

竞品分析：哔哩哔哩漫画 VS 快看

周惠 18724018690 1720947824@qq.com

| | 版本 | 应用描述（关键词） |
|--------|--------|--|
| 哔哩哔哩漫画 | 3.3.0 | 海量高清正版漫画；正版日漫；海量国漫；上新韩漫；多重福利 |
| 快看 | 5.75.1 | 海量高品质漫画；社区创作；作者 V 社区；少年漫画；少女漫画；青年青女漫画；正版日韩漫画同步更新；个性化推荐 |

2020.09.02

目录及总结

| | | B 漫 | | 快看 | 备注 |
|--------|------|------------|---|--|--|
| 战略对比分析 | | 海量正版漫画阅读平台 | | “IP+社区”是快看目前核心战略;内容社区和原创 IP 平台 | 相比之下, B 漫战略不甚明朗 |
| 用户对比分析 | | 漫画阅读爱好者 | | 核心用户: 漫画作者, 大 V 等主要的內容生产者; 主流用户: 内容消费者及漫画阅读者, 偶尔生产内容; 普通用户: 一般的漫画阅读者 | B 漫的用户结构较为单一 |
| 业务对比分析 | | 版权收费+免流 | | 会员, 广告, 免流, 电商, 游戏, 赛事, 影视 | B 漫业务模式比较单一 |
| 功能对比分析 | 信息架构 | 首页与发现页 | 信息体量相当, 区分标准也不明确 | 首页改为追漫, 只有关注、热门两个版块 | B 漫总体看上去比较混乱, 容易造成观感上的疲劳 |
| | | 漫画详情页 | 信息更倾向于介绍漫画本身 | 引入漫画相关专题的帖子 | 对深度漫画阅读爱好者来说, 与漫画关系不大的信息其实价值不大 |
| | | 漫画内容页 | 除了基础的阅读设置调节信息, 在不影响阅读的情况下还显示了 wifi、时间、电量等信息 | 没有其他信息 | B 漫的阅读体验更好 |
| | | 个人中心 | 多为与漫画阅读相关的购买和活动信息 | 多为与互动交流有关的个人信息 | |
| | | 书架信息 | 有书架, 可快速找到关注单本 | 没有书架, 在追漫页的关注中, 会显示所有关注单本最新两话的标题, 但是想明确找到一本单本需要去我的—>关注中找 | 在快看中读者看到的消息要比 B 漫书架中关于单本的信息要多, 不用再点进去回顾上一话看了什么 |

| | | | | | |
|-----------|--------|------|--|--|--------------------|
| | 功能架构 | 阅读漫画 | 阅读设置及弹幕设置较丰富，比如亮度调节、阅读模式（普通、日漫、滚动）、弹幕屏蔽设置等 | 有个推、日推及性别切换功能 | 快看的日推、个推可以借鉴 |
| | | 互动 | 与作者仅限于打榜 | 互动渠道丰富，社区，作者主页，作者动态，专题热度等 | 可以增加支持作者或作品的渠道 |
| | | 购买漫画 | 购买渠道多，畅读卡、漫币、漫读券、积分等 | 主要是 KK 币 | |
| UI、布局对比分析 | 颜色 | | 整体色调比较丰富，冷暖对比较强 | 色调为暖色，基础色调为生薑黄，看上去较为舒适 | B 漫整体色调过于抢眼，容易视觉疲劳 |
| | 开屏页 | | 暂无 | 新作或爆款推荐 | |
| | 漫画详情页 | | 选集有两种查看模式（缩略和列表），并且可以滑动选集；热度相关信息较为分散。 | 热度信息比较集中，作者，人气，评论数，关注数都在一起 | |
| | 点击漫画封面 | | 直接显示漫画详情 | 显示漫画简介和第一话的内容，点击全集可以查看详情 | |
| | 追更 | | 从书架的漫画点进去依旧显示详情页，必须要再点续看才可以到最近阅读处。 | 两条路径： a. 追漫一>关注，点击继续阅读追更，点击图片是最新话 b. 我的一>关注，找到特定的作品追更，两种方式都可以直接转到上次阅读的地方 | 建议给书架中漫画单本加续看按钮 |

总体来说，快看漫画**更易于使用**，而哔哩哔哩漫画的**阅读体验要强于快看**，快看更注重于**个性化需求**，B 漫更注重于漫画的**阅读体验**。

由于受众（B 漫主要是漫迷）和业务模式的差异，快看和 B 漫在功能和设计上有很大不同，可以观察到，快看 APP 要比哔哩哔哩漫画 APP 成熟很多。详细分析见下。

1、战略对比分析

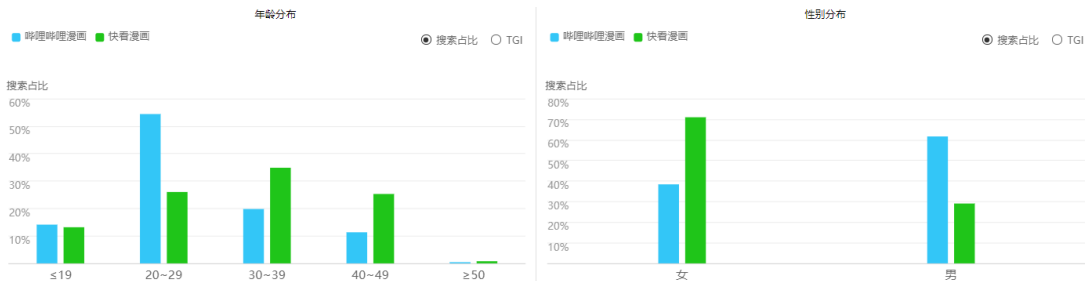
| APP | slogan | 产品定位 | 商业模式 | 官网 |
|--------|-----------|--------------------|-----------------------|-------------|
| 哔哩哔哩漫画 | 暂无 | 海量正版漫画阅读平台 | 版权收费+免流 | 有（入口在 B 站内） |
| 快看漫画 | 快看漫画，好看到哭 | 中国新生代内容社区和原创 IP 平台 | 会员+广告+免流； 电商；游戏；赛事 | 有 |

B 站于 2018 年 10 月底与腾讯动漫达成战略合作，打通资源，共享动漫作品版权。紧接着，在 11 月 13 日上线了哔哩哔哩漫画产品，又在 12 月对网易旗下的网易漫画的主要资产进行收购，包括 APP、部分漫画版权，并于 2019 年底买断大量日漫版权，似乎要以坐拥海量资源起势，借此吸引大量漫迷。虽然因为更新、汉化、收费等问题引得怨声载道，但是正版化确实是大势所趋。

快看上线于 2014 年底，“IP+社区”是快看目前核心战略，快看漫画于 2015 年 6 月上线作者 V 社区，10 月上线商城业务，2016 年 6 月上线游戏业务，2018 年 2 月 V 社区升级成世界社区，8 月漫画同名电影《快把我哥带走》公映，票房突破 3 亿，快看注重内容生产及原创 IP，并因其出色的社区运营而有着极高的市场占有率。

相较于快看，B 漫的业务较为单一，战略似乎也不明晰，但是照目前的形势看，B 漫只是一个单纯的正版漫画阅读 APP，其优势就在于大量的正版资源，依照这一定位，B 漫的首要任务应该是提高 APP 的使用和阅读体验。

2、用户对比分析



(数据来源：百度指数)

由上图可以看出，B 漫的用户年龄段主要集中在 20 至 29 之间且男性用户远超女性用户，相反地，快看的用户年龄段分布较为平均且女性用户占绝大多数。

B 漫的用户流量主要来自于 B 站及原本日漫漫迷，所以男性用户偏多，快看上线之初主打的是少女漫，风格上比较软萌、清新，所以女性用户偏多且，根据快看用户年龄分布的特点来看，其受众面较广，这也与其 APP 的简便易用好操作有关。

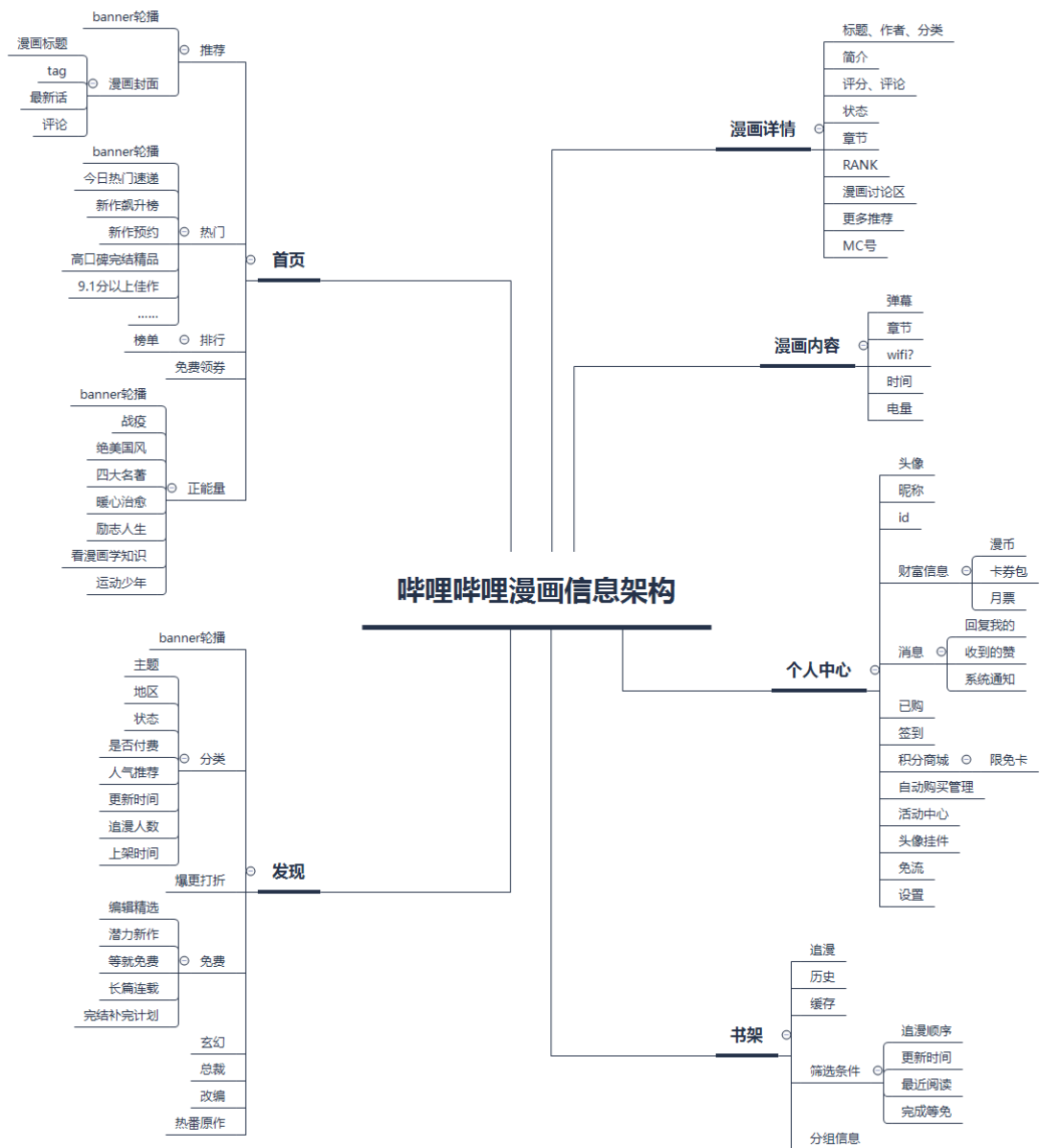
B 漫的主流用户为漫画阅读爱好者，而快看的核心用户为漫画作者，大 V 等主要的內容生产者，主流用户为内容消费者及漫画阅读者，偶尔生产内容，普通用户为一般的漫画阅读者，由此可见，B 漫的用户结构也较为单一。

3、业务模式分析

哔哩哔哩漫画，业务模式较为单一，主要依靠版权收费。
快看，业务模式主要有会员业务、商城业务、游戏合作、创作赛事、影视合作等。

4、功能对比分析

(1) 信息架构对比分析





由思维导图可以看出，B漫的首页和发现信息体量差别不大且没有特别明显的分类标准，难以区分开来，总体看上去比较混乱，容易造成观感上的疲劳，其中绝美国风是否应当放在正能量专题中还有待商榷。建议在首页中剪掉一些专题或放在发现中，首页的作用应当是帮助目标不明确的用户快速找到想要阅读的内容，或者是凸显最重要的、最想让用户看见的内容。相较之下，快看的首页（追漫）信息更为简洁，只有关注和热门两个版块，而发现页的信息较为丰富，但是快看没有排行信息。

从漫画详情页来看，B漫所展示的信息更倾向于介绍漫画本身，而快看会引入与漫画主题相关的大量社区帖子，对深度漫画阅读爱好者来说，与漫画关系不大的信息其实价值不大，B漫的每本漫画下的为你推荐信息对漫画阅读爱好者来说是非常友好的。

从漫画内容上来看，B漫除了基础的阅读设置调节信息，在不影响阅读的情况下还显示了wifi、时间、电量等信息，这一点相较于快来说，阅读体验要好很多，毕竟阅读场景多出现在碎片化时间段，掌握电量及时间对读者来说还是非常重要的。

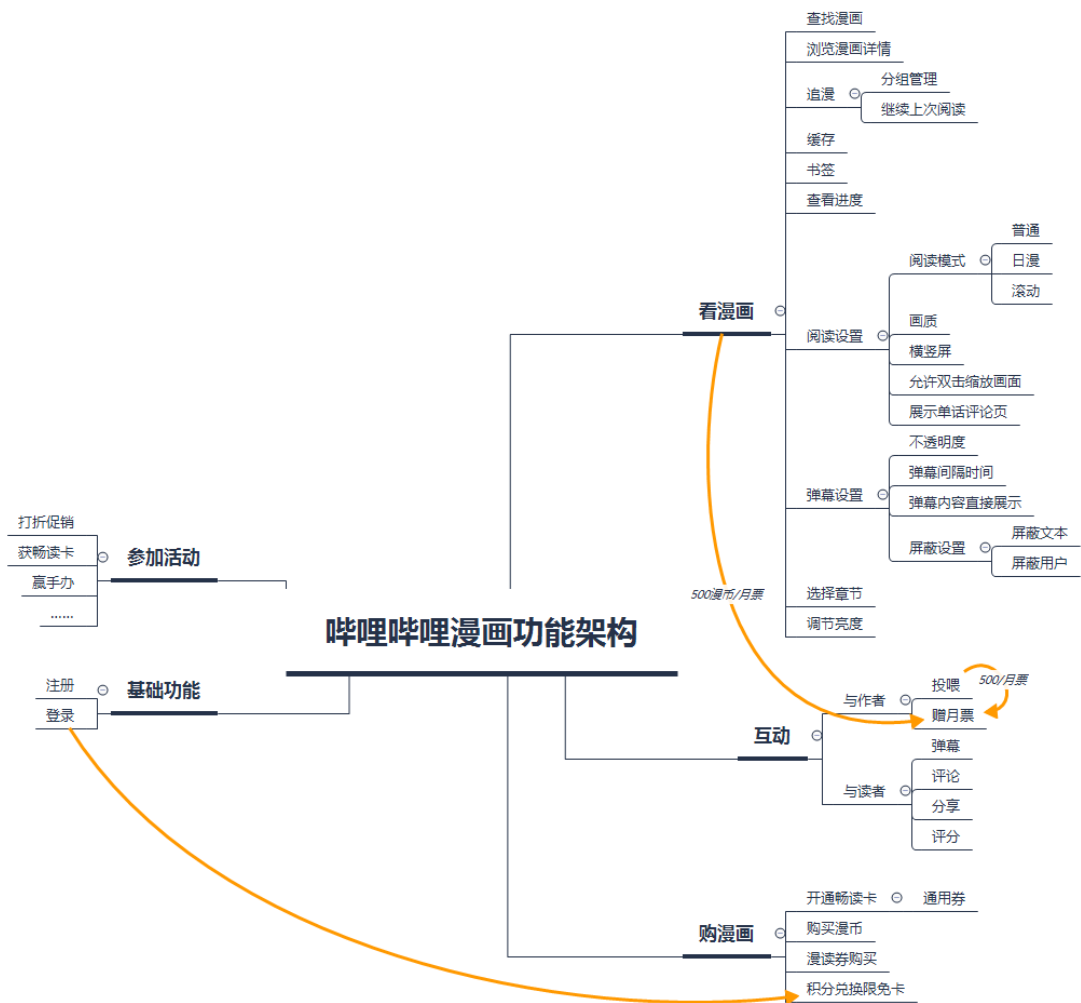
从个人中心来说，B漫多为与漫画阅读相关的购买和活动信息，而快看多为与互动交流有关的个人信息。

B漫没有社区，不予比较。

快看没有书架信息，其追更信息显示在追漫页的关注中，会显示最新话和最新两话的标题，从这方面来说，读者看到的信息要比B漫书架中关于单本的信息要多，不用再点进去回顾上一话看了什么，但是想明确找到一本单本需要去，我的一>关注中找，比哔哩哔哩书架麻烦。

从以上分析可以看出快看与B漫的信息侧重点十分不同，也可以看出现阶段B漫主要是在优化阅读体验。

（2）功能架构分析





总体来看，B 漫的功能没有快看多，主要是由于 B 漫的业务模式比较单一，现阶段更注重漫画阅读体验。

在漫画阅读上，B 漫和快看的主要差异在于 B 漫没有快看所具备的个推日推及性别切换功能，在阅读体验上，个人觉得这一点是可以向快看借鉴的；其次 B 漫的阅读设置及弹幕设置要比快看丰富，比如亮度调节、阅读模式（普通、日漫、滚动）、弹幕屏蔽设置等。

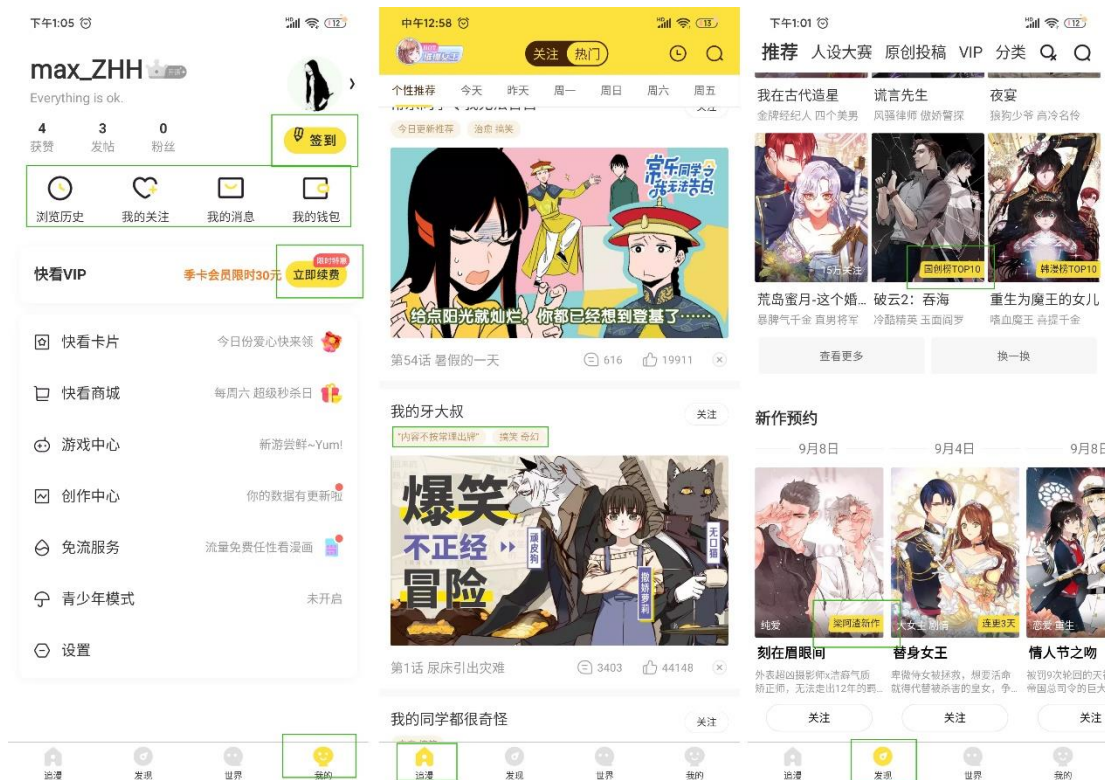
从互动功能上来说，B 漫也不如快看的互动渠道丰富，和作者的交流也限于打榜，且没有双向交流，这也是由于快看上大多数为原创或签约作者，存在交流的渠道和互动的可能性，但是 B 漫只是买了漫画的版权，互动可行性很低，建议开通更多可以支持作者支持相关漫画的渠道。

在漫画的购买上，B 漫的渠道要多于快看，因为 B 漫主打的就是正版漫画，丰富多样的漫画阅读权限获取方式能够增加用户黏性，抵消用户对付费抵触感。

5、UI、布局对比

（1）色调对比

快看：



B 漫：



可以看出快看的整体色调为暖色，基础色调为生姜黄，看上去比较舒服；B 漫整体色调比较丰富，冷暖对比较强，看上去过于抢眼。

(2) 开屏页

快看开屏页为新作或爆款推荐，B 漫开屏暂时没有。

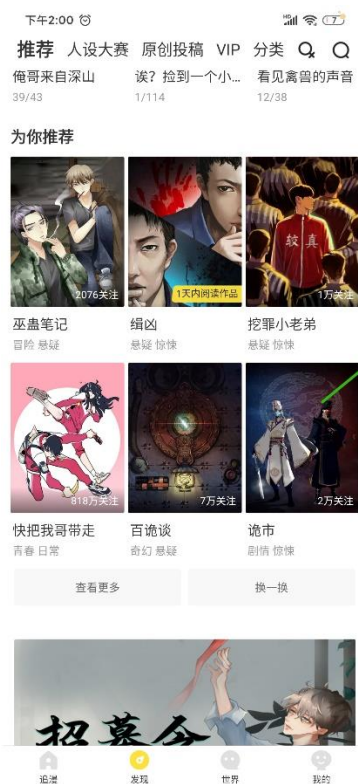
(3) 漫画详情页（左快看，右 B 漫）



首先，在选集上，B 漫的目录相当于快看的选集且有两种查看模式（缩略和列表），并且可以滑动选集；其次快看的热度信息比较集中，作者，人气，评论数，关注数都在一起，而 B 漫相关信息较为分散。

(4) 点击漫画封面

快看：

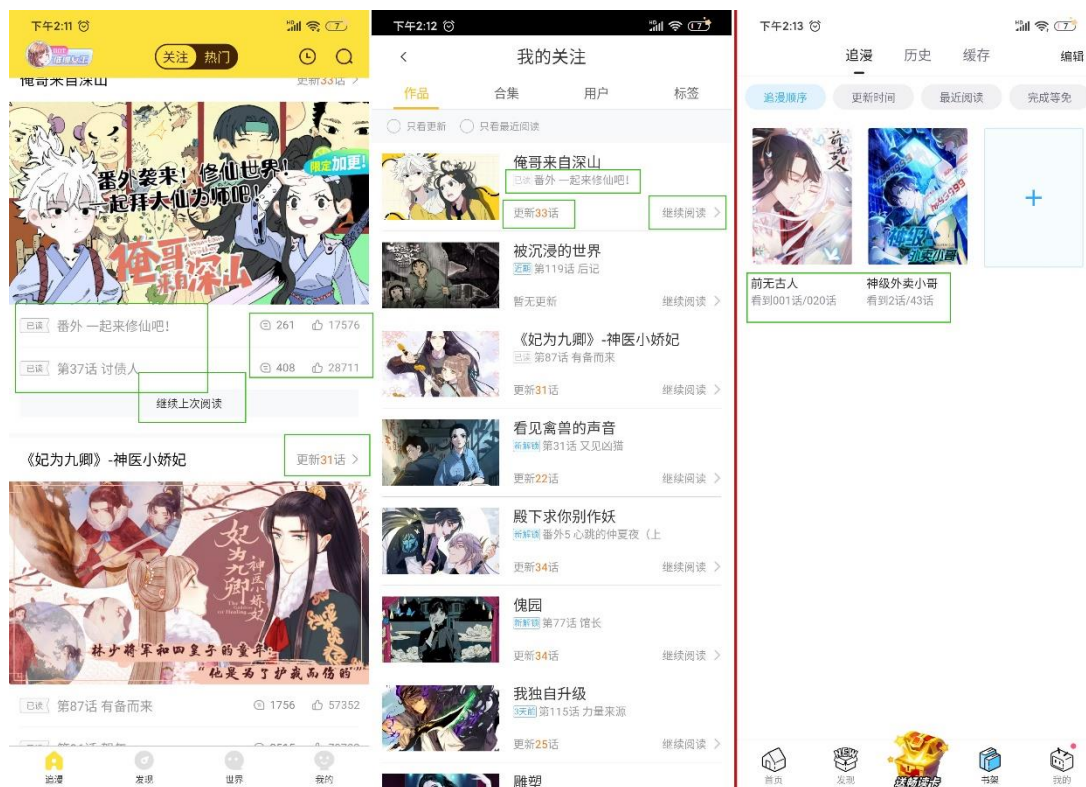


B漫:



快看点击漫画封面显示的是漫画简介和第一话的内容，点击全集可以查看详情，B漫点击封面直接显示的是漫画详情

(5) 追更（左快看，右B漫）



在快看追更有两条路径，一条是通过首页的关注，点击继续阅读追更，点击图片是最新话，另一条则是通过我的一>关注，找到特定的作品追更，两种方式都可以直接转到上次阅读的地方，而 B 漫从书架的漫画点进去依旧是详情页，必须要再点续看才可以到最近阅读处。