

产品经理体系出品

产品 五部曲

快速构建互联网产品知识体系

尹燕杰◎著

**INTERNET PRODUCT
KNOWLEDGE SYSTEM**

产品经理的进阶手册



 机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS



产品 五部曲

快速构建互联网产品知识体系

尹燕杰◎著



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

《产品五部曲》讲解一个产品从业者该如何自我提升。

入门篇是作为一个产品从业者，最起码应该掌握的基本知识，熟知该内容，便于后续更好地理解产品五部曲。

正文篇采用产品五部曲 V3.0，其演进过程是与时俱进的产物，其中理论章节直面“立项、需求、研发、运营、迭代”产品生命周期的核心问题，更多地加入了实际应用领域中的案例，给予各位或深或浅的产品实践的感官认知。希望大家通过对五部曲的理解，找到收获或感悟。

图书在版编目 (CIP) 数据

产品五部曲：快速构建互联网产品知识体系 / 尹燕杰著. —北京：机械工业出版社，2017.8

ISBN 978-7-111-57735-5

I. ①产… II. ①尹… III. ①电子商务—研究 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 192377 号

机械工业出版社 (北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

策划编辑：郝静 戴思杨 责任编辑：戴思杨

责任校对：舒莹 版式设计：张文贵

责任印制：李昂

北京宝昌彩色印刷有限公司印刷

2017年8月第1版·第1次印刷

170mm×230mm·24.75印张·1插页·326千字

标准书号：ISBN 978-7-111-57735-5

定价：79.00元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社发行部调换

电话服务

网络服务

服务咨询热线：(010) 88361066

机工官网：www.cmpbook.com

读者购书热线：(010) 68326294

机工官博：weibo.com/cmp1952

(010) 88379203

教育服务网：www.cmpedu.com

封面无防伪标均为盗版

金书网：www.golden-book.com

嘉宾推荐

虽然我几年前就在课程教学中引入了产品设计环节，但总有一种只可意会不可言传的神秘感。本书第一次揭开了互联网产品设计的神秘面纱，建立了清晰的产品设计理论体系，引入了大量生动的案例，既能使初学者一窥产品设计全貌，也能给资深产品经理带来启发与思考，值得推荐！

——徐恪 清华大学计算机系教授、博士生导师

曾多次受邀作为燕杰创办的产品经理体系的分享嘉宾，每次都深刻体会到嘉宾干货分享与学员求知欲望的完美融合。而这本书就是燕杰多年来在无数次分享与实践提炼出的精华。你在产品工作中遇到的各种困惑，书中都有答案。这是一本产品经理手边必备的实用参考书，值得产品从业人员用心品读。

——荣宾 小米生态的产品专家

产品是商业社会的核心，产品经理是构建这个商业社会的基石，在整个业务链条中产品经理是开发、运营、业务需求点等模块的桥梁。

做产品经理需核心关注的指标：① 效率提升；② 用户体验提升。

本书教你如何做产品需求管控、设计，以及产品上线经营，很好地阐述了产品经理的核心要素，并提供了教科书般的实战模拟案例。

——田学峰 八戒教育事业部总经理

本书面向初中级产品经理时，可定位为专业的产品经理工具书来使用。面向资深产品专家时，可用来巩固自身的产品架构与管理能力。

再次将此书推荐给初中级产品经理和想要成为产品经理的朋友们！

《产品五部曲》的讲述方式以（产品生命周期）这五部为基本，列举了很

多作者工作中的方法论和实践案例，大量的知识点使用实例来阐述，非常具备真实感。

既然能作为一本工具书，那么居家旅行、工作中傍身是很合适的，但工具书读起来未必那么有趣和好读。作为现在和即将成为产品经理的读者，还是要拿出求知和认真的态度，以学习的精神来践行对于产品的热忱。

——张国政 在线教育产品人，产品经理体系产品内训学院导师

每一位优秀的创业者都应具备产品经理的思维，而每一位成功的企业家必将拥有产品经理背景。创业最为艰难的是从0到1的过程，是从一个想法到找到第一个用户的过程，而这个最艰难的过程也是天使投资人最为关注和最想深入了解的。

创新是驱动未来的核心动力，而恰巧本书将创新路途中“艰难过程”拆解为五大版块：“立项、需求、研发、运营、迭代”来构造一个可持续迭代的产品理论。创业者通过书中系统的知识体系，可以快速搭建与塑造自身的产品思维观，同时以经验分享与实例证明的方式告诉你攻克难关的唯一方法，从而破0冲1，走向100+！

——沈伟 中科渥嘉创始人，虫洞创业之家联合创始人

在做投资的过程中，尤其偏爱投资做过产品经理的创始人，因为创业做项目的过程就是产品经理日常工作做产品的过程：立项、需求分析、研发产品、运营、持续升级，经验和能力一脉相承，所以说产品经理是优秀创业公司CEO的预备岗。

如果你想未来成为一名优秀的创业者，就一定不能错过《产品五部曲》这本国内产品经理的必备教科书。

——于向龙 起源资本投资总监（副总裁）

产品经理往往要从有经验的人做起，这个经验不一定是他懂，而是他遇到

的坑比较多，摔打得多了，自然就成为有经验的人。但是该如何培养新人，新人该如何入门一直是个难题。这本书比较全面地将做产品过程中涉及的诸多方面进行汇总和介绍，对于新人入门与成长是一本很好的书籍。同时《产品五部曲》的理论与实践内容，对于具有多年从业经验的产品经理来说，更是一部“再晋一层”的经典秘籍。

——尹广磊 Axure 中文社区创始人

产品经理是一个实践性非常强的工种，产品经理考验的不仅是使用工具的能力，更多的是一个人的综合能力，比如市场和需求的把握、商业模式的设计、产品细节的追求以及在做产品过程中与方方面面人沟通的过程。只有对行业或者人性有深入地了解，才可能做一个合格的产品经理。

燕杰作为一名资深产品经理，同时也是产品经理体系的创始人，他将他多年做产品的心得和对产品经理体系的研究写成这本书，对于产品经理们来说是非常有价值的，可在实际工作中借鉴参考，从而形成每个人不同的产品之道。

——林江发 中文在线副总经理，《产品经理那些事儿》作者

从安装在电脑上的各种操作软件，到大家购物使用的手机二维码。从装在汽车、家电等各种工业产品中的嵌入式操作系统，到每天让人们痴迷上瘾的微信、网络游戏，这些都与互联网产品息息相关。我们就生活在这些满足人们需求和欲望的无形载体之中，欲罢不能，这便是科学技术进步的结果。

在推动这些科技进步的人中，产品经理是不可缺少的原动力，感谢《产品五部曲》能直面产品痛点，解决与打通需求从构思到实现各环节。

希望有更多的产品人能够去阅读《产品五部曲》，从而获得改进社会进步的知识力量。

——尹良富 经济学者，上海社会科学院企业发展研究室副研究员

这是一本内容细致详实，涉猎广博的产品管理书籍。书籍内容引导产品从业者对产品工作进行深入思考，辅以市场学、项目管理学和组织管理学的内容，来丰富完善产品管理的学习体系。

作者以产品开发的时间顺序为轴，完整剖析了产品从需求收集到开发面市直至经历市场运作检验后的迭代演进过程，并结合深入浅出的语言，大量的图表和案例，生动地向读者阐述作者对于产品管理的理解。我相信这是一本值得产品从业者们共同去探究并深入学习的佳作。

——蔡学敏 洛客联合创始人 & 首席产品官

产品经理岗位由来已久，传统工业时期，产品经理就已然开始掌控和把握一款产品的生死存亡。现如今，互联网大潮的涌入，无非是让产品经理在思路和处事方法上增加了变通的空间。对于一个产品经理的从业基础和日常工作来说，与传统行业的产品经理相比较，没有多大的区别。

《产品五部曲》，从项目立项到产品迭代的产品生命周期进行曲。要看懂这部曲，对于新一代产品人来说，理解的意义更大于死记硬背和照猫画虎。书籍所阐述的内容只代表了我们的经验和教训，不能代表你所处的实际情况。请读者从自身情况出发，吸取我们的经验教训，贯彻自己的产品理念。

——李巍 瑞普思集团产品总监

近几年互联网的快速发展，企业对产品经理的需求越来越多，要求也越来越高，但大多数产品经理缺少系统性的学习和理论指导。强烈推荐《产品五部曲》作为产品经理的必读书籍，不管是初入门的产品经理，还是资深的产品经理，都可以从中获益多多。

当然，企业的 CEO 若能拜读此书，定然会增强对产品的全方位认识，有效地安排产品经理与各部门的协作与分工，打造优秀的产品。

——杨成龙 通力互联产品总监

依稀记得第一次担任产品经理体系北京 CP 分享会嘉宾的情景。

在台下：燕杰带领着体系的小伙伴们认真地将自己在实战中的案例一一分析、总结。

在台上：将这些成果毫无保留地奉献给业内同行与那些满怀热情、想进入互联网行业的新人们。

许多年过去了，燕杰依然脚踏实地、兢兢业业地在做这件事。

经过了这么多年的积累与总结，我们有幸盼到了《产品五部曲》这部书的出版，相信无论是行业大牛还是入门新人，都会从这本书中找到产品创造之路所需要的内容与精神。

——黄蒙 仓伏汇合伙人

人们都说书如其人，此书是燕杰牛刀小试，用心力作，却是给很多入行的产品人一个很好的启示录。

一个互联网产品人，无论你从何而来，总是为了一个共同的目的，做一个满足用户的产品，这里面共通的只有一点——人性。

五部曲，不是红宝书，但是能由浅入深，有逻辑有目的地去引导我们完成产品的规划、跟进直至完成迭代优化，其中给咱们最大的启示，不是如何做好产品，而是如何用心地去做产品。这里给的是工具、方法论，亦如过路的桥，指明了道路，科学的、重复的实操，千锤百炼，相信有志之士总会完成最终的升华。

推荐愿意有志从事互联网产品、运营的朋友好好读，多读，用心读，重复实战。

——陆飞 呆萌资本创始人

你可以获得基础，但更需要提升，本书就是告诉你产品真正的所思所想，长短优劣；细致的过程推导，简直就是产品界的武林秘籍。

——王宁 文艺骨干网运营官

产品工作是一项综合性要求很高的工作，需要从业者具备多方面的专业知识和素养，市场上现在很难找到一些能真正对产品工作阐述清楚的书籍和教程。本书对产品工作进行了详细的讲解，无论对刚刚参加产品工作的新人，还是对有着多年从业经验的老产品人，都具有很好的参考作用，是一本不可多得的好书。

——郑伟理 中财视讯产品总监

广阅图书，却难得看到将产品生命周期讲得如此深入浅出的内容。关注产品执行本身的每个节点，将一款产品从无到有推动起来，并详细描述产品经理在每个环节发挥的作用、产出成果物及应当具有的技能，而不是概述产品的思维方式。非常的真实、实际，是产品人在书架上一本不可或缺的经典之作。

——曹阳 国美管家产品经理

看了这本书我很震撼！《产品五部曲》系统地诠释了产品制作全过程，从想法到方案，从设计到落地，从问题到解答，作者通过自身多年经验和积累，诉说了产品的由来，把产品的精粹贯穿始终。

对于初入产品行业的伙伴，此书会让你对产品有系统的认知！对于已在产品行业的伙伴，此书正是你困惑中的灯塔，让人融会贯通！

——张雷 高德体育高级产品经理

互联网产品行业发展得如此快，业内一直没有完整的行业标准和理论体系，笔者是资深的产品经理和产品经理体系的创始人，作为行业公益组织的领袖，一直致力于打造良好的行业生态，梳理行业标准规范。

这本书是他个人以及体系的多年积累，建立了完整的产品理论体系，并引入了丰富的实践项目，是帮助产品经理进阶的最合适书籍。

——平进 美团资深产品经理

很早以前就参加过尹燕杰创办的产品经理体系的线下分享活动，学习到产品相关知识的同时，也认识了很多行业里的朋友。

产品经理由来已久，但互联网产品出现的时间并不长，随着互联网的不断发展，相关从业人员的需求也越来越大。产品类型、公司架构的不同，产品经理的工作能力要求和工作内容也是多种多样。很多产品新人会遇到各种各样的“坑”，通过斩荆披棘，最后不断成长。而本书作者有着多年互联网行业一线工作经验，并常年与产品经理群体交流。收集整理了很多实质性的问题，从中进一步梳理、总结，汇成本书。

本书对刚从事互联网产品的“菜鸟”有非常大的帮助，也会对“老鸟”产生很多启发。

——张常恒 中粮我买网高级产品经理

《产品五部曲》，让我想起“年轻时的我”。那时刚进入产品圈子，对产品的立项、需求、产品设计、研发、运营、迭代等一窍不通，更别说产品线、产品项目的管控。

而《产品五部曲》完美地诠释了产品人的工作内容、产品项目管控、产品的生命周期。五部曲是前产品人的经验精华，用工作中的实例全方位地解读产品人工作的“辛酸苦涩”。此书对“菜鸟”是指导与解决困惑，对“老鸟”是回忆与自我总结。

——阮亮亮 北京捷越联合高级产品经理

产品经理是一个风靡互联网时代的岗位，出现的时间不长，因其重要性却在快速发展。然而，这期间也是产品经理野蛮生长的时代，鲜有人对相关的知识进行系统的梳理。

对于一个新晋的产品人来说，知识结构混乱、逻辑不清晰常常困扰着我们，产品新人没人教，没人带，“野路子出身”的产品人思路混乱是一种常态。

《产品五部曲》既有成体系的方法论，又具有实践的指导意义，兼顾产品的执行落地。这本书一定能帮助你系统地厘清产品经理知识结构，梳理产品逻辑，最终实现产品从构思到落地。

——徐顺勒 浙江甬润科技产品经理

作者曾是我的领导，也是我产品入门的引路人，亦师亦友，看到文中有我们曾经一起工作成果的呈现，勾起往日回忆。早就听说燕杰要出五部曲，一直盼望。看完后，觉得如果大学中有产品经理这门课程，这本书可以作为教科书。因为它对产品的基本概念、导论、方法论、工具实操、案例实践，以及与干系职能，如研发、运营、测试、市场之间的关系和配合都尽心详解，让人对产品、业务、市场具有宏观的认知。它可能不会教你做出一个产品，但可以教你如何做好一个产品。

——熊芳才 小马管家产品总监

互联网思维下的精益创业模式，从产品立项、调研、最小可用版本发布、迭代运营，是符合认知用户痛点的产品规律，更是创新创业产品的不二法则。公司无论大小、资金多少，创业与产品发展的原理是相通的。感谢尹燕杰团队出品这本互联网思维的产品图书，案例都来源中国本土创新项目实践，非常接地气。

——韩卫 易海报创始人

听过多次燕杰导师的讲座，他与我印象中的产品经理不大一样，不太爱讲故事，而是沉浸在提炼实际工作的分享中，因此他给我留下深刻的印象。这回终于出书了，书里重新梳理过往的课程内容，语句精练得有他 PPT 里文字的影子，内容很饱满，温旧却不乏新的火花。

我以往对产品经理的认识是比较玄虚、不可名状的，听了他的课，才知道

原来做产品也是一门循章而为的技术活。在产品大咖的高谈阔论中，静静地谱写出了一套可执行的一线操作手册，应了时下热词“清流”。

——周小卫 壁虎高分起名首席产品官

《产品五部曲》使用简洁巧妙的维度表达，直击产品经理人要害，选取引人入胜的话题。所有产品人都应扪心自问，他们每天自吹自擂所研究的产品思路在实用性或重要性方面是否比得上这一佳作。

——杨志永 中企动力 SCRM 总经理

《产品五部曲》，根植于燕杰多年的实践经验和反复思考、打磨，将产品经理的工作流程梳理为行业的标准过程，值得捧书研读，同时也更适合编读边练，轻松掌握产品整体理念及全生命过程。

如果您已是产品人，通过本书可以对产品领域做深度延伸思考；如果您是想进入产品领域或刚刚进入产品领域的，那么此书的总结、沉淀与运用，无疑是让你快速理解产品经理这个领域的加速器，也是你对产品知识消化吸收的助推器。

——张文静 八戒教育副总经理

我 2006 年开始从事“产品经理”这个岗位，从画原型到产品生命周期的规划，逐渐认识到产品经理是一个拥有五花八门技能的职业，产品经理的晋升是逐步提升的。之前看到很多有关产品经理的书籍，也积累过数十页与产品相关的文档，但本书将产品工作的重点提高到了如何做商品，同时告诉即将入门的同学们，未来要走的人生每一步，经历的每一件事，都可以按照做产品的思路去考虑。

——岳纬 威腾网 CEO

推荐序

很荣幸地接受到机械工业出版社、中科渥嘉、产品经理体系及尹燕杰（著者）的共同邀请，来编写本书的序言。

有一个群体，几乎决定了我们每天的工作和生活——你握着什么手机、穿着怎样的衣服、端着什么咖啡、嚼着什么食品、乘坐哪种车、收看什么资讯、用什么工具交流和沟通……《产品五部曲》用深刻的内容、详实的数据、科学的分解，把这个群体的工作方法、思维模式、技术脉络，全景式地展现给所有希望了解他们的读者。

第一次拜读本书稿，即被作者的智慧和投入深深感动，再次深读内容，深感这是一本急需面世的好书。

可以说，世界范围的经济、技术、创新等多维度竞争，已经成为超越企业、组织和国界的综合能力的角力。在这一背景下，一个普遍的观点是：负责深刻了解用户、确定产品定位、选择技术和商业模式、推动开发组织（协调研发、营销、运营）、洞悉生命周期、确定和管理相应策略的产品经理，才是这个产品世界真正的主导。

社会经济的基本构成面是企业，而企业战略的发展和演变，其重担正是由产品经理挑起的。

大洋彼岸的硅谷，为何能时刻挂在国人心中；国内的中关村作为创业者圣地，又有什么潜在魅力呢？是追求商业价值、全面造福社会，还是追求诸多创业团队不断推出的吸睛的“创新型”产品？

创业打拼的是什么？是创新，是创新型的产品，是创新型的产品与服务。

拜读书稿的同时，得知产品经理体系是一个将近 11 年的产品人公益分享社群，感谢其在推进国内产品共识与分享中所付出的价值。“站在巨人的肩膀上”，让我们的产品能看得更远、走得更快。

作者作为体系的开创者，以自身的产品思维观所著的《产品五部曲》，从产品的立项、产品的需求推演、产品的研发管控到产品的迭代升级的一整套可持续的产品生命周期理论与实践案例，这些内容是多少创业企业、产品线负责人及产品人应该关注的。

当阅读到做一个产品“从可用—到能用—到好用”的“应用、平台、生态”化推演中，非常生动地演绎了一部互联网产品的进化史书。在看到共享经济的某些应用时，我想到自己任《互联网经济》总编时发表的一篇文章，今时补充在序里，希望能丰富读者的阅读。

“1978 年，美国得克萨斯州立大学社会学教授马科斯·费尔逊和伊利诺伊大学社会学教授琼·斯潘思联合发表了一篇论文《社区结构和协同消费：常规活动的方法》，其中第一次提出了共享经济这一概念。近 40 年后的今天，两位学者当年提出的共享经济这一词汇，所带来的各类应用及社会现象开始大行其道，得到了近乎疯狂的生长。”

“在共享的模式下，人类社会才有了对抗大自然繁衍生息的可能，才有了后来辉煌的文明和物种进步。之后，人类社会开始基于越来越复杂的社会分工，逐渐由整体性变得个体性。而随着人类社会财富的堆积，使得这种个体属性愈发明显，直到互联网这一划时代平台的出现，使交互变得丰富起来。在全社会范围内共享个体间的物品、时间、知识，甚至财富，社会结构和资源配置得到了极大的合理化利用以及运转。”

万变不离其宗，千变万化的共享模式，极大降低了供需两方的成本，大大提升了资源对接和配置的效率，基于财务成本，超乎时间成本。

互联网与智能，这两个关键词始终引领着当代创业者们前赴后继，在某系“大咖”及现象级产品突然有一天出现在我们面前时，读完此书，希望你能用正确的产品思维观来看待、分析产品本质，并关注产品从业者带来的价值。

如同夜空繁星一般，正是产品经理们的智慧、勤奋和能力，为我们带来极其丰富的世界，为我们的一生，不断带来新的生命和活力。

如今的时代，越来越多的企业会重视产品，重视与正视产品这个行当的从业者，并关注产品经理的职业发展生态，因为他们将带给我们更多的奇迹！

刘兴波

赛迪网总裁、总编

《互联网经济》杂志总编

前言

迷惑·初衷·读者

迷惑

我的迷惑与我同行，你呢？

沉浸在互联网的诸多战役中，作为军师的产品，你又会志向何方呢？

在很多场合，朋友们听到有人说一个公司的老板就是最大的产品；而谁听过一个国家的王，是国家最大的军师呢？

- 产品的年头越久，越远离产品梦？
- 如何踏上产品路？
- 初入产品的门槛在哪？
- 为什么我说的研发听不懂，为什么推翻了又来，为什么迭代没个头？
- 为什么一个作家，想要写作时的插图，明明在脑子里，却没有简易的工具能生成呢？

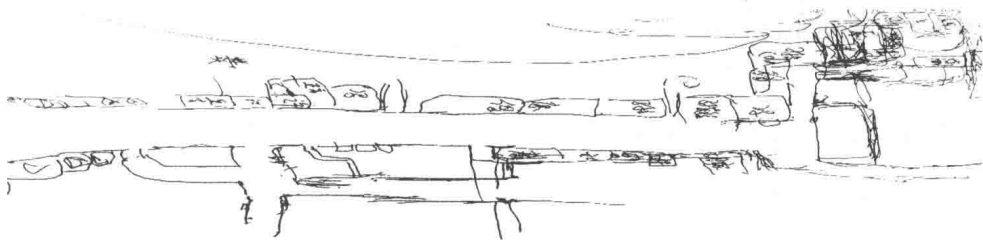


图1 头脑中儿时居住社区周边的草图^①

^① 作者根据头脑中记得的印象，画出来的儿时家周边的地图。



图2 百度中儿时居住社区周边的地图^①

初衷

写这本书的初衷，是为了让人们了解产品经理，他不是个名头，是一个需要具备一定综合素质的代名词集合，也是有最基础的入门要求及门槛的。

近几年很多大学生在择业时，专业课不精，又期待入门互联网行业。他们除了拥有名牌毕业证外，不会编程、不会测试、不会设计，只能去做“谁都能当”的产品经理。而国内一些互联网一线公司在校园招聘时，这些大学生也就变成了主力军。互联网及软件业界对产品经理的认识没有统一的价值观，造成很多产品人才沦陷，从业者迷茫地混了好几年。而今又有很多来自互联网一线的技术人才创业，产品、技术、运营一把抓，这种局面带来的是上一波的O2O倒闭潮。

尊重客观规律与人性是底线，但很多人浅尝辄止。懵懂地混迹产品圈几年的，占六成以上的产品从业者，希望能从基础开始逐步提升。

基础的产品学，在市面上始终无人愿意系统地整理，而此次写书也只是希望能帮助更多的产品从业者（或关注者）得到一点提升，更多的还需要细支

^① 百度地图中的景象，还能看到被拆的区域几年来依旧荒废。