

Valence

产品价值运营与治理模型

立项前设计价值。
上线后验证价值。
运行中持续治理价值。

公开详细介绍 | v0.6 | 2026-07-24

一、为什么需要 Valence

企业经常跟踪项目进度、上线、功能、Bug、培训和使用活动，但这些交付产出不能回答：产品到底创造了多少经济价值，以及是否仍值得继续投入。

Valence 是一套轻量的产品价值运营与治理方法，用于在重大投资前设计产品如何实现经济价值，在上线前建立测量准备，并在运行中持续支持投资与生命周期决策。

重大价值主张必须有可测量、可验证的货币化路径。非财务 KPI 是价值实现过程中的证据，不是经济价值本身的替代品。

Valence 适用于数字化产品、AI use case、业务应用、数据产品、平台、共享服务、客户数字触点，以及具有持续运行周期的战略举措。

二、Value Realization Chain

Primary Audience	Main Problem	Expected Change	Evidence KPI
Monetization Logic	Planned Monetized Value	Actual Recognized Value	Governance Decision

价值实现链必须从一个具体的 Primary Audience 开始，而不是“全体员工”或“所有消费者”。只有把目标受众和核心价值行为写清楚，Adoption 和价值计算才可信。

三、三类最终经济结果

类型	定义	典型结果
Grow	增加收入、贡献利润或现金流入。	转化、订单、复购、渠道或市场增长。
Save	减少或避免成本和资源消耗。	直接降本、成本避免、生产力、避免重复建设。
Protect	减少收入损失、风险损失或业务中断损失。	收入保护、合规、连续性、客户资产保护。

生产力、体验、决策质量、品牌、时间敏感性、风险降低、平台复用、学习和战略能力，都是价值实现机制。只有通过可信证据连接到 Grow、Save 或 Protect，才能成为被确认的经济价值。

四、计划价值与实际价值

Planned Monetized Value 是在重大投资前，基于明确受众、公式、假设、数据源、owner 和时间窗口估算的计划经济价值。

Actual Recognized Value 是已经获得数据、货币化逻辑、适当归因或置信调整，以及业务、财务或风险 owner 确认的经济价值。

交付产出 → KPI 证据 → 货币化 → 被确认价值

如果货币化路径尚未验证，正确状态是 Unvalidated Value Hypothesis，而不是随意编造金额，也不是自动认定“有价值”。

七、最小执行界面

方法论可以严谨，但普通产品经理或 Tech BP 只需要先回答六个问题：

- Primary Audience 是谁？
- 他当前最主要的问题是什么？
- 产品使用后，什么行为或业务结果应该改变？
- 看哪个 Evidence KPI 判断变化是否发生？
- 这个变化如何变成钱，Planned Monetized Value 是多少？
- 为什么必须是当前这种产品形态？

八、与 O2V、CLEAR 和 AiNOVA 的关系

O2V 定义端到端的 opportunity-to-value 逻辑。

CLEAR 把模糊信号转化为有依据的行动和验证输入。

AiNOVA 运行企业角色、决策、资金和治理节奏。

Valence 设计并治理产品与举措如何实现经济价值。

AiNOVA 可以在 Value Hypothesis & Validation 阶段调用 Valence 设计价值实现，也可以在 Product / Initiative Value Governance 阶段调用 Valence 验证实际价值和生命周期决策。

九、公开范围

本文件仅公开 Valence 的定位和高层原则，不公开详细

Playbook、客户阈值、计算规则、模板、提示词链或客户特定实施材料。

版权所有人：李智 / Li Zhi。保留所有权利。