1. 需求

* 商家（merchant）

每个店家都有自己的信息，微信端的主页对应的一个店家

* 配送点（location）

商家指定的配送点，用户需要到该地点领取商品

* 商品（wares）

商家指定的商品，商品有名称、描述、单价、单位等信息

* 商品组（waresGroup）

用于对商品进行分类组合，同一个商品可以属于多个不同的商品组。商品组内的商品有顺序

* 菜单（menu）

商家指定的菜单，菜单下包括多个商品组。菜单内的商品组有顺序

* 配销（distribution）

商家发布一个菜单，并指定该菜单内的商品在某个时间段内可以被预定，以及各个商品的限额等约束，即为配销。配销除了指定**菜单**和**可预订时间范围**，还需要指定配销**可以选择的配送地址**、配送地址对应的**配送时间范围**和**可支付方式**。

* 配送（delivery）

商家在创建配销之后，系统就会自动根据配销的信息创建多条配送。每条配送主要有以下几个信息

1. 配销：关联
2. 配送地址
3. 配送时间范围
4. 可支付方式

* 订单（order）

用户在平台上下单之后，会生成一个订单，订单只关联到一次配送，订单下包含多个产品。订单根据支付方式还分为在线支付订单和现场支付订单，在线支付订单只有在支付完成后才生效，现场支付订单提交之后立刻生效。

* 产品（production）

商家的商品在用户下单之后，就以产品的形式表示。

1. 交互设计

* 选择商品页

默认情况下，商户每周只能发布一个配销信息，那么用户将会直接进入该配销的商品菜单选择页。

商品选择以购物车的形式进行选购。即用户选择的商品将会保存在用户在该商家的购物车中，在提交订单之前，该购物车内的商品不会消失。选择商品后，会检测商品余量是否足够，并且在检测通过时更新购物内的商品数据。但是需要注意的是，商品放置到购物车内，并不代表该商品就可以购买，在提交订单时，会检查商品的限购余量是否足够。在商品余量不足的情况下，订单无法提交。

在配销可下单结束时间前15分钟，只能确认订单，不能提交订单。

* 确认订单页

在通过订单检测后，订单内的商品将会被锁定，并要求用户在15分钟内确认订单，如果需要在线支付的订单，也必须在该时间内完成支付。