



# Use Case

## SEKKO电影售票网站

*[您可以在这里添加摘要或其他重要陈述。摘要通常是文档内容的简短汇总。]*

# 目录

Use Case Diagram \_\_\_\_\_ 1

Brief Use Case \_\_\_\_\_ 3

Causal Use Case \_\_\_\_\_ 4

Fully Use Case \_\_\_\_\_ 11

交互原型 \_\_\_\_\_ 20

产品版本更新记录表

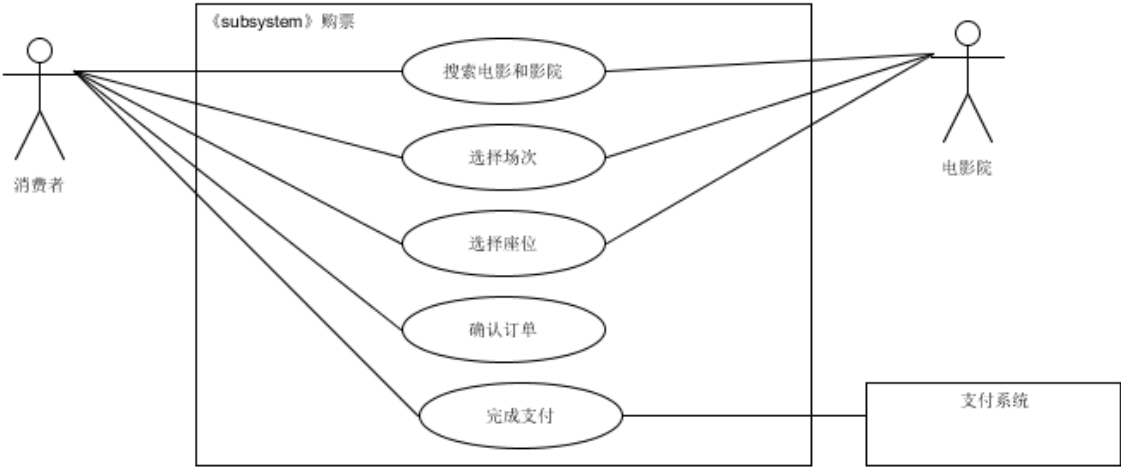
项目名：SEKKO电影售票网站

更新日期	版本号	版本（更改）说明	负责人
2016.03.15	1.0.1	用例图、用例文本、原型设计	陈漪凡、黄小玲

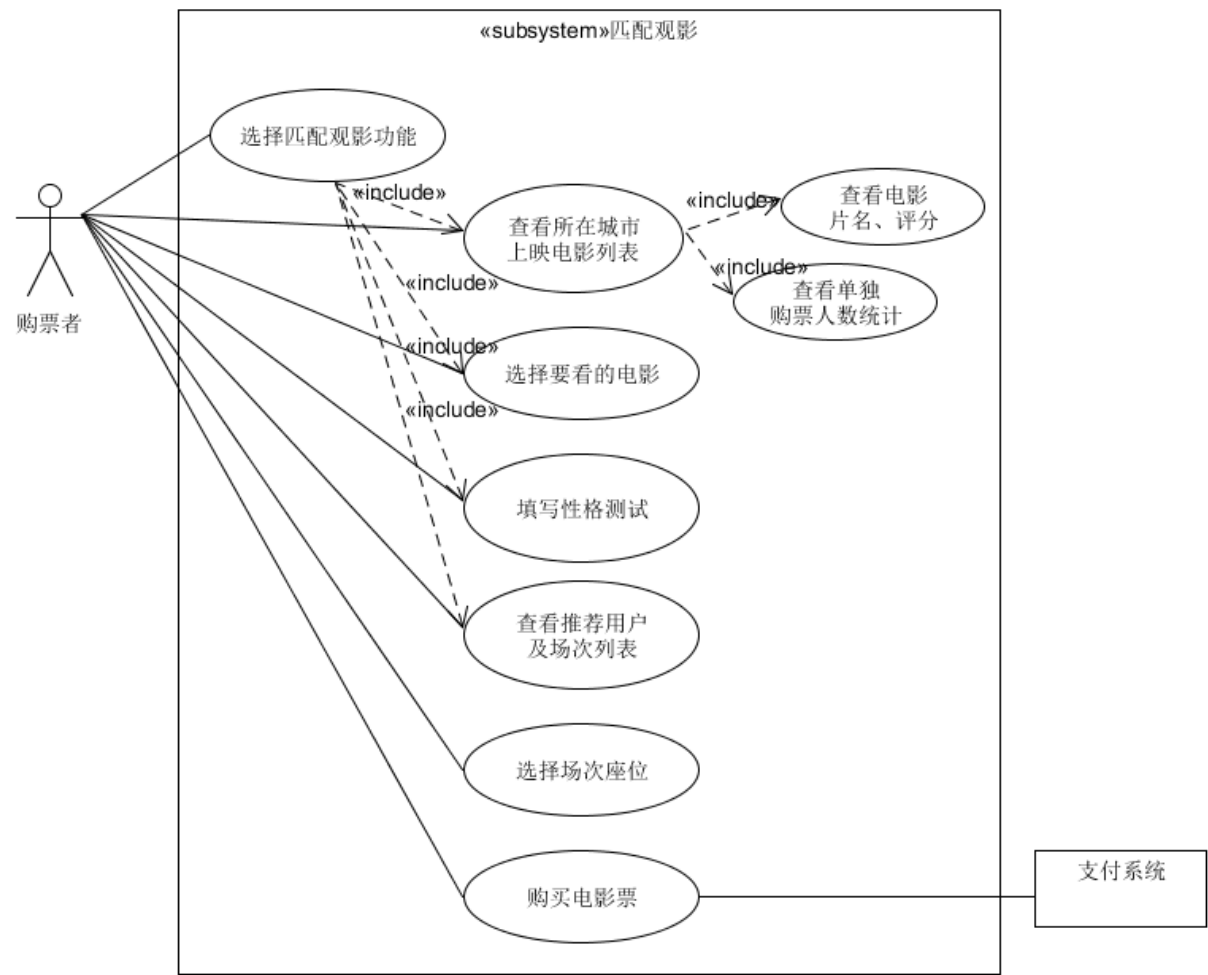
# Use Case Diagram

## 电影订票用例图

故事前提：用户已注册并登录



匹配观影用例图



# Brief Use Case

## USE CASE : 注册

Actors : 消费者 , 系统

Type : Primary

Description ( Main success scenario ) : 消费者在网站上点击注册, 选择邮箱注册还是手机注册, 邮箱注册则输入注册的用户名和密码以及认证邮箱, 系统记下用户名和密码, 发送认证邮件到消费者输入的认证邮箱中, 消费者点击邮件内的认证链接完成认证, 消费者注册成功。手机注册则输入注册的用户名和密码以及手机号码, 点击获取验证码, 系统发送验证码到用户输入的手机号码上, 用户输入获取到的验证码, 注册成功。

## USE CASE : 购买电影票

Actors : 消费者

Type : Primary

Description ( Main success scenario ) : 消费者选择想要观影的电影院然后选择想要看的电影, 或者先选择想看的电影, 再选择想去的电影院。再选择合适的场次, 选择喜欢的座位, 确认订单, 完成支付, 成功购到电影票。

## USE CASE : 匹配观影

Actors : 电影票购票者

Type : Secondary

Description ( Main success scenario ) : 最近电影《蝙蝠侠大战超人》上映, 小明很想去看电影, 但他又不想一个人去看, 于是他使用SEKKO网站的匹配观影功能, 完成一个5道题的性格小测试, 根据测试结果, 系统为他推荐了同样只买了一张票的用户, 小明选了一位头像很可爱的用户小红, 购买她身边的座位。系统邮件通知小红有有缘人选择了她身边的位置, 两人因为看电影而结识, 减轻了独自看电影的孤独感。

# Causal Use Case

## USE CASE : 注册

Actors : 消费者, 系统

Purpose : 成为网站的一名会员, 参与网站活动

Overview : 消费者在网站上点击注册, 选择邮箱注册还是手机注册, 邮箱注册则输入注册的用户名和密码以及认证邮箱, 系统记下用户名和密码, 发送认证邮件到消费者输入的认证邮箱中, 消费者点击邮件内的认证链接完成认证, 消费者注册成功。手机注册则输入注册的用户名和密码以及手机号码, 点击获取验证码, 系统发送验证码到用户输入的手机号码上, 用户输入获取到的验证码, 注册成功。

Type : Primary

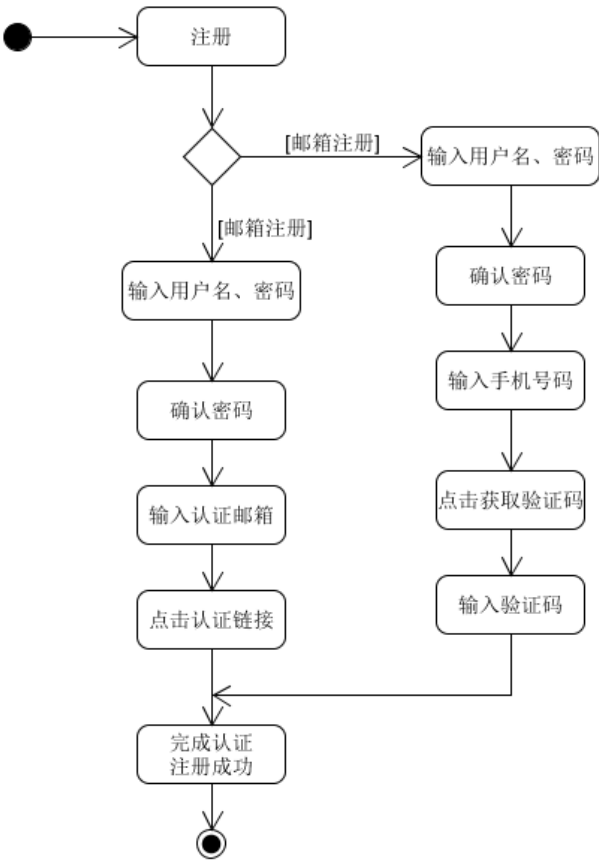
Use Case Scenario :

1. 消费者在网站上点击注册
2. 系统跳转到注册页面
3. 消费者选择邮箱注册还是手机注册
4. 消费者输入注册的用户名和密码, 以及认证邮箱或者认证手机号码, 点击获取验证码
5. 系统将认证链接以邮件形式发送到用户输入的认证邮箱中, 或者系统发送验证码到用户手机
6. 用户点击邮件中的认证链接完成认证, 或者输入获取到的验证码完成认证, 注册成功

Variation :

- 4.1 系统检测到用户输入的用户名已经被注册过, 给出错误提示
- 4.2 系统检测到用户两次输入的密码不一致, 给出错误提示
- 4.3 系统检测到用户输入的认证邮箱或者手机号码格式不正确, 给出错误提示
- 6.1 用户没有收到认证邮件或者验证码, 返回网站选择重新发送邮件, 修改认证邮箱, 或者重新发送验证码, 修改手机号码

Activity Diagram :



UI Prototype :

新会员注册

手机注册

邮箱注册

常用手机号

密码 (6-20位字母与数字、符号组合)

密码强度

确认密码

短信验证码

获取验证码

新会员注册

手机注册

邮箱注册

填个常用邮箱作为登录帐号

密码 (6-20位字母与数字、符号组合)

密码强度

确认密码

点击获取验证码

## USE CASE：购买电影票

Actors：消费者

Purpose：购买想看的电影票

Overview：消费者选择想要观影的电影院然后选择想要看的电影，或者先选择想看的电影，再选择想去的电影院。再选择合适的场次，选择喜欢的座位，确认订单，完成支付，成功购到电影票。

Type：Primary

Use Case Scenario：

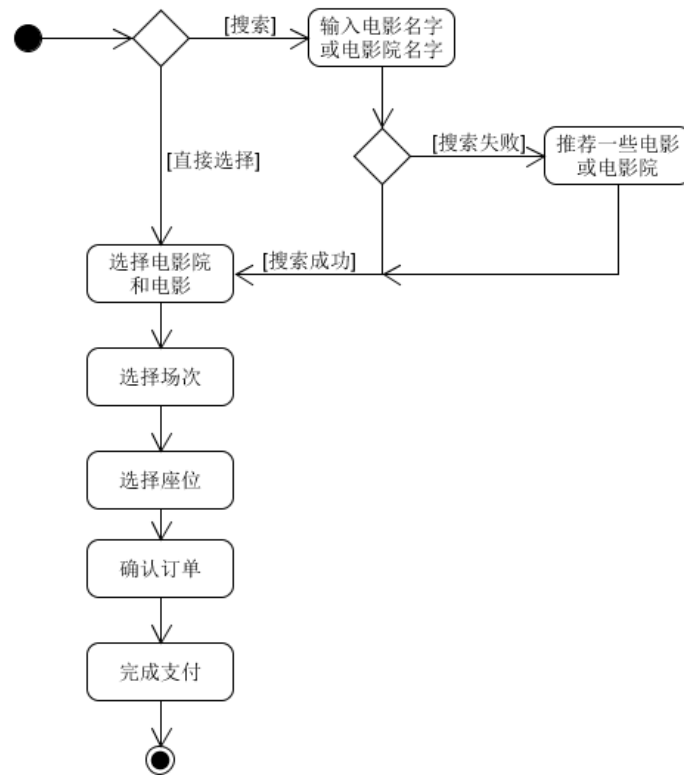
1. 消费者选择电影院和电影
2. 消费者选择场次
3. 消费者选择座位
4. 消费者确认订单
5. 消费者支付

Variation：

- 1.1 消费者可以由首页快速工具栏选择电影院和电影
- 1.2 消费者可以进入电影详情介绍页面、影院详情介绍页面进行选择，进入购票环节
- 2.1 消费者没有想要的场次，返回重新选择电影和电影院
- 3.1 消费者没有喜欢的座位，可以返回重新选择场次，电影和电影院
- 3.2 消费者可以直接选择标签“1人座”“2人座”“3人座”等进行选座，系统优先选择居中的位置
- 3.3 当消费者选择“一人座”时，触发“匹配观影”功能，询问是否使用
- 4.1 消费者取消订单，系统返回主页面

Activity Diagram：





UI Prototype :



## USE CASE：匹配观影

Actors：电影票购票者

Purpose：消除一个人看电影时的孤独感，结识其他热爱电影的朋友

Overview：

1. 用户选择匹配观影功能，选择要看的电影，完成5道性格测试题。
2. 网站匹配性格相符的其他单独购票用户，向其推荐。
3. 用户选择推荐列表中的一位，购买他身边的位置观影。
4. 系统邮件通知另一位用户，向他推荐用户名片，促成两人结识。
5. 若系统找不到相匹配的用户，则该用户仍自由选择座位，等待后来的用户进行匹配。

Type：亮点辅助功能

Use Case Scenario：

### 主场景概述

最近电影《蝙蝠侠大战超人》上映，小明很想去看电影，但他又不想一个人去看，于是他使用SEKKO网站的匹配观影功能，完成一个5道题的性格小测试，根据测试结果，系统为他推荐了同样只买了一张票的用户，小明选了一位头像很可爱的用户小红，购买她身边的座位。系统邮件通知小红有有缘人选择了她身边的位置，两人因为看电影而结识，减轻了独自看电影的孤独感。

### 场景详细信息

1. 购票者由首页点击进入匹配观影功能，系统获取他的地理信息，给出当前城市放映的电影列表，显示影片名和用户评分，并给出在SEKKO网站上购买单人票的用户数量统计。
  - 1) 若系统获取不到购票者的地理信息，默认设置为北京，购票者可以自行切换城市。
2. 购票者选择要看的电影，弹出5道性格测试题。
  - 1) 需向用户说明性格测试题是用来匹配与之性格相投的有缘用户。

2) UI 原型：



3. 网站匹配性格相符的其他单独购票用户，向其推荐。

1) 推荐列表显示用户名、购票场次时间信息，以及选择按钮，UI原型：

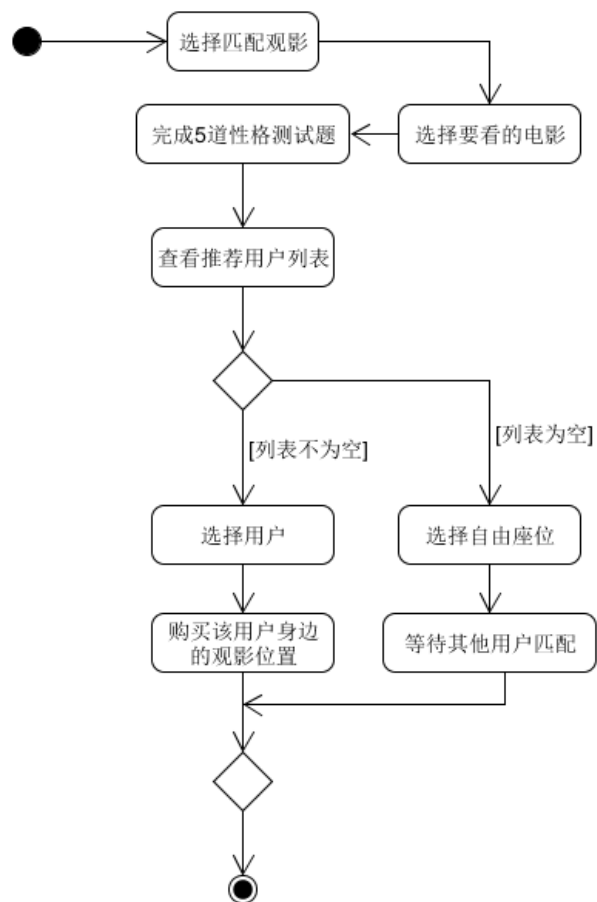


2) 优先推荐性格测试结果一样的用户。

3) 如果没有性格测试结果一样的，向其推荐单独购票的用户。

- 4) 如果该电影暂时没有单独购票的用户，建议当前购票用户先自由选择座位，系统将在之后给其他单独购票用户推荐匹配。
4. 用户选择推荐列表中的一位，购买他身边的位置观影。
  - 1) 这一步在第3步能够成功选择用户的前提下进行。
  - 2) 用户选择购买后，直接进入购票页面，系统自动填写选择场次座位步骤，用户确认信息后，填写联系方式并付款。
5. 系统邮件通知另一位用户，向他推荐用户名片，促成两人结识。
  - 1) 这一步在第3步能够成功选择用户、第4步完成支付的前提下进行。
  - 2) 为了保护用户隐私，推荐用户名片信息，仅仅包括该用户在SEKKO网站注册的用户名和头像，以及购买场次座位信息。

Activity Diagram :



# Fully Use Case

## USE CASE：购买电影票



Use Case Name：购买电影票

Scope：购票系统

Level：用户目标级别

Primary Actor：电影购票者

Stakeholders and Interests：

1. 电影购票者——简便快速的购买到合适的电影票
2. 网站——吸引更多消费者前来购买电影票

Preconditions：消费者已经登陆

Success Guarantee：

1. 电影购票者想要看的电影以及想去的电影院在网站的库里
2. 有满足电影购票者需求的场次和座位

3. 电影购票者有足够余额支付所购的电影票总额

Main Success Scenario :

1. 消费者选择电影院和电影
2. 消费者选择场次
3. 消费者选择座位
4. 消费者确认订单
5. 消费者支付

Variation :

- 1.3 消费者可以由首页快速工具栏选择电影院和电影
- 1.4 消费者可以进入电影详情介绍页面、影院详情介绍页面进行选择，进入购票环节
- 2.1 消费者没有想要的场次，返回重新选择电影和电影院
- 3.1 消费者没有喜欢的座位，可以返回重新选择场次，电影和电影院
- 3.2 消费者可以直接选择标签“1人座”“2人座”“3人座”等进行选座，系统优先选择居中的位置
- 3.3 当消费者选择“一人座”时，触发“匹配观影”功能，询问是否使用
- 4.1 消费者取消订单，系统返回主页面

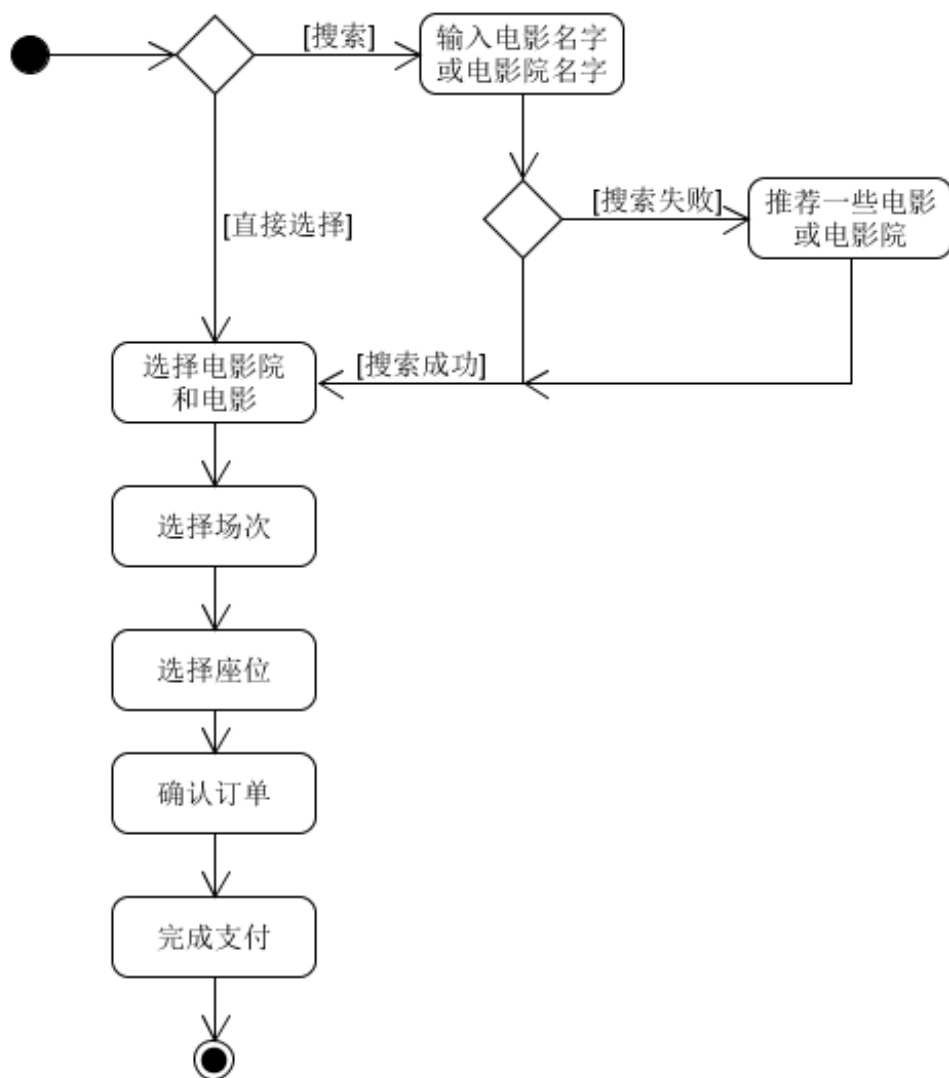
Technology and Data Variations List : 电影列表、影院信息、实时订票信息

Frequency of Occurrence : 网站的主功能，是高频需求

Miscellaneous :

1. 当前购票流程花费时间较多，能否简化购票流程？

Activity Diagram :



## USE CASE：匹配观影



Use Case Name：匹配观影

Scope：正在设计中的系统

Level：亮点功能、辅助功能

Primary Actor：电影购票者

Stakeholders and Interests：

1. 单独购票的电影购票者——减少独自看电影的孤独感，结识更多热爱电影的朋友。
2. 影院——吸引更多购票者，减少空座率，提供更良好舒适的观影体验。
3. 网站——增大与市场上其他同类产品的差异度，用新兴社交方式，吸引更多流量。

Preconditions：购票者单独购票。

Success Guarantee：



1. 购票者乐于接受与陌生人社交。
2. 用户量达到一定基数，有足够多的用户可以参与匹配。
3. 待匹配者旁边有空余座位。

#### Main Success Scenario :

最近电影《蝙蝠侠大战超人》上映，小明很想去看电影，但他又不想一个人去看，于是他使用SEKKO网站的匹配观影功能，完成一个5道题的性格小测试，根据测试结果，系统为他推荐了同样只买了一张票的用户，小明选了一位头像很可爱的用户小红，购买她身边的座位。系统邮件通知小红有有缘人选择了她身边的位置，两人因为看电影而结识，减轻了独自看电影的孤独感。

#### 场景详细信息

1. 购票者由首页点击进入匹配观影功能，系统获取他的地理信息，给出当前城市放映的电影列表，显示影片名和用户评分，并给出在SEKKO网站上购买单人票的用户数量统计。
  - 1) 若系统获取不到购票者的地理信息，默认设置为北京，购票者可以自行切换城市。
2. 购票者选择要看的电影，弹出5道性格测试题。
  - 1) 需向用户说明性格测试题是用来匹配与之性格相投的有缘用户。
  - 2) UI 原型：



3. 网站匹配性格相符的其他单独购票用户，向其推荐。

1) 推荐列表显示用户名、购票场次时间信息，以及选择按钮，UI原型：



4. 用户选择推荐列表中的一位，购买他身边的位置观影。

1) 这一步在第3步能够成功选择用户的前提下进行。

- 2) 用户选择购买后，直接进入购票页面，系统自动填写选择场次座位步骤，用户确认信息后，填写联系方式并付款。
5. 系统邮件通知另一位用户，向他推荐用户名片，促成两人结识。
  - 1) 这一步在第3步能够成功选择用户、第4步完成支付的前提下进行。
  - 2) 为了保护用户隐私，推荐用户名片信息，仅仅包括该用户在SEKKO网站注册的用户名和头像，以及购买场次座位信息。

#### Extensions :

1. 主场景第3步中查询得到的推荐用户列表为空
  - 1) 优先推荐性格测试结果一样的用户。
  - 2) 如果没有性格测试结果一样的，匹配暂时不能成功完成。
  - 3) 向其推荐单独购票的用户。
  - 4) 如果该电影暂时没有单独购票的用户，建议当前购票用户先自由选择座位，系统将在之后给其他单独购票用户推荐匹配。
2. 用户不是由首页的匹配观影入口进入，而是在购票选座标签中选择了一个人的位置
  - 1) 提示用户是否使用匹配观影功能。
  - 2) 如果用户拒绝，则继续正常购票流程处理。
  - 3) 如果用户接受，则弹出5道心理测试题，完成后显示测试结果，和用户已选场次中的匹配用户列表，推荐匹配用户身边的座位。

Special Requirements : 用户有社交需求，不排斥结识陌生人。

#### Technology and Data Variations List :

性格测试题目、性格测试结果匹配、单独购票人数统计、购票自动选择最合适座位算法。

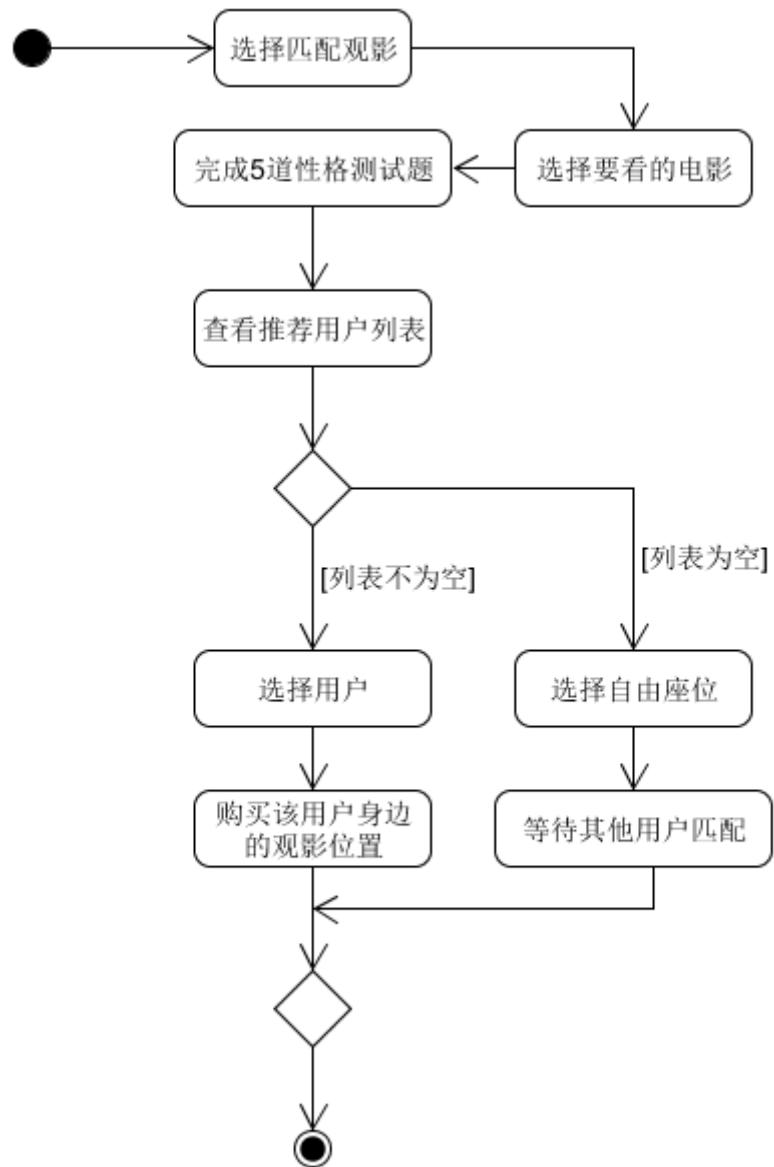
#### Frequency of Occurrence :

该功能吸引有社交需求的电影爱好者，，场景发生频率与网站在定位人群中的宣传力度和宣传效果有关。

Miscellaneous :

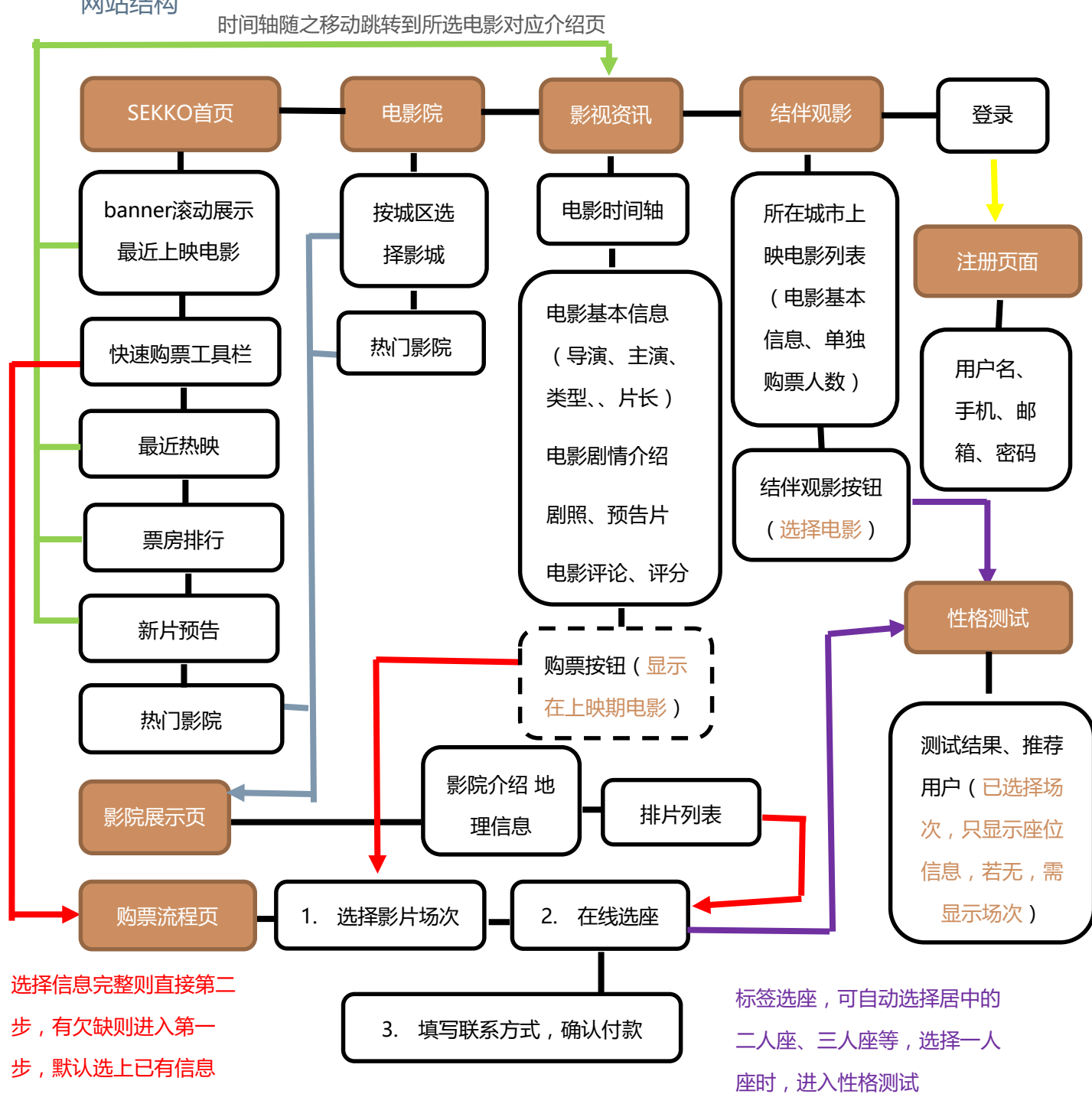
1. 如何引导有社交需求的用户使用该功能？从而保证一定的用户基数可以匹配。
2. 单独购票的用户身边可能没有空余位置了，可否处理？
3. 与电影院合作推出优惠套餐，进行线下活动推广。

Activity Diagram :

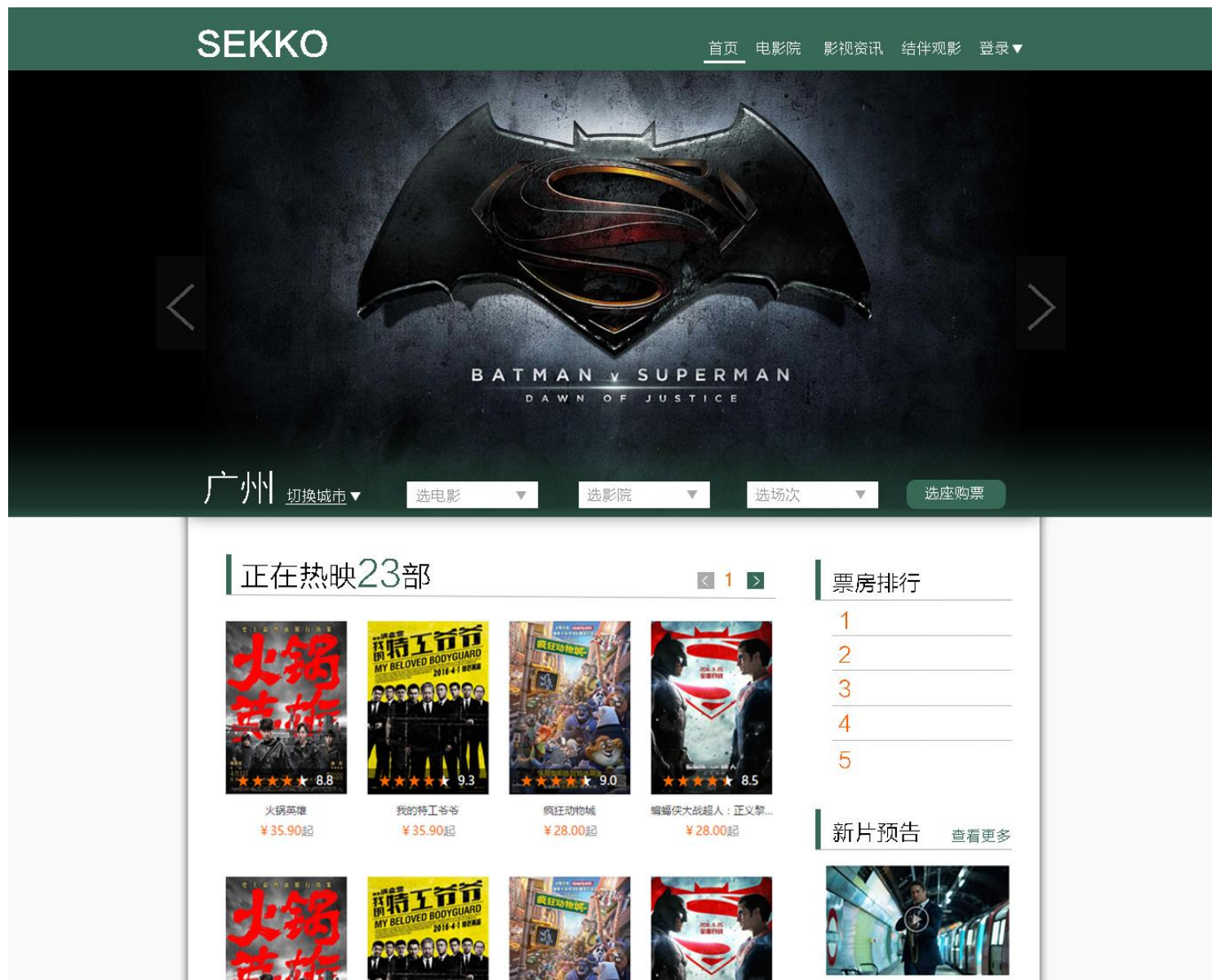


## 交互原型

## 网站结构



视觉稿（无边距标注）



首页

标识色：#376956

底色：#F9F9F9

填充内容背景：#FFFFFF

主要文字：#333333

提示文字：#979797

数字：#ff6800

影院广告占位

更换标识色为：#376956

## 在线选座影城

目前共有76家影城其中63家支持在线购票

选择城区：☒全部 ☐天河区 ☐荔湾区 ☐白云区 ☐番禺区 ☐海珠区 ☐花都区 ☐南沙区  
☐越秀区 ☐新塘镇 ☐黄埔区 ☐增城区

## 广州UA花城汇影院

地址：广州市天河区珠江新城花城广场花城汇负一层  
1130铺（花城广场入口靠近黄埔大道）

选座购票



## 金逸国际影城-广州和业店

地址：广东省广州市荔湾区康王中路486和业广场四  
楼402

选座购票

## 热门影城

查看全部

影院名/地址

搜影院

区域：天河区 荔湾区 白云区 番禺区 海珠区  
花都区 南沙区 越秀区 新塘镇 黄埔区 增城区

## 广州UA花城汇影院

[天河区] 广州市天河区珠江新城花城...

选座购票

## 金逸国际影城-广州和业店

[荔湾区] 广东省广州市荔湾区康王中...

选座购票

## 金逸国际影城-广州太阳城...

[白云区] 广东省广州市广州大道北1...

选座购票

## 保利影院-广州同德店

选座购票

电影院页面

4月12日 4月12日 4月17日 4月17日 4月17日 4月19日 4月19日 4月19日



6.5

总分：10

2,550人评分 2,463人想看

音乐   
画面   
导演   
故事 

时光热榜：No.2

我要评分：

想看  分项

输入影评

写长影评 + 添加观影方式

导演：杨庆

编剧：杨庆

国家地区：中国

主演：

陈坤  
Kun Chen  
饰 刘波

影视资讯





心理测试、用户推荐列表



购票流程页面



注册界面