



(12) 发明专利

(10) 授权公告号 CN 101408964 B

(45) 授权公告日 2016. 03. 30

(21) 申请号 200810179026. 1

(22) 申请日 2008. 11. 25

(73) 专利权人 阿里巴巴集团控股有限公司

地址 英属开曼群岛大开曼岛

(72) 发明人 谭颖亮 林天宝 林雅 刘敏戌

(74) 专利代理机构 北京同达信恒知识产权代理有限公司 11291

代理人 魏杉

(51) Int. Cl.

G06Q 30/00(2012. 01)

(56) 对比文件

CN 1932871 A, 2007. 03. 21,

CN 101079768 A, 2007. 11. 28,

审查员 刘宇儒

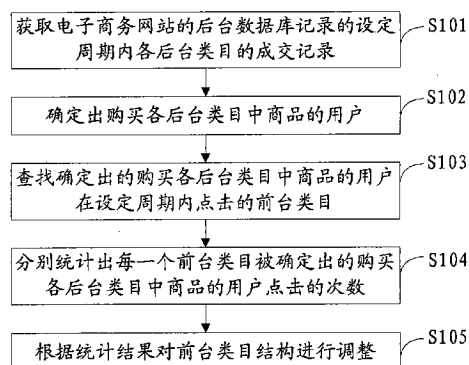
权利要求书1页 说明书7页 附图2页

(54) 发明名称

电子商务网站的前台类目调整方法及装置

(57) 摘要

本发明公开了一种电子商务网站的前台类目调整方法及装置,该方法包括:获取所述电子商务网站的后台数据库记录的设定周期内各后台类目的成交记录,确定出购买各后台类目中商品的用户;查找所述用户在所述设定周期内点击的前台类目;分别统计出每一个前台类目被所述用户点击的次数;根据统计结果对前台类目结构进行重新调整。通过上述方法得到前台类目点击情况与后台类目成交情况的关联数据,从而能够根据实际情况组织或调整前台类目,获得良好的商品展示效果,提高商品成交量。



1. 一种电子商务网站的前台类目调整方法,其特征在于,包括:

电子商务网站的服务器获取所述电子商务网站的后台数据库记录的设定周期内各后台类目的成交记录,确定出购买各后台类目中商品的用户;

所述服务器查找所述用户在所述设定周期内点击的前台类目;每一个前台类目包括至少一个后台类目,每一个后台类目属于至少一个前台类目;

所述服务器分别统计出每一个前台类目被所述用户点击的次数;

所述服务器根据统计结果对前台类目结构进行重新调整;包括根据统计结果增加或减少前台类目,以及在已有前台类目中增加或减少所包括的后台类目;

所述查找所述用户在所述设定周期内点击的前台类目,具体包括:

根据所述成交记录确定出所述用户的用户ID,并获取所述电子商务网站的日志系统记录的设定周期内所有用户点击各前台类目的点击情况记录,根据所述用户ID和所述点击情况记录,确定出所述用户在所述设定周期内点击的前台类目;或

在所述用户购买后台类目中的商品时,根据所述用户访问路径确定所述用户点击的前台类目,直接确定出该用户在所述设定周期内点击的前台类目。

2. 如权利要求1所述的方法,其特征在于,所述根据统计结果对前台类目结构进行重新调整之后,还包括:

统计下一个设定周期内所述电子商务网站中商品的总成交量,通过统计出的所述总成交量验证调整后的前台类目结构。

3. 一种电子商务网站的前台类目组织装置,设置在电子商务网站的服务器中,其特征在于,包括:

确定模块,用于获取所述电子商务网站的后台数据库记录的设定周期内各后台类目的成交记录,确定出购买各后台类目中商品的用户;

查找模块,用于查找所述确定模块确定出的所述用户在所述设定周期内点击的前台类目;每一个前台类目包括至少一个后台类目,每一个后台类目属于至少一个前台类目;

统计模块,用于分别统计出每一个前台类目被所述用户点击的次数;

调整模块,用于根据统计结果对前台类目结构进行调整;包括根据统计结果增加或减少前台类目,以及在已有前台类目中增加或减少所包括的后台类目;

所述查找模块包括:第一查找单元和第二查找单元;

所述第一查找单元,用于根据所述成交记录确定出所述用户的用户ID;以及获取所述电子商务网站的日志系统记录的设定周期内所有用户点击各前台类目的点击情况记录;然后根据所述用户ID和所述点击情况记录,确定出所述用户在所述设定周期内点击的前台类目;

所述第二查找单元,用于在所述用户购买后台类目中的商品时,根据所述用户访问路径确定所述用户点击的前台类目,直接确定出该用户在所述设定周期内点击的前台类目。

4. 如权利要求3所述的装置,其特征在于,还包括:

验证模块,用于统计下一个设定周期内所述电子商务网站中商品的总成交量,通过统计出的所述总成交量验证调整后的前台类目结构。

电子商务网站的前台类目调整方法及装置

技术领域

[0001] 本发明涉及电子商务领域,尤指一种用于大型电子商务网站的前台类目调整方法及装置。

背景技术

[0002] 目前电子商务网站的商品类目,包括:前台类目和后台类目。其中,后台类目是指电子商务网站的交易流水中记录的多层次商品类目关系,用于交易归类统计,比较稳定。例如:上层后台类目“手机”中又可以包含“诺基亚Nokia手机”、“国产手机”、“三星手机”等后台类目,从而形成多层次的商品类目。

[0003] 前台类目是指在电子商务网站的商品呈现页面展现的多层次商品类目关系,用于网页展现引导。通常前台类目可以由一个或多个后台类目组成,并可以由运营管理人员自行进行调整,比较灵活。举例来说,可以把后台类目中的“Nokia手机”、“国产手机”、“三星手机”等放到“热门手机”这个前台类目中,通过“热门手机”这个前台类目引导用户看到相应的商品页面。

[0004] 目前,电子商务网站的日志系统一般都可以收集到用户对各种页面的点击情况,包括类目页面、商品页面等;电子商务网站的后台甲骨文ORACLE数据库一般都可以保留所有的用户交易记录。

[0005] 但目前来说,运营管理人员只能看到电子商务网站的总体成交情况以及各种商品的成交情况,却无法得知用户是通过哪个前台类目浏览到商品信息的。即前台类目的组织结构是否合理,是否能够很好的将各类商品展现给用户,从而提高商品的成交量。因此迫切需要一个工具来检验哪些前台类目的调整,包括改动或重定义,能达到更显著效果,以指导运营工作。

发明内容

[0006] 本发明实施例提供一种电子商务网站的前台类目调整方法及装置,能够根据实际情况调整前台类目,获得良好的商品展示效果,提高商品成交量。

[0007] 一种电子商务网站的前台类目调整方法,包括:

[0008] 电子商务网站的服务器获取所述电子商务网站的后台数据库记录的设定周期内各后台类目的成交记录,确定出购买各后台类目中商品的用户;

[0009] 所述服务器查找所述用户在所述设定周期内点击的前台类目;每一个前台类目包括至少一个后台类目,每一个后台类目属于至少一个前台类目;

[0010] 所述服务器分别统计出每一个前台类目被所述用户点击的次数;

[0011] 所述服务器根据统计结果对前台类目结构进行重新调整;包括根据统计结果增加或减少前台类目,以及在已有前台类目中增加或减少所包括的后台类目。

[0012] 根据本发明的上述方法,所述查找所述用户在所述设定周期内点击的前台类目,具体包括:

[0013] 根据所述成交记录确定出所述用户的用户ID,并获取所述电子商务网站的日志系统记录的设定周期内所有用户点击各前台类目的点击情况记录,根据所述用户ID和所述点击情况记录,确定出所述用户在所述设定周期内点击的前台类目;或

[0014] 在所述用户购买后台类目中的商品时,根据所述用户访问路径确定所述用户点击的前台类目,直接确定出该用户在所述设定周期内点击的前台类目。

[0015] 根据本发明的上述方法,每一个前台类目包括至少一个后台类目,每一个后台类目属于至少一个前台类目。

[0016] 根据本发明的上述方法,所述根据统计结果对前台类目结构进行重新调整之后,还包括:

[0017] 统计下一个设定周期内所述电子商务网站中商品的总成交量,通过统计出的所述总成交量验证调整后前台类目结构。

[0018] 一种电子商务网站的前台类目组织装置,设置在电子商务网站的服务器中,包括:

[0019] 确定模块,用于获取所述电子商务网站的后台数据库记录的设定周期内各后台类目的成交记录,确定出购买各后台类目中商品的用户;

[0020] 查找模块,用于查找所述确定模块确定出的所述用户在所述设定周期内点击的前台类目;每一个前台类目包括至少一个后台类目,每一个后台类目属于至少一个前台类目;

[0021] 统计模块,用于分别统计出每一个前台类目被所述用户点击的次数;

[0022] 调整模块,用于根据统计结果对前台类目结构进行调整;包括根据统计结果增加或减少前台类目,以及在已有前台类目中增加或减少所包括的后台类目。

[0023] 根据本发明的上述装置,所述查找模块包括:第一查找单元和第二查找单元;

[0024] 所述第一查找单元,用于根据所述成交记录确定出所述用户的用户ID;以及获取所述电子商务网站的日志系统记录的设定周期内所有用户点击各前台类目的点击情况记录;然后根据所述用户ID和所述点击情况记录,确定出所述用户在所述设定周期内点击的前台类目;

[0025] 所述第二查找单元,用于在所述用户购买后台类目中的商品时,根据所述用户访问路径确定所述用户点击的前台类目,直接确定出该用户在所述设定周期内点击的前台类目。

[0026] 本发明的上述装置,还包括:

[0027] 验证模块,用于统计下一个设定周期内所述电子商务网站中商品的总成交量,通过统计出的所述总成交量验证调整后前台类目结构。

[0028] 本发明实施例提供的电子商务网站的前台类目调整方法及装置,通过获取所述电子商务网站的后台数据库记录的设定周期内各后台类目的成交记录,确定出购买各后台类目中商品的用户;查找所述用户在所述设定周期内点击的前台类目;分别统计出每一个前台类目被所述用户点击的次数;根据统计结果对前台类目结构进行调整。通过上述方法得到前台类目点击情况与后台类目成交情况的关联数据,统计出前台类目对后台交易的影响情况,为电子商务网站科学、合理的组织前台类目关系提供决策支持;根据统计结果可以获得更优化的前台类目的组织结构,通过优化的前台类目组织结构可以更好的引导用户浏览网站上展示的各种商品,提高网站商品的成交量。

附图说明

- [0029] 图1为本发明实施例中电子商务网站的前台类目调整方法的原理示意图；
- [0030] 图2为本发明实施例中应用本发明方法的系统结构示意图；
- [0031] 图3为本发明实施例中电子商务网站的前台类目调整方法的流程图；
- [0032] 图4为本发明实施例中一个具体示例的流程图；
- [0033] 图5为本发明实施例中电子商务网站的前台类目调整装置的结构示意图。

具体实施方式

[0034] 本发明实施例提供的电子商务网站的前台类目调整方法，其实现原理如图1所示，将用户对电子商务网站的前台类目的点击情况与后台类目中商品的成交情况关联起来，查找购买了各后台类目中商品的用户点击了哪些前台类目，然后分别统计出每一个前台类目被购买了相应后台类目中商品的用户点击的次数，从而确定前台类目点击次数对后台类目中商品成交的影响程度。其中，每一个后台类目对应一种商品。

[0035] 本发明方法应用于图2所示的系统中，该系统可以包括电子商务网站前台的客户端11、服务器10和后台数据库12。其中，后台数据库12可以设置于服务器10内，也可以设置于一个独立服务器内。客户端11捕获用户点击情况，传给服务器10；后台数据库12记录后台类目中商品的成交情况。本发明通过服务器实现对电子商务网站的前台类目的点击情况与后台类目中商品的成交情况的关联。

[0036] 其中，每一个前台类目包括至少一个后台类目，每一个后台类目属于至少一个前台类目。

[0037] 在服务器中分别存储有前台类目的列表和后台类目的列表，一个前台类目与其所包括的后台类目之间建立有映射关系，也可以说每个后台类目与其所属于的前台类目之间建立有映射关系，通过建立映射关系在点击前台类目时可以关联到所包含的后台类目。

[0038] 例如：前台类目“热门手机”可以包括后台类目“Nokia手机”、“三星手机”、“国产手机”等，即前台类目“热门手机”分别与后台类目“Nokia手机”、“三星手机”、“国产手机”之间建立有映射关系。

[0039] 前台类目“促销手机”可以包括后台类目“国产手机”、“Nokia手机”等，即前台类目“促销手机”分别与后台类目“国产手机”、“Nokia手机”之间建立有映射关系。

[0040] 前台类目“热门相机”可以包括后台类目“索尼相机”、“柯达相机”、“三星相机”等，即前台类目“热门相机”分别与后台类目“索尼相机”、“柯达相机”、“三星相机”之间建立有映射关系。

[0041] 前台类目“促销相机”可以包括后台类目“索尼相机”、“三星相机”等，即前台类目“促销相机”分别与后台类目“索尼相机”、“三星相机”等之间建立有映射关系。

[0042] 本发明实施例的实现流程如图3所示，执行步骤如下：

[0043] 步骤S101：获取电子商务网站的后台数据库记录的设定周期内各后台类目中商品的成交记录。

[0044] 电子商务网站的后台ORACLE数据库中保存有各后台类目中商品的购买记录，其中，每条记录中至少包含有被购买的商品所属的后台类目以及购买该商品的用户及相应的

用户ID。

[0045] 步骤S102:确定出购买各后台类目中商品的用户。

[0046] 由于成交记录包含有用户ID等用户信息,所以很容易确定出购买各后台类目中商品的用户。

[0047] 步骤S103:查找购买了各后台类目中商品的用户在设定周期内点击的前台类目。包括下列两种情况:

[0048] (1)在获取设定周期的成交记录后,通过用户ID匹配该设定周期内前台日志系统记录的所有用户点击各前台类目的点击情况记录,来确定购买各后台类目中商品的用户在设定周期内点击的前台类目。具体包括:

[0049] (i)获取电子商务网站的日志系统记录的设定周期内所有用户点击各前台类目的点击情况记录。

[0050] 电子商务网站的日志系统可以记录每个前台类目被用户的点击情况。其中,点击情况记录至少包含点击各个前台类目的用户ID。

[0051] (iii)根据确定出的用户ID和获取到的点击情况记录,确定出购买了各后台类目中商品的用户在该设定周期内点击的前台类目。

[0052] 其中,(i)和(ii)的执行顺序不分先后。

[0053] (2)在用户购买后台类目中的商品时,记录下该用户当时正在浏览的前台类目。具体为:根据电子商务网站地址栏所记录的该用户的访问路径,确定该用户购买商品时浏览过(即点击)的前台类目,从而直接确定出该用户在设定周期内点击的前台类目。

[0054] 步骤S104:分别统计出每一个前台类目被购买了各后台类目中商品的用户点击的次数。

[0055] 统计出购买了各后台类目中商品的用户点击前台类目A1的次数为 x_1 ;

[0056] 统计出购买了各后台类目中商品的用户点击前台类目A2的次数为 x_2 ;

[0057] 统计出购买了各后台类目中商品的用户点击前台类目A3的次数为 x_3 ;

[0058] 步骤S105:根据统计结果对前台类目结构进行调整。

[0059] 根据统计结果分析各个前台类目对后台类目中商品成交的影响,根据分析结果重新规划及调整前台类目的组织结构,得到优化的前台类目组织结构。

[0060] 重新调整前台类目的组织结构可以包括:增加或较少前台类目、以及在已有前台类目中增加或减少所包含的后台类目等。

[0061] 例如:当某一个前台类目的点击次数比较多,为所包含的后台类目中商品带来的成交量比较大时,可以将与上述所包含的后台类目相关的其他后台类目加入到该前台类目中,以提高其他后台类目中商品的成交量,即建立起上述其他后台类目与该前台类目之间的映射关系。

[0062] 当某一个前台类目的点击次数比较少,为所包含的后台类目中商品带来的成交量比较小时,可以删除部分所包含的后台类目,将删除的后台类目加入到其他前台类目中,以提高其成交量。删除前台类目所包含的后台类目实质上是解除两者之间的映射关系。

[0063] 当某一个类别的商品所使用的某一个前台类目的点击次数比较多,为所包含的后台类目中商品带来的成交量比较大时,可以参照该前台类目,为其他类别的商品增加相应的前台类目。例如,前台类目“热门手机”的点击次数比较多,为所包含的手机类的后台类目

中商品带来的成交量比较大时,可以参照此模式为其他类别的商品如:笔记本电脑类商品,添加相应的前台类目,如“热门笔记本电脑”等。

[0064] 在根据统计结果对前台类目结构进行重新组织之后,还可以包括验证过程:验证优化后的前台类目组织结构是否提高了成交量。

[0065] 统计下一个设定周期内电子商务网站中商品的总成交量,通过统计出的总成交量验证重新组织的前台类目结构,是否取得了较好的展示效果,提高了成交量。

[0066] 下面通过一个具体的实例进行详细阐述,其具体流程如图4所示,包括下列步骤:

[0067] 步骤S201:从电子商务网站的后台数据库中获取保存的后台类目中商品的购买记录如下:

[0068] 后台类目:国产手机,购买者为用户3,用户ID为ID3;

[0069] 后台类目:Nokia手机,购买者为用户2,用户ID为ID2;

[0070] 后台类目:Nokia手机,购买者为用户4,用户ID为ID4;

[0071] 后台类目:Nokia手机,购买者为用户1,用户ID为ID1;

[0072] 后台类目:索尼相机,购买者为用户8,用户ID为ID8;

[0073] 后台类目:索尼相机,购买者为用户7,用户ID为ID7;

[0074] 后台类目:三星相机,购买者为用户5,用户ID为ID5;

[0075] 后台类目:三星相机,购买者为用户6,用户ID为ID6;

[0076] 后台类目:三星相机,购买者为用户9,用户ID为ID9;

[0077] 步骤S202:确定出上述获取的购买记录中涉及到的购买了后台类目中商品的用戶如下:

[0078] 购买后台类目“国产手机”中商品的有用户3;

[0079] 购买后台类目“Nokia手机”中商品的有用户1、用户2和用户4;

[0080] 购买后台类目“索尼相机”中商品的有用户7和用户8;

[0081] 购买后台类目“三星相机”中商品的有用户5、用户6和用户9;

[0082] 步骤S203:查找上述确定出的用户在设定周期内点击的前台类目。

[0083] 例如采用上述步骤S103所给出的第一种方式:通过用户ID匹配该设定周期内前台日志系统记录的所有用户点击各前台类目的点击情况记录,来确定上述确定出的用户在设定周期内点击的前台类目。

[0084] (i)从电子商务网站的日志系统获取到的设定周期内所有用户点击各前台类目的点击情况记录如下:

[0085] 点击前台类目“热门手机”的用户ID有:ID3、ID4、.....IDm;

[0086] 点击前台类目“促销手机”的用户ID有:ID1、ID2、ID3、ID4.....IDn;

[0087] 点击前台类目“热门相机”的用户ID有:ID5、ID7、ID8.....IDk;

[0088] 点击前台类目“促销相机”的用户ID有:ID5、ID6、ID8、ID9.....IDj;

[0089] (ii)确定出购买了各后台类目中商品的用戶ID如下:

[0090] 购买后台类目“国产手机”中商品的用戶所对应的用戶ID有ID3;

[0091] 购买后台类目“Nokia手机”中商品的用戶所对应的用戶ID有ID1、ID2和ID4;

[0092] 购买后台类目“索尼相机”中商品的用戶所对应的用戶ID有ID7和ID8;

[0093] 购买后台类目“三星相机”中商品的用戶所对应的用戶ID有ID 5、ID6和ID9;

[0094] (iii)根据确定出的用户ID和获取到的点击情况记录,确定出购买了各后台类目中商品的用户在该设定周期内点击的前台类目,具体如下:

[0095] 根据ID1确定出用户1购买了后台类目“Nokia手机”中的商品,且在该设定周期内点击了前台类目“促销手机”;

[0096] 根据ID2确定出用户2购买了后台类目“Nokia手机”中的商品,且在该设定周期内点击了前台类目“促销手机”;

[0097] 根据ID3确定出用户3购买了后台类目“国产手机”中的商品,且在该设定周期内点击了前台类目“促销手机”和“热门手机”;

[0098] 根据ID4确定出用户4购买了后台类目“Nokia手机”中的商品,且在该设定周期内点击了前台类目“促销手机”和“热门手机”;

[0099] 根据ID5确定出用户5购买了后台类目“三星相机”中的商品,且在该设定周期内点击了前台类目“促销相机”和“热门相机”;

[0100] 根据ID6确定出用户6购买了后台类目“三星相机”中的商品,且在该设定周期内点击了前台类目“促销相机”;

[0101] 根据ID7确定出用户7购买了后台类目“索尼相机”中的商品,且在该设定周期内点击了前台类目“热门相机”;

[0102] 根据ID8确定出用户8购买了后台类目“索尼相机”中的商品,且在该设定周期内点击了前台类目“促销相机”和“热门相机”;

[0103] 根据ID9确定出用户9购买了后台类目“三星相机”中的商品,且在该设定周期内点击了前台类目“促销相机”;

[0104] 又例如采用上述步骤S103所给出的第二种方式:在用户购买后台类目中的商品时,根据电子商务网站地址栏所记录的该用户的访问路径,直接确定出该用户在设定周期内点击的前台类目,如下:

[0105] 例如:用户1购买后台类目“Nokia手机”中的商品时,浏览了前台类目“促销手机”;

[0106] 用户2购买了后台类目“Nokia手机”中的商品,浏览了前台类目“促销手机”;

[0107] 用户3购买了后台类目“国产手机”中的商品,浏览了前台类目“促销手机”和“热门手机”;

[0108] 用户4购买了后台类目“Nokia手机”中的商品,浏览了前台类目“促销手机”和“热门手机”;

[0109] 用户5购买了后台类目“三星相机”中的商品,浏览了前台类目“促销相机”和“热门相机”;

[0110] 用户6购买了后台类目“三星相机”中的商品,浏览了前台类目“促销相机”;

[0111] 用户7购买了后台类目“索尼相机”中的商品,浏览了前台类目“热门相机”;

[0112] 用户8购买了后台类目“索尼相机”中的商品,浏览了前台类目“促销相机”和“热门相机”;

[0113] 用户9购买了后台类目“三星相机”中的商品,浏览了前台类目“促销相机”;

[0114] 步骤S204:分别统计出每一个前台类目被上述确定出的用户点击的次数如下:

[0115] 购买了各后台类目中商品的用户点击前台类目“热门手机”的次数为2;

[0116] 购买了各后台类目中商品的用户点击前台类目“促销手机”的次数为4;

- [0117] 购买了各后台类目中商品的用户点击前台类目“热门相机”的次数为3;
- [0118] 购买了各后台类目中商品的用户点击前台类目“促销相机”的次数为4;
- [0119] 步骤S205:根据统计结果对前台类目结构进行调整。
- [0120] 例如:由于“促销手机”和“促销相机”的点击次数比较多,将后台类目“三星手机”加入到前台类目“促销手机”中,并将后台类目“柯达相机”加入到前台类目“促销相机”中,以提高其成交量;即分别建立起后台类目“三星手机”加入到前台类目“促销手机”之间,以及后台类目“柯达相机”与前台类目“促销相机”之间的映射关系。
- [0121] 步骤S206:统计下一个设定周期内电子商务网站中商品的总成交量,验证重新组织的前台类目结构,是否取得了较好的展示效果,提高了成交量。
- [0122] 根据本发明的上述电子商务网站的前台类目调整方法,可以构建一种电子商务网站的前台类目调整装置,其结构如图5所示,包括:确定模块101、查找模块102、统计模块103和调整模块104。
- [0123] 确定模块101,用于获取电子商务网站的后台数据库记录的设定周期内各后台类目的成交记录,确定出购买各后台类目中商品的用户。
- [0124] 查找模块102,用于查找确定模块101确定出的用户在设定周期内点击的前台类目。
- [0125] 较佳的,查找模块进一步可以包括:第一查找单元1021和第二查找单元1022。
- [0126] 第一查找单元1021,用于根据确定模块101获取的成交记录确定出购买了各后台类目中商品的用户的用户ID;以及获取电子商务网站的日志系统记录的设定周期内所有用户点击各前台类目的点击情况记录;然后根据获取到的点击情况记录和确定出的用户ID,确定出购买了各后台类目中商品的用户在设定周期内点击的前台类目。
- [0127] 第二查找单元1022,用于在用户购买后台类目中的商品时,根据用户访问路径确定所述用户点击的前台类目,直接确定出该用户在所述设定周期内点击的前台类目。
- [0128] 统计模块103,用于分别统计出每一个前台类目被确定出的购买各后台类目中商品的用户用户点击的次数。
- [0129] 调整模块104,用于根据统计结果对前台类目结构进行调整。
- [0130] 上述电子商务网站的前台类目调整装置,还包括:验证模块105,用于统计下一个设定周期内电子商务网站中商品的总成交量,通过统计出的总成交量验证调整后的前台类目结构。
- [0131] 本发明实施例提供的电子商务网站的前台类目调整方法及装置,通过用户ID或用户购买时的访问路径,建立起前台类目点击情况与后台类目中商品成交情况的关联,得到前台类目对后台类目中商品的成交的影响情况,为电子商务网站科学、合理的组织前台类目关系提供决策支持;根据对实际的统计结果调整前台类目,可以获得更优化的前台类目的组织结构,通过优化的前台类目组织结构可以更好的引导用户浏览网站上展示的各种商品,获得良好的商品展示效果,提高网站商品的成交量。
- [0132] 以上所述,仅为本发明较佳的具体实施方式,但本发明的保护范围并不局限于此,任何熟悉本技术领域的技术人员在本发明揭露的技术范围内,可轻易想到的变化、替换或应用到其他类似的装置,都应涵盖在本发明的保护范围之内。因此,本发明的保护范围应该以权利要求书的保护范围为准。

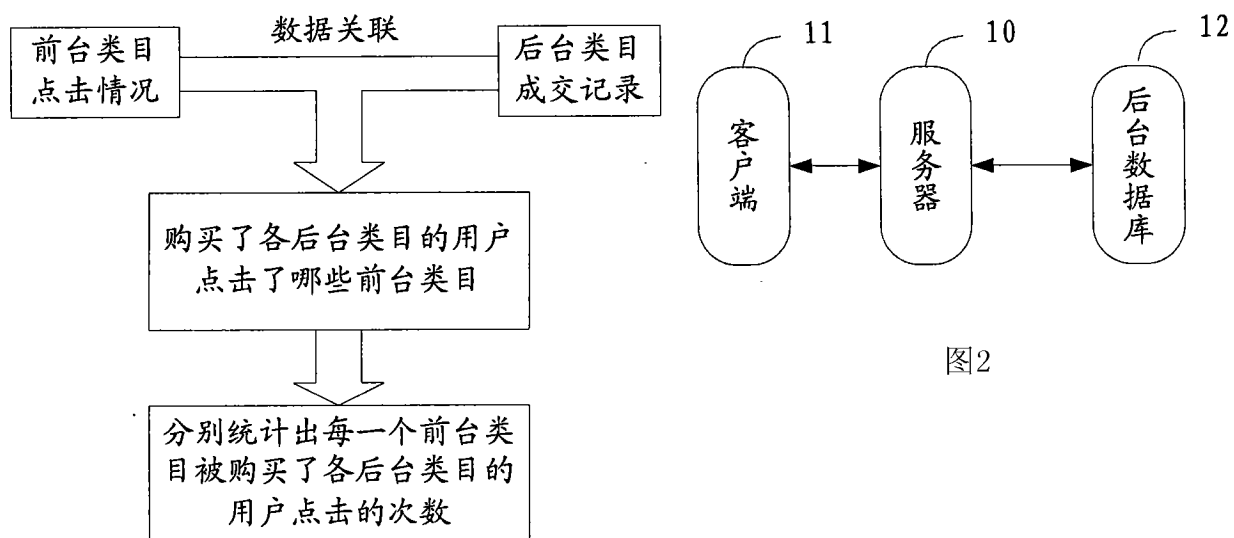


图2

图1

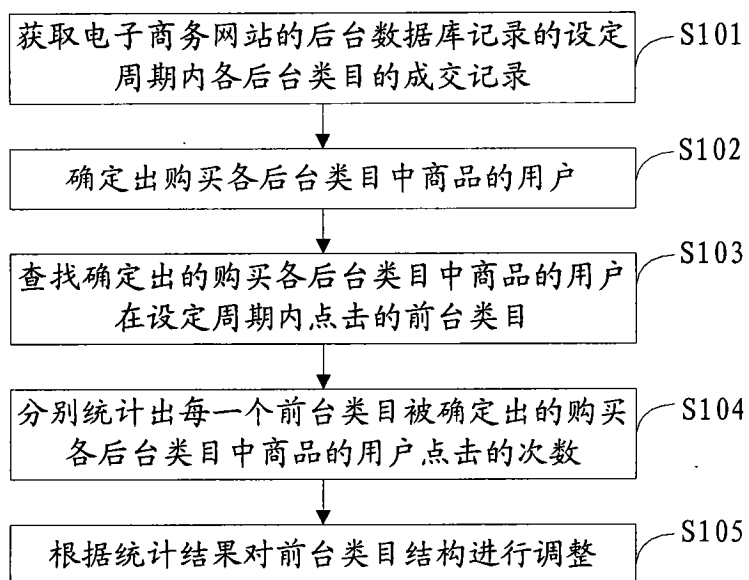


图3

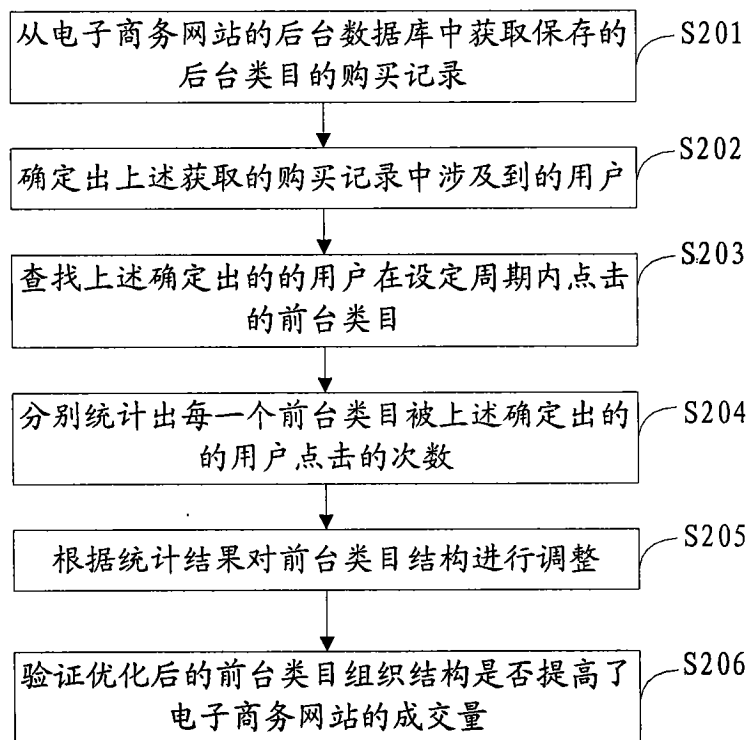


图4

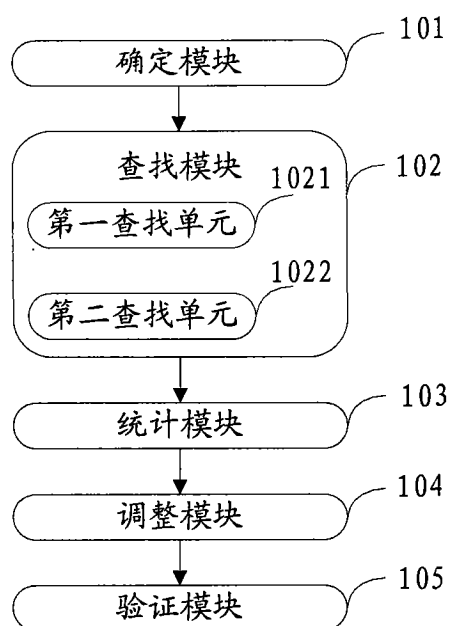


图5