

小红书支付时间的产品逻辑是：用户 30min 没有付款就取消交易。而这种设计似乎把那些犹豫中的用户推得更远了。那么对产品经理来说，如何输出一份 PRD 文档对这一点进行优化呢？



一、前期调研

1.1 小红书「支付时间」现有策略分析

1.1.1 下单支付流程梳理

产品版本：小红书 Android V.6.31.0.f35f718

支付流程：首次进入支付详情页后，会触发 30mins 倒计时，但并未生成待支付订单，返回再次进入支付详情页会重新触发 30mins 倒计时；超过时间未支付，订单自动取消；支付失败时，生成待支付订单，同时锁定库存，并触发 30mins 倒计时，超过时间未成功支付，订单会自动取消；支付成功后，订单状态变为待发货。

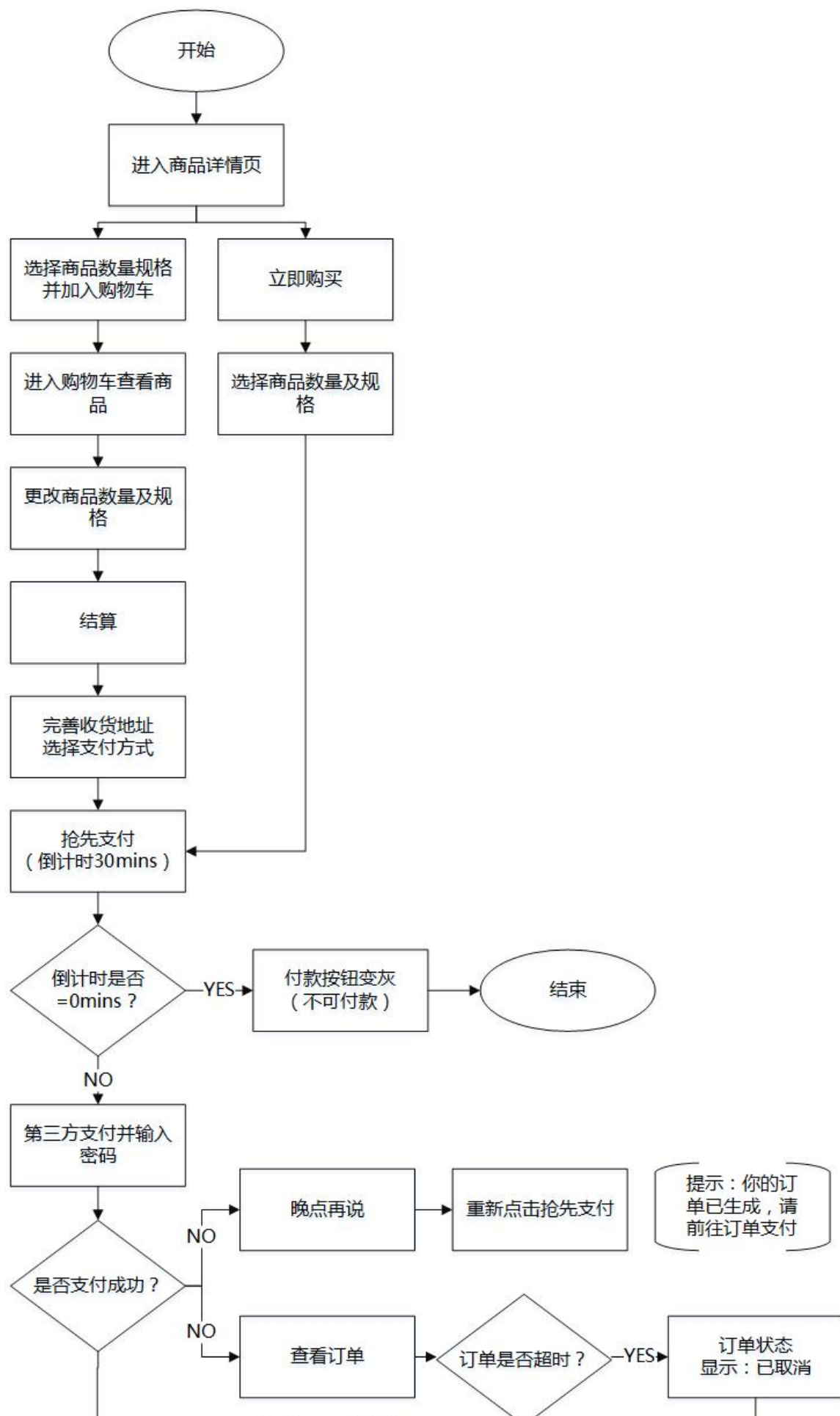
现有逻辑：不管针对什么样的用户，30min 内没付款就取消交易。

1.1.2 「支付时间」策略分析

优点：在付款的过程中，设置支付时间，给用户营造一种紧迫感，促进客户及早下单，完成支付。不足：没有针对不同用户，不同商品提供不同的支付时间策略；对于待支付订单，没有用户召回措施如短信提醒，push 提醒等；一定程度上不利于订单的转化。

1.1.3 待解决问题

后台数据发现，一小部分的用户（影响面约 3%）会在购物订单取消后，（在订单生成时间之后的）30min~120min 内，二次生成订单，并完成支付。



小红书商城下单流程图

1.2 竞品分析

1.2.1 订单支付时长策略标注

如下表所示，是五个主流电商平台的订单支付时长策略的标注。拼多多与识物并未做个性化的计时策略，因此不进行深入分析。

电商平台	入口渠道	店铺类型	商品类型	促销活动	计时策略	支付时间	备注
淘宝	一般类目	第三方	保健/服饰/个护/大家电/美家/母婴/食品/数码/美妆/小家电/运动	百亿补贴	点击【提交订单】后开始计时	14mins	1.会有站内或短信提醒 2.2h以内支付时间的；库存锁定，24h以内支付时间的，部分只锁定30mins，部分锁定24h 3.不同支付时间的商品一起下单，分开计时
				聚划算/天天特卖	点击【提交订单】后开始计时	29mins	
				淘抢购/爆款返场/今日爆款	点击【提交订单】后开始计时	1h59mins	
			保质期长或库存充足的商品	否	点击【提交订单】后开始计时	23h59mins	
			保质期短或库存紧张的商品	否	点击【提交订单】后开始计时	1h59mins/29mins/14mins（部分店铺自	
	天猫超市	官方自营	休闲零食/粮玉米面/乳饮酒水/日用百货/宠物生活/个人护理/纸品家清/美容护肤/方便速食/中外名酒/母婴用品/进口好货/家纺内衣/电器数码/进口好货/V医药保健/	是/否	点击【提交订单】后开始计时	23h59mins	
	淘鲜达（1h达）	官方自营	时令水果/肉蛋海鲜/新鲜蔬菜/乳饮烘焙/面点速食/酒水饮料/全球零食/粮油调味/美妆个护/母婴百货	是/否	点击【提交订单】后开始计时	9mins	
	天猫超市-鲜美菜场	官方自营	时令水果/新鲜蔬菜/肉禽蛋品/活鲜水产/餐饮熟食/平价菜市/乳品烘焙/速冻速食/酒水饮料/粮油零食	是/否	点击【提交订单】后开始计时	1h59mins	
	天猫超市-半日达	官方自营	蔬菜水果/冷藏冷冻/乳饮酒水/休闲零食/粮油调味/个护美妆/方便速食/家清百货/母婴用品/环球好货	是/否	点击【提交订单】后开始计时	9mins	
	天猫国际进口超市	官方自营	同上		点击【提交订单】后开始计时	1h59mins（广州宁波仓）/23h59mins（杭州香港仓或海外仓）	
	天猫国际	官方自营/第三方	母婴玩具/美妆护肤/滋补保健/个护家清/进口家居/数码电器/食品零食/宠粮用品/时尚/海外直邮	否	点击【提交订单】后开始计时	23h59mins	
	飞猪	官方自营/第三方	门票	否	点击【提交订单】后开始计时	14mins	
		淘酒店专营	酒店	否	点击【提交订单】后开始计时	29mins	
		官方自营	远期机票	否	点击【提交订单】后开始计时	29mins	
		官方自营	近期机票	否	点击【提交订单】后开始计时	19mins	
京东	一般类目/京东超市	第三方/官方自营	生鲜	是/否	点击【提交订单】后开始计时	6h	1.除下京东到家，均有站内提醒或短信提醒 2.在支付时间内锁定一定时间的库存
	京东到家	第三方	all	否	点击【提交订单】后开始计时	30mins	
	一般类目/京东超市	京东自营/第三方	休闲零食/中外名酒/水饮料冲调/个护/纸品清洁/餐厨百货/粮油速食/孕婴用品/宠物用品/玩具乐器/纺织衣物	是（品牌闪购,每日特价）/否	点击【提交订单】后开始计时	24h	
	京东超市	京东自营	零食	预售活动	点击【提交订单】后开始计时	30mins	
	一般类目	第三方	金条	否	点击【提交订单】后开始计时	24h	
	一兵类目	京东自营	金条	否	点击【提交订单】后开始计时	1h	
拼多多	一般类目	第三方	ALL	是/否	点击【立即支付】但支付未成功后开始倒计时30mins 订单已经生成，离开支付页面，显示“逾期未付款，订单将自动取消，倒计时24h	30mins/24h	未付款期间，库存锁定30mins
得物（毒）	首页	个人卖家	美妆/潮鞋/服饰/手表/数码/箱包	否	点击【立即购买】开始倒计时8mins	8mins	未付款期间，库存锁定
苏宁易购	ALL	官方自营/苏宁拼购	ALL	否	点击【提交订单】后开始计时	24h	1.有站内或短信提醒 2.在45mins锁定库存
	ALL	官方自营/第三方	ALL	天天低价/苏宁秒杀/会员预约	点击【提交订单】后开始计时	30mins	1.有站内或短信提醒 2.在30mins锁定库存

1.2.2 策略总结

(1) 计时策略分析

1) 关键输入：

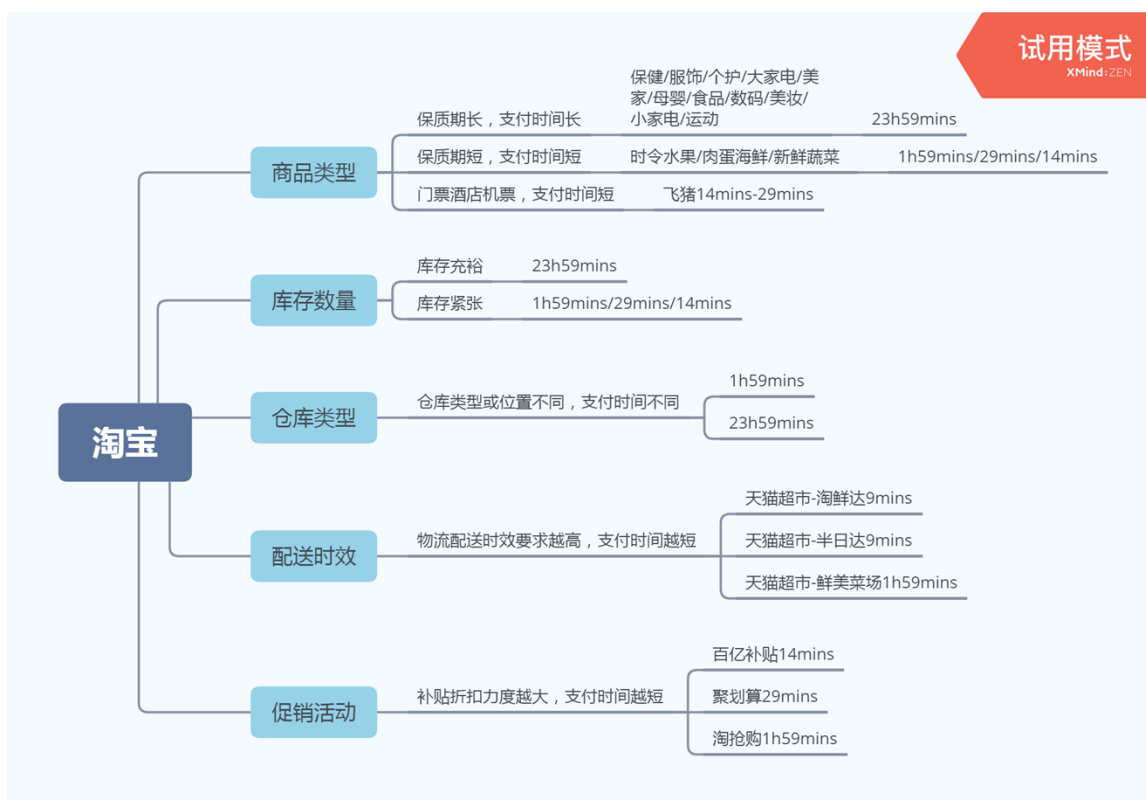
淘宝：商品类型，库存数量，仓库类型，促销活动，配送时效

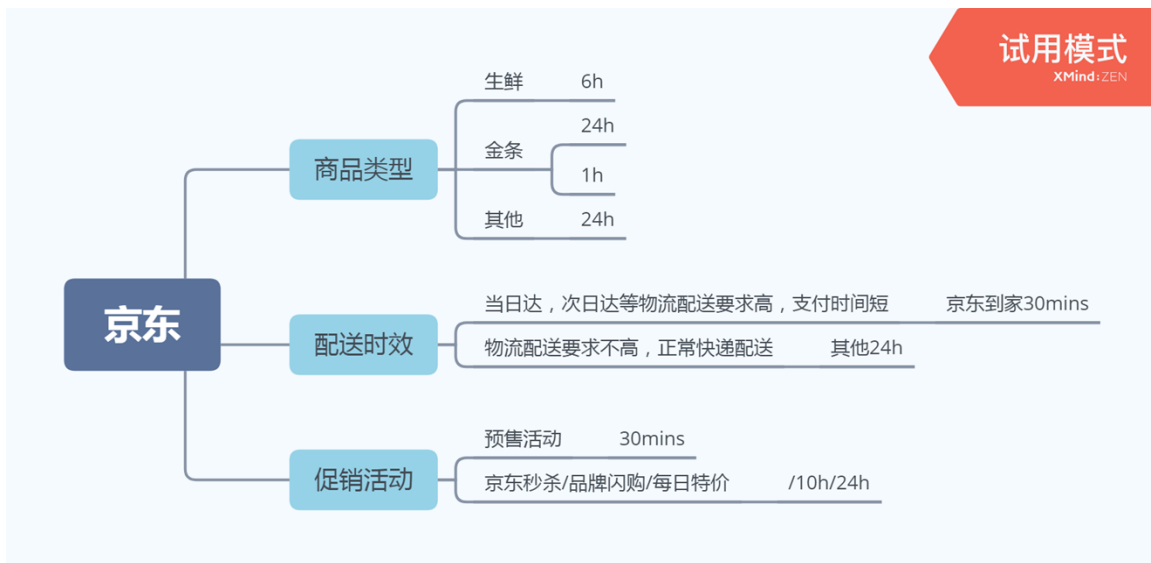
京东：商品类型，配送时效，促销活动

苏宁易购：促销活动

五大平台均是从商品特征和场景特征进行计时策略的设计。

2) 计算逻辑：





3) 输出效果:

淘宝，京东，得物均只有 1 个倒计时，为点击【提交订单】/【立即支付】后开始计时。

拼多多有 2 个倒计时，点击【立即支付】但支付未成功后开始倒计时 30mins，订单已经生成，离开支付页面，显示“逾期未付款，订单将自动取消，倒计时 24h。

苏宁易购有 2 种倒计时，30mins 的只有 1 个倒计时，点击【提交订单】后开始计时；24h 的有 2 个倒计时，点击【提交订单】后开始计时，45mins 锁定库存，24h 订单取消。

五家平台的计时均在 8mins 到 24h 之间。

(2) 其他策略分析

1) 待支付订单提醒方式

淘宝，京东，拼多多都会有站内或短信提醒，短信中都含有能够直接唤起 APP 的链接。

2) 库存锁定方式

支付时间 \leq 10h，库存锁定对应的支付时间；

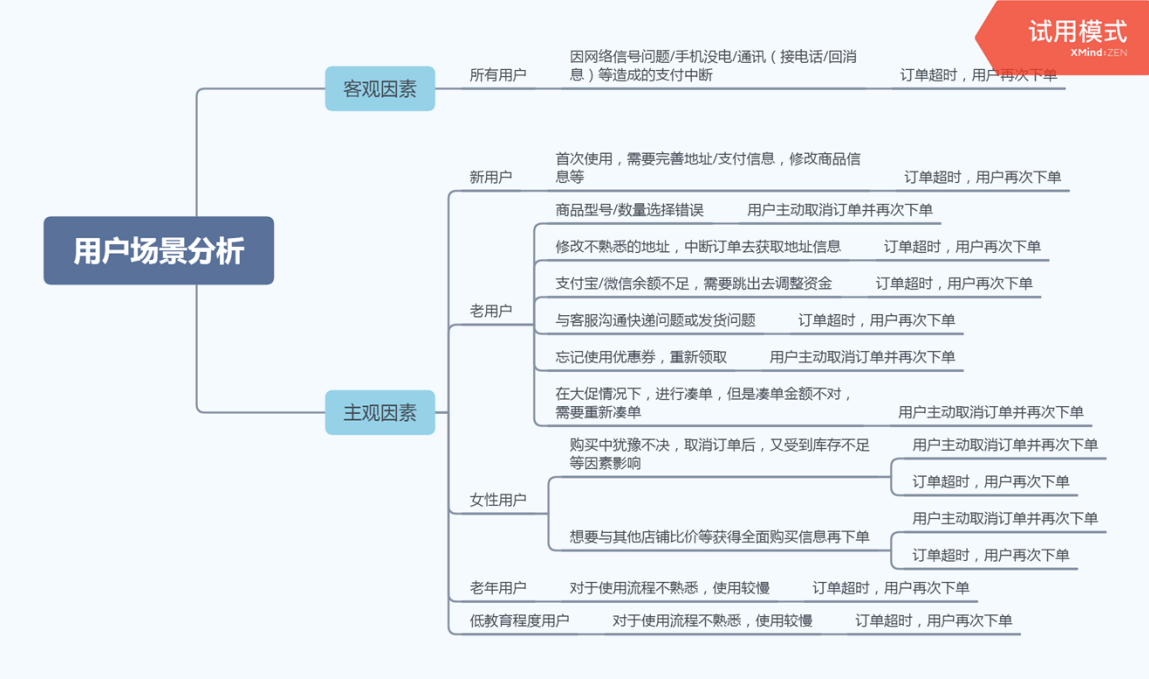
支付时间=24h，平台的商品锁定 30mins/ 24h；苏宁易购锁定 45mins。

3) 不同支付时间的商品一起下单，分开计时。

1.3「支付时间」影响因素分析

根据 1.2 的竞品分析可知，大部分平台的「支付时间」影响因素是场景侧和商品侧。

此小节，采用“用户-场景”方法，分析小红书的用户侧的「支付时间」影响因素，以及明确支付中断后二次支付的具体原因。



二、项目目标

2.1 项目目标及理想态

项目目标：提高用户在规定「支付时间」的支付成功率，并且缩短支付时长。

理想态：用户在点击「立即购买」后，用时最短下完成支付；比如，如果所有商品信息和支付信息默认正确的情况下，5s 内完成支付；如果支付信息或商品信息错误的情况下，规定「支付时间」内完成支付。

2.2 关键指标

1) 核心指标：支付成功率

用户首次下单，在规定「支付时间」的支付成功率，预期提升 5%

二次下单，在规定「支付时间」的支付成功率

2) 过程指标

不同页面跳转待支付订单的次数及占比，如从短信渠道，站内信渠道，我的订单渠道等

3) 观测指标：订单自动取消率

三、需求概述

3.1 待解决问题

后台数据发现，一小部分的用户（影响面约 3%）会在购物订单取消后，（在订单生成时间之后的）30min~120min 内，二次生成订单，并完成支付。

通过调整「支付时间」策略，给不同的用户在不同的购物场景下，购买不同类型的商品设定差异化的支付时间，从而提高整体的支付成功率，减轻库存压力。

3.2 需求清单

优化支付时间策略：给用户，场景，商品等打标和排序，设定不同的支付时间并进行匹配

优化库存锁定策略：差异化库存锁定，释放库存压力 **增加待支付订单提醒策略：**包括站内信和短信 push，浮窗等形式的提醒

四、需求详述

4.1 支付时间策略

4.1.1 输入因素

根据前期调研中的 1.2 和 1.3，新策略的输入拟定为用户特征，场景特征，商品特征。

一级分类	二级分类	三级分类	说明
商品特征	商品类型	生鲜	均影响库存费用和库存压力，生鲜，保质期短，商品价格高，国内仓的商品，库存费用高且库存压力大，计时宜短
		美妆/服饰/个护/母婴/包包/鞋靴/运动/宠物/家居等	
		家电数码	
	保质期	保质期 ≤ 3 天	
		保质期 > 3 天	
	商品价格	$\leq 1w$	
		大于 $1w$	
	仓库类型	国内仓	均影响购买人数和购买竞争激烈情况；配送时效高，库存紧张，折扣力度大，商品热度高，新品的商品，购买人数相对多，竞争较为激烈，计时宜短。
		海外仓	
	库存情况	紧缺（ ≤ 10 件）	
		充足（ > 10 件）	
	配送时效	预售	
		即可发货	
	折扣力度	折扣 ≤ 5 折	
		折扣 > 5 折，或无折扣	
	商品热度	热度前10	
		不是热度前10	
	是否新品	新品，上架时间 ≤ 1 周	
		非新品，架时间 > 1 周	
场景特征	时段	日常	大促的下单人数多，购买竞争激烈，计时宜短
		大促期间	
用户特征	性别	男	男性更为理智，思考较长，计时宜长
		女	女性更为感性，易折腾，计时宜短
	是否会员	是小红卡会员	会员可延长计时，作为会员特权
		不是会员	
	年龄	0-59岁	均与上手程度，操作流程相关，老年人，新用户，低教育程度用户，购物频率低，对于此平台的操作流程不熟悉，且信息未必完善，计时宜长
		60岁以上	
	新老用户	新用户	
		老用户	
	教育程度	幼儿园及小学	
		初中及以上	
	近一年购物频率	无记录	平均支付时长越长，首次支付未成功比例高，说明现有的计时对于此类用户不合理，计时需延长
		≤ 2 次	
		> 2 次	
	近一月平均支付时长	无记录	
		$\leq 30mins$	
		$> 30mins$	
	近一月首次支付未成功占总订单的比例	无记录	
		$\leq 30\%$	
		$> 30\%$	

4.1.2 计算逻辑

计算逻辑如下：

一级分类	二级分类	三级分类	标签	计算逻辑
商品特征	商品类型	生鲜	1	每个商品进行打标，只要满足商品特征中标签为“1”的任意特征，全部为20mins；标为“0”，全部为30mins 若库存原来充足，变为紧缺，则实时调整为20mins
		美妆/服饰/个护/母婴/包包/鞋靴/运动/宠物/家居等	0	
		家电数码	1	
	保质期	保质期≤3天	1	
		保质期>3天	0	
	商品价格	≤1w	0	
		大于1w	1	
	仓库类型	国内仓	1	
		海外仓	0	
	库存情况	紧缺（≤10件）	1	
		充足（>10件）	0	
	配送时效	预售	0	
		即可发货	1	
	折扣力度	折扣≤5折	1	
		折扣>5折和无折扣	0	
场景特征	时段	日常	标签“日常”	“日常”，所有商品计时不变；
		大促期间	标签“大促”	“大促”，所有商品-5mins；
一级分类	二级分类	三级分类	分值	计算逻辑
用户特征	性别	男	1	对用户特征加权计算，得分≥3，对应下单的所有商品计时+30mins
		女	0	
	年龄	0-59岁	0	
		60岁以上	1	
	新老用户	新用户	1	
		老用户	0	
	教育程度	幼儿园及小学	1	
		初中及以上	0	
	近一年购物频率	无记录	1	
		≤2次	1	
		>2次	0	
	近一月平均支付时长	无记录	1	
		≤30mins	0	
		>30mins	1	
	近一月首次支付未成功占总订单的比例	无记录	1	
		≤30%	0	
		>30%	1	
	是否会员	是小红书会员	标签“会员”	标签“会员”，计时+10mins “非会员”，计时不变
		不是会员	标签“非会员”	

4.1.3 输出效果及具体 CASE 示例

以下示例均为“非会员”情况，若为会员，在此基础上，用户下单的商品计时+10mins。

用户特征	场景特征	下单商品特征	计时 (mins)	场景特征	下单商品特征	计时 (mins)
用户得分 < 3 且 “非会员”	日常	生鲜/家电数码	20	大促	生鲜/家电数码	15
		保质期≤3天	20		保质期≤3天	15
		商品价格大于1w	20		商品价格大于1w	15
		国内仓	20		国内仓	15
		库存紧缺 (≤10件)	20		库存紧缺 (≤10件)	15
		物流即可发货	20		物流即可发货	15
		折扣≤5折	20		折扣≤5折	15
		商品热度前10	20		商品热度前10	15
		商品是新品，上架时间≤1周	20		商品是新品，上架时间≤1周	15
		美妆/服饰/个护/母婴/包包/鞋靴/运动	30		美妆/服饰/个护/母婴/包包/鞋	25
		保质期 > 3天	30		保质期 > 3天	25
		商品价格≤1w	30		商品价格≤1w	25
		海外仓	30		海外仓	25
		库存充足 (> 10件)	30		库存充足 (> 10件)	25
		商品预售	30		商品预售	25
		折扣 > 5折和无折扣	30		折扣 > 5折和无折扣	25
		商品不是热度前10	30		商品不是热度前10	25
		非新品，架时间 > 1周	30		非新品，架时间 > 1周	25

用户特征	场景特征	下单商品特征	计时 (mins)	场景特征	下单商品特征	计时 (mins)
用户得分 ≥ 3 且 “非会员”	日常	生鲜/家电数码	50	大促	生鲜/家电数码	45
		保质期≤3天	50		保质期≤3天	45
		商品价格大于1w	50		商品价格大于1w	45
		国内仓	50		国内仓	45
		库存紧缺 (≤10件)	50		库存紧缺 (≤10件)	45
		物流即可发货	50		物流即可发货	45
		折扣≤5折	50		折扣≤5折	45
		商品热度前10	50		商品热度前10	45
		商品是新品，上架时间≤1周	50		商品是新品，上架时间≤1周	45
		美妆/服饰/个护/母婴/包包/鞋靴/运动	60		美妆/服饰/个护/母婴/包包/鞋	55
		保质期 > 3天	60		保质期 > 3天	55
		商品价格≤1w	60		商品价格≤1w	55
		海外仓	60		海外仓	55
		库存充足 (> 10件)	60		库存充足 (> 10件)	55
		商品预售	60		商品预售	55
		折扣 > 5折和无折扣	60		折扣 > 5折和无折扣	55
		商品不是热度前10	60		商品不是热度前10	55
		非新品，架时间 > 1周	60		非新品，架时间 > 1周	55

4.2 其他策略

4.2.1 库存锁定策略

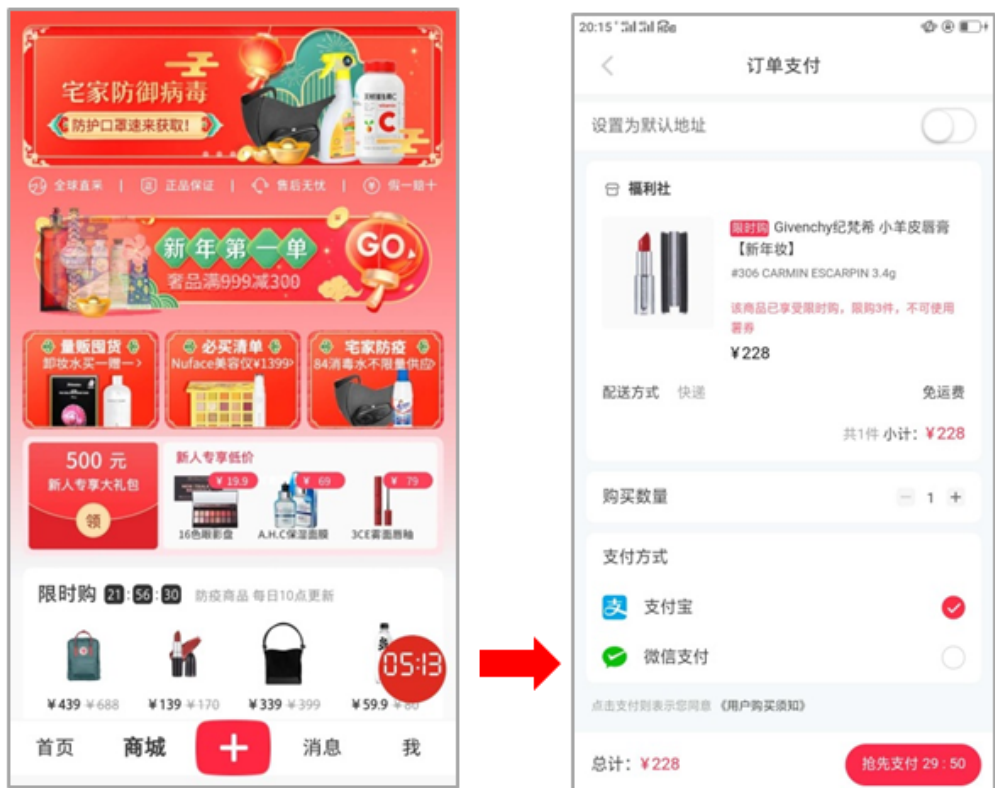
为缓解库存压力同时给用户一种紧迫感，参考苏宁易购，增加库存锁定时间倒计时，并展示在支付页面，如“商品预留 x 分钟，订单将于 x 分钟后取消 ”。

具体策略如下：

支付时间 $\leq 30\text{mins}$ ，库存锁定时间=支付时间；支付时间 $> 30\text{mins}$ ，库存锁定时间 $=30\text{mins}$ ，超过库存锁定时间，库存即可释放，若被他人买走，没有库存，此订单显示“无库存，不可支付”。

4.2.2 待支付订单提醒策略

待支付订单以“浮窗倒计时”的形式浮在商城页面，时刻提醒用户还有订单尚未支付完成，同时方便用户直接进入待支付订单页面进行支付。



非大促期间，任意待支付订单在剩余 10mins 进行提醒，以站内信/push 的方式提醒；大促期间，任意待支付订单在剩余 5mins 进行提醒，以短信的方式提醒。

发送模板如：您在 xx 店铺购买的 xx 商品还未付款，库存告急，x 分钟后未支付将自动取消订单。戳我立即付款：xxx。

4.2.3 其他思考

1) 解决“订单超时，用户再次下单”问题

原因：各个步骤的操作时间太长 方法：增加节点计时功能，在整个支付过程，在每个耗时节点如确认商品信息、确认/填写收货信息、选择/开通支付方式、付款校验分别计时。

2) 解决“用户犹豫不决，反复下单”问题

原因：用户对于此款商品依然有着较强的购买欲望，但缺乏刺激点 方法：加重商品在搜索结果/搜索 sug/推荐位中的权重，增加露出，减少用户的搜索成本和反复刺激用户。

3) 解决“用户想要与其他商品比价以获得全面购买信息，取消订单二次下单”问题

原因：用户怕买贵了的心理 方法：一部分商品可以在标题提示“全网最低价”；

在自动取消的订单页面增加“再次购买”按钮等，方便用户比价回来便捷购买。

题图来自 Unsplash，基于 CC0 协议