

**XXXX项目**

**项目任务启动书**

**贵州巨动睿云科技有限责任公司**

**二〇XX年XX月**

修订记录

| 版本 | 修订说明 | 作者 | 审核 | 审核日期 |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| V1.0 | 模板创建 | 黄林 | 王亚辉 |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

所有权声明：

贵州巨动睿云科技有限责任公司

版权所有 不得复制

Copyright © 2018 by GuiZhou JDRY Information Technology Co., Lt

**目 录**

[1 前言 4](#_Toc511660298)

[1.1 编写目的 4](#_Toc511660299)

[1.2 文档约定 4](#_Toc511660300)

[1.3 读者对象 5](#_Toc511660301)

[1.4 术语和缩略词 5](#_Toc511660302)

[1.5 参考文档 5](#_Toc511660303)

[2 项目概述 6](#_Toc511660304)

[2.1 项目背景 6](#_Toc511660305)

[2.2 项目目标 7](#_Toc511660306)

[2.3 需求范围 10](#_Toc511660307)

[2.4 总体框架 10](#_Toc511660308)

[2.5 组织机构 12](#_Toc511660309)

[2.6 用户特点 13](#_Toc511660310)

[2.7 设计约束 13](#_Toc511660311)

[3 功能性需求 14](#_Toc511660312)

[3.1 总体流程 14](#_Toc511660313)

[3.2 角色定义 14](#_Toc511660314)

[3.3 系统功能 15](#_Toc511660315)

[3.4 功能描述 19](#_Toc511660316)

[4 非功能性需求 24](#_Toc511660317)

[4.1 软件需求 24](#_Toc511660318)

[4.2 硬件需求 27](#_Toc511660319)

[5 外围系统和接口 32](#_Toc511660320)

[5.1 与业务支撑网内部系统接口 32](#_Toc511660321)

[5.2 与其他系统的接口和关系 34](#_Toc511660322)

[6 其他需求 35](#_Toc511660323)

[7 数据字典 35](#_Toc511660324)

[8 附件 35](#_Toc511660325)

# 项目概述

## 项目背景

*[描述项目产生的背景，包括：*

1. *产生该项目需求的原因或起源，如社会背景、市场发展、政策趋势、原有系统局限性、存在问题等方面。*
2. *列出此项目的任务提出者、开发者*
3. *软件项目的用途、软件项目的范围*
4. *需开发的软件系统的名称，英文缩写（可选），项目编号（可选）]*

中国移动通信集团公司（简称“中国移动通信”）于2000年4月20日成立，注册资本为518亿元人民币，资产规模超过4000亿元。中国移动通信集团公司全资拥有中国移动（香港）集团有限公司，由其控股的中国移动有限公司在国内31个省（自治区、直辖市）设立全资子公司，并在香港和纽约上市。目前，中国移动有限公司是我国在境外上市公司中市值最大的公司之一，也是亚洲市值最大的电信运营公司。

随着经济全球化趋势和中国加入WTO，中国电信市场的政府管制力度越来越弱，市场更加开放，竞争更加激烈。国内外市场环境要求国内的公众电信运营企业在经营理念、管理模式上能有较高层次的飞跃，以求在电信运营商的国际化竞争中立于不败之地。

在互联网络高速发展的今天，网站正成为公司、企业、政府及团体进行形象展示、信息发布、业务拓展、客户服务、内部沟通的重要阵地，她不但具有快捷、无距离及随时随地均可更新的特性，更能提供一些互动性的功能，如留言板、会员制、讨论区等等，使得网站充满生气，让人倍感亲切。传统媒体就这一点是无法与之相比拟的，可以说网站的快捷、无距离及互动性是其在媒体中脱颖而出的主要因素。

中国移动通信集团甘肃有限公司是中国移动有限公司的全资子公司，公司5000多名在职员工，拥有雄厚的移动通信建设和维护技术力量。经过十几年的探索和努力，甘肃移动以惊人的建设速度成就了甘肃地区最大的移动通信网络，覆盖已通达全市各个角落，而移动通信的网络容量超过300万户，同时网络质量优良。

为进一步统一甘肃移动业务品牌，整合网络营销渠道，提升个人客户服务质量，拓展集团客户服务领域，甘肃移动需要建设统一的外部门户网站。

## 项目目标

*[描述项目建设的目标，即简要叙述该项目要达到的要求。例如：应用目标、作用范围，简述该软件系统能给用户的受益。]*

### 总体目标（长期）

中国移动门户网站的总体目标是通过整合集团内所有网站系统资源，逐步建立集团公司和省公司二级网站的架构，实现服务、业务和品牌的三类整合，达到有效整合门户网站资源，提升门户地位、市场营销能力、客户服务能力和运营管理能力的目的，逐步建立线上线下相结合的中国移动网上客户服务和市场营销体系，使网站建设成为中国移动客户服务、市场营销和公司对外宣传的核心渠道。

**一、提升门户地位，重组业务资源。**

构建完整的两级门户体系，提升门户功能及性能；通过门户实现互联网资源的有机整合和统筹管理；在两级门户上实现业务平台汇聚，确立门户地位。

**二、提升市场营销能力**

成为新业务营销推广的主要界面，缩短营销路径，降低营销成本；成为新业务发布、展示和体验的最佳途径；充分挖掘互联网技术优势，发展各类依托互联网的营销手段。

**三、提升客户服务能力**

拓展服务方式，降低服务成本，培养客户自助务意识；提升客户体验，简化操作，实现跨平台和系统的单点登录、统一认证或鉴权；规范新业务客户服务，满足服务界面的一体化和客户体验的一致性的要求。

**四、提升运营管理能力**

整合并规范业务流程和资源，实现业务运营的集中管控，降低运营成本；拓展门户服务对象，提升业务功能部署管理能力，提升整体运作效率；适应生产力发展趋势，优化组织结构，提高企业内部协同能力。

### 中期目标（3-5年达到）

中国移动门户网站的中期目标是通过逐步完善网站支撑系统，整合网站信息资源，完善网站的运营机制，实现网站对线下客户服务和市场营销的支持，最大程度的资源共享，并逐步在网站上实现互动社区、电子商务等功能。

中国移动门户网站的中期目标是通过逐步完善网站支撑系统，整合网站信息资源，完善网站的运营机制，实现网站对线下客户服务和市场营销的支持，最大程度的资源共享，并逐步在网站上实现互动社区、电子商务等功能。

**一、实现网上业务办理与市场业务拓展同步**

网上客户服务能紧跟市场业务的拓展，及时实现新业务的网上查询和办理。

**二、基于互联网平台支撑，向其他渠道的客户服务延伸**

延伸基于互联网技术的网上客服功能到其他客服终端，例如：设置在营业厅、商场、社区等公共场所的自助服务终端，以及为大客户经理上门服务提供有效的支撑等。

**三、建立统一的信息资源规划，实现高度的资源共享**

对于除各省公司新闻以外的通信行业新闻、手机仿真、通信技术、手机天地、全网业务等具有全集团共性的新闻、信息和业务介绍等内容，由集团公司统一制作，各省公司根据各自特色统一选择使用。

实现集团内网站的高度资源共享，并与线下资源融合互动。开展互联网层面的业务整合，统一全网推广业务的解释口径及分类标准。

**四、拓展网站业务，逐步实现互动社区和电子商务**

根据互联网业务特性，适时开展互动社区、网上短信等具有客户粘性的互联网业务。同时，根据市场业务和网上客服的发展情况，选择不同业务项目，分期逐步实现电子商务。

### 近期目标（2007年底）

近期网站的主要任务是整合中国移动通信集团网站资源，在全国范围内各省公司网站实现统一网站规划，统一业务管理，统一鉴权认证，统一网站风格，整合信息结构，实现全网信息共享。

**一、统一网站规划和整合**

架构以客户为导向的两级网站信息结构，融合集团、省（市）公司的服务和营销信息，实现中国移动多网站在界面和系统上的融合。

统一规划网站的栏目结构，对网站的栏目结构进行全面的整合，建立完整的三大客户品牌专区、集团客户专区和城市频道。

明确集团网站与省公司网站定位，理顺两级网站之间的承接关系，统一规划建设国际漫游、手机终端、卡类、集团客户等网上专区，以门户网站为核心，分步对移动梦网、短信回执、PIM、飞信、彩铃、手机报等产品网站进行风格、内容和认证系统的整合。

各省公司在现有基础上，近期实现互联网界面的资源整合，将地市公司专区整合到省公司网站，将业务或品牌网站整合成为省公司网站结构下的栏目或专区，使省公司网站真正成为本省公司互联网界面的统一入口。

**二、统一业务管理，规范网站运营相关管理办法和制度**

明确集团、省（市）二级网站业务管理职能，制定和明确网站业务管理和信息维护流程。

制定网站内容发布、网站页面与风格设计规范、网站运营数据的统计和考核等管理办法和制度。

**三、统一鉴权认证**

建设跨多业务平台的统一认证平台，统一认证鉴权，先期完成chinamobile内的两级统一，最终实现所有业务平台的统一认证鉴权。

规范域名管理，开展中国移动多网站系统和业务整合。

**四、全面统一网站风格**

在目前集团公司与各省公司网站风格基本保持统一的基础上，对网站的整体风格（视觉元素、信息结构）进行修改与整合，全面提升网站协同统一的整体能力。由集团公司制定统一的网站设计风格，各省公司网站本着核心相同，个性发展的原则，在保持和集团风格统一的前提下，可以适当的发展各自个性化的内容。

**五、完善网上服务营销的支撑功能**

在现有基础上，加强各省的生产运营系统对网上服务与营销的高效支撑、有效扩展，保证网上客服功能的正常使用和有序发展。

加强网站的应用功能和系统功能的建设。提升网站的可用性、稳定性、安全性和黏性，探索开户、网上交费、终端销售等商务功能。

**六、深化网站信息统计分析，完善定期分析和上报制度。**

深化网站信息统计分析，完善定期分析和上报制度，为网站工作的改进和发展提供有效依据。

**七、建立网上信息共享机制**

建立网站信息共享机制，在集团公司和各省公司及各省公司之间实现有效的资源共享和交流。同时，还可以考虑实现网站与其它电子渠道和实体渠道之间的信息和资源的共享和交流。

## 需求范围

*[对项目的需求范围进行整体性的描述。]*

结合近期目标中国移动甘肃分公司门户网站建设的内容主要包括以下几个方面：

1. **业务宣传方面：**进行移动业务的宣传，对移动的品牌进行介绍和宣传，宣传企业形象，扩大企业在社会上的影响力，因而进行移动品牌/产品、最新动态、城市频道、手机天地、关于甘肃移动等栏目的建设。
2. **客户服务方面：**为用户提供一站式的服务，因则进行统一认证、个人（集团）用户营业厅、信息搜索、网上调查、客户服务（包括投诉与知识库）等功能建设。
3. **信息共享方面：**构建企业内沟通的渠道，可以借助企业门户网站改善企业内部员工之间的信息交流；提供与集团相关信息的共享与全网业务的应用、提供活动栏目及其内容的管理。
4. **门户管理方面：**为优化门户网站的易维护性及安全性，因而进行网站后台的运营管理、证书管理、会话管理、统计报表的生成、展现管理、信息采集与发布管理、内容管理、模版管理等功能的建设，同时进行相关业务平台的数据与认证整合。
5. **新业务方面：**为客户提供新业务介绍、内容管理及其功能开通，用户开通后可直接享受该业务的功能服务，例如天气预报、手机报等。建立新业务推广和介绍模块，例如手机导航等。
6. **个性化方面：**为个人与集团用户提供信息个性化业务应用的功能；建设统一基于规则的授权，建立用户的个性化频道。

## 项目工期

*[说明整个项目客户要求完成时间或者日期]*

示例：

开发周期180个自然日或者于2018年12月31日前完成。

# 项目启动方案

## 主要开发内容

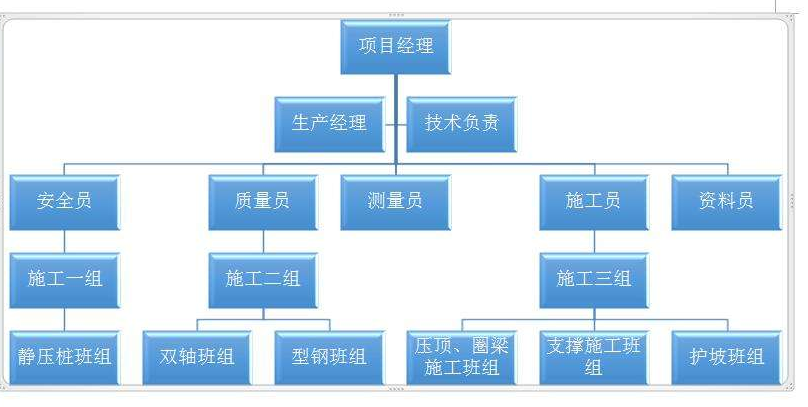
*[概述系统所具有的主要功能，可以用VISIO画图的形式展示，列出功能分类，并加入必要文字说明。]*

## 项目组织架构

### 项目组织架构图

*[ 用VISIO工具画图，以图的方式显示本项目需要的人员架构，最好加上甲方的人员。]*

示例：



### 参与项目成员

*[此处说明参与本项目的人员信息与角色]*

示例：

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 姓名 | 角色 | 参与阶段（填写是否参与） | | | | | | | |
| 立项 | 需求 | 设计 | 开发 | 测试 | 交付 | 技术评审 | 管理评审 |
| 项目组内部人员 | 徐磊 | 项目经理 | 负责 | 负责 | 批准 | 审核 | 审核 | 负责 | 参与评审 | 负责 |
| 卜小超 | 软件开发 | 参与评审 | 参与评审 | 参与评审 | 负责 | 参与评审 | 参与评审 | 参与评审 | 参与评审 |
| 王朝路 | CM | 参与评审 | 参与评审 |  |  |  | 参与评审 | 参与评审 | 参与评审 |
| 负责阶段活动交付物的配置管理 | | | | | | | |
| 系统测试 | 参与评审 | 参与评审 | 参与评审 | 参与评审 | 负责 | 参与评审 | 参与评审 | 参与评审 |
| 项目组外部人员 | 郑晓鹏 | PPQA | 审计 | 审计 | 审计 | 审计 | 审计 | 审计 | 审计 | 审计 |
| 王亚辉 | 高层经理 | 批准 | 参与评审 | 参与评审 | 参与评审 | 参与评审 | 参与评审 | 参与评审 | 批准 |
| 方根林 | 客户 |  | 参与评审 |  |  |  | 参与评审 |  |  |

## 项目计划

*[利用Project的甘特图，对进度进行估计，说明任务的时间进度以及任务之间的依赖关系等。]*

示例：

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 阶段名称 | 起始时间 | 结束时间 | 阶段目标 |
| 立项 | 2017-2-13 | 2017-2-15 | 完成项目立项 |
| 计划 | 2017-2-15 | 2017-2-22 | 完成计划工作 |
| 需求 | 2017-2-22 | 2017-3-7 | 完成需求工作 |
| 设计 | 2017-3-7 | 2017-3-16 | 完成设计工作 |
| 开发 | 2017-3-16 | 2017-5-4 | 完成开发工作 |
| 集成 | 2017-5-4 | 2017-5-12 | 完成集成工作 |
| 测试 | 2017-5-12 | 2017-5-23 | 完成测试工作 |
| 发布 | 2017-5-23 | 2017-6-1 | 完成交付工作 |
| 项目关闭 | 2017-6-1 | 2017-6-5 | 完成项目关闭工作 |

# 推进保障机制

*[ 此处描述在项目整个执行过程中通过怎么样机制进行项目信息的传达与质量的保障]*

示例：

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 沟通对象 | 目的 | 沟通方式 | 参加人员 | 时间/频次 |
| 高层经理 | 汇报项目进展，期许进行资源协调，以及重大问题集体决定 | 邮件、面谈、书面汇报、电话 | 项目组全体、高层经理 | 里程碑会议或重要临时汇报 |
| 项目团队内 | 通报项目进展情况讨论等，重要通知，会议总结，下一步计划 | 项目内部会议、邮件、面对面等 | 项目组全体 | 各项管理会议(周例会、技术评审会）、随时 |
| 项目团队之间 | 了解其他团队工作情况，吸取经验和教训，已对本项目有所帮助 | 项目交流会（如技术中心的部门工作会议） ，以及个别交流 | 项目组全体、相关项目组 | 每季度一次、随时 |
| 职能领导 | 相互沟通，获取职能部门的支持 | 会议、面对面、电话等 | PM、相关职能领导 | 项目需要时 |
| 项目管理人员 | 汇报工作进展、总结，使项目按流程顺利推进 | 会议、书面、邮件、面对面等 | 项目组全体、管理团队 | 每月1次，各项管理会议、随时 |
| 市场 | 了解最新市场信息、项目前期提供帮助 | 会议、邮件、面对面等 | PM、市场人员 | 各项管理会议、随时 |
| 人力资源 | 了解项目人员动态，项目人力资源管理 | 会议、邮件、面对面等 | PM、人力资源管理团队 | 各项管理会议、随时 |
| 财务人员 | 了解项目财务状况，使项目财务状况良好 | 会议、邮件、面对面等 | PM、财务管理人员 | 各项管理会议、随时 |
| 质量人员 | 协助做好产品的测试，使产品有好的质量 | 会议、书面、邮件、面对面等 | 项目组全体、质量管理团队 | 各项管理会议、随时 |
| 顾客 | 使产品满足客户需求 | 电话、现场支持 | 项目组成员、测试组、客户 | 定期回访、事件驱动 |
|  |  |  |  |  |
| **监控计划** | | | |  |
| 周期 | 跟踪活动 | 形式或工具 | 结果或记录 | 责任人 |
| 每周/月 | 讨论项目完成情况、存在问题等；跟踪项目进度、工作量、成本、风险等 | 项目组会议 | 项目状态报告 | 项目经理 |
|
|
| 里程碑（阶段末） | 讨论项目完成情况、存在问题等；跟踪项目进度、工作量、成本、风险等 | 评审会议（可能以周例会的形式） | 里程碑评审报告 里程碑评审会议纪要 | 项目经理 |
| 项目结束 | 结项会议 | 总结会 | 项目总结报告 | 项目经理 |

# 项目风险分析

*[ 用表格的方式，展示项目前期可以预见的风险以及风险的对策]*

示例：

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| XXX项目风险分析 | | | | | | |
| 编号 | 风险来源 | 风险描述 | 风险系数 | 处理策略 | 规避计划 | 应急解决计划 |
| 1 | 内部风险 | 对功能技术不熟悉，从来没有开发过，可能造成延期 | 高 | 减少 | 开发人员提前研究功能技术 | 让其他项目组有经验的成员或者外部有经验的成员进行协助开发 |
| 2 | 内部风险 | 部分相近员工可能错过公司体系文件的培训时间点，不熟悉公司的规范和流程的要求 | 中 | 规避 | 项目经理加强检查，项目经理或EPG针对大家不熟悉的规范进行有针对性的私下培训 | 加班，针对有问题的部分重新按照公司规范完成文档 |
| 3 | 内部风险 | 项目的工作人员对于项目管理工具软件Project的操作不够熟练导致不能清晰的了解和管理自己的工作活动 | 中 | 规避 | 提前培训，EPG安排对大家的Project工具使用培训 | EPG协助大家熟悉和使用Project项目管理工具 |
| 4 | 内部风险 | 项目人员对需求不熟悉 | 高 | 规避 | 要求项目人员参与需求评审 | 与需求人员沟通，了解需求 |
| 5 | 内部风险 | 项目部分成员存在经验不足，可能对整个开发不熟悉 | 高 | 规避 | 制定培训计划 | 加班，并按照公司规范完成项目 |
| 6 | 内部风险 | 公司人员对SVN工具的操作和使用的方法不熟悉且错过了培训的时间点 | 高 | 规避 | 提前针对大家的配置管理工具培训，制定培训计划 | 加班，并按照公司规范完成 |

# 附件

*[与项目启动相关的附加文件]*

示例：

项目详细计划

……