

抖音短视频产品体验报告

一. 产品概述

- 1 产品体验环境
2. 产品简介
3. 产品定位
4. 产品所在市场情况

二. 产品分析

- 1.抖音基本功能结构图
- 2.用户使用流程图
- 3.核心功能体验分析
- 4.运营手段分析

三. 竞品分析

- 1.竞品基本信息对比
- 2.内容和功能总览
- 3.功能对比

四. 用户评价和反馈

五. 改进建议

六. 总结

一. 产品概述

1.产品体验环境

体验机型：IPHONE SE

系统版本：IOS 10.3.3

体验网络：wifi&4G

体验时间：2017.8.25-2017.9.26

体验人：二狗子

2.产品简介

产品 logo:



产品 slogan: 让崇拜从这里开始！专注新生代的音乐短视频社区

产品描述：抖音短视频是目前中国最大、最受欢迎的原创音乐短视频分享平台。这里有全球潮流音乐搭配舞蹈、跑酷、表演等原创的内容形式。

3.产品定位

从抖音的 slogan 以及视频时常限制在 5-15s 就可以看出，

这款产品定位是适合中国年轻人的音乐短视频社区，做垂直音乐的 UGC 短视频。抖音的目标用户可以分为三类：

（1）网红型用户

这类用户有着强烈的自我表达意愿，勇于尝试新鲜事物，是典型的移动互联网前沿用户，并且对音乐和创意视频的制作、剪辑有着极高的热情，希望自己的作品可以曝光给更多的人。他们会花很多在经营粉丝上，也希望通过平台认识更多同阶的小伙伴，进而相互交流、支持、学习而实现进阶，最终实现自我价值。

（2）追随性用户

这类用户欣赏那些达人精彩的作品，也渴望自己能够拍摄出同样炫酷的视频，所以他们需要在平台寻求他们心中的 star，追随他们，向他们学习，进而实现更好的自我表达。

（3）吃瓜型用户

这类用户的自我表达意愿不强，不敢在公众平台抛头露面，他们来平台只是想寻找、看看精彩的作品，这样不仅丰富了自己的碎片时间，还未生活增添了趣味。这类用户可以为平台带来大部分的 VV 和 DAU，并且也是前两种类型用户的广大群众基础。

4.产品所在市场环境

4.1 短视频行业环境

2017 年以来，短视频行业进入集中爆发期，行业存量增速急速加剧，据 1991IT 数据显示，截止 2017 年 5 月 1 号，行业存量超过 2.5 亿；日活数据也是一路高歌猛进，同样截至今年 5 月 1 号，行业整体日活超过 5000 万。随着时间的碎片化越来越强，短视频依靠时长短、数据流量少的优势持续吸引大量用户。据中国产业信息网显示，以月均 DAU/MAU 来计算用户粘性，2017 年 3 月，短视频应用的用户粘性增长至 29.6%，与在线视频的差距逐渐缩小，说明用户的使用习惯逐渐发生改变，对于短视频的偏好增强，对短视频应用的使用频率逐步提高。



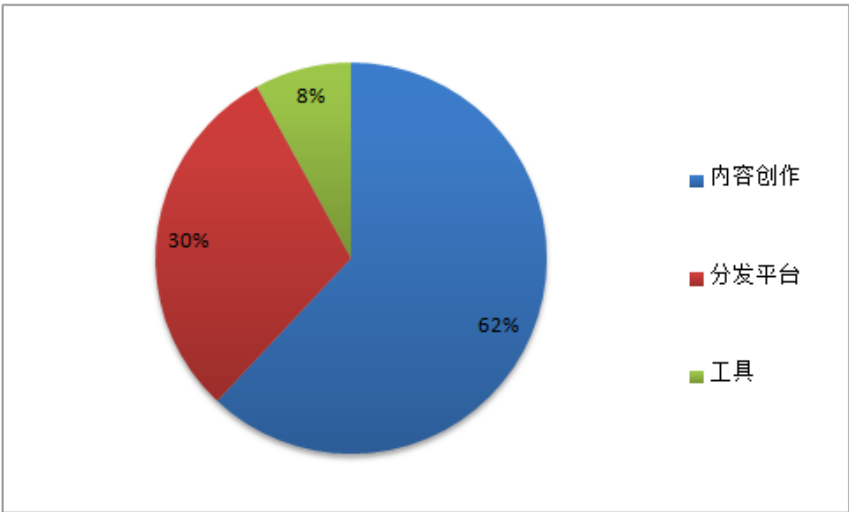
数据来源：1991IT

4.2 短视频行业融资情况

根据媒体此前发布的《2016 年短视频内容生态白皮书》显示，仅 2016 年短视频内容创业方面融资事件已超过 30 起，融资金额规模高达 53.7 亿元。可见，短视频行业备受资本的青睐。据中国产业信息网

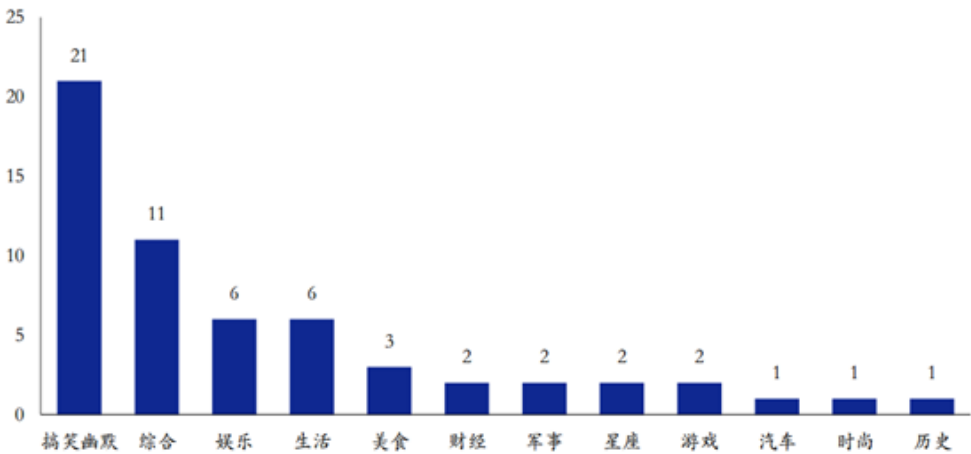
的《2017-2022 年中国短视频行业市场运营态势及发展前景预测报告》显示，2016 年短视频领域投资方向分布以内容创作为主，占比高达 62%，其次是占比达 30%的分发平台，可见投资者对内容创作方向的短视频的忠实。另外，从 2015 年至 2017 年 2 月，短视频内容创业投融资事件共 58 例，其中，搞笑幽默题材的短视频占据主导地位，高达 21 例，其次是综合、娱乐、生活。

2016 年短视频领域投资方向分布



数据来源：中国产业信息网

2015 年至今不同方向短视频内容创业融资事件数量

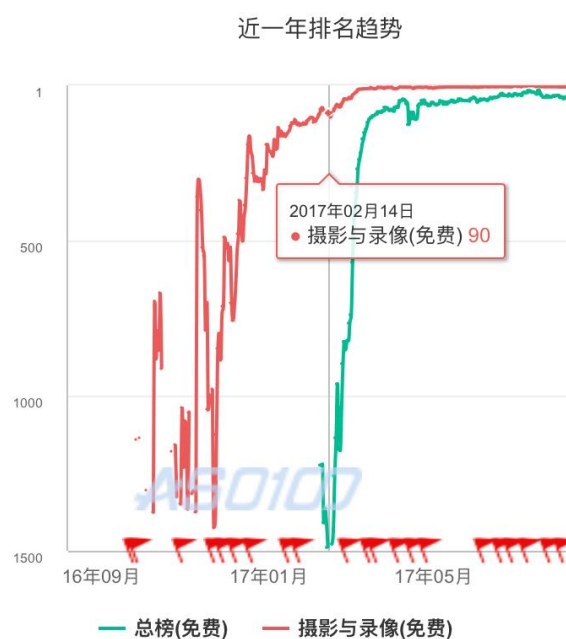


数据来源：中国产业信息网

4.3 抖音短视频的市场情况

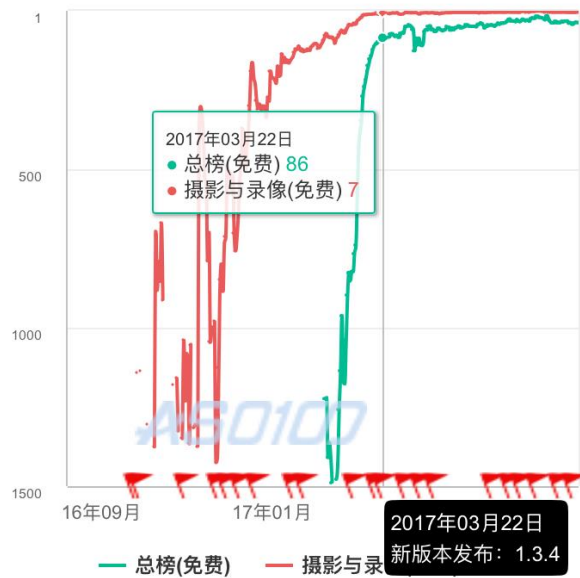
在 App store 的摄影与录像免费排行榜中，抖音排名第一(今 9 月)，已经超过了美颜相机，天天 p 图，美拍等老牌产品。据 ASO100 数据显示：抖音自 2016 年 9 月末上线至 2017 年以前排名非常靠后，起伏不定。

2017 年 2 月 14 日，抖音在排行榜位列 90 名，时隔一个月的 3 月 22 日，抖音的名次迅速从排名近 100 提升到排名第 7，攻进榜单前 10 名，接着直至今日，抖音已经跻身前一了。抖音能在如此短的时间内，超越众多老牌 app 位列前一，可见它的发展态势之迅猛。不要忘了，抖音是今日头条孵化的战略级产品，抖音能取得突飞猛进的进步与今日头条强大的推荐算法和内容分发机制是分不开的，当然也是和其团队的运营手段有着不可分割的关系，后面会讲到抖音的运营。



数据来源：ASO100

近一年排名趋势

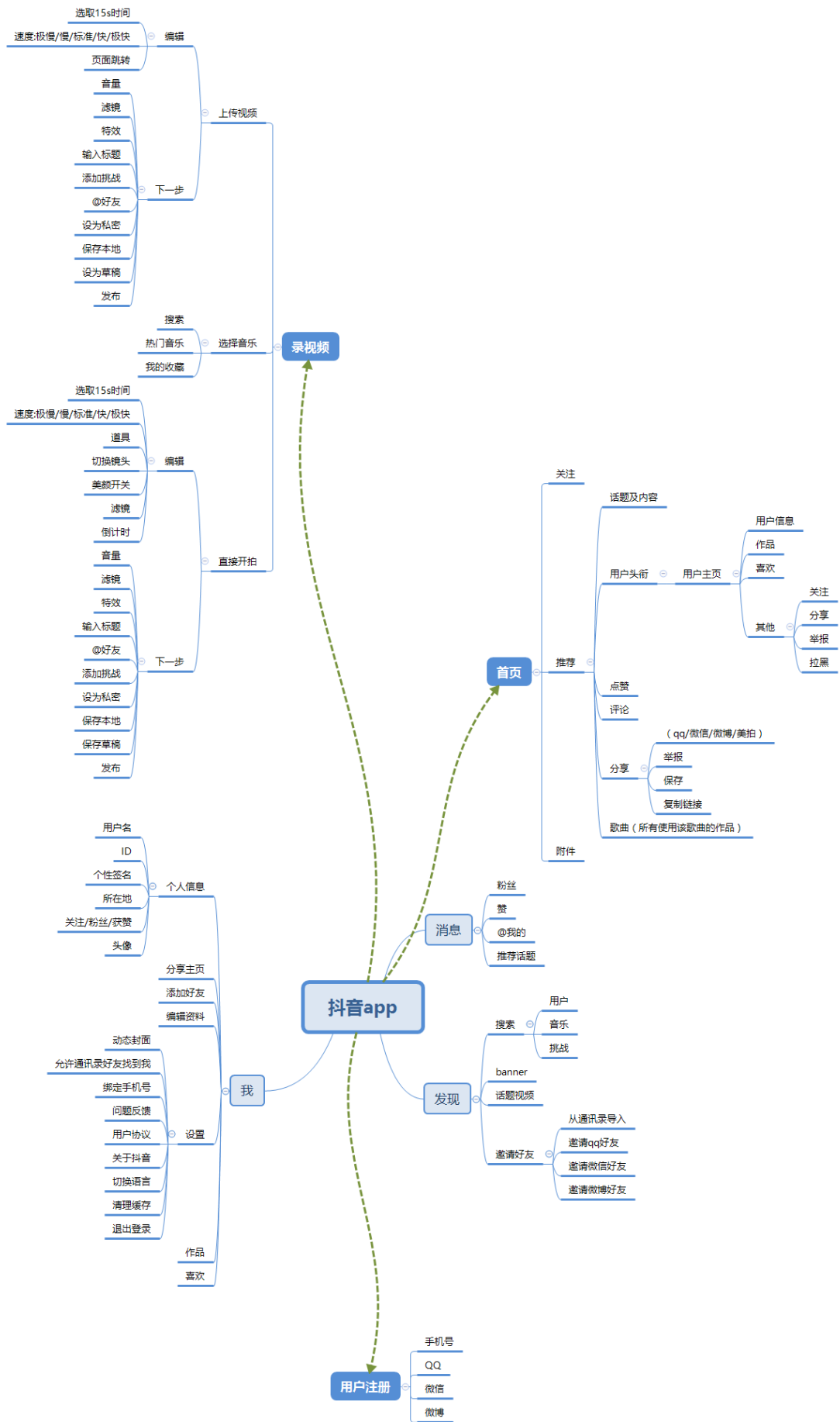


数据来源: ISO100

二、产品分析

1. 抖音基本功能结构图

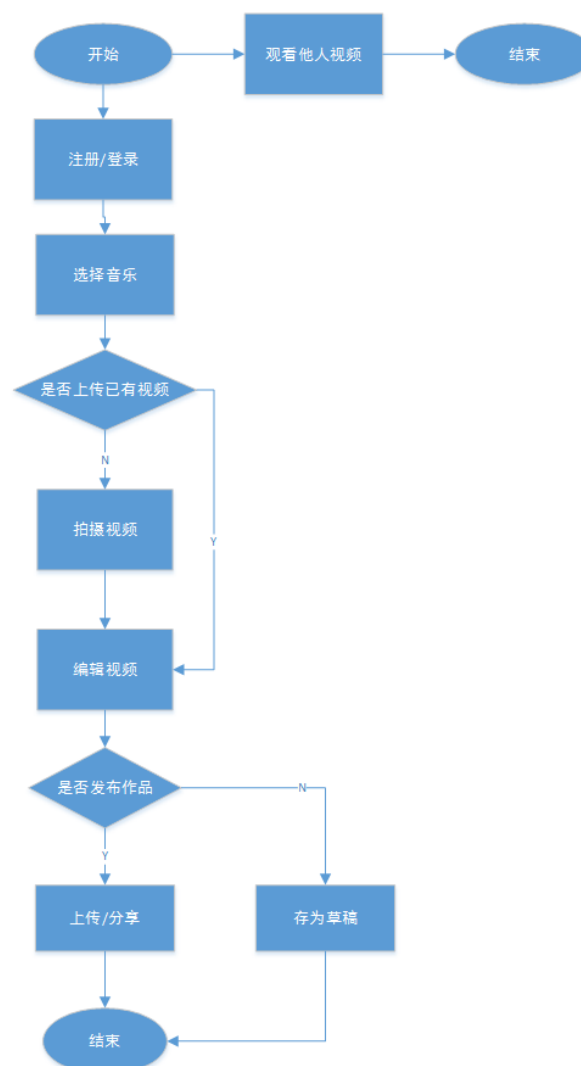
为了更清晰全面的了解抖音，笔者梳理了抖音的产品框架和功能结构图，见下图。



从层级结构来看，抖音的一级功能包括：首页，发现，录视频，用户注册，我。可以看出，抖音的层级结构划分比较合理，把核心功能都放在了醒目的位置，操作路短，而不太重要、使用频次不高的功能则放在了路径相对较深的位置。

2.用户使用流程图

抖音的用户使用流程简洁明了，注册完之后可以观看视频或是拍摄视频，当点击拍摄视频按钮后，直接进入选择音乐，确立视频风格，然后开始拍摄并编辑视频，最后发布或保存视频，结束流程。



3.核心功能体验分析

抖音的核心功能可分为浏览视频和制作视频，下面笔者就这两方面展开分析一下。

3.1 浏览视频



来源：抖音短视频

(1)进入应用时，默认停留在首页的推荐 Tab，且短视频是自动播放状态，上下滑动可以切换推荐 Tab 中的其他视频。

优点：可以瞬间抓住用户的眼球，让用户进入观看状态，充分调起了用户继续观看的欲望。

(2)关注按钮显示在作者头像下方。

优点：点击一下即可完成关注，不需要再去作者主页执行关注操作，即操作简单。

不足：用户可能只是想查看作者资料页，并不想关注，+号的位置容易让人手滑误点，使得用户还得去作者资料页取消关注，反而使流程繁琐。

(3)喜欢即可双击屏幕点赞

优点：新颖且便于操作。

(4)评论使用折叠框的形式展现。默认不显示，发表评论和查看评论均需点击 icon 展开评论框。没有像其他短视频平台的弹幕形式和滚动播放形式。

优点：这种方式适合抖音，因为都音的视频时长不超过 15s，在短时间内，这种方式可以让用户专注于观看视频本身而不会被评论打扰。

(5)点击页面右下角的旋转音乐可以看到使用该音乐背景的其他视频。

优点：用户进行该操作，有以下几个原因：一是想看看其他高人使用这个 **bgm** 拍摄的视频，二是自己想使用这个 **bgm** 拍摄视频，三是想收藏这个 **bgm** 日后使用。显然，这个功能满足了用户的这些需求。

3.2 制作视频

抖音制作视频的主流程为：选择音乐->开始拍摄->视频编辑->发布->查看作品

（1）抖音小助手：

很多人想像大神一样拍摄出炫酷的视频，却不知道方法。抖音小助手邀请了大神们和工作人员制作了许多“拍摄指南”来指导用户如何充分利用各种特效拍摄与众不同的作品，这种 **UGC** 和 **PGC** 结合教学的方式使得用户对抖音迅速减少了距离感。

不足：抖音小助手放置在搜索框内，不利于新人得知

（2）选择音乐：

音乐种类丰富，多达 **22** 个，涵盖各种类型，例如流行、电音趴、洗脑神曲等。下方更有“热门歌曲”推荐和“我的收藏”这两个功能。

优点：为用户提供了丰富的 **bgm**；“热门歌曲”不会让新用户感到茫然，对眼花缭乱的音乐无从选择；“我的收藏”可以方便用户在开始拍摄前快速找到自己中意的 **bgm**。

不足：建议增加一个提供本地音乐作为 bgm 的功能。

（3）开始拍摄

特效方面：

- 声音特效：扬声器、狂欢、电光火石；
- 道具特效：包含 3D 空间，丑脸，明星饰品，张嘴出音符等 74 种炫酷特效；
- 速度特效：分为极慢、慢、标准、快、极快 5 种拍摄速度效果，让视频更有趣；
- 滤镜：14 种滤镜，让人拍出来更美；

优点：特效种类丰富，使每个人拍摄出的视频都能彰显自己的特色，与众不同，极大的满足用户的新鲜感。

不足：滤镜特效种类少，应该更多丰富一些；可以瘦脸、大眼、美妆等功能，因为爱美之心人皆有之，尤其是在短视频平台，所有满足用户的爱美之心，也是增加用户粘度，提高留存率的有效手段。

切换场景：

可以分段拍摄视频，这样可以通过切换场景、换装等拍摄出瞬移或其他炫酷的视频效果，符合抖音的产品定位。

拍摄时长限制在 5-15s：

优点：视频时长短可以让视频内容更加精炼，没有冗余，让用户能专注于每一个创意的短视频；时长短也实现了让用户使用少流量就可以观看精彩视频的需求。

（4）视频编辑（下一步）

- 草稿功能：草稿箱功能放在了作品集的前排位置，目的是让作者可以方便找到未完成的视频，还支持继续拍摄。
- 私密功能：拍摄后的视频可以先选择私密发布，这个功能的应用场景是用户拍摄了一个视频但是还不想曝光于大众视野，可能只是想给身边的某些人或自己查看时使用。私密发布后，如果想公开，还有公开的功能位，让用户实现了自主决定。
- 特效：在拍摄后编辑视频时有滤镜特效和时间特效供选择。滤镜特效有抖动、幻觉、Black magic、70s、灵魂出窍、X-Signal 6 种，时间特效有时间倒流、反复、慢动作 3 种。加上这些特效后让视频更富有创造性，即使是在同一个 bgm 下，也能让每一个都能创造出风格迥异的作品。
- 编辑音乐功能：可以左右拖动声谱剪取音乐。

（5）发布视频

发布视频后，得益于今日头条的推荐算法，不仅保证了视频的去中心化还保证了分发效率，使得每个人的作品被查看的机会平等，不会出现新手的视频无人看到的可能。同时，推荐算法也会依照用户的

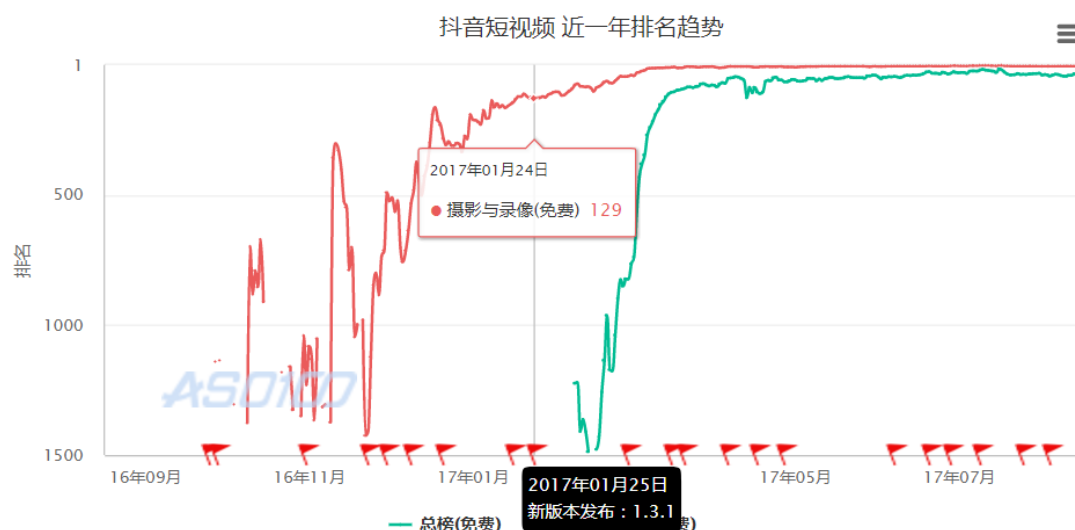
喜好为其推荐符合其口味的视频，大大提升了留存率。

4.运营手段分析

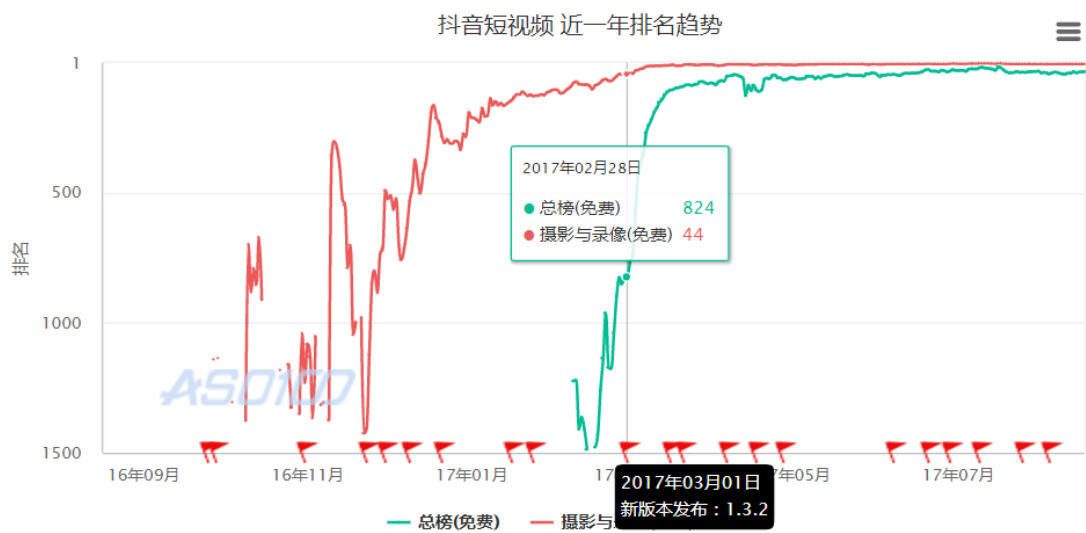
抖音从 2 月份排名近 100 到 3 月份名次激增进入榜单前 10，与其团队强大的运营手段密不可分，下面笔者从抖音的历史版本和主要事件分析一下它的运营策略。

（1）明星造势

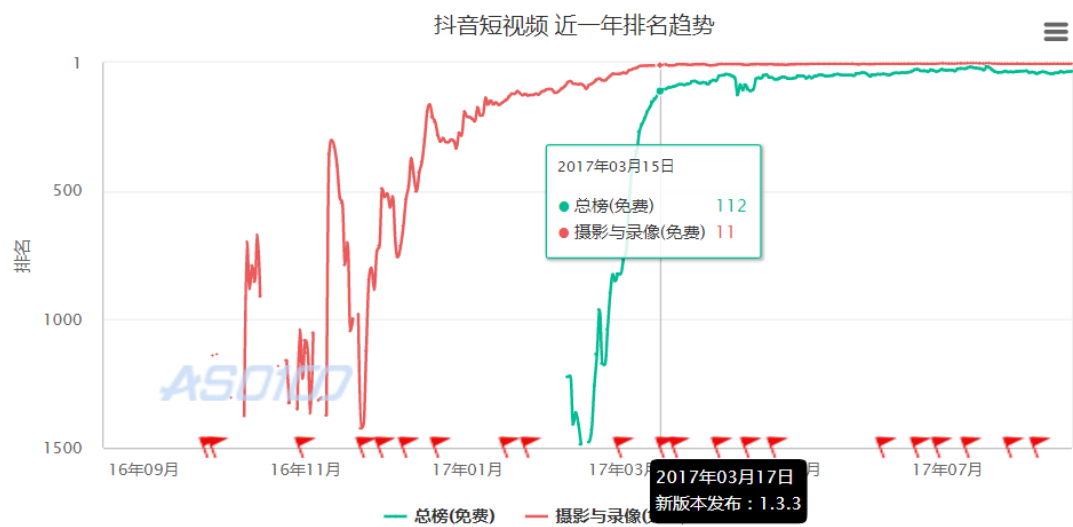
下面三张图是从 ASO100 截取的抖音 3 个关键节点在摄影与录像（免费）榜的排名，分别是年前的 1 月 25 日的 1.3.1 版本（排名：129）、3 月 1 日的 1.3.2 版本（排名：44）、3 月 17 日的 1.3.3 版本（排名：11）。



数据来源：ASO100



数据来源: ASO100



数据来源: ASO100

再综合抖音 1.3.3 版本以前的版本记录看一下:

1.3.3	2017年3月17日	 抖音短视频 - 新鲜原创音乐短视频社区
1.3.2	2017年3月1日	 抖音短视频 - 新鲜原创音乐短视频社区
1.3.1	2017年1月25日	 抖音短视频 - 原A.me音乐短视频社区
1.3.0	2017年1月17日	 抖音短视频 - 原A.me音乐短视频社区
1.2.3	2016年12月22日	 抖音短视频 - 原A.me音乐短视频社区
1.2.2	2016年12月10日	 抖音短视频 - 原A.me音乐短视频社区
1.2.1	2016年12月1日	 A.me - 音乐短视频社区
1.2.0	2016年11月24日	 A.me - 音乐短视频社区
1.1.0	2016年11月1日	 A.me - 音乐短视频社区
1.0.1	2016年9月29日	 A.me - 音乐短视频社区
1.0.0	2016年9月26日	 A.me - 音乐短视频社区

综合来看，我们发现抖音短视频原来名字是 A.me，并且产品 logo 也不一样，在 1.3.1（1 月 25 日）版本以前，抖音还带着原名——“抖音短视频-原 A.me 音乐短视频社区”。而恰恰在这以前抖音的排名远在 100 之外。

可以看出，在正式更名以前，抖音团队并没有做推广和运营的打算，直至选好了让人听起来就觉得“浑身颤抖”的名字——抖音短视频。可以看到年后 3 月 1 日的 1.3.2 版本在排名上有了起色，已经上升到 44 名，但是名次还是相对靠后。而在下一个版本 3.17 日的 1.3.3 版本到来之前，抖音的排名产生了激增的趋势，这次冷启动到底发生了什么？

有一个细节告诉了大家答案，就是拥有上千万粉丝的小岳岳——岳云鹏 3 月 13 日在微博上转发了一条秒拍视频，但是视频的水印暴露了该视频来源正是抖音。视频中一个玩抖音的男子长相与小岳岳极为相似，也是走搞笑路线。这条微博引发了 5000 多的转发量，15k 的评论数，可以说一下子将抖音推进了公众视野，引发了下载量的激增，这是抖音的幸运，更是一次 0 成本的成功的冷启动运营。

后来，在抖音得到越来越多的关注之后，不断有明星加入了这个炫酷音乐短视频拍摄的队伍。其中不乏一些大咖：钟丽缇张伦硕一家、胡彦斌、杜海涛、李小璐、赵丽颖、大张伟等，明星也会给素人的作品点赞、加入喜欢。借助明星的影响力来运营确实为抖音的用户增长奠定了良好的基础。

（2）借助热门综艺

抖音的最新版本名称叫做：抖音短时频 - 中国有嘻哈官方推荐。前段时间有个火爆的综艺节目——中国有嘻哈，抖音和这个综艺合作可谓是明智之举，嘻哈音乐本身的强节奏感、律动感和潮范都和抖音的产品风格非常吻合，这是对产品的一次成功的宣传和推广，能够博得一众爱音乐、爱潮流的年轻人好感。

（3）线上+线下同时推广

线上推广：在4月末，抖音和网易云音乐还有过互换资源的合作，可以引导云音乐的用户下载抖音 app，当然，点击抖音活动页的歌曲也可以调到云音乐页面听歌，这是一次双向推广的运营活动。

线下推广：除了线上的宣扬推行之外，抖音还采取了线下同时推广的手段，例如：“抖在成都”的活动让一群人在线下玩抖音，充分调动了大家的热情和积极性，还扩大了影响力，相信这次成功的线下活动运作之后抖音团队后续还会不断推出其他城市的线下抖音趴。

（4）运用热门挑战

为了刺激更多的用户参与和创作。抖音不定期的会发起一些有趣的挑战，不断地为用户提供新的创作灵感，这样不仅提升了用户的活跃度也提高了用户的粘性，而且用户觉得有趣好玩后还会推荐给身边的人，带来用户的新增。

三、竞品分析

1.竞品基本信息对比

	抖音	美拍
关键词	音乐/新生代	美颜/音乐/娱乐
Slogan	让崇拜从这里开始	让短视频更好看
功能	通过视频拍摄快慢、视频编辑、特效（反复、闪一下、快慢）等技术让视频更具创造性	特效视频包装然后分享，抓住女性爱美，晒拍照的特点，视频界的美图秀秀
内容	15 秒音乐短视频	直播/美颜/有戏/短视频
用户	95 后年轻人，崇尚时尚潮流	90 后爱美女性，多以学生，白领为主

2 内容和功能总览

美拍的内容和功能要比抖音更加丰富。用最近网上很火的一句话来表示再合适不过了一别人有的我都有，我有的别人都没有。下表格提供了两个 app 内容功能的大致对比，详细比较在功能对比分析可见。

竞品		抖音	美拍
内容	Banner 头条	✓	✓
	专题	✓	✓
	图片	✓	✓
	视频	✓	✓
	直播		✓
	音频	✓	✓
	评论	✓	✓
	用户信息	✓	✓

	玩法教程	✓	✓
	信息	✓	✓
功能	排行榜		✓
	新人推荐		✓
	点赞	✓	✓
	转发	✓	✓
	视频编辑	✓	✓
	图片编辑	✓	✓
	喜欢	✓	✓
	搜索	✓	✓
	热门推荐	✓	✓
	关注	✓	✓
	消息推送	✓	✓
	打赏		✓
	等级		✓
	定位	✓	✓
	邀请/导入好友	✓	✓
	动态封面	✓	
	绑定手机	✓	✓
	内容分类		✓
	黑名单		
	问题反馈	✓	✓

3.功能对比

3.1 抖音核心功能

- 快速浏览视频-打开主页直接进入推荐视频内容，可选择附近人发布的视频
- 拍摄功能-拍摄视频可搭配洗脑音乐、多种特效和主题，可@好友
- 挑战功能-各种挑战话题，和用户一起挑战各种舞蹈、魔性动作
- 搜索功能-方便快捷搜索用户、挑战和音乐，增强用户互动性

3.2 美拍核心功能

- 美颜功能-美拍“发家致富”的功能，美拍收瘦脸，秒变女神
- 拍摄功能-拍摄视频可搭配音乐、台词、魔法效果和背景等多种效果，可选择有戏、短视频两种拍摄类型
- 直播功能-可观看主播直播，发弹幕互动，赠送礼物，粉丝过十万的主播还可在直播或视频中使用边拍边卖功能，添加商品标签，用户可相应点击购买
- 等级功能-用户可通过送礼物、观看直播或开启直播获取积分，提升自身等级，并获得像图标、挂件、特效等相应等级特权
- 排行榜功能-通过视频发布时间、点击数、评论数等数据计算并分类为最热或最新视频排行，提升了UGC的深度

3.3 同类对比

■ Banner:

抖音的 banner 海报放在发现导航的一级页面，大小约为手机屏幕的四分之一，使得用户容易看到方便点击观看；

美拍的 banner 被放在频道导航页的二级页面，需点击分类视频后进入才能看到，大小约为手机屏幕的五分之一，用户不是很容易看到。

个人建议美拍可以将视频分类类目简化，把 banner 放在频道导航首页上方。

■ 拍摄功能:

抖音拍摄及歌曲风格偏洗脑、电音，让用户很容易在拍摄或者观看过程跟着音乐摇摆起来，长按红色拍摄按钮拍摄，可阶段性取景并剪辑，缺点是无法局部删除视频；

美拍拍摄比较多元化，在主打美颜的同时兼顾娱乐、搞笑，面向的受众更广，10 秒 MV 是美拍特色功能，耗费流量少效率高，滤镜美颜效果好。五分钟视频拍摄功能用户使用不多，不仅耗费流量而且花费时间长，不是很实用。

■ 视频观看功能:

抖音属于滚轮型播放，这种观看模式的优点是内容直入眼帘，吸引用户视线，有大片即视感，很对女性用户的胃口，但是增加

了用户对信息的筛选时间，浏览评论需要点击至二级界面，无法快进或快退；

美拍属于网格式播放，让用户可以在众多推荐视频里选择自己的感兴趣的内容，还可以弹幕互动。缺点是布局有点乱，视频上的大标题有快手即视感。

3.4 差异化对比

■ 直播与教学：

美拍拥有抖音不具备的直播功能。页面采用了 2 列瀑布式排版，看起来十分舒服。美拍培养了一大批网红直播，增强了用户之间的互动性，进而增加用户粘性。风格沿袭了美图秀秀的块状布局，但分类之间没有什么逻辑关系，第一眼看上去摸不着头脑，建议可以按新人-学徒-达人维度区分。

■ 排行榜：

美拍在推荐热门视频的基础上增加了热门和最新视频的排行榜功能，比较直观，但是榜单的布局太小了，如若增加其布局空间或给予引导会更好。

抖音推荐栏的视频内容结合了热门和最新的视频，虽然其推荐视频的算法为抖音的核心技术，但是对使用场景考虑较少，个人建议抖音可以借鉴美拍增加内容排行，让用户更方便浏览。

四、用户评价和反馈

从 ASO100 上的数据来看，对抖音的总体评分比较高，所有版本的 5 星好评占到了 86%。

I 评论统计

定时监控App评论数据



先看下 5 星评价

★★★★★	<p>爱抖音 作者: 老刘88888</p> <p>玩了时间也不短的抖音了最开始的感觉就是不懂怎么玩到现在自己可以熟练的运用技巧虽然还不太熟练,刚开始朋友同学都当我是傻子那是他们不懂哈哈 不懂抖音的乐趣</p> <p>回复评论</p>	2017-08-09 11:59:31
★★★★★	<p>沉溺抖音 无心睡眠 作者: 辛辛1582</p> <p>以前总是不知道玩什么好 自从有了抖音以后 每天做的最多的事就是看抖音 录抖音 努力学习大神的运镜 虽然现在还是个小透明 但是无所谓了啊 娱乐最重要! 抖音变成了生活很重要的一部分 以前是跟朋友聚会约着开黑打游戏 现在是拉着朋友狂录抖音 互动变得更亲近更有趣了 而且抖.....</p> <p>回复评论 展开</p>	2017-08-08 20:39:40
★★★★★	<p>自从下了抖音 抖音就是我每天的命 作者: 还没谈恋爱的硕得</p> <p>自从有了抖音软件 每天早晨起来第一件事就是看抖音 抖音已经是我每天生活中的必不可少的一部分了 我爱抖音 非常爱 抖音让我结交了很多的好朋友 感谢抖音</p> <p>回复评论</p>	2017-08-08 17:48:53
★★★★★	<p>表白抖音因抖音而精彩~^_^喵喵大繁儿Ada 作者: 蓓蓓爱吃糖</p> <p>玩抖音半年多了,一版比一版好,多了很多玩法和贴纸等效果。还加了很多新功能。多了很有趣,认识很多抖音的好朋友,这种感觉很棒!抖音对于我就像一个大家庭,大家都特别专业,跟其他软件不同,很高端脱离低级趣味!玩的是技术、时尚、创意,只有想不到没有做不到!.....</p> <p>1 回复评论 展开</p>	2017-08-08 17:42:57
★★★★★	<p>一款让你玩起来就不舍得放手的软件 作者: linglingha</p> <p>记得第一次玩抖音,是因为心情不好想找一些搞笑的视频看看,之前听朋友说这款软件很有意思,就索性下载一个,结果一发不可收拾,让本来当天因意慢慢的我一下子玩到后半夜也不觉得困了,还成功的治愈了我的心情,我真的感谢它~上面有好多有意思的有创意的原创达人,.....</p> <p>回复评论 展开</p>	2017-08-08 16:20:06

数据来源: ASO100

从用户评价的字数来看，抖音确实凭借着不断的努力收货了一大票粉丝，总结一下其最吸引用户的几点：

- 1. 能够让用户拍摄出出乎意料的炫酷的视频；
- 2. 抖音小助手提供的拍摄指南指导了新用户如何快速上手玩转抖音；
- 3. 在上面可以结交许多趣味相投的热爱音乐和创作的好友；
- 4. 视频高端不低俗；
- 5. 增加了生活趣味；

当然从非 5 星的评价里也会暴露出抖音目前存在的一些问题：

★★★★☆	我靠 作者: 滚你几把犊子 下载好慢.....要是能拍视频时大眼瘦脸的功能就好了。 💬 回复评论	2017-08-02 20:25:40
★★★★☆	有毒 更新后直接看不了 作者: ABgfdnb 一直闪闪 💬 回复评论	2017-07-31 22:42:07
★★★★★	需要瘦脸功能 作者: 可以滚了l 抖音，真的很好玩，但是需要瘦脸功能！真的需要！ 💬 回复评论	2017-08-04 23:49:31
★★★★☆	闪退严重 作者: 佳佳小艺 看视频时间稍长点就闪退 💬 回复评论	2017-07-27 23:16:52
★★★★☆	为什么我的老是显示网络不给力！ 作者: 歆烁 为什么老是打开抖音显示网络不给力！卸载重新安装也没用！ 💬 回复评论	2017-07-27 14:08:51
★★★★☆	不查清楚就乱封号 作者: 小猪苗 很无语的是，发了个视频，人家觉得好，所以很多人点赞很多人关注我，就因为这样，说我涉及刷粉刷赞，现在封了我，我也是呵呵了，莫名其妙的。反馈问题给官方工作人员，也得不到回应。 💬 回复评论	2017-07-21 10:51:43
★★★★☆	不是很好 作者: 梦笑...笑* 我发了一个吃冰块的视频，于是官网说我违反了用户协议。这一点让我很不满意。 💬 回复评论	2017-07-20 10:40:14

数据来源：AS0100

总结起来包括以下几点：

1. 特效缺少瘦脸、大眼瞪功能；
2. 网络有时不太给力，偶尔有加载失败的情况；
3. Anti-Spam 机制有时不准确，可能会把正常的视频误判，或把正常使用的用户封号；
4. 有些视频模仿重复度高，例：逆天化妆主题的视频经常被推送，会让用户觉得单一，失去新鲜感；
5. 有时会推送既无聊又尴尬的视频

五、改进建议

综合以上对抖音短视频 APP 的分析，笔者提出了以下几点自己的建议或者说是对未来产品迭代方向的设想：

1. 用户体验方面

（1）特效、滤镜还需丰富：

短视频产品如果想激发更多的用户在平台创作内容，那么让用户变“美”是必经之路。虽然目前抖音已经有很多炫酷的特效，但是根据用户的反馈，建议日后可以加一些可调节的瘦脸、大眼等特效，滤镜效果也需要更加丰富，这样才更能让用户爱不释手。

（2）评论区改进：

建议增加给别人的评论点赞，并显示点赞数目的功能。该功能适用的场景是：当用户对别的用户的观点产生认同感又不想打字去评论的时候，一个简单的点赞动作即可完成互动。

（3）作品集增加时光机功能：

适用场景：A 用户在某一天突然想起来抖音达人 B 用户在某年或某月好像发过一个搞笑视频，决定翻出来重新看一遍，可是在 B 发过的海量的作品集中翻来翻去也没有找到，只是模糊的记得那个视频发布的时间。这时候就需要为视频增加一个发布时间功能和按发布时间筛选的功能。

（4）给用户设立标签 or 头衔：

适用场景：A 用户粉丝数 300W，B 用户粉丝数 20W，C 用户粉丝数 1000，可以为 A、B、C 三种活跃等级的用户设立不同的头衔来区分，这样的好处是粉丝多的用户不仅会有优越感，同时也会产生归属感，培养了用户的忠诚度，用户忠诚度也是决定一款产品成功与否的重要因素。而粉丝少的用户会更加努力的创作更多精彩的视频来提升自己的头衔，同时也方便寻找抖音上的大咖来学习，一旦有了进步，头衔上升了一个等级，那时会让用户更加爱不释手。

设立标签：可以设立搞笑达人、化妆达人、绘画达人、街舞达人等标签丰富软件的趣味性。

（5）推荐机制完善：

尽量减少模仿重复度高的视频的推荐，例如逆天化妆技术、千万别回头等，有时每刷 5 个视频就会出现一个类似的视频，频次太高，容易使用户失去新鲜感，建议完善推荐机制，增加视频推荐种类的多样性。另外，根据用户反馈，目前抖音上有时会推荐尴尬又无聊的视频，建议推荐机制可以筛选一下，减少这类视频的推送几率，优化优质内容的流量分发。

（6）网络优化：

根据笔者的体验，抖音的网络还是比较给力的，但是根据 App Store 的评价，有些用户会遇到网络不给力的情况，建议这方面再优化一下，视频加载快慢和网络优良是影响用户体验的重要方面。

（7）问题反馈完善：

在抖音“问题反馈”对话框中，希望在用户反馈问题后出现机器人自动回复，例如“抖音团队感谢小主的反馈，我们会尽快处理！祝您玩的嗨皮！”这样简单的互动会让用户觉得抖音有在珍视每一个用户的反馈。

2. 产品未来走向方面

在这里，我想提一些个人对抖音产品未来的设想。

（1）盈利模式猜想：

我们可以发现，目前抖音还没有明确的盈利模式，还是更关注在用户增长上面，但是从长远来看，未来抖音团队一定会摸索出自己的盈利模式，也许是像直播平台一样通过付费送礼物的机制，也许是通过开屏广告、信息流广告等的广告机制，也许是像 muse 一样导流 live.ly 直播执行粉丝打赏的机制，也许是销售周边产品的机制，还也许是推出会员机制、粉丝头条机制等。

（2）社交猜想：

抖音未来可以考虑一下社交层面，比如增加私信功能。应用场景：当一个粉丝非常想跟自己的爱豆沟通时，TA 需要类似私信的功能来完成这个需求，来表达自己的喜爱、崇拜，或者请教爱豆拍摄炫酷视频的方法等等。私信功能会帮助积极用户之间建立起联系，促进用户间的互动，进而提高用户粘性。

六、总结

短视频行业近年来发展迅速，抖音短视频作为一款垂直音乐的短视频平台，为有才华有创作力的人才提供了创作空间，也为普通用户带去了欢乐。其视频时长严格控制在短短的 15s 之内，不仅保证了内容的优质，也避免了与其他短视频平台的同质化。期待抖音未来为大家带来更多的惊喜。

此篇观点乃一家之言，如有不妥之处，请见谅！另外希望大家多提出建议，不胜感激！