

MOVIE+

1. 团队成员 Title & Team Roles

产品经理	蔡君爱
交互设计	陈彦霖
原型设计	于舒扬
文档专员	吴沅蓉
用户调研	李京真

1.1 任务分工

调研	李京真 吴沅蓉 蔡君爱
原型设计	于舒扬 陈彦霖
文档	全体

2. 问题以及解决方案 Problem and solution overview

如今很多人都选择看电影作为放松身心的一种方式，但又因为懒，宅以及影院太挤太远等原因不愿意出门，些电影只能在影院才能观看，在网上找的资源观影体验又很差。个人太孤单，在影院经常被情侣虐成狗？时间表完美错过影院，每一场放映时间，总得网上费尽心思地找枪版，画质感人不说，还总是弹出各种各样的小广告。这时我们就需要这样一款APP，让大家不用出门就能看到各种甚至是正在热映的电影，电影爱好者们还可以线上语音文字交流，这款app拥有多种功能，让你独享不孤单的电影狂欢。在任何时间任何地点看最新院线电影，你永远无法体会一个快乐宅的快乐有多么容易。打开MOVIE+，高清流畅的播放体验让您和票房都露出满意的笑容。进入私人虚拟房间，和你一起游历着同一个世界，听着你的声音，我们终于回到了同一个频率。MOVIE+，在对的地方遇到对的人，总是更理解你的心。

3. 情景调研用户Contextual inquiry customers

3.1 概述

我们采用了情境访谈的方式对MOVIE+的潜在用户进行了访谈调查，我们认为MOVIE+的潜在用户大多处于十几岁到四十几岁的年龄段，因此我们选择了这一年龄段不同职业的人进行访谈，有的是面对面访谈，有的是电话访谈，但都采用“师徒模式”，根据项目的需求，询问受访者的观影爱好、频率、地点、习惯等问题，并进行深入的探讨和确认。

3.2 调研对象a1

女生a1，北语商院学生，20岁。一般电影爱好者，平日会选择看书，看电影作为放松方式。遇到想看的电影会约朋友去看，如果约不到人也会选择一个人去影院看。在影院看电影很注意观影氛围，不希望周围有很吵的人，观影时会吃东西喝奶茶。对于电影票价可接受的范围为40-60.如果选择在家观看电影，使用的观影平台有腾讯、爱奇艺、哔哩哔哩等，哪里有资源就选择哪个平台。一般通过网络上的电影推荐榜单来挑选想看的电影，观影后会浏览别人的影评但自己很少发表相关评论。同样一部电影很少看第二遍，若是极度喜爱会二刷，但不会再花钱观看。我们向她介绍了我们这款APP后她表示很喜欢，觉得能同期看影院电影非常人性化，对于我们‘点外卖’的功能，她表示这个设计很独特，但希望不会影响app使用的流畅度。她希望这款app没有闪退，广告弹窗等影响用户体验的问题。个人需求：投屏。。

3.3 调研对象a2

留学生a2，21，在中国学习汉语，喜欢出去玩是个现充的人，不是一个宅的人。他平时通过看预告片（渠道：电影院、YouTube或者是大众点评）或是关注某一系列电影和喜爱的演员及导演得知和获取自己想看的电影信息。出门的话更倾向于与别人一起看，自己在家的话无所谓。看电影的频率不高，一般一个月一次。院线电影一定会去电影院看，因为播放设备无可取代，气氛非常好，爆米花也好吃。如果是很想看的电影不会等到下架之后找资源，一定会去电影院尽早看。如果是在家看电影，会看免费的老电影或者购买DVD，资源平台有iTunes、putlocker.com等。如果是已看过的很棒的电影，会在app上付费观看，第一次的话不会。

3.4 调研对象a3

自由职业者a3男 24 后期相关，他表示自己很喜欢看电影，且相对于自己一个人看电影，更喜欢找一个人陪同观看。如果是动作片和特效片会选择去电影院，其余影片更倾向宅在家找资源。他一般在蓝光网找资源，不过不能看全球同步上映的院线，但是可以看到其余国家上线但国内没有开放线上资源的电影，同时他也表示这个网站观影效果一般。他觉得电影院的清晰度其实也一般，不过音响系统很优秀，屏幕大看起来爽，3D效果好。他平时很宅，出门看电影的频率大概是两个月一次，一般通过淘票网获取电影信息。如果MOVIE+的收费适中会选择使用，此外他希望观看院线电影时可以快进和回放。

3.5 调研对象a4

家庭主妇a4 48岁。一般都是陪孩子看电影，从来没有一个人去影院观看电影，遇到很喜欢的电影上映，如果没有时间和家人陪伴，就会等到电影下映，在网上观看。可接受的电影票价为50以下。电影对于她来说只是一种消磨时间的方式，如果寻找某部电影的资源需要花费较长时间，宁愿选择不看。对于我们这款app，她表示只要能快速找到她想看的电影就好。她觉得app的设计要简单清晰，不要有乱七八糟的弹窗和广告以及隐藏的付费项目。

4. 情景调研结果 Contextual inquiry results

我们经过采访调查，发现不同年龄阶段的人群关于“看电影”这件事差异较大，根据调查结果，我们将movie+的目标人群锁定为20岁左右的年轻人，再适当结合其他年龄阶段人群的需求对app进行改进

4.1外出看电影

对于走出家门去电影院看电影，我们调查的四位受访者表示根据个人喜好或者受到邀约都会去影院观看电影。

北语女学生a1是一般的电影爱好者，她表示在约不到人的情况下并不介意一个人去电影院看电影，看电影很注意观影氛围，接受不了周围环境嘈杂。

留学生a2觉得如果要去影院看电影一定要有人陪伴，一个人观影会觉得尴尬、不能适应。他表示电影院屏幕很大，声音效果好，气氛让人觉得激动，并且在电影院能看到其他的预告片。有的电影属于一个系列，会一直关注，或者是有名气的演员或导演参与，也会去看他们的新电影。

自由职业者a3觉得相对于一个人看电影，更喜欢找一个人陪同观看。对于一些动作片和特效片会选择去电影院观看，电影院的清晰度其实一般，但屏幕大，音响系统优秀，3D效果好。

家庭主妇a4绝大部分情况下都是陪伴孩子或者家人去影院观看，对于影院观影条件没有很高的要求，主要是看自己是否有空闲时间。

4.2在家观影

如今随着各大视频网站、app的兴起以及网上电影资源泛滥，许多人因为各种各样的原因更愿意选择在家观看电影。我们的四位受访者也会在家观看电影，各大资源平台都有下载，如腾讯，爱奇艺等，一般哪个网站上有资源，就选择哪个。他们大部分都通过网上推荐，预告片或者一直关注的明星有参演等来获取电影信息，以便挑选。

女生a1通过网络上的电影推荐榜单来挑选自己想看的电影，观影后会浏览网友们的影评，但自己很少发表相关看法，只有对极度喜欢的电影才会二刷。

留学生a2对于一些新上映的电影一定要去影院看，但是对于旧电影就无所谓。不去电影院的大部分原因还是没有人陪伴。不会因为懒而选择在网上找枪版资源。愿意为网上的电影花钱。

自由职业者a3更倾向于在家找资源观看。

家庭主妇a4在家观影也很少花费很多时间找资源，如果不能简单快速的找到宁愿不看。

4.3对MOVIE+看法

在听完我们的介绍之后，受访者们都表示能同期看影院电影很人性化，他们都希望在使用这款app的过程各种不会有闪退，广告弹窗等，影响用户体验感。

女生a1对我们能“点外卖”这项功能很感兴趣，觉得很有创意。并且她希望app可以支持投屏。自由职业者表示如果收费适合会使用这款app，并希望对和影院同步上映的电影，可以快进和回放。家庭主妇希望app界面设计简单明了，能快速中找到自己想看的电影。而留学生表示在哪里看电影都不如在影院看效果好。

5. 新任务与现有任务分析New and Existing Tasks

5.1 现有任务Existing task

1) 点外卖：现在人们已经可以通过外卖软件或者在微信、支付宝的应用接口去点外卖，我们需要做的只是在我们的应用里面添加外卖的应用接口，并且将其放置优先于影片的播放功能，以达到最大的使用频率，因此其复杂程度较低，因为用户已经对点外卖的流程非常熟悉（客户使用频率：中，重要性：中）

2) 购买周边：用户将会在这个界面（任务）之中浏览先前观看过的影片的相关周边并发起购买行为，这个任务和存在的购买行为类似，区别只在于商品的内容都是与用户刚刚观影过的影片相关，因此需要APP方去进行商品内容的收集、整理并且渠道的打通。复杂程度为中等，与此同时，这个任务将会被放置在观看结束后，已达到最大的粘性（即看完影片之后马上能够看到相应的周边产品），因此客户的使用频率是高，重要性是：中

3) 观看影片：用户将会在这个界面之中完成影片的观看，这一行为也是已经存在的行为，APP只需要内嵌播放器即可，而不太类似的是我们需要完成资源的收集，即当前院线电影的在线播放的版权，任务的复杂程度为简单，客户的使用频率为高，应用程序的重要性为高。

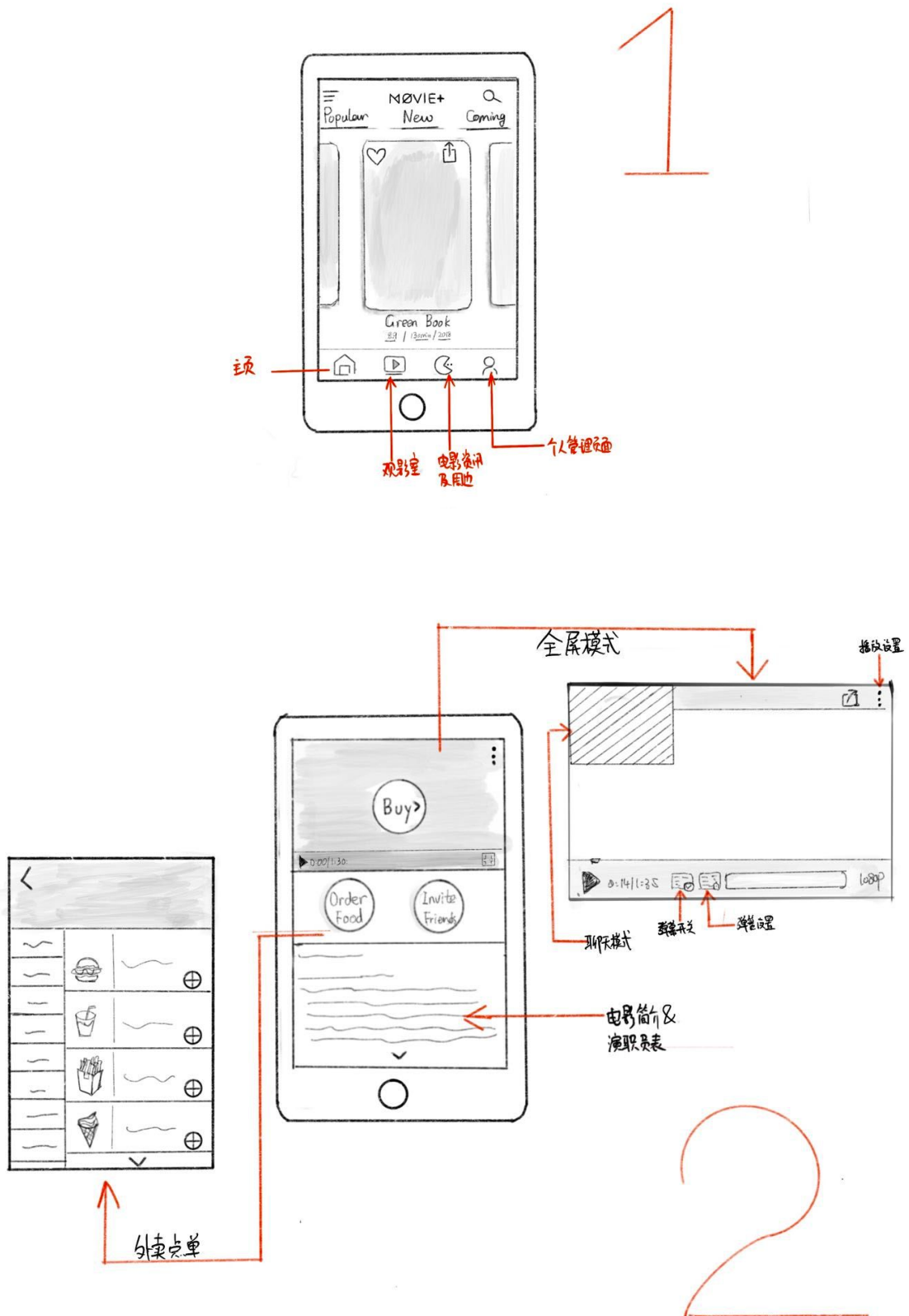
5.2 新任务New tasks

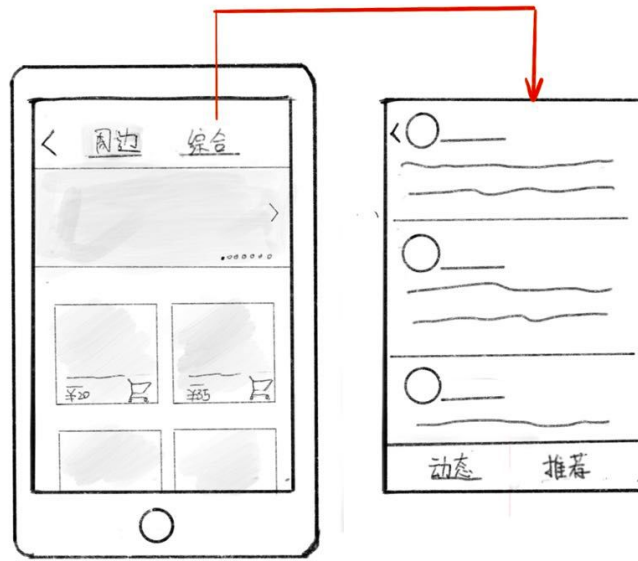
1) 视频播放界面的快进、回放功能，在用户的访谈之中，有多数用户提出了希望这个软件能有快进、回放的功能，并且不希望对二次观看进行付费，这个功能与市面上的播放器相近，可以直接向播放器之中添加，任务的复杂程度为简单，客户的使用频率为高，应用的重要性为高

2) 播放界面的投放问题，有部分用户反映手机的屏幕太小，观看体验远不如影院播放，因此我们的app需要加入投影到大屏幕的功能，这个需要工程的支持，因此任务的复杂程度为高，用户的使用频率为高，重要性为中

3) 对于院线电影我们需要加入导览功能，因为访谈中发现有的用户不知道当前院线电影都有些什么以及各自特点是什么，我们需要加入导览功能，来帮助用户找到想看的电影，因此需要有内容的运营，这一功能的复杂程度为中，用户的使用频率为中，重要性为中。

6. 原型草图Sketches





3

