

阅读类竞品分析报告

(掌阅、多看阅读、QQ 阅读)

一、行业背景.....	3
二、竞品选择.....	5
三、竞品分析.....	5
3.1 市场分析.....	5
3.2 用户分析.....	7
3.3 核心竞争力分析.....	9
3.4 功能结构分析.....	11
3.5 基本功能对比.....	13
3.6 界面分析.....	14
3.7 盈利模式分析.....	18
四、分析结论.....	18

一、行业背景

高尔基说过：书籍是人类进步的阶梯；雨果说过：书籍便是这种改造灵魂的工具。人类所需要的，是富有启发性的养料。而阅读，则正是这种养料；列夫·托尔斯泰说过：理想的书籍是智慧的钥匙……这般说书籍或者说阅读重要性的名言警句不在少数。

1.1 行业背景

随着科技的发展，人们生活追求轻快、简洁、高效，传统的纸质书本因为携带不方便等原因无法满足人们的需求，阅读类 APP 应运而生，此类 APP 可以满足人们日常生活中随时随地打开手机阅读的需求，让阅读不再局限于纸上，给人们带来了极大的便利。2018 年中国数字阅读产业整体规模 254.5 亿元，同比增长 19.6%；用户总量达 4.32 亿，人均数字阅读量为 12.4 本。电子阅读已随处可见。

1.2 市场现状

市场规模



2017 年中国移动阅读市场规模稳步上升达 132.2 亿，同比增长 32.1%，增长率相比去年有所降低。分析认为，2015 年整个行业处于泛娱乐生态初显期，优质的 IP 开始迸发出较大的经济附加值；2016 年版权制度的不断完善和落实促进市场规范化，用户付费率提升；从 2017 年至未来，愈发成熟化的市场导致增量也逐渐放缓，期待新的创新。

2011-2019年中国移动阅读用户规模













2017年中国移动阅读行业用户规模达到3.4亿，同比增长13.2%，增长率较去年有所下降。未来几年，移动阅读行业的用户规模将保持在5%的均速持续增长，到2019年预计达到3.8亿。分析认为，随着移动阅读行业的不断发展及内容的不断开发，市场开始处于一个增长放缓区，用户规模也趋于饱和，用户增长率逐渐变小。

2013-2017年中国移动阅读市场规模统计



根据 analyse 易观发布的《2013-2017年中国移动阅读市场规模统计》数据显示，中国移动阅读市场规模增长率较为稳定，保持在30%左右。

月活跃数

APP	所属行业	开发商	月指数(万) ①
1  喜马拉雅-有声小说新...	音频娱乐 > 有声阅读	上海证大喜马拉雅网络科技有限...	9,002.6 +4.6%
2  掌阅	移动阅读 > 综合阅读	掌阅科技股份有限公司	5,146.3 +1.3%
3  QQ阅读-小说漫画电子...	移动阅读 > 综合阅读	上海阅文信息技术有限公司	4,463.0 -1.4%
4  天天快报-腾讯兴趣阅读...	资讯 > 综合资讯	深圳市腾讯计算机系统有限公司	2,945.0 +4.0%
5  懒人听书FM-电台小说...	音频娱乐 > 有声阅读	深圳市懒人在线科技有限公司	2,942.1 +3.8%
6  咪咕阅读	移动阅读 > 综合阅读	咪咕数字传媒有限公司	2,942.0 -1.6%
7  宜搜小说	移动阅读 > 综合阅读	深圳市宜搜科技发展有限公司	2,272.7 +1.8%
8  米读小说	移动阅读 > 综合阅读	安徽掌端网络科技有限公司	1,945.0 -5.6%
9  蜻蜓FM-听书	音频娱乐 > 有声阅读	上海麦克风文化传媒有限公司	1,945.0 +0.8%
10  书旗小说	移动阅读 > 综合阅读	广州阿里巴巴文学信息技术有限...	1,862.0 +0.2%

由上表可以看出，掌阅和 QQ 阅读的月活跃数在整体阅读排行榜中处于较高排名，说明使用这两款 APP 的用户数量可观。

二、竞品选择

2.1 主要竞品公司及产品介绍



掌阅

Android V7.18.0

在线阅读排行榜：1

2019 年 5 月月独立设备数：



多看阅读

Android V5.9.4.190628

在线阅读排行榜：17



QQ 阅读

Android V7.0.50

在线阅读排行榜：2

QQ 阅读：8446，环比增幅 4.3%；多看阅读：596，环比增幅-3.6%；掌阅 14660，环比增幅 3.4%（数据来源于艾瑞指数）。

三、竞品分析

3.1 市场分析

掌阅是一款专注于智能手机阅读领域的经典阅读软件。该软件支持全主流阅读格式。用户使用此软件，可以从众多的网络书城、中文网址所提供的海量精品图书免费试读下载。掌阅一直专注于移动阅读领域，五星级口碑，拥有 5 亿用户，是各大电子市场阅读类代表。与 300 多家优势版权机构达成合作，拥有 20 万册图书，日更新 1 亿字，业内第一大内容分发平台；功能丰富强大，支持市面上所有主流格式电子书，排版效果远胜实体书。

多看阅读是指多看团队开发的专注于电子书阅读的客户端，本着帮助用户“多看书、多交朋友”的宗旨，多看以不断满足用户需求、为世界各地的用户提供更好的中文阅读产品为己任，立志给广大消费者提供更好的阅读体验。

QQ 阅读是阅文集团旗下手机阅读 APP，拥有旗下各平台海量资源，1000 万部作品储备，作者多达 400 万。2016 年 QQ 阅读被评选为最受年轻用户欢迎的移动应用，移动阅读用户日覆盖量行业第一。

掌阅移动终端安装量：



多看阅读移动终端安装量：



QQ 阅读移动终端安装量：



以上两张图片分别是最近一年三款 APP 终端下载安装数量统计走势，可以看出掌阅和 QQ 阅读两款应用在总量上明显高于多看阅读。

但它们也有一个共同的特点，那就是在年初的时候有一个下载高峰，而这个高峰值多看阅读占明显优势，这可能是因为在假期期间此 APP 开展了大力的运营推广活动。

QQ 阅读在前期的几个月中用户数量比较稳定，而多看阅读和掌阅的数量则是起伏不定，或许是因为 QQ 阅读和 QQ 用户绑定，所以其他类型的阅读工具成了备选。

搜索指数概览 ?

关键词	整体日均值	移动日均值	整体同比	整体环比	移动同比	移动环比
掌阅	1,761	1,407	-42% ↓	-16% ↓	-36% ↓	-10% ↓
多看阅读	692	376	-34% ↓	-6% ↓	-44% ↓	-8% ↓
qq阅读	3,455	2,507	-51% ↓	-10% ↓	-54% ↓	-10% ↓

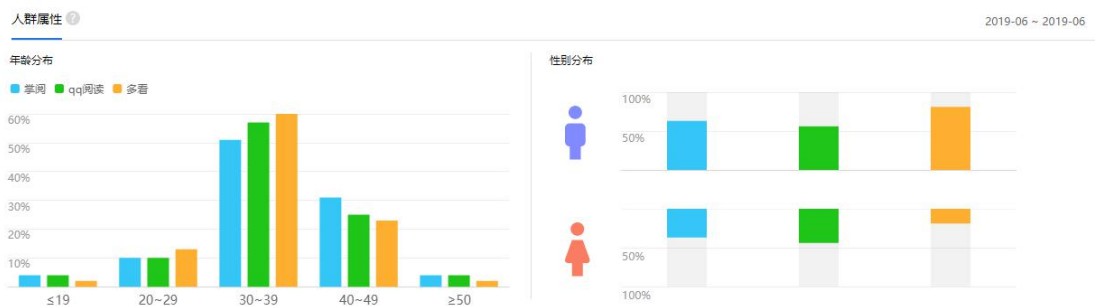
根据百度指数显示，QQ 阅读搜索指数整体日均值和移动日均值均高于其他两个 APP，尤其与多看阅读的巨大反差形成了强烈的对比。

3.2 用户分析



蓝色代表掌阅，绿色代表 QQ 阅读，橙色代表多看

从上图可以看出，上述三款产品的使用人群分布区域最多的都在广东省，可能与中国人口分布有关，QQ 阅读的用户数量占绝大多数。



从性别来看，男性用户的数量均明显高于女性用户，相对于平台选择，使用多看阅读的男性用户占绝大多数，这可能是与多看阅读是小米手机自带的阅读器而米粉中男性占大多数有关。并且可以根据以上论述加强对男性用户口味和风格

的产品设计。

从上图可以看出，三款应用都适用人群在 30~39 这个年龄段偏多，且多看用户数要多一些；而 40~49 这个年龄段，QQ 阅读的用户数更多，这表明多看阅读的用户多是男性中青年。

使用人群占比

多看阅读



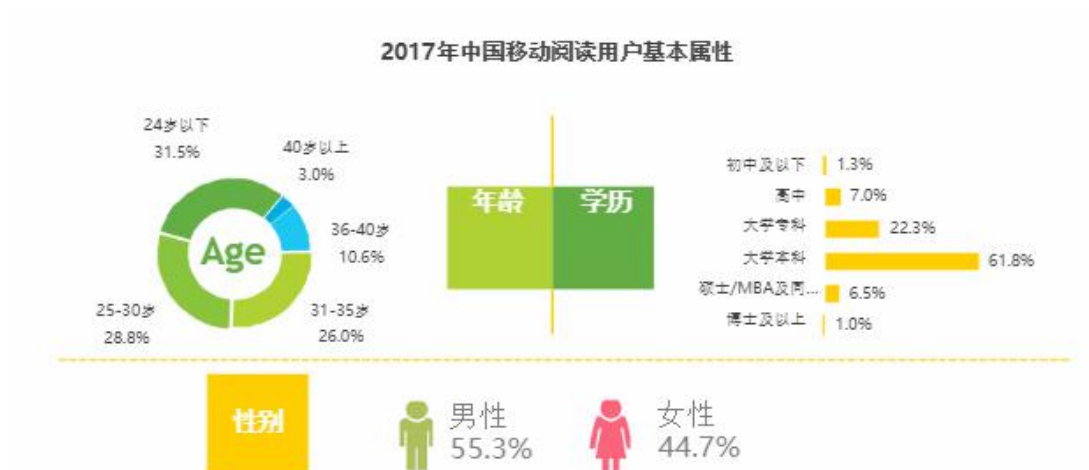
掌阅



QQ 阅读



用户画像



注：E5-您的目前的婚姻状况？E7-您的教育状况是？
性别/年龄来源：,2017.1。基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

调研结果显示，在性别方面，移动阅读用户以男性居多，占比达到 55.3%；婚姻方面，已婚人群显著高于未婚人群，占比超过六成；而在受众年龄方面，35 岁以下的用户覆盖了近九成；教育方面，以本科学历占比最高，超过六成。

3.3 核心竞争力分析

3.3.1 产品定位

产品名称	上线时间	产品定位	Slogan	目标用户
掌阅	2014 年 4 月	阅读最新热门小说的掌上听书追书神器	引领品质阅读	20-39 岁的有网络小说阅读需求的用户。
多看阅读	2011 年 5 月	看热门图书动漫的电子书软件	阅读，从多看开始	习惯网络阅读，喜爱网络文学的年轻人，喜欢小说阅读的人。
QQ 阅读	2009 年	拥有千万小说、动漫电子书的追书神器	海量原著，想读就读	喜爱网络文学和小说阅读的青年人群。

3.3.2 版本迭代

掌阅最近几次重大更新记录：

版本	更新日期	更新日志
7.15.0	2019 年 04 月 23 日	1.喜大普奔，有声主播体系上线，去找你喜欢的主播吧 2.其他功能优化，提高使用体验
7.14.0	2019 年 03 月 04 日	1.优化有声书详情页，提供更多内容信息 2.增加试听浮窗，试听内容更方便 3.其他细节优化，快去发现吧
7.13.0	2019 年 01 月 16 日	1.听书频道优化，小说、评书、课程任你听 2.漫画全新榜单样式,注意！前方高颜值体验来袭 3.新增春节主题，快来更新体验吧 4.其他细节优化
7.12.0	2018 年 12 月 20 日	1.购物车改版，管理更方便 2.听书频道优化，点击封面直接试听 3.新增码字劳模、活跃大神榜
7.9.0	2018 年 09 月 12 日	1.作者有话说支持回复了 2.关注喜欢的作者，新书上架第一时间告诉你哦 3.优化了听书详情页和播放页的相关功

		能 4.阅读页进度显示优化，支持选择全书/章节进度 5.iReader 超级智能本中创建的笔记本，可以在我的书籍中下载并阅读
--	--	--

多看阅读最近几次重大更新记录：

版本	更新日期	更新日志
5.4.7	2019年03月02日	修改购买图书安全性验证。 修改了几处不易发现的文案。
5.3.8	2018年11月14日	更新图标优化图片资源。 修改购买下载图书逻辑。 增加隐私策略入口。
5.3.6	2018年10月19日	【新增】 增加直接拖拽到书架导入书籍的功能。 【优化】 新版书城首页。 优化网页缓存，提高加载速度。 适配 iPad 相关界面以及分屏问题。
5.3.3	2018年09月21日	【新增&优化】 增加从 iCloud 导入文件的功能。 优化 iPad 上的布局问题。 修复一些稳定性问题。
5.3.0	2018年09月12日	【新增】 听书功能上线，海量内容免费听。 iPad 改版，使用更方便。 【近期更新】 增加知音漫客的漫画。

QQ 阅读最近几次重大更新记录：

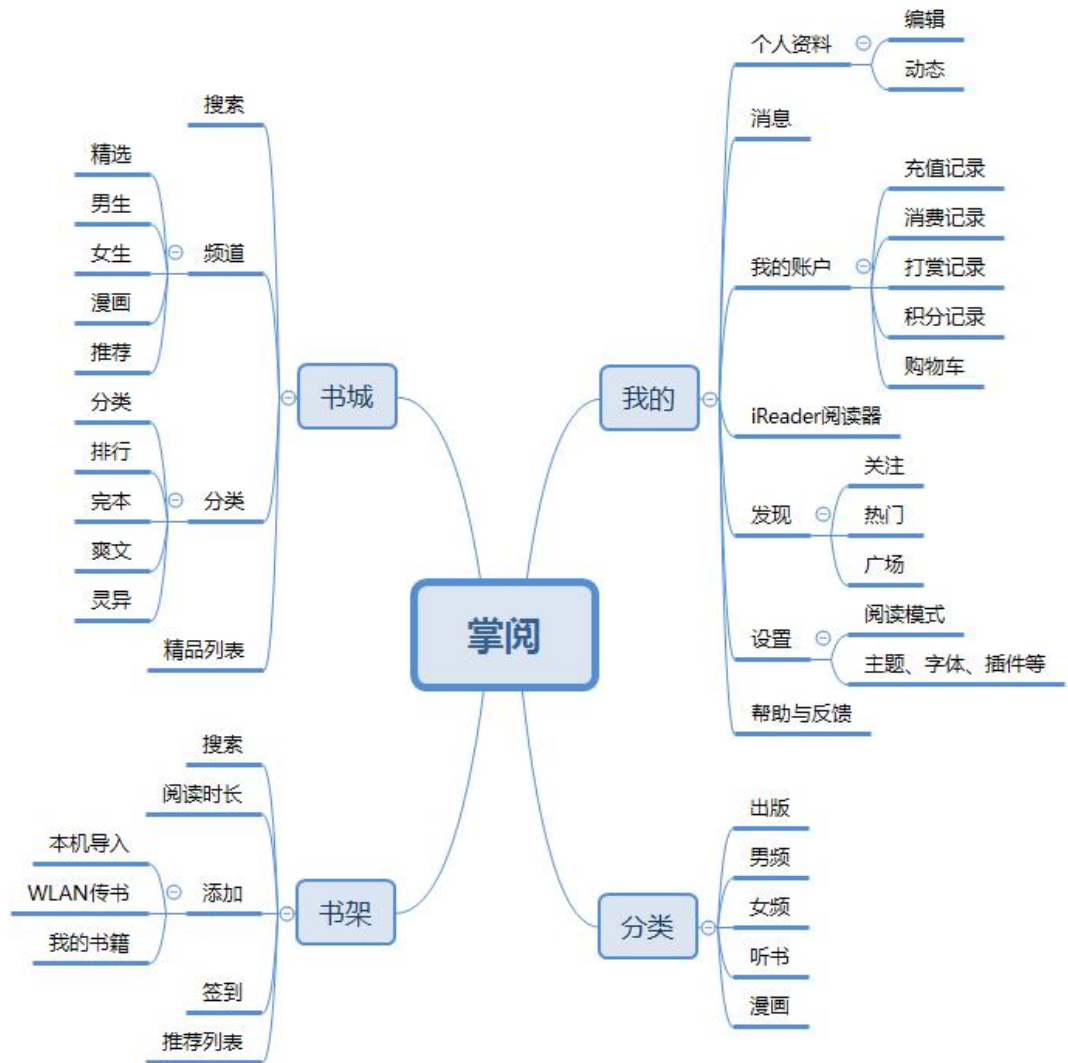
版本	更新日期	更新日志
7.0.31	2019年05月27日	1.新增听书包月，包月用户在线免费听包月音频 2.视觉以及交互的优化；
7.0.20	2019年03月29日	1.新增卡牌掉落，读书惊喜连连； 2.视觉以及交互的优化；
7.0.10	2019年03月01日	1.更多优质书单推荐，创建你的专属书单 2.世界消息新增礼包，欢乐大家齐分享

6.6.80	2018年11月08日	-漫画弹幕：放飞自我 大家一起嗨 -会员专属粉丝礼物福利，等你领取！ -其他细节优化；
6.6.31	2018年07月04日	1、漫画书友圈改版，脑洞神评，不服来撩~ 2、分享免费领，同读更愉快 3、修复了一些软件问题

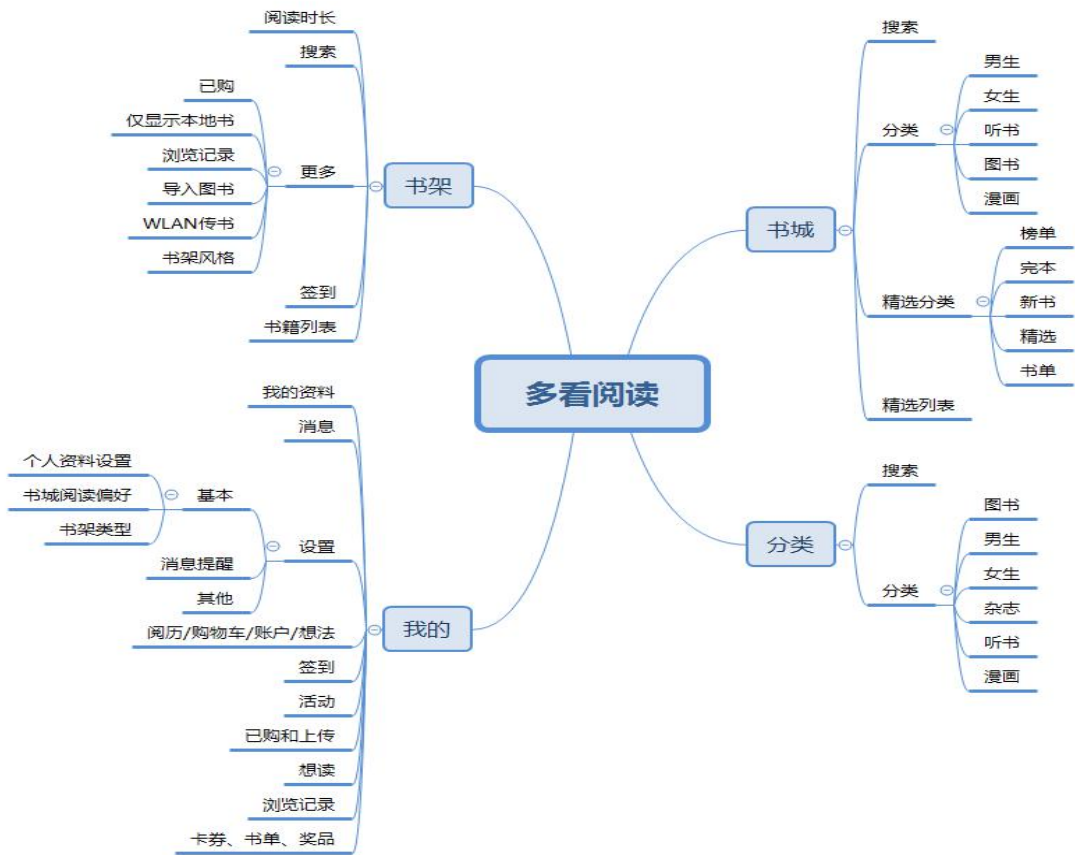
从上面的迭代记录来看，掌阅和多看阅读重在更新、优化用户的功能，而QQ阅读则大多数选择更新卡牌、漫画、红包等娱乐类功能，可能是因为QQ阅读的用户大多数是青年人。

3.4 功能结构分析

掌阅产品功能架构图：



多看阅读产品功能架构图：



QQ 阅读产品功能架构图：



三款应用在信息架构内容上，都包括了“我的”、“书架”、“书库”、“分类”几个部分；多看阅读和掌阅在模块及页面设计较为相似，两款 APP 页面内容的排版设计相似度很高；而 QQ 阅读除了具有传统的阅读类 APP 具备的页面外，多了具有特色的“发现”页，大大增加了使用这个产品的用户之间的在线交流功能。

相比较而言，我比较喜欢前两款 APP 简洁的架构设计，使读书的目的更加纯粹；一千个人心中有一千个哈姆雷特，每个人都有不同的读后感，重要的是从书中了解到了些什么。QQ 阅读“发现”页的页面结构设计较为混乱，大大降低了 APP 的简洁度但不可否认的是这一功能加大了用户粘度；掌阅将这一功能隐藏到了“我的”中的“发现”，使用户可以自由选择是否使用这一功能。

3.5 基本功能对比

	产品功能	掌阅	多看阅读	QQ 阅读
图书内容	网络文学	√	√	√
	出版图书	√	√	√
	漫画	√	√	√
	有声	√	√	√
书架功能	本地导入	√	√	√
	WLAN 传书	√	√	
	微云网盘			√
	书籍分组	√	√	√
	扫一扫	√		√
	书籍分享	√	√	√
阅读体验	书架风格		√	
	书签、想法、目录	√	√	√
	翻页动画	√	√	√
	多彩皮肤/字体/排版	√	√	√
	护眼功能	√	√	√
其他	阅读模式（听书）	√	√	√
	签到/任务		√	√
	游戏中心			√
	商城	√	√	
	社交圈	√		√
	个性主题			√

从上面表格中可以看出，在图书内容、阅读功能和体验等方面三款产品都具有相同的功能设置，但是在其他一些游戏社交等方面掌阅明显不如其他两款，且 QQ 阅读在这一方面的功能最为全面，因为 QQ 阅读与 QQ 联系较为密切，而 QQ 的使用者以青少年为主，所以在社交娱乐方面的投入较大。

3.6 界面分析

3.6.1 阅读界面

详情页面：



1.掌阅

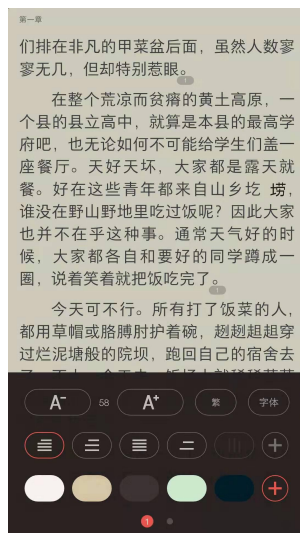


2.多看阅读

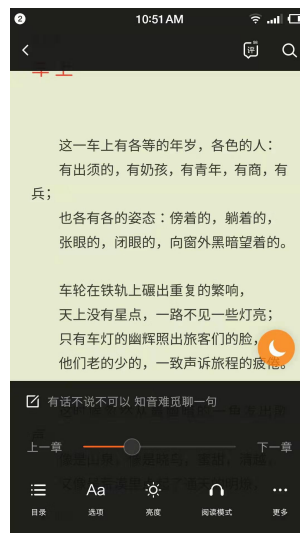


3.QQ阅读

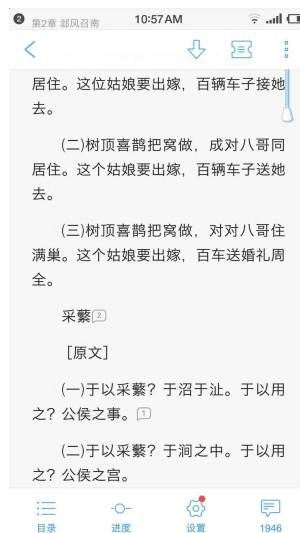
阅读界面：



1.掌阅



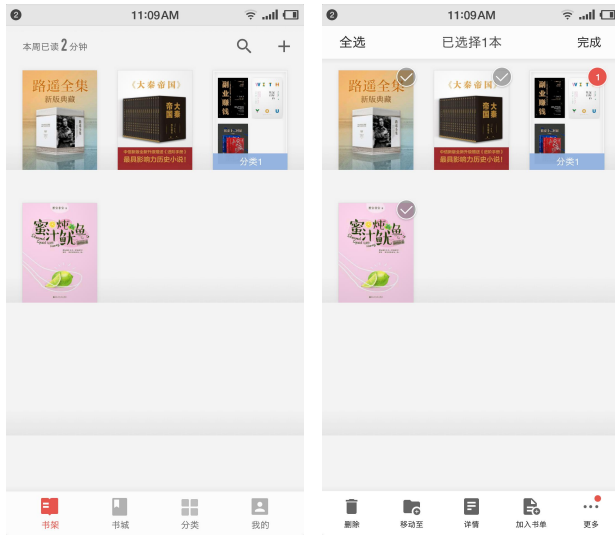
2.多看阅读



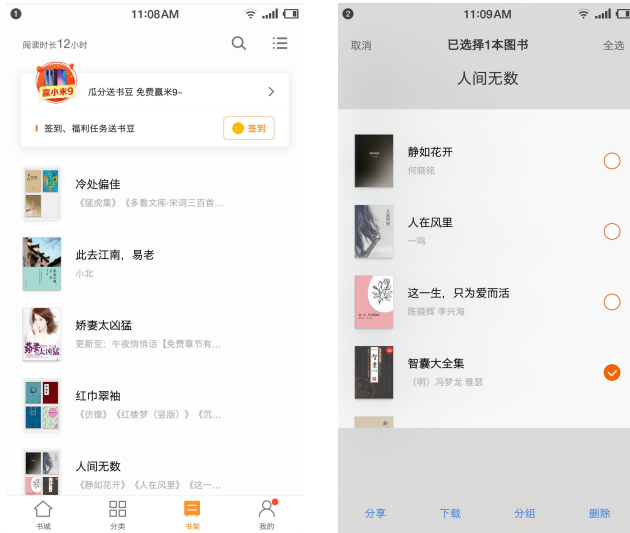
3.QQ阅读

掌阅不可以从阅读页跳转到书籍详情页，而其他两款产品可以；掌阅可以设置多种背景颜色或者自定义背景图片，并且可以改变文字颜色；QQ阅读的在阅读界面通过下拉右上方绳子实现夜间模式的转换，而多看阅读只用了一个悬浮球简洁易懂；这些细节之处的独特设计都体现着产品的特点。

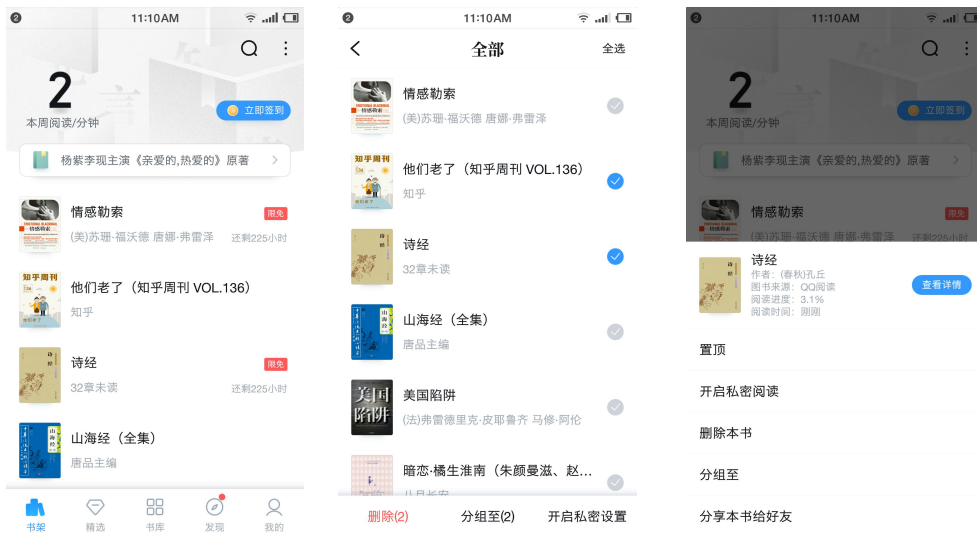
3.6.2 书架界面



1.掌阅书架及管理界面



2.多看阅读书架及管理界面



3.QQ 阅读书架及管理界面

由上图可以看出，掌阅 APP 的书架界面只有书籍封面，排版是简约风格，体现出极简风；多看阅读可以选择书架风格为列表或者简约或者最经典的布局；此外，掌阅和多看阅读都是通过手指选中书籍进入管理界面从而拖动放入分组，而 QQ 阅读除了可以点击单本书记进行分组管理之外，还可以点击右上角的更多按钮对全部书籍进行分组整理，这一细节比较贴心。

3.6.3 书城界面



1.掌阅



2.多看阅读



3.QQ 阅读

3.6.4 分类界面



1.掌阅



2.多看阅读



3.QQ 阅读

3.6.5 我的界面



1.掌阅



2.多看阅读



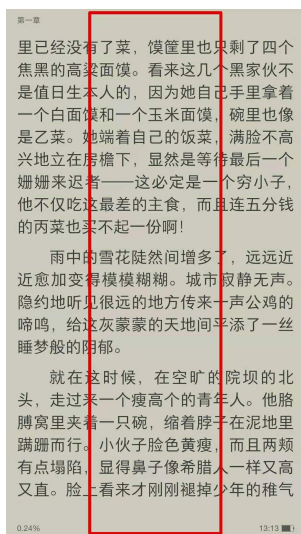
3.QQ阅读

通过对书城、分类、我的这三个界面的对比可以看出，掌阅是一款以简约为主的 APP，从布局排版到颜色挑选都可以体现出来；多看阅读比较中规中矩，有自己的主题色即图标的橙色，颜色统一性比较好；相对于前两款产品来说，QQ 阅读的界面显得不那么简洁，除了与图标一直的主题色外还采用了其他多种鲜亮的颜色，整个页面是比较绚丽缤纷的效果，用户也可以根据自己的喜好切换主题、字体、背景等装扮，与 QQ 的应用较为相似，因为 QQ 阅读的用户多为喜欢娱乐游戏的青年，这一功能符合目标用户的需求。

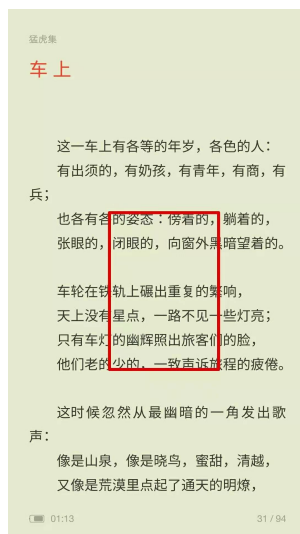
3.6.6 交互设计

菜单界面

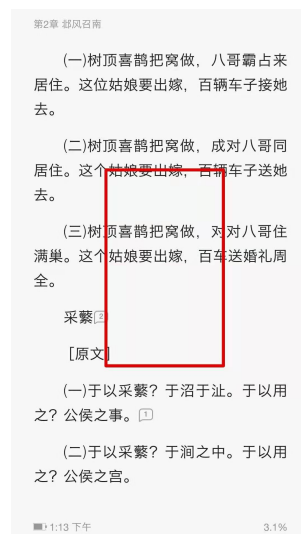
在全屏阅读界面当我们需要打开菜单对阅读页进行设置时，掌阅是当点击整个页面的中间区域时都可以出现菜单，而其他两款 APP 只是在页面中心的部分区域点击可以出现菜单，如下图所示。掌阅这种扩大用户与应用交互的区域的细节很贴心，提高了用户操作效率和满意度。



1.掌阅



2.多看阅读



3.QQ阅读

3.7 盈利模式分析

近年，随着国家对网络文学行业和版权的重视，规章制定与严格执法双管齐下，行业内部各大企业纷纷举起维权大旗，共同抵制侵权盗版行为，因此用户的正版意识逐渐加强，对版权的付费意愿也逐步提高。掌阅作为一款简约的移动阅读 APP，盈利主要通过对付费书籍的增值服务实现，盈利模式较为单一。

电商平台的电子书整体数量很大，但二次购买率却非常低，“只用 5% 左右”。多看二次购买率高达 50%，平均算下来，每位用户每月 ARPU 值达到 10 元左右。多看阅读通过“网站杂志化，杂志书籍化”生产出的电子书不同于其他移动阅读类应用提供的下里巴人或阳春白雪，定位较为合适，因此有很高的用户购买率和二次购买率。

QQ 阅读因为在社交娱乐方面的投入较为强大，所以其盈利模式也较为广泛：免费试读+付费阅读：降低用户门槛，在用户获取到利益后，进行收费，提高用户转化率；feed 流嵌入广告：广告展示的方式不至于过于强硬，用户抵触心理降低，为热门或最新作品进行宣传，盈利点在于上游作者或相关运营团队；互动红利：通过读者与作者间的良性互动，投票行为，进行虚拟产品的售卖，形成在本应用内部的产品流通，形成交易的闭环，在获取读者购买虚拟产品的利润所得的同时，还能获取同作者间的利益分成；增值服务：通过满足主题，字体等个性化需求的方法获取收益；版权：通过版权内容的分发，子网站及相关合作网站的版权收益及流量收益；粉丝经济：以《三生三世十里桃花》为例，用户分两类，先看书后看剧和先看剧和后看书，无论哪一类型，均对流量起到拉动作用，也同时对联盟产品有促进作用，在整个产品链中，各个产品间建立了紧密联系，对于战略布局起到积极促进作用。

四、分析结论

掌阅作为一个上市十余年之久的产品，经过长时间的市场积累和渠道拓展，为用户提供海量的内容资源，拥有庞大的用户规模。掌阅仍需要加快摆脱单一的付费阅读盈利模式的步伐，通过为移动终端商提供平台支持来获得收入分成。

多看阅读作为一个各项功能和需求都尽可能地满足用户的阅读类 APP，应该继续走精品路线并且可以进一步把优秀的阅读体验扩展到 PC 端从而扩大通用性。

QQ 阅读本身可与 QQ 或微信关联，因此可以通过运营活动获取和积累用户数据，为不同类型的用户推荐出更加匹配的书籍，使内容的推荐更加具有针对性；为相似度较高的书友提供书单共享的机会，增加用户之间的交流，提高用户满意程度，从而打造一个庞大、活跃的阅读平台。QQ 阅读的明星效应十分明显，未来可以在保证流量端的同时加强优秀网文环境的打造，让更多优秀作家能够回归创作本身，将文学作品的影响从一个平台扩大到整个市场。

产品是为用户服务，无论是更开阔的渠道还是更丰富的内容，都需要从用户需求角度出发，一个产品能否成功归根结底还是在于用户体验上，因此，良好的用户体验始终是检验一个优秀 APP 的最高标准。