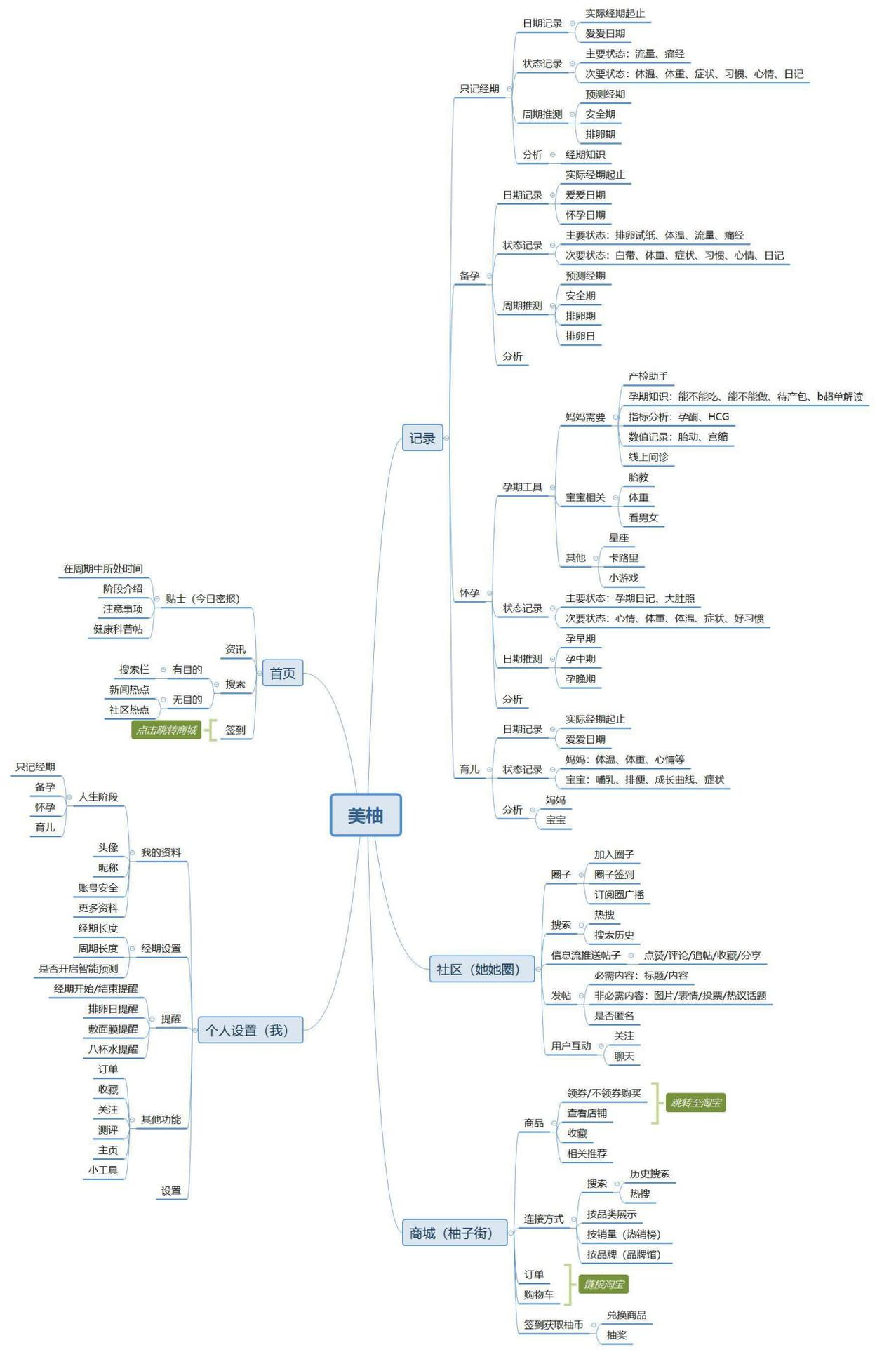


2019 年美柚 APP 产品分析报告！

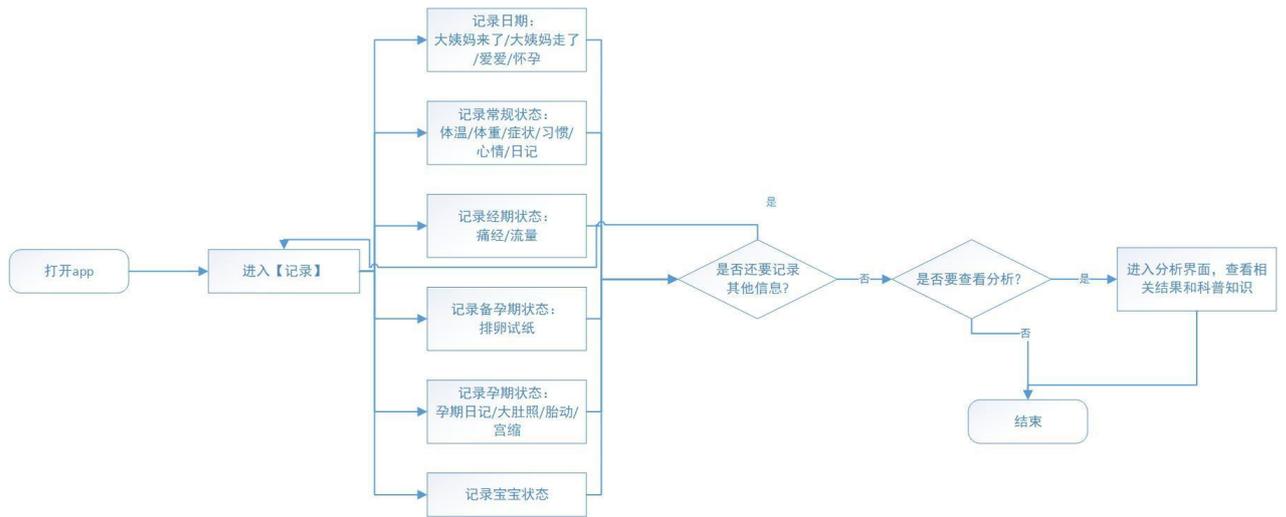
一、产品结构分析

1. 产品结构图

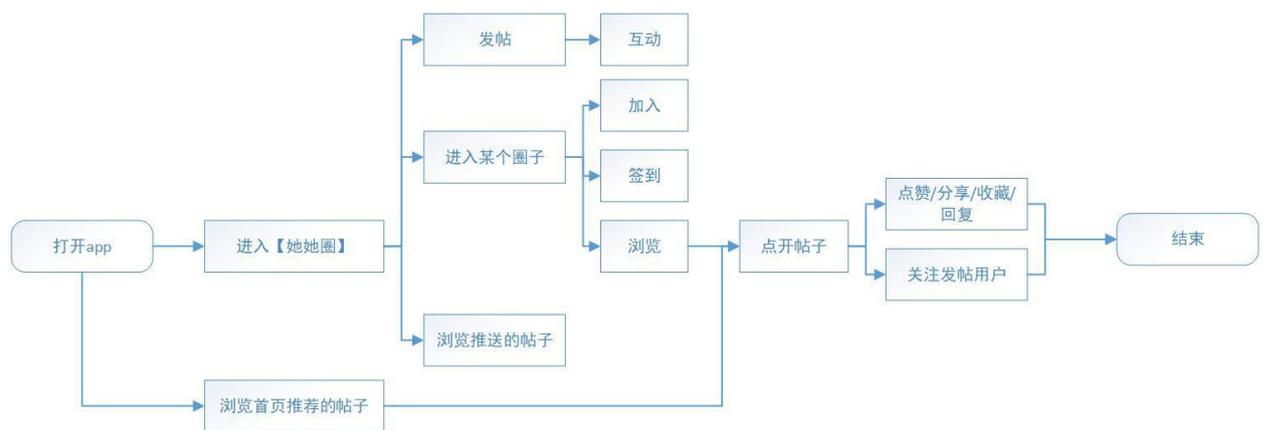


1. 产品使用流程图

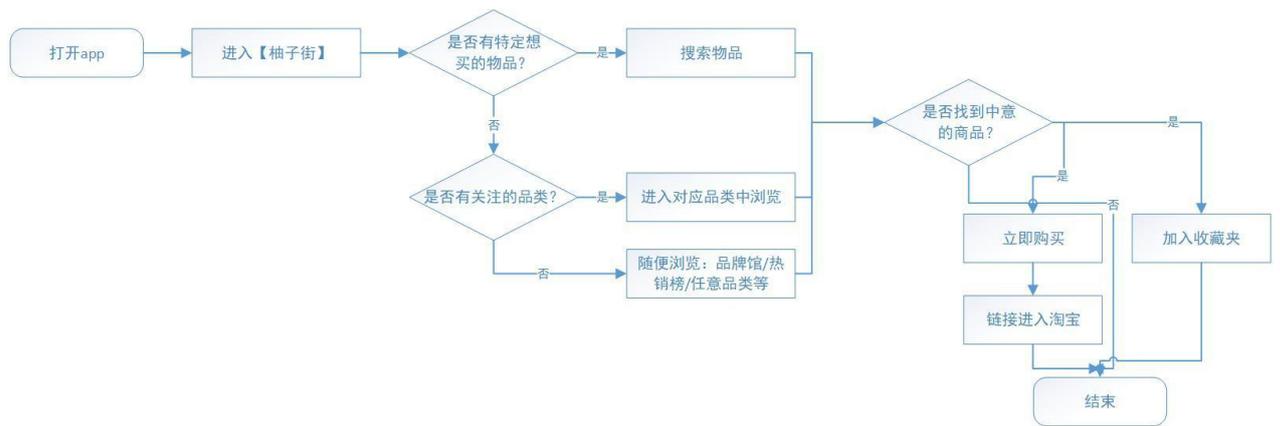
记录的流程图:



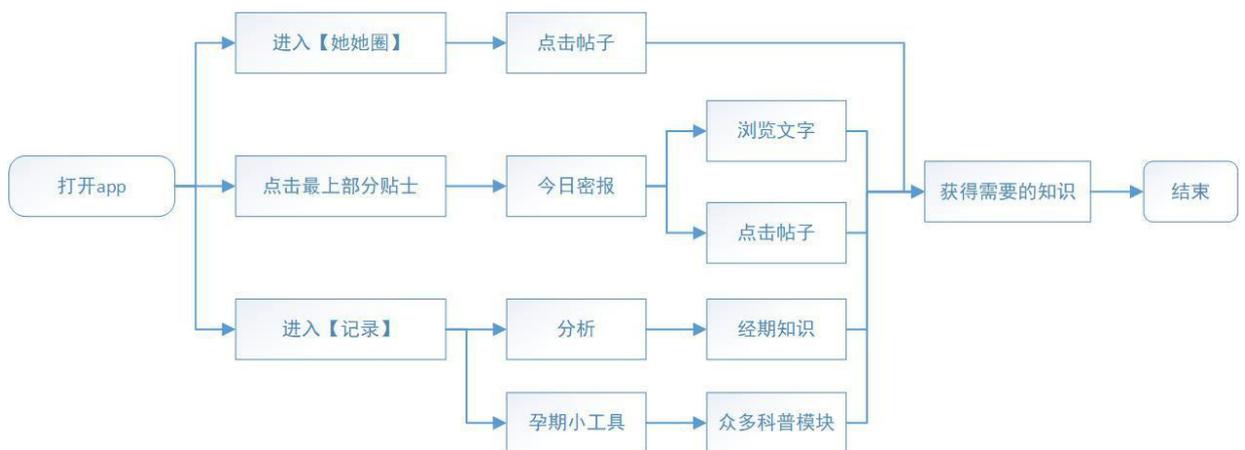
休闲社交的流程图:



购物的流程图:



获得科普小知识的流程图：



二、市场分析

1. 定义市场

1.1 市场边界

美柚是一款工具、社区、电商三合一的女性健康产品，目标用户是 15—44 岁关注自身生理健康的女性。以经期记录功能为核心，同时加入社区功能为女性提供交流平台，并且加入商城功能进行优惠导购，为女性经期记录、备孕、怀孕、育儿等各个个人生阶段提供全方位的服务。

1.2 市场空间估算

美柚的目标用户主要是：互联网用户中具有中高收入水平的年轻女性，大多位于三线及以上城市，年龄以 15—35 岁为主。

根据第 42 次《中国互联网络发展状况统计报告》：我国城镇网民约有 5.91 亿人，其中 15—35 岁的年轻女性为主要目标用户，因此市场空间约 8000 万。

1. 市场分析

2.1 数据概览

在 2018 年，美柚月活跃用户总数约为 2344.62 万人，而女性健康行业月活跃用户总数为 3016.18 万人，美柚的市场占有率稳居行业第一。

从用户活跃情况来看，美柚的日均活跃人数约 445.84 万，日均启动次数约 955.17 万次，日均使用时长约 85.50 万小时，用户活跃情况依旧排名第一。然而，从用户粘性和用户满意度的角度来看，美柚仅位居第二名，人均单日启动次数为 2.3 次，排名第一的大姨妈为 3.1 次；人均单日使用时长为 5.2 分钟，大姨妈为 6.1 分钟。

由此可见，纵观整个女性健康市场，美柚在用户活跃度和市场占有率方面表现出色，但在用户粘性和满意度方面的表现稍有欠缺。

| 排名 | APP | 开发商 | 日均活跃人数 (万) | 日均启动次数 (万次) | 日均使用时长 (万小时) |
|----|--|----------|------------|-------------|--------------|
| 1 |  美柚 | 厦门美柚信... | 445.84 | 955.17 | 85.50 |
| 2 |  大姨妈 | 北京康智乐... | 36.41 | 42.53 | 1.97 |
| 3 |  月来越好 | 北京金生在... | 3.53 | 3.75 | 0.09 |
| 4 |  排卵期安全期日历 | 徐州灵科网... | 3.50 | 4.18 | 0.09 |

竞品活跃度对比（易观千帆）

行业独占分析 ①

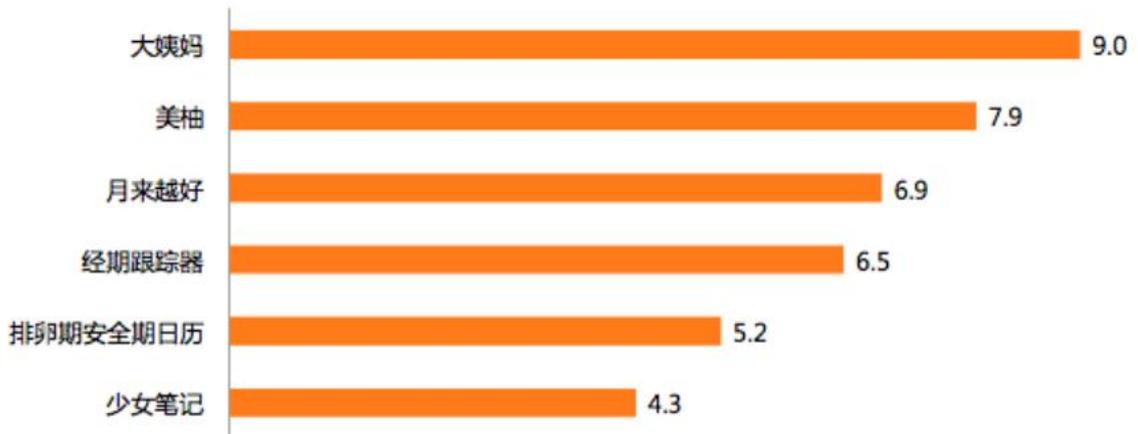


行业独占率对比（易观千帆）



用户粘性对比（比达数据）

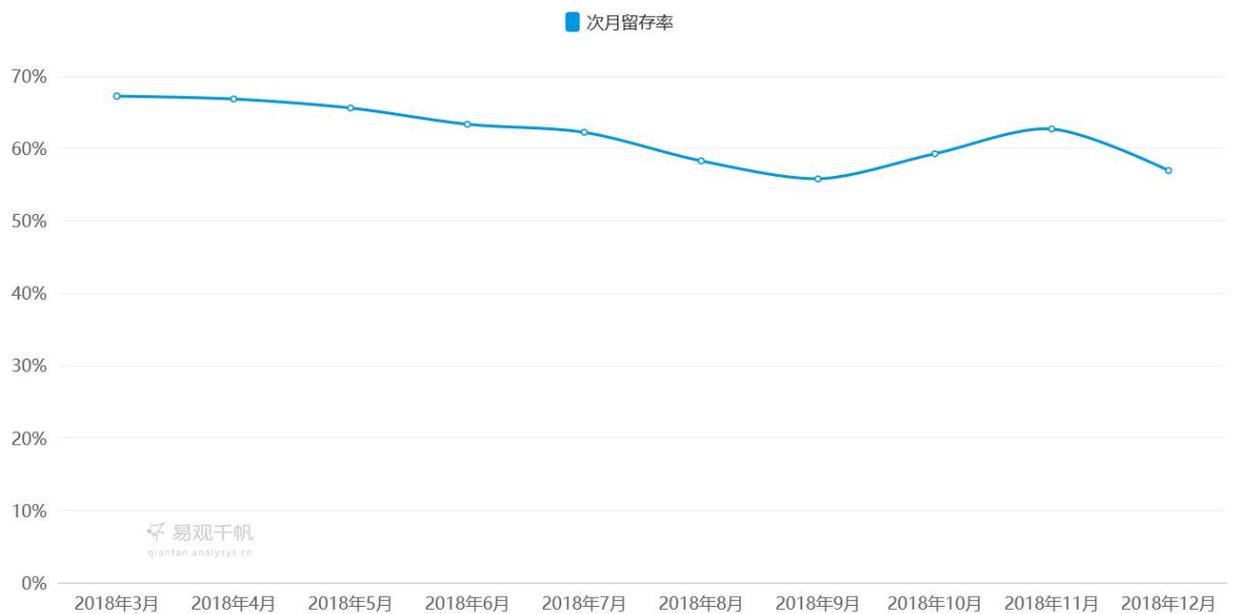
2018上半年主要移动女性健康APP的用户满意度



用户满意度对比（比达数据）

美柚 2018 年的次月留存率呈现出下滑趋势，年度平均次月留存率为 63.34%，但留存曲线在 9 月发生回升，11 月达到回升的小高峰。

结合版本历史信息，美柚在 10 月 18 日推出了新版本，优化了备孕建议以及增加了排卵试纸智能识别功能，使得功能更加完备，促进了次月留存率从 9 月开始回升。



美柚次月留存率月度图（易观千帆）

版本：7.0
2018年10月18日

版本对比



美柚月经期助手-女性备孕怀孕育儿社区
经期预测备孕怀孕育儿必备

更新日志

- 全面适配iOS 12，兼容iPhone Xs Max；
- 智能识别排卵试纸结果，测试排卵更便捷；
- 备孕报告提供更多贴心建议，生理规律一目了然；
- 还完善了很多分析和提醒，能获得更好的使用体验；
- 优化了一些细节，提升了性能，体验更佳哦~

美柚版本 7.0 更新日志（七麦）

2.2 原因分析

美柚从用户总量及活跃度来看领先于同类竞品，是因为有以下两点出色之处：

1. 核心功能全面完备，例如其独有的定制今日密报、排卵试纸智能识别等功能。
2. 对延伸价值的开发定位于大众群体，充分顺应女性心理，比如：她她圈交流互动满足女性倾诉的愿望；柚子街领券低价导购满足女性低价购物的需求等。

但庞大的布局会造成界面不够简洁，使得核心功能的体验弱化，令只想使用简单记录功能的用户望而却步，不利于新手用户的留存。

同时，美柚在广泛布局时对内容的质量有所忽略，比如：柚子街导购品类过于泛化，没有根据产品定位的市场进行筛选处理；她她圈八卦内容过多，而对用户有帮助的干货内容过少，使得气氛浮躁。这些方面也正是走精品路线的大姨妈优于美柚之处，因此大姨妈的用户粘性和满意度表现得比美柚更好。

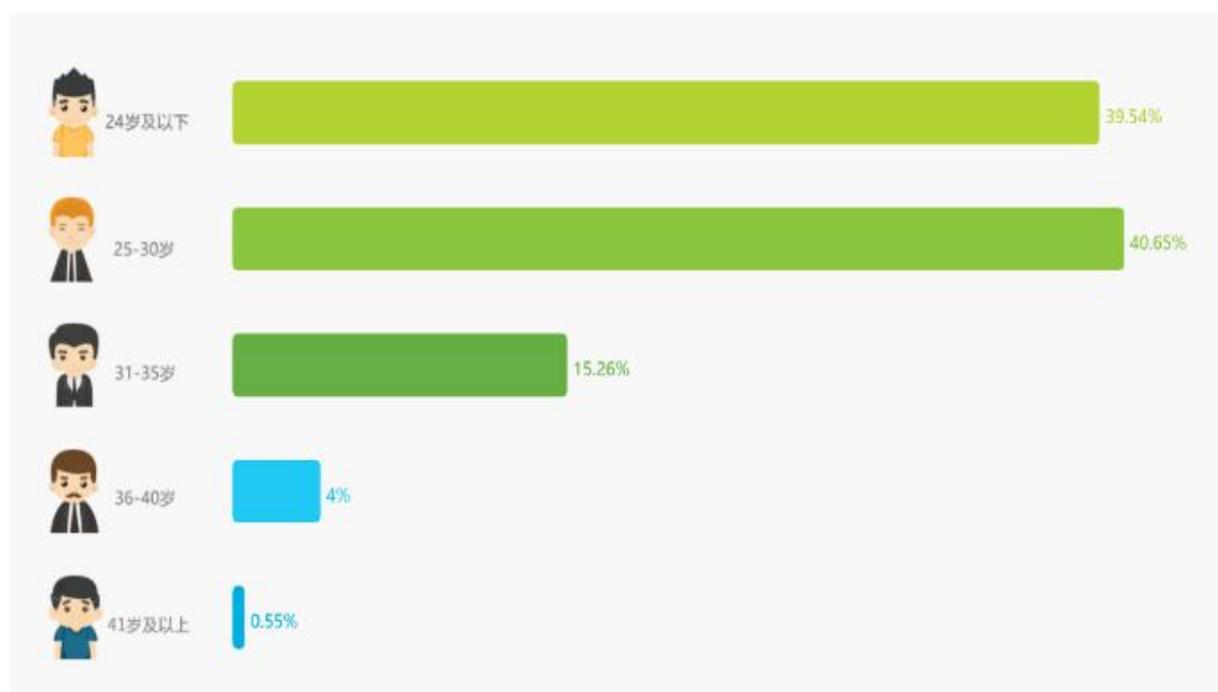
三、用户分析

1. 用户画像

美柚的用户绝大部分是女性，男性用户仅占用户总数的 1.21%。

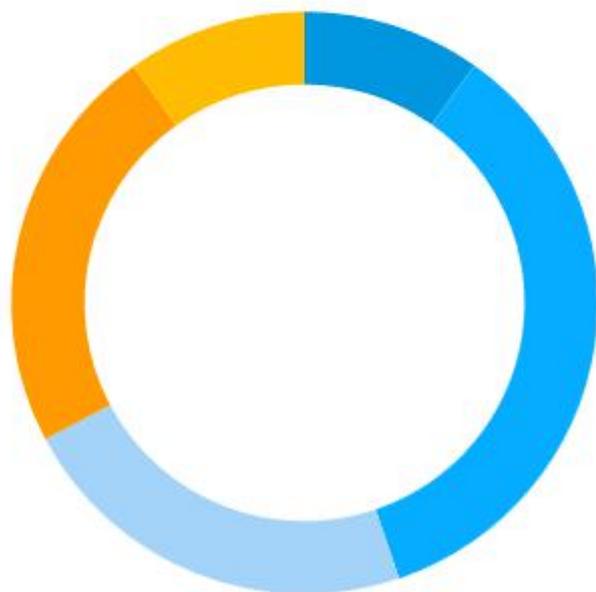
从年龄来看，用户年龄集中分布在 15—35 岁，约占 95%，覆盖了女性的适育年龄，其中 30 岁以下的用户占大多数；从经济水平来看，美柚用户的月收入集中在 5000—20000 这个区间，且大部分用户都是中等消费者和中高消费者；从用户地域分布来看，美柚的用户多数位于三线以上城市。

由此可以看出：美柚比较受生活在大城市、经济能力中等偏上的年轻女性欢迎。这部分女性有关注自身健康的意识，也有足够的经济能力为自己投资，购买健康、美容相关的商品。同时，她们也有寻找同类倾诉沟通的情感需求，以及关注八卦消息、热点资讯的好奇心，在她她圈中互动交友、打发时间。



数据来源：艾瑞

📍 地域分布

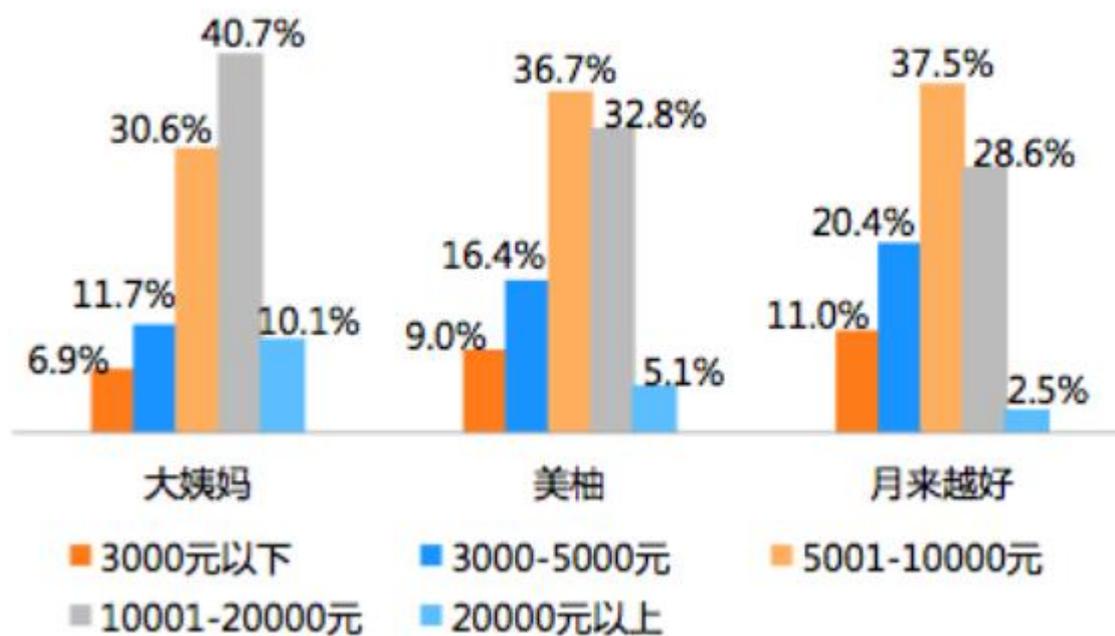


- 超一线城市 9.82%
- 一线城市 34.94%
- 二线城市 22.47%
- 三线城市 22.85%
- 非线级城市及其他 9.9%

易观千帆
qianfan.analysis.cn

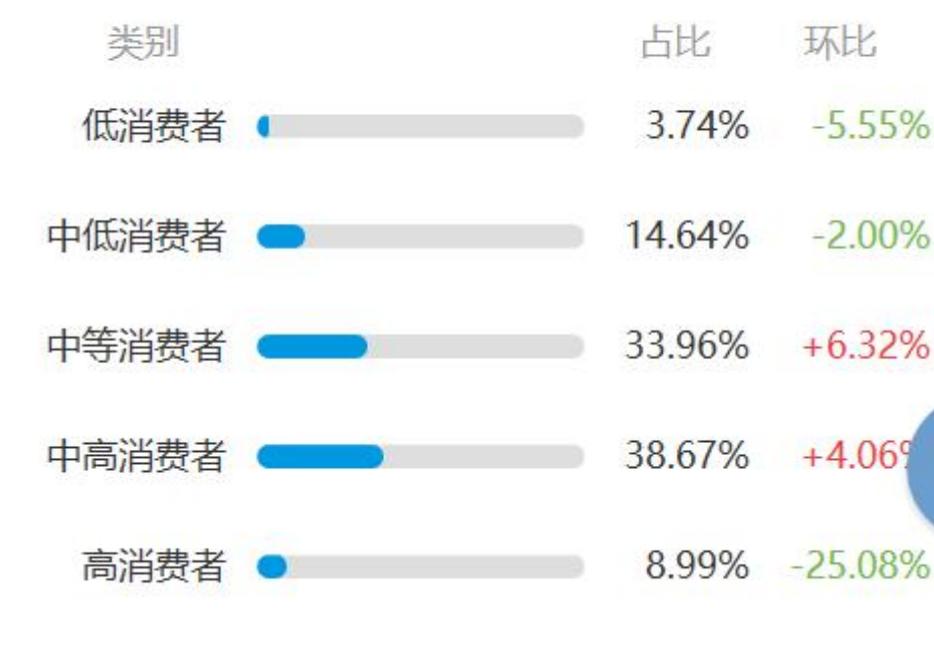
数据来源：易观千帆

2018上半年主要移动女性健康APP月收入分布



数据来源：比达网

👤 消费能力 ⓘ

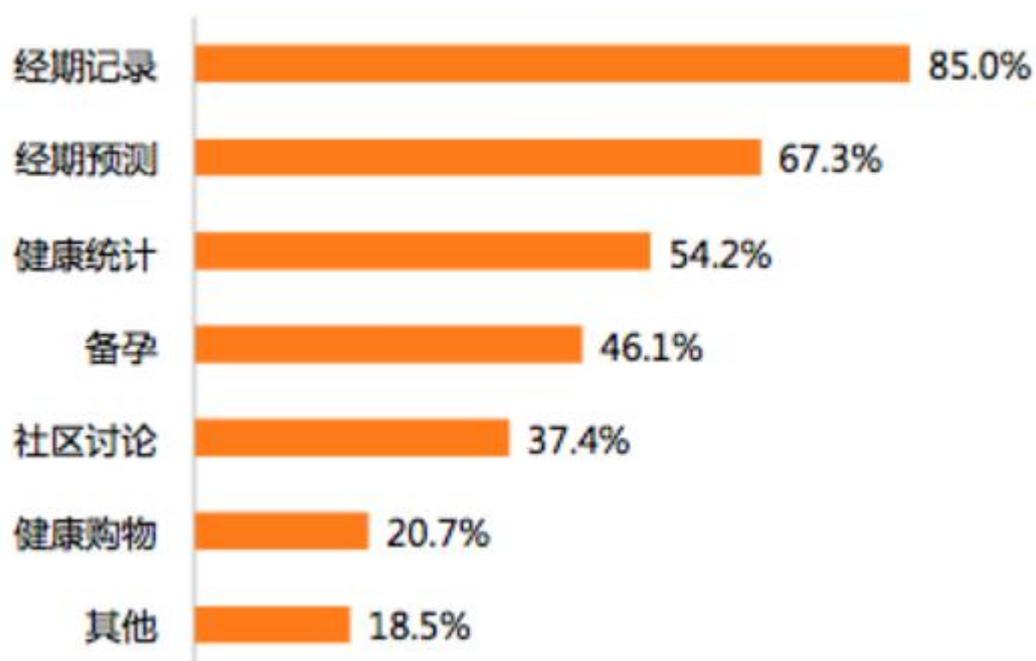


数据来源：易观千帆

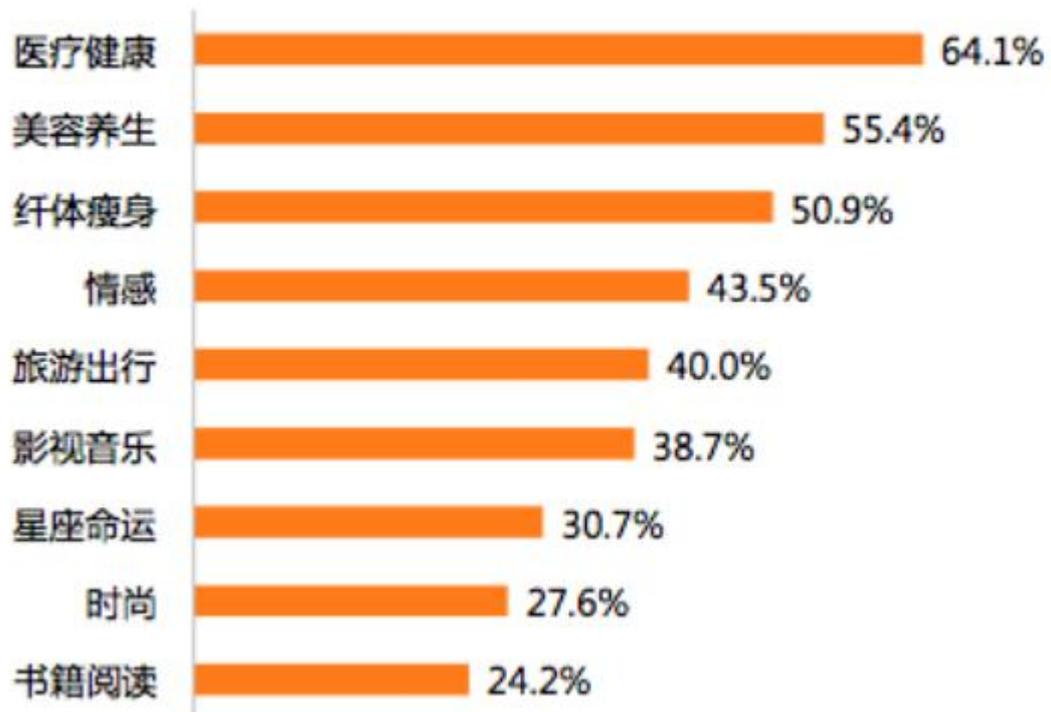
从来源于比达网的《2018上半年度中国移动女性健康平台市场研究报告》可以看出：用户使用美柚类女性健康 app 最主要的目的是经期记录和预测，其次是备孕、健康统计和社区讨论等；用户在此类 app 中最倾向于关注的内容是医疗健康、美容养生、瘦身，其次才是情感内容、影视音乐等附加内容。

这表明用户在使用美柚时，主要将它当作一款记录经期的生理健康工具，其次是交友互动、消磨时光、网络购物的平台。

2018上半年用户使用移动女性健康APP的目的



2018上半年移动女性健康APP用户关注的内容分布



来源：《2018上半年度中国移动女性健康平台市场研究报告》

1. 用户使用场景

用户类型 1:

鲤鱼，女，21岁，在北京上大学。

每个经期开始和结束的时候都会打开美柚进行记录，并打开今日密报，了解经期注意事项。非经期时，偶尔也会查看今日密保了解自己处于生理周期的哪个阶段，适合做什么事，有时一时兴起也会使用八杯水提醒功能。

偶尔浏览她她圈和柚子街消磨时间，但很少参与互动或真正购买。

用户类型 2:

小郑，女，17岁，在上海读高中。

平日学业繁忙，需要一款操作简单的产品帮自己记录生理期。当经期始末时，小郑会记得打开美柚点一下按钮，将日期标注。当感到腹部不适或经期好久没来的时候，会打开记录功能查看下次生理期时间。

除了偶尔经期发生异常时还会使用分析功能，其他的功能很少使用。

用户类型 3:

宁宁，女，26岁，在杭州一家国企工作，已婚。

近期与伴侣有生育的计划，于是开始用美柚协助备孕。宁宁会用美柚来查看什么时候处于易孕期，坚持用记录功能将同房日期、排卵试纸情况记好，并从“每日好孕”栏目中学习科学备孕的知识。

经常会打开她她圈，进入备孕圈子看其他人分享的备孕心情以及好孕经验。

用户类型 4:

小杨，女，29岁，在青岛上班，白领。

小杨是一名孕妈，经常会打开美柚首页查看所处的孕期阶段，并用记录工具将产检报告备份好。不知道食物能不能吃、运动能不能做的时候，会打开孕期小工具查询。

有时感到孤单或紧张，小杨会打开孕妈圈和其他准妈妈互动，互相陪伴缓解焦虑。看到自己的肚子变化了，小杨会开心地打开孕期大肚照功能拍照，准备最后合成一段完整视频。

用户类型 5:

小李，女，33岁，在广州上班，大学老师。

小李是一名刚完成生育的母亲，平日用美柚记录宝宝的排便、哺乳等情况，定期使用分析功能。在完成记录之后会顺便点开柚子街，浏览婴幼儿服饰、早教玩具等。

闲暇时小李偶尔会打开她她圈，看看其他妈妈的育儿生活，并积极回帖点赞；照顾宝宝时遇到问题，也会打开她她圈发帖寻求其他妈妈的帮助。

四、功能分析

1. 记录模块

1.1 现有功能体验

记录模块按照用户所处的人生阶段分为四种模式：记经期、备孕、怀孕、育儿，并针对不同人生阶段设置不同的记录选项。用户可以通过界面中心的日历直观查看经期，并通过下方面板中的选项记录身体状态，使用分析功能进行健康管理。

根据用户反馈以及功能体验，记录模块的需求可以按照 Kano 模型分类，如下表所示。

该模块在经期记录和准确预测方面能够满足使用需要，也能够针对特殊阶段提供实用工具。但在健康管理方面，记录项目存在冗余情况，并且分析方法也有进一步完善的空间。

| | 需求 | 现有功能及优化点 |
|-------|----------------------------------|--|
| 基本型需求 | 1. 记录经期 2. 方便查看过去经期记录 | 一键记录经期，日历直观呈现。 |
| 期望型需求 | 1. 经期及各时期预测准确 2. 特殊阶段提供针对性小工具 | 周期内各时期预测准确，并分颜色在日历上清晰标注；备孕/怀孕/育儿阶段提供排卵试纸、孕期工具、宝宝状态等针对性功能。 |
| 兴奋型需求 | 1. 记录健康状态 2. 针对健康情况进行分析并提出建议 | 面板中设置了丰富的选项进行健康状态记录，并进行单项评估，提出建议。然而有很多选项使用频率不高，造成界面不简洁；且分析功能缺乏连贯性。 |

存在问题：

（1）界面不简洁

记录面板中直接置于浅层级的选项数量繁多，然而根据用户反馈，并不是所有的选项都会经常用到，例如：体温、体重、好习惯、心情的使用频率都不是很高。每一位用户对于记录的项目有自己的偏好，不常用的功能出现过多会造成操作不便捷。

四种人生阶段在顶部导航栏中完整展示，这种设计让用户可以便捷切换阶段，有效防止因找不到切换按钮造成的用户流失。但在大部分使用场景中，用户是不需要切换状态的，这种设计在发挥优势的同时也造成界面不必要的拥挤。

（2）分析功能易用性需加强

在美柚现有的分析功能页面中，项目的展示顺序变动很少，经常会出现无记录的项目却优先出现的情况。如果用户想看到自己记录的项目，可能需要滑过几个不需要看到的项目，才能达成目的。多余的操作会造成使用不便捷，多余的空白项目夹杂在中间也不利于界面的整体效果。

目前的分析模块只有单项分析，根据用户记录的单一症状或数据，来进行评分并提出建议。但是，单一维度的评价并不能直观的看出整体情况，给出的建议也趋于分散零碎。

(3) 缺少复盘

现在的记录功能相对完备，但时间维度上缺乏连贯性，月与月之间缺少反馈。

1.2 功能优化建议

(1) 界面简洁化

- **自定义记录项：**设置“更多记录项”按钮，让用户根据需要自主选择出现在页面中的记录项目，日历下方只出现常用项目，便于操作。
- **顶部导航调整：**建议将人生阶段切换改为切换 icon，将状态切换做成下拉菜单的形式，并用小字在旁边提示“切换人生阶段请点击此处”，引导需要切换状态的用户点击，同时也不会占据太多空间，维持了界面简洁。



改动后的界面如上图——对最上方导航栏和日历下方记录面板进行了改动。

点击“更多记录项”按钮，进入新页面，点击页面中项目旁边的“+”时，提示成功将项目添加至日历下方，同时项目从该页面转移到上一层级页面。当点击日历下方项目旁边的“-”时，弹出对话框确认是否要移除选项，确认后才进行移动操作，因为此处按钮相较于“+”层级更低，更容易出现误操作。

(2) 分析功能调整

a. 项目展示方式

建议根据有无记录来决定项目的展示顺序，将有记录的项目排序提前。同时，可以考虑将有记录的项目卡片颜色变为彩色，强化记录行为带来的直观反馈。

以育儿模式下的分析模块为例，界面调整如下图所示：



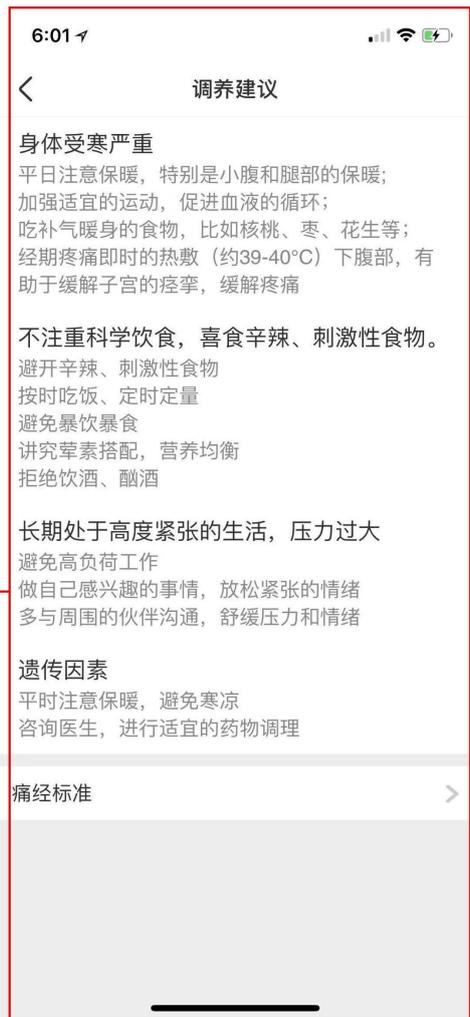
b. 增加整体评估

用户使用健康管理的功能，最想做到的其实是监测自己的身体健康情况，并获得具体的建议。可以针对这个需求增加“健康报告”功能，对整体情况进行综合评估，



建议“健康报告”界面

点击进入
往期回顾



进入痛经症状详细界面

链接进入柚子街
商品详情界面

将入口按钮置于分析页面顶部。

建议健康报告由四个部分组成：健康分数、评级与描述、建议清单、相关推荐，另有往期报告回顾界面。

健康报告界面布局如下图所示：

健康分数：

健康分数由一段时间内的单项分数加权形成，提前预设每一个项目的权重，当项目有记录时才会参与加权，未进行记录的项目不参与加权。建议爱与好习惯直接不参与加权，因为它们不是身体数据的表征，仅是行为记录。

举出一种假定情况为例：经期单项重要程度为 4，症状为 3，身材状况为 2，体温状况为 2。

在这种模式下，用户的经期单项得分为 85 分，有 2 次症状记录，单项得分 90 分，其他项目没有记录，则用户的健康分数为： $85 \times (4/7) + 90 \times (3/7) = 87$ 分。

注：经期分数取上一次完整生理期的数据，例如：生成健康报告时正处于经期，则经期单项的分数取上一次经期的分数。形成健康报告的周期是一星期，一周之内再次点击健康报告，提示“本周您已获取健康报告”，并呈现最近一次的健康报告。

健康评级：

健康评级是为用户的健康程度评价等级，加强可视化。

此处举出一种分级标准作为参考：

96—100 分：S 级，健康情况很好，请坚持好习惯，保持健康。

86—95 分：A 级，身体处于较好状态，偶尔受小问题困扰，稍加调养会更完美。

76—85 分：B 级，健康情况一般，多多关爱自己，认真调养。

61—75 分：C 级，身体较为薄弱，建议补充营养，选择些调理身体的常用药。

0—60 分：F 级，身体出现了些问题，建议针对具体情况寻求医生帮助。

建议清单：

在建议清单中，将针对各个症状的建议进行概括，逐条展示，为用户提供改善身体的简明策略。每个症状的建议旁边添加一个“详情”按钮，链接进入单个症状的详细建议页面。

相关推荐：

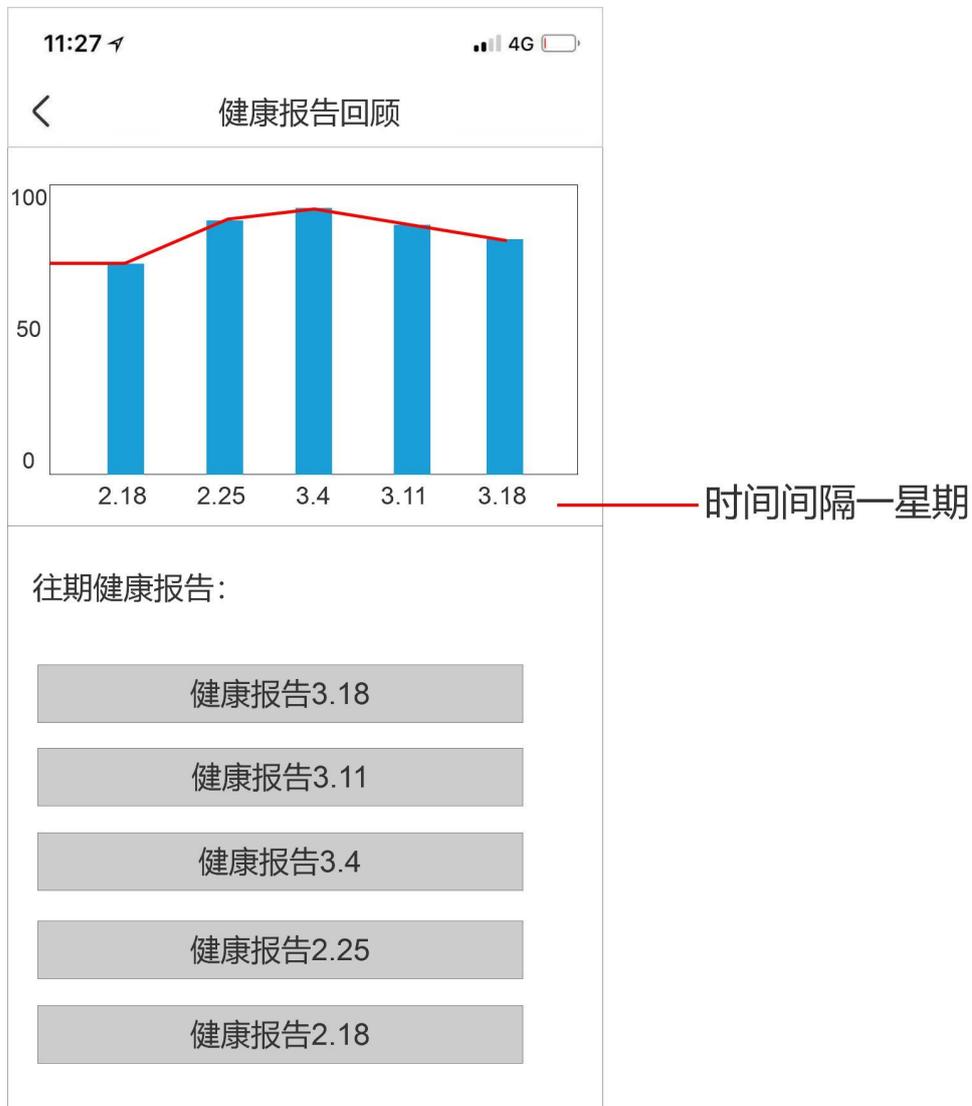
最后一个部分是“相关推荐”，为用户呈现根据健康状况推荐的商品。该界面展示商品名称、商品图片及其简介，下方设置“查看详细介绍”的按钮，点击跳转到柚子街的商品详情界面，实现分析模块与电商的连接。

针对不同健康等级的用户选择不同类型的商品进行推荐：

- S 级：日用品/个人洗护/经期用品等。
- A 级/B 级/C 级：保健品/药品/经期用品等。
- F 级：药品/经期用品等。

往期回顾：

为了加强复盘和时间维度上的反馈，建议增加“健康报告回顾”页面。进入方式为点击评级区域，页面中包含健康评分图表和往期健康报告。



健康报告回顾界面

健康报告形成的周期为一星期，因此图表的最小间隔是一星期。系统按照一星期为周期自动进行报告生成，在这里可以查看错过的往期报告。

(3) 经期症状复盘

建议：连续两个月以上出现的症状，在下一次经期时进行复盘，询问用户是否又一次出现类似情况。若用户选择“不再出现”，则以后不再提醒；若用户选择“再次出现”，则自动将此症状记录，在分析报告中进行标记。

1. 她她圈

2.1 现有功能体验

她她圈为用户提供两种查看帖子的途径：第一种是系统自动推送信息流，第二种是用户自行进入感兴趣的圈子选择帖子。

首页的信息流中，包含已关注圈子的帖子和随机热帖，既满足了用户从众猎奇的心理，又能根据兴趣定向推送。然而，首次使用的用户没有关注任何圈子，仅有随机推送的热门帖子，根据用户反馈，首次查看的信息流对用户的吸引力较为有限。

她她圈为用户提供了划分详细、种类丰富的话题圈子，共十三个大类。每个大类包含数量不等的圈子，覆盖女性生活的方方面面，以及重要的人生阶段。点开她她圈首页的“更多圈”，就可以选择感兴趣的圈子并加入，与圈内用户交流互动。圈子基本可以满足用户需求，但分类较为零散，不利于用户做出选择。

每一个圈子内都有积分系统，签到、发帖、回复等都可以获得积分，月度积分排名前列的用户可以登上柚姐榜，获得荣誉头衔，得到柚币兑换商品。积分系统可以有效提高用户活跃度，鼓励每日签到，增强用户粘性。然而，柚姐榜中仅能出现少部分用户，且需要至少活跃 30 天才能上榜，大部分用户从积分处获得的回馈并不是很明显，反馈周期较长。

2.2 功能优化建议

用户使用她她圈，通常出于两种目的：一种是打发时间随便看看，二种是有明确的问题想要交流。

对于随便看看的用户，需要找准他们的兴趣点，让他们在前几次使用时看到感兴趣的帖子，产生想要重复使用的意愿；想要交流的用户通常是分享生活、倾诉情感或提出问题，从而获得共鸣、找到存在感、解决具体问题，这些需求能够实现的基础就是用户之间有良好的互动。

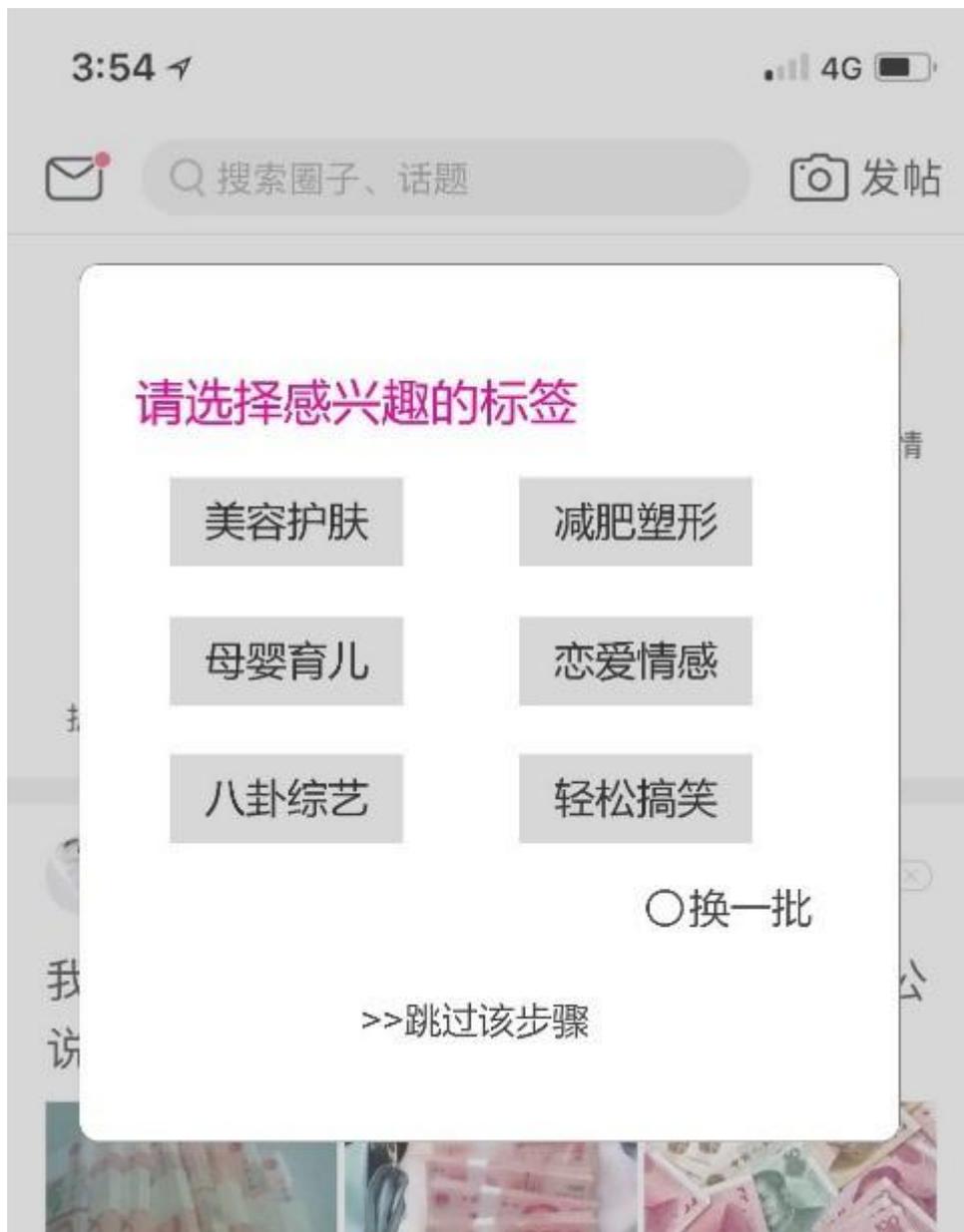
目前她她圈的问题主要有三个：圈子展示较为混乱、积分系统缺乏回馈、信息流吸引力不足。

按照这个思路，建议她她圈做出这些调整：

a. 初次进入设置标签

用户第一次进入她她圈时，给出多个备选标签，让用户从中选择感兴趣的内容。根据用户选择的标签，自动为用户随机关注匹配的圈子，这样做可以保证信息流中出现用户感兴趣的内容。

同时，不要关注过多，每个标签只关注 2 个以内的圈子，避免过度干涉用户对圈子的自主选择。



选择标签弹窗

备选范围内随机添加关注



标签与信息流联系

b. 快捷栏置顶功能

目前快捷栏中呈现的是：用户最近浏览的圈子，按照进入时间倒序排列，目的在于将常用圈子放在快捷栏。但是，每一次点击都会造成快捷栏的整体变动，频繁变动的快捷栏不符合使用习惯。

改进建议：

在现有基础上，添加置顶功能，用户可以将某个圈子设置为置顶，这个圈子就会一直处于快捷栏顶部，直到取消置顶。置顶圈子可以设置多个，后置顶的圈子排位更靠前，没有被置顶占据的快捷栏位置，依旧按照点击时间来倒序放置圈子。

c. 圈子分类整合

目前圈子只有一层导航，并且类目数量超出了用户舒适的范围，会让用户面临选择困难。

改进建议：

将一级导航的数目控制在六个，性质相似的合并，同时加设二级导航，置于顶部。

- 八卦、搞笑、杂谈都是打发时间用的，可以合并为“新鲜事”。
- 变美、兴趣、健康都是与用户生活息息相关的，合并为“生活”。
- 备孕、孕期、育儿都是与女性特定人生阶段有关的，合并为“孕妈”。
- “综合”中的圈子主要是与美柚客服沟通的平台，单独成为一栏。
- “情感”单独成为一栏。
- “同城”是按照地域来形成交流圈子，单独成为一栏。

调整后的界面如右图：



原“全部圈子”界面

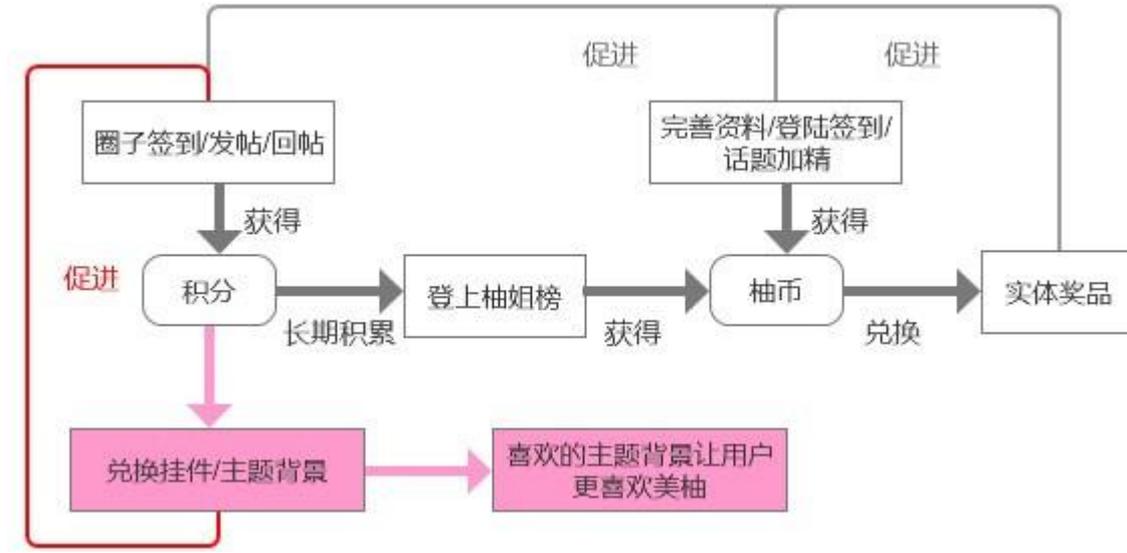


建议“全部圈子”界面

d. 丰富积分回馈

建议：再增加几种积分的使用方式，缩短积分回馈的时间，让用户立刻感受到在社区中活跃带来的获得成就感。

改进思路如下图，其中灰色部分是原有体系，红色部分是新增的反馈路径。



这里展示一种积分体系改进的具体方案：

| 操作 | 圈贡献 | 说明 |
|------|-----|------------------------|
| 签到 | +2 | 每天签到一次 |
| 回复 | +1 | 每天前4个不同话题且不小于10个字的回复得分 |
| 热门回复 | +5 | 每天前10个不同话题的回复变为热门回复的得分 |
| 热帖 | +10 | 话题变热帖加10分 |
| 加精 | +30 | 话题被加精华加30分 |

积分获得方式保持不变

| 操作 | 消耗 | 说明 |
|-----------|-----------------|------------------|
| 积分兑换头像挂件 | 10/20/30/50积分不等 | 一次兑换仅针对一个圈子 |
| 积分兑换主题背景 | 50/70/100积分不等 | 任何一个圈子兑换的主题背景都通用 |
| 累计积分登上柚姐榜 | 无 | 每日更新，上榜可领数额不等的柚币 |

改进后的积分兑换体系

新增名词解释：

- 头像挂件：用特定圈子的积分兑换了头像挂件之后，在该圈子中发帖回帖时，头像都会呈现挂件装饰后的效果。越多的积分兑换到的挂件越精美。
- 主题背景：预设多款符合美柚的产品风格的背景供挑选。主题背景应用于整个 app，将原本白色的背景区域换成具有高明度、低饱和度的图案装饰区域。主题背景给用户一个选择改观的机会，拥有一个属于自己的美柚。

1. 柚子街

柚子街是美柚在健康管理的核心定位下，辐射出来的附加功能，是美柚变现的主要方法之一。

柚子街中的商品覆盖女性关注的全部品类，采取低价导购的形式，充分迎合了女性追求物美价廉的心理，力图做成一个品类丰富、价格优惠、全方位服务女性生活的导购平台。在引流方面，柚子街采取了首页签到跳转的方式，引导用户查看今日特卖。

但是，从反馈结果来看，用户在柚子街的购买意愿不高，很少打开柚子街或倾向于仅浏览的用户较多，这说明柚子街整体存在优化空间。

柚子街存在的问题主要分为两个方面：第一，柚子街的引流渠道过于单一，仅有首页签到跳转这一种方式，然而并不是所有用户都会选择签到，这造成用户进入柚子街的机会不够多；第二，柚子街的布局与美柚“让女人更美更健康”的定位结合不紧密，整体给人的感觉与普通电商平台没有差别，在缺乏特色的情况下很难与淘宝、小红书等电商产品争夺用户。

想让用户不选择其他电商平台，而选择在美柚的购物模块购买商品，关键在于以下几个方面：

1. 通过核心功能的出色表现，让用户信任美柚，愿意相信该购物渠道；
2. 将主要定位放在健康垂直细分市场，提高核心竞争力从而建立不可替代性；
3. 加强核心商品导购的专业性，解决用户“无处购买专业女性健康商品”的痛点。

根据这个思路，建议柚子街做如下几处改动：

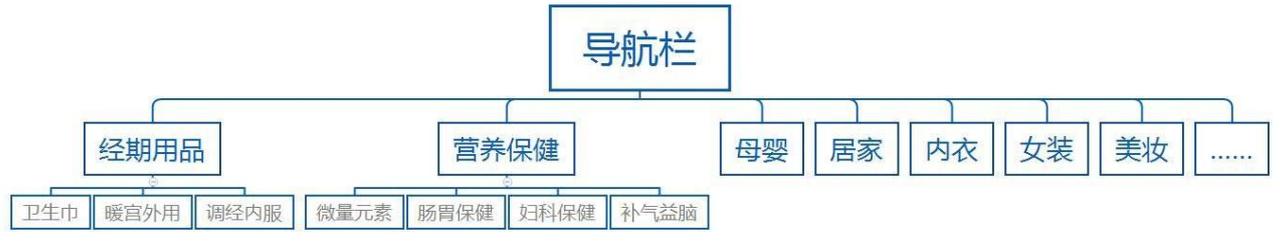
(1) 界面结构

a. 导航栏调整

目前一级导航栏的品类排列顺序为：女装、母婴、居家、美妆、美食、内衣、鞋包配饰、数码、运动车品、图文、男士。

优化建议：将健康护理相关的品类提前，并进行细分拆解，与此同时将其他品类靠后排列。

调整后的导航栏结构如下图所示：



将经期用品重新整合成一级导航品类，营养保健从二级导航升级为一级导航并进行细致拆分，同时将内衣、母婴、居家提前，其他的次相关品类向后顺延，图中省略。

经过调整之后的导航栏，重心放在了健康细分领域，与美柚整体定位的女性健康市场更加贴合。

b. 柚子街首页

目前柚子街的首页是“今日特卖”，为无明确购买目的的用户呈现每日上新的特价商品。这样做虽然很好地迎合了用户追求低价的心理，但是没有考虑到个性化的需求。

优化建议：根据用户记录的症状，将用户可能需要的商品优先推荐到首页，与特价商品交替呈现。这样既为用户提供了优惠商品，又兼顾了针对性商品的需求。



原柚子街首页



调整导航栏，
加强健康属性。

推荐基于记录的商品

调整后柚子街首页

(2) 增加引流方式

美柚的核心功能是：经期记录与健康管理，用户使用其他模块的功能都是基于对核心功能的信任。

用户在使用分析功能时，希望了解自己的健康状态，同时对改善身体情况有着较强的愿望；用户在记录经期异常情况时，内心处于脆弱敏感的状态，更加容易被健康呵护类产品吸引。在这两种情境下向用户推荐商品，用户会有相较于平时更强的购买意愿。

优化建议：

1. 在分析页面中针对用户健康状况推荐商品，链接进入柚子街商品详情界面，这一功能原型图展示见前文 1.2 健康报告部分；
2. 在记录经期异常时，小日历下方浮现出“跟着柚子调理经期”的文字提示，点击进入经期助手界面，在该界面中对症下药，引导用户进入柚子街查看商品。



(3) 提高核心商品专业性

用户最核心的诉求是：找到一个专业的平台来购买健康相关的商品。因此，商品本身的品质是很重要的。

目前柚子街的导购全部倾向于低价领券商品，缺乏对商铺信誉的筛选，以及从专业视角对商品的测评。

优化建议：

美柚对健康相关的产品推荐多加筛选，保证商品的质量，并对一些常用优质商品进行测评讲解，增强平台在健康领域的专业性。为节约成本以及不破坏柚子街老用户的使用习惯，与健康关联不大的商品，例如：美妆、女装等，保留原有的低价领券模式。

可以通过这种方式做到：健康相关商品专业优质，其他生活用品低价实惠。

1. 首页

4.1 首页概况

美柚的首页在不同阶段中布局会有不同，大多数情况下由两部分构成。

上半部分是生理健康相关的日期及提示，占据三分之一的页面；下半部分是信息流推送，主要由广告、资讯、社区帖子组成，占据三分之二的页面。

怀孕阶段的首页较为特殊，页面中包含宝宝发育情况、妈妈变化、孕期常用工具、孕期知识等，这些内容占据首页全部空间，信息流推送需要滑动页面才会出现。

首页除了展示关键内容之外，还充当了其他模块的入口，页面顶部有消息按钮、搜索框和签到按钮。

消息按钮引导用户查看她她圈的互动情况，进而进入社区；签到按钮会让用户跳转至柚子街界面，进入今日特卖界面；搜索框是全部信息类内容的入口，将用户与感兴趣的内容快速连接，便于用户快速查询问题。

4.2 功能分析

根据用户反馈，用户进入美柚最想看到的是自身健康相关的内容，而大量涌入的咨询信息会让界面杂乱。能够满足健康需求的“今日密报”功能，入口是点击粉色区域，缺乏对新用户的引导，导致用户使用很长时间才能发现这一功能。

针对此种情况，提出如下建议：

将今日密报的“阶段名称”和“能不能做”部分在首页展示，同时标注“查看今日密报”的入口，引导用户使用这一优秀功能。

同时，其他阶段也可以学习孕期模式，将实用工具呈现在首页上，将具有代表性的她她圈入口也呈现在首页上，例如：“乳房保健区”。加入今日密报和其他入口的时候，推送的空间占比会被相应压缩，界面趋于简洁。



原首页



建议首页

五、运营分析

1. 活动运营

美柚的运营活动有她她圈和柚子街两个发布地点，总的来说活动形式比较丰富。柚子街多在年中、年末或节日举办促销活动，利用柚子街主页 banner 位进行宣传；她她圈平均一星期发布一个新活动，所有活动均在“活动与互动”圈发布通知。

2018年3月，美柚启动以“与 YOU 一起更美更健康”系列活动，以专家微课、万人晒照、大 V 征文等形式，呼吁女性关心身体健康、心理建设。其中，在她她圈

内以三月主题月专用 slogan，发起晒手势活动，共吸引超过 7 万用户参与，为美柚带来了 2.5%的月活增幅。

今年三月，社区发起了“男子汉痛经挑战”活动，以这个正在进行的活动为例进行分析：

活动简介：

她她圈中平均一星期出现一个新活动，活动持续一星期左右。

由官方账号在“活动与互动”圈发起，每次活动都由一位专门的达人或圈主负责，在对应的圈子中发布活动帖子。多数活动以回帖互动的形式参与，奖品是社区积分或可以用于兑换商品的柚币；少数活动会设置实体奖品，这样的活动参与方式也会更加丰富。

“男子汉痛经挑战”活动于 3.7 女生节在美柚社区及微博平台同时发布，旨在呼吁男性朋友们关爱身边的女性，也为女性提供了一个交流痛经话题的平台，同时这也是美柚的一场推广活动。



“男子汉痛经挑战”活动海报

活动规则：

(1) 活动时间：2019.3.6——2019.3.14，活动结束后五个工作日开奖。

(2) 活动形式：美柚提前在线下选取了五位男性体验者，录制了他们用仪器模拟痛经的全过程，并附在发布活动的帖子上，邀请大家分享观看感受。

(3) 参与方式：

方式一：

通过美柚社区参与：将她她圈活动原帖或美柚公众号中的活动推送转发至朋友圈，说明自己的感想，并将朋友圈截图。回到活动原帖中，按照：话题+截图+感想的形式回帖，活动结束后分别依据回复获得评论数和回复所在楼层数颁发人气奖和幸运奖。

方式二：

通过微博平台参与：转发活动微博并说出感想，即可参与微博抽奖。

8:34



经期讨论区

2774.09万人在圈子讨论

去看看 >

【女生节壕礼】痛经就是矫情？#男子汉痛经挑战#say no!



她她圈活动大使 圈楼

关注

#男子汉痛经挑战#是什么让1米8壮汉眼泛泪光？

是什么让能忍的奶爸惨叫连连？

是什么让直男痛到怀疑人生!!!

戳开视频~让这些男子汉们用最真实的反应告诉你“痛经到底是什么感觉？”

女生难以言说的生命不可承受之痛经，男生来体验啦↓↓↓



@楼主:



8:35



< 返回

微博正文



公开



美柚

+关注

3-7 09:59 来自微博视频 已编辑

是什么让一米八壮汉眼泛泪光？是什么让直男痛到怀疑人生？女生难以言说的生命不可承受之痛经，男生来体验啦！转发说出看#男子汉痛经挑战#感想，3月14日@微博抽奖平台 抽10位分总价6000元女生节礼包，大牌口红小黑瓶评论里细看！你每1次有效转发，@美柚 将因你为@水滴公益 的关爱女性项目捐出0.1元！
 美柚的微博视频

女生节强势围观，男子汉痛经挑战来啦！

痛经到底是什么感觉？

34.9万次观看

 查看更多抽奖大赠送 >

分享到



转发 7564 评论 1507

赞 550

 转发

 评论

 赞

美柚社区和微博平台活动截图

(4) 活动奖励:

美柚社区: 价值 169 元—1219 元不等, 总计 20 份礼包。

微博平台: 总价值 6000 元礼包, 总计 10 份;

另有联动品牌加码礼品。

活动分析:

(1) 对用户的吸引力:

首先, 活动奖品丰厚, 且均为实物奖品, 相较于积分、柚币等深度了解美柚 app 才会产生吸引力的虚拟奖品。

这类奖品更容易对美柚浅度用户以及未使用过美柚的用户产生吸引力。美柚社区内的奖品分别按照人气和运气两个评估标注来设置, 既照顾到了社区新人想碰碰运气的心理, 也鼓励了活跃用户创造优质内容, 让社区用户普遍产生了参与其中的渴望。

其次, 发布的时间与选题都十分契合女性心理, 吸引女性用户分享参与。

痛经是很多女性的烦恼, 也是专属于女性的烦恼, “渴望身边男性理解痛经的辛苦”是很多女性的心声。3.7 女生节经过近几年的宣传, 成为了一个女性获得关注与宠爱的日子, 选择在这个日子里提出“男子汉痛经挑战”这个话题, 触发了女性深藏心底很久的对于被理解的渴望。

但是, 由于奖品完全侧重于女性偏好的商品, 且缺少有效的引导, 所以参与活动的大多是女性, 男性数量很少。

(2) 活动热度: 美柚社区内获得 2000+回帖, 活动参与突破 300 人次; 活动微博获得 7000+次转发, 话题阅读量突破 600 万。

(3) 传播情况: 活动采取微博和微信朋友圈两个渠道进行传播。其中以微博转发为主, 在发布活动的微博处邀请了十余家品牌联合助力, 扩散情况较为良好。相较而言, 公众号文章中缺乏吸引用户继续分享到朋友圈的动力, 因此微信朋友圈的扩散情况较为平淡, 没有引起大范围传播。

改进方案:

(1) 微信公众号增加奖品激励：转发文章至朋友圈并说出自己对活动的感受，截图发送给公众号后台，可参与抽奖获得大礼包；在文章底部发表评论，点赞数最高的用户可获得小礼物。

(2) 鼓励男性网友参与活动：

1. 奖品设置调整：微信朋友圈大概率可以覆盖到男性用户，公众号奖品设置依中奖用户性别而定，在原有基础上增设同等价值的男性护理用品作为奖品替换选项。
2. 丰富微博抽奖形式：男性用户艾特自己的伴侣，发表优质的观看活动感受，转发并评论，热评前三名获得双人礼品包；

1. 用户运营

美柚的活跃用户主要集中在二三线城市，且仍有下沉趋势，她们相对有较多的空闲时间，愿意为购得优惠商品付出努力。

因此，为了将活跃用户转付费，柚子街采取的是低价导购的思路。配合整体思路，用来促进用户活跃度的主要设计是柚币机制。

柚币的获得渠道大致包含以下几个方面：

1. 每日签到
2. 社区头衔：柚姐榜/达人堂
3. 发布优质帖子：得到推荐、加精华
4. 积极参与社区运营活动

也就是说，用户坚持每天打开美柚签到、在她她圈中表现积极，就会获得更多的柚币，柚币积少成多可以兑换实体商品，促进用户更加活跃，形成闭环。

签到行为可以有效增加单个用户使用频次，促进整体活跃度，鼓励发布优质帖子同时也帮助维护了社区内容质量。

1. 内容运营

内容呈现机制：

基于美柚的定位，出现在产品内的内容均为女性感兴趣的生理健康、娱乐新闻、情感话题等。呈现在首页的内容由几部分组成：其他网站资讯转载、美柚号发布内容、社区用户发布内容。推荐机制有两种：基于热度的推荐和基于记录症状的推荐。社区内，已关注圈子的新增内容及其他圈子的热门内容会呈现在她她圈首页。

用户可以选择“不想看”推荐的帖子，并标记不想看的原因，美柚根据标记来调整推荐方法，避免再次推荐用户不喜欢的内容。

社区内容质量维护

她她圈中每一个圈子都有圈规和精华标准，目的是引导用户多发表优质内容，不要发表低质量、违规内容。同时配合举报功能和圈子管理机制，随时删除违规内容，维护社区内容质量。

六、总结

从 2013 年初版发布以来，美柚不断完善自身，抢占下沉方向的用户，逐步占领大半个女性健康市场。在坚持下沉战略的前提下，保证现有用户不流失，美柚可以从以下几点进行进一步改善：

1. 将好用的功能层级变浅。
2. 让初次使用社区的用户得到更有针对性的推送。
3. 柚子街更好地结合产品特点，保持整体优惠，同时垂直细分专业化。
4. 模块之间加强紧密联系，更好地实现核心功能到附加价值的辐射。

针对这些想法，上文提出了一些具体的解决方法。祝愿美柚可以在更多的人心目中，不仅仅只是一款记录工具，而是女性在生活方方面面的伙伴。