

卓越系列



国家示范性高等职业院校重点建设专业教材 (计算机类)

电子商务网站规划开发 实训教程

主 编 张 昕 史建政



天津大学出版社
TIANJIN UNIVERSITY PRESS

卓越系列·国家示范性高等职业院校重点建设专业教材(计算机类)

电子商务网站规划开发 实训教程

主 编 张 昕 史建政

 天津大学出版社
TIANJIN UNIVERSITY PRESS

内 容 简 介

本书以知识“必须、够用”,技术“实用、实效”为原则,从职业岗位分析入手组织教学内容,在基础知识中融入基本技能,突出技能训练,循序渐进地完成电子商务网站的规划开发。本书从 Alibaba 电子商务网站赏析开始,介绍了商务网站的规划设计、商务网站建设平台、静态页面的实现、ASP 编程技术、网站后台数据库的设计、网上书店系统开发、商务网站发布与项目评价和商务网站安全与管理等内容。

本书融入作者多年教学实践经验及体会,内容讲解深入浅出,相关知识层次清晰,体现出模块化处理的特点。本书从典型电子商务网站的赏析入手,详细剖析了使用 ASP 技术开发 Web 网站和编写 Web 应用程序的基本理论、方法和过程,强调专业知识与工程实践相结合,注重专业技术与实践技能的培养。

本书可作为高职高专院校计算机和电子商务及相关专业的教材,也可作为相关领域的工程技术人员学习和应用的参考书。

图书在版编目(CIP)数据

电子商务网站规划开发实训教程/张昕,史建政主编.

—天津:天津大学出版社,2010.1

(卓越系列)

国家示范性高等职业院校重点建设专业教材. 计算机类

ISBN 978-7-5618-3159-5

I. 电… II. ①张…②史… III. 电子商务—网站—高等学校:技术学校—教材 IV. F713.36 TP393.092

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 152319 号

出版发行 天津大学出版社

出 版 人 杨欢

地 址 天津市卫津路 92 号天津大学内(邮编:300072)

电 话 发行部:022-27403647 邮购部:022-27402742

网 址 www.tjup.com

印 刷 廊坊市长虹印刷有限公司

经 销 全国各地新华书店

开 本 169mm × 239mm

印 张 21.5

字 数 459 千

版 次 2010 年 1 月第 1 版

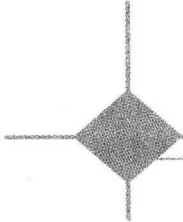
印 次 2010 年 1 月第 1 次

印 数 1—3 000

定 价 40.00 元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页等质量问题,烦请向我社发行部门联系调换

版权所有 侵权必究



总序

“卓越系列·国家示范性高等职业院校重点建设专业教材(计算机类)”(以下简称“卓越系列教材”)是为适应我国当前的高等职业教育发展形势,配合国家示范性高等职业院校建设计划,以国家首批示范性高等职业院校建设单位之一——天津职业大学为载体而开发的一批与专业人才培养方案捆绑、体现工学结合思想的教材。

为更好地做好“卓越系列教材”的策划、编写等工作,由天津职业大学电子信息工程学院院长丁桂芝教授牵头,专门成立了由高职高专院校的教师和企业、研究院所、行业协会、培训机构的专家共同组成的教材编审委员会。教材编审委员会的核心组成员为丁桂芝、邱钦伦、杨欢、徐孝凯、安志远、高文胜、李韵琴。核心组成员经过反复学习、深刻领会教育部《关于全面提高高等职业教育教学质量的若干意见》(教高[2006]16号)及教育部、财政部《关于实施国家示范性高等职业院校建设计划 加快高等职业教育改革与发展的意见》(教高[2006]14号),就“卓越系列教材”的编写目的、编写思想、编写风格、体系构建方式等方面达成了如下共识。

1. 核心组成员发挥各自优势,物色、推荐“卓越系列教材”编审委员会成员和教材主编,组成工学结合作者团队。作者团队首先要学习、领会教高[2006]16号文件和教高[2006]14号文件精神,转变教育观念,树立高等职业教育必须走工学结合之路的思想。校企合作,共同开发适合国家示范性高等职业院校建设计划的教学资源。

2. “卓越系列教材”与国家示范校专业建设方案捆绑,力争成为专业教学标准体系和课程标准体系的载体。

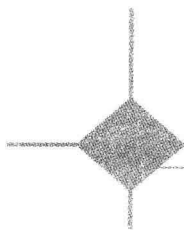
3. 教材风格按照课程性质分为理论+实验课程教材、职业训练课程教材、顶岗实习课程教材、有技术标准课程教材和课证融合课程教材等类型,不同类型教材反映了对学生不同的培养要求。

4. 教材内容融入成熟的技术标准,既兼顾学生取得相应的职业资格认证,又体现对学生职业素质的培养。

追求卓越是本系列教材的奋斗目标,为我国高等职业教育发展勇于实践、大胆创新是“卓越系列教材”编审委员会努力的方向。在国家教育方针、政策引导下,在各位编审委员会成员和作者团队的协同工作下,在天津大学出版社的大力支持下,向社会奉献一套“示范性”的高质量教材,不仅是我们的美好愿望,也必须变成我们工作的实际行动。通过此举,衷心希望能够为我国职业教育的发展贡献自己的微薄力量。

借“卓越系列教材”出版之际,向长期以来给予“卓越系列教材”编审委员会全体成员帮助、鼓励、支持的前辈、专家、学者、业界朋友以及幕后支持的家人们表示衷心感谢!

“卓越系列教材”编审委员会
2008年1月于天津



前言

规划开发一个电子商务网站需要具备很多知识,例如 HTML、CSS、ASP、SQL Server 以及网站发布和网站安全等方面的知识。为了让读者充分了解电子商务网站的开发技术和 Windows 平台上的 ASP 开发技巧,编者根据自身对网站开发的学习和实践体会及多年的教学经验,将电子商务网站规划和开发的相关技术和操作过程进行总结、归纳和提高,完成了本书的编写工作。

全书共分为 9 章。第 1 章从典型电子商务网站的赏析入手,使读者增强对商务网站的直观感性认识,提高鉴赏能力,同时掌握电子商务网站建设的基本概念、主要流程及相关知识;第 2 章对网上书店系统分析的步骤和内容作了详细的阐述,并且从网上书店系统调研、可行性分析、内容和功能的设计、系统的整体规划等方面分别进行了详细的说明,使读者了解网上书店网站规划的整个过程;第 3 章着重讲解了网站建设硬件平台各个层面和软件平台各部分的相关知识,并介绍了常用的 Windows 网络服务的配置方法,为后面学习 Web 编程技术奠定基础;第 4 章介绍制作静态网页的 HTML 语言和 CSS 技术,是学习制作静态网页的基础;第 5 章最大的特点在于对 ASP 中的每个知识点都精心安排了实例,通过对实例的学习,读者会对所学知识有更深刻的理解,并能更全面地掌握 ASP 开发 Web 动态网站的思路、技巧和体系;第 6 章重点讲述数据库的基本知识以及在 ASP 中如何使用数据库;第 7 章通过网上书店系统实例来讲解 ASP 程序的开发流程和方法,是对前面章节的一个综合运用,通过本章的学习读者将会全面了解 ASP 程序的开发过程;第 8 章主要对网站建设后期的发布、测试、推广、评价和维护作了详细的讲解,以便让读者把握网站后期建设的关键,充分发挥网站的作用,更好地服务企业和社会;第 9 章主要围绕网上书店系统的安全来介绍商务网站安全规划和设计、管理方法,以及在规划系统安全时应注意的问题。

本教材面向高职高专学生,注重应用型人才专业技能和实用技术的培养,紧密结合当前计算机技术的发展,以传播基础知识和培养应用能力为目标,以“专业务实,学以致用”为理念,为高职高专层次的计算机专业教学提供良好的服务。

为了帮助任课老师更好地备课,按照计划顺利完成教学任务,将为选用本教材的授课老师免费提供一套包括电子教案、教学课件、书中全部源代码、教学大纲、教学计划在内的完整的教学解决方案,从而为读者提供全方位的、细致周到的教学资源增值服务。(索取教师专用版光盘的联系电话:022 - 85977234;电子信箱:zhaohong-

zhi1958@126.com)

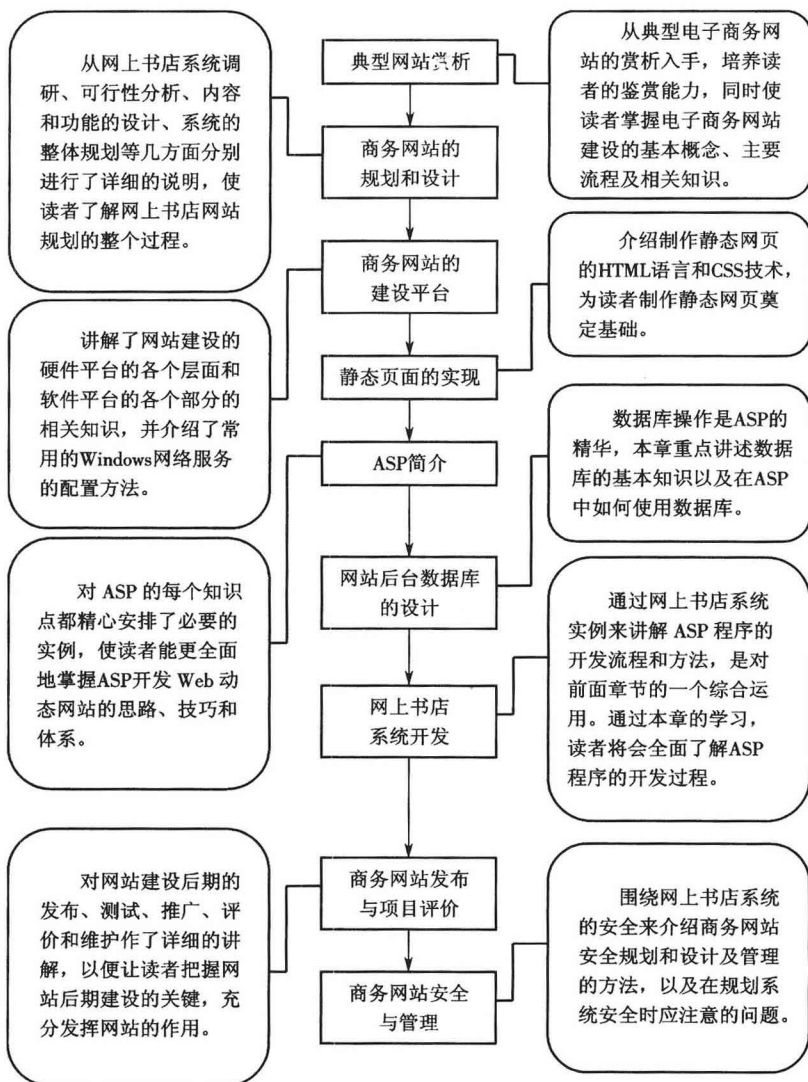
本书由张昕、史建政主编,黄丙根、邵长文副主编。内容编写分工如下:柴丽红负责编写第1章;赵林莉编写第2章;邱伟编写第3章;邵长文编写第4章;吴欣明编写第5章;史建政编写第6章;黄丙根编写第7章;孙景祥编写第8章;白树成编写第9章。全书由张昕、史建政负责组织与统稿。

由于水平有限,书中难免出现一些错误和不妥之处,敬请读者批评指正。

编 者

2009年1月

学习引导



目 录

1

Alibaba 电子商务网站赏析

- 1.1 Alibaba 电子商务网站需求分析 (2)
- 1.2 Alibaba 电子商务网站界面设计 (5)
- 1.3 Alibaba 电子商务的功能性 (7)
- 1.4 Alibaba 电子商务网站的交易流程 (10)
- 思考与练习 (14)

2

商务网站的规划和设计

- 2.1 网上书店网站系统分析概述 (16)
- 2.2 网上书店网站系统调研 (17)
- 2.3 网上书店网站可行性分析 (22)
- 2.4 网上书店网站内容和功能的设计 (23)
- 2.5 网上书店网站系统规划 (28)
- 思考与练习 (30)

3

商务网站建设平台

- 3.1 商务网站的硬件平台 (32)
- 3.2 商务网站的软件平台 (38)
- 3.3 用 Windows 配置网站服务器实训 (44)
- 思考与练习 (57)

4

静态页面的实现

- 4.1 HTML 基础知识 (59)
- 4.2 HTML 中的标记 (61)
- 4.3 高级 HTML 标识的使用 (73)
- 4.4 CSS (86)
- 4.5 网上书店静态页面的制作实训 (91)
- 思考与练习 (110)

5

ASP 简介

- 5.1 ASP 概述 (113)
- 5.2 ASP 编程技术基础 (116)
- 5.3 ASP 常用对象应用实例 (129)
- 5.4 ASP 组件模块应用实例 (145)
- 思考与练习 (154)

6

网站后台数据库的设计

- 6.1 常见的网站数据库管理系统 (157)
- 6.2 结构化查询语言 (SQL) 基础 (165)
- 6.3 在 ASP 中连接和使用数据库 (174)
- 6.4 设计网上书店的后台数据库实训 (187)
- 思考与练习 (192)

7

网上书店系统开发

- 7.1 前台用户功能模块 (194)
- 7.2 图书信息功能模块 (218)
- 7.3 用户购物功能模块 (225)
- 7.4 后台管理系统模块 (241)
- 思考与练习 (267)

8

商务网站发布与项目评价

- 8.1 商务网站域名选择与注册 (269)
- 8.2 ASP 站点的测试 (274)
- 8.3 站点发布工具及其应用 (283)
- 8.4 利用 Dreamweaver 发布网站 (292)
- 8.5 商务网站推广和网站项目评价 (293)
- 思考与练习 (296)

9

商务网站安全与管理

- 9.1 规划网站的安全方案 (298)

9.2 对网站实施的安全保障	(302)
9.3 商务网站的稳定	(315)
9.4 网络的日常管理	(326)
思考与练习	(328)
参考文献	(329)

Alibaba 电子商务网站赏析

1

本章内容导读

本章内容是电子商务网站建设纵览,通过对“阿里巴巴”这个优秀电子商务网站的解析,了解电子商务网站建设的需求分析,建设原则、步骤、方法、功能模块以及相应网页制作所遵循的原则及要求等。

学习本章要注意从实际网站的认识、分析入手。对网站,要多浏览、多思考、多分析、多领悟,从感性认知中体悟电子商务网站建设的理念、设计思想及发展趋势。

学习本章要从总体上把握电子商务网站的建设,为后续章节的学习打下坚实的基础。

我们将学习电子商务网站的建设和相关网页的制作,在这之前先来对典型的商务网站作一番赏析。通过对这类网站的赏析,增加我们对商务网站的直观感性认识,培养我们的鉴赏能力,同时使我们掌握电子商务网站建设的基本概念、主要流程及相关知识,为后续学习做好知识储备。

阿里巴巴(Alibaba)网站是一个成功的网上交易平台,提供全球商业信息以及商人交流社区。所有的供求信息由买卖双方自由发布。会员之间以自由开放的形式在这个平台上寻找贸易伙伴,洽谈生意。阿里巴巴在互联网上建立了一个无地理和时间障碍的自由贸易市场,使用户从中获得前所未有的商机。

阿里巴巴是全球 B2B(Business To Business)电子商务的著名品牌,是目前全球最大的商务交流社区和网上交易市场。正是由于“良好的定位、稳定的结构、优秀的服务”,阿里巴巴如今已成为全球首家拥有 210 万商人的电子商务网站,成为全球商业网络推广的首选网站。

阿里巴巴无论是网站建设、网页设计、功能服务、实际运行效果都是一流的,是中国电子商务网站的一面旗帜,曾两次被美国权威财经杂志《福布斯》评选为全球最佳 B2B 站点之一,多次被相关机构评为全球最受欢迎的 B2B 网站、中国商务类优秀网站、中国百家优秀网站、中国最佳贸易网,被国内外媒体、硅谷和国外风险投资家誉与 Yahoo、Amazon、eBay、AOL 比肩的五大互联网商务流派代表之一。因此我们把它作为学习电子商务网站的优秀案例。

在浏览器地址栏输入“<http://china.alibaba.com>”,可以打开阿里巴巴主页。

1.1 Alibaba 电子商务网站需求分析

电子商务网站是企业与企业、企业与消费者进行信息交流与沟通的纽带。因此企业和消费者就是网站的客户,客户的需要就是网站需求的主体,而网站最终形成的各项功能就是对这种需求的满足。客户的需求往往是多层次的,而且是动态的,随企业发展和环境的变化不断扩展和延伸,对这种需求进行科学性、系统性、前瞻性的分析就构成了“电子商务网站”的需求分析。

“需求分析”是网站建设的第一步,也是至关重要的一步。它关系到网站建设的效率和成败。对企业来说,商务网站既是企业发布产品信息、推出服务内容的窗口,又是企业从消费者那里获取对产品及服务的反馈意见及消费需求的渠道。对于消费者来说,网站是获取企业产品与服务详细资料的重要渠道。另外,消费者也可以将自己的另类消费要求和愿望及时地传递给生产厂商,引起厂商的重视。总之,网站要满足交易双方的各项需求。

阿里巴巴电子商务网站的定位是为中小企业服务的 B2B 模式的商务网站,同时是向全球企业开放的国际性的网络交易平台。因此这些企业开展网上经济活动,获取利润的所有需求就构成阿里巴巴网站的需求。对这些企业需求的分析,就是阿里巴巴商务网站的需求分析。阿里巴巴商务网站所包含的各项功能和服务,就是这种需求分析的结果。

阿里巴巴根据企业需求,为企业提供信息服务,汇聚大量的市场供求信息。阿里巴巴在充分调研企业需求的基础上,将企业登录汇聚的信息整合分类,形成网站独具

特色的栏目,使企业用户获得有效的信息和服务。它是拥有超过 800 万企业数据库的电子商务网站,遍布 220 个国家和地区,每日向全球各地企业及商家提供大约 810 万条商业供求信息。

1. 阿里巴巴主要信息服务栏目

1) 商业机会

有 36 个行业 700 多个产品分类的商业机会供查阅,通常提供大约 50 万条供求信息。

2) 产品展示

按产品分类展示阿里巴巴会员的各类图文并茂的产品信息。

3) 公司全库

公司网站大全,目前已经汇聚了 4 万多家公司的网页。用户可以通过搜索寻找贸易伙伴,了解公司详细资讯。会员也可以免费申请自己的公司加入到阿里巴巴“公司全库”中,并链接到公司全库的相关类目中,以方便会员了解公司全貌。

4) 行业资讯

按行业分类发布最新动态信息。会员还可以分类订阅最新信息,直接通过电子邮件接收。

5) 价格行情

按行业提供企业最新报价和市场价格动态信息。

6) 以商会友

在这里会员可以交流行业见解,谈天说地。其中咖啡时间每天为会员提供新话题,为会员分析如何做网上营销等。

7) 商业服务

提供航运、外币转换、信用调查、保险、税务、贸易代理等咨询和服务。这些栏目为用户提供了充满现代商业气息、丰富实用的信息,构成了网上交易市场的主体,可充分满足企业客户的需求。

阿里巴巴的全球企业服务分为国际网、全球华商网、中国网三个网站,分别提供英文、中文繁体、中文简体三种语言的服务。主要为会员提供一个国际贸易平台,汇集全球 178 个国家(地区)的商业信息和一个个性化的商人社区。

2. 阿里巴巴的特色会员服务

1) 免费享受封面推荐

阿里巴巴每天选择一些供求信息刊登在网站主页作为特别推荐,而这部分信息必定是在会员提交的信息当中选取的。

2) 简化发布信息步骤

一旦注册成为了会员,以后每次发布信息时,很多固定信息会自动显示,让用户一劳永逸。

3) 免费“商情特快”

“商情特快”是阿里巴巴网站为注册会员提供的一项免费的信息服务。为了提高效率、节省用户的时间,阿里巴巴把每天新增加的商业机会信息在当天通过电子邮件直接发送给需要此类信息的会员。“商情特快”和网站信息同步,有 36 个大行业的 700 多个产品分类,用户可以根据自己的需要选择某几类订阅。

4) 优先发布信息

阿里巴巴承诺将会员提交的正确信息在 24 小时之内发布,让用户轻松把握商业机会。

5) 免费建立样品房

会员可以通过网络在阿里巴巴建立自己的“样品房”,用于展示产品的图文信息,并拥有简易的网址域名。

6) 免费公司链接

阿里巴巴的会员可以免费把公司主页链接到阿里巴巴的公司全库中。

7) 阿里巴巴的增值服务

增值服务一方面加强了这个网上交易市场的服务项目功能,另一方面又使网站能有多种方式实现直接赢利,这主要包括:中国供应商、委托设计公司网站、网上推广项目。中国供应商是通过阿里巴巴的交易信息平台,给中国的商家提供来自各国的国际买家的特别“询盘”。客户可以委托阿里巴巴作一次性的投资建设公司网站,这个项目主要是阿里巴巴帮助企业建立拥有独立域名网站,并且与阿里巴巴链接。网上推广项目由邮件广告、旗帜广告、文字链接和模块广告组成。邮件广告是由网站每天向商人发送的最新“商情特快”邮件插播商家的广告,文字链接将广告置于文字链接中。

8) 阿里巴巴的“诚信通”服务

网络是虚拟的,但贸易本身必须是真实的。所有企业对信用都有较高的敏感性。一方面在线贸易体现了采购行为更充分的竞争性,另一方面企业对网络信息本身充满了质疑。“诚信通”作为一项服务,能帮助用户了解潜在客户的资信状况,找到真正的网上贸易伙伴;进行权威资信机构的认证,确认会员公司的合法性和联络人的业务身份;展现公司的证书和荣誉,用业务伙伴的好评作为公司实力的最好证明。企业在阿里巴巴的交易记录也有据可循。

9) 阿里巴巴的“贸易通”服务

这是阿里巴巴网站推出的一项服务,它的功能主要有以下几项:和百万商人安全、可靠地进行即时在线沟通、互动;结识、管理自己的商业伙伴,开展一对一的在线交易;强大的商务搜索引擎,搜尽天下商机;“服务热线”为诚信通会员即时解答网络贸易疑问,方便会员享受高质量的在线客户服务。其界面非常友好且使用简单。“贸易通”可以理解为是一种订单管理软件,而且操作的可行性很强。这一服务所面临的价格敏感性很小,而且存在很大的数量,延伸了企业软件托管的思路。

阿里巴巴凭借其可行的、具有说服力的商业模式在快速增长的电子商务市场中处于领先地位,成功地缔造了被誉为经典的网上交易市场。这些都应归功于科学、细致、全面的需求分析。

1.2 Alibaba 电子商务网站界面设计

对于以互联网为主要媒介的电子商务网站来说,网页是商品的重要组成部分,而网页界面就是产品的外观。界面的设计是否合理、美观直接关系到企业经营的成败。阿里巴巴的网页设计,以丰富的色彩变化和精巧的版式安排,使访问者惊叹于界面的美观,进而对该网站产生了“时尚、新颖、高品质”的印象,从而巧妙地达到了宣传企业的目的,阿里巴巴主页如图 1.1 所示。



图 1.1 阿里巴巴主页

阿里巴巴网页设计包含的内容有以下几个方面。

1) 体现站点的标识和使命

阿里巴巴网站的主页界面设计,起到吸引和留住用户的作用。界面反映了网站的名称、性质、内容、优势以及客户的需求等,成为网站的招牌。

2) 网站导航和站点层次

阿里巴巴的网站导航设计非常讲究,层次清楚,操作简单,极易上手。能让用户方便快捷地到想去的页面,并把网站最好的内容呈现在用户面前。

3) 强大的搜索

阿里巴巴的界面设计有强大的搜索栏目,使用户能方便地找到所需要的内容。

4) 页面导读

阿里巴巴在主页界面设计中增加一些导读性的栏目,用一些如“热门活动”、“热点聚焦”、“找产品”的提示来吸引客户。一些功能推荐部分邀请用户去访问网站更多的栏目或者使用一些个性化功能,如“贸易通”、“诚信通”、“以商会友”等。

5) 登录注册

阿里巴巴网站使用会员制。主页界面上为新用户注册和老用户登录提供链接,而且巧妙地将其放在了网页 logo 中,突出、醒目,避免用户四处寻找。

6) 友情链接

阿里巴巴在界面上设置了交叉推广、企业合作品牌等友情链接,可以很方便地链接到全球的企业、商户的网站。

7) 呈现重要内容

阿里巴巴的主页能让用户想要的东西显而易见,把最重要的、最新的、最精彩的、用户最感兴趣的、最值得看的、最需要的东西突出呈现在主页界面上。

阿里巴巴的网页界面设计中削弱了页面框架设计,强化并加大了推广的面积,营造气氛和销售的卖点,更讲究设计与功能的结合。设计与销售相结合的思想贯穿整个版面。

阿里巴巴页面设计的风格就是简约,它体现了阿里巴巴的一种简单、操作方便的精神。阿里巴巴虽然信息量很多,但它把页面处理和信息安排得很好,在首页尽量体现四大栏目:“我要销售”、“我要采购”、“以商会友”和“阿里助手”,做到整齐,有条理,有层次感。另外在首页制作了一个滚动的信息窗口,并有一个大型的信息搜索栏目,使用户通过网站首页就可以找到所需要的信息。这些都体现了网站的简约实用精神。

网页的内容和网站的主题相一致,网页的板块布局体现了网站的主题。阿里巴巴网站的主页设计活泼,色调选用也非常注重人体工程学,长时间注视屏幕工作也不会产生疲劳的感觉。首页大致划分为“公司信息”、“论坛”、“咨询”、“公告”、“服务”等几个板块,各个板块的大小搭配和谐、美观、有序,内容就是“我要销售”、“我要采购”、“以商会友”、“阿里助手”的各自体现,做到了主题突出,目标明确。

阿里巴巴网站界面设计始终贯彻“一切为了客户”的设计理念。网页操作简单,栏目设置清晰合理,服务人性化,并有方便用户的强大搜索引擎,有几乎包括全部商务活动的板块链接,能和大量的企业网站链接,通过链接用户可以随意进入国际网、全球华商网、中国网三个网站。