

「得到」视频需求 PRD

一、产品概述

产品名称：得到 APP

产品口号：和你一起终身学习

产品定位：一款移动视听阅读的知识服务的应用

核心理念：为用户节省时间，以知识服务为核心，帮助你完成知识升级。

产品介绍：得到是逻辑思维团队推出的一款移动视听阅读的知识服务的应用，通过订阅专栏、付费音频、电子书等方式让用户在短时间内获得有效知识。主张碎片化的学习方式，为用户提炼高质量的专业知识服务利用碎片时间，听懂一本好书、建立全球视野、升级自我认知。

二、需求背景

1. 行业现状

在快速变化的互联网环境下，人们处于一个需要终身学习的时代，而互联网催生出的体积大、碎片化信息已无法再满足社会群体对知识消费的需求。为解决用户对精品知识的需求，知识付费费用应运而生。以得到、喜马拉雅、知乎 live 为代表的知识付费平台目前多是以音频+图文为主，也有混沌大学、网易云课堂、核桃 live 从直播、短视频、长视频等形式切入知识付费。

2. 产品现状及可行性分析

「得到」APP 是逻辑思维团队推出的一款移动视听阅读的知识服务的应用，利用众多行业大咖头部 IP 资源打造深度内容平台，主要通过音频和文字的形式向用户传授优质独到的行业知识，解决了用户在地铁、餐厅等碎片化的时间内实现自我提升的需求。

得到 APP 的免费内容只有逻辑思维和李翔知识内参两个板块，其他的全是收费内容，而界面几乎无广告，是完全通过做产品、卖产品作为盈利方式。得到 APP 将流量思维转变成产品思维，已经在音频文字的知识付费领域起到不可替代的引领作用。

可行性：相较于音频和图文模式，视频传达的信息会更全面，而用户对视频、短视频、直播的消费热情很高，因此视频在知识付费中能发挥的作用不可忽视。而得到 APP 最初的引流就是逻辑思维视频课程和罗振宇的 IP 资源，在这方面有先天的优势。加入的视频内容可以是小成本视频，亦可以是大规模综艺，可以先尝试邀请头部 IP 的小成本视频的加入，形成自己的良性生态圈，逐步扩大鼓励更多视频内容和形式的加入，成为一个视频、音频、图文多层次的深度内容平台。

不可行性：虽然直播有开源框架，产品设计有样可寻，整体的开发难度不大，但是视频模式较重，不仅对资源存储成本提出了新的要求，也对如何吸引内容生产者头部 IP 资源的信任有了新的挑战。且视频相对于音频和图文，不利于知识的沉淀，用户获取信息点的时间成本过高，没有图文直接，所以如何利用图文信息帮助用户整理视频内容的知识点总结，是可以

思考的解决方向。若视频直播形式的付费成为核心功能，一方面可能会弱化用户对音频方面的需求，另一方面可能以一个先天不足的形象卷入更多直播、网络课程平台的竞争中。

所以加入视频内容存在机遇，亦存在风险、需要进行详细的成本规划和形成完整的解决方案，才能方便用户更好的获取知识，同时为公司创造更多价值。综上分析，视频、短视频、直播形式的知识付费服务已经存在，在得到产品的目标用户中也可能带有视频内容的需求，而现有的产品功能没有很好的满足用户需求，故对此作出需求分析，明确用户痛点，形成产品需求。

三、需求分析

1. 潜在用户及场景

潜在用户：

喜欢看视频学习知识的付费用户
认为现有课程知识内容不全面的付费用户
希望观看直播视频回放的用户
找不到想学习的内容的用户

特征：

忠实付费用户，信赖本产品，在各细分领域提出更多需求

典型场景一：

小 A 下班后在地铁上刷了一遍短视频，发现没有自己想看的内容，这时小 A 想起了自己在得到上订阅的课程更新了，小 A 点进去发现好长的文字，于是点开了音频，可是音频界面只显示一个宣传照片，如果将手机锁上屏坐在地铁上东张西望很不自在，像其他喜欢看视频的年轻人一样小 A 更倾向于看着手机。小 A 想起当年看罗胖将逻辑思维视频时候的样子了，看着罗胖手舞足蹈的比划，将知识讲的生动有趣，小 A 想，如果能看着视频获取这些知识就好了。

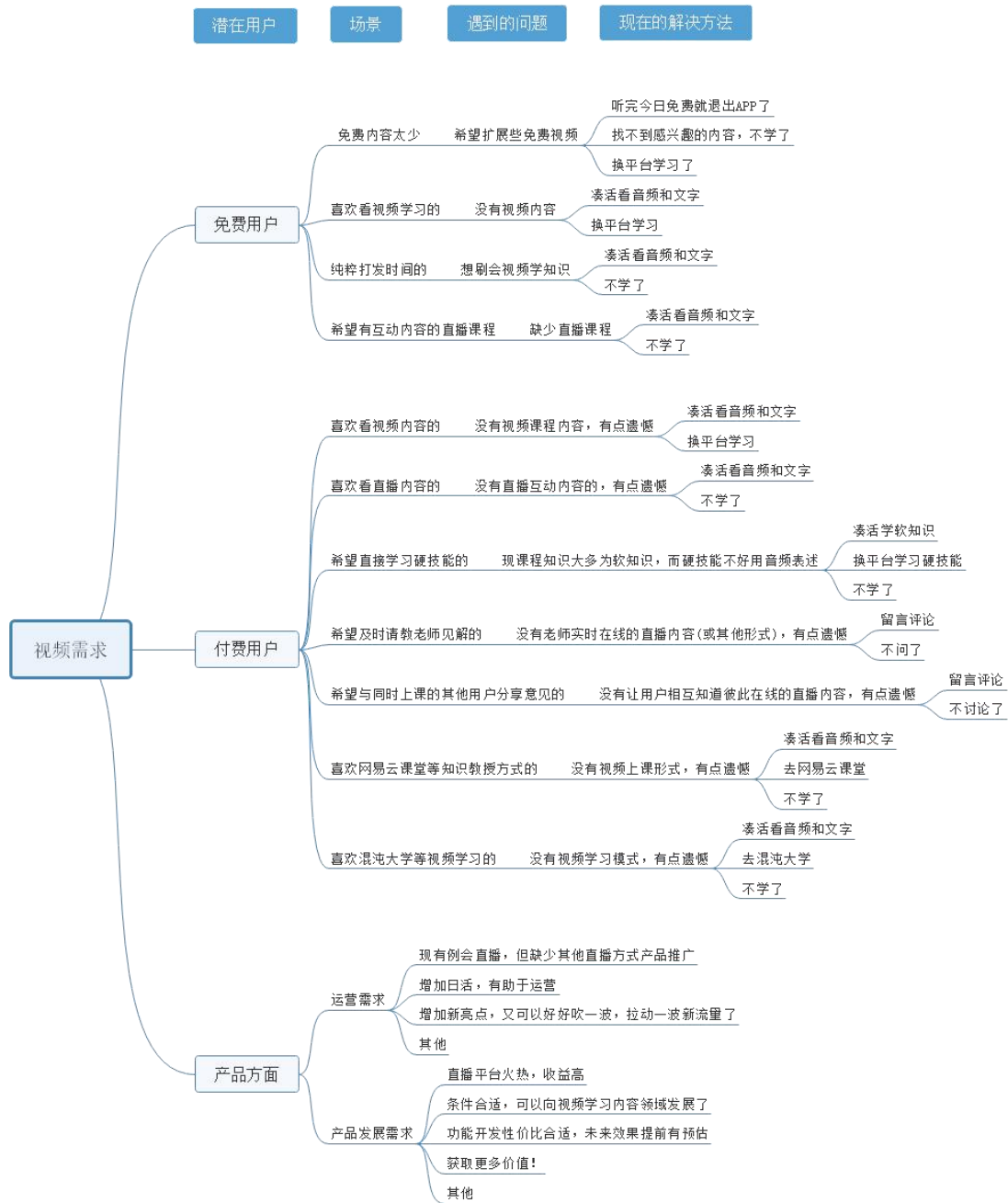
典型场景二：

小 B 在收听了自己感兴趣的专栏之后，发现讲述的都是软技能，而不是硬技能，难以快速帮助自己将知识落地，小 B 希望也能在该 APP 上获得更直接的硬技能，而硬技能通过文字和音频的方式并不能很好的展示，需要如传统学校讲课时在黑板的实时板书才能讲解清晰，这样就需要视频或者直播形式的栏目设计了。

典型场景三：

小 C 由于太忙，忘记了今晚有得到例会分享的直播，想观看回放却没有，只能在其他地方了解主要直播观点了。

2. 需求收集



3. 需求转化

通过以上场景分析，可以对增加视频功能的原始需求进行提炼

基本型需求：

想要通过看视频学习知识

现有观看直播实现回放

希望通过看视频学习硬技能而不是软知识

期望型需求：

希望增加用户之间，及用户和讲师之间的实时互动

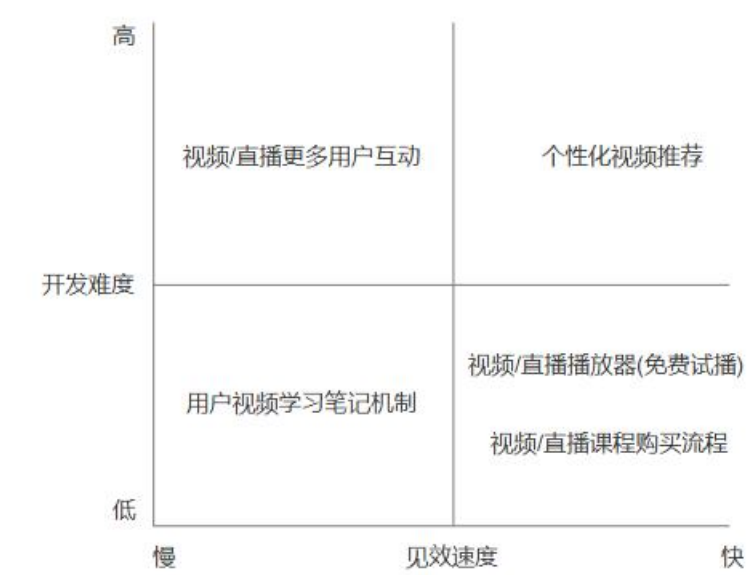
增加更高效的记录视频学习的功能

个性化推荐到用户想看的

运营需求：
活动直播和回放进行产品推广

如上用户需求可以转化为以下产品需求：
视频/直播课程购买
视频播放页面
直播回放模块
首页视频推荐模块
视频学习笔记功能
视频中用户与讲师互动
个性化推荐

4. 需求排序



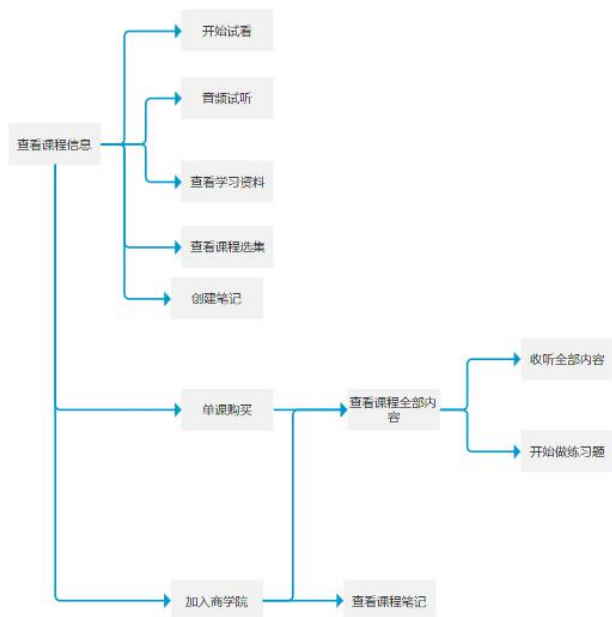
根据以上分析，产品需求排序如下：

产品需求	优先级
视频/直播播放页面	P0
视频内容后台管理	P0
视频/直播购买流程	P0
首页视频/直播模块	P0
用户视频学习笔记机制	P1
视频/直播更多用户互动	P2
个性化视频推荐	P3

5. 视频课程产品功能调研

对于目前付费视频方面，最典型的混沌大学做出如下调研和分析：

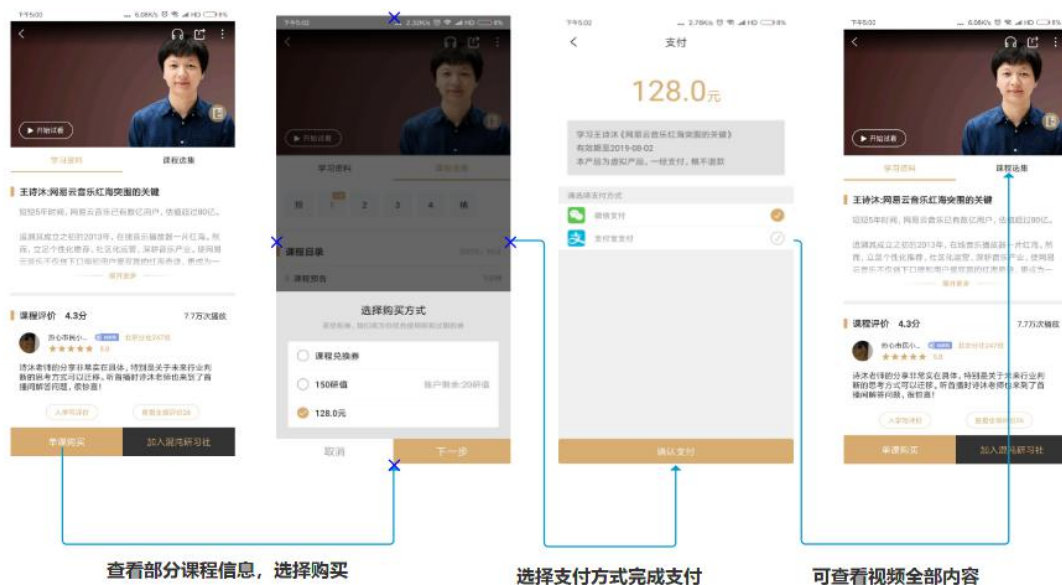
5.1 使用流程：



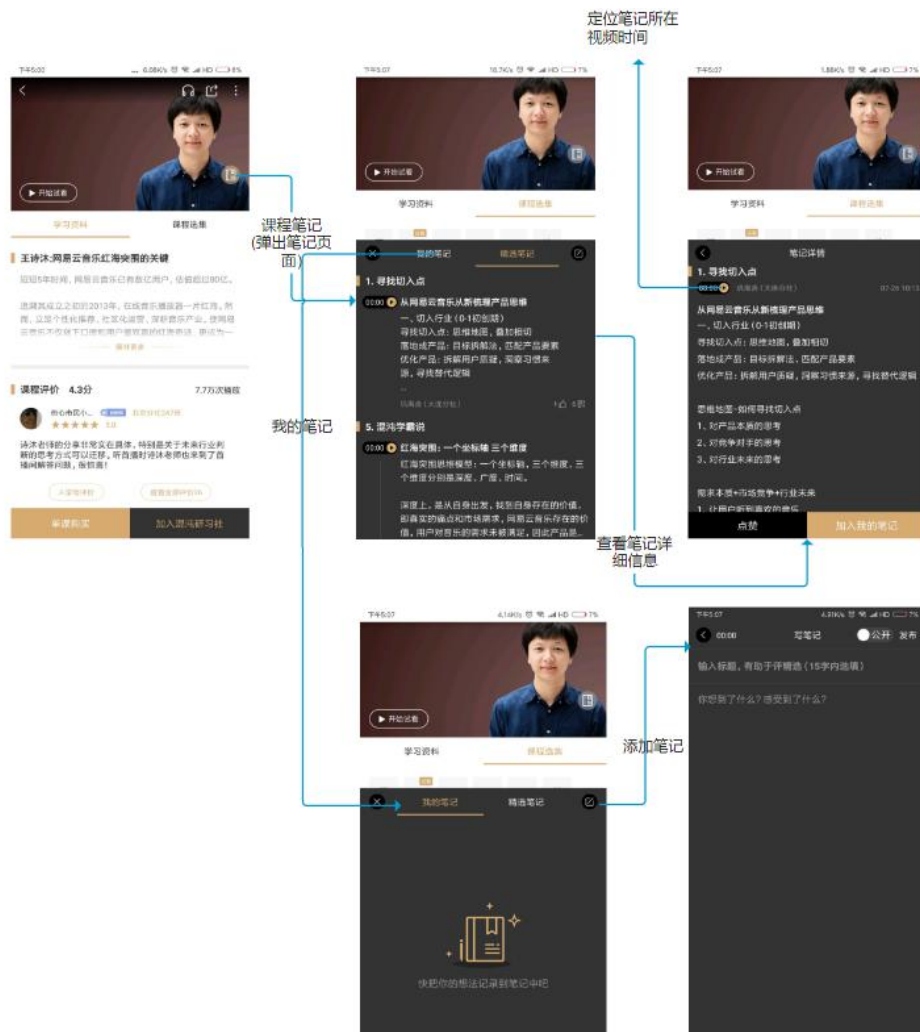
注：加入混沌大学商学院/研习社/创新院，可学习本栏目全部视频，单课购买指用户购买本视频全部内容

5.2 页面交互分析：

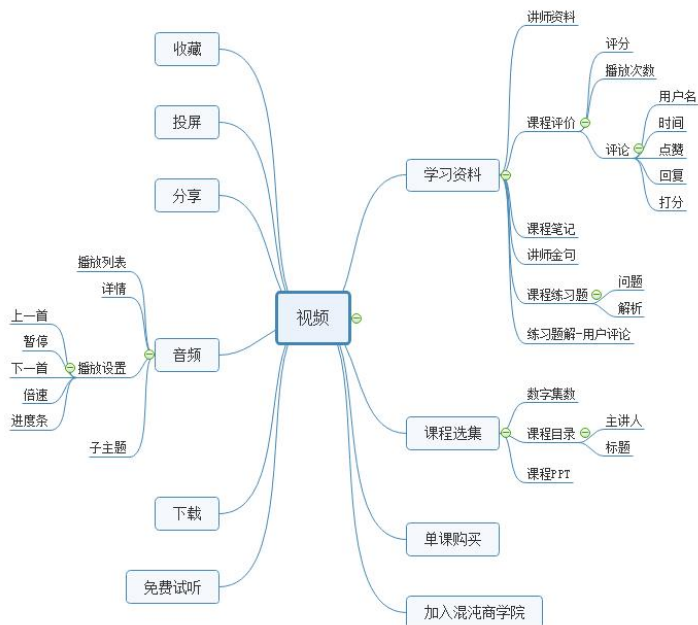
购买流程：



添加笔记流程：



5.3 产品信息框架：



5.4 可归纳功能：

提供课程信息、视频播放、音频播放、添加定位笔记、完成支付、账户修改、收藏分享、购买后视频学习提醒

5.5 功能亮点：

混沌大学的笔记系统，用户的感悟体会可以随时定位到哪一个课程的哪一个时间点，极大等方便了用户随时对笔记内容的二次学习，这种解决方案甚至可以考虑在得到 APP 的音频中加入，有助于优化用户体验。

混沌大学也拥有全年购买全部课程的机制，所以视频的这种打包消费给了用户更多的学习鼓励和购买优惠。

四、需求目标

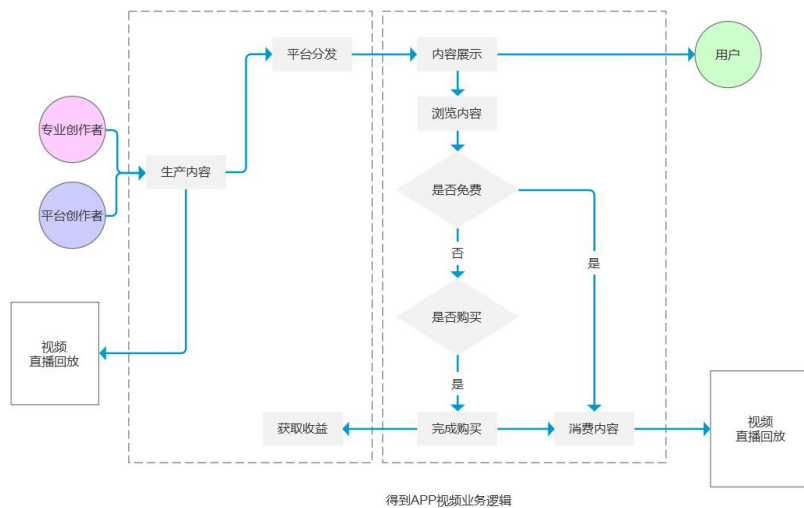
通过增加视频内容，打造更深度更丰富的内容平台，打造 APP 的生态圈，吸引新用户、留住老用户，提高用户数量、用户活跃度，以及发生付费行为，进而提高盈利。

五、功能列表

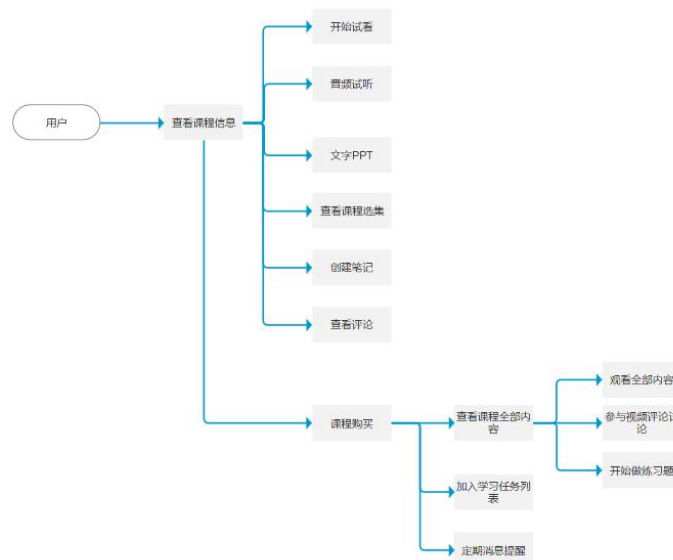
功能	说明	优先级
视频播放页面	用户试看或观看全部视频课程的学习主页面	P0
加入直播回放	在已有的直播主页面加入视频回放，后台存储视频内容	P0
视频上传后台管理	在原有的后台管理中加入视频资源管理，保证可以安全上传保存视频资源	P0
视频/直播购买流程	付费用户购买视频内容	P0
首页视频/直播模块	首页加入视频和直播课程模块	P0
用户视频学习笔记机制	在视频加入学习笔记功能，可以在某一时刻加入笔记，或学习其他人的笔记	P1
消息提醒	对已购买的视频内容提醒用户观看	P1
后续功能：视频借阅	VIP 会员改名为借阅卡，为用户营造学习的理想氛围	P2
后续功能：定期免费	付费内容定期免费，吸引流量，鼓励付费	P3
后续功能：购买赠送	购买视频，赠送其他视频 7 天免费，鼓励付费	P3
后续功能：观看时长奖励	内容消费鼓励机制，建立用户学习督促机制，增加用户的留存率	P3

六、业务逻辑

1. 视频核心业务流程



2. 用户使用流程:



七、功能设计

1. 全局说明

(1) 权限说明

登陆后：享受页面提供的一切服务

未登录：以游客身份收听所有免费内容，当使用购买、笔记等功能会弹出登陆界面

(2) 键盘说明

需要输入手机号、验证码会弹出数字键盘

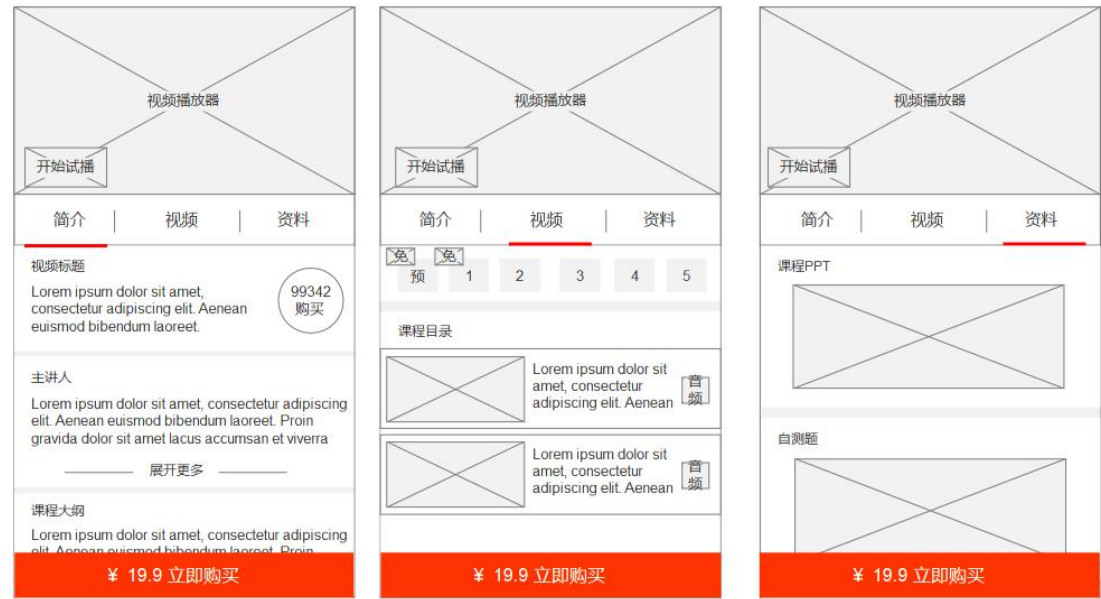
需要输入文本内容，弹出字母键盘

(3) 交互说明

A. 下拉刷新，上滑显示更多内容

B. 消息提醒，如未购买、退出支付等，会在原有界面中部弹出白色提示框

2. 视频观看页面需求



用户场景：用户点击任一视频课程，进入课程主页面

功能描述：用户可进入视频页面查看简介、视频、资料信息，试播免费课程，购买课程，观看全部课程。

优先级：高

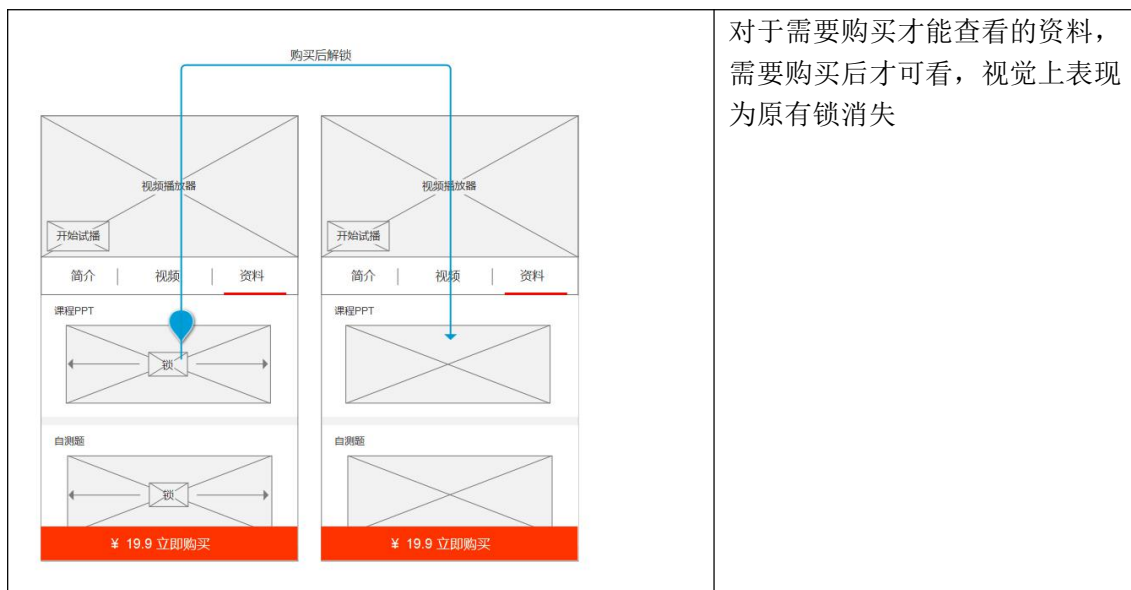
入口/前置条件:首页视频专栏、个人推荐专栏、搜索视频、已购视频课程

页面逻辑：

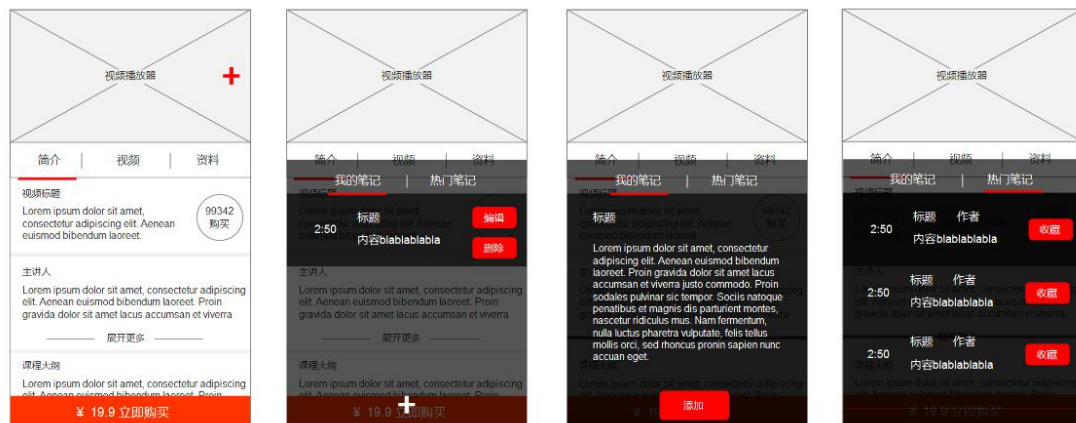
- A. 用户进入视频主页，点击开始试播按钮观看视频，购买后可观看全部内容
- B. 用户点击购买进入购买页面，完成支付跳转回本页面
- C. 用户通过简介，了解全部视频信息，根据主讲人设置可隐藏部分信息块，包括但不限于已购人数、视频信息、主讲人信息、课程大纲、课程评论、购买须知等
- D. 用户通过视频，根据数字或视频划分选择课程目录，未购买弹出提示消息
- E. 用户通过资料，查看课程详细资料，如 PPT、自测题、用户题解，部分资料购买才可查看，未购买弹出提示消息
- F. 视频播放界面可进行音频收听，跳转到音频页面；收藏、喜爱、分享等功能

交互设计：

交互样式	交互说明
	点击视频播放去区，弹出多余的功能区，音频、分享、全屏，和更多如转发、收藏



3. 学习笔记



用户场景：用户在某一时刻打开+添加笔记，或查看热门笔记

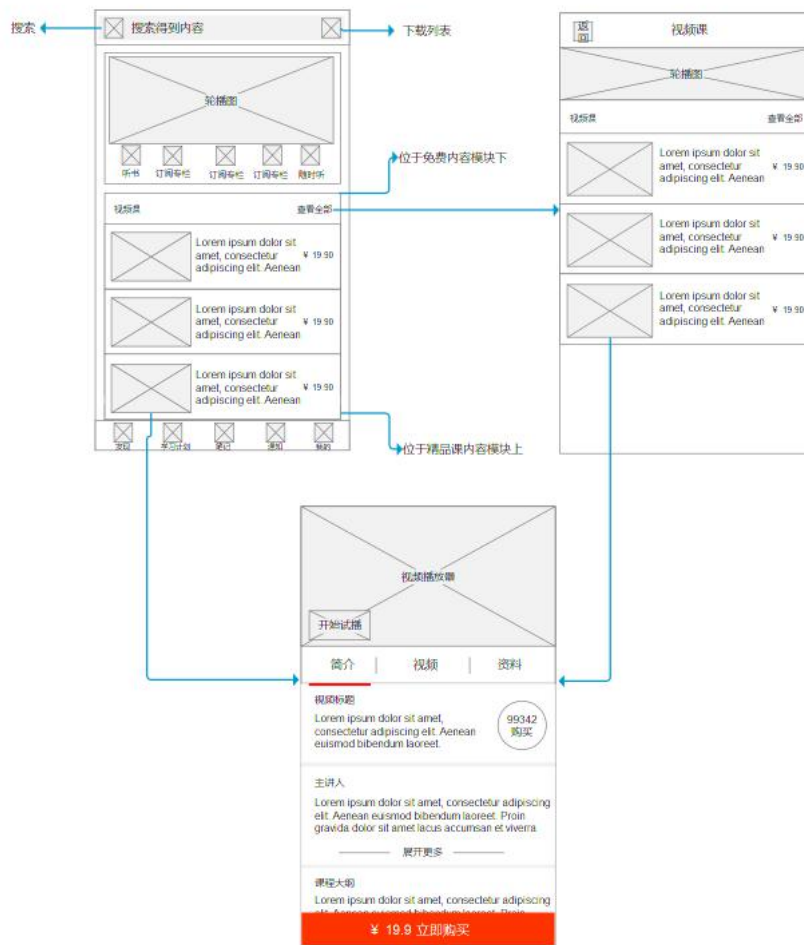
功能描述：用户在任一时刻添加笔记，自动生成时间信息，点击后进度条可快速跳转至进度条所在位置；也可以查看别人信息，收藏进自己笔记

优先级：较高

页面逻辑：

- 用户进入视频页面，播放视频，点击+，弹出我的笔记窗口
 - 用户可添加、编辑、删除自己的笔记，也可以收藏热门笔记
 - 用户可查看自己笔记和热门笔记，点击列表项时间部分，即可在视频中跳转至笔记所在时间位置
 - 用户点击列表项文字部分，可查看笔记细节
- 入口/前置条件：进入视频页面，视频课播放时

4. 首页模块需求



用户场景：用户进入 APP 和用户点击查看全部课程

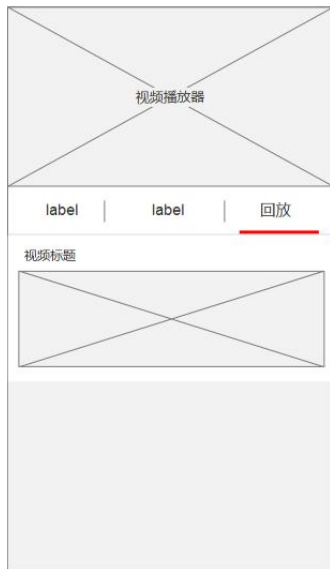
功能描述：用户在首页查看平台推荐的视频课程，了解部分信息，点击视频跳转进视频主页面

优先级：高

页面逻辑：

- 用户进入 APP，向下滑动浏览视频列表，点击查看全部课程，有更多视频列表
- 用户点击任意视频框，进入视频主页面

5. 直播回放界面



用户场景：直播结束，进入直播页面，点击

功能描述：直播结束可以在回放功能下，查看直播内容的回放

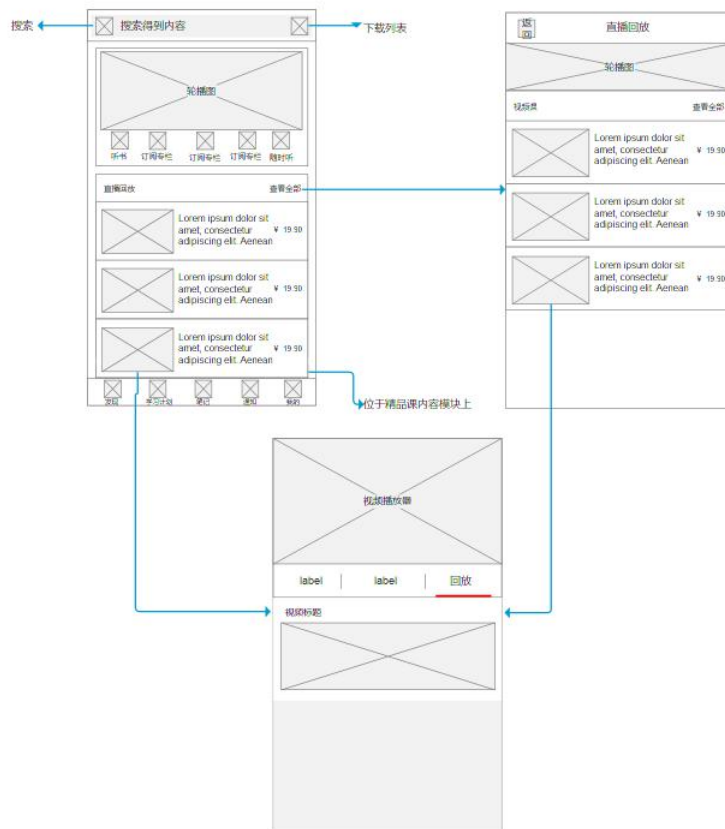
优先级：较高

页面逻辑：

A. 直播结束后，保存直播视频，添加到回放列表

B. 如果是较大内容，分成多 P 视频

入口/前置条件：同视频课，在首页增加视频回放栏目



6. 后台视频上传界面

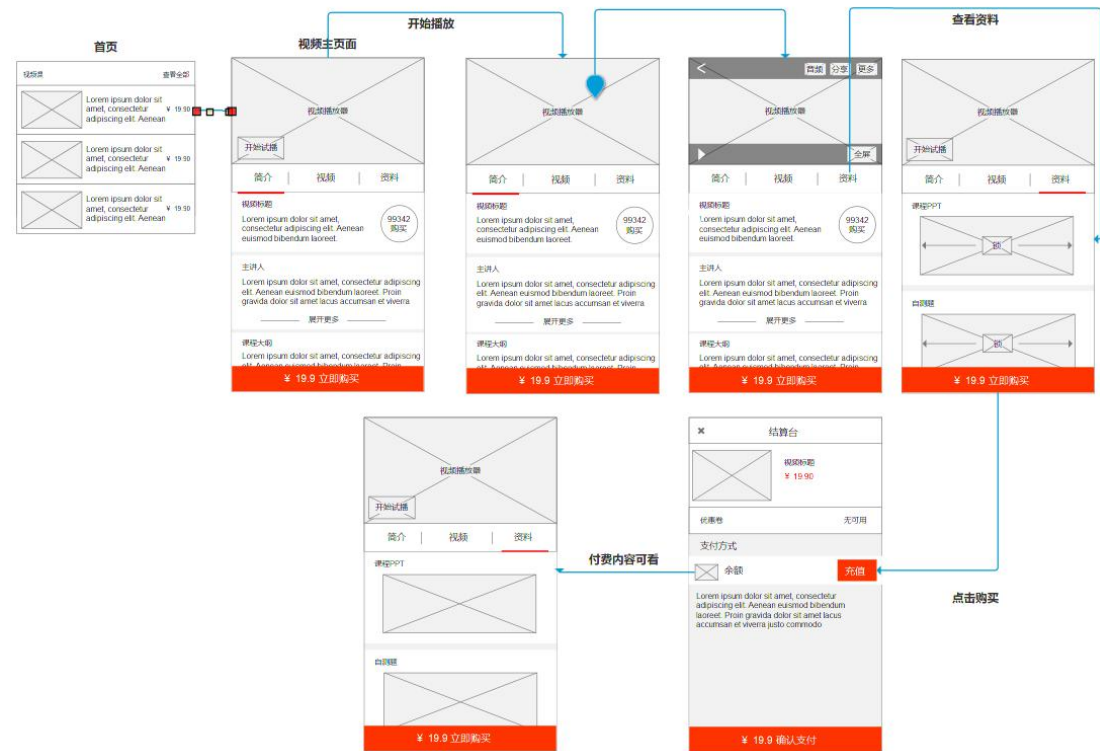
用户场景：供内容的发布者上传视频课程

优先级：较高

方案：在后台系统原有界面的基础上，加入视频上传和保存功能，这里不做描述

八、页面流程

视频付费核心流程



九、运营数据需求

1.考核指标

视频付费收益 = 视频单价 * 视频付费人数

视频转换率 = 视频付费人数/视频访问次数

新用户注册量 = 新注册的用户数

日活跃人数 = 每天登陆 APP 的用户数

2.事件埋点

十、兼容需求

系统兼容

厂商兼容

十一、总结

能看视频是核心功能。核心功能先行，其余辅助功能随后迅速迭代。因此，视频这个核心功能一定是先开发的，然后再开发优化的功能，来满足更多用户体验上的需求，以及运营需要促活相关功能。