

高等院校电子商务系列教材

陆 川 © 总主编

DIAN SHANGWU WANGZHANJIAN SHE



电子商务网站建设

刘继山 © 主编



对外经济贸易大学出版社

University of International Business and Economics Press

高等院校电子商务系列教材

总主编 陆川

电子商务网站建设

主 编 刘继山

副主编 陆 川 冯晓玲 姜 明

对外经济贸易大学出版社

内 容 提 要

本书根据当前电子商务网站建设的理论和技术,以及电子商务专业教学的实际需要,主要阐述了电子商务网站建设的基础、电子商务网站(前端)页面设计技术、电子商务网站服务器开发技术和电子商务网站管理与运营。

图书在版编目(CIP)数据

电子商务网站建设/刘继山主编. —北京:对外经济贸易大学出版社, 2008

(高等院校电子商务系列教材)

ISBN 978-7-81134-098-3

I. 电… II. 刘… III. 电子商务-网站-建设-高等学校-教材 IV. F713.36 TP393.409.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 059653 号

© 2008 年 对外经济贸易大学出版社出版发行

版权所有 翻印必究

电子商务网站建设

刘继山 主编

责任编辑:王跃高

对外经济贸易大学出版社

北京市朝阳区惠新东街 10 号 邮政编码:100029

邮购电话:010-64492338 发行部电话:010-64492342

网址: <http://www.uibep.com> E-mail: uibep@126.com

山东省沂南县汇丰印刷有限公司印装 新华书店北京发行所发行

开本尺寸: 787 × 960 1/16 26.75 印张 537 千字

2008 年 4 月北京第 1 版 2008 年 4 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-81134-098-3

印数: 0 001 ~ 5 000 册 定价: 40.00 元

出版说明

经济全球化的纵深发展以及信息技术的日新月异,引发了商务方式的变革。在我国,电子商务正以前所未有的力量改变着人们千百年来形成的商务观念与模式,并引发了社会环境的深刻变革,而这种变革已经反映在社会的各个领域和层面。

在此背景下,我国的企业正在积极开展形式多样的电子商务活动。电子商务的迅速发展,使得社会对电子商务专业人才的需求日益迫切,尤其需要掌握电子商务技术和商务管理的复合型人才。为了顺应电子商务应用的发展和人才的需求,高校的电子商务教学也要适应社会之需求,推陈出新。

由于高校开设电子商务专业的背景不同,所编教材内容在侧重点的安排上存在较大差异,且与当地企业的电子商务发展相差很大。从全国电子商务专业建设会议上获悉,电子商务专业的学生就业率低,其中部分原因是我们的教材与社会电子商务发展相脱节,而不是社会上不需要电子商务人才。

为了顺应社会需求,我社坚持参加每届全国电子商务专业建设会议,与全国各大高校的电子商务专业一线教师一起探讨电子商务教材建设,在经过广泛的调查和收集意见后,组织了全国20多所院校的一线教师,共同编写了本套“高等院校电子商务系列教材”。

本套教材的特色是:

第一,尽量为教学提供整体解决方案,为了提高学习兴趣和便于理解电子商务的基本概念和内容,全套教材中每章的开头都有一个引导案例,引入该章的话题。每章之后都附有本章小结、思考题。

第二,教材在内容上能及时反映电子商务的发展状况,一方面强调理论基础,另一方面贴近我国电子商务前沿,并着重培养学生的创新思维。

第三,编者具有丰富的教学经验和实践经验,以保证教材质量。

对外经济贸易大学出版社

2007年8月27日

前言

Preface

随着计算机网络技术和商贸业务的发展,电子商务活动已经渗透到企业、银行、运输、税务等各个行业并涉及到众多的用户,所以,电子商务将是未来企业生存的主流方式之一。不具备网上交易能力的企业就意味着放弃了广阔的市场,将无法在未来的市场竞争中占据优势。不论是较低层次的电子商务还是最高层次的电子商务,都需要基于一个平台,即电子商务平台,而平台的核心就是电子商务网站。

网站是企业因特网(INTERNET)上宣传和反映其形象和文化的重要窗口,是企业向客户和网民提供信息和服务、实现信息交换和资源共享的一种方式,是企业开展电子商务的基础设施和信息平台,离开网站去谈电子商务是不可能的。因而企业的电子商务网站建设就显得极为重要。

近年来,很多国内外知名企业高瞻远瞩,看到了因特网这一媒体在未来的巨大发展潜力,为了将自己的产品或服务通过网上营销出去,以此作为传统营销方式的补充或替代,并确立其在未来市场的竞争优势,纷纷在因特网上建立自己的电子商务网站。

那么企业如何建设好、管理好自己的网站就显得非常重要。具体来说就是要求网站建设的有关人员要明确商务网站建设的目标、网站建设的主要内容及功能;了解电子商务网站的结构、技术解决方案及网站建设的流程;掌握电子商务网站系统总体设计、详细设计技术与方法;并能够使用网站前端页面设计技术、服务器开发技术进行网站开发;熟练运用先进技术、工具与方法进行电子商务网站管理与运营。本书正是基于这样的思想进行编写的。

本书的主要内容

全书共分四篇、十三章。第一篇“电子商务网站建设基础”部分,分三章讲述了电子商务网站建设的基础知识和基本技术。其中,第一章介绍了电子商务网站的概念、构成、特点、分类、体系架构和相关技术;第二章对电子商务网站系统的分析方法进行了介绍,包括:网站的作用与功能分析、网站建设的流程和平台选型分析;第三章讲述了电子商务网站的系统设计,包括:系统总体设计和详细设计。

第二篇“电子商务网站(前端)页面设计技术”部分,分三章讲述了前端页面设



计的主要技术。其中,第四章介绍了使用 HTML 语言对“超级链接、表格、表单、图象”等页面主要元素的设计技术;第五章介绍了 CSS 样式表语言,包括 CSS 样式表的基本属性和滤镜;第六章介绍了 JavaScript 的编程技术,包括 JavaScript 的语法、对象、内置函数与事件。

第三篇“电子商务网站服务器开发技术”部分,分四章讲述了网站服务器(后台)开发技术。其中,第七章在对 Web 服务器技术作了概述之后,重点讲述了 Web 架构的新技术,以及 Tomcat 和 IIS 服务器的创建与管理;第八章讲述了基于 JSP、ASP、ASP.NET 的网站服务器编程技术;第九章讲述了电子商务网站数据库技术,包括数据库设计、编程和访问技术;第十章介绍了使用 Dreamweaver 开发工具来创建电子商务站点和页面的方法。

第四篇“电子商务网站管理与运营”部分,分三章讲述了网站维护管理、运营管理和安全管理。

本书的特点

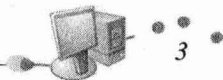
1. 完善的知识结构。本书从电子商务网站建设的实际需求出发,比较系统、全面地讲述了电子商务网站建设的相关知识。既有网站建设理论,也有网站建设技术;既有前台页面设计,也有后台服务器编程;既有案例,也有精心设计的思考题目。信息量大、知识结构完整,可以满足目前网站建设的教学与实践需要。

2. 丰富实用的示例。为了使读者便于理解和掌握本书讲述的知识要点,在各部分的内容中都配备了丰富的示例。这些示例的设计力求与商务网站建设的实际需要接近,实用性较强,既有助于读者对相关知识的理解和学习,也为读者提供了大量上机实践的机会。

3. 方便自学和使用。考虑到目前大多数院校课时压缩、强调学生自学能力培养的实际情况,本书的编写力求方便学生的课后自学和使用。因而,对技术知识、理论原理的讲述比较细致,在难懂的地方一般都补充了图表和示例说明,力求避免大量纯文字性、抽象的描述,避免空洞无内容。

4. 讲解简洁、条理清晰。由于本书的作者都具有多年为本科生教授相应课程的经验,对“教”与“学”都有较深的感悟,加之书稿又是经多次加工、修改和完善之后写成的,因而,符合学生的阅读和学习习惯。内容的讲述力求简明扼要,竭力做到结构清晰、易于理解。

5. 注重内容的先进性和应用性。本书的写作力求增加最新内容(如 .NET 平台、Ajax 技术和移动电子商务技术等)、使用最新资料(包括统计资料、案例)、介绍最新技术(如各种软件和开发工具等)。同时,在案例引入、示例设计、内容讲述、思考题选择各方面紧紧围绕电子商务网站建设的主题,突出应用性和实践性。



写作与分工

本书是根据当前电子商务网站建设的理论和技术,以及电子商务专业教学的实际需要而编写的。是在各位编者多年从事电子商务网站建设实践,以及相关课程本科教学的基础上;在参考了现有大量同类书刊、资料,吸收众家之长后完成的,是理论与实践相结合的产物,也是经不同高校的各位作者共同协商与研究的结果,是集体智慧的结晶。

东北财经大学的刘继山提出了本书的写作思想、设计了全书的整体架构和各章节目录,负责全书的统稿、修改和定稿,并编写了第一章、第二章的前2节、第三章、第四章、第五章的第三节、第六章、第八章。参编人员有:华南师范大学增城学院的陆川(第五章的第一节)、山西大学的冯晓玲(第五章的第二节)、东北财经大学的姜明(第二章的第三节、第七章、第十章)、盖印(第九章、第十三章)和吕成成(第十一章、第十二章)。

本书不但可以给学生一个“网站建设”的总体思路,为相关课程的学习指明方向,而且对于企业商务网站的设计、开发、运营与管理人员也具有一定的参考作用。

致谢与说明

在本书编写过程中得到了丛书总主编陆川和对外经济贸易大学出版社领导、编辑及同仁的大力支持和帮助,在此向他们表示最诚挚的谢意!东北财经大学的张春燕、李慧、李天宇三位同学为本书的资料整理、编辑做了大量工作,在此对他们的辛勤工作表示衷心感谢!同时本书的编写参阅了许多专家、学者的大量著述,作者从中受益匪浅,这里也对他们所做的工作表示感谢。

在本书的写作过程中,编者始终按照“求真务实、尽善尽美”的宗旨要求自己,不仅在写作前作了充分准备,而且写作时几经修改、润色,历时一年多的时间才最终完稿。尽管在编写过程中力求做到准确无误,但由于作者水平有限,所以不足和疏漏之处在所难免,恳请各位专家、读者不吝赐教。

编者

2008年1月15日



Contents

第一篇 电子商务网站建设基础

第一章 电子商务网站概述	(3)
第一节 电子商务网站的概念、构成及特点	(4)
第二节 电子商务网站的分类	(7)
第三节 电子商务网站的体系架构	(11)
第四节 电子商务网站建设的技术选择	(13)
第二章 电子商务网站系统分析	(24)
第一节 电子商务网站的作用与功能分析	(26)
第二节 电子商务网站建设的流程分析	(33)
第三节 电子商务网站的平台选型分析	(39)
第三章 电子商务网站系统设计	(47)
第一节 系统总体设计	(48)
第二节 系统详细设计	(60)

第二篇 电子商务网站（前端）页面设计技术

第四章 HTML 语言	(91)
第一节 HTML 概述	(92)
第二节 HTML 顶级标记	(97)
第三节 文本布局及格式化	(100)



第四节	超级链接	(105)
第五节	表格	(108)
第六节	表单	(114)
第七节	多媒体及外部程序	(122)
第八节	框架	(130)
第五章	CSS 样式表	(135)
第一节	CSS 样式表概述	(137)
第二节	CSS 样式表基本属性	(144)
第三节	CSS 样式表滤镜	(152)
第六章	JavaScript 脚本语言	(158)
第一节	JavaScript 概述	(159)
第二节	JavaScript 的基本语法	(164)
第三节	JavaScript 的对象与内置函数	(176)
第四节	浏览器文档对象模型中对象	(186)

第三篇 电子商务网站服务器开发技术

第七章	Web 服务器技术及其创建与管理	(197)
第一节	Web 服务器技术综述	(198)
第二节	Web 架构的新技术	(201)
第三节	Tomcat 服务器的创建与管理	(205)
第四节	IIS 服务器的创建与管理	(212)
第八章	电子商务网站服务器编程技术	(217)
第一节	基于 JSP 的编程技术	(218)
第二节	基于 ASP 的编程技术	(268)
第三节	基于 ASP.NET 的编程技术	(279)



第九章 电子商务网站数据库技术基础	(292)
第一节 数据库概述	(293)
第二节 数据库设计原理	(297)
第三节 结构化查询语言 SQL	(303)
第四节 数据库访问（连接）技术	(312)
第十章 用 Dreamweaver 创建电子商务网站	(328)
第一节 Dreamweaver MX 2004 概述	(329)
第二节 用 Dreamweaver 创建电子商务站点	(336)
 第四篇 电子商务网站管理与运营 	
第十一章 电子商务网站的维护管理	(347)
第一节 电子商务网站的测试	(349)
第二节 电子商务网站的发布	(351)
第三节 电子商务网站的主机方案	(355)
第四节 电子商务网站日常管理	(358)
第五节 电子商务网站性能管理	(368)
第十二章 电子商务网站的运营管理	(372)
第一节 电子商务网站的推广	(373)
第二节 网站客户关系管理	(379)
第三节 网络营销管理	(381)
第四节 网站盈利模式管理	(383)
第十三章 电子商务网站的安全管理	(388)
第一节 电子商务网站面临的安全问题	(389)
第二节 电子商务网站的安全技术	(391)
第三节 电子商务网站安全的技术管理	(401)
第四节 电子商务网站安全的制度管理	(408)
参考文献	(412)

第一篇

电子商务网站建设基础

第一章

电子商务网站概述



本章重点

这一章共分为四节，主要对电子商务网站建设基础知识进行概要性介绍，以便为后续的进一步学习奠定基础。本章重点是：

- 掌握电子商务网站的体系架构
- 了解电子商务网站建设的相关技术



案例导入

当当电子商务网站建设

易观国际研究表明，中国 b2c 电子商务市场 2007 年第 1 季度总体市场规模达到 10.20 亿元人民币，* 当当、卓越、云网位列前三。当当的成功就是利用电子商务网站运营的结果。

当当网由民营的科文公司、美国老虎基金、美国 IDG 集团、卢森堡剑桥集团、亚洲创业投资基金（原名软银中国创业基金）共同投资。1999 年 11 月正式开通，成立 7 年以来，当当网的销售额连年迅猛递增，成为全球最大的中文网上商城，目前面向全世界网上购物人群提供近百万种商品的在线销售，包括图书、音像、家居、化妆品、数码、饰品等数十种精品门类，每天为成千上万的消费者提供安全、方便、快捷的服务，给网上购物者带来极大的方便和实惠。当当网的使命是坚持“更多选择、更多低价”，让越来越多的网上购物顾客享受互联网，全球已有 1 560 万的顾客在当当网上选购过自己喜爱的商品。



当当网提供繁多的商品、优惠的价格、快捷的搜索、灵活的付款方式、迅速的送货服务,通过不断提升各种网络功能,保持并扩大在全球中文书刊、音像以及百货等网上零售业务上的领先地位。

1. 灵敏的反应速度

当当主要是依靠专业快递公司进行配送,与民营快递公司合作。当当目前在全国66个城市与100多家民营快递公司结盟,这些快递公司都有专门的送货员骑着单车送货上门。许许多多单车穿行于大街小巷,为当当的用户们送货,这大大提高了当当的反应效率。

当当提高速度的另外一招是扩建仓储中心。2003年底,老虎基金对当当的融资完成后,当当网分别扩建了其位于北京、上海、广州的仓储中心。目前,其北京的仓储中心面积达1万平米,上海、广州的仓储中心面积达5000平米。

2. 本土化的促销策略

自2005年初开始百货类产品拓展,逐步朝网上综合卖场迈进,半年之内当当网的百货类商品很快从最初的十几种发展为十几个大类,数千种商品;网站流量也一举超越卓越。能实现新业务的快速上路和快速成长,当当网认为自己的竞争优势源自对本土顾客的了解。

来自传统百货的高级人才为当当网带来了丰富的行业经验,并把不少成功的理念引入其百货运营中,这些熟悉百货业采购的人才,极大地促进了当当网百货和其它网站甚至是传统百货渠道的竞争。

3. 一切为了让利客户

当当网一贯遵从的核心价值就是:更低价格。网上商品没有店面租金、销售人员的成本,本身就存在着低价的空间。但对当当来说,当当网自主研发的“智能比价系统”的电子搜索,在发现其它网站的同类商品价格低于当当售价时,将自动按低于对方10%的标准调低价格。由于销售规模的提升,当当网从各大出版商拿货的价格已经与新华书店从出版商拿货的价格十分接近,有的甚至低于新华书店从出版商拿货的价格。

第一节 电子商务网站的概念、构成及特点

随着计算机网络技术和商贸业务的发展,电子商务活动已经渗透到企业、银行、运输、税务等各个行业并涉及到众多的个人用户,所以,电子商务将是未来企业生存的主流方式之一。不具备网上交易能力的企业就意味着放弃了广阔的市场,将无法在未来的市场竞争中占据优势。不论是较低层次的电子商务还是最高层次的电子商务,都需要基



于一个平台，即电子商务平台，而平台的核心就是电子商务网站。本节将对电子商务网站的概念、构成及特点进行讨论。

一、电子商务网站的概念

网站（Website）是在 Internet 上拥有域名或地址并提供一定网络服务的主机，是存储文件的空间，以服务器为载体。人们可以通过浏览器等进行访问、查找文件，也可以通过远程文件传输（FTP）方式上传、下载网站文件。

电子商务网站和一般网站的主要区别是其功能方面，它侧重解决商务活动的电子化。电子商务网站是企业发布商务信息、实现商务管理和在线交易的重要方式，是电子商务系统的“窗口”，也是电子商务系统运转的承担者和表现者。

企业有了网站，可以展示产品、服务，宣传企业形象，促进商贸业务发展，加强与客户和消费者的沟通，实现网上或网下的赢利收益。

二、电子商务网站的构成

电子商务网站由域名（或说网址）、网站软件系统源程序和网站空间三部分构成，如下图 1.1 所示。

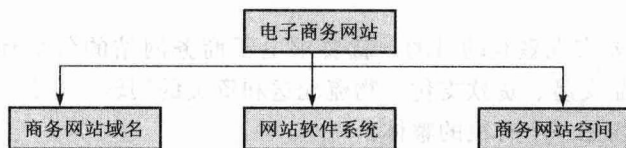


图 1.1 电子商务网站的构成

（一）网站域名

互联网上的服务器都有一个数字化的地址，叫做 IP 地址如 202.96.128.110。域名（或网址）是与网络上的数字型 IP 地址相对应的字符型地址。如“百度”网站的域名形式：www.baidu.com（一级域名），hi.baidu.com/e000（二级/三级域名）。关于网站域名的详细介绍请参见第十一章的内容，这里不再赘述。

（二）网站空间

域名注册只是完成了建立网站的第一步。只有拥有了网站空间，即主机后，由主机供应商提供一个 IP 地址，完成域名解析（将 IP 地址与域名对应起来）和主机的设置后，用我们的域名构成的网址才能被访问到。网站空间由专门的独立服务器或租用的虚拟主机承担。关于网站空间，即主机方案的详细介绍请参见第十一章的内容。



（三）网站软件系统

软件系统是放在网站空间里面的程序文件系统，表现为网站前台和网站后台。

三、电子商务网站的特征与优势

（一）电子商务网站特征

电子商务网站与传统商贸方式相比具有不同的特征。一般而言，电子商务网站具有如下特征。

（1）虚拟性。客户对电子商务网站上的商品只能通过商品的图片、描述来了解其形状、特性、价格和使用方法。因此，对商品的感觉不如在传统的商店里购物那么具体，除非这个商品以前使用过。

（2）商务性。电子商务网站中的“商务”一词就说明了其具有商务性，即做生意的特点。电子商务网站可为买卖双方提供一个交易平台，买卖双方可以不用见面，可以互不认识，也可以相隔千里。网站的拥有者可以通过客户留下的信息进行记录并分类整理，了解客户的需求。

（3）便捷性。便捷的操作是使电子商务有别于传统商务的主要特征之一，它充分利用了因特网的处理优势，克服了传统商务中繁琐的操作过程这一弊端，使得网络交易更为迅速、快捷。

（4）整体性。要实现赢利的目的，就要求电子商务网站的各个环节运转良好，如网页设计制作、商品交易、货款支付、物流配送和资金的周转、交易双方的诚信、有关法律的保证和支持均是一个有机的整体。

（5）可扩展性。为了使电子商务网站正常运作，必须考虑到访问流量的规模，所以系统要考虑到可扩展性，防止系统阻塞。

（6）安全性。在电子商务中，安全性是一个至关重要的核心特征。客户在网上购物将会把安全考虑放在首要地位。非法用户的访问、病毒、黑客的入侵都会给网站带来危害。这就要求网站能提供一种端到端的安全解决方案，如加密机制、签名机制、安全认证、合法注册、存取控制、防火墙、防病毒保护等等，这与传统的商务活动有着很大的不同。

（二）电子商务网站的优势

为什么越来越多的国内外企业和商家踊跃在因特网上建立自己的网站呢？究其原因，是因为利用电子商务网站进行电子商务活动，有着其他方式不可比拟的优势，具体如下。

（1）庞大的用户群。到 2007 年为止，全球因特网用户已超过 12 亿人，并且还在以每月 15% 的速度递增。在欧美国家，网上购物、网上商务操作已相当普遍。



(2) 覆盖面广。至 1997 年底, 因特网已覆盖全球 170 多个国家和地区, 目前除了非洲少数国家及西亚伊斯兰教国家, 因特网已基本上覆盖全球的所有国家和地区。

(3) 传播便捷。只要在因特网上建立了自己的网站, 世界上任何一个角落的人们在计算机前就可以看到你的企业或产品的介绍。从而企业就能将自己的产品或服务信息如此快速、便捷地传播给感兴趣的潜在客户。

(4) 费用低廉。由于网站是全天候开放的, 所以它可以不受时间、气候、地理位置的限制, 1 年 365 天, 一天 24 小时都可以随时被访问。与在传统媒体 (报纸, 电视) 上做广告相比, 上网建站的投入产出比, 远远高于任何传统媒体。

(5) 沟通便捷。无论是与客户还是与公司销售人员的沟通无比方便。通过你的网站, 你可全天候 24 小时地服务你的客户, 与你的客户保持售后联系, 倾听客户意见, 回答客户经常提出的问题。

全国各地的销售人员需要掌握公司总部的最新信息和指令, 而公司总部需要了解全国各分公司的销售进度、销售业绩。通过你的网站, 仅需花费市话费上网, 公司总部和各分公司就能安全、便捷地沟通。

第二节 电子商务网站的分类

网站作为一种信息资源, 是有一定的受众面的。网站运营主体不同, 其所服务的受众也不同。按照网站的运行主体, 即网络内容服务商不同, 大致分为: 政府网站、企业网站、商业网站、教育科研机构网站、个人网站、非盈利性机构网站以及其他类型网站等几类。这里我们主要讨论电子商务网站的分类情况。

电子商务网站以完成电子商务活动为目的, 按照不同的分类标准可以划分为很多种, 如下图 1.2 所示。

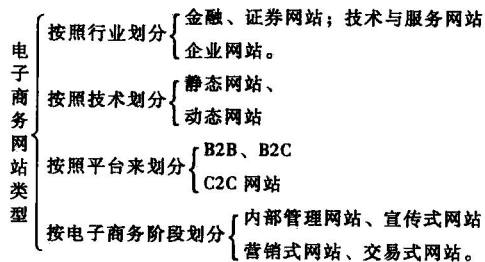


图 1.2 电子商务网站的分类

下面对各类电子商务网站分别予以介绍。