



小红书

需求设计 v1.2

By evermario - 张一博

12/19/2018

版本控制页

小红书需求设计						
创建者 Designer		张一博	创建时间 Date	12/19/2018	版本 Version	v1.2
NO.	版本	修订时间	修订者		修改内容	
1	v1.0	12/10/2018	张一博		建立文档，筛选需求 确定章节模块	
2	v1.1	12/15/2018	张一博		完成相关需求设计	
3	V1.2	12/19/2018	张一博		修改报告内容表述及 封面、目录、格式	

目录

版本控制页.....	1
目录.....	2
第一章 需求清单.....	4
1.1 需求清单.....	4
第二章 版本 v1.0 需求设计.....	7
笔记查看-无购物商品链接	7
1. 需求说明（编号 3）	7
1.1 背景.....	7
1.2 目标.....	7
2. 解决方案.....	7
笔记查看-营销内容过多	8
1. 需求说明（编号 12）	8
1.1 背景.....	8
1.2 目标.....	8
2. 解决方案.....	8
购物模块-店铺类别的显示与筛选	9
1. 需求说明（编号 7）	9
1.1 背景.....	9
1.2 目标.....	9
2. 解决方案.....	9
购物模块-店铺信息展示、显示商品溯源信息	10
1. 需求说明（编号 2）	10
1.1 背景.....	10
1.2 目标.....	10
2. 解决方案.....	10
购物模块-极速退款	11
1. 需求说明（编号 19）	11
1.1 背景.....	11
1.2 目标.....	12
2. 解决方案.....	12
购物模块-物流信息查看	13

1. 需求说明（编号 8）	13
1.1 背景.....	13
1.2 目标.....	13
2. 解决方案.....	13

第一章 需求清单

1.1 需求清单

参考我们之前对小红书的策略分析和功能优化方向，将需求列表中的 24 条需求筛选为了 16 条需求，并分为了四次迭代版本，按优先级排序。第一次版本是笔记查看和购物功能相关需求的设计，第二次版本是笔记发布的优化，第三和第四次版本迭代分别是个人中心和发现模块的相关需求。

需求编号	功能模块	需求描述	需求来源	迭代版本	负责人
12	笔记查看	用户希望在首页没有过多的营销内容，而是社区正常沟通分享内容	评论反馈	V1.0	张凌
3		用户希望在每个笔记里都能清楚地看到相关商品的链接，从而可以快速购买	用户访谈		
2	购物功能	用户对商品质量还不够信任，希望清楚商品来源	竞品分析	v1.0	温雪松 刘阳
7		用户反应很多商品经常是无货状态，实现下单流程闭环困难	用户访谈		

8		物流更新不及时，用户无法获取准确的物流信息	用户访谈		
19		目前退款慢，客服服务差，希望售后服务体验优化	评论反馈		
13	笔记发布	长篇笔记字数限制，可编辑内容太少	评论反馈	v2.0	张一博 宗璐 小燃
5		大多数用户只查看笔记，希望提高用户发布笔记的积极性	用户访谈		
15		没有语音转换为文字功能，码字费时间和精力	评论反馈		
1	个人中心	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	竞品分析	v3.0	李惠 周世彬
9		希望更方便地在个人中心查看订单和物流等信息	用户访谈		

17		用户反应系统消息不能删除，乱发推送	评论反馈		
10		私信入口非常隐蔽，用户很难找到	用户访谈		
20		利用明星效应，用户希望在明星社区获得更多明星干货	运营数据分析		
21	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	运营数据分析	v4.0	韩嗣诚
22		想获得明星推荐优质单品的购买渠道，无购买链接	运营数据分析		

第二章 版本 v1.0 需求设计

笔记查看-无购物商品链接

1. 需求说明（编号 3）

1.1 背景

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。

（个别笔记分享页面里有商品详情购物链接）

1.2 目标

查看笔记模块时，用户可以通过分享的内容直接点击产品进入商品详情页面。

2. 解决方案

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。

笔记查看-营销内容过多

1. 需求说明（编号 12）

1.1 背景

用户在小红书发现页面（用户笔记分享页面）进行浏览时，发现很多分享的内容都太过于营销化，社区内正常沟通，互动的内容较少，整个分享的内容安利大家买东西太直接，并且这些销售内容越来越多，使得有一些想在其中里进行真实社交互动的人越来越少，这一部分人群在使用小红书时体验不佳

1.2 目标

优化后台的信息，减少发现页面，笔记分享过于商业化的内容，减少杂乱的推广。

2. 解决方案

发布笔记时，增加对发布内容的自动审核功能，如果太过商业化，则直接不通过。后台定时更新和优化页面信息，减少营销推广信息。

- 字段：信息内容字段过长、信息内容内有明显的推销性质的字段。
- 范围：发布的信息内容
- 规则：如果信息内容字段过长或者信息内容内有明显的推销性质的字段，在设置自动审核时，可以直接设置为审核不通过。设置自动刷新发现页的笔记分享，自动过滤那些有明显营销性质的字眼。
- 流程：用户在发布笔记时，后台审核其发布的照片、视频、文字，如果存在太过营销性质的字眼或者图片则设置为审核不通过。后台定时自动审核信息笔记查看页面的信息内容。
- 条件：营销性质的字眼、图片、视频。

购物模块-店铺类别的显示与筛选

1. 需求说明（编号 7）

1.1 背景

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。

1.2 目标

- （1）增加商城商品种类，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。

2. 解决方案

- （1）运营端或市场端，调整供应链体系，加强与海外品牌或店铺的官方合作，丰富商品种类，针对爆款商品增加库存储备。
- （2）根据店铺的类型，为商品提供明显的来源标识，同时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；商品搜索里的筛选功能增加店铺类别的筛选。
 - 规则：小红书福利社、小红书有光旗舰店内商品保留“自营”标识；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；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；品牌授权的专卖店内销售的商品设置“品牌授权”标识；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：用户查看商品列表或商品详情时，显示相应店铺类别的标识；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，筛选查

看。

- 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。

购物模块-店铺信息展示、显示商品溯源信息

1. 需求说明（编号 2）

1.1 背景

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不了解，无法增强用户对平台商品的信任度。

1.2 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。

2. 解决方案

（1）店铺信息的完善

- 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：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；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；点击关注按钮可关注店铺；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。

（2）增加商品溯源信息

- 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：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。

购物模块-极速退款

1. 需求说明（编号 19）

1.1 背景

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	<p>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”为小红的支付宝账户名</p> <p>若退款已发起，未在时效内收到，可联系薯队长处理</p>

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。

1.2 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。

2. 解决方案

- 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：由内地仓承担仓储服务的自营商品提供“极速退”服务；物流状态为已由小红书拦截成功或由消费者直接拒收；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：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”；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；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

购物模块-物流信息查看

1. 需求说明（编号 8）

1.1 背景

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。

1.2 目标

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。

监测仓库商品库存数量，优化商城主页面商品推荐商品。

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。

2. 解决方案

- 字段：商品名、承运单位、订单详情地址
- 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~~