#### 进度：

1. 初定需求文档
2. 项目整体已搭建（ssm框架）
3. 已成功调用外部优惠券接口：

主要问题：跨域请求（已解决）

1. 初定表已设计
2. 安卓的框架找了伟财帮忙，前端找了小霞。

#### 存在问题：

1. **如何判断优惠券已经消费，谁消费？**

**通过优惠券id查出所属一级会员跟所属二级会员即可查出是谁消费，通过优惠券数量可以判断是否已经消费。**

1. **如何把优惠券与会员联系起来？**

**会员领取优惠券时将会员id跟优惠券id绑定。会员与优惠券id存在一对一的关系。**

**。。。。。。。。。。**

#### 业务分析:

**前台模块：**

**页面布局：**

**登陆：**

**注册：1、通过邀请码注册；2、普通会员注册（不收费）3、一级会员注册（收费）**

**普通会员界面：**

**首页：**各优惠券商品

**分类：**全部、服装、母婴、美妆、居家、鞋包、美食、文体车品、数码家电、其他

**我的：**我的足迹、我的反馈、联系客服、版本更新、我的积分（**考虑到开发问题，普通会员无积分**）、淘宝订单、购物车。

**会员中心：**会员升级。

成为一级会员，即可分享优惠券赚回扣，拥有唯一邀请码

**一级会员界面：**（普通会员的基础上）

**会员中心：**我的收益、会员订单、优惠券选择与发放、分享邀请码；

分享优惠券至二级或普通会员，拥有唯一邀请码，可分享邀请码；可增删该查自己添加的优惠券列表。

**二级会员界面：**（普通会员的基础上）

**会员中心：**我的收益、会员订单、优惠券选择与发放；

拥有一级会员发放的优惠券，分享优惠券后一级、二级会员按比例赚回扣，可增删该查自己添加的优惠券列表。

**后台管理模块：**

**收益管理：**主要是关于一级会员和二级会员的收益管理，按照一定的比例计算统计收益。并存入自己的钱包中。

**订单管理：**通过用户的消费可在“我的”模块查看自己的订单，商家会员也可查看自己发送的优惠券的消费订单。

**会员管理：**通过缴费成为一级会员，通过填写一级会员的邀请码成为二级会员。

**积分管理：**根据交易的商品分配特定的积分；积分可以换现金，自定义兑率，操作模式（手动）；本身是二级会员，那么本身获得100%积分，上级获得10%；本身是普通会员，由二级会员分享的优惠券，则本身获得100%积分，二级会员获得20%积分，一级会员获得10%积分；本身是普通会员，由一级会员分享的优惠券，则本身获得100%积分，一级会员获得30%积分。

**优惠券的发放：**

由开发者通过淘宝联盟获得优惠券API，并发放至各一级会员。

一级会员通过搜索获取自己需要分享的优惠券，通过一级编号区分优惠券所属商家会员。先到先得（避免优惠券的重复发放，暂定）。

一级会员将得到的优惠券发送至下级会员或直接发送至普通会员。

二级会员通过搜索获取自己需要分享的优惠券，通过二级编号区分优惠券所属商家会员。先到先得（避免优惠券的重复发放，暂定）。

二级会员将收到的优惠券发送至普通会员。

普通会员随自己意愿消费优惠券。

#### 存在问题：

1. **如何判断优惠券已经消费，谁消费？**

**通过优惠券id查出所属一级会员跟所属二级会员即可查出是谁消费，通过优惠券数量可以判断是否已经消费。**

1. **如何把优惠券与会员联系起来？**

**会员领取优惠券时将会员id跟优惠券id绑定。会员与优惠券id存在一对一的关系。**

**表设计：**

**会员表（wst\_users）：**会员ID(userId)、账号（loginName）、密码（loginPwd）、会员类型（userType(0:普通会员 1：一级会员 2：二级会员)）、性别（userSex）、用户名称（userName）、真实姓名（trueName）、生日（birthday）、用户QQ（userQQ）、手机（userPhone）、邮箱（userEmail）、用户积分（userScore）、用户历史消费积分（userTotalScore）、用户钱包金额（userMoney）、账号状态（userStatus）、删除标志（dataFlag）、创建时间（creatTime）邀请码（inviteCode(一级会员才有)）

**会员关系表(wst\_user\_rela)：**编号（ID）、一级会员id(fId)、二级会员id(zId)

**会员订单表（wst\_orders）：**订单编号（orderId）、用户id(userId)、优惠券Id(couponId)、佣金（ordeFee）、订单类别（orderType(0:自身消费、1：二级会员消费)）、下单时间（createTime）、订单数（orderNum）

**会员收益表（wst\_Fee）:**会员ID（userId）、总收益（totalFee）

**优惠券\_会员关系表（wst\_coupon\_user）:**编号（ID）、优惠券id(couponId)、所属一级会员（fId）、所属二级会员（zId）

#### 需求模块

优惠券是折扣服务市场的又一个细分领域，经历了纸质优惠券、需打印的电子优惠券，到目前的移动优惠券三个阶段的发展，随着智能手机的越来越普及，移动优惠券变得更加普遍，消费者选择优惠券省钱，增强到店体验。目前的优惠券产品，普遍同质化，鲜有亮点。本优惠券会员体系app系统以手机移动终端为载体，以现代移动通讯技术及移动互联网技术为依托，通过现代技术手段整合而成的新型优惠券模式。其主要优势如从根本上解决商家向消费者直接传递促销信息的瓶颈。商家可以自行控制优惠券的数量、时间、优惠幅度等，达到信息自主发布、实时传递、精准传递，真正享受效果付费营销的精髓；从根本上改变消费者获取促销信息的方式，让人们无论任何时间、任何地点，都可以通过手机获取商家优惠信息；针对纸制优惠券所带来的资源浪费和环境污染等问题，从环保意义上具有极大优势；可节约商户投资成本；而对于消费者来说，使用此优惠券系统可更便捷的享受优惠及会员服务。可以进一步扩大优惠券信息覆盖面，在不违害用户利益的前提下让广大公众在第一时间方便快捷地获取最新的经济、便宜的优惠券信息，省时、省事亦省钱。同时也可强化餐饮、休闲、娱乐等服务行业的职能，完善公共服务体系、改善公共服务手段、增加公共服务产品、提高公共服务质量，更好的发挥了服务行业对经济社会发展的现实性作用。

此系统在以往只有优惠券分享的基础上加上会员体系这一概念。会员模式是互联网很早就诞生的盈利模式，起点中文网就启动了 VIP 会员计划，这一举奠定了网络文学的盈利模式并被沿用至今。会员模式在互联网上真正变得炽手可热是最近几年，在线电影、网上外卖、数字音乐、网络视频、网络文学、电商、知识付费、个人网盘等，几乎全网都在玩会员模式，即用户按月/按年付费成为平台上的会员/超级会员，就可以享受到跟普通用户不一样的福利，以某些特定的优势来吸引用户付费。电商方面，目前淘宝和天猫、京东、苏宁易购、网易考拉海购几大主流电商平台均推出了会员战略。京东和网易考拉海购走的是按年付费的会员模式，而淘宝和苏宁走的是按照用户消费水平不同而产生不同的会员效果，前者直接带来一定的现金流，后者则可以间接刺激用户消费购物。

## 国内外研究现状

在美国，电子优惠券已经成人们生活中不可或缺的组成部分，除了日常百货外，高额的房产、汽车领域，也随处可见电子优惠券的身影。目前，电子优惠券在美国已具有占主流人群70%的消费者使用比例，而这一数字在中国，即便是在互联网最为发达的北京、上海和广州三地，连10%都不及。美国电子优惠券市场的繁荣让中国企业家、创业者跃跃欲试，加紧了“圈地”行动，电子优惠券服务商加紧在各大城市布局市场，一线二线城市的竞争尤为激烈，以上海为例，本地起家的网站有大众点评网、返利网、约会明天网、导购网、上海打折网、上海美食网等数十家网站，美国CouponMountain网站的中文版-大红包网、酷鹏网、口碑网等外来企业也积极进军上海优惠券市场。此外，一种以精准营销思想为指导，为企业提供以电子优惠券为核心的营销解决方案提供商，借助电子优惠券平台为其提供服务，企业按效果付费的电子优惠券服务提供商，作为一种全新的电子优惠券行业的商业模式也在快速发展。电子优惠券服务提供商们在布局市场的同时，也在积极优化电子优惠券产品，以吸引消费者。

1. 产品定位及优势对比
2. 竞品分析对比表

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **竞品名称** | **产品定位** | **主要功能模块** | **特色** |
| 布丁优惠券 | 具备一般优惠券产品的常规功能，其定位为“手机上的折扣生活”。其特色在于wifi功能和离线下载的功能。 | 1. 附近（定位） 2. 消息推送 3. 收藏 4. 发现wifi 5. 离线下载 | 1. 发现麦当劳一键wifi和一些合作app。 2. 提供离线下载功能，在没有网络的环境下也能出示优惠券。 |
| 丁丁优惠 | 内容丰富，涵盖了生活各方面的优惠信息，加入评论、分享等社交元素，支持用户发布优惠并给予奖励。对维护用户很有帮助。 | 1. 附近（定位） 2. 消息推送 3. 收藏 4. 分享 5. 用户有奖优惠 6. 个性化推荐 | 1. 消费者和商家均可发送优惠信息。 2. 通过拍照或文字把优惠发布给丁丁，可以积累丁币兑换奖品。 |
| 券妈妈 | 分享网购优惠券的平台，无论是移动端产品还是网站，其内容都是各类电商网站的商品优惠券，在支付阶段使用优惠券，起到导流的作用。 | 1. 收藏 2. 搜索 3. 福利提供 | 1. 针对多家购物平台。 2. 各种各样的福利提供。 |

（二）产品分析

布丁优惠券具备一般优惠券产品的常规功能，但是优惠来源单一，几乎都是快餐行业，并且商家数量不多。商家要发布优惠也是通过联系布丁发布，这也是优惠券来源不足的原因，远没有实现其定位“手机上的折扣生活”。与用户没有互动，布丁目前仅相当于一个优惠券平台的集合，但没有丰富的内容。另外，布丁的特色在于wifi功能和离线下载功能。

丁丁内容丰富，涵盖了生活各方面的优惠券信息，分类清晰，并对内容做了整合，推出热门优惠、猜你喜欢。在提高用户参与方面做得比较多，比如加入评论、分享等社交元素，支持用户发布优惠并给予奖励，这与其他产品消费有奖的做法不同，丁丁是参与就有奖，对维护用户很有帮助，且拓展了优优惠券来源，这些做法充分体现了丁丁的“会分享，惠生活”这一口号。

券妈妈把自己定位为一个分享网购优惠券的平台，无论是移动端产品还是网站，其内容都是各类电商网站的商品优惠券，在支付阶段使用优惠券，起到导流的作用，另外，很多优惠券平台都只是针对于天猫、淘宝、京东等购物类型的网站，而在券妈妈优惠券app中点击优惠券你也可以看到有[出行](http://app.3dmgame.com/zt/chuxing.html" \t "http://app.3dmgame.com/gl/_blank)、外卖、观影、快餐、[网购](http://app.3dmgame.com/zt/wanggou.html" \t "http://app.3dmgame.com/gl/_blank)等等各色各样的优惠券，且每天还有各种各样的福利提供，领现金、领流量、领红包、领各大影音会员，超多的福利惊喜，更加的方便你的日常生活。

（三）总结

由以上竞品分析可知，现行的优惠券系统主要只是单纯的实现分享优惠券的功能，本系统在以往只有优惠券分享的基础上加上会员体系这一概念。会员模式是互联网很早就诞生的盈利模式，在互联网上真正变得炽手可热是最近几年，在线电影、网上外卖、数字音乐、网络视频、网络文学、电商、知识付费、个人网盘等，几乎全网都在玩会员模式，即用户按月/按年付费成为平台上的会员/超级会员，就可以享受到跟普通用户不一样的福利，以某些特定的优势来吸引用户付费。电商方面，目前淘宝和天猫、京东、苏宁易购、网易考拉海购几大主流电商平台均推出了会员战略。京东和网易考拉海购走的是按年付费的会员模式，而淘宝和苏宁走的是按照用户消费水平不同而产生不同的会员效果，前者直接带来一定的现金流，后者则可以间接刺激用户消费购物。该系统一定会更适合运用于国内大部分用户。

## 论文主要研究内容

优惠券会员体系app系统主要实现了优惠券分享模块、订单模块、积分模块、反馈模块及会员中心模块；其中会员中心模块包括会员升级模块、优惠券的选择与发放模块、收益模块、会员订单模块及分享邀请码模块。后台管理主要实现优惠券发放模块、订单管理模块、收益管理模块、积分管理模块、会员管理模块及反馈管理模块。分别由用户使用的Android移动平台和管理员使用的WEB后端管理平台两部分系统构成。

优惠券会员体系app系统分为优惠券分享平台和会员体系两大子系统，子系统的职责描述如下：

1. 优惠券分享平台子系统

该子系统主要是各优惠券的查看及商品的购买，管理员可以通过优惠券API发送有效的优惠券链接，用户可通过该子系统选择或搜索自己所需的优惠券并完成商品的购买。该子系统主要包括四大模块，分别为：优惠券模块、订单查看模块、反馈模块和积分模块。

1. 优惠券模块：该模块是提供给用户查看优惠券使用的，用户可选择自己需要的优惠券商品进行购买操作。
2. 订单查看模块：用户可通过该模块查看自己的订单，且商家会员也可查看并管理自己所分配优惠券的使用情况。
3. 积分模块：根据交易的商品分配特定的积分；积分可以换现金或者商品。
4. 反馈模块：用户可根据自身实际情况对此系统的意见及建议发表反馈。

2、会员体系子系统

该子系统主要包括会员升级模块、优惠券发放模块、会员订单模块分享邀请码及收益模块。

（1）会员升级模块：会员体系主要分为普通会员与商家会员，商家会员又分为一级会员和二级会员。 普通会员没有邀请码。普通会员没有下级，但能成为商家会员的下级。商家会员有自己的邀请码。 普通会员通过缴费成为商家会员，后台可自定义费用。注册时可通过缴费直接注册成商家会员。商家会员只分为上下两级，通过邀请码邀请别人,可发展其为下级，自己作为上级；被别人邀请，可成为其下级，自己作为下级。注册方式分为通过商家会员的邀请码注册，成为邀请码来源的下级；自己注册，成为普通会员。后台可手动添加邀请码，用作推广发放的第一批账号的邀请码。一级会员才有邀请码。一级会员凭借邀请码邀请他人注册，可发展其为下级。

（2）优惠券发放模块：一级会员通过搜索获取自己需要分享的优惠券，通过一级编号区分优惠券所属商家会员；一级会员将得到的优惠券发送至下级会员或直接发送至普通会员；二级会员通过搜索获取自己需要分享的优惠券，通过二级编号区分优惠券所属商家会员；二级会员将收到的优惠券发送至普通会员。

（3）会员订单模块：商家会员也可查看并管理自己所分配优惠券的使用情况。

（4）分享邀请码：一级会员才有邀请码。一级会员凭借邀请码邀请他人注册，可发展其为下级。

（5）收益模块：商家会员可通过该模块查看自己的收益情况。

# 需求分析

## 系统功能概述

优惠券会员系统是一款专门为广大优惠券需求用户设计的，为解决用户方便、快捷、实时、系统的获取各大商家优惠券信息，从根本上改变消费者获取促销信息的方式，让人们无论任何时间、任何地点，都可以通过手机获取商家优惠信息。积分模式及会员模式吸引用户使用量，间接刺激用户消费购物。

本次毕业设计符合先广大购物消费者需求的交互设计。用户打来本系统进入优惠券分享平台，通过优惠券列表选择用户自己需要的优惠券商品进行购买操作；一级会员将得到的优惠券发送至下级会员或直接发送至普通会员，二级会员通过搜索获取自己需要分享的优惠券，将收到的优惠券发送至普通会员。

优惠券会员体系app系统分为优惠券分享平台和会员体系两大子系统：

（1）优惠券分享平台子系统：该子系统主要包括四大模块，分别为：优惠券模块、订单查看模块、反馈模块和积分模块。

（2）会员体系子系统：该子系统主要包括五大模块，分别为：会员升级模块、优惠券发放模块、会员订单模块、分享邀请码及收益模块。