

# 酷狗音乐产品体验及优化设想

概要：

酷狗 APP 推出“听、看、唱”一站式的音乐服务，企图打造多维度的音乐平台，但功能的堆砌使得产品失去了轻便快捷，影响用户体验。本报告分为前期调研，问题构思，优化设想三部分进行，对酷狗进行优化设想。

(进程回顾)



## 产品详情

版本号：9.1.5

slogan：就是歌多

体验时间：2019 年 3 月

体验环境：

设备型号：OPPO R11st

操作系统：Android version 7.1.1

# 一、前期调研

## 2.1 艾媒咨询

| 根据《2019 年中国在线音乐市场监测报告》对音乐市场进行初步分析

| **结果：**在 2018 中国手机音乐客户端满意度调查中，酷狗排在第三位，与第一的 QQ 音乐相差 0.7 分。音乐平台直播模块用户感知度不强，仅 40.2%的用户知道音乐平台布局了直播模块

### 2018中国手机音乐客户端满意度稳定



2018中国手机音乐客户端用户满意度调查

样本来源：草莓派数据调查与计算系统 (Strawberry Pie)  
样本量：N=1825；调研时间：2019年01月

注：分数越高代表用户对音乐客户端使用体验满意度越高，满分10分。  
音乐客户端满意度综合用户对APP操作界面美观便捷、曲库丰富度、个性化推荐、音乐音质等维度体验情况，结合艾媒统计模型计算。

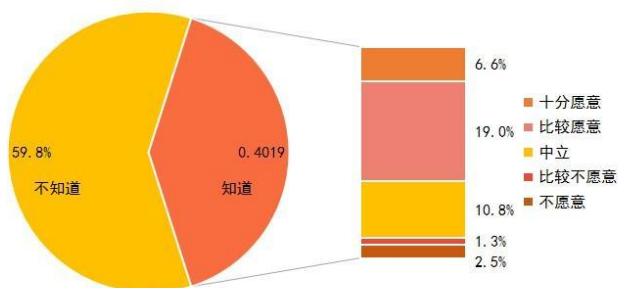
<http://www.iimedia.cn> ©2018 iiMedia Research Inc

艾媒咨询统计基于用户对 APP 操作界面、曲库丰富度、个性化推荐、音乐品质等维度，产出了 2018 中国手机音乐客户端满意度报告，在现音乐市场中，酷狗排在第三位，与第一名的 QQ 音乐相差 0.7 分，而音乐版权拥有量远不如酷狗的网易云音乐仅与其差 0.1 分，网易云所营造的音乐社区氛围培养了用户对于该 APP 的黏性。

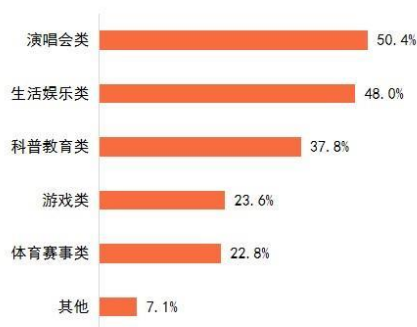
## 直播用户感知度偏低，发展空间较大



2018中国用户对音乐平台直播了解情况及消费意愿



2018中国用户对音乐平台直播内容偏好情况



样本来源：草莓派数据调查与计算系统 (Strawberry Pie)  
样本量：N=1825；调研时间：2019年01月

<http://www.iimedia.cn> ©2018 iiMedia Research Inc

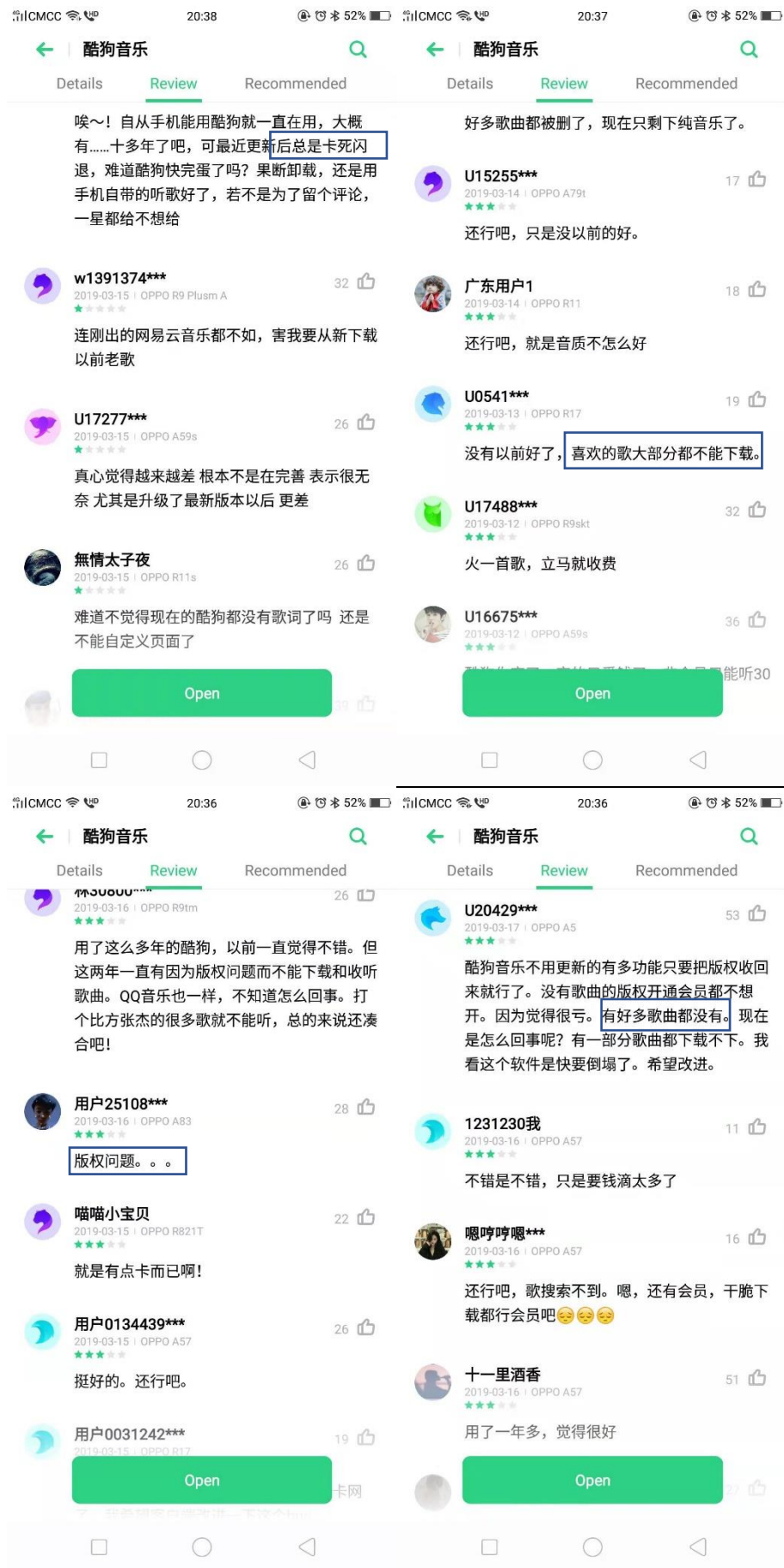
数据显示，由于在线音乐主导的刻板印象，目前音乐平台直播模块用户感知度不强，仅40.2%的用户知道音乐平台布局了直播模块音乐平台应加强有效宣传，在直播内容方面向用户偏好的演唱会类、娱乐类深耕。

## 2.2 用户评论

| 针对当前版本，收集了OPPO APP Store 近端时间的用户评论数据

| **结果：**在产品性能上，多数用户抱怨APP存在闪退和卡顿的情况，在使用中，存在弹窗多的困扰。歌曲资源是用户差评的首要原因，多数用户无法下载自己喜欢的音乐的正版音频，并对非VIP只能试听30S的限制不满。



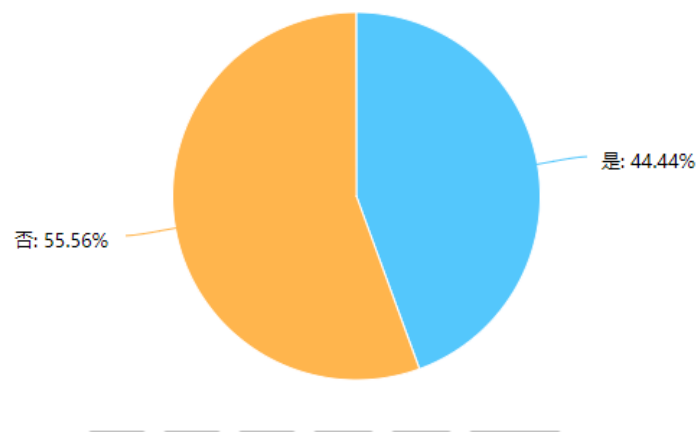


## 2.3 酷狗音乐 app 用户体验调查问卷

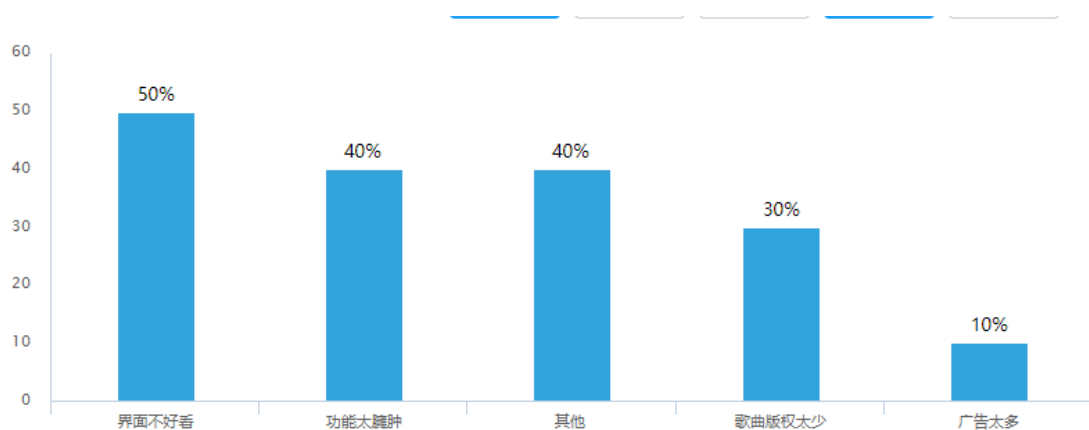
| 针对现有酷狗版本进行问卷调查，针对用户对酷狗 app 的行为频率，和使用体验设问，

| **结果：**用户使用酷狗 APP 最常用的仍是听音乐、找音乐这些核心功能，对于额外的直播、K 歌等更能较少触及，部分用户甚至认为功能的捆绑导致了 APP 的冗余。对产品的期待更多的是在丰富歌曲资源和界面设计美化。

第 1 题 您当前有使用酷狗 APP 吗？ [单选题]



第 2 题 您拒绝使用酷狗 APP 的原因？ [多选题]



| 在拒绝使用酷狗 APP 的原因中，**功能臃肿和界面不好看是主要原因**，而其他选项中，答题者则提到了 QQ 音乐和网易云这两款同类产品，其中提出了网易云的界面和推荐更具吸引力。

第2题：您拒绝使用酷狗APP的原因？ ---选项详情

搜索答案文本

搜索

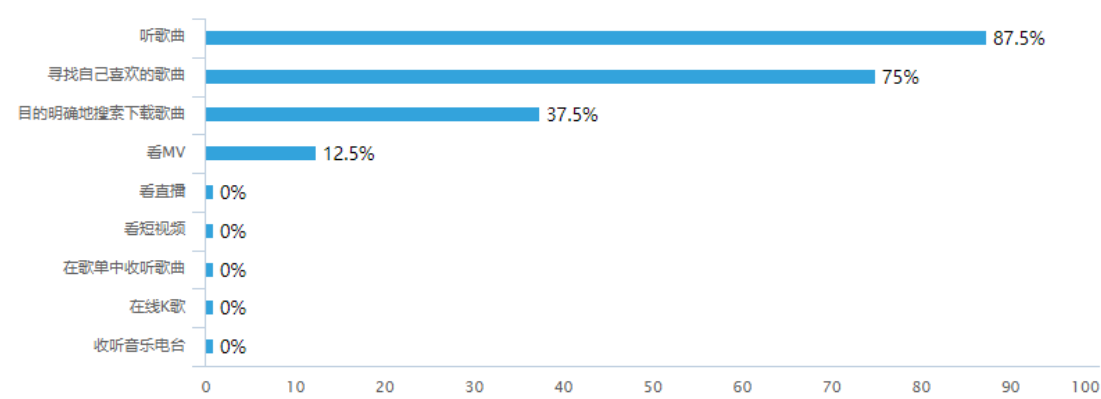
关键词分析

☒ 过滤空选项

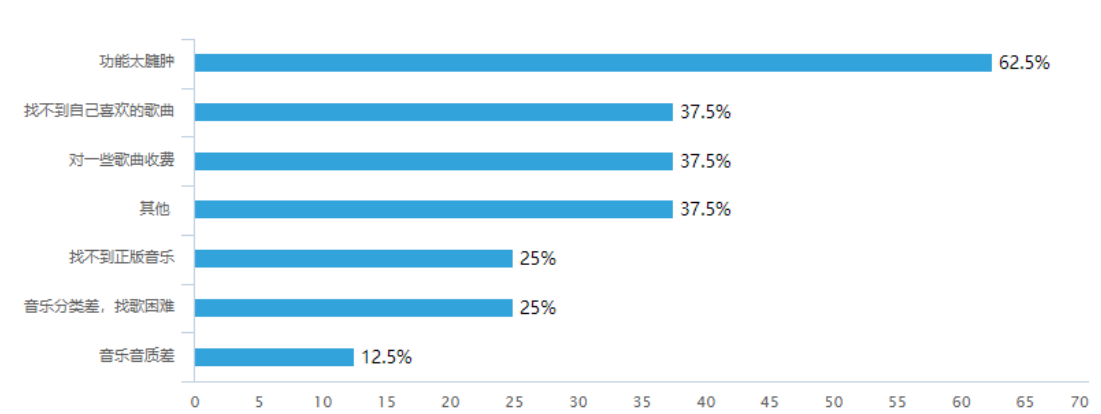
序号	提交答卷时间	答案文本
1	3月18日 17:51	用qq音乐
6	3月18日 18:06	我有网易云了，我是个专一的人
8	3月18日 18:14	喜欢网易云的界面和推荐
9	3月18日 18:51	用别的软件

第 3 题 打开酷狗你经常会做什么？ [多选题]

| 听歌，寻找歌曲等仍是用户核心需求，对于直播/短视频/K 歌等功能，用户很少触及。

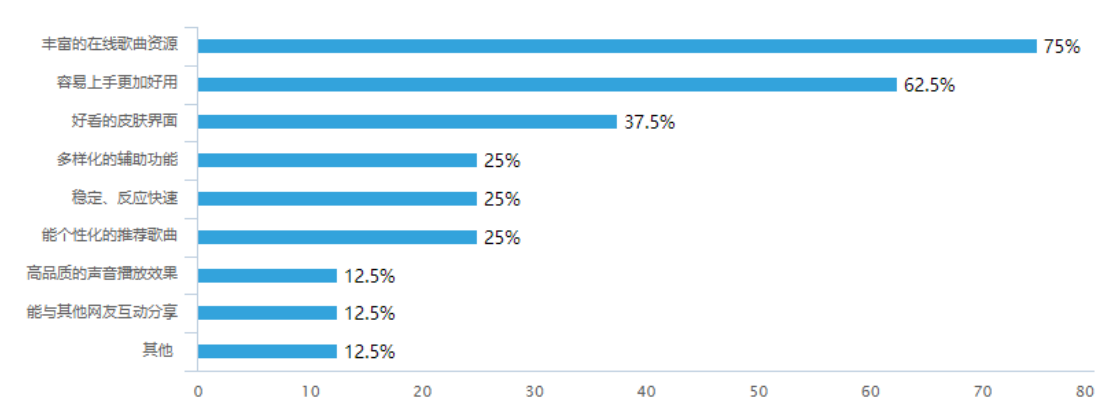


第 5 题 您对酷狗 APP 有哪些不满意的地方？ [多选题]



第 6 题 作为音乐软件，您希望它在哪些方面表现得更好？ [多选题]

| 用户对歌曲资源抱有最大的期望，其次是使用的便捷性和界面。



## 二、问题构思

### 3.1 产品目标

产品目标：成为全球最大的音乐服务提供商

公司愿景  
COMPANY VISION

成为全球最大的音乐服务提供商

---

酷狗使命  
KUGOU MISSION

把音乐和爱心传递给每一个人

产品发展：

2008 年研发出酷狗 APP，2014 年 7.0 版推出了“听、看、唱”一站式的音乐服务。





酷狗以音乐为中心，延申直播、K歌一系列的音樂服務，能滿足音樂愛好者的全方位需求，形成以音樂為基礎的生態圈。但通過行業報告、評論分享、問卷調查得知，過多功能的加入使 APP 過於顯得冗余，內容呈現方式複雜，導致用戶體驗不佳，忽視了僅有聽歌需求的用戶體驗。

## 3.2 可用性目标和用户体验

| 定义可用性和用户体验，并结合设计准则转化为具体的问题，以评估酷狗 app 的交互式体验。

### a、酷狗 app 的使用印象（优缺点）

#### 缺点

1、使用酷狗 APP，个人不需要直播/短视频/唱歌等功能，但是每次打开出行位置不是个人页面，需要再次点击才可以，无法设置自己希望进入的页面。

2、酷狗的 icon 过于巨大，部分 icon 颜色没有统一，降低了整个界面的美观度。

3、播放歌曲时，若没有缓存，歌曲暂停播放。播放歌单的时候，只播放有缓存的几首音乐。

优点

1、音乐播放界面的进度条会显示副歌部分的切入点

2、滑动歌词可以直接切换到歌词对应演奏部分

3、可调整歌曲播放顺序

## **b、进行交互并描述用户体验**

交互体验 1、

打开 APP 时，需要点击“我”才能开始选择自己想要播放的歌单，感觉很麻烦，进入歌单页面时，可以设置下一首播放的歌曲，比较 nice，进入播放页面时，想要再次以同样的方式设置下一首播放的歌曲的时却失败了，但是发现可以调整歌曲顺序，觉得还过得去吧。

交互体验 2、

想要查找自己喜欢的歌手，需要点击乐库-歌手，才能看到歌手列表，但是这时想要搜索歌手时，搜索框却在右上角，比较隐蔽。其次想看歌曲排行榜时，仍需要两次点击才能找到。不方便自己去快速浏览和寻找歌曲，在试听音乐时，不能像在播放页那样点击切入副歌的点，找歌有点不方便。

交互体验 3

在“看”的功能页中，分类列表为顶部侧滑导航条，选择分类有点麻烦，也无法马上知道有哪些分类。且该页面只有直播内容，确实视频、MV 等内容展示，与个人设想不一致。

## **c、列出评估酷狗 app 的可用性目标和用户体验目标，标出最重要的目标**

可用性目标：有效性，效率，效用性，

效率:因为个人最主要的需求是听歌，找歌，能够高效便捷地满足这些需求才是最重要的

用户体验目标：愉快的，满意的，

愉快的：听音乐是一件令人方式且愉悦的事情，酷狗应该满足甚至提升这一体验

#### d、将目标转化为具体问题

酷狗能够快速让用户播放自己喜欢的音乐吗？

酷狗能让用户找寻喜欢的音乐这个途径更加的方便吗？

酷狗能让用户快速找到自己想要的的内容吗？

#### e、可能涉及到的设计准则

反馈：进度条设置歌曲副歌部分切入点

一致性：统一 icon 颜色，和各框架内容

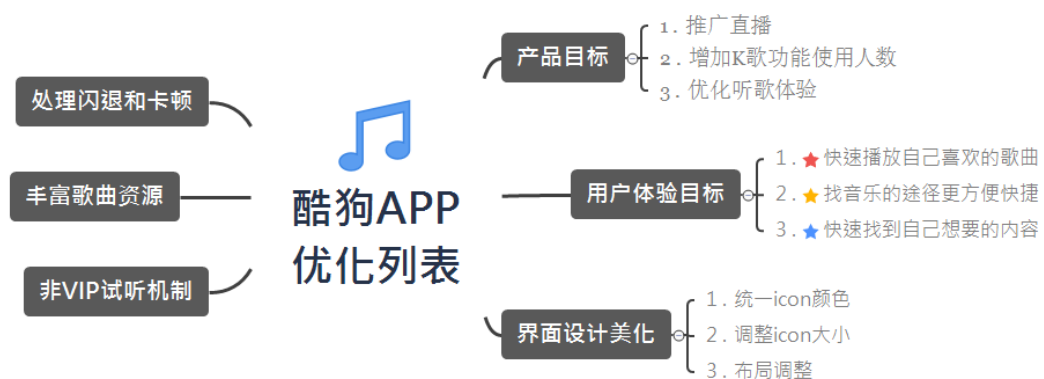
可视性：调整歌手/排行榜的显示层级

可供性：将视频/MV 等内容加入“看”的功能，符合信息预设。

## 四、产品优化设想

| 基于前期的市场调研和用户研究结果，结合产品自身定位，在不彻底改变已经流行且熟悉的平台情况下使产品体验更佳

| 本报告经调查结果得出以下优化列表，右侧是目前个人可尝试对酷狗 APP 进行优化设计的部分：



### 4.1 优化细节

我:

- a,将消息通知以通知栏动态显示
- b,直播内容推荐以 主播 img, 标题, 副标题轮播呈现
- c,将自建歌单/K 歌作品 置于同一标签栏切换显示

听:

- a 乐库/每日推荐/歌手/排行榜/ 位于二级分目录, 方便用户有目的地查找自己需要的歌曲。
- b 突出显示 猜你喜欢/音乐电台/热门歌单 三类功能, 丰富用户体验, 增加功能曝光度
- c 调整 新歌/直播/视频/资讯/MV 便签栏, 首页进入为**新歌**栏, 下次进入为用户历史栏目位置
- d 调整 icon 图标大小

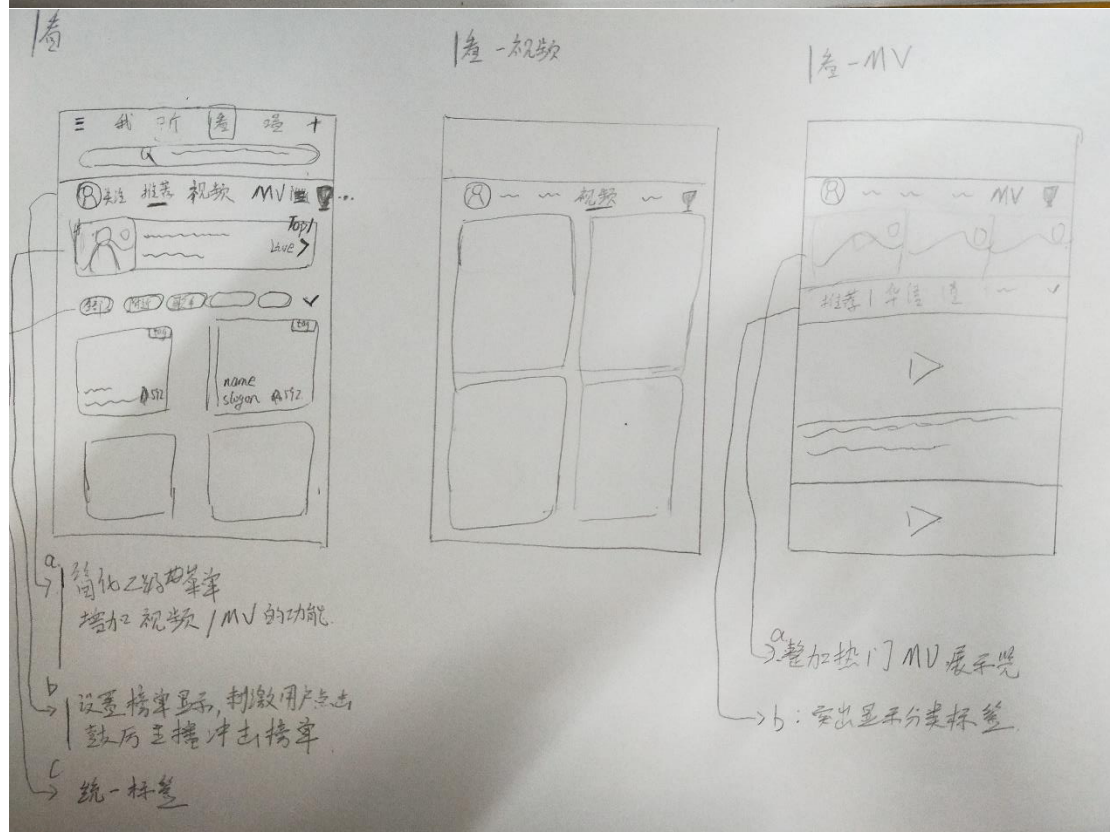
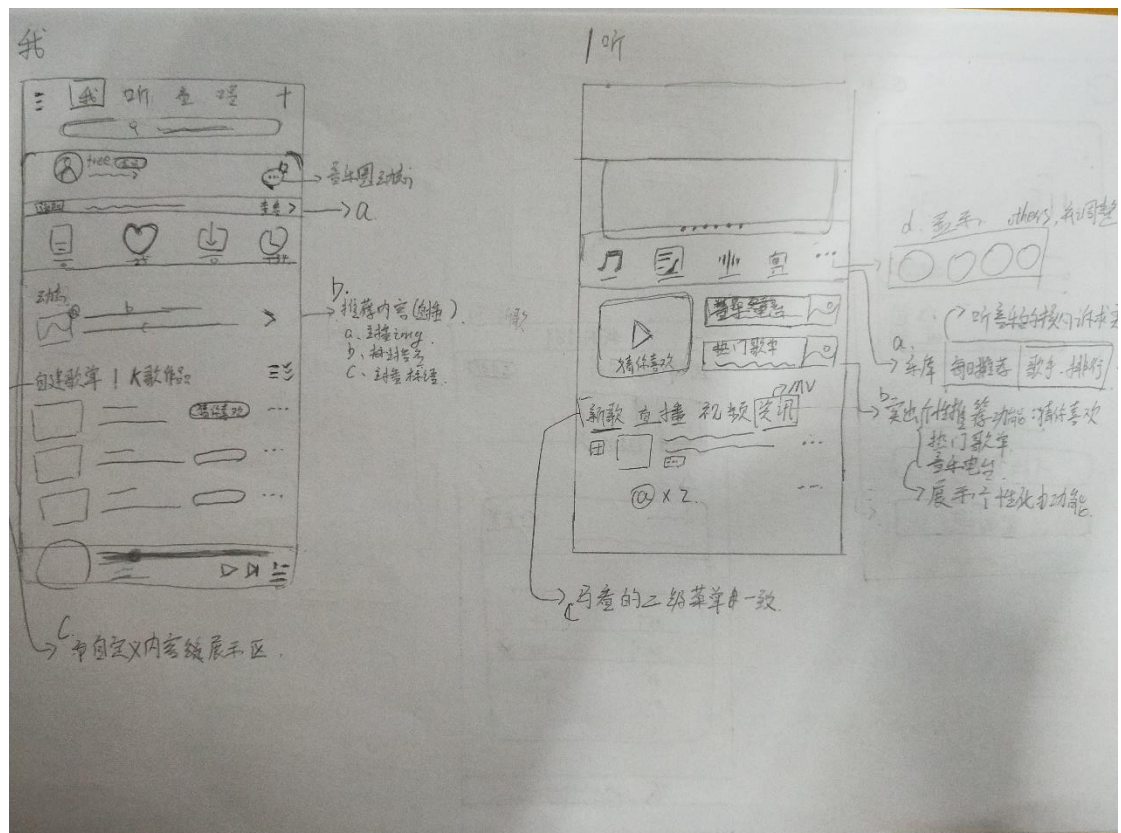
看:

- a,调整 关注/推荐/视频/资讯/MV 的二级分目录, 丰富“看”的内容属性
- b,推荐显示直播内容, 增设主播排行冠军显示条, 刺激用户点击, 鼓励主播冲刺榜单
- c 增设推荐页的, 主播分类标签, 方便用户查找喜欢栏目

看-MV

- a,增加热门 MV 展示栏
- b,显示分类标签

## 4.2、草稿原型



### 4.3、高保真原型-待补充

参考资料:

艾媒报告 |2019 年中国在线音乐市场监测报告 <http://www.iimedia.cn/63766.html>

重新设计 YouTube 使我得到新的工作机会 <https://www.ui.cn/detail/436230.html>