文件编号：Q/WQ-SZ-LG-01

受控状态：■受控 □非受控

保密级别：□公司级 □部门级■项目级 □普通级

采纳标准：CMMI DEV V1.2

记录编号：16001-LG01-20160309

惠给力网

软件需求说明书

**Version 1.0**

2016.03.09

Written By WUQI

记录更改历史

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 更改原因 | 版本 | 作者 | 更改日期 | 备 注 |
| 1 | 新增（需求章节编写） | 1.0 | 吴奇 | 2016-03-09 |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |

# 引言

## 文档目的

本需求说明书的编写目的是为了说明惠给力网系统总体设计的技术方案，从程序系统的设计考虑，包括系统的基本处理流程、模块划分、功能分配、接口设计、运行设计、数据结构设计和出错处理设计等内容，以向整个设计期提供关于程序系统的逻辑和数据功能实现方式的总体描述，从而作为程序设计或编码的基础。设计阶段将以本文档为核心文档。

本概要设计说明书的适用读者为：软件开发者、测试人员、系统设计人员、业务人员、项目管理人员等。

## 需求概述

产品定位为：

* 为中小厂商解决品牌推广，市场扩张，便捷交易等一整条的链条需求
* 为销售商提供经营类别拓展，客户关系，促销活动等日常信息化
* 为终端客户提供便捷选货，快捷支付，信息共享，等便捷化互联网服务

通过解决以上三个角色的实际问题，以达到资源整合，促进行业信息化和优质链条化，从而使在平台上的企业或者个人价值最大化，在最大化的过程中为所有企业利益相关者提供服务，通过提供服务让他们给企业带来业务，在这个过程中形成全新的行业交易结构，从而推动整个行业的进步。

## 术语定义

| **序号** | **术语名称** | **术语定义** |
| --- | --- | --- |
| 1 | 厂商 | 指生产产品的企业，他们是货物来源的唯一途径 |
| 2 | 销售商 | 指从厂家拿货以后进行销售的企业或者门店，他们不消费货品，也不生产货品，货物销售给终端客户或者另外的销售商 |
| 3 | 终端客户 | 指实际货物的消费者，他们是货品的实际使用者，他们拿到货品后不再进行转销，是整个销售链的最后一环 |
|  |  |  |

## 参考资料

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **文档名称** | **作者** | **版本/日期** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

# 系统环境

## 运行环境

### 网络拓扑结构

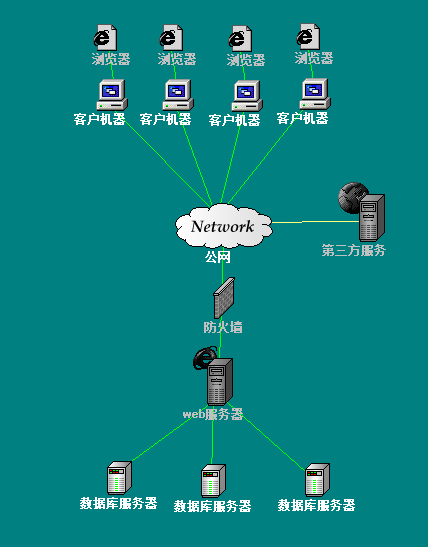


图2-1 网络拓扑结构图

说明：本系统涉及的数据库服务器、应用服务器预计都部署虚拟服务器上，上图的服务器只在逻辑上代表一个服务器。

### 服务器端

1. **应用程序服务器**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **规格** | **数量** | **部署应用** | **主要软件** |
|  | DELLT320 E5-2403V2、4Core、16g | 1 | Web服务 | centOs6.5 、tomcat7 |
|  | DELLT320 E5-2403V2、4Core、16g | 1 | 数据库服务 | centOs6.5 、mysql5.1.73 |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| **合计** | | **2** |  |  |

1. **客户端**

|  |  |
| --- | --- |
| **硬件平台** | 局域网、专线、终端PC机 |
| **Web浏览器** | * Internet Explorer V8.0或以上版本 * Firefox V7.0 或以上版本 |

## 条件与限制

### 开发语言

* JAVA语言,基于JDK1.7以上
* mysql 的SQL

# 模块划分与设计

## 平台功能

### 类别品牌管理

对现有平台的品牌进行管理，主要包括了品牌的增删查改。

品牌的管理需要涉及到当前品牌的厂家信息。

品牌的从属机构为 大类包含品牌 大类包含小类 小类包含品名 小类下有细分类 细分类包含品名

### 秒杀管理

### 招商管理

由平台发起招商，确定招商品牌，招商区域，招商购买品牌的产品价格，发起招商后，在平台首页显示招商的信息，并在区县下统计出该区县未招商的剩余量，进入招商页面的人数（围观人数），参与的人数（即在招商页面有货物加入进货单的人数），成功的人数。

在销售商进入招商页面后，同步显示剩余招商的金额，满足金额后提示客户，提交订单后显示整个订单结果。

在购物车表中 招商订单和普通订单的区别 在支付招商订单完成后 同步锁定该区域的招商，未支付不锁定该区域的招商，在提交招商订单后需要给出如果不及时支付可能招商不成功的提示（如果在他没支付之前已经有人获得了该区域的招商，则在他支付时提示，招商已经被别人获得）。

支付完成以后即获得该区域的代理权。一直跟踪到招商订单结束。

代理权表 品牌ID，代理商ID，状态（暂时生效，失效，生效），代理区域，

招商表包括：品牌ID，招商区域层级（省，市，县，街道），招商区域，招商类型（金额，数量），招商购买量，预留字段，围观人数，状态（未发布，发布中，失效）。

在招商管理页面 需要 有该次招商的统计信息，和每次招商的详细购买信息，和各个参与招商的供应商的状态

### 公告与活动管理

### 入驻的厂家和经销商的审核

### 新产品的新增

### 与厂家结算的审核

### 订单管理

### 库存管理与发布商品

### 购物首页

### 广告位的设置

## 经销商功能

### 商品浏览、搜索、进货

### 购物车（包含了优惠卷的使用和现金卷的使用）

### 我的卷（优惠卷，现金卷的转增和使用）

### 推荐管理

### 个人信息修改

### 经销商发布商品

### 订单管理

## 终端客户功能

### 商品浏览、搜索、购买

### 个人信息（现金信息，积分信息，个人资料信息）