竞品首页布局调研

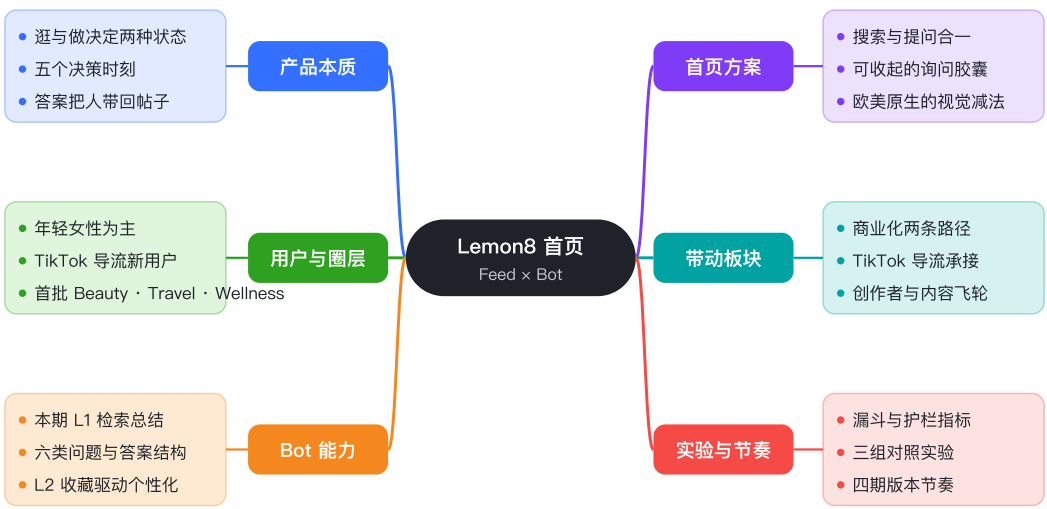
这次首页改版有两个目标：一是**把 Bot 询问框放进首页**，二是**把现在偏国内 App 的布局调整得更欧美原生**。下面先看 11 个竞品各自的做法和对我们的启发，再展开首页方案、圈层、Bot 能力，以及 Bot 能带动的商业化、增长和社区体验。

1. **Notion AI：**
   - 底部常驻输入框 + 右划进对话，**"随时调起 Bot"**的心智很强。Notion 用户打开 App 时手里就有任务，输入框一直在也不打扰；我们的用户多数是来逛的，常驻输入框会一直占着双列 Feed 的一行。可唤起要学，常驻要克制。
2. **小红书点点：**
   - 和我们形态最接近，答案以小红书笔记为主要来源。入口位置换过好几轮：2024 年底在搜索框内测"问点点"，2025 年 2 月撤下；3 月开放消息页入口和评论区 @点点；12 月小红书全资收购点点的开发主体后，把它放到了首页左上角。PC 端已经支持**导入收藏笔记，基于收藏做总结**，和我们的收藏导入是同一个方向。
   - 用户反馈里有一类声音值得注意：经过点点过滤的信息，不如自己看笔记丰富。答案写得再好，也要把人带回笔记。
3. **Reddit（Reddit Answers）：**
   - 2024 年 12 月上线，2025 年并入主搜索：**同一个搜索框，按回车出常规结果，点 Ask 出 AI 答案**。每段回答都带行内引用，直接链到原帖和评论，并列出相关社区。2025 年二季度，每周使用 Answers 的用户从一季度的 100 万涨到 600 万。
   - "一个框、两个动作"是我们搜索与提问合一最直接的参考；不足是 AI 只在搜索里，来逛的用户发现不了，而 Bot 是我们首页的核心之一，入口需要更显性。
4. **Pinterest Assistant：**
   - 2025 年 10 月底在美国面向成年用户上线。点麦克风说出需求，可以结合选中的图片一起问；回答基于用户的收藏、画板和品味相近用户的数据，直接给出可购买的商品和 Pin。和我们用户、内容最重合的美国本土产品，**收藏驱动个性化**已经是它的主打。
   - **悬浮键体量小，不打断图片流**，适合作为我们询问框收起时的样子。不足是入口只有一个麦克风图标，用户不知道按下去能做什么。我们的差异在于帖子里的真人经验和图文攻略。
5. **X / Grok：**
   - Grok 占底导一位；2024 年 12 月起每条帖子右上角都有 Grok 图标，一点就解释这条内容；回复里 @grok 也能调起；2026 年 X 继续加大了这个按钮的露出。单列信息流里逐条问很顺，双列每张卡片都挂 AI 按钮会过载，"边看边问"放进详情页；双列能做一件单列做不到的事：**长按选几篇帖子，一起比较**。
6. **Muse：**
   - Bot 就是首页，用户进来自然会提问；底部"询问框 + 导航栏"共存的结构可以直接参考。但它没有内容供给，答案背后缺少真人经验，很难跳出聊天机器人的形态。我们的可信度来自 Feed 里的真实经验，首页不能牺牲 Feed。

7. Google / Gemini：
   - 搜索和 AI 对话合在一个框里，提示词承担了教用户怎么问的作用。搜索框还能由用户设置到底部，**底部输入在美国用户里已经是熟悉的习惯**（iOS 15 起 Safari 地址栏默认在底部）。它的提示词是通用的，我们的要落到穿搭、护肤、旅行这些具体场景。
8. TikTok Tako：
   - 2023 年在菲律宾小范围测试，入口在视频右侧，回答里附相关视频链接，定位更像**"导航助手"，目的是让用户看更多内容**。2026 年 4 月开始测试在评论区顶部显示 AI 概览、相关帖子和向 Tako 提问的搜索栏。它的思路和我们"答案把人带回社区"一致；评论区概览也对应我们的评论区观点汇总。
9. Threads：
   - **欧美原生"干净"的典型**：顶部几乎没有 Tab，For you / Following 收在一个切换里，底导纯图标，没有运营位，也没有满屏红点。AI 存在感很弱，功能入口也偏深，我们主要学它的视觉减法。
10. 支付宝：
    - AI 入口在底导做了图标异化，非常显眼。但宫格入口密集、运营位多，这些正是"国内 App 感"的来源，我们改版要去掉的就是这一类元素，只借它入口的显性程度。
11. Instagram（Meta AI）：
    - 2024 年 4 月，Meta AI 合进了 Instagram、Facebook、Messenger、WhatsApp 的搜索框，统一叫 "Ask Meta AI or Search"。有用户抱怨搜索框原本是用来找账号的，现在被 AI 占了，而且关不掉。**合进搜索时，找人、找标签的原有能力要完整保留**，回车依然是普通搜索。
    - 2025 年 10 月起测试新底导：Home、Reels、DMs、Search、Profile，发布按钮移到左上角；12 月上线 "Your Algorithm"，用户可以看到并调整算法认为自己感兴趣的话题。这套透明度做法，可以直接用在"Bot 参考了哪些收藏"上。

最终我们要做的是：**Feed 帮用户发现，Bot 帮用户做决定。**首页加一个滚动时会收起的询问胶囊，定位"问社区"：答案来自 Lemon8 上的真实帖子，每个结论都能点回原帖。搜索和提问共用一个入口，回车搜索、点 Ask 提问；详情页可以针对当前帖子提问。视觉上做减法，向 Instagram、Threads、Pinterest 靠拢。

整体框架



一、首页要解决的问题

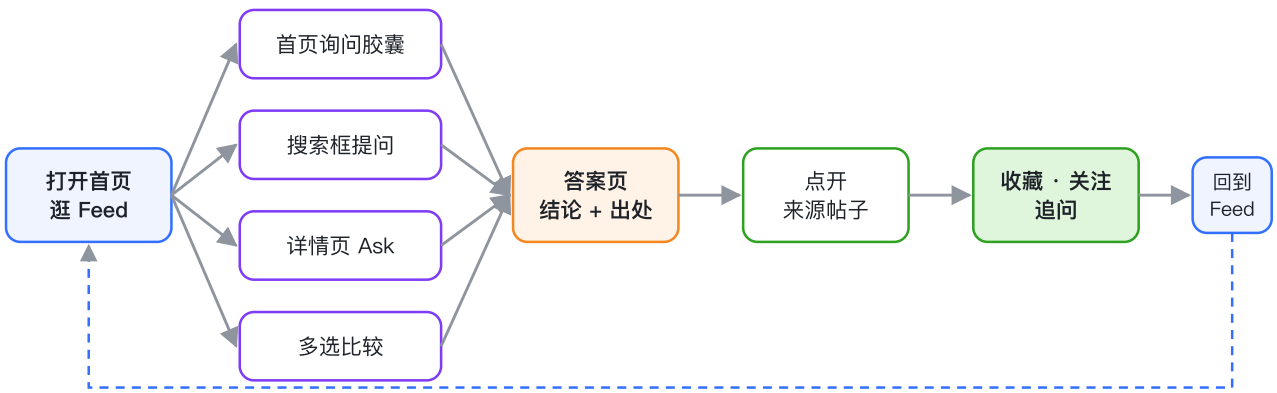
用户打开 Lemon8 时处在两种状态之一：**来逛的**，还没想好要什么，交给 Feed；**来找答案的**，已经有具体问题，交给 Bot 和搜索。首页布局要做两件事：给这两种状态分配空间，设计好两者之间的切换点。

按"用户进来时的意图强度"和"AI 与内容的关系"两个维度，把竞品重新归类：

AI 与内容的关系	来逛的（低意图）	来找答案的（高意图）
AI 是主体，内容是素材	—	Muse、Gemini、Notion AI
AI 与内容平行，独立入口	X · Grok（底导一位）	支付宝
AI 嵌在内容里，对当前内容提问	TikTok Tako、X 逐条解释、Pinterest 悬浮键	—
AI 合进搜索，意图触发	—	Instagram Meta AI、Reddit Answers、小红书点点

我们的用户大部分时间在左列，Bot 的价值兑现在右列。比"首页给 Bot 多大位置"更重要的，是**用户从逛切到做决定的那一刻，Bot 刚好在手边**。这样的时刻有五个：

时刻	用户在想什么	Bot 怎么出现
首页刷了一阵	有点想法了，但懒得搜	底部询问胶囊，提示词跟着最近浏览的垂类轮换
搜索	我有一个明确的问题	同一个框，回车出搜索结果，点 Ask 出社区答案
读完一篇帖子	靠谱吗、适合我吗、有没有更便宜的	详情页底部 "Ask about this post"，自动带上这篇的上下文
刷到好几篇同类内容	选项太多，挑不过来	长按卡片多选 → "Compare"
评论区意见不一	到底谁说得对	评论多的帖子顶部出观点汇总



答案页下方接相关帖子的双列 Feed，看完答案自然回到逛

用户主流程：四个入口汇到同一个答案页，答案再把人带回帖子和 Feed

⚠️ **Bot 不能吃掉社区。**Bot 把一堆帖子总结成一段话，用户就不再点进帖子；创作者曝光和互动下降，发帖变少，Bot 的答案也会跟着变差。点点收到的"不如自己看笔记丰富"的反馈，就是这个问题的前兆。答案的写法因此定为：**正文只给结论，细节和真实体验留在帖子里**；来源帖子卡比正文更显眼、更好点；每个答案都要能把人带回社区。

二、用户与圈层

用户画像

维度	情况	对 Bot 的意义
性别 / 年龄	以 18–34 岁女性为主，Sensor Tower 统计女性占比约 94%；和 Pinterest 用户高度重合	提示词、答案语气、首批圈层都围绕这群用户的生活场景
垂类	首页 For You / Following 之下是一排垂类 Tab：Fashion、Beauty、Food、Wellness、Travel、Home	垂类就是提示词和答案模板的划分单位
高收藏内容	前后对比、产品合集、分步教程、旅行攻略和行程、食谱合集、各类清单	天然"可被总结"，是 Bot 答案的主要素材
和 TikTok 的关系	账号与 TikTok 打通，登录需绑定 TikTok；相当一部分新用户由 TikTok 导流而来	新用户在 Lemon8 没有关注和收藏，最需要"问一句就有答案"

按来源分层：首页对谁做什么

用户	现状	Bot 在首页的角色
TikTok 导流新用户	没有关注、没有收藏，推荐还不准，最容易流失	**入口最显性**：新用户阶段胶囊保持展开，首次出现一句能力说明；兴趣选择之后，提示词直接对应所选垂类
活跃浏览者	习惯刷 Feed	首页少打扰，胶囊滚动时收起；主要在详情页、搜索、多选比较这些时刻触达
站外搜索进入	从 Google 落到某篇帖子，带着问题来	详情页 "Ask about this post" + 追问，接住问题后再带进 Feed
创作者	对 AI 最敏感，担心内容被拿去替代自己	能看到被引用的回报，也可以选择不被引用（见第五部分）

首批圈层：Beauty & Skincare、Travel、Wellness & Fitness

L1 做的是把很多篇帖子里的经验总结成有出处的答案，所以首批选**攻略、清单、教程类内容最厚**、又不太依赖实时信息的圈层。这三个垂类也是 Lemon8 创作者积累最多的方向。

	Beauty & Skincare	Travel	Wellness & Fitness
高频问题	平替、按肤质搭配的 routine、值不值得买	按天数排行程、住哪个区、带什么	入门训练计划、坚持得下来的 routine、饮食安排
答案形态	推荐清单（每项附提到它的帖子数）、按肤质分组、平替对照	按天行程、住宿区域对比、可勾选的打包清单	分步 routine、周计划表
主要来源内容	产品合集、空瓶记、前后对比	攻略长帖、行程、避雷帖	教程、打卡记录
特殊处理	品牌合作帖（#ad）标注 Sponsored，不作为唯一来源；肤质问题附过敏测试提醒	显示来源帖发布时间，价格、开放时间以帖子时间为准	伤病、饮食限制类问题给安全提示，不给医疗结论
提示词方向	平替、肤质、热门单品口碑	目的地行程、季节打包	入门计划、习惯养成

第二批是 Food（食谱先做，探店涉及营业状态和地点，晚一步）、Home（清单类优先）、Fashion（穿搭更依赖图片，等以图提问上线）。Pets 和日常、情绪类内容以逛为主，Bot 在这些垂类退后。

三、Bot 能力：本期做到 L1

层级	能力	用户感受	首页入口强度
L1 检索总结（本期）	基于社区帖子回答，每个结论附来源帖子	比自己翻快，而且是真人经验	首页胶囊 + 搜索合一，定位"问社区"
L2 个性化	读 Lemon8 和导入的 TikTok 收藏，回答时说明"因为你收藏了…"	它懂我	提示词按收藏生成，入口更显性
L3 帮我办	从收藏生成行程和清单，比价，跳转购买或预订	帮我办完	可以考虑底导独立入口
L4 主动	收藏的店有更新、收藏的商品降价时主动提醒	它会来找我	进通知和 Push

入口有多显眼，要和能力匹配。L1 阶段胶囊文案只承诺社区能回答的事，定为 **"Ask the community"**：用户一看就知道答案来自真人帖子，这也是我们和 ChatGPT 最直观的区别。

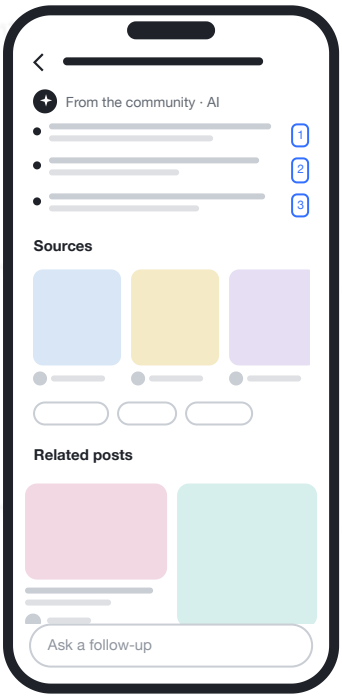
问题类型与答案结构

类型	答案结构
推荐	几个选项，每项一句理由 + 提到它的帖子数，点开看对应帖子
对比	两列要点 + 社区整体倾向 + 各自的代表帖子
值不值	支持和反对的主要理由，按提到的帖子数排序

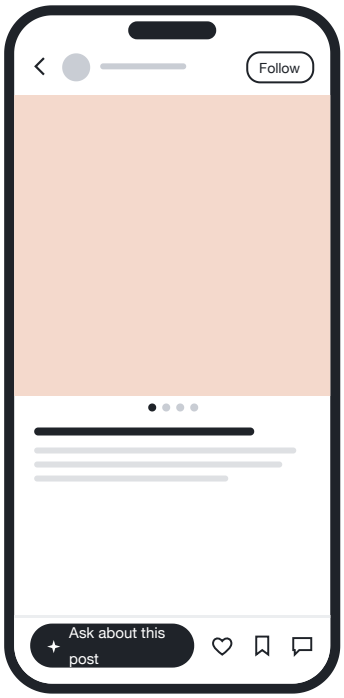
类型	答案结构
怎么做	分步骤，每一步配来源帖子里的图
清单	可勾选清单，可以一键存成收藏
行程	按天排列，每个地点附来源帖子

答案页结构

1. **问题 + 来源说明**：顶部显示问题，标明答案来自社区帖子，带 AI 标识。
2. **结论区**：按上面的类型输出，每个要点带来源角标，正文控制在一屏以内。
3. **来源帖子**：横滑卡片（封面 + 作者 + 标题），是答案页最显眼的模块。
4. **追问**：按问题类型生成追问 chip，引导用户把问题问得更具体。
5. **相关帖子**：下方接相关帖子的双列 Feed，答案看完直接回到逛。
6. **帖子不足时**：直接说明社区里相关内容还不多，展示最接近的帖子，并给发帖入口，把问题变成内容。



答案页



详情页 · 针对当前帖子提问



长按多选 · 一起比较

提示词

提示词既是能力承诺，也是在教用户怎么用，只放 Bot 确实答得好的问题。本期有两个来源：**场景型**，按用户最近浏览的垂类挑选；**热门问题**，由当周高频搜索生成。到 L2 换成收藏驱动，基于用户收藏过的地点、商品和攻略来生成。

下一步（L2）：收藏

- 收藏、浏览、关注是通用 AI 拿不到的数据。**一键导入 TikTok 收藏**能让新用户第一天就带着一份收藏夹进来，Bot 的回答立刻有个性化的依据。小红书点点 PC 端的收藏导入、Pinterest Assistant 基于收藏和画板的推荐，都在走同一条路。
- 收藏驱动推荐的策略：

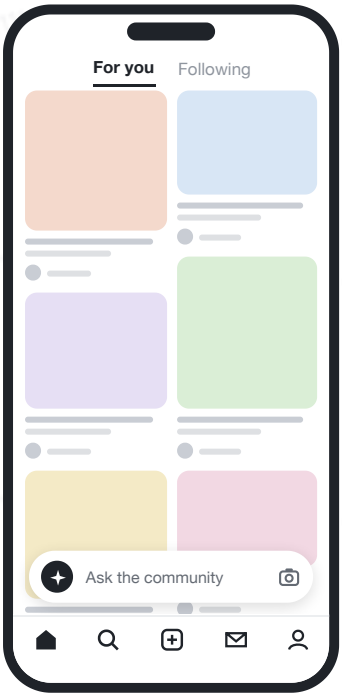
- **信号**：收藏内容的类目、地点、价格带、收藏时间（越近权重越高）；浏览停留、搜索词、当前位置；导入的 TikTok 收藏。
- **画像**：信号沉淀成兴趣标签（菜系、价位、区域、场景），提问时直接调用标签。
- **链路**：按问题召回相关收藏和社区帖子 → 按画像排序 → 生成答案时说明理由，并挂来源帖子。
- **透明**：参考 Instagram 的 "Your Algorithm"，用户能在设置里看到 Bot 参考了哪些收藏和兴趣标签，可以调整、关闭或删除。

四、首页方案

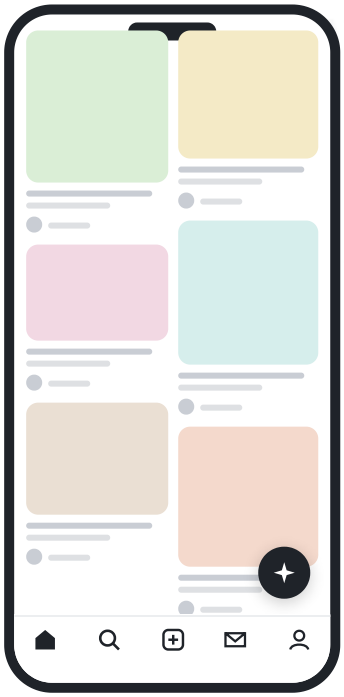
三种形态对比

方案	形态	好处	代价
A. 搜索即 Bot Instagram、Reddit	搜索框升级为 "Search or ask"，回车搜索、点 Ask 提问	不占 Feed，接住高意图用户，最欧美原生	来逛的用户发现不了
B. 底部询问胶囊 Muse、Pinterest、Safari	底导上方的询问胶囊，滚动时收成小圆键	心智强，随时能问	占首屏空间，可能挤压 Feed 消费
C. 底导独立入口 X · Grok、支付宝	Bot 占底导一位	目的地清晰，适合复杂任务	和内容割裂，Bot 不知道你刚看了什么

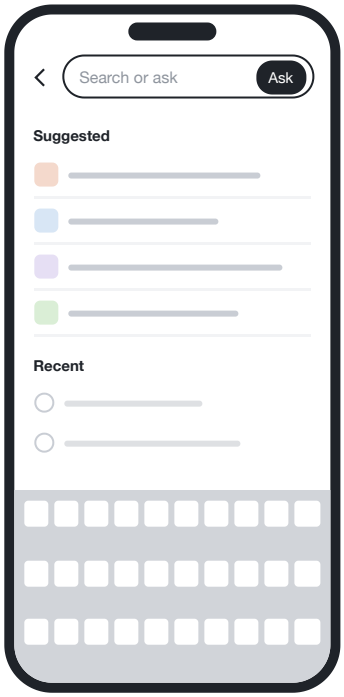
采用 A + B：胶囊和搜索是同一个入口，点开后一个框既能搜也能问；详情页增加 "Ask about this post"。C 留到 L3。



首页 · 胶囊展开



首页 · 下滑后收起



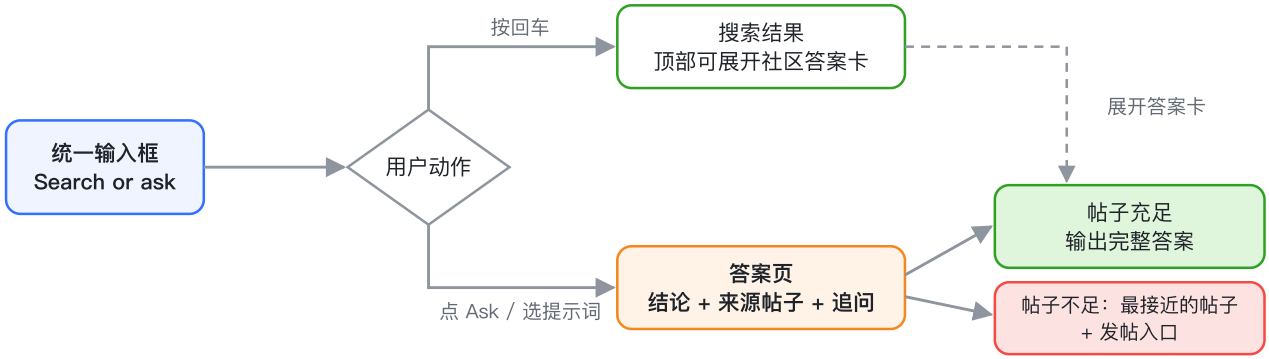
输入页 · 搜索与提问合一

询问胶囊的交互

状态	触发	表现
展开	进入首页、回到顶部、上滑	悬浮在底导上方，左侧 Bot 图标 + 轮播提示词，右侧相机图标（以图提问上线后启用）
收起	Feed 下滑超过一屏	缩成右下角圆键，体量参考 Pinterest 悬浮键，不遮挡卡片
恢复	上滑，或停止滚动片刻	重新展开，提示词切到下一条
激活	点击胶囊或提示词	进入全屏输入页：输入框和键盘，下方是场景型和热门提示词，再下面是最近提问；点提示词直接进答案页
新用户	新用户阶段	胶囊不收起；首次出现能力说明气泡 "Get answers from real posts"

搜索与提问的分流

参考 Reddit 的"一个框、两个动作"，同时守住 Instagram 踩过的坑：找人、找标签的原有搜索能力完整保留。



搜索与提问分流：回车走搜索，点 Ask 走答案页；帖子不足时把问题引导成新内容

详情页和多选比较

- **详情页**：底部互动栏增加 "Ask about this post"，打开后自动带上当前帖子；提示词按帖子所在垂类生成。
- **多选比较**：Feed 或收藏夹里长按卡片进入多选，选好后底部出现 "Compare"，输出对比答案。这是双列独有的交互。

响应速度与调用量

热门问题和提示词对应的答案提前生成并缓存，点了就能看到；胶囊展开和提示词轮播不触发生成，用户提交问题才调用；同一问题在一段时间内复用答案。首页入口带来的调用量因此可控，首次体验也够快。

欧美原生改造

Lemon8 首页现在是 For You / Following 之下再叠一排垂类 Tab，这种双层 Tab 加上图文并排的底导，是"国内感"的主要来源。逐项对照如下：

国内 App 感的常见来源	欧美原生的做法	参考
底导"图标 + 文字"，选中态变色加粗	纯线性图标，选中态改为实心	Instagram、Threads
顶部双层 Tab + 常驻搜索框 + 热词轮播	顶部只留 For you / Following 切换，垂类收进搜索页或 Feed 内的轻量筛选，搜索收进底导和询问胶囊	Threads、Instagram
运营 banner、活动浮层、开屏弹窗	首页只放内容，活动以 Feed 卡片形式出现	Pinterest
红点、数字角标到处都是	只在消息和通知保留，数量克制	Threads
高饱和多色、渐变按钮	黑白灰 + 单一品牌色，按钮扁平	Instagram、Pinterest
卡片信息多：多行标题、多个标签、数据堆叠	卡片只留图、一行标题、作者和点赞，留白放大	Pinterest
文案营销感：全大写、感叹号、"限时"类用语	Sentence case，口语化，语气像朋友推荐	Threads

底导的整体趋势也值得跟进：Instagram 新底导把位置留给消费和社交（Reels、DMs），发布按钮移到左上角。AI 的视觉表达同样克制：全站只用一个 Bot 图标和一种强调色，不出现大字号的 AI 营销文案。

五、Bot 能带动的板块

商业化

Bot 的提问是用户意图最明确的时刻，带价格、带品类的问题本身就是购买线索，价值接近搜索广告。Lemon8 已经是 TikTok Shop 购物视频广告的投放位之一，变现路径取决于答案里能不能直接接 TikTok Shop：

	做法	边界
能接 TikTok Shop	• 答案引用的帖子如果挂了 TikTok Shop 商品，在来源卡下展示商品卡；商品来自帖子本身，Bot 不另外挑 • 创作者通过联盟佣金从"被引用"里直接获益，愿意被引用的动力更强 • 答案页增加标注清楚的 Sponsored 位，复用 TikTok Shop 已有的广告体系	• 答案的排序和结论不受佣金和广告影响 • 单个答案的商品卡数量设上限，答案不能变成货架 • 品牌合作帖始终带 Sponsored 标注

	做法	边界
不能接	• 帖子里已有的商品标签和外部联盟链接，作为来源卡的附属信息展示 • 品牌官方账号的帖子作为普通来源参与回答，不加权 • 按垂类沉淀购买意图问题的规模和品类分布，作为广告产品和品牌合作的基础	• 外链跳出会打断站内体验，链接展示要克制

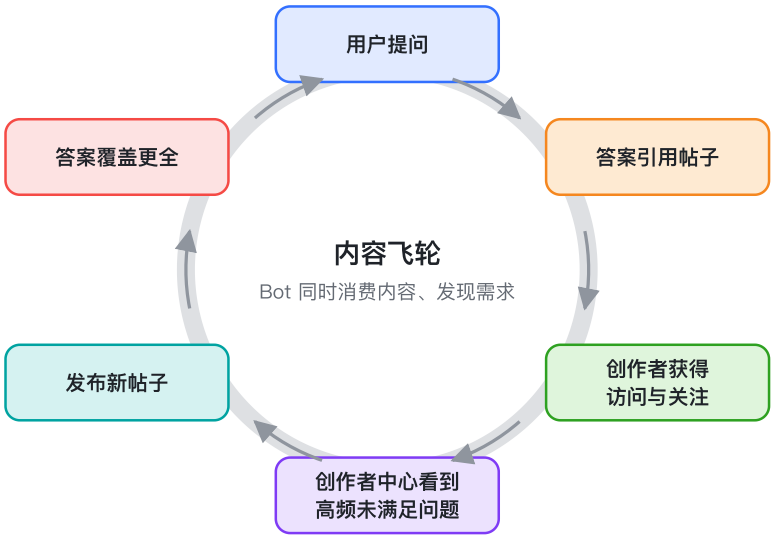
上线节奏：第一版先不带商品卡，把答案的可信度立住，同时记录购买意图问题；接入 TikTok Shop 后，第一步只上帖子自带的商品卡，Sponsored 位放在之后。

用户增长

- **承接 TikTok 导流**：TikTok 把人导进来，首页决定能不能留住。新用户没有关注和收藏，"问一句就有真人答案"是第一次打开就能拿到的价值；L2 导入 TikTok 收藏后，新用户第一天就有个性化体验。
- **站外分享**：答案可以生成分享卡发到 TikTok 和 Instagram Stories，卡片上带来源创作者，点击回到 Lemon8 的答案页。
- **站外搜索**：高频问题的社区答案沉淀成网页，和现有的 discover 话题页一起承接 Google 搜索流量。
- **召回**：L4 的主动提醒（收藏的商品降价、目的地有新攻略）比通用 Push 更有打开理由。

社区体验与创作者

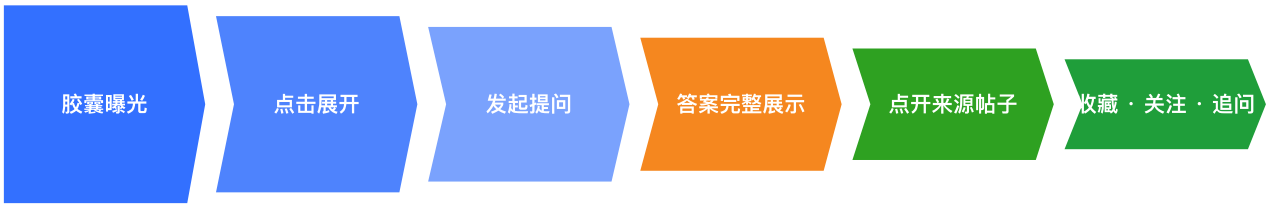
- **把人带回社区**：答案里展示写过这个话题的创作者，引导关注作者、进评论区。
- **评论区观点汇总**：评论多的帖子顶部出观点汇总，降低争论成本，和 TikTok 正在测试的评论区 AI 概览同一思路；Bot 不主动在评论区发言，只在用户调起时出现。
- **引用回报**：创作者中心展示被 Bot 引用的次数、带来的访问和新增关注，让被引用成为额外曝光。
- **选择权**：创作者默认可以被引用，设置里提供开关；关闭后帖子不进入答案，正常的搜索和 Feed 分发不受影响。
- **"People are asking"**：创作者中心按垂类列出问得多、答案不足的问题，直接变成选题。Bot 从内容的消费方变成需求的发现方，反过来给社区补内容。
- **AI 标识**：答案、汇总都带统一 AI 标识；Feed 里不出现 AI 生成的帖子，Bot 不以用户身份发言。



内容飞轮：提问引用帖子，引用带来曝光，未满足的问题变成新选题

六、实验与节奏

漏斗与指标



北极星	通过 Bot 完成决策的用户数：提问后点开来源帖子，并产生收藏、关注或追问
过程指标	Bot 渗透率（DAU 中发起提问的比例）、人均提问轮次、提示词点击率、Ask 与普通搜索的比例
内容回流	答案到来源帖子的点击率、被引用作者的曝光和新增关注、创作者关闭引用的比例
答案质量	帖子不足回答的占比（按垂类）、来源帖子的平均发布时长、答案点踩率
护栏	Feed 人均时长、帖子互动率、创作者发帖量；任一项显著下降，胶囊回退为只在顶部展开

实验设计

组别	首页	要回答的问题
对照组	现有首页	基线
实验组 1	A：只做搜索与提问合一	不改首页时，Bot 能自然获得多少使用

组别	首页	要回答的问题
实验组 2	A + B：加底部询问胶囊	胶囊带来多少增量提问，对 Feed 消费的挤压有多大

新老用户分开看结果；TikTok 导流新用户单独看次日和 7 日留存。

版本节奏

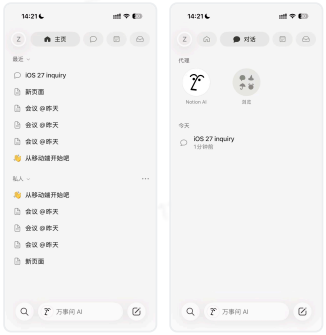
第一期	L1 上线：搜索与提问合一、首页询问胶囊、详情页 Ask、答案页、首批三个垂类；创作者引用开关和引用数据；首页视觉减法同步上线
第二期	多选比较、以图提问、评论区观点汇总、创作者 "People are asking"
第三期	L2：TikTok 收藏导入、收藏驱动的提示词、收藏整理成清单；接入 TikTok Shop 后上帖子自带商品卡
之后	L3 / L4：行程和清单生成、购买和预订、主动提醒；视情况评估底导独立入口

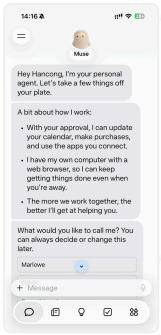
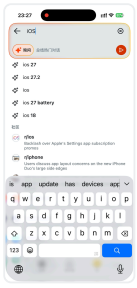
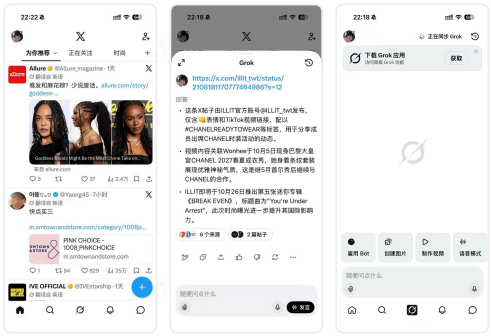
调研详情

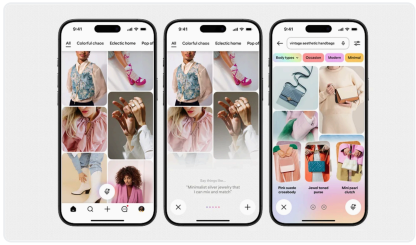
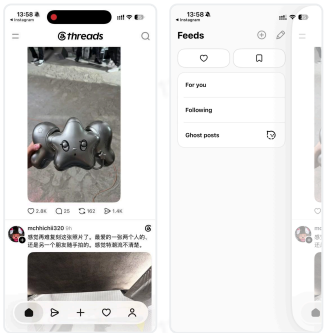
产品定位	产品	顶部区域	底部	AI 与内容的关系
内容社区 +AI	**小红书点点**	点点 | Following | Feed | Nearby | 搜索	首页 | 商城 | 投稿 | 消息 | Profile	首页左上入口 + 评论区 @，答案引用笔记
	X | Grok	Feed | Following | 自定义垂类	首页 | 搜索 | Grok | 消息 | Profile	底导平行入口 + 每条帖子可解释
	Reddit	侧边栏 | 搜索 | 投稿	首页 | 消息 | Profile	合进搜索，回车搜索、Ask 出答案，行内引用原帖
	Pinterest	分垂类 Tab（Feed）	语音 AI 悬浮入口 导航栏：首页 | 搜索 | 投稿 | 消息 | Profile	悬浮键，基于收藏和画板推荐
	TikTok Tako	Following | Feed | Local	视频右侧 AI 入口 常规导航：首页 | 朋友 | 投稿 | 消息 | Profile	嵌在单条内容里，回答附视频
	Threads	侧边栏 | 搜索	首页 | 搜索 | 投稿 | 活动 | Profile	AI 存在感弱，视觉最干净
	Instagram	发布 | Logo | 通知	Home | Reels | DMs | Search | Profile（新版）	Meta AI 合进搜索框

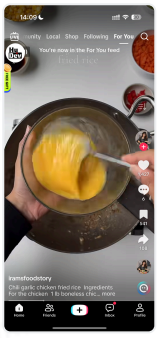
产品定位	产品	顶部区域	底部	AI 与内容的关系
个人 AI 助手 / 平台	Notion AI	首页 | 对话–AI | 消息	搜索 | AI 输入框 | 工具栏	常驻输入框，任务型
	Muse	侧边栏	AI 对话框 导航栏	AI 即主体，无内容供给
	Google | Gemini	搜索框	搜索框 Gemini | 新标签页 | 所有标签页	搜索与 AI 合一
	支付宝	搜索框	AI 入口 | 常规导航	平行入口，入口和运营位密集

- 页面拆解

产品	页面设计	示意图
Notion AI	• 顶部导航栏（主页、对话–AI、收件箱） • 底部：搜索、AI 输入框、工具栏（AI 速记、对话、新建 Notion） • 触发 AI：底部输入框常驻、右划进入「对话」 🔪 输入框和搜索并排常驻，适合带着任务来的工具。放到我们的双列 Feed 里，**要做成滚动时能收起**，不然一直占着一行卡片。	
小红书点点	• 顶部 Tab（点点入口、Following、Explore、Nearby、🔍） • 底部导航栏（首页、商城、投稿–图标异化、消息、Profile） • 首页触发 AI：左上；评论区可 @点点 ☁️ AI 功能的用户教育不够，看到「点点」两个字不知道可以直接问什么。我们的入口文案和提示词要**把能做的事直接写出来**。	

产品	页面设计	示意图
Muse	• 顶部：打开侧边栏 • 底部：AI 对话框、导航栏 🔪 浏览时底部同时有**导航栏 + 询问框**，既方便切换页面，又能随时提问，我们的询问胶囊就是这个结构。区别是 Muse 首屏是空对话，我们首屏仍是 Feed。	
Reddit	• 顶部：侧边栏、**搜索框**、投稿 • 底部导航栏（首页、收件箱、Profile） • 触发 AI：从 Google 进入；搜索框输入后点 Ask 💡 回车出常规结果，点 Ask 出 AI 答案，每段回答行内引用原帖和评论。**我们的搜索分流和答案页照这个做**；只藏在搜索里、要用户自己发现，这一点不学。	 APP 主页面  Google 调起 AI 页面  搜索框调起 AI 页面
X	• 顶导：Feed、Following、自定义垂类（时尚） • 底部**单独漂浮投稿**，基于产品定位 • 底导：主页、搜索、**Grok（AI）**、消息、Profile ☁️ 每条帖子右上角都能调起 Grok 解释，回复里也能 @grok。单列适合逐条问，**我们双列更适合"选几篇一起比较"**。	

产品	页面设计	示意图
Google	• 顶部组件：编辑页面、更多功能、Profile • **搜索框在主版块**（浏览时默认吸在顶部，用户可以设置为底部） • 底部导航栏（问问 Gemini、新标签页、所有标签页） • 首页触发 AI：导航栏第一个 💡 搜索框可以放到底部，说明**底部输入对美国用户来说是熟悉的**，询问胶囊放在底导上方没有学习成本。	
Pinterest Assistant	• 顶部分类 Tab • 语音键悬浮在下方，随时唤起 AI，可结合选中的图片提问 • 底部导航栏（首页、搜索、投稿、消息、Profile） 🟤 唤起 AI 的语音键比较小巧，放在底部也挺和谐，**正好是询问胶囊收起后的样子**。展开时要补一句能力说明，单个语音图标用户不知道能用来做什么。	
Threads	• 顶部：侧边栏、搜索 • 底部：纯图标导航栏 ☁️ For you 和 Following 的入口藏得很深，但页面**非常干净整洁**。首页视觉减法主要参考它：没有文字标签、没有运营位、没有红点。	

产品	页面设计	示意图
支付宝	• 顶部搜索框 • 底部 AI 入口（图标异化）、导航栏 • 首页触发 AI：左下图标、右划 宫格入口和运营位很密，是**"国内 App 感"的典型**。我们只借鉴 AI 入口的显性程度，其余元素都要避开。	 
TikTok	• 顶部 Tab（Following、For You、Local 等）、搜索框 • 底部导航栏 • 触发 AI：单列视频右下角 Tako 占位把以前的**音乐转盘**挤上去，随看随问，回答里附相关视频，让人继续看下去；跨内容的"我该选哪个"，要靠首页主入口来接。	 双列  单列