

“知乎”产品需求书

一、文档综述

1.1 版本修订记录

1.2 PRD 输出环境

1.3 产品介绍

二、产品分析

2.1 用户需求分析

2.2 用户定位

三、产品结构

3.1 产品功能结构图

3.2 产品信息结构图

四、全面说明

4.1 功能权限

4.2 键盘说明

4.3 消息提示

五、用户操作主流程

六、页面逻辑

七、页面详细功能说明

7.1 登陆页

7.2 注册页

7.3 首页

7.4 通知

7.5 想法

7.6 我的

八、总结

一、文档综述

1.1 版本修订记录

修订时间	修订内容	修订人
2018/3/31	撰写文档	AAA

1.2 PRD 输出环境

文档名称	知乎 2.0PRD
版本	知乎 2.0
体验环境	安卓 7.0
撰写时间	2018.3.31
撰写人	AAA

1.3 产品介绍

知乎是一个真实的网络问答社区，社区氛围友好与理性，连接各行各业的精英。用户分享着彼此的专业知识、经验和见解，为中文互联网源源不断地提供高质量的信息。（援引自百度百科）

二、产品分析

2.1 用户需求分析

在知乎这个话题广泛、内容繁杂的 UGC 社区中，用户需求主要分为内容消费、内容生产、社交三类：

1 内容消费

- 搜索与关键词相关的深度内容，知乎是互联网深度内容的密集区，相当于一个深度版的搜索引擎；
- 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；

2 内容生产

满足心理诉求：

- 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。

3 社交

知乎作为社区为用户提供了绝佳的社交环境，用户在问答中交流想法、分享感受，每一个话题下都聚集着一群兴趣相近的人，很容易就遇到志同道合的想要结识的人。

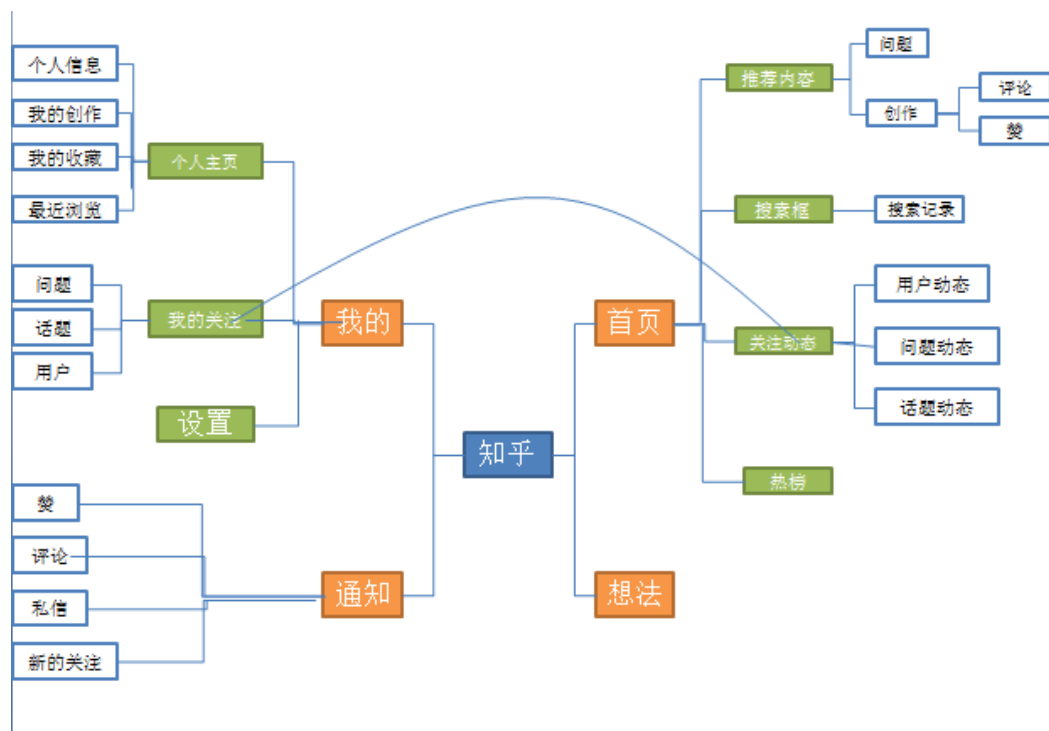
2.2 用户定位

知乎上聚集的是向往中产阶级生活的年轻人，他们关注财务自由、人格独立，常见提问方式有“如何优雅地 XXXX？”、“XXXX 是怎样的一种体验”，身上有知识分子的理想主义特征，他们认为自己 and 混贴吧、玩空间、刷微博的网友有本质区别，**有品位、有态度、有深度**的观点才符合其身份认同。

期望与现实的落差促使他们产生**强烈的求知欲**，希望从各路大牛的犀利观点中获得提升自我的知识，他们需要通过获得“我在学习”的感受来**缓解现实焦虑**。

三、产品结构

3.1 产品功能结构图



四、全面说明

4.1 功能权限

(1) 分为登录未状态和登录状态

(2) 未登录状态下，只看到登陆界面

•手机号登录

(3) 登录状态下可以进行 APP 内所有操作

4.2 键盘说明

(1) 点击手机号输入框时页面底部弹出数字键盘;

(2) 点击搜索框、编辑笔记框或评论框时页面底部弹出字母全键盘。

4.3 提示信息



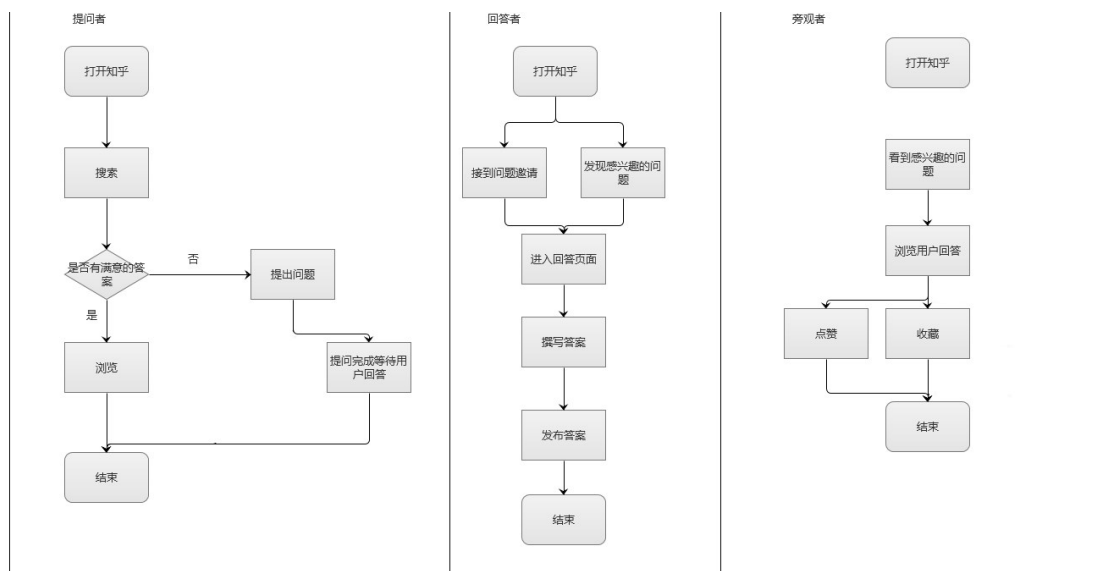
1. 提示信息在页面居中位置弹出。
2. 提示信息弹出后，原页面内容整体变暗

4.4 界面异常

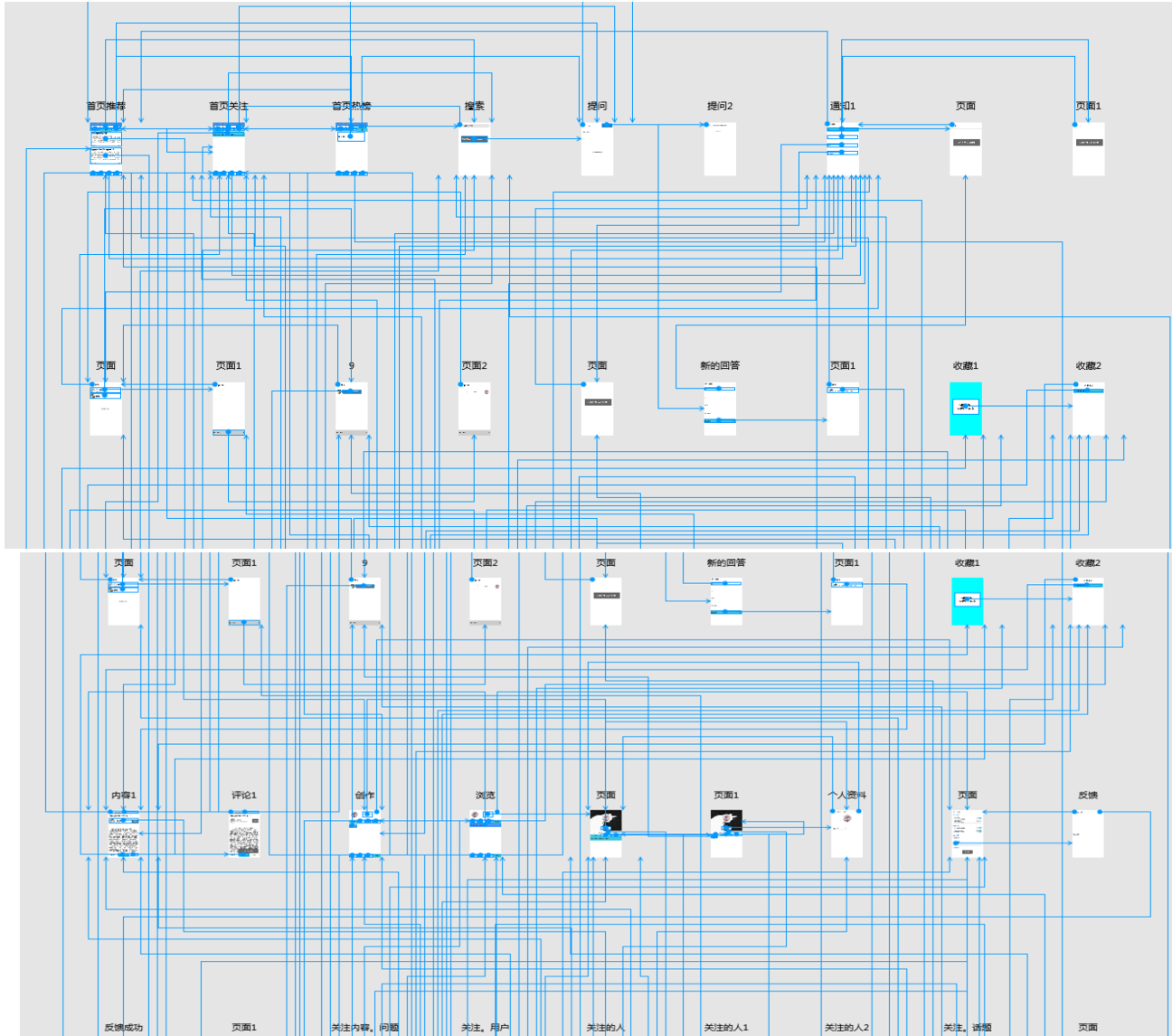


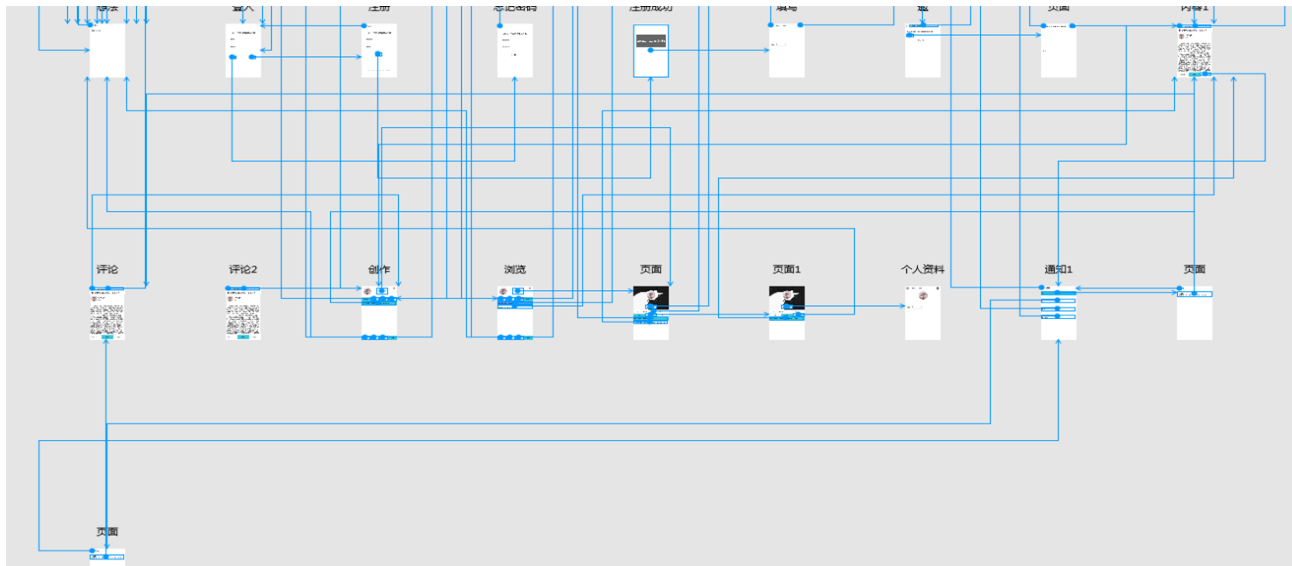
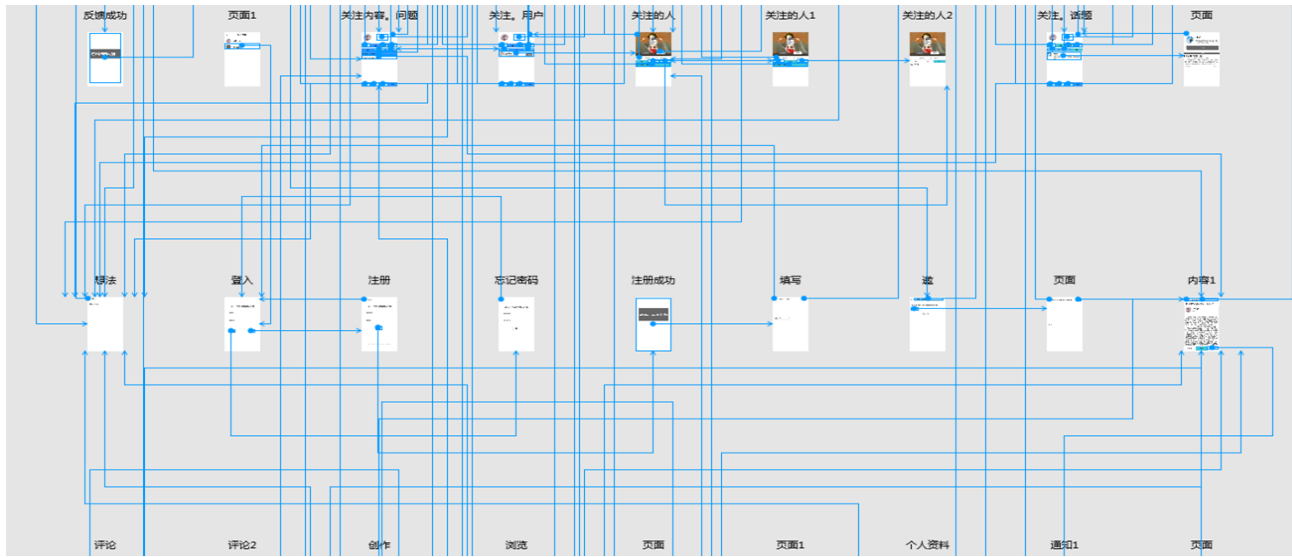
若网络异常，将无法继续浏览界面，会弹出异常界面。

五、用户操作主流程



六、页面逻辑





七、页面详细功能说明

7.1 登陆页



页面逻辑：

在已经连接网络的情况下，启动 app 直接进入登陆页面；

如果用户不操作页面，不能进入首页；

用户仅能通过账号登录；

登录完毕后即可进入到首页 浏览内容。

2) 登录未连接网络

在未连接网络的状态下，app 直接进入到异常提醒页面

页面交互说明：

- 用户点击登录，页面跳转到输入手机号登录页面，点击“输入手机号码”处，键盘才跳出；
- 输入好手机号码后点击确定按钮，页面跳转到输入验证码页面并开始 60 秒倒计时，键盘自动跳出，用户自己调到数字键盘；

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。

如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/236224100020010201>