

音乐APP用户体验分析和优化建议

——以网易云音乐为例

李 响

北京印刷学院新闻传播学院，北京

收稿日期：2024年11月20日；录用日期：2024年12月14日；发布日期：2024年12月24日

摘 要

本文对音乐APP用户体验进行了分析和优化建议，并以网易云音乐为例进行了探讨。首先从交互设计的五要素出发，即人、工具、操作、目的、环境，详细解析了网易云音乐的用户、工具、操作、目的和环境，并指出了使用移动设备时可能会遇到的问题。其次通过调查和分析用户反馈，总结了网易云音乐的优点和缺点，提出了优化建议，包括提高推荐精度、优化播放器功能、增强社交体验、提供更多个性化服务等。最后强调了用户体验的重要性，并指出优化应该是一个持续不断的过程，需要不断地收集用户反馈，优化产品，提高用户满意度。

关键词

网易云音乐，用户体验，音乐，移动应用

User Experience Analysis and Optimization Suggestions for Music APPs

—A Case Study of NetEase Cloud Music

Xiang Li

School of Journalism and Communication, Beijing Institute of Graphic Communication, Beijing

Received: Nov. 20th, 2024; accepted: Dec. 14th, 2024; published: Dec. 24th, 2024

Abstract

This paper analyzes the user experience of music apps and provides optimization suggestions,

文章引用：李响. 音乐 APP 用户体验分析和优化建议[J]. 新闻传播科学, 2024, 12(6): 1632-1637.

DOI: 10.12677/jc.2024.126247

taking NetEase Cloud Music as a case study. Starting from the five elements of interaction design, namely people, tools, actions, purposes, and environment, the paper thoroughly analyzes the users, tools, actions, purposes, and environment of NetEase Cloud Music, and identifies potential issues that may arise when using mobile devices. Secondly, by investigating and analyzing user feedback, the paper summarizes the strengths and weaknesses of NetEase Cloud Music and proposes optimization suggestions, including improving recommendation accuracy, optimizing player functionality, enhancing social experiences, and offering more personalized services. Finally, the paper emphasizes the importance of user experience and points out that optimization should be an ongoing process, requiring continuous collection of user feedback, product optimization, and improvement of user satisfaction.

Keywords

NetEase Cloud Music, User Experience, Music, Mobile Applications

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. 引言

1.1. 网易云音乐概况

网易云音乐是由杭州网易云音乐科技有限公司开发的一款音乐产品，旨在专注于音乐发现和分享。它的名称中的“云”强调了在线音乐服务的重要性，通过算法推送私人 FM 和每日歌曲，以及 UGC 模式歌单，成为了满足用户发现的主要方式。用户可以看到别人对音乐的分享或评论，并产生进一步的互动，形成了一种 APP 内的音乐互动朋友圈。目前，云音乐已经逐渐形成了一种乐评氛围，听歌看评论逐渐成为其特殊的音乐欣赏方式[1]。

1.2. 用户体验理论

在 20 世纪 90 年代，用户体验的概念首次出现。在体验设计中，用户不再是被动接受，而是主动参与设计，以提升设计针对性与品质体验感。美国认知心理学家唐纳德·A·诺曼[2]将体验设计扩展到用户与产品的情感互动，并提出本能、行为、反思三个不同的情感层次：先天的部分，是本能层次；控制身体日常行为运作的部分，是行为层次；大脑思考部分，是反思层次。它认为用户体验的目标不仅是帮助企业设计出满足用户理性需求的产品，更重要的是用户都是具备感情的人，需要设计出能够满足用户感性需求的产品。诺曼提出了一个有关用户需求的理论，探究用户想要什么样的感觉、想要做些什么、想要成为什么样的人。这种对用户需求的三个层次的划分，实际上也是用户体验设计提出三个不同层次的要求。产品的功能性、可用性、合意性以及品牌体验四个方面是用户体验的重要影响因素。

“用户体验”随着以用户体验为核心的研究逐渐深入，用户感知理论映入学界眼帘。感知体验的介入，能更好地使观众与应用产生交互链接与情感共鸣。孙利[3]认为体验设计理论的视角广泛，仍需将不同理论体系中的体验概念关联在一起，将有利于把握体验的本质特征，形成有效的设计实践策略；柳沙[4]从观众情感需求的角度出发，在用户感知的指导下，将产品设计特征分类为“感官层面”“效能层面”和“理解层面”；张儒赫等[5]认为目前国内可视化研究仍存在“同质化”的现象，以及过度的技术迭代研究，应当更加回归“人”的信息行为研究。

2. 国内主流音乐 APP 发展历程

2.1. 萌芽期

中国数字音乐行业的开端可以追溯到 1999 年,当时音乐网站平台开始兴起,九天音乐网等国内首批音乐网站相继上线。2004 年,酷狗音乐网站诞生,4 年后,酷狗音乐 APP 上线。接着在 2005 年,酷我音乐、QQ 音乐相继成立并上线,随后更多的音乐类 APP 面向市场开放。2013 年网易云音乐上线,直至 2015 年进入激烈的竞争期。

2.2. “争霸”期

2015 年,中国数字音乐行业进入了“战国争霸时期”,各音乐类 APP 竞争激烈。同年国家版权局要求所有未经授权的音乐作品下架,网易云音乐遭遇了重创,约 10 万首歌曲下架,腾讯手里的版权基本垄断了市面。

为了避免市场竞争趋向恶化,国家版权局促成腾讯音乐和网易云音乐彼此相互开放 99%的版权。经过 20 年发展,版权保护和用户付费意识逐年增强,尤其在青年群体中,为爱好买单已经成为新消费习惯,付费用户数量逐年递增。虽如此,由于各平台的差异导致了用户的使用体验并不如意,各平台间的竞争仍然在继续[6]。

3. 网易云音乐用户的体验调查

3.1. 调查背景

以网易云音乐品牌营销为案例样本,通过对网易云音乐内外部环境及营销现状进行分析,结合用户调研和问卷调查结果,总结其在品牌营销方面存在的问题,并根据研究提出优化建议方案。

调查方法主要通过检索万方、知网、维普,google 学术等网站及到图书馆查阅资料、阅读有关著作等方式,重点对用户体验理论、我国数字音乐产业发展情况、网易云音乐等研究成果进行收集、整理运用。并通过对所有资料和案例进行整合分析,重点阐述网易云音乐 APP 与用户的交互情况。

3.2. 视觉体验

移动 APP 用户界面是至关重要的组成部分,它是用户界面概念的延伸。用户界面是用户与机器互相传递信息的媒介,移动 APP 用户界面属于软件产品界面的一种,它在传统意义上指界面美化设计,目前诸多企业也都将 APP 界面设计理解为一种视觉设计工作[7]。

在 APP STORE 提及网易云音乐功能界面方面的 2000 条评论中,有 77%的用户认为很喜欢网易云音乐界面,界面简洁大气,有 23%的用户认为随着版本不断更新迭代,网易云音乐界面变得越来越臃肿,影响使用体验。有 11%的用户认为网易云音乐功能设计完善,如视频、有声书等内容拓展较好,有 89%的用户认为随着网易云音乐对功能不断拓展,新增的视频等功能较为鸡肋,而且偏离音乐初心[8]。

引导页是用户对产品产生第一印象的页面,网易云音乐的具体做法是将品牌标志中的红色用于整个页面背景,其上方还对一些专辑封面进行模糊,融入红色的背景。图标和名称采用扁平化处理,位于页面偏上的视觉中心位置。整个页面通过较强的对比加深用户的印象。

网易云音乐的首页将导航设置在下方,播放悬浮窗。首页顶部采用了双层标签导航。首页上方展示近期内容、广告的轮播图和 APP 的推荐图标,首页下方按分类呈现推荐内容。首页显得最为扁平,下方直接列出推荐歌曲列表。色彩上,原生皮肤采用了与产品主题相呼应的配色来设计界面上的图标、文字等。

播放页面从专辑显示上来看网易云音乐采用了唱片转动的方式并将专辑图片模糊作为背景,同时采

用细致的黑胶唱片和唱针显示专辑，具有良好的视觉效果和一定的文艺情怀。从功能键和歌曲信息的设计来看，采用了产品的标志色作为点缀。页面上方都列有歌曲名称、专辑名称和返回键。下方基本是进度条和播放、管理键。

对个人内容进行管理的页面中，网易云音乐的设计采用页面上方是横向布局，下方同样是采用竖向列表呈现用户歌单。

账号页中，网易云音乐采用了抽屉式的效果，直接将功能用文字和图标的方式列出，但排列得比较拥挤。

3.3. 产品分析

网易云音乐的标语是“发现好音乐”，导航栏包含了推荐、发现、我的、动态和漫游等多个功能板块。搜索功能支持精确搜索和音乐识别，且搜索框位于显著位置，方便用户快速找到所需内容。

播放方面，网易云音乐提供了多种播放页面选择，包括悬浮窗、单屏管理等选项，为用户提供了个性化的播放体验。此外，还有本地管理功能，方便用户管理自己的音乐库。

网易云音乐播放界面的黑胶唱片已经成为其标志设计，具有文艺情怀。在功能上强调歌单、歌曲评论和音乐社交；网易云音乐注重歌单发现和用户评论、朋友分享来形成音乐社交功能，既能满足大众用户，也抓住了一部分具有社交需求的小众用户。

在 APP STORE 提及用户体验方面的评价中，关于用户使用体验方面的评价有 75% 的用户认为网易云音乐 APP 使用体验好，即使没有版权也仍然会选择使用网易云音乐。有 25% 的用户认为网易云音乐使用体验较差，APP 使用经常出现卡顿、版权资源不足、APP 内广告过多影响用户体验等问题。从这个角度看，网易云音乐在目前国内流行的几个移动音乐 APP 中最具有代表性，因此本文确立网易云音乐 APP 作为研究案例。

3.4. 信息架构

APP 首页导航分为推荐、发现、我的、动态和漫游五个并列的层级。发现是提供给用户获取音乐内容的一个信息入口，这些内容能够实现对音乐信息的被动获取，这是音乐信息的一种模糊的、探索式的浏览。即用户在我心中没有明确的已知音乐内容时，通过系统的推荐或对感兴趣的歌单内容进行随机的浏览试听。但可以看出发现下载包含的层级较多，推荐歌单和广播电台还存在重复出现的情况，用户在这里可能会存在一些使用上的混乱感[9]。

“我的”帮助用户对音乐内容信息进行管理。这一部分的内容和信息结构相对比较浅和扁平化，用户可以在较少的操作步骤内跳转到播放界面，因此在使用时一般不会存在迷失感。但在歌曲的管理形式上也比较简单，缺乏更加个性化的设置。

动态是云音乐区别于大多数同类型的综合音乐 APP 的标志——对音乐社交属性的重视。这一部分信息组织形式较为简单，层级也不深。用户可以添加关注或好友，其发布的音乐分享内容会按照时间顺序出现在关注列表中，用户可以点赞、评论和转发。这一点与微信朋友圈的方式类似，用户在使用时能轻松获取信息，但对音乐社交属性的强调仍显不足，玩法还比较局限。

账号信息和官方消息等相对重要性较低的内容按照一定分类方式排列。主要分为头像签到信息、消息通知、音乐付费、个性化设置、APP 版本信息几部分。头像和签到信息的动态、关注和粉丝与朋友当中的内容也有重合，略显重复。

此外，音乐播放界面是 APP 的一个核心页面，用户在使用时经常会切换到该界面。云音乐在播放界面的信息入口在右上角，无论用户身处哪一个页面，点击右上角的图标都可以直接跳转到播放界面，方

使用户对正在听的歌曲进行实时管理。但这个位置设计的图标不够明显，且与市场上同类产品的悬浮设计不同，可能会不太符合用户使用习惯。播放界面的结构如图，用户常规的播放、暂停操作能够较为容易的实现。但播放列表和歌曲衍生信息的浏览和管理也在同一页面，信息较为拥挤和集中，用户在使用时可能产生不便。

3.5. 交互设计

交互设计首先利用交互五要素：人、工具、操作、目的、环境，反映到网易云音乐上可以显示为：用户/通过网易云音乐客户端/进行操作/达到发现、欣赏音乐和社交的目的/在使用移动设备的场景中。交互设计是网易云音乐产品设计的重要一环，例如，云音乐客户端可以根据不同的场景提供不同的模式以适应不同的环境需求，结合社交功能，加强用户之间的互动交流，提升用户体验和忠诚度[10]。

人：网易云音乐的用户分为本人、好友、陌生人。其音乐社交属性基于用户之间的互动，好友关系的形成和维护决定了社交功能的展开，也可以结识新的陌生用户。

工具：网易云音乐 APP 客户端是一款综合类音乐平台，集音乐发现、推荐和分享为一体，采用 UGC 歌单模式。

操作：音乐应用的操作可以分为硬件操作和软件操作。硬件操作涉及到移动设备的物理特征，例如屏幕和按键；而软件操作则基于触屏特点，包含一系列手势操作，如单击、双击、长按、滑动等。

目的：云音乐的口号是“发现好音乐”，旨在帮助用户获取感兴趣的音乐内容，这也是产品的核心目的。

环境：移动应用程序的使用环境通常比较复杂，因为不同的环境可能会带来一系列问题。例如，用户在移动时操作准确性会降低，信号不稳定或天气因素等也会影响用户的使用。在网易云音乐应用程序的设计中，这些问题比较明显地体现在驾驶模式、跑步 FM 和夜间模式上。

4. 用户体验优化建议

4.1. 优化界面、功能设计，使其更具有审美性、合理性

用户对音乐 APP 的感官体验对其忠诚度有显著的正向影响。在快节奏的生活中，他们希望能够放松心情、达到心情愉悦的目的。为了优化音乐 APP 的界面和功能设计，我们致力于提升其审美性和合理性，从而为用户带来更加愉悦和顺畅的感官体验。深知用户对音乐 APP 的感官体验与其忠诚度之间有着紧密的正向关联，特别是在当下快节奏的生活中，用户渴望通过音乐来放松心情、舒缓压力，达到心情愉悦的目的。

在产品界面设计上，可采取“减法”原则，力求界面更加简洁明了。首页将仅保留“我的”和“发现”两大核心板块，让用户能够一目了然地找到他们最关心的内容。同时摒弃启动广告，避免用户在打开 APP 时受到不必要的干扰。对于那些使用频率极低的功能板块，如“K 歌”等，我们也将进行隐藏处理，以保持界面的整洁和高效。

在侧边栏和 tab 的设计上进行精简处理，只保留最常用的功能选项，让用户能够更快速地找到他们想要的内容。隐藏升级提示，避免用户在使用过程中被频繁的弹窗打扰。

这样的设计思路不仅使其更加符合用户的审美需求，同时也增强了其合理性，让用户能够更加方便、快捷地使用 APP，从而提升用户的忠诚度和满意度。

4.2. 营造良好的“音乐社交”氛围

用户体验的社交体验对用户忠诚度有显著正向影响。音乐是表达情感的艺术形式，而音乐应用程序

中的社交互动为用户提供了表达自我和连接他人的机会。例如，网易云音乐评论区为用户提供了表达情感需求的空间。要留住用户提高他们的忠诚度，须创造浓郁的情感表达氛围，并提供高质量情感输出，包括真实的评论和情感表达等。当用户在听歌的同时看到有真挚的情感表达和共鸣时，可以达到音乐与情感、歌曲与灵魂的融合，从而提高用户的使用愿望，进一步提高用户的忠诚度。高质量的评论也是网易云音乐与其他音乐软件的区别，是其重要的核心竞争优势。因此，积极营造“音乐社交”的氛围，提供高质量的情感表达，净化低质量的“音乐社交”都是非常重要的。

4.3. 打造精准个性化推荐功能

网易云音乐的私人 FM、每日推荐、场景推荐歌单等内容是通过了解每一位用户的喜好来推荐歌单歌曲的。在使用音乐 APP 时，用户常常面临找歌难的问题，因此，精准化推荐歌单、优质的内容、方便的操作可以让用户快速找到符合自己审美的音乐，减少用户搜寻歌曲的时间成本，提高用户的满意度，从而提高用户忠诚度。网易云音乐通过建立大数据库来了解每一位用户的音乐喜好，并打造精准个性化推荐功能，进一步提升用户体验和忠诚度。

5. 结语

通过对网易云音乐用户体验的深入分析和调查，本文探讨了音乐 APP 在视觉、交互、功能等多个方面的表现。在数字音乐市场竞争激烈的今天，用户体验的优化显得尤为重要。网易云音乐作为其中的佼佼者，以其独特的社区氛围和个性化推荐赢得了广大用户的喜爱。然而也发现模块层级多且存在重复，可能导致用户混乱，需要优化减少用户困扰。为了提高用户忠诚度和体验，建议网易云音乐进一步优化界面和功能设计，提升审美和合理性，减少冗余元素，突出核心功能。

参考文献

- [1] 张其平, 卓芯羽. 网易云音乐的品牌传播策略[J]. 新闻前哨, 2022(20): 65-66.
- [2] 唐纳德·A·诺曼. 设计心理学 3: 情感化设计[M]. 何笑梅, 欧秋杏, 译. 北京: 中信出版社, 2015.
- [3] 孙利. 用户体验形成基本机制及其设计应用[J]. 包装工程, 2014, 35(10): 29-32.
- [4] 柳沙, 谭宇. 设计心理学研究方法与研究设计[J]. 装饰, 2020(4): 10-15.
- [5] 张儒赫, 赵璐. 基于 VOSviewer 和 CiteSpace 的国内外信息设计研究比较分析[J]. 包装工程, 2023, 44(8): 265-278, 315.
- [6] 王钰. 网易云音乐用户情感画像研究[D]: [硕士学位论文]. 保定: 河北大学, 2022.
- [7] 屈青青. 互动、分享和连接[D]: [硕士学位论文]. 兰州: 兰州大学, 2022.
- [8] 邓小凤. 网易云音乐 APP 品牌营销优化研究[D]: [硕士学位论文]. 重庆: 重庆交通大学, 2024.
- [9] 陈淑虹, 程春. 网易云音乐 APP 用户体验对用户忠诚的影响[J]. 北方经贸, 2021(12): 50-53.
- [10] 赵佳妮. 基于 SAPAD 的移动音乐 APP 界面设计研究[D]: [硕士学位论文]. 重庆: 重庆大学, 2017.