《优购户外运动商城》

用户需求说明书

班 级： 16级电商1班

组 号： 第三组

成 员： 瞿才先、陈林昭、喻鹏、何邱兰

项目经理： 瞿才先

目 录

[1. 文档修改历史 3](#_Toc538)

[2. 项目介绍 4](#_Toc31377)

[2.1. 文档的目的 4](#_Toc14666)

[2.2. 项目概述 4](#_Toc31926)

[2.3. 参考 4](#_Toc3034)

[3. 用户描述 5](#_Toc2472)

[3.1. 用户/市场统计 5](#_Toc10303)

[3.2. 用户剖析 5](#_Toc30570)

[3.3. 用户环境 5](#_Toc28745)

[3.4. 关键用户需求 5](#_Toc23804)

[3.5. 替代品和竞品 6](#_Toc12704)

[3.5.1. 竞争对手1 6](#_Toc16745)

[3.5.2. 竞争对手2 6](#_Toc3873)

[4. 产品轮廓 7](#_Toc31788)

[4.1. 产品前景 7](#_Toc2596)

[4.2. 产品定位 7](#_Toc6624)

[5. 功能需求 8](#_Toc21235)

[5.1. 栏目功能结构 8](#_Toc28504)

[5.2. 前台功能需求说明： 9](#_Toc506)

[5.3. 后台功能需求说明 9](#_Toc5780)

[5.4. 主要数据流程图 10](#_Toc10103)

[6. 非功能性需求 12](#_Toc11304)

[6.1. 可用性 12](#_Toc19896)

[6.1.1. 整体形象 12](#_Toc6416)

[6.1.2. 界面风格 12](#_Toc10785)

[6.2. 性能 12](#_Toc21520)

[6.2.1. 时间特性 12](#_Toc23444)

[6.2.2. 数据存储需求 12](#_Toc7939)

[6.2.3. 访问安全性 12](#_Toc18676)

[6.3. 联机帮助系统需求 12](#_Toc10194)

[7. SEO需求 13](#_Toc2262)

[8. 其他需求 14](#_Toc29156)

# 

# 1项目介绍

## 项目概述

本系统为户外运动热爱者提供了一个非常方便、全面、且安全的网上购物平台，同时企业能够在后台随时随地的了解和掌握产品销售情况，实现产品的销售统计并分析，而且极大降低了成本，是一个前景非常好的系统。

优购户外运动商城系统是一个基于数据库的即时发布系统，可用于户外运动产品的即时发布。前台用户可通过页面浏览及查询，后台管理可以管理产品价格、简介及样书等多类信息。

# 用户描述

## 用户/市场

户外运动是一项专业性较强的活动，除了对参与者本身体能的要求外，还需要户外服装抵御恶劣天气，作为户外运动的第一道“保护屏障”。所以，现代户外运动用品市场随着户外运动热也迅速发展起来，其市场潜力非常大，不但包括帐篷、睡袋、垫子、登山旅行包、户外服装、鞋、登山攀岩用品、工具刀具锹具、炉具餐具、照明用品等，甚至连户外食品、书籍地图、军品、滑雪装备、马具和其它专项户外运动用品也应有尽有。 据统计，我国现有户外产品制造商以及俱乐部，户外运动用品以及装备的年销售额已达8亿元。而2000年这个数字仅为6000万元。国内参与户外运动的人次已超越1亿人次。由此可见，我国户外用品市场的潜力非常可观。

## 用户剖析

现代户外运动需要花费大量的时间和金钱，是劳筋骨、磨意志的“苦差事”。一些中老年消费者很难有兴趣或精力参与其中，所以目前参与现代户外运动被视为有经济实力、 珍视休闲时间、热爱生命的年轻人“专利”。在中国更多地参与者属于“80后”这些自主意识比较强，对新事物敏感、喜欢冒险、提倡引领浪潮的群体，户外运动产业在欧美已经走过了将近半个多世纪的发展历程，进入了相对成熟的阶段并有了一些知名品牌。比如美国的TheNorthFace，德国的Salewa，法国的ALGLE，瑞士的OZARK。进入新世纪以来，几乎所有的世界知名品牌都已经抢滩中国并做好了战略布局。他们在对中国市场的开拓中都把目光锁定在了“80后”这一群体。近期，户外市场最值得关注的是VF公司收购了THENORTHFACE在中国的业务。其中国区业务的负责人Frank表示：“中国的‘80后’动感、朝气，属于新奇的一代。这个最具有时代特征和指标性特色的‘80后’群体是户外品牌的主体对象。”

# 功能需求

## 功能概述

## 功能介绍：

信息管理

信息管理实现网站内容的更新与维护,提供在后台输入、查询、修改、删除各新

闻类别和专题中的具体信息的功能,选择本信息是否出现在栏目的首页、网站的首页等一系列完善的信息管理功能。具体包括以下功能:增添、修改、删除各栏目信息(包括文字与图片)的功能

## 功能说明：

（1）产品分类管理：

产品目录可以实现二级分类，以树状组织作为表现形式。客户可以定制多个大类，每个大类下可再分为多个子类，充分满足中小型企业的产品发布需要。大类及子类的名称均可以修改，以满足企业的产品更型换代的需要。

（2）产品资料管理

用户可以完成产品和产品资料（价格、图片、简介描述、销售商、发布时间

等）的增加、删除、修改。

## 前台功能需求说明

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 页面模块 | 需求说明 | 优先级 | 备注 |
|
| 首页 | 1、主要的商城展示页面  2、展示各类火爆（推荐）产品 | 1 |  |
| 分类（搜索）页 | 1、能够查询所有分类及商品 | 1 |  |
| 产品详情页 | 1. 能够查询该商品所有详细信息 2. 用户能够收藏该商品，并能执行部分操作 | 1 |  |
| 登录（注册）页 | 1、用户登录（注册） | 1 |  |
| 购物车页 | 1. 用户能查询到自己加入购物车的商品，能看到商品主要信息； 2. 可以将商品加入订单，并结算 | 1 |  |
| 订单详情页 | 1. 用户能看到商品主要信息，并能进行结算； 2. 未有地址用户会跳出添加主要地址对话框； | 1 |  |
| 订单完成页 | 1. 用户完成订单结算的页面 | 1 |  |
| 会员中心页 | 1. 用户的主要页面，能看到最近订单等个人主要信息 | 1 |  |
| 会员中心-子页 | 1. 包括：我的订单、基本资料、我的收藏、我的评论等页面； 2. 用户能执行部分操作 | 2 |  |
| 新闻（企业资讯）页 | 1. 用户能看到各类最近新闻的标题和简介； | 1 |  |
| 新闻详情页 | 1. 用户能看到新闻的详细信息； | 1 |  |
| 单文章页 | 1. 用户能了解到本系统的一些协议及通知的详细信息； | 1 |  |

优先级：1-马上实现、2-争取实现、3-暂不实现

## 后台功能需求说明

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 页面模块 | | 需求说明 | 优先级 | 备注 |
|
| 后台管理 | 用户管理 | 1、能够实现用户的查询和添加功能，以及用户信息的修改功能 | 1 |  |
| 订单管理 | 1、能够实现订单的修改、查询、删除功能 | 1 |  |
| 评论（留言）管理 | 1、能够实现评论的添加、查询、删除功能 | 1 |  |
| 商品分类管理 | 1、能够实现商品分类的添加，修改，查询和删除功能 | 1 |  |
| 商品管理 | 1、能够实现商品的添加，修改，查询和删除功能 | 1 |  |
| 新闻管理 | 1、能够实现新闻的添加，查询和删除功能 | 1 |  |
| 新闻分类管理 | 1、能够实现新闻分类的添加，修改，查询和删除功能 | 1 |  |

优先级：1-马上实现、2-争取实现、3-暂不实现

# 非功能性需求

## 可用性

适用于交易性的电子商务平台。

### 整体形象

大气、专业、上档次。

### 界面风格

简约、商务、运动范

## 性能

### 时间特性

运行时间需求：要求系统能够7×24小时不间断运行；

数据抽取时间：每日凌晨备份数据；

页面响应时间：普通页面3~10秒，特殊复杂页面不超过30秒（互联网正常）；

### 数据存储需求

业务基本信息：参数表、客户基本信息、交易信息等永久保存。

其它信息：在线保存36个月，然后转移到后备存储。