

C 端和 B 端产品的区别

从事产品或者设计的小伙伴们更能够直观的感受 C 端产品和 B 端产品的差异，不仅仅是设计层面的差异，可以说从里到外两者都有着显著的不同。无论是 C 还是 B 都需要我们去深入了解二者的共性与区别，从而更从容的指导我们的实际工作。



一、C 端产品

c 端指的是消费者、个人用户 Consumer；顾名思义就是面向个人用户提供服务的产品，是直接服务于用户的。常见的 C 端产品如下：

工具类产品

解决刚需或某一类具体需求，例如百度地图

内容类产品

OGC（职业生产内容），例如爱奇艺

PGC（专业生产内容），例如得到

UGC（用户生产内容），例如抖音

社交类产品

解决人们的社交需求，例如微信、陌陌

平台类产品

作为买卖方的服务方，帮助买卖双方实现交易，例如淘宝

二、B 端产品

b 端指的是企业或商家 Business；顾名思义就是面向商家、企业级、业务部门提供的服务产品，是间接服务于用户的。常见的 B 端产品如下：

办公自动化（OA）

是将计算机、通信等现代化技术运用到传统办公方式，例如 teambition

客户关系管理（CRM）

指企业用 CRM 技术来管理与客户之间的关系，例如销售易

企业资源计划（ERP）

通过软件把企业的人、财、物、产、供销及相应的物流、信息流、资金流、管理流、增值流等紧密地集成起来实现资源优化和共享。例如金蝶云

C 端产品线的后台（CMS）

支持 C 端业务，配置前台展示的产品。饿了么商家版、淘宝商家后台、滴滴司机端

人事资源管理（HRM）

实现人力资源部门在员工素质管理、薪资管理、绩效考核等方面的需求。例如薪人薪事

三、C 端与 B 端的核心区别

c 端的核心是数据驱动运营，运营驱产品，产品驱动技术；c 端是以数据增长与转化和用户体验为核心；我们叫流量经济，眼球经济，决策快速，感性消费。

b 端的核心是线下业务场景还原线上，以数据的查询统计，精细化管理，降本增效为目的；信任是产生交易的基础；线性增长，更需要耐心；垂直细分明显。

四、用户模型的区别

C 端产品是用户视角，主要目标体验时用户满意，侧重于用户目标的实现

B 端产品是角色视角，产品设计要考虑不同的角色，比如说各个级别的老板或者系统的管理员

其中，客户和用户有不一样的地方，客户往往是决定谁掏钱的人，用户往往是决定是怎么使用的人。

比如钉钉、飞书、企微这些 B 端产品，上面有消息已读未读，作为员工来说可能比较讨厌，但老板就比较喜欢，所以 B 端对于组织的

关注往往大于个人，更侧重企业目标的实现。C 端更侧重的是个人目标或者用户目标的实现。

五、商业模型的区别

B 端产品主要是销售逻辑，把产品做好往往只能解决 40%-50%的需求，剩下的呢这一多半要靠销售人员去磕。

C 端是流量逻辑，以前很多这种产品的玩法是，把用户吸引过来产生了流量然后再变现。比如卖货、知识变现课程、接广告等变现模型。

六、需求模型的区别

B 端是业务导向，C 端是体验导向。举个简单的例子：B 端可能会为了符合某些企业内部的流程审批规定或者法律法规方面的考虑，专门将一些产品的使用步骤做的要复杂一点没那么好用但是它安全，事件一步一步下来就必须照这个流程做，但 C 端产品一般会更简洁。

七、迭代模型的区别

B 端的产品跑完一个周期下来，时间往往比较长，可能要花半年一年甚至更久，因为 B 端产品的循环使用频次小，需要整个系统一群人的综合体验反馈，所以发现问题周期就比较久。而 C 端相反可能一个星期就能迭代一个版本，问题暴露得会比较快所以 C 端产品优化得更快。但从商业壁垒角度看 B 端一旦做进去之后壁垒就比较高，别人不容易抄但 C 端用户就容易在不同的产品之间做切换船小好调头的道理。

八、能力模型的区别

B 端的产品经理侧重的是业务把控的能力，要懂业务变成领域的专家。而 C 端产品经理注重的是产品的设计能力要能够在超级用户和小白用户之间来回去切换。所以说 B 端的产品经理对于这种业务领域深度的要求会特别高而 C 端的产品经理更多的是偏广度，要能够在不同的领域之间切换，不同的身份之间切换。

不管是 C 端还是 B 端它的底层的方法论，核心能力是相通的，因为我们都需要满足最终的用户的需求都需要去排需求的优先级去做产品的规划然后一步一步做出好的产品来。