
项目愿景说明书

——微信公众平台“清小团”

Version 1.0

编写者

Prepared by

团队：扬帆启程

Group Name: Sailon

陈华榕	Huarong Chen	2011013236	chenhuarongzp@gmail.com
文庆福	Qingfu Wen	2011013239	thssvince@163.com
庄晨帆	Chenfan Zhuang	2011013246	zhuangchenfan@gmail.com
杨 磊	Lei Yang	2011013256	yl93528@gmail.com
林维妮	Wheini Lin	2013400888	winnie180690@gmx.de
刘 谦	Qian Liu	2011013242	solidsnakekill@gmail.com

Instructor: 刘强，刘璘
Qiang Liu, Lin Liu

Course: 软件工程（3）
Software Engineering (3)

Teaching Assistant: 龚云飞，王得希
Yunfei Gong, Dexi Wang

Date: 2013/11/15

目录

文档修订.....	iii
1 简述.....	1
2 定位.....	1
2.1 市场需求.....	1
2.2 问题描述.....	1
2.2.1 活动门票发放.....	1
2.2.2 “尹福”知道.....	1
2.2.3 校内热门活动信息.....	2
2.3 产品定位.....	2
3 涉众和用户说明.....	2
3.1 涉众概要.....	2
3.2 用户环境.....	3
4 系统特性.....	3
4.1 用户认证.....	3
4.2 活动抢票.....	3
4.3 “尹福”知道.....	3
4.4 活动查询.....	3
5 优先级.....	3
6 其他产品需求.....	4
6.1 适用的标准.....	4
6.2 系统需求.....	4
6.3 性能需求.....	4

文档修订

版本号 Version	主要作者 Primary Author(s)	简述 Description of Version	完成时间 Date Completed
1.0	文庆福、杨磊、庄晨帆、陈华榕	对项目整体进行分析，确定了项目的需求愿景，本文档撰写完成。	2013/11/15

1 简述

根据清华大学校团委新媒体组的要求,我们从学生自身角度出发,结合不同院系同学反映的实际需求,对“清小团”的需求进行详细分析,最终编写成为本愿景文档。

本文档主要是为开发“清小团”微信公众平台而编写,力求让需求方、用户以及开发者在阅读本文档之后,对我们所要开发的“清小团”形成全面清晰的认识。本文档从产品出发,阐明产品的定位,理清该产品干系人之间的关系,并对产品特性进行详尽的说明,并提出分析和设计方法,侧重于描述涉众和目标用户所需的功能和这些需求存在的原因。

“清小团”从学生的实际需求出发,专注于为学生的课外活动服务,提供在线抢票以及演出、讲座、体育赛事等信息的查询和推送服务。

“清小团”微信公众平台将由 Sailon 小组进行开发,该平台的用户范围是所有清华在校师生。

2 定位

2.1 市场需求

手机已然成为目前同学们获取信息、服务的最方便手段之一。清华大学官方在清华门户网站上为清华师生提供了大量的信息和服务,将这些信息与服务定制或移植到手机上的需求越来越强烈。

微信拥有超过 6 亿用户,日均活跃用户超过 1 亿,曾在 27 个国家和地区的 App Store 排行榜上排名第一。因此在微信上建立一个公众平台“清小团”,为广大清华师生提供便捷的校园服务、推送及时的校园资讯,具有广大的前景。

2.2 问题描述

2.2.1 活动门票发放

问题	师生不能及时获得活动门票信息,抢票难。
影响	降低师生对活动的热情与参与度。
解决方案	活动门票信息定时推送,增加相关活动信息查询功能; 购票采用抢票的方式:在规定的时段内向服务号发送购票信息,系统抽签后将购票成功与否的信息返回给用户。
优势	增强了活动的宣传力度,公平的抢票方式省去了排队购票的时间,电子门票更加方便且环保,新颖的抢票方式也将成为吸引用户的一大特色。

2.2.2 “尹福”知道

问题	同学们常常会问一些关于校内的信息,学习生活、衣食住行等等。现有的人人网公共主页“尹福”提问与回答的方式已经非常成熟,但需要登录人人网,添加尹福为好友,且不具有检索功能。
影响	无法在“尹福”快速地检索旧问题,经常出现重复的提问。

解决方案	向“清小团”提问，搜索“尹福”的所有问题记录，找到问题的最佳匹配，并返回人人网上该问题的相应回复。
优势	人性化、智能化服务，给用户获取信息带来便利，吸引用户群。

2.2.3 校内热门活动信息

问题	对于一些最新的热门活动信息无法全面关注。
影响	错过自己感兴趣的活动而遗憾。
解决方案	获取校内热门活动信息，按演出、讲座、体育赛事、文化素质教育讲座等类别分类，供用户查询。如有需要，可设置推送。
优势	用户能方便、快捷地得到校内热门活动信息。

2.3 产品定位

与手机 app 相比，使用微信公众平台具有以下几点特性：

1. 新颖、智能。微信服务号更像是一个“助手”，交互方式更贴近生活中人与人的语言交流，同时这种新颖的形式也会成为吸引用户的一个亮点。
2. 无需安装第三方 app，减少占用手机存储空间。
3. 手机 app 需要针对不同手机系统（例如 iOS, Android, WindowsPhone 等等）进行开发，对开发团队来说是工作量巨大。而微信公众平台基于微信进行开发，对开发者来说精巧、快捷。
4. 使用微信提供的高级接口，大大提高开发者的效率，功能更加鲁棒。
5. 通过微信公众平台的数据统计功能，用事实说话，不断地对产品进行改进、升级，使之更加贴近用户需求，优化用户体验。

我们充分利用微信服务号的特性，结合用户需求，筛选出若干个“最迫切”的需求，力求将功能做精做细。

“清小团”产品描述

目标用户	清华全体师生
简介	提供清华信息查询、资讯推送、校园服务
产品理念	智能化：交互流畅，操作简单，信息处理精确 个性化：定制信息
主要功能	热门活动抢票、校内资讯查询、“尹福”知道等等
卖点	抢票、“尹福”知道

3 涉众和用户说明

这一部分主要描述了“清小团”的涉众和最终用户。涉众主要包括 Sailon 开发团队、校团委新媒体组，用户主要是清华在校师生和校团委新媒体组的运营人员。

3.1 涉众概要

涉众	描述	职责
Sailon 开发团队	开发“清小团”公众平台	对“清小团”公众平台进行设计、架构、编码、测试以及部署等。

校团委新媒体组	“清小团”的主要管理人员	是“清小团”平台的需求方，平台完成后，运营平台。
在校师生	平台的用户	关注“清小团”，并使用其功能。

3.2 用户环境

校团委新媒体组的运营人员通过浏览器进入微信公众平台管理页面可以对在线平台进行运营管理，进入后台管理页面对数据库的部分数据进行管理；

师生可以通过 IOS、Android 等手持设备，登录微信，关注“清小团”，即可享受平台所提供的服务。

4 系统特性

下面描述了“清小团”微信公众平台的具体特性。

4.1 用户认证

用户通过“清小团”微信公众平台给定的链接，用清华大学信息门户的账号完成用户认证。

4.2 活动抢票

用户通过进入活动抢票模式，对校团委近期发起的特定活动进行抢票。如果抢票成功，用户获得该活动二维码形式的电子门票；如果抢票失败，用户获得抢票失败的提示信息。

4.3 “尹福”知道

用户通过进入“尹福知道”模式，向“清小团”微信公众平台进行提问，“清小团”微信公众平台从人人网的“尹福”和“尹小福”公共主页抓取信息，用户得到微信平台自动回复的答案。

4.4 活动查询

用户通过进入活动查询模式，选择演出、讲座、体育赛事等不同类别，用户得到“清小团”微信公众平台推荐的近期清华大学校内演出、讲座、赛事等信息。

5 优先级

本章定义了“清小团”微信公众平台特性的优先级。在愿景文档中定义的特性包括“清小团”微信公众平台的前 2 个迭代周期，关键特性在第一周期中定义。

迭代周期 1 包含最基础的功能：

- 用户认证

- 活动抢票
- 迭代周期 2 包括：
- “尹福”知道
 - 活动查询

6 其他产品需求

6.1 适用的标准

“清小团”应该符合微信公众平台服务号的相关标准。

6.2 系统需求

平台应该和配套开发的票务管理系统交互。

平台应该和人人网“尹福”公共主页交互。

平台应该和已经存在的校团委“学生清华”网站交互。

6.3 性能需求

活动抢票服务应该支持在任何时刻接受至少 500 个/秒的并发请求。

平台任何一次收到用户消息时应该在 3 秒内完成所有数据处理（特别是“尹福知道”）。

平台应该在 5 秒内回复用户消息。