BREW • TESTFLIGHT BETA

内测激活数据分析报告

117 名测试员的行为数据告诉我们：问题出在激活，不在产品价值

分析日期	数据来源	数据口径	配套文档
2026-11-05	App Store Connect 后台（截至 2026-11-02）	测试员按账号去重（UV 口径），与 TestFlight 后台一致	《Brew 新用户激活与首启体验优化 PRD》v1.3

01 数据概况

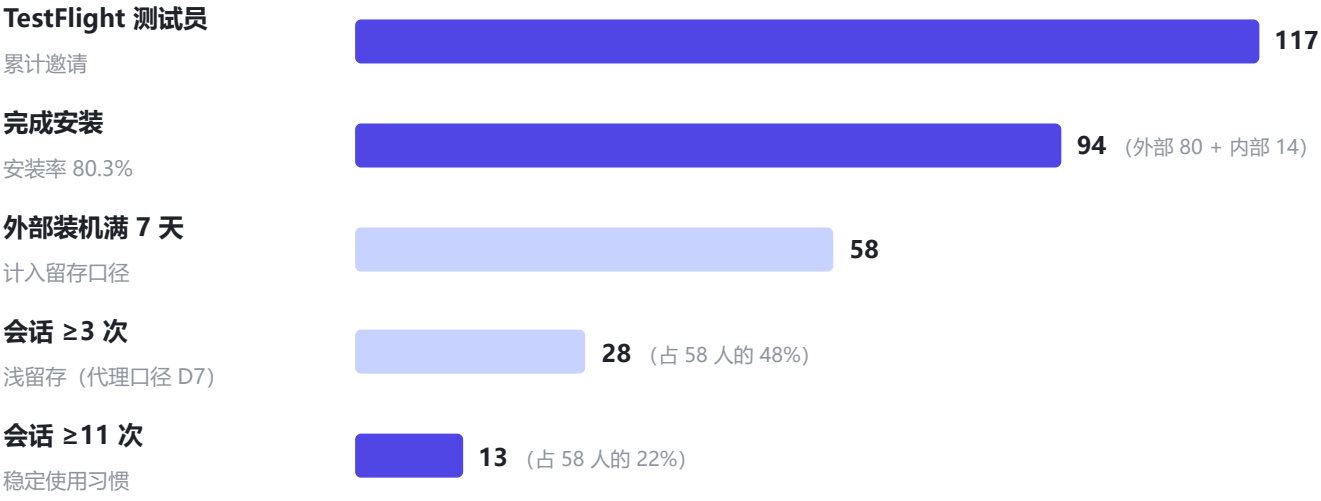
0.2.5 内测进入第 4 个月，TestFlight 累计 **117** 名测试员，**94** 人完成安装（安装率 80.3%）。把内部账号和外部用户拆开看，两组人的行为差距非常大——内部数据不能代表市场：

口径	人数	会话中位数	说明
实名内部账号	**14**	**1,388 次**	团队自用，不代表真实用户
外部匿名用户	**80**	**3 次**	公开链接自然进入，接近真实市场

注：会话 = 冷启动或后台恢复后，与上一条事件间隔超 30 分钟记一次，服务端按 session_id 去重。

02 激活漏斗：流失发生在"装了之后"

外部用户 80 人中，装机已满 7 天的 58 人计入留存口径（其余 22 人装机不足 7 天，不计入）。漏斗如下：



※ 漏斗前两层为全量口径，后三层仅统计外部匿名用户。

03 三个关键发现

48% / 22%

产品本身留得住一部分人

58 名满 7 天的外部用户中，48% 会话 ≥3 次，22%（13 人）形成稳定使用习惯。产品核心价值成立，不是"没人要"的问题。

1–2 次

一半以上新用户没体验到价值就走了

0.0.3 版本的外部用户几乎全部在 1–2 次会话内流失。新用户装完打开，面对的是空的订阅列表和骨架屏，不知道该干什么，再也没回来。

2.5% (2/80)

沉默流失，听不到"为什么"

全量反馈率 8.5%（8/94），其中 6 条来自内部账号；外部用户仅 2 人提交反馈。用户离开时没有留下任何原因，我们无法迭代。

04 版本维度的交叉验证

版本迭代方向是对的：**0.0.3 → 0.1.1 之后出现了 13 个留存者**，说明功能迭代在起作用。但 10 月 1 日 build 发布当天涌入的公开链接用户，会话数普遍只有 1–5 次，行为与此前结论一致——**新用户第一次打开的前几分钟，从来没有被改善过。**另一个隐患：0.2.5 版本内部账号累计 128 次崩溃，在崩溃版本上做激活优化没有意义，须作为前置依赖修复。

05 结论与下一步

诊断：产品有核心价值（22% 的外部用户形成稳定习惯），但首启体验是漏斗的最大漏洞——新用户在体验到价值之前就流失了，且流失是沉默的。

建议（详见 PRD）：北极星指标定为新用户首周会话中位数 3 次 → 6 次（最低可接受线 4.5 次）；配套五项优化——F1 首启引导重构（3 步内完成第一次阅读）、F2 空状态改造、F3 反馈入口、F4 社群引导弹窗、F5 AI 摘要首启曝光，外加全模块埋点。发版两周后按同一口径复盘。

数据来源：App Store Connect 官方 API（测试员状态、构建版本、会话、崩溃、截图反馈），导出工具为开源项目 testflight-export（github.com/766219724-max/testflight-export）。本报告所有数字与 PRD v1.3 背景章节同源同口径；样本量小（n=80），结论作方向性判读，不做显著性检验。