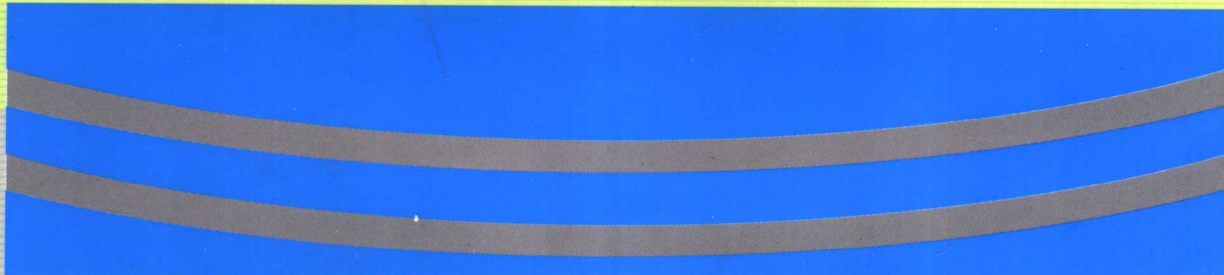


高等职业教育
电子商务类课程规划教材

电子商务网站建设

新世纪高等职业教育教材编审委员会组编

主编/宋林林



GAODENG ZHIYE JIAOYU DIANZISHANGWULEI
KECHENG GUIHUA JIAOCAI

3.36
71



大连理工大学出版社



高等职业教育电子商务类课程规划教材

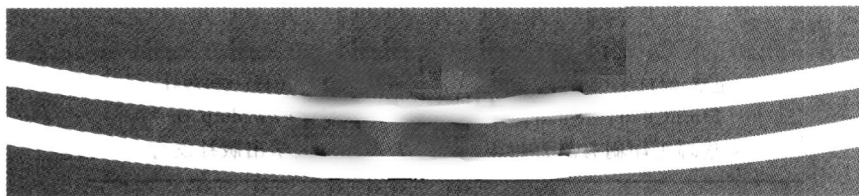
GAODENGZHIYE JIAOYU DIANZISHANGWULEI KECHENG GUIHUAJIAOCAI

电子商务网站建设

新世纪高等职业教育教材编审委员会组编

主 审/方 真

主 编/宋林林 副主编/韩新华 邹宗森



DIANZI SHANGWU WANGZHAN JIANSHE

大连理工大学出版社

DALIAN UNIVERSITY OF TECHNOLOGY PRESS

大连理工大学出版社 2003

图书在版编目(CIP)数据

电子商务网站建设 / 宋林林主编. —大连:大连理工大学出版社,
2003.8

(高等职业教育电子商务类课程规划教材)

ISBN 7-5611-2388-4

I. 电… II. 宋… III. 电子商务—网站—高等学校—教材
IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 065241 号

大连理工大学出版社出版

地址:大连市凌水河 邮政编码:116024

电话:0411-4708842 传真:0411-4701466 邮购:0411-4707961

E-mail:dutp@mail.dlptt.ln.cn URL:http://www.dutp.cn

大连理工印刷有限公司印刷 大连理工大学出版社发行

幅面尺寸:185mm×260mm 印张:12.25 字数:283千字
印数:1~5000

2003年8月第1版

2003年8月第1次印刷

责任编辑:李波 金慧

责任校对:廖肇源

封面设计:王福刚

定 价:18.00 元

新世纪高等职业教育教材编委会教材建设指导委员会

主任委员:

戴克敏 大连职业技术学院院长 教授

副主任委员(按姓氏笔画为序):

王 敏 辽宁商务职业学院院长 教授

王大任 辽阳职业技术学院院长 教授

李竹林 河北建材职业技术学院院长 教授

李长禄 黑龙江工商职业技术学院副院长 副研究员

刘志国 秦皇岛职业技术学院院长 教授

刘兰明 邯郸职业技术学院副院长 教授

刘君涛 烟台大学职业技术学院院长 副教授

范利敏 丹东职业技术学院院长 教授

宛 力 沈阳电力高等专科学校副校长 教授

侯 元 呼和浩特职业技术学院院长 副教授

徐晓平 盘锦职业技术学院院长 教授

曹勇安 黑龙江东亚学团董事长 齐齐哈尔职业学院院长 教授

韩学军 辽宁公安司法管理干部学院副院长 教授

秘书长:

杨建才 沈阳师范大学职业技术学院院长

副秘书长:

周 强 齐齐哈尔大学职业技术学院副院长

秘书组成员(按姓氏笔画为序):

王澄宇 大庆职业学院

张秀霞 大连职业技术学院

徐 哲 盘锦职业技术学院

鲁 捷 沈阳师范大学职业技术学院

谢振江 黑龙江省公安司法警官学院

会员单位(排名不分先后):

邯郸职业技术学院

邢台职业技术学院

河北工业职业技术学院

河北工程技术职业学院

河北职业技术学院

石家庄铁路工程职业技术学院

石家庄职业技术学院

河北能源职业技术学院

河北建材职业技术学院

秦皇岛职业技术学院

燕山大学职业技术学院

- | | |
|----------------|-----------------|
| 河北职业技术师范学院 | 大连职业技术学院 |
| 张家口职业技术学院 | 辽宁商务职业学院 |
| 承德石油高等专科学校 | 沈阳师范大学职业技术学院 |
| 青岛大学高等职业技术学院 | 鞍山科技大学职业技术学院 |
| 青岛职业技术学院 | 鞍山师范学院职业技术学院 |
| 烟台大学职业技术学院 | 本溪冶金高等专科学校 |
| 烟台职业技术学院 | 渤海船舶职业学院 |
| 山东铝业公司职业教育培训中心 | 朝阳师范高等专科学校 |
| 东营职业技术学院 | 大连大学 |
| 山东石油大学职业技术学院 | 大连轻工业学院职业技术学院 |
| 威海职业学院 | 大连国际商务职业学院 |
| 潍坊职业学院 | 大连水产学院职业技术学院 |
| 山东纺织职业学院 | 辽宁对外经贸职业学院 |
| 日照职业技术学院 | 辽宁机电职业技术学院 |
| 山东科技大学工程学院 | 东北财经大学高等职业技术学院 |
| 山东科技大学财政金融学院 | 抚顺师范高等专科学校 |
| 山东劳动职业技术学院 | 辽宁石油化工大学职业技术学院 |
| 山东轻工学院职业技术学院 | 抚顺职业技术学院 |
| 德州学院职业技术学院 | 阜新高等专科学校 |
| 聊城职业技术学院 | 锦州师范学院高等职业技术学院 |
| 呼和浩特职业技术学院 | 锦州师范高等专科学校 |
| 内蒙古财经学院高职教学部 | 辽宁财政高等专科学校 |
| 内蒙古大学职业技术学院 | 辽宁大学高等职业技术学院 |
| 内蒙古工业大学职业技术学院 | 辽宁工程技术大学技术与经济学院 |
| 包头职业技术学院 | 辽宁工程技术大学职业技术学院 |
| 包头钢铁学院职业技术学院 | 辽宁工学院职业技术学院 |
| 呼伦贝尔学院 | 辽宁公安司法管理干部学院 |
| 广西财政高等专科学校 | 辽宁经济职业技术学院 |
| 南昌水利水电高等专科学校 | 辽宁农业管理干部学院 |
| 哈尔滨职业技术学院 | 辽宁农业职业技术学院 |
| 黑龙江工商职业技术学院 | 辽宁省交通高等专科学校 |
| 黑龙江省公安司法警官学院 | 辽阳职业技术学院 |
| 黑龙江省建筑职业技术学院 | 辽阳石油化工高等专科学校 |
| 齐齐哈尔职业学院 | 盘锦职业技术学院 |
| 齐齐哈尔大学职业技术学院 | 沈阳大学职业技术学院 |
| 牡丹江大学 | 沈阳大学师范学院 |
| 佳木斯大学应用技术学院 | 沈阳工业大学高等职业技术学院 |
| 大庆职业学院 | 沈阳建工学院高等职业技术学院 |
| 大庆高等专科学校 | 沈阳农业大学高等职业技术学院 |
| 鸡西大学 | 沈阳农业大学经贸学院 |
| 伊春职业学院 | 铁岭师范高等专科学校 |
| 绥化师范高等专科学校 | 营口高等职业学院 |
| 吉林财税高等专科学校 | 辽宁金融职业技术学院 |
| 吉林交通职业技术学院 | 沈阳建工学院职业技术学院 |
| 吉林粮食高等专科学校 | 辽阳信息职业技术学院 |
| 吉林商业高等专科学校 | 辽宁中医学院职业技术学院 |
| 吉林职业技术学院 | 沈阳电视大学 |
| 吉林经济管理干部学院 | 沈阳医学院职业技术学院 |
| 吉林大学应用技术学院 | 沈阳音乐学院职业艺术学院 |
| 四平师范大学职业技术学院 | 沈阳职业技术学院 |
| 沈阳电力高等专科学校 | 大连医学院丹东分院 |
| 丹东职业技术学院 | |

总 序

我们已经进入了一个新的充满机遇与挑战的时代,我们已经跨入了 21 世纪的门槛。

20 世纪与 21 世纪之交的中国,高等教育体制正经历着一场缓慢而深刻的革命,我们正在对传统的普通高等教育理论教学与社会发展的现实需要不相适应的现状作历史性的反思与变革的尝试。

20 世纪最后的几年里,高等职业教育的迅速崛起,是影响高等教育体制变革的一件大事。在短短的几年时间里,普通中专教育、普通高专教育全面转轨,以高等职业教育为主导的各种形式的培养应用型人才的教育发展到与普通高等教育等量齐观的地步,其来势之迅猛,发人深思。

无论是正在缓慢变革着的普通高等教育,还是迅速推进着的培养应用型人才的高等职业教育,都向我们提出了一个同样的严肃问题:中国的高等教育为谁服务,是为教育发展自身,还是为包括教育在内的大千社会?答案肯定而且惟一,那就是教育也置身其中的现实社会。

由此又引发出高等教育的目的问题。既然教育必须服务于社会,它就必须按照不同领域的社会需要来完成自己的教育过程。换言之,教育资源必须按照社会划分的各个专业(行业)领域(岗位群)的需要实施配置,这就是我们长期以来明乎其理而疏于力行的学以致用问题,这就是我们长期以来未能给予足够关注的教育的目的问题。

如所周知,整个社会由其发展所需要的不同部门构成,包括公共管理部门如国家机构、基础建设部门如教育研究机构和各种实业部门如工业部门、商业部门,等等。每一个部门又可作更为具体的划分,直至同它所需要的各种专门人才相对应。教育如果不能按照实际需要完成各种专门人才培养的目标,就不能很好地完成社会分工所赋予它的使

命,而教育作为社会分工的一种独立存在就应受到质疑(在市场经济条件下尤其如此)。可以断言,按照社会的各种不同需要培养各种直接有用人才,是教育体制变革的终极目的。



随着教育体制变革的进一步深入,高等院校的设置是否会同社会对人才类型的不同需要一一对应,我们姑且不论。但高等教育走应用型人才培养的道路和走理论型(也是一种特殊应用)人才培养的道路,学生们根据自己的偏好各取所需,始终是一个理性运行的社会状态下高等教育正常发展的途径。

高等职业教育的崛起,既是高等教育体制变革的结果,也是高等教育体制变革的一个阶段性表征。它的进一步发展,必将极大地推进中国教育体制变革的进程。作为一种应用型人才培养的教育,高等职业教育从专科层次起步,进而高职本科教育、高职硕士教育、高职博士教育……当应用型人才培养的渠道贯通之时,也许就是我们迎接中国教育体制变革的成功之日。从这一意义上说,高等职业教育的崛起,正是在为必然会取得最后成功的教育体制变革奠基。

高职教育还刚刚开始自己发展道路的探索过程,它要全面达到应用型人才培养的正常理性发展状态,直至可以和现存的(同时也正处在变革分化过程中的)理论型人才培养的教育并驾齐驱,还需假以时日;还需要政府教育主管部门的大力推进,需要人才需求市场的进一步完善发育,尤其需要高职教学单位及其直接相关部门肯于做长期的坚忍不拔的努力。新世纪高等职业教育教材编审委员会就是由北方地区 100 余所高职院校和出版单位组成的旨在以推动高职教材建设来推进高等职业教育这一变革过程的联盟共同体。

在宏观层面上,这个联盟始终会以推动高职教材的特色建设为己任,始终会从高职教学单位实际教学需要出发,以其对高职教育发展的前瞻性的总体把握,以其纵览全国高职教材市场需求的广阔视野,以其创新的理念与创新的组织形式,通过不断深化的教材建设过程,总结高职教学成果,探索高职教材建设规律。

在微观层面上,我们将充分依托众多高职院校联盟的互补优势和丰裕的人才资源优势,从每一个专业领域、每一种教材入手,突破传统的片面追求理论体系严整性的意识限制,努力凸现高职教育职业能力培养的本质特征,在不断构建特色教材建设体系的过程中,逐步形成自己的品牌优势。

新世纪高等职业教育教材编审委员会在推进高职教材建设事业的过程中,始终得到了各级教育主管部门(如国家教育部、辽宁省教育厅)以及各相关院校相关部门的热忱支持和积极参与,对此我们谨致深深谢意;也希望一切关注、参与高职教育发展的同道朋友,在共同推动高职教育发展、进而推动高等教育体制变革的进程中,和我们携手并肩,共同担负起这一具有开拓性挑战意义的历史重任。

新世纪高等职业教育教材编审委员会

2001 年 8 月 18 日

《电子商务网站建设》是新世纪高等职业教育教材编审委员会推出的高等职业教育电子商务类课程规划教材之一。

随着计算机技术的飞速发展、因特网的兴起和普及以及一系列相关技术的创新,数据的处理和信息的传递突破了时间和地域的限制,信息化时代的到来成为不可抗拒的潮流,人类文明正在进入一个崭新的时代。信息时代的到来,如同蒸汽机引起了工业革命一样,极大地改变了人类的行为方式、思维方式、交流方式和贸易方式,人类的生活因此而急剧变化。作为信息时代的产物和宠儿,全球电子商务因此而获得了迅速的发展,成为信息时代初级阶段最具活力的代表,并对世界经济的发展形成了强大的推动力。

毋庸讳言,电子商务代表着未来贸易方式的发展方向,其应用和推广将给社会和经济带来极大的效益,电子商务将成为全球经济的最大增长点之一,具有强大生命力的现代电子交易手段已越来越被人们所认识,发达国家已纷纷制定政策,发展中国家正在加紧制定总体发展战略,大力促进电子商务在国民经济各个领域的应用,力争在新一轮国际分工中占领制高点,赢得新的竞争优势。

中国加入 WTO 后,企业面临着更加巨大的挑战,发展自己的电子商务,建立自己的电子商务网站已经成为刻不容缓的问题。

本教材具有如下特点:

第一,内容充实、结构合理、独特创新。与以往同类书籍不同,本书不单单介绍了电子商务网站的设计流程,而且还介绍了电子商务网站建设的相关程序设计方法及网站维护的方法。

第二,注重动手能力的培养。本书大部分的章节都配有实例,图文并茂,读者可以依照实例练习,加深印象。本书在第 7 章关于电子商务网站的维护部分,还配有相关电子商务网站的维护模拟,学生可以扮演客户与管理层两个角色,便于理解掌握。

第三,语言简练、通俗易懂。本书不仅可以作为高职教材使用,同时也可以作为该学科爱好者的参考读物。

全书共分8章:第1章介绍电子商务网站的基本概念、规划设计原则及构建流程,帮助读者了解电子商务网站的一些基础知识。第2章讲述电子商务网站的规划、域名策略与ISP的选择技巧及电子商务网站的运行环境。第3章讲述电子商务网站设计与开发的技巧。第4章介绍电子商务网站开发及运营过程中的相关技术。第5章介绍电子商务网站开发所使用到的相关编程方法及编程技术。第6章具体分析电子商务网站的应用程序。第7章通过实例讲述电子商务网站的推广与宣传的方法与技巧。第8章讲述电子商务网站的管理与维护的方法并通过操作模拟实现电子商务网站的管理与维护流程。

本教材由辽宁经济职业技术学院宋林林担任主编,吉林交通职业技术学院韩新华、日照职业技术学院邹宗森任副主编,于海峰、刘乃铭、吴国杰参与了部分内容的编写。具体编写分工如下:韩新华(第1、2、3章和第4章第1节);邹宗森(第5、6章);宋林林(第4章第2、3、4节和第7、8章);辽宁经济职业技术学院方真老师审定了全部书稿。

尽管我们在探索本教材特色建设的突破方面做了许多努力,但由于作者的水平有限,书中内容难免有疏漏之处,恳请各相关教学单位和读者在使用本教材的过程中给予关注,并将意见及时反馈给我们,以便在教材修订时加以改进。

所有意见、建议请寄往:gzjckfb@163.com

联系电话:0411-4707604

编 者

2003年8月



第1章 电子商务网站概述	1
1.1 电子商务网站概述	1
1.2 电子商务网站规划与设计的一般原则	8
1.3 电子商务网站的构建流程	10
复习思考题	11
第2章 电子商务网站的规划	12
2.1 网站规划	12
2.2 域名策略与ISP选择	17
2.3 电子商务网站的运行环境	26
复习思考题	31
实践操作题	31
第3章 电子商务网站内容设计与开发	32
3.1 电子商务网站的内容设计	32
3.2 电子商务网站的结构设计	38
3.3 电子商务网站的页面设计	40
3.4 电子商务网站整体风格及其创意设计	46
3.5 电子商务网站设计成功要素	49
复习思考题	51
第4章 构建电子商务网站的相关技术	52
4.1 电子商务网站的程序开发技术	52
4.2 安全技术	58
4.3 网上支付技术	62
4.4 身份认证技术	63
复习思考题	64
实践操作题	65
第5章 电子商务网站程序设计	66
5.1 脚本语言VBScript	66

5.2 脚本语言 JavaScript	74
5.3 数据采集技术	85
5.4 ASP 基础	89
复习思考题	125
实践操作题	125
第 6 章 电子商务网站程序分析	127
6.1 程序框架	127
6.2 购物流程	128
6.3 购物车功能	129
6.4 网上购物简单实例	130
实践操作题	138
第 7 章 电子商务网站的宣传与推广	140
7.1 传统的宣传方式	140
7.2 网络的宣传方式	141
复习思考题	160
实践操作题	160
第 8 章 电子商务网站的管理与维护	161
8.1 如何进行网站的维护与管理	161
8.2 模拟电子商务网站管理员的实践操作	166
复习思考题	185
实践操作题	186

第 1 章

电子商务网站概述

本章简要介绍电子商务网站的概念、功能、种类及特点,分析企业建立网站的优势,重点学习电子商务网站规划与设计的一般原则及构建流程。

1.1 电子商务网站概述

电子商务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实施电子商务的重要一步。

1.1.1 电子商务网站的定义和主要功能

1. 电子商务网站的定义

关于电子商务网站,迄今尚没有明确的定义。对于企业来讲,它好像是“工厂”、“公司”、“经销商”;对于商家来讲,它好像是“商店”、“商场”、“门市部”;对于政府机构来讲,它好像是“宣传栏”、“接待处”或“办公室”等等。在电子商务中,网站是其拥有者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,是企业展示其产品与服务的舞台,是企业体现其企业形象和经营战略的载体等等。企业及政府机构实施电子商务,必须要建立网站或借助其他商务网站,否则电子商务的交易是不可能实现的。因此,可以简单地讲,电子商务网站是企业开展电子商务的基础设施和信息平台,是实施电子商务的公司或商家与服务对象之间的交互界面,是电子商务系统运转的承担者和表现者。

电子商务网站在软、硬件基础设施的支持下,由一系列网页、编程技术和后台数据库等构成,具有实现电子商务应用的各种功能,可以起到广告宣传、经销代理、银行与运输公司中介以及信息流运动平台等方面的作用。

作为一个企业,建立了自己的电子商务网站,就好像对外设立了一个门户,不仅有利于企业树立自己的网上品牌,宣传企业形象,在 Internet 上开展电子商务业务,而且有助于企业从长远发展和竞争战略高度来思考与制定未来的发展目标和经营策略。通过这个门户,企业可以为合作伙伴和客户等提供访问企业内部各种资源及向外发布各种信息的窗口;能增加与客户的接触点,有助于企业提供更高水平的客户服务和提高用户忠诚度的

个性化服务;可以使客户更方便,更快捷地购物、付款和交付,减少流通环节的开支,增加企业效益;有利于企业发展“供应链网络”,以实现“零库存”,并且可以提高企业工作效率,减少管理费用。根据权威机构统计预测:2002 年全球互联网用户已超过 6 亿,预计到 2005 年将达到 10 亿。我国 1999 年互联网直接收入为 6 亿美元,到 2006 年,全球商业的一半将在网上进行。由此可见,企业如果不及早投身网络经济大潮,必将被市场淘汰。

2. 电子商务网站的主要功能

电子商务网站的功能关系到电子商务业务能否具体实现,关系着企业对用户提供的产品和服务项目能否正常开展,关系到用户能否按照企业的承诺快速地完成贸易操作。因此,电子商务网站功能的设计是电子商务实施与运作的关键环节,是电子商务应用系统构建的前提。由于企业生产与经营目的的差异,在网上开展电子商务的业务也是不尽相同的,所以,每一个电子商务网站在具体实现功能上是有区别的。

(1)企业形象宣传。这是一个非常重要的功能。对于目前大多数企业来说,电子商务业务的开展还处于初始阶段,因此,抢占未来商业竞争的制高点,建立自己的商务网站并率先打造与树立企业形象,是企业利用网络媒体开展业务的最基本的出发点。此功能应该很容易实现的,但是却很难获得用户普遍的认可。

(2)产品和服务项目展示。这是一个基本且十分重要的功能。利用网络媒体进行产品的推销,无疑使企业多了一条很有前途的营销渠道。

(3)商品和服务订购。这是实现用户在线贸易磋商、在线预订商品、网上购物或获取网上服务的业务功能,提供全天候 24 小时的随时交易。该功能不仅依赖于技术的设计与实现,更依赖于网站主体在设计时从简化贸易流程和便于用户运用的角度去构思。

(4)转账与支付、运输。这是体现资金流、物流信息活动的功能。

(5)信息搜索与查询。这是体现网站信息组织能力和拓展信息交流与传递途径的功能。当网站可供客户选择的商品与服务和发布的信息越来越多时,逐页浏览式的获取信息的途径,显然已无法满足客户快速获得信息的要求,因此,商务网站如何提供信息搜索与查询功能,如何使客户在电子商务数据库中轻松而快捷地找到需要的信息,是电子商务网站能否使客户久留的重要因素。由于电子商务数据库比一般的数据库复杂,所以该功能的实现,除了运用比较先进的信息存储与检索技术外,还要充分地考虑商务交易数据的复杂性。

(6)客户信息管理。这对反映网站主体能否以客户为中心、能否充分地利用客户信息挖掘市场潜力具有重要利用价值。随着市场竞争的加剧,利用网络媒体和电子商务手段及时地获取与处理客户信息已经越来越重要了,并逐步在企业中形成共识。

(7)销售业务信息管理。完全的电子商务网站还要包括销售业务信息管理功能,从而使企业能够及时地接收、处理、传递与利用相关的数据资料,并使这些信息有序且有效地流动起来,为组织内部的 ERP、DSS 或 MIS 等管理系统提供信息支持。该功能依据商务模式的不同,包括的内容也是有区别的。如分公司销售业务管理功能应包括订单处理、销售额统计、价格管理、货单管理、库存管理、商品维护管理和客户需求反馈等;经销商销售业务管理功能应包括订单查询、处理,进货统计和应付款查询等;配送商销售业务管理功能应包括库存查询、需求处理、收货处理和出货统计等。

(8) 新闻发布、供求信息发布。包括新闻的动态更新,新闻的检索,热点问题追踪以及行业信息、供求信息 and 需求信息的发布等。

1.1.2 电子商务网站的类型及特点

目前,电子商务网站的种类可作如下划分:

1. 按开办者分类

按照开办者的不同,电子商务网站可以分为两类:生产型商务网站和流通型商务网站。

(1) 生产型商务网站

这一类商务网站是由生产产品或提供服务的企业设立,主要用以宣传推广其产品和服务。这是一种生产企业直接在其网站上开展在线销售的商务网站。这种商务网站页面设计较实用,主要特点是信息量大,并提供大额订单。企业最简单的商务网站形式是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,企业付货,完成整个销售过程。

(2) 流通型商务网站

这类商务网站是由流通企业设立的。流通型商务网站是商务网站的主要存在形式。这种商务网站一般都有关于所售产品的介绍,以使顾客更好地了解产品的用途,从而促使顾客购买。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和功能,商务网站的页面制作精美,动感十足,很容易吸引浏览者,起到较好的广告及为产品和服务促销的效果。这种商务网站一般都充分利用网络的优越性,在商务网站中直接提供了订单(或购物车订货系统),为顾客提供了最大的购物便利。这些商务网站里货物琳琅满目,产品品种众多。当然这也使浏览有些不便,不过这种商务网站一般都会提供产品的查询服务,来方便顾客查找所需要的产品,这也是流通型商务网站的一大特色。

2. 按销售产品范围分类

按照销售产品范围的不同,电子商务网站可以分为三类:销售单一产品的商务网站,销售一类产品的商务网站和销售各类产品的商务网站。

(1) 销售单一产品的商务网站

这类商务网站一般只销售一种产品,这种类型的商务网站的优点是对销售的单一产品能够进行详尽的介绍。因为只销售一种产品,所以商务网站能够有足够的时间和精力来安排并制作这种网上产品的介绍,做到精益求精。这种商务网站适用于某种产品的生产厂家或代理商在 Internet 上开办该产品的网上销售业务。在销售该产品的同时,又起到了发布该产品广告的作用。

(2) 销售一类产品的商务网站

这种商务网站一般是销售相关的某一类产品,例如,网上花店和网上书店等。这类商务网站由于销售一类产品,因而为顾客提供了更多的购买选择,增加了产品的销售机会,同时也增加了商务网站的获利机会。这种商务网站能够满足顾客的某一方面的消费需求,也能够招揽有相关消费需求的顾客。这种商务网站里摆放的是同一类产品,就如同专卖店一样,能够方便顾客挑选产品,使顾客容易挑到满意的产品。

(3) 销售各类产品的商务网站

这种商务网站就如同大百货商场,产品品种齐全,当然货架也要分门别类。由于这种商务网站销售的产品多种多样,所以适合有各种消费需求的顾客光顾,因而容易吸引顾客,也就增加了产品的销售机会。总之,这种商务网站兼有以上两种商务网站的优点,利于实现网上创收,但前期投入大,需要大量的人力和物力,这就成为限制其发展的一个重要因素,所以,在建立这种商务网站前应仔细考虑。

3. 按商务目的和业务功能分类

按照商务目的和业务功能的不同,电子商务网站可以分为: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对客户进行服务。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,性能价格比高,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或外包给专门公司来构建,其成本比自己构造还要低。

(2) 宣传型商务网站

这种类型商务网站建立的目的是通过网站宣传产品和服务项目,提升企业形象,扩大品牌影响,拓展海内外潜在市场。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和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

这种类型商务网站建立的目的是通过网站宣传公司形象与产品,达到与客户实时沟通及为产品或服务提供技术支持的目的,从而降低成本,提高工作效率,适用于各类企业。其特点是:以企业宣传和客户服务为主要的功能。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

这种类型商务网站建立的目的是通过网站宣传公司整体形象并推广产品及服务,实现网上客户服务和产品在线销售,为公司直接创造利润以及提高竞争力。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,可以实现宣传公司形象、客户服务和电子交易等功能。

1.1.3 企业建立网站的优势

在当前,很多企业纷纷建立自己的网站,但由于对网站的认识还不够深入,多数企业并不知道自己有没有必要建立网站,建立网站到底会给企业带来什么好处。需要指出的是,企业不能盲目地建立网站,建立网站前需考虑几方面的因素。

首先,电子商务未必一网就赢。

建立电子商务网站,并不意味着企业一网就赢,关键是要策划好在网上开展业务的一系列配套的服务措施。例如客户问题的处理、物流的配送以及信息流的加工反馈等各项

服务细节,不然就达不到预期的效果。因为虽然电子商务借助于网络这一虚拟平台营造一个全新的、开放式的、不断变化的以及打破时空和地域界限的商务环境,但这并不等于对众多商户、用户的服务就已经完善,更不能因网络的方便忽略了对商户、用户的服务,而是需要企业提供同样优质的服务。服务对于商户、顾客来说,比价格、产品、技术、功能和品牌等因素更为关注。所以,在电子商务环境下,服务仍是经典不变的经营理念,是经营的重要制胜法宝之一。

其次,电子商务首先是商务。

电子商务,首先是商务,其次才是电子。没有电子技术支撑的商务最终是要被市场抛弃的,而没有商务业务支撑的电子网站如同建立在沙漠上的大厦一样危险。因此,必须在电子商务网站技术优势的基础上,充分发挥原来传统商务环境的各种特长,狠抓商品的各个流通环节,这样参与网络经济,可谓如虎添翼。但是前一段时期,许多IT企业,纷纷涉足于电子商务行业,尤其是IT行业的年轻人,多则十多人、二十人,少则数人合伙匆匆地组建电子商务网站来淘金。由于他们组建的不是产品自销型网站,没有传统名牌的产品为依托,其目的又不是为传统产业服务,为提高企业的竞争能力而运作,因而就得不到企业在人力、物力和财力上的支持;另外,他们若组建超市型的网站,也因他们的年龄和经历所限,所以没有固定的供货渠道、丰富的经营经验以及集市式买卖的品牌知名度来吸引顾客;再者,他们更没有经济能力去建造免费午餐式的咨询服务型的网站。为了网站的生存,就只能靠网站的宣传广告或会员费等收入来维持整个网站的运转。当然有些网站也得到国内外一些风险资金的支持,但平日的收入很少,入不敷出,终会坐吃山空,所以许多网站纷纷倒闭或出卖。据有关统计,倒闭网站约占全部网站总数的60%至80%,数量相当惊人。这就是当今媒体及人们经常议论的网络经济泡沫现象……

为什么会出现网络经济的泡沫现象?有些非IT企业也进军电子商务,结果却负债累累……这些现象的出现,不足为奇。主要是经营管理的决策者们,把网站建立起来后,没有进一步把企业经营策略、具体的经营手段结合到网络的无时间、无国界限制的优势中去;没有在电子商务筹建时就考虑网站建成后的商务运作。一旦网站建好后,在保证网站安全运转的前提下,重要的工作就是如何在网络这一优势下,采取有力的措施加速商务的拓展,以提高企业的经济效益。

第三,电子商务与内部网络信息化兼顾并举。

发达国家的电子商务的历程首先起步于企业内部Intranet网络化——即先实现企业内部局域网信息化,然后才是借助于互联网在全世界的普及而壮大。但是,当我国的企业开展电子商务时,已不容许按部就班地照走外国人走过的旧路,而是要采取“全面规划,统筹安排,分步实施,滚动发展,全面整合集成”的举措去实施企业的信息化与电子商务的战略,实现跨越式的发展,借电子商务的契机把企业内部的信息化同步搞好。

第四,因地制宜地开展电子商务。

搞电子商务不能看到别人上马自己也就盲目地跟着上马,必须根据企业的实际情况,决定何时及如何上马。小的企业,不必自己去建立一个网站,可以把自己的资料信息挂建在世界著名的网站上,借鸡生蛋,同样可以达到目的。经过分析后觉得完全有必要自己建立网站,硬件也可以租借国内公司的计算机和磁盘空间来实现,这样,可以减少经济开支。

另外电子商务的软件开发,可以外包给社会上的 IT 公司,但珍贵的数据、客户资料的管理就不能外包,要自己组织力量整理保管好,这是将来电子商务运作的最宝贵资料。此外社会上的中小企业,人力、财力都有限,难以高薪聘请电子商务方面的专门人才,更难以组织一批专门人才建立电子商务的开发机构,所以外包电子商务软、硬件开发工程,可以节约中小企业有限的财力资源,用较少的费用就可拥有电子商务开发商所提供的先进技术和良好的专业服务,从而提高企业的整体效益。

第五,筹集资金启动电子商务。

资金的筹备和投入预算也是上网前先要考虑的问题。在项目启动之前,应聘请电子商务公司和本企业的网络工程技术人员以及财务方面的专家,对电子商务投入运营的规模和效益的回报做出整体规划,从规划中预算出设备、网络线路和软件开发等费用。然后筹备资金(自有资金或银行贷款),并在电子商务工程的进展中实行质量监控。

前面介绍了企业建立网站前需考虑的几个因素。可以说,建立企业网站,通过网站对外宣传和交流商务信息是中国企业进行电子商务的基础和突破口。因此企业建立网站可谓是“形势所迫”,具体地说,企业建立网站具有如下优势。

(1) 抢占新世纪发展的战略据点

Internet 在以惊人的速度迅速发展,已覆盖全球 170 多个国家和地区,用户超过 3 亿。目前全球平均每个月有 6 万家企业在 Internet 上建站。在中国,企业建站风起云涌。无论从事哪种经营的企业,都将无法忽视 Internet 上广阔的市场。

(2) 建立新的企业形象

网站是一种最便宜和最好的宣传工具,只要将企业的网址印在业务人员的名片上,就可以使任何具有上网条件的人随时了解公司的最新信息。企业的形象已不再由规模、实力、人数、业绩、信誉和历史等因素决定,而正在由一套新的规则所替代,如规范、快捷、方便、亲切、美感、专家咨询、全球性比较、个性化比较和交互式使用等。所以,“大者恒大,强者恒强”就不再适用,大批中小企业与各类大型企业此时在同一个起跑线上。目前,很多企业网站投入大量的人力、物力,将自己的站点变为一个代表行业发展趋势的“行业站点”,其用意非常明显,就是要提高公司知名度,制造在行业中的品牌效应。

(3) 直接开展 24 小时网上营销

电话、电报、传真和电传是传统的推销产品或提供服务的通讯联络手段,而利用网站可以更生动、直观及更廉价地向更广范围的人们推销产品或提供服务,而且是 24 小时不间断地工作。能够在网上进行商品直销,对任何企业来讲都是一个难以抗拒的诱惑。但是作为一个可信的被咨询者,我们应当看到并不是所有的商品都适合在网上进行销售。据统计,书刊和计算机软件仍是网络世界中的热卖商品。“通过网站,将店铺开到顾客家中;通过网络,将商品送到顾客手中”已经成为一种被普遍接受的营销方式。图 1.1 给出了 Internet 上热销商品排名情况。

(4) 高效廉价的定向宣传

在 Yahoo 中随便键入一个非常生僻的技术术语,会发现搜寻结果却是数以千计,即使是非常专业的细分市场,也会找到同行和潜在客户。在网上加入专业贸易协会、新闻组、邮件清单,会发现许多共同的热门话题或是鲜为人知的产品或服务。