

基于用户五要素

对百度、今日头条、腾讯新闻 APP

的竞品分析



张雷

2020.04.01

Table of Contents

一 战略层	3
1.1 战略层概述	3
1.2 产品目标设定原因	3
1.3 用户需求产生原因	4
二 范围层	4
1.1 范围层列表	4
1.2 功能设置分析	8
1.2.1 底 bar 功能设置分析:	8
1.2.2 搜索功能设置分析:	9
1.2.3 特色功能分析	10
三 结构层	12
3.2 今日头条结构层	13
3.3 腾讯新闻结构层	14
四 框架层	15
4.1 线框图	15
4.2 线框图分析	16
五 结论与建议	17
5.1 百度 APP	17
5.2 今日头条 APP	18
5.3 腾讯新闻 APP	19

一 战略层

1.1 战略层概述



图 1

如图 1 所示，三款 APP 在产品目标和解决用户需求的问题上大体相同。

对产品目标而言，社会责任、政治需要、软件盈利和用户信息是主要的产品目标。对用户需求而言，社交需求、安全需求、自我实现需求和基本生活需求是三款产品主要解决的需求。

1.2 产品目标设定原因

在产品目标的设定中，需要考虑到产品自身发展方向、产品盈利、用户信息三大方面。在社会方面，产品目标还应考虑到当下政策需求和产品社会美誉度。

通过满足国家政治需要，确保产品响应国家号召，传递国家政策，确保良好的网络生态环境、建立产品积极响应国家号召的形象。

通过满足社会责任，提升产品美誉度和用户信任度，为公司发展打下基础。

通过产品盈利，为公司提升收益，形成产品的良性循环。

通过产品收集用户信息，绘制用户画像，为今后产品的迭代、其他产品的设计提供数据支持。

1.3 用户需求产生原因

用户的社交需求源自用户对参与社会活动的好奇与兴趣，并通过参与社交活动满足用户对友谊、爱情及隶属关系的需求。

用户的安全需求源自当前疫情下，用户对自身生活环境安全、生活稳定、免遭痛苦和疾病的需求。

用户的自我实现需求源自用户在当前社会生活条件下，追求表达自身想法、传递自身价值观和社会观。

用户的生活需求源自用户最基本的生存需求，如当前生存环境的交通情况、食物的烹饪方式等。

二 范围层

1.1 范围层列表

2.范围层-功能							
功能名称		百度	今日头条	腾讯新闻	重要程度	是否特色	
首页/头条/新闻-底bar第一栏		✓	✓	✓			
	本地天气		✓	✗	✗	2	
		城市名称	✓	✗	✗	2	
		温度	✓	✗	✗	2	
		空气污染程度	✓	✗	✗	2	
	产品大全-挂件		✓	✗	✗	4	是
		小说	✓	✗	✗	4	
		正能量	✓	✗	✗	4	
		豆皮社区	✓	✗	✗	4	
		美食社区	✓	✗	✗	4	
		足球迷	✓	✗	✗	4	
		爱追剧	✓	✗	✗	4	
		喵星人	✓	✗	✗	4	
		美妆	✓	✗	✗	4	
		爱车族	✓	✗	✗	4	
		明星	✓	✗	✗	4	
		动漫	✓	✗	✗	4	
		网址	✓	✗	✗	4	
		地图	✓	✗	✗	4	
		百科	✓	✗	✗	4	
		知道	✓	✗	✗	4	
		新闻	✓	✗	✗	4	
		旅游	✓	✗	✗	4	
		网盘	✓	✗	✗	4	
		翻译	✓	✗	✗	4	
	搜索功能		✓	✓	✓	1	
		百度搜索	✓	✗	✗	1	
		百度识图	✓	✗	✗	3	是
		扫码	✓	✗	✗	2	
		翻译	✓	✗	✗	3	
		AR	✓	✗	✗	3	是
		头条搜索	✗	✓	✗	2	
		腾讯搜索	✗	✗	✓		
		畅听	✗	✗	✓		是

发布功能		✗	✓	✗	2	是
	发微头条	✗	✓	✗	2	
	写文章	✗	✓	✗	2	
	拍小视频	✗	✓	✗	2	
	发视频	✗	✓	✗	2	
	提问	✗	✓	✗	2	
	开直播	✗	✓	✗	2	
	爆料	✗	✓	✗	2	
feed流功能 (内容功能)		✓	✓	✓	1	
	频道选择	✓	✓	✓	1	
	频道管理	✓	✓	✓	1	
	看听模式	✓	✗	✗	1	是
	内容反馈功能	✓	✓	✓	1	
	疫情功能	✗	✓	✓	1	
好看视频/西瓜视频/视频		✓	✓	✓	1	
	频道选择	✓	✓	✓	1	
	feed流功能	✓	✓	✓	1	
	关注	✓	✓	✓	1	
	评论	✓	✓	✓	1	
	点赞	✓	✓	✓	1	
	收藏	✓	✓	✓	2	
	分享	✓	✓	✓	2	
	离线缓存	✓	✓	✗	2	
	不感兴趣	✓	✓	✓	2	
	创意截屏	✗	✗	✓	2	是
语音实验室		✓	✗	✗	2	是
	大家都在说-热搜	✓	✗	✗	3	
	语音搜索	✓	✗	✗	3	
热榜		✗	✓	✗	1	是
	头条热榜	✗	✓	✗	1	
开课		✗	✗	✓	1	是
	频道选择	✗	✗	✓	2	
	feed流功能	✗	✗	✓	1	

小视频		✓	✗	✗	1	是
	频道选择	✓	✗	✗	1	
	录制视频	✓	✗	✗	1	
	搜索	✓	✗	✗	1	
	点赞	✓	✗	✗	2	
	评论	✓	✗	✗	2	
	分析	✓	✗	✗	2	
	不感兴趣	✓	✗	✗	2	
举报	举报	✓	✗	✗	2	
放映厅-长视频		✗	✓	✗	1	是
	频道选择	✗	✓	✗	1	
	feed流功能	✗	✓	✗	1	
	分享	✗	✓	✗	1	
热推		✗	✗	✓	1	是
	频道选择	✗	✗	✓	1	
	推	✗	✗	✓	1	
	点赞	✗	✗	✓	1	
	评论	✗	✗	✓	1	
	分享	✗	✗	✓	1	
	反馈功能	✗	✗	✓	1	
我的/活动		✓	✓	✓	1	
	用户空间/个人主页	✓	✓	✓	1	
	动态	✓	✓	✓	1	
	关注	✓	✓	✓	1	
	粉丝	✓	✓	✓	1	
	积分	✓	✓	✓	1	

常用功能		✓	✓	✓	1	
	通知	✓	✓	✓	2	
	私信	✓	✓	✓	2	
	收藏	✓	✓	✓	2	
	历史	✓	✓	✓	2	
	下载/离线	✓	✓	✗	2	
	书架	✓	✓	✗	3	
	离线缓存	✓	✓	✗	3	
	缓存清理	✓	✗	✗	3	
	钱包	✓	✗	✓	3	
	夜间模式	✓	✓	✓	2	
	免流量服务	✗	✓	✓	3	
	作者工具	✗	✓	✗	3	是
	更多功能	✗	✓	✗	3	
	超级会员	✗	✓	✗	3	
	圆梦公益	✗	✓	✗	3	
	广告推广	✗	✓	✗	3	
活动功能		✗	✗	✓	4	是
	战役日签	✗	✗	✓	4	
	答题抢金	✗	✗	✓	4	
	每日任务	✗	✗	✓	4	
	金币商城	✗	✗	✓	4	
	热门推荐	✗	✗	✓	4	
	宠物	✗	✗	✓	4	
功能总数		75	54	50		
特色功能		6	3	5		

1.2 功能设置分析

1.2.1 底 bar 功能设置分析：

三款 APP 均以底 bar 结构为基础，各包含五个相关功能。

第一栏的功能，三款产品均以新闻为主，符合产品新闻资讯类的定位，主打新闻类内容，确保用户第一时间能够获得相关资讯。

第二栏功能，三款 app 均设置为视频功能，分别为好看视频、西瓜视频、视频。在当前 4g 网速较快、移动设备性能较好且短视频表现形式简单的前提下，设置视频内容确保吸引用户眼球，推送相关内容，增加用户量和用户产品使用时间。

第三栏功能，百度和今日头条仍为视频类功能，腾讯新闻为热推功能。

对于百度而言，第三栏设置小视频功能可以看作是百度 app 社交平台度和应对竞品补充。通过推送同城小视频、话题小视频、上传自制小视频，满足用户的分享、创作需求，建立用户之间的社交网络，补充百度当前社交领域的空白，并完成小视频产品的战略部署。

今日头条的放映厅功能，可以看作是西瓜视频功能的一个补充。西瓜视频专注于短视频领域，而放映厅专注于长视频的推送。同时形成今日头条、西瓜视频这一产品生态网络，将对今日头条放映厅内容感兴趣的用戶，引流至西瓜视频，提升产品用户量和使用时间，增加用户粘性。

腾讯新闻基于腾讯视频已在长视频领域布局较早且处于领先地位的情况下，开设新的热推功能。该功能将弥补腾讯微博在热推能力上的不足。同

时满足用户对热点、话题和追星的需求，利用腾讯产品年轻用户较多的现状，吸引用户使用腾讯新闻，增加用户量和使用时长。

第四栏功能，三款产品大体相同。百度和今日头条为我的功能，腾讯新闻为活动功能，但也包含了用户空间、常用功能。该功能解决了用户的基本需求，例如接收通知和信息，产品的设置等。

中间栏功能，百度为特色通能语音实验室，腾讯新闻为特色功能开课。百度通过科技改变生活的路线，将百度 AI 研究室的最近研究成果应用布局，通过识别用户声音实现搜索功能，提高产品声誉度。语音实验室减少了用户的操作量、减少用户操作难度、增加新的人机交互方式，引起用户兴趣与好奇，解决用户的兴奋性需求。腾讯的开课功能提供了全年龄段的、生活的、技能的优质教育内容，在腾讯当前产品布局中缺少线上教育的情况下，作为功能补充确保整体布局没有缺漏。开课功能满足了用户在当前网络学习参与度较高情况下，对各类知识学习的需求，同时通过视频的播放增加用户粘性和使用时长。

1.2.2 搜索功能设置分析：

三款产品头部位置均有搜索功能。

对百度而言，基于百度搜索平台的自身优势，将网页搜索的用户引流至百度 app，使用户养成使用习惯，增加百度 app 用户量和用户粘性。

对今日头条和腾讯新闻而言，在自身搜索引擎市场占比不大的前提下，新闻产品内部无搜索产品引流，只链接产品自身内容的搜索，搜索结果呈现为不同新闻频道搜索内容的展示。

1.2.3 特色功能分析

1.百度 app 特色功能分析：

产品大全挂件包含了百度生态系统中各类产品，如百度网盘、百度百科、百度地图等。通过百度 app 产品内部的一键切换，使百度用户能够在百度相关产品中进行选择切换，增加百度系列产品的使用时间和粘性，形成百度社区。

百度识图、AR、语音实验室功能，为百度在搜索和人工智能领域的研发成果，在当前人工智能交互频繁的前提下，通过创新搜索方式减少用户搜索输入量、创造用户搜索新需求，改善用户的搜索体验、确保百度在搜索领域的话语权。

看听模式，通过文字转语音对新闻进行播报的方式，满足了用户在不方便看手机、文字阅读体验不流畅的情况下，对收听新闻的需求。

小视频功能，在用户在当前短视频表达效率高、更吸引用户注意的场景下，解决了百度产品生态中缺少短视频产品、用户对短视频内容的需求。

2.今日头条特色功能分析：

发布功能，在当前产品优质内容缺乏、急需建立产品社交圈的情况下，满足了产品生态建立、用户创作内容的需求。

热推功能，在当前产品生态中缺少热搜、热度新闻、热度推送的情况下，满足产品生态建立、用户对社会热点关注的需求。

放映厅功能，通过长视频的推送和西瓜视频的引流，建立产品在长视频领域的生态环境，满足用户对长视频的需求，完成公司在长视频领域的战略布局。

作者工具，通过作者工具、作品提成的形式，养成用户产出内容的使用习惯，增加用户使用度和粘性，形成产品用户产出内容的良性循环。

3.腾讯新闻特色功能分析：

畅听功能，包含各类音频内容，如电子书、相声评书等。通过播放专业语音内容，解决了用户在阅读不方便、习惯于收听的信息传递方式、不能阅读的情况下，用户收听优质内容的需求。

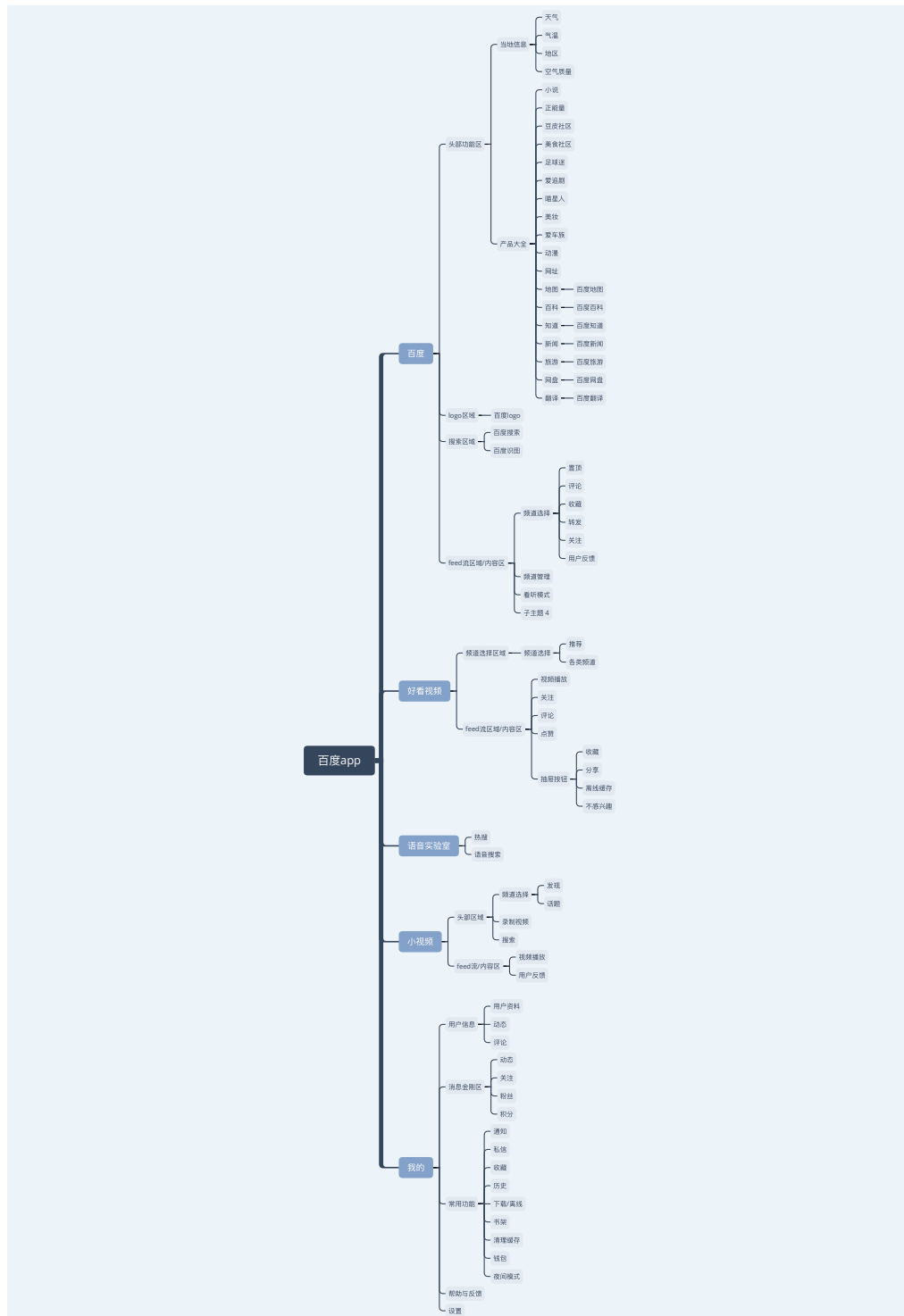
开课功能，提供了全年龄段的、生活的、技能的优质教育内容，在腾讯当前产品布局中缺少线上教育的情况下，作为功能补充确保整体布局没有缺漏。开课功能满足了用户在当前网络学习参与度较高情况下，对各类知识学习的需求，同时通过视频的播放增加用户粘性和使用时长。

热推功能，弥补腾讯微博在热推能力上的不足。同时满足用户对热点、话题和追星的需求，利用腾讯产品年轻用户较多的现状，吸引用户使用腾讯新闻，增加用户量和使用时长。

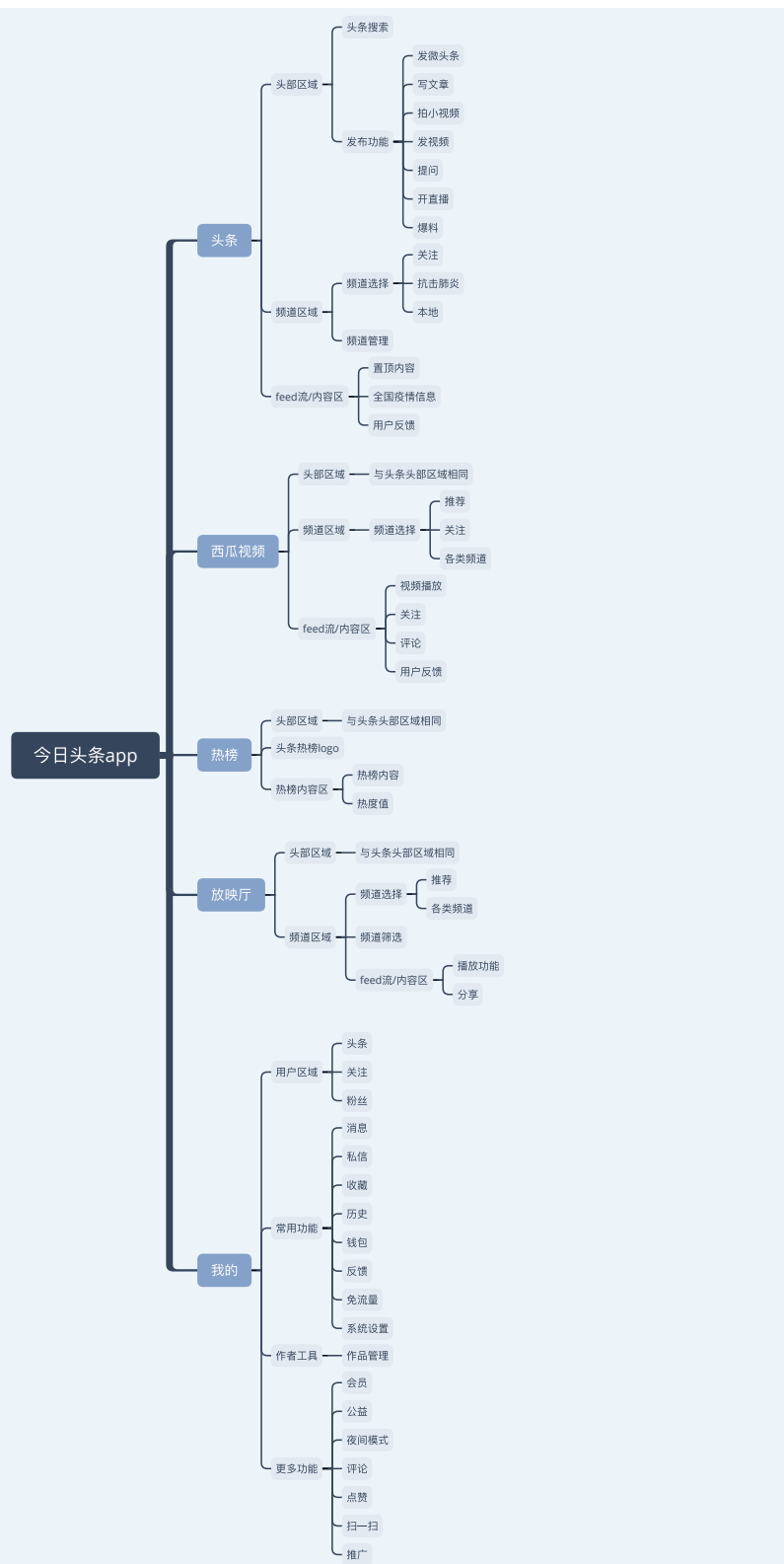
活动功能，通过各类活动，如签到、收集勋章、金币兑换等方式，增加用户使用时长和粘性，培养用户使用习惯。

三 结构层

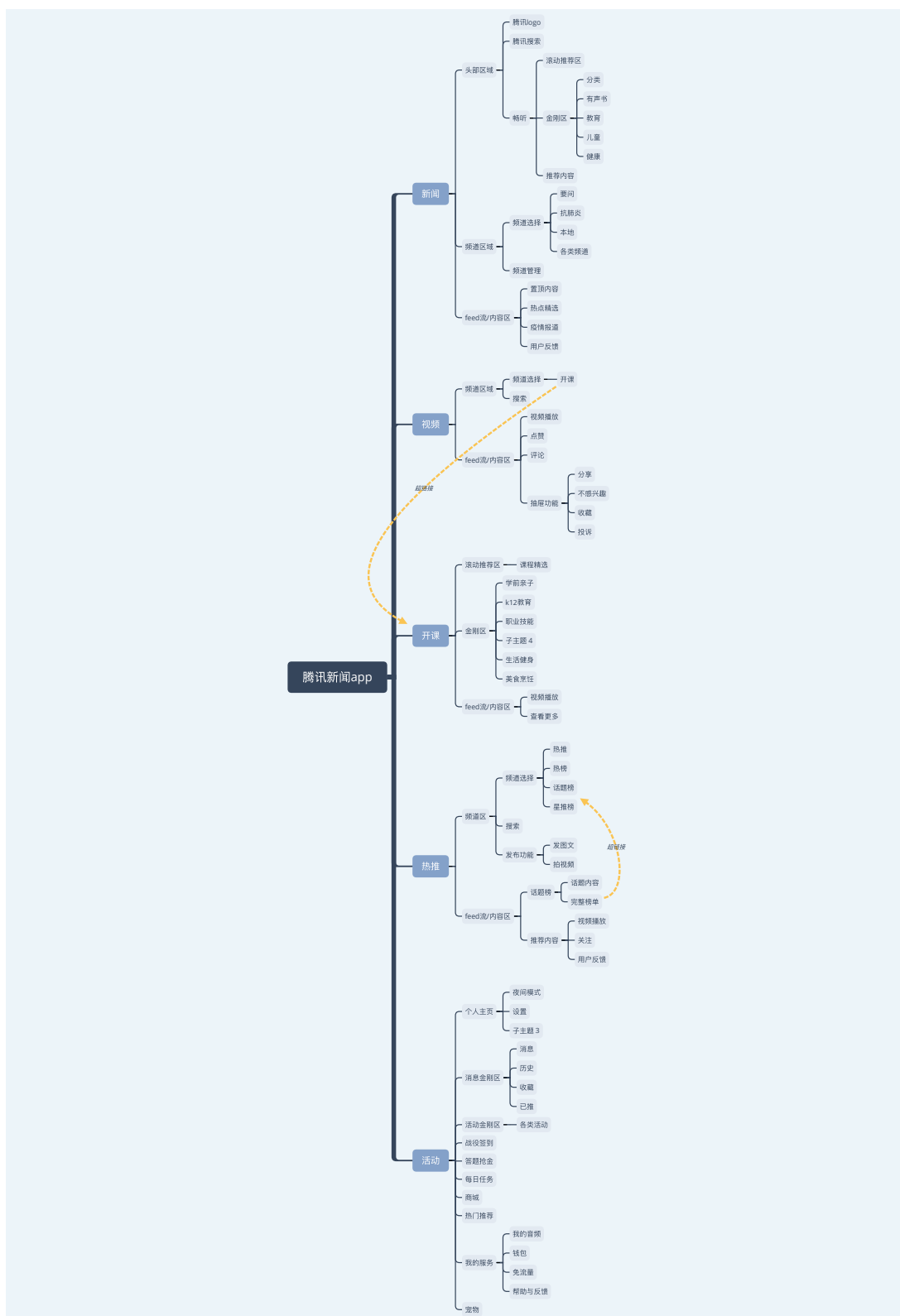
3.1 百度 app 结构层



3.2 今日头条结构层



3.3 腾讯新闻结构层



整体而言，三款产品均采用了头部区域、频道选择区域、feed 流/内容区域的结构。头部区域设置产品 logo、搜索功能、特色功能等，无较多内容，多位图标。频道选择区域均位于头部区域之下，该功能满足用户基本需求。Feed 流/内容区域，按足用户基本需求，为产品重要功能。

四 框架层

4.1 线框图





4.2 线框图分析

以本地频道为例，三款产品的线框图分布基本相同。头部区域为不需要大量内容的功能，如搜索功能，看听功能，产品 logo 等。这些功能不需要

大量面积显示内容，用户也能够第一时间仅通过图标、功能形式了解功能的用法。

在头部区域下面，三款产品均设置了频道选择和频道管理功能。该区域所占面积较小，主要用于 feed 流/内容区的切换。

feed 流/内容区为主要区域，该区域为内容推送，包含了视频、图片和文字。因为内容推送需要较大面积、且为用户最关注的点，所以所占产品区域最大。

底部区域设置底 bar 结构，方便用户快速定位、切换功能区。

五 结论与建议

5.1 百度 APP

1. 增加热搜/热推功能。例如今日头条和腾讯新闻都有的热搜/热推功能，可以利用百度的产品生态圈建立百度专属的热搜/热推功能。通过百度搜索、百度贴吧等产品建立热搜数据库、明星粉丝平台的方式，拓宽百度产品覆盖范围，增加百度产品的影响力，从而提升用户量和活跃度。
2. 增加百度旗下爱奇艺长视频引流功能。例如在功能大全中增加长视频模块、在好看视频中增加爱奇艺/长视频频道，形成百度产品生态系统闭环，提升用户使用时间，增加用户粘度。
3. 利用百度搜索的优势，增加教育板块功能。利用百度搜索平台，在教育相关搜索中增加百度自身产品。可以通过添加优质教育合作伙伴、优质教育内容、教育资讯的方式，满足用户对互联网教育的需求。

4. 在我的功能中，添加社区功能增加用户粘性和使用时长。例如增加百度系列勋章、百度贴吧/社区头衔、每日任务模块，通过完成浏览任务获得百度系列会员等方式，增加用户数量，完善产品社区，挖掘产品社交潜力。

5. 在看听模式中，可通过与明星合作增加朗读声音，为用户提高更多选择。同时与热推/热搜的明星榜单功能进行合作，完善百度在明星领域的布局和发展。

6. 语音实验室功能启动后，产品上半部分为黑色空白，可以添加适当的热点图片，提高用户的搜索欲望，从而提升用户使用深度。

5.2 今日头条 APP

1. 增加今日头条的 logo 标志，让用户在第一时间打开 app 后能够看到产品标志，加深用户对产品的印象，培养用户熟悉度。

2. 增加文字转语音功能，两家竞品均有收听功能，可将文字转语音功能作为未来功能储备。该功能在一定程度上，满足了习惯于音频收听、不方便阅读用户使用产品的需求。

3. 丰富热榜功能，目前仅作为单一热度搜索榜单，并提供相关搜索内容。可以通过添加其他产品的热搜，如西瓜视频搜索榜单、抖音明星热榜等功能，完善产品生态，形成系列产品的闭环，增加用户使用时长和粘性。

4. 在我的功能中，增加作者工具包含内容。例如作者成就、作者荣誉值等，激发用户创作欲望和动力，形成用户创作的良性循环。

5. 在放映厅功能中，增加教育/公开课/演讲频道，并添加教育相关视频。确保用户在搜索教育类视频中，不会转移到其他产品中去，满足大多数用户需求，提高用户使用时长。
6. 在发布功能中，可增加作者收益选项，链接至作者工具中，方便作者直接查看收益，同时刺激普通用户创作更多内容。

5.3 腾讯新闻 APP

1. 热推功能中，增加视频榜单。通过增加腾讯视频热搜榜，激发用户对长视频的兴趣，增加用户使用时间，并为腾讯视频引流。
2. 尝试增加用户创作功能，例如在活动版块中增加招募创作者优质内容板块，为产品新闻和视频频道提供更多优质内容、不断发掘优秀创作者。
3. 增加文字转语音功能，完善畅听功能智能针对已有作品播放音频的弱势，完善产品功能。
4. 在活动功能中，可以增加腾讯系其他产品的奖励，吸引用户参与到腾讯新闻中，增加用户量和使用时长。