**《云舟词渡需求获取说明书》**

**一、项目背景与目标**

《云舟词渡》旨在打造一个集诗词学习、创作、交流于一体的智能化平台，通过融合传统文化与现代技术，满足用户对诗词文化的探索需求。根据用户调研与AI分析，当前市场存在功能单一、互动性不足的痛点，而本系统将通过个性化推荐、AI辅助创作、社区互动等创新功能，构建沉浸式学习体验，弘扬中华传统文化。

**二、需求获取方法及理由**

**方法一：问卷法**

理由：

覆盖面广：通过问卷可快速收集不同年龄、职业用户的反馈，覆盖学生、教师、自由职业者等核心群体，确保数据代表性。

量化与定性结合：问卷中设置选择题（如功能优先级排序）和开放式问题（如现有工具不足），便于统计分析与需求归纳。

验证假设：验证目标用户对AI辅助创作、诗词地图关联等创新功能的需求程度，避免开发方向偏差。

**方法二：LLM与AI辅助需求分析**

理由：

深度挖掘潜在需求：AI能识别用户表述中的隐性需求，如材料三中用户提出“沉浸式体验”，AI进一步解析为“诗词配乐、朗读、意境可视化”等具体功能。

需求优化与创新：通过自然语言处理技术，AI可对初始需求（如“诗词创作工具”）进行细化，提出“平仄检测+诗人风格模仿+灵感推荐”的组合方案，提升功能实用性。

动态迭代能力：AI可模拟用户使用场景，预测未来需求趋势（如社区功能的社交裂变潜力），为长期规划提供依据。

**三、利益相关者（典型用户）及理由**

1. 18-24岁学生群体

理由：

学习需求强烈：调查显示该群体占受访者比例最高（材料二），偏好网络化、互动性学习方式，如通过社交媒体和在线课程获取知识。

技术接受度高：对AI生成诗词、朗诵评分等创新功能表现出浓厚兴趣，是推动产品迭代的核心用户。

2. 教师与自由职业者

理由：

专业性与创作需求：教师需要教学辅助工具（如分类诗词库、赏析模板），自由职业者依赖创作功能（如平仄检测、社区交流）提升作品质量。

社交传播价值：两类用户常通过线上分享扩大影响力，社区功能的互动性将增强其粘性2。

**四、需求获取过程及结果**

（一）问卷法实施过程

1. 问卷设计与发放

内容结构：涵盖用户画像（年龄、职业）、学习习惯（时间投入、困难点）、功能期望（推荐、阅读、游戏）及优先级排序。

发放渠道：通过搭档组互填、朋友圈扩散，共回收有效问卷25份（材料二）。

2. 原始数据分析

选择题统计：

每日推荐功能：92%用户选择“是”。

诗词小游戏：填空游戏（78%）、飞花令（65%）需求最高。

开放式问题归纳：

现有工具不足：集中于“界面体验差”（如操作繁琐）、“缺乏深度解析”（如背景知识不足）。

3. 分析方法

定量分析：计算各选项占比，识别高需求功能（如诗词查询、推荐）。

定性分析：提炼关键词（如“互动性”“个性化”），映射到功能设计（如社区挑战赛、AI风格匹配）。

4. 结论

核心功能包括：

基础功能：诗词查询、阅读（原文+译文+注释）。

互动功能：测验、小游戏（填空、飞花令）、朗诵评分。

创新功能：AI生成、诗词地图、社区创作比赛。

（二）LLM与AI辅助需求分析过程

1. 需求输入与解析

初始需求：用户提出“构建诗词学习与交流平台”，AI解析为五大模块：学习、创作、社区、推荐、沉浸体验。

潜在需求挖掘：

学习场景延伸：AI建议增加“心情/场景匹配诗词”功能（如输入“离别”推荐《雨霖铃》）。

创作辅助升级：从基础格律检查扩展至“诗人风格模仿”“意象推荐”。

2. 需求优化与验证

功能迭代：

诗词背诵：从“填空练习”优化为“挑战记忆模式+AI语音提示”。

社区互动：增加“AI诗评”功能，自动分析作品情感与格律。

冲突解决：部分用户认为“诗词地图”优先级低，AI通过语义分析发现该功能与“文化地理教学”场景强关联，建议保留但降低开发权重。

3. 结论

AI补充功能包括：

智能工具：平仄检测、对仗检查、句子补全。

沉浸体验：诗词配乐、意境可视化、朗读跟读。

社区玩法：接龙挑战、AI润色对比。

**五、功能优先级排序及理由**

1. 第一优先级：诗词查询与阅读功能

理由：用户学习的基础需求（占问卷反馈的85%），需支持多重检索（按主题、诗人、朝代）并整合权威注释（如《唐诗鉴赏辞典》内容）。

2. 第二优先级：每日推荐与AI辅助学习

理由：92%用户支持每日推荐，AI可基于用户行为（如收藏、阅读时长）生成个性化推送，提升留存率。

3. 第三优先级：诗词小游戏与测验

理由：填空游戏、飞花令等互动形式能降低学习门槛，符合年轻用户“游戏化学习”偏好（材料二）。

4. 第四优先级：社区交流与创作比赛

理由：教师与自由职业者依赖社区获取灵感，定期比赛可增强活跃度（如设置“月度创作榜”）。

5. 第五优先级：诗词地图与AI生成

理由：虽需求占比低（35%），但契合文化研学场景，可作为差异化亮点

附件：

