



2015

Cineplex 启发式评估个人报告

Group: Jettly
HCI Course Project
15/5/27

目录

1. 概述.....	2
1.1 产品信息	2
1.1.1 产品描述	2
1.1.2 目标用户群体	2
1.2 启发式评估技术	2
1.2.1 方法论	2
1.2.2 项目相关目标	2
1.2.3 使用的启发式规则	2
1.2.4 问题的优先级	3
2. 详细结果.....	4
2.1 评估结果概要	4
2.2 详细评估结果	6
2.2.1 各个分页面的名称不具有概括性	6
2.2.2 首页导航图标语义不清晰	6
2.2.3 电影列表没有分类和逻辑聚集	6
2.2.4 单个电影订票页面主演照片对齐不合理	7
2.2.5 充值页面不充值无法返回	7
2.2.6 首页有过多指向其他分页面的链接	8
2.2.7 单个电影购票页面多指向无效链接	8
2.2.8 参加活动页面多个链接无有效跳转	9
2.2.9 首页正文区域各个部分布局混乱	9
2.2.10 单个电影购票页面大片空白区域	10
2.2.11 充值页面金额为整数限制方式不合理	10
2.2.12 账户信息栏显示信息方式不合理	10
2.2.13 订票页面标签提示语不合理	11
2.2.14 单个电影订票页面标签非大写开头	11
2.2.15 购买按钮上文本非动词	11
2.2.16 查看消费记录页面表格标题栏字体不当	12
2.2.17 查看消费记录页面记录排序不合理	12
2.2.18 充值页面提交按钮大小位置不合适	12
2.2.19 已激活用户不需要提示激活方式	13
2.2.20 参加活动页面按钮间距太小	13
2.2.21 注册页面 radio button 之间距离太小	13
2.2.22 首页图标闪现方式不合理	14

1.概述

1.1 产品信息

1.1.1 产品描述

此报告描述了对 Cineplex 影院在线订票系统的启发式评估的过程与发现的结果。报告从对系统本身及其目标用户群体的总体信息开始描述，然后是启发式评估技术的总体介绍以及在本次评估中使用到的启发式规则。之后，报告中给出了启发式评估中发现的主要问题以及的详细描述与这些问题的严重性和对用户体验影响的大小，并尝试性地给出了一些修改意见。报告的最后，列出了最迫切需要改善的人机交互问题。

1.1.2 目标用户群体

Cineplex 的目标用户是所有希望通过网络渠道订票的观影用户、在统计学意义上，没有对用户做出约束，考虑到互联网的新兴性以及快速演变的特性，Cineplex 的目标用户目前主要以青壮年为主。

1.2 启发式评估技术

1.2.1 方法论

采用了多人分别进行启发式评估，讨论汇总的思路，基于每个人关注于不同的启发式规则这一点，希望在短时间内完成对交互系统的评估，降低评估成本，提高评估效率。

1.2.2 项目相关目标

Cineplex 同时提供观影用户、院线工作人员和管理员三类用户使用，本次评估针对观影用户的交互界面以及对用户的反馈进行人机交互性能的评估，尝试发现其中违反可用性原则，影响用户体验的问题。

1.2.3 使用的启发式规则

依据十大启发式规则，分别是：

- 系统状态的可见性
- 系统和现实的吻合
- 用户享有控制权和自主权
- 一致性与标准性
- 避免出错
- 依赖识别而非记忆
- 使用的灵活性和高效性
- 审美感
- 帮助用户识别、诊断和恢复错误
- 帮助和文档
- 页面元素具备可读性

1.2.4 问题的优先级

为了表示每个被发现问题的影响程度，我们对这些问题违反可用性原则严重程度和解决这些问题的难易程度进行了骨架。以下表格定义了问题的严重性和解决问题的难易程度：

表格 1 问题严重性定义

评分	定义
0	违反了一条启发式规则，但并不构成可用性问题
1	极小的可用性问题，很容易被用户克服，或这一问题极为罕见，不迫切需要解决，在系统的下一个迭代周期钱，如果有充足时间，可以对其进行修复。
2	可用性问题，比极小的可用性问题要难以克服，或发生更频繁，这一问题需要在下一个迭代周期中定义一定的优先级以备修复
3	重大的可用性问题，频繁、持续发生，或用户不能活不知道如何解决此问题，这样的问题需要被修复，下个迭代周期中应当定义为高优先级
4	可用性灾难，严重损害系统的正常使用，并且无法被用户解决，只有解决这一个问题后，系统才能发布。

表格 2 解决问题的难易程度定义

评分	定义
0	问题非常容易修复，在下次版本发布之前可以有一个项目组成员完成。
1	问题容易修复，涉及特定界面元素，有明确解决方案
2	问题修复有些困难，设计界面的很多方面，需要整个项目组成员完成或解决方案不明确
3	问题难以修复，设计界面多方面，下一版本发布前难以解决，尚未获得明企鹅的解决方案。

2.详细结果

2.1 评估结果概要

对在启发式评估过程发现的问题，需要进行分类和排序，以便后续的分析 and 整理以及问题的修正。所以以问题严重性为第一关键字（从高到低），修复问题的难易程度为第二关键字（从低到高）进行排序。

问题ID	问题描述	严重性评分	解决难易程度评分	违反的规则编号	规则描述
1	各个分页面的名称不具有概括性，无法提示页面作用	4	1	2, 11	系统和现实世界吻合 页面元素具有可读性
2	首页导航图标含义不清晰，甚至具有误导性	3	1	6, 9, 11	以来识别而非记忆 帮助用户识别 页面元素具有可读性
3	电影列表没有分类或任何逻辑上的聚集，用户找到目标电影有困难	3	2	2, 7, 11	系统和现实世界吻合 使用的灵活性与高效性 页面元素具备可读性
4	单个电影订票页面主演照片对齐不合理	3	2	6, 8, 11	依赖识别而非记忆 审美感 页面元素具备可读性
5	充值页面不充值无法返回	3	2	2, 7	系统和现实世界的吻合 使用的灵活性和高效性
6	首页有过多指向其他分页面的链接	2	1	3, 4	用户享有控制权和自主权 一致性和标准化
7	单个电影购票页面很多指向页面上方的无效链接	2	1	3,5,6	用户享有控制权和自主权 避免出错 依赖识别而非记忆
8	参加活动页面链接没有有效跳转	2	1	3, 5, 6	用户享有控制权和自主权 避免出错

					依赖识别而非记忆
9	首页正文区域各个部分布局混乱，不协调	2	2	8, 11	审美感 页面元素具备可读性
10	单个电影购票页面电影描述块宽度占据半个页面留出大量空白	2	2	8	审美感
11	充值页面金额为整数的限制方式不合理	2	2	5, 9	避免出错 帮助用户识别、诊断和恢复错误
12	账户信息栏显示信息方式不合理	2	2	8	审美感
13	订票页面标签提示语不合理	1	0	4	一致性与标准化
14	单个电影订票页面标签内容没有大写开头，与其他标签以及约定俗成的习惯不同	1	0	4	一致性与标准化
15	按照惯例，购买按钮上的文字应该是动词	1	0	4, 9	一致性与标准化 使用的灵活性和高效性
16	查看消费记录页面表格标题栏字体过于花哨，对用户造成额外负担。	1	1	7, 11	使用的灵活性和高效性 页面元素具备可读性
17	查看消费记录页面记录排序方式不合理	1	1	2, 4	系统和现实世界的吻合 一致性和标准化
18	充值页面提交按钮大小不合适，文本不合理。	1	1	8, 11	审美感、页面元素具备可读性
19	已激活用户不需要提示激活方式	1	2	3, 7, 8	用户享有控制权和自主权 使用的灵活性和高效性 审美感
20	参加活动页面按钮单选间距太小	0	0	8	审美感
21	注册页面 radio button 之间距离太小	0	0	8	审美感
22	首页图标闪现方式不合理	0	2	8, 2	审美感 系统与现实世界的吻合

2.2 详细评估结果

2.2.1 各个分页面的名称不具有概括性

各个分页面的名称（如图 1 所示）无法使用户得知在哪里找到对应功能，比如购票通常应该对应 Buy 和 Movies 的组合，参加活动和提交用户反馈更像一些，目前这个更像是促销活动，Records 在同类网站中不是很常用，而是 History。最重要的充值功能无法从 Infos 这个标题上有任何体现。这样的设计大大增加了用户的学习理解成本，难以记忆。



图 1 分页面的名称

2.2.2 首页导航图标语义不清晰

首页的导航图标（如下图 2 所示）第一个对应的是 Tickets，感觉像一个轮子，第二个对应 Activity，但是齿轮感觉并不合适，第三个更适宜充值和余额之类的，而不是消费记录。图标是为了降低用户的理解和记忆成本，方便用户识别，此图标组反之却增加了用户的成本。

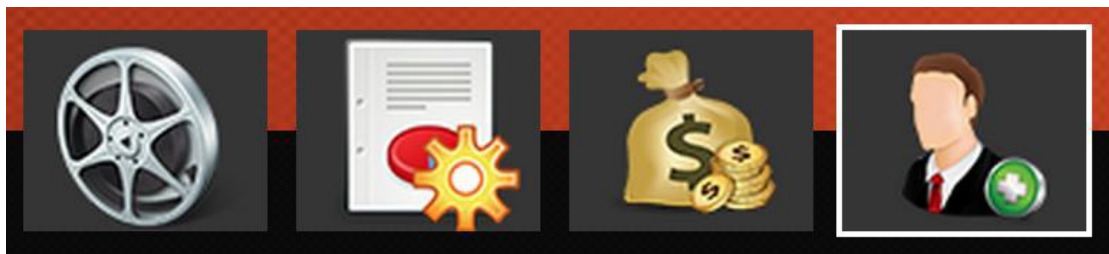


图 2 首页导航图标

2.2.3 电影列表没有分类和逻辑聚集

电影列表杂乱无章的排序，没有任何逻辑，如下图 3 所示，不方便用户快速定位目标电影，应该起码有一些逻辑，典型的按照电影所属类别分类，按照时间排布等等。要能够顺着用户的逻辑提供服务，而不是给用户留下一个原始的，需要大量操作的界面。

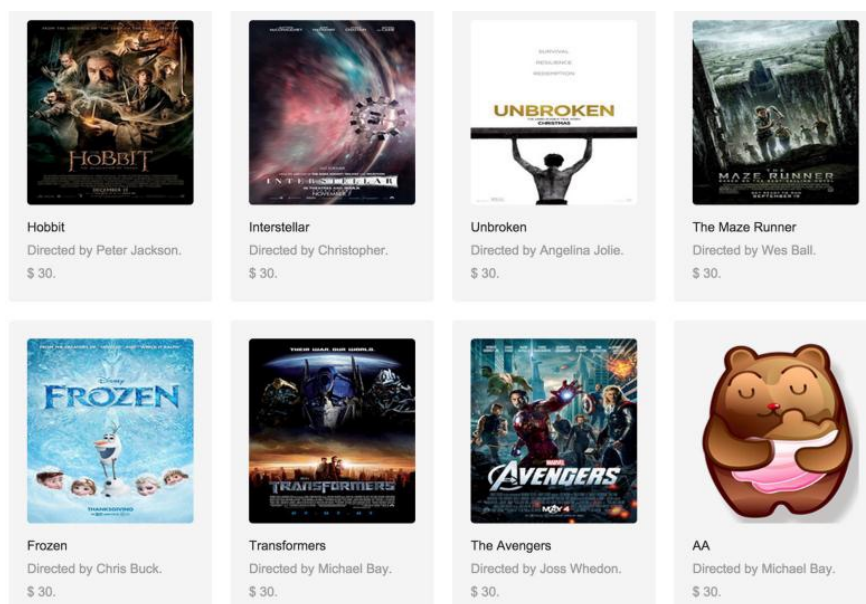
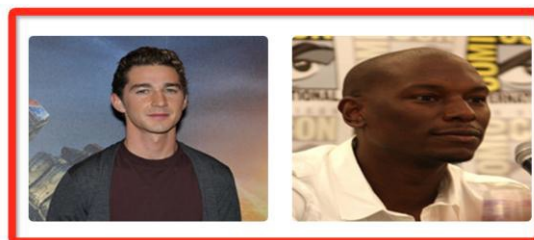


图 3 电影列表实例

2.2.4 单个电影订票页面主演照片对齐不合理

单个电影订票页面主演的照片明显右移，猜测可能是浏览器兼容的问题，对于用户来说，一个排列整齐有序的界面远比散乱的界面更容易理解和使用，也能获得更舒适的交互体验。

the Leading Role



Starring Shia LaBeouf and Tyrese Gibson.

图 4 单个电影订票页面对齐问题

2.2.5 充值页面不充值无法返回

在充值过程中如果金额不足没有返回按钮，只能通过浏览器的返回进行，这样无疑会使用户产生比较差的体验感受，因为鼠标需要做大规模的移动，而且思维被打断，去思考如何退出，同样的情况也适用于如果银行卡金额不足之后无法退出充值。

Member Info -> Charge

BankCard (Integer)	<input type="text" value="Seni"/>
Password	<input type="password" value="...."/>
Fee (Integer)	<input type="text"/>
<div>Activate: Payment of over \$200 Way: Pay by bank card</div>	
<div>Submit</div>	

图 5 充值中途无法返回

2.2.6 首页有过多指向其他分页面的链接

首页指向另一个页面的链接过多，满处都是反倒失去了内聚性，多个页面的链接混杂，不易学习和记忆。如下图 6 所示，仅仅跳转到 Activity 的页面就有 4 处跳转。

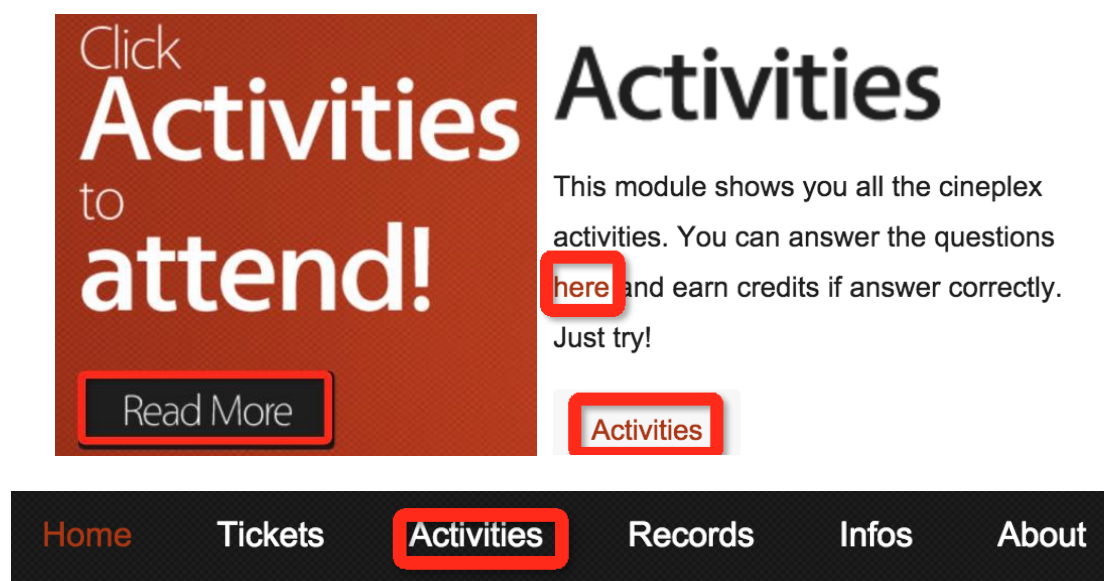


图 6 主页跳转至 Activity 页面的链接

2.2.7 单个电影购票页面多指向无效链接

明显不需要跳转链接的条目加上了跳转链接，给用户错误的暗示，容易使用户错误操作，从而导致用户产生不满情绪。



图 7 无效链接

2.2.8 参加活动页面多个链接无有效跳转

如下图 8 所示，红色框内内容链接无效，跳转至此页面上部分，容易给用户很差的体验。

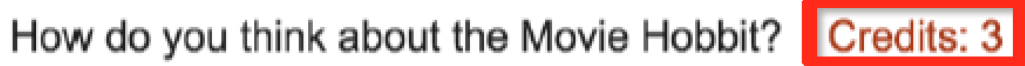


图 8 无效链接

2.2.9 首页正文区域各个部分布局混乱

如下图 9 所示，首页的布局存在很大的问题，第一是各个功能模块之间没有很明显的分界和区分，容易混淆；其次是体表和按钮的嵌入位置和大小极为无序；再者右边 Notice 有喧宾夺主之嫌，使得两栏既不想主次，又不像并列。

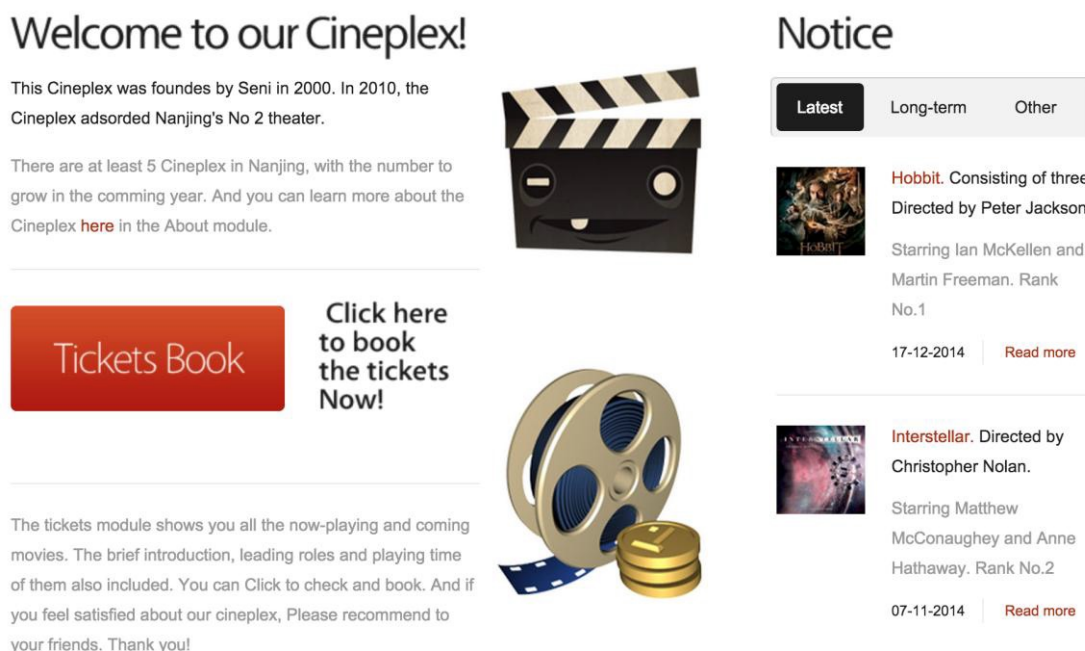


图 9 首页布局混乱

2.2.10 单个电影购票页面大片空白区域

单个电影购票页面大片空白区域很奇怪，应该充满，无缘无故的空白容易给人以不好的感觉，缺乏视觉上的完整性。

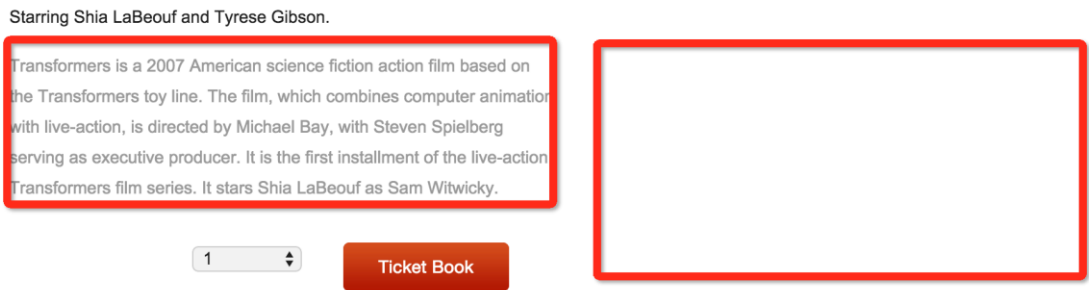


图 10 单个电影购票空白过大

2.2.11 充值页面金额为整数限制方式不合理

如下图 11 所示，在标签中附上提示不常见，也不能给用户好的体验。限制太弱，没有强调。

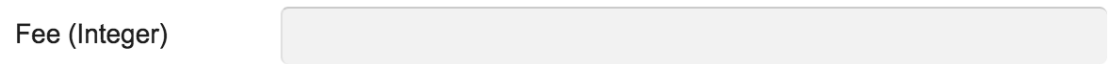


图 11 对金额的限制

2.2.12 账户信息栏显示信息方式不合理

信息显示方式有比较大的问题，如下图 12 所示，首先所有的都是用的是不可编辑的等长文本框无法体现信息之间的类型差异。比如\$符号其实最好不要在文本框中显示；其次是左边标签的字体没有突出效果；出现 true 字样对于用户来说可能难以理解；又看到时间的显示，使用文本框同样不合适。Valid 字样很难让用户理解。

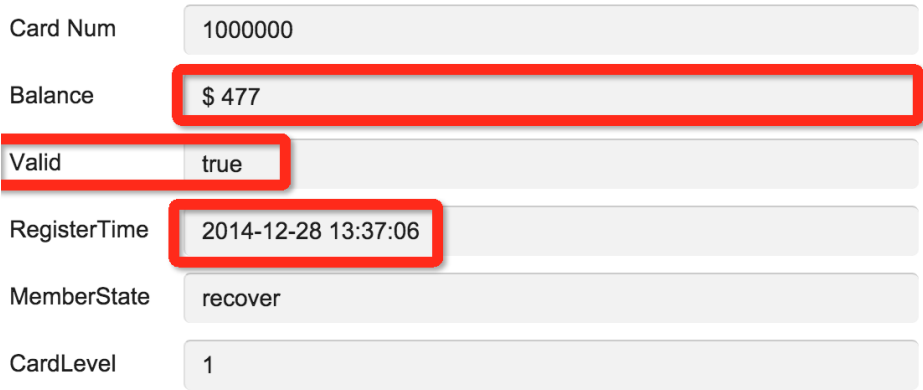


图 12 个人信息显示

2.2.13 订票页面标签提示语不合理

应该是 Movies List 才对，而且这是典型的程序员思维出现在界面上，其实在用户看来这不是 List，而只是 Movies，程序员因为实现中采用了 List 自然而然的用法对用户来说可能是费解的。

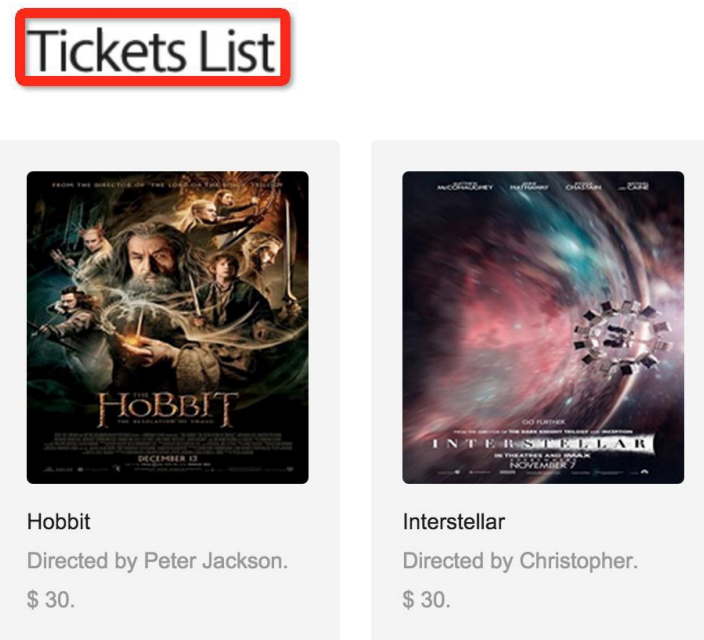


图 13 电影列表标题

2.2.14 单个电影订票页面标签非大写开头

全部其他的标签都是大写开头，只有这个不是，而且 Role 应该小写，这种细节性的问题会潜移默化的影响用户对系统的感觉。

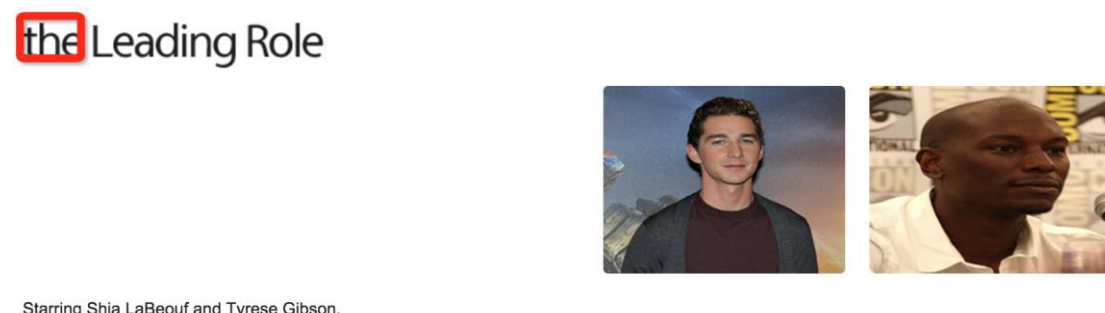


图 14 单个电影订票标签

2.2.15 购买按钮上文本非动词

按照常理，应该是 Book 或者 Buy 之类的词语，一方面是简洁，另一方面算

是约定俗成。



图 15 购买按钮

2.2.16 查看消费记录页面表格标题栏字体不当

标题字体过于花哨，增加了用户的观察成本，很累。

<i>Movie Name</i>	<i>Period</i>	<i>Hall</i>	<i>My Seat</i>	<i>Money</i>
Hobbit	2015-04-05 14:00-16:00	3	1	\$ 30

图 16 消费记录表格标题

2.2.17 查看消费记录页面记录排序不合理

一般而言，这种应该是按照由最近的消费记录像前排序，而不是最遥远的放在最前面的位置。

Hobbit	2015-04-05 14:00-16:00
Interstellar	2015-04-05 08:00-10:00
Hobbit	2015-04-05 14:00-16:00
Hobbit	2015-04-05 14:00-16:00
Hobbit	2015-04-05 14:00-16:00
Transformers	2015-04-08 14:00-16:00

图 17 消费记录表格

2.2.18 充值页面提交按钮大小位置不合适

充值页面 Submit 按钮过大，而且摆放的位置很奇怪。

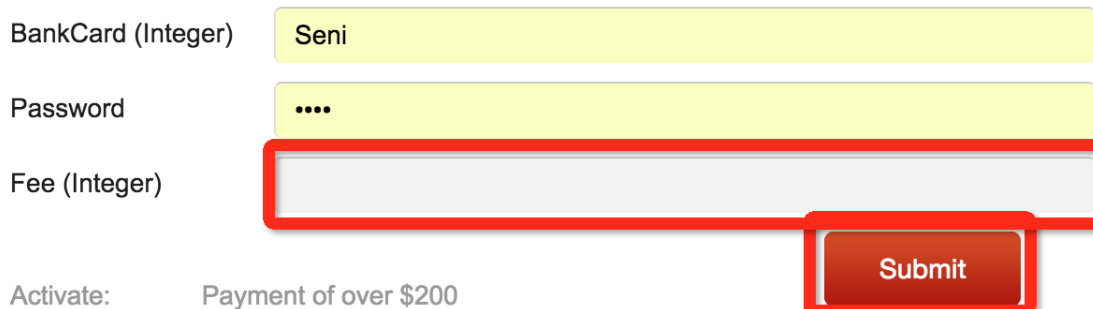
A form for a recharge page. It contains three input fields: 'BankCard (Integer)' with the value 'Seni', 'Password' with four dots, and 'Fee (Integer)' which is empty. A red rectangular box highlights the 'Fee (Integer)' field and the 'Submit' button below it. The 'Submit' button is a red rectangle with the word 'Submit' in white. Below the form, there is a label 'Activate:' followed by the text 'Payment of over \$200'.

图 18 充值页面提交按钮

2.2.19 已激活用户不需要提示激活方式

已经激活的用户不需要在你提示激活，这样给出了过多的提示，可能导致用户误解。

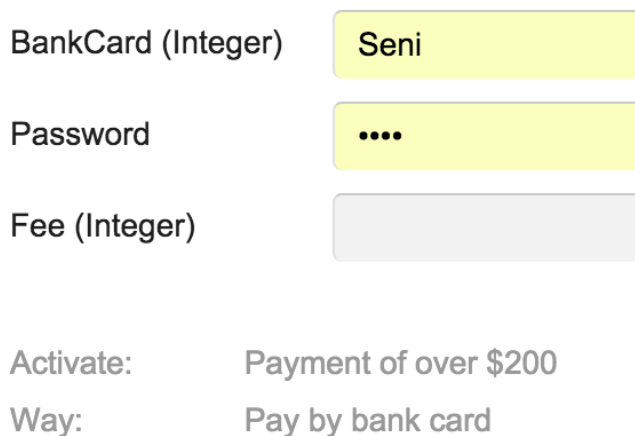
A form for activation. It contains three input fields: 'BankCard (Integer)' with the value 'Seni', 'Password' with four dots, and 'Fee (Integer)' which is empty. Below the form, there is a label 'Activate:' followed by the text 'Payment of over \$200'. Below that, there is a label 'Way:' followed by the text 'Pay by bank card'.

图 19 激活提示

2.2.20 参加活动页面按钮间距太小

Radio button 间距过小。



图 20 radio button 间距

2.2.21 注册页面 radio button 之间距离太小

Radio button 间距过小。

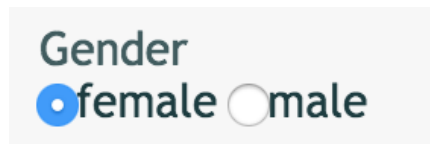


图 21 radio button 间距

2.2.22 首页图标闪现方式不合理

如下图所示，banner 切换时，白色字体首先从左边淡出，又从左边滑出来，感觉非常怪异。

