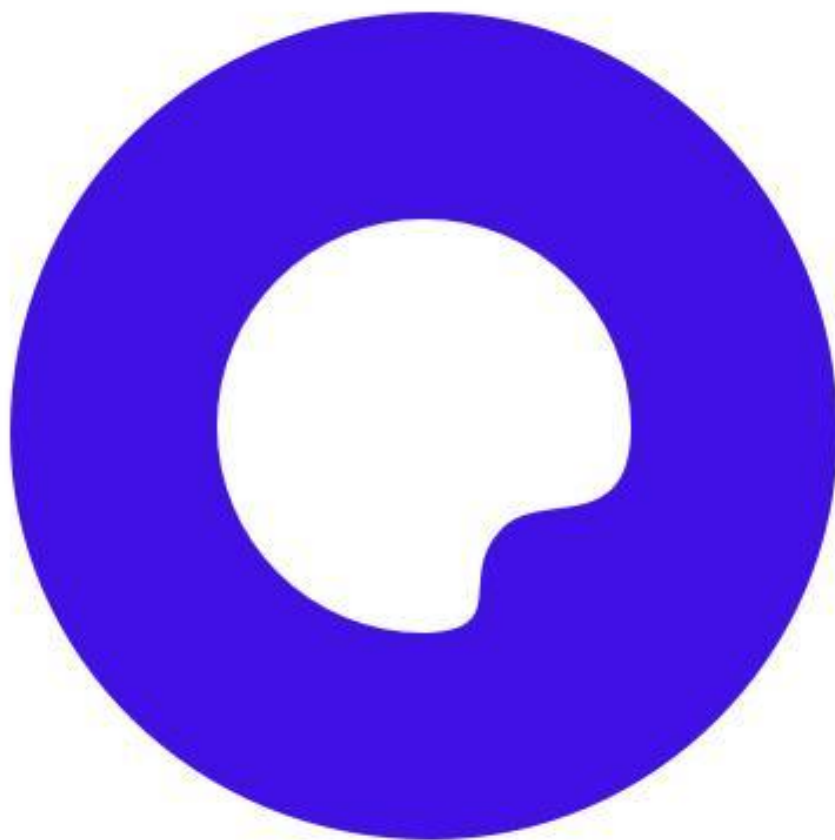


夸克产品分析报告



张雷

2020.05.02

目录

一 产品背景	3
1.1 产品基本信息	3
1.2 产品定位	3
1.3 产品迭代历程	3
二 用户分析	11
2.1 用户年龄分析	11
2.2 用户性别分析	11
三 竞品数据分析	12
四 产品分析	13
4.1 产品功能结构	13
4.2 首页存在问题	15
4.3 发现夸克页面存在问题	25
4.4 其他存在问题	27

一 产品背景

1.1 产品基本信息

产品名称	夸克
版本号	4.1.0.1030
体验设备	IPhone XsMax
操作系统	IOS13.4.1
体验时间	2020.05.01
产品 slogan	搜索，就该更好的
产品定位	手机端搜索引擎

1.2 产品定位

夸克是一款手机端搜索引擎 APP，整体简洁。产品整体追求极速智能搜索的先行者，为用户的信息获取提供极速精准的搜索体验。

1.3 产品迭代历程

1.3.1 夸克近 6 个月产品迭代：

版本号/时间	更新内容
3.5.2.976/6 个月前	1.识图库增加花草和汽车图片识别 2.个人资料可以编辑和修改

	3.优化夸克宝宝 AI
3.6.0.986/6 个月前	1.优化法律、政务内容搜索 2.优化了首页导航站点的添加方式
3.6.1.990/5 个月前	增加捷径功能
3.6.2.993/4 个月前	1.增加拍照搜题功能 2.优化播放器
3.7.0.998/4 个月前	优化拍照性能和速度
3.7.1.100/4 个月前	升级夸克学习功能
3.8.0.1003/4 个月前	优化视频加载速度
3.8.1.1006/3 个月前	优化 bug
3.8.2.1010/2 个月前	上线疫情实时动态查询功能
3.8.3.1014/1 个月前	1.升级夸克 AI 相机 2.拍照转文档，自动生成 office 文档
4.1.0.1030/3 天前	1.SUG 搜索优化 2.搜索结果优化 3.多窗口样式升级 4.壁纸优化
优化项目总数	20

1.3.2 基本型需求优化

在搜索产品的项目优化中，表格中黑色字体例如：BUG 修复、搜索结果优化、基本功能优化、播放器性能优化、拍照性能优化均为基本需求优化。

在 20 个优化项目中，基本需求的优化数量为 13 个，占到了产品迭代优化项目的 65%。

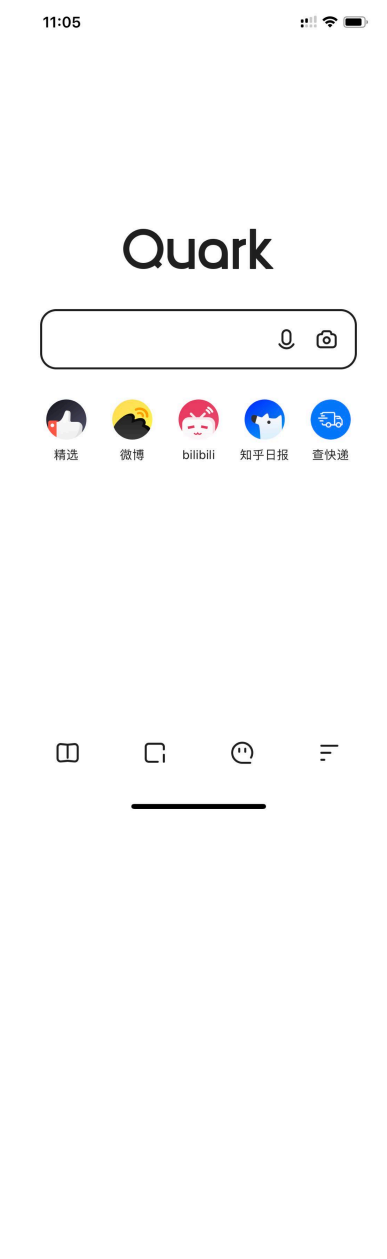
说明产品在基本需求上的优化空间仍较大，尤其是在搜索结果方面上的优化。产品通过优化了政务、法律的搜索内容精准度、优化搜索识图的识别图库等方式，不断满足用户的各类搜索需求，优化用户搜索体验。

1.3.3 期望型需求优化

在搜索产品的项目优化中，表格中红色字体：增加捷径功能、上线实时疫情查询功能、多窗口样式升级和壁纸优化均为期望需求优化。

在 20 个优化项目中，期望需求优化占比为 20%。

功能名称	缩略图	分析
------	-----	----

<p>捷径功能</p>		<p>如图所示，可以在浏览器主页搜索栏下方添加用户常用网址的捷径。</p> <p>在大部分用户使用场景中，用户对于经常使用的网址基本上每次打开手机浏览器都会点开，因此每次让用户通过搜索的方式去寻找自己常用的网址，会造成用户操作的繁琐不便。</p> <p>为用户添加捷径功能，解决了用户这一痛点，虽然用户使用搜索工具的频次会降低，但大大优化了用户的操作，也符合产品简洁搜索工具的定位。</p> <p>爽点：在搜索实时疫情后，浏览器自动将肺炎疫情捷径添加到主页，通过AI自动判断，省去用户自行添加的操作，十分便捷。</p>
-------------	--	---

实时疫情查询



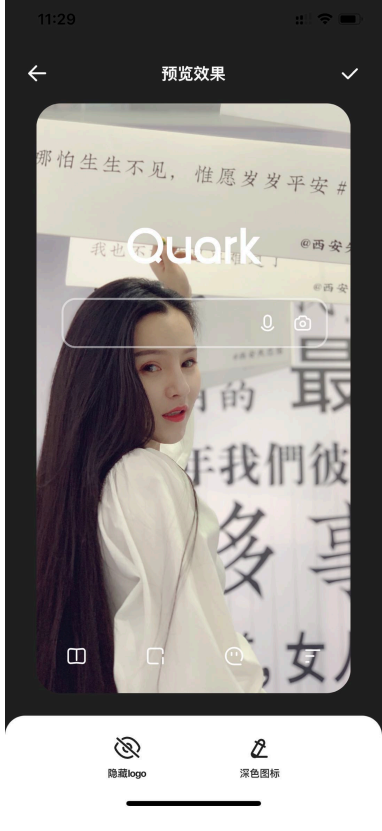
调取方式：在搜索栏输入疫情并搜索，即可跳转至实时疫情页面

疫情卡片：通过准确的疫情相关数据，满足用户在疫情背景下通过对全国、各地疫情增长等信息的了解，满足自身的人身安全的需求。其中，每日增加的数量，方便用户更直观的知道疫情趋势。

确诊名人卡片：通过提供确诊的名人，为用户提供具体的患者病例，满足用户对疫情患病者情况的好奇心，从而满足用户的社交需求。

心理疏导卡片：网页最后提供心理疏导栏目，满足用户在疫情背景下可能因为隔离产生心理上无法调节的情况，需要进行心理疏导，情感上的需求

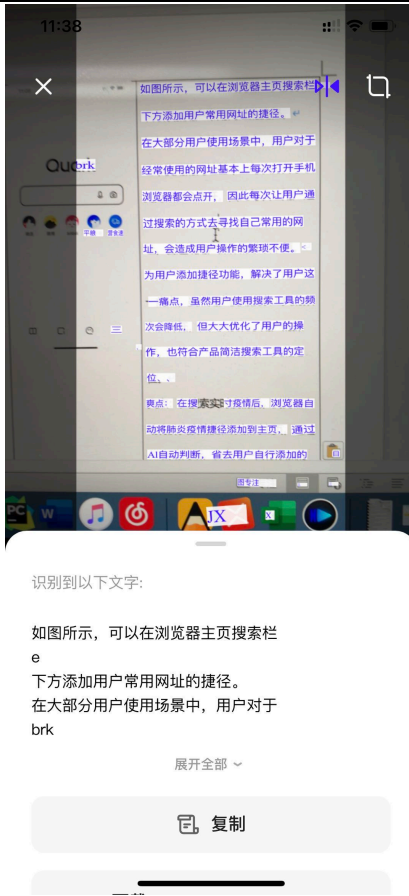
<p>多窗口样式升级</p>		<p>优化后的多窗口样式，动画效果更加优美、叠加方式更加简洁，整体上更加直观和简洁</p>
<p>壁纸优化</p>		<p>增加大量高画质壁纸：通过大量高清壁纸，满足不同喜好用户对不同类型壁纸的需求，避免用户在搜索自带壁纸后未找到满足需求的壁纸，仍需要自行上传的操作。简化用户操作，优化用户体验。</p> <p>预览效果界面，用户可以选择隐藏 logo 和切换图标深浅：满足用户在设置壁纸时，不会因为产品 logo 挡住好看的壁纸而困扰。同时提供深浅图标的切换，确保了用户在深浅壁纸情况下，都能够看清产品图标，不会</p>

		造成颜色相同而无法看清图标的情况。
--	--	-------------------

1.3.4 兴奋型需求优化

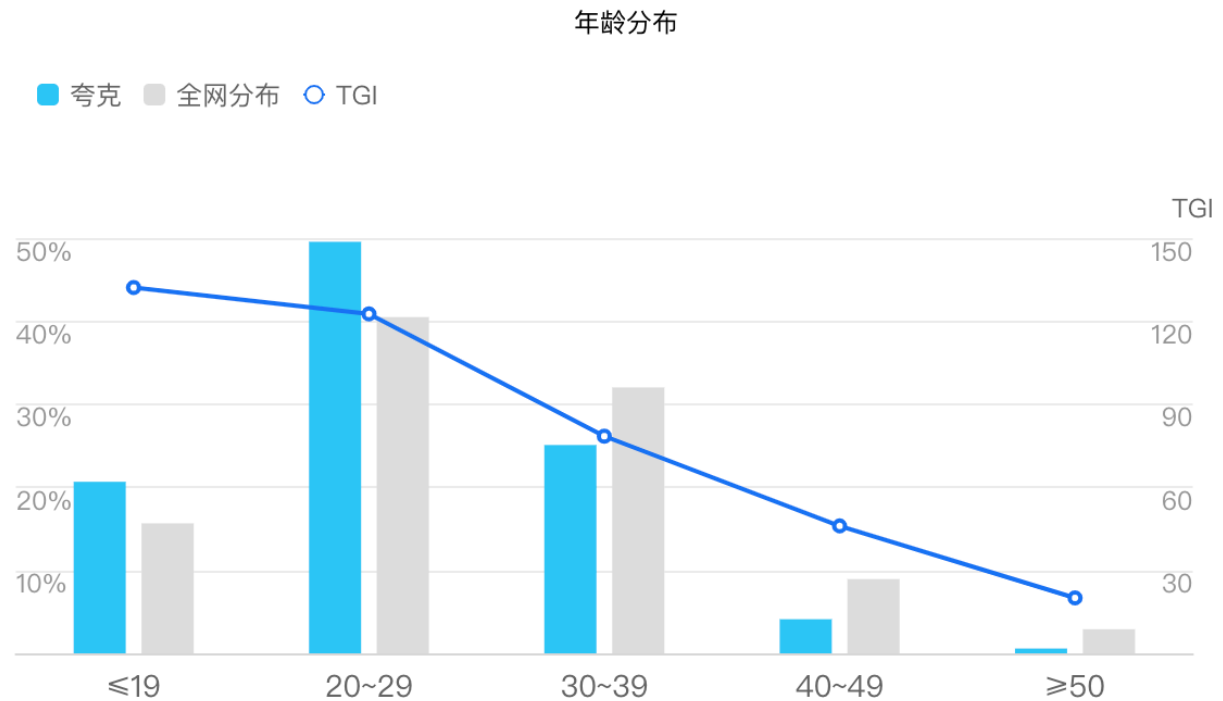
在搜索产品的项目优化中，表格中蓝色字体：拍照搜题、拍照转文档为兴奋型需求优化。

功能名称	缩略图	分析
------	-----	----

<p>拍照转文档</p>		<p>如图所示，在进行拍照转文档的识别中，识别率非常高，基本上页面的每个汉字都能够识别清楚。</p> <p>该功能使用场景：</p> <ol style="list-style-type: none">1.办公、学习场景：通过浏览器快速识别书籍、杂志等文字，并转换成 word、excel 并进行编辑。2.日常场景：通过浏览器快速识别日常生活中的文字，进行复制，节省用户打字时间。 <p>该功能通常作为文档编辑软件的功能，在浏览器搜索产品中为魅力型需求。</p> <p>大大节省了不同场景下用户编辑文字的时间，体现了产品的魅力</p>
<p>拍照搜题</p>		<p>该功能使用场景：</p> <p>工作、学习情况下，用户出现不会做的题目，但搜索题目的成本较高，例如：编辑数学公式、题目通常需要输入较多文字。通过拍照搜题的方式大大减少了用户搜题的难度。</p>

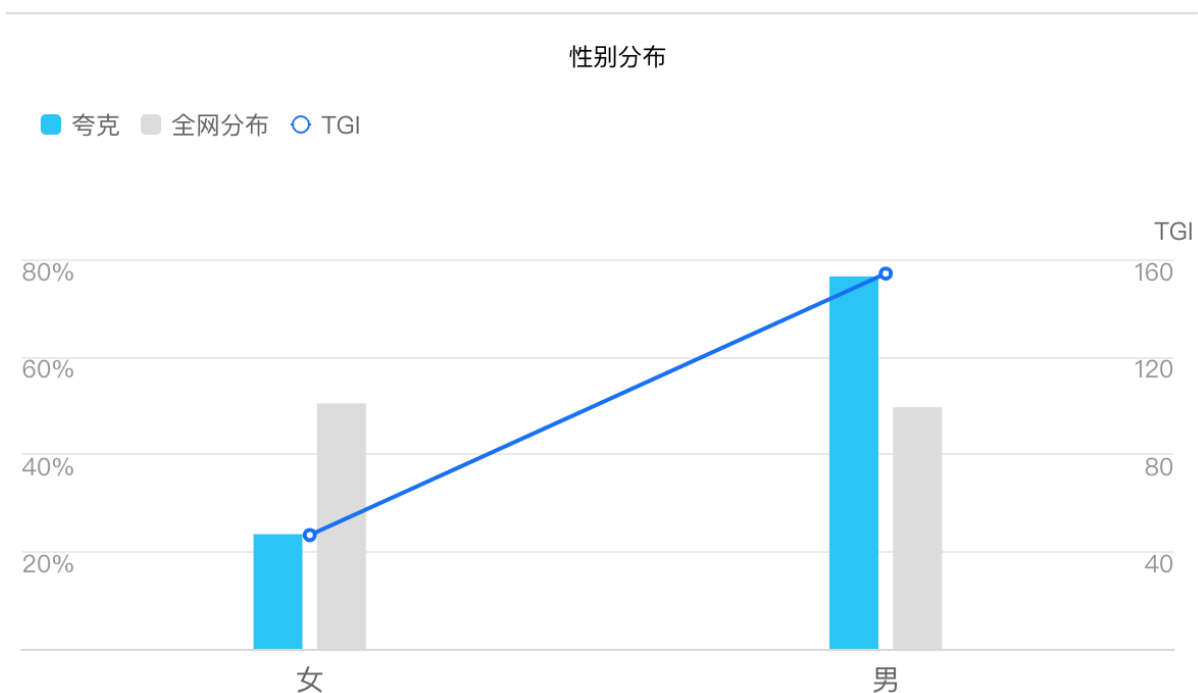
二 用户分析

2.1 用户年龄分析



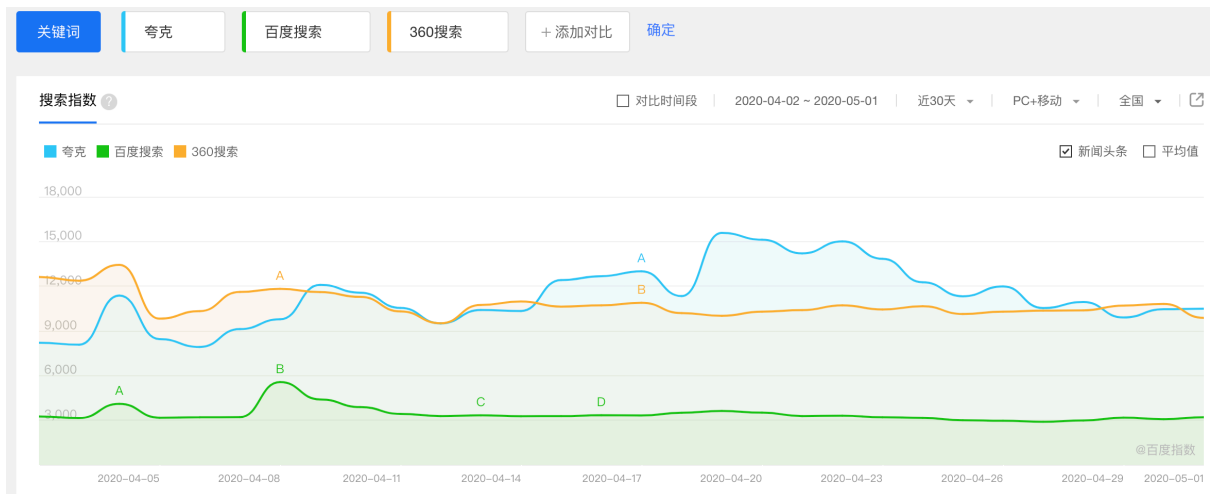
上图出自百度指数，如图所示夸克的用户年龄分布主要集中在 20-29 岁之间。由于夸克是一款推出没有多久的 APP，使用者和搜索者多为年轻人，目标用户也大多为年轻人。

2.2 用户性别分析



上图出自百度指数，如图所示快手的用户中将近 80%为男性用户，用户性别分布较为不平衡。导致这一现象可能是由于夸克的产品名字取自物理中夸克的定义，由于名字过于硬核同时偏男性化，所以男性用户的搜索和使用概率会高。同时产品内缺少一些女性用户需要的内容，例如：热搜榜单、热搜短视频等。

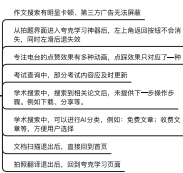
三 竞品数据分析



上图出自百度指数，如图所示选取百度搜索和 360 搜索作为关键词与夸克进行对比。可以看出从四月开始，夸克的搜索指数不断上升，甚至一度超过百度和 360 的搜索指数。这与夸克在今年四月开始加大广告投入有一定的关系（抖音等其他平台的广告）。

四 产品分析

4.1 产品功能结构



图片为夸克产品的功能结构，总体而言夸克分为首页、分页模式、书城、夸克宝宝和发现夸克五个页面结构。

4.2 首页存在问题

4.2.1 夸克学习神器存在问题

问题 编号	问题内容	分析/解决方案
1	1.学习神奇进入路径为：首页—拍题—学习神器 2.整体路径较为复杂，而且通过拍题进入学习神器后，手机存在无法推出拍题和持续调用摄像头的问题	默认吧夸克学习放置在首页捷径中。 用户在初次打开夸克的时候，捷径数量并不多，所以可以增加夸克学习这个内容和功能较多的捷径
2	1.夸克学习—作文搜索明显卡顿、第三方网址广告无法屏蔽 2.由于夸克的作文搜索均采用第三方网站的资源，因此第三方网站经常会有大量贴片广告，与夸克浏览器的无广告搜索不符合	1.优化作文搜索中搜索后网页打开的速度和页面响应速度 2.屏蔽第三方网站的贴片广告

3	<p>1.从拍题页面进图夸克学习后，存在页面 bug</p> <p>2.正常从浏览器主页进入页面：</p>  <p>3.从拍题页面进入页面：</p>	<p>1.优化页面跳转逻辑，将用户从拍题界面点击夸克学习按钮后跳转至正常从浏览器主页进入的页面形式。</p> <p>2.理由：可以通过牺牲部分用户对搜题界面的需求，满足夸克界面较为完善的用户体验，从而让用户更好的记住夸克学习这一兴奋型功能。</p>
---	--	--

	<p>2.专注点台的点踩效果，只有一种动画效果</p> <p>3.点踩图例：</p> 	<p>电台内容的喜爱程度，并通过对不同动画引起用户的兴趣，诱导用户进行不断点赞尝试。</p> <p>2.点踩设置单一动画理由：</p> <p>一部分用户在对内容不喜欢后，只会推出/点踩一次，用户不会对不喜欢的内容花费较多的时间</p> <p>3.点踩更多的功能设置：</p> <p>个人理解，点踩可以作为一种收集用户反馈的方式。因为专注电台中的内容本身较少，可以通过收集用户对当前内容不喜欢</p>
--	---	---

		<p>的程度进行收集数据反馈，从而淘汰一批被大多数用户都讨厌的内容</p> <p>4.优化建议：</p> <p>用户点踩后，可以在踩案件上方弹出一个打分面板，提示不喜欢、非常不喜欢、讨厌等描述，收集用户对当前内容更精准的反馈。</p> <p>同时删除点踩动画，因为用户点踩后夸克机器人并无互动反馈，所以使用互动型动画不适用当前场景。</p>
5	1.在学术搜索页面中，无论文免费与付费的区分：	1.应区分免费和付费理由：

	<div data-bbox="323 197 710 1019"> <div>16:06</div> <div> </div> <div> <div>Quark</div> <div>学术</div> </div> <div> <div>异常值检测</div> <div>Q</div> </div> <div> <div>异常值检验-学术百科-知网空间</div> <div> 提供全面的“异常值检验”相关文献（论文）下载，论文摘要免费查询。异常值检验论文全文下载提供PDF格式文件。异常值检验中文、英文词汇释义（解释），“异常值检验”各类研究资料、调研报告等。 </div> </div> <div> <div>Anomaly Detection : A Survey - Northwestern University</div> <div> Anomaly detection has been the topic of a number of surveys and review articles, as well as books. Hodge and Austin [2004] provide an extensive survey of anomaly detection techniques developed in machine learning and statistical domains. A br... </div> </div> <div> <div>A Surface Defect Detection Method Based on Positive Samples SpringerLink</div> <div> Abstract. Surface defect detection and classification based on machine vision can greatly improve the efficiency of industrial production. With enough labeled images, defect detection met </div> <div> <div>←</div> <div>📄</div> <div>异常值检测</div> <div>📌</div> <div>🔍</div> </div> </div> </div> <div data-bbox="323 1059 991 1294"> <p>2.在用户打开学术搜索页面中的内容后，跳转至论文页面，之后无后续操作方式，如图：</p> </div>	<div data-bbox="1018 197 1358 2000"> <p>通常用户在进行学术搜索时，会比较在意论文是否收费。部分用户再不能支付论文费用的前提下，不会点击收费论文的内容。因此通过区分论文内容是否收费，可以帮助用户快速判断自己想要的内容。</p> <p>2.解决办法：</p> <p>可以再搜索结果前添加【免费】/【收费】的小型标签，帮助用户区分</p> <p>3.用户在打开一篇论文后，由于论文较长，通常情况下，用户需要保存到电脑中进行观看。手机由于屏幕</p> </div>
--	---	--

6	<p>页面逻辑存在问题：</p> <p>夸克学习—文档扫描—退出—回到夸克首页</p> <p>夸克学习—拍照翻译—退出—回到夸克学习</p> <p>文档扫描和拍照翻译同为照相页面下的功能，返回的页面逻辑却不相同。</p>	<p>理由：</p> <p>用户从夸克学习页面进入的两个功能，点击返回按钮后应该返回到同一页面</p> <p>方案：</p> <p>进行页面逻辑交互纠正</p>
---	--	--

4.2.2 捷径功能存在问题

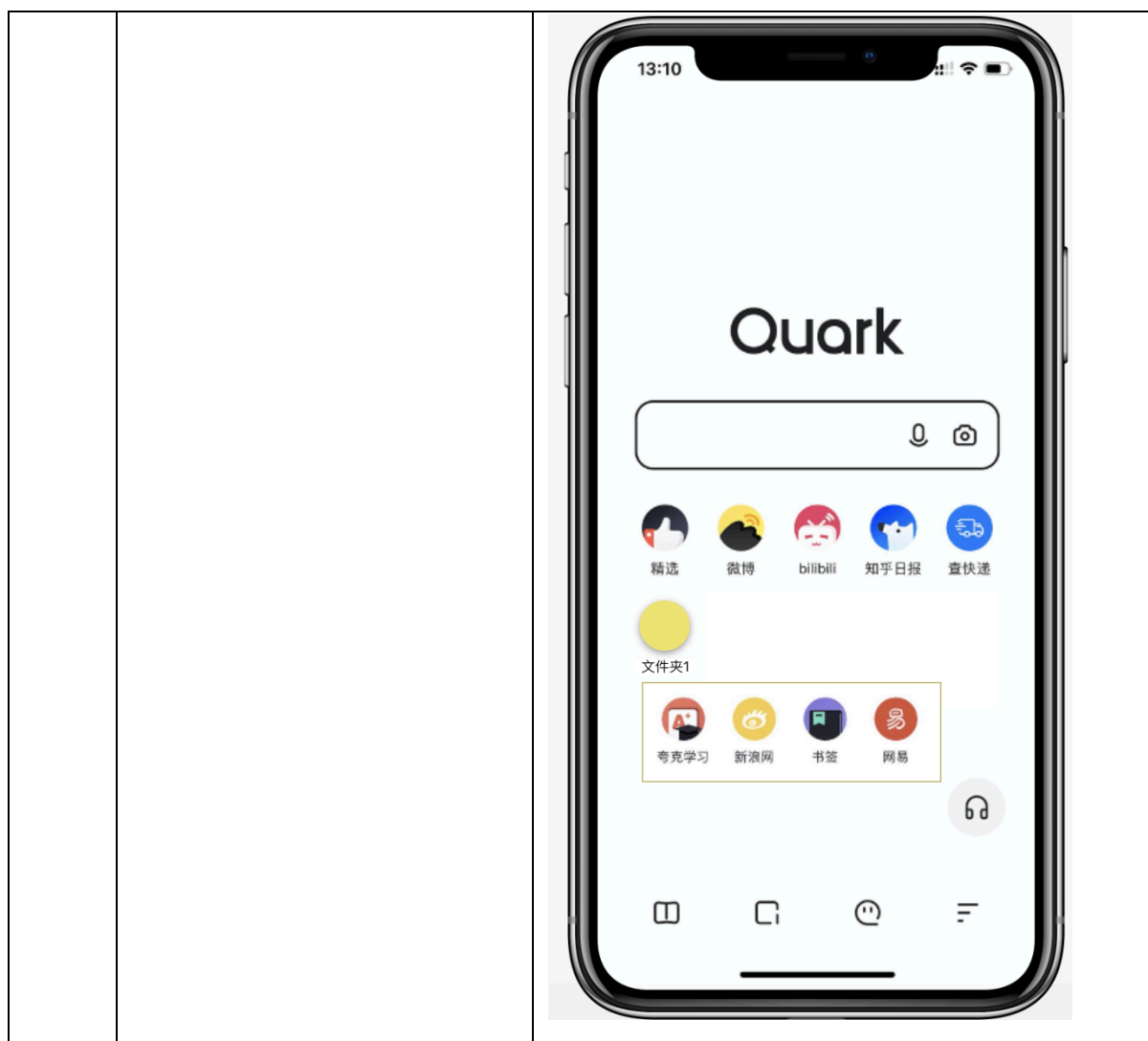
问题编号	问题内容	分析/解决方案
1	<p>1.捷径数量最大值为10，数量较少，可适当增加捷径数量</p> <p>2.增加首页文件夹功能，通过把用户自定义的捷径整理成文件夹，避免首页过于臃肿</p>	<p>1.理由：</p> <p>由于很多网址/内容，是产品内部没有的，并且是用户常用的。所以通过支持用户添加更多的常用捷径，替代用户从书签、自行搜索的方式进入想要的网页</p> <p>2.方案：</p>

由于夸克首页的捷径设置长按后可关闭类似 ios 中的程序布置

所以可以参考 ios 程序布置，为用户开放一定的空间增加更多的捷径，并通过文件夹的形式进行整理，这样首页界面也不会过于臃肿

3.原型图：





4.2.2 首页功能存在问题

问题编号	问题内容	分析/解决方案
1	首页的文字指导说明过少	<p>1.理由:</p> <p>新用户在使用夸克浏览器时,会对底bar 的四个按钮产生疑惑,所以可以进行适当的提示。</p>

		<p>使用频率比较低的用户，可能会忘记底 bar 四个按钮代表的内容，所以可以进行适当的提示</p> <p>2.改进方案：</p> <p>对浏览了教程的新用户，保持现有界面</p> <p>对为浏览教程的新用户，显示底 bar 的文字说明：【小说】【分页】【语音】【发现】</p> <p>同时用户可以在设置界面进行，文字的开关显示。</p>
--	--	---

4.3 发现夸克页面存在问题


问题编号	问题内容	分析/解决方案
1	夸克壁纸界面： banner 不能进行左滑， 同时右滑卡顿	<p>1.banner 右滑失效 bug，属于页面设计错误，需要尽快修复</p> <p>2.同时 banner 左滑失效，左滑直接退出当前壁纸页面，需要尽快修复 bug</p>
2	夸克壁纸界面：	1.解决方案：

	壁纸内容目前较少，分类单一，部分挑剔的用户很难找到心仪的壁纸	为用户提供原创壁纸上传功能，通过让广大用户提供优质壁纸内容，优化夸克壁纸系统
3	广告过滤页面中，可以增加更多有关用户习惯相关的广告数据，而不是以月为单位的过滤广告条数	<p>理由：</p> <p>根据用户的习惯进行数据整理，能够更符合用户的心理预期，相比于单调的数据，更能够引起用户对广告过滤的共鸣和对产品的支持</p> <p>改进方案：</p> <p>增加常用网站过滤广告条数；有害/有毒/钓鱼网站广告过滤条数；广告最多的常用网站等数据</p>
4	用户再点击举报网站功能后，仅弹出举报成功token，未有更进一步的举报状态追踪、举报类型选择等	<p>理由：</p> <p>部分用户在发现非法网站、网站内有有害内容后，通过浏览器进行举报，是期望自己的举报有一个明确结果的。若举报后，夸克浏览器成功标记该网站为有害网站，用户心理会有一定的参与了夸克绿色环境建设的荣誉感</p>

		<p>方案：</p> <p>增加用户举报网站结果追踪，【成功】/【不成功】，符合逻辑闭环</p> <p>增加用户举报类型：【有害内容】/【政治敏感】/【财务欺诈】等，方便夸克浏览器自动快速判断</p>
--	--	--

4.4 其他存在问题

问题编号	问题内容	分析/解决方案
1	<p>考试查询界面：</p> <p>相关真题/模拟试题内容，部分试题更新频率较低，多为2018年试题</p>	<p>用户在搜索真题时，往往需要最新的内容进行参考，建议产品合作方可以尽快的更新相关资源</p>
2	<p>考试查询界面—考试指南界面：</p> <p>内容过于单一，仅有考试大纲、模拟试题、历年真题的合作内容</p>	<p>用户在互联网时代更偏向使用视频的方式获取资源，所以对于考试大纲这类比较枯燥和冗长的内容。大部分用</p>

		<p>户偏向通过他人的解读进行更细致的了解。</p> <p>建议增加部分优质的学习类、解读类、经验分享、机构课程的视频内容，丰富夸克学习应试板块的内容</p>
3	<p>夸克作文搜索结果优化：</p> 	<p>理由：</p> <p>用户在夸克作文频道搜索历年高考后，期望的结果如下：高考作文题目、高考满分作文、高考各地作文题目解读等学习相关内容</p> <p>方案：</p> <p>优化搜索结果，满足用户对高考作文相关内容需求</p> <p>增加历年高考作文专栏，在搜索结果中以专题卡片的形式进行展示，用户点击后进入历年高考作文专栏，进行更详细的信息获取</p>

	<p>如图所示：搜索 2019 高考的结果仅为两条，内容均为新闻类内容并不能满足用户需求</p>	
4	<p>夸克宝宝成长体系缺失：</p> <p>按照字面意思，夸克语音实验室夸克宝宝目前处于宝宝的阶段，意味着夸克语音系统与用户处于磨合期</p> <p>但随着用户的长时间使用，夸克与用户之间更加熟悉，夸克宝宝也能够为用户更好的服务，但产品中无法体现这个过程</p>	<p>理由：</p> <p>在用户与夸克宝宝进行了相当多的对话、搜索和信息输入后，夸克也应该在一定时间/节点，对用户进行一个学习成果/成长阶段反馈，从而加强了用户与夸克宝宝的联系，增进了用户与产品的感情</p> <p>方案：</p> <p>提供夸克宝宝年度榜单功能：</p> <p>通过一年的使用，夸克宝宝提供以下数据：【与用户对话次数】【学习到用户独有的表达方式】【收到用户的点赞】【根据用户习惯优化</p>

		<p>的搜索结果次数】等，通过数量化与用户的互动，更加直观的让用户记住夸克宝宝的努力，从而提升用户与产品的感情，增加用户粘性</p>
5	<p>夸克宝宝多元化：</p> <p>目前夸克宝宝的语音单调、AI动画单调</p>	<p>理由：</p> <p>可以通过用户定制夸克宝宝眼睛 AI 动画和语音形式，完成用户的自定制，让用户心理上感觉到夸克宝宝是该用户独有的产品，从而增加用户粘性</p> <p>解决方案：</p> <p>增加动画设计，例如可以为夸克宝宝的眼睛增加睫毛，更符合女性的审美</p> <p>增加语音库，例如与明星合作，通过明星语音包吸引更多女性用户</p>

6	夸克搜索的准确性和多元性	作为搜索引擎，应该不断增加最基本的搜索准确性和多元性需求，并通过收集用户画像，不断优化个性化的搜索结果
---	--------------	---