



PicArtU

[APP产品开发手册]

第二组

关颖怡，阮嘉忻，陈玉玲，娜贝拉，陈珊华

目录

一、	产品简介	2
(一)	产品背景	2
(二)	产品介绍	2
1.	简介	2
2.	功能板块	2
3.	产品定位	2
4.	功能阐述	2
二、	用户需求的建立	3
(一)	用户研究	3
1.	问题空间	3
2.	用户访谈	4
3.	角色模型	8
4.	场景分析	9
1.	任务分析	10
(二)	竞品分析	12
1.	市场状况	12
2.	竞品简介	12
3.	竞品分析	13
4.	设计启示	18
三、	产品模型	19
(一)	产品形象	19
(二)	低保真原型图	19
(三)	高保真概念图	22
四、	产品预期	38

一、 产品简介

(一) 产品背景

摄影自 1839 年诞生以来, 历经百年科技发展, 它的职能也从最开始的 “工作需要” 转变为现代社会的生活需要。随着社会的发展, 人们在吃饱穿暖的同时, 对于精神生活的品位需求也越来越高, 特别是个性化的精神追求上档升级, 迫切地渴求有更多的自我展示平台, 摄影的艺术属性正好适应这种条件。在摄影工具高度普及的今天, 全球几十亿人都拿起了相机、手机等仪器开始记录影像画面。不可否认, 一个 簇新的 “全民摄影” 时代已经到来。

生活中, 以摄影为代表的新生活随处可见, 除了有特殊情况人们会请专门的摄影师以外, 都是用自己身上携带的照相机, 或者智能手机拍摄。

手机摄影随时随地拍, 随手上传, 传输终端不局限于个人媒体, 能够被大众共享。拍摄者只要将自己的作品上传至共享媒体, 在网络互联的前提下, 就能够及时得到反馈与交流, 打开了资源共享的渠道, 使摄影成为全民参与的艺术创作与艺术传达活动。手机摄影的互动共享性全社会有目共睹, 它使摄影技术成为了大众文化的一支, 实现了高端艺术的平民化, 成为大众情感交流、价值展现、艺术交流的重要工具。

(二) 产品介绍

1. 简介

(1) APP 名称: PicArtU

(2) 寓意: 通过摄影交流这一主题来满足职业摄影师或小白摄影师的需求交流, 打造领域细化的社交圈子

2. 功能板块

(1) 摄影创作; (2) 社交属性 (社区交流)

3. 产品定位

(1) 概述: 摄影其实最初也都是从借鉴和模仿开始的, 我们希望通过设计出一款可让新手与老手交流摄影技巧的平台来提升个体的摄影水平。

(2) 类型: 摄影交流平台

(3) 目标用户: 摄影爱好者 (包括新手与老手, 即职业摄影师与小白摄影师)

4. 功能阐述

(1) 概述: 这款 app 不仅提供了个体一个创作空间也具有社交属性, 让个体可以分享生活与摄影爱好者进行交流。

(2) 功能列表

① 创作: 编辑功能- quote stickers

② 教学: 拍照 pose, 教拍摄风景照、美食照等, 提供参数

③ 导师指导/课程教学功能: 有专业导师指导

④ 社区交流: 按赞, 评论, 分享, 收藏, 打赏, 推荐拍照打卡地点

- ⑤ 搜索功能（发掘美图）：搜索界面可以划分照片类别，例如：美食图，旅游图，风景图，街拍图
- ⑥ 个人 profile 界面：following, followers, 发帖功能，hashtag 功能
- ⑦ 快拍功能：（类似 instagram story 功能）查看一年前今天发布的照片功能
- ⑧ 相册功能：（很多用户说喜欢像 instagram 那样一格一格的照片界面很整齐，类似相册一样）
- ⑨ 设置：个人信息编辑，壁纸
- ⑩ 消息功能：涨粉，查看说点赞自己的帖子，查看评论

二、 用户需求的建立

（一） 用户研究

1. 问题空间

我们在社交平台 Facebook 上加入多个摄影交流群，进行了观察式的田野调查并对群组管理员进行了半结构式访谈，经过一定时间从中观察，我们对该群体内部的情况得到了比较具体的了解。

（1）田野调查与访谈目的：进一步了解摄影爱好者交流群的现状；了解作为摄影交流群管理员或负责人在推广摄影活动上的相关需求等；了解摄影交流群的管理方式，对新手的建议等。

（2）访谈对象：摄影交流群负责人。

（3）主要访谈问题：

- ① 摄影交流群的群组成员通常分布在哪个年龄段？
- ② 目前主要以哪种方式进行摄影活动的推广？哪种宣传方式更有效？
- ③ 摄影交流群主要通过社交媒体发布哪些方面的内容？哪种类型的内容更加吸引人？
- ④ 新手想要开始摄影的话从相关的哪些方面开始了解它比较好？
- ⑤ 在群组内一般都是以什么方式来提升群组成员的摄影能力？是否有专业的摄影老师进行教学或是通过学员之间的沟通交流来提升？
- ⑥ 如果将摄影与进行社交平台结合，您认为未来会有哪些方面的要求或期待？

（4）访谈总结：

- ① 摄影交流群的群组成员以青年、中年为主，年龄介于 20 至 50 岁为主，目前主要的宣传方式是新媒体包括网站、群组公告，内容主要是摄影比赛信息、回顾、优秀作品分享、课程教学等。
- ② 对摄影活动的宣传和推广多是摄影比赛的信息、网课、线下交流会；

对新手的建议：是从熟悉相机第一步例如多看几遍相机说明书，然后去阅读摄影史或者观摩大师的作品；透过社交化的摄影交流平台，交流作品、心得、采用的相机或手机型号作为参考、参数等。

③形式上,添加社交属性以及功能的多元性更容易吸引年轻群体以及增加用户黏性，但在推广社交化的同时需要有专业的指导；内容上，从最基础的摄影知识入手较容易被接受。

2. 用户访谈

根据产品的定位和目标人群，我们采用半结构化访谈的方式，对 10 位访谈对象进行了 用户调研。

(1) 访谈目的：

通过调研进行用户洞察（收集用户的特征、属性、行为偏好、需求、在使用同类产品的痛点等），挖掘用户的需求，以验证我们前期的设想是否符合真实情况以及发现前期没有发现的用户需求与痛点。

(2) 访谈对象：

主要是年龄在 20 岁左右的对象，分摄影小白和摄影小灰（有一定基础人群）

- A 女生，21 岁，摄影小白
- B 男生，21 岁，摄影小灰
- C 女生，20 岁，摄影小白
- D 男生，22 岁，摄影小灰
- E 女生，24 岁，摄影小白
- F 女生，22 岁，摄影小白
- G 女生，21 岁，摄影小灰
- H 男生，21 岁，摄影小白
- I 女生，20 岁，摄影小灰
- J 女生，21 岁，摄影小灰

(3) 主要访谈问题：

访谈问题分为 A、B 两部分：

A 摄影部分

- ①你喜欢拍照吗？觉得自己对拍照的感兴趣程度（1-5 评分）
- ②对拍照感兴趣的原因是什么？ 如果不敢兴趣的话，可以简单说明一下原因吗？
- ③平时习惯用手机还是相机来拍摄？
- ④一般是使用手机里的原相机拍照还是有自己喜欢的摄影/拍照 app？
- ⑤如果给自己的摄影技术评分，会给自己打几分呢？（不要谦虚）（1-5 分）
- ⑥平时有没有通过任何方式尝试去提高自己的摄影技术（例如网上搜视频自学，在摄影交流群里请教，上摄影课等）为什么喜欢

通过这种方式提升摄影能力？

⑦如果向我们推荐一款拍照 app，你会推荐什么软件？是那些功能让你喜欢这款软件？

B 摄影交流/社交部分

（注：摄影社交软件包括 Instagram, 图虫, lofter, 500px 中国版, poco 摄影, 蜂鸟摄影, 米拍摄影, fb 摄影交流群, 微信摄影交流群, line 摄影交流群, whatsapp 摄影交流群, reddit 摄影交流群, 其他）

①平时拍了照片后会发出去和朋友分享吗？如果会的话自己比较喜欢发在哪个社交平台上呢？为什么比较喜欢发在这个社交平台上？

②如果不喜欢分享照片的话，请说明一下原因。

③平时有没有使用任何软件与摄影爱好者进行交流（如 fb 上的群组或其他摄影社交软件）？

④为什么会选择使用摄影交流软件？你一般在什么情况下会使用这个软件？

⑤以前你在使用这些摄影社交软件时有没有达到你预期的效果？如果你觉得使用该款软件效果不好的时候你会怎么解决？

⑥有没有在任何社交平台上加入过摄影交流群（例如：微信 面子书 line whatsapp）

⑦如果有加入群组的话，可以简单阐述一下你们在群里是透过什么方式来学习摄影方面的技术吗？（是否有老师，或者是开放讨论等等）

⑧如果有加入这些群组的话，你觉得里面学习摄影技术的质量有没有保证？（请说明原因）

⑨如果有这些摄影交流群组存在的话，你是否还会选择使用摄影交流软件？（请说明愿意或不愿意的原因）

⑩如果有个分享拍摄作品以及交流摄影技术的软件，你是否愿意分享你拍摄的作品和以及透过该 app 与其他爱拍摄的人交流？（请说明愿意或不愿意的原因）

⑪请为摄影交流软件的以下功能进行评分（1-5 分）及添加一项你想要的功能

- 创作（编辑功能-quote stickers）
- 教学（拍照 pose, 教拍摄风景照、美食照等）
- 摄影技巧交流（提供参数等）
- 分享照片以及社交（可推荐拍照打卡地点，共享“资源”，用户可以按赞评分）
- 发掘美图

你对我们的摄影交流 app 有什么期待或者想法吗？

(4) 访谈整理：

A 摄影部分

- ① 拍照原因动机：纪念，捕捉美丽的瞬间，记录生活，产生共鸣建立联系，发现生活中某时刻的一个过程。
- ② 习惯用手机拍照 or 相机：即使喜欢用相机，但拿手机便携，方便，拍照是一个记录生活瞬间的过程，但很多时候相机不是日常生活的一部分，而手机更多在身边是年轻人日常生活的一部分所以多用手机。
- ③ 原相机 VS app：多用原相机，但有者由于手机相机滤镜不好看，而用 app
- ④ 摄影技术：(10 分满分)：多认为 5 到 6 分
- ⑤ 提高摄影技术方法：小白比较被动，只有在社交使用 app 时偶然看到才会看一下 tips，喜欢适合新手的，免费。
小灰：更主动，上 YouTube 上看教学，看书，请教了解构图，参数调整。通过观摩他人作品提升技巧，审美，免费。
共同点：免费，从网络上寻求资源，只是方式不同。一个主动一个被动，小白喜欢简单直接的 tips，小灰则更深入去请教学习背后原理，更开放多元尝试通过观摩方式提升技术与审美。
- ⑥ 推荐拍照 app：依个人取向不同，小白中有者喜欢黄油相机（滤镜，傻瓜软件，已经帮忙调色），soda（滤镜好看）。有者喜欢 Instagram，快速方便。
小灰多喜欢 snapseed，lightroom 功能强大，专业调动细节。小灰中有其他喜欢飞沫（自带胶片相机，滤镜）；有者喜欢 IG，快速方便，Instagram story，24 小时，简单快速分享，随拍随发，不用自觉一直发，不会停留页面久。

B 摄影交流部分：

- ① 会不会分享照片在社交媒体上：用户大多会分享，只是分享的频度不一样。其中多人在分享的平台中最多提及 Instagram，多因为界面整齐，像 portfolio，适合当个人相簿，相册，tag，hashtag 功能，story，用户群活跃；也有人提及分享照片的平台受到身边朋友使用的软件影响，如 IG 和微信。
- ② 有没有使用软件与摄影爱好者交流：小白一般没有与摄影爱好者交流。小灰部分曾经有与摄影爱好者交流的经验。有者私下与摄影爱好者聊天过，但很少在线上交流，就算有也是线上 follow 摄影师，更多是单向的观摩作品，而不是双向交流。

③ 使用摄影社交软件的原因以及情况：使用摄影社交软件如 IG 的情况一般是为了分享日常，看别人的作品找灵感，休闲放松用途，提升创意想象力，reddit 的 community 欣赏他人作品的同时也会看留言了解如何可以做得更好。

④ 加入过摄影群吗：受访者几乎没有加入过线上摄影交流群组的经验。

⑤ 有群组存在是否使用 app：大多受访者表示即使网上有摄影交流群组的存在还是愿意使用摄影交流软件。原因有认为若要学习摄影相关方面的知识或技术时群组成员可能不够专业比较业余，所以比较愿意使用摄影交流软件；认为这两者不能互相替代，摄影社交软件有展示分享照片的作用。摄影交流软件有欣赏他人作品的功能，以及其他如 IG story 功能。受访者表示希望有专业分工的软件，有专门分享的平台可以更加让他愿意分享作品。

不愿意的受访者表示不愿意使用有共同性质的软件，已经有使用 IG 了，或 reddit 等社区，希望有 reddit 这种软体有空才去看不去影响生活。

⑥ 如果有该 app，是否愿意使用：多数受访者表示市面上若有这款 app 愿意使用，在上面分享作品；与喜欢的摄影师交流；认为艺术不只是分享给喜欢摄影的人，而是突破局限让大众也可以使用。不愿意分享的原因主要是担心上面的信息太过专业听不懂，无法了解专业摄影师的想法；已有同性质的平台没有亮点不会使用；不喜欢经历作品被审核的过程。

启示：要打造一个更 beginner friendly 的社区，所以摄影爱好者更愿意分享自己的作品。

⑦ 功能：

- 创作（编辑）：app 在拍照前，拍照中，拍照后的功能中，更倾向与拍照后的编辑功能，专业摄影爱好者一般会有自己喜爱的专业的软件对图像进行调整，该功能则是更适合新手使用。
- 教学：教学是 app 功能中的一个 bonus，较为次要，但对于小白用户而言则有其一定的重要性。
- 技巧交流—提供参数：对小白来说，提供参数是简单粗暴的方法，所以认为重要。小灰则认为该功能是一个 bonus，相对于参数来说提供评语让他们可以进步更为重要。
- 分享社交 按赞评分：用户认为分享交流很重要，但给评分很容易影响用户心态，所以更多是分享、评论、按赞功能较为合适。相较于站在一个高和一个低的位置去

接受评语，用户更喜欢两边对等的地位去分享和交流。

- 发掘美图：用户使用发掘美图除了存欣赏的用途，更多认为它是一种借鉴，从他人作品中学习的途径。发掘美图也可伴随着 follow 功能，follow 你喜欢的摄影师看他的作品。

(5) 访谈总结与启示：

①功能板块设置上，根据两类典型用户而设置即适合新手又可提供专业指导与教学的功能板块。受访者表示不愿意使用摄影社交软件的原因主要是担心该平台上面的信息太过专业、无法听不懂；不喜欢经历作品被审核的过程等。而用户也认为分享交流很重要，但给评分很容易影响用户心态，所以更多是分享、评论、按赞功能较为合适。相较于站在一个高和一个低的位置去接受评语，用户更喜欢两边对等的地位去分享和交流。因此 APP 在功能板块进行部分调整，打造一个更 beginner friendly 的社区，用户在获得专业指导建议的同时也可以有包容度高的社区作为分享与交流作品的空间。

②软件定位设置上，社交功能的加入相比纯摄影发布平台，更容易引起用户的兴趣，软件的社交属性也可以增加用户粘性，用户的活跃度可以刺激更多用户的加入与分享。因此，小组人员以最受年轻人欢迎的摄影社交软件 INSTAGRAM 作为主要参考对象。（参考软件还有小红书和黄油相机）

③交互方式上，用户更注重 app 的快速、方便、直接的使用，多希望能达到随发随拍的作用。；整齐强大分门别类的 tag 功能可以让用户快速找到适合自己的社区；希望自己的操作能对塑造自己个人主页的形象，打造一个可以展现自己的社交空间。

④呈现形式上，提供用户整齐、简洁按时间排序的相册界面是吸引用户兴趣的一个重要因素。

3. 角色模型

针对用户的特性以及 app 的定位，我们划分以下几类用户与场景：

(1) 人物 1：

Ana	
基本信息	常用 APP：Instagram，小红书
性别：女	
年龄：21	Ana 喜欢摄影，性格内向而且感性，平时很少与社团的人交流。（有浏览公众号的习惯，
职业：在校大学生	认为适合新手；没有双向交流，没有加入过
收入：无	

	群组，因为觉得群组都很业余不够专业)
关键特征	
有自己的朋友圈子，性格内向，对摄影感兴趣却未入门的小白	

(2) 人物 2:

Felix	
基本信息	常用 APP: reddit、instagram、lightroom、snapseed
性别: 男	Felix 喜欢摄影，因为毕业工作后，同一兴趣圈的朋友都不在周边，平时有一些好的作品无法与人分享，无意中发现这款 APP，在圈子里发布了一些作品，获得了很多赞与评论，并且其他人的作品时常给予他创作灵感，那一刻有了一种找到组织的感受。
年龄: 22	
职业: 在校大学生，youtuber	
收入: 未知	
关键特征	
爱好摄影且有一定基础，但周边缺乏可以交流爱好的朋友而感到孤独	

4. 场景分析

(1) Ana 的使用场景:

Ana 内向感性虽然对摄影有兴趣，但因为内向又没有经济独立，所以很少花钱找摄影课程上课请教。她一直想为什么没有免费及不用面对面的摄影课程呢。但在她正为摄影感到发愁要不要交费学习时却无意中发现了这款叫做《PicArtU》的摄影交流平台软件，看了一会软件简介，发现软件里的部分功能对她这个摄影小白非常合适，于是她就毫不犹豫地下载这个《PicArtU》软件。

下载后她开始按照步骤注册和填写自己的基础资料。之后 Ana 随便逛了一会儿这个软件，发现这个软件的所有功能几乎都能满足她对摄影的需求。该软件竟然有提供相关拍摄教程，同时也有很多这方面的专业人员分享拍摄技巧。Ana 兴奋地点了进去，心想“太好了，不需要面对面就有老师来教我拍照。而且我还可以选择适合自己的摄影老师，还是免费。我周边喜欢摄影的人不多，但是有一个喜欢摄影的社交平台可以提供参数给我这种小白作为参考，实在是太好了。”

Ana 从中看到了“导师指导”跟“教学”这两个按钮，然后发现一个为摄影课程，一个是在摆姿势及调色等提供的参数。经过几天的时间，她对摄影这方面有了一点的基础。她决定找天使用她在该软件学会的拍摄技巧。但是因为不知道要去哪里，于是她就在“搜索界面”搜索旅游地点，她发现“搜索功能”里有“分门别类社区功能”，她只是点击“旅游”，就会出现很多旅游景点，以及他人的作品，于是 Ana 又可以从中学习到了更多的拍摄技巧。

晴空万里，艳阳照四方，一遍晴朗，这么好的天气，应该要出去走走。因此，Ana 连哄带骗带着她的室友陪她出去玩。一路上，Ana 一直拿着手机拍着周边的风景。到达目的地，第一件事要做的就是，就是要自拍。但这次 Ana 不会像之前那样手忙脚乱不知道拍什么姿势，因为几天前她有在软件里学习如何摆姿势。

Ana 虽然有点内向，但是她是个喜欢在朋友圈里分享她的生活。但这次她选择分享到《PicArtU》软件的快拍，因为快拍里面有“查看一年前发布的照片”。况且，软件中有“创作编辑功能”，Ana 可以在里面编辑，添加一些可以表达她心情的贴纸。

(2) Felix 的使用场景：

Felix 在 IG 上发了他前几日在旅游时拍的照片，他满心地把照片发上社交网站，期望可以和朋友讨论他拍摄照片的过程等心得。他一发出去一个小时候，慢慢地一个赞两个赞 10 个赞，慢慢地点赞数一直在增加。Felix 很开心但是却仿佛觉得缺了些什么，我有哪些进步的空间呢？Felix 想，他希望听到真心的评价与建议，让他能得以进步的意见。但他的朋友圈子里却很少有这类对摄影有兴趣和热心的朋友。（社区，Reddit 社区可以听到建议，但是很难有粘性巩固的朋友 流动性高。）

Felix 在 Youtube 上看到了《PicArtU》摄影交流平台，本来就觉得很无聊，但是他却看到了广告中介绍说该软件是以摄影交流为主的软件，于是他就抱着尝试的心去下载该软件，反正如果不好用就再删除。《PicArtU》摄影交流软件虽然是以交流为主，但是里面包含了很多功能，其中有些是他没使用过的功能。于是他一个个地去使用那些功能。

他填写完自己的资料就先去使用“搜索功能”，去寻找他人的作品，他想知道该软件是否真的有很多优秀的作品。他发现搜索界面里有划分照片类型，于是他按照自己喜欢的照片类型去寻找其他摄影师的作品，他非常惊讶因为几乎所有的作品都是非常优秀，很有艺术感和创意感。

之后他开始在该软件中发布自己的作品，他的每个作品得到很多人按赞和打赏，但同时也有一些摄影师在下面评论说一些建议。他越发越喜欢使用该软件，因为他发现他可以分类自己的作品。

在分析角色模型、痛点、功能及使用场景过后，我们可以根据以上的角色模型再进一步地去分析每个角色使用 App 的任务。

①Ana 的任务分析

任务序号	1. 任务分析 任务名称	功能特点
1	导师指导/课程教学功能-（有专业导师指导）	- 有专业导师指导 - 可以通过线上学习摄影知识，不用现场面

		对面上课 - 提供免费课程 - 可以从基础知识入手，很适合新手小白
2	教学-拍照教学功能（拍照 pose，教拍摄风景照、美食照等，提供参数）	- 有提供拍摄参数 - 可以从中学会自拍姿势、拍摄风景、美食、动物等照片
3	快拍-快拍功能以及快拍中	- 简单、易操作 - 可以随拍随发分享自己的生活 - 每张照片只会保存 24 小时，不会影响个人账户主页面的相册 - 可以查看一年前发布的照片
4	搜索功能-整齐、分门别类社区功能	- 分门别类社区，过滤掉无用的信息 - 搜索效率高 - 易于搜索自己喜欢的类别作品
5	创作-创作编辑功能	- 有多样贴纸可以添加到照片上 - 按照特殊日子添加贴纸 - 用贴纸表达自己的心情 - 使照片更加个性化

②Felix 的任务分析

任务序号	任务名称	功能特点
1	分享照片以及社交-（按赞、分享、评论、收藏、打赏功能）	- 分享自己的作品 - 按赞、分享、收藏、优秀作品，同时也可以收到他人的按赞、分享、收藏 - 提供和获得拍摄大神的建议
2	相册功能-整齐的相册界面	- 拥有属于自己整齐的相册 - 贮存自己的作品相册合集
3	搜索功能-发掘美图功能	- 挖掘更多的优秀作品 - 可以通过其他作品提升自己的艺术感和审美感
4	社交功能-分享照片以及社交-（按赞、分享、评论、收藏、打赏功能） 打赏功能	获得他人的打赏
5	社交功能-分享打卡地点功能（共享资源）	分享打卡地点

（二） 竞品分析

1. 市场状况

在数字时代的今天、摄影正被各类人群和企业以不同的方式使用。因此、对摄影师的需求正在增加、包括商业、时尚、产品、旅游、婚礼等诸多风格迥异的流派的许多机会。

由于技术性壁垒和消费壁垒、摄影在胶片时代和早期数码相机市场曾经是专业人士。智能手机的出现打破了摄影的技术壁垒、使照片的制作更加容易、并使图片得以迅速传播。愈多自由摄影师更关注在社区的作品发布与交流、一方面是为了学习（免费或者付费）、另一方面也是为了宣传与推广、提高成单率、因为一般成单率越高就表明发起人信誉越好。

2. 竞品简介

我们选取专业摄影社区应用由网易网 LOFTER、POCO 摄影、图虫、500px、米拍摄影、蜂鸟摄影作为竞品。由于这六款产品目标用户集中在国内、所以本文暂不探讨括号中的国外产品。六者皆是为摄影师提供一个交流、沟通的平台。除了网易 LOFTER 一款将社交分类之外、其他五款产品都将摄影与录像分类。

（1）网易 LOFTER

网易 LOFTER 自 2012 年上线以来、网易 lofter 的定位是轻博客产品。下载量为 206 万、口号是“让兴趣、更有趣”。产品也进行了几十次的版本迭代。APP 整体简单轻巧、界面设计清新、底部 tab bar 分四个模块：首页、发现、市集和我的、导航栏右滑可切换不同主题。整个产品交互统一、用户质量高、进入 APP 后定格发现页。

盈利模式为：①通过网易 LOFTER 乐乎印品个性定制赚取不同金额的费用；②与品牌合作、赚取广告费用；③通过福利市集销售单品；④通过广告引流用户到网易考拉海购及网易游戏。

（2）POCO 摄影

POCO 相机是一款专门针对摄影人、发烧友使用的拍照 APP、生活随拍、旅游路上、静物小景、视觉创意的发烧级手机拍照应用、双重曝光镜头、鱼眼拍照、四格镜头、拼图镜头、移轴镜头等皆能用 POCO 相机实现你想要的效果、内置多种拍照镜头、而且还支持单反相机专业的对焦和测光分离功能。口号是“图的就是好玩、优质摄影师都在用”。

（3）图虫-好玩又赚钱的摄影社区

图虫是今日头条旗下的 app、是中国优质的摄影师分享交流社区和成长平台。下载量为 248 万。像是结合网易 LOFTER 和 POCO 两者的产物、一方面聚集了大量优质用户、另一方面又在社区互动方面有不错表现、内容卡片包含发布相关（发布人头像+发布人用户名+发布时间）+内容主体（多张图以宫格显示+标题+描述+标签）+内容动态（评论+点赞+最近点赞的用户[见发布时间右方]）。内容展现和交互方面都有很棒的表现。

相比之下重的、功能也更加多样、像“照片电影”这个功能就是你相当于抖音的静态照片版、

除此之外图虫面向更低端的用户群、因此会提供免费的图文摄影教程、还有线下的胶囊演讲——收集优秀照片线下展览；

图虫的个人页面会把图片收益放在非常明显的位置、以引导用户在首页供稿（提供授权照片）、让用户不仅仅只是在交流、而是同时引导用户创造作品的价值。

盈利模式 为：①品牌合作：通过与其他企业合作举办摄影征稿、收取平台佣金与服务费用；②作品售卖：将正版图片、设计素材卖给各大企业用以宣传广告等用途；③ 佣金分成：为广大摄影师及爱好者提供一个供稿以及销售平台、以分成的模式获利。

（4）500px-摄影社区

视觉中国是一个致力于摄影分享、发现、售卖的专业平台、用户为 国 外 摄影作品的导入、后台引入有赞商城系统、提供电商职能以供用户购买、积分兑换实体商品、与作品更展现其参数与热度以及其他用户对作品的评价。成立于 2003 年、下载量有 700 万。

盈利模式为：①品牌合作：通过与其他企业合作举办摄影征稿、收取平台佣金与服务费用（中信银行、人民网、人民日报、一汽马自达…）；②电商周边：通过电商出售衣物、书籍等实体商品获得收入；③线上课程：在商城出售摄影课程获取收入；④增值服务：出售时间戳版权保护用户原创作品以获得收入。

（5）蜂鸟摄影

口号是“中国专业影像门户”。蜂鸟网、隶属北京蜂鸟映像电子商务有限公司、成立于 2000 年、是中国影像互联网平台领军企业。2015 年 1 月、蜂鸟网独立。截至 2016 年 6 月、全平台累计用户 1000 万。在为广大摄影用户提供专业、丰富的摄影资讯的同时、为器材厂商和经销商提供卓越有效的互联网营销解决方案。围绕“影像生活”为用户提供互动交流、二手摄影器材交易平台、以及提供专业的摄影培训课程和高品质的影像输出等服务。

（6）米拍摄影-原创摄影交流学习平台

成立于 2015 年 01 月、米拍摄影社区是深受青年摄影师喜爱的交流成长平台、超过 300 万+的摄影爱好者已加入米拍大家庭。和类似产品我们可以欣赏优秀摄影作品、视频、文章、学习摄影知识、结识同好摄影师、还可以发布摄影作品、交流拍摄经验、建立个人摄影空间、参加摄影活动、赢取摄影大奖。

口号是“青年摄影师都在玩”。盈利模式有两种、①广告和卖货；②广告插入方式、定制照片的商城做的不错、价格亲民、而且和产品相关。

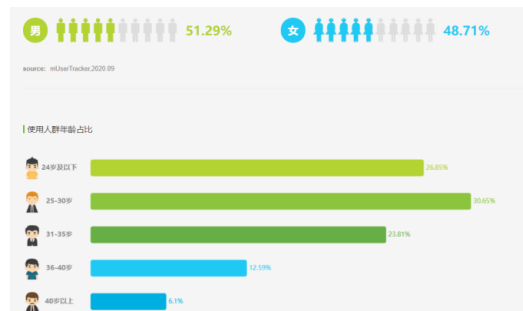
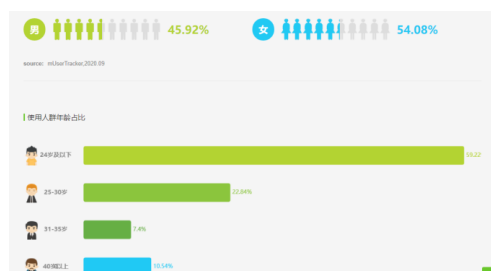
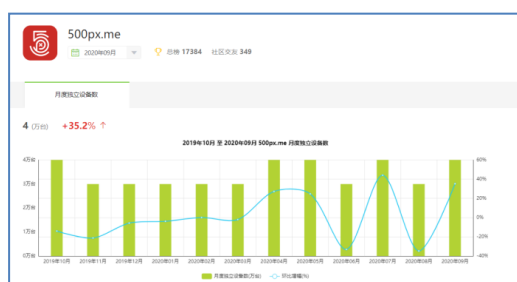
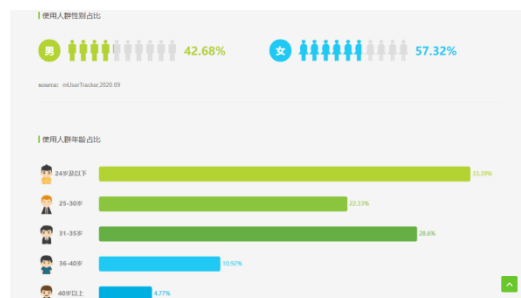
3. 竞品分析

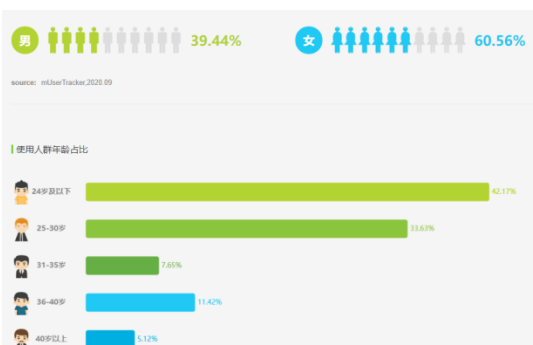
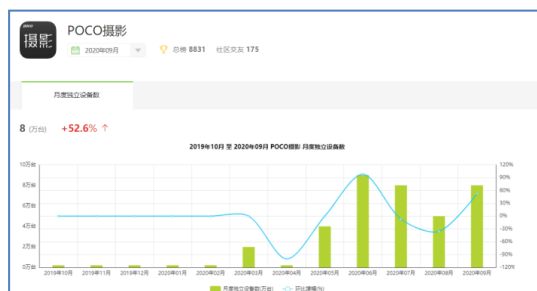
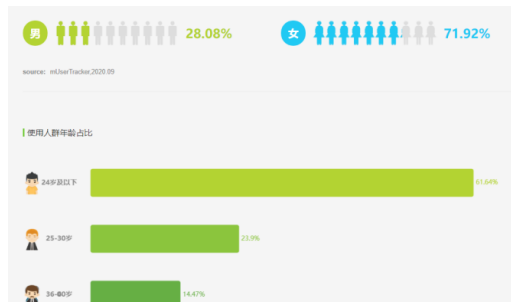
通过市场数据表现、分析六项竞品在摄影软件的市场竞争格局、各自所处行业地位。从产品的角度分别分析产品的主要功能、功能迭代以及运营路径、进一步了解六款产品的发展趋势。提出相应的需要增强的修改意见和看法。

（1）榜单排名

应用名	最新更新时间	分类排名	总榜排名	关键词覆盖数	ASO指数	竞品对比
 图虫 Tuchong Network Techn...	2020-10-05	第17名 摄影与录像	第201名 总榜	14437 	1816 	ASO 排名
 500px摄影社区 视觉中国	2020-09-23	第115名 摄影与录像	1500名之外 总榜	3167 	313 	ASO 排名
 米拍摄影 Chengdu Keyi Culture ...	2020-09-25	第420名 摄影与录像	1500名之外 总榜	1609 	162 	
 POCO摄影 POCO.CN	2020-10-22	第413名 摄影与录像	1500名之外 总榜	4429 	214 	ASO 排名
 蜂鸟摄影 Beijing fengniao Yingxia...	2018-07-09	第521名 摄影与录像	1500名之外 总榜	2285 	143 	ASO 排名
 网易LOFTER NetEase (Hangzhou) N...	2020-10-21	第35名 社交	第546名 总榜	9461 	1458 	ASO 排名

(图片来自七麦数据搜索)





(数据皆来自艾瑞指数搜索)

(2) 功能内容对比

	网易 LOFTER	图虫	POCO 摄影	500px	米拍摄影	蜂鸟摄影
关注	√	√	√	√	√	√
订阅	√	-	-	√	√	√
频道/分类	√	√	√	√	√	√
标签	√	√	√	√	√	√
贴纸	√	-	-	-	-	-
滤镜	√	√	-	-	√	-
私聊	√	√	√	√	√	√
群聊	-	-	-	-	-	-
推荐	√	√	√	√	√	√
搜索	√	√	√	√	√	√
摄影课堂	√	√	√	√	√	√
个性定制	√	√	√	√	√	√
大片模式	-	-	-	-	-	-
个性产品购买	√	√	-	-	-	√
上传照片	√	√	√	√	√	√
直播	-	√	√	-	-	-
拍摄短视频	√	-	-	-	-	-
附近	-	-	-	√	√	-
城市切换	-	√	√	√	√	√

二维码名片	-	√	√	√	-	√
消息通知	√	√	√	√	√	√
第三方登录	√	√	√	√	√	√
添加好友	√	-	-	-	-	√
开通会员	-	-	-	-	√	√
推荐关注	√	√	√	√	√	√
打赏	-	√	-	-	√	√
看小说	√	-	-	-	-	-
广告	√	-	√	-	√	√
好货交易	-	-	-	-	-	√
卖二手	-	-	-	-	-	√
签到	-	√	-	-		-

(3) 各竞品优缺点

优势		
1	500px	用户超过 700 万用户、其中包括企业与政府机构 全球摄影资源共享与交流 高端摄影爱好者集聚地、图片质量高 界面简洁、上传作品操作简单 热度式排名激励机制、提高用户发布作品欲望
2	图虫	用户活跃度高 照片电影足够特色 线下展览作品、有利于加强老用户关系与拉新 现金式用户激励机制、用户上线效果显著 图虫有勋章功能、里面的图形很吸引人、引起用户更有动力完成任务并且促使用户花在应用上的时间更多
3	网易 LOFTER	UI 设计年轻化、交互优美 作为轻博客、网易 LOFTER 继承了网易系兄弟姐妹们优秀的设计水平、以文艺清新的路线吸引了众多用户驻足。 内容丰富、高质量用户多 网易 LOFTER 为用户订制了 13 个兴趣圈子：“推荐”、“摄影”、“设计”、“二次元”、“绘画”、“旅行”、“娱乐”、“影视”、“游戏”、“文学”、“视频”、“时尚”、“生活”、这 13 个主题都是时下年轻人最感兴趣的话题。网易 LOFTER 以视觉审美为基础、逐渐覆盖生活方式、时尚娱乐、二次元等领域、所以网易 LOFTER 上的图片质量都很高。内容丰富、质量高、自然高质量的用户就会增加。 网页版+客户端

		网页版和客户端双向支持、方便用户使用。 发布版权明确 在网易 LOFTER 上发布文章、图片、视频、音乐时、可以选择声明版权、保证一大部分原创作者的版权、并帮助增强普通用户的版权意识。 商业模式较为成熟 网易 LOFTER 有自己的商业模式、可以赚取合作品牌厂商的广告费用、也可以依据福利集市与乐乎印品赚取收益、还能通过平台导流到旗下网易印象拍、大影家、考拉海购等 app、它的存在并非单一性的、是可以成为其它应用相互导流的入口、资源共享。 操作有反馈 不管在网易 LOFTER 内做任何操作、这款 APP 总是能给用户相应的反馈、体验感良好。
4	POCO	功能强大、做图片分享社区
5	蜂鸟摄影	图片下载很方便
6	米拍摄影	颜色年轻化、与众不同 有“打分”功能、人人都喜欢给别人评价

缺点		
1	500px	操作流程不流畅 社区用户交流活跃度较低 用户无法在平台进行社交沉淀、作品点赞人数少 很多国外人在首页出现、带来给用户的体验不够熟悉感
2	图虫	整体较重、界面不够简洁 功能分布散乱不集中、多个路径有相同的功能 上传作品较之 500px 较为复杂 作品上传速度过慢
3	网 易 LOFTER	引流效果不佳 网易门户、网易邮箱、网易游戏是网易旗下的三款核心产品、用户的着眼点均不在 lofter 这类产品上、难以获得公司大力支持、因此无法进行较大规模的运营或营销；lofter 对新用户的引流做的不够、很多网易老用户对 lofter 这个产品的认知还不清晰。 社交属性弱 突出了图片内容、弱化了人的存在、整个社区的社交属性弱、不具备很强的互动性。 专业摄影+贴纸、接地气但不统一 将高逼格的摄影与接地气的贴纸融合在一起、风格不统一、与社区氛围不相符。

		弱化文字的力量、转型较失败 从偏向摄影的轻博客转型为图片社交平台、忽视了部分用户对于轻博客&文字创作的需求、丧失了作为轻博客该有的文字里了、单纯的图片载体很难形成传播效应；从最初相对于小众的文艺定位转型为大众泛娱乐的图片社区、不被老用户所看好、可以说是一次较为失败的转型、也因此失去了部分从网易微博转来的老用户。
4	POCO	POCO 的图片分享社区化并不乐观、在平台上难以建立稳定的交际圈、而对于摄影师级分享这个平台又显得太 low、目前进退两难。其实 POCO 受到很多不良反应、特别在 2020 年五月-九月期间； “没发上传作品、点击完成以后就闪退！” “经常出现点击作品封面无反应的情况、修复一下吧！” “文章都收藏不了、点击收藏就弹出登录界面、可是我都已经登录了” “新版界面太炫酷了、无法下载图片、” “未有解决点击重试、账号无法注册、第三个应用无法登陆、提示请求失败、图片加载很慢而且有时总出错误” “怎么不支持横屏查看图片？赶快升级支持吧！” “发现有时候刷新个人信息刷新不出而且发照片的在哪里？” “发不出照片、一发照片就闪退。一直闪退、这是什么 app 啊？连个客服都没有、说说绑定手机号码上传 10 件作品就可以了、结果搜了微信号、没有理我、发了那么多作品、全是机器人、关注上万个用户的也有、每一件作品上都在评论：作品很不错需要点赞、新年快乐、意想不到的垃圾 app、删了” “和以前的画质差太远了、放大以后全都是马赛克、好歹也给个 1080 啊、这看着太难受了、审核时间太久 节假日更久” “头像变模糊前一阵子的作品集找不到了手机客户端传不上照片闪退假死等” 建议细化修图功能、社交加好友方面与腾讯合作、引导用户在平台组建熟人圈、巩固位置。
5	蜂鸟摄影	整体较重、界面不够简洁 功能分布散乱不集中、多个路径有相同的功能 上传作品较之 500px 较为复杂 作品上传速度过慢
6	米拍摄影	手机号不能注册、必须绑定社交账号、绑定以后还要再绑定手机、验证码还有一分钟限制。

4. 设计启示

- (1) 产品要有特别突出与主要的功能，同时突显个别功能稍显冗余。
- (2) 作为一款内容类的产品，不可弱化文字的力量，因为一篇文章的表现力可能

甚于一张图、一首歌。放大文字的力量，不仅仅能够增强内容的丰富性，还能增强媒体传播能力。

（3 提升滤镜质量、简化图片分享流程、不断提升用户在分享过程中的体验感。

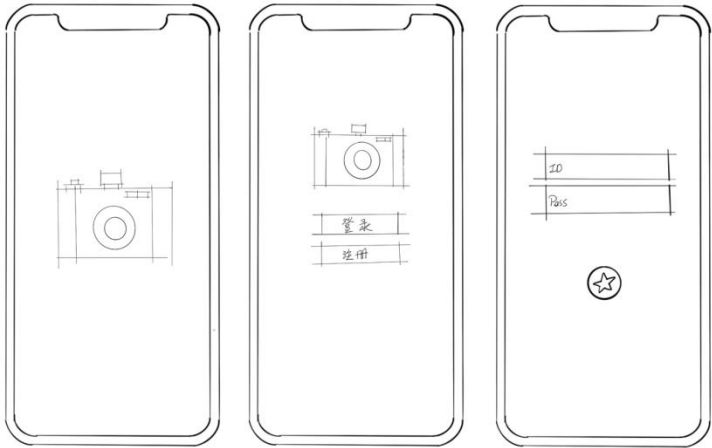
（4）应该增强用户在使用时的社交属性，藉此方便用户在交流中产生共鸣，以增强对产品的认同感，吸引更多有共同兴趣的用户加入和使用。

三、 产品模型

（一） 产品形象



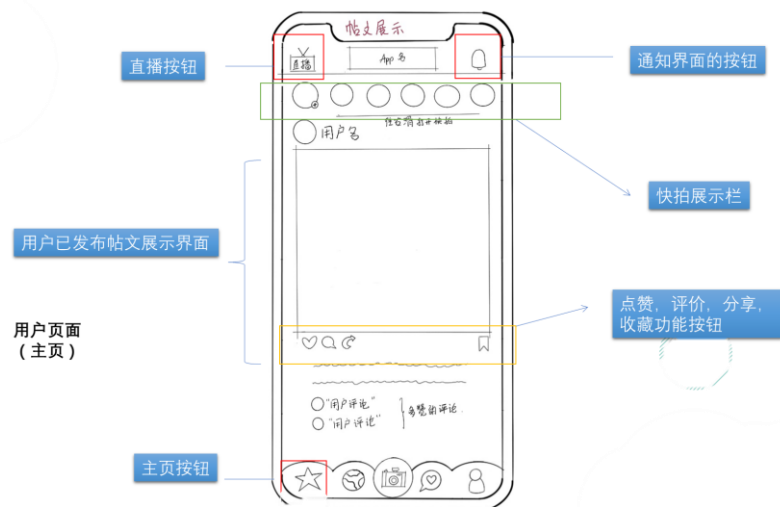
（二） 低保真原型图



登入页面



注册页面



用户页面 (主页)

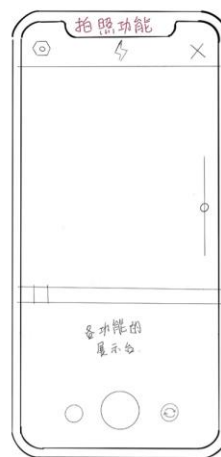
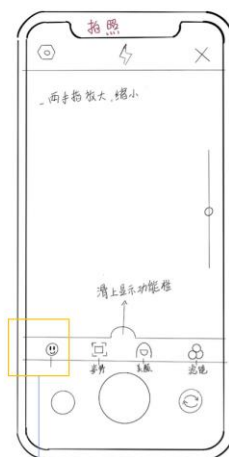
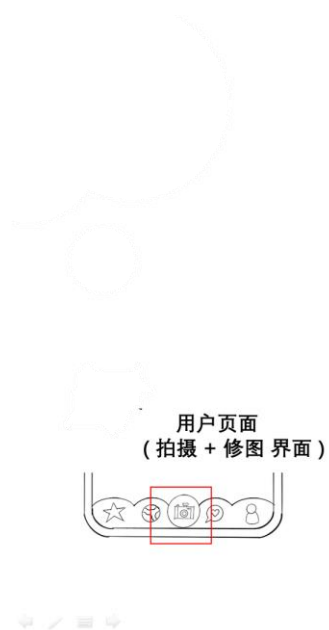


搜索栏

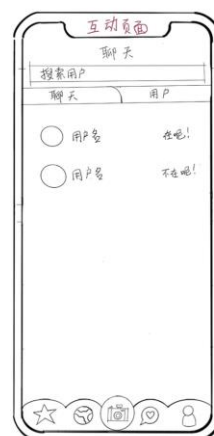
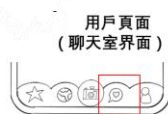
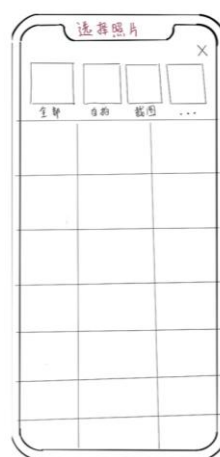
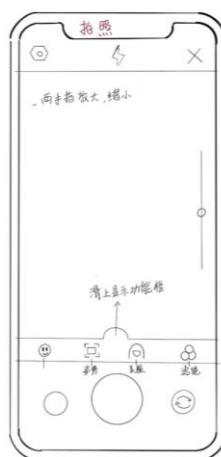
推荐内容展示界面

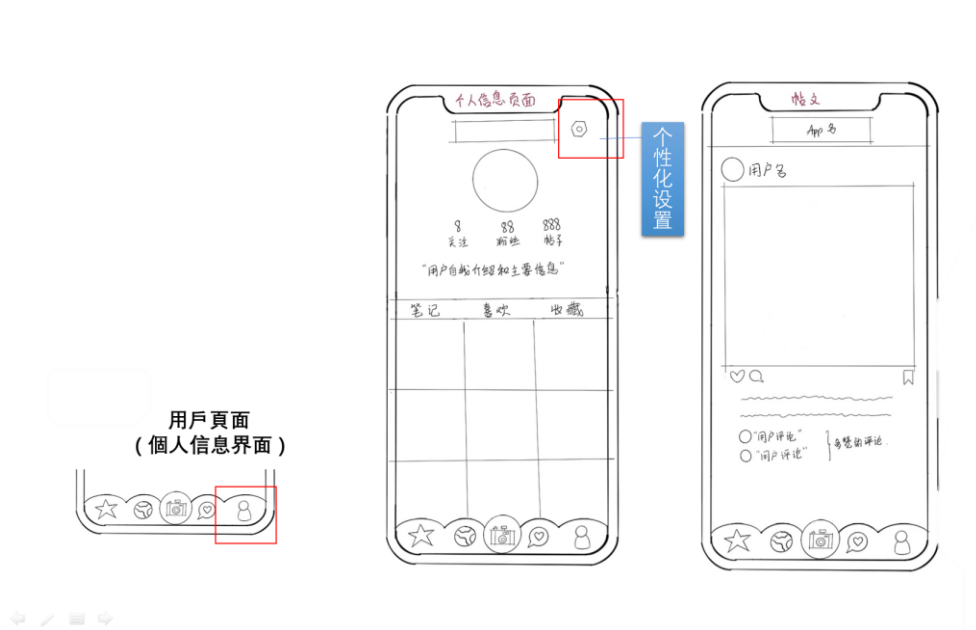
用户页面 (探索界面)





可选择现有的贴纸或自制sticker





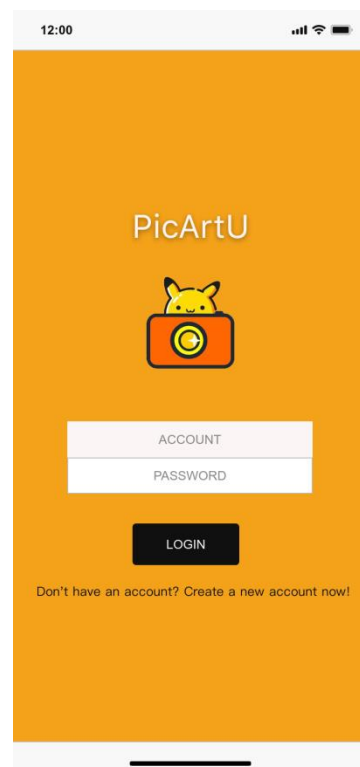
(三) 高保真概念图

APP 界面——基本(黄色)

1. 登入及注册页面



开始界面



用户登入界面

12:00

○

ID

PASSWORD

USERNAME

NEXT

用户注册界面
(设置账号及密码)

12:00

PicArtU

Basic Information

GENDER

AGE

AERA

Preferences

Filming technique level

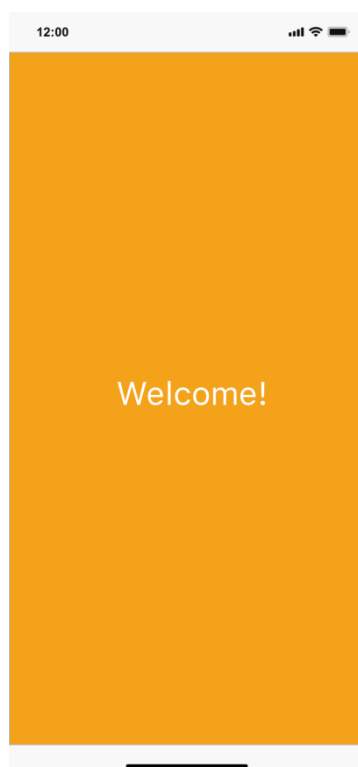
Type of you want to browse

About recommendation

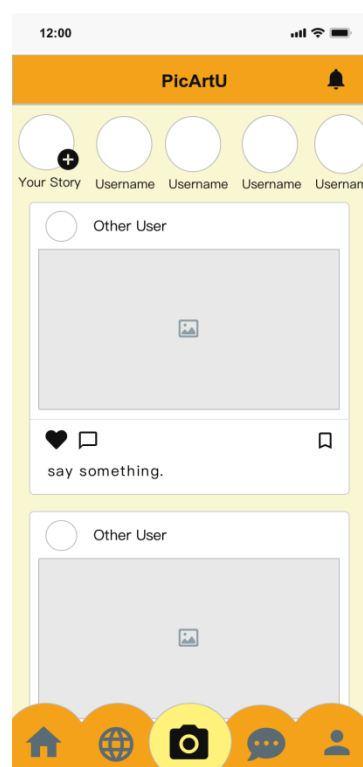
SUBMIT

用户注册界面
(填写个人基本资料)

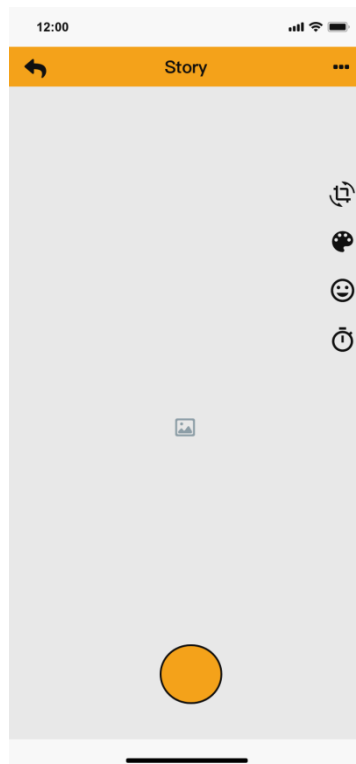
2. 成功登入页面及主页界面



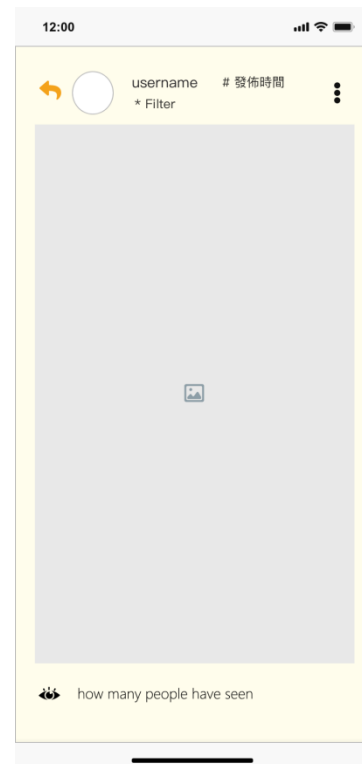
成功登录界面



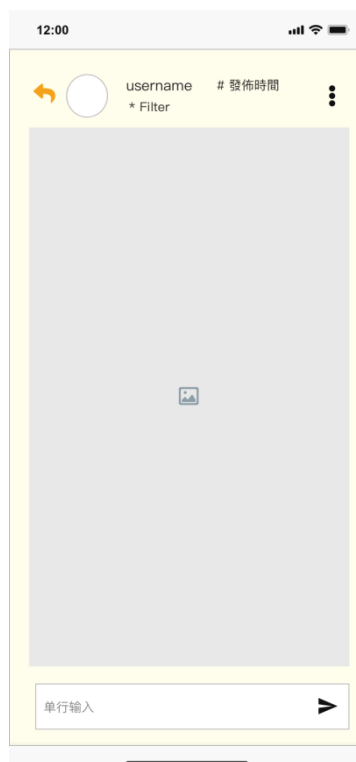
用户主页界面



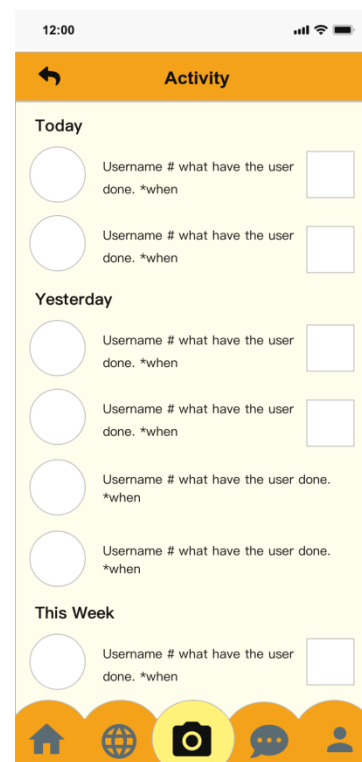
用户注册界面-新增快拍



用户注册界面-浏览自己已发布快拍

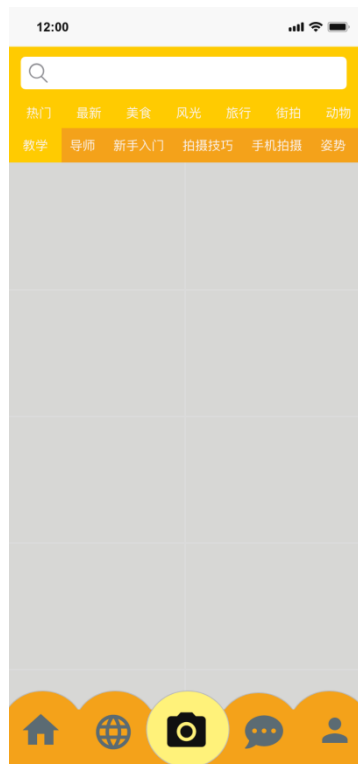


用户注册界面-浏览其他用户的快拍

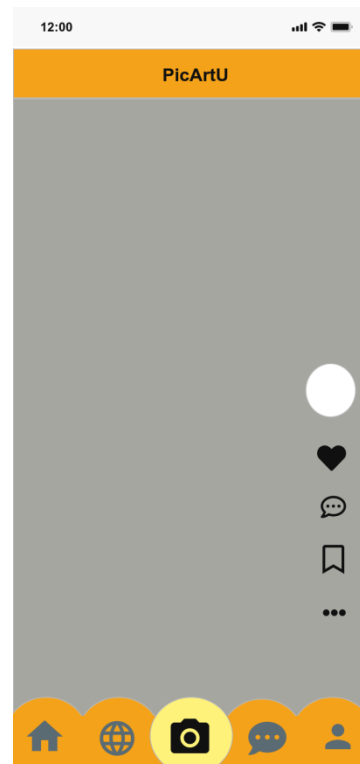


用户注册界面-查阅通知

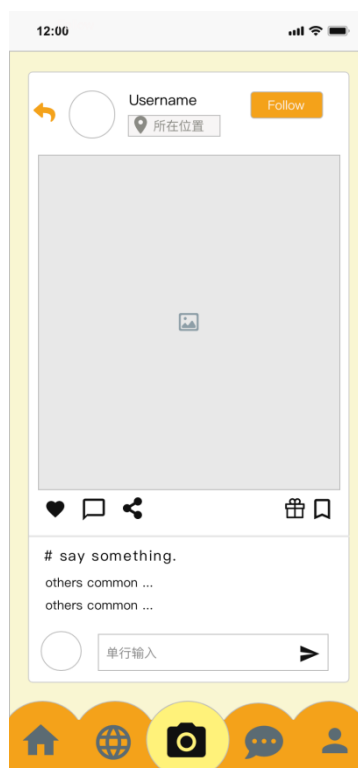
3. 教学功能使用界面



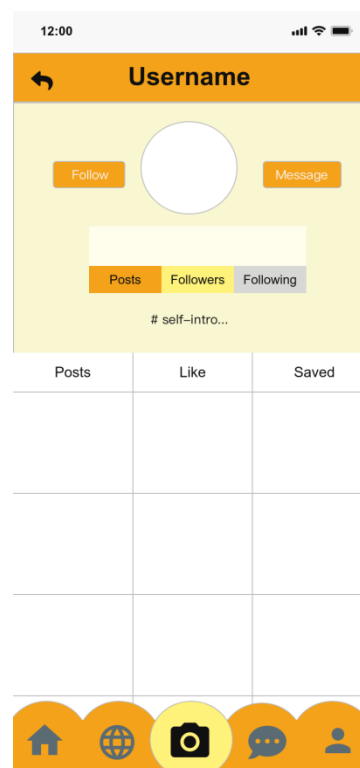
教学功能界面
(用户可根据个人需求选择浏览所需内容)



教学功能界面-视频形式呈现的帖子

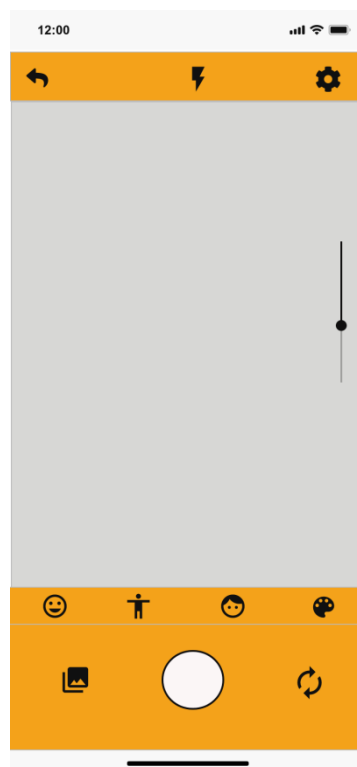


教学功能界面-相片形式呈现的帖子

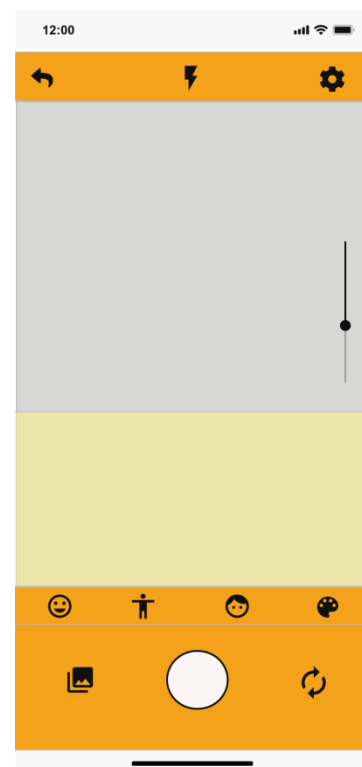


浏览其他用户信息界面
(用户可浏览其他用户信息及其已发布作品)

4. 拍摄+修图功能使用界面



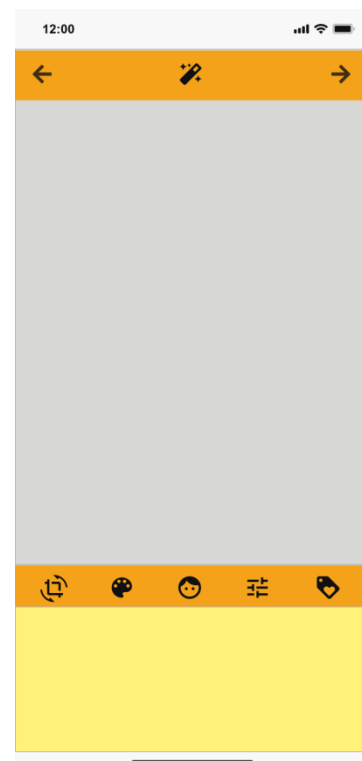
拍摄功能界面



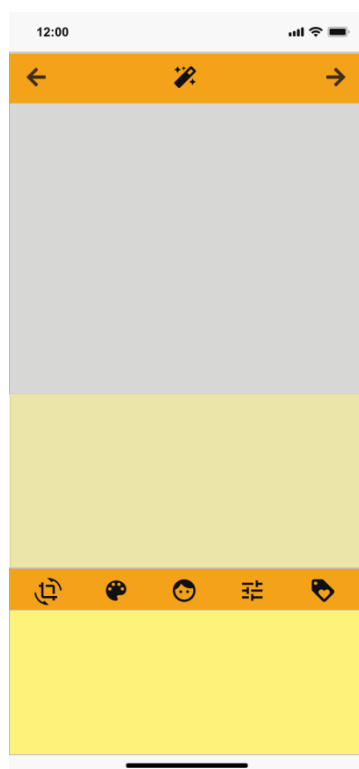
拍摄功能界面-弹出延伸工具内容



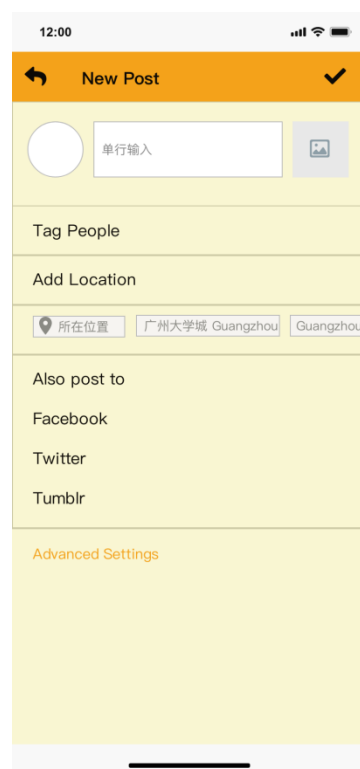
修图-选择图片界面
(已有相片进行编辑)



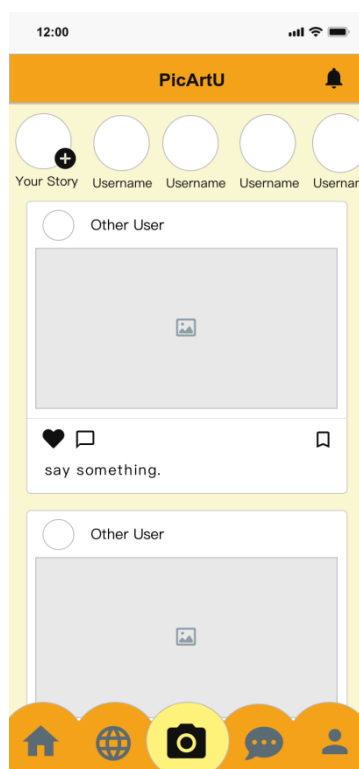
修图-编辑图片界面
(对已有的或刚拍的相片进行编辑)



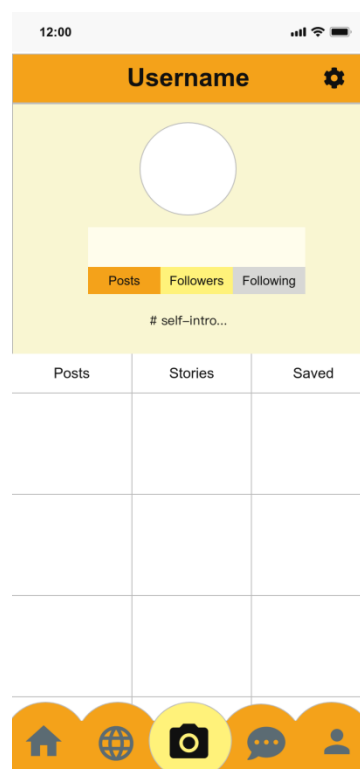
修图功能界面-弹出延伸工具内容



发布作品页面

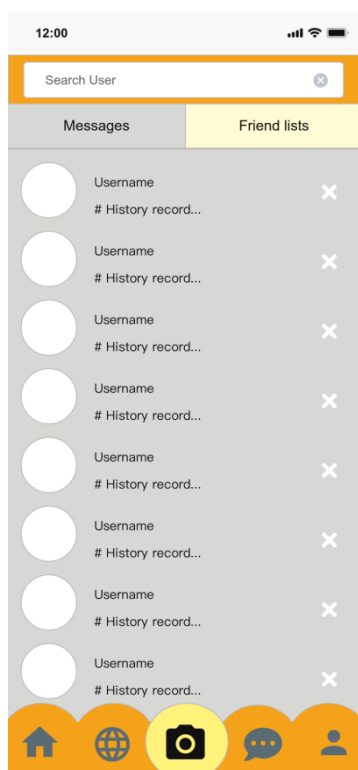


主页界面
(用户发布了的作品会在此处)



个人主页界面
(用户可在此查看自己已发布的作品)

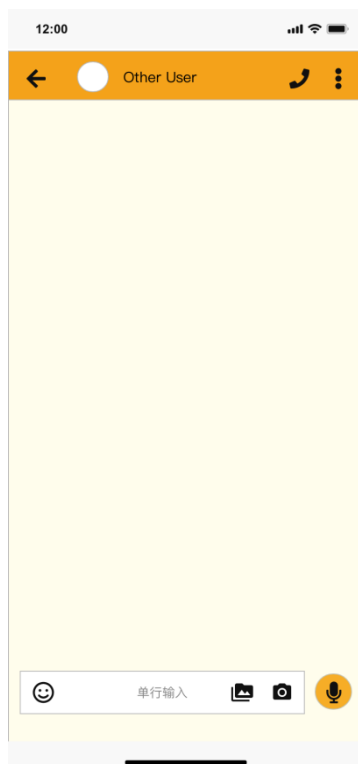
5. 聊天室界面



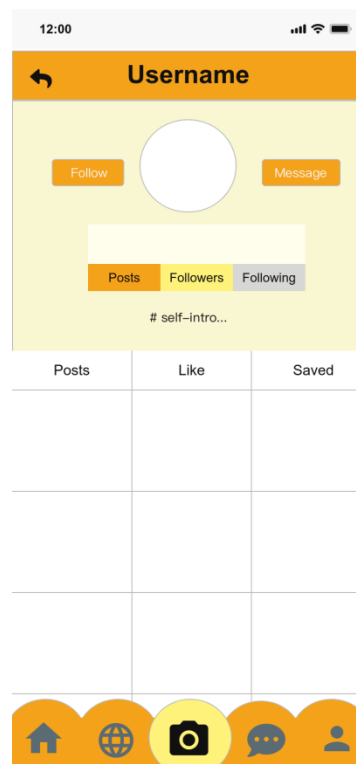
聊天室界面-已有纪录



聊天室界面-好友列表

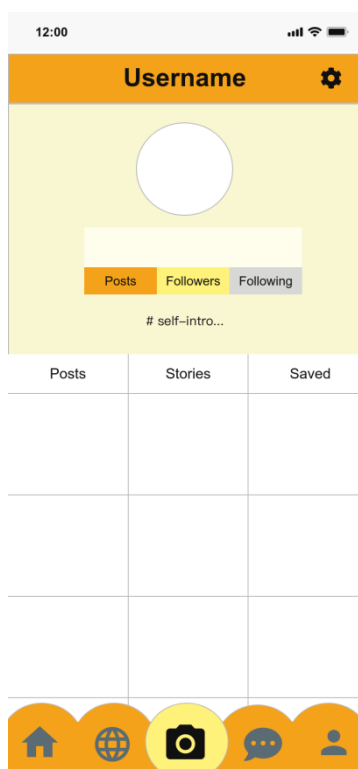


聊天室界面

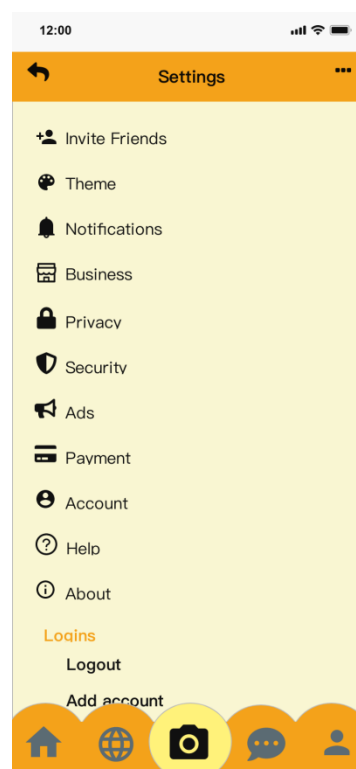


其他用户个人页面
(用户可于此页面点击 message 按钮, 给该用户发消息)

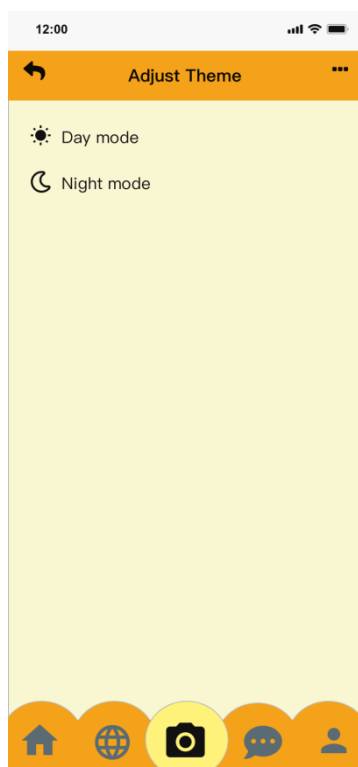
6. 个人主页界面



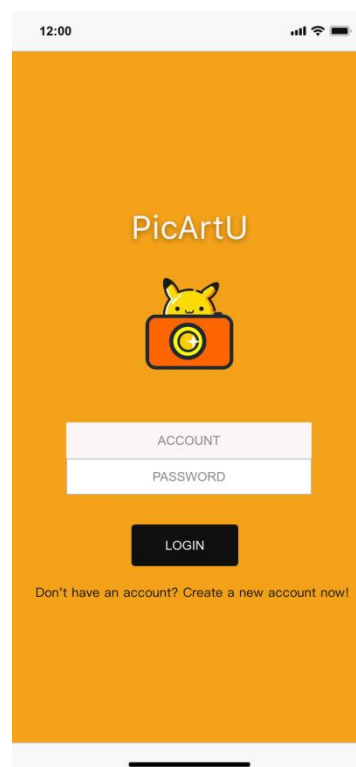
个人主页界面
(用户可在此查看自己已发布的作品以及已收藏的帖子)



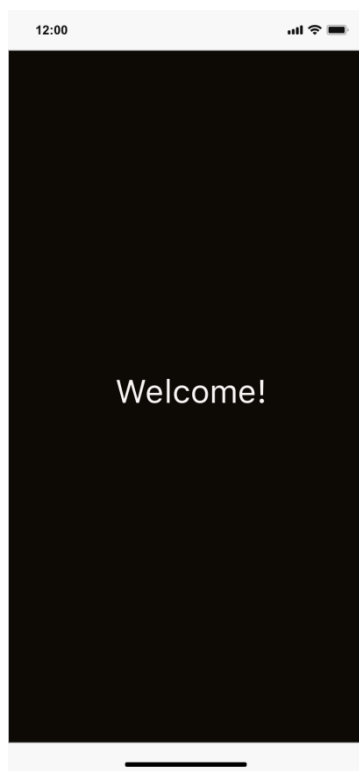
个人主页界面-更改设置页面
(用户可在此更改个人设定或管理账号)



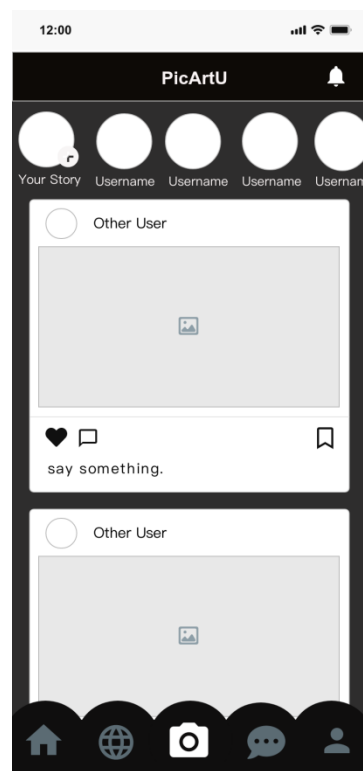
更改设置页面-更换主题配色



更改设置页面-切换或注销账号



更改设置页面-更换主题配色后



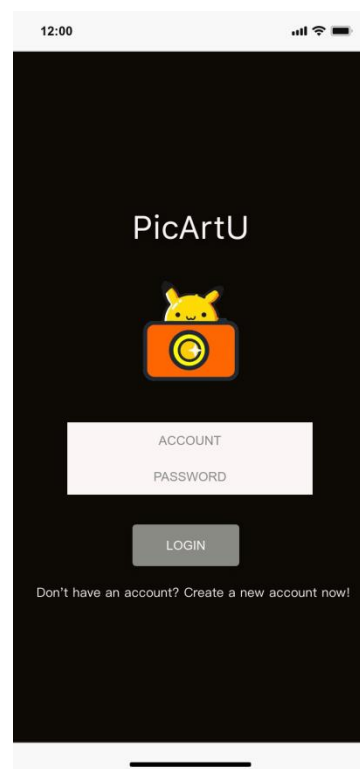
更改设置页面-更换主题配色后

APP 界面--——基本(黑色)

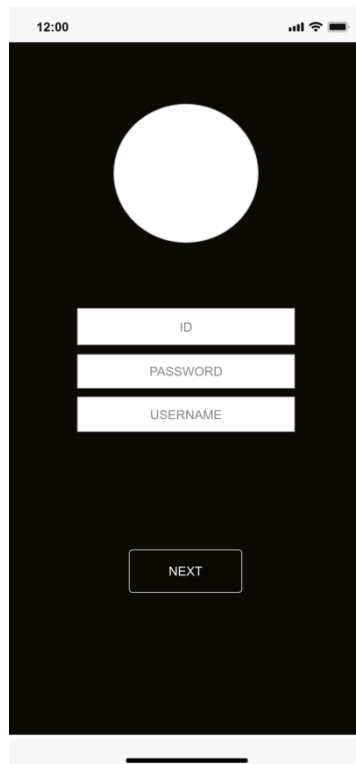
1. 登入及注册页面



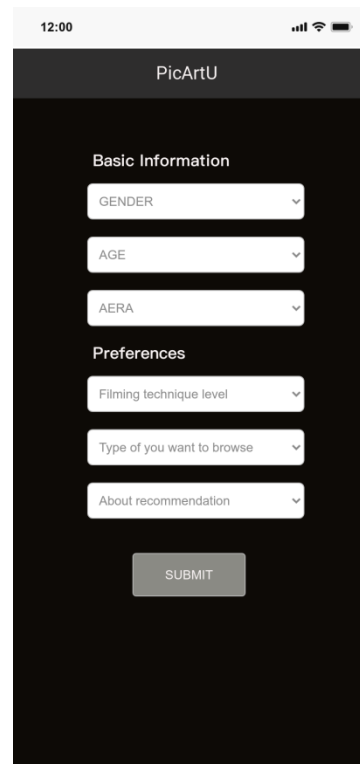
开始界面



用户登入界面

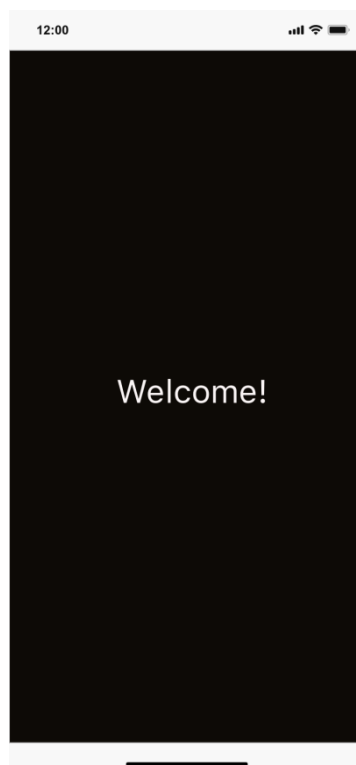


用户注册界面
(设置账号及密码)

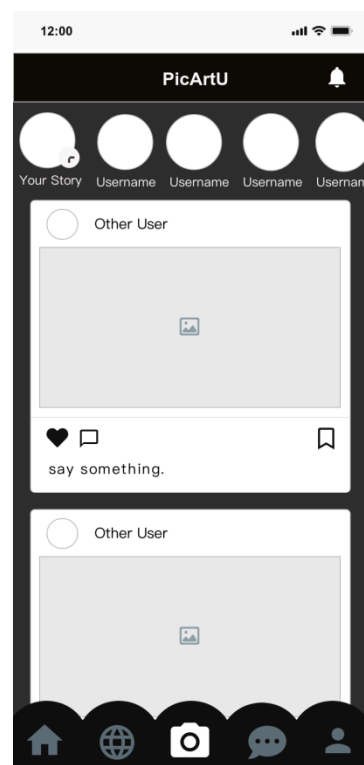


用户注册界面
(填写个人基本资料)

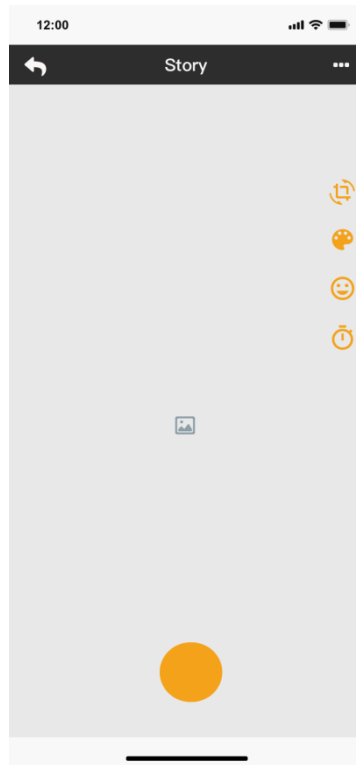
2. 成功登入页面及主页界面



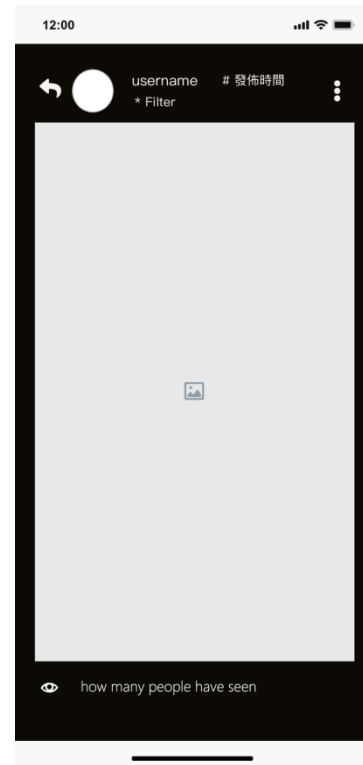
成功登录界面



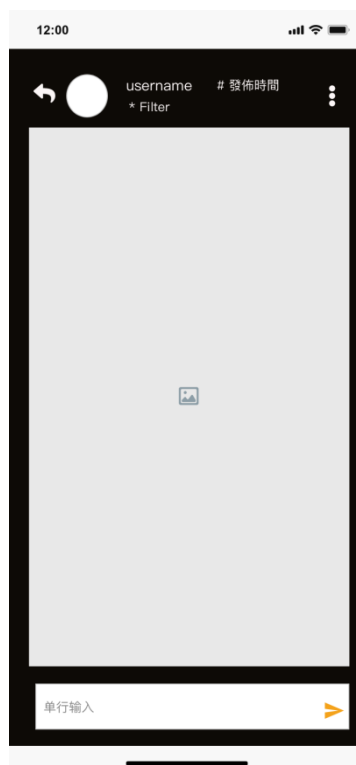
用户主页界面



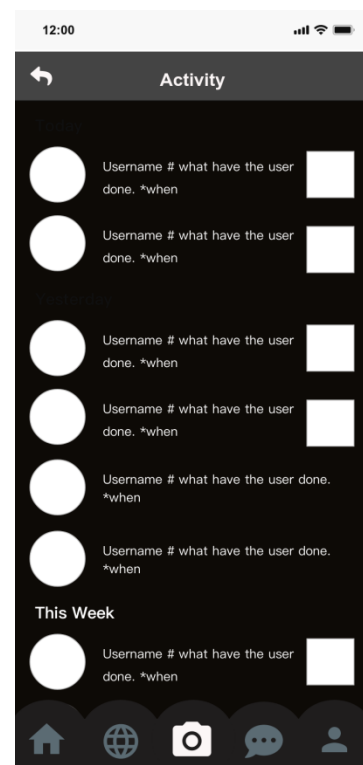
用户注册界面-新增快拍



用户注册界面-浏览自己已发布快拍

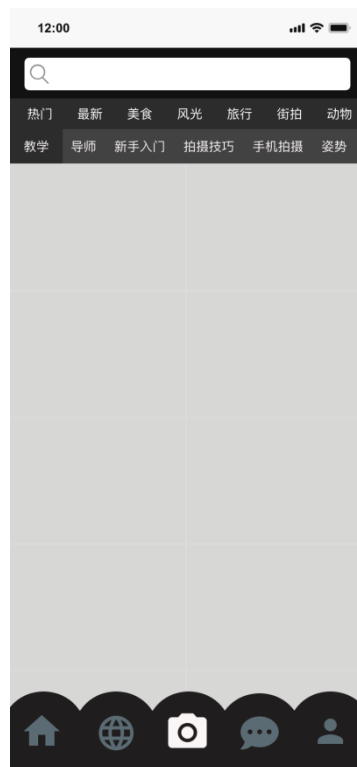


用户注册界面-浏览其他用户的快拍

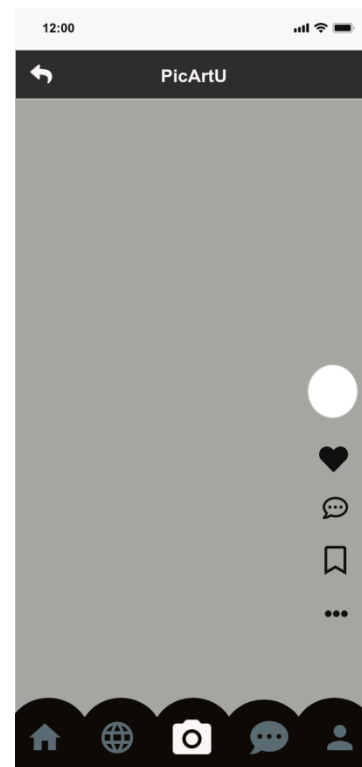


用户注册界面-查阅通知

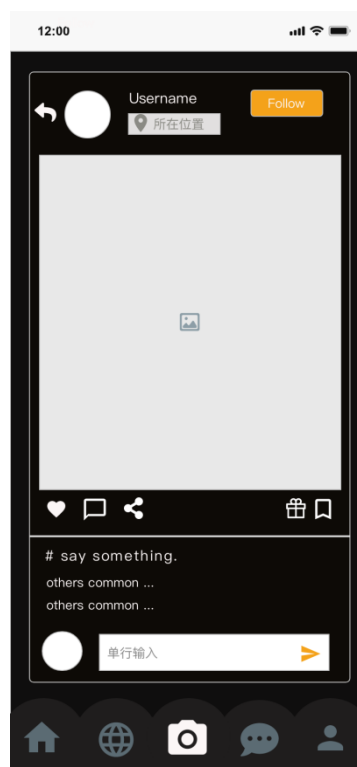
3. 教学功能使用界面



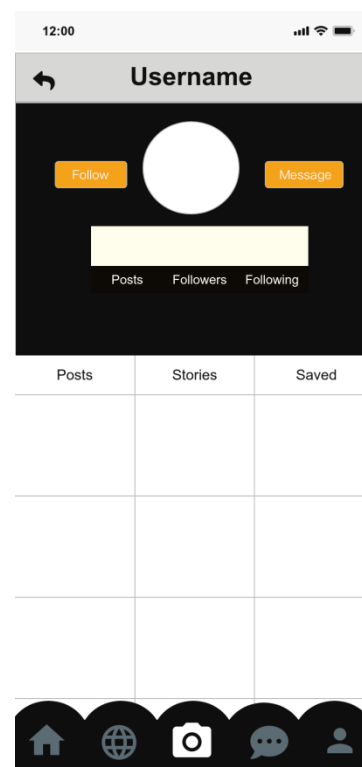
教学功能界面
(用户可根据个人需求选择浏览所需内容)



教学功能界面-视频形式呈现的帖子

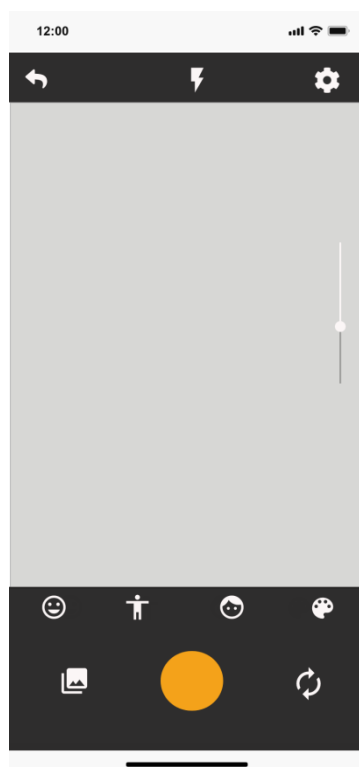


教学功能界面-相片形式呈现的帖子



浏览其他用户信息界面
(用户可浏览其他用户信息及其已发布作品)

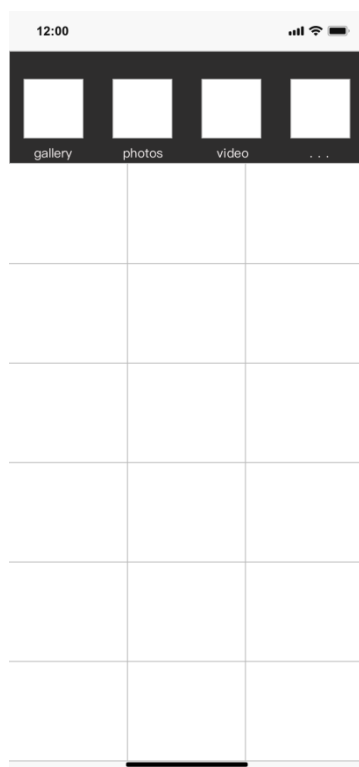
4. 拍摄+修图功能使用界面



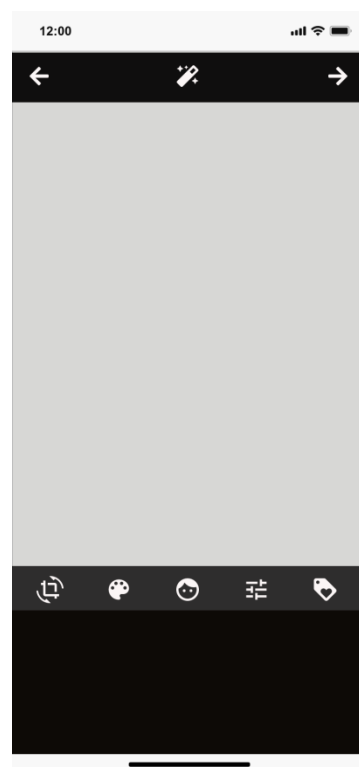
拍摄功能界面



拍摄功能界面-弹出延伸工具内容



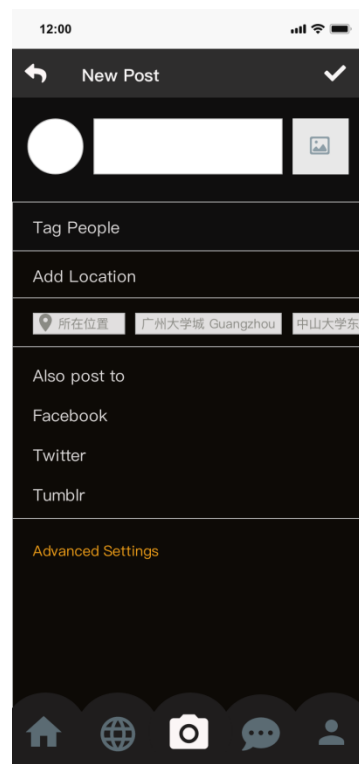
修图-选择图片界面
(已有相片进行编辑)



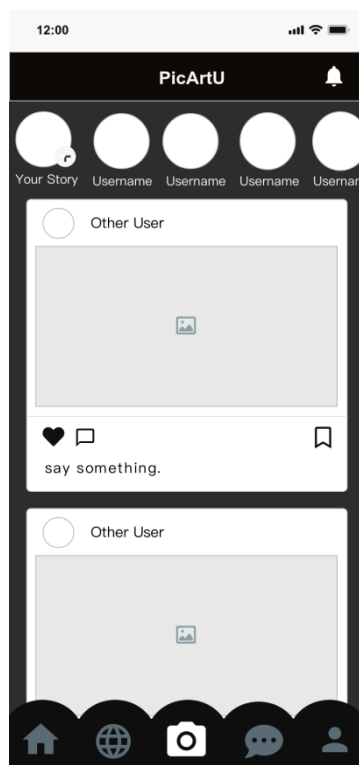
修图-编辑图片界面
(对已有的或刚拍的相片进行编辑)



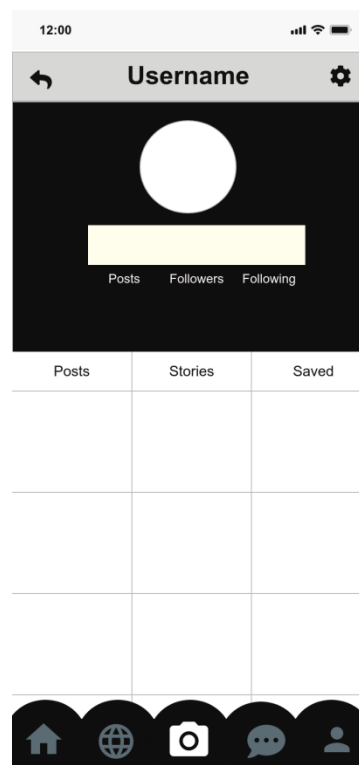
修图功能界面-弹出延伸工具内容



发布作品页面



主页界面
(用户发布了的作品会在此处)

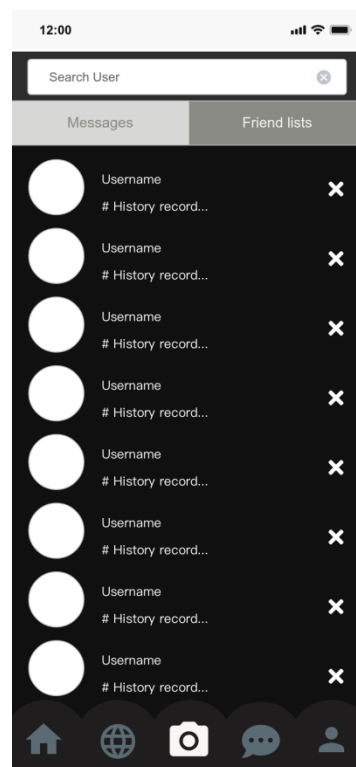


个人主页界面
(用户可在此查看自己已发布的作品)

5. 聊天室界面



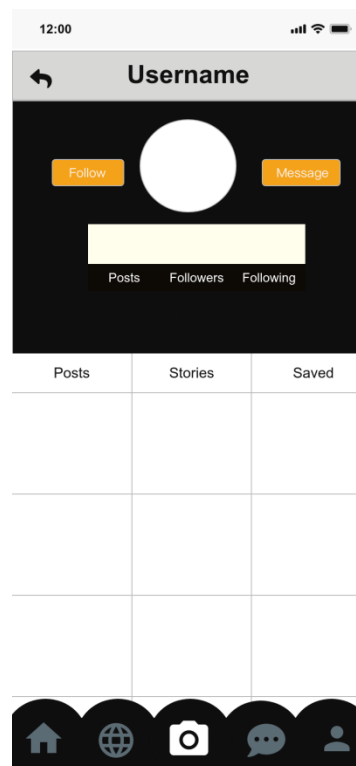
聊天室界面-已有纪录



聊天室界面-好友列表

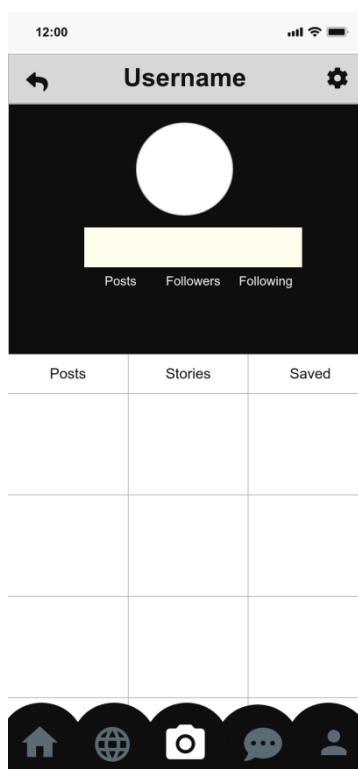


聊天室界面

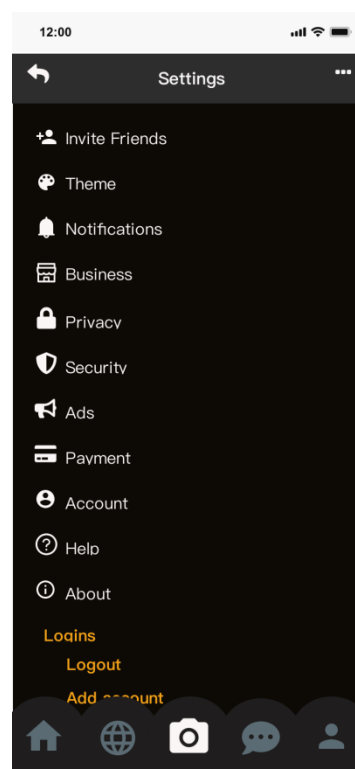


其他用户个人页面
(用户可于此页面点击 message 按钮, 给该用户发消息)

6. 个人主页界面



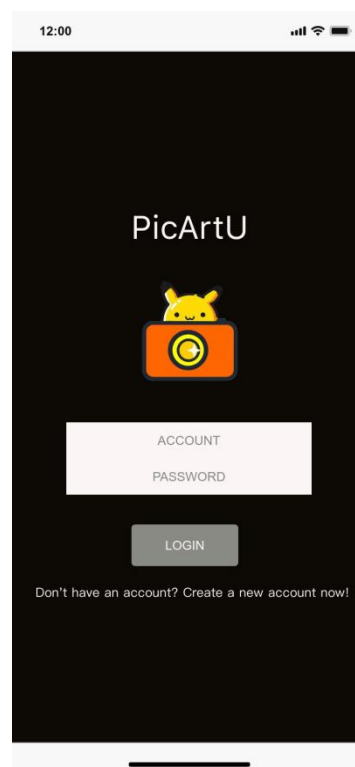
个人主页界面
(用户可在此查看自己已发布的作品以及已收藏的帖子)



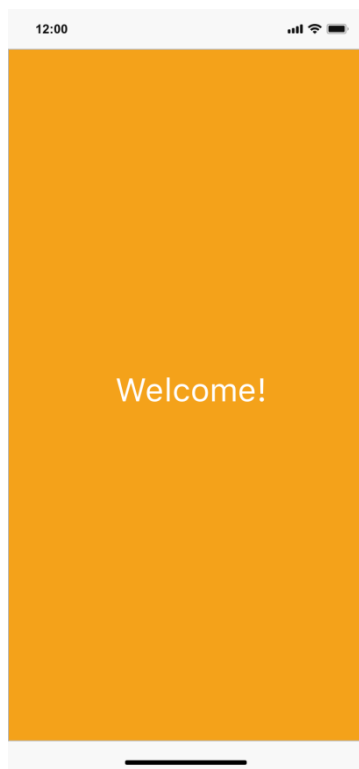
个人主页界面-更改设置页面
(用户可在此更改个人设定或管理账号)



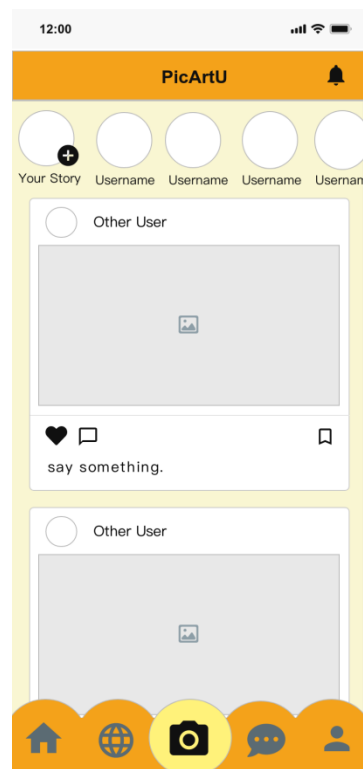
更改设置页面-更换主题配色



更改设置页面-切换账号或注销



更改设置页面-更换主题配色后



更改设置页面-更换主题配色后

四、 产品预期

- （一） 让用户可以分享生活与摄影爱好者进行交流和信息共享
- （二） 用户自主学习并获取相关信息，以提高自身水平
- （三） 增加用户交流的实时性，激发更多创意和想象空间
- （四） 可持续有目的地吸引专业人士进驻平台，为基础用户提供相关专业信息
- （五） 塑造更健康、更有趣味的社交方式！

附：开发团队

项目经理：关颖怡

产品经理：陈玉玲 陈珊华 娜贝拉

交互设计：关颖怡 娜贝拉

视觉设计：阮嘉忻

文档管理：关颖怡



PicArtU