

互联网电影购票系统

需求规格说明书

修订历史

日期	版本号	描述	备注
2017/05/15	1.0	初始草案	
2017/06/20	2.0	第一次修改	

目录

- 一 项目概述.....2
 - 1.1 项目简介.....2
 - 1.2 项目定位.....3
 - 1.3 涉众描述.....2
 - 1.4 产品概览.....4
- 二 业务流程.....5
 - 2.1 主场景流程.....5
- 三 业务需求.....6
 - 3.1 用例.....6

一 项目概述

1.1 项目简介

我们设想本次开发的产品是下一代电影购票与影视服务网站，具有灵活性、便捷性，支持各种客户的不同业务规则。具有以往电影购票与影视服务网站基本服务的同时，结合用户实际需求，增加更符合实际、更人性化和便捷的功能，使购票和观影体验的得到提升。

1.2 项目定位

1. 商业机遇

互联网浪潮下，从网上购买电影票已经成为大家的习惯。但我们注意到，目前市面上的电影网站还存在一些问题，比如影评虚假，广告过多等。同时我们也在日常生活中观察到人们在看电影时有一些需求是需要得到满足的，比如大家都希望避开说话声音大，开闪光灯拍照、影厅内抽烟等“不良顾客”，以及希望能与观影偏向相同的人结交朋友，进行互动等。

2. 问题综述

在这个完全由我们自己开发，没有骚扰广告的网站中，我们不仅提供查看近期电影及评分评论，网上购票，发表影评等基本功能，还将设置独有的“举报”机制，用于找到那些不守规矩，严重影响他人观影体验的用户，帮助用户避开他们，营造更好的观影氛围。同时这个项目也将在课程结束后进行迭代升级，加入更多更人性化的功能，努力打造一个让用户能安心购票，友好交流的平台。

3. 产品定位综述

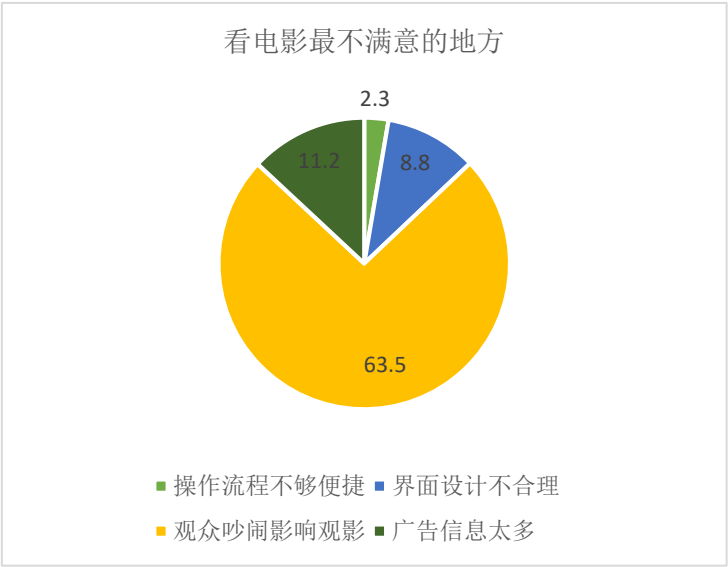
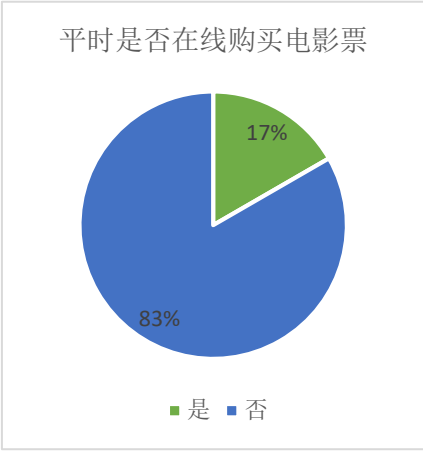
系统目标用户：有换电影票、换座位、查看实际座位观影体验需求的用户

出众特性：使用简单便捷、切合用户需求、弥补传统网站不足

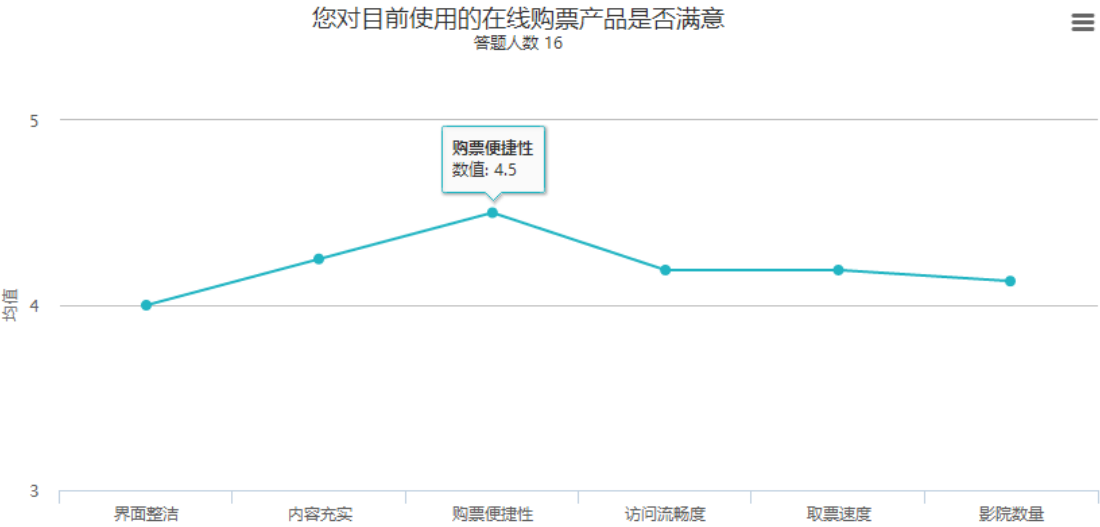
1.3 涉众描述

1. 市场统计

设计调查问卷，在 40 人范围调查后，发现有接近 60%用户有以上一种或多种需求。



以下为用户对现有产品或网站的满意度。



由统计结果发现，受访者男女比例均衡，年龄集中在 18~25 岁区间内，过半受访者每月至少去一次电影院看电影，超过八成的人使用在线电影购票系统且对其用户体验表示满意，这种购票途径最显著的优点是方便快捷和购票流程友好，少数人认为存在广告过多和影评虚假的问题。超过六成的人认为观众素质参差（如熊孩子吵闹）对观影体验有影响，且绝大部分受访者认为需要解决影院熊孩子的问题。

我们综上得出的结论是当今主流的购买电影票途径是在线购票系统，现有的电影购票系统已经相当成熟，虽存在页面广告过多和影评虚假的等问题，但在 UI、功能和流程设计方面得到了用户的广泛认可。此外，我们发现的一个事实是影院里观众低素质观众有损观影体验，绝大部分观众希望影院中的熊孩子得到约束，这将作为我们开发新一代电影购票系统要解决的首要用户痛点。

2. 用户级目标

用户要求系统实现以下目标：

- （1）方便的在线查看影视资讯及评价、选座购票。
- （2）具有其他网站不具有、但符合自己部分需求的功能。包括但不限于在线转卖影票、在线换座、观影实景等。

1.4 产品概览

1. 产品展望

本网站结合现有电影购票与影视服务网站优点，在分析用户未被满足需求的基础上，提出更人性化和便捷的功能，使购票和观影体验的得到提升。

2. 优点概述

（1）在线转卖电影票功能。用户购票后却临时有事无法去看，因无法向影院退票，只能选择线下转卖。本产品则提供了在线转卖电影票功能，在显示的座位表中将已购票需要退票的位置显示为特有的颜色，其他用户在购票时，看到该标示，则可以根据其位置和自己实际情况，选择是否购买。这样给用户提供了便利，也提高了购票网站的流量。

(2) 在线换座功能。用户在购票时，有时想换到自己希望的位置而该位置已经被购买。虽存在双方有交易的可能，但传统网站中没有提供合适途径塔起这座桥梁。而我们的网站中提供在线换做功能，用户购票后，若对观影座位不太在意，可以向网站提交“接受换座”的请求，此时观影座位表中该座位就会显示特有颜色。其他用户看到后，若有换座需求，可支付固定金额（具体数额可根据调查或大数据分析进行确定）将自己持有的电影票与该票交换。交换后会有信息发送至两位用户各自的手机上，凭此信息用户可以兑换新电影票或直接换座进行观影。

(3) 屏蔽恼人广告功能，用户可以根据自己需求和意向，选择性的屏蔽无关和不感兴趣的广告，为购票和观影带来更流畅的体验。

(4) 举报恼人的低素质观众，当发现身边有观众发出的行为明显影响到自己的观影体验时，可进行举报，如果多人举报，则会有工作人员做出相应的反应。

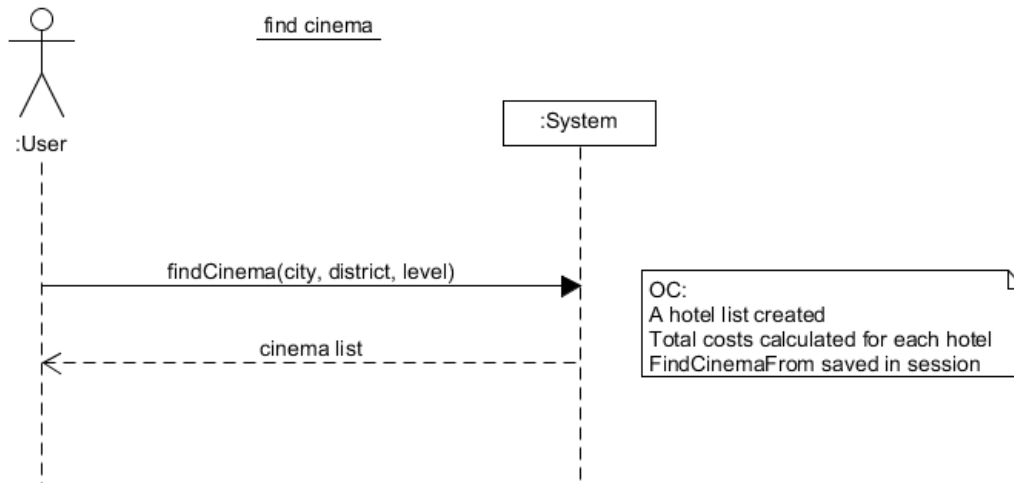
3. 假设和依赖

假设 1：本网站具有全部或大部分其他电影购票与影视服务网站的核心功能

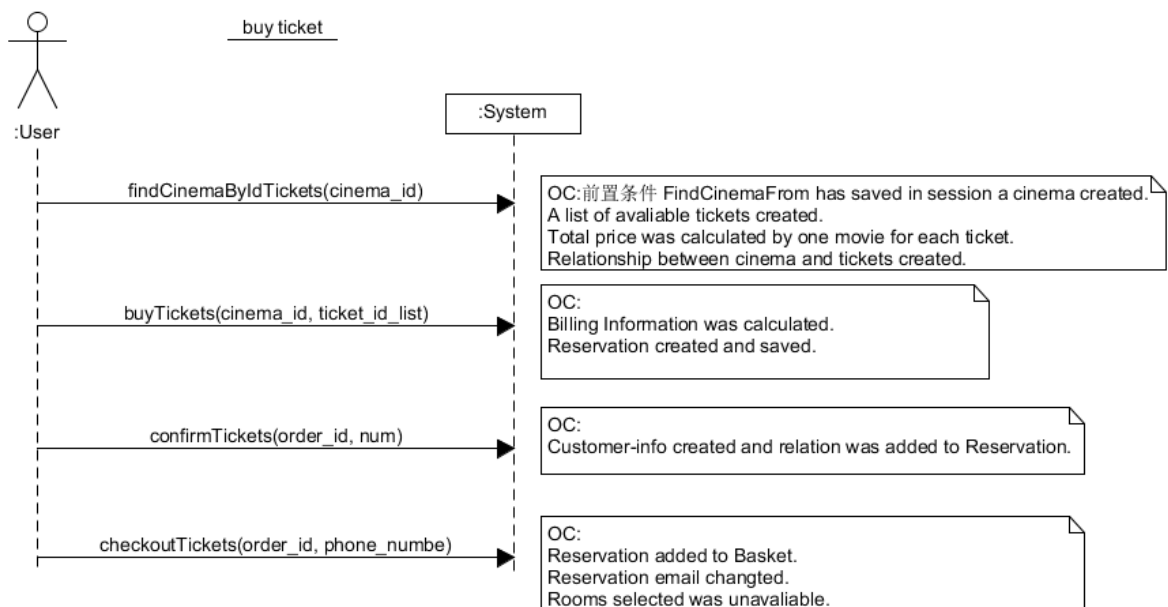
假设 2：通过产品的多次迭代和技术改进，可以提供稳定服务

二，主场景流程

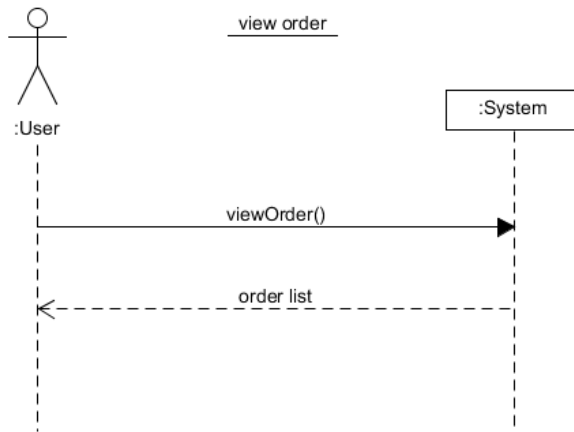
主场景 1：Find cinema:



主场景 2: Buy tickets:



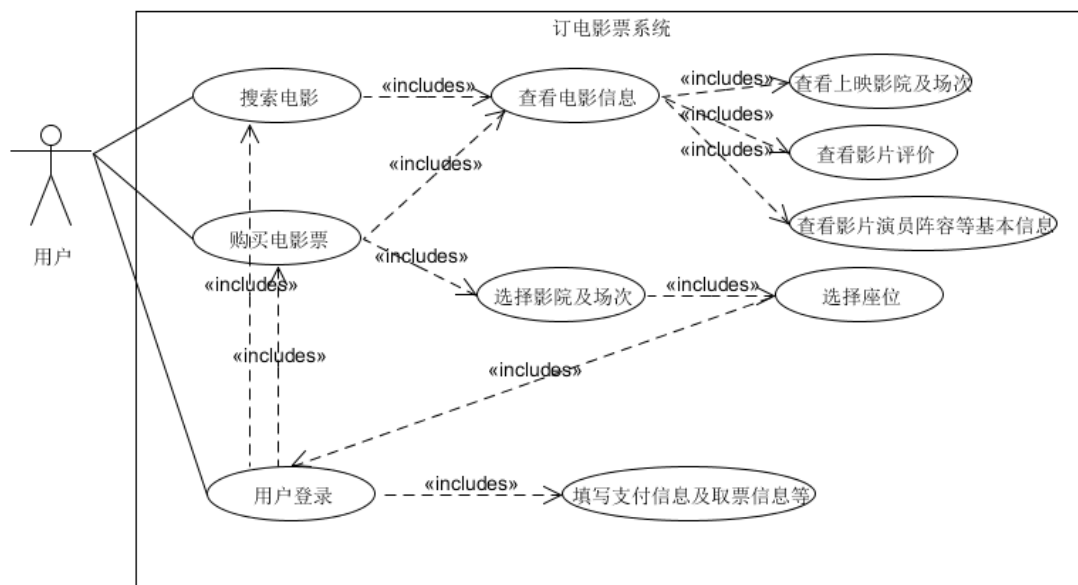
主场景 3: View order:



3 业务需求

3.1 用例

3.1.1 用例图：



3.1.2 用例文本

1, Brief Level

用户打开电影购票网站，浏览电影、影票及影院信息，当找到合意影票后点击购票，进入该电影票对应的场次的选座购票页面。选座后点击支付，进入用户登录界面（若之前已登录则省略此步），登录后进入支付信息填写界面。支付成功后进入取票信息界面。

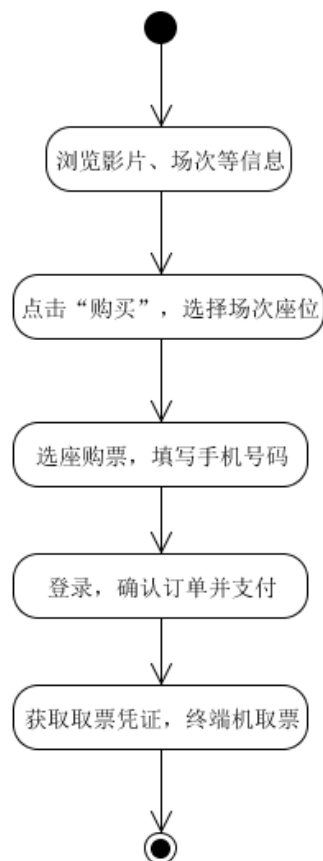
2, Casual Level

选座购票

主成功场景：

用户浏览各影片信息后，选择自己感兴趣的电影及上映地点与场次，进入选座购票界面。

活动图如下：



交替场景：

如果用户已经登录，则不需进入登录界面，直接进入支付界面。

如果用户尚未选座，则“支付”按钮应为无效状态。

如果用户未确认订单，则隔一定间隔（如半小时）后应将该预订取消。

3, Detailed Level

范围：电影购票系统

级别：用户目标

主要参与者：用户

涉众及其关注点：

——用户：希望能够直观、便捷、准确地完成在线订票订座功能，同时不希望有差错。

——电影院：希望更多用户来购买其影票及配套消费。

——购票网站：希望吸引更多用户访问和使用。希望购票系统容错性高。

——支付相关涉众：希望安全准确地完成交易。

前置条件：用户成功登陆，进入选座购票阶段。

后置条件：存储交易信息。提供取票凭证。发送凭证至用户手机。影院正确记录票数的变化。

主成功场景：

- 1, 用户打开电影购票网站，浏览电影、影票及影院信息。
- 2, 找到合意影票后点击购票，进入该电影票对应的场次的选座购票页面。
- 3, 选座后点击支付，进入用户登录界面（若之前已登录则省略此步）。
- 4, 登录后进入信息确认及支付信息填写界面。
- 5, 支付成功后显示取票凭证。

扩展：

- 1, 其他观众做出影响观影的行为时，举报恼人观众。
- 2, 添加他人成为好友后，可以看到好友购买的电影票。

特殊需求：

- 1, 用户购票后却临时有事无法去看，因无法向影院退票，只能选择线下转卖。因此用户希望有在线转卖电影票功能。
- 2, 用户在购票时，有时想换到自己希望的位置而该位置已经被购买。虽存在双方有交易的可能，但传统网站中没有提供合适途径搭起这座桥梁。因此希望有在线换座功

能。

3， 希望有影院观影位置的真实视角图或模拟图，以供选座位时参考。

发生频率：可能会不断地发生。

未决问题：

1， 如何实现真实座位的真实观影视角的建模？

2， 具体如何进行技术架构的设计？