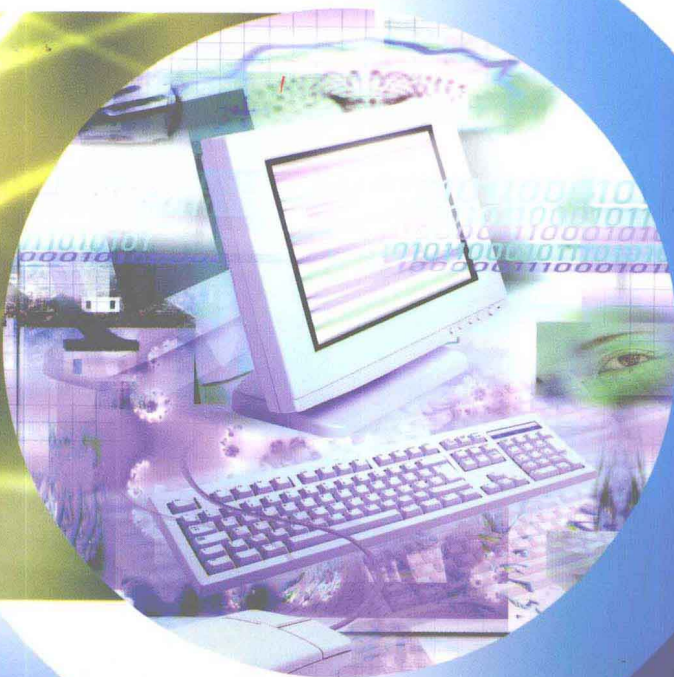




21 世纪中等职业教育系列教材
中等职业教育系列教材编委会专家审定

电子商务网站规划与网页制作

主编 高立明



北京邮电大学出版社
<http://www.buptpress.com>

中等职业教育系列教材
中等职业教育系列教材编委会专家审定

电子商务网站规划 与网页制作

主 编 高立明
副主编 寇建彬

北京邮电大学出版社
· 北 京 ·

图书在版编目(CIP)数据

电子商务网站规划与网页制作/高立明主编. —北京:北京邮电大学出版社,2008

ISBN 978-7-5635-1639-1

I. 电... II. 高... III. ①电子商务—网站—设计 ②电子商务—网站—主页制作

IV. F713.36 TP393.409.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 010255 号

书 名 电子商务网站规划与网页制作

主 编 高立明

责任编辑 周 堃 李 欣

出版发行 北京邮电大学出版社

社 址 北京市海淀区西土城路 10 号 邮编 100876

经 销 各地新华书店

印 刷 北京市彩虹印刷有限责任公司

开 本 787 mm × 960 mm 1/16

印 张 13.25

字 数 273 千字

版 次 2008 年 6 月第 1 版 2008 年 6 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5635-1639-1

定 价 20.00 元

如有印刷问题请与北京邮电大学出版社联系 电话:(010)82551166 (010)62283578

E-mail:publish@bupt.edu.cn

Http://www.buptpress.com

版权所有 侵权必究

出版说明

《电子商务网站规划与网页制作》是电子商务专业的主干专业课程,其主要任务是使学生掌握电子商务网站的基础知识,培养学生建设和维护简单电子商务网站的基本技能。

本书按照项目教学法的思想进行编写,突出技能培养、能力训练、任务导向,通俗易懂,能够直接指导学生自主学习;在内容选择上,考虑中职生的实际接受能力,强调够用为度;在知识体系上,注意把握知识面与知识点的关系,面要广要浅,关键知识点要到位,要体现出技能训练要求。

本书主要讲授电子商务网站建设和维护,同时涵盖了网页制作课程的部分内容,主要讲授 HTML 标记和 FrontPage 的使用。本课程区别于普通的网站制作课程,强调突出电子商务网站特点。建议开设本门课程后不用再开设《FrontPage》课程,如果开设《网页制作》课程,建议选择其他软件工具学习。

本书以建立简单的“在线书店”为主线,讲授了与之相关的电子商务网站建设概述、网站构建的基本知识与技术、静态网页制作技术、ASP 编程基础、Web 数据库技术、电子商务安全系统设计、网站的测试与维护等内容。

本书由高立明担任主编,寇建彬担任副主编,贾荷婷、宁俊学、郑波波、张洁等参加编写。全书共分八章,其中贾荷婷编写第一章、第二章,郑波波编写第三章、第六章,寇建彬编写第四章、第五章,宁俊学编写第七章、第八章。全书由高立明负责统稿;张洁参加了提纲讨论和文字整理等工作。

由于编写时间仓促、编者学识有限,书中难免构思不当或存在其他错误,敬请广大师生批评指正。

编 者

目 录

第1章 电子商务网站建设概述	1
1.1 电子商务的基本概念	1
1.2 电子商务网站概述	8
1.3 电子商务网站首页内容设计概述	13
本章小结	17
思考与练习	17
第2章 网站建设的基本知识与技术	18
2.1 计算机网络的基本概念	18
2.2 IP地址和域名	22
2.3 动态网站建设常用技术	25
本章小结	29
思考与练习	29
第3章 静态网页技术	30
3.1 FrontPage 2003 的安装与使用	30
3.2 HTML 超文本标记语言	32
本章小结	54
思考与练习	54
第4章 ASP 编程基础	55
4.1 认识 ASP	55
4.2 VBScript 脚本语言基础知识	61
4.3 ASP 的对象简介	76
4.4 ASP 的组件及其简单应用	85
本章小结	91
思考与练习	91
第5章 Web 数据库技术基础	92
5.1 数据库技术概述	92
5.2 认识 Access 2003 中的对象	93

5.3 ASP 存取和管理数据库	103
本章小结	112
思考与练习	112
第6章 电子商务网站实例	113
6.1 系统概述	113
6.2 数据库设计	114
6.3 用户注册、登录及用户信息修改	118
6.4 图书检索与图书内容显示	126
6.5 购物车	132
6.6 图书及订单管理	136
本章小结	147
思考与练习	147
第7章 电子商务网站的安全设计初步	148
7.1 电子商务网站安全概述	148
7.2 防火墙技术	155
7.3 信息加密技术	162
7.4 安全技术协议	165
本章小结	169
思考与练习	169
第8章 电子商务网站测试与维护	170
8.1 电子商务网站的测试	170
8.2 电子商务网站发布	174
8.3 电子商务网站维护	186
8.4 电子商务网站推广	196
8.5 电子商务网站评估	198
本章小结	205
思考与练习	205

第1章 电子商务网站建设概述

学习目标

知识目标 了解电子商务的基本概念;了解电子商务网站的类型及特点;熟悉电子商务网站建设的过程;了解电子商务网站建设与管理的基本思路;掌握电子商务与网站之间的关系。

能力目标 掌握电子商务的相关知识;能够提出建设一个电子商务网站的基本过程。

1.1 电子商务的基本概念

1.1.1 什么是电子商务

电子商务,是伴随计算机在企业中的应用而产生的。2007年6月1日,国家发改委和国务院信息办联合下发了《电子商务发展“十一五”规划》。规划中明确指出,电子商务是网络化的新型经济活动,正以前所未有的速度迅猛发展,已经成为主要发达国家增强经济竞争实力,赢得全球资源配置优势的有效手段。这充分说明了电子商务在国家经济中的重要地位。然而,电子商务并不神秘。现实生活中的很多方面都用到了电子商务。

1. 生活中的电子商务

(1) 网上购物。王老师酷爱读书,他想买一本多年前读过的书,问了很多书店都说缺货。于是,他通过互联网,打开了一个叫淘宝网(<http://www.taobao.com>)的网站,如图1-1所示,在搜索栏里输入书名,单击“搜索”按钮后,网站马上显示出了很多结果,都是各个网店列出的该图书信息。王老师通过对比图书的折扣和配送方式,选择了一家网店,并通过网上支付的形式付了款。几天后,王老师就收到了物流公司送来的图书。这样,王老师足不出户就读上了自己心爱的图书。

(2) 核桃销售。李大爷承包了大片的核桃园。以前,每当核桃成熟的季节,李大爷既高兴又着急。高兴的是经过一年的辛苦,核桃获得了丰收;着急的是由于地方偏僻、交通不便、信息不灵通,如果核桃卖不出去,就白忙了一年。但是,自从儿子小李去省城上学并学习电子商务专业后,李大爷一点也不着急了。小李通过互联网,在农博通(<http://trade.aweb.com.cn/>)网

站上发布了核桃供应信息,如图 1-2 所示,各地的订货信息接连不断,李大爷早早地就与采购商签订了合同。现在,李大爷只需要将核桃摘下做相关的处理后,就等着采购商来运货了。



图 1-1 淘宝网首页

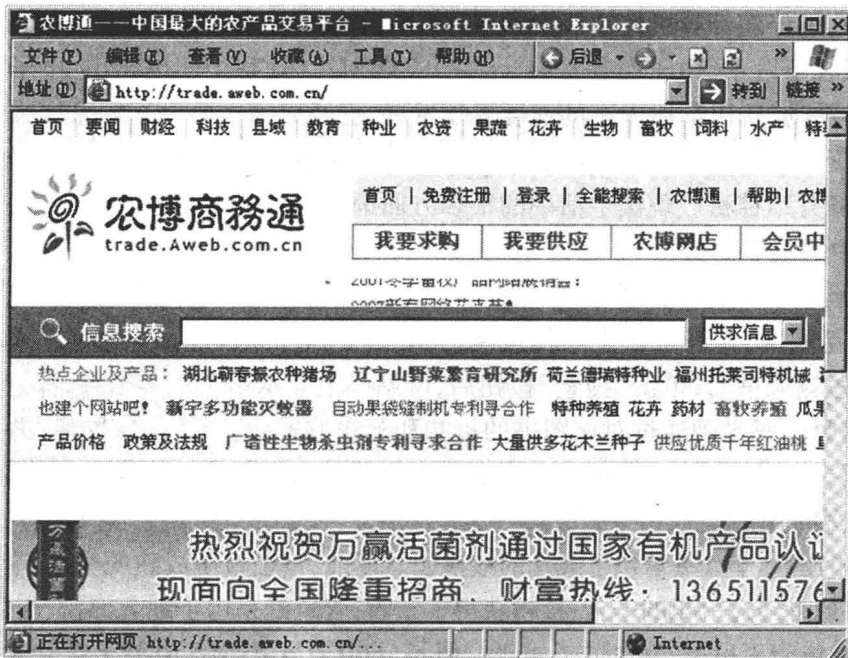


图 1-2 农博通网首页

从以上的实例我们可以看出,电子商务是借助于计算机网络进行的信息交流和商务活动,它打破了时间和空间的限制,给交易双方带来了方便和好处,可以更迅捷地完成各种商业贸易、销售及采购等商务活动,并创造出新的商机。即使足不出户也能通过查询获取详细的信息,并轻松完成消费或者销售活动。这就是现实中的电子商务。

2. 电子商务的概念及内涵

至今,对电子商务还没有一个统一规范的定义,不同的组织、不同的企业、不同的专家对电子商务的定义都有自己的看法。结合我国电子商务的实践,一般认为,电子商务是指交易当事人或参与人利用计算机技术和网络技术等现代信息技术所进行的各类商务活动,包括货物贸易、服务贸易和知识产权贸易。从上述概念可以看出:

(1)电子商务的核心是商务,但前提是“电子”。

(2)电子商务的中心是人。首先,电子商务是一个社会系统,既然是社会系统,它的中心必然是人;第二,商务系统实际上是由围绕商品贸易活动代表着各方面利益的人所组成的关系网;第三,在电子商务活动中,虽然充分强调工具的作用,但归根结底起关键作用的仍是人。

(3)电子商务活动的基础是电子工具的使用。

(4)从社会再生产发展的环节看,在生产、流通、分配、交换、消费这个链条中,发展变化最快、最活跃的就是位于中间环节的流通、分配和交换。通过电子商务,我们可以大幅度地减少不必要的商品流动、物资流动、人员流动和货币流动,减少商品经济的盲目性,减少有限物质资源、能源资源的消耗和浪费。

事实上,我们可以认为电子商务是现代信息技术和商务的交集,但它并不是二者简单的叠加,而是有机的结合。

3. 电子商务的特征

电子商务的特性可归结为以下几点:商务性、服务性、集成性、可扩展性、安全性、协调性。

(1)作为信息技术应用的主要领域,电子商务正在成为未来国家经济新的增长点。

(2)电子商务将信息、网络、生物工程和其他高科技产业联系起来,孕育了巨大的市场和无限的商机。

(3)企业借助电子商务的全新手段获得全球性竞争优势。

(4)为适应新型商务模式,企业生产组织与经营方式发生改变,极大地提高了企业的生产经营效率和国际竞争力,使国际企业如虎添翼、锦上添花。

(5)全新的商务模式将对人类社会生活产生重要影响。

1.1.2 电子商务的基本组成

电子商务的基本组成要素有网络、用户、认证中心、物流配送、网上银行、商家等。

1. 网络

网络包括 Internet、Intranet 和 Extranet。Internet 是电子商务的基础,是商务、业务信息传送的载体;Intranet 是企业内部商务活动的场所;Extranet 是企业与企业及企业与个人进行商务活动的纽带。

2. 用户

用户可以分为个人用户和企业用户。个人用户使用浏览器、电话线接入 Internet;企业用户建立企业内联网、外部网和企业管理信息系统,对人、财、物、供、销、存进行科学管理。

3. 认证中心

认证中心是法律承认的权威机构,负责发放和管理电子证书,使网上交易的各方能互相确认身份。

4. 物流配送

接受商家的送货要求,组织运送无法从网上直接传输的商品,跟踪商品的流向,将商品送到消费者手中。

5. 网上银行

在 Internet 上实现传统银行的业务,为用户提供 24 小时的实时服务;与信用卡公司合作,发放电子钱包,为电子交易中的用户和商家服务,帮助完成网上支付。

6. 商家

商家是指生产商、经销商和供应商等企业。

1.1.3 电子商务的分类

1. 按照交易对象分类

按照交易对象分类,电子商务可以分为 3 种类型:

(1) 企业与消费者之间的电子商务,即 B2C(Business to Consumer)电子商务

它类似于联机服务中进行的商品买卖,是利用计算机网络使消费者直接参与经济活动的高级形式。这种形式基本等同于电子化的零售,它随着万维网(WWW)的出现迅速地发展起来。目前,在互联网上遍布各种类型的商业中心,提供从鲜花、书籍到计算机、汽车等各种消费商品和服务。

(2) 企业与企业之间的电子商务,即 B2B(Business to Business)电子商务

B2B 包括非特定企业间的电子商务和特定企业间的电子商务。非特定企业间的电子商务是在开放的网络中为每笔交易寻找最佳伙伴,与伙伴进行从定购到结算的全部交易行为。这里,虽说是非特定多数,但由于加入该网络的只限于需要这些商品的企业,可以设想是限于某一行业的企业。不过,它不以持续交易为前提,不同于特定企业间的电子商务。特定企业间的电子商务是在过去一直有交易关系或者今后一定要继续进行交易的企业间,为了相同的经济利益,共同进行的设计、开发或全面进行市场及库存管理而进行的商务交易。企业

可以通过网络向供应商订货、接收发票和付款。B2B 在这方面已经有了多年运作历史,使用得也很好,特别是通过专用网络或在增值网络上运行的电子数据交换(EDI)。

(3) 企业与政府方面的电子商务,即 B2G(Business to Government)电子商务

这种商务活动覆盖企业与政府组织间的各项事务。例如,在美国,政府采购清单可以通过因特网发布,公司可以以电子化方式回应。同样,在公司税的征收上,政府也可以通过电子交换方式来完成。目前在这方面应用还很少,但随着政府利用自己的行为去促进电子商务的发展,B2G 业务一定会迅速增长。美国政府就已经宣布从 1997 年 1 月起将通过 EDI 完成政府年度采购任务,并于 1999 年最终取消纸面单证。

2. 按照商务活动内容分类

按照商务活动的内容分类,电子商务主要包括两类商业活动:一是间接电子商务,即有形货物的电子订货,它仍然需要利用传统渠道如邮政服务和商业快递送货;二是直接电子商务,即无形货物和服务,如计算机软件、娱乐内容的联机订购、付款和交付,或者是全球规模的信息服务。直接和间接电子商务均提供特有的机会,同一公司往往二者兼营。间接电子商务要依靠一些外部要素,如运输系统的效率等。直接电子商务能使双方越过地理界限直接进行交易,充分挖掘全球市场的潜力。

3. 按照使用网络类型分类

根据使用网络类型的不同,电子商务目前主要有三种形式:第一种形式是 EDI(Electronic Data Interchange,电子数据交换)商务;第二种形式是互联网(Internet)商务;第三种形式是 Intranet(内联网)商务。

(1) EDI 商务

按照国际标准化组织的定义,EDI 商务是“将商务或行政事务按照一个公认的标准,形成结构化的事务处理或文档数据格式,从计算机到计算机的电子传输方法”。简单地说,EDI 就是按照商定的协议,将商业文件标准化和格式化,并通过计算机网络,在贸易伙伴的计算机网络系统之间进行数据交换和自动处理。

EDI 主要应用于企业与企业、企业与批发商、批发商与零售商之间的批发业务。相对于传统的订货和付款方式,EDI 大大节约了时间和费用。相对于因特网,EDI 较好地解决了安全保障问题。这是因为,使用者均有较可靠的信用保证,并有严格的登记手续和准入制度,加之多级权限的安全防范措施,从而实现了包括付款在内的全部交易工作电脑化。

但是,由于 EDI 必须租用 EDI 网络上的专线,即通过购买增值网(VAN, Value Added Network)服务才能实现,费用较高;也由于需要有专业的 EDI 操作人员,并且也需要贸易伙伴使用 EDI,因此阻碍了中小企业使用 EDI。加之早期计算机昂贵,调制解调器(Modem)的传输速率只有 300bps,商品软件少,许多应用程序需要自行开发,因此只有大公司才有能力使用 EDI,这种状况使 EDI 虽然已经存在了 20 多年,但至今仍未广泛普及。近年来,随着计算机降价、Internet 的迅速普及,基于互联网、使用可扩展标识语言(Extensible Markup Lan-

guage, XML) 的 EDI, 即 Web - EDI, 或称 Open - EDI 正在逐步取代传统的 EDI。

(2) Internet 商务

按照美国 Internet 协会的定义, 互联网是一种“组织松散、国际合作的互连网络”。该网络“通过自主遵守计算的协议和过程”, 支持主机对主机的通信。具体来说, 互联网就是让一大批电脑采用一种叫做 TCP/IP 的协议来即时交换信息。

互联网商务是国际现代商业的最新形式。它以计算机、通讯、多媒体、数据库技术为基础, 通过互连网络, 在网上实现营销、购物服务。它突破了传统商业生产、批发、零售及进、销、存、调的流转程序与营销模式, 真正实现了少投入、低成本、零库存、高效率, 避免了商品的无效搬运, 从而实现了社会资源的高效运转和最大节余。消费者可以不受时间、空间、厂商的限制, 广泛浏览, 充分比较, 模拟使用, 力求以最低的价格获得最为满意的商品和服务。

(3) Intranet 商务

是在 Internet 基础上发展起来的企业内部网, 或称内联网。它在原有的局域网上附加一些特定的软件, 将局域网与互联网连接起来, 从而形成企业内部的虚拟网络。Intranet 与互联网之间的最主要的区别在于 Intranet 内的敏感或享有产权的信息受到企业防火墙安全网点的保护, 它只允许有授权者介入内部 Web 网点, 外部人员只有在许可条件下才可进入企业的 Intranet。Intranet 将大、中型企业分布在各地的分支机构及企业内部有关部门和各种信息通过网络予以连通, 使企业各级管理人员能够通过网络读取自己所需的信息, 利用在线业务的申请和注册代替纸张贸易和内部流通的形式, 从而有效地降低了交易成本, 提高了经营效益。

1.1.4 电子商务的功能

电子商务可提供网上交易和管理等全过程的服务。因此, 它具有广告宣传、咨询洽谈、网上订购、网上支付、电子账户、服务传递、意见征询、交易管理等各项功能。

1. 广告宣传

电子商务可凭借企业的 Web 服务器, 在 Internet 上发布各类商业信息。客户可借助网上的检索工具迅速地找到所需的商品信息, 而商家可利用网上主页和电子邮件在全球范围内作广告宣传。与以往各类广告相比, 网上的广告成本最为低廉, 而给顾客的信息量却最为丰富。

2. 咨询洽谈

电子商务可借助非实时的电子邮件、新闻组和实时的讨论组来了解市场和商品信息, 洽谈交易事务, 如有进一步的需求, 还可用网上的白板会议来交流即时的图形信息。网上的咨询和洽谈能超越人们面对面洽谈的限制、提供多种方便的异地交流形式。

3. 网上订购

电子商务可借助 Internet 中的邮件交互传送实现网上订购。网上订购通常都是由商家

在产品介绍的页面上提供订购提示信息和订购单供客户查阅和填写。当客户填完订购单并提交后,通常系统会回复确认信息单来保证订购信息的收悉。订购信息也可采用加密的方式使客户和商家的商业信息不会被泄漏。

4. 网上支付

电子商务要成为一个完整的过程,网上支付是重要的环节。客户和商家之间可采用信用卡支付。在网上直接采用电子支付手段可节省交易过程中相关人员的开销,但是应注意网上支付需要更为可靠的信息传输安全性控制以防止欺骗、窃听、冒用等非法行为。

5. 电子账户

网上支付必须要有电子金融系统来支持,即银行或信用卡公司及保险公司等金融单位要为金融业提供网上操作的服务,电子账户管理是其基本的组成部分。信用卡号或银行账号都是电子账户的一种标志,其可信度需配以必要的技术措施来保证,数字凭证、数字签名、加密等手段的应用为电子账户操作提供了安全保障。

6. 服务传递

对于已付了款的客户,应将其订购的货物尽快地传递到他们手中,通过电子邮件能在网络中进行物流的调配工作。最适合在网上直接传递的货物是信息产品,如软件、电子读物、信息服务等,它能被直接从电子仓库中发送到用户端。

7. 意见征询

在电子商务中,商家能十分方便地利用网页上的“选择”、“填空”等格式文件来收集用户对销售服务的反馈意见,这样就使企业的市场运营形成了一个封闭的回路。客户的反馈意见不仅能使企业提高售后服务的水平,更能使企业获得改进产品、发现市场的商业机会。

8. 交易管理

整个交易过程的管理涉及人、财、物多个方面,需要进行企业和企业、企业和客户及企业内部等各方面的协调和管理,因此,交易管理是涉及商务活动全过程的管理。电子商务的发展,将会为交易管理提供一个良好的网络环境及多种多样的应用服务系统。

知识拓展

“十一五”期间电子商务发展原则和主要目标 ——摘自《电子商务发展“十五”规划》

一、发展原则

全面贯彻落实科学发展观,按照政府推动与企业主导相结合、营造环境与推广应用相结合、网络经济与实体经济相结合、重点推进与协调发展相结合、加快发展与加强管理相结合的发展思路,紧紧围绕转变经济增长方式,优化产业结构,提高国民经济运行效率和质量的中心任务,完善发展环境,创新发展模式,提高应用水平,培育服务产业,走出一条有中国特色的电子商务发展道路。

——完善发展环境。以构建电子商务支撑体系为核心,统筹发展全局,突破瓶颈制约,强化政策导向,突出建设重点,推进法制建设,加强市场管理,更好地发挥政府在电子商务发展中的引导和保障作用。

——创新发展模式。以促进模式创新、管理创新和技术创新的有机结合为着力点,面向发展前沿,立足自主创新,坚持需求导向,务求实用高效,探索多层次、多类型的电子商务模式。

——提高应用水平。以培育电子商务应用主体为基础,提高全社会电子商务应用意识,深化骨干企业电子商务应用,普及面向中小企业和社会公众的电子商务服务,推进电子商务全面融入经济社会发展的各个环节。

——培育服务产业。以大力发展第三方电子商务服务为切入点,培育龙头企业,发展新型服务,扩大服务领域,促进服务贸易,形成国民经济新的增长点,带动就业增长。

二、主要目标

围绕信息化“十一五”规划确定的总体目标,到2010年,电子商务发展环境、支撑体系、技术服务和推广应用协调发展的格局基本形成,电子商务服务业成为重要的新兴产业,国民经济和社会发展各领域电子商务应用水平大幅提高并取得明显成效。

——网络化生产经营方式基本形成,企业间业务协同能力明显加强,网上采购与销售额占采购和销售总额的比重分别超过25%和10%。中小企业电子商务应用普及水平大幅提高,经常性应用电子商务的中小企业达到中小企业总数的30%。网络消费成为重要的消费形态。

——基本形成以第三方电子商务服务为主流的发展态势,基于网络的交易服务、业务外包服务和信息技术外包服务等电子商务服务业初具规模。

——模式创新、管理创新和技术创新能力显著提高,成果转化及产业化进程明显加快,自有品牌的电子商务关键技术装备与软件国内市场占有率超过40%。

——电子商务支撑体系基本满足应用需求,法律法规、人才培养、技术服务等基本适应电子商务发展的需要。企业管理人员五年内普遍接受信息化培训,掌握信息化基本技能。

1.2 电子商务网站概述

1.2.1 电子商务网站的定义

电子商务网站并没有明确的定义。广义上讲电子商务网站由一系列网页和具有商务功能的软件系统、数据库等构成;狭义上讲电子商务网站由主页面、公司组织结构和员工组成等背景资料页面、产品或服务页面、滚动新闻页面、购买交流页面、广告宣传页面、客户反馈页面等众多网页构成。

一般地,我们可以这样定义电子商务网站:电子商务网站是指在软硬件基础设施的支持下,使用各种工具经编写程序、建立数据库、画图、制作多媒体效果等过程制作而成的,由一系列网页、程序和后台数据库组成的系统,具备不同电子商务应用所需的各种功能,使企业为合作伙伴、客户等提供访问企业内部各种资源的统一平台。电子商务网站一般拥有固定的域名。

1.2.2 电子商务网站的分类和特点

和电子商务一样,按照不同的分类标准,电子商务网站也有不同的分类。

1. 按照商务目的和业务功能分类

(1)基本型网站

其特点是价格低廉、性能价格比高、具备基本的商务功能。

(2)宣传型商务网站

其特点是具备基本的网站功能,突出企业宣传效果。

(3)客户服务型商务网站

其特点是以企业宣传和客户服务为主要的功能。

(4)完全电子商务运作型网站

其特点是具备完全的电子商务功能,并突出公司形象宣传、客户服务和电子商务功能。

2. 按一般观念类型来分

按一般观念类型来分,可把电子商务网站分为政府网站,商业网站,企业网站。

1.2.3 电子商务网站建设的基本过程

一个成功的电子商务网站,一定是能够把站点的业务需求,Internet 技术以及网站的美术设计很好地集成在一起的网站。因此,一个电子商务网站的建立,既需要有懂得 Internet 技术的应用程序开发人员,也需要有公司的业务人员和专业美工的参与。对于电子商务专业的学生来讲,复合型人才才是最重要的。

一般情况下,电子商务网站的建设包括以下几个步骤:电子商务网站的规划与分析、电子商务网站内容的设计与开发、电子商务网站管理系统的建立、电子商务网站的测试与推广。

1. 电子商务网站的规划与分析

一个电子商务网站的成功与否与建站前的网站规划与分析有着极为重要的关系。在建站前应先明确建设网站的目的,确定网站的功能,确定网站规模、甚至投入的费用,进行必要的市场分析等。只有进行详细的规划,才能避免在网站建设中出现很多问题,使网站建设能顺利进行。

网站规划是指在网站建设前对市场进行分析、确定网站的目的和功能,并根据需要对网站建设中的技术、内容、费用、测试、维护等作出规划。网站规划对网站建设起到计划和指导

的作用,对网站的内容和维护起到定位作用。

网站规划包含的主要内容如下:

(1) 建设电子商务网站前的市场分析

在互联网上建设自己的网站,利用 web 服务器开展网上营销,就像我们买房要考虑位置、交通、大小、室内外装修一样,在实施计划前,应该认真考虑以下几个方面的因素:

1) 首先要有一个创意,也就是想在网上干些什么。好的创意来自于你对互联网基本运作机制的了解,否则你的创意很可能是无源之水,无本之木。先不要考虑你的创意是否已经有人在网上了,更不用考虑人家是怎样做的。因为,如果让这些忧虑占据了你的头脑,就会很难充分发挥你的想象力。让自己先有一个想法,哪怕它是幼稚的也无妨。

2) 找出网上与你设计思想相近的网站,调查相关行业的市场是怎样的,市场有什么样的特点,是否能够在互联网上开展公司业务。对市场主要竞争者进行分析,如竞争对手网上情况及其网站规划、功能作用。对公司自身条件进行分析,比如公司概况、市场优势,可以利用网站提升哪些竞争力,建设网站的能力(费用、技术、人力等)。查看站点或公司名称、网址、服务或产品销售覆盖的地理区域、服务或产品,网上营销的特点、优势、服务或产品,网上营销的不足之处、网址宣传的方法,主页设计、文字叙述是怎样吸引浏览者的等项目,当你掌握了丰富的市场资料后,返回来再与你当初的想法进行对比,看看你的想法中哪些是别人已经有的,哪些是别人还没有想到的。别人有的独特的地方,你是不是能学习,在此基础上,对你的创意进行整体的修正和完善,使之成为一个具有一定操作性的策划案。

(2) 建设电子商务网站的目的及功能定位

1) 为什么要建立网站? 是为了宣传产品,进行电子商务活动,还是建立行业性网站? 是企业的需要还是市场开拓的延伸?

2) 整合公司资源,确定网站功能。根据公司的需要和计划,确定网站的功能,如:产品宣传型、网上营销型、客户服务型、电子商务型等。

3) 根据网站功能,确定网站应达到的目的和作用。

4) 企业内部网(Intranet)的建设情况和网站的可扩展性。

(3) 电子商务网站内容规划

1) 根据网站的目的和功能规划网站内容。一般企业网站应包括:公司简介、产品介绍、服务内容、价格信息、联系方式、网上订单等基本内容。

2) 电子商务类网站要提供会员注册、详细的商品服务信息、信息搜索查询、订单确认、付款、个人信息保密措施、相关帮助等。

3) 如果网站栏目比较多,则考虑采用网站编程专人负责相关内容。注意:网站内容是网站吸引浏览者最重要的因素,无内容或不实用的信息不会吸引匆匆浏览的访客。可事先对人们希望阅读的信息进行调查,并在网站发布后调查人们对网站内容的满意度,以及时调整网站内容。

(4) 营造信息空间要注意的几个方面

1) 明确地界定出网站的受众群体:使用传统的方法做市场,一定要知道给什么样的人打电话。同样,建设电子商务网站也一定要预先明确什么样的群体是网站的受众,了解他们的消费习惯、喜好、购买能力等等,掌握这些因素后,才能构造出投其所好、有的放矢的信息内容、表达方式以及图形创意、色彩和风格。

2) 通过主页的设计,把网站包装成具有高科技水平、有强大的持续增长能力的商务网站。对于跨地域的受众,他们无法亲临你的公司考察你的实力,全凭主页中的信息和许诺来感觉和认识你。所以,网站在受众中的形象全靠你的主页来塑造。

3) 选用安全的收款方式。是否使用专用的加密软件来收款,决定着网站的形象和实力,也决定着消费者是否掏腰包。显然,多投资一些,为网站的服务器增添一套有加密功能的收款系统,是在网络上销售商品所必备的。

4) 将你的服务或商品信息详尽地介绍给客户,有必要时要使用数据库为浏览者提供准确、快捷的检索方式。

5) 要有全球的观念,因为互联网已经打破了时空和地域的限制,只须再突破语言障碍,就可以将市场范围拓展到全球。

(5) 选定的服务或商品是否适合于通过互联网来销售

并不是所有的商品或服务都适合于网上销售。一般来说,网站适合于树立企业形象,介绍公司、服务和产品信息,接受用户的反馈信息等,适合于销售咨询信息、软件、图像和一些单件价值不太高的商品或服务,如礼品、光盘、图书、药品、各种门票、旅游服务等等。其中的一些商品还要结合上门送货、邮寄等方式。

(6) 为网站选择一个好的域名

域名就是网站网址,其具体含义我们会在后面章节中学习到。选择域名,有以下几点建议:

- 1) 简短、易记。
- 2) 有一定的标识意义,如与公司的名字、企业标志、业务、服务或产品等有关或相同。
- 3) 不易书写错误,因为浏览者要敲击键盘来输入你的网址,所以考虑到人们的输入习惯和词法是必要的。

2. 电子商务网站内容的设计与开发

网站内容的设计与开发是电子商务网站建设的主体内容,是规划的执行层。主要包括网站的布局设计、网站的风格设计、网站的色彩应用、内容的设计流程、网站的详细功能、模块的具体设计(包括关于我们、产品信息、网上销售、在线技术支持、企业新闻等)。

(1) 内容设计的原则

1) 使用者优先的观念

无论什么时候,不管是着手准备设计主页之前、正在设计之中或者已经设计完毕,有一个最高行动准则一定要牢记在心,那就是:使用者优先。因为没有使用者去光顾,任何自认