**产品需求文档**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 文件状态：  [√] 草稿  [ ] 正式发布  [ ] 正在修改 | 文件名称： |  |
| 版本： | 1.0 |
| 撰写人： |  |
| 撰写日期： | Year-Month-Day |

版 本 历 史

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 版本/状态 | 作者 | 参与者 | 起止日期 | 备注 |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

目 录

[1. 文档介绍 4](#_Toc70087044)

[1.1. 产品介绍 4](#_Toc70087045)

[2. 市场问题和机会 4](#_Toc70087046)

[2.1 现有市场存在的问题和机会 4](#_Toc70087047)

[2.2目标市场分析 5](#_Toc70087048)

[2.3 替代品和竞争品 5](#_Toc70087049)

[2.4市场分析结论 5](#_Toc70087050)

[3. 用户说明 6](#_Toc70087051)

[3.1. 目标群体特征 6](#_Toc70087052)

[3.2. 典型用户形象 6](#_Toc70087053)

[3.3. 用户场景分析 7](#_Toc70087054)

[3.4 关键用户需求 7](#_Toc70087055)

[4. 产品说明 7](#_Toc70087056)

[4.1. 产品定位 8](#_Toc70087057)

[4.2. 产品功能性需求 8](#_Toc70087058)

[5. 总结 8](#_Toc70087059)

[6. 附件（调查报告图表） 9](#_Toc70087060)

# 文档介绍

## 1.1. 产品介绍

**提示：**找到目标用户的需求，以及我们的产品如何去解决这些需求，是一个什么样的产品。

商城系统是为一个独立商家和他的顾客专门服务的系统。目标用户是想在正版的旗舰店买到优惠商品的顾客。该商城系统归属于该商家，上传的商品都为该商家的正版商品，

# 市场问题和机会

**提示：**描述定位的目标市场，可能的潜在用户数据或用户销售额收入预期，以及预测的市场大小、增长率。以及市场竞争格局现状。

## 2.1 现有市场存在的问题和机会

现在市场存在的问题和机会：根据需要撰写—选择两到三点：

* **产品方面**—目前网购网站容易出现盗版旗舰店现象，用户难辨真假，该商城系统独属于专门的商家，只供应该商家的正版优惠的商品，大大节省用户寻找正版店的时间，减少了中间平台赚差价
* **技术方面**--（存在的一些问题）；
* **用户方面**（新的需求的出现，哪些需求是还未满足的）；
* **商业模式方面**（盈利 、运营等）。

## 2.2目标市场分析

* 市场规模【预计用户体量和市场规模】；
* 市场特征；
* 发展趋势（未来2-5年的发展评测，可找相应的报告）；

## 2.3 替代品和竞争品

**提示：**明确用户目前可选择的其它替代品（不限于：购买竞争品、自己开发以及保持现状的可能性）。列出所有已知或可能成为竞争对手的产品，包括用户所理解的每家对手强项和弱项。

**2.3.1 竞争对手1**

**提示：淘宝，内容繁杂，旗舰店物价昂贵，用户难以买到优惠正版商品**

**2.3.2 竞争对手2**

**提示：京东，商品质量层次不齐，用户容易买到盗版货**

## 2.4市场分析结论

一般来说，这里会得到一个比较有市场商业价值的结论。

比如：通过市场调研分析，这部分需求在xx方面还存在比较大市场空间。

# 用户说明

目标用户群体（要求准确：年龄段、收入、地区、学历）

**提示：**请在这块描述服务中每个不同的用户。用户的类型可能从权威的专业人士到新手，差别很大。专业人士可能需要一个复杂、灵活的系统，而新手可能只需要够用和易用。因此我们要先界定好目标用户，然后对目标用户进行分析。

## 3.1. 目标群体特征

共性的为主分析，比如：90后，喜欢电影、漫画，敢于创新等等；

## 3.2. 典型用户形象

建立虚拟用户角色：形象化，常用用户特征，用户名称，用户技能、与产品相关的用户特征。可以根据共性把用户进一步细分为几个大类。

## 3.3. 用户场景分析

演示性的场景，用户在时间、地点，完成的某个事的故事

**提示：**详细描述目标用户的使用环境，包括以下建议：

1. 用户会在什么条件或环境下产生使用或购买动机。
2. 用户使用服务的主流环境。如：网速、浏览器类型信息。
3. 用户使服务的场所和时间段。如：办公室，工作时间。
4. 总结起来就是在什么时间、什么地点、谁、正在用什么来做什么。

## 3.4 关键用户需求

**提示：**这里列出用户认为的关键问题或需求，问题描述包括：

1. 用户面临的问题是什么?
2. 现在用户是怎么解决的？
3. 我们产品的解决方案是什么？

（此类信息用户帮助理解用户所认为的问题的重要性，将用于需求优先级排序。）

# 产品说明

**提示：**这里表述产品的目的。主要包括：

1. 明确新需求或希望改进的产品需求。
2. 明确不需要的变化和注意问题。
3. 概述需求同相关效益、目标的关系。

## 4.1. 产品定位

**提示：**分析产品的定位，参考以下格式：

|  |  |
| --- | --- |
| **问题** | **答案** |
| 我们为谁： | (目标用户) |
| 做了什么： | (实现需求或可能的机会) |
| 这样目标用户就会： | (得到什么好处，也是就购买或使用的动机) |
| 和哪些竞争对手： | (相关竞争对手描述) |
| 相比我们的区别和优势 | (产品区别和优势描述) |

## 4.2. 产品功能性需求

产品的主要核心功能说明以及优先级，优先级可以按照“重要不紧急、重要且紧急、紧急不重要”，或者“马上实现、争取实现、暂不实现”三种方式来划分。

例如：用户注册、留言等等。

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **需求分类** | | **需求概述** | **优先级** | **原因及备注** |
| 登录界面  用户可以在该界面进行登录, 注册, 忘记密码操作 | 用户登录 | 用户输入手机号码和密码, 点击登录按钮.  如果通过 进入商城主界面。 并可以访问其他所有页面  否则回到登录界面并提示账号密码错误. | 核心 | 手机号长度11验证  密码8~16长度验证 |
| 用户注册 | 点击注册按钮, 跳转到注册界面. | 核心 |  |
| 管理员登录 | 管理员输入账号密码, 点击登录按钮.  如果通过 进入管理员主界面.  否则回到登录界面并提示账号密码错误. | 核心 | 账号长度8~12验证  密码8~16长度验证 |
| 找回密码 | 用户点击找回密码按钮，跳转找回密码界面. | 核心 |  |
| 返回 | 返回商城主界面 | 核心 |  |
| 注册界面 | 注册 | 用户/管理员输入昵称，手机号码，密码，邮箱，身份证，支付密码，点击注册按钮.  如果数据库中没有相同手机号码,提示注册成功.  如果数据库中有相同手机号码，提示账号已存在，注册失败.  如果输入内容格式有误，提示输入信息错误， | 核心 | 手机号长度11验证  密码8~16长度  身份证长度18验证  支付密码长度6验证  昵称长度15限制 |
| 返回 | 点击返回，跳转登录界面. | 核心 |  |
| 找回密码界面 | 找回密码 | 用户输入手机号，身份证号码点击找回密码按钮.  如果找到该账号密码，提示密码.  如果没有找到该账号，提示账号未注册.  如果输入内容有误，提示输入信息错误 | 核心 | 手机号11验证  身份证长度18验证  密码8~16长度 |
| 返回 | 返回登录界面 | 核心 |  |
| 商城主界面  用户在该界面可以浏览商品，查询商品，进入商品信息界面，进入购物车界面，进入个人页页 | 搜索商品 | 用户在搜索框中输入商品的相关信息，模糊查询商品，搜索框下展示搜到的商品.点击搜索按钮后跳转到搜索结果界面。  如果没有相关商品，显示未找到相关商品 | 核心 |  |
| 渲染各类商品 | 在主页页面随机渲染某些商品图片，及其对应的价格，名称，备注，销量。供用户挑选。 | 核心 |  |
| 渲染主页banner图 | 在主页中间渲染banner图，展示热销的商品，丰富界面内容。 | 非核心 |  |
| 商品信息 | 点击主页中渲染的商品图片，进入该商品对应的商品详情页面。 | 核心 | 展示销量较高的商品 |
| 购物车 | 点击购物车，进入购物车界面 | 核心 |  |
| 个人页面 | 点击个人页面，进入个人页面 | 核心 |  |
| 商品种类 | 搜索框下展示商品种类（如衣服，裤子，水果..），点击某个商品种类，跳转到搜索结果界面 | 非核心 | 按类别进行搜索。 |
| 登录/注册 | 点击登录或注册按钮，则跳转到登录/注册页面。 | 核心 | 若用户未登录，当他想要访问需要个人信息的其他界面，自动跳转到登录界面。 |
| 商品详情页面 | 商品信息展示 | 展示商品介绍信息，价格，图片，型号等.... | 核心 |  |
| 加入购物车 | 点击加入购物车，弹出购物车弹窗 | 核心 |  |
| 购买商品 | 点击购买商品后，弹出对话框，在对话框中，用户需要填写收货信息，收货地，手机号，收件人，备注等，点击确认购买后成功购买。 | 核心 |  |
| 评论区 | 在商品信息下方展示评论的昵称、评论内容和点赞人数，  点击爱心图标对评论点赞，再次点击图标显示爱心 | 非核心 | 评论点赞登录后可操作 |
| 购物车弹窗 | 商品价格 | 默认显示1件商品价格，随计数器的增减而显示相应数量该商品的总价 | 核心 |  |
| 商品计数器 | 用户需要商品的数量，计数器数值默认1.  计数器数值不能少于1，不能大于商品剩余数量 | 核心 |  |
| 商品剩余数量 | 显示剩余商品数量 | 核心 |  |
| 加入购物车 | 点击加入购物车，把商品信息加入购物车 | 核心 | 登录后可操作 |
| 购物车界面 | 渲染该用户加入购物车的商品信息。 | 展示加入购物的车的商品，数量，价格等 | 核心 | 登录后可操作 |
| 单选框 | 在每条购物车记录旁添加单选框，用户点击购物车中某商品的单选框，则选中该商品进行操作。 | 核心 | 登陆后可操作 |
| 购买 | 在勾选完需要购买的商品后，点击购买，跳转到支付页面 | 核心 | 登陆后可操作 |
| 删除 | 在勾选完需要删除的商品后，用户点击删除，提示是否删除被选中的商品，是则从购物车删除该商品  否则从返回购物车界面 | 核心 | 登录后可操作 |
| 支付页面 | 商品展示 | 展示购买的商品名称，数量，价格， | 核心 | 登录后可操作 |
| 填写收货信息 | 表单中根据个人信息中的数据渲染默认内容（收货信息，收货地，手机号，收件人，备注等），用户可修改补充。 | 核心 | 登录后可操作 |
| 确认支付 | 点击确认支付，跳出支付弹框，输入当前用户支付密码，确认支付且密码正确则将商品信息添加到订单 | 核心 | 登录后可操作 |
| 取消支付 | 点击取消支付，返回上一界面 | 核心 | 登录后可操作 |
| 搜索结果页面 | 渲染搜索到的商品信息 | 跟主页渲染的商品信息一样 | 核心 |  |
| 按照对应条件进行排序 | 价格，评分，销量.... | 非核心 |  |
| 进行更加细分的查询 | 通过价格区间，发货地，等更加细分的查询 | 非核心 |  |
| 个人页面 | 订单 | 点击订单，跳转到订单页面 | 核心 | 登陆后可操作 |
| 退出登录 | 用户点击退出登录，退出登录状态，转跳登录界面 | 核心 |  |
| 返回 | 返回商城主界面 | 核心 |  |
| 渲染个人信息 | 在表单中渲染个人信息。 | 核心 | 渲染个人信息 |
| 修改个人信息 | 点击修改信息即可对个人信息进行修改，修完完毕后点击保存则永久修改 | 核心 |  |
| 余额显示 | 实时显示当前余额 | 非核心 | 登录后显示 |
| 充值 | 点击充值按钮，弹出充值弹框  对话框输入充值金额，点击确定则充值，取消则返回个人页面 | 非核心 | 登录后可操作 |
| 投诉反馈 | 点击投诉反馈按钮，跳出反馈弹框，在对话框输入投诉的内容信息，点击确认则发送消息到管理员信箱，点击取消则返回 | 扩展 | 登陆后可操作 |
| 修改头像 | 点击修改头像，上传图片后，点击保存，即可修改头像。 | 非核心 | 修改头像 |
| 订单页面 | 已购商品信息 | 展示用户已购买的商品，下单时间，数量，价格，物流情况（未发货/已发货/已退货），签收情况（未签收/已签收），签收时间。 | 核心 | 登录后可操作 |
| 退货 | 点击退货，提交退货申请到管理员账号 | 核心 |
| 签收 | 点击签收，已购商品信息的签收情况更改为已签收 | 核心 |
| 返回 | 返回个人界面 | 核心 |  |
| 修改订单收货地址 | 如果订单状态为未发货，用户点击修改订单收货地申请按钮，显示弹框，提示用户输入新的收货地，用户输入后点击确定按钮，则修改收货地址，点击取消按钮则返回订单页面。  如果订单状态为已发货/已签收，禁用修改订单收货地申请按钮。 | 核心 |  |
| 管理员主界面 | 用户管理 | 点击用户管理，展示所有用户昵称，电话号码，身份证号，  禁言按钮（默认未点击，如果被点击选中，该用户无法使用评论点赞功能，再次点击取消禁言），  删除用户按钮（点击删除按钮，跳出弹窗，点击确认删除用户，则删除用户账号所有信息，点击取消按钮，则返回用户管理界面），  用户订单按钮（跳出弹窗展示该用户的全部订单的内容），搜索框可以条件模糊（昵称，电话号码，身份证号码，）搜索用户信息 | 核心 | 登陆后可操作 |
| 订单管理 | 点击订单管理按钮，main区域渲染订单管理页面， | 核心 |
| 商品管理 | 点击商品管理按钮，main区域渲染商品管理页面 | 核心 |
| 投诉管理 | 点击投诉管理，main区域渲染收到的投诉信息，点击投诉信息展示完整的信息内容。 | 非核心 |
| 退出登录 | 点击退出登陆返回登录界面 | 核心 |  |
| 订单管理页面 | 渲染的订单页面 | 显示所有上架商品类型,  默认按时间顺序展示所有未发货的订单.  点击某类型按钮，展示该类型商品的所有未发货订单.  点击未发货订单按钮，按商品类型、状态展示未发货的订单.  点击未收货按钮，按商品类型展示已发货未收货的订单.  点击已退货按钮，展示已退货的订单 | 核心 | 登录后可操作 |
| 退货订单 | 点击退货订单按钮，显示提交退货申请的所有订单，  点击某订单对应的退货按钮，提示是否确认退货，确认则修改订单状态为已退货，管理端禁用发货按钮，用户端禁用签收和退货按钮，并返还用户对应金额，取消则返回订单管理页面。 | 核心 |
| 给订单发货 | 点击订单对应的发货按钮，订单状态改为已发货，同时发货按钮禁用。用户端禁用退货按钮。 | 核心 |
| 删除订单 | 点击删除订单按钮，在当前页面选中要被删除的订单，并提示已选中的订单数量，  点击删除按钮，跳出弹窗提示输入该管理员账号的密码，点击确认按钮后且密码输入正确，则删除订单。点击取消按钮或密码错误，则显示订单删除失败。 | 核心 |
| 商品管理页面 | 上架商品 | 点击上架商品，跳出弹框，管理员输入商品名称，选择框选择商品类型，介绍信息，数量，价格，点击确认上架，输入管理员密码，密码正确则商品被展示到用户界面。否则返回商品管理页面 | 核心 | 登录后可操作 |
| 下架商品 | 搜索展示已上架的商品（或搜索某数量范围的商品），点击下架商品，跳出弹窗，输入该管理员账号密码，点击确认下架商品。取消或密码错误则提示下架失败。 | 核心 |
| 删除商品 | 展示被下架的商品，搜索框搜索要查找的下架商品（商品名称模糊搜索、类型搜索、商品剩余数量范围搜索），点击对应商品的删除商品按钮，跳出弹框，输入该管理员账号密码，点击删除，密码正确则删除，点击取消或密码错误则提示删除失败，返回商品管理页面 | 核心 |
| 修改商品信息 | 点击修改商品信息，展示被下架的商品，点击对应商品的修改信息按钮，，跳出弹框展示该商品原有信息，管理员在此基础上修改信息。点击确认，则返回商品管理页面。点击取消则返回商品管理页面。 | 核心 |
| 商品类型创建 | 点击商品类型按钮，展示已有的商品类型，点击创建新的商品类型，跳出弹框，管理员输入新的商品类型名称，点击确定按钮，添加该商品类型名称到数据库。点击取消按钮，返回商品管理页面。 | 核心 |

# 总结

总结说明下你要做的产品，有多大市场需求。

**【PS：**逻辑性强（有论点，论据，论证）；把抽象的东西形象化出来；数据可靠，分析有理；有把握的主观，无把握的客观；用词行文，简洁明了；合理的产品进度分析；重视非功能需求；解释专业名词；】

# 附件（调查报告图表）