

应用型电子商务
“十一五”系列规划教材



电子商务 网站建设与完整实例

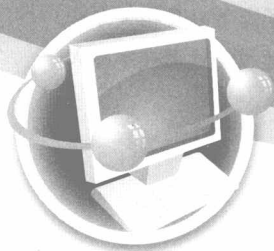
李怀恩 主编

DIANZI SHANGWU
WANGZHAN JIANSHE
YU WANZHENG SHILI



化学工业出版社

应用型电子商务
“十一五”系列规划教材



电子商务 网站建设与完整实例

李怀恩 主编



化学工业出版社

· 北 京 ·

全书系统地讲述创建电子商务网站的基础理论、基本技术和应用技巧,以典型 B2C 中小型电子商务网站的构建、建立、发布及日常管理与维护为主线。其中正文主要以知识点讲解为主,实战案例部分以一个 B2C 的小型购物网站规划、构建的全过程贯穿全书。本书主要内容包括创建电子商务网站的规划,构建网站的技术知识,网站的管理、维护,网站创建后的推广技术,以及实例网站创建的全过程。

全书知识面宽、操作性强、理论难度适中。本书可作为应用型院校及高职高专电子商务以及相关专业的教材,也可供电子商务网站设计与管理人员学习和参考,并适合所有对电子商务网站建设与管理技术感兴趣的读者。

图书在版编目 (CIP) 数据

电子商务网站建设与完整实例/李怀恩主编. —北京:化学工业出版社, 2009.1

(应用型电子商务“十一五”系列规划教材)

ISBN 978-7-122-04299-6

I. 电… II. 李… III. 电子商务-网站-应用型院校-教材 IV.F713.36 TP393.409.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 007996 号

责任编辑: 宋湘玲 唐旭华
责任校对: 徐贞珍

文字编辑: 高 震
装帧设计: 尹琳琳

出版发行: 化学工业出版社 (北京市东城区青年湖南街 13 号 邮政编码 100011)
印 装: 大厂聚鑫印刷有限责任公司
787mm×1092mm 1/16 印张 16 字数 411 千字 2009 年 3 月北京第 1 版第 1 次印刷

购书咨询: 010-64518888 (传真: 010-64519686) 售后服务: 010-64518899

网 址: <http://www.cip.com.cn>

凡购买本书, 如有缺损质量问题, 本社销售中心负责调换。

定 价: 28.00 元

版权所有 违者必究

应用型电子商务“十一五”系列规划教材

编审委员会

主 任 施志君

副主任 朱国麟

委 员 (按姓氏笔画排序)

朱国麟 关 勇 李怀恩 吴俊钿 陈 勋

周训武 施志君 梁超雄

编写说明

目前,各个行业和领域正在积极开展形式多样的电子商务与电子政务活动,电子商务的快速发展,使整个社会对电子商务专业人才的需求日益迫切,未来10年内,我国电子商务专业人才需求数量为200多万。为了培养社会急需的电子商务专业人才,教育部2001年批准电子商务作为目录外专业在全国高校中开设,可见国家对培养电子商务专业人才的重视。虽然这些年来我国电子商务得到了一定的发展,各个高等院校的毕业生都陆续地走向社会,但却出现了如此“矛盾”的现象:一方面是电子商务的高速发展、人才奇缺;另一方面是专业知识结构不合理、电子商务专业毕业生难在社会上找到工作。解决上述矛盾的关键在于清楚认识市场需要的是应用型的电子商务人才,学校培养电子商务专业人才不能与市场脱节,该系列规划教材就是基于这种市场需求推出的。

应用型电子商务人才的培养离不开适用、好用的教材,目前市场上严重缺乏电子商务专业的应用型或者说是实战型的教材,影响了教师的教学和学生的学习。鉴于这种状况,基于多年的行业或专业经验,广东省多所在电子商务专业有所建树的应用型学校联合组织策划,并邀请企业专家指导、实际参与编写,共同完成了“应用型电子商务‘十一五’系列规划教材”的编写工作,期待弥补教材市场的这一空白。

该电子商务系列规划教材共计10本,分两批出版,其中2009年1月出版8本,分别是《计算机实用技术》、《实用联网技术》、《网络营销与实训》、《电子商务网站建设与完整实例》、《电子商务案例分析》、《电子客户关系管理与实训》、《电子商务物流与实务》、《电子商务项目策划与设计》;2009年6月出版2本,分别是《电子商务基础与实训》、《国际商务》。

该应用型电子商务“十一五”系列规划教材的主要特点如下。

(1) 电子商务专业涵盖的知识面非常广泛,并且其更新速度也很快,在编写本套教材的过程中,注重理论分析的准确、清晰、简明、新颖,做到够用就行。立足于应用型,本套教材重点突出专业技能的训练;根据各门课程的讲授特点,每本教材的编写思路和体例也各具特色。

(2) 本套教材把电子商务应用所需要的专业技能进行了分解,每本教材强调不同的专业模块。《电子商务基础与实训》是围绕电子商务开展的几种模式,告诉学生如何进行B2B、B2C、C2C、EG,把涉及的业务知识和技能串起来。《计算机实用技术》是通过配置、购买、维修计算机的实训过程,结合动手DIY,使涉及计算机的相关知识和技能过关。《实用联网技术》是通过实际的网络配置训练,使涉及网络的相关知识和技能过关。《网络营销与实训》介绍各种网络营销手段的应用,特别是近期经过市场检验的新网络营销手段,以大量的互联网实践来掌握网络营销技能。《电子商务网站建设与完整实例》是以一个完整的网站建设为例,训练网站设计及制作、后台数据处理。《电子商务案例分析》通过大量成功案例的分享,旨在激活学生的思路,从中获取开展电子商务应用的创新灵感。《电子客户关系管理与实训》分行业给学生提供角色演练的模拟实训,让学生掌握客户服务的技巧。《电子商务物流与实务》引用国内外先进理论与应用实例,注重电子商务与物流的结合,让学生了解一些实务型

的物流操作。《电子商务项目策划与设计》从项目管理角度介绍电子商务项目分析方法，有效解决了电子商务师资格鉴定第二阶段内容，让读者学会电子商务项目设计，了解答辩技巧。《国际商务》主要介绍企业如何做出口贸易、投资等内容，突出应用特色。

(3) 各教材以电子商务应用层面的理论知识够用为度，同时引入比较新颖的专业内容、发展动态、创新模式，以满足读者工作岗位的实际需求。

(4) 本套教材附有大量的案例、思考、练习、演练、实训、拓展等，还考虑到教学层次的差异，给出了大量链接资源、阅读资料，便于深化学习。

(5) 教材同时还考虑到学生参加专业资格鉴定的需要，很多具体的教学内容都与电子商务师的鉴定内容挂钩，便于读者自学和备考。

(6) 本套教材均配有立体化电子教案，以期有助于教师教学和学生自主学习，需要请联系 ssl_2004@126.com 或登录化学工业出版社官方网站下载。

总之，本套规划教材着重强调电子商务应用的专业技能，有很多尝试电子商务应用的方法，也有很多实操性的训练，还有很多和社会接轨的实践机会。该套教材既可作为应用型本科院校、高职高专院校电子商务等专业的教材；也可作为中职（中技）学校相关专业的教学用书或培训教材。在当今的电子商务时代，该套教材对现代企业的管理人员、市场营销人员、客户服务人员等有着现实的指导作用。

应用型电子商务“十一五”系列规划教材

编审委员会

2008年11月

前 言

全书系统地讲述创建电子商务网站的基础理论、基本技术和应用技巧。以一个完整的网站创建实例贯穿全书，学生在掌握每章的知识点后，可以结合“实战案例”中的内容进行操作，进一步了解网站构建的每一个环节要用到的知识点，做到理论联系实际。

为了说明网站建设的过程，本书多数章节都是先介绍基本理论、技术与该领域的发展情况，然后在“实战案例”中结合自建的网站进行具体的操作指导，使得学生既掌握了技术，又具备了实际开发的能力。书中打※号的章节是选学部分，教师在教学过程中可根据实际情况加以选用。

全书由基本理论入手，按照电子商务网站创建的全过程，顺序展开介绍，特别适合初学者由浅入深地学习。本书具有如下特点。

第一，内容充实，结构合理。本书不仅介绍了电子商务网站的设计流程，而且还介绍了电子商务网站建设的相关程序设计方法及网站维护的方法。

第二，注重动手能力的培养。本书大部分的章节都配有实例，图文并茂，读者可以依照实例练习，以加深印象。

第三，语言简练、通俗易懂。本书不仅可以作为教材使用，同时也可以作为该学科爱好者的参考读物。

本书第1章由李怀恩编写，第3章由袁燕编写，第2、7、8章由谢启燕编写，第4~6章由徐捷编写，李怀恩对全书修纂定稿。

由于编者水平有限，书中难免存在疏漏之处，恳请广大读者批评指正。

编 者
2008年11月

目 录

第1章 电子商务网站概述	1
1.1 电子商务概述	1
1.2 电子商务网站概述	1
1.2.1 网站在电子商务中的作用	1
1.2.2 电子商务网站主要内容及功能	2
1.2.3 电子商务网站的特点	3
1.2.4 电子商务网站的各种形式	5
1.3 电子商务网站设计与管理的总体思路	7
1.3.1 电子商务网站设计与管理的 基本流程	7
1.3.2 电子商务网站设计与管理的 主要内容	7
实战案例	8
本章小结	9
习题	9
第2章 电子商务网站系统分析与总体规划	10
2.1 网站系统分析	10
2.1.1 建站目的与目标	10
2.1.2 需求分析	11
2.1.3 可行性分析	11
2.2 网站总体规划	14
2.2.1 网站总体规划目的	14
2.2.2 网站总体规划的依据	14
2.2.3 网站总体规划的主要内容	15
实战案例	17
本章小结	29
习题	29
第3章 电子商务网站建设初步——网站平台构建	30
3.1 域名注册	30
3.1.1 选择域名	30
3.1.2 注册域名	32
3.1.3 解析域名	37
3.1.4 域名保护策略	37
3.2 选择企业建立网站方式	39
3.2.1 ISP 的选择	39
3.2.2 自行购置服务器	40
3.2.3 租用空间	41
3.3 电子商务网站运行平台的构建	42
3.3.1 Internet 的接入	42
3.3.2 服务器及其选择	46
3.3.3 Web Server 软件	51
实战案例	54
本章小结	59
习题	60
第4章 电子商务网站的开发技术与工具	61
4.1 网页开发技术	61
4.1.1 HTML	61
※4.1.2 XML	66
※4.1.3 动态网页开发技术	74
4.2 网络数据库技术	84
※4.2.1 关系型数据库	85
※4.2.2 SQL 语言	86
实战案例	96
本章小结	98
习题	98
第5章 电子商务网站设计与开发	100
5.1 电子商务网站内容设计的流程	100
5.1.1 网站内容设计的几个原则	100

5.1.2 网站内容设计的流程	104	5.3 网页可视化设计	123
5.2 电子商务网站信息结构的设计	107	5.3.1 网页版面设计	125
5.2.1 网站主题及风格策划、创意设计	107	5.3.2 网页色彩设计	127
5.2.2 网站内容策划	113	实战案例	133
5.2.3 网站栏目规划及目录设计	115	本章小结	135
5.2.4 导航设计	119	习题	135
5.2.5 链接设计	121		
第 6 章 电子商务网站创建实例	136		
6.1 建设一个简单的网上商店	136	6.7.1 选择 Web 服务器	181
6.2 建立数据库的动态链接	154	6.7.2 测试站点	183
6.3 建立数据库的动态更新	156	6.7.3 远程设置	185
6.4 用户管理功能设计	158	6.7.4 发布网页	187
※6.5 商品管理功能设计	162	本章小结	189
※6.6 订单处理功能设计	171	习题	189
6.7 网页发布	181		
第 7 章 电子商务网站管理	190		
7.1 数据管理	190	7.4.2 测试运转状况	210
7.1.1 数据(程序)备份	191	7.4.3 维护	211
7.1.2 数据的恢复与清除	197	7.4.4 网络环境维护实例	211
7.2 人员权限管理	197	7.5 环境管理	212
7.2.1 操作人员分析	197	7.5.1 供电系统	212
7.2.2 权限分析	199	7.5.2 静电、接地保护	213
7.2.3 权限控制	200	7.6 网络安全管理	214
7.2.4 系统管理安全日志	202	7.6.1 网站安全面临的威胁	214
7.3 电子商务网站客户服务管理	204	7.6.2 威胁网站安全的典型因素	214
7.3.1 服务策略	205	7.6.3 维护网站安全的策略	214
7.3.2 服务策略的作用	207	7.6.4 网站安全技术	215
7.3.3 服务策略的层次	208	实战案例	219
7.3.4 个性化服务策略	209	本章小结	221
7.4 设备管理	210	习题	221
7.4.1 编写操作手册	210		
第 8 章 电子商务网站推广	222		
8.1 传统推广方式	222	8.2.5 网络广告与交换链接推广	237
8.1.1 传统媒体广告	222	8.3 对推广效果进行监测	241
8.1.2 VI 系统推广	223	8.3.1 推广的效果评估	241
8.2 网络推广方式	225	8.3.2 推广的后期工作	241
8.2.1 登录搜索引擎	225	实战案例	241
8.2.2 BBS 推广	228	本章小结	242
8.2.3 群发邮件推广	229	习题	242
8.2.4 新闻组推广	230		
参考文献	244		

第1章 电子商务网站概述

【学习目标】

- 掌握电子商务的概念
- 了解电子商务网站主要内容、功能和特点
- 掌握电子商务网站的类型
- 了解电子商务网站设计与管理的总体思路

【引入】 电子商务的出现打破了传统的商务交易方式，改变了人类相互交往的习惯，并影响着各行各业的组织结构与业务流程。电子商务是未来的发展趋势，建立电子商务网站是走向电子商务的第一步。

1.1 电子商务概述

电子商务是社会信息化发展到一定程度的必然产物，是传统商务活动的一种变革。电子商务实际上就是一种买卖活动，但它不同于我们已经沿袭了数千年的那种“一手交钱，一手交货”的买卖方式。电子商务是指通过 Internet 和其他通信网络进行的商务活动，包括网上购物、网上炒股、电子贸易、电子银行等，也包括政府职能部门在网上提供的电子化服务，如网上纳税、网上报关等。简而言之，电子商务就是利用电子化的技术实现商品和服务的交换。

从宏观上讲，电子商务是计算机网络的又一次革命，旨在通过电子手段建立一种新的经济秩序，它不仅涉及电子技术和商业贸易本身，而且涉及金融、税务、教育等社会其他层面；从微观上讲，电子商务是指各种具有商业活动能力的实体利用网络和先进的数字化媒体技术进行的各项商业贸易活动。但至今人们对电子商务还没有做出一个公认的规范的定义。

1.2 电子商务网站概述

1.2.1 网站在电子商务中的作用

电子商务离不开 Internet，因此在电子商务系统中，商务网站就是最基础的建设，在 Internet 上建立商务网站是目前电子商务最主要的实现形式。商务网站在 Internet 上存放了大量的信息并提供了相应的服务，人们通过浏览器在 Internet 上访问不同的商务网站，进行一定的信息交互，如查询产品信息、下订单、资金确认、物流运输等，进而完成商务活动

的全过程。

电子商务实施与运作有赖于电子商务系统，电子商务网站则是电子商务系统工作与运作的承担者与表现者。一般来说，电子商务网站由一系列网页、后台服务器、网络设备和数据库等软件和硬件组成。电子商务网站是企业开展电子商务活动的基本手段，是企业树立企业形象，与用户交流和沟通的窗口；也是买卖双方信息交流的渠道，是企业展示其产品与服务的平台。利用商务网站开展业务是电子商务企业的基本特征。

电子商务网站的构成要素依据网站类型的不同和规模的不同而各有差异。一般情况下，企业特别是中小企业在建立电子商务网站时，并不一定要构建网络基础设施，可以借用公众的网络多媒体平台搭建自己的网站运行平台。因此，构建电子商务网站时，只要重点考虑网站的软件结构与网页的结构设计，以及数据库系统的选择与开发。

电子商务网站软件系统的功能应该包括商品目录显示、购物车功能、交易处理、支持商品陈列与店铺展示工具、支持在线支付等。由于电子商务网站对系统安全、运行速度、运行效率等方面有较高的要求，因此，无论是在选择网络接入方式还是在选择数据库时，都必须考虑满足多方面的要求，以保证为企业提供强大的前台与后台管理功能，使用户安全、快捷地实现电子商务。

电子商务网站在软件、硬件基础设施的支持下，由一系列网页、制作工具、编程技术、后台数据库等构成，具有实现不同电子商务应用的各种功能，可以发挥广告宣传、经销代理、银行与运输公司中介、信息交流平台等方面的作用。

对于企业来讲，它好像是“工厂”、“公司”、“经销商”；对于商家来讲，它好像是“商店”、“商场”、“门市部”；对于政府机构来讲，它好像是“宣传栏”、“接待处”、“办公室”等。在电子商务中，网站是其拥有者与用户交流及沟通的窗口，是买卖双方信息交汇与传递的渠道，是企业等展示其产品与服务的舞台，是企业体现其形象和经营战略的载体。企业及政府机构实施电子商务，必须要建立网站或借助其他商务网站，否则电子商务的交易是不可能实现的。因此，可以简单地讲，电子商务网站是企业开展电子商务的门户，是实施电子商务的公司或商家与服务对象之间的交互界面，是电子商务系统运转的承担者和表现者。

作为一个企业，建立了自己的电子商务网站，就好像对外设立了一个门户，不仅有利于企业树立自己的网上品牌，宣传企业形象，在 Internet 上开展电子商务业务，而且有助于企业从长远发展和竞争战略高度来思考与制定未来的发展目标和经营策略。通过门户，企业可以为合作伙伴、客户等提供访问企业内部各种资源的渠道，并作为企业向外发布各种信息的窗口；能增加与客户的接触点，有助于企业提供更高水平的客户服务和提高用户忠诚度的个性化服务；可以使客户更方便，更快捷地购物、付款和交付，减少流通环节开支，增加企业效益；有利于企业发展“供应链网络”，以实现“零库存”，并且可以提高企业工作人员的工作效率、减少管理费用。

1.2.2 电子商务网站主要内容及功能

电子商务网站的功能关系到电子商务业务能否具体实现，关系着企业对用户提供的产品和服务项目能否正常开展，关系到用户能否按照企业的承诺快速完成贸易操作。因此，电子商务网站功能的设计是电子商务实施与运作的关键环节，是电子商务应用系统构建的前提。由于企业生产与经营目的的差异，在网上开展电子商务的业务也是不尽相同的，所以，每一个电子商务网站在具体实现功能上是有所区别的。

① 企业形象宣传。这是一个非常重要的功能。对于目前大多数企业来说，电子商务业务

的开展还处于初始阶段。因此,抢占未来商业竞争的制高点,建立自己的商务网站并率先打造与树立企业形象,是企业利用网络媒体开展业务的最基本的出发点。此功能的实现是最容易做到的,但是却难以获得用户普遍的认可。

② 产品和服务项目展示。这是一个基本且十分重要的功能。利用网络媒体进行产品的推销,无疑使企业多了一条很有前途的营销渠道。

③ 商品和服务访问。这是实现用户在线贸易磋商、在线预订商品、网上购物或获取网上业务的功能。该功能提供全天候 24 小时的随时交易,不仅依赖于技术的设计与实现,更依赖于网站主体在设计时简化贸易流程且便于用户运用的构思。

④ 转账与支付、运输。这是体现资金流、物流信息活动的功能。该功能的实现要依赖于多个相关网站的协作,并需要支付、安全与物流等技术及标准的支撑。

⑤ 信息搜索与查询。这是体现网站信息组织能力和拓展信息交流与传递途径的功能。当网站可供客户选择的商品与服务 and 发布的信息越来越多时,逐页浏览式的获取信息的途径显然是无法满足客户快速获得信息的要求的。因此,电子商务网站提供信息搜索与查询功能,可以使客户在电子商务数据库中轻松而快捷地找到需要的信息,是电子商务网站能否使客户久留的重要因素。由于电子商务数据库比一般的数据库复杂,所以该功能的实现,除了运用比较先进的信息存储与检索技术外,还要充分地考虑商务交易数据的复杂性。

⑥ 客户信息管理。这是反映网站主体能否以客户为中心、能否充分地利用客户信息挖掘市场潜力的有重要利用价值的功能。随着市场竞争的加剧,利用网络媒体和电子商务手段及时地获取与处理客户信息已经越来越重要了,并逐步在企业中形成共识。

⑦ 销售业务信息管理。完整的电子商务网站还要包括销售业务信息管理功能,从而使企业能够及时地接收、处理、传递与利用相关的数据资料,并使这些信息有序而有效地流动起来,为组织内部的 ERP, DSS 或 MIS 等管理系统提供信息支持。该功能依据商务模式的不同,包括的内容也是有区别的,如分公司销售业务管理功能应包括订单处理、销售额统计、价格管理、货单管理、库存管理、商品维护管理、客户需求反馈等;经销商销售业务管理功能应包括订单查询与处理、进货统计、应付款查询等;配送商销售业务管理功能应包括库存查询、需求处理、收货处理、出货统计等。

⑧ 新闻发布、供求信息发布。包括新闻的动态更新、新闻的检索,热点问题追踪,行业信息、供应信息、需求信息的发布等。

1.2.3 电子商务网站的特点

① 商务性。商务性就是电子商务网站最基本的特性。电子商务网站的主要作用就是提供买卖交易的服务、手段和机会。就商务性而言,电子商务可以扩展市场,增加客户数量。通过将网上交易信息存入数据库,企业或商家能记录每次交易的商品名称、品种、数量、金额、购买时间和购买形式等数据,通过统计和分析这些数据就能随时获知其各种商品的销售情况以及顾客的消费倾向。

② 服务性。在电子商务环境中,在很大程度上,服务质量的好坏已成为商务活动成败的关键。因此,企业的电子商务网站为客户提供了极为方便的服务,这不仅使客户受益,同时也使企业获得了更大的效益。

企业或商家通过其网站可向世界范围内的客户提供全天候的服务,使客户能够方便、快捷地得到过去较为费事才能得到的服务。例如现在有了电子银行,存取资金查看一张信用卡的收支情况,或查看贷款过程、押金利率等信息,都可以随时在网上完成,大大提高了服务效率和服务质量。

③ 集成性。电子商务网站的集成性首先表现在将许多新技术和新概念集于一体,同时又保留了传统商务活动的一些过程、方法和手段。电子商务与传统商务不是对立的,电子商务可以说是传统商务的扩展和延伸。

电子商务网站的集成性还体现在处理商务活动时的整体性和统一性。它能很好地规范商务活动的工作流程,将人工操作和电子信息处理集成为一个不可分割的整体,不仅提高了人力和物力的利用,同时也提高了系统运行的严密性。

④ 可扩展性。要保证企业商务活动的正常开展,商务网站就必须具有可扩展性。Internet 上有数以百万计的客户,如果网站在客户访问的高峰期不能迅速地予以响应和处理,将会造成系统的堵塞,客户的访问速度就会急剧下降,从而导致失去大批当前的和潜在的客户,并使网站和企业的声誉受损。

对一个商务网站来说,可扩展的系统才是稳定的系统。若网站的功能和服务范围能根据业务发展和技术更新方便灵活地扩展,就可进一步提升网站和企业的形象与效益。

⑤ 安全性。商务网站的安全性是商务活动的核心。商务网站面临着社会层面和技术层面上的众多安全隐患。就技术层面而言,国际上多家企业联合开展了安全电子交易的技术标准与解决方案的研究,并发表了 SET(安全电子交易)和 SSL(安全套接层)等协议标准,使企业能够建立一个安全的电子商务环境。就社会层面而言,要求政府部门高度重视电子商务的安全,增加社会的诚信程度,建立第三方的认证机构,并制定相对完善的电子商务法律等。

⑥ 协调性。商务活动需要买方与卖方、供货方与销售方,以及商务伙伴之间的多方协调,同时涉及与银行、保险、物流等诸多行业的协调。因此,企业的商务网站必须能够很好地与客户及合作伙伴交互,能够为客户提供方便友好的交易界面及信息反馈渠道,能够与有关金融机构协调解决好数字认证和电子支付问题,并能够与物流部门协调好商品的配送和及时为客户送货的问题。为了提高效率,许多组织都提供了交互式的协议,电子商务活动可以在这些协议的基础上进行。

对于传统企业来说,尽管电子商务系统大多以网站作为服务客户的窗口,但是电子商务系统与网站两者是不可等同的。电子商务系统是基于 Internet 并支持企业价值链增值的信息系统,而网站仅仅是这一系统的一个部分或者是技术手段之一。

电子商务系统作为一个整体,不仅包括企业开展商务活动的外部电子化环境,而且还包括企业内部商务活动的电子化环境,这两部分必须结合起来才能满足企业在 Internet 上开展商务活动的需要。因此,可以将网站视为企业电子商务系统的一个重要组成部分。

需要说明的是,企业的电子商务系统因企业的规模、服务方式不同而使其功能差异很大,但绝大多数的电子商务系统都是利用网站与客户进行交互的。另一方面,一些企业电子商务系统的规模较小且商务处理功能很弱,例如仅仅实现企业形象宣传功能,因此,这时的电子商务系统从外部表现为网站的形式。

商务网站不仅是企业在网上的窗口,而且是企业永不休息的“营销人员”。网站设计时,不仅要有吸引顾客的形象,更要有能提供服务 and 留住顾客的内容。商务网站所面临的是残酷、激烈的竞争环境,所以在设计商务网站时除了要考虑一般网站的设计问题,还要注意以下特点。

- a. 企业网站的主要目的,如服务于宣传还是营销。
- b. 不同类型的企业网站的形式及内容是不同的,例如传统生产企业或商业企业的网站、纯粹的网上企业的网站等。
- c. 交易型企业网站要完成营销功能,包括注册、订单、支付等商务功能。
- d. 企业营销策略的体现,例如广告的设计及各种营销创意的策划和实现。

- e. 企业营销渠道的管理与控制。
- f. 企业网站对安全性有更高的要求,如支付安全的认证和数据加密。
- g. 对客户信息的搜集和处理,如客户注册、客户购物信息的保存和处理等。

显然,在建立商务网站时,除了要应用一般网站的技术和原理外,还应注入更多的商业、管理和营销的理念和具体的技术,才能使商务网站服务于企业的经营,为企业创造效益。这是商务网站基本和始终不变的目的,也是商务网站和其他类型网站的根本区别。

1.2.4 电子商务网站的各种形式

按照不同的分类方法,可以将电子商务网站分为不同的类型。

(1) 按照构建网站的主体分类

按照构建网站的主体分类,可以将电子商务网站划分为行业电子商务网站、企业电子商务网站、政府电子商务网站、服务机构电子商务网站等。

① 行业电子商务网站 行业电子商务网站是指以行业机构为主体构建一个大型的电子商务网站,以便为本行业内的企业和部门进行电子化贸易提供信息发布、商品订购、客户交流等活动的平台。

② 企业电子商务网站 企业电子商务网站是指以企业为主体构建网站来实施电子商务活动,根据企业生产的主导产品和提供的主要服务的不同可进一步分为各种不同类型的网站。

③ 政府电子商务网站 政府电子商务网站是指以政府机构为主体构建网站来实施电子商务活动,该类型网站也可以称为电子政务网站,在国际化商务交流中发挥着重要的作用,为政府税收和政府公共服务提供网络化交流的平台。

④ 服务机构电子商务网站 服务机构电子商务网站是指以服务机构为主体构建网站来实施电子商务活动,包括商业服务机构的电子商务网站、金融服务机构的电子商务网站、邮政通信服务机构的电子商务网站、家政服务机构的电子商务网站、休闲娱乐服务机构的电子商务网站等。

(2) 按照商务目的和业务功能分类

按照商务目的和业务功能分类,可以将电子商务网站分为基本型商务网站、宣传型商务网站、客户服务型商务网站和完全电子商务运作型网站。

① 基本型商务网站 建立基本型商务网站的目的是通过网络媒体和电子商务的基本手段进行公司宣传和客户服务。此种网站适用于小型企业,以及想尝试网站效果的大、中型企业。其特点是:网站构建的价格低廉,性能价格比高,具备基本的商务网站功能。该类型商务网站可以搭建在公众的多媒体网络基础平台上,而且外包给专门公司来构建,比自己建设还要便宜。

② 宣传型商务网站 建立宣传型商务网站的目的是通过网站宣传产品或服务项目,提升公司形象,扩大品牌影响,拓展海内外潜在市场。此种网站适用于各类企业,特别是已有外贸业务或是想进一步拓展外贸业务的企业。其特点是:具备基本的网站功能,突出企业宣传效果。一般是将网站构建在具有很高知名度和很强扩展性的网络基础平台上,以便在未来的商务运作中借助先进的开发工具和增加应用系统模块,升级为客户服务型网站或完全电子商务运作型网站。

③ 客户服务型商务网站 建立客户服务型商务网站的目的是通过网站宣传公司形象与产品,并达到与客户实时沟通及为产品或服务提供技术支持的效果,从而降低成本、提高工作效率。此种网站适用于各类企业。其特点是:以企业宣传和客户服务为主要的功能。可以将网站构建在具有很高知名度和很强扩展性的网络基础平台上,如果有条件,也可以自己构

建网络平台和电子商务基础平台。该类网站通过简单的改造即可以升级为完全电子商务运作型网站。

④ 完全电子商务运作型网站 建立完全电子商务运作型网站的目的是通过网站宣传公司整体形象与推广产品及服务,实现网上客户服务和产品在线销售,为公司直接创造利润、提高竞争力。此种网站适用于各类有条件的企业。其特点是:具备完全的电子商务功能,并突出公司形象、客户服务和电子商务功能。

(3) 按照网站拥有者的职能分类

按照网站拥有者的职能分类,可以将电子商务网站分为生产型商务网站和流通型商务网站两类。

① 生产型商务网站 生产型商务网站是由生产产品或提供服务的企业来建立的,其主要目的是推广、宣传其产品和服务,以便生产企业直接在自己的网站上开展在线产品销售和在线技术服务。

作为最简单的商务网站形式,企业可以在自己网站的产品页面上附上订单,如果浏览者对产品比较满意,可直接在页面上下订单,然后付款,企业付货,完成整个销售过程。这种商务网站页面较实用,主要特点是信息量大,并提供大额订单。

生产型企业在网络上要实现在线销售,必须与传统的经营模式紧密结合,分析市场定位,调查用户需求,制定合适的电子商务发展策略,设计相应的电子商务系统架构,在此基础上设计好企业商务网站页面,并使用户界面友好、操作简便。

② 流通型商务网站 流通型商务网站是由流通企业来建立的,其主要目的是通过网站宣传与推广所售产品与服务,以便顾客在网上更好地了解产品的性能与用途,从而促使顾客在线购买。这种商务网站着重于对产品和服务的全面介绍,较好展示产品的外观和功能,商务网站的页面都制作精美,动感十足,很容易吸引浏览者,起到较好的广告效果和为产品及服务促销的效果。

流通企业要在网络上实现在线销售,也必须与传统的商业模式紧密结合。在充分的研究、分析与电子商务构架设计的基础上,设计与构建商务网站的页面,并充分利用网络的优越性,为客户提供丰富的商品、便利的操作和友好的交流平台。

(4) 按照产品线的宽度和深度进行分类

按照产品线的宽度和深度进行分类主要是针对 B2B(商家对商家模式)电子商务模式的,依据产品线的宽度和深度的不同,可以将 B2B 商业模式的网站划分为水平型网站、垂直型网站、专门网站和公司网站四种类型。

① 水平型网站 水平型网站是指致力于某一类产品的网上经营的网站。该类网站类似于网上购物中心或网上超市,其优势在于其产品线的宽度,顾客在这类网站上不仅可以买到自己所能接受的价格水平的商品,而且可以很容易实现“货比三家”。其不足在于深度和产品配套性的欠缺。由于该类网站充当的是中间商的角色,在产品价格方面处于不利地位。

② 垂直型网站 垂直型网站是指提供某一类产品及其相关产品(互补产品)的一系列服务(从网上交流到广告、网上拍卖、网上交易等)的网站。该类网站的优势在于产品的互补性(例如,在一个汽车网站不仅可以买到汽车,还可以买到汽车零件,甚至汽车保险)和购物的便捷性。顾客在这一类网站中可以实现一步到位的采购(One-step Shopping),因而顾客的平均滞留时间较长。

③ 专门网站 专门网站是指能提供某一类产品的最优产品的网站。该类网站类似于专卖店,其优势在于提供高档、优质、价廉的产品。除直接面对消费者外,该类网站也面对很多垂直型和水平型网站的供应商。对于这一类网站而言,提供品质优良、价格合理、品牌知名

度高的产品比网站本身的维护更重要。

④ 公司网站 公司网站是指以销售本公司产品或服务为主的网站，相当于公司的“网上店面”。其致命缺点在于可扩展性不强。除少数品牌知名度极高、市场份额较大的公司外，该类网站的发展空间将非常有限；公司网站的一个出路是朝其他类型网站的方向发展。从产品的形态看，金融服务、电子产品、旅游、传媒等行业在开展电子商务方面拥有较明显的优势。由于这些行业的一个共同特点是产品的无形化，不存在实物的流动，不需要相应的配送体系，因而特别适合于在网上开展业务。

此外，按照电子商务模式划分可以将电子商务网站分为 B2B 商务网站、B2C 商务网站、C2C 商务网站、B2G 商务网站等。

1.3 电子商务网站设计与管理的总体思路

1.3.1 电子商务网站设计与管理的基本流程

电子商务网站设计与管理的基本流程主要包括：网站的规划与分析、网站的设计与开发、网站管理系统的设计、网站的评估与测试等环节。如图 1-1 所示。

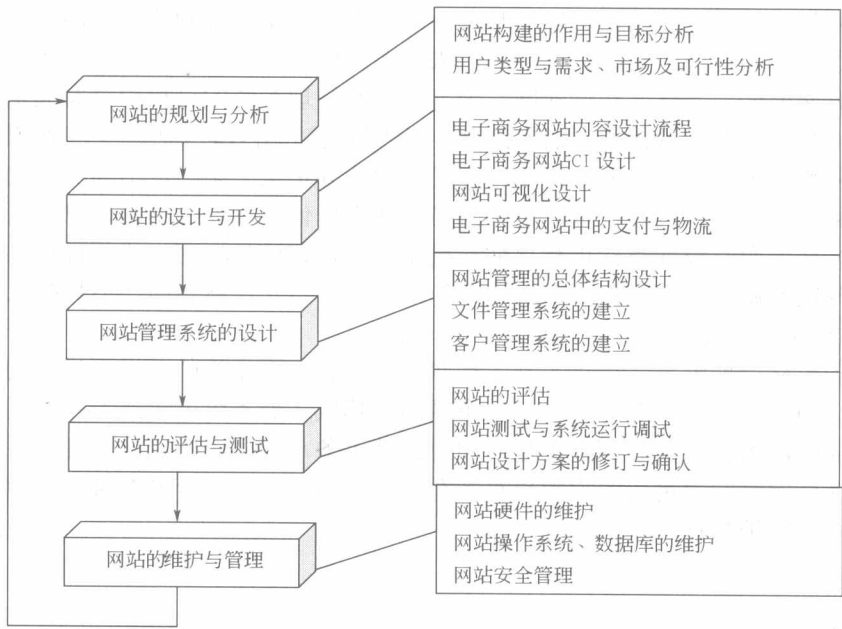


图 1-1 电子商务网站设计与管理的基本流程

1.3.2 电子商务网站设计与管理的主要内容

（1）电子商务网站的规划与分析

电子商务网站的设计与管理直接关系到电子商务交易过程及交易效果，盲目而不考虑结果就将一个网站搬到网上不但会造成大量资金、人员和时间的浪费，而且会因不好的印象而影响到客户对产品或服务的选择。因此，对网站进行详细的规划和分析是相当关键的环节，

其中包括的主要内容有：网站构建的作用与目标分析、用户类型与需求分析、竞争性市场定位及可行性分析、技术及工具的选择、域名注册与 ISP 的选择等。

（2）电子商务网站的设计与开发

网站的设计与开发是电子商务网站建立的主体内容，关系到网站的使用效率和效果，是网站规划的执行层。首先要根据网站整体的结构思想，以用户为中心设计网站信息内容与开发的流程；其次，采用自顶向下或自下向上方法进行信息结构设计；最后，在前面规划与分析的基础上，具体完成网站主页面设计、网站的可视化设计和网页的创建等。此外，与电子商务网站运行有关的支付与物流方面的问题，也是进行设计与开发时要考虑的。

（3）电子商务网站管理系统的设计

由于庞大而结构复杂的商务数据，所以在处理时间与传递安全、速度等方面对网站动态管理与维护提出了更高的要求，而电子商务经营形态与经营环境的不断变化，使网站也要及时的调整其发展方向及设置的内容。因此，及时的收集外部的信息和接受客户的反馈，全面分析电子商务网站管理与维护的内容与功能，有针对性地开发电子商务管理系统是保障电子商务网站有效运行不可缺少的环节。其中包括的内容有网站管理的总体结构分析、文件管理、内容管理、安全管理、综合管理、国内外电子商务站点管理软件、文件管理系统的建立、客户管理系统的建立和在线管理系统的建立等。

（4）电子商务网站的评估与测试

建立的网站是否达到了网站设计的规划、是否满足了业务流程和用户的要求、浏览与检索解码是否友好、操作是否简单、输入与输出的数据信息是否准确流畅、网站是否便于维护与管理等问题，必须经过一定的评估与测试来解决。所以，正式推出电子商务网站前的评估与测试是十分必要的。当然，在创建网站内容与开发管理系统的过程中会有大量的调试但是这些无论如何都不能替代总体的评估与测试。评估与测试的内容包括速度、兼容性、交互性、链接正确性和程序健壮性等，如果发现问题及时解决并记录下来。评估与测试的方式和途径有多种，如果是自己做的网站，可以请内部员工或合作伙伴（如经销商、供应商、运输商、中介机构等）按照网站设计目标进行评估与模拟测试，或请目标客户进行评估与测试等。如果是外包给开发商做的网站，除了上述途径外，还可以与开发商共同评估与测试。

（5）电子商务网站的维护与管理

网站维护也称后期维护，是指在不改动网站功能、页面结构的前提下进行的文字更换、图片修改等。为了保持网站的时效性，一个网站在建成之后不可能永远不再有任何变化。网站相当于企业的出版物，其后期维护是一项日常性事务，但由于不同企业经营性质等因素上的差异，其在一定时间内更新的次数也有多有少。网站维护主要有系统维护、数据维护、网页维护以及安全维护和管理。

实战案例

通过前面的学习，我们初步了解了电子商务网站的作用和分类，不同类型的商务网站在功能上、面对的客户群方面有所不同，所以我们在设计一个电子商务网站之前首先要想好，这个网站是属于哪种类型的商务网站，这将影响到后面的设计和规划。在本书的实战案例中，要设计的是一个以 B2C 模式为主，是一个完全电子商务运作型网站，它可以为在校大学生提供一个创业实践的平台。