

面包圈产品评测报告

——产品介绍及整体评价

面包圈（moboq.com）在经过了一年左右的开发,目前带给我们的还不是一个稳定的产品,由于开发工作基本是自主开发所以很多基本的功能还不完备、已经开发的功能也不是很成熟。

基于产品本身，面包圈在完成基本功能的工作后还需要建立用户体系、激励体系、积分体系、敏感信息过滤体系等一系列的产品功能，而且从产品的用户体验、产品界面都还有很大的提升空间。

在移动互联网快速发展的环境下,产品并没有提供完整的手机客户端,而只是用了wap站的形式来满足手机客户端的用户,从这点上来讲这个产品在研发和产品规划方面都有所欠缺,如果不快速占有相关的手机客户端市场,那么机会将很快丧失!

目录

面包圈产品评测报告.....	1
——产品介绍及整体评价	1
产品总评.....	3
功能列表.....	错误！未定义书签。

产品总评

本期评测的产品是来自“[DiggerLab \(滴博网络科技\)](#)”的面包圈(moboq.com)产品, [DiggerLab \(滴博网络科技\)](#)是一家海外归国的企业, 滴博网络科技(上海)有限公司是一家以技术为导向的互联网创业公司. 2011 年成立于日本东京, 并于同年秋搬至中国上海.

面包圈(moboq.com)是滴博网络科技的第一款产品, 这个产品之前的名称是“随身 Q (http://www.suishenq.com)”是一款基于地理位置的问答服务的产品, “随身 Q”产品在去年的九月份已经开始了一波的推广活动, 目前通过搜索仍然可以看到该款产品的介绍, 但是不知什么原因滴博网络科技已经停止使用这个域名和这个产品名称, 但是通过软文的截图我们仍然可以看到当时这款产品应该已经开发完毕并进行内测。



面包圈(moboq.com)于 2012 年 1 月开始了公测, 在经过了五个月的重新包装和开发, 这款产品以新的界面出现在用户面前, 我们对这款产品进行了初步测试。



测试中发现产品还处在开发期中，很多功能还不完善，所以测试只是浅层次的进行：
主要的问题集中以下几个方面：

- 1、网站本身的规范化还不够好，很多用于 seo 和宣传方面的细节没有做好。
- 2、网站的功能还不够完整：作为基于地理位置的问答类产品，位置功能很难使用，用户的激励体系没有建立，用户之间的联系没法更深层次的建立，基础网站平台的很多功能没有具备。
- 3、网站的用户体验：网站还在完善功能阶段，很多功能只是为了完成功能，还没有来得及考虑用户的使用方便、没有考虑新用户的引导、老用户的激励问题！
- 4、网站本身的 bug: 由于线上系统,没有过多的进行压力测试,安全测试,同时由于时间的关系只是进行了简单的功能测试,目前 bug 还较多,而且多是一些低级的 bug.

总结:

面包圈 (moboq.com) 在经过了一年左右的开发,目前带给我们的还不是一个稳定的产品,由于开发工作基本是自主开发所以很多基本的功能还不完备、已经开发的功能也不是很成熟。基于产品本身,面包圈在完成基本功能的工作后还需要建立用户体系、激励体系、积分体系、敏感信息过滤体系等一系列的产品功能,而且从产品的用户体验、产品界面都还有很大的提升空间。

同时产品定位于基于地理位置的问答系统,实际上产品潜在的竞争产品已经是一线的公司产品,基于地理位置基于用户关系体系,目前新浪微博可以在极短的时间内在微博产品上增加类似功能(目前新浪微博已经有了查看附近的人的微博功能),加上新浪微博的庞大用户体系那么竞争的压力就会在很短的时间暴露出来。

小建议:

自主开发周期长、bug 率高、产品稳定性差可以考虑开源的产品的二次开发，例如独立的微博体系可以考虑 easytalk 之类的，如果和新浪功能体系结合可以考虑 xweibo 等开源产品基础上开发。

产品的推广可以考虑各个微博开发第三方应用接入，把用户流量引导进来。

联系信箱：***i@aipingce.com***