



小红书

产品需求文档 v2.0

项目成员

负责人：张一博、刘阳

组 长：张一博

组 员：周世彬、张凌、李惠、小燃、温雪松、韩嗣诚、宗璐

Group8 国际组

01/02/2019

版本控制页

小红书产品需求文档					
创建者 Designer	国际组	创建时间 Date	01/02/2019	版本 Version	v2.0
NO.	版本	修订时间	修订者	修改内容	
1	v1.0	12/21/2018	张一博、刘阳	建立文档，确定章节模块	
2	v1.1	01/01/2019	全体小组成员	完成需求描述及需求设计模块	
3	v1.2	01/01/2019	张一博、刘阳	完成文档其他模块	
4	v2.0	01/02/2019	刘阳	修改报告内容表述，整理封面、目录，统一调整格式	

目 录

1 文档综述.....	1
1.1 文档目的.....	1
1.2 文档范围.....	1
1.2.1 内容范围.....	1
1.2.2 读者范围.....	1
2 需求背景.....	1
2.1 产品背景.....	1
2.2 市场背景.....	2
3 需求分析	2
3.1 竞品分析.....	2
3.1.1 确定竞品.....	2
3.1.2 优劣势分析.....	2
3.1.3 迭代策略.....	3
3.2 用户调研.....	3
3.2.1 用户分析	3
3.2.2 用户访谈.....	4
3.2.3 问卷调查.....	6
3.2.4 数据分析.....	7
3.3 需求汇总.....	7
3.3.1 优先级说明.....	7
3.3.2 需求列表.....	9
4 产品规划.....	12
4.1 产品目标.....	12
4.1.1 笔记的查看优化与发布激励.....	12
4.1.2 商城模块的优化.....	14
4.1.3 消息页面的人性化操作.....	15
4.2 功能结构图.....	15
4.3 功能清单.....	16
5. 重点功能需求描述.....	19
5.1 需求说明.....	19
5.1.1 笔记页面增加购物链接.....	19
5.1.2 店铺类别的显示与筛选.....	19

5.1.3 店铺信息展示、显示商品溯源信息.....	20
5.1.4 “极速退”业务功能.....	20
5.1.5 商品物流信息推送.....	21
5.1.6 笔记发布激励功能.....	22
5.1.7 笔记发布形式多样化与合理化.....	22
5.1.8 通知消息编辑功能.....	22
5.1.9 笔记内容问答功能.....	23
5.2 解决方案.....	23
5.2.1 笔记页面增加购物链接	23
5.2.2 店铺类别标识的显示.....	24
5.2.3 店铺类别的筛选.....	24
5.2.4 店铺信息的展示.....	25
5.2.5 显示商品溯源信息.....	25
5.2.6 “极速退”业务功能.....	26
5.2.7 商品物流信息推送.....	27
5.2.8 笔记发布激励功能.....	27
5.2.9 笔记发布形式多样化与合理化.....	28
5.2.10 通知消息编辑功能.....	28
5.2.11 笔记内容问答功能.....	29
5.3 场景描述.....	30
5.3.1 店铺类别标识的显示.....	30
5.3.2 店铺类别的筛选.....	32
5.3.3 店铺信息的展示.....	33
5.3.4 显示商品溯源信息.....	35
5.3.5 “极速退”业务功能.....	36
5.3.6 商品物流信息推送.....	38
5.3.7 通知消息编辑功能.....	39
5.3.8 笔记内容问答功能.....	40
6. 重点功能需求设计.....	42
6.1 功能流程图.....	42
6.1.1 笔记页面增加购物链接.....	42
6.1.2 店铺类别的筛选.....	43
6.1.3 店铺信息的展示.....	44

6.1.4 显示商品溯源信息.....	45
6.1.5 “极速退”业务功能.....	46
6.1.6 商品物流信息推送.....	49
6.1.7 笔记发布流程.....	50
6.1.8 通知消息编辑功能.....	51
6.1.9 笔记内容问答功能.....	52
6.2 界面原型.....	54
6.2.1 笔记页面增加购物链接.....	54
6.2.2 店铺类别标识的显示.....	55
6.2.3 店铺类别的筛选.....	56
6.2.4 店铺信息的展示.....	57
6.2.5 显示商品溯源信息.....	59
6.2.6 “极速退”业务功能.....	61
6.2.7 商品物流信息推送.....	63
6.2.8 笔记发布激励功能.....	64
6.2.9 笔译发布形式多样化与合理化.....	65
6.2.10 通知消息编辑功能.....	67
6.2.11 笔记内容问答功能.....	68
7. 非功能性需求.....	70
7.1 性能需求.....	70
7.2 安全性需求.....	71
7.3 运营数据需求.....	71
7.4 兼容性需求.....	71
附录.....	71

1 文档综述

1.1 文档目的

此需求文档对小红书正在进行的产品迭代做了全面细致的需求分析。首先，从小红书核心功能和主要用户群体做相关调研和分析，明确了下个软件版本的迭代方向和相应的功能。其次，从主要需求，具体场景和界面原型，解释分析了可靠的需求解决方案。从而帮助相关的产品设计者与产品关系人更清楚地了解目前的需求和解决方案。

1.2 文档范围

1.2.1 内容范围

此文档包含了产品相关背景介绍，从竞品、用户调研方面做了需求汇总，并参考了相关背景和迭代目标，定义了优先级并对需求进行了筛选和排序，最后对最终确定的需求列表做了详细的分析和对应解决方案，同时也考虑了非功能性方面的需求。

1.2.2 读者范围

此 prd 文档的读者包括了小红书此次迭代的所有相关干系人，有产品经理，后台和前端开发，测试，UI，运营，市场和负责人或老板。

2 需求背景

2.1 产品背景

“小红书”是一款于 2014 年 3 月上线，以用户分享内容（UGC）为定义的移动端 APP，用户通过小红书发布内容分享自己的生活，包括旅游、购物、美食等；同时小红书支持在线海淘购物，有别于传统的电商 app，小红书更注重购物社区的建设和用户内容的质量，是一款将线下逛街体验移至线上的，极具代表性的新型电商 app。

2.2 市场背景

随着人们生活水平提高、中产阶级崛起、消费观念升级等因素，国内消费者的跨境消费需求持续增加；人与人之间往来距离会更远，社交将成为人们心理依赖，刚需属性明显。新型电子商务基于社区文化传播发展，其前景备受看好。移动端技术发展催生大量移动社交平台，为新型电商提供大量潜在用户，新型电商行业发展进一步加速趋势明显。小红书以此为切入点，成为了极具代表性的，以用户分享内容为核心的新型电商 app。

3 需求分析

3.1 竞品分析

在近期的《竞品分析报告》中，我们从用户体验五层要素、运营和商业方向对小红书进行了分析。

3.1.1 确定竞品

我们参考 app store 和百度指数数据，从社交和电商两个类别方向大致列出了大约 10 个竞品，其中包括网易海淘，抖音，东家等；然后结合下载排名、产品市场范围、商业模式、目标用户群、主体功能等信息，最终确定小红书的直接竞品：网易考拉、蘑菇街、洋码头。

3.1.2 优劣势分析

- **优势：** 小红书重视用户产出内容和生活分享。社区环境优异。用户可以全方面了解产品的特征跟使用效果。
- **劣势：** 小红书相比其他竞品，价格偏高并且运营活动较少。小红书的正品率以及物流、售后服务并不及其他竞品完善，这可能和小红书后转型为电商平台还不够成熟有关，因此它的商城还有很大的进步空间。

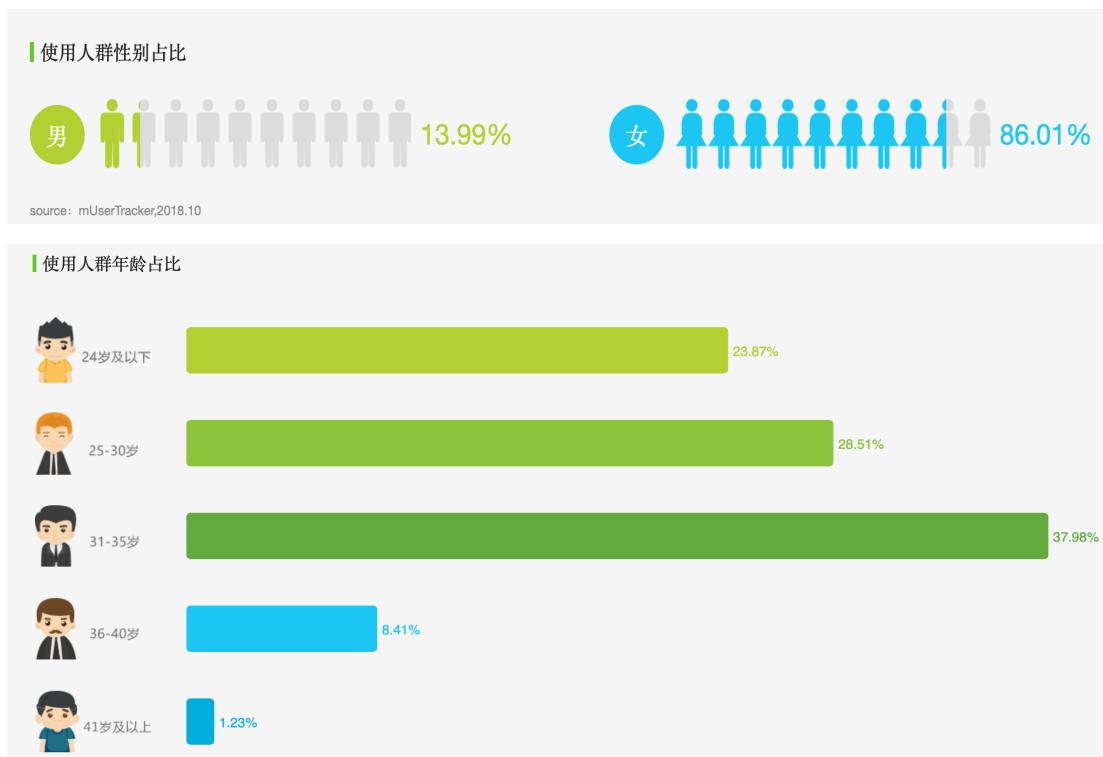
3.1.3 迭代策略

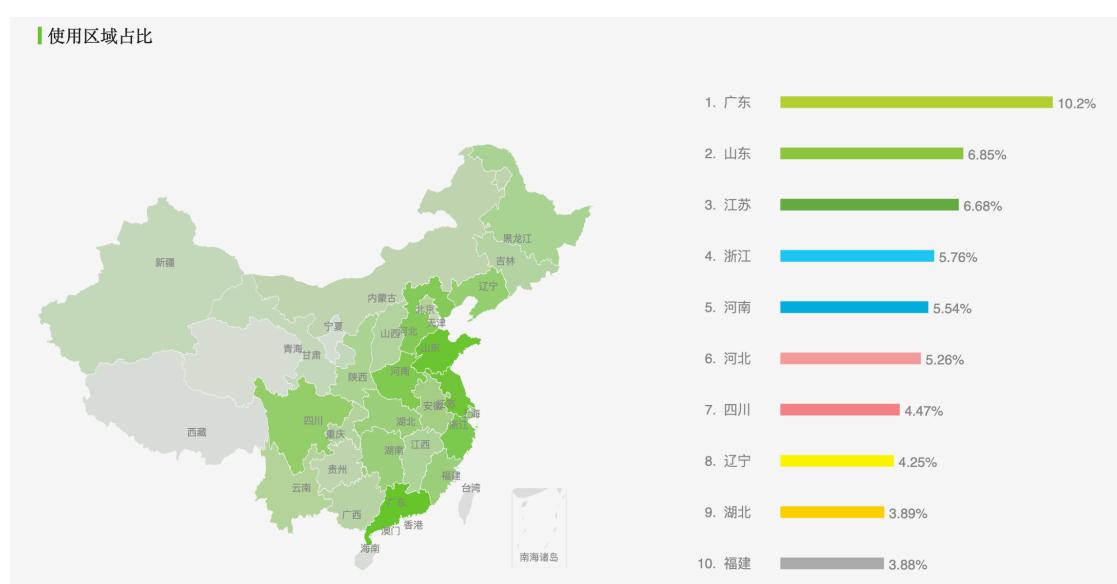
- 核心功能，笔记模块：**持续优化发布笔记流程与体验，优化社区内容和购买商品的衔接流程。
- 重要功能，推荐模块：**利用后台技术深入挖掘用户需求，加强内容和商品的精准推荐。
- 存在问题，商城模块：**加强产品供应链、物流体系的建设，增强用户购物体验，实现发现、分享、购买的商业闭环。
- 市场及运营：**邀请优质第三方品牌商入驻以丰富内容及产品，拉动用户增长。
- 用户管理：**优化平台会员体系，增强主要用户的黏性。

3.2 用户调研

3.2.1 用户分析

3.2.1.1 用户特征





通过上面数据可知，小红书典型性用户情况：女性用户比例 86.01%，男性比例 13.99%，；主要人群年龄分布在 35 岁以下，其中 25-35 岁之间的用户占比超过 60%；用户使用区域主要集中在广东、山东、江苏、浙江等大省的主要一二线城市。（数据来源：艾瑞数据）

3.2.1.2 典型画像

啊朱，女，26岁，本科毕业于杭州某高校，现在杭州一家互联网公司做运营，月薪1w。追求时尚和生活品质，喜欢购买好看的衣服，也喜欢一些名牌的包包和化妆品。啊惠晚上睡前有空便会刷刷小红书，看看别人的笔记，种草一些大家力荐的化妆品或者奢侈品，有时会直接买，有时会先收藏等到下月发工资再买。周末休息，啊惠会在小红书上找别人推荐的网红小店，约朋友去吃喝下午茶或者享受一顿美好的晚餐。啊惠每年长假期间会选择一次旅游，做计划时她都会在小红书上查看别人分享的旅游攻略，网红美食、网红民宿等等。



3.2.2 用户访谈

3.2.2.1 访谈对象

本次访谈主要选取了 8 位用户，通过样本选取标准进行用户筛选，最终确定了以下访谈用户。

编号	性别	年龄	职业	城市
1	女	30	英语培训老师	湖北武汉
2	女	24	行政文职	湖北武汉
3	女	28	医药代表	山西太原
4	女	26	国企员工	山西运城
5	女	32	地产行政	云南昆明
6	男	23	学生	浙江杭州
7	女	27	设计师	上海
8	女	25	设计师	上海

3.2.2.2 访谈内容

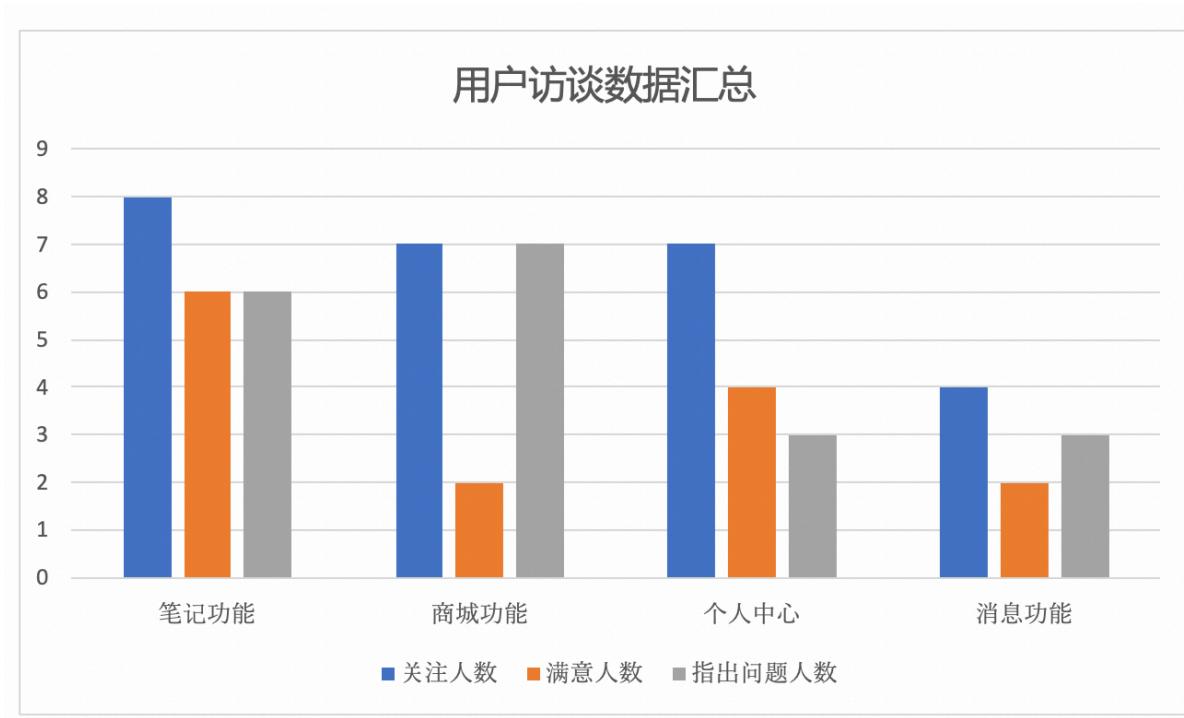
- 用户基本信息及背景
- 整体功能模块的使用
- 功能交互体验及界面设计
- 改进建议和其他问题

3.2.2.3 访谈结果

纵观整个访谈结果，我们发现用户通常对小红书的核心功能，笔记模块关注度较高，而且认可度较高。8位受访用户均有提到浏览笔记，分享笔记等功能，并且均对笔记内容质量比较满意，其中部分受访用户对推荐笔记和发布笔记提出优化诉求，表示目前笔记推荐的内容不是自己真的喜欢和希望的，发布笔记效率能得到提高。

谈及商城功能模块时，这是受访用户均认为体验较差的地方，大家分别提出商城页面不合理，订单查看跟踪不合理，商品质量和物流速度不太满意等问题。

另外，我们还关注了小红书上线不久的私信功能，大多数受访用户指出对该功能不清楚或很少使用，这里需要我们对私信功能重新分析和优化。



3.2.3 问卷调查

3.2.3.1 问卷内容

调查问卷共 19 小题，完成时间在 3-5 分钟，主要从用户信息，使用偏好，核心功能感受，购物感受几个主要大类展开单选、多选、打分等不同形式的提问。

3.2.3.2 调查对象

本次调查问卷的目标用户中，女性占比将近 80%，男性 20%；年龄均是 35 岁以下用户，其中 25 岁以下用户占了多数；这些用户均是经常海淘的用户，而且对小红书有一定的黏性。

3.2.3.3 调查结果

我们对核心功能笔记模块的调查统计显示，近一半以上的用户对笔记内容、笔记推荐、发布笔记体验评价较好，在 4 分及以上；其中对笔记内容质量评价最高，但是对笔记推荐和发布笔记功能也有不少的 3 分中等评价。大家查看笔记的偏好也比较多

样，基本都在护肤、彩妆、奢侈品、旅行几个大类不等。但是发布笔记的频率及用户很少，只有 30-40% 的用户会每个月发送 1-2 次。

经过我们对体验较差点的调查结果显示，主要问题出在购物的体验上，近 50%-60% 的用户对购物体验，包括商品质量、物流速度的评价在 3 分及 3 分以下的中差评。

这与直接用户访谈得到的反馈结果相似，考虑到小红书要从 UGC 向电商发展，购物功能这块将是一个最需要重点关注的地方。

3.2.4 数据分析

我们在艾瑞分析了小红书近 30 天的评价。评论总数 801 条；其中，四星、五星，478 条；一星、二星、三星（差评），323 条。

主要的问题包括：首先，用户对于产品的质量问题保持怀疑，对于质量方面不放心。

其次版本方面，近段时间版本更新快，不更新就不能登录导致用户体验差

还有功能方面，社区营销内容多、退款慢、视频无法选择播放进度、长篇笔记 1000 字限制等较差的用户体验。

3.3 需求汇总

3.3.1 优先级说明

首先，从需求优先级层面，通过四象限分析法：重要紧急，重要不紧急，紧急不重要，不紧急不重要，设置了 P1、P2、P3、P4 四个优先等级，其中 P1 > P2 > P3 > P4

	重要	不重要
紧急	P1: 03、04、06、19	P3: 08、09、12、16、17
不紧急	P2: 01、05、13、15、18、22	P4: 02、07、10、11、20、21

其次，从技术优先级层面，划分三个等级：技术简单，技术中等，技术困难，设置了 D1、D2、D3 三个优先等级，其中 D1 > D2 > D3

需求编号	技术难度	原因

01	D3	权限分配较复杂
02	D3	商品类别修改涉及内容较多
03	D1	现有代码上逐步一修改
04	D3	算法逻辑较复杂
05	D2	添加新的功能模块，不影响现有代码
06	D1	目前运营来支持
07	D1	目前运营来优化
08	D3	需要优化现有算法和借口
09	D2	现有技术调整即可支持
10	D2	现有技术调整即可支持
11	D2	可引用已有的技术
12	D3	算法优化较复杂
13	D1	去掉限制即可
15	D3	逻辑较复杂，影响模块较多
16	D1	基于现有技术，运营主要支持
17	D2	可引用已有技术
18	D1	调整展示形式即可
19	D1	目前运营支持
20	D2	在现有模块上进行修改
21	D2	在现有模块上进行修改
22	D2	在现有模块上进行修改

最后，我们根据两个层面的综合矩阵评分标准，划分出了准确的优先级排序：

	D1	D2	D3
P1	1	2	5
P2	3	4	7
P3	6	8	10
P4	9	11	12

3.3.2 需求列表

需求编号	功能模块	需求描述	需求类别	需求来源	解决方案	优先级
03	笔记查看	希望在笔记里面能清楚的看到相关商品的链接，并快速购买	功能优化	用户访谈	重新布局笔记中的商品链接和购买入口	1
06	购物功能	质量得不到保证，常买到假货，希望能保证产品质量	功能优化	用户访谈	优化技术，通过运营手段加强渠道和供应链监管	1
19	购物功能	退款慢，客服服务差，	功能优化	评论反馈	增加售后服务形式，提高售后服务效率和质量	1
13	笔记发布	长篇笔记字数限制，可编辑内容太少	功能优化	评论反馈	重新设计合适的字数限制	3
18	购物功能	订单倒计时体验感不好	功能优化	评论反馈	修改订单订单倒计时的展示方式	3
05	笔记发布	大多数用户只查看笔记，希望提高用户发布笔记的积极性	功能添加	用户访谈	发布笔记形式多样化，添加发布笔记的激励政策，鼓励用户分享笔记	4
15	笔记发布	没有语音转换为文字功能，码字费时间和精力	功能添加	评论反馈	添加笔记发布形式的多样化	4

22	笔记发现	想获得明星推荐优质单品的购买渠道，无购买链接	功能优化	运营数据分析	加快新品引进速度；与明星用户展开合作，引进明星代言或自营等形式的品牌。	4
04	笔记推荐	推荐笔记内容很杂，通常找不到用户喜欢或想要的内容	功能优化	用户访谈	重新思考排列相关字段或优化推荐算法	5
16	笔记发布	从笔记攥写到发布时间周期较长，效率不高	功能优化	评论反馈	优化笔记发布及审核流程	6
01	会员管理	针对内容分享，给予大v或会员一定福利，鼓励发布优质内容	功能添加	竞品分析	添加会员特权	7
09	个人中心	希望更方便的在个人中心查看订单和物流等信息	功能优化	用户访谈	调整个人中心布局，优化侧滑栏的导航设计	8
17	系统消息	系统消息不能删除，乱发推送，（给男士推送潮流内衣，女士穿搭）	功能优化	评论反馈	重新分析推送对象，添加消息管理	8

07	购物功能	很多商品经常是无货状态，用户不能直接买到	功能优化	用户访谈	调整供应链或渠道方，通过运营或市场途径，加深跟海外店铺的直接合作	9
08	购物功能	物流更新不及时，用户无法获取准确的物流信息	功能优化	用户访谈	后台优化技术，提高信息更新效率；加强售后服务	10
12	笔记查看	首页营销内容过多，社区正常沟通分享内容偏少	功能需求	评论反馈	优化后台算法，加强管理，少一些杂而乱的推广	10
10	私信功能	私信入口非常隐蔽，用户很难找到	功能优化	用户访谈	重新设计私信入口位置，提高辨识度	11
11	笔记视频	视频播放时进度不能选择	功能优化	评论反馈	优化视频播放界面	11
20	笔记发现	找不到明星们关于美妆干货的分享，想在分享社区获得更多明星干货	功能添加	运营数据分析	影视介绍页面增加大v列表，为明星用户提供更多的曝光机会；帮助粉丝用户关注自己感兴趣的明星	11

21	笔记发现	明星想通过用户问答展示自己的使用技巧，帮助其品牌获得良好口碑，并帮助消费者	功能添加	运营数据分析	添加问答功能，为明星用户提供与普通用户互动的平台；帮助普通用户获得更多干货内容	11
02	商城浏览	希望邀请更多第三方品牌入驻，丰富内容及产品	功能添加	竞品分析	在商城中体现商品来源，如自营或第三方	12

4 产品规划

4.1 产品目标

根据需求背景和需求分析的汇总整理，在小红书后期版本迭代上将根据用户实际需求进行功能优化或新增功能，更好的实现内容社区的运营、购物商城的引导和转化，主要从笔记社区的完善、商城模块的优化以及消息管理的调整几个方面着手产品的规划。

4.1.1 笔记的查看优化与发布激励

4.1.1.1 增强笔记内容转化商品购买

通过一系列需求调查，用户普遍反应查看笔记时经常无法直接显示购物链接查看种草商品详情，需要自行至商城搜索商品，操作麻烦且体验不佳。针对这一需求，我们将在笔记内容详情里增加相应商品的购物链接。如有的商品小红书平台上无货，可链接至合作电商平台或弹窗提醒用户进行商品登记，后台将统计商品登记情况，有针对性的进行品牌合作和商品采购。增加购物链接将确保用户享受到从查看笔记到商品购买的整体体验，实现信息流的有效闭环，增强用户体验，提高从笔记到商品购买的转化率。

4.1.1.2 激励高品质 UGC 的输出

(1) 发布笔记奖励积分

用户在小红书上发布笔记将获取积分，并在小红薯成长体系中可查看积分等级以及相应特权，根据不同等级单次奖励的积分也不同。除了升级任务以外，增加更加直观、更简单的积分获取操作，简化小红薯成长门槛，培养用户主动发布笔记的习惯，提高 UGC 的输出。

(2) 笔记获赞后奖励薯券

根据用户发布的笔记收获点赞数量，提供阶梯式金额的薯券奖励，可用于商城消费。此薯券的优惠力度将大于日常领券中心领取的薯券，并标明薯券专属来源，提高笔记发布与商城消费的强关联性。同时鼓励用户提高笔记的撰写质量，刺激用户多输出高品质、热门的内容。

4.1.1.3 笔记发布形式的多样化和合理化

笔记发布不仅提供纯文字、图片和视频的形式，增加语言发布功能，进一步完善笔记输出内容的多样化，同时针对不习惯打字或发视频的用户，提供语言发布功能能够满足他们发布笔记的需求。

同时，适当放宽字数限制，在输入过程中显示已输出字数和限制字数，使用户编辑内容时，对字数限制有一定的心理预期，能够合理规划内容。

4.1.1.4 问答专区优化笔记互动

在笔记内容页面增加问答区域，提供问答专区，过滤繁琐复杂的信息，提供格式化的问答内容输出，提高用户参考价值，直接解决用户对商品或操作方法的疑虑，提高笔记互动性，增强用户粘性和活跃度。

4.1.2 商城模块的优化

4.1.2.1 快速识别和筛选店铺类别

根据店铺类别提供相应标识显示，用户浏览商品时，使用户能快速识别商品销售的商户渠道，并提供店铺类别筛选功能，更好的帮助用户对商品进行对比，减少用户商品研究时间，帮助用户快速做出购买决策。

4.1.2.2 完善店铺信息展示增强信任度

用户进入店铺详情，可查看店铺完整的信息，如店铺简介、认证地区、入驻时间、全部商品数量、综合评分和店铺等级，提高用户对商户的信任度，显示商户的正规性，使得用户放心在商户店铺内购买商品。同时增加关注店铺的入口，提高店铺的关注率。

4.1.2.3 跨境商品便捷查看溯源信息提供正品保障

针对跨境商品提供商品溯源信息的查看，显示商品的来源地、启运地以及通关等信息，确保商品来源的正规可信，提供正品保障，消除用户对商品正品问题的疑虑。

4.1.2.4 小红卡会员“极速退”服务增强会员特权

针对小红书小红卡会员，对于国内仓库发货的自营商品为其提供极速退款服务，增强小红卡会员特权，提高小红卡会员转化。

4.1.2.5 增加物流通知强化物流体验

由于跨境商品物流环节复杂，物流配送周期存在一定的延长现象，物流信息往往显示不及时，针对物流信息的优化，将在通知消息栏增加物流通知信息，当物流信息为商品派送环节，则推送物流通知，告知用户正商品在配送，给用户一定的提醒告知，帮助用户合理安排时间收取商品。商品已签收时，推送信息，告知用户商品已签收，如出现异常情况可及时处理。弥补之前小红书上缺乏商品物流信息通知的缺口，建立和优化小红书在用户心中专业的电商平台形象。

4.1.2.6 完善个人中心的订单显示

根据用户在电商平台的操作习惯，订单显示和查询一般多在个人中心较多，在个人中心页面增加订单显示将增强用户操作体验，突显小红书电商属性，简化用户查询入口。

4.1.3 消息页面的人性化操作

4.1.4.1 通知消息可编辑化

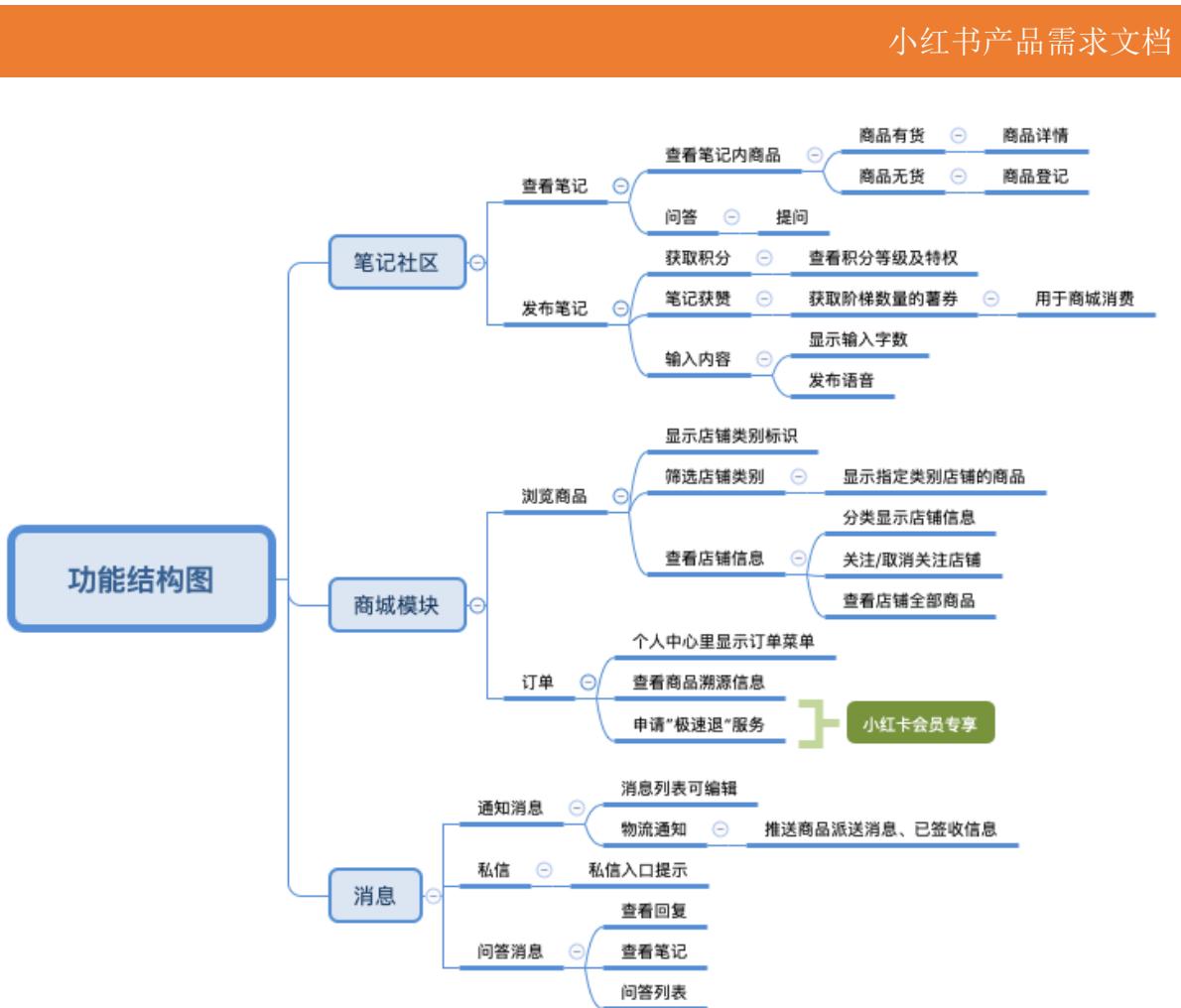
针对通知消息里的内容，提供编辑功能，用户可根据需求选择“删除”、“标记已读”、“置顶”操作，使得消息的处理操作更加人性化，改善用户体验。

4.1.4.2 私信入口的提示优化

对于消息页面的私信图标，很多新用户不太了解其功能。对于第一次打开APP或版本更新后进入的用户，进入消息页面后，私信入口旁增加气泡说明，提示用户发送私信的入口。

4.2 功能结构图

按照业务流程针对小红书后期版本迭代中新增及优化的功能进行结构梳理，主要集中在查看和发布笔记、商品的浏览、商品的增值功能以及消息管理上的优化，从而实现产品规划的目标。



4.3 功能清单

模块	页面	功能	说明	迭代版本
笔记社区	笔记详情页	查看笔记内商品	笔记详情内可直接点击商品链接查看商品详情	v1.0
商城	商品列表页	显示店铺类别标识	商品列表或商品瀑布流信息内商品标题介绍旁显示销售商品的店铺类别标识，方便用户便捷识别店铺类型	v1.0
商城	筛选页面	筛选店铺类别	浏览指定店铺类别的商品列表	v1.0
商城	订单详情页	查看商品溯源信息	跨境商品订单完成后支持查询商品溯源信息	v1.0

商城	订单详情页	“极速退”服务	针对国内仓发货的自营商品，对于小红卡会员提供极速退款服务	v1.0
消息	通知消息	推送物流通知	通知消息内设置物流通知栏，商品派送、签收关键节点增加物流信息的推送通知，此物流消息显示在物流通知栏里	v1.0
笔记社区	笔记发布页	发布笔记获取积分	每发布一篇笔记可获得相应积分，根据等级的不同，单次获取积分也不相同	v2.0
笔记社区	薯券页面	笔记获赞奖励薯券	笔记发布一个月内，根据累计获赞数量奖励薯券，依据获赞数量不同提供阶梯式金额的薯券，薯券可用于商城消费抵扣现金使用	v2.0
笔记社区	笔记编辑页	显示输入字数和限制字数，可发布语音	输入文字时显示当前输入的总字数及限制字数，增加语音功能，限时 60 秒。	v2.0
商城	个人中心	显示我的订单	个人中心增加订单菜单入口，方便订单查询，强化电商功能	v3.0
消息	通知消息	编辑消息列表	针对消息列表增加编辑功能，用户可根据需求选择“删除”、“标记已读”、“置顶”操作	v3.0
消息	消息页面	私信入口提示	新用户或新版本更新后对于私信图标旁增加提示，告知用户此处可发送私信	v3.0

笔记社区	笔译详情页	对笔记内容提问	在笔记内容详情下方增加问答区域，与评论不同，问答板块设置固定提问格式，过滤杂乱信息，提供有价值参考，回答内容可在消息页查看	v4.0
------	-------	---------	---	------

针对搜集的用户需求，并对其进行分析过滤，结合实际业务情况和开发难度，将功能需求列入至四个迭代版本中逐步优化。其中，优先级最先的功能需求即 v1.0 版本主要集中解决社区转化至商城的问题，并且完善商城模块内的功能，加强电商功能的优化，提升用户在商城的体验；v2.0 版本将着重笔记社区的优化，旨在提高用户主动发布内容的积极性和活跃度，并对内容编辑部分进行细节优化；v3.0 版本中将针对个人中心和消息页面进行更加人性化的处理，提升用户对平台的好感度；v4.0 版本将对笔记社区进行更深入的优化，增加问答板块，提升笔记内容的有效性、实用性，快速解决用户疑虑，提高用户留存率。

5. 重点功能需求描述

根据小红书后期版本迭代的计划，针对重点功能对需求进行相应描述说明。

5.1 需求说明

5.1.1 笔记页面增加购物链接

5.1.1.1 背景（需求编号 3）

笔记页面，是供买手分享产品信息的界面，目前里面的内容仅限分享的内容及用户评论，即使用户喜欢某种产品，还需要重新去购物商城搜索，笔记页面没有相关产品的链接，用户如果看到了笔记分享也不能及时去查看了解详情，影响购物体验。

5.1.1.2 目标

查看笔记模块时，用户可以通过分享的内容页面直接点击产品进入商品详情页面。

5.1.2 店铺类别的显示与筛选

5.1.2.1 背景（需求编号 7）

用户从社区笔记板块内了解商品后，到商城内寻找商品，经常会显示商品缺货或者根本没有此商品，影响用户在商城的购物体验，降低了商品购买转化率。用户希望能丰富商城内的商品种类，便于直接购买，同时能够快速、便捷的筛选、对比，更好的满足购物体验。

5.1.2.2 目标

- (1) 增加商城商品种类，加强与品牌或海外零售商的合作，完善购物体验。
- (2) 查看商品时能够快速识别商品销售来源，便于同种商品不同销售渠道的识别、对比和筛选。

5.1.3 店铺信息展示、显示商品溯源信息

5.1.3.1 背景（需求编号 2）

用户在小红书上购物时，对于商品的来源存在疑惑，不太确定是否是正品，影响商品的购买。商家的信息显示不全，包括信用评分、地区、入驻时间等都无显示，对于商家的资质和入驻信息等都无了解，无法增强用户对平台商品的信任度。

5.1.3.2 目标

- (1) 店铺详情内店铺的简介、综合评分等内容，提高用户对商家的信任度。
- (2) 对于所有购买的跨境商品，用户可查询商品溯源信息，突出商品来源的真实性和正规性，增强用户对商品来源的信任。

5.1.4 “极速退”业务功能

5.1.4.1 背景（需求编号 19）

退款到账时间	
退款情况	业务描述
取消订单后退款	取消订单后，退款会在 1 个工作日内退回您的支付账户
申请退货退款	退货审核通过且寄回商品枪手并通过仓库质检，退款于 1 个工作 日按订单支付方式原路退回。
七天保价退款	退款申请将在 24 小时内审核，通过后退款将在 1 个工作日内退 回您的支付账户。
报销运费	申请在 24 小时内审核，审核通过后，运费将在 1 个工作日内转 账至您提供的支付宝收款账户。商品退款将在 1 个工作日内退回 至订单的原支付账户。两笔退款将分开到账。
报销税费	向海关缴纳的税金由小红书为您全额报销（包括代办费）。报销 在 2 个工作日内审核，通过审核后，退款将在 1 个工作日内退回 您提供的支付宝收款账户内

其他

1. 若退回支付宝的账单显示“批量付款”，则为小红书打款成功，”行吟信息科技(上海)有限公司”为小红书的支付宝账户名
2. 若退款已发起，未在时效内收到，可联系薯队长处理

小红书商城用户反应目前商城存在退款慢、薯队长服务差的问题，希望能够获得更优质的售后服务，缩短退款时间。

5.1.4.2 目标

- **业务功能目标：**优化国内仓库发货的自营商品退款流程，取消未正常收货（物流拦截成功、消费者拒收）商品退货的质检过程，为消费者提供“极速退”服务。
- **短期产品目标：**上线后30天里商城用户联系薯队长询问退款事宜相对上线前30天降低5%及以上则视为本次产品设计成功。
- **反向产品目标：**上线30天内，受此更新影响导致第三方商家商品出现销售下滑5%，则考虑下线此功能，待针对第三方商家的各项功能完善后统一上线。
- **长期产品目标：**短期目标达成，考虑扩大“极速退”业务适用范围，由自营商品扩大为第三方商家商品自愿加入。受限于政府政策、跨境贸易的关税、物流业务成本等因素，不向跨境物流商品开放。

5.1.5 商品物流信息推送

5.1.5.1 背景（需求编号8）

消费者在小红书商城内完成商品购买之后，由于跨境物流由境外物流、出关抽检、海外物流、入关抽检、国内物流等多个环节组成，物流信息更新缓慢，用户希望可以及时获得商品物流信息。

5.1.5.2 目标

● **业务功能目标：**

1. 运用笔记监测、商城监测，联合运营部门优化境内保税仓、香港保税仓针对热销商品的库存，减少跨国发货导致的物流缓慢问题。

2. 监测仓库商品库存数量，优化商城主页面商品推荐商品。
 3. 增加商品配送提醒信息的推送功能，为消费者提供配送前提醒服务。
- **短期产品目标：**30 天内商城用户开启推送数量提高 1%，消息页面打开数量提高 5%。
 - **长期产品目标：**后期尝试推送内容个性化，给与商家更多自主权，但需要建立严格的审核机制，降低推送内容的风险，需要借助现行社区内容审核机制。

5.1.6 笔记发布激励功能

5.1.6.1 背景（需求编号 5）

在使用 APP 时，多数用户只查看笔记，并没有发布笔记的习惯。

5.1.6.2 目标

添加发布笔记的激励政策，鼓励用户分享笔记。

5.1.7 笔记发布形式多样化与合理化

5.1.7.1 背景（需求编号 13、15）

用户发布笔记时，码字费时间和精力；用户在发布长篇笔记时，有字数限制，可编辑内容太少，影响用户体验。

5.1.7.2 目标

重新设计合适的字数限制，发布笔记形式多样化。

5.1.8 通知消息编辑功能

5.1.8.1 背景（需求编号 17）

用户浏览系统消息时，发现系统消息无法删除，影响用户查看推送消息，进一步降低了用户通过推送消息购买商品和关注博主的体验。用户希望能可以删除系统消息，方便浏览，快速的找到自己想要的资讯。

5.1.8.2 目标

添加删除系统消息删除功能，用户可以根据自身的需要删除系统消息。

5.1.9 笔记内容问答功能

5.1.9.1 背景（需求编号 21）

明星发布笔记推荐某款商品后，喜欢该商品的用户在购买之前会有一些问题想得到解答，例如使用技巧和注意事项等方面。与此同时，明星也想通过用户问答展示自己的使用技巧，帮助品牌获得良好口碑，顺便帮助消费者解决问题。

5.1.9.2 目标

为明星和用户建立一个专门的问答交流平台，使得明星可以解答用户的问题。这样用户对商品有了更详细的了解之后选择购买的可能性也会大大增加。

5.2 解决方案

5.2.1 笔记页面增加购物链接

页面功能设计模块，在发现页面的分享内容里，增加相关产品信息的详情和购买链接。

- 字段：购物链接（小红书有的直接跳转到商城）、其他链接（小红书没有的，点击跳转到其它合作的购物平台）
- 范围：所有分享的笔记（图片、视频），下面都有相关产品名字清单，直接点击可以进入购买页面。
- 流程：用户在任一个笔记分享内容里，均能在内容下面查看分享的产品清单，点击自己感兴趣的产品名称后可以直接跳转到该产品的商城信息。（点击后下面也会有相似产品的图文清单）。

- 条件：每个买手在分享内容之前，会完善一个分享产品相关资料的完善，后台能够自动识别小红书商城里是否有，如果有就会自动加一个商城内该商品的链接，如果没有就会增加一些相似产品的图文清单。

5.2.2 店铺类别标识的显示

根据店铺的类型，为商品提供明显的来源标识。

- 字段：商品列表、商品详情、店铺类别
- 范围：

商品列表及商品详情内的信息根据其销售的店铺类型设置商品来源标识。

- 规则

- 1) 小红书福利社、小红书有光旗舰店内商品保留“自营”标识。
- 2) 自有单品牌或自有多品牌官方旗舰店销售的商品设置“品牌合作”标识。
- 3) 多品牌零售商、多品牌集合店内销售的商品设置“品牌集合”标识。
- 4) 品牌授权的专卖店内销售的商品设置“品牌授权”标识。

- 流程

用户查看商品列表或商品详情时，显示相应店铺类别的标识。

- 条件

每个商品在平台入库前按照销售渠道定义相应店铺类别的标签，店铺类别标识的显示调用相应标签数据。

5.2.3 店铺类别的筛选

增加店铺类别筛选模块，便于用户快速识别和筛选店铺。

- 字段：商品列表、商品详情、店铺类别、筛选
- 范围：

商品搜索里的筛选功能增加店铺类别的筛选。

- 规则

筛选功能内增加“店铺类别”的筛选，提供“自营”、“品牌合作”、“品牌集合”、“品牌授权”的标签。

- 流程

用户在搜索页面的筛选栏点击“店铺类别”可以选择相应类别，筛选后显示相应类别的店铺商品。

- 条件

每个商品在平台入库前按照销售渠道定义相应店铺类别的标签，店铺类别标识的显示和筛选机制调用相应标签数据。

5.2.4 店铺信息的展示

- 字段：店铺名称、全部商品数量、综合评分、等级、关注/已关注、店铺简介、认证地区、入驻时间
- 范围：店铺详情内显示完整的店铺信息
- 规则：
 - 1) 店铺详情内展示店铺名称、全部商品数量、综合评分、等级、关注、店铺简介、认证地区、入驻时间；
 - 2) 综合评分根据历史评价数据、销售数据等实施相应计算规则给出评分；
 - 3) 点击关注按钮可关注店铺；
 - 4) 点击全部商品可直查看店铺销售的所有商品。
- 流程：用户点击店铺名称进入店铺主页，在主页内点击店铺名称进入店铺详情，可查看店铺名称、全部商品数量、综合评分、等级、店铺简介、认证地区、入驻时间信息，点击关注可以直接关注店铺，点击全部商品可进入商品列表页。
- 条件：商家入驻时提供店铺相关介绍信息；后台收集店铺内商品销售情况、评价信息等，设计店铺综合评分规则。

5.2.5 显示商品溯源信息

- 字段：商品名称、溯源信息（启运港、启运时间、运输方式、进口口岸、报关口岸、报关单号、发货仓）
- 范围：针对用户所有购买的跨境商品提供溯源信息，在订单页可查看。
- 规则：商品签收后可显示商品溯源信息，用户在“订单详情”页商品列表可点击查看商品溯源信息，包括商品名称、溯源信息（启运港、启运时间、运输方式、进口口岸、报关口岸、报关单号、发货仓）。

- 流程：用户点击“订单”进入“我的订单”页面，在订单列表中点击单个订单进入“订单详情”，每个商品列表信息内显示“商品溯源”按钮，点击后可查看商品溯源信息。
- 条件：跨境商品在平台入库前需录入商品采购信息、运输信息、报关信息及仓库信息等内容，商品溯源信息调用相应字段。订单已签收后可显示溯源信息。

5.2.6 “极速退”业务功能

满足条件的商品显示“极速退”标识

- 字段

订单号、订单取消时间（例如：2018-12-06 02:00:00）、发货仓库（例如：郑州保税仓）、承运单位、物流单号、物流状态（拒收/已拦截）、物流状态确认时间（例如：2018-12-06 02:00:00）、退款状态（成功/失败）、退款时间（例如：2018-12-06 02:00:00）

- 范围

1. 由内地仓承担仓储服务的自营商品提供“极速退”服务
2. 物流状态为已由小红书拦截成功或由消费者直接拒收
3. 第三方商家商品、海外发货商品暂时不提供“极速退”

- 规则

针对国内发货的自营商品经系统验证包裹已被拒收或由小红书成功拦截的商品，为用户提供极速退款业务。

- 流程

- 1) 自营商品发货地为境内仓库→待收货订单列表页面商品显示“极速退”
- 2) 用户点击拥有“极速退”商品的退款按钮→验证物流状态为“已拒收”或“已拦截”→退款流程发起
- 3) 物流状态更新→物流更新内容为“已拒收”或“已拦截”→验证商品为自营商品→验证商品发货地为境内仓库→退款流程发起

- 条件

从国内仓库发货的自营商品显示“极速退”标识，需要判断商家类型为“自营”、发货的仓库为“国内仓”。

5.2.7 商品物流信息推送

增加店铺类别筛选模块，便于用户快速识别和筛选店铺。

- 字段

商品名、承运单位、订单详情地址

- 范围：

商城全部商品已安排快递员派送。

因用户使用频次、强度未知，本版本只完成 APP 推送功能，不做短信提醒。短信提醒功能在此版本上线后验证用户使用频次、短信成本再做进一步规划，。

- 规则

当商品到达用户所在城市并已安排快递员配送商品时，APP 推送用户准备收货提醒，同时提供信息栏跳转到订单详情页面的能力。

- 流程

系统更新物流信息→确认物流已安排快递员配送→推送收货提醒→点击推送信息跳转到订单详情页面

推送内容：亲~您的包裹正在派送了~收到的时候请您检查外包装是否完整，烦请您当场验货确认后再签收哦~~

- 条件

物流信息更新时，判断物流状态为“已派件”，则为消费者推送物流提醒。

5.2.8 笔记发布激励功能

设置积分奖励政策或优惠券奖励。

- 字段：优惠券、积分、积分升级提示

- 范围：

- 1) 用户当日首次登录 APP 时，弹窗提示
- 2) 积分在个人中心-解锁等级内查看

- 规则：

- 1) 用户发布笔记后，提示“积分”增加
- 2) 积分增加后，吉祥物升级提示显示积分相应缩减

3) 当用户发布的笔记获得点赞后，弹窗显示“优惠券”奖励到账；优惠券显示相应优惠券。

- 流程：

- 1) 用户在每天首次打开 APP 时提示“发布笔记有积分或优惠券奖励”
- 2) 用户在完成笔记发布流程，发布成功后，显示积分增加
- 3) 当用户收获点赞或评论后，系统发放优惠券，并弹窗提示用户。

- 条件：笔记发布成功后。

5.2.9 笔记发布形式多样化与合理化

5.2.9.1 发布笔记时添加语音功能

- 字段：语音输入。
- 范围：发布笔记时。
- 规则：

- 1) 用户在选择语音输入后，可进行语音录制，语音时长不超过 60 秒。
 - 2) 发布成功后，内容区显示语音播放控件、语音时长。
- 流程：用户进入发布笔记，选择图片/视频后，添加语音输入控件。
 - 条件：信息输入步奏时显示。

5.2.9.2 发布笔记添加字数显示

- 字段：输入时显示已输入字数/总字数
- 规则：后台更改字数限制
- 范围：文字输入范围控制在 500 字内，若文字过长，用户就会失去查看内容的兴趣

5.2.10 通知消息编辑功能

在通知消息页面，长按推送消息，弹出删除按钮，可以删除一条、多条或全删。

- 字段：赞和收藏、新增关注、评论和@, 消息类型、单条删除，多条删除，全部删除，这里竟没有一条消息（删除信息后的初始状态），是否取消删除。

- **特点:** 选中删除、全部删除，删除消息时的二次提醒
- **范围:** 用户在通知消息中查看 平台公告、活动宣传、优惠券提示信息、博主视频推荐、商品链接长按消息可以选择删除。
- **规则** 用户浏览通知消息时，可以随时点击删除。
- **流程** 用户在删除通知消息时，长按 2 秒想要删除的消息，每条消息的右侧会弹出方框，点击小方框可以打“√”，进行删除，同时在其底部弹出导航栏显示“删除”“全选”方便用户灵活操作。

5.2.11 笔记内容问答功能

5.2.11.1 用户提问

- **字段:** 问题，添加问题，发布，头像，昵称，日期，时间
- **范围:** 所有的明星笔记，任意有关商品的问题
- **规则:** 1. 问题模块只发布问题，不能发布评论。
- 发布的问题尽量与该笔记涉及的商品有关，无关的问题明星可以不回答。
- 问题字数限制在 50 字以内。
- **流程:** 用户点击添加问题，之后输入问题并发布问题。

5.2.11.2 用户回答

- **字段:** 回复，发布，头像，昵称，日期，时间
- **范围:** 所有用户提出的问题
- **规则:** 1. 与商品相关的问题尽量都回答。
与商品无关的问题可以不回答。
- 考虑到明星工作忙没时间回答全部问题，设立标准规定每周至少回答 10 个问题。
- 回答的长度没有字数限制。
- 只有该篇笔记的发布者可以回复，其他用户无法回复
- **流程:** 对某个用户提出的问题，点击回复，输入回答并发布。

5.3 场景描述

5.3.1 店铺类别标识的显示

Feature	店铺类别标识的显示
As a customer	
I want to	商品信息内显示商品来源标签
So that	浏览商品时快速识别店铺类别，了解商品销售的渠道
Scenario: 商城页面浏览商品	<p>Given: 在商城列表页面</p> <p>When: 浏览商品列表</p> <p>Then: 单个商品标题下方显示店铺类别标识</p> <p>And:</p> <ul style="list-style-type: none"> 1) 小红书福利社、小红书有光旗舰店内商品显示“自营”标识； 2) 自有单品牌或自有多品牌官方旗舰店销售的商品显示“品牌合作”标识； 3) 多品牌零售商、多品牌集合店内销售的商品显示“品牌集合”标识； 4) 品牌授权的专卖店内销售的商品显示“品牌授权”标识。
Scenario: 笔记页面查看商品	<p>Given: 在笔记页面</p> <p>When: 查看笔记内容</p> <p>Then: 展示相关笔记内容</p> <p>And: 笔记内容下方展示相关商品列表，单个商品标题下方显示销售此商品的店铺类别标识</p> <p>And:</p> <ul style="list-style-type: none"> 1) 小红书福利社、小红书有光旗舰店内商品显示“自营”标识； 2) 自有单品牌或自有多品牌官方旗舰店销售的商品显示“品牌合作”标识； 3) 多品牌零售商、多品牌集合店内销售的商品显示“品牌集合”标识； 4) 品牌授权的专卖店内销售的商品显示“品牌授权”标识。
Scenario: 商城推荐页浏览商品	

Given: 非商品详细列表或商品瀑布流的商品图片显示

When: 滑动浏览至商品图片

Then: 商品图片上不显示店铺类别标识

And: 点击单个商品图片进入商品详情页，商品标题旁显示店铺标识

And:

- 1) 小红书福利社、小红书有光旗舰店内商品显示“自营”标识；
- 2) 自有单品牌或自有多品牌官方旗舰店销售的商品显示“品牌合作”标识；
- 3) 多品牌零售商、多品牌集合店内销售的商品显示“品牌集合”标识；
- 4) 品牌授权的专卖店内销售的商品显示“品牌授权”标识。

Scenario: 商城分类页面浏览商品

Given: 商品分类页面下查看商品图片列表

When: 滑动查看商品图片列表

Then: 商品图片上显示店铺类别标识

And:

- 1) 小红书福利社、小红书有光旗舰店内商品显示“自营”标识；
- 2) 自有单品牌或自有多品牌官方旗舰店销售的商品显示“品牌合作”标识；
- 3) 多品牌零售商、多品牌集合店内销售的商品显示“品牌集合”标识；
- 4) 品牌授权的专卖店内销售的商品显示“品牌授权”标识。

Scenario: 商品详情页查看商品

Given: 从笔记或商城端查看商品

When: 点击商品介绍图片或列表

Then: 进入商品详情页，商品标题旁显示店铺标识

And:

- 1) 小红书福利社、小红书有光旗舰店内商品显示“自营”标识；
- 2) 自有单品牌或自有多品牌官方旗舰店销售的商品显示“品牌合作”标识；
- 3) 多品牌零售商、多品牌集合店内销售的商品显示“品牌集合”标识；
- 4) 品牌授权的专卖店内销售的商品显示“品牌授权”标识。

5.3.2 店铺类别的筛选

Feature	店铺类别的筛选
As a customer	
I want to	快速筛选不同店铺的类别，查看指定类别店铺内的商品
So that	有针对性的了解不同店铺内商品情况，方便不同店铺内商品的识别、筛选和对比
Scenario: 在首页搜索商品名称	<p>Given: 在首页页面</p> <p>When: 点击搜索，输入搜索内容</p> <p>Then: 默认显示“全部”菜单下的笔记</p> <p>And: 点击“商品”菜单后进入“筛选”页面，在“店铺类别”选项下显示“自营”、“品牌合作”、“品牌集合”、“品牌授权”的标签</p> <p>And: 选择任一标签后点击“完成”，页面显示符合该店铺类别的商品列表</p>
Scenario: 商城菜单下搜索商品名称	<p>Given: 在商城页面</p> <p>When: 点击搜索，输入搜索内容</p> <p>Then: 默认显示“商品”菜单下的商品列表</p> <p>And: 点击“筛选”后在“店铺类别”选项下显示“自营”、“品牌合作”、“品牌集合”、“品牌授权”的标签</p> <p>And: 选择任一标签后点击“完成”，页面显示符合该店铺类别的商品列表</p>
Scenario: 在首页搜索商品名称	<p>Given: 在首页页面</p> <p>When: 点击搜索，输入搜索内容</p> <p>Then: 默认显示“全部”菜单下的笔记</p> <p>And: 点击“全部”菜单下的“筛选”，仅显示笔记类型的筛选，不显示商品信息和店铺类别的筛选</p>
Scenario: 搜索商品后快速筛选	

<p>Given: 在搜索栏输入搜索的商品名称</p> <p>When: 在快速筛选栏筛选“自营”</p> <p>Then: 快速显示所有自营的商品</p> <p>And: 点击“筛选”后，“自营”标签显示已被选中的状态</p>
<p>Scenario: 搜索栏输入的内容无法找到相关商品信息</p> <p>Given: 在搜索栏输入的内容是店铺名称</p> <p>When: 在“商品”菜单下点击“筛选”</p> <p>Then: 不显示店铺类别的筛选</p>
<p>Scenario: 取消店铺类别的筛选</p> <p>Given: 已筛选店铺类别</p> <p>When: 点击“筛选”弹出筛选页面，再次点击已经选中的店铺类别</p> <p>Then: 相应店铺类别恢复为未被选中的状态，点击“完成”</p> <p>And: 取消个别或所有店铺类别的筛选显示商品列表</p>
<p>Scenario: 清空店铺类别的筛选</p> <p>Given: 已筛选店铺类别</p> <p>When: 点击“筛选”弹出筛选页面</p> <p>Then: 点击“清空”</p> <p>And: 取消所有店铺类别的筛选，显示所有商品列表</p>

5.3.3 店铺信息的展示

Feature	店铺信息的展示
As a customer	
I want to	查看店铺更完善的信息
So that	确保商品销售渠道正规、可信
Scenario: 浏览商品时查看店铺详情	
Given:	在商品详情页面
When:	点击店铺名称
Then:	进入店铺主页

And: 在主页点击店铺名称进入店铺详情，显示店铺 LOGO、店铺名称、关注/已关注按钮、全部商品数量、综合评分、店铺等级、店铺简介、认证地区、入驻时间相关信息。

Scenario: 关注页面查看商家信息

Given: 在关注列表页面

When: 点击“商家”菜单

Then: 展示关注的商家列表

And: 点击商家名称进入店铺主页，在主页点击店铺名称进入店铺详情，显示店铺 LOGO、店铺名称、关注/已关注按钮、全部商品数量、综合评分、店铺等级、店铺简介、认证地区、入驻时间相关信息。

Scenario: 订单里查看商家信息

Given: 订单里信息不为空

When: 进入我的订单详情

Then: 显示店铺名称、商品信息和订单信息

And: 点击店铺名称进入店铺主页，在主页点击店铺名称进入店铺详情，显示店铺 LOGO、店铺名称、关注/已关注按钮、全部商品数量、综合评分、店铺等级、店铺简介、认证地区、入驻时间相关信息。

Scenario: 店铺详情页关注或取消店铺

Given: 在店铺详情页

When: 点击店铺名称旁的“+关注”或“已关注”

Then: 如用户未关注店铺，点击后关注店铺，显示“已关注”；如用户已关注店铺，点击后取消关注，显示“+关注”

Scenario: 店铺详情页查看所有商品

Given: 在店铺详情页

When: 点击“全部商品”

Then: 显示店铺所有商品的列表

Scenario: 店铺简介内容显示

Given: 店铺简介内容字数较多，不能两行显示完整

When: 点击箭头按钮

Then: 显示全部店铺介绍内容，箭头指向朝上

And: 再次点击箭头按钮，可折叠内容

5.3.4 显示商品溯源信息

Feature	显示商品溯源信息
As a customer	
I want to	查看购买的跨境商品的溯源信息
So that	了解所购买跨境商品的实际来源，确保商品是正品
Scenario: 查询订单内商品的溯源信息	
Given: 包裹状态显示已签收	
When: 进入我的订单页面查看订单详情，点击商品列表内的“商品溯源”	
Then: 查看商品溯源信息	
And: 显示商品图片、商品名称、溯源信息（启运港、启运时间、运输方式、进口口岸、报关口岸、报关单号、发货仓）	
Scenario: 查询订单内商品的溯源信息	
Given: 商品未签收或订单已取消	
When: 进入我的订单页面查看订单详情，点击商品列表内的“商品溯源”	
Then: 弹窗显示“订单未完成，暂时无法查看商品溯源信息”。	
And: 点击右上角“×”按钮可取消弹窗。	
Scenario: 异常原因导致后台无法获取商品溯源信息	
Given: 商品溯源信息获取的服务器异常	
When: 进入我的订单页面查看订单详情，点击商品列表内的“商品溯源”	
Then: 5秒后不能显示商品溯源信息	
And: 显示“亲，信息获取不太顺畅，请稍后重试”	
And: 点击“重新加载”重新获取信息	
Scenario: 订单内商品不显示溯源信息	
Given: 商品不是跨境商品	
When: 进入我的订单页面查看订单详情	

Then: 商品列表旁不显示商品溯源信息

5.3.5 “极速退”业务功能

Feature	“极速退”标识显示
As a customer	
I want to	订单商品显示“极速退”标识
So that	了解所购买商品满足“极速退”条件，能够享受极速退款
Scenario: 订单列表页面查看购买商品	
Given: 在订单列表页面	
When: 浏览订单列表商品	
Then: 单个商品图片旁边显示“极速退”标识	
And: 由国内仓发货的自营商品显示“极速退”	
Example:	
Scenario: 订单详情页面查看购买商品	
Given: 在订单详情页面	
When: 查看订单商品信息	
Then: 单个商品图片 pangbia 你显示“极速退”标识	
And: 由国内仓发货的自营商品显示“极速退”	
Example:	

Feature	极速退款
As a customer	
I want to	商品退款能够更快速的完成
So that	体验更优质的购买售后服务
Scenario: 订单详情页面退款	
Given: 在订单详情页面	
When: 点击“取消订单”按钮	

Then: 弹窗提示取消确认

And: 系统确认商品为极速退商品

And: 系统确认商品未被用户签收

And: 系统确认物流在途且状态为“已拒收”或“已拦截”，否则发起物流拦截

And: 系统确认商品返仓则发起退款

Example:

Scenario: 订单详情页面退款

Given: 在订单详情页面

When: 点击“取消订单”按钮

Then: 弹窗提示取消确认

And: 系统确认商品为极速退商品

And: 系统确认商品被用户签收，拒绝极速退款，只能进行普通退款

Example:

Scenario: 用户联系薯队长要求取消订单

Given: 客服沟通窗口

When: 用户要求取消订单

Then: 薯队长为用户发起物流拦截

And: 系统确认物流信息更新为“已拦截”或“已拒收”

And: 系统确认用户已发起“取消订单”

And: 系统为用户退款

Example:

Scenario: 用户联系薯队长要求取消订单

Given: 客服沟通窗口

When: 用户要求取消订单

Then: 薯队长为用户发起物流拦截

And: 系统确认物流信息更新为“已拦截”或“已拒收”

And: 系统确认用户已未发起“取消订单”

And: 24 小时后检测用户是否发起“取消订单”

And: 用户取消订单，系统发起退款流程

And: 用户未取消订单，系统为用户办理“取消订单”

Example:

Scenario: 用户联系薯队长要求取消订单

Given: 客服沟通窗口

When: 用户要求取消订单

Then: 薯队长为用户发起物流拦截

And: 系统确认物流信息更新为“签收”，系统拒绝“极速退款”，只能退仓检测后退款

Example:

5.3.6 商品物流信息推送

Feature	派送信息的推送
As a customer	
I want to	了解商品派送情况
So that	安排时间准备签收商品
Scenario: 在消息页面了解派送信息	
Given:	消息信息流中
When:	点击物流信息
Then:	进入订单详情页面
And:	显示快递派送人相关信息，了解所派送商品
Example:	订单退款推送、商城活动信息推送等
Scenario: 通过 APP 推送派送信息	
Given:	小红书用户登录 APP 时
When:	用户商品已安排快递员配送
Then:	推送准备收获提醒，信息流中显示推送信息
And:	点击“推送信息”，进入订单详情页面
Example:	笔记内容推送
Scenario: 通过 APP 推送派送信息	
Given:	小红书用户登录 APP 时

When: 用户商品已安排快递员配送

Then: 推送准备收获提醒，信息流中显示推送信息

And: 用户禁止推送功能，在用户推送后第一次登陆时提醒用户错过物流提醒

Example:

5.3.7 通知消息编辑功能

Feature	系统消息编辑
As a customer	
I want to	查看系统消息时，可以删除消息
So that	防止过多的系统消息堆积，方便用户 查系统消息
Scenario: 消息页面查看系统消息时，进行删除消息	
Given:	在系统消息页面
When:	选择想要删除的消息，长按两秒。消息列表右侧弹出未选中按钮，底部会弹出全选或者删除按钮
Then:	点击选中按钮和删除按钮，按钮颜色为？
And:	系统消息被删除
Scenario: 查看自己发布的笔记是否其他小红薯评论或者@自己时系统消息有更新提示，	
Given:	消息页面
When:	查看自己的笔记是否被评论和被别人@时，看到有系统消息更新提示，点击进入系统消息页面
Then:	展示 展示相关系统消息，浏览同时进行选择删除系统消息。
And:	长按要删除的系统消息长按两秒。消息列表右侧弹出未选中按钮，底部会弹出全选或者删除按钮，弹系统消息被删除
Scenario: 在“消息”页面查看新增关注时，系统消息有更新提示。	
Given:	消息页面
When:	查看新增关注，看到有系统消息更新提示，点击进入系统消息页面
Then:	展示 展示相关系统消息，浏览同时进行选择删除系统消息。

And: 长按要删除的系统消息长按两秒。消息列表右侧弹出未选中按钮，底部会弹出全选或者删除按钮，弹系统消息被删除

Scenario: 查看自己发布的笔记是否其他小红薯评论或者@自己时系统消息有更新提示

Given: 消息页面

When: 查看自己的笔记是否被评论和被别人@时，看到有系统消息更新提示，点击进入系统消息页面

Then: 展示相关系统消息，浏览同时进行选择删除系统消息

And: 长按要删除的系统消息长按两秒。消息列表右侧弹出未选中按钮，底部会弹出全选或者删除按钮，弹系统消息被删除

5.3.8 笔记内容问答功能

5.3.8.1 用户提问

Feature	明星问答
As a customer	
I want to	明星能给自己解答关于商品使用上的一些问题
So that	自己用起来更方便，不容易出问题
Scenario: 在明星笔记详情页面提出问题	
Given 在明星笔记详情页面	
When 点击添加问题	
Then 出现可供输入问题的文本框和键盘，文本框在键盘上方	
And 输入想要问的问题并发布	
Scenario: 在问题展开页面提出问题	
Given 在问题展开页面	
When 点击屏幕底部文本框	
Then 出现键盘，文本框在键盘上方	
And 输入想要问的问题并发布	

Scenario: 问题发布成功

Given 在笔记详情或问题展开页面

When 按下发布按钮后

Then 文本框和键盘收起，回到原来页面，并跳出提示“提问成功”

And 发布的问题将显示在问题列表的最后

Scenario: 问题发布失败

Given 在笔记详情或问题展开页面

When 按下发布按钮后

Then 出现提示“字数超出限制”或“内容不符合要求”，文本框和键盘不收起（字数和内容要求有后台判定，内容进行简要筛选，过滤掉没有问号的）

And 用户可以修改内容或取消发布

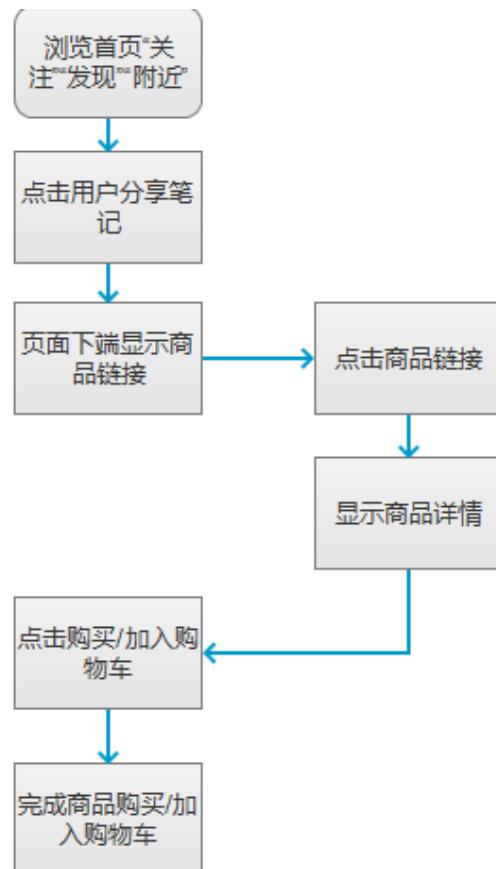
5.3.8.2 用户回答

Feature	明星问答
As a customer	
I want to	回答用户提出的问题
So that	解决用户的问题并展示自己的使用技巧
Scenario: 在问题展开页面回答问题	
Given 在问题展开页面	
When 点击回复	
Then 出现可供输入问题的文本框和键盘	
And 输入回复内容并发布	
Scenario: 回复成功	
Given 按回复后在问题展开页面	
When 按下发布后	
Then 出现提示“回答成功”	
And 回复的内容出现在用户提的问题下一行，明星头像昵称及整个回复内容与段首有两格的缩进	

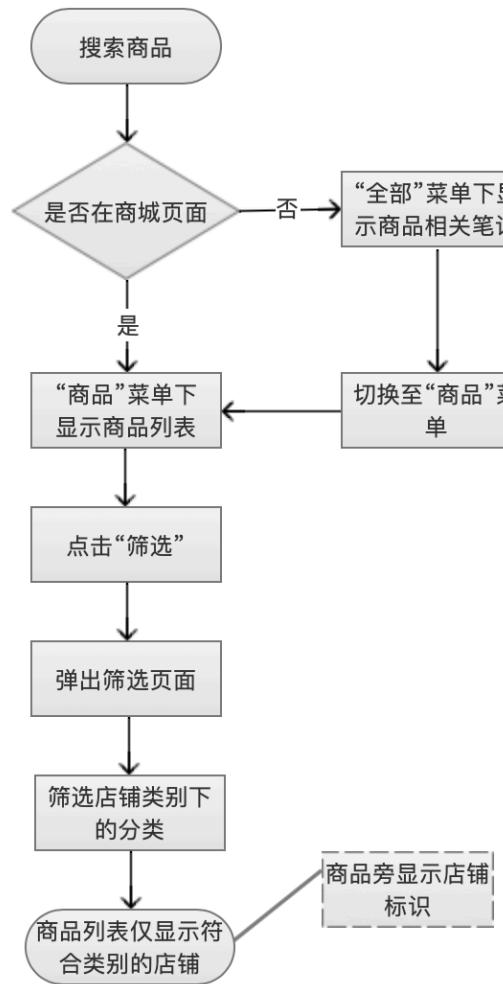
6. 重点功能需求设计

6.1 功能流程图

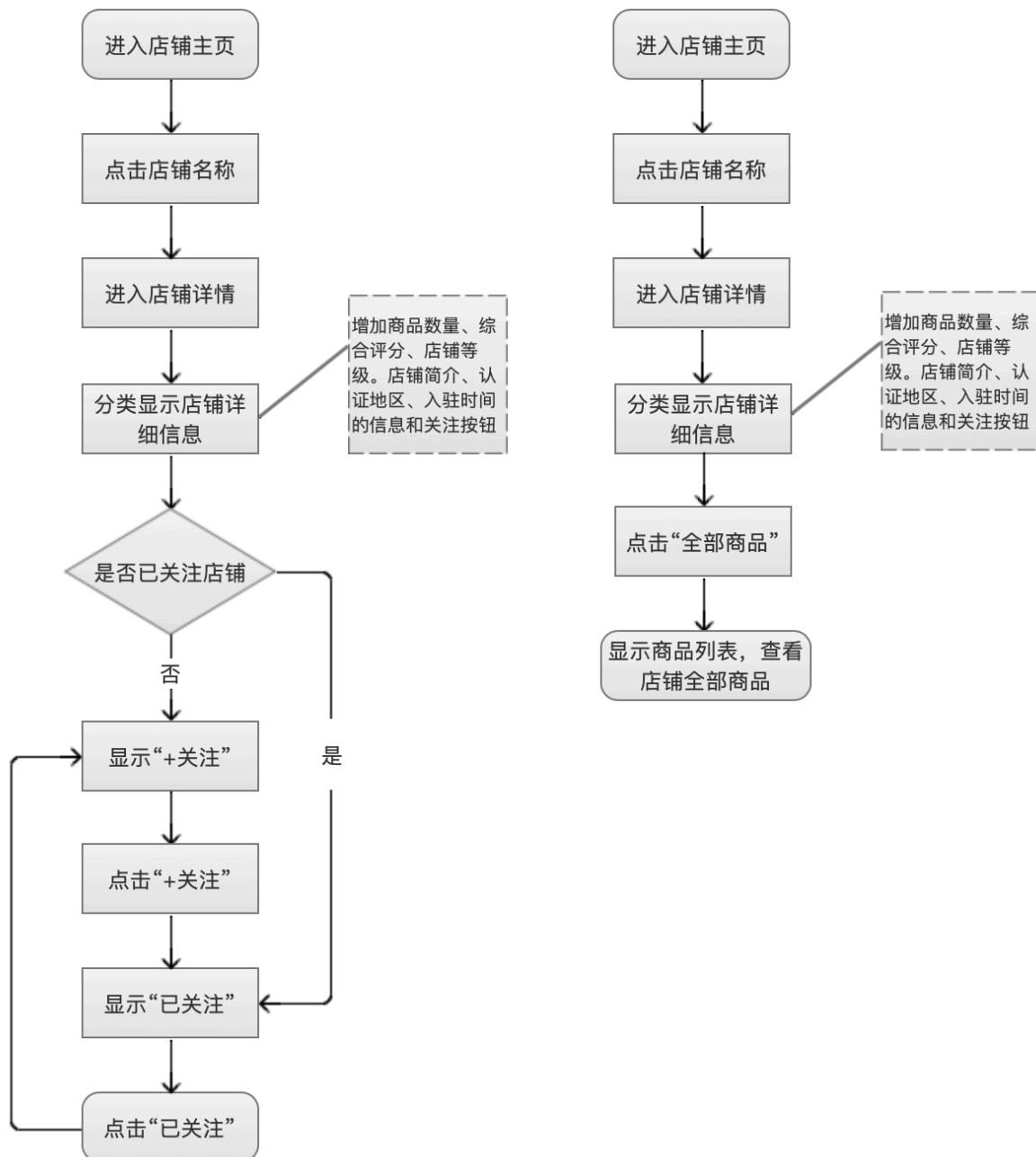
6.1.1 笔记页面增加购物链接



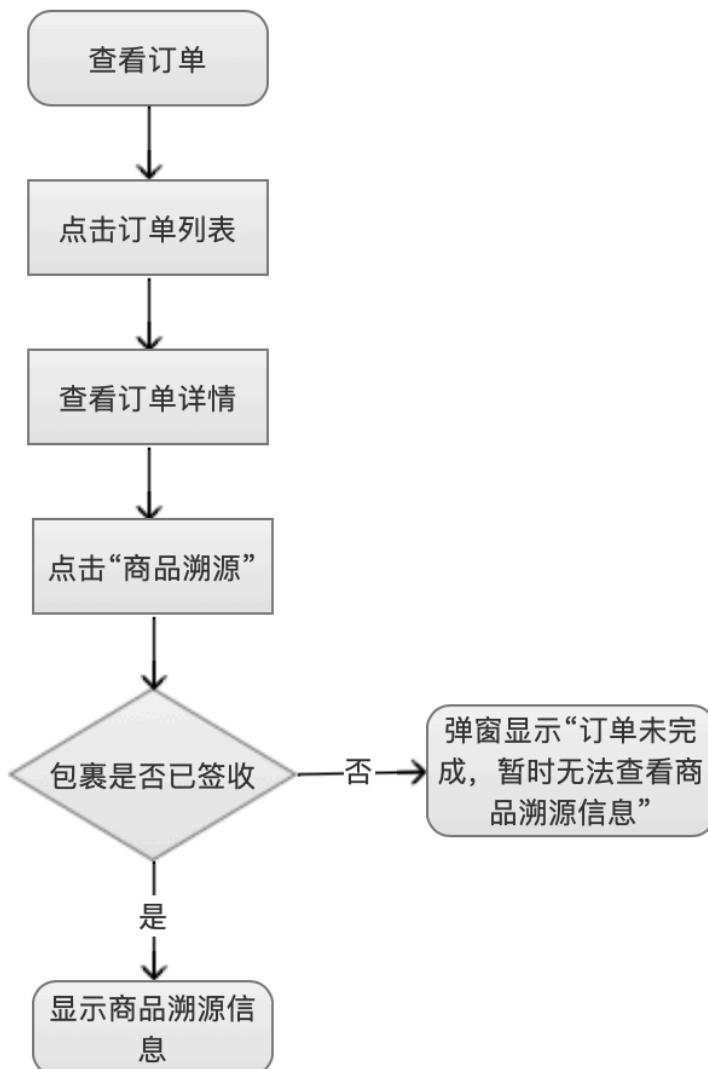
6.1.2 店铺类别的筛选



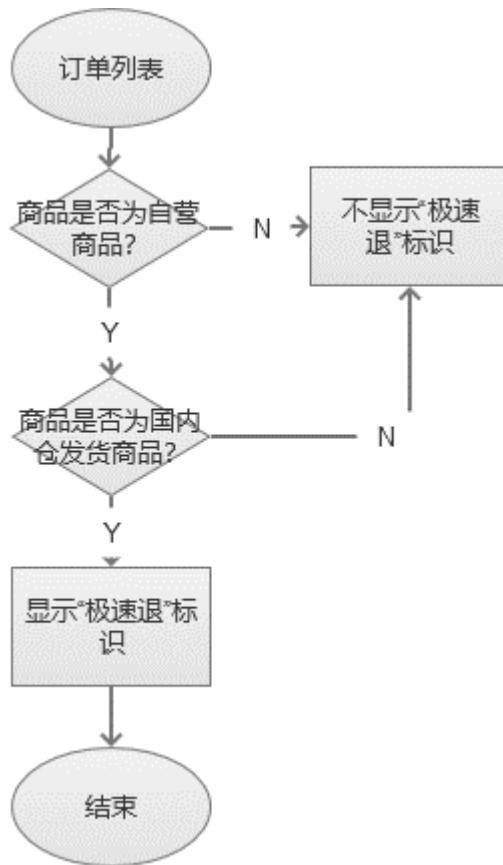
6.1.3 店铺信息的展示



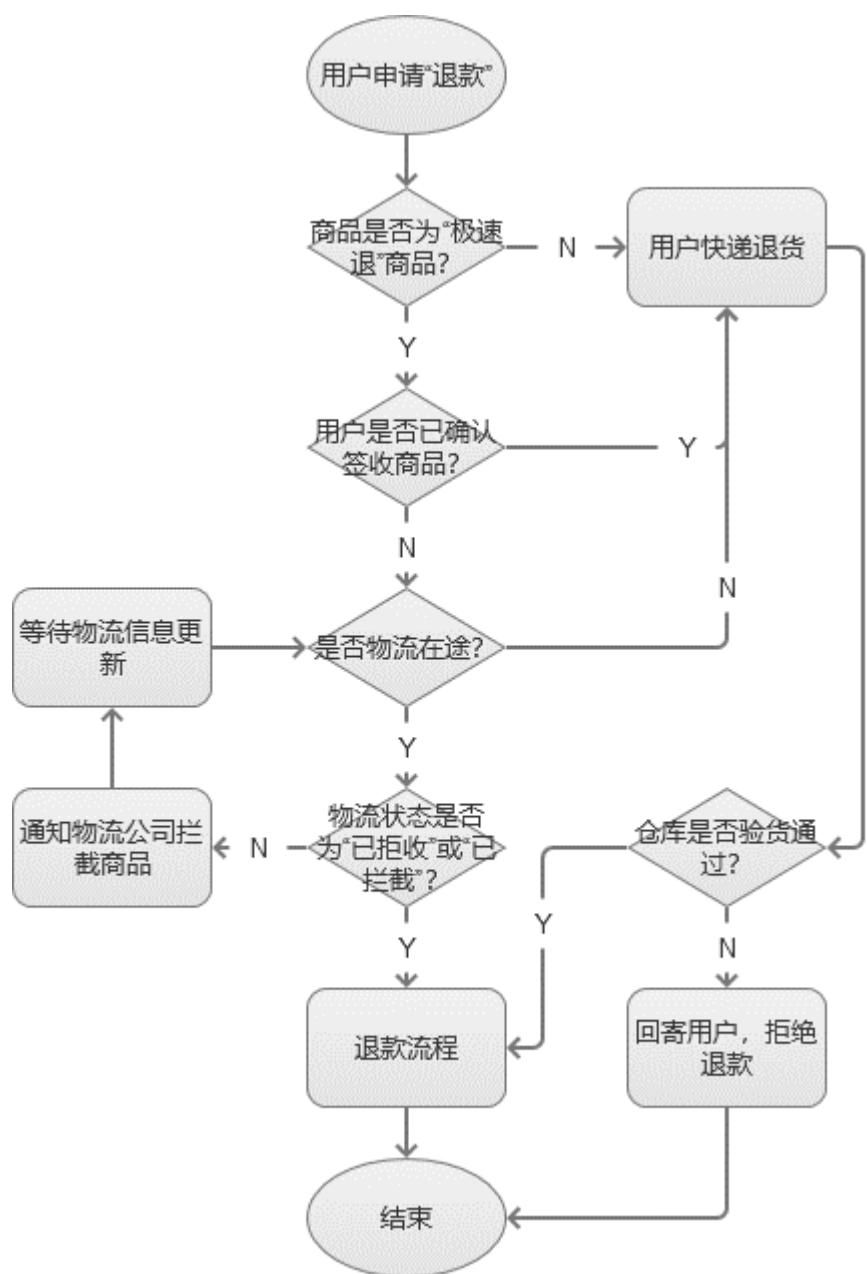
6.1.4 显示商品溯源信息



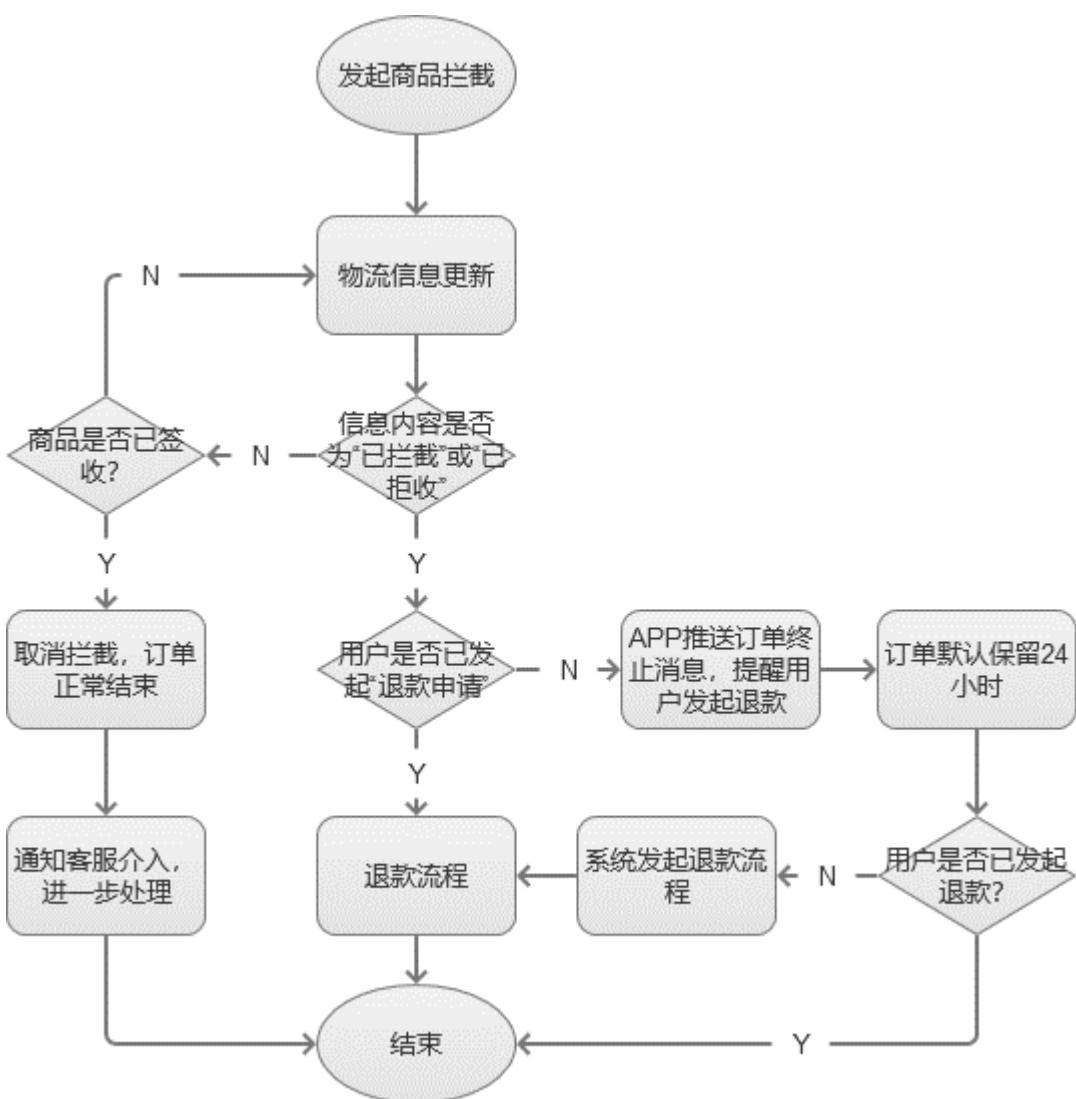
6.1.5 “极速退”业务功能



订单列表页面“极速退”标识显示流程图



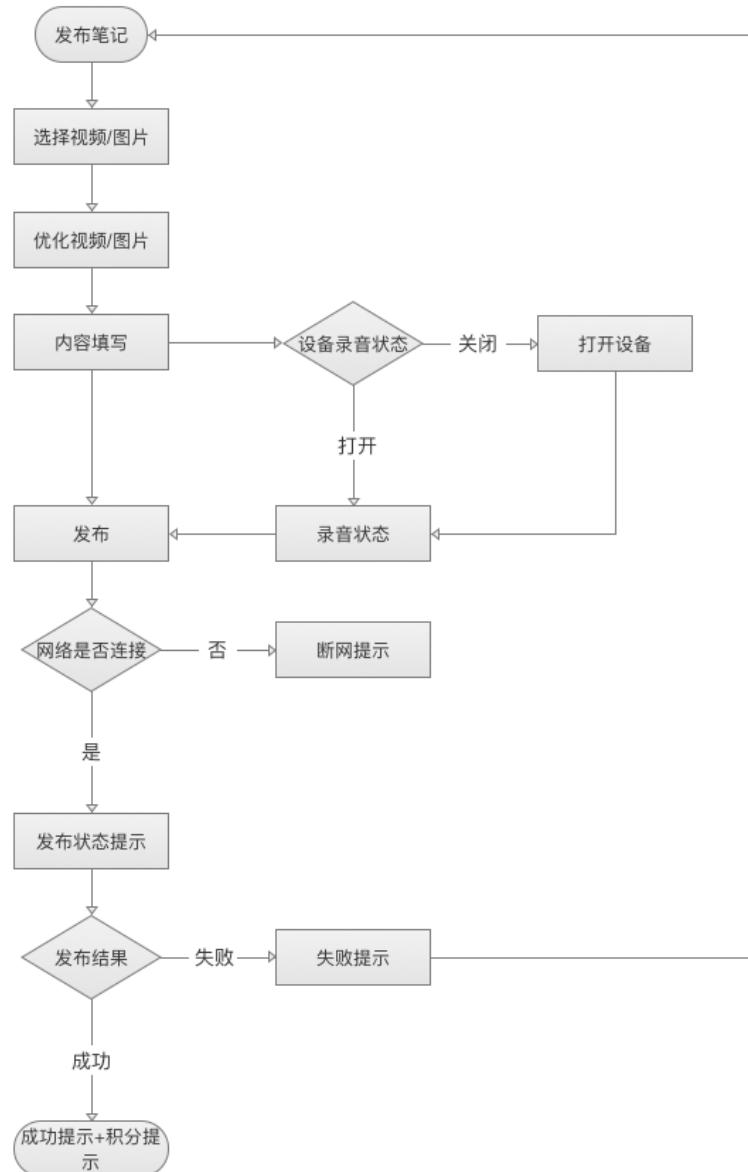
极速退款流程图（用户退款流程）



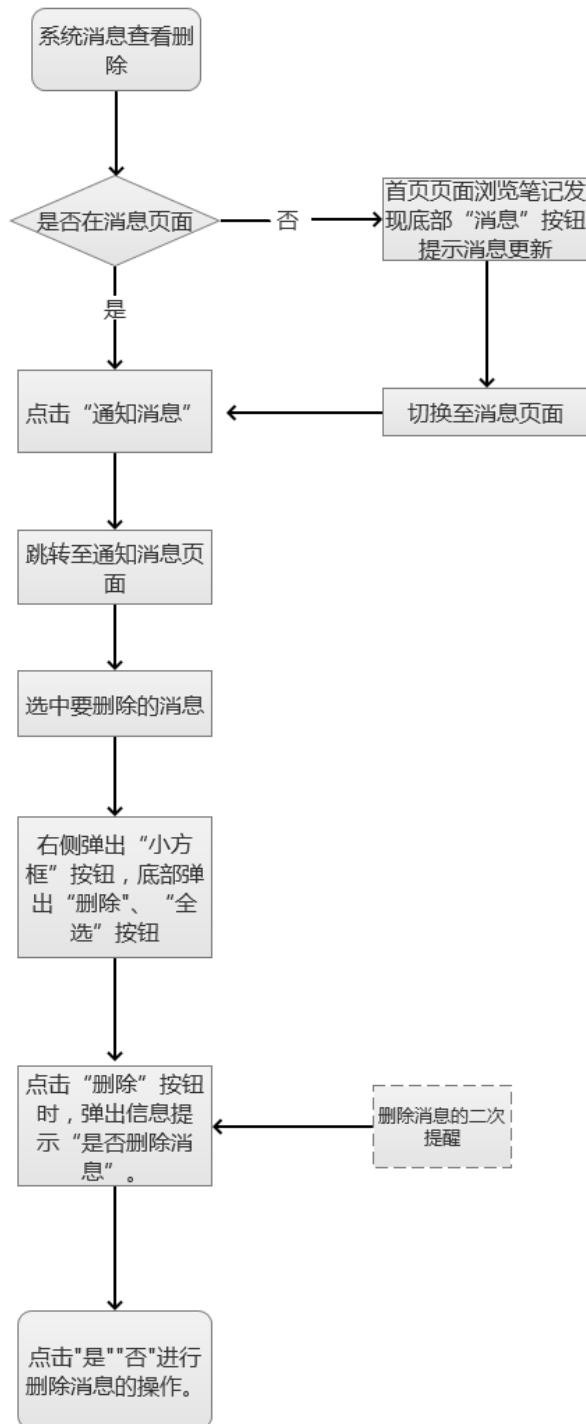
6.1.6 商品物流信息推送



6.1.7 笔记发布流程

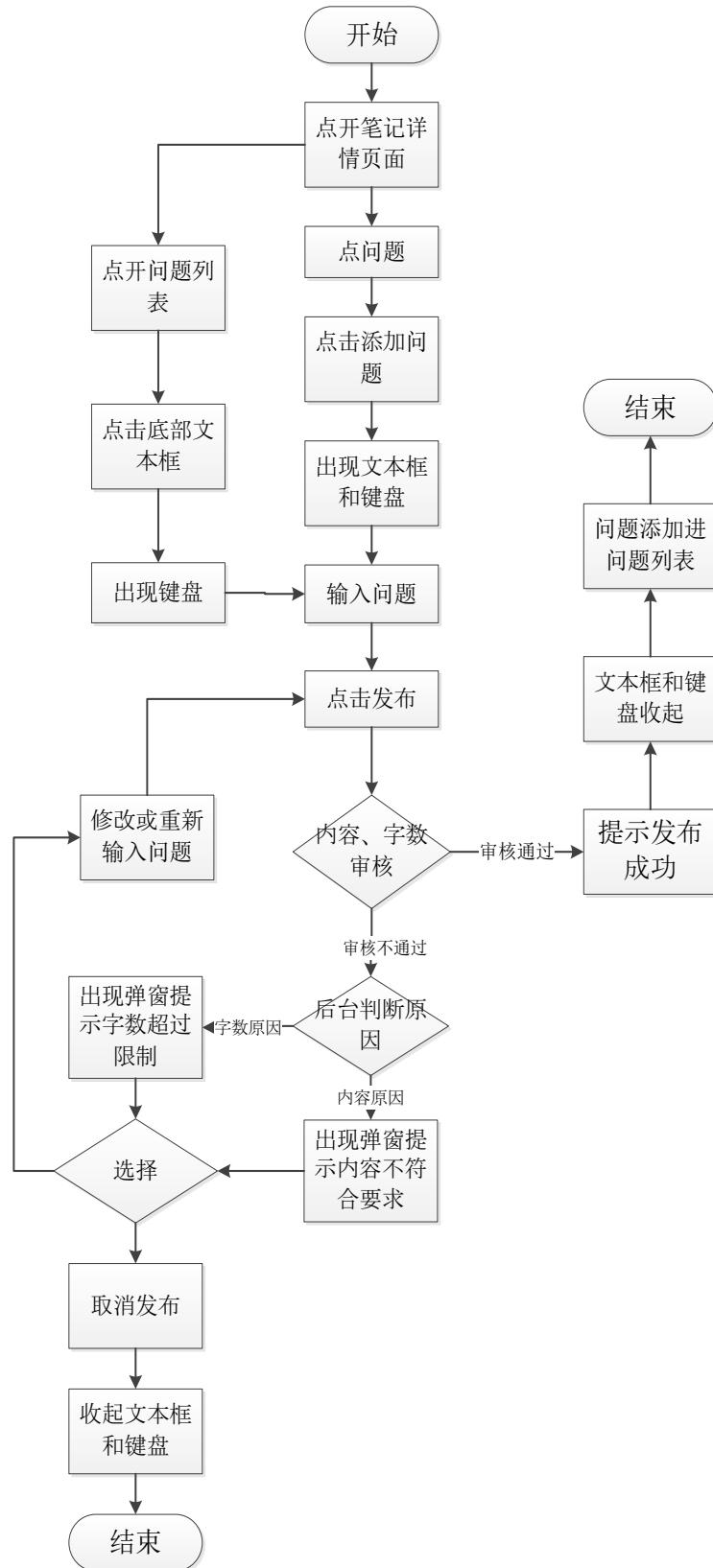


6.1.8 通知消息编辑功能

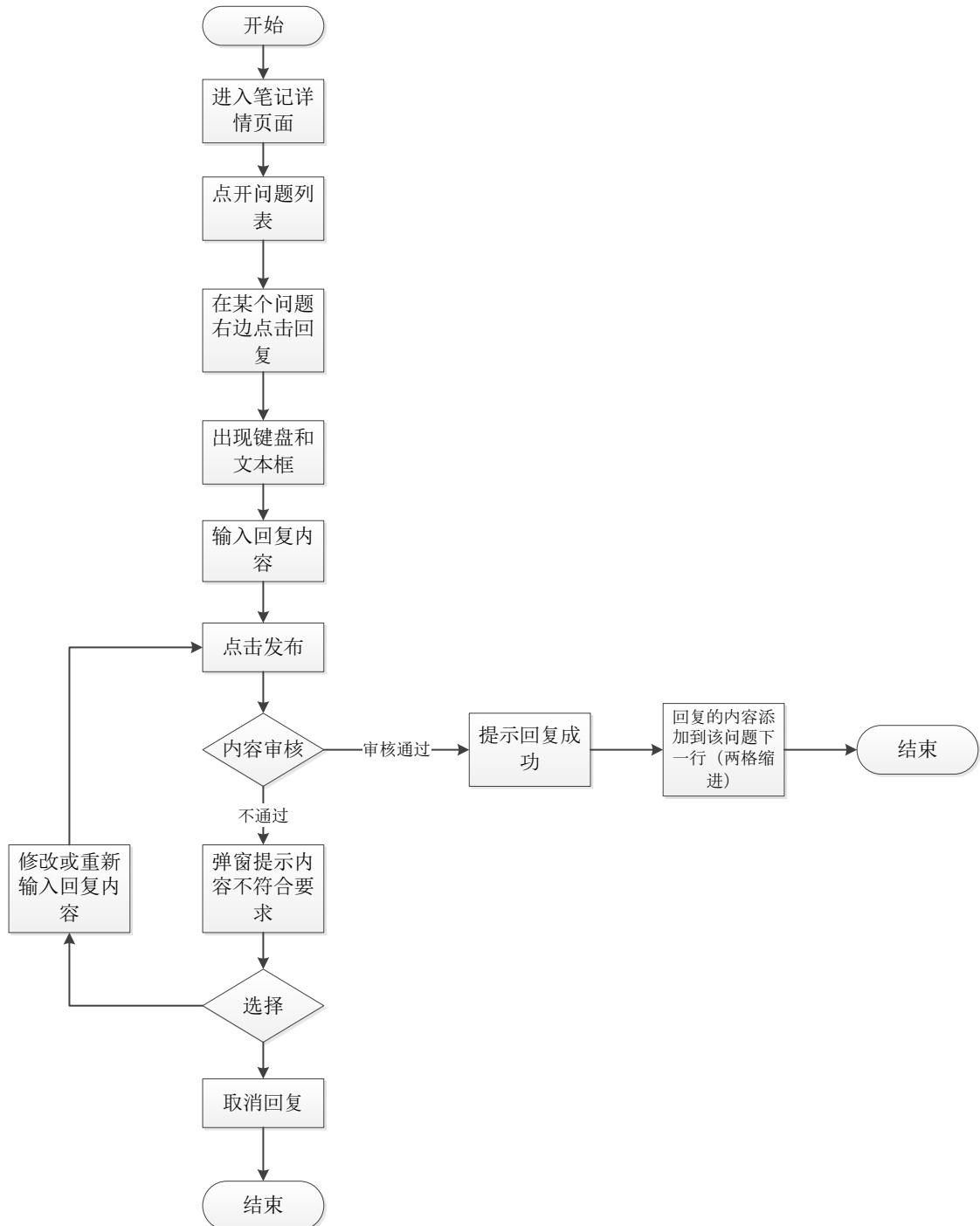


6.1.9 笔记内容问答功能

6.1.9.1 用户提问



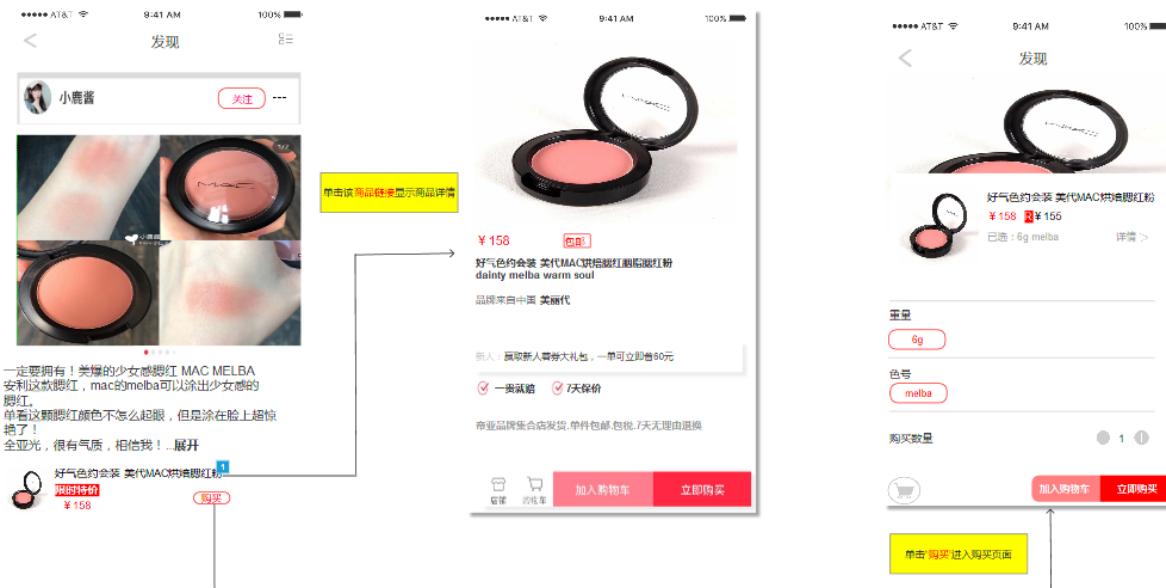
6.1.9.2 用户回答



6.2 界面原型

6.2.1 笔记页面增加购物链接

6.2.1.1 页面流程图



6.2.1.2 页面布局

- (1) 打开 app 在“首页”的“发现”、“关注”或“附近”页面中打开某笔记时，可以显示笔记相关商品的链接；
- (2) 点击商品链接时，页面跳转至商品详情页面；
- (3) 点击商品链接中的“购买”字样时，会直接跳转到购买商品页面。

6.2.1.3 操作说明

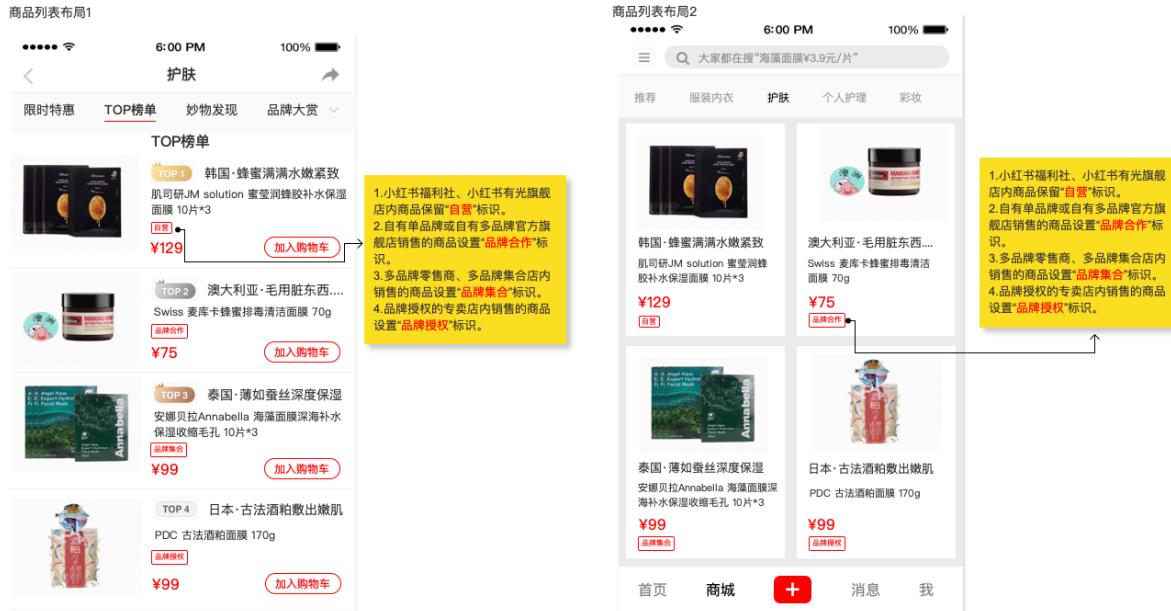
浏览 app 首页中的“发现”“关注”“附近”页面时，点击某分享的笔记，可以查看笔记相关的商品详情链接，可以直接点击购买。也可以查看相似产品。

6.2.1.4 后台逻辑

小红书商城内包括的笔记相关商品，应在后台设置相关商品在商城的来源路径；小红书商城内没有的产品可以选择添加在其他平台的商品链接或者选择不加链接。

6.2.2 店铺类别标识的显示

6.2.2.1 页面流程图



6.2.2.2 页面布局

- (1) 商品详细列表及商品瀑布流显示时，商品介绍标题下方显示店铺类别标识。
- (2) 商品详细列表页面，店铺标识类别显示在标题下方、价格上方；商品瀑布流页面，店铺标识类别显示在价格下方，即最下方。
- (3) 商品详情页商品介绍标题最前方显示店铺类别标识。

6.2.2.3 操作说明

浏览商品详细列表或商品瀑布流时，商品介绍标题旁可快速查看销售此商品店铺的类别标识。

6.2.2.4 后台逻辑

- (1) 商户管理后台内设置不同店铺类别的标签，商品录入时根据店铺类别选择对应标签。
- (2) 店铺类别在前端显示时调用相应店铺类别标签接口。

6.2.3 店铺类别的筛选

6.2.3.1 页面流程图



6.2.3.2 页面布局

- (1) “店铺类别”显示在第一个筛选选项。
- (2) 【店铺类别】选项下依次为“自营”、“品牌合作”、“品牌集合”、“品牌授权”。
- (3) 店铺类别未被选中时显示为灰色，被选中时显示为红色边框，同时【完成】按钮旁商品数量显示筛选后的商品数量。
- (4) 点击【清空】时，选中状态被清空，恢复为初始状态。
- (5) 筛选后的商品默认显示为商品详细列表，点击右上角【列表样式】可切换商品列表显示样式。

6.2.3.3 操作说明

- (1) 搜索商品后，点击【筛选】弹出筛选页面。
- (2) 选中店铺类别的标签，点击【完成】后显示符合其店铺类别的店铺商品。
- (3) 选中相应类别时，显示符合的商品数量；再次点击选中的类别，取消筛选，商品数量恢复。
- (4) 点击【清空】，所有选中类别被取消，恢复初始未选中状态。

(5) 快速筛选栏显示“自营”标识，点击【自营】后，筛选页面中的“自营”标识呈选中状态。

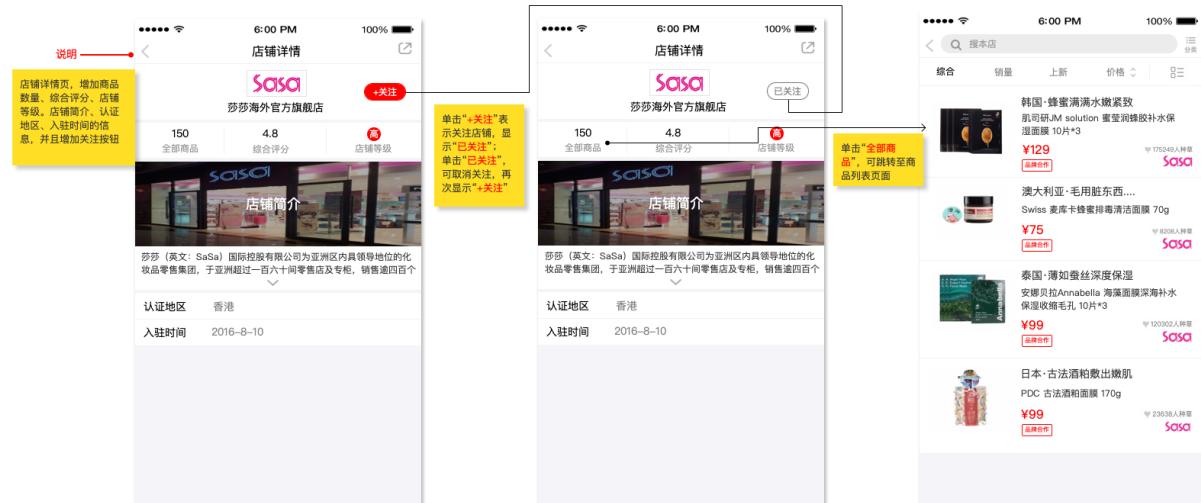
6.2.3.4 后台逻辑

(1) 商户管理后台内设置不同店铺类别的标签，商品录入时根据店铺类别选择对应标签。

(2) 筛选相应店铺类别时调用相应店铺类别标签接口。

6.2.4 店铺信息的展示

6.2.4.1 页面流程图



6.2.4.2 页面布局

- (1) 页面标题栏下方显示店铺 logo 和店铺名称。
- (2) 店铺名称右边显示【+关注/已关注】。店铺未关注时，显示为【+关注】，底色为红色；店铺已关注时，显示为【已关注】，底色为白色。
- (3) 全部商品数量、综合评分和店铺等级依次显示在店铺名称下方。
- (4) 【店铺简介】显示在页面中部，并以图文结合的形式呈现。
- (5) 最下方显示“认证地区”和“入驻时间”信息。
- (6) 店铺详情页面右上角显示“分享”按钮。

6.2.4.3 操作说明

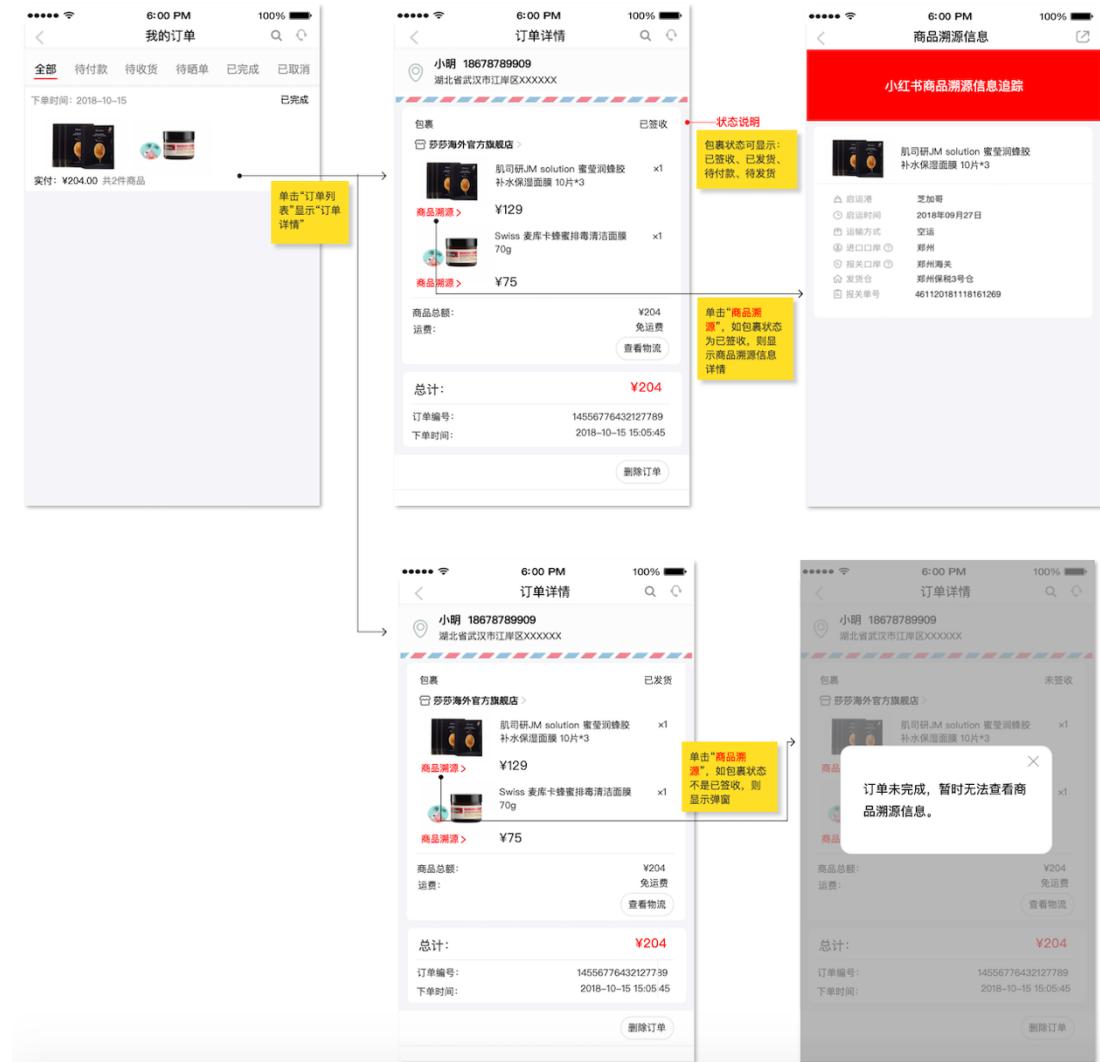
- (1) 商品详情页点击店铺名称后进入店铺详情，即可显示店铺相关信息。
- (2) 点击【+关注】，可关注店铺，显示为【已关注】，再次点击可取消关注店铺，显示为【+关注】。
- (3) 点击【全部商品】跳转至店铺所有商品列表，可在页面查看和搜索商品。点击【返回】即返回至店铺详情。

6.2.4.4 后台逻辑

- (1) 全部商品数量从商户管理后台调用接口信息。
- (2) 店铺入驻平台时在商户管理后台录入店铺简介、上传店铺图片、认证地区以及入驻时间等信息，前端调用相关接口。
- (3) 商户管理后台记录店铺的商品销售数据、商品评价数据、笔记推荐数据等信息进行综合分析，并按照评分体系给出评分和等级。

6.2.5 显示商品溯源信息

6.2.5.1 页面流程图



6.2.5.2 页面布局

- (1) 进入订单详情页，【商品溯源】按钮显示在商品介绍图片下方。
- (2) 商品溯源信息页标题下方显示商品图片及介绍标题，下方显示了跨境商品具体运输信息，依次为启运港、启运时间、运输方式、进口口岸、报关口岸、发仓地、报关单号信息。
- (3) 商品溯源信息页右上角设置【分享】按钮，可分享至常见社交渠道。
- (4) 无法显示商品溯源信息时显示弹窗，提示“订单未完成，暂时无法查看商品溯源信息”。点击右上角【X】可取消弹窗显示。

6.2.5.3 操作说明

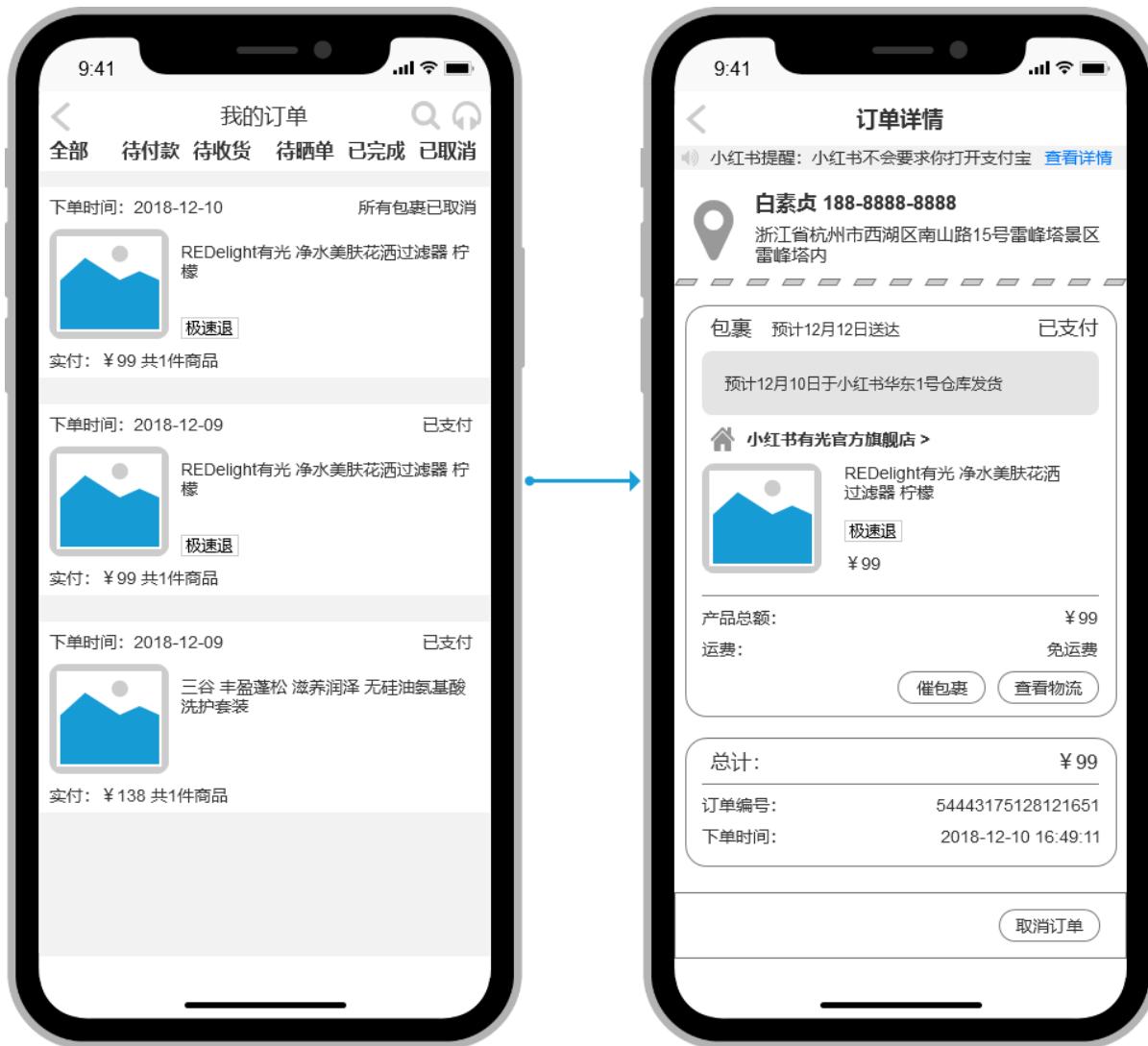
- (1) 订单详情页点击【商品溯源】，可查看商品溯源信息。
- (2) 如订单内的包裹状态显示“已签收”，订单已完成，点击【商品溯源】后显示商品溯源信息。
- (3) 如订单内的包裹状态显示“待付款”、“已支付”、“已发货”，订单未完成或者订单已取消，点击【商品溯源】显示弹窗，提示“订单未完成，暂时无法查看商品溯源信息”。
- (4) 点击【X】可取消弹窗显示。

6.2.5.4 后台逻辑

- (1) 根据商品类型，针对跨境商品进行标记。
- (2) 商品管理后台记录订单状态，如订单已完成，则调用商品溯源接口信息；如商品未完成或已取消，则不调用商品溯源接口信息。

6.2.6 “极速退”业务功能

6.2.6.1 页面流程图



状态说明

1. 自营国内仓发货商品显示“极速退”标识
2. 自营国外仓发货商品不显示“极速退”标识
3. 第三方商家商品不显示“极速退”标识

状态说明

1. 点击“极速退”标识，显示POP弹窗，提示“极速退”为国内仓自营商品专享。
2. POP弹窗显示时，点击其他位置，隐藏弹窗。

订单编号	商品名	签收人	手机号	退款方式	支付单号	退款金额	状态	最后操作日期	操作
54443175128121651	REDelight有光 净水美肤花洒过滤器 柠檬	白素贞	18888888888	支付宝	A1000000000000000	99.00	● 等待用户退款申请	-	查看 退款
54443175128121651	REDelight有光 净水美肤花洒过滤器 柠檬	白素贞	18888888888	微信	W2000000000000000	1,699.03	● 已加入退款队列，待退款	2015-09-28 08:50:08	查看 退款
54443175128121651	REDelight有光 净水美肤花洒过滤器 柠檬	白素贞	18888888888	微信	W2000000000000000	99.00	● 等待物流信息更新	2015-09-28 08:50:08	查看 退款
54443175128121651	REDelight有光 净水美肤花洒过滤器 柠檬	白素贞	18888888888	微信	W2000000000000000	99.00	● 已成功退款	2015-09-28 08:50:08	查看 退款
54443175128121651	REDelight有光 净水美肤花洒过滤器 柠檬	白素贞	18888888888	微信	W2000000000000000	99.00	● 退款失败	2015-09-28 08:50:08	查看 退款

[] [1] [2] [3] [4] [5] [6] [7] [8] [9] [] [10条/页] 跳至 页



6.2.6.2 页面布局

- (1) 订单列表页面，商品图片右侧显示“极速退”标识。
- (2) 订单商品详细页面，商品图片右侧显示“极速退”标识。

6.2.6.3 操作说明

浏览订单列表或商品详情时，商品图片介绍右侧显示“极速退”标识。

6.2.6.4 后台逻辑

- (1) 后端按照日期显示退款商品列表，并可查看退款订单详情同时人为完成退款操作。
- (2) 退款详情页面提供打印功能，方便部分业务需求。

6.2.7 商品物流信息推送

6.2.7.1 页面流程图



6.2.7.2 页面布局

- (1) 信息页面中的信息流中显示“物流通知”信息，参照“退款信息”设计。
- (2) 点击“物流信息”进入订单详情页面，进一步查看具体物流信息。
- (3) 订单详情页面返回时，按照进入入口返回，订单列表页面返回订单列表页面，信息流页面返回信息流页面，推送消息页面返回主页。
- (4) 推送效果由 iOS 系统控制，不做另行描述。

6.2.7.3 操作说明

- (1) 信息流页面提供点击类型的跳转。
- (2) 订单详情页面提供左上角点击返回及手势优化返回。

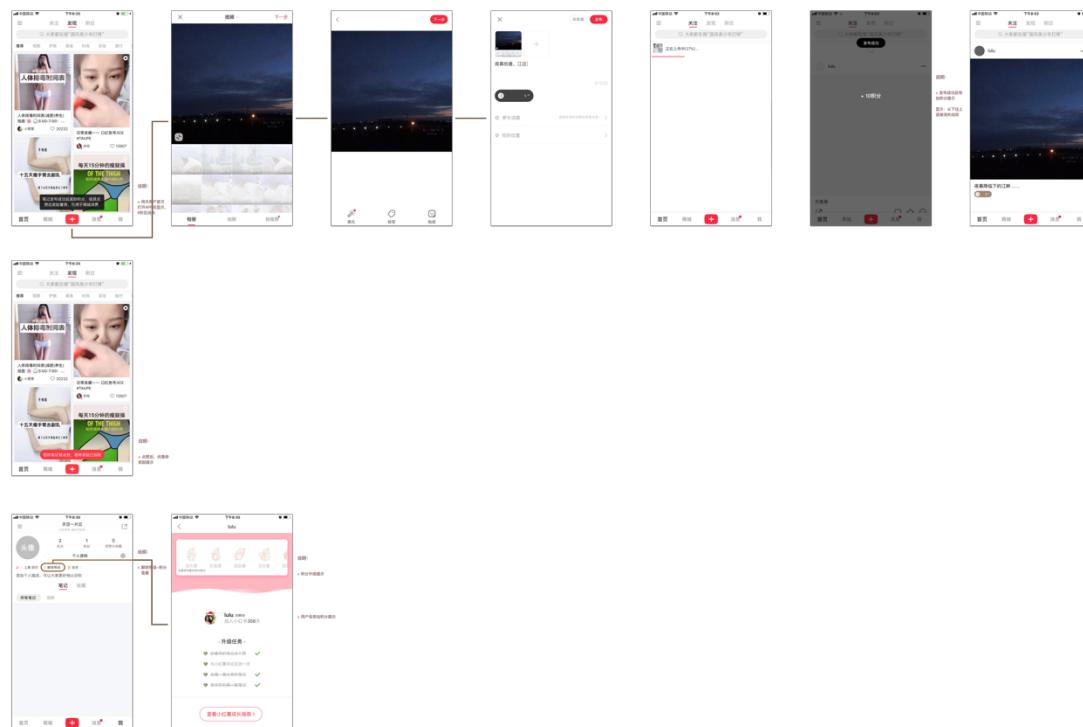
6.2.7.4 后台逻辑

(1) 考虑到政策影响、商业利益影响，当前版本不提供后台编辑功能，推送内容由程序直接制定。

(2) 后续版本会提供推送内容的编辑能力及物流信息的推送范围。

6.2.8 笔记发布激励功能

6.2.8.1 页面流程图



6.2.8.2 页面布局

- (1) 发布笔记积分奖励提示：发布笔记按钮上方弹窗提示
- (2) 发布完成后，积分弹出提示；解锁等级公仔显示离下一等级公仔相差积分
- (3) 笔记获得点赞后，标签栏上方弹出优惠券已发放到账提示

6.2.8.3 操作说明

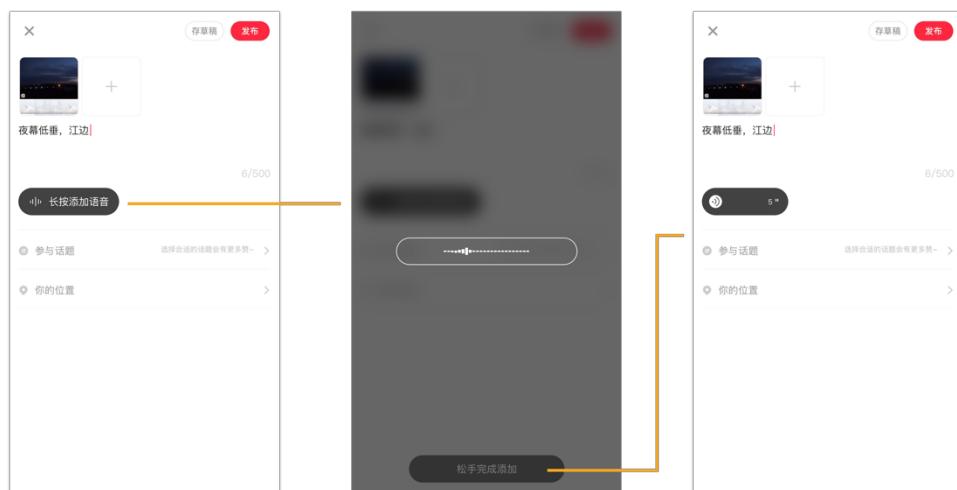
用户完成笔记发布成功后，提示积分增加；积分在解锁等级中查看

6.2.8.4 后台逻辑

- (1) 发布笔记积分奖励提示：用户每天首次打开 APP 后显示，6 秒后消失；
- (2) 判断笔记是否发布成功，发布成功后，给积分奖励；解锁等级中公仔积分变动
- (3) 笔记被点赞后，用户薯券账户收到激励薯券，页面弹出薯券到账消息提示

6.2.9 笔译发布形式多样化与合理化

6.2.9.1 页面流程图





6.2.9.2 页面布局

- (1) 文字内容录入下方新增“语音录入按钮”
- (2) 新增：语音录入状态页面
- (3) 文字输入框最下方显示已输入字数和总限制字数。

6.2.9.3 操作说明

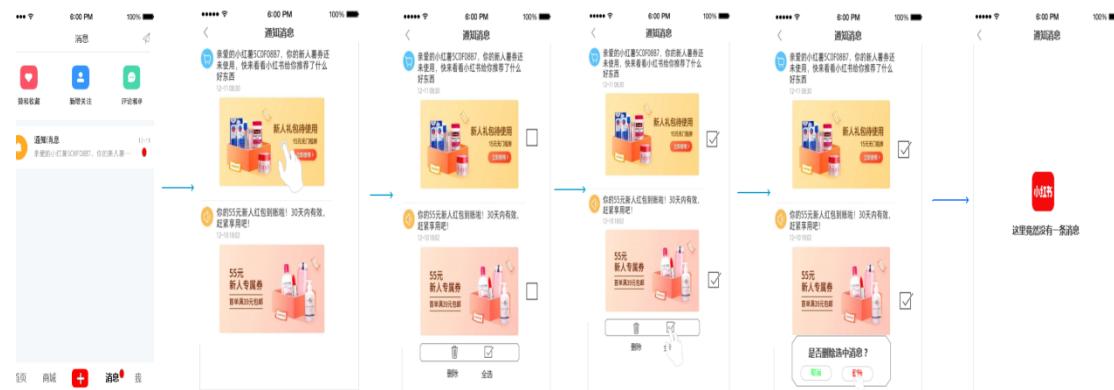
- (1) 发布内容时，点击音频输入按钮区域，跳转至音频录入页面。
- (2) 音频输入页：按住按钮录入音频，松开按钮，结束音频录入；跳转至发布内容输入界面，显示音频时长。
- (3) 用户在进行文字内容输入时，显示已输入字数，和限制输入字数。

6.2.9.4 后台逻辑

用户输入时，实时监控用户输入字符，在页面给出反馈，字符最大限制 500

6.2.10 通知消息编辑功能

6.2.10.1 页面流程图



小红书-添加系统消息删除-页面流程图

6.2.10.2 页面布局

- (1) 删除消息页面，删除选中小方框在删除消息的右边，底部添加【删除】、【全选】按钮。
- (2) 二次删除确认页面，底部弹出提醒弹框，内容为“是否删除选中消息”，内容下面是绿色的“取消”按钮和红色的“全选”按钮。
- (3) 消息全部删除页面，小红书Logo图标和“这里竟然没有一条消息”的内容。

6.2.10.3 操作说明

- (1) 一条或多条消息的删除，用户点击删除消息旁边弹出的小方框，再点击页面底部的“删除”按钮，进行删除。
- (2) 全部消息的删除，用户点击页面底部“全选”按钮，弹出二次删除提示，点击“删除”。

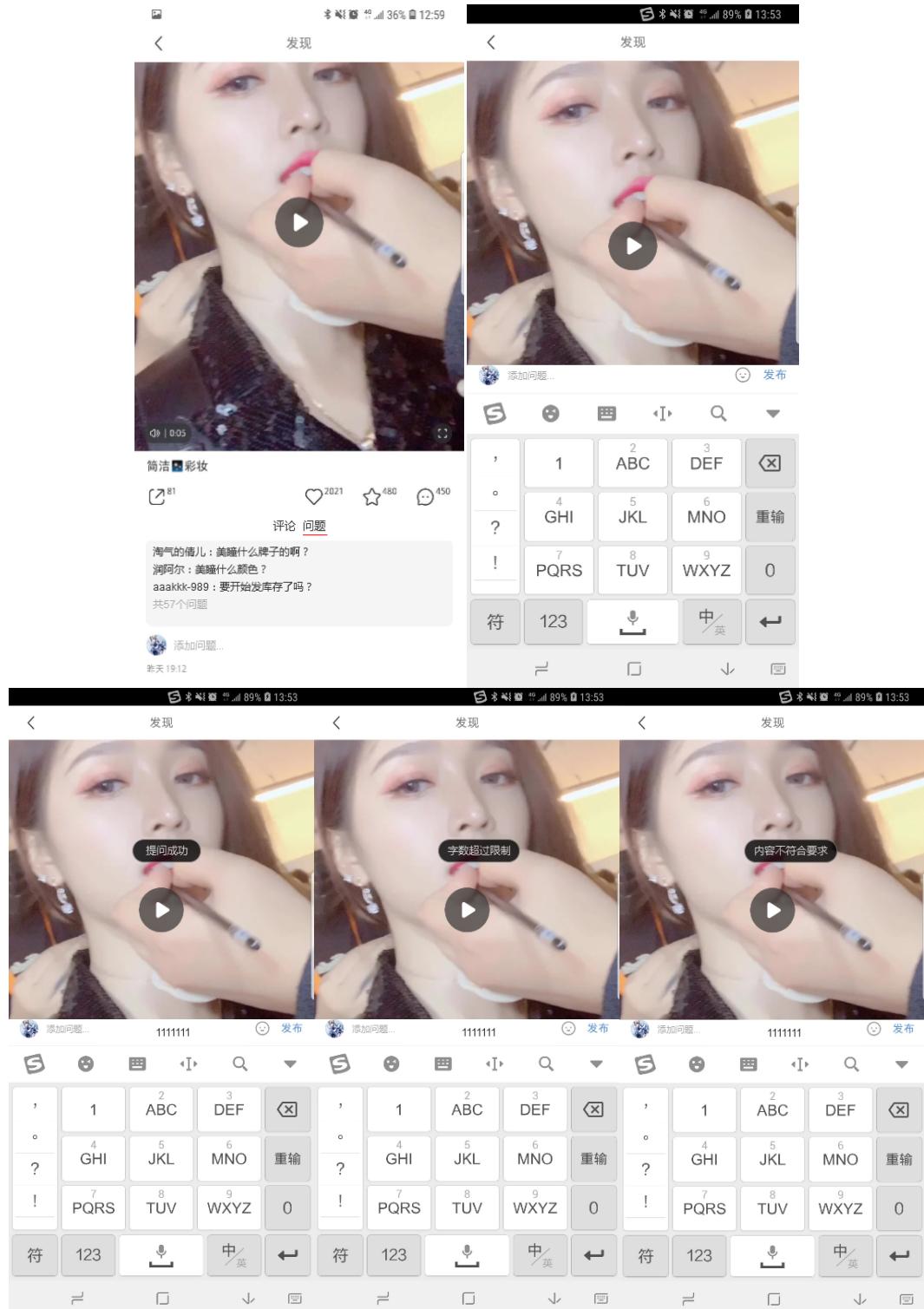
6.2.10.4 后台逻辑

通知消息后台设置消息选中和未选中两种状态，用户全部选中系统消息时，要提示二次删除确认状态。

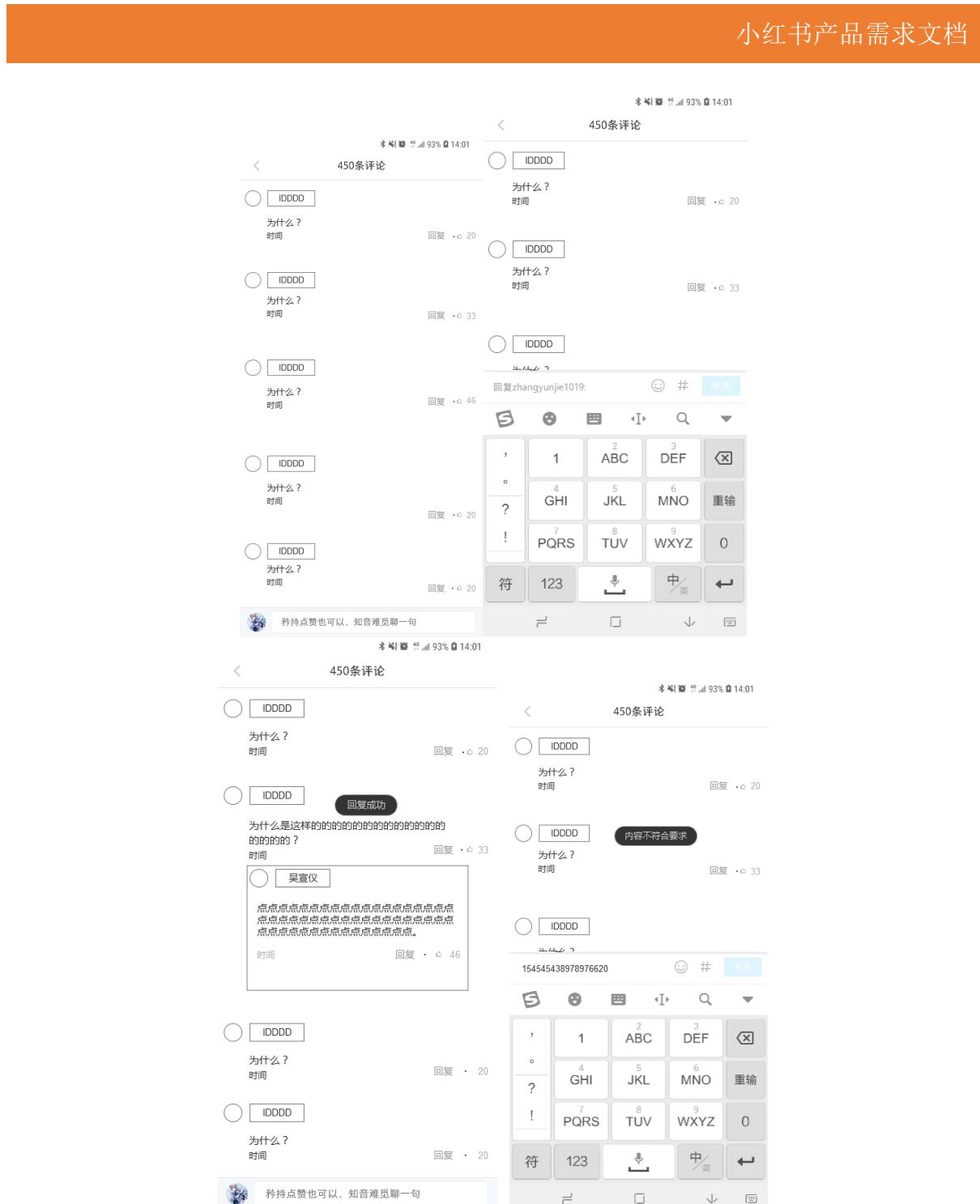
6.2.11 笔记内容问答功能

6.2.11.1 页面流程图

(1) 用户提问



(2) 用户回答



6.2.11.2 页面布局

(1) 用户提问

在分享点赞等按钮下方，评论简略列表的上方增加一块地方，显示评论和问题。问题与评论并列，在评论右边。点评论或问题时，字会有红色下划线，下方显示评论或问题的简略列表。发布不论成功失败均会有相应提示，提示显示在屏幕中间偏上位置，黑色圆角矩形框，白色字体。

(2) 用户回答

明星回复之后，头像昵称显示在问题的下面一行，缩进两格，下方是回复的具体内容，整体与评论的布局类似。发布成功或不允许发布的提示布局与提问模块相同。

6.2.11.3 操作说明

(1) 用户提问

在笔记详情页面点击添加问题或将问题列表展开后点底部文本框都可以输入问题。不输入文字没法按发布，输入文字后后台判断是否允许发布。

(2) 用户回答

点击回复按钮后跳出文本框输入内容。输入完成后点击发布，后台判断内容是否允许发布。

6.2.11.4 后台逻辑

(1) 用户提问

- 1) 后台规定好问题字数限制 50 字。
- 2) 内容审核首先判断是不是问题，要有问号，其次含有低俗内容或敏感内容的问题将被判为不符合要求。

(2) 用户回答

- 1) 限制只有笔记的发布者即明星本人账号才可以对用户的问题进行回复。
- 2) 明星回复内容没有字数限制，只考虑有低俗或敏感内容时将被判定为不符合要求。

7. 非功能性需求

7.1 性能需求

- (1) 一千万用户同时下单时的支付响应时间小于等于 3 秒。

(2) 一千万用户同时访问一篇笔记内容时的平均加载小于等于 1 秒。

7.2 安全性需求

- (1) 在全年的持续运行时间内故障停运事件不超过 10 小时。
- (2) 用户下单支付失败时保证回滚。
- (3) 用户个人信息，订单信息，私信等所有数据传输加密。
- (4) 用户在评论交互等功能中输入或产生的特殊字符，保证系统自动排错修正升级和备份。
- (5) 页面加载失败，卡顿，闪退等常见问题，保证系统能够在短时间内自动修复并自动运行。

7.3 运营数据需求

- **笔记模块：**在笔记内容中的商品链接点击处进行点击次数统计；
在笔记发现页面的明星板块，统计访问次数和问答评论次数。
- **购物模块：**在售后订单详情和物流信息页面统计访问次数。
- **消息模块：**消息模块中统计私信按钮的点击次数。
- **其他：**统计用户关于笔记内容质量的好评数和比例；
统计用户在小红书上下单的次数，通过笔记页面下单的次数和比例

7.4 兼容性需求

在 ios、安卓，包括小米等不同的系统中，排除环境系统的性能影响，小红书本身的响应和运行效率差异控制在小于等于 1 秒内，并且均一致满足性能、安全需求

附录

1. 竞品分析报告
2. 用户访谈报告
3. 需求分析文档