

网站策划师 成长之路

——网站策划与设计实战

刘志 佟晓 许银龙 编著

网站策划必备手册，网站策划深度解析

网站整体策划 网站风格策划 网站前台策划 网站后台策划 网站策划综合案例

新手建站入门书籍，建站流程详细指导

如何选择域名 购买合适的空间 利用CMS快速建站 快速上传网站 网站的测试与维护

成功网站深度揭秘，实用技巧全面分享



机械工业出版社
China Machine Press

网络光芒 系列丛书

网站策划师 成长之路

——网站策划与设计实战

刘志 佟晓 许银龙 编著



机械工业出版社
China Machine Press

本书将网站策划、网站建设的具体步骤、网站建设的实际案例相结合,帮助网站建设过程中各个环节的人员系统地把握网站建设的整体流程,从而更好地协作,合理有效地开发出高质量的网站。

本书首先介绍网站的整体策划的作用和意义,然后结合网站实际开发的流程介绍网站策划的实施过程,使读者初步形成网站建设的大致轮廓,接着对网站建设各环节进行细化,较为详细地介绍网站的设计、制作、发布、推广、维护的具体内容,结合实际案例,最终帮助读者了解和掌握网站建设的整体策划、实施流程。

本书不仅适合作为网站策划初学者以及网站策划和设计人员的入门读物和自学用书,也适合作为资深技术人员的辅导用书或工具书。

封底无防伪标均为盗版

版权所有,侵权必究

本书法律顾问 北京市展达律师事务所

图书在版编目(CIP)数据

网站策划师成长之路:网站策划与设计实战 / 刘志, 佟晓, 许银龙编著. —北京:机械工业出版社, 2011.6

(网络光芒系列丛书)

ISBN 978-7-111-34867-2

I. 网… II. ①刘… ②佟… ③许… III. 网站—设计 IV. TP393.092

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第095652号

机械工业出版社(北京市西城区百万庄大街22号 邮政编码 100037)

责任编辑:陈佳媛

北京瑞德印刷有限公司印刷

2011年6月第1版第1次印刷

170mm×242mm·16.75印张

标准书号:ISBN 978-7-111-34867-2

定价:39.00元

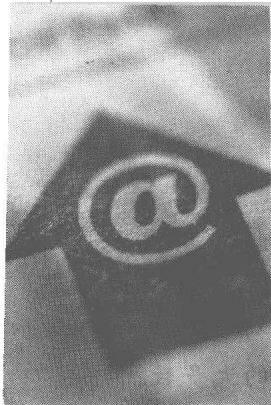
凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

客服热线:(010) 88378991, 88361066

购书热线:(010) 68326294, 88379649, 68995259

投稿热线:(010) 88379604

读者信箱:hzjsj@hzbook.com



◎ 前言

互联网是现实生活中不可缺少的元素。网站作为互联网上最主要的应用，以一种崭新的方式和途径实现了信息的传播和人与人之间的交流。因此，网站建设不论对于企业还是个人都具有非常重要的意义。

网站策划是指应用科学的思维方法，进行情报收集与分析，对网站设计、建设、推广和运营等各方面问题进行整体策划，并提供完善解决方案的过程。

辉煌的前景

真正处于领军性地位的网站平台绝大多数具有一个特点——网站策划思路清晰合理，界面友好，网站营销作用强。可以说，专业的网站策划是未来网站成功的重要条件。

专业网站策划人才的就业前景非常广阔。中国专业的网站策划公司超过一万家，从事自主网站经营的企业在十万家以上，各类企业的信息部门也急需专业的网站策划人员，有关数据显示，有65%的企业急需聘用网站策划人员，有90%的企业招不到合适人选。

网站策划应该具备哪些知识

网站策划是一项比较专业的工作，包括了解客户需求、客户评估、网站功能设计、网站结构规划、页面设计、内容编辑，撰写“网站功能需求分析报告”，提供网站系统硬件、软件配置方案，整理相关技术资料 and 文字资料。

要求网站策划从业者具有广泛的知识面，具备市场和销售意识，具备人体工程学的意识，具备较强的沟通能力和文字表达能力，熟悉商业情报收集和信息分析的方法，熟悉网站规划，掌握基本的建站方法，了解网站硬件环境配置，熟悉网络广告投放和搜索引擎优化等。

为什么要写这本书

目前，关于网站开发的技术书籍很多，但是有关网站策划的构思与实战相结合的书却很少。从技术人员的角度来说，市面上的大多数技术书籍的确能够帮助网站建设人员解决实际开发中的各种技术问题，提供实质的可操作性指导，然而站在网站整体策划人员的角度来看，这些书籍只是单一地介绍了网站制作过程中的某个具体环节，而对网站的设计、制作、发布、推广、维护的宏观流程缺乏系统的介绍。因此，一本将网站建设的各个环节与具体实例相结合的书不仅能够帮助初学者和资深技术人员迅速地把握网站建设整体流程，而且可以作为网站整体策划人员的策划依据和手册，同时还可以拓宽企业高层管理人员的知识面。

本书特点

- 本书从网站整体建设出发，详细介绍了网站的设计、制作、发布、推广和维护。
- 本书以实例为线索和支撑，详细介绍了网站建设的各个环节。
- 本书提供了一个完整案例，详细介绍了网站从策划到实施的全部过程。
- 本书的读者群相当广泛，适合网站建设各环节的人员阅读。

致谢

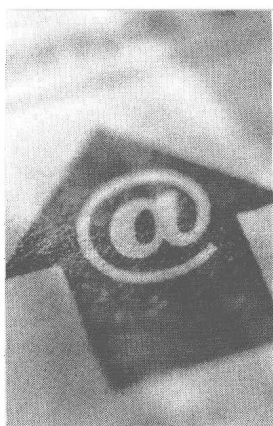
感谢本书顾问门春杰、王春风、杜建春、叶小兵、门春姣、李广鹏、刘超、李明剑、张勇、史艳艳、王钊、魏强、王钦平、李庆超、杜卫锋，他们的指点和教诲确保了本书的权威性和严谨性。

本书配有答疑网站<http://www.book95.com>，读者可以到网站查阅相关的资料，也欢迎读者加入我们的QQ答疑群（109527004）。

编 者

2011年5月





◎ 目 录

前言

第1章 网站的赢利模式与策划 1

- 1.1 模式决定收益——网站的主要赢利模式 1
 - 1.1.1 网站赢利模式的分类 1
 - 1.1.2 网站赢利模式的常用手段 2
- 1.2 网站赢利模式面面观——网站模式策划实例分析 6
 - 1.2.1 51社区的赢利模式 6
 - 1.2.2 百度的赢利模式 8
 - 1.2.3 人人网和开心网的赢利模式 8
 - 1.2.4 携程网的赢利模式 12
 - 1.2.5 婚恋网站的赢利模式 13
 - 1.2.6 盛大网络游戏的赢利模式 14
 - 1.2.7 百万格子网站创造的赢利奇迹 16

第2章 怎样选择赢利模式 18

- 2.1 找准网站自身的位置 18
- 2.2 如何确定网站的赢利模式 19
 - 2.2.1 用户定位 19
 - 2.2.2 网站功能定位 19
 - 2.2.3 模式的可行性 20
- 2.3 如何使网站赢利最大化 20

- 2.3.1 以专业知识和特色赢利 20
- 2.3.2 通过网站内容收费 21
- 2.3.3 依靠提供服务赢利 21

第3章 网站的整体策划 23

- 3.1 网站的需求分析及其定位 23
 - 3.1.1 网站需求分析过程 23
 - 3.1.2 网站市场定位 25
- 3.2 网站策划的必要性及其原则 26
 - 3.2.1 网站策划的必要性 26
 - 3.2.2 网站策划原则 27
- 3.3 如何进行网站策划 30
 - 3.3.1 建设网站前的市场分析 30
 - 3.3.2 建设网站的目的及功能定位 31
 - 3.3.3 网站技术解决方案 31
 - 3.3.4 网站内容及实现方式 31
 - 3.3.5 网页设计 32
 - 3.3.6 网站维护 32
 - 3.3.7 网站测试 32
 - 3.3.8 网站发布与推广 33
- 3.4 网站制作的基本流程 33
 - 3.4.1 确定网站主题 33
 - 3.4.2 网站整体规划 34
 - 3.4.3 收集资料与素材 37
 - 3.4.4 设计网页图片 38
 - 3.4.5 制作网页 40
 - 3.4.6 开发动态网站模块 40



- 3.4.7 测试与发布网站 40
- 3.4.8 后期更新与维护网站 41
- 3.4.9 宣传与推广网站 42
- 3.5 网站策划书实例 43
 - 3.5.1 项目目标 43
 - 3.5.2 网站设计原则 44
 - 3.5.3 网站结构 44
 - 3.5.4 网站报价 44
 - 3.5.5 网站建设进度及实施过程 45
 - 3.5.6 网站信息发布 45
 - 3.5.7 技术维护 46

第4章 网站的风格策划及信息组织 47

- 4.1 网站的风格策划 47
 - 4.1.1 网站的风格定位 47
 - 4.1.2 网站风格策划的原则 50
- 4.2 网站信息的组织 51
- 4.3 网站框架的构建 52
 - 4.3.1 使用表格构建网页 53
 - 4.3.2 使用框架构建网页 56
 - 4.3.3 使用AP元素构建网页 57
 - 4.3.4 使用Spry构建网页 59
 - 4.3.5 使用模板构建网页 62
- 4.4 框架设计实例 64

第5章 网站前台策划与设计 67

- 5.1 网站前台的布局设计 67



5.1.1	版面分辨率的设置	68
5.1.2	常见的网页结构类型	68
5.2	网页布局方法	70
5.2.1	布局应该遵循的原则	70
5.2.2	页面布局步骤	73
5.3	网页的色彩搭配	74
5.3.1	网页色彩的冷暖设计	74
5.3.2	网页安全色	76
5.3.3	网页的配色规则及技巧	77
5.4	页面的基本构成	80
5.5	网站前台设计所使用的工具	82
5.5.1	Dreamweaver软件介绍	82
5.5.2	Photoshop软件介绍	83
5.5.3	Flash软件介绍	83
5.5.4	网站配色辅助软件介绍	84
5.6	网页文字的设置	86
5.6.1	字体	86
5.6.2	行距和段落	90
5.7	网页图片的使用	93
5.7.1	网页图片设置规则	93
5.7.2	页面图像处理技巧	95
5.8	使用Photoshop设计网页	97
5.8.1	使用Photoshop设计网页基本步骤	97
5.8.2	使用Photoshop设计网页常用技巧	102
5.9	使用CSS+DIV样式布局网页	106
5.9.1	认识并创建CSS样式表	106
5.9.2	设置并应用CSS样式表	109



5.9.3 使用CSS样式表美化网页 110

第6章 网站后台技术的策划 114

6.1 网站开发技术的选择 114

6.1.1 主流网站开发技术介绍 114

6.1.2 主流网站开发技术的对比 118

6.1.3 综合考虑选择合适的开发语言 120

6.2 数据库的选择 120

6.2.1 主流网络数据库 121

6.2.2 结合需求选择合适的数据库 123

6.3 操作系统和Web服务器的选择 123

6.3.1 网络操作系统介绍 123

6.3.2 网络操作系统比较 124

6.3.3 Web服务器介绍 124

6.3.4 主流Web服务器比较 126

6.3.5 为网站选择合适的运行环境 127

6.4 网站开发技术的新趋势 128

6.4.1 从PC转到移动设备 128

6.4.2 HTML 5将成为新一代Web标准 128

6.4.3 JavaScript的发展 129

6.4.4 SaaS（软件即服务） 129

6.4.5 云计算 129

第7章 网站策划综合实例 131

7.1 网站策划书的编写 131

7.1.1 网站项目目标 131

7.1.2 网站设计原则 132



- 7.1.3 网站结构 133
- 7.1.4 网站报价 133
- 7.1.5 网站建设进度及实施过程 134
- 7.1.6 网站信息发布 135
- 7.1.7 网站技术维护 135
- 7.2 网站开发实例——在线图书网的网站开发 136
 - 7.2.1 网站系统总体设计 136
 - 7.2.2 网站数据库设计 139
 - 7.2.3 网站的界面设计 142
 - 7.2.4 网站的前台静态页面制作 143
 - 7.2.5 网站的后台程序开发 146
 - 7.2.6 网站的整体实现 150

第8章 网站的测试 152

- 8.1 本地测试站点 152
- 8.2 ASP.NET本地站点测试 152
 - 8.2.1 安装IIS 153
 - 8.2.2 开始ASP.NET本地站点测试 154
- 8.3 PHP本地站点测试 156
 - 8.3.1 安装phpStudy 157
 - 8.3.2 开始PHP本地站点测试 159
- 8.4 JSP本地站点测试 161
 - 8.4.1 安装Java Development Kit 161
 - 8.4.2 安装Apache Tomcat 162
 - 8.4.3 开始JSP本地站点测试 164



第9章 申请网站域名、空间和发布 166

- 9.1 域名的选择 166
 - 9.1.1 域名的种类 166
 - 9.1.2 选择域名 167
- 9.2 域名的申请 168
- 9.3 管理域名 171
- 9.4 选择和注册网站空间 173
 - 9.4.1 什么是网站空间 173
 - 9.4.2 网站空间的种类 173
 - 9.4.3 选择网站空间 174
 - 9.4.4 申请网站空间 175
 - 9.4.5 管理网站空间 177
- 9.5 网站的上传 179
 - 9.5.1 通过浏览器上传网站 179
 - 9.5.2 使用CuteFTP软件上传网站 181
 - 9.5.3 使用FlashFXP软件上传网站 184
 - 9.5.4 使用LeapFTP软件上传网站 186
 - 9.5.5 使用FileZilla软件上传网站 188
- 9.6 网站的发布 190

第10章 网站的评价与后期维护 192

- 10.1 网站的使用情况 192
 - 10.1.1 网站的搜索排名 192
 - 10.1.2 网站的流量统计与分析 193
 - 10.1.3 网站浏览者的反馈信息 196
- 10.2 网站内容的更新与维护 196



- 10.3 网站安全防范 197
 - 10.3.1 Web攻击的主要手段 197
 - 10.3.2 数据库的安全防范 198
 - 10.3.3 网站的备份 201

第11章 使用内容管理系统建立网站 202

- 11.1 内容管理系统介绍 202
 - 11.1.1 CMS简介 202
 - 11.1.2 CMS功能 203
- 11.2 内容管理型CMS之DedeCMS 204
 - 11.2.1 DedeCMS介绍 204
 - 11.2.2 DedeCMS安装和配置 204
 - 11.2.3 DedeCMS后期维护和更新 207
- 11.3 论坛管理型CMS之phpwind 209
 - 11.3.1 phpwind介绍 209
 - 11.3.2 phpwind安装和配置 210
 - 11.3.3 phpwind后期维护和更新 212
- 11.4 博客管理型CMS之WordPress 214
 - 11.4.1 WordPress介绍 215
 - 11.4.2 WordPress安装和配置 215
 - 11.4.3 WordPress后期维护和更新 218
- 11.5 Wiki管理型CMS之MediaWiki 219
 - 11.5.1 MediaWiki介绍 220
 - 11.5.2 MediaWiki安装和配置 220
 - 11.5.3 MediaWiki后期维护和更新 221



第12章 网站的推广工作 225

12.1 认识网站推广 225

12.1.1 什么是网站推广 225

12.1.2 网站推广的方案 226

12.2 网站推广方法 230

12.3 网站推广常用技巧 232

12.3.1 不同推广方法的具体步骤 233

12.3.2 推广技巧 234

12.4 搜索引擎推广和网站链接推广 235

12.4.1 搜索引擎推广的原理 235

12.4.2 开源目录推广方法 236

12.4.3 网站链接推广 239

12.5 网站推广实例——淘宝店铺推广策略与技巧 240

12.5.1 合理把握宝贝上架时间 241

12.5.2 合理运用橱窗推荐功能 242

12.5.3 合理运用搜索引擎进行推广 242

12.5.4 论坛、贴吧推广 243

12.5.5 积极进行友情链接 243

12.5.6 积极参加站内的各项活动 244

12.5.7 邮件群发 245

12.5.8 利用促销推广 245

12.5.9 巧用QQ、旺旺等交流工具 246

12.5.10 积极响应和发起团购 247

12.5.11 加入保障 248

12.5.12 加入淘宝商城 249

12.5.13 网络广告 249



网站的赢利模式与策划

做网站的最终目的是什么？除了理想、爱好和工作需要，还有一个重要的目标就是赢利。赢利模式决定着网站的生死，决定着网站财富价值的等级，决定着网站核心竞争力的高低。要做一个有强大生命力的网站，就必须有能够让网站在巨大竞争中立于不败之地的赢利模式。

内容导航

- 网站的主要赢利模式
- 网站模式策划实例分析
- 怎样选择赢利模式

1.1 模式决定收益——网站的主要赢利模式

赢利模式诞生于需求，但是并不止步于需求。在互联网上，用户的某些需求是可以免费获得的，比如邮箱、网络新闻、即时通信和搜索等服务，但如果只有免费服务，网站的赢利市场就难以诞生。

在互联网的发展过程中，往往基础服务是免费的，如看新闻、使用即时通信聊天、使用电子邮箱、搜索信息等。网站必须在基础服务免费的前提下，产生一些增值服务的收费方式。比如，百度通过提供基本的免费搜索服务网聚了较高的人气，其左侧的广告也就具有了商业价值。

网站拥有优良的赢利模式是非常重要的，这决定了网站的现实收入和运营前景。本节将重点介绍网站的各种赢利模式。

1.1.1 网站赢利模式的分类

目前网站赢利模式可以分为3大类，分别是信息模式、线下模式和拓展模式。接下来，我们将对这3种主要模式做简单介绍。

1. 信息模式

信息模式是指通过提供各种信息服务达到赢利的目的，它还可以细分为两类。

- 第一种是新浪模式，即通过为网民提供各种信息，诸如新闻资讯、免费邮箱等服务，吸引大量网民访问（其页面就如同一块放在闹市中的广告牌一样），从而使其页面具有较高的商业价值。
- 第二种是信息网站模式，即网民发布信息，为大家建立一个沟通的信息平台，也就是搭起了一座桥梁。它的价值就在于降低了传统模式沟通的成本。目前绝大多数网站的收益来自该模式。这种模式建立在拥有大量的用户群体、大量的访问者的基础之上。

2. 线下模式

线下模式更多的是利用线下的运作来赚钱。举例来说，很多交友网站本身的许多功能是很少赚钱的，但是这些交友网站常常举办线下活动，诸如聚会、舞会等，收取门票等费用。携程、亿龙等网站也是这种模式，它们的主要收入来自于线下机票和酒店预订、旅游等收入，网站对于它们来说，只不过是展示柜台而已。这种模式的特点就是：赢利点是通过线下交易或者活动达成的。

3. 拓展模式

拓展模式目前很少，这种模式主要表现在延伸互联网的应用，诸如网上支付服务就是这种模式。这种模式的特点就是既不靠信息模式来赢利，同时也不靠线下模式来赢利。

1.1.2 网站赢利模式的常用手段

下面我们介绍一些网站最常用的赢利手段。

1. 广告

广告是大部分网站赢利的主要渠道。广告商通常会寻找跟自己产品风格、受众有共同点的网站进行广告发放。吸引广告商有两大法宝，具体如下。

(1) 有绝活，能吸引大量流量

像百度这样的著名搜索引擎，已经变成大部分人上网的入口，是找信息必去的地方。纽约时报的网站上有大量精彩内容，而且用户群很大。这些网站都有自己独特的地方，能吸引大量廉价流量。

(2) 能够吸引高度准确的有商业价值的流量

网站主题越宽泛，越娱乐化，广告价格就越低。如果你的网站流量都

是有某种爱好的特定人群，并且有消费力，广告商会愿意付更高的价钱。

最后我们需要知道的是，与广告商直接交易是最划算的，但是小而娱乐化的网站很难被广告商看上，所以又要回到以上两点，要么流量大，要么用户群定位精准。

2. 收费项目

开发一些收费的服务项目，是大多数网站除了广告以外的另一个主要赢利模式。网站的收费项目名目众多，主要有以下几种。

(1) 付费游戏

除了国内最著名的专业游戏公司（如盛大）外，搜狐、网易和新浪等主要的门户网站均推出了自己的网游系列产品，网络游戏收入已成为这些网络公司收入的重要来源之一。国内最大的搜索引擎网站百度就开发了弹弹堂、武侠风云和商业大亨等网络游戏，吸引了众多网友的眼球，在搜索服务以外又开辟了一片天地。如图1-1所示。



图1-1 百度开发的弹弹堂游戏

百度游戏创造的赢利模式，关注的是网络游戏玩家人群和网络游戏运营商，如果该产品和赢利模式得到市场认可，百度很有可能将该模式衍生到其他领域，如旅游出行领域。

(2) 服务功能收费

此类收费适用于门户网站和专业咨询类网站，主要收费领域为：电子邮件、主页空间、租赁服务、内容定制、专业咨询和网上业务。

(3) 移动增值业务

移动增值业务主要包括图铃下载、短信服务等。各大门户网站、娱乐网站以及专门为短信提供内容服务的ISP是这类业务的主要获利者。中国移动也在其网站上开辟了一个专供手机付费下载图铃的区域，这种快捷且内容丰富的模式给移动带来了大量的收入，如图1-2所示。

(4) 信息内容收费

这种收费方式主要有3种类型：

- 向其他网站或媒体销售新闻和信息内容。
- 付费浏览网站。
- 付费查询数据库。

