

“花喵”播客APP产品设计研究

李雨蔓

南京林业大学，人文社会科学学院，江苏 南京

收稿日期：2024年9月26日；录用日期：2024年12月10日；发布日期：2024年12月17日

摘 要

近年来，随着网络技术的快速发展和社会文化的多样化，播客凭借其跨时空的便利性、高度自由的言论环境和个性化的内容创作，迅速成为城市青年群体情感交流和文化探索的重要载体。在中国市场，面对日益增长的高品质播客内容及平台需求，本研究深入剖析了目标用户的心理需求，巧妙融合广告定位理论，创新性地提出了一款名为“花喵”的播客APP设计构想。“花喵”播客APP，不仅仅是一个汇聚了海量音频内容的综合性平台，更是一个旨在促进思想碰撞、情感共鸣的精神家园。该应用核心在于“花喵”这一命名，象征着音频世界中的每一个声音如同自然界的花朵与幼苗，鼓励用户跨越界限，探索多元化的视听盛宴。本文详细阐述了“花喵”播客APP的具体设计思路，旨在构建一个既充满生机活力又富有文化底蕴的音频社区，满足用户对高质量播客内容的渴望，同时也为创作者提供展示自我、连接听众的广阔舞台。

关键词

产品设计，播客，耳朵经济，定位理论

Research on the Product Design of the “Huamiao” Podcast APP

Yuman Li

School of Humanities and Social Sciences, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Sep. 26th, 2024; accepted: Dec. 10th, 2024; published: Dec. 17th, 2024

Abstract

In recent years, with the rapid development of network technology and the diversification of social culture, podcasts have quickly become an important carrier for emotional communication and cultural exploration among urban youth groups, thanks to their convenience across time and space, highly free speech environment, and personalized content creation. In the Chinese market, facing

文章引用：李雨蔓.“花喵”播客 APP 产品设计研究[J]. 设计, 2024, 9(6): 583-589.

DOI: 10.12677/design.2024.96728

the growing demand for high-quality podcast content and platforms, this study deeply analyzes the psychological needs of target users, cleverly integrates advertising positioning theory, and innovatively proposes a podcast APP design concept called “Huamiao”. The “Huamiao” podcast app is not only a comprehensive platform that gathers massive audio content, but also a spiritual home aimed at promoting ideological collision and emotional resonance. The core of this application lies in the name “Huamiao”, symbolizing that every sound in the audio world is like a flower and seedling in nature, encouraging users to cross boundaries and explore diverse audio-visual feasts. This article elaborates on the specific design ideas of the “Huamiao” podcast app, aiming to build an audio community that is both vibrant and culturally rich, satisfying users’ desire for high-quality podcast content, and providing creators with a broad stage to showcase themselves and connect with audiences.

Keywords

Product Design, Podcast, Ear Economy, Positioning Theory

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 项目背景介绍

1.1. 播客的概念

播客是数字广播技术的一种，它反映出了一种新媒介口语文化现象。通过使声音突破听觉，具备视觉、味觉甚至触觉的通感，播客在听众群体间引发共情。区别于其他在线音频，播客是指以互联网为载体的关于个体或品牌的思想及专业文化探讨和传播的音频类内容，属于在线音频类内容的一种。“播客”一词来自苹果公司“iPod”与广播“broadcast”的合成词“podcasting”。播客诞生之初一直被视为是传统广播适应互联网时代的衍生形态，其普及也与苹果公司开发的 iPod 随身听和 iTunes 应用程序有着密切联系[1]。2004 年 9 月，美国苹果公司发布 iPodder，这一事件被看作是播客(Podcast)出现的标志。

1.2. 中文播客的发展历程

播客最初进入中国及早期发展阶段以网友的自娱自乐为主，播客数量较少，内容较为零散。随后，许多业界人士、传统媒体及其他网络媒体发现了播客的发展前景，纷纷加入播客队伍并建立了大批播客网站，出现了播客欣欣向荣的发展局面。国内播客服务网站主要有三类：播客服务提供商，如波普播客、土豆播客等；播客频道，如博客网的动听播客；目录类网站，如菠萝网等。

2020 年中文播客市场已经不乏优质的高产节目，Listen Notes 统计数据显示，截至 2020 年 5 月，中文播客的数量已经超过 1 万个。但因为缺少分享和推荐的平台，搜索渠道也不顺畅，这些高质量的内容往往鲜为人知[2]。2020 年 3 月，国内首款基于 RSS 的中文播客 App “小宇宙”上线，不仅俘获了大量忠实听众，更吸引了部分潜在的草根生产者参与到节目制作中，实现从用户到生产者的转变。遵循“为听众创造价值，为主播创造价值”的核心理念，小宇宙成为“最轻量化、最纯粹、最便捷的中文播客”。

在小宇宙的成功范本下，喜马拉雅、蜻蜓 FM、网易云音乐等平台纷纷主动投身中文播客浪潮，针对播客内容调整产品，另外更有老牌互联网公司开始研发独立的播客产品，为加入播客赛道整装待发，如快手也已正式发布新播客 App “皮艇”[3]。中文播客市场正处于蓬勃发展的初期，其增长速度令人瞩目，这得益于移动互联网的普及和音频消费习惯的形成。播客作为一种新兴的媒体形式，不仅以其多元化的

参与主体——从个人自媒体到行业 KOL，再到普通大众及品牌赞助商，丰富了内容生态，满足了听众的个性化需求，还通过新旧融合的方式，将口述传统与现代科技完美结合，既保留了口述文化的温度，又借助互联网和智能设备实现了广泛传播与深度互动。

播客以其独特的陪伴性，在通勤、健身、睡前等碎片时间中成为听众的亲密伴侣，增强了用户的依赖与忠诚度。内容上，播客覆盖了时事、科技、文化、生活等多个领域，以高质量、高价值的内容吸引了大量听众，成为集娱乐、教育、启发于一体的综合性平台。同时，播客赋予用户高度的主体性和参与度，通过灵活的播放控制和丰富的互动功能，提升了听众的参与感，为内容的持续优化提供了宝贵反馈，预示着未来市场的无限可能。

2. “花喵”播客 APP 产品设计

2.1. 产品定位

定位：一款针对各个生活场景的日常漫谈类播客 app。

广告语：“用声音栽培生活”。

这一定位深刻体现了“花喵”APP 的核心价值与愿景，即将音频内容融入用户日常生活的每一个细微之处，通过声音的力量滋养心灵，激发思考，让生活更加丰富多彩。这一理念根植于体验经济理论，强调在消费过程中，用户追求的是超越产品本身的情感体验与价值共鸣。“花喵”APP 通过精心设计的场景化内容与个性化的推荐系统，致力于为用户打造一场场沉浸式的听觉盛宴，精准对接其精神层面的渴求。同时，鉴于现代人时间碎片化的特点，“花喵”巧妙运用场景模式，确保用户能在各种生活间隙中轻松获取有价值的信息与愉悦体验，实现碎片化时间的高效利用。更进一步，音频内容的独特情感传递力，使播客 APP 成为了一个跨越时空界限的情感交流平台，“花喵”精选的播客节目构建起基于共同兴趣与情感需求的社群，让用户在此找到归属感与认同感，共享心灵的触动与成长的喜悦。

2.2. 名称与含义深度解析

“花喵”拆解开就是“花口苗”。一个想法和观点像是一朵稚嫩美丽的小花或是一颗生机勃勃的小苗，通过“口述”的方式来对话交流，碰撞思想，漫谈生活。

“花喵”二字，巧妙地融合了自然之美与口述之魅。将“花喵”拆解为“花口苗”，寓意深远：

“花”：象征着美丽、温柔与希望。在这里，每一个想法都被视为一朵含苞待放的小花，等待着被听见、被理解、被欣赏。通过播客的形式，这些花朵得以绽放，散发出独特的芬芳，吸引着同样热爱思考与分享的听众。

“口”：直接指向了播客的核心——口述。它不仅是声音的出口，更是思想的传递者。在《花喵》中，每一位主播都如同一位园丁，用他们独特的声音和见解，浇灌着听众心中的那片花园，让思想之花遍地盛开。

“苗”：代表着生命力、成长与坚韧。正是一颗小苗在阳光雨露的滋养下茁壮成长，播客中的每一个话题、每一次讨论，都是思想之苗破土而出的瞬间。它们在时间的见证下，逐渐成长为参天大树，为听众提供心灵的庇护和智慧的启迪。

2.3. 图标设计理念

见图 1，“花喵”的图标设计简洁而富有深意，这一设计巧妙地以圆形为框架，这一形状自古以来便是完美、和谐与无限可能的象征。在“花喵”的图标中，圆形不仅承载着平台的愿景与使命，也寓意着每一位听众的心灵之旅，都将在这个温馨的音频世界里找到归宿，实现自我与世界的和谐共融。图标中

央，一朵盛开的花朵与一颗挺拔的小苗交相辉映，既展现了自然之美，又寓含了播客的核心价值。



Figure 1. “Huamiao” LOGO
图 1. “花喵” LOGO

花朵：采用柔和的色彩，如红色或淡紫色，象征着温柔与美好。花瓣层层叠叠，细腻而富有层次感，它们轻轻展开，仿佛在低语，邀请着每一位听众靠近，倾听那些藏匿于花瓣缝隙间的秘密与故事。这花朵，不仅代表着播客内容中丰富多彩的情感与思想，更象征着每一位主播用心浇灌的心灵之花，等待着有缘人的聆听与共鸣。

小苗：以绿色为主色调，象征着生机与希望。小苗挺拔向上，叶片清晰可见，寓意着思想之苗在口述的滋养下茁壮成长，不断向上突破。在这里，小苗不仅仅是自然生命力的象征，更是播客平台核心价值的体现——它寓意着每一个创意、每一个想法，在“花喵”这片肥沃的土壤上，都能得到充分的滋养与呵护，最终成长为参天大树，影响并启迪着更多的人。小苗的向上之势，也暗示着思想之苗在口述的滋养下，不断突破自我，勇于探索未知，实现知识与智慧的传承与升华。

将花朵与小苗巧妙融合于圆形之中，“花喵”的图标设计不仅实现了形式上的美感与和谐，更在深层次上传达了播客平台的文化内涵与价值追求。它不仅仅是一个品牌的标识，更是通往一个充满思想碰撞与情感共鸣的音频世界的钥匙。在这个世界里，每个人都可以是故事的讲述者，也可以是倾听者，通过声音的力量，跨越时空的限制，共同构建一个温馨、包容、充满活力的精神家园。整个图标设计既符合“花喵”的命名寓意，又体现了播客平台的温馨与活力。它将成为用户心中一道独特的风景线，引领他们走进一个充满思想碰撞与情感共鸣的音频世界。

2.4. 主界面设计思路

逛逛模式：该模式旨在为用户提供个性化的内容推荐，基于用户的兴趣偏好、历史收听记录以及实时热点分析，智能推送符合其口味的播客节目。界面设计上，采用卡片式布局，每张卡片代表一个推荐内容，配以精美的封面图和简短介绍，吸引用户点击探索。同时，设置滚动加载机制，确保用户在不断下滑的过程中总有新内容可看，增加使用的沉浸感和粘性。

场景模式：此模式围绕用户日常生活的五个典型场景——“睡前、途中、吃饭、运动、居家”进行定制化设计。每个场景下的播客内容均经过精心筛选，旨在满足不同场景下的特定需求与情感共鸣。界面上，通过横向滑动的方式实现场景间的快速切换，每个场景以鲜明的图标和简短的描述呈现，一目了然。此外，每个场景内还可根据用户偏好进一步细分内容分类，如“睡前故事”、“运动励志”等，提升用户体验的精准度。

见图 2，主界面作为用户与 APP 交互的起点，其布局设计需兼顾功能性与美观性。除了模式切换和分区导航外，还增设了“我的”、“内容推送”、“点击录制”和“最多播放”四个关键区域。

模式切换：置于顶部显眼位置，便于用户快速切换至“逛逛”或“场景”模式。

分区：在场景模式下，清晰展示当前场景及可滑动切换的其他场景图标。

我的：用户个人中心入口，包含个人信息、收藏、订阅、设置等功能。

内容推送：实时更新并展示最新、最热的播客内容，吸引用户关注。

点击录制：鼓励用户参与内容创作，提供一键录制功能，让每个人都能成为声音的创作者。

最多播放：根据用户收听数据，展示最受欢迎或用户个人最常播放的播客列表，便于快速回听。



Figure 2. Main interface design of “Huamiao”
图 2. “花喵”主界面设计

3. 平台特色与功能规划

3.1. 内容多元化：构建知识与娱乐的海洋

“花喵”深刻理解听众需求的多样性，因此，在内容构建上力求全面覆盖，从时事热点到文化艺术，从科技前沿到生活哲学，每一个领域都精心策划，力求为听众提供丰富多样的选择。时事热点区域，紧跟时代脉搏，邀请知名评论员和专家，为听众带来深度解读和独到见解；文化艺术板块，则汇聚众多艺术家和学者，分享他们的创作心得与文化感悟；科技前沿领域，紧跟行业动态，揭秘最新科技成果，激发听众对未来世界的无限遐想；生活哲学部分，则通过轻松愉快的对话，引导听众在忙碌的生活中寻找心灵的宁静与智慧的启迪。

3.2. 主播社群化：搭建思想碰撞的舞台

主播是播客平台的灵魂，他们不仅是内容的生产者，更是听众心灵的引路人。通过社群互动功能，听众可以轻松加入自己喜爱的主播社群，参与话题讨论、直播问答等环节，与主播及其他听众进行深入的思想交流。这种社群化的模式不仅能够有效提升用户粘性，还能激发更多创意和灵感的火花，推动播客文化的繁荣发展。

3.3. 个性化推荐：打造专属的听觉盛宴

喻国明认为，消遣、放松是大部分人使用媒介的主要动机。现代社会，大部分人的物质需求已经得到满足，由此对精神层面的需求也逐渐显现出来。特别是在这个快节奏的时代，由于工作、学习和生活带来的种种压力，因此人们迫切需要一种更为便捷的休闲方式。在日常生活中，听中文播客就成了一种简便的、可缓解压力的方式[4]。在信息过载的时代，如何帮助听众快速找到感兴趣的内容成为了一个重要课题。“花喵”将利用先进的智能算法技术，通过分析用户的收听历史和偏好数据，实现精准的内容推送。无论是偏好深度报道的听众，还是热衷于轻松娱乐的听众，都能在这里找到属于自己的听觉盛宴。个性化推荐功能不仅提升了用户体验，还促进了内容的精准传播和高效转化。

3.4. 高质量制作：追求卓越的声音品质

高质量的内容制作是播客平台赢得听众信任的关键。本平台鼓励并支持主播进行高质量的内容创作，不仅提供先进的音频编辑工具和技术支持，还邀请资深音频制作人为主播提供一对一的后期制作指导。从音频录制到后期剪辑，每一个环节都力求完美，确保播客内容的音质清晰、音效丰富、节奏紧凑。

3.5. 版权保护：构建健康的行业生态

版权保护是播客行业健康发展的基石。为此，“花喵”致力于构建一个全方位、多层次的版权保护体系，融合先进的技术手段与严谨的法律措施，为每一位原创主播及其作品保驾护航。通过引入智能识别技术，实现对上传内容的快速筛查与比对，有效预防和打击侵权行为，确保优质内容的独一无二性。同时，“花喵”积极倡导并推动行业内的版权合作与授权机制，搭建起创作者与需求方之间的桥梁，让优秀作品得以广泛传播，并为主播们提供多样化的变现渠道，激励他们持续创作高质量的播客内容。

4. 总结

随着新媒体传播“听觉转向”的持续加速，作为听觉媒介的播客重回公众视野[5]。本文深入剖析了“花喵”APP的设计哲学与实践路径，将现代播客文化的精髓与前沿科技设计理念相融合，旨在打造一款既紧贴当代生活脉搏，又蕴含深厚人文关怀的音频平台。在当前这个信息爆炸、快节奏生活的时代，中文播客作为新兴的内容传播形式，正以其独特的魅力逐渐走进大众视野，成为连接心灵、传递知识、分享生活的重要桥梁。它跨越了地域与时间的限制，让每一个声音都能找到共鸣的听众，每一次聆听都成为一次心灵的触碰。

“花喵”播客APP以“用声音栽培生活”为核心理念，深刻洞察了现代人对高品质精神生活的追求与向往。在内容构建上，“花喵”力求多元化与深度并重，涵盖了文化、艺术、科技、教育、生活、情感等多个领域，旨在为听众提供一个丰富多彩、启迪思考的听觉盛宴。无论是想要探索未知领域的求知者，还是渴望心灵慰藉的情感寄托者，都能在“花喵”找到属于自己的声音角落。通过内容多元化、主播社群化、个性化推荐、高质量制作以及严格的版权保护等特色功能，“花喵”希望为用户提供丰富多样的听觉体验与思想交流空间。其独特的分区滑动界面设计，不仅考虑了用户操作的便捷性，还致力于增强使用过程中的趣味性和沉浸感。“花喵”播客APP的产品设计，不仅是对现代播客文化的一次创新实践，更是对用户需求的精准把握与满足。致力于以独特的设计理念、丰富的内容资源、便捷的操作体验以及严格的版权保护，为音频内容市场注入新的活力与可能。

注 释

文中所有图片均为作者自绘。

参考文献

- [1] 詹沐清, 蔡立媛. 网络视频广告的病毒式传播策略[J]. 新闻爱好者, 2011(24): 8-9.
- [2] 郭翀亦. 泛媒体时代中文播客的数字营销——以小宇宙 App 为例[J]. 新媒体研究, 2021, 7(17): 47-49.
- [3] 吴思哲. 沙龙复兴与广播续章: 中文播客的热度与冷性[J]. 新媒体研究, 2020, 6(23): 81-84.
- [4] 魏晓敏. 中文播客平台用户的使用与满足研究——以小宇宙 APP 为例[J]. 新闻研究导刊, 2024, 15(2): 16-19.
- [5] 冯菊香, 耿叔豪. 人文类播客节目的用户收听动机研究——基于喜马拉雅平台用户评论的考察[J]. 新闻大学, 2023, 207(7): 101-116+121.