

快手产品体验分析报告



姓名: 王萱

电话: 18811782570

邮箱: 18125062@bjtu.edu.cn

学校: 北京交通大学

经验不足, 望您批评指教!

目录

1 产品概述.....	1
1.1 体验环境.....	1
1.2 产品简介.....	1
2 产品分析.....	1
2.1 产品结构图.....	1
2.2 核心功能流程图.....	2
2.3 核心功能体验分析.....	4
2.3.1 新用户登录注册页面.....	4
2.3.2 发现板块.....	6
2.3.3 关注板块.....	8
2.3.4 同城板块.....	9
2.3.5 拍摄板块.....	10
3 产品地位分析.....	11
3.1 短视频行业分析.....	11
4 产品用户分析.....	12
4.1 用户特点分析.....	12
4.2 用户需求分析.....	16
5 对产品现有功能的思考.....	16
6 总结.....	17

1 产品概述

1.1 体验环境

体验机型：华为荣耀 V10


系统版本：Android 8.0.0

APP 版本：v6.3.1.8720

体验时间：2019 年 4 月 13 日

1.2 产品简介

快手是北京快手科技有限公司旗下的产品，由最初主打制作分享 GIF 图片的平台发展为短视频社交平台。

产品 logo: 

产品标语：记录世界记录你。

2 产品分析

2.1 产品结构图



快手的产品结构比较简单，层次清晰，第一次接触产品的用户也可以很好上手，用户可以非常容易地找到核心需求（看视频、发视频）的入口，首页的三个标签（关注、发现、同城）简洁而醒目，用户可以很快适应各取所需。对于一些比较隐藏的功能，比如点赞方式、快手实验室等，会有文字提示和指引第一次使用产品的用户。总的来说，快手的结构设计对用户非常友好，即使是受教育程度不高的用户也可以很快上手。

2.2 核心功能流程图

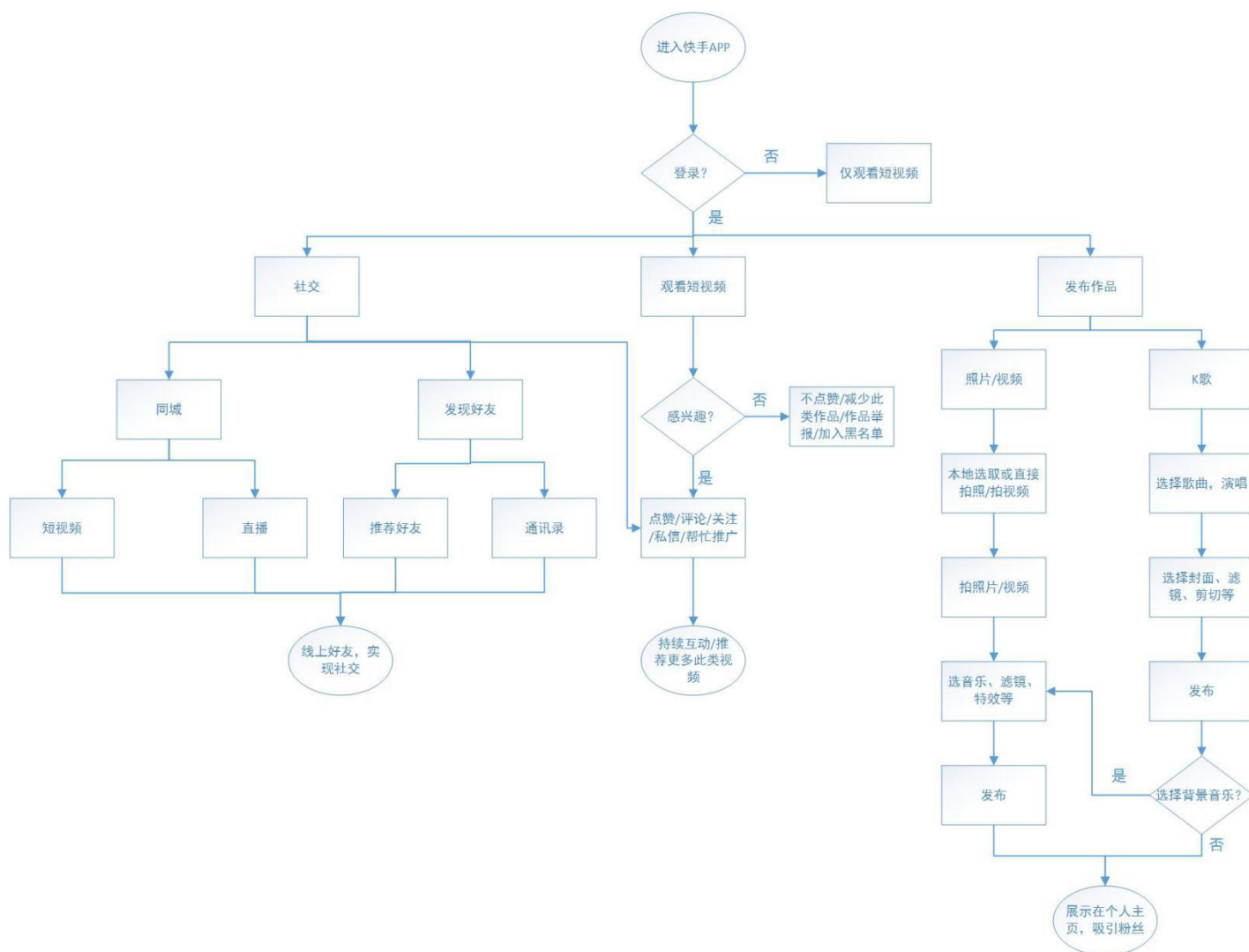


图 2 核心功能流程图

如图 2 所示，产品有三个核心功能，即观看视频、发布作品和社交功能，三个板块并不是相互孤立的，在观看视频和发布作品的过程中通过评论、点赞、关

注等融入了社交属性，也可以将其他人的视频素材（如背景音乐等）融入到自己的作品中，三个核心功能相互依存，你中有我我中有你。

2.3 核心功能体验分析

2.3.1 新用户登录注册页面

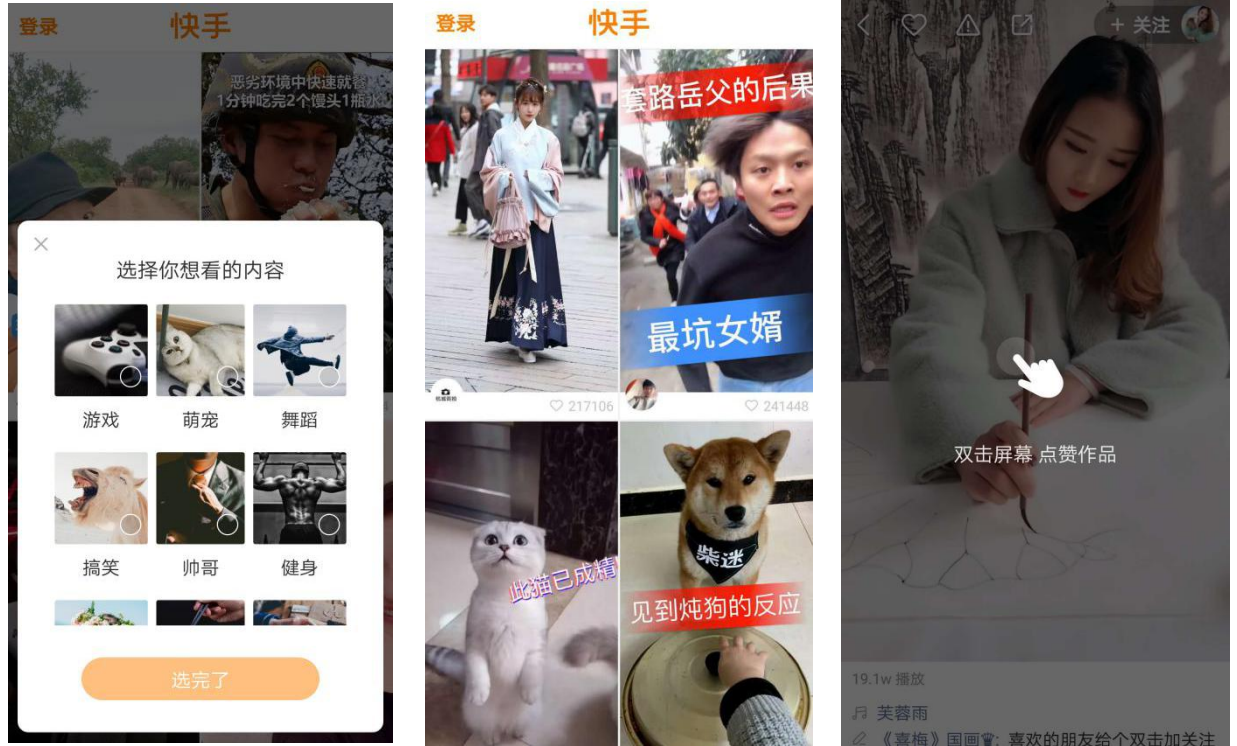


图 3 新用户登录注册页面

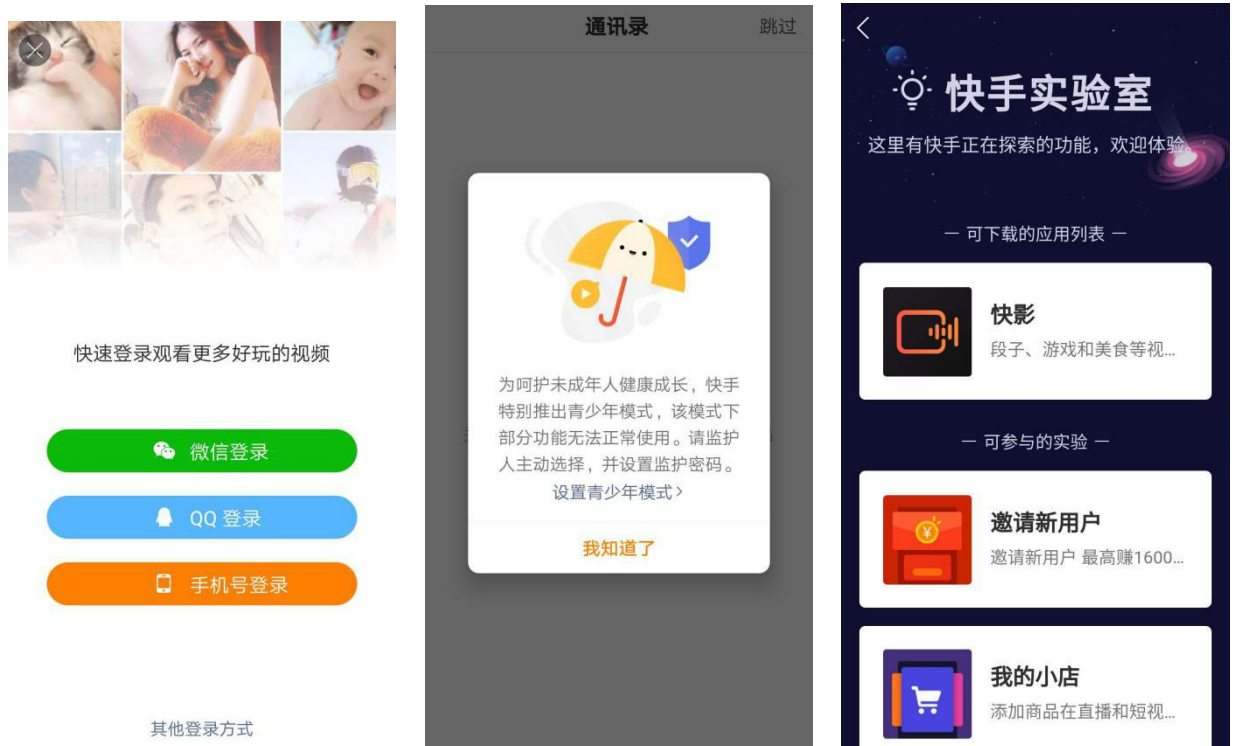


图 3 新用户登录注册页面

如图 3 所示，新用户第一次打开 APP 时，会有偏好选择，选择完毕之后产品会根据用户的偏好向用户推送相关的视频，用户可以在未登录的情况下观看视频。产品会对用户进行点赞的指导，当用户尝试点赞时，产品会提示用户进行登录，用户可以选择手机注册或第三方登录。完成注册后，产品会针对一些特定的功能对用户进行引导——青少年模式、快手实验室。前者是为了防止青少年过度沉迷受到不良影响而推出的功能，青少年模式会限定 APP 使用时间，无法进行打赏、充值、提现等操作、无法进行直播；快手实验室旨在让用户体验正在探索的功能，且有让用户反馈意见的功能设置。

总结：快手针对新用户推出的一系列设置对新用户十分友好，主要有以下几点：

- 1、在未注册的情况下进行偏好选择并观看推荐的视频，能够让用户进行体验再选择是否进一步使用，比较人性化；
- 2、对一些隐藏的功能进行引导，如双击点赞、青少年模式、快手实验室等，能够让用户尽早体验特色功能；

3、推出的青少年模式以家长设置密码的方式防止孩子过度沉迷其中；

4、快手实验室为用户提供了体验正在探索功能的平台，用户可以选择体验并提交文字反馈，这有效地采集了用户对于新功能的意见，使得产品团队能够根据真实的数据对产品进行调整；另外，有着推广应用的作用，用户可以在快手实验室平台上了解与快手相关的产品，如快影。调研+推广，可谓一举两得。

2.3.2 发现板块



图 4 发现页

如图 4 所示，快手的视频呈现方式是左右分页的形式，背景为白色，比较清爽，手指往下滑可以加载更多视频。用户可以根据封面的内容点进视频观看。



图 5 视频播放页

如图 5 所示，进入视频播放页，对于喜欢的视频可以点赞，对于不喜欢的视频可以选择减少类似作品、举报、拉黑，还可以进行查看背景音乐、进入发布者主页、评论回复等操作。

总结：1、发现板块主要是根据用户的偏好选择、用户的点赞查看记录等用算法进行相应的推荐，能够较为精准地为用户推荐适合的视频资源。

2、界面颜色设置清爽，视频数量设置合理，用户可以快速对比选择出自己感兴趣的视频进行查看。

3、对于同一条评论的回复集中在一起呈现，能够更好地使用户之间进行交流。

2.3.3 关注板块



图 6 关注页

如图 6 所示，关注页显示用户关注的人的作品发布动态（包括自己），会使用红点的方式提醒用户视频的更新；仍采用左右分页的形式将视频按时间顺序罗列，视频左下方会显示作者的头像，用户可以方便地点进去作者的个人主页；向下拉动页面时，最上方一栏会显示出已关注人的说说动态。

总结：1、红点提示用户关注人视频的更新，能让用户及时查看；

2、与说说功能结合起来，在了解关注人视频作品之余，还能让用户了解关注人其他方面（作品预告、直播预告、行程等）；

3、对于在关注人视频仍没有取消“减少类似作品”等功能，有效地防止关注人作品质量参差不齐对用户可能造成的不良影响。

2.3.4 同城板块



图 7(a) 同城页



图 7(b) 选择其他城市

如图 7(a)所示，同城页会向用户展示同城用户的作品，除短视频外，同城页多了 LIVE 直播。在每个作品右下角会显示距离用户的距离。如图 7(b)所示，双击同城的标签可以选择查看其他城市的作品；

总结：1、同城作品多了观看 LIVE 直播的功能，对于用户来说，观看与自己相隔比较近的用户直播更有亲切感，而且提升了交友的机会；

2、用户可以根据自己的意愿自行选择城市，比如对某地比较感兴趣，了解当地的风土人情，或者在外地想看看自己家乡，这给用户提供了更多灵活的选择，提升了用户体验。

2.3.5 拍摄板块



图 8(a) 拍摄界面



图 8(b) 作品加工



图 8(c) 作品发布

如图 8(a)所示，用户可以选择拍照、拍视频、录制歌曲；如图 8(b)所示，完成初步拍摄后，可以使用滤镜、添加配乐、特效等功能进行加工，使作品更完整；如图 8(c)所示，完成作品后进行作品发布时，可进行选择地理位置（可以关闭地理位置显示）、带话题、隐私设置等操作。

总结：1、拍视频时间长度限制保证“短视频”的特性，并提供两种不同的长度，对于对拍摄短视频不太熟练用户起着一定的引导作用；

2、作品加工中的配乐可在快手曲库、本地曲库、K 歌作品中选择。除了本地曲库，其他用户在查看视频后均可以使用视频配乐创作自己的作品。这可以有效地防止一些快手未获得版权的作品被侵权使用。认证了快手音乐人的用户可上传自己的原创歌曲入库，快手音乐人的机制能够鼓励创作出更多原创音乐作品。

2、作品发布中的标签和地理信息能够将视频流信息更好地归类推荐给更多相应的人，同框功能可谓是一个特色的功能，能够增加趣味性。

3 产品地位分析

3.1 短视频行业分析

短视频行业近几年来发展非常迅速，似乎已经进入一个“人人短视频”时代，短视频之所以这么火爆，分析原因有如下几点：

1、适应互联网时代的生活方式：在互联网时代，信息呈指数式爆炸增长，海量信息的注入更新，人们已经养成的快速接收消化信息的习惯，而短视频以其时间短、载体丰富（视频、音乐、文字）的特性很好地迎合了这一习惯。

2、技术的改进：随着通信技术的发展，手机上网速度越来越快，成本越来越低，人们可以随时随地观看发布视频。

3、草根明星的崛起：短视频有着易传播、易分享、制作成本较低的特性，加上互联网平台，只要有出彩的作品，就容易聚集大量的粉丝，生活中的普通人也可以成为草根明星。

4、丰富娱乐生活：在一些娱乐设施不发达的地区，短视频可谓提供了一种新奇的娱乐方式，人们可以随时随地记录生活，与网络上不同人们社交；短视频的“短而多”的特性，也为更多人提供了更多观察世界的不同视角。

5、形成新型商业链：短视频快速聚集流量的特性，也会吸引更多品牌、广告商的投放，与原有产业结合（如明星入驻短视频平台、微信增加短视频功能等等），形成更大影响力。

快手作为短视频行业的前驱，在短视频行业一直保持着领先地位。

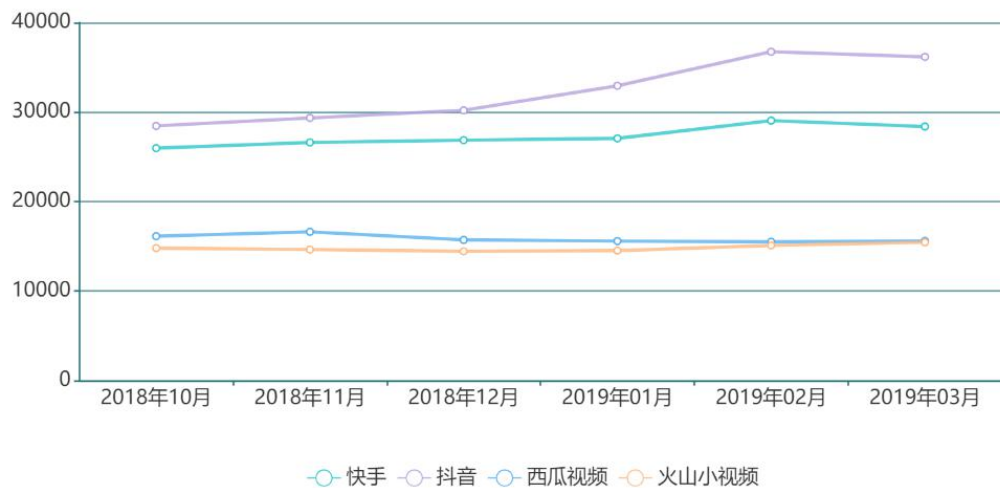


图 9 短视频 APP 月独立设备（万台）对比（数据来源艾瑞数据）

如图 9 是排行前四的短视频 APP 从 2018 年 10 月到 2019 年 3 月月独立设备数的对比折线图。可以看到，快手和抖音仍是短视频行业的用户量最多的 APP，远超第三和第四名，而且用户数量仍处于上升趋势。快手从 2015 年迎来市场后一直保持着比较稳定的地位。

4 产品用户分析

4.1 用户特点分析

下面将对快手、抖音、火山小视频的用户特点来进行分析。

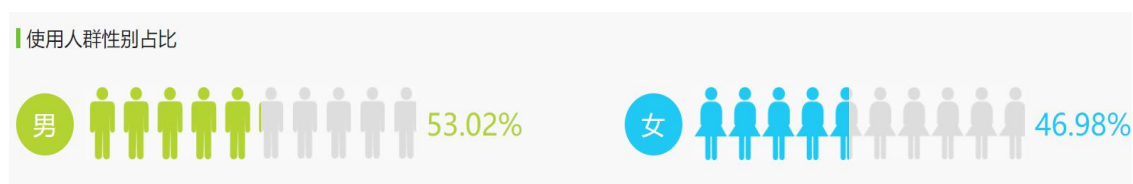


图 10(a) 快手使用人群性别比（数据来源艾瑞数据）

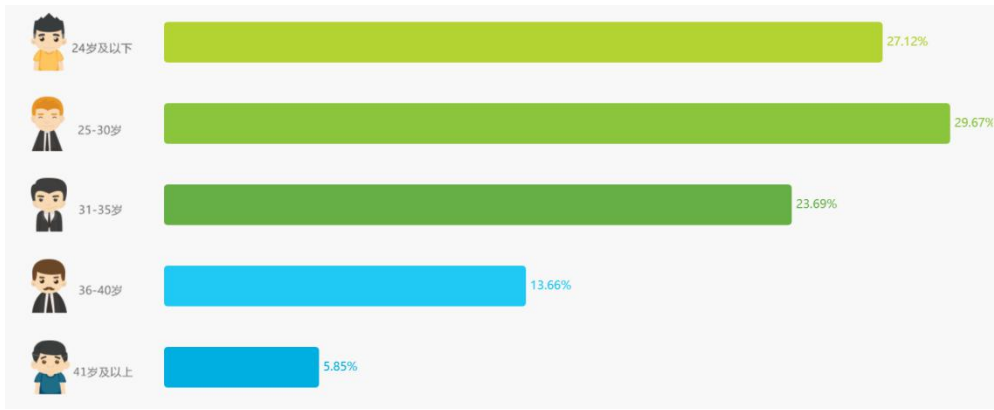


图 10(b) 快手使用人群年龄占比（数据来源艾瑞数据）

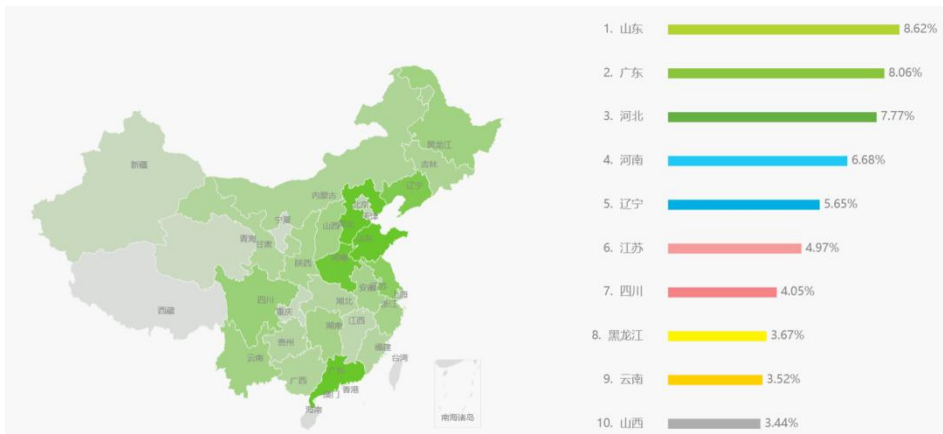


图 10(c) 快手使用区域占比（数据来源艾瑞数据）

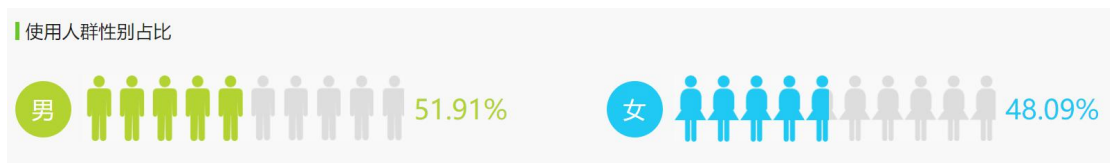


图 11(a) 抖音使用人群性别占比（数据来源艾瑞数据）

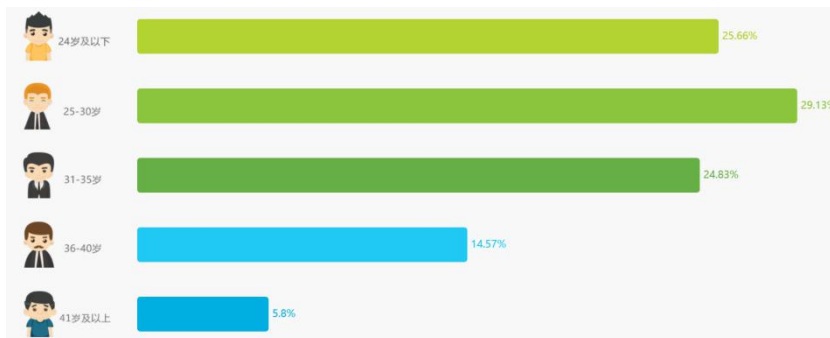


图 11(b) 抖音使用人群年龄占比（数据来源艾瑞数据）

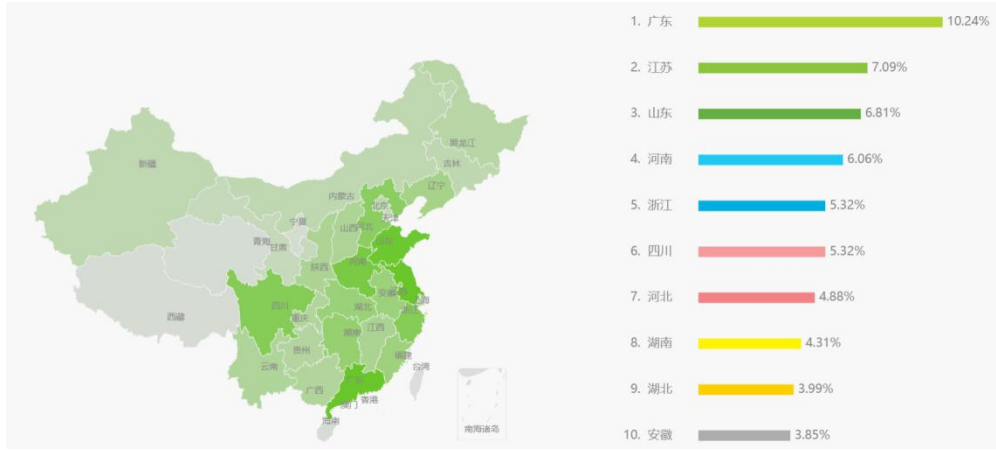


图 11(c) 抖音使用区域占比（数据来源艾瑞数据）

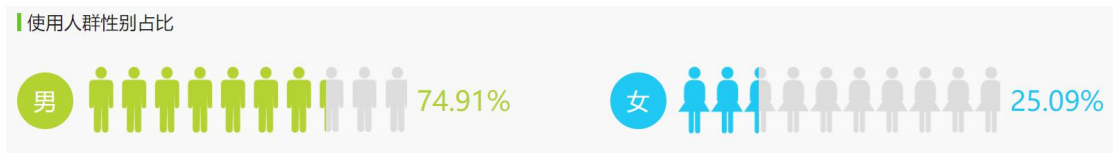


图 12(a) 火山小视频使用人群性别比（数据来源艾瑞数据）

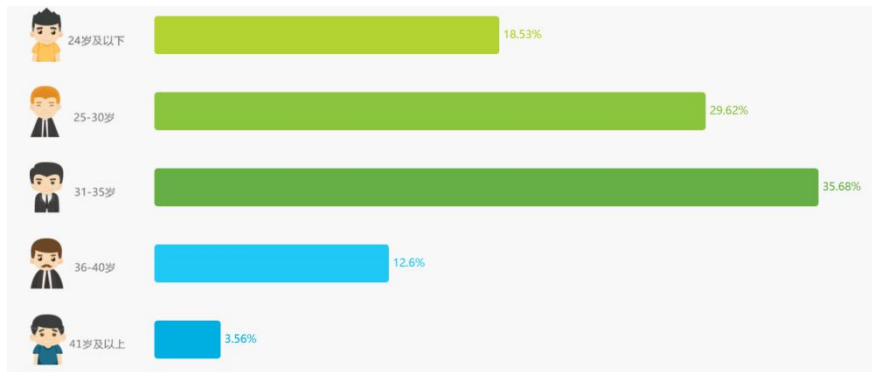


图 12(b) 火山小视频使用人群年龄占比（数据来源艾瑞数据）

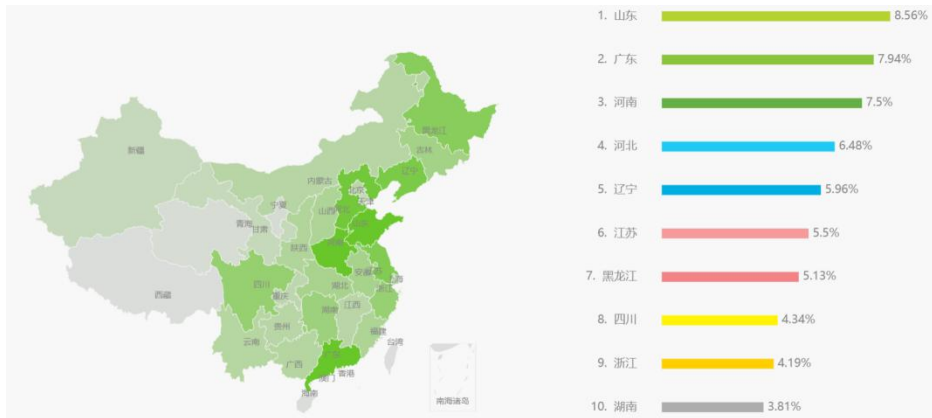


图 12(c) 火山小视频使用区域占比（数据来源艾瑞数据）

经过三类 APP 的用户特征数量采集，可以得出下表 1：

表 1 三类 APP 用户特征对比

名称	用户性别比	用户年龄分布	用户区域
快手	男女比例大致相当	90 后居多	二线城市居多
抖音	男女比例大致相当	90 后居多	沿海城市居多
火山小视频	男性用户远超女性用户	80 后居多	二线城市居多

可以看到，快手和抖音的用户构成相差不算非常大，只是在区域分布有一定的差异。这也可以大致解释为什么快手和抖音用户量一直不相上下。下面从三个方面分析用户特征的差异带来的影响：

1、**性别比例方面**，由于男女思维的差异，男女比例大致相当的性别比可以保证作品类型的丰富性，若某一方性别人数远远超过另一方性别人数，难免造成输出内容的单一性，长久下来还可能造成性别分布的两极分化，某一性别人数越来越多，另一性别人数越来越少，这对 APP 的推广的是不十分有利的。

2、**用户年龄比例方面**，快手和抖音的主要用户都是 90 后，这也是活跃在互联网上的主力军，不仅可以保障活跃的登录量，输出有创意、有热点的作品的概率比较大。火山小视频的主要用户年龄比前两者稍大，因此它在用户活跃度上是不如前两者的。

3、**用户区域方面**，和抖音相比，快手和火山小视频的用户主要分布在二线城市，因此用户定位不一样。和沿海城市相比，二线城市的民众受教育程度稍低，

因此抖音的定位点在“潮流、新奇”上，而快手的定位点在“简单、稳定”上。

4.2 用户需求分析

通过上述用户特性的分析，可以逆向分析出快手这款产品的用户需求。

快手用户的特点可以概括为：年轻、活跃、受教育程度普遍较低，因此用户的需求可以表述为：

1、**足够而接地气的娱乐特性：**主体用户的生活环境可能不像一线城市那样丰富，因此需要满足用户的娱乐需求，而由于主体用户的受教育程度普遍不高，娱乐的类型也应该尽量接地气，贴合他们生活（比如在快手平台上大火的用户“3锅儿”，就是以乡村生活为背景创造出一系列精彩的作品）。

2、**简单的使用操作：**APP的操作应该要简单易上手，界面简洁。

3、**人人都有展示的机会：**用户渴望在日常的生活之外有展现自己的舞台，因此产品应是去中心化的模式，不主力培养大V吸取流量，而是让每个人都有足够的展现自己的机会。

4、**社交需求：**应满足用户利用平台结交更多不同朋友的需求。

5 对产品现有功能的思考

通过对产品的功能体验分析、行业分析、用户分析，下面提出几点我认为可以改进的地方：

1、**用户推荐充分借鉴用户偏好：**新用户注册登录后，产品会根据用户的偏好选择推荐相应的视频。但当用户优先选择某几类的视频后，发现页后续会一直推荐相关视频，而忽略了用户最初选择的其他几类视频。我认为可以充分借鉴用户最开始选择的偏好，适当多类型地推荐相关视频，交互多次便可建立起相对完整的用户偏好体系。

2、**提高用户观看视频和评论之间的交互性：**用户观看视频时，若是下拉到评论视频会停止播放，这样会打断观看视频的观感体验，建议下拉到评论时视频可以以小窗跟随用户手指滑动的形式继续播放。

3、**为视频增加进度条：**用户观看视频时无法得知视频播放的进度，容易产生不耐烦感，加上进度条后会增加用户观看的耐心，还可以就自己喜欢的片段反

复观看。

4、**打造更多年轻化标签**：快手的主体用户是互联网上活跃的年轻群体，因此可以借鉴一些年轻化平台的做法，吸引更多年轻人加入进来，比如在录制视频中添加表情的功能等。

5、**加强对 LIVE 直播的管理**：LIVE 直播中比较多充斥着比较低俗的内容，容易打法律擦边球，这对身心发育不够成熟的年轻人有着不好的影响，应该持续加强这方面的监管，比如屏蔽关键词、限制送礼数额等等。

6、**新用户指引教程适当增加**：同城板块中，自行选择城市的入口比较难找（双击标签才可进入）；长按视频封面有选择减少类似作品的功能；这些功能使用可以添加在指引教程中，让用户更加得心应手地使用产品。

7、**隐私设置**：虽然产品定位一大亮点在社交，但用户的隐私仍需放第一位，可以秉持让用户自行选择开启社交的准则，比如发布作品中的地理位置默认选择关闭，用户愿意开启时自行开启；用户可以选择关闭通讯录好友推荐的功能等等。

6 总结

快手无疑是短视频行业非常成功的一款产品，其成功的关键在于敏锐的市场嗅觉，及时从 GIF 制作软件转型为短视频软件，对用户需求的精准把握，以其简单易操作、去中心化模式抓住了占中国大部分的普通生活环境的用户的心，建立起了强大的用户基群，以及对出现问题的及时反思——针对快手平台出现的不良视频的问题，加强了平台监管，新增了青少年模式。

但是快手已经不处于一家独大的地位了，特别是近几年来抖音的迅速崛起，其已成为快手最大的竞品。快手的现在的主要用户群体并不是人们以其印象中的年龄偏大的人，而是年轻人，这就意味着快手也要时刻抓住主要目标群体的痛点，放宽思路（比如和其他产业相结合等），在把握好定位的原则上推陈出新。