



## 项目愿景报告

专业：数据科学与计算机学院

班级：软件工程 计应

课程：系统分析与设计课

小组成员：陈文汉、范纯燕、谭瑞林、

陈海城、叶泽坤、梁智辉

教师：潘茂林

## 修订历史

文档	版本号	版本更改说明	更改日期	更改人
初始草案	1.0.0	第一个草案，主要在细化阶段中进行细化	2017-03-23	叶泽坤、陈海城

## 简介

我们设想 **Mapmovie** 是下一代的、智能便捷的第三方电影售票 APP。它除了拥有传统的影院和电影票信息查询和在线预订功能之外，还可以即时播放上映电影的预告片，给出影院周边旅游、观光、购物、娱乐等推荐。若观众不能按时到场，更有“一键转卖功能”，为无法退票的用户排忧解难。

## 定位

### 1. 商业机遇

从用户角度考虑，**Mapmovie** 整合了影院周边信息，在给予用户更多描述和选择的同时可以有效地增加我们的流量。

在其它 APP 无法退票的时候，“一键转卖功能”可以填补市面上对这一需求的空缺，给予用户更多选择，激发用户之间的互动，为用户的交流和驻留提供方便，改变售票系统只是一个售票工具的现实。

### 2. 问题综述

传统的电影购票存在如下问题：

对退票支持较少。

用户之间沟通较少；

影片信息不够完善。

### 3. 产品定位综述

我们将 **Mapmovie** 定位为一个电影主题平台，致力为消费者提供在线选座、电影资讯、影院周边、一键转卖等服务。

通过我们的调查，**Mapmovie** 的目标客户是互联网最为普及的青年人。

我们借助受欢迎的影评平台，预告片的即时播放和影院周边信息来支持用户对电影进行选择。“一键转卖功能”可以为用户提供便利，其中的手续费可以带来收益而减少广告的投放，提高客户体验。

### 4. 选择和竞争

同类型的竞争产品如下：

格瓦拉、猫眼电影、淘宝电影、大众点评、微信电影票等  
第三方电影售票的市场虽以瓜分殆尽，然在细分市场中找到亮点，亦可突出重围，找到一席之地。

## 涉众描述

### 1.市场统计

据《2016 年中国在线电影票务行业研究报告》中提到：  
2015 年，全国居民人均消费支出汇总，教育文化娱乐占比 11%，可看出中国居民的需求结构正在逐步升级，文化休闲娱乐需求增强。  
观影人群中 25 岁及以下占比 51.4%，超过一半。  
2016 年中国在线电影票务市场线上渗透率达 74.7%，在线电影售票平台成购买主渠道。

### 2. 涉众（非用户）概要

影院所有人：希望借助售票平台售出更多的票，得到收益。  
第三方售票系统：帮助影院进行售票，搭起影院和观众的桥梁。  
影院周边业主:通过提供影院周边信息，例如小吃等，促进周边经济发展，同时也能帮助影院吸引更多观众，形成一个良性循环。

### 3.用户概要

购买电影票，得到观影体验。

### 4.涉众的关键高阶目标及问题

高阶目标	优先级	相关问题	当前解决方案
退票需求	高	当下电影票的退票功能不完善	提供“一键转卖功能”，给予用户自行处置影票的平台
挑选影院方案	中	影院众多，难以选择	提供影院周边设施和地图服务
挑选电影方案	中	电影的评判和挑选不太容易	提供预告片 and 优质影评帮助用户进行选择

（待修改完善）

### 5. 用户级目标

提供完善的影片信息，使得用户对影片能有更全面的认识；  
提供影院周边信息，帮助更好地策划自己的观影计划；  
处理销售交易、处理退票、入款、转卖；  
管理用户、安全性和系统表；

### 6. 用户环境

移动客户端。

## 产品概览

（待完善）

1. 产品展望
2. 优点概述
  - “一键转卖”功能；
  - 优质影评推荐和预告片播放；
3. 假设和依赖
4. 成本和定价
5. 许可和安装

## 系统特性概要

支付授权；  
实时交易；  
“一键转卖”功能；  
提供完善的影院和电影信息；  
（待补充）

## 其它需求和约束

为防止“一键转卖”功能成为黄牛利用的工具，我们约定使用该功能前，用户需先进行实名登记注册，且我们为每个用户维护一个信用记录，信用优良者才能使用该功能。

参考资料：

[http://report.iresearch.cn/report\\_pdf.aspx?id=2689](http://report.iresearch.cn/report_pdf.aspx?id=2689)