**电子商务专业**

**毕业论文（设计）开题报告**

**选题名称： 宠物电商互联网产品设计－关于宠**

**物狗及周边需求的生态产品**

**姓 名： 杨 驰**

**学 号： 09133761**

**指导教师： 冯文龙**

**填写日期： 2016.4.28**

目 录

[1 选题背景和意义 1](#_Toc480795585)

[1.1 选题背景 1](#_Toc480795586)

[1.1.1 （若有，请按此排列序号） 1](#_Toc480795587)

[1.2 选题意义 1](#_Toc480795588)

[2 国内外研究现状分析 1](#_Toc480795589)

[3 研究内容与论文框架 1](#_Toc480795590)

[3.1 研究内容 1](#_Toc480795591)

[3.2 论文框架 1](#_Toc480795592)

[4 研究方法、步骤与技术路线 1](#_Toc480795593)

[4.1 研究方法 1](#_Toc480795594)

[4.2 研究步骤 1](#_Toc480795595)

[4.3 技术路线 1](#_Toc480795596)

[5 可能遇到的问题 1](#_Toc480795597)

[6 论文进度安排 1](#_Toc480795598)

[参考文献 1](#_Toc480795599)

# 选题背景和意义

## 选题背景

### 专业背景

近年，随着互联网科技企业的强势崛起，并且企业在技术与商业模式上的自我迭代式的快速革新，社会也发生了日新月异的变化。电子商务专业作为伴随互联网诞生的相关专业，其教学的内容和方式上也随社会的发展进行革新。而今，伴随移动互联网的高速增长，电商专业也不再局限于传统意义上的电子商务教学内容的学习，专业教学也提倡大胆创新，更多的联系社会实践。以互联网产品设计内容作为毕业设计的选题，其意义是可以综合运用所学专业的基本理论、基本方法、基本技能，将所学内容综合的运用在毕业设计工作之中。

### 个人兴趣

毕业设计（论文）的选题原则不光需要综合运用专业教学内容，也要结合个人的兴趣爱好、知识结构与研究能力，如此才能在具体的完成过程中体现出更充足的动力，做起来也更得心应手。关于宠物电商的互联网产品是自身所思已久的想法，并且自身有接触宠物相关行业与兴趣爱好的群体，自身也对互联网产品设计方面有较大兴趣，有系统的产品设计方法和知识结构可以应用在具体的毕业设计工作中。

### 行业背景

中国宠物行业是一个新兴行业，20世纪以来在逐步成长。一份中美两国宠物产业的对比数据显示，截至2013年年底，中国约有1.2—1.5亿只宠物狗，中国城市家庭的12%饲养宠物，中国宠物行业的产值约为200—300亿人民币。而来自于国际宠物行业的统计数据显示（APPA），2013年美国宠物行业产值为550亿美元，但有高达64%的家庭饲养宠物（1988年有56%的美国家庭饲养宠物，到2013年25年的时间增长了8%）。中国仍然是一个有着巨大增长空间的市场，发展潜力不可限量。

## 选题意义

1. 综合运用所学专业的基本理论、基本方法、基本技能，独立地分析问题和解决问题，设计将专业教学内容与自身知识积累结合起来，运用到互联网产品设计中。
2. 通过市场分析与用户研究，熟悉宠物电商市场环境，确立具体的产品定位以及商业目标，培养调查研究与信息收集、整理的能力。
3. 设计合理的产品业务与功能规划，深入实践产品设计过程，完善自身知识结构，培养创新意识，发挥自身创造力。
4. 取得完善的设计成果，能为目前国内宠物电商的发展提供参考，并且具有一定的实践价值。

# 国内外研究现状分析

## 国内现状

相比于国际宠物市场，国内宠物市场起步较晚，但发展速度较快，近年的市场规模增速在年均30%以上。结合中国经济发展的阶段性，可以把宠物行业的发展大致分为三个阶段。第一个阶段：种子萌芽期（1990-2000年） ；第二个阶段：发展启动期（2000-2008年） ；第三个阶段：快速发展期（2008 年至今） 。

目前，国内宠物电商平台（互联网产品）相对较少，其成功案例更是为数不多。据悉，目前互联网+宠物相关的企业，其中有波奇、乐宠等互联网综合平台，小佩宠物等宠物智能设备公司，主做宠物社交的有尾巴圈、遛遛，还有为数不多的宠物美容和寄养服务平台。

## 国外现状

宠物行业在发达国家已有百余年的历史，目前已成为一个相对成熟的市场。行业内包括繁育、训练、食品、用品、医疗、美容、保健、保险、趣味活动等一系列产品与服务，产业链条完整，相关标准和监管法规健全、规范，宠物的数量、市场规模经过不断增长累积已达到了较高水平，宠物行业对国民经济、人民生活的影响日益加深。

# 研究内容与论文框架

## 研究内容

根据自己所掌握的专业知识和兴趣爱好，结合当下互联网行业认识，设计一款符合宠物电商市场和目标群体的互联网产品，设计工作符合当下互联网公司产品设计的标准流程，内容涵盖从需求分析、市场及竞品分析到产品设计完整的设计过程。

## 论文框架

1. 产品定义
2. 用户研究（需求分析，用户调研）
3. 市场分析（市场环境，竞品分析）
4. 产品定位（核心价值，产品目标）
5. 产品规划（业务设计 功能规划）
6. 体验验设计（流程设计，交互设计，产品原型）

# 研究方法、步骤与技术路线

## 研究方法

### 定性研究

定性分析可以大概地了解用户和需求。方法有用户谈法、可用性测试、现场调查、场景分析、焦点小组、眼动实验等。

根据产品的出发点，对用户群体进行地域、身份、行为等标签化分类，来研究用户中存在几种类型群体和其特征。结合现在人们谈最多的就是场景分析，通过如实描述现实场景，建立在用户角度分析出场景中用户群体的目标和场景中真正起作用的驱动因素，来了解其大概需求点。

### 定量研究

定量研究是通过大量的样本来测试和验证某些事情的做法。与定性研究不同，定量研究注重针对特定问题的深入了解，来明确核心人群和核心需求。常用方法有问卷调查、消费者支持数据分析、自动化可用性测试、A/B测试、流量和日志分析等。

## 研究步骤

### 设计前期准备

本阶段主要明确产品的定义，之后开展具体的用户研究工作，通过用户访谈和调研来为产品设计提供有用的数据与理论支持，明确目标群体、了解用户特征和用户结构，构建合理的用户画像。通过对市场状况的了解，并且做具体的竞品分析确立产品的目标定位，突出产品的核心价值。

### 设计操作阶段

经过前期的准备阶段，可以开始着手具体的产品规划工作，需要制定具体的业务模式支撑产品的核心框架，并根据前期结果进行产品的功能设计，期间需要产出相应的文稿。在此之后，根据相应的规划结果，确立产品的具体呈现过程，其中包括产品的流程设计、产品的交互设计，以及各个阶段产出的低保真、高保真原型。

### 完善修改阶段

该阶段建立在具体的设计环节已经完结，自身与专业导师交流，对毕业设计作品进行后期的完善与修改。

## 技术路线

毕业设计工作中没有较高水平和深层次的技术手段应用，但是涉及到的技术手段较为广泛，包含具体的数据处理和设计技能等。

# 可能遇到的问题

## 无从下手问题

由于自身经验的缺失以及知识结构的缺陷，开展具体的工作之初，很可能不知道如何去下手。并且在设计过程中遇到了阶段性的问题，很迫切的想要知道接下来该怎么做，由于产品知识比较广而杂，遇到问题后很难从杂乱的知识储备当中拟定有底气的解决方案。

## 调研中的偏差问题

定量偏差：由于可利用的样本资源有限，还有随机样本中的不确定性都可能导致产品设计过程中采用的定量分析出现人为不可把控的信息偏差。

定性偏差：通过用户访谈与焦点小组等定性的研究过程，很难避免研究对象带有的欺骗性表述，导致获取信息不够清晰、偏离甚至相反。

# 论文进度安排

2017年4月1日—4月15日：选题并完成开题报告，交由指导老师审阅。

2017年4月15日-4月30日：查阅外文文献，完成指导老师下达的翻译任务。

2017年5月1日—5月20日：进行设计第一稿交指导老师审阅，并进行修改。

2017年5月20日—5月30日：进行设计第二稿交指导老师审阅，并进行修改。

2017年6月1日—6月2日：根据毕业设计（论文）定稿格式要求，完成论文定稿。

2017年6月3日—6月5日：将修改完的定稿打印出来交指导教师评阅。

2017年6月6日—6月11日：完成答辩提纲，准备毕业答辩。

2017年6月12日—6月14日：进行答辩。

# 参考文献

[1]刘耿. 应用于互联网产品的目标用户群分析方法研究——以旅游类互联网产品为例[J]. 艺术与设计(理论),2012,(Z1):132-134.

[2]赵婉茹,辛向阳. 互联网产品的特点与用户体验设计重要性的关联研究[J]. 艺术与设计(理论),2015,(06):115-116.

[3]熊英,张明利. 基于用户体验的互联网产品界面设计分析[J]. 包装工程,2016,(04):88-91.

[4]刘乃玮. 互联网产品中用户体验设计的一致性研究[J]. 现代装饰(理论),2013,(01):219.

[5]于晗. 搭建互联网产品框架的方法分析[J]. 中国新通信,2017,(01):84.

[6]杨贤,何汉武,唐超兰. 用户意图感知及其功能转换设计[J]. 辽宁工程技术大学学报(自然科学版),2016,(12):1556-1560.

[7]付浩翔. 互联网平台模式中的用户需求层次分析[J]. 经营管理者,2016,(35):343.

[8]孟苏文. 互联网产品中的情感化设计[J]. 科技与创新,2015,(10):29.

[9]孙少军,张宇红. 社交化电子商务UGC平台用户参与动机研究——以小红书为例[J]. 设计,2017,(07):14-15.

[10]王娟. 基于用户体验的互联网产品界面设计研究[D].浙江农林大学,2012.

[11]夏洁. 论互联网产品开发中的用户体验及可用性研究[D].浙江大学,2008.

[12]林亮亮. 宠物服务APP设计中扁平化的研究与应用[D].湖北工业大学,2016.

[13]苏战. 社交网络的人因设计[D].清华大学,2015.

[14]邵天宇. 互联网思维下的商业模式创新路径研究[D].大连理工大学,2014.

[15]高鑫. 融合互联网的宠物服务行业机会分析[J]. 中国商论,2017,(07):143-144.

[16]王丹雪. “互联网+”下的宠物寄养新思路[J]. 上海信息化,2016,(03):65-66.

[17]刘爱霞. 宠物食品行业发展状况及调查[J]. 黑龙江科技信息,2015,(01):195.

[18]Raimund Wildner,Christine Kittinger-Rosanelli,Tim Bosenik. How Good is Your User Experience? Measuring and Designing Interactions[J]. GfK Marketing Intelligence Review,2015,7(2):.

[19]Libin Tan,Dunbing Tang,Qi Wang,Jun Yang. Open Design Pattern, Method, and its Self-organization Mechanism[J]. Procedia CIRP,2016,56:.

[20]Jinkyu Jang,Hyeonsik Shin,Hajung Aum,Minji Kim,Jinwoo Kim. Application of experiential locus of control to understand users' judgments toward useful experience[J]. Computers in Human Behavior,2016,54:.

[21]AmaiaAizpurua,SimonHarper,MarkelVigo.Exploringtherelationshipbetweenwebaccessibilityanduserexperience[J].InternationalJournalofHuman-ComputerStudies,2016,:.

[22]Lisbeth Thorlacius. The Role of Aesthetics in Web Design[J]. Nordicom Review,2007,28(1):.