

高性能电子商务 平台构建

架构、设计与开发

ShopNC产品部 著

Building High Performance E-Commerce Platform
Architecture, Design and Development

- 中国最领先的电商系统解决方案提供商ShopNC官方核心研发团队撰写
- 宏观介绍电商平台技术架构，详细讲解各种套件的模块构成、设计思路和代码实现，以及电商平台的界面设计、用户体验，为构建安全、可靠、易维护、高性能电商平台提供完整技术实现和解决方案



机械工业出版社
China Machine Press

高性能电子商务 平台构建

架构、设计与开发

Building High Performance E-Commerce Platform
Architecture, Design and Development

ShopNC产品部 著



机械工业出版社
China Machine Press

图书在版编目 (CIP) 数据

高性能电子商务平台构建: 架构、设计与开发 / ShopNC 产品部著. —北京: 机械工业出版社, 2014.12

(Web 开发技术丛书)

ISBN 978-7-111-48564-3

I. 高… II. S… III. 电子商务—网站—设计 IV. ① F713.36 ② TP393.092

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 267280 号

高性能电子商务平台构建: 架构、设计与开发

出版发行: 机械工业出版社 (北京市西城区百万庄大街 22 号 邮政编码: 100037)

责任编辑: 姜 影

印 刷: 北京市荣盛彩色印刷有限公司

开 本: 186mm×240mm 1/16

书 号: ISBN 978-7-111-48564-3

责任校对: 殷 虹

版 次: 2015 年 1 月第 1 版第 1 次印刷

印 张: 27.5

定 价: 79.00 元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社发行部调换

客服热线: (010) 88378991 88361066

购书热线: (010) 68326294 88379649 68995259

投稿热线: (010) 88379604

读者信箱: hzjsj@hzbook.com

版权所有·侵权必究

封底无防伪标均为盗版

本书法律顾问: 北京大成律师事务所 韩光 / 邹晓东

Foreword 推荐序一

互联网特别是电子商务的发展，让我们的生活有了太多的变化。每天看到快递员穿梭于大街小巷，各种包裹堆积在各个大厦的门口，公司的前台甚至都变成邮局的柜台了，我们感受到商品的流通方式发生了翻天覆地的变化。参加过太多的传统零售行业的会议，每次必有的一个话题就是如何做电商，甚至有人说“做电商找死，不做电商等死”。越来越多的企业将线下店转型为体验店，把电商当成一个新的渠道，以求建立新的商业模式；就连每个城市原本很强大的传统百货商场，都只能走向综合体，越来越少见到单纯卖货的商城了。这一切的变化都表明了电商已经改变了原有的商业模式。

电子商务带来的变化让很多企业不知所措，究其原因是不了解互联网，不知道这里的游戏规则，甚至在某种程度上感觉电商平台还是一个神秘的科技，不知道怎么切入电子商务。实际上，电商平台早已经是大众化的产品，从广泛的层面来说，无非是找一个第三方聚合平台去开一个店，或者是做一个自己的电商平台，两种方式各有优劣。在聚合平台上开一个店，优势是不用去管商城产品，劣势是顾客永远是别人的；自己打造一个电商平台，虽然需要投入一定的资金和精力去维护，但是逐渐建立自己的用户群体，做出自己的平台口碑，更加是一种有理想和抱负的做法。这本由 ShopNC 撰写的书，正是帮助企业打造一个自己的电商平台。

ShopNC 给企业提供商城产品已经有些年头了，一路走来，风风雨雨，伴随着中国电子商务的发展，也在不断壮大。这本书以 ShopNC 的 B2B2C 产品为例，进行了全面详细的讲解，对电商平台的前期规划、中期开发和后期的运维都有涉及，相信很多电商企业的决策人员、运营人员及技术人员都能从中受益。ShopNC 把自己积累的经验无偿地释放出来，对电商的发展的确是一种很大的贡献。我本人也和 ShopNC 的创始人“白菜”相识很久，看到他在这条道路上的坚持和执着，非常钦佩，他不是一个人生意人，更像一个“程序猿”，只对给企业提供优质的产品感兴趣。因此这次出版这本书，我没有理由不力荐此书，期望更多的企业及人员能够从中受益。

耿志军

原腾讯微生活总经理，现主管微信支付推广与运营业务

推荐序二 *Foreword*

看过这本书后，给我的第一个感觉就是非常接地气，实实在在的代码在那摆着，讲得都是干货。

现在电子商务发展得如火如荼，甚至有点疯狂，网购成为人们生活中不可或缺的一部分，刚刚过去的双 11 促销各电商平台破记录的销量就是例证，在这种情况下，越来越多的企业会加速进入电子商务，开始自建电商平台或入驻成熟的平台。目前大型的综合性电商平台基本上布局已定了，大众经常会去的淘宝、天猫、京东等都属于这一类的，大平台的品类相对齐全，但做得不够细致，产品质量参差不齐，退货率也越来越高，这就还需要大量的行业性的、专业性的，甚至是地方性的电商平台涌现出来细分这些行业，这些平台建起来需要什么？对于技术支持，这本书的推出恰逢其时。

我是技术出身，之前也看过一些 WEB 技术之类的书籍，但基本上讲的都是纯技术的内容，要么就是纯语言讲解，典型代表就是 PHP 了吧，要么就是偏向于大数据、集群、高性能等，这类书现在有很多了。电商方面的书基本上是偏实际运营操作的，跟技术无关。目前没有一本系统介绍电商平台搭建的书籍，但这本书做到了。它从一个企业的需求出发，从技术选型到代码开发再到部署都讲到了，特别是它的代码开发部分，电商平台的几块核心功能都有，并且不是流水账，从设计思路到最后实现都有，这一点是非常重要的，也是非常值得肯定的。据我所知目前还没有类似的书，讲得实在，有真实的代码，而且这些代码也是经过大量正在运营的网站证明的，这不是 DEMO，这的确是本书一个亮点。

我了解 ShopNC 也有很多年了，一直在专注电商开发，很佩服“白菜”的坚持，专注才会专业，因此推荐产品经理、技术人员都看一下这本书，不见得百分之百认同里面的思路、方法，但如果有一点的感触或收获，那就值得。

杨立东

原暴风影音 CTO

为什么写这本书

中国互联网络信息中心（CNNIC）2014年1月发布的《中国互联网络发展状况统计报告》中的数据表明：截至2013年12月，我国网民规模达6.18亿，互联网普及率为45.8%。网络购物用户规模持续增长，商务类应用继续保持较高的发展速度。2013年，中国网络购物用户规模达3.02亿人，使用率达到48.9%，相比2012年增长6.0个百分点。从消费者行为模式来看，搜索行为直接指向购买，电子商务平台正是购买行为的发生场所，并且由于营销推广成本有限，促使中小企业更倾向于选择投入可控、性价比较高的方式。

以上的统计数据向我们传递了一个强烈的信号，电子商务（简称“电商”）正在改变商业的经营模式和人们的购物习惯。国内已经有越来越多的传统行业进入了电子商务领域，同时也有越来越多的网站转型为电子商务平台，随之而来的就是市场对电商的IT服务需求的迅速增长，而目前主要电商IT服务供应商服务水平、产品质量、设计理念参差不齐，有些产品更是一直处理停滞状态，显然它们无法满足迅速发展的电商行业。

ShopNC（www.shopnc.net）一直专注于电商整体解决方案，拥有国内领先的技术人才、开发团队及资深的行业解决方案专家，自主研发出了成熟的B2B2C模式电商平台系统、C2C模式多店商城系统、O2O本地生活类电商系统、CMS文章资讯、社交圈子社区程序、微商城分享互动程序、在线IM聊天程序以及CRM客户管理系统、移动手机平台应用和微信商城等最流行、全面、完善的电商产品综合服务体系。ShopNC不断将电商行业的新需求、新趋势融入到产品中，与时俱进，始终保持产品的先进性。

本书结合ShopNC商城系统，从构建大数据、高性能的电平台出发，详细介绍了电商平台核心模块的设计与实现，为大家提供安全、可靠、易维护、高性能的电商平台解决方案。

本书的主要内容和特色

全书分为四个部分。第一部分（第1章）是功能规划，依次介绍了电子商务平台标准的构成套件以及各个套件的功能组成部分。第二部分（第2章）是技术架构规划，规划实现第一部分功能需要用到的技术点及实现方法，搭建编写代码前需要的技术框架。第三部分（第3~9章）是功能实现，细致而全面地讲解了构成电子商务平台的各个功能模块的设计思路、技巧分享、重点代码分析、最终功能体验，完成了从理论到实践的完美转换。第四部分（第10章）是安装部署，将已制作完成的商城部署至服务器，并介绍了集群部署中主要节点的部署过程。以上四部分是电子商务平台从规划，再到各个重点模块构建，再到部署及性能、用户体验的优化，进行了全面透彻地讲解，满足了从电子商务平台建立到运维的基本需求。按照以上内容逐一进行商城的开发工作，可以使本来烦琐杂乱的工作变得有条不紊、充满魅力。

本书的目标读者

本书主要适合如下人群阅读：

- ❑ 电子商务平台决策者、首席技术官（CTO）和架构师。
- ❑ 电子商务平台运维工程师。
- ❑ 具有3年以上工作经验并从事电子商务平台开发的软件工程师。

如何阅读本书

本书主要介绍商城的整体设计、架构搭建、功能实现及安装部署，所以在阅读本书之前需要你对电子商务、网上商城有所了解，有过一定的项目开发经验，学习过PHP、HTML、jQuery、数据库等技术知识。如果你对缓存、负载均衡、服务器集群部署等有一定的了解将更能帮助你理解本书中所讲解的知识点。所以笔者建议按以下阅读方式进行阅读。

如果你是平台功能决策者或架构师，想了解一套标准电商平台套件的具体构成和实现，可以详细阅读第1章、第3~9章。第1章对商城标准套件进行了概括性的介绍，而第3~9章对第1章所提到的套件功能的模块构成、设计思路、具体实现、功能体验等有详细介绍。

如果你是从事技术管理工作的，想了解搭建商城的技术架构，可以首先详细阅读第2章和第13章。第2章介绍了商城开发前期需要的技术准备工作，对一套完善、高效的商城

技术架构进行了细致的讲解。第 10 章则介绍了商城的安装部署，详细介绍了软件版本与部署参数。在阅读完第 2 章、第 10 章之后，再去了解一下第 3 ~ 9 章的各模块，这对以后商城的二次开发及运维工作是非常有帮助的。

如果你已经在运营电子商城，拥有了一定的运维经验，可以将该书作为一本参考资料，因为书中讲到的功能及技术点都是经过 ShopNC 商城系统的工作人员参考众多客户的实际使用经验及建议，进行优化总结后的结果，具有一定的参考价值。

最后，真诚地期望大家通过本书来研究和探索电商平台搭建和运维。相信你们在看过本书之后都会有所收获。期待大家能搭建出一个优秀、高效的电子商务平台。

致谢

本书由 ShopNC B2B2C 商城系统产品开发团队共同撰写，在撰写期间咨询和采纳了很多具有众多实战经验的 ShopNC 客户及其技术团队的意见与建议，力求使读者能从本书中获得很多实用的知识。此外，本书在编写过程中还参阅了大量国内外的文献和资料。

首先感谢 ShopNC B2B2C 商城系统开发组的同仁，大家各抒己见、通力合作才使本书的编写过程如此顺利。其次，感谢给予宝贵意见和建议的 ShopNC 商城系统客户。还要感谢我们所处的互联网时代，使文献和资料的查阅变得如此简单。本书着眼于商城模块设计、技术实现，其中融入了很多作者的个人经验和理解，当然由于笔者水平有限，书中难免会出现一些疏漏或者与您理解上的不同，恳请大家批评指正。大家有任何问题意见或建议，可发邮件至 book_feedback@shopnc.net，我们会第一时间与大家沟通、交流。

目 录 Contents

推荐序一

推荐序二

前 言

第 1 章 电商平台标准化套件 1

- 1.1 商城系统 2
- 1.2 圈子 6
- 1.3 CMS 7
- 1.4 IM 8
- 1.5 移动端 9
- 1.6 本章小结 9

第 2 章 电商平台的技术架构 10

- 2.1 操作系统 11
- 2.2 应用服务器 11
- 2.3 负载均衡 13
 - 2.3.1 F5 14
 - 2.3.2 LVS 14
 - 2.3.3 Nginx 18
 - 2.3.4 HAProxy 18
- 2.4 缓存 19
 - 2.4.1 客户端缓存 19
 - 2.4.2 CDN 加速 20
 - 2.4.3 静态文件缓存 20
 - 2.4.4 数据缓存 21

2.5 数据存储 21

- 2.5.1 关系型数据库 21
- 2.5.2 内存型数据库 22
- 2.5.3 分布式数据库 22
- 2.5.4 MySQL 可扩展方案 23

2.6 文件存储 24

- 2.7 消息队列 25
- 2.8 搜索设计 25
- 2.9 开发框架 26
- 2.10 本章小结 27

第 3 章 商城套件的设计与实现 28

3.1 会员模块 28

- 3.1.1 模块构成 28
- 3.1.2 设计思路 29
- 3.1.3 代码实现 35
- 3.1.4 功能体验 38
- 3.1.5 开发和使用 40

3.2 商品模块 43

- 3.2.1 模块构成 44
- 3.2.2 设计思路 46
- 3.2.3 代码实现 49
- 3.2.4 功能体验 60

3.3 促销模块 63

- 3.3.1 模块构成 64

3.3.2	设计思路	69
3.3.3	代码实现	71
3.3.4	功能体验	77
3.3.5	开发和使用	80
3.4	购物车模块	82
3.4.1	模块构成	82
3.4.2	设计思路	82
3.4.3	代码实现	85
3.4.4	功能体验	96
3.5	配送模块	98
3.5.1	模块构成	99
3.5.2	设计思路	100
3.5.3	功能实现	101
3.5.4	物流跟踪	107
3.6	订单模块	107
3.6.1	设计思路	107
3.6.2	代码实现	111
3.6.3	功能体验	123
3.7	支付接口	127
3.7.1	接入原理	127
3.7.2	设计思路	128
3.7.3	代码实现	129
3.8	退单模块	134
3.8.1	模块构成	134
3.8.2	设计思路	135
3.8.3	代码实现	137
3.8.4	功能体验	142
3.8.5	开发技巧	145
3.9	结算模块	146
3.9.1	设计思路	146
3.9.2	代码实现	148
3.9.3	功能体验	154

3.10	统计模块	158
3.10.1	模块构成	159
3.10.2	设计思路	162
3.10.3	代码实现	169
3.10.4	功能体验	173
3.10.5	开发和使用	180
3.11	预存款	181
3.11.1	设计思路	182
3.11.2	代码实现	183
3.11.3	功能体验	189
3.12	本章小结	194

第4章 CMS 套件的设计与实现

4.1	CMS 文章	195
4.1.1	模块构成	196
4.1.2	设计思路	196
4.1.3	代码实现	197
4.1.4	功能体验	200
4.2	CMS 画报	202
4.2.1	模块构成	202
4.2.2	设计思路	203
4.2.3	代码实现	203
4.2.4	功能体验	204
4.3	CMS 专题	205
4.3.1	模块构成	205
4.3.2	设计思路	206
4.3.3	代码实现	207
4.3.4	功能体验	208
4.4	CMS 首页编辑	209
4.4.1	模块构成	209
4.4.2	设计思路	210
4.4.3	代码实现	211

4.4.4 功能体验	212
4.5 其他功能	215
4.5.1 评论	215
4.5.2 心情	216
4.5.3 分享	217
4.5.4 导航管理	217
4.6 本章小结	218

第5章 社交平台的设计与实现

5.1 SNS 模块	219
5.1.1 模块构成	219
5.1.2 设计思路	220
5.1.3 代码实现	221
5.1.4 功能体验	223
5.2 圈子（讨论组）套件	224
5.2.1 圈子特点	224
5.2.2 设计思路	225
5.2.3 代码实现	228
5.2.4 功能体验	238
5.3 本章小结	240

第6章 IM 套件的设计与实现

6.1 模块构成	241
6.2 设计思路	241
6.3 代码实现	245
6.3.1 Node 服务器端	245
6.3.2 PHP 服务器端	252
6.3.3 页面客户端	254
6.4 功能体验	262
6.5 开发技巧	263
6.6 本章小结	263

第7章 移动应用套件的设计与实现

7.1 设计思路	264
7.1.1 产品设计	265
7.1.2 设计原则	265
7.2 代码实现	267
7.2.1 框架结构介绍	267
7.2.2 CrashHandler 工具类	268
7.2.3 DbHelper 工具类	274
7.2.4 HttpHelper 工具类	276
7.2.5 ImageHelper 工具类	278
7.2.6 SystemHelper 工具类	283
7.3 相关工具及第三方框架介绍	287
7.3.1 原型设计工具介绍	287
7.3.2 AndroidAnnotations 介绍	289
7.3.3 轻量级 ORM 框架 ActiveAndroid 介绍	290
7.4 本章小结	292

第8章 O2O 套件的设计与实现

8.1 O2O 模式概述	293
8.1.1 O2O 模式的产生背景	293
8.1.2 O2O 模式的特点	294
8.1.3 O2O 模式的优势与核心	294
8.2 产品设计思路	296
8.3 商户模块的设计与实现	297
8.3.1 模块构成	297
8.3.2 设计思路	298
8.3.3 代码实现	300
8.3.4 功能体验	307
8.4 团购模块设计	311
8.4.1 模块构成	311

8.4.2	设计思路	312	9.2.4	内容块的制作与可视化编辑 理念	370
8.4.3	代码实现	313	9.3	商品详情页面	372
8.4.4	功能体验	319	9.3.1	商品页面布局方式	372
8.5	优惠券模块设计	321	9.3.2	针对搜索引擎的页面优化 制作	374
8.5.1	模块构成	321	9.4	购物车页面	377
8.5.2	设计思路	322	9.4.1	购物车页面设计特征	377
8.5.3	代码实现	324	9.4.2	根据页面需要选择 HTML 标签的技巧	380
8.5.4	功能体验	328	9.5	订单页面	385
8.6	结算模块设计	331	9.5.1	购物详单设计理念	385
8.6.1	模块构成	331	9.5.2	订单中要有哪些内容	388
8.6.2	设计思路	332	9.5.3	状态步骤的设计与制作	389
8.6.3	代码实现	333	9.6	本章小结	392
8.6.4	功能体验	335			
8.7	本章小结	336			
 第 9 章 电商平台界面设计与用户体验					
9.1	网页设计的那些事儿	337	 第 10 章 电商平台的安装与部署		
9.1.1	视觉设计、交互设计、前端 开发	337	10.1	Web 服务器部署	393
9.1.2	为代码增加可读性注释	338	10.2	数据库部署	404
9.1.3	语义化的 HTML5 标签使用	340	10.3	电商系统安装	406
9.1.4	base.css 会减轻你的工作负担	347	10.3.1	基本安装	406
9.1.5	如何给 CSS 命名	351	10.3.2	设置定时任务	409
9.1.6	应该用 id 还是 class	354	10.3.3	开启伪静态	411
9.1.7	能少用就少用 CSS Hack	356	10.3.4	设置域名	412
9.1.8	一些 CSS 和浏览器之间的怪异 显示及对应的解决办法	357	10.4	图片存储部署	413
9.2	商城首页	360	10.5	缓存服务器部署	413
9.2.1	B2B2C 商城首页设计元素	360	10.6	搜索服务器部署	414
9.2.2	色彩风格、导航、顶部的 统一化	364	10.7	IM 服务器部署	416
9.2.3	焦点广告区域的制作	366	10.8	本章小结	418
			 附录 A 移动端接口文档		
			附录 B ShopNC B2B2C 商城功能 要点		
			ShopNC 成员简介		

电商平台标准化套件

随着电子商务近十年的高速发展，传统单一的商城交易系统已经不能满足市场需求，随之而来多元化的电商平台系统已经成为市场的主流。与商城配套的圈子/BBS 论坛系统、新闻资讯 CMS 系统、商品推荐分享的微商城系统、买卖双方沟通的即时通讯 IM 系统以及手机等设备使用的移动端 APP 等都成为电商平台必不可少的组成部分，如图 1-1 所示。

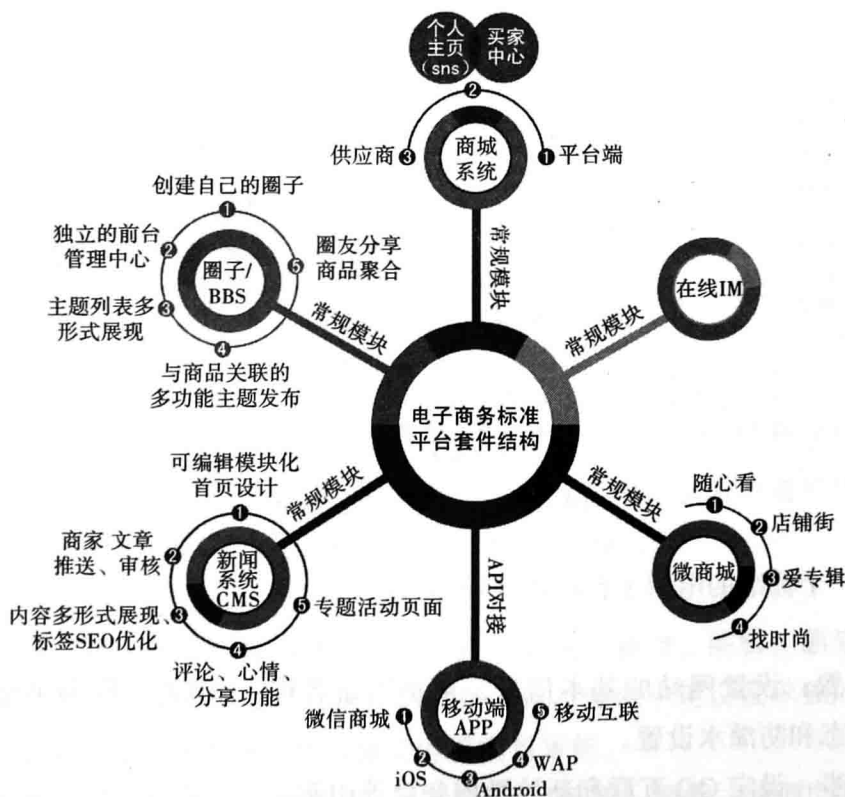


图 1-1 电子商务标准平台套件结构示意图

1.1 商城系统

商城系统通过互联网为消费者提供一个新型的购物环境，除了传统的 B2B、B2C、C2C 等模式外，现今又延展出 C2B、B2B2C、O2O 等众多的商业模式，从单一的买卖功能扩展至极强的电商平台功能，如图 1-2 所示。

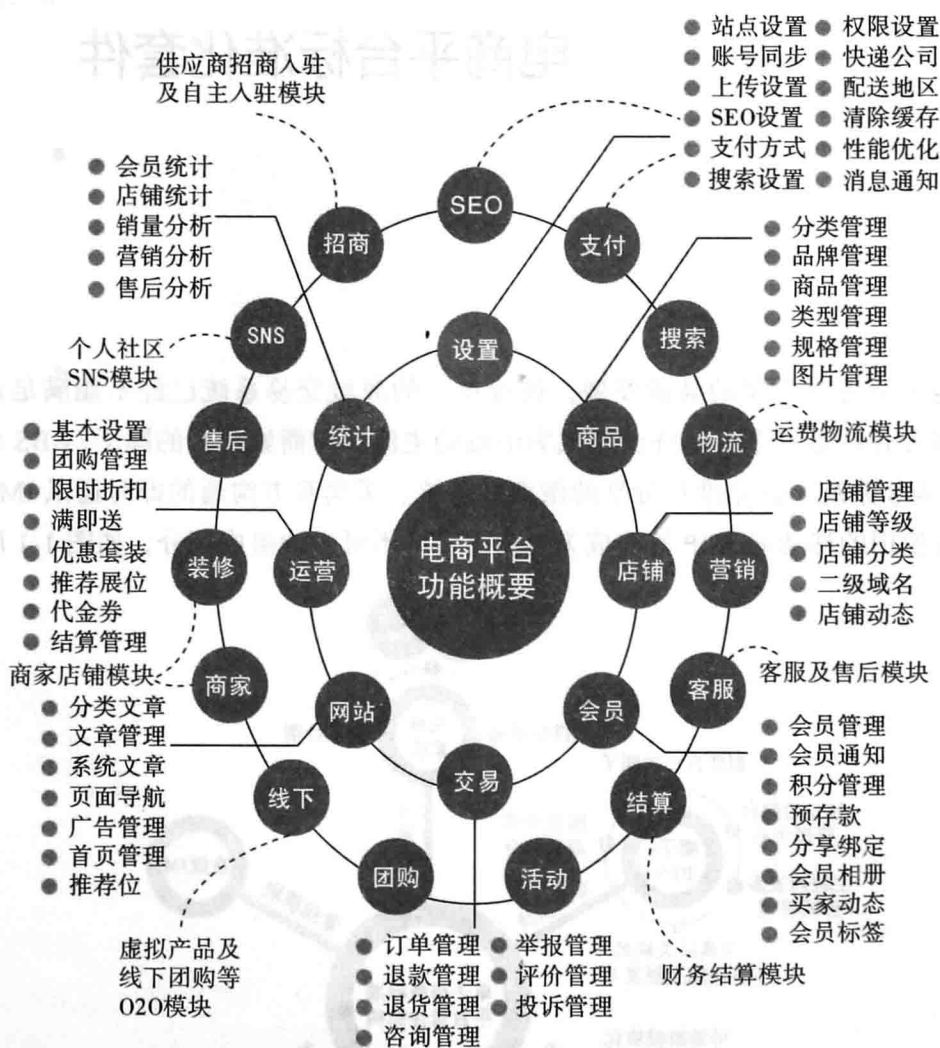


图 1-2 电商平台功能概要

下面介绍一个标准的电商平台应该具备的功能。

(1) 设置

- 站点设置：设置网站的基本信息，包括网站名称、LOGO、联系电话、电子邮件、站点状态和防灌水设置。
- 账号同步：设定 QQ 互联和新浪微博登录等功能。

- 上传设置：设定上传参数、默认图片、登录主题图片、压缩工具和水印字体功能，上传参数能控制图片大小、尺寸、存放类型、图片扩展名等信息，登录主题图片可以设置 4 张主题图片，可以选择压缩工具、下载水印字体。
- SEO 设置：设置首页、团购、品牌、优惠券、积分中心、文章、店铺、商品、商品分类和 SNS 等页面的标题、关键词和描述信息。
- 消息通知：包括邮件设置、邮件模板、商家消息模板和用户消息模板几部分。邮件设置可以进行邮件功能的开启与关闭操作，并在此进行 SMTP 账号的设置，设置完成后可以通过测试邮件功能进行邮件发送测试。
- 支付方式：进行平台、店铺支付方式的开启、关闭等操作的管理。支付方式包括：货到付款、预存款、支付宝、财付通、网银在线。
- 权限设置：账号信息的管理，可以增加或删除管理人员，可以修改系统管理员的管理权限。
- 配送地区：选择配送地区，按省、市、县三级分类。

(2) 商品

- 分类管理：对列表中的商品分类进行排序、是否首页显示等，并且可以对分类信息进行新增、编辑、删除、新增下一级等操作。系统支持对分类信息的导入、导出操作，并且支持 TAG 标签的管理，TAG 值为分类搜索的关键词。
- 品牌管理：针对网站内的品牌信息进行编辑、删除、查询、新增和审核几项操作，也可以直接修改品牌排序和是否为推荐品牌。
- 商品管理：分为所有商品查看、违规下架商品管理、待审核商品及商品设置，可以根据商品信息如商品名、店铺名等进行查询，列表会显示商品价格和库存量，管理员可以选择该商品是否上架、是否违规下架，可以对商品进行查看、审核或删除操作。商品设置可对商家发布商品平台是否需要审核进行判定，当此设定为需要审核时，商家所发布的所有商品均进入等待审核页面，由平台进行审核。
- 图片空间：商城运行一段时间后，在服务器上经常会产生一些垃圾图片，图片空间正是用于解决这一问题的。利用图片空间，管理员可以查看当前的所有店家的相册及其商品图片的数量，也可以删除无用的相册和图片。

(3) 店铺

- 店铺管理：管理商城所有店铺信息，可进行查询、新增、编辑、删除等操作，支持新增或修改店铺经营类目，设置分佣比例，针对开店申请设置单独的审核入口，还可进行店铺续签申请处理及店铺新增经营类目审核。
- 店铺等级：显示店铺的等级列表，可以新增、编辑、删除、设置可选模板等操作，

并且可设置不同等级店铺的年使用费用及相关权限等。

- 店铺分类：列出了店铺所有的分类，可以对店铺分类进行新增、编辑、删除等操作，还可以设定相关类目的保证金，以及按照排序值进行排序。
- 二级域名：用于进行平台二级域名的开启、关闭等相关设置，并且可以对店铺所使用的二级域名进行管理操作，可以根据店铺名称、二级域名进行查询，还可以进行二次域名及修改次数的编辑。

(4) 会员

- 会员管理：显示所有会员的列表，在列表中显示登录次数、会员积分、预存款等信息，可以对会员信息进行增、删、改、查的操作。
- 积分管理：是对会员积分的操作入口，可以进行会员积分增加或减少的操作，并且可以记录操作描述。积分明细显示的是会员获得或消耗积分的情况，显示会员所有的积分变化，可以搜索会员积分操作记录。
- 预存款：记录了会员充值和提现金额的情况。在充值管理模块下，可以查看会员充值列表。在提现管理模块下，可以查看会员提现列表。预存款明细显示会员充值和提现金额的记录，可以通过会员名、管理员名、预存款类型等字段进行查询，查找所需要的信息。
- 分享绑定设置：可以设置 QQ 空间、腾讯微博、新浪微博的应用接口信息及是否开启相应站外分享功能。
- 买家动态：管理用户动态及评论信息，可以对用户动态及评论进行查看、显示、屏蔽和删除操作。

(5) 交易

- 订单管理：管理用户所有与订单相关的信息。根据订单信息、时间、金额和状态，我们可进行查询、查看、取消订单和确认收货等操作。
- 退款管理：审核退款订单，管理所有退货订单，可以对订单进行查看和删除操作。
- 退货管理：对退货订单进行审核，管理退货订单，可以对退货订单进行查看和删除操作。
- 咨询管理：是管理店铺咨询信息的操作入口，可以删除咨询信息。
- 举报管理：是管理举报产品的操作入口。“举报类型”和“举报主题”分别是举报类型的管理和举报主题的管理的操作入口。在管理人员处理完举报以后，举报信息被放入“已处理”模块下。
- 评价管理：买家可以在订单完成后对商品进行评价，也可以对店铺进行评价，管理员可对评价进行管理。
- 投诉管理：是管理投诉信息的操作入口。点击“详细”操作，可以查看投诉详细信

息。通过“投诉设置”按钮可以进行投诉设置，通过“新投诉”、“待申诉”、“对话中”、“待仲裁”、“已关闭”按钮可以查看相应状态的投诉信息，通过“投诉主题”、“添加主题”按钮可以进行投诉主题的管理。

(6) 网站

- ❑ 文章分类：是对系统文章分类的管理，可以增加、编辑、删除、新增下级分类。
- ❑ 文章管理：是管理文章的操作入口，可以添加、编辑、删除文章，可以通过标题、文章分类等字段进行查询。
- ❑ 系统文章：对系统文章的管理，可以编辑，但不可新增或删除。
- ❑ 页面导航：是对页面导航的管理，可以增加、编辑、删除导航信息。对导航的添加主要在头部、中部和底部三个地方。导航类型包括自定义导航、商品分类、文章分类、活动四种。
- ❑ 广告管理：用于丰富界面和特色产品宣传，可查看全站所有广告位，可以新增、编辑、删除广告。
- ❑ 首页管理：对首页版块进行管理。基本设计可以修改版块名称、默认风格、排序；版块编辑可修改相对应的版块信息，如标题图片、推荐分类、活动图片、推荐商品、商品排行、广告图片、推荐品牌。
- ❑ 推荐位：是广告功能一个有效补充。推荐位不会生成 JS 代码，而是直接生成 PHP 代码，减少了 http 请求次数，可以复制推荐位代码放在商城前台展示。推荐位支持文字和图片形式。

(7) 运营

- ❑ 基本设置：设置对预存款、金币、积分、积分中心、商品促销、团购等功能的开启与关闭操作，并可设置对会员注册、登录、订单商品评论、购物等赠送积分的数量。
- ❑ 团购管理：对平台团购信息的管理。管理员可以审核新的团购活动申请、取消进行中的团购活动或删除团购活动。可以查看参加团购活动的店铺和商品。对团购分类、团购地区和团购价格区间进行增、删、改、查等操作。设置购买团购活动所需的金币数量。
- ❑ 兑换礼品：是管理积分兑换礼品的操作入口，可以设置礼品的上架、推荐状态。“礼品列表”是礼品管理的操作入口，可以查看、编辑、删除礼品。“新增礼品”可以进行礼品新增的操作。“兑换列表”是管理兑换礼品的操作入口，可以通过兑换单号、会员名称、支付方式、状态等字段进行查询。
- ❑ 活动管理：是管理平台活动的操作入口，可以新增、编辑、删除活动，可以设置活动的开始及结束时间等。通过活动列表后的“处理申请”按钮可以查看商家提交的