



# 红海市场中的产品策略

By 阿里音乐 汪雨 [york.wy@alibaba-inc.com](mailto:york.wy@alibaba-inc.com)

# Geekbang>

极客邦科技

全球领先的技术人学习和交流平台

扫我，码上开启新世界



# Geekbang>

InfoQ | EGO | StuQ

## InfoQ

专注中高端技术人员  
的社区媒体

## EGO

EXTRA GEEKS' ORGANIZATION  
NETWORKS

高端技术人员  
学习型社交网络

## StuQ

实践驱动的IT职业  
学习和服务平台



促进软件开发领域知识与创新的传播



# 实践第一 案例为主

时间：2015年12月18-19日 / 地点：北京·国际会议中心

欢迎您参加ArchSummit北京2015，技术因你而不同



ArchSummit北京二维码



[北京站]

2016年04月21日-23日



关注InfoQ官方信息  
及时获取QCon演讲视频信息

# 目录

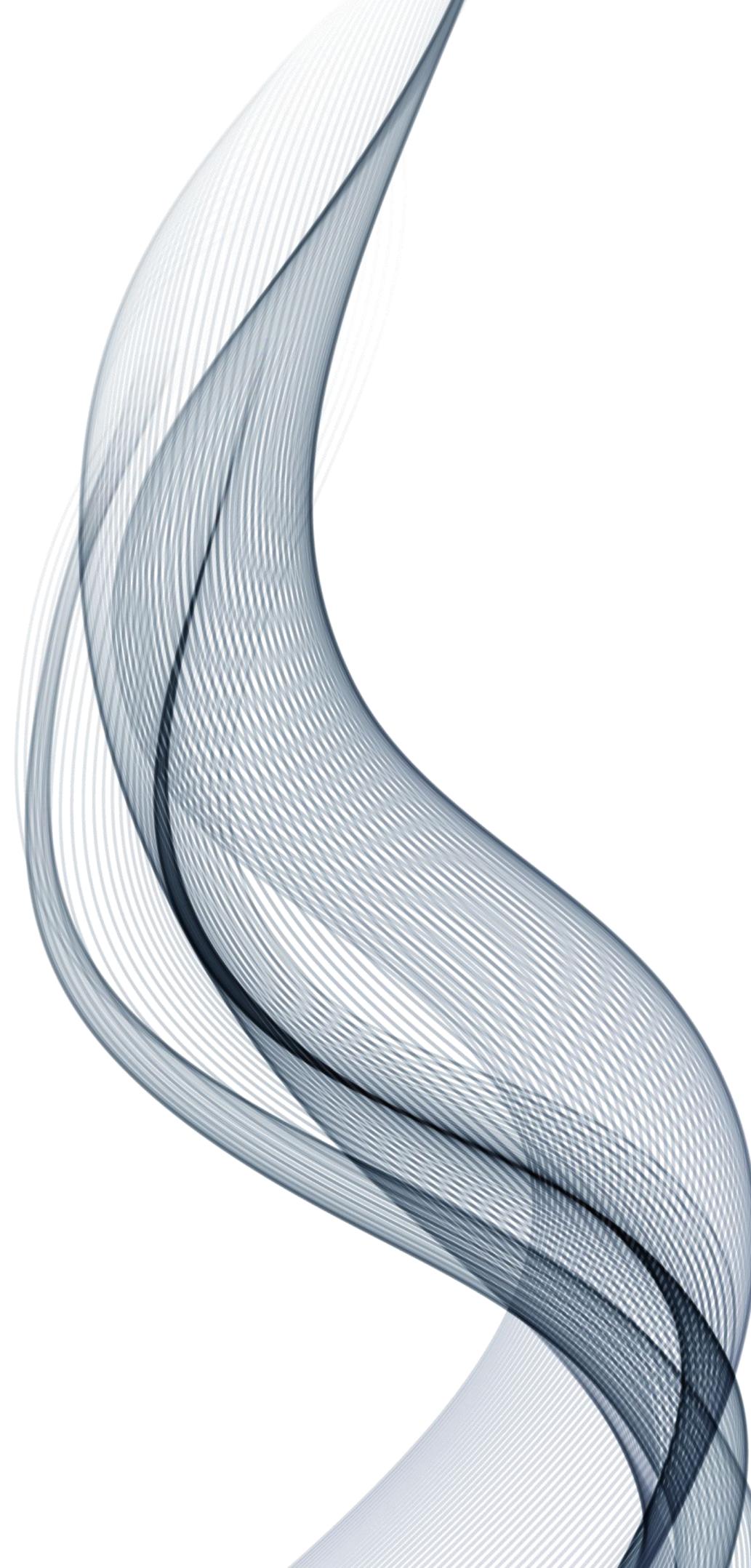
Contents

音乐行业背景

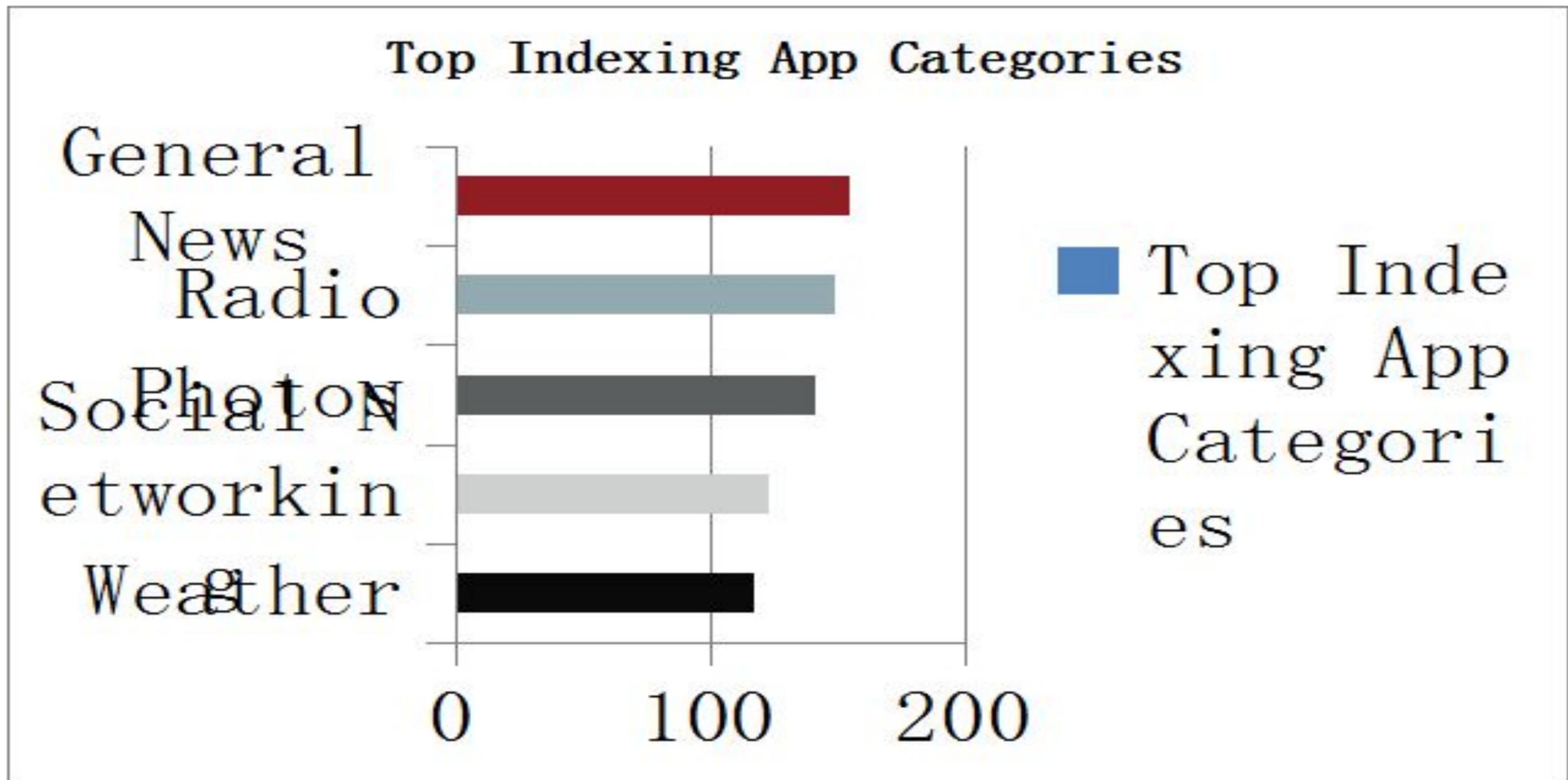
市场细分

用户感知定位

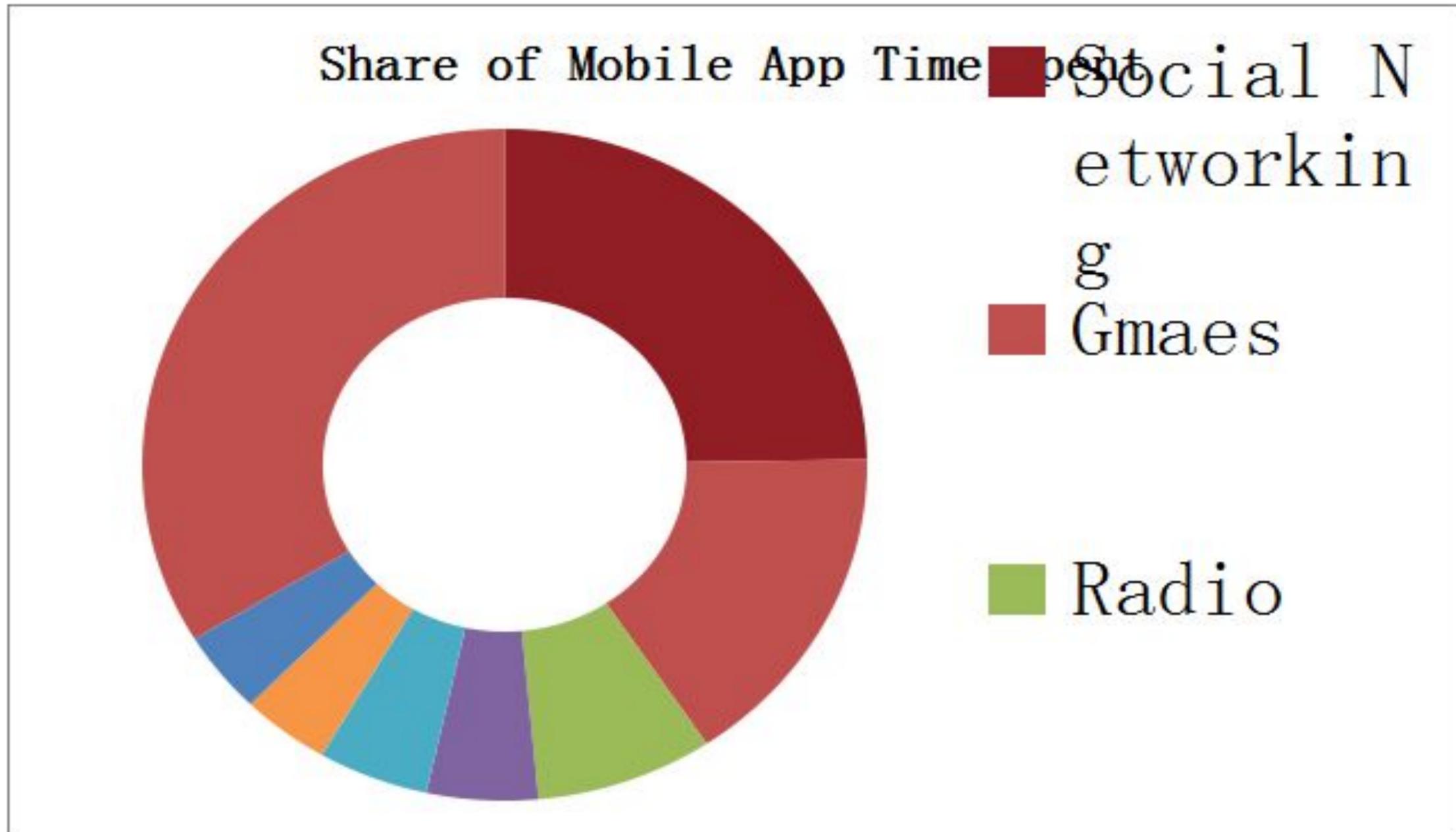
虾米的产品设计阶段



# 庞大的移动音乐市场



# 庞大的移动音乐市场



# 成熟音乐市场的历史

1996年

600亿

2014年

150亿



CD

1998年  
CD行业进入  
高峰期



Napster

2000年  
P2P数字  
音乐下载



iTunes

2003年  
正版数字  
音乐下载



Pandora

2006年  
流媒体元年



Spotify

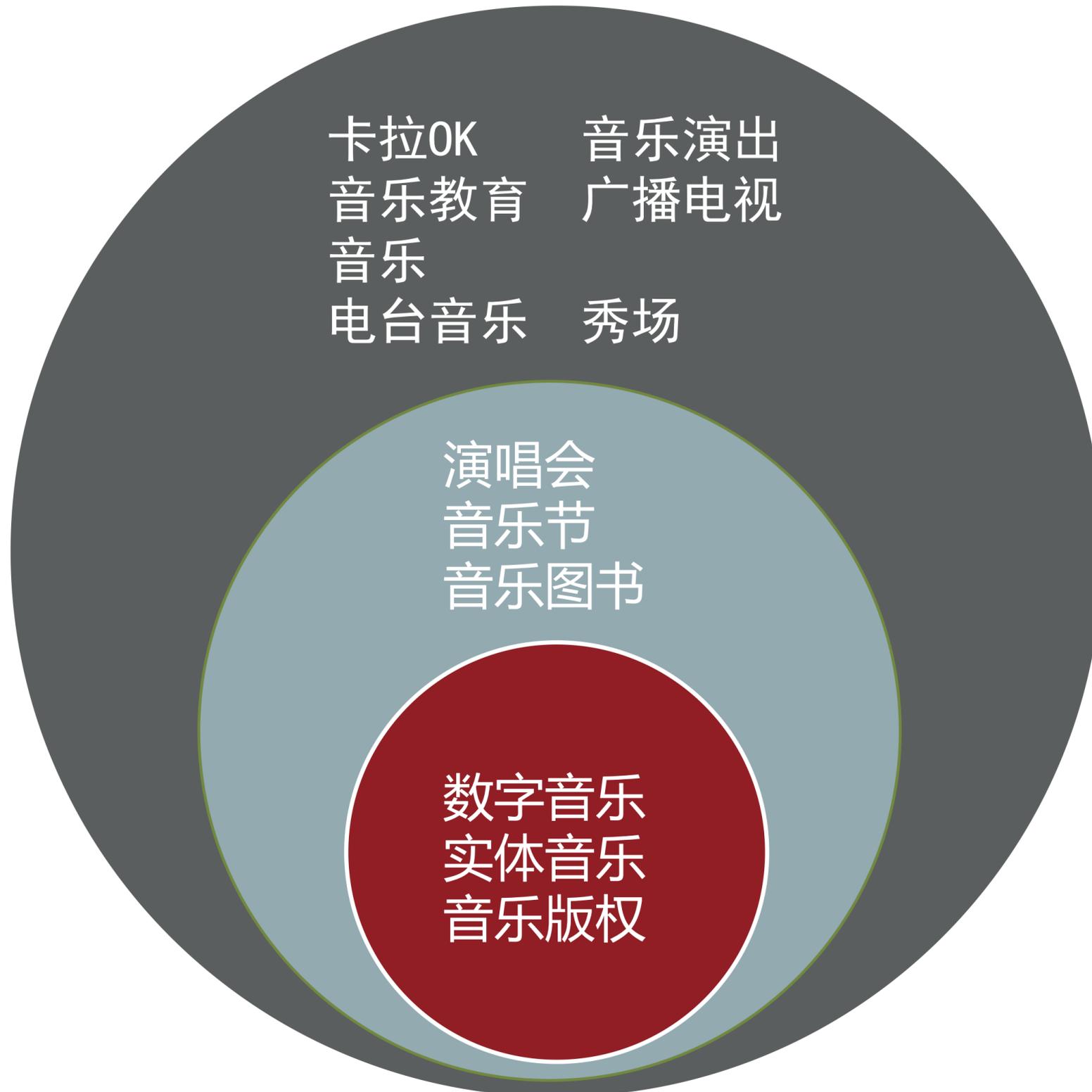
2013年  
流媒体开始  
超越下载

# 国内音乐市场

- 4.53亿的用户
- 用户对音乐付费习惯刚刚起步
- 每年倍增的版权费用
- BAT全线进入
- 唱片公司的控制与博弈
- 目前还没有一家中国的数字音乐上市公司



# 音乐市场的真实价值



# 产品历史定位



## 移动端

从塞班时代，每两台手机就有一台  
是用天天动听

## 好音质

业界最专业的音频处理  
最丰富的音效渲染



## 曲库精选集

整个中国互联网最权威的曲库  
最大的音乐发烧友聚集地

## 个性化推荐

国内试听量最大的个性化推荐电  
台，虾米猜电台

# 目录

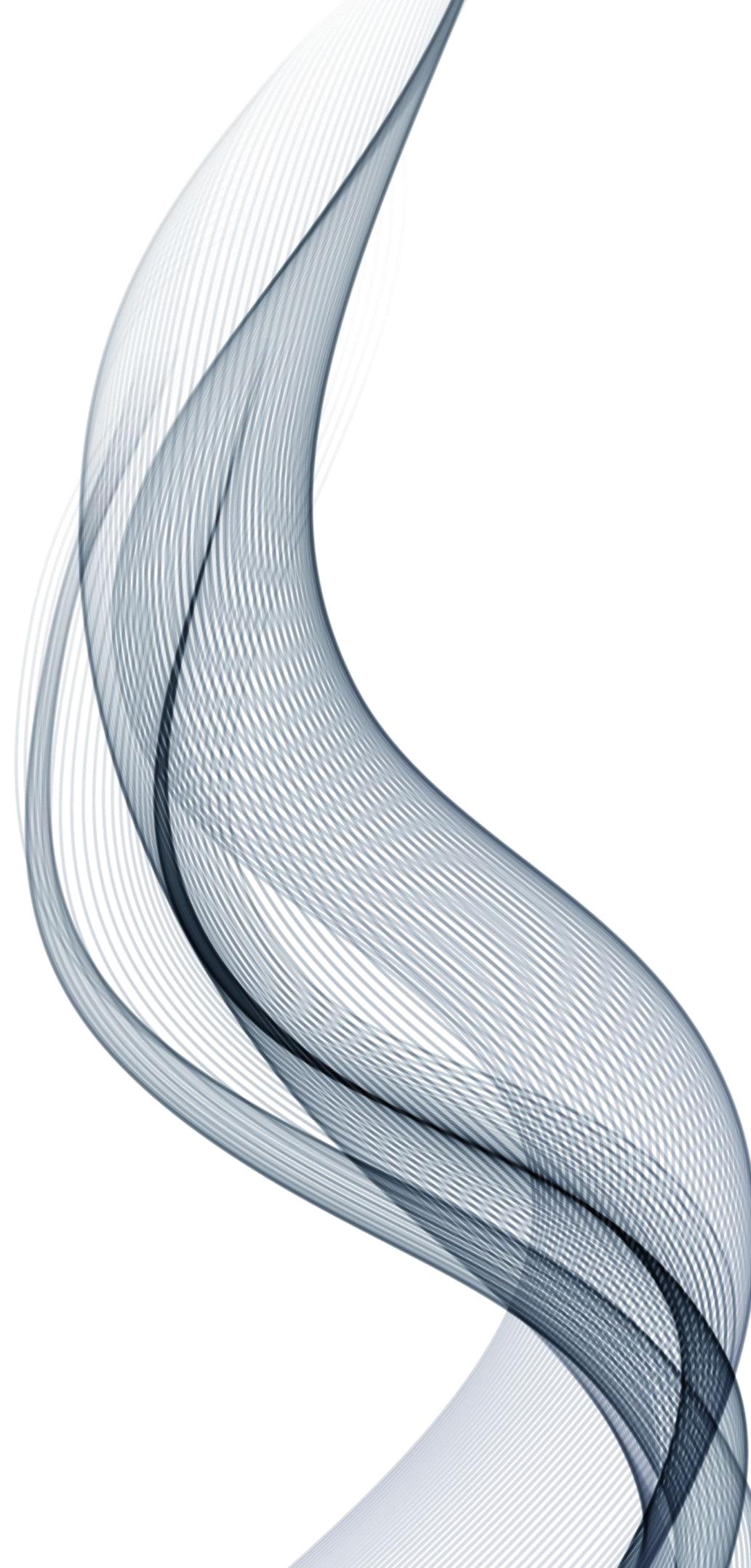
Contents

音乐行业背景

市场细分

用户感知定位

虾米的产品设计阶段



# 第一次用户研究

## 调研公司

访问城市：北京、上海、广州、深圳、成都、武汉、西安、沈阳、苏州

样本量：2700样本，300样本/城市忠诚用户、潜在用户、流失用户竞争产品用户

被访者基本条件：

- 避免媒体、广告、市调、互联网相关企业等敏感行业人士
- 年龄18-40岁
- 过去一个月内曾使用过手机移动app听音乐

## 淘宝调研投放

一周随机投放，成功投放120万左右用户，回收问卷13682个，经过严格清洗，最终有效问卷10102个。

# 音乐用户年龄分布

**15-21岁**重度用户占比高。（**核心人群**）

**22-29岁**音乐收听习惯好。（**次核心人群**）

**30-40岁**轻中重度比例与总体相当。（**辐射人群**）

	总计	15-21岁	22-24岁	25-29岁	30-40岁
Base	1093	219	291	291	291
手机听音乐轻度用户	41.0%	35.3%	43.1%	38.1%	46.1%
手机听音乐中度用户	35.2%	35.5%	33.2%	39.9%	32.2%
手机听音乐重度用户	23.8%	29.2%	23.7%	22.0%	21.7%

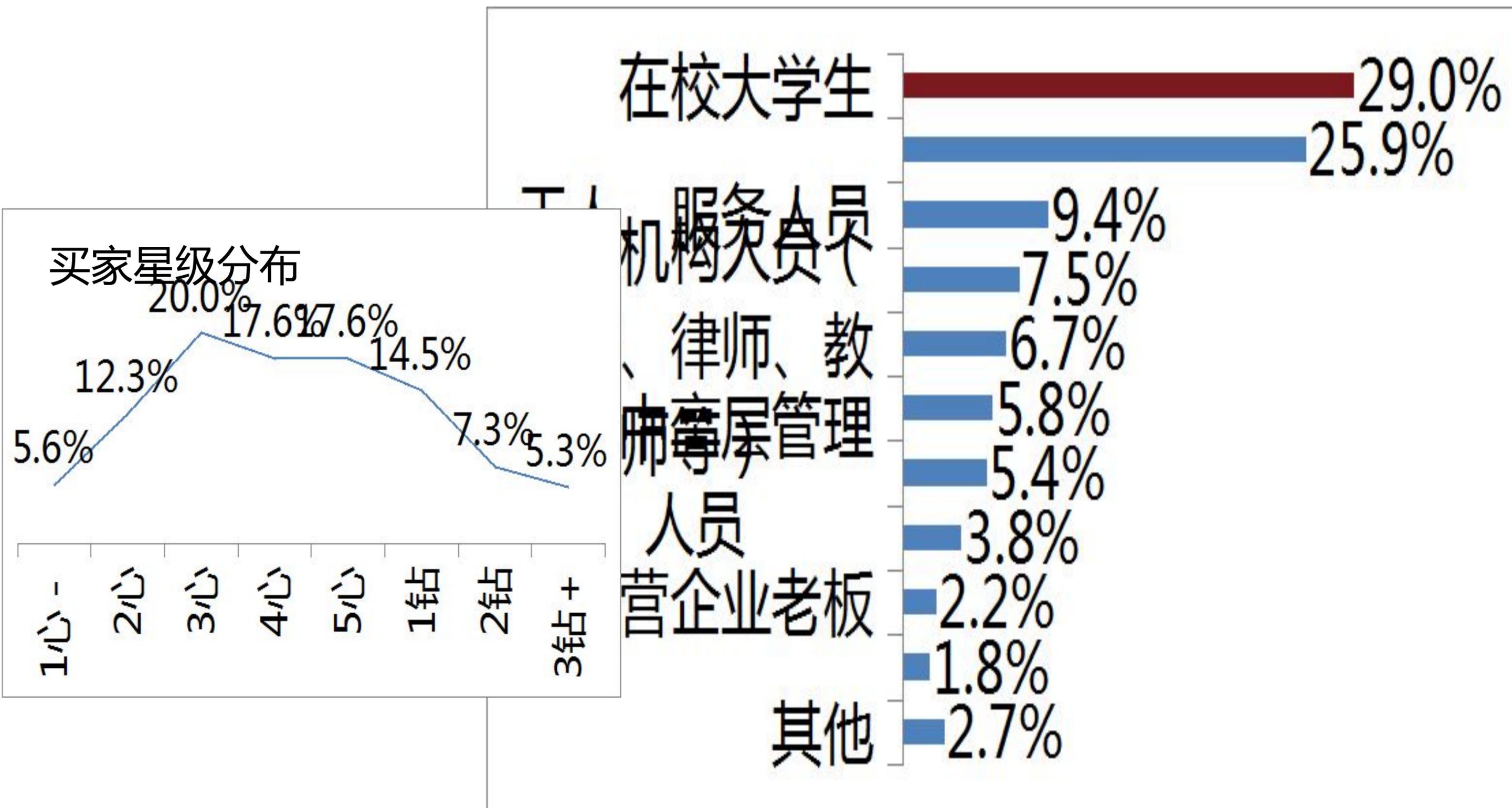
备注：重度：平均每天1小时以上；中度：平均每天0.5-1小时；轻度：平均每天0.5小时以下

# 音乐用户年龄分布

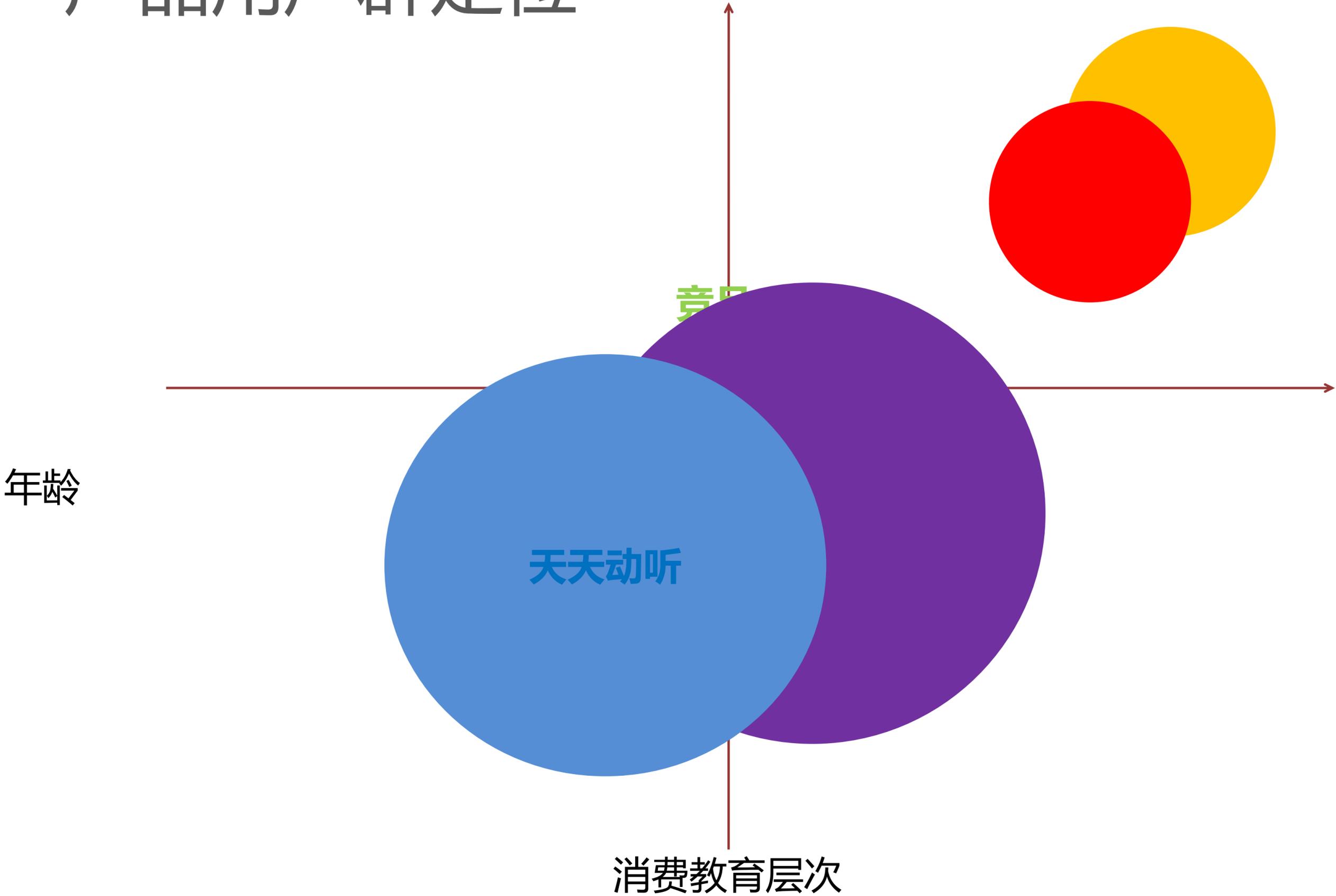
音乐在线/下载听音乐人群特征



# 用户基本属性



# 产品用户群定位



# 目录

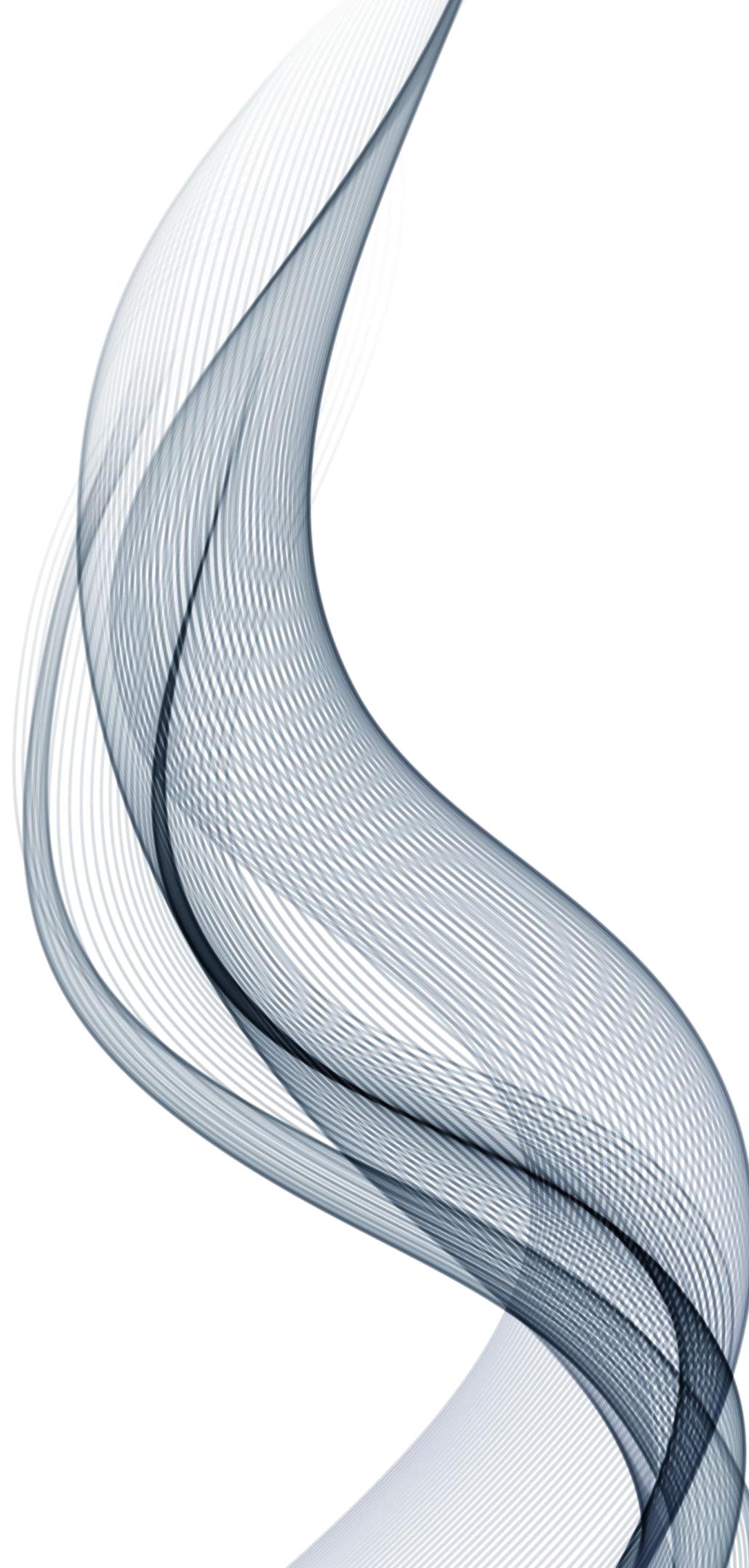
Contents

音乐行业背景

市场细分

用户感知定位

虾米的产品设计阶段



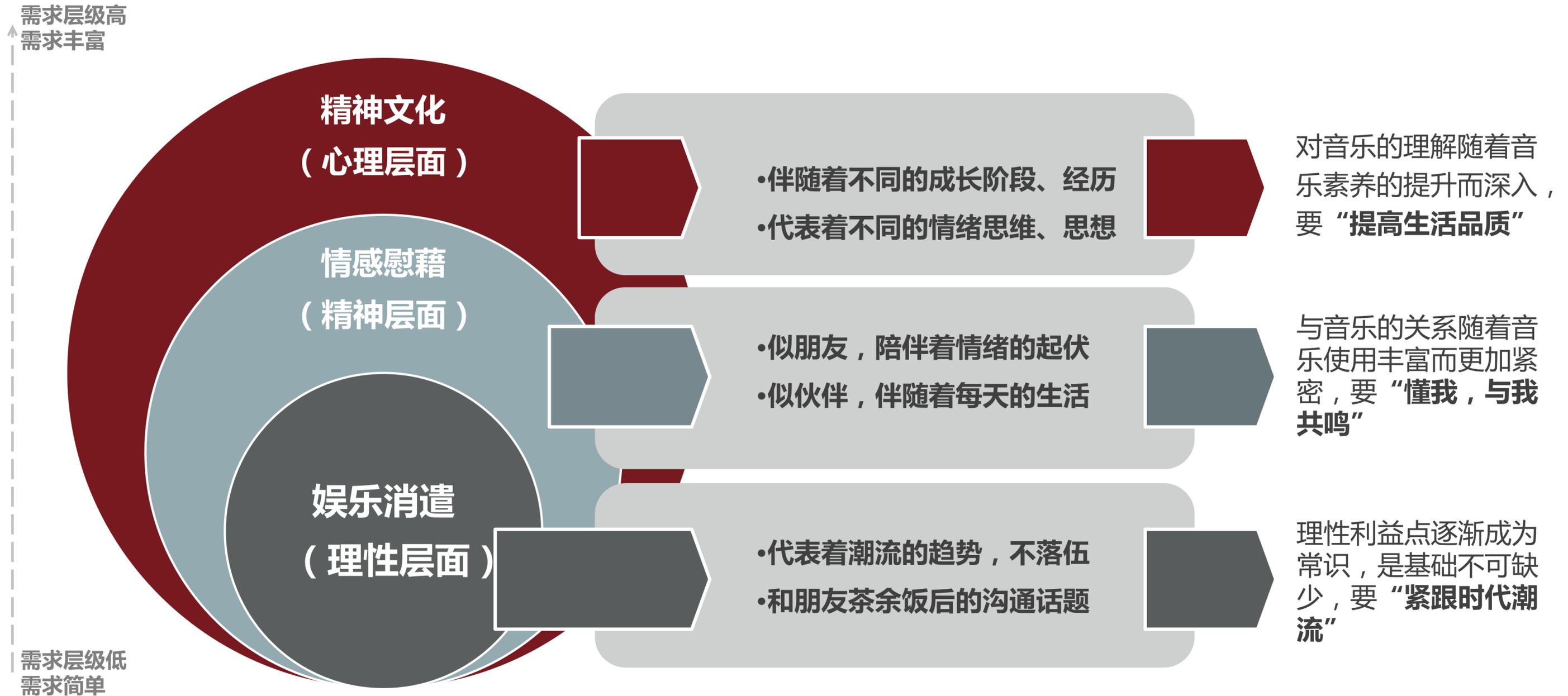
# 第二次用研



# 深度用户访谈

		虾米忠诚	虾米忠诚	虾米潜在	虾米潜在	虾米流失	虾米流失	竞品忠诚	竞品忠诚
北京	性别	男	男	女	男	女	女	女	男
	年龄	22岁	33岁	18岁	27岁	31岁	33岁	17岁	22岁
	最经常使用的音乐APP	虾米	虾米	天天动听	竞品A	竞品C	天天动听	天天动听	天天动听
西安	性别	男	女	女	男	男	男	女	女
	职务	大学生	年长白领	高中生	大学生	年轻白领	年长白领	大学生	年轻白领
	最经常使用的音乐APP	虾米	虾米	天天动听	竞品C	竞品B	天天动听	天天动听	竞品B
武汉	性别	男	女	男	女	女	男	男	女
	职务	大学生	大学生	年轻白领	高中生	年轻白领	大学生	年长白领	年轻白领
	最经常使用的音乐APP	虾米	虾米	天天动听	竞品C	竞品B	竞品B	天天动听	天天动听
成都	性别	女	女	男	女	女	男	男	男
	职务	白领	年长白领	大学生	大学生	大学生	年长白领	年长白领	高中生
	最经常使用的音乐APP	虾米	虾米	竞品B	竞品B	竞品C	天天动听	天天动听	竞品C
深圳	性别	男	女	女	男	女	女	男	男
	职务	大学生	年长白领	年轻白领	白领	年轻白领	大学生	大学生	高中生
	最经常使用的音乐APP	虾米	虾米	天天动听	天天动听	竞品B	竞品B	竞品C	天天动听

# 音乐的需求层次



# 用户分类和核心需求

**自我修养型 ( 16.6% )** : 注重自身精神修养, 用音乐营造精神空间, 分享但不作为谈资。

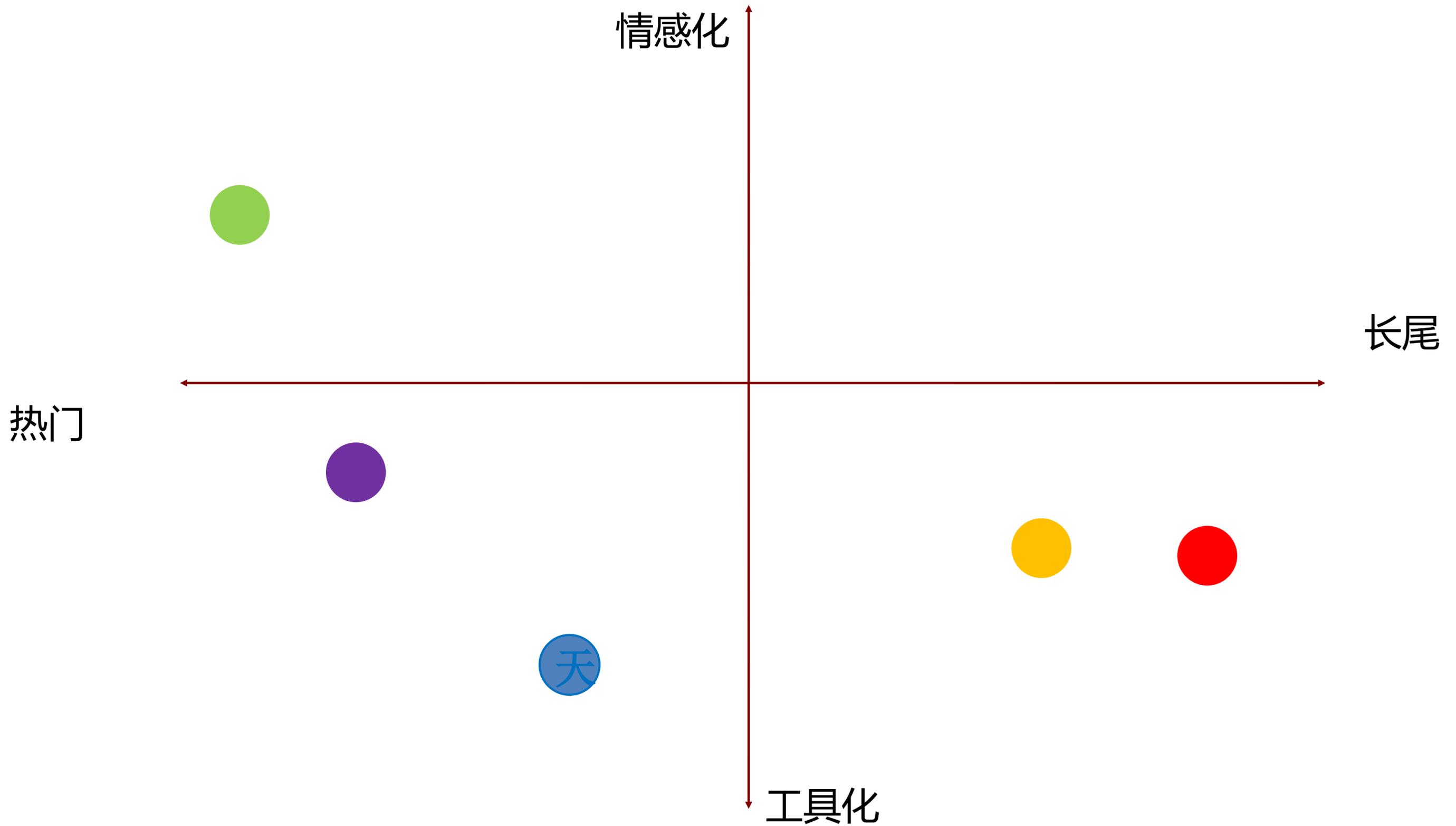
**社交表达型 ( 21.4% )** : 善于用音乐表达自我, 音乐帮助他们更好的生活、更好的沟通。

**潮流资讯型 ( 28.9% )** : 能够很好的理解音乐, 善于捕捉潮流趋势, 乐于与朋友分享。

**大众流行型 ( 33.1% )** : 只跟随当下流行趋势, 缺少自己的见解, 不善于分享。

		自我修养	社交表达	潮流资讯	大众流行
价值观	我喜欢关注明星/达人/潮人的信息, 及时把握潮流走势	-0.37	-0.79	0.63	0.26
	我一般会相信大多数人的选择, 选择使用人较多的产品	-0.89	0.02	0.73	-0.24
	我喜欢体验尝试新的、好玩的东西, 这样才有意思	0.29	-0.6	0.46	-0.26
	我喜欢捕捉最新信息, 确保自己掌握的资讯处在最前沿	0.05	-0.43	0.65	-0.48
	向别人分享他们不知道的信息时, 我会感到兴奋和满足	0	-0.11	0.62	-0.73
	我很注重个人的修养和修为, 我希望成为一个有内涵的人	0.38	0.03	0.3	-0.75
	我喜欢购买具有文化内涵和文化特色的东西	0.32	0.15	0.36	-0.91
	如果我找到适合自己的品牌或产品, 是不轻易改变的	0.18	0.16	0.33	-0.75
音乐角色	音乐有助于我理解人生, 加深对人生的感悟, 找到共鸣	0.3	0.04	-0.05	-0.22
	音乐是我的亲密朋友, 一直陪伴在我身边	0.4	0.01	-0.02	-0.32
	音乐增加了我对不同国家或地域文化的理解	-0.11	0.28	0.18	-0.43
	音乐让我紧跟潮流	-0.4	-0.29	0.47	0
	音乐对我来说, 是非常好的社交谈资	-0.55	0.26	0.33	-0.24
	音乐有助于我交到新的朋友	-0.72	0.32	0.31	-0.13
	音乐是目前同学或朋友增进了解的重要媒介	-0.89	0.36	0.38	-0.11
	音乐是帮助他人的一种方式	-0.7	0.41	0.29	-0.19

# 虾米的用户感知定位



# 目录

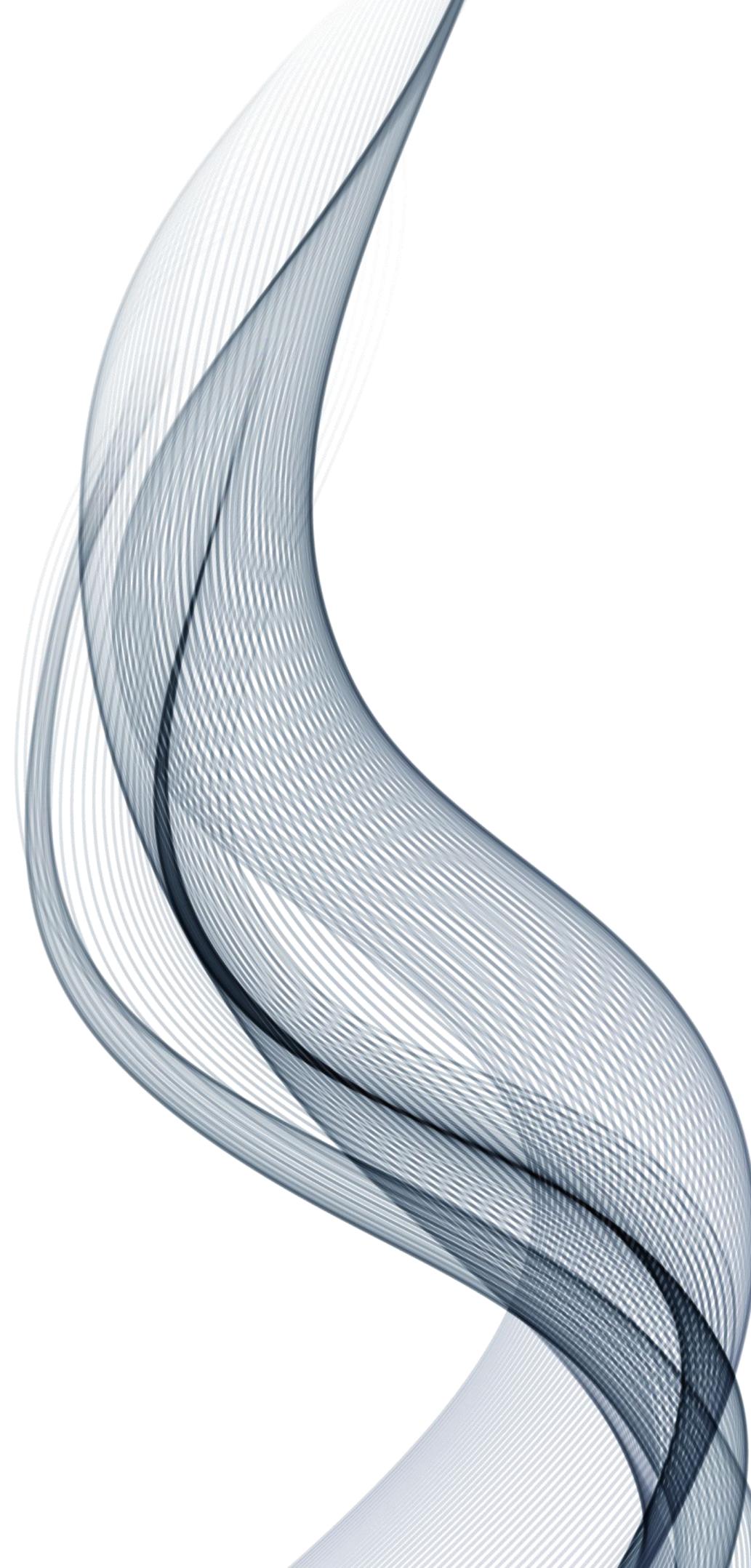
Contents

音乐行业背景

市场细分

用户感知定位

虾米的产品设计阶段



# 发现长尾内容

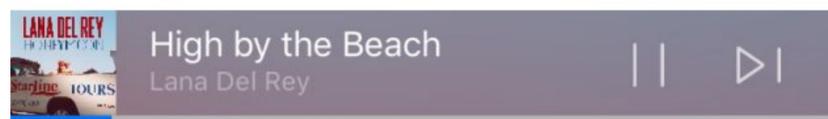
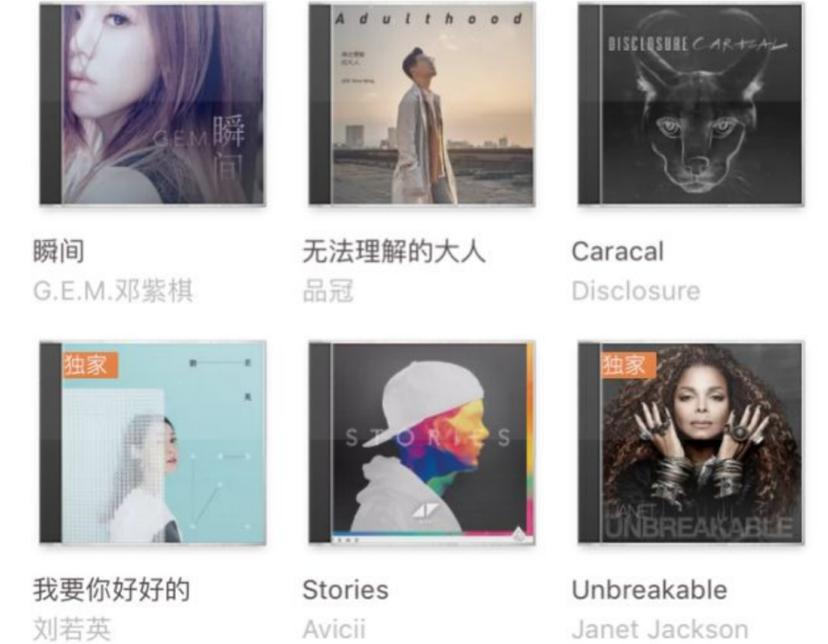
- 长尾理论在音乐上的价值
  - 商品的数量非常庞大
  - 用户获取商品的渠道足够方便
- 长尾内容的产品核心是解决信息过载
  - 专业化分类
  - 关联性搜索
  - 个性化推荐



# 乐馆的专业分类



# 可视化的音乐推荐



# 15种卡片 + 8种用户类型

零级用户



初级用户



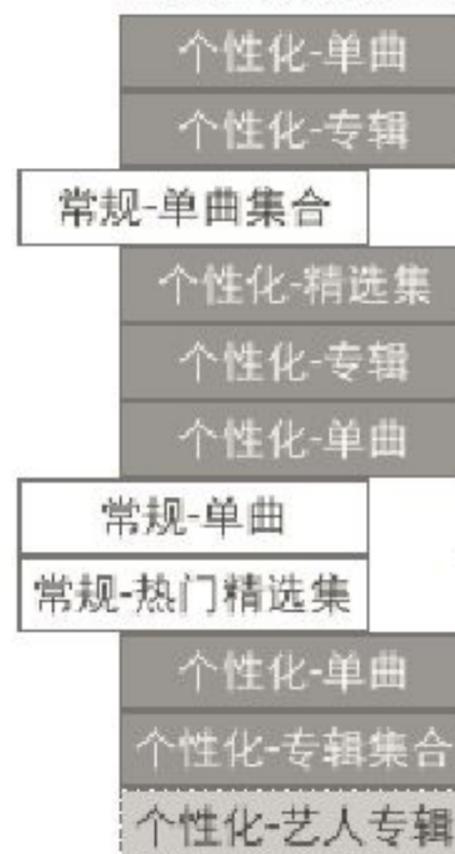
中级用户



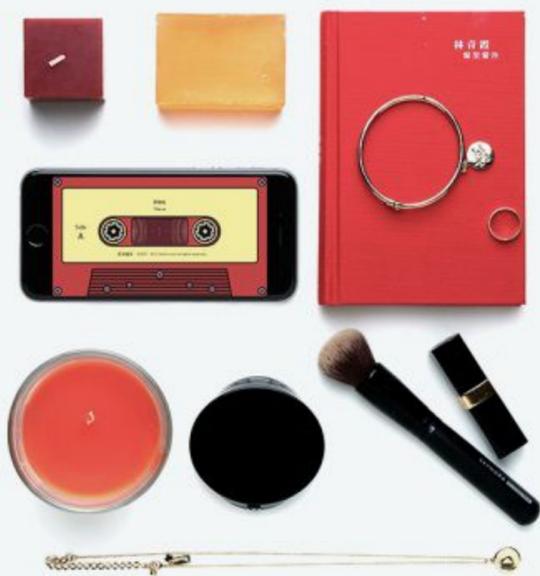
高级用户



高级用户



# 我们的情怀



## 精明干练 × 领导气质

任性，并不因为富有，而是与生俱来的正义感。

### 物品关键词：

手镯 · 项链 · 化妆品  
记事本 · 香薰蜡烛

### 代表歌曲：

「Second Chance」破产姐妹主题曲



## 中度洁癖 × 选择困难

谁知道我内心的坚持，不过是想要一切简单而舒服。

### 物品关键词：

纯净水 · 瓷器 · 银器 · 帆布包  
香皂 · 个人护理

### 代表歌曲：

「100种生活」卢广仲



## 童心未泯 × 崇尚科技

就是要用极客精神撬动地球。

### 物品关键词：

手表 · 玩具 · 模型 · 超人服饰  
运动单品 · 卡通手办

### 代表歌曲：

「超级英雄」邓超



# 我们的坚持

“

音乐对我很重要  
我用它来感知世界

顾伶俐  
30岁，盲人计算机培训师

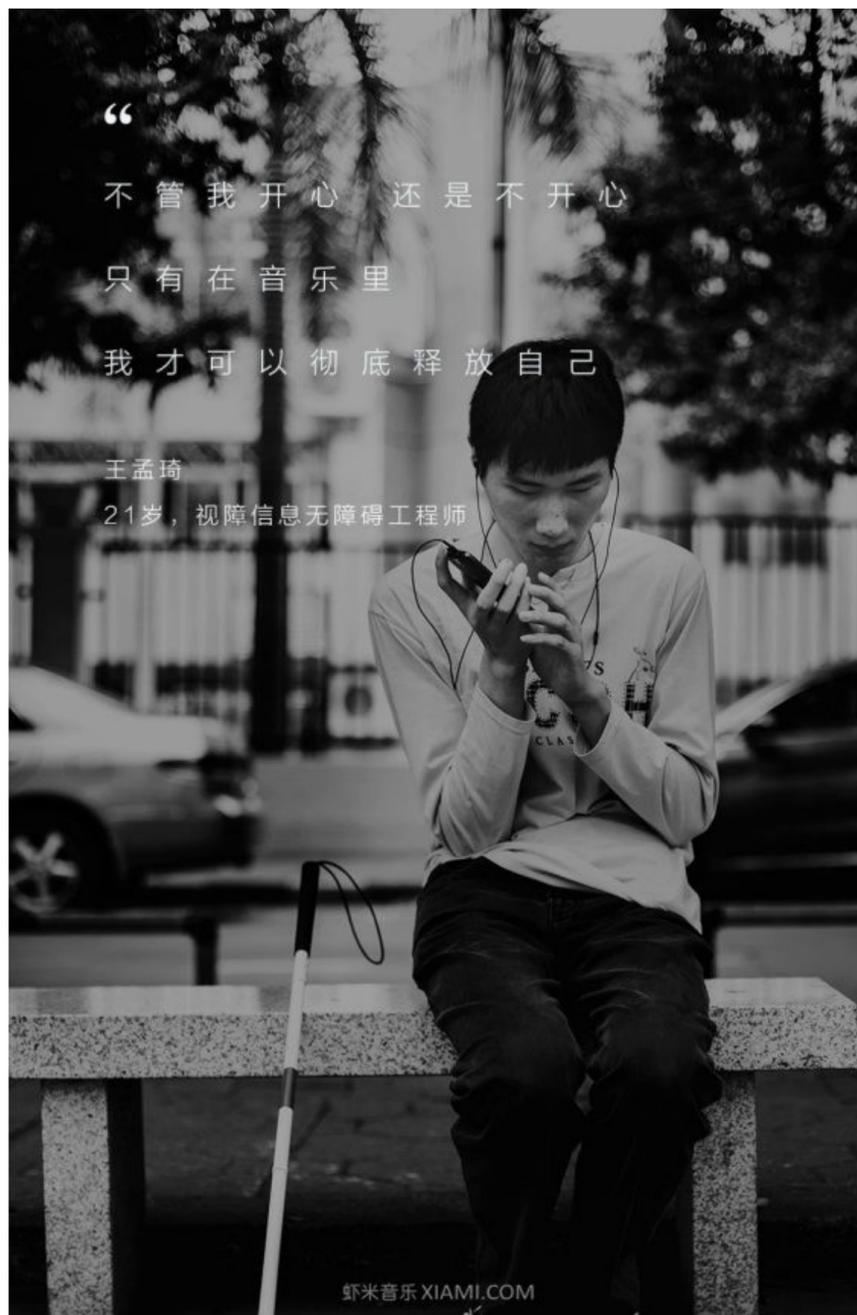


虾米音乐 XIAMI.COM

“

不管我开心 还是不开心  
只有在音乐里  
我才可以彻底释放自己

王孟琦  
21岁，视障信息无障碍工程师



虾米音乐 XIAMI.COM

“

音乐就像大理的阳光  
偶尔晒晒就很舒服

周云蓬  
44岁，诗人，民谣歌手



虾米音乐 XIAMI.COM

Thanks