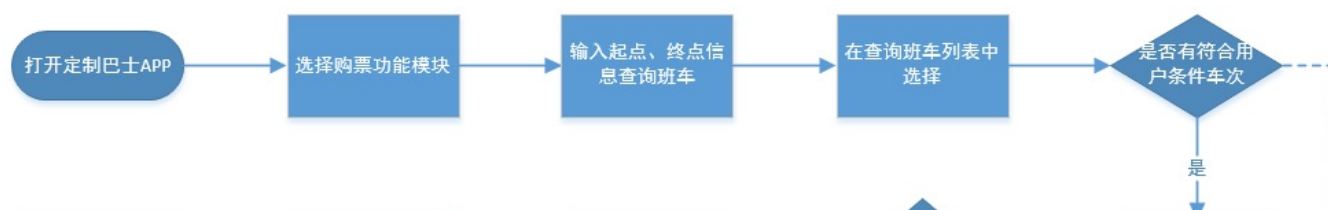
					将关系往微信导,用户不一定愿意透露更多微信账号信息,同时同一个群的也不能保证是坐同一辆车的(加入后在里面发广告的也比较多)。 ⁺
--	--	--	--	--	---

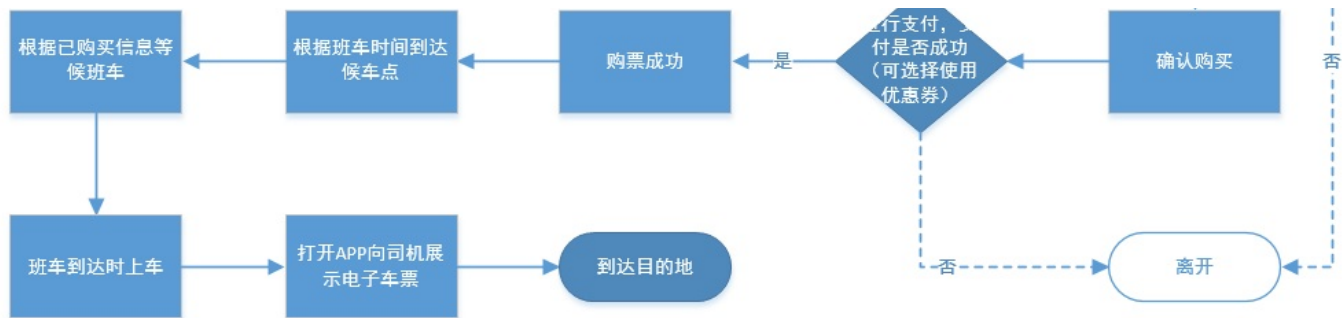




业务流程

因体验嗒嗒、嘀嘀、小猪、嘟嘟预订使用流程都一致，所以就将合起来编写。在嘀嘀车票展示页面右下角有二维码，可能将在车国辆装载二维码扫描验证机，用户自行显示二维码进行验证。





界面、导航、信息设计

首页





- **首页页面设置**：作为一款工具类应用，定制巴士APP主要功能就是为用户提供订票、坐车验票功能，所以嗒嗒、嘟嘟、小猪都将订票页作为首页。而滴滴出行，定制巴士只是作为其中一块业务（主要还是用来打车），不可能放置在首页。所以用户在进入滴滴时，还需选择进入巴士页面，同时在打开时，滴滴会自动提示打开GPS，其中会有卡顿现象出现，所以用户使用滴滴巴士时，会比其它APP操作更加麻烦。
- **推荐订单列表**：上下班定制班车一条路线重复使用属性高，嗒嗒、小猪将历史订单放置在查询框下面，方便用户快捷预订。其中嗒嗒有将订票按钮直接放置在历史订单标签页上，用户可直接进行购买，而小猪则需要点进去才能购买。嘟嘟则是将上班、下班、周边游等已开通路线放置在首页主要位置，只能表示之是有多想宣传自己有机场路线与周边游路线，又有多少人会用到？这产品经理是敌方派来的卧底吧？
- **查询框**：滴滴、嗒嗒、小猪都有将查询框放置在首页显要位置，而嘟嘟则是在右上角放置了一个查询按钮，查询班车需点击按钮后，进入下一页才能看到，使用非常不便。

乘车





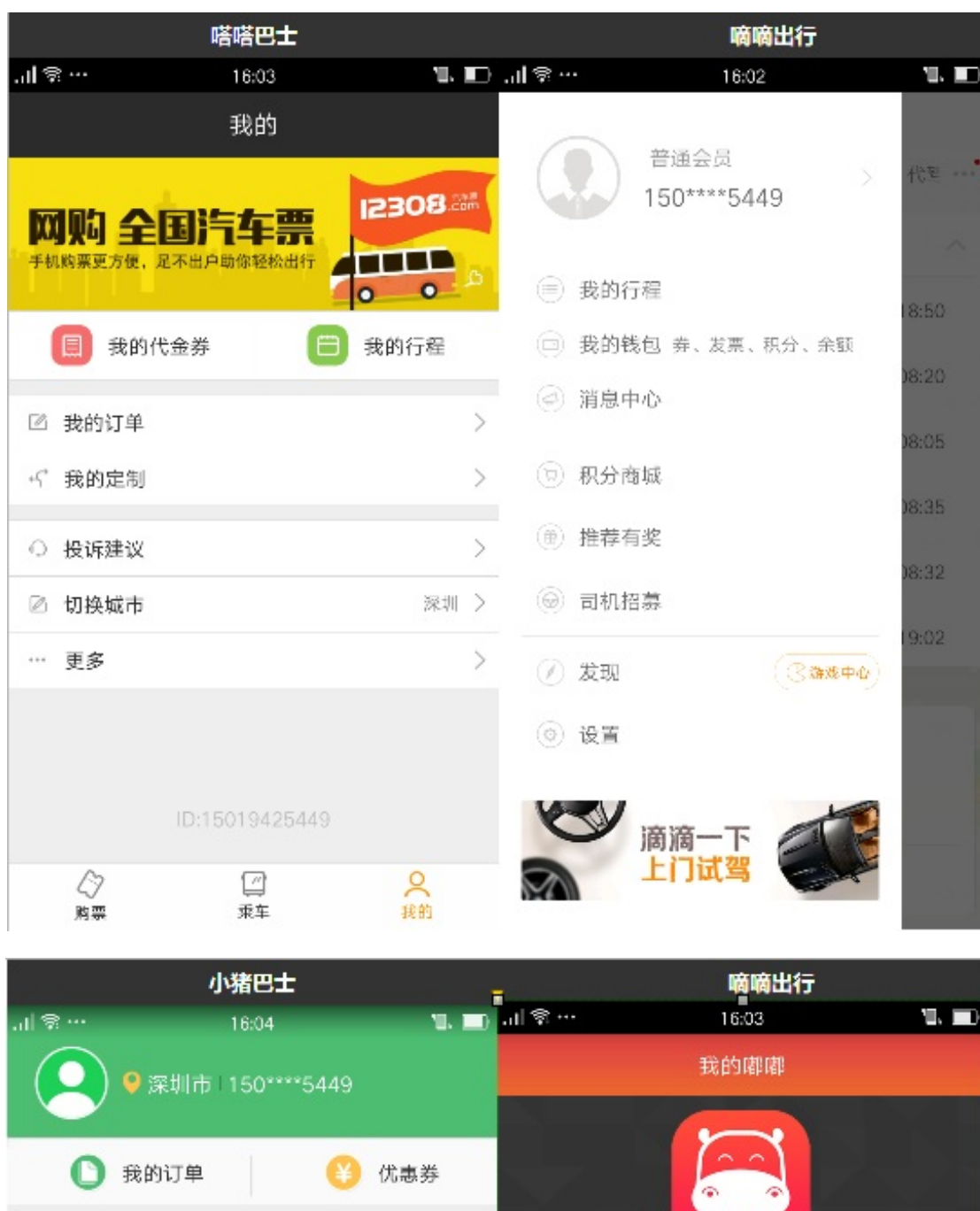
- **位置：** 嗒嗒将乘车作为APP三大主要功能放置在导航栏中间，而嘀嘀则是在进入APP选择巴士后，会根据时间（在上下班时间内）将订单栏显示在巴士模块页中间，点击进去后乘车信息展示页。嘟嘟则是在导航栏最末项（非常不注重用户使用体验），放置在【我的】模块后。另外小猪与嘟嘟在乘车二级页面只显示为乘车票列表，具体信息还需要点击进去才能看到。
- **乘车文字信息提示：** 嘟嘟、小猪的文字信息提示中牌号做得比较醒目，用户一眼就能看到，方便等车的时候进行查看；嗒嗒、嘀嘀将文字信息整理放置在最上端，虽然不是特别大，但较为整洁；另嘀嘀还显示车次的准点率、服务人次，车次评分情况（用户没有打分的入口，也不知道以什么标准评的）、司机的名称，信息量更友好。
- **乘车地图提示：** 嗒嗒、嘀嘀、嘟嘟都有提供导航信息查询，小猪未提供；嗒嗒的地图能显示车次位置、站点位置、用户实时位置，而且在班车位置上有提示定位的时间（有时位置因为网络信号问题，不一定准），细节做得不错；嘀嘀的班车的图标为一个橙色的巴士形状，当司机有调整方

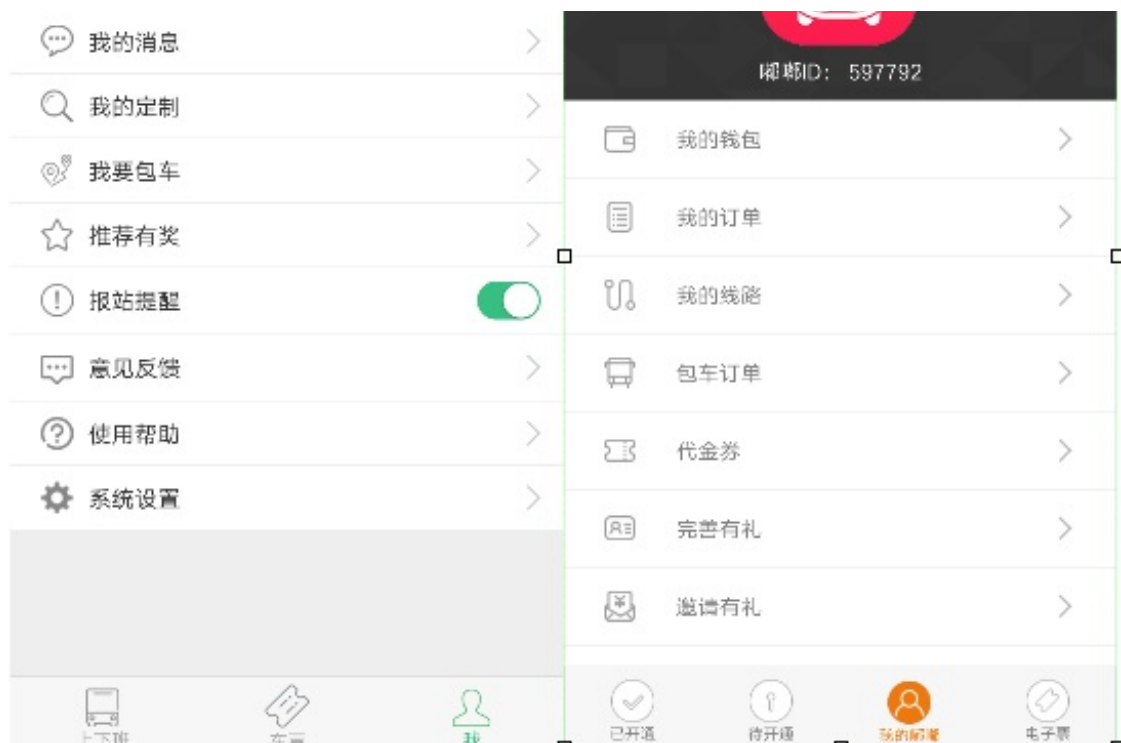
向时，图标也会调整方向，整体地图与嗒嗒差不多，但整个地图信息（乘车人位置、候车点位置、车实时位置）显示下来感觉没有嗒嗒明显，这与地图与APPUI用色有关系；嘟嘟地图显示是单独另一页，如果要看车的位置就看不到车次文字信息，用处用户体验不好（用户在候车一会要看车牌是多少，一会又要看到哪了）。

• **特色功能【聊天室】**：嗒嗒有提供当班车次乘车聊天室功能，同班次用户可在里面聊天（主要用作问车到哪了），而嘟嘟则是提供加微信群指引（里面的人不一定是乘车班次的人，有可能是以前乘车的），容易泄露用户微信号，而且聊天信息不一定能及时看到。

• **投诉、分享功能**：嗒嗒有在乘车页面做分享、投诉链接，滴滴也有分享链接。个人认为投诉功能设置不错，因为经常等车晚点太多、或等不到车，这个时候用户一般是打开APP看乘车的地图信息，这里有入口进行投诉，用户将更方便及时进行反馈。

我的





- **ID号显示**：嗒嗒、嘀嘀、小猪都是以手机号作为ID号，而嘟嘟以系统生成的号码为ID号，嘀嘀、小猪用将用户手机号码中间4位作隐藏处理，而嗒嗒则是显示在我的页面下方。
- **头像**：嗒嗒没有提供头像显示页，而将其它APP提供头像页面做成广告栏，而嘀嘀、小猪、嘟嘟则有显示头像，其中嘀嘀的头像是可以进行修改的，而小猪与嘟嘟则是不能点击修改，嘟嘟默认显示它家LOGO河马，而小猪幸好没有将所有人头像默认显示为一头猪。
- **功能突出显示**：嗒嗒有将优惠券、我的行程进行突出显示，小猪有将我的订单、优惠券进行突出显示，以引导用户点击与使用，而且使页面看起来更有层次感。

整体UI感觉（以下纯属个人瞎扯）

嗒嗒：整体用色黄黑（偏一点灰）配，黄色体现产品与服务有活力、热情、亲和力，布局整体较为整洁、干净，功能摆放都有考虑到用户使用场景。

嘀嘀：首先说下图标，自从改了LOGO后，一打开在分类文件夹中，第一眼还是找不到它在哪里，需要仔细瞧上一两秒，UI整体用色较之前更加偏淡，为白、灰、橙三色；布局：加了这么多功能想摆好也是比较困难的，就不多说了。

小猪：用色为主要为绿、白，布局整体与嗒嗒差不多，但是图标开关用色方面就比较糙，不够精致。

嘟嘟：用色：红+橙+白，图标够打眼，但APP里面大片使用红+橙打眼色，看久了后会视觉疲惫，分散注意力。布局就不说了，当看到把未开通放在主导航栏，我就彻底否决它了。

总结

综上所述，嗒嗒用户体验最好。

定制巴士线下APP产品是一方面，更重要的将是线下车是否够多、路线是否够多、体验是否够好、是否继续有钱玩下去。一般老大和老二打架，被打死的一般是老三、老四，有钱的滴滴与体验不错的嗒嗒将会作为老大、老二活下来的，而小猪、嘟嘟估计会先躺在沙滩上，说不定转成包车专业户与城际、周边游巴士APP呢！

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