



人力资源和社会保障部职业技能鉴定推荐教材

21世纪 | 规划教材
高等职业教育 | 双证系列

商务网站建设与维护

主编 \ 朱延平 文 科

上海交通大学出版社

人力资源和社会保障部职业技能鉴定推荐教材

21世纪高等职业教育 规划教材
双证系列

商务网站建设与维护

上海交通大学出版社

内 容 提 要

本书根据高等职业教育的教学特点,按照理论以必需、够用为度,突出实践技能培养,本着实用、易懂、易学、易做的原则进行编写,其内容一般由理论知识、基础训练、单元实训三部分组成。本书分商务网站认识篇、商务网站设计实务篇和商务网站运营维护篇,共12章,内容包括商务网站概述、商务网站开发方法、商务网站架构与建站流程、商务网站规划与设计、商务网站用户界面设计、商务网站语言基础、商务网站数据库技术、商务网站程序实现、商务网站测试与发布、商务网站管理与维护、商务网站宣传与推广、商务网站安全与防护等内容。

本书可作为高等职业教育电子商务专业的教材,也可以作为助理电子商务师(国家职业资格三级)的培训教材。

图书在版编目(CIP)数据

商务网站建设与维护/朱延平,文科主编. —上海:上海交通大学出版社,2009

21世纪高等职业教育规划教材双证系列 人力资源和社会保障部职业技能鉴定推荐教材

ISBN978-7-313-05799-0

I. 商... II. ①朱... ②文... III. 电子商务—网站—建设—高等学校:技术学校—教材 IV. F713.36
TP393.409.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 067352 号

商务网站建设与维护

朱延平 文科 主编

上海交通大学出版社出版发行

(上海市番禺路 951 号 邮政编码 200030)

电话:64071208 出版人:韩建民

昆山市亭林印刷有限责任公司 印刷 全国新华书店经销
开本:787mm×960mm 1/16 印张:23.25 字数:437千字

2009年6月第1版 2009年6月第1次印刷

印数:1~3030

ISBN978-7-313-05799-0/F 定价:48.00元

版权所有 侵权必究

21 世纪高等职业教育规划教材 双证系列 编委会电子商务专业委员会

顾 问: 冯拾松 (金华职业技术学院)

主 任: 罗 明 (杭州万向职业技术学院)

成 员: (以下按姓氏笔画为序)

马贵平 (达州职业技术学院)

王自勤 (浙江经济职业技术学院)

王绍军 (济南铁道职业技术学院)

文 科 (江苏联合职业技术学院南京工程分院)

邓 平 (湖南生物机电职业技术学院)

朱延平 (江苏海事职业技术学院)

李国强 (武汉软件职业学院)

张立群 (浙江育英职业技术学院)

张敬伟 (浙江长征职业技术学院)

张 震 (渤海船舶职业学院)

张 波 (湖南涉外经济学院)

范生万 (安徽工商职业学院)

杨子武 (长沙商贸旅游职业技术学院)

胡华江 (金华职业技术学院)

袁江军 (浙江经济职业技术学院)

蒋一清 (无锡工艺职业技术学院)

彭连刚 (长沙航空职业技术学院)

前 言

近年来,随着互联网技术的日趋成熟,电子商务在我国迅速发展,国内企业纷纷建立起自己的网站,以便充分利用计算机网络技术所带来的便捷的信息传输和处理能力,使自己的企业在当今这个信息爆炸的时代立于不败之地。

不言而喻,网站开发是电子商务课程的重要内容之一。但有些人认为电子商务就是建立网站,建立网站就是制作网页,这其实是一种误解。建立企业网站绝不仅仅是制作若干网页,也不仅仅是将网站发布到 Web 服务器就完事,实际上,网站建立包括开发、发布、域名选择、管理、应用、安全控制、效益分析、改进和维护等一系列问题,是一个完整的系统过程。本书就是站在这样一个角度讲解商务网站建设的相关问题,充分地体现了网页设计、网站设计、网络营销等课程的综合性。

本书充分考虑到高职高专学生的学习特点和就业需要,基于“理论够用”的原则,精简知识点,对重点知识力求多配图和例题加以详细介绍。本着实用、易懂、易学、易做的原则进行编写,其内容一般由理论知识、基础训练、单元实训三部分组成。本书包括商务网站认识篇、商务网站设计实务篇、商务网站运营维护篇三大部分,共 12 章,主要介绍了商务网站概述、商务网站开发方法、商务网站架构与建站流程、商务网站规划与设计、商务网站用户界面设计、商务网站语言基础、商务网站数据库技术、商务网站程序实现、商务网站测试与发布、商务网站管理与维护、商务网站宣传与推广、商务网站安全与防护等内容。

本书在章节安排和重要知识点的处理上,充分考虑到教学需求,内容安排松紧适度,重点突出。绝大部分章节都配有精心设计的实例,每章开始设有本章知识点介绍,结束设有本章小结,可帮助读者快速理解和掌握本书的各知识点。另外,本书还为教师和学生提供了配套的教学大纲、教学计划、电子教案、实验指导书、期末试卷等教学资料,可帮助师生更好地掌握网站建设所涉及的知识点及网站建设与维护的相关技能。

本书可作为高职高专院校电子商务、信息管理、计算机应用等专业的教材或参考用书,也可供网站设计爱好者、从事网站建设的技术人员学习与参考。

本书由朱延平、文科担任主编,并负责总体框架设计、大纲编写及全书的统

稿；韩喜君、袁江军担任副主编，杜海顺担任主审。参加编写的有：朱延平(第5章、第6章、第8章)、文科(第1章、第2章、第11章)、成志军(第3章)、袁江军(第4章、第9章)、韩喜君(第7章)、张斌(第10章)、翟宏群(第12章)。

本书在编写过程中，得到了南京科泰公司李鹏先生的大力支持，在此表示衷心的感谢！本书的编写还得到了2008年江苏省教育厅“青蓝工程”以及江苏省高等教育教学改革研究课题(2007-198)的资助；得到了上海交通大学出版社的大力支持和帮助；河南大学杜海顺博士在百忙中对全书进行了审稿；另参阅了大量网站资料和国内外大量图书杂志及文献资料(笔者在本书最后均以参考文献的形式列出)，在此一并致以诚挚的谢意！

本书提供的电子课件及相关教学资料，可到该书配套网站下载 <http://www.21ecbook.cn>；或向编者的邮箱发邮件索取：njzhuyp2003@126.com。

由于电子商务的发展异常迅速，大量的新问题、新技术不断涌现，加之编者学识有限，书中不妥或错误之处，恳请读者批评指正。

编 者

目 录

商务网站认识篇

1 商务网站概述	1
1.1 商务网站的定义和主要功能.....	2
1.2 商务网站的分类及其结构介绍.....	5
1.3 电子商务网站的经典赢利模式.....	10
1.4 成功电子商务网站简介.....	18
本章小结	23
基础训练	23
单元实训 电子商务网站浏览	24
2 商务网站开发方法	25
2.1 结构化方法.....	25
2.2 原型法.....	32
2.3 面向对象方法.....	34
2.4 组合开发方法.....	36
本章小结	37
基础训练	37

商务网站设计实务篇

3 商务网站架构与建站流程	38
3.1 C/S 与 B/S 架构.....	39
3.2 商务网站建站流程.....	41
3.3 常用建站技术.....	43

本章小结	50
基础训练	50
4 商务网站规划与设计	51
4.1 建站目的及原则	52
4.2 域名策略及空间设计	54
4.3 系统功能分析与设计	56
4.4 数据库设计(概念结构设计)	64
4.5 撰写商务网站开发计划书	65
本章小结	70
基础训练	71
单元实训 商务网站需求规划	71
5 商务网站用户界面设计	74
5.1 电子商务网站设计风格	76
5.2 购物引导性网站的 UI 设计	81
5.3 与业务相关的网站设计要点	87
5.4 电子商务网站的网页设计规则	89
5.5 案例: Google 搜索引擎界面设计演变	92
本章小结	97
基础训练	97
单元实训 商务网站界面设计实训	98
6 商务网站语言基础	101
6.1 HTML 基础	101
6.2 CSS 样式表	114
6.3 VBScript 语言	124
6.4 ASP 应用服务器技术基础	136
本章小结	151
基础训练	152
7 商务网站数据库技术	153
7.1 SQL Server 数据库管理	153
7.2 常用 SQL 语言	157
7.3 使用 ActiveX 数据对象访问数据库	171

本章小结	198
基础训练	198
单元实训 数据库访问	198
8 商务网站程序实现	200
8.1 ASP 运行环境配置	200
8.2 案例网站系统功能分析及总体设计	203
8.3 商务网站前台操作功能程序实现	211
8.4 商务网站后台管理功能程序实现	247
本章小结	254
基础训练	254
单元实训 简易论坛实现	255
9 商务网站测试与发布	256
9.1 网站的测试	257
9.2 网站的发布及备案	267
本章小结	271
基础训练	271
单元实训 网站测试与发布	271

商务网站运营维护篇

10 商务网站管理与维护	273
10.1 网站监控与日常维护	274
10.2 后台数据管理与维护	278
10.3 网站内容维护	295
本章小结	297
基础训练	297
单元实训 网站维护	298
11 商务网站宣传与推广	300
11.1 离线推广	302
11.2 在线推广	304
11.3 整合推广	314

11.4 推广效果检测	315
11.5 商务网站宣传与推广案例——南京罗曼庭婚庆	321
本章小结	327
基础训练	327
单元实训 商务网站的宣传与推广技巧	327
12 商务网站安全与防护	329
12.1 电子商务网站的安全性概述	330
12.2 电子商务网站常见的攻击	332
12.3 电子商务网站常用防御方法	347
本章小结	356
基础训练	357
单元实训 电子商务网站安全	357

商务网站认识篇

1 商务网站概述

学习目标

- 重点掌握电子商务网站的定义、功能、分类及其结构等知识;
- 熟悉商务网站的若干经典赢利模式;
- 了解部分成功电子商务网站。

关键概念

电子商务网站 网站赢利模式 网上超市 网上商城



案例介绍 红孩子商务网站

自从马云的阿里巴巴上市以来,电子商务成了一个热门词。成立于2004年6月的红孩子公司,是一个销售母婴用品的电子商务企业,它将目录直销、网络主页和呼叫中心相结合,形成一站式购物通道,同时与供应商、物流、财务结算、订单、客户服务等系统紧密地衔接与配合。截至2007年11月,红孩子已经拥有包括天津、沈阳、上海、杭州、成都、西安在内的16家分公司,全国库房总面积达3万平方米,配送人员达450名,目前是国内仅次于当当和卓越的第三大互联网商城。红孩子的业务模式和发展速度也因此受到众多关注。

“红孩子”的网站(见图1.1)与其他购物网站不同的是,“红孩子”正逐渐把公司的网站建设成为一个大型的网络社区,在社区里不仅有“无缝覆盖”的母婴用品,而且还包括了数量繁多的其他商品,同时还给客户提供了一个交流和体验的平台。在用交流和情感体验黏住老客户的同时,能进一步发掘这些客户的其他消费欲望,而且还能通过口耳相传及网络搜索接连不断地争取到新客户,从而提



图 1.1 红孩子的网站

高客户的持续下单率和新客户的进入率。

目录销售是获取大量用户的一个比较好的手段，而网络社区则是在已经获取了这些用户之后黏住客户，以促进他们持续购买，最终将给公司创造更大的价值。“红孩子”的网络社区已基本做到这一点。目前，网站有效注册用户近 10 万人，这样具有黏性的社区让“红孩子”的订单中 90% 属于老客户，成效非常显著。

网站的巨大流量及一个产品后面的几百条评论也吸引着越来越多厂商开始投放广告，这是网站价值的又一体现。

1.1 商务网站的定义和主要功能

1.1.1 电子商务网站的定义

电子商务(Electronic Commerce, EC)是未来商务交易的主要运营方式，电子商务的实施与运作依赖于电子商务系统，电子商务网站则是电子商务系统工作和运行的主要承担者和表现者，是网上的“虚拟公司”或“虚拟工厂”。构建电子商务网站是通向电子商务的重要一步。

所谓电子商务网站(简称商务网站)是指一个企业、机构或公司在互联网上建立的站点，其目的是为了宣传企业形象，发布新产品信息，提供商业服务等，是

企业开展全球性电子商务的一个平台,可为用户提供网页服务(Web Server)、数据传输服务(FTP Server)、邮件服务(Mail Server)、数据库服务(Database Server)等多种信息服务。它通常以虚拟主机或主机托管的方式进行存放和运作,网站一般拥有固定的域名。

电子商务网站是树立企业形象和实现现代化办公的标志;是企业与用户交流及沟通的窗口;是买方和卖方信息交汇与传递的渠道;是企业或商家展示其产品与服务的舞台;是企业或商家体现其形象和经营战略的载体。它具有对网站进行在线管理的功能,如对产品图片和文字进行编辑、修改、删除、替换,能及时反应公司最新动态和新产品信息;还能收集新老客户资料,进行等级管理,实现对一些保密资料分级浏览。为方便客户在线订购,可以开辟网上咨询订购系统,让客户像在超市一样把所有产品放入购物篮中,进行网站在线订购;也可以开辟商务洽谈室,在线进行洽谈;还可以由公司设置一些主题进行网上调查,或者由访客提交主题开展讨论。

总之,电子商务网站是一个真正符合国际商务惯例,具有国际商务功能的先进的国际电子商务平台,可以展现一个公司全方位的动态信息,树立一个具有国际商务能力的现代化公司形象。

1.1.2 电子商务网站的主要功能

电子商务离不开因特网,也离不开网站,正是由于 Web 技术的飞速发展掀起了电子商务发展的大潮,同时, Web 技术应用得最广泛的领域也正是电子商务。随着网络和信息技术在国际贸易和商业领域的广泛应用,电子商务已成为各国商务发展的大趋势。从系统的观点来看,电子商务是一个庞大的系统,企业是一个系统,同样网站也是一个系统。而电子商务网站的建立是企业能否顺利开展电子商务的前提。网站既是企业电子商务系统的重要组成部分之一,又是企业内部管理信息系统的一部分。网站不仅代表着企业的网上品牌形象,同时也是企业开展网络营销的根据地。网站实现的功能对网络营销的效果有直接影响,网站功能定位不明确、不准确是许多企业网站失效的主要原因。任何企业建立自己的网站对企业的长远发展、企业文化和品牌的建设都有非常重要的意义。企业电子商务网站的主要功能有:

(1) 企业形象宣传功能:企业在电子商务网站中可通过自己的 Web 服务器、网站主页(Home Page)和电子邮件(E-mail)在全球范围内做广告宣传,在 Internet 上宣传企业形象和发布各种商品信息,用户使用网络浏览器可以迅速找到所需的商品信息。与其他各种广告形式相比,在网站上发布广告成本最低廉,而给顾客的

信息量却最为丰富。在宣传效果上,除了网站每天 24 小时开放使其达到较好的宣传效果以外,网络宣传的对象通常为 20~35 岁,是有较高学历、较高收入的人群。这些人现在是社会的中坚,未来一二十年仍将是社会的中坚。

(2) 信息编辑功能:企业在电子商务网站中不仅可以用文字、图片、动画等方式宣传自己的商品,而且可以介绍自己的企业、发布企业新闻、介绍企业领导、公布企业业绩、提供售后服务、举办产品技术介绍等。网站上的信息更新比任何传统媒介都快,通常几分钟就可以更新内容,从而使企业在最短的时间内发布最新的消息。

(3) 咨询洽谈功能:企业在电子商务网站中可借助非实时的电子邮件(E-mail)、新闻组(New Group)和实时的讨论组(Chat)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(Whiteboard Conference)、公告板(Bulletin Board System, BBS)来交流即时的信息。网上咨询和洽谈能超越面对面洽谈的限制,提供多种方便的异地交谈形式。

(4) 商品订购功能:企业在电子商务网站中,可通过 web 服务器电子邮件的交互传送实现用户在网上的订购。企业的网上订购系统,通常是在商品介绍的页面上提供友好的订购提示信息和交互式表格,并通过导航条实现所需功能。当用户填完订购单后,系统回复确认信息单表示订购信息已收悉。电子商务的用户订购信息采用加密的方式,使用户和商家的商业信息不被泄漏。

(5) 网上支付功能:企业电子商务网站中的网上支付是电子商务交易过程中的重要环节。用户和商家之间可采用信用卡、电子钱包、电子支票和电子现金等多种电子支付方式进行网上支付;采用在网上电子支付的方式节省了交易的开销。对于网上支付的安全问题现在已有实用的 SET 协议等来保证信息传输的安全性。电子账户交易的网上支付由银行、信用卡公司及保险公司等金融单位提供电子账户管理等网上操作的金融服务。用户的信用卡号或银行账号是电子账户的标志。电子账户通过用户认证、数字签名、数据加密等技术措施的应用以保证电子账户操作的安全性。

(6) 用户信息管理功能:企业在电子商务网站中通过用户信息管理系统,可以完成对网上交易活动全过程中的人、财、物及本企业内部各方面的协调和管理,实现个性化服务和管理。

(7) 服务传递功能:企业在电子商务网站中通过传递系统,将客户所订购的商品尽快地传递到已订货并付款的用户手中。对于有形的商品,服务传递系统可以对本地和异地的仓库在网络中进行物流调配,并通过快递完成商品的传送;而无形的信息产品如软件、电子读物、信息服务等则立即从电子仓库中将商品在网上直接传递到用户端。

(8) 销售业务管理功能：企业在电子商务网站中通过销售信息管理系统，可以及时地收集、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，为组织内部的企业资源计划(Enterprise Resource Planning, ERP)、客户关系管理(Customer Relationship Management, CRM)、管理信息系统(Management Information System, MIS)等提供信息支持。该功能按照商务模式的不同，包括的内容也是有区别的。例如，公司销售业务管理功能包括订单处理、销售额统计、价格管理、货单管理、库存管理、商品维护管理、用户反馈等；经销商销售业务管理功能应包括订单查询、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。

总之，创建企业商务网站最重要的一点是能比竞争者更好地满足公司目标受众的需求。网站能够娱乐大众(游戏和电子贺卡),建设社区(网上讨论、聊天室和电子邮件讨论组)，提供与顾客的沟通渠道(顾客反馈和客户服务)，提供信息(产品选择和购买、产品推荐、零售商推荐)，在许多其他方面对企业也有帮助。

1.2 商务网站的分类及其结构介绍

1.2.1 电子商务网站的分类

1.2.1.1 按照商务目的和业务功能分类

按照商务目的和业务功能，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：这种类型的商务网站建立的目的是，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。基本型商务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，性价比高，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，外包给专门公司来搭建比自己建设还要便宜。

(2) 宣传型商务网站：这种类型的商务网站建立的目的是，通过网站宣传产品和服务项目，发布企业的动态信息，提升企业的形象，扩大品牌影响，拓展海内外市场。宣传型网站适用于各类企业，特别是已有外贸业务或意欲开拓外贸业务的企业。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伸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增加应用系统模块，升级为客户服务型或完全电子商务运作型网站。

(3) 客户服务型商务网站：这种类型的商务网站建立的目的是，宣传公司形象与产品，达到与客户实时沟通以及为产品或服务提供技术支持的效果，从而降低成本、提高工作效果，适用于各类企业。其特点是：以企业宣传和客户服务为主要功能。可以将网站构建在具有很高知名度和很强伸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：这种类型的商务网站建立的目的是，通过网站宣传公司整体形象，推广产品及服务，并着力实现网上客户服务和产品在线销售，从而直接为企业创造效益，提高企业的竞争力，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，并突出公司形象宣传、客户服务和电子商务功能。

1.2.1.2 按照构建网站的主体分类

按照构建网站的主体，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、政府电子商务网站和服务机构电子商务网站。

(1) 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，旨在为行业内的企业和部门进行电子化贸易提供信息发布、商品交易、客户交流等活动平台。

(2) 企业电子商务网站：是指以企业为构建主体，旨在为企业的产品和服务提供商务平台(有不同的层次)。

(3) 政府电子商务网站：是指以政府机构为构建主体，为政府面向企业和个人的税收、公共服务等提供网络化交互平台。该类型的电子商务网站在国际化商务交流中发挥着重要作用，为政府的公共服务提供了网络化交流的平台。

(4) 服务机构电子商务网站：是指以服务机构为构建主体，包括商业服务机构、金融服务机构、邮政服务机构、家政服务机构、娱乐服务机构等的电子商务网站。

1.2.1.3 按照站点拥有者的职能分类

按照站点拥有者的职能，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。

(1) 生产型商务网站：这类商务网站是由生产产品和提供服务的企业来创建，旨在推广、宣传其产品和服务，实现在线采购、在线产品销售和在线技术支持等

商务功能。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,浏览者如果对产品比较满意,可直接在页面上下订单,然后汇款或企业付款,完成整个销售过程。这种商务网站页面比较实用,主要特点是信息量大,并提供大额订单。生产型企业要在网上实现在线销售,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战略,设计相应的电子商务应用系统架构。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:这种类型的商务网站是由流通企业建立,旨在宣传和推广其销售的产品与服务,使顾客更好地了解产品的性能和用途,促使顾客进行在线购买。这种商务网站着重于对产品和服务的全面介绍,较好地展示产品的外观与功能,网站的页面制作都十分精美,动感十足,很容易吸引浏览者。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,在做好充分的研究、分析及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、便利的操作流程和友好的交流平台。

1.2.1.4 按照产品线宽度和深度分类

这种电子商务网站的划分方法主要是针对 B2B(Business to Business)电子商务模式,可以将 B2B 商务模式的网站划分为水平型网站、垂直型网站、专门型网站和公司网站四种类型。

(1) 水平型电子商务网站:这类商务网站能提供某一类产品的网上经营,聚集了大量产品,类似于网上购物中心,旨在为用户提供产品线宽、可比性强的商务服务。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接受的价格水平的商品,而且很容易实现“货比三家”;其不足是在产品线深度和产品配套性方面的欠缺,处于中间商的位置,在产品价格方面处于不利地位。

(2) 垂直型电子商务网站:这类商务网站提供某一类产品及其相关产品(互补产品)的一系列服务(产品列举、网上销售等),例如销售汽车、汽车零配件、汽车装饰品、汽车保险等产品的商务网站,从而为顾客提供一步到位的服务。这类网站较为复杂,实施难度较大。

(3) 专门型电子商务网站:这类商务网站能提供某类产品的最优服务(Best-in-Breed),类似于专卖店,通常提供品牌知名度高、品质优良、价格合理的产品的销售。除直接面对消费者外,该类网站也面对许多垂直型和水平型网站的供应商。

(4) 公司电子商务网站:这类商务网站是指以本公司产品或服务为主的网站,相当于公司的“网上店面”,以销售本公司产品或服务为主。其致命的缺点在于可