

# 饿了么APP（iOS） 产品分析报告

制作人：吕思民

# 饿了么APP（iOS） 产品分析报告

- ▶ 行业描述
- ▶ 产品概述
- ▶ 用户需求分析
- ▶ 产品功能分析
- ▶ 产品优势分析
- ▶ 产品劣势分析
- ▶ 产品发展建议

# 1、行业概述

- ▶ 随着互联网的快速发展，电子商务模式除了原有的B2B，B2C，C2C商业模式之外，近来一种新型的消费模式O2O已快速在市场上发展起来。对于B2B，B2C商业模式下，买家在线拍下商品，卖家打包商品，找物流企业把订单发出，由物流快递人员把商品派送到买家手上，完成整个交易过程。这种消费模式已经发展很成熟，也被人们普遍接受，但是在美国这种电子商务非常发达的国家，在线消费交易比例只占8%，线下消费比例达到92%。由于消费者大部分的消费仍然是在实体店中实现，把线上的消费者吸引到线下实体店进行消费，这个部分有很大的发展空间，所以有商家开始了这种消费模式。

# 1、行业概述

- ▶ 第一代成熟的产品是以美团、大众点评等为代表的团购类网站，用户在线上购买、消费，在线下享受服务。
- ▶ 外卖O2O是第二成熟的O2O业务。外卖O2O正在高速增长，相比手机订座、点菜而言，盛行多年的外卖模式一直便有“O2O”的影子：电话点餐是线上，送餐上门是线下。不过，商家菜单更新成本高、用户记录外卖号码麻烦、电话点餐不便于筛选等痛点一直存在，而饿了么整合了线下餐饮品牌和线上网络资源，用户可以方便地通过手机、电脑搜索周边餐厅并订餐定外卖。

## 2、产品概述

### 2.1 产品的战略定位与目标

- ▶ 饿了么秉承“**极致、激情、创新**”的信仰，致力于推进整个餐饮行业的数字化发展进程。向用户传达一种健康、年轻化的饮食习惯和生活方式。除了为用户创造价值，饿了么率先提出网上订餐的概念，为线下餐厅提供一体化运营的解决方案。

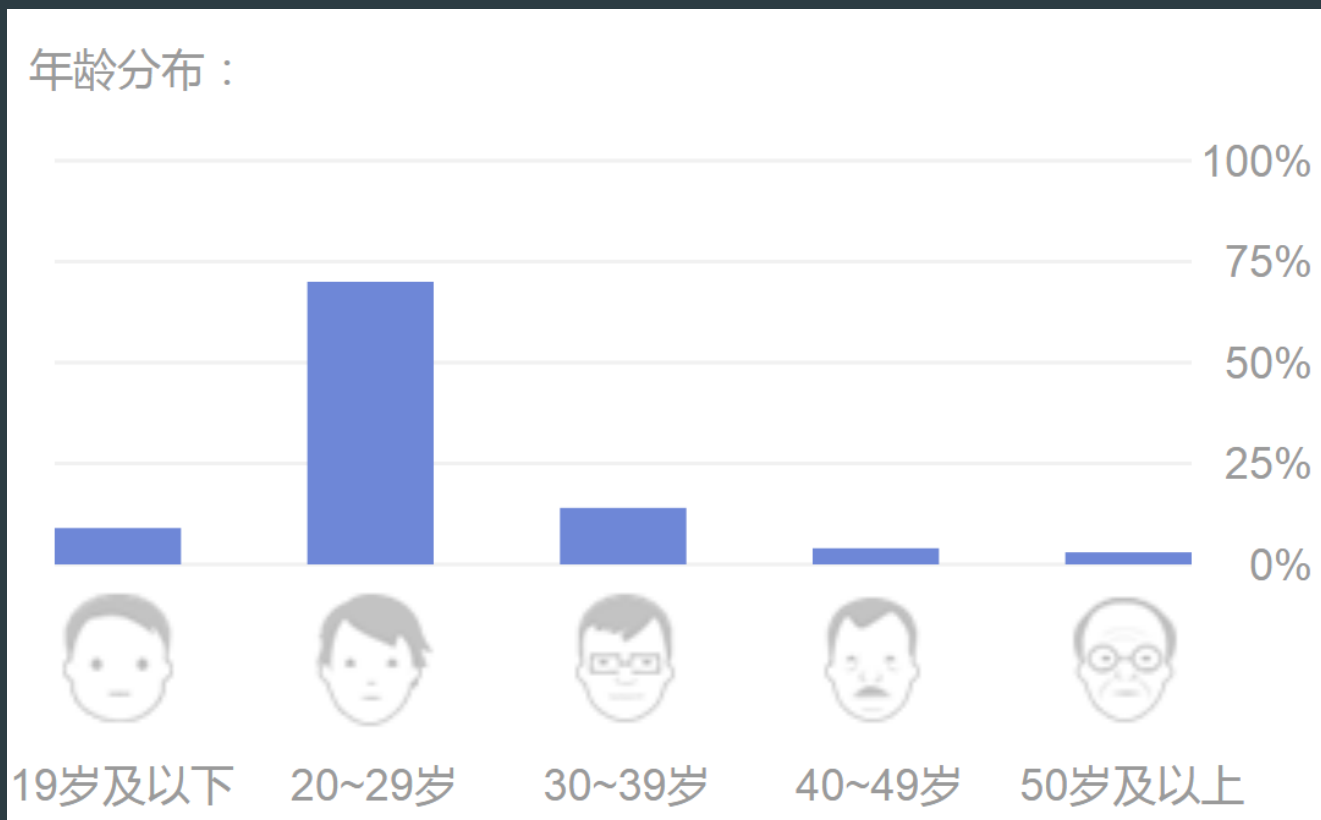
## 2.2 发展历程



# 3、用户需求分析

## 3.1 用户特点分析

饿了么 年龄分布 (2013-9 至 2014-10)

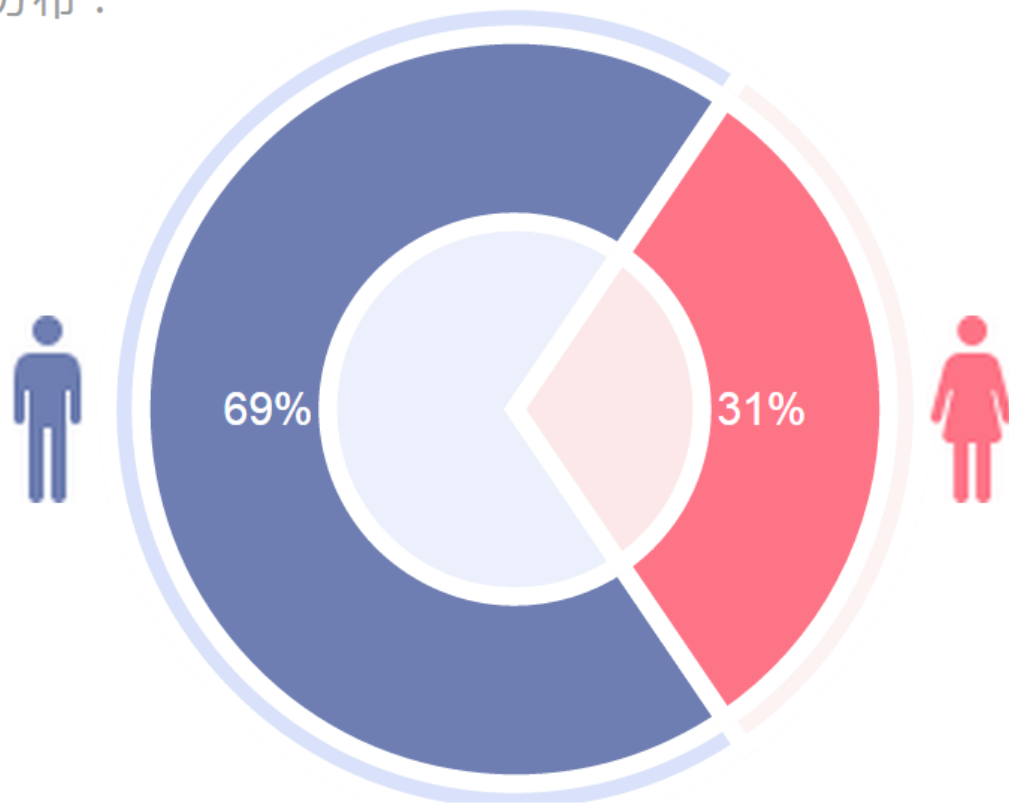


数据来源：百度指数

## 3.1 用户特点分析

饿了么 性别分布 (2013-9 至 2014-10)

性别分布：

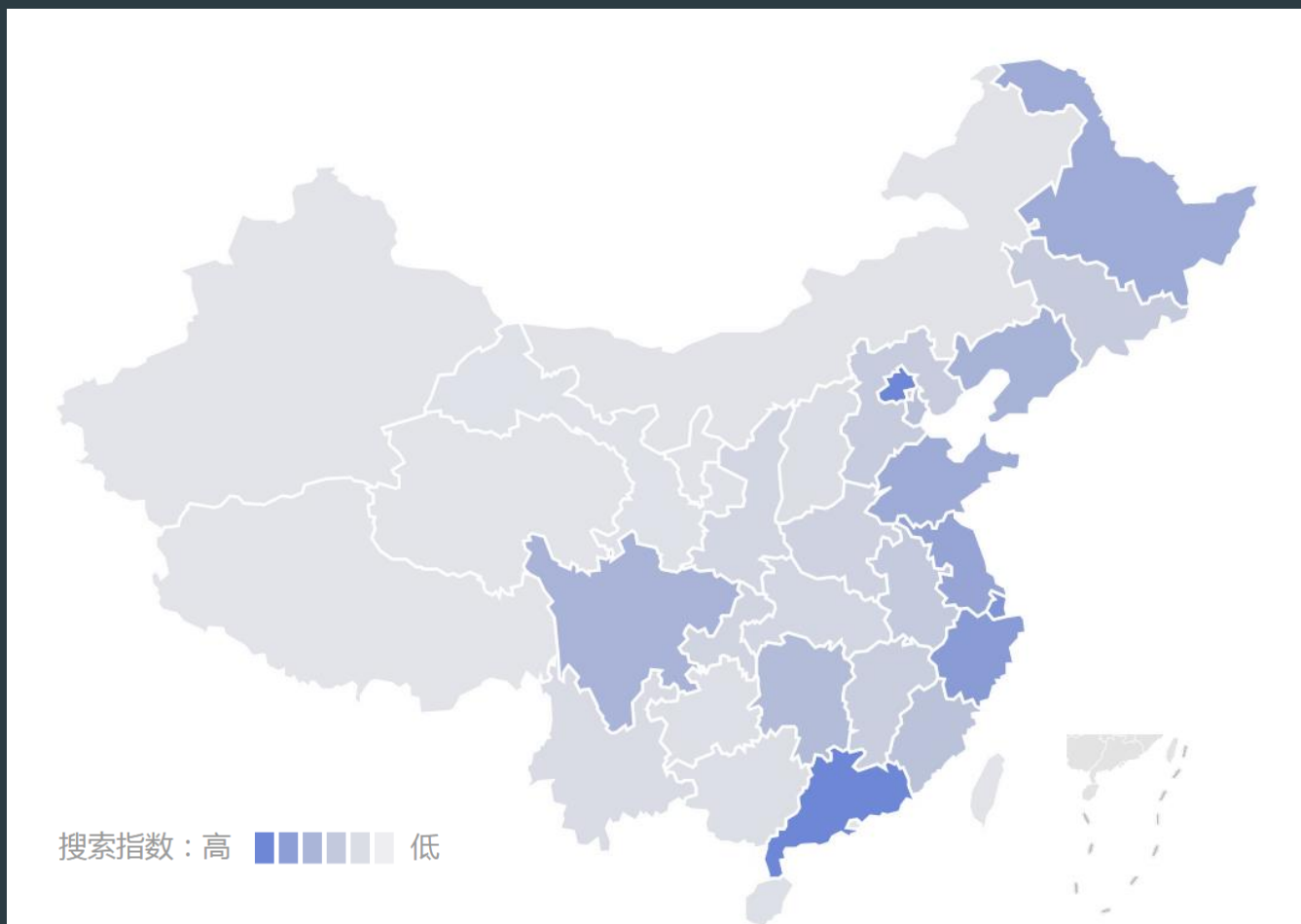


数据来源：百度指数



## 3.1 用户特点分析

饿了么 地域分布 (2013-9 至 2014-10)



数据来源：百度指数

## 3.1 用户特点分析

- ▶ 什么样的人选择外卖？答案是两种人：一种是没时间，一种是懒。前者的代表是忙于工作的白领，后者的代表是大学生和宅男宅女。
- ▶ 由以上几个人群属性画像中可以观察到，这款APP的用户主要是一群工作繁忙，或者懒于做饭，懒于外出的都市白领，宅男宅女等。

## 3.2 用户需求特点

- ▶ 对于**都市白领**，其消费能力较高，订购外卖的**消费水平**会比较高，但由于工作繁忙，对**时间**、效率的要求也比较高；
- ▶ 对于**学生、宅男宅女**，对时间的要求则会低很多，**价格的优惠**更会吸引他们。

# 4、产品功能分析

## 4.1 产品功能结构

饿了么APP主要包括个人中心、订餐、预定、查看订单等模块。具体功能结构如下图：

## 4.1 产品功能结构



## 4.2 产品交互设计



首页，即订餐页。

功能清晰，简单明了。

点击上方的箭头可**选择位置**；

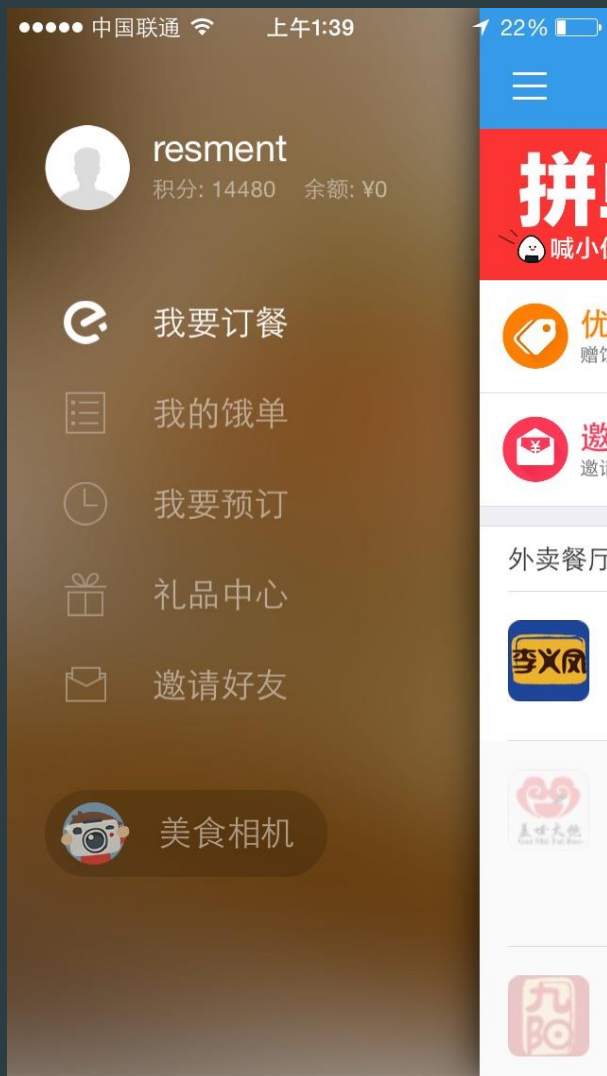
点击右上方的放大镜可**搜索**餐厅；

点击左上角的按钮或从左侧向右拉  
动屏幕可唤出**菜单**。

选定位置后即可进入餐厅进行**点餐**，也可查看附近的优惠、团购等活动。

点击**外卖餐厅**，可根据排序、口味、优惠活动筛选餐厅。

## 4.2 产品交互设计



菜单采用磨砂效果，视觉效果极佳。  
各个功能模块清晰明了，操作简单。

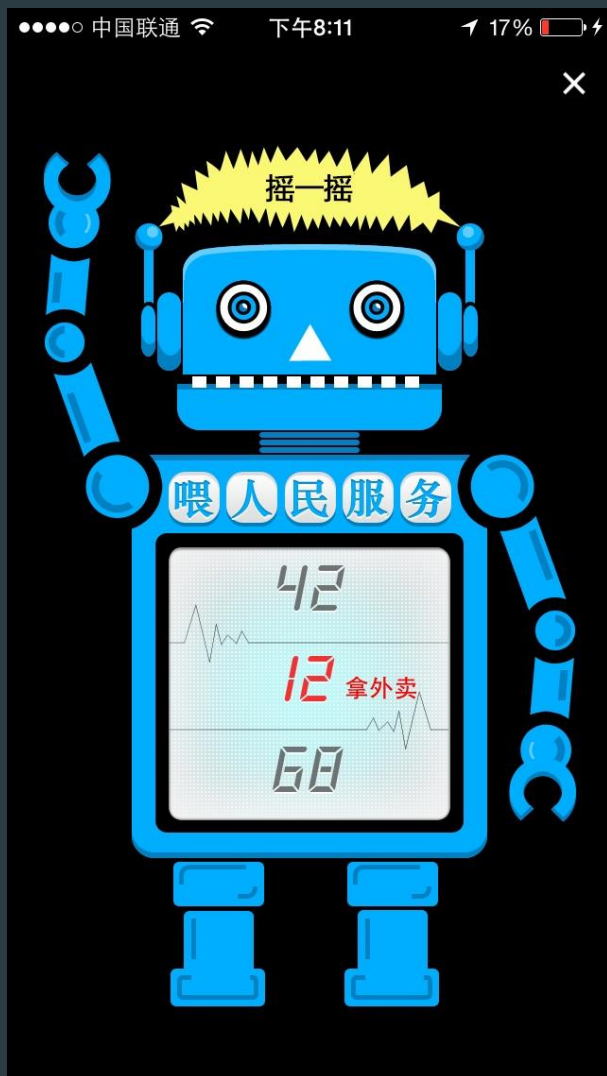
## 4.2 产品交互设计



我的饿单，可查看最近的订单。  
右上角有“谁去拿外卖”按钮



## 4.2 产品交互设计



“谁去拿外卖”功能，通过摇一摇roll点，点数最低的人拿外卖。许多人认为这个功能很鸡肋，用不到。实际上，大学生订外卖往往是以宿舍为单位订的，此功能这一功能尝试以娱乐的方法解决谁去拿外卖的问题，算是饿了么团队的一份诚意。

## 4.2 产品交互设计



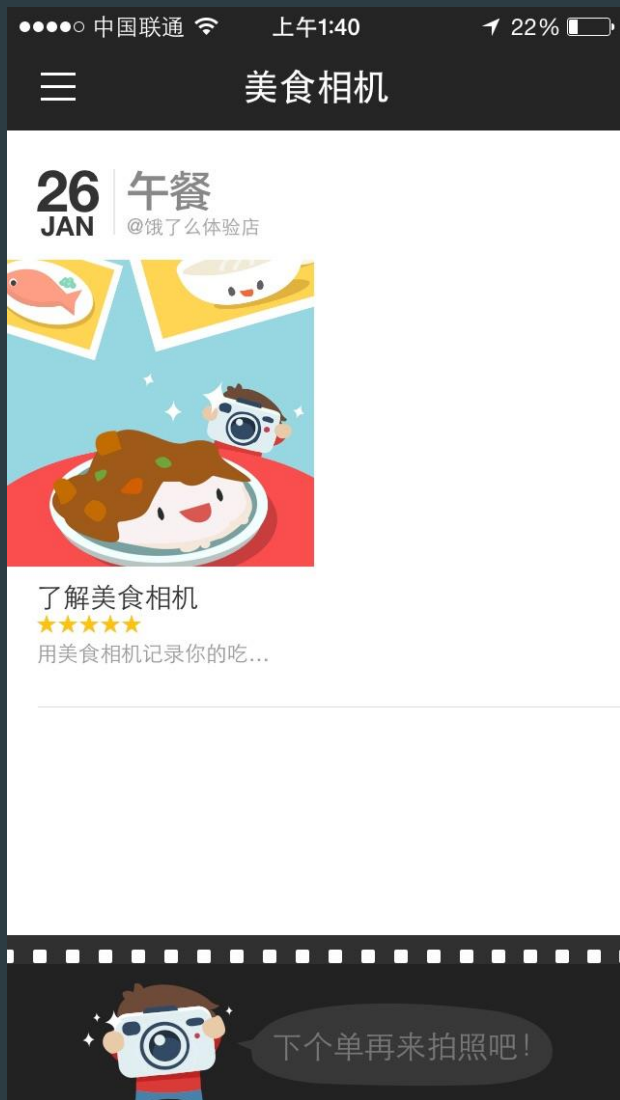
**礼品中心**，用户通过订餐积累积分，可在这里用积分兑换礼物。

## 4.2 产品交互设计



**邀请好友**功能，用户通过社交网络或邀请码的方式邀请好友注册，双方可获得红包。

## 4.2 产品交互设计



美食相机，在此处用户可看到自己对美食拍照的记录。

## 5、产品优势分析

- ▶ 在**用户体验**方面，**饿了么APP**采用**白蓝**为主色调，令人感觉界面**干净整洁**，又**不失味道**。
- ▶ 在**功能设计**上，产品的整体使用流程很通畅，**主页即订餐页**，简单明了；订餐完后显示可以预定，可以查看订餐，然后可以点评，拍照，拿积分，然后积分换礼品，一气呵成。
- ▶ 总的来说，这款APP给人的感觉是**简单，直接**。

## 6、产品劣势分析

### ► 在用户体验方面：

**设置**模块在个人中心内，藏得太深，浏览个人中心时会忽略掉，需要设置时容易找不到。

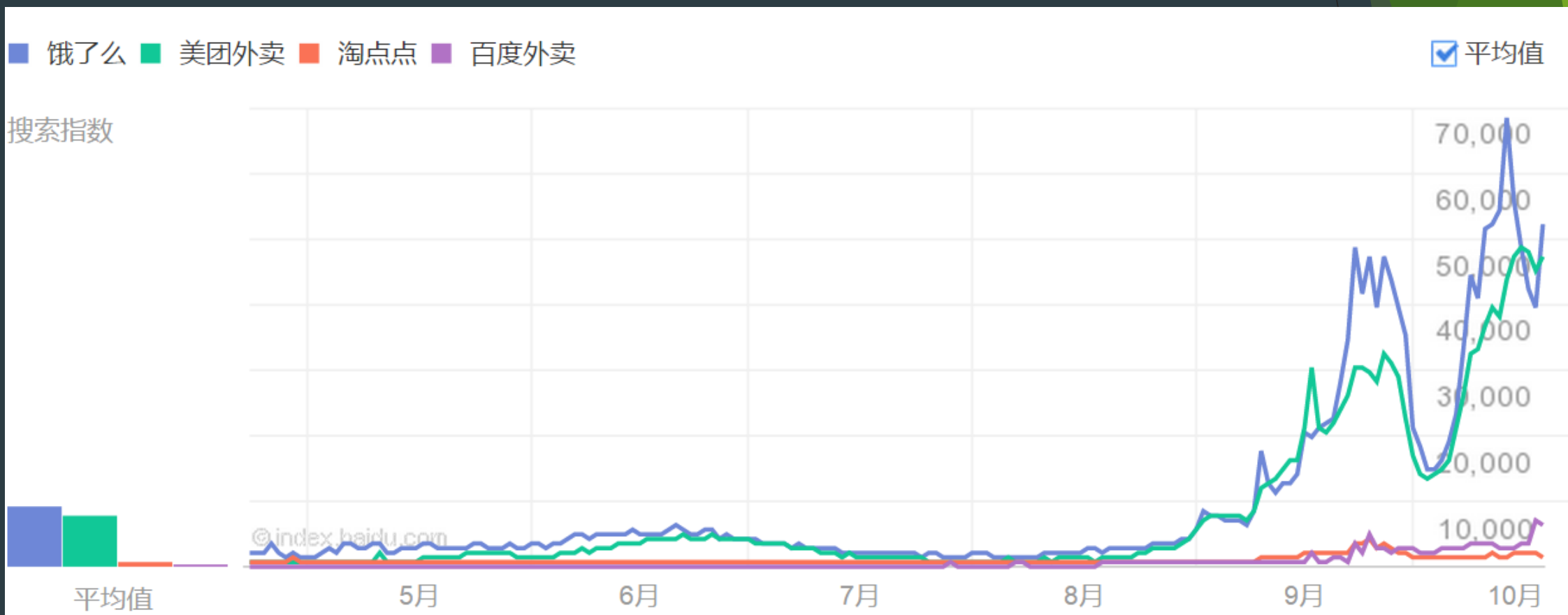
### ► 在功能设计方面：

**搜索**功能只能搜索餐厅名称，而不能搜索美食名称；

**礼品中心**的礼品兑换所需积分太多，目前的积分兑换机制为每次订餐额 $\times 10$ 的积分，每日积分上限为2000，而所需积分最少的礼品需要20000积分，最多需要500万分，礼品兑换太过困难，使得积分、礼品功能非常鸡肋，对用户忠诚度的提高基本没有帮助。

# 7、竞品分析

同类竞品百度移动端搜索指数（数据来源：百度指数）



## 7、竞品分析

- 目前外卖行业产品主要有饿了么、美团外卖、淘点点、百度外卖等。
- 饿了么作为全国领先的O2O订餐平台，目前与其不相上下的**美团外卖**是其最主要的**竞争对手**。
- 与饿了么APP相比，美团外卖APP的功能**基本相似**。不过美团外卖APP的搜索功能中有**搜索美食**的功能，而饿了么没有，而这一功能也是非常重要的。



# 7、竞品分析

美团外卖APP首页



饿了么APP首页



# 7、竞品分析

美团外卖APP  
搜索美食  
(搜索成功)

中国联通 3G 下午11:33 100%		
鱼香肉丝 取消		
菜品		
鱼香肉丝（鸡）盖饭	12元	
【满减+首购+饮】99香盖饭		
鱼香肉丝盖饭【猪肉】	12元	
【减+首够减+饮】口口香盖饭		
鱼香肉丝盖浇饭	11元	
【谢绝自取】百飞特		
鱼香肉丝（原价12）	10元	
津门快送【9元管饱、指定菜品送330ml可乐、满88.0		
鱼香肉丝盖饭	12元	
【减+首够减+饮】小食代美食城		
鱼香肉丝盖浇饭（赠送250ML饮料1）	11元	
【减+首够减+饮】小食代美食城		
鱼香肉丝	11元	
【减+首够减+饮】小食代美食城		
鱼香肉丝煲仔饭	16元	
【减+首购减+饮】爱尚东东煲仔饭		

饿了么APP  
搜索美食  
(不能搜索美食)

中国联通 3G 下午11:34 100%		
鱼香肉丝 取消		
香喷喷		
二马路与三纬路交口		
【推荐】乐园美食（香园美食）		
天大北五村		
99香盖饭		
天津市南开区鞍山西道与白堤路交口		
金丝肉松饼		
天津市卫津路		
兰州牛肉拉面		
天津市南开区同安道		
大扁丝披萨饼		
天津大学		
李先生牛肉面		
天津市南开区时代数码广场		
久久香骨汤麻辣烫		
鞍山西道龙井里3号楼2门101		
麦香堡		
天津大学医院斜对面		

## 8、产品发展建议

- ▶ 搜索中加入搜索美食功能。
- ▶ 个人中心中加入帮助/常见问题功能帮助用户回答常见、日热门的问题。
- ▶ 将设置模块从个人中心模块中提出。
- ▶ 将积分/礼品兑换机制更改，降低用户能兑换礼品的门槛，可考虑添加虚拟礼品。