

# 项目愿景与产品概述

——“软小票”，清华大学校内活动抢票小程序

By 涂亦驰，曾正，邓博文，朴铤浚

## 一， 简述

此文档陈述的是“软小票”抢票小程序的设计项目愿景以及产品的概述，目的是使开发者和程序用户在阅读本文档后，能够对“软小票”的产品目标、用户类型和功能模块等方面有初步的认识。

“软小票”面向清华大学校内所有学生活动，并给这些活动提供发布信息、出售活动票的端口；同时关注学生参加校内活动时出现的问题，力图为学生提供一个方便且高效的活动关注与抢票平台。

“软小票”由本开发小组合计四人合作开发，产品目标受益者为清华大学校内学生以及学生活动主办方。详情见下文“涉众与用户说明”。

## 二， 产品目标与定位

微信拥有大量的用户基底，将清华大学活动主办方提供于门户网站上的校内活动信息与服务通过微信移植到手机上的产品，有广泛的应用前景。

### 2.1， 问题描述：

问题 1	活动主办方除了本系学生活动群外，没有方便的公开发布活动信息的平台
影响	活动主办方往往采用贴布告、设路边站点的方式进行活动前的宣传，需要花费额外的人力物力；活动主办方为了让其他院系的学生也能参加活动，往往被迫预留一部分活动票，不提供给本系学生
解决方案	在“软小票”上登记发布计划中的活动，感兴趣的学生公平抢票
优势	可以通过分享等功能扩大活动的知情度，既有方便快捷的平台，又能顺带解决售票的问题

问题 2	学生不能方便直观地了解到近期感兴趣的活动，或是因为各种原因错失活动票
影响	学生参与校内活动受到很大的限制，感兴趣的活动可能一票难求
解决方案	在“软小票”上验证身份，通过搜索功能快速查找到感兴趣的校内活动，并在软件上参与抢票
优势	便利了学生参与校内活动，间接提高学生参与活动的热情

### 2.2， 产品定位：

与市场上常见的抢票软件相比，我们的“软小票”具有以下特性：

1，“专门性”，我们的目标受众非常明确，针对的是校内的全体学生，目标活动是校内举办的学生活动，旨在解决同学参加校内活动时遇到的诸多困难。

2，无需安装第三方的抢票软件，减少手机空间的占用，且对开发者和使用者都显得精巧快捷。

3，相比于很多抢票软件在使用时要求用户进行多重且繁琐的身份验证，我们的产品作为一个微信小程序，仅需与使用者的微信账户进行绑定，同时进行清华大学学生身份验证，即可实名享受产品提供的多项服务。

### 三， 涉众与用户说明

涉众	描述	职责
“软小票”开发团队	开发“软小票”活动抢票平台	对“软小票”进行设计、架构、编码、测试等
活动主办方	举办校内活动的个人或组织	向产品提供活动的名称、时间、地点、场次、票价等一系列信息
活动参与者	产品用户，完成身份验证的、有兴趣参加校内活动的学生	使用产品，搜索并关注、分享感兴趣的的活动，抢购活动票

### 四， 功能模块划分

#### “首页”模块：

对所有登记在册的活动进行罗列、分类和按标签展示。可以更改活动列表的排序方式。

在活动列表中，直观地展示该活动的缩略图、名称、时间、地点、主办方、票价、活动热度等信息。可以点击进入查看详细信息并按场次抢购活动票，或是关注活动、将活动分享给好友。

搜索功能，根据用户输入的关键词搜索符合要求的活动。提供当前的热门标签作为参考，同时可以查看搜索历史记录。

#### “个人信息”模块：

显示当前用户的微信头像、昵称、认证情况。可以点击头像进行用户的清华大学学生电子身份认证。

显示用户当前关注活动的数目。可以点击查看自己关注的活动。

可以点击检视用户自己预定的活动抢票订单，可以取消抢票。

### 五， 其他非功能产品需求

- 1， 作为微信小程序，应该符合微信平台的相关标准。
- 2， 小程序应该与配套开发的检票端（票务管理系统）相互关联。
- 3， 小程序应该与校内的信息门户平台相互关联。
- 4， 对用户的任意操作，响应时间不应该长于 5 秒。
- 5， 后台应该支持接受高峰时期的数据处理请求。

### 六， 优先级

本节定义了“软小票”计划功能的优先级。此处包含两个迭代周期，关键而基本的功能特性在第一周期中定义。

迭代周期 1:

（活动主办方）发布活动、（学生）抢购活动票

迭代周期 2:

活动的筛选与搜索