36组

目标模型描述文档

目录

[0. 版本信息 2](#_Toc432771161)

[1. 目标分析过程 3](#_Toc432771162)

[1.1 获取高层目标 3](#_Toc432771163)

[1.1.1高层目标及其描述 3](#_Toc432771164)

[1.1.2 组织为高层目标模型 3](#_Toc432771165)

[1.2目标精化 4](#_Toc432771166)

[1.2.1发现目标的AND或OR精化关系 4](#_Toc432771167)

[1.2.2 发现目标间冲突阻碍和支持关系 6](#_Toc432771168)

[2. 目标模型结果 6](#_Toc432771169)

[7](#_Toc432771170)

[3. 目标实现 7](#_Toc432771171)

[4. 词汇表 8](#_Toc432771172)

[5.参考文献 8](#_Toc432771173)

# 版本信息

1. 当前版本：2.0
2. **修改历史**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **日期** | **版本** | **作者** | **修改内容** | **评审号** |
| 2015-10-14 | 1.0 | 王雅婷 | 建稿 |  |
| 2015-10-15 | 2.0 | 王雅婷 | 修复目标模型图片中的bug |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

# 目标分析过程

## 1.1 获取高层目标

### 1.1.1高层目标及其描述

本系统旨在帮助用户进行服装搭配，并且可以根据推荐的搭配购买到合适的商品。流程可以分为用户查找合适搭配，系统推荐电商链接，推荐单品同款。希望可以快速获得让用户满意的搭配，快速购买到价格，外形合适的商品，并随着用户使用推荐精度不断上升。

|  |  |
| --- | --- |
| 序号 | 高层目标 |
| 1 | 系统使用两个月后，用户通过该系统购买过服装并获得良好的购物体验 |
| 2 | 系统使用后获得合适搭配的时间比不使用系统降低50%，使用两个月之后获得合适搭配时间降低15% |
| 3 | 系统使用后用户购买单品的时间比不使用降低30% |
| 4 | 系统使用六个月后用户的服装开支降低15% |
| 5 | 系统使用六个月后用户服装的质量（仅指材料做工等方面，不包括设计）有明显上升 |
| 6 | 系统使用两个月之后，推荐精度提高50% |

### 1.1.2 组织为高层目标模型



## 1.2目标精化

### 1.2.1发现目标的AND或OR精化关系

本系统流程可以分为用户查找合适搭配，系统推荐电商链接，推荐单品同款。为了使

用户通过系统找到合适的服装搭配并购买，系统需要帮助用户快速获得合适的搭配，

方便快速地购买到商品，在不降低服装质量和不改变服装风格的前提下尽量省钱。

因此最高层目标1-用户购买商品并获得良好购物体验可以精化为：

2-快速获得合适搭配（软目标）

3-提升购买效率（软目标）

4-减少用户开支（软目标）

5-保证商品质量（软目标）

以下是进一步的精化：

1.2.1.1精化目标2-快速获得合适搭配：

获取合适搭配有两个场景，一是每日推送，二是用户查找，两个场景都根据用户输入

的个人信息、当前天气、和用户之前对于搭配的评价。可以精化为两个and子目标：

2.1提高推荐精度（软目标）

2.2方便用户查找（软目标）

1.2.1.2精化目标2.1-提高推荐精度：

提高推荐精度可以通过收集用户个人信息，收集用户个人偏好，当前天气季节，和根

据用户对搭配的评价推测其喜好这几种途径。可以精化为多个OR子目标：

2.1.1收集用户对搭配的评价并据此缩小推荐范围（硬目标）

2.1.2根据当前天气季节推荐（硬目标）

2.1.3根据用户输入的偏好风格推荐（硬目标）

2.1.4根据用户输入的个人信息推荐（硬目标）

2.1.5根据用户输入的预算推荐（硬目标）

1.2.1.3精化目标2.2-方便用户查找

用户查找搭配的流程是选择服装搭配适用场景—选择所需风格—选择服装功能性—

获得推荐搭配—用户进行选择查看。该目标可以精化为多个AND子目标：

2.2.1设置常见场景供用户选择（硬目标）

2.2.2设置常见风格供用户选择（硬目标）

2.2.3设置常见服装功能供用户选择（硬目标）

1.2.1.4精化目标3-提升购买效率

本系统提升购买效率主要通过为用户提供电商链接供其选择。可以精化为目标：

3.1提供电商链接。（硬目标）

1.2.1.5精化目标3.1-提供电商链接

提供链接之后可能会有两个流程，一是用户直接购买提供的链接里的商品，二是用户

认为该链接的单品不合适，需要查找同款，系统应提供同款链接，减少用户自己在电商平台上寻找同款的时间，并按照用户开始输入的预算过滤掉不合用户预算的单品。该目标可以精化为两个OR目标：

3.1.1提供商品同款链接（硬目标）

3.1.2过滤不合预算同款（硬目标）

1.2.1.6精化目标4-减少用户开支

提高用户开支可以通过两个途径，一是获得用户预算，推荐价格接近预算的商品，二

是在提供同款链接时，提供价格较低的同款。可以精化为两个OR子目标：

4.1根据输入的用户预算推荐（与2.1.5相同）（硬目标）

4.2优先展示价格较低同款（硬目标）

1.2.1.7精化目标5-保证商品质量

保证商品质量可以通过两个途径，一是在查找同款之前推荐质量较高商品，二是在推

荐同款时优先展示好评较多、卖家信誉较好的商品。可以精化为两个OR子目标：

5.1推荐质量较高商品（软目标）

5.2优先展示好评多、信誉好的同款（硬目标）

### 发现目标间冲突阻碍和支持关系

**冲突：**

1. 目标4-减少用户开支和目标5-保证商品质量很大程度上是冲突的，因为从生活经验上来说，大部分质量较好的商品价格较高，价格低的商品平均质量较低。很少有商品可以同时满足价格低质量好。

2. 目标4.5-优先展示价格较低同款和目标5.2-优先展示好评多、信誉好的同款冲突，在做同款的排序时需要平衡这两种排序依据

**阻碍：**

1. 提高推荐精度需要不断缩小推荐范围，但是范围太小导致最后没有搭配结果是极差的用户体验，因此添加阻碍-无推荐结果

# 目标模型结果

## 

# 目标实现

将底层目标分配给主体,并设计底层目标的操作

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 目标编号 | 目标名称 | 分配主体 | 操作实现 |
| 2.1.1 | 收集用户对搭配的评价并据此缩小推荐范围 | 推荐搭配系统 | 推测用户喜好,缩小推荐范围 |
| 2.1.2 | 根据当前天气季节推荐 | 推荐搭配系统 | 缩小推荐范围 |
| 2.1.3 | 根据用户输入的偏好风格推荐 | 推荐搭配系统 |
| 2.1.4 | 根据用户输入的个人信息推荐 | 推荐搭配系统 |
| 2.1.5(4.1) | 根据用户输入的预算推荐 | 推荐搭配系统 |
| 2.2.1 | 设置常见场景供用户选择 | 开发人员 |  |
| 2.2.2 | 设置常见风格供用户选择 | 开发人员 |
| 2.2.3 | 设置常见服装功能供用户选择 | 开发人员 |
| 3.1.1 | 提供商品同款链接 | 商品购买系统 | 提供同款 |
| 3.1.2 | 过滤不合预算同款 | 商品购买系统 | 过滤不合适同款 |
| 4.2 | 优先展示价格较低同款 | 商品购买系统 | 优化同款排序 |
| 5.2 | 优先展示好评多、信誉好的同款 | 商品购买系统 |
| 5.1 | 推荐质量较高商品 | 商品购买系统 | 提高商品质量 |

# 词汇表

1. 实现（Achieve）：P ⇒ ◊ Q //如果将来某一时刻Q为真（被满足），则目标实现

2. 避免（Avoid）： P ⇒ ¬ Q //将来任一时刻Q都为假，则目标实现

3. 保持（Maintain）： P ⇒ Q //将来任一时刻Q都为真，则目标实现

4. 最大化（Max）：最大化该数字

5. 最小化（Min）：最小化该数字

6. 软目标：是指无法清晰判断是否满足的目标

7. 硬目标则是那些可以通过一些技术确认其是否满足的

# 5.参考文献

《需求工程-软件建模与分析》（骆斌主编，丁二玉编著）第5章. 确定项目的前景与范围