

# 知乎前景与范围文档

## 一、 业务需求

### 1.1 应用背景

近年来，知识经济作为一种全新的经济形态正在悄然兴起。这场无声的革命孕育着人类社会发展的伟大进步[1]。人们对知识经济和高质量信息的需求越来越高。但目前中文互联网的问答社区（百度知道，360 问答等）使用时间偏碎片化，操作流程要求快速、便捷，侧重于满足一些耗时短、内容简单的需求。生产的回答也偏向于简单短小。而且，早期各大互联网论坛和问答社区（如百度贴吧等）的讨论氛围良莠不齐，社区信息质量、讨论氛围和信息检索效率有待进一步提高。

### 1.2 业务机遇

在知识经济发展的大背景下，人们对高效产生高质量内容的平台的需求越发强烈，理性的讨论氛围和谦和、诚恳、理性的社区氛围的需求越来越高。这就为我们这一提供高质量信息和良好社区氛围的平台——“知乎”，提供了良好的市场机遇。

知乎要参与的竞争是知识经济以及问答社区市场。在内容生产方面，用户们希望满足心理诉求：包括释放表达的欲望，希望自己的想法能被他人了解并认可；获得成就感，成为意见领袖，被大众认同、追捧；实现自我价值，希望自己的观点能够改变他人、帮助他人等。以及获取各种收益：包括建立个人品牌，获取关注、吸引粉丝从而通过知乎 live、推广等方式间接获利；以分享的形式进一步学；版权保障，确保分享的内容不被抄袭等。在内容消费方面，用户们不仅希望能搜索与关键词相关的深度内容，获取各领域的“入门指南”，资深人士分享的专业内容充当着初学者所需的入门资料等专业性内容，也希望消遣娱乐。获取达人推荐，从过来人那里获取经验和建议，延伸出一系列诸如导购、测评的需求，获取关于时事热点的更多见解等娱乐性内容。现存的产品在上述的几个方面并不全面。

### 1.3 业务目标与成功标准

**BO-1:** 在第一版应用发布后的 3 个月内，形成一批稳定的用户群体

**度量标准 (Scale):** 注册用户总数与日活跃用户数。

**BO-2:** 在第一版应用发布后的 9 个月内，形成良好的社区交流和内容生产氛围

**度量标准 (Scale):** 每日新增回答数和新增提问数。

**SC-1:** 在第一版应用发布后的 6 个月内，知乎注册用户达到 10 万

**SC-2:** 在开启“盐选会员”功能后的 3 个月内，盐选会员付费数要达到 5 万

**SC-3:** 在第一版应用发布后的 9 个月内，问题总数达到 50 万

## 1.4 业务风险

- R1-1:** 第一个版本没有吸引到足够的用户，减少了对系统开发和优化过程的投资回报。  
可能性 0.3，影响为 9。
- R1-2:** 问答社区构建得不够良好，问答的低质量和交流的不友好造成用户流失。  
可能性 0.2，影响为 6。
- R1-3:** 来自其他平台的恶意攻击（如灌水，制造社区争端等）恶化社区环境  
可能性 0.1，影响为 6。

# 二，项目范围与限制

## 2.1 项目主要特性

- FE-1:** 设置“等你来答”栏目，显示热门且与用户相关的待回答问题
- FE-2:** 设置创作中心，回答提问者的问题，或者创作自己的文章，想法或视频
- FE-3:** 创建学习板块，显示知识付费内容（电子书与课程等）
- FE-4:** 设置盐选会员管理，用于展示盐选会员专有内容
- FE-5:** 提供用户个人中心，展示用户设置信息并提供修改方法
- FE-6:** 创建知乎热榜页，独立于用户的推荐算法显示知乎热点内容

## 2.2 项目范围

特性	版本 1	版本 2	版本 3
FE-1	不实现	仅显示人工邀请的问题	增加算法推送的邀请问题
FE-2	只实现创作回答和文章	增加创作想法	增加创作视频
FE-3	不实现	完全实现	
FE-4	不实现		实现
FE-5	完全实现		
FE-6	只显示实时排行	显示排行榜的实时热度	增加“大家都在看”模块

## 2.3 项目限制

- LI-1:** “知乎”只适用于创作长回答和高质量视频，不向短视频领域发展
- LI-2:** “

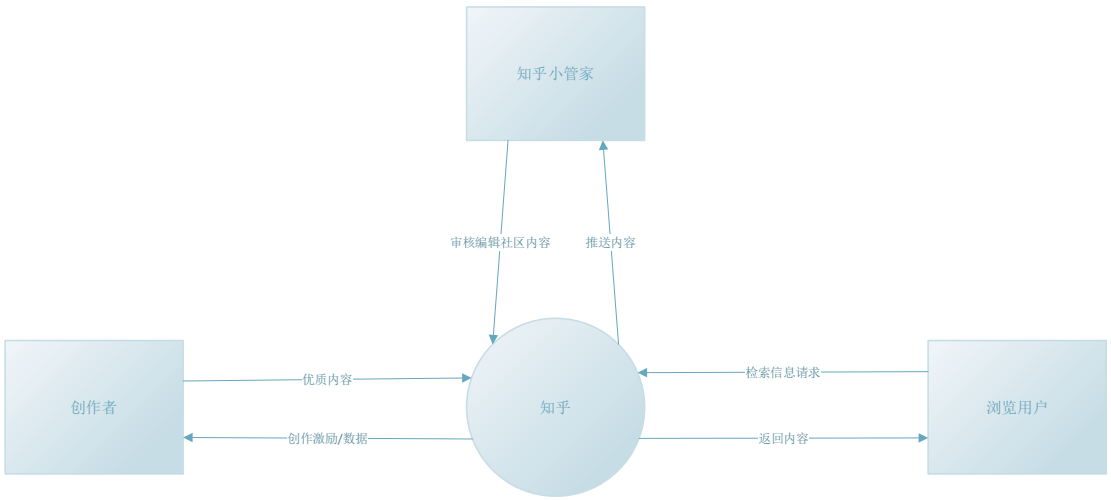
# 三，业务上下文

## 3.1 涉众

涉众	主要价值	态度	主要兴趣	约束条件
创作者	提供了创作和传播自身优质内容的平台，更好实现自身价值	支持盐选会员功能，渴望拥有知识变现的渠道	创作优质内容	内容变现需要达到一定的关注着条件
浏览用户	减少了检索优质信息的成本，增加了发现优质信息的几率	对知识付费持中立态度，不排斥娱乐化的内容	检索优质回答	无
知乎小管家	提供工作岗位	愿意接受，但是会误判一些内容为不合格内容	检查社区氛围	需要一定的管理水平和学历

# 四，总述

## 4.1 系统关联图



## 参考文献

[1]. 秦剑军. 知识经济时代人才强国战略研究[D].华中师范大学,2008.