

校易换校园闲置小程序

需求优先级规划文档

基于重要紧急四象限法则 | 产品实习作品集版

项目名称	校易换 - 校园学生闲置物品交换小程序
文档类型	需求优先级规划 / PRD 补充文档
适用阶段	MVP 一期上线、二期体验迭代、三期规划能力
核心目标	优先保障“同校可信身份 + 闲置发布 + 浏览发现 + 私信沟通 + 个人管理”的基础交易闭环
目标用户	毕业生出闲置、低年级学生收闲置、同校学生短距离交换/赠送/低价转让

1. 规划结论摘要

校易换一期不追求功能大而全，而是优先搭建“可信校园身份 + 商品发布流转 + 私信沟通”的最小可用闭环。根据重要紧急四象限法则，登录认证、校园核验、商品发布、首页广场、搜索/分类筛选、私信聊天、个人中心、我的发布、举报等功能应作为一期必须上线能力；收藏、毕业季专区和高级筛选等能力更适合放入二期优化；校园地图、信用评价、愿望匹配、AI 发布辅助等能力可作为三期未来规划。

上线阶段	四象限定位	代表功能	规划原因
一期上线（必须做）	Q1：重要且紧急	登录认证、校园核验、商品发布、首页广场、商品详情、搜索、基础分类筛选、私信聊天、个人中心、我的发布、举报入口	打通从认证、发布、浏览、沟通到管理的核心闭环，解决信任与交易效率问题。
二期迭代（优化做）	Q2：重要但不紧急	收藏、毕业季专区、高级筛选、搜索联想、发布状态管理、消息快捷回复、举报处理反馈	提升留存、复访和高峰场景转化，但不影响一期核心闭环跑通。
三期未来功能（规划做）	Q4：重要性/紧急性相对较低或依赖数据积累	信用评价体系、校园地图交点、愿望匹配、AI 发布助手、积分/环保值、运营推荐位	用于形成长期壁垒与社区氛围，需要在基础供需数据稳定后再建设。

2. 优先级评估方法

本次需求排序采用“重要紧急四象限法则”，并结合 C 端小程序 MVP 的产品目标进行裁剪。评估时不只看功能是否常见，而是看其对交易闭环、校园信任、安全风控和用户复访的影响。

评估维度	判断标准	对应产品问题
重要性	是否直接影响核心业务闭环、校园信任、安全风控、交易转化	没有该功能，用户是否无法发布、浏览、沟通或管理闲置？
紧急性	是否为一期上线前必须具备，或是否影响主要用户路径可用性	没有该功能，MVP 是否无法验证“校园闲置流转”价值？

成本与依赖	是否存在技术/审核/运营依赖，是否可用轻量方案先替代	功能是否需要大量数据沉淀、人工运营或复杂风控？
差异化价值	是否能体现校易换区别于闲鱼、微信群和普通校园二手工具的优势	是否强化“同校认证、校园交易、低价值物品流转”的定位？

3. 重要紧急四象限划分

四象限	对应阶段	功能归类	判断依据
Q1 重要且紧急	一期上线（必须做）	登录认证、校园核验、商品发布、首页广场、商品详情、基础搜索、基础分类筛选、私信聊天、个人中心、我的发布、举报入口	这些功能直接决定用户能否完成“认证-发布-浏览-沟通-管理”的主流程，是 MVP 验证必须具备的能力。
Q2 重要但不紧急	二期迭代（优化做）	收藏、毕业季专区、高级筛选、搜索联想、消息快捷回复、发布状态管理、举报处理反馈	这些功能有助于提升效率和留存，但一期可通过轻量入口或基础能力替代，不影响最小闭环上线。
Q3 紧急但重要性较低	一期轻量处理 / 二期完善	发布成功引导、空状态引导、网络异常重试、基础运营 Banner	这些能力对体验完整度有帮助，但不应投入过多复杂设计，一期采用标准兜底方案即可。
Q4 不重要且不紧急	三期未来功能（规划做）	信用评价体系、校园地图面交点、愿望匹配、AI 发布助手、积分/环保值、推荐算法	需要较多用户数据或运营验证，适合在供需规模增长后建设，不建议一期过早投入。

4. 功能优先级总表

为保证表格可读性，本章节将功能按上线阶段拆分展示。每个功能均给出四象限归类、优先级和产品取舍原因。

4.1 一期上线功能（必须做）

功能	象限/优先级	判断	优先级原因
登录认证	Q1 / P0	重要高、紧急高	用户进入核心功能的前置条件，未登录无法发布、私信和管理个人资产。
校园核验	Q1 / P0	重要高、紧急高	校易换区别于闲鱼和微信群的核心信任机制，直接解决校外人员混杂与身份不明问题。
商品发布	Q1 / P0	重要高、紧急高	供给侧核心功能，支持图片、价格、描述、处理方式填写，是形成商品池的基础。
首页广场	Q1 / P0	重要高、紧急高	承接商品曝光、浏览和转化，是用户发现同校闲置的主要入口。
商品详情	Q1 / P0	重要高、紧急高	用户判断是否私信的关键页面，必须清晰展示图片、价格、描述、发布者与交易方式。
私信聊天	Q1 / P0	重要高、紧急高	解决微信群沟通分散和无官方沟通渠道的问题，是交易转化必备链路。
个人中心	Q1 / P0	重要高、紧急高	承载认证状态、发布管理、收藏、消息等入口，保证产品基础完整性。
我的发布	Q1 / P0	重要高、紧急高	发布后用户需要查看、管理和下架自己的商品，否则发布链路不

			完整。
搜索	Q1 / P1	重要高、紧急高	解决“找不到同校物品”的高频痛点，一期先做基础关键词搜索。
分类筛选	Q1 / P1	重要高、紧急高	提升浏览效率，一期支持基础类目、处理方式、价格区间等轻量筛选。
举报	Q1 / P1	重要高、紧急高	安全与信任兜底功能，一期至少提供举报入口和基础处理提示。

4.2 二期迭代功能（优化做）

功能	象限/优先级	判断	优先级原因
收藏	Q2 / P2	重要中、紧急中低	提升复访效率，但一期可通过私信记录和浏览入口弱替代，不影响核心闭环。
筛选增强	Q2 / P2	重要中高、紧急中	包括距离、发布时间、校区、新旧程度、自提/配送等条件，适合基于一期数据再优化。
搜索优化	Q2 / P2	重要中高、紧急中	包括搜索联想、热门搜索、无结果推荐，提升找物效率但不是一期上线阻塞项。
毕业季专区	Q2 / P1	重要高、紧急中	符合校园高峰场景，是差异化亮点；一期可先放 Banner，二期建设独立专区。
举报处理反馈	Q2 / P2	重要中高、紧急中	一期先提供举报入口，二期补充处理状态和反馈闭环，增强安全信任。

4.3 三期未来功能（规划做）

功能	象限/优先级	判断	优先级原因
信用评价体系	Q4 / P3	重要中、紧急低	需要交易完成数据积累，适合后续强化校园可信交易氛围。
校园地图面交点	Q4 / P3	重要中、紧急低	需要维护校区地点数据，一期可先用文字选择方式替代。
愿望匹配	Q4 / P3	重要中高、紧急低	有助于从“人找物”升级为“供需匹配”，但依赖商品标签和用户需求数据。
AI 发布助手	Q4 / P3	重要中、紧急低	可降低发布门槛，但需模型能力与内容审核策略，不适合一期优先投入。
积分/环保值	Q4 / P3	重要中、紧急低	用于长期社区激励和环保价值表达，应在交易闭环稳定后再建设。

5. 一期上线范围：必须做

一期目标是验证“同校可信闲置流转”是否成立，因此需求范围必须克制，优先保障核心主流程可用、安全可信、管理闭环完整。

模块	一期功能	需求范围	验收标准
用户身份	登录认证、校园核验	手机号/微信登录；提交院校、学生证/邮箱等认证资料；认证通过后进入首页	未登录不能发布和私信；认证失败返回修改资料；需展示认证状态
供给发布	商品发布、发布成功页	上传图片、填写价格、描述、处理方式；提交后上架首页广场	未上传图片或无描述时提交按钮不可点击；发布后可进入我的发布查看
浏览发现	首页广场、商品详情、基础搜索、基础分类筛选	首页展示商品卡片；支持关键词搜索和基础分类/处理方式筛选	用户能从首页找到商品，点击进入详情并获得足够决策信息
交易沟通	私信聊天、消息入口	详情页点击私信进入对话；可从底部消息查看会话列表	没有会话时展示空状态；网络异常时显示重试
个人管理	个人中心、我的发布	查看认证状态、我的发布、商品状态	我的发布为空时展示发布引导；支持返回首页
安全兜底	举报入口、网络异常、空状态	在详情页/聊天页提供举报入口；列表为空和网络失败有标准兜底	保证基本安全感与完整体验，不做复杂风控后台

6. 二期迭代范围：优化做

二期重点从“能用”升级为“好用”，围绕发现效率、复访效率、毕业季高峰场景和安全治理进行优化。

功能	二期需求	优化价值	观察指标
收藏	用户可收藏商品并在个人中心查看	解决用户短时间无法决策、需要回看商品的问题	收藏商品数、收藏后私信转化率
毕业季专区	建设独立专区，聚合免费送、打包出、宿舍自取	毕业季供给集中，适合作为差异化场景拉新	专区点击率、专区发布量、专区成交/沟通率
高级筛选	增加距离、发布时间、校区、新旧程度、配送/自提排序	提升用户找物效率，降低无效浏览	筛选使用率、搜索后详情点击率
搜索优化	搜索联想、热门搜索、无结果推荐相近分类	降低搜索失败率，补足商品池不足时期的体验	搜索成功率、无结果率下降
消息优化	快捷回复、交易状态标签、未读提醒	降低沟通成本，适配校园高频短句沟通场景	平均沟通轮次、消息响应率
举报处理反馈	举报后展示处理状态或基础提示	增强用户对平台安全治理的信任	举报处理完成率、重复举报率

7. 三期未来功能：规划做

三期功能用于建设长期壁垒，但应建立在一期闭环和二期体验优化的数据基础之上，避免在产品尚未验证前投入过多复杂能力。

功能	规划方向	长期价值	前置条件
信用评价体系	交易完成后评价守时、物品真实、沟通友好	积累校园交易信誉，降低后续交易信任成本	依赖足够交易完成量
校园地图面交点	推荐宿舍、图书馆、食堂、自提柜等面交点	提升线下交接便利性和安全感	依赖校区地图数据和地点配置
愿望匹配	用户发布想要的物品，系统匹配相似闲置	从“人找物”扩展到“需求驱动供给”	依赖商品标签和供需数据积累
AI 发布助手	自动生成标题、补全描述、识别图片质量	降低发布门槛，提高商品信息完整度	依赖模型能力和内容审核策略
积分/环保值	对发布、赠送、完成交易给予积分	强化社区氛围和环保价值表达	依赖运营规则与激励机制

8. 功能取舍说明

本项目的关键不是复刻一个完整二手交易平台，而是在校园场景中优先解决“同校可信、低成本沟通、低价值物品快速流转”的问题。因此，支付担保、复杂物流、推荐算法、积分体系等能力暂不作为一期核心。

不优先做的方向	原因	替代方案
复杂支付担保	校园闲置多为低价、短距离交接，支付链路会显著增加开发和合规成本	一期以私信沟通和线下面交为主，后续根据交易规模评估
复杂推荐算法	冷启动阶段商品量不足，算法效果有限	一期采用时间排序、分类和搜索即可
完整物流体系	校内交易更适合同校自提/面交，配送不是核心矛盾	一期只支持自提/配送方式选择，不接入复杂物流
过重社区内容	会分散“闲置流转”的主目标	保留商品信息和沟通能力，社区氛围放到后续迭代

9. 一期上线验收指标

指标	计算方式	指标意义
认证完成率	完成校园核验用户数 / 进入认证页用户数	验证同校认证流程是否顺畅
发布成功率	成功发布商品数 / 进入发布页用户数	验证供给侧发布门槛是否合理
详情点击率	商品详情页访问次数 / 首页商品曝光次数	验证首页广场和商品卡片吸引力
私信发起率	发起私信次数 / 商品详情页访问次数	验证商品信息和沟通入口是否能促成交易意向
我的发布查看率	查看我的发布用户数 / 发布成功用户数	验证发布后管理需求是否被满足
举报率与处理率	举报次数、有效举报占比、处理完成率	验证安全兜底能力和内容质量风险

10. 结论

校易换的一期重点应围绕 P0 和 P1 需求搭建完整可用链路：登录认证、校园核验、商品发布、首页广场、商品详情、搜索/分类筛选、私信聊天、个人中心、我的发布和举报入口。这些功能共同支撑“同校学生之间可信发布、浏览和沟通”的核心价值。二期再围绕收藏、毕业季专区、高级筛选和消息效率进行体验增强；三期则在用户规模和数据积累后规划信用评价、愿望匹配、校园地图和 AI 发布助手等长期竞争力功能。