
PRD 是每个产品人员最经常看到的文档，还是有很多产品的朋友问我 PRD 怎么写，如何才能表达清楚意思。其实 PRD 并没有规定的格式，每个公司都可以根据自己公司的实际需要来写适合自己产品团队的 PRD。

PRD (Product Requirement Document , 产品需求文档) , 这对于任何一个产品经理来说都不会陌生的一个文档，一个 PRD 是衡量一个产品经理整体思维的标准，一个 PRD 可以看出 一个产品经理在某个领域的专业性，同时也可以反应出一个产品经理的整体产品思维。

产品经理的整体思维体现在：

- 1、提炼核心需求
- 2、思考满足核心需求的方式
- 3、评估方式优劣选定方案
- 4、思考功能概要
- 5、思考支撑功能和关联功能
- 6、细化设计功能
- 7、子功能（功能间迭代）

PRD 其实就是将以上的思维整体走向写出来，同时将产品的思想提炼出来，用文字表示给开发者，给 UI、给视觉、给老板.....PRD 给的是一种思想，将 产品的整体思想和核心需求灌输给产品的相关人员，都说 PRD 是个承上启下的功能，因为上接 MRD，下对 MRD 进行技术性的描述。

网上已经有太多互联网公司的 PRD 文档，淘宝、百度、腾讯等这类大型互联网公司都有自己的 PRD 规范，适合企业的需要的 PRD 才是真正 PRD。以淘宝的 PRD 为例，讲解一下 PRD 的主要内容。

1、文件命名（编号）

文件的编号很关键，因为产品迭代过程会有不同的文件版本，一般命名规则“公司名+产品名+PRD+D1.0”（以第一版为例），这样命名有利用版本号的迭代，如果是小的产品需求变动可以直接命名为“公司名-产品名-PRD-D1.01”，如果涉及到功能需求增加可以命名为“公司名-产品名-PRD-D1.1”，当出现产品第二版时，可以命名为“公司名-产品名-PRD-D2.0”。

2、修订控制页

一般有这么几项：编号、文档版本、修订章节、修订原因、修订日期、修改人。编号只是为了给个修改的顺序，文档版本显示的当前修改的内容是在哪个版本中出现，修订章节是具体到哪个章节哪个功能模块的修改，修订原因说明此功能修改的问题所在。修订日期以修改当日的日期为修订日期，修改人显示修改内容模块的人，可能是当前用户也可能是其它产品人员。

3、目录

不建议自己去添加一个新的目录，你可以去其它的文档中拷一个过来，不考虑目录的内容，等写完 PRD 可以再去更新。但建议用 Mind manager 来整理一下思路。

4、请与以下部门讨论 PRD

PRD 做为一个承接作用的“载体”，会与技术、运营、财务等人员的沟通，而与这些人员

沟通的主题都将会出现在子功能或在细节细化的基本上，需要与相关人员 确定“沟通内容”，这对于产品整体流程将是很重要的。同时对于产品核心功能的提取也是一个重要环节。

产品经理很重要的一个职能就是沟通。例与客服中心：客 服服务部，讨论的内容：预测客服成本、工作量；讨论客服如何支持；协助评估诈欺/数据篡改风险：欺诈/数据篡改风险、不正使用风险。这就是要写在与其它部 门讨论 PRD 中的。一个产品经理需要考虑如何与其它部门之间的沟通合作，文档很大一部分的功能是提醒你要做的工作，同时不断补充将要面临的工作。

5、概述

概念就是总结，它包括的点有：名词说明、产品概述及目标、产品 roadmap、产品风险。

名词说明：名称、说明。名称就是对文档中会出现的比较新的名称，说明则是对这些名称进行解释。

产品概述及目标：解释说明该产品是干什么的，为什么需要这样的产品。同时产品想要达到什么样的目标。产品概述及目标就是对产品核心功能讲解，同时希望可以达到的期望。

产品 roadmap：产品分期目标，阶段描述，以及时间点的确定，产品是个不断演进的过程，很多时间一期产品只完成了产品 70%的功能，二期才会继续去完 善剩下的 30%，同时有可能会推翻重新推出第二版。产品 roadmap 并不及着全部规划好所有的阶段目标，而是更多的通过维护来保持产品的更新和迭代。

产品风险：描述产品可能存在的风险，比如商务谈判的风险，外部合作的风险，不当使用的风险等等。风险级别为高中低。

6、使用者需求

使用者需求一般只有个需求描述。需求描述有以下几项内容：目标客户、需求描述、场景描

述、优先级。

目标客户即为产品的最终用户，确定产品的最终使用者。

需求描述是对目标客户的需求描述，表达用户最需要的是什么，找到用户的最根本需求。

场景描述，产品在哪种情况下会被用户使用，就是用户场景模拟。

优先级是指用户对于当前产品功能需求的优先级，哪些是用户最想要的功能优先级则排前。

7、可选方案

列出所有可以选择的达到该产品目标的方案要点（主要思路），给各方案适当的评价，并推荐最优方案。你在做这个产品规划时一定有很多的备选方案，别放弃这些方案，永远没有过时的 idea，只有最适合时机的 idea。所以可以写出几个可选方案，或许是你下期产品改版一个方向。

8、效益成本分析

产品经理是个全才，在这点上得到了体验。产品经理得知道财务知识。很大一部分是产品的环境搭建成本和支持人员的成本。一般的效益成本分析包括三个方面：效益预测、产品技术中心成本、非产品技术中心支持成本。

效益预测是指提供在各种产品环境中的效益预测，并标明主要的变量及假设，最好能包含现在和过去的效益数据。如网站的 PV 值，软件的使用数都是效益预测数据。

产品技术中心成本是指设计及部署此产品的产品技术中心所需的资源需求，包括人力成本，软硬件支出等。很大时候这份成本需要由项目经理来协助，需要有什么样的人才加入产品中需与人力协助。

非产品技术中心支持成本，产品不是只有产品组完成的，同样需要其它部门的配合与协助。

比如：需要客服部投入多少的资源用于该产品的服务，需要运营部投入多少的资源运营该产品。

9、功能需求

功能需求一般是由四部分组成，功能总览、功能详情、整合需求、BETA 测试需求。

功能总览一般包括二个部分，一个是流程图，一个是功能表。流程图是对产品的整体走向的流程的规划，流程图是用来对产品整体功能的梳理。所以在做产品前建议所有的产品经理先梳理一下产品流程。功能表是将流程图文字化，同时将列出产品的功能点。

功能详情，这是所有的产品功能的描述和规划。包括以下内容：

简要说明：告诉此功能主要干什么的。

业务规则：每上产品在使用时都有自己的规则，而产品的业务规则则是将产品的流程细化。

个人建议将这个功能的业务规则，包括一些细节，如排版形式、日期显示方式全定好，这样方便其它人员的沟通和理解。

界面原型：产品经理在这时做的原型界面只是显示的框架，别细化，这样会给交互和 UI 造成错觉。只需做一个简单的界面即可，更多的时候只是个框架图。

执行者：产品使用者。

前置条件：具体的操作。

后置条件：操作后的展示。在 UC (user case) 中后置条件又是另一种情况，所以对于建议在 PRD 中的前置条件和后置条件结果合起来。

主流程：把主流放在最后是有道理的，结合上面所说的，做出主流程说明。将此功能的流程走向做个分点说明。

10、整合需求

产品经理很重要的一个能力就是体现在产品整合能力上，利用公司现有的资源或外部资源（合作公司等）实现产品功能需求的整合。实现功能贯穿的同时，更多的如何在新产品上实现功能的拓展来辅助核心功能。

11、BETA 测试需求

很多产品都有 BETA 版本放出，就是为了收求意见和一些性能测试。这部份内容不是必须的，但现在很多产品已经开始先推出 BETA 版本再推出正式版，当然也可以通过升级来解决。所以 BETA 测试需求并不是一定需要的。如果有 BETA 测试需求，则需写出 BETA 版测试的要求和期望达到的目标要求。

12、非功能性需求

都说产品经理是全才，在这点上得到彻底的体现。很多产品经理在这点上忽视了，但很多方面是用到的，只是在产品过程中弱化了。

一般情况下非功能性需求包括以下几个部分：产品营销需求、规则变更需求、产品服务需求、法务需求、财务需求、帮助需求、安全性需求等。与其说是全方位的掌握技能，还不如说是沟通，如何与不同的部门人员之间的沟通，让更多的人协助产品的正常使用与上线。

13、上、下线需求

上线时限需求：此产品预定上线日期？上线日期有无任何特殊依据或规定？

下线需求（活动类需求必须明确下线时间）：此产品预定下线日期？下线日期有无任何特殊依据或规定？

14、运营计划

说明产品的后续运营计划。包括与运营部的协作运营。更多的是给产品经理如何让更多的产品功能展示给用户，产品经理是核心需求的把握者，参与到产品整体运营计划显得特别的重要。

.....

写 PRD 并不是产品经理的全部工作，但却是不可少的一部分，很大程度上反应了产品经理的思维和产品核心功能把握上，同时对产品经理沟通、协调、规划等都得到了一定的验证，但每个产品经理的第一职能是会写一份让其它人员看得懂的 PRD。