



## (12) 发明专利申请

(10) 申请公布号 CN 104268771 A

(43) 申请公布日 2015. 01. 07

(21) 申请号 201410489295. 3

(22) 申请日 2014. 09. 23

(71) 申请人 唐连运

地址 100101 北京市朝阳区望京创业科技园  
A座4层北

(72) 发明人 唐连运

(51) Int. Cl.

G06Q 30/02 (2012. 01)

H04L 29/06 (2006. 01)

权利要求书2页 说明书3页 附图1页

### (54) 发明名称

一种多用户交互式的网上商城管理系统

### (57) 摘要

本发明涉及一种网上商城管理技术领域,特别是针对用户的管理,以及用户与网上商城之间的交互管理。本发明提供了一种用户与网上商城之间可交互管理的系统,是一种既可以实现网上商城管理用户,同时又可以实现用户管理网上商城的一种系统。和现有的仅仅是网上商城对用户进行管理或用户只能对商城中的仅属于用户自己的店铺进行管理的模式不同,该发明允许不同的用户对同一网上商城或同一商品进行管理,生成不同的具有用户关联性和体现用户差异化且指向同一商城或商品的视图,包括个性化的商城、商品的促销折扣、推广宣、网上商城的装修和设计;该系统还可以生成用户关系树,并根据该用户关系树进行用户分类或分级,实现灵活高效的用户管理。

1. 这是一种可以实现用户与网上商城交互管理的系统,其特征在于:该网上商城系统可以有效管理商品以及用户,不同用户也可以管理同一网上商城和关联用户,包括某种同一商品的展示视图,商城的促销折扣,商城和商品的推广宣传,商品的议价,网上商城的装修和设计以及相关用户的管理等;此管理可以分为用户公共管理部分和商城内部管理部分两部分,用户公共管理部分是指对于商城内特定部分,任何一个用户对其做出的修改和管理,其它相关的用户群都可以继承和拥有这种修改和管理以及相关视图,而商城内部管理部分是指商城内部管理部分是指在超级管理权限下进行的修改和管理以及相关的视图,所有的用户群都可以继承和拥有这种修改和管理以及相关视图,该管理系统实现了多用户对整个或部分网上商城的管理,以及生成基于不同用户的、具有用户指向性和关联性的商城入口,同时系统可以记录管理通过该入口访问的新注册用户或根据用户注册时提供的关联用户生成相应的用户关系树。

2. 根据权利要求1所述的网上商城管理系统,其特征在于,该系统能够管理商品和用户,管理网上商城和限制规范用户会员的行为,用户也可以按照自己的方式去管理整个或部分网上商城。

3. 根据权利要求1所述的网上商城管理系统,其特征在于,网上商城系统被分为一般用户可以管理的用户公共管理部分和只有超级管理员可以管理的商城内部管理部分,用户可以获得相应的权限对用户管理部分进行商品的管理,可以管理商品的添加和删除,以及管理商品的展示效果和方式。

4. 根据权利要求1所述的网上商城管理系统,其特征在于,不同的用户可以决定同一个商城和某种同一商品的营销方式,其中包括定价、促销和折扣以及自定义装修装饰商城和商品。

5. 根据权利要求1所述的网上商城管理系统,其特征在于,系统可以实现对同一商城或者同一商品根据不同的用户生成具有和该用户有指向性和关联对应性的入口和视图界面,也就是通过这些入口即可以访问同一商城同一商品,又可以关联出其所属的用户,并表现出不同用户的特定视图修改。

6. 根据权利要求1所述的网上商城管理系统,其特征在于,用户对整个商城或部分商品的修改、管理和相关视图界面可以被其它的用户所有继承,也可以是只有特定用户或自身才可以继承该修改、管理和相关视图界面。

7. 根据权利要求1所述的网上商城管理系统,其特征在于,系统可以根据不同的用户生成具有用户指向性的入口,即通过此入口能指向和对应出特定的用户;系统记录并管理从该入口访问的新用户,按照入口访问者和入口指向者的访问与被访问关系,生成互相关联的用户关系树,任何用户或游客都可以从该入口访问同一商城或同一商品,且系统同样给新用户也提供这种有用户指向性的入口。

8. 根据权利要求1所述的网上商城管理系统,其特征在于,系统可以将用户关系树进行分类和分级;根据该用户关系树,不同类型不同级别的用户可以得到相应的积分,折扣和返利等,可以实现灵活高效的用户差异化管理。

9. 根据权利要求1所述的网上商城管理系统,用户关系树也可以通过用户之间的指定与被指定的关系来建立。

10. 根据权利要求1所述的网上商城管理系统,管理的对象和主体包含但不限于网上

商城,也包括网上店铺、网上商品或网上展示的物品。

## 一种多用户交互式的网上商城管理系统

### 技术领域

[0001] 本发明涉及一种网上商城技术领域以及相关的管理和系统设计。

### 背景技术

[0002] 网上商城发展快速,但是传统的网上商城主要有两种:一种是唯一管理员统一管理网上商城,该管理员管理着所有的商品,包括商品的添加删除、定价、宣传和商城的装饰等,其他用户不能对商城本身进行管理,商城主页或每一商品都只有唯一的地址;另一种是网上商城被划分为多个子商城或店铺,会员可以管理商城内部的一部分商品或店铺,会员只能对自己的商品进行管理,包括商品的添加删除、定价、宣传和商城的装饰等。因此,这些网上商城在商城和用户会员之间的交互管理比较少,缺乏个性化的管理和销售方式。

### 发明内容

[0003] 发明目的:本发明提供的一种多用户交互式的网上商城管理系统,其目的在于实现一种可以由多用户管理同一商城或商品和关联用户关系提取并管理的机制。用户可方便的管理商城,可以按照自己的方式来销售商品,进行商品的添加删除、定价、宣传和商城的装饰等,使商城的销售更加多元化和个性化。用户关系树的生成可以方便商城系统对所有用户进行管理。

[0004] 上述的网上商城是一种多用户自主管理同一商城的系统。它可以实现不同的用户对同一商城的多样化管理和关联用户的高效管理。

[0005] 该系统管理的对象和主体包含但不限于网上商城,也包括网上店铺、网上商品或网上展示的物品。

[0006] 附图说明:

图 1、通过访问与被访问确定的父子节点关系树

图 2、通过指定与被指定确定的父子节点关系树

### 具体实施方式:

基于多用户交互式的管理网上商城系统是通过以下技术方案来实现的。

[0007] 该系统可以分为用户公共管理部分和商城内部管理部分。公共管理部分是用户可自主定义的部分,包括商城的个性化装修,商城商品的促销活动管理,商品的添加删除以及介绍宣传等。商城内部管理部分是指在超级管理权限下,进行的商城组织管理活动,包括商城的安全管理,运营管理,商城的架构管理,用户的管理,也包括商品的添加删除,商城商品的定价促销,商城商品的介绍宣传,商品的物流管理等及相应的商城视图。

[0008] 其中,公共管理部分又分为特定用户继承并可共享部分和所有用户可继承并共享部分。特定用户可继承并可共享部分是指用户的修改管理及相应商城视图只能被唯一或特定用户所拥有;而所有用户可继承共享部分是指任何用户对商城或商品的修改管理及相应商城视图可以被所有的用户所有拥有,即对于这一部分来说所有用户的权限都是一样的。

[0009] 系统会为用户分配一个指向该用户的商城入口和相应管理权限。任何用户都可以通过这类指向并关联不同用户的商城入口访问同一网上商城或商品,在一定的权限范围内用户可以在公共管理部分自定义同一商城的装饰装修或同一商品的销售管理,包括商品的添加删除、折扣、定价和宣传等。通过这类入口用户可以访问包括网上商城的公共管理部分和商城内部管理部分及相应商城视图。

[0010] 通过这些入口和相应权限,用户可以同时访问用户自主管理的公共部分和网上商城的内部管理部分。在公共部分用户按照自己的需要进行个性化的管理。因此,通过不同的入口进入的商城视图就会可能不同,通过关联着不同用户的入口进入商城去访问同一商城或商品也可以有不同的定价、销售折扣或宣传,实现了不同用户对同一商城或同一商品进行不同的添加删除管理、定价管理、销售管理、装饰管理和宣传管理等;所以,通过不同的入口对同一商城或同一商品的访问视图都可能会有所不同,充分体现了交互管理的个性化和商城管理的多样性。

[0011] 通过这些入口进入的任何用户都会被系统所记录,新用户会被记录到该入口地址所对应关联的用户下面,并按照这种记录关系形成用户关系树。同时,系统会给新的用户生成新的入口。同样的,该新入口也会与该新用户相关联,新用户被赋予一定的商城管理权限,也可以对自己的商城入口进行推广和宣传。按照用户关系树可以将所有的用户进行等级划分,依据等级的不同,系统分配给用户不同的管理权限或奖励幅度。这种用户关系也可以由用户指定特定的用户来实现,系统会根据这种指定与被指定的关系将用户与该指定用户仅关联,系统允许用户指定自己的父节点关系的用户和子节点关系用户。用户之间可以通过某种属性来标识和区别,不同的用户有不同的属性值。

[0012] 如图 1 所示,系统给用户 1 生成一个特定的网络地址入口,即 URL:1,新用户 21 和新用户 22 通过入口 URL:1 进入商城后,系统同样给用户 21 和用户 22 分别分配新的特定的入口 URL:21 和入口 URL:22;用户 31 和用户 32 通过用户 21 的入口进入,系统为用户 31 和用户 32 分配特定入口 URL:31 和入口 URL:32,而用户 33、用户 34 和用户 35 是通过用户 22 的入口进入商城,系统为他们分配的入口分别为入口 URL:33、入口 URL:34 和入口 URL:35。

[0013] 如图 1 所示,入口 URL 是指具有用户指向性的商城入口,该入口是和特定用户相关联的,比如入口 URL:1,是指和用户 1 相关联的商城入口,用户 1 在一定权限下进行的用户公共管理部分和商城内部管理部分可以通过该入口 URL:1 来展示和呈现,任何用户都可以通过该入口 URL:1 来访问包括用户 1 自定义的用户公共管理部分和商城内部管理部分,即使同一商城或商品通过不同的入口访问视图都有可能不同,其中包括定价,介绍和装饰等,既有公共属性又有用户的多样化属性。

[0014] 如图 1 所示,系统实现了用户之间的关系管理,因为用户 21 是通过和用户 1 关联的入口 URL:1 进入商城的,因此系统将用户 21 标记为用户 1 的子关系,用户 1 为用户 21 的父关系;用户 22 也是通过用户 1 的入口进入商城的,系统会将用户 22 标记为用户 1 的子关系,用户 1 为用户 22 的父关系。同样的,用户 31 和用户 32 是通过用户 21 的入口进入商城,因此用户 31 和用户 32 是用户 21 的子关系,用户 21 是用户 31 和用户 32 的父关系,同时用户 31 和用户 32 从用户 21 的节点处继承用户 21 和用户 1 的父子节点关系;同样的,用户 33、用户 34 和用户 35 是用户 22 的子关系,用户 22 是用户 33、用户 34 和用户 35 的父关系,同时用户 33、用户 34 和用户 35 从用户 22 节点处继承用户 22 和用户 1 的父子节点关

系。按照这种父子节点关系,形成用户关系树,每个用户可以用某种唯一的识别方式来对应和区别。

[0015] 如图 1 所示,该示意图只用来表示用户和具有用户指向性的商城入口的访问与被访问的关系树,用户的用户名、数量和关联级数并不受图中所限。

[0016] 用户节点关系的确立也可通过用户间指定的方式来进行的。

[0017] 如图 2 所示,在用户指定父节点或子节点的情况下,用户关系树由指定与被指定、选择与被选择以及邀请与被邀请的关系来决定。用户可以指定自己的上级父节点用户或邀请新的用户加入自己的用户关系。

[0018] 如图 2 所示,用户 2 指定用户 1 做其自身的上级父节点,即用户 2 为用户 1 的子关系节点。用户 4 指定用户 3 做其自身的下级子节点,即用户 4 为用户 3 的父关系节点。

[0019] 通过这两种方式系统可以将所有的用户按照用户商城入口 URL 的访问与被访问,或者各个用户之间的指定与被指定,选择与被选择以及邀请与被邀请的关系建立完整用户关系图。按照此用户关系树可以有效的管理所有的用户;也可以通过该用户关系树进行用户分类或分级,实现灵活高效的用户差异化管理。

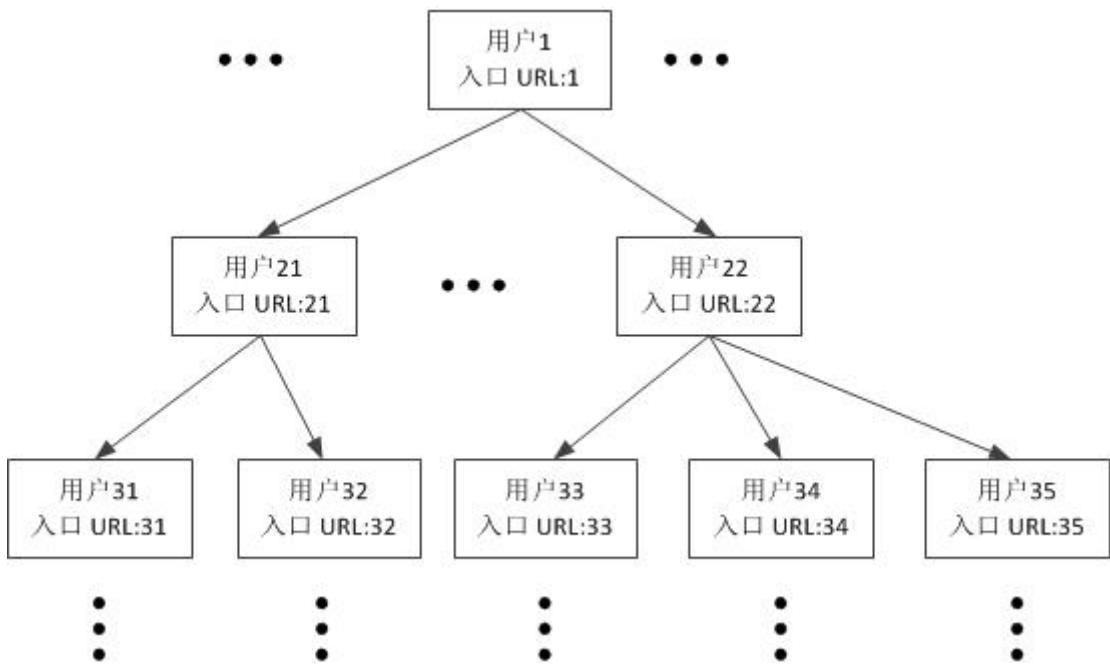


图 1

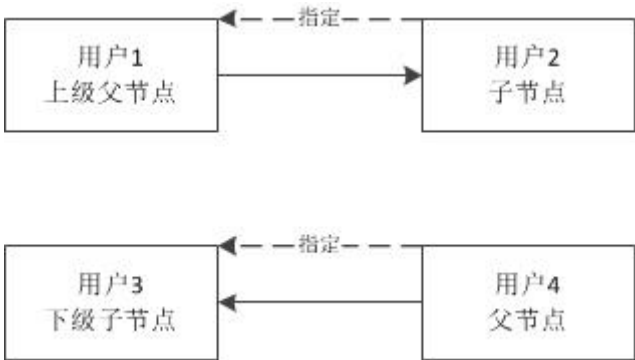


图 2