**九州国际市场管理系统**

**需求规格说明书**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 文档版本号： | 1.0 | 文档编号： |  |
| 文档密级： | 保密 | 归属部门/项目： | 系统开发部 |
| 编写人： | 王刚、王瑞、宋晓卿 | 编写日期： | 2009-12-7 |
| 审核人： | 王长生 | 审核日期： | 2009-12-7 |

# 用例图



# 用例描述

## 主要参与者

品牌管理人员

## 项目相关人员及其兴趣

品牌管理人员：品牌管理人员可以在系统中添加、修改、删除和查询品牌信息。

## 触发条件

品牌管理人员在浏览器中选择品牌信息管理的操作。

## 前置条件

品牌管理人员必须已经被识别和授权。

## 成功后的保证（后置条件）

对品牌信息进行添加导入、修改、删除、查询、过期提示，形成有效的品牌信息管理工作流。准确记录商场每个品牌记录的信息，及时更新数据库。

## 事件流

### 基本事件流

1. 品牌管理人员在浏览器中选择“品牌管理 – 查询品牌信息”，输入指定的检索条件，查询相关的品牌记录的基本信息和明细信息。该查询操作是为后续的增删改查、导入导出操作提供参考依据。
2. 系统在屏幕上显示检索出的品牌信息。
3. 重复步骤1和2直到检索出所需要的品牌信息。

### 可选事件流

#### 添加、导入品牌信息

1. 品牌管理人员手动录入或导入品牌信息，生成品牌的基本信息库，每条品牌记录的基本信息应该包括如下：
2. 品牌标识（系统增量）
3. 品牌编号、品牌所属品类编号（精确到二级）
4. 品牌名称、品牌助记符
5. 营业执照注册号、注册资本、税务登记证、法人代码
6. 备注
7. 最近一次编辑用户编号、最近一次编辑时间
8. 是否删除

a1: 区分一个品牌的方式：品类 + 品牌，不同品类的品牌可能名称相同，但对于同一品类的品牌，其名称是唯一的。

1. 还可为每个品牌基本信息动态添加对应的各种证照信息，即品牌基本信息和品牌证照信息的对应关系是1：N。每条品牌证照信息包含如下内容：
2. 证照标识（系统增量）
3. 证照类型标识
4. 所属品牌标识
5. 证照期限起始日期
6. 证照期限截止日期
7. 最近一次编辑用户编号、最近一次编辑时间
8. 是否删除

b1: 关于品牌有效期提示的阈值应该在系统管理的系统参数中设置。

1. 针对证照类型，也可以进行维护，具体包含如下内容：
2. 证照类型标识（系统增量）
3. 证照类型名称
4. 最近一次编辑用户编号、最近一次编辑时间
5. 是否删除

c1: 证照类型可以包括：3c认证、商标使用证、生产许可证、质检报告、生产许可证、进口商品准销证等！

1. 在执行添加操作前，会有确认添加的提示。如果用户选择取消，则该用例结束；如果用户选择确认，则执行添加操作。

d1：品牌管理人员在录入品牌的基本信息或某个品牌的证照信息时，可以手动录入单条记录，也可以通过文件导入批量记录。

d2: 无论是手动方式，还是文件方式，当其录入的信息格式有误时，要有必要的提示。

1. 系统会检测数据库中是否存在该品牌助记符或品牌编号，如果不存在则通过验证，如果存在给出提示并回到添加的初始画面。

#### 修改品牌信息

1. 品牌管理人员从查询出的品牌信息中选择待修改的品牌记录，执行查询明细的操作，有关品牌明细信息的内容参见“添加品牌信息”。
2. 品牌管理人员可以对明细信息中可修改的部分进行更改，然后提交修改，包括针对品牌基本信息、品牌证照信息、品牌证照类型信息的删除。
3. 在执行修改操作前，会有确认修改的提示。如果用户选择取消，则用例结束；如果用户选择确认，则执行修改操作。

#### 删除品牌信息

1. 品牌管理人员从查询出的品牌信息中选择待删除的品牌记录，执行删除操作，包括针对品牌基本信息、品牌证照信息、品牌证照类型信息的删除。
2. 在执行删除操作前，会有确认删除的提示。如果用户选择取消，则该用例结束；如果用户选择确认，则执行该用例。
3. 系统会检测该品牌信息是否符合被删除的条件，如果符合则通过验证；如果不符合则给出提示，并结束用例。
4. 系统将该品牌相关信息的“是否删除”标志置为“是”。

#### 品牌信息的过期提示、查询

1. 关于品牌信息的过期提示功能：
2. 每个品牌记录中均涉及日期类型数据，诸如某种认证的期限等。当该期限过期后，就表明该品牌的资质认证到期了，需要重新审核，要有对应的提示及查询功能
3. 品牌管理人员登陆后就可以看到即将到期品牌的提示信息。

--- 只要某品牌过期期限达到了实现针对该品牌设定的阈值时，就将其列入待提示的范围。

1. 对于品牌的过期信息，除了如上的必要提示外，还需要有独立的查询功能来获取。

# 流程图

# 补充业务说明

1. 品牌管理的实际意义：
2. 主要是为记录并了解当前卖场中经营着哪些品牌及这些品牌的具体信息。
3. 商家经营的商品肯定是要和品牌关联的，但是通过商户管理间接查询到其经营的品牌不够直接、全面，故单拿出来做一个品牌管理，但此处仅单纯记录品牌信息，而不关联到商户。
4. 在维护商户信息时，在经营品牌一栏中可以选中现有的品牌，实现二者间的关联。品牌和商户间的关系是1 : N！
5. 在添加招商信息（商户的基本资质信息）时，会涉及添加其品牌信息，此时若该品牌不存在，则可以先在品牌管理中添加该品牌，然后在商户管理中为该商户关联该品牌！
6. 录入品牌信息的时机：
7. 招商信息需要经过招商人员的初步筛选，进入到待审核的状态。在此筛选过程中，招商人员需要获知当前招商记录的详细信息，包括其所经营品牌的详细信息，此过程即需要招商人员来录入详细品牌信息当然某招商商户，经过签约成为正式商户后，再补录其品牌信息也可以。
8. 在维护商户信息时，其所经营的品牌信息，希望可以通过选中现有品牌来实现，当然在此操作之前就需要已经将品牌信息录入到系统中。
9. 其他：
10. 对于各种各样的品牌，有的品牌信息十分相似，但只要有一点不同就可以被认为是不同的品牌，需要对其进行重新录入。
11. 当有多个商户在经营统一品牌时，可以通过选中的方式来直接引用，即对于已有的品牌，无需重新录入，直接选中建立联系即可。