**母婴类网站 市场需求文档**

产品代号：娃儿

|  |  |
| --- | --- |
| MRD审核人： |  |
| 重要性： | 中 |
| 紧迫性： | 低 |
| MRD拟制人： | 唐杰 |
| MRD提交日期： | 2011-10-25 |
| 需求变更控制时间点： |  |

**MRD修改记录**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| MRD更新时间 | 变更内容 | 变更提出部门 | 变更理由 |
| 2011-10-25 | 以红色标记在文档当中 |  | 说明备注文档完整性 |
|  |  |  |  |

**目录**

一、文档介绍

1、文档目的

2、内容概要

3、产品概要

二、市场问题和机会

1、概要

2、市场问题

3、市场机会

三、产品概述

1、概要

2、核心功能

2.1、简洁 = 个性化门户

2.2、直观 = 时间轴

3、其他功能

四、市场概述

1、市场介绍

2、目标市场

2.1、目标市场特征

2.2、目标市场趋势

五、用户群体概述

1、目标用户描述

2、目标用户细分

3、用户使用理由

一、文档介绍

1、文档目的

这个文档的目的并不是要写一个完整MRD，而是展示一个思路。

2、内容概要

最近我一直在研究电子商务入口站模式，所以在构思母婴类产品首先也想到了入口，于是我咨询了一些朋友，并通过自身去思考了母婴产品用户的需求。

我并无子女，于是我换位思考，如果将来我有孩子时，我需要了解哪些，我有哪些需求，通过这样的思考，我将这些转换成问题，并向各年龄层的朋友提问咨询。

通过初步的调查，我得到了一些基本的需求：

● 页面简洁直观的母婴网站

● 有一个直观的从孕育到出生成长的知识辅导

● 方便的症状查询

● 母婴相关的注意事项

● 放心的产品介绍

从这些需求中我分析出了几个关键字：简洁、直观、方便

3、产品概要

现如今各类母婴类网站都是门户形式，而我通过初步调查得出了产品的三个核心意义，出于这些思考，我决定以差异化的发展，用个性化门户+时间轴的形式去规划母婴平台。

二、市场问题和机会

1、概述

“娃儿”的市场定位是一个简洁、直观、方便的母婴服务平台，通过实现简化的浏览和操作流程为用户提供母婴各类服务，并基于时间轴的原理，为用户匹配相应的内容和注意事项。

2、市场问题

2.1、门户网站的育儿频道由于受整体布局的影响和自身门户形象的限制，无法完全满足用户需求，并且他们更多的优势在于资讯方面，而忽略了母婴类应用工具的服务。

2.2、独立的母婴类网站多受门户思维的影响，要么以传统的门户频道发展，要么以SNS社区发展，在原有的基础上增加了用户浏览的多余操作。

3、市场机会

就像hao123一样，网址导航类网站受欢迎就是因为他能简单方便的为用户提供一个需求的索引，不管是资深网民还是菜鸟新人，懒是人类的通病，因此在产品策划时要尽量减少用户复杂的操作流程，并且能为用户进行资源整合，使其快速满足用户需求。

出于这样的产品理念，诞生了很多类似的产品，分布在各个垂直行业，而在母婴类产品市场中，并没有出现这样服务站点，这就为我们提供了机遇。

三、产品概述

1、概要

产品并不是以传统的垂直门户形式策划，而是个性化垂直门户，提供一个简洁直观的服务索引界面，并以时间轴的形式展示。

用户注册成会员之后，填写相应的母婴信息，系统根据信息分析用户孕育状态，并将状态显示在时间轴上，根据时间轴推荐资讯信息和知识，并根据时间提醒会员相应的注意事项。

根据时间轴不仅可以推荐资讯信息、知识辅导、注意事项，还可以进行商业化。拥有了时间轴，那么就可以实时了解用户状态，并进行商业服务的推荐，例如提醒用户多长时间去医院做一次检查，并显示用户附近的服务机构，并集成点评功能显示机构评价。还例如根据时间轴推荐母婴类产品。

这样的服务可以拓展到开放平台、移动应用。

2、核心功能

2.1、简洁 = 个性化门户

以个性且可定制的方式提供一个门户首页，加载时间轴和导航 为用户提供匹配服务。

2.2、直观 = 时间轴

用户注册成会员之后，填写母婴信息，系统根据信息匹配当前时间段应有的服务。

**例如：**

根据用户填写的信息判断，分析得出用户已经怀孕2个月，那么系统时间轴上将会显示出该时间段的服务。

服务包括：注意事项、知识辅助、工具服务、日常提醒、资讯信息

3、其他功能

● 基于时间轴的SNS平台（其中集成了问答、知识库、母婴工具）

● 基于地图的店铺平台（以图搜店，并附有SNS用户对该店的点评）

● 基于SNS的信息平台（提示母婴类资讯，设有专门的频道牵引展示，界面类似于门户的育儿频道。）

● 母婴类知识库（母婴类知识和症状查询，即搜即看，如果没有搜索想要的内容，可以快捷提问。）

● 其他

**备注**：时间轴+SNS+个性化门户=“娃儿”

个性化门户加载和展示时间轴和SNS平台。

时间轴构成SNS，SNS托载时间轴；SNS是身躯、时间轴是心脏；时间轴和SNS是相辅相成的。

四、市场概述

1、市场介绍

有人类的地方就有生育，有生育就需要了解相关知识，互联网的普及使得人们越来越依赖从网络获取知识。现如今母婴市场的用户群体为80后，这一代人是随着互联网共同发展的一代人，他们了解并且喜欢使用互联网获取知识。

2、目标市场描述

2.1、目标市场特征

目前各类母婴产品大多以资讯、社区以主，这些产品特点是提供全面的信息展示，然而却是单向的，用户的天性是喜欢简单并直观的服务平台，希望不需要操作就能得到想要的信息。

2.2、目标市场趋势

满足用户天性需求是产品发展趋势，用户只需要一次设置便可以随时通过电脑、手机查看适合自己当前状况所需要关注的信息，并能通过当前信息匹配服务和交流。

五、用户群体概述

1、目标用户描述

年轻一代的新爸妈。主要为0-6岁孩童的父母。

2、目标用户细分

|  |  |
| --- | --- |
| **用户细分** | **关键特征** |
| 80后 | 了解网络和手机应用的一代人，并且身边拥有同样到了生育阶段的亲朋好友 |
|  |  |

3、用户使用理由

3.1、可定制：用户可以定制自己想要的内容。

3.2、贴心：用户设定母婴信息之后，将会收到各阶段时期需要关注的知识推荐和注意事项提醒。

（如果信息有误，用户可通过自定义时间轴来修正。）

3.3、方便：可以在开放平台、Web端、移动端等等方式访问和查看，并获得服务。

3.4、全面：有知识学习、症状查询、疑问解答、还有基于地图的母婴店铺、医院、托儿所等等信息查询。

3.5、专业：专业的知识分享，定期的专家讲座。