**产品需求文档**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 文件状态：  [√] 草稿  [ ] 正式发布  [ ] 正在修改 | 文件名称： | 夕阳红劲舞团 |
| 版本： | 1.0 |
| 撰写人： | 张旭尧 |
| 撰写日期： | 2024-3-5 |

版 本 历 史

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 版本/状态 | 作者 | 参与者 | 起止日期 | 备注 |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

目 录

[1. 文档介绍 4](#_Toc70087044)

[1.1. 产品介绍 4](#_Toc70087045)

[2. 市场问题和机会 4](#_Toc70087046)

[2.1 现有市场存在的问题和机会 4](#_Toc70087047)

[2.2目标市场分析 5](#_Toc70087048)

[2.3 替代品和竞争品 5](#_Toc70087049)

[2.4市场分析结论 5](#_Toc70087050)

[3. 用户说明 6](#_Toc70087051)

[3.1. 目标群体特征 6](#_Toc70087052)

[3.2. 典型用户形象 6](#_Toc70087053)

[3.3. 用户场景分析 7](#_Toc70087054)

[3.4 关键用户需求 7](#_Toc70087055)

[4. 产品说明 7](#_Toc70087056)

[4.1. 产品定位 8](#_Toc70087057)

[4.2. 产品功能性需求 8](#_Toc70087058)

[5. 总结 8](#_Toc70087059)

[6. 附件（调查报告图表） 9](#_Toc70087060)

# 文档介绍

## 1.1. 产品介绍

**提示：**找到目标用户的需求，以及我们的产品如何去解决这些需求，是一个什么样的产品。

例如：01星球是一个供编程爱好者学习交流，致力于为编程学习者提供优质的学习内容和专业的学习路线规划，并能带着IT小白们一起成长、一起变强的编程学习组织。

Xx论坛是一个为编程爱好者提供的一个技术性交流论坛，一直致力于为广大编程爱好者、相关从业者提供优质的学习资源和专业的学习指导，以及为技术爱好者们提供一个供思想碰撞交流的平台。

# 市场问题和机会

**提示：**描述定位的目标市场，可能的潜在用户数据或用户销售额收入预期，以及预测的市场大小、增长率。以及市场竞争格局现状。

本产品主打技术分享、编程爱好者用户，初期雏形主要通过用户blog吸引用户做分享吹牛炫技，吸引编程小白来获取免费资源和评论交流思想碰撞，盈利点前期以开通会员获取特权、爱心赞助充电形式和小版面的广告位为主。中后期盈利暂定，市场竞争格局：目前行业头部如稀土掘金、

## 2.1 现有市场存在的问题和机会

现在市场存在的问题和机会：根据需要撰写—选择两到三点：

* **产品方面**—目前竞品形态复杂，用户体验差；氪金严重；
* **技术方面**--（存在的一些问题）；
* **用户方面**（新的需求的出现，哪些需求是还未满足的）；
* **商业模式方面：**开通会员获取特权、爱心赞助充电形式和小版面的广告位为主

## 2.2目标市场分析

* 市场规模【预计用户体量和市场规模】；
* 市场特征；
* 发展趋势（未来2-5年的发展评测，可找相应的报告）；

## 2.3 替代品和竞争品

**提示：**明确用户目前可选择的其它替代品（不限于：购买竞争品、自己开发以及保持现状的可能性）。列出所有已知或可能成为竞争对手的产品，包括用户所理解的每家对手强项和弱项。

**2.3.1 竞争对手1**

**提示：**稀土掘金

**2.3.2 竞争对手2**

**提示：**csdn

csdn做的比较好，而csdn付费制资源盈利占比较大，流量足够大，相关回答也比较全，相对于国内互联网而言，普通小白接触不到如github、stackoverflow等讨论平台。因此csdn能火主要依靠活跃流量、百度搜索前排位为主要竞争力核心，做小白用户的生意，吸引大牛技术玩家，提供一个炫技平台。

## 2.4市场分析结论

一般来说，这里会得到一个比较有市场商业价值的结论。

比如：通过市场调研分析，这部分需求在xx方面还存在比较大市场空间。

# 用户说明

目标用户群体（要求准确：年龄段、收入、地区、学历）

**提示：**请在这块描述服务中每个不同的用户。用户的类型可能从权威的专业人士到新手，差别很大。专业人士可能需要一个复杂、灵活的系统，而新手可能只需要够用和易用。因此我们要先界定好目标用户，然后对目标用户进行分析。

## 3.1. 目标群体特征

共性的为主分析，比如：90后，喜欢电影、漫画，敢于创新等等；

## 3.2. 典型用户形象

建立虚拟用户角色：形象化，常用用户特征，用户名称，用户技能、与产品相关的用户特征。可以根据共性把用户进一步细分为几个大类。

## 3.3. 用户场景分析

演示性的场景，用户在时间、地点，完成的某个事的故事

**提示：**详细描述目标用户的使用环境，包括以下建议：

1. 用户会在什么条件或环境下产生使用或购买动机。
2. 用户使用服务的主流环境。如：网速、浏览器类型信息。
3. 用户使服务的场所和时间段。如：办公室，工作时间。
4. 总结起来就是在什么时间、什么地点、谁、正在用什么来做什么。

## 3.4 关键用户需求

**提示：**这里列出用户认为的关键问题或需求，问题描述包括：

1. 用户面临的问题是什么?
2. 现在用户是怎么解决的？
3. 我们产品的解决方案是什么？

（此类信息用户帮助理解用户所认为的问题的重要性，将用于需求优先级排序。）

# 产品说明

**提示：**这里表述产品的目的。主要包括：

1. 明确新需求或希望改进的产品需求。
2. 明确不需要的变化和注意问题。
3. 概述需求同相关效益、目标的关系。

## 4.1. 产品定位

**提示：**分析产品的定位，参考以下格式：

|  |  |
| --- | --- |
| **问题** | **答案** |
| 我们为谁： | 网络冲浪者 |
| 做了什么： | 提供一个供分享经验交流的树洞 || 提供一个获取知识的场所 |
| 这样目标用户就会： | 获得各种类型的知识 |
| 和哪些竞争对手： | 稀土掘金，csdn，博客园 |
| 相比我们的区别和优势 | 更轻量化小众，针对特定人群有优势 |

## 4.2. 产品功能性需求

产品的主要核心功能说明以及优先级，优先级可以按照“重要不紧急、重要且紧急、紧急不重要”，或者“马上实现、争取实现、暂不实现”三种方式来划分。

例如：用户注册、留言等等。

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **需求分类** | | **需求概述(用户角度)** | **优先级** | **原因及备注** |
| 登录界面  用户可以在该界面进行登录, 注册, 忘记密码操作 | 登录 | 用户输入账号密码, 点击登录按钮.  如果通过 进入首页.  否则回到登录界面并提示账号密码错误 | 核心 | 账号长度8~12验证  密码8~16长度验证 |
| 注册 | 点击注册按钮, 跳转到注册界面 | 非核心 |  |
| 忘记密码 | 点击忘记密码按钮, 跳转到忘记密码界面 | 拓展 | (安全问题验证/ 邮箱验证) |
| 用户界面  该界面展示用户头像, 文章数据, 和近期发的3篇博客  另外用户还可以在这里充值, 签到 | 充值 | 有多个充值选项和一个自定义充值和返回 | 非核心 |  |
| 签到/打卡 | 点击签到按钮 完成签到, 用户获得相应金币和经验 | 非核心 |  |
| 进入个人信息界面 | 点击头像或昵称进入个人信息界面 | 核心 | 部分信息可公开向外陌生人展示 |
| 进入文章管理 | 点击近期发的博客部分, 进入文章管理界面 | 核心 | 文章管理界面包括：编辑、删除 |
| 文章页面可以点赞、评论 | 核心 | 论坛精髓 评论不能少 |
| 文章管理界面  用户可以在该界面修改删除之前发布的文章 可以发布新的文章  可以查看/排序之前发布的文章 | 发布文章 | 首先在编辑器当中，其次是发布文章 | 核心 | Ps：编辑器如何解决 |
| 修改文章 | 在文章管理界面已发出文章都有修改按钮 | 核心 |  |
| 删除文章 |  | 核心 |  |
| 查看已发布的文章 | 进入文章管理界面自动显示当前用户最近几篇文章，超过多余的设置“更多文章”按钮 | 核心 |  |
| **管理员管理界面** | 管理员登录 | 后台登录网页登录识别 | 拓展 |  |
| 管理用户 | 删除用户信息 | 拓展 |  |
| 修改用户信息 | 拓展 |  |
| 帖子管理 | 帖子板块 | 非核心 |  |
| 帖子板块信息 | 非核心 |  |
| 删除帖子 | 非核心 |  |
| 关闭帖子 | 非核心 |  |
| 审核帖子 | 非核心 |  |

# 总结

总结说明下你要做的产品，有多大市场需求。

**【PS：**逻辑性强（有论点，论据，论证）；把抽象的东西形象化出来；数据可靠，分析有理；有把握的主观，无把握的客观；用词行文，简洁明了；合理的产品进度分析；重视非功能需求；解释专业名词；】

前期先仿照稀土掘金做产品，后期从反超它干翻它。

# 附件（调查报告图表）