



## 调查报告

题目：关于电影购票与影视服务网站的调查

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

第一作者联系电话：18819253792

教师：潘茂林

一、 版本更新表：

文档	版本号	版本更改说明	更改日期	更改人
调查问卷	1.0.0	确定了问卷的 4 个问题，增加了影响影院推荐的因素问题。	2017-03-19	陈文汉、梁智辉、陈海城
调查问卷	2.0.0	重构问卷的框架，将其分为系统、影院、用户、功能四大模块，确定了问卷的 7 个问题。	2017-3-20	陈海城、叶泽坤、谭瑞林、范纯燕
调查问卷	2.0.1	增加一个问题：您的性别是？增加“播放预告片”“语音搜索”“智能推荐”等选项	2017-3-20	叶泽坤、陈文汉、梁智辉
调查问卷	2.0.2	增加一个问题：您是否希望购票系统能够提供“一键转卖电影票”功能？	2017-3-20	范纯燕、谭瑞林
调查报告	1.0.0	贴出了最终版本的问卷以及统计调查结果	2017-3-22	范纯燕
调查报告	1.1.0	增加了对调查结果的分析以及思考	2017-3-22	范纯燕
调查报告	1.1.1	增加了总结部分	2017-3-23	范纯燕

二、问卷设计（2.0.2 版本）

在设计问卷之前，我们小组组员首先对知名度较高的电影服务网站进行购票体验，业务调查、核心内容的横向对比等活动，并结合生活中的经验共同讨论制定出了这份调查问卷。

关于电影购票与影视服务网站的调查

震惊！中国最神秘的调查问卷竟然只有9道题...

1. 您的性别？ \*

☐ 男

☐ 女

2. 您的年纪？ \*

☐ <16

☐ 16~25

☐ 26~35

☐ >35

3. 您最常用的购票方式？ \*

- ☐ APP
- ☐ 网站
- ☐ 现场购票

4. 针对现有的电影购票系统，您最不满意的是？ \*

- ☐ 广告太多
- ☐ 操作太复杂
- ☐ 功能太少
- ☐ 收费推广电影，排名不实

5. 您最希望电影购票系统有以下哪些功能？ \* [多选题]

- ☐ 智能推荐电影和影院
- ☐ 语音搜索
- ☐ 影院周边推荐
- ☐ 导航
- ☐ 有预告片播放

6. 决定您选择一场电影的因素是什么？ \* [多选题]

- ☐ 演员
- ☐ 导演
- ☐ 电影的类型
- ☐ 评分
- ☐ 朋友推荐
- ☐ 一时兴起

7. 您最喜爱的一个影评网站/App是什么? \*

☐ 不爱看影评

☐ 豆瓣

☐ 大众影评网

☐ 烂番茄

☐ 百度电影

☐ 知乎

☐ 时光网

☐ IMDB

8. 决定您选择一个电影院的因素是什么? \* [多选题]

☐ 便宜

☐ 场次多

☐ 规模大, 环境好

☐ 周边设施好

☐ 可自带饮料

9. 您是否希望购票系统能够提供“一键转卖电影票”功能? \*

☐ 是, 必须原价卖出

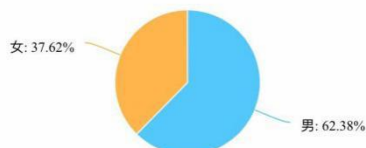
☐ 是, 愿意适当降价卖出

☐ 否

### 三、对调查结果的分析与思考

(1)

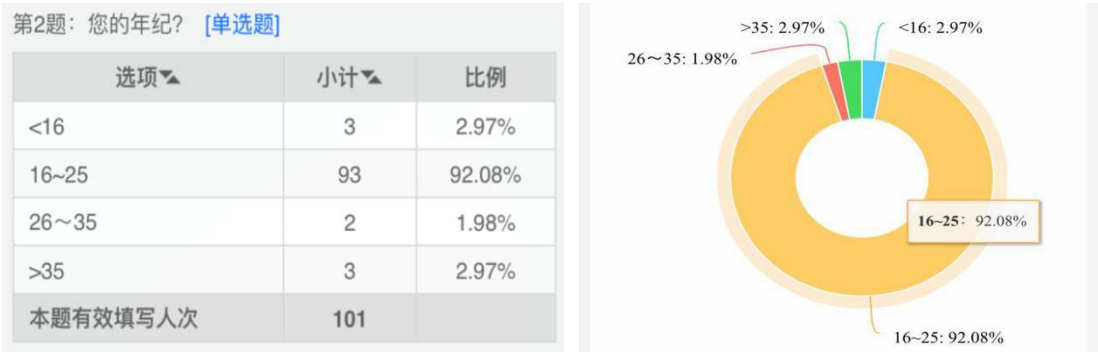
统计结果 详细数据		
第1题: 您的性别? [单选题]		
选项	小计	比例
男	63	62.38%
女	38	37.62%
本题有效填写人次		101



**分析:** 由上图可知, 我们本次发送出去的问卷一共得到 101 份有效的答卷, 其中男生的比例为女生的 2 倍。

**思考：**本来设计这道题的初衷是我们可以了解到从男生和女生的视角分别来看待这个问题，让我们能够得到更加全面的调查结果，是个非常有必要的问题。但是后来我们才知道所使用的这个问卷制作软件（公众号：问卷星）只是简单地将答卷的数据进行加法处理，而无法帮我们将男生和女生的问卷区别开来统计，因此这个问题我们没能够得到预想的结果。与其说是这个问卷软件有缺陷，倒不如说是我们初期准备工作做得不够好。这也启示我们在项目开启之前应当对各个环节都有所了解，注重细节，否则将会对全局造成一定的负面影响。

(2)



**分析：**由上图可知，本次参与问卷调查的有 92.08%人年龄落在 16~25 的范围内，只有极少数人的年龄是超出这个范围的。

**思考：**设计这个问题主要是帮助我们定位我们将要设计的“新一代电影购票”系统的目标受众是什么，从调查的结果来看，我们的目标受众应当是青年人。但是事实上，由于我们小组成员的生活圈子都比较相似，接触到的人大部分都是青年人，并且目前互联网最为普及的人群也是青年人，因此如果要得到更加客观的结果，或许应当将问卷平均地发放到各个年龄阶段的人中，从目前的情况看来，我们短时间内还无法做到这一点。

(3)

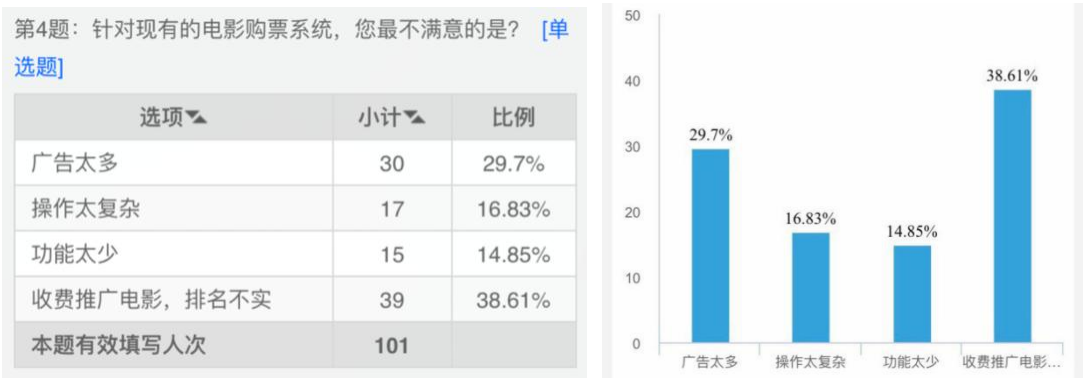


**分析：**由上图可知，参与调查的人中，有 74.26%最常用的购票方式为 APP，还有

一部分人经常现场购票，只有较少数人常用网站购票。

**思考：**我曾经看到过一篇文献，是关于移动 APP 正在逐步取代移动网站，并设想在不久的未来，将会大面积取代的，再由我们的调查数据显示，开发一款电影购票的 APP 比开发一个网站更受欢迎，这个问题直接指导了我们的技术方向，我们认为市场对于软件开发是至关重要的。

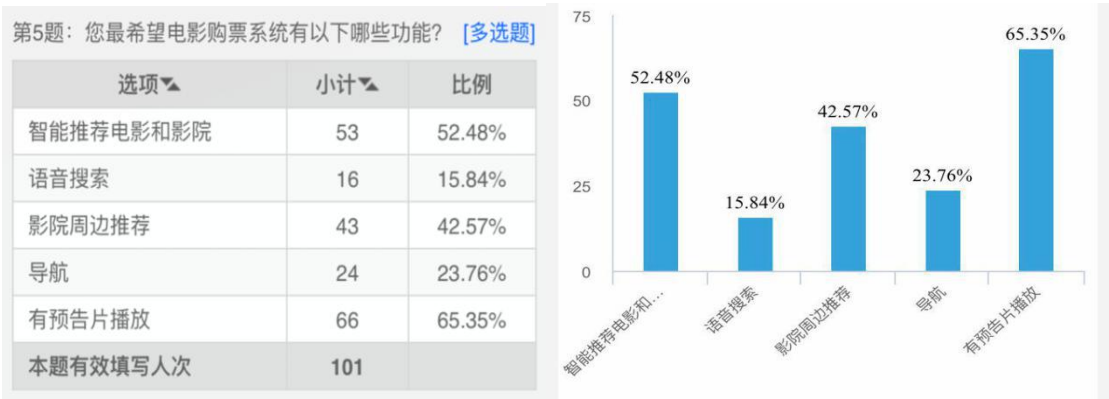
(4)



**分析：**由上图可知，有 38.61%的人认为电影购票系统收费推广电影，导致在该系统中显示出来的电影排名不实是最不能容忍的，有 29.7%的人对现有的购票系统中存在着大量的广告感到不满意。

**思考：**关于电影的排名问题，我们小组希望能够找到一个较为权威的受欢迎的影评平台来支持我们将要开发的“新一代电影购票系统”，使得系统中的电影排名更具参考性，这个问题也与之之后的一个关于影评的问题调查有关。而针对广告太多的问题，我们小组也将提出一个新的观点，来支持系统的收益，从而减少插入广告，这个问题在后面也会涉及到，这里就不赘述了。

(5)



**分析：**由上图可知，大部分人希望电影购票系统能够统一提供预告片的播放，使

得他们不必再去其它地方搜索预告片，并希望能够智能地推荐电影和影院以及周边推荐。

**思考：**据我们小组对现有电影购票系统的调查，这些功能几乎没有被实现，因此我们可以考虑将这些功能作为一个辅助业务，增加购票系统的流量或者减少流量的流失，但是这可能也会带来新的问题，比如导致界面太过复杂，实现难度大等问题，因此我们还需要在后续的任务中逐步确定所要扩展的功能。就目前而言，我认为播放预告片是一个非常值得考虑的亮点。

(6)



**分析：**由上图可知，参与调查的人群中，决定选择哪一场电影的主要因素有电影的类型、演员、朋友推荐、电影的评分，这些因素所占百分比均超过 50%。

**思考：**在上一个问题中，有超过 50%的人希望电影购票系统能够有智能推荐电影的功能，因此这个问题正是对上一个问题的扩展。从调查的结果看来，我们可以根据用户的历史浏览记录，来评估用户的喜好，运用人工智能的技术向其推荐可能会喜欢的电影，这适用于电影的类型、演员；对于朋友推荐这一因素，我们可以增加好友互动，或者从用户的好友列表中获取好友喜爱看的电影的特性来向其推荐；对于电影的评分这一因素，同样，我们会在下一个问题中涉及。

(7)

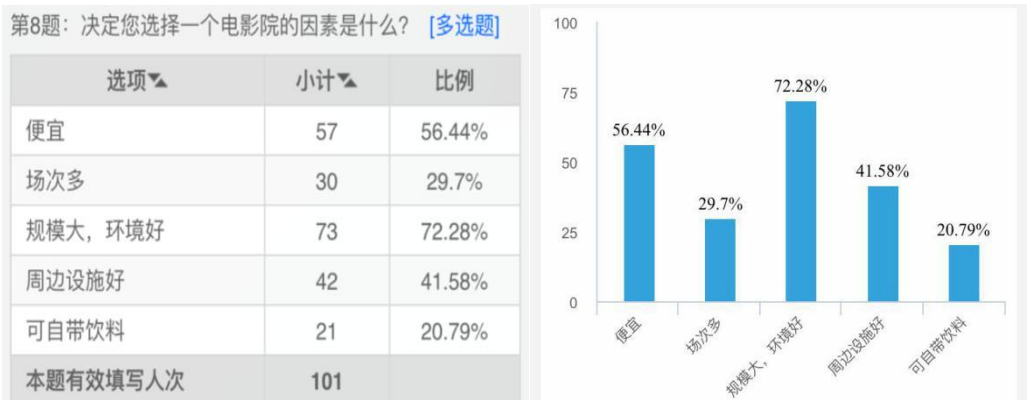




**分析：**由上图可知，有 43.56%的人最喜爱的影评平台是豆瓣，有 32.67%的人表示不爱看影评，而喜爱其他的影评平台的人是较为少数的。

**思考：**对于这一调查结果，有点出乎意料，不爱看影评的人竟有 32.67%，而前面有一个问题是决定选择一场电影的因素有哪些，其中却有 53%的人选择了评分，事实上评分也是影评的重要组成部分，这一结果似乎有些矛盾了，可能是我们在这个问题的选项设计上有些问题，例如有另外的受喜爱的网站我们没有列上去或者我们对这个问题的表述不太好。不过值得肯定的是，在这么多较为权威的影评平台中，豆瓣深受大部分人的喜爱。

(8)



**分析：**由上图可知，有 72.28%的人认为决定他选择一个电影的因素是规模大、环境好，有 56.44%的人认为是价格便宜，还有 41.58%的人认为是影院的周边设施好。

**思考：**这个问题实际上是对前面一个关于智能推荐影院的选项的扩展，这个问题给我们的启发是从调查的结果中，我们总结出最主要的因素，并将其作为一个新的功能加入购票系统中，为用户提供更多的影院信息，帮助他们选择心仪的影院，以此来提高用户的购票体验，从而增加系统的流量。

(9)





**分析:**由上图可知，绝大部分人都希望电影购票系统能够提供“一键转卖电影票”的功能，其中，有 69.31%的人表示愿意适当降价卖出，有 24.75%的人表示必须原价卖出电影票。

**思考:**目前，大部分影院都是不提供退票服务的，从调查结果我们可以看到“一键转卖”这个功能得到了极高的支持率，并且也有大部分人表示愿意适当降价卖出，那么我们的购票系统可以从转卖的票中收取 3%的费用来增加系统的收益，缓解削减广告带来的损失，事实上 3%的费用在大部分的退票机制中是非常低的，通常都会收取 15%，因此它的可接受度高。“一键转卖”可由用户自愿出价转卖，减少因特殊情况无法正常观影带来的经济损失，同时这也相当于我们的购票平台上有了一些特价票，从理论上讲，能够有效吸收流量，又使购票无忧，用户的体验感必然会有所增加。另外，我们小组有人提出这是否有可能被“黄牛”利用，高价出票呢？针对这个问题，我们给出的解释是：首先，这是一项高风险、高成本、低收益的事情，从理论上讲是不足以吸引“黄牛”的；然后，于影院而言，这相当于在现实中都发生过的电影包场，这是影院求之不得的，自然不会有什么影响；于普通用户而言，电影场次很多，影院也很多，而“黄牛”不可能垄断所有的电影院，所有的场次，这是很疯狂的，几乎不可能发生，因为没有什么利可图；如果在实践中，确实吸引了“黄牛”，那大可对转卖价格进行不得高于原价的设置，这几乎是对于所有的普通用户都可接受的。

#### 四、调查总结

根据以上的调查结果的分析与思考，我们小组最终达成一致，实现“一键转卖”功能是一个直接改进购票过程体验的亮点，而提供“预告片播放”功能作为一个辅助性亮点业务，能够帮助系统获得新流量或减少流量损失。