

电子商务网站 设计与网页制作

主编◎吴维勇



中国商务出版社
CHINA COMMERCE AND TRADE PRESS

电子商务网站设计与网页制作

主 编 吴维勇

中国商务出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

电子商务网站设计与网页制作 / 吴维勇主编. —北京: 中国商务出版社, 2015. 5

ISBN 978 - 7 - 5103 - 1279 - 3

I. ①电… II. ①吴… III. ①电子商务—网站—设计 ②电子商务—网页制作工具 IV. ①F713. 36 ②TP393. 092

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 109052 号

电子商务网站设计与网页制作

DIANZI SHANGWU WANGZHAN SHEJI YU WANGYEZHIZUO

主 编 吴维勇

出 版: 中国商务出版社
发 行: 北京中商图出版物发行有限责任公司
社 址: 北京市东城区安定门外大街东后巷 28 号
邮 编: 100710
电 话: 010—64245686 64515140 (编辑一室)
010—64266119 (发行部)
010—64263201 (零售、邮购)
网 址: <http://www.cctpress.com>
网 店: <http://cctpress@taobao.com>
邮 箱: cctp@cctpress.com bjys@cctpress.com
照 排: 北京宝蕾元科技发展有限责任公司
印 刷: 北京密兴印刷有限公司
开 本: 787 毫米 × 1092 毫米 1/16
印 张: 15.75 字 数: 377 千字
版 次: 2015 年 5 月第 1 版 2015 年 5 月第 1 次印刷
书 号: ISBN 978 - 7 - 5103 - 1279 - 3
定 价: 36.00 元

版权专有 侵权必究

盗版侵权举报电话: 010 - 64245984

如所购图书发现有印、装质量问题, 请及时与出版部联系。电话: 010 - 64248236

前 言

当前,我国的传统行业,尤其是中小企业面临着前所未有的生存与竞争压力。然而,淘宝在2014年“双十一”的单日营业额就达到了571亿,相当于平均每个国人在淘宝网上消费了48元。2015年1月,马云在瑞士达沃斯表示,阿里巴巴已经直接或间接创造了1400万个就业岗位。他表示:“如果你想拥有一万名新客户,就必须要有新的仓库。但对于我来说,两台服务器就够了。”电子商务的魅力与强大力量正在逐渐改变着中国,影响着每一个人的生活。对于企业来说,基于互联网的电子商务平台已然成为打开市场的一条捷径。

有些企业家认为,只要做一个网站挂到网上,输入指定的域名能打开网页,便是在进行电子商务。这是一个严重的误解。电子商务网站是一个集产品展示、产品检索、网上订购、网上结算、网络售后和网络营销等诸多功能于一体的庞大系统,而构建一个成功的电子商务网站更是从理念创新、用户研究、视觉设计到实现与优化的系统过程。

本书系统地讲述了电子商务网站的基本概念与规划、体验设计、视觉设计和网页制作等知识与技巧,通过大量的理论讲解、案例分析和实践操作,意在教会读者如何去构建一个可用、易用、美观和最终产品化的电子商务网站。本书具有以下特点。

第一,突出实用性,培养电子商务专业同学的图形处理与网页设计能力,如淘宝网店的页面装修及产品拍摄所需要的实用知识与技巧。

第二,突出简明性,在内容设计上倾向于学生常见、常用的一些电子商务网站,流程设计尽量清晰,文字表述生动浅显,通俗易懂。

第三,突出特色,案例法教学加上任务驱动,将电子商务领域最具代表性的网站案例融入到案例设计中来,同时也选取了九江学院电子商务团队所创建的相关网店作为实例讲解对象或课后作业任务。

本书根据电子商务网站创建的标准流程依次进行讲解,方便初学者由浅入深地学习网站建设与网页制作的知识与技巧,适用于具有一定电子商务基础理论知识和图形图像处理能力的读者。本书在案例讲解中使用Photoshop作为图形处理和视觉设计工具,使用Dreamweaver作为网页制作软件。

本书由九江学院艺术学院一线的专任教师共同组织、编写,本书由吴维勇担任主编,负责全书统稿工作。具体分工:第一、二、三章由汤艳编写,第四、五、六章由张翼编写,第七、八章由上官万平编写,第九、十章由张文祎编写,第十一、十二章由邓晓红编写,第十三、十四章由章新成编写。

本书在编写过程中,力求精益求精,但由于编者水平有限,加之时间仓促,书中难免存在不足之处,恳请广大读者批评指正。

编 者
2015年3月

目 录

网站规划篇

功能性——使网站可用

第一章 电子商务网站概述	3
第一节 火爆的电子商务市场	3
第二节 电子商务的概念与特点	3
第三节 电子商务网站的目的	6
第二章 电子商务网站规划	7
第一节 网站总体规划目的	7
第二节 网站总体规划的依据	7
第三节 选择域名	8
第三章 创建我的第一个网店	12
第一节 使用淘宝创建网店	13
第二节 使用内容管理系统自建 B2C 商城	21

体验设计篇

易用性——让网站好用

第四章 电子商务与用户体验	29
第一节 互联网经济与体验经济	29
第二节 用户体验设计的概念及范畴	34
第三节 电商网站的用户体验设计分析	36
第五章 电子商务网站的用户体验设计分析	54
第一节 设计理念	54

第二节 设计分析	54
第六章 用户体验与 Web 页面设计	64
第一节 Web 页面用户体验的结构与设计原则	64
第二节 电商服务 Web 页面的用户体验	68

视觉设计篇

美观性——使网站好看

第七章 色彩的搭配原理	97
第一节 色彩的形成	97
第二节 网站设计中的色彩设计	100
第三节 网站设计中的色彩设计——色调	108
第四节 网页设计中的色彩综合运用	113
第八章 网站 LOGO 设计	118
第一节 什么是 LOGO	118
第二节 网站 LOGO 设计的应用软件以及表现形式的组合方式	120
第三节 设计制作网站 LOGO	123
第九章 网页界面设计	132
第一节 网页设计原则与内容	132
第二节 网站首页设计流程	140
第三节 网站首页设计实例	143
第四节 网页图片切割	147
第十章 图片拍摄、美化和广告条的设计	150
第一节 网拍相机选用与布光	150
第二节 产品和模特拍摄技巧	152
第三节 修图与调色	160
第四节 促销广告条设计	167

网页制作篇

产品化——将网站做出来

第十一章 HTML 基础	173
第一节 网页设计基础知识	173
第二节 HTML 网页文档结构	179

第三节	用 HTML 设置文本和图像	180
第四节	用 HTML 建立超链接	191
第五节	用 HTML 创建表格	194
第十二章	CSS 网页排版基础	197
第一节	HTML 与 CSS 概述	197
第二节	CSS 核心基础	198
第三节	用 CSS 设置文本样式	200
第四节	用 CSS 设置图像效果	204
第五节	用 CSS 设置背景颜色与图像	205
第十三章	CSS 高级应用	209
第一节	网页基本布局基础	209
第二节	网页布局与 div 浮动等	212
第三节	附加结构的布局与表现	215
第十四章	网上商城构建实例	221
第一节	建立站点	221
第二节	结构分析	222
第三节	搭建框架	223
第四节	切割效果图	227
第五节	布局页面——头部和导航	230
第六节	布局页面——侧边栏	233
第七节	布局页面——主体部分	236
第八节	底部和细节调整	238
第九节	相对路径和相对于根目录路径	238
参考文献	240



网站规划篇

功能性——使网站可用



第一章 电子商务网站概述

学习目标

1. 理解电子商务的概念。
2. 了解电子商务网站的主要内容、功能及特点。

第一节 火爆的电子商务市场

近几年随着网络经济的迅速膨胀，网络创造出了许多新经济时代的神话。我国也由国家经济贸易委员会以及工业和信息化部启动了以“金贸工程”为龙头的中国电子商务计划，各类网站迅速崛起。企业在面对电子商务时，扑面而来的感受是我国的网络发展如此神速，国内互联网用户数与日俱增，电子商务的发展势头迅猛。

一、网上订购机票

到外地出差或节假日旅游需要搭乘飞机的乘客，现在不必亲自到航空售票处购票，可以访问各家航空公司的网站或登录专业的旅游网站，按提示填表预订自己所要搭乘的航班，选择网上银行进行网上支付。乘客凭有效证件和取票业务在机场取票登机。

二、网上购物

现在工作繁忙的消费者可以足不出户地购买商品，通过访问卓越网或淘宝网等购物网站购买自己需要的商品，首先申请注册会员身份，然后将选购商品放入购物车，再到收银台选择现金或银行卡方式进行结算，记住自己的订单号备查，最后选择物流方式送货，这样便节省了消费者宝贵的时间。

第二节 电子商务的概念与特点

一、电子商务的概念

通俗地说，电子商务就是在网上开展商务活动——当企业将它的主要业务通过企业内部网（Intranet）、外部网（Extranet）以及因特网（Internet）与企业的职员、客户、供应商以及合作伙伴直接相连时，其中发生的各种商务活动就是电子商务。

二、欧洲议会对电子商务的定义

电子商务通过电子方式处理和传输数据，包括文本、声音和图像。它涉及许多活动，

不仅包括货物电子贸易和服务、在线数据传递、电子资金划拨、电子证券交易、商业拍卖、合同设计和工程、在线资料、公共产品获得等有形商品的商务活动，而且还包括无形商品（服务）的商务活动，如信息服务、金融服务、法律服务、健身服务、教育服务等。

三、IBM 公司对电子商务的定义

电子商务（E-Business）是在 Internet 等网络的广阔联系与传统信息技术系统丰富资源相互结合的背景下应运而生的一种相互关联的动态商务活动。

它的概念包括三个部分的内容：企业内部网（Intranet）、企业外部网（Extranet）和电子商务（E-Commerce）。它所强调的是在网络计算环境下的商业化应用，既不仅仅是硬件和软件的结合，也不仅仅是通常意义下强调交易的狭义的电子商务（E-Commerce），而是把买方、卖方、厂商及其合作伙伴在因特网（Internet）、企业内部网（Intranet）和企业外部网（Extranet）结合起来的应用。它同时强调：这三部分是有层次的，只有先建立良好的 Intranet，建立好比较完善的标准和各种信息基础设施，才能顺利扩展到 Extranet，最后扩展到 E-Commerce。

综上所述，电子商务是在利用现代电子工具（包括现代通信工具和计算机网络）的基础上进行企业经营管理和市场贸易等现代商务活动。从宏观上讲，电子商务是计算机网络的又一次革命，它旨在通过电子手段建立一种新的经济秩序。电子商务不仅涉及电子技术和商业贸易本身，而且还涉及金融、税务、教育等社会其他层面；从微观上讲，电子商务是指各种具有商业活动能力的实体利用网络和先进的数字化媒体技术进行的各项商业贸易活动。

四、电子商务网站的特征

（一）商务性

商务性是电子商务网站最基本的特性。电子商务网站的主要作用就是提供买卖交易的服务、手段和机会。就商务性而言，电子商务可以扩展市场，增加客户数量。通过将网上交易信息存入数据库，企业或商家能记录每次交易的商品名称、品种、数量、金额、购买时间和购买形式等数据，通过统计和分析这些数据就能随时获知其各种商品的销售情况以及顾客的消费倾向。

（二）服务性

在电子商务环境中，在很大程度上，服务质量的好坏已经成为商务活动成败的关键。因此，企业的电子商务网站为客户提供了极为方便的服务，这不仅能使客户受益，同时也使企业获得了更大的效益。

企业或商家通过其网站可以向世界范围内的客户提供全天候的服务，使客户能够方便、快捷地得到过去较为费事才能得到的服务。例如，现在有了电子银行，存取资金，查看一张信用卡的收支情况，或查看贷款过程、押金利率等信息，这些都可以随时在网上完成，这样大大提高了服务效率和服务质量。

（三）集成性

电子商务网站的集成性首先表现在它不仅将许多新技术和新概念集于一体，同时又保留了传统商务活动的一些过程、方法和手段。电子商务与传统商务不是对立的，电子商务可以说是传统商务的扩展和延伸。

电子商务网站的集成性还体现在它处理商务活动时的整体性和统一性。它能很好地规范商务活动的工作流程,将人工操作和电子信息处理集成为一个不可分割的整体,这样不仅提高了人力和物力的利用效率,同时也提高了系统运行的严密性。

(四) 可扩展性

要保证企业商务活动的正常开展,商务网站就必须具有可扩展性。Internet 上有数以百万计的客户,在客户访问的高峰期,如果网站不能迅速地予以响应和处理,将会造成系统的拥塞,客户的访问速度就会急剧下降,从而导致企业失去大批当前的和潜在的客户,并使网站和企业的声誉受损。

对一个商务网站来说,可扩展的系统才是稳定的系统。若网站的功能和服务范围能根据业务发展和技术更新方便灵活地扩展,就可以进一步提升网站和企业的形象与效益。

(五) 安全性

商务网站的安全性是商务活动的核心。商务网站存在着社会层面和技术层面上的众多安全隐患。就技术层面而言,国际上多家企业联合开展了安全电子交易的技术标准与解决方案的研究,使企业能够建立一个安全的电子商务环境。就社会层面而言,要求政府部门高度重视电子商务的安全性,增加社会的诚信程度,建立第三方的认证机构,并制定出相对完善的电子商务法律等。

(六) 协调性

商务活动需要买方与卖方、供货方与销售方,以及商务伙伴之间的多方协调,同时涉及与银行、保险、物流等诸多行业的协调。因此,企业的商务网站必须能够很好地与客户及合作伙伴进行交互,能够为客户提供方便友好的交易界面及信息反馈渠道,能够与有关金融机构协调解决好数字认证和电子支付问题,并能够与物流部门协调好商品的配送和及时为客户送货的事宜。为了提高效率,许多组织都提供了交互式的协议,电子商务活动可以在这些协议的基础上进行。

对于传统企业来说,尽管电子商务系统大多以网站作为服务客户的窗口,但是电子商务系统与网站两者是不可等同的。电子商务系统是基于 Internet 并支持企业价值链增值的信息系统,而网站仅仅是这一系统的一个部分或者是实现这一系统的技术手段之一。

电子商务系统作为一个整体,不仅包括企业开展商务活动的外部电子化环境,而且还包括企业内部商务活动的电子化环境,这两部分必须结合起来才能满足企业在 Internet 上开展商务活动的需要。因此,可以将网站视为企业电子商务系统的一个重要组成部分。

需要说明的是,企业的电子商务系统因企业的规模、服务方式不同而使其功能差异很大,但绝大多数的电子商务系统都是利用网站与客户进行交互的。另一方面,一些企业电子商务系统的规模较小且商务处理功能很弱,如仅仅能实现企业形象的宣传功能。因此,这时的电子商务系统从外部表现为网站的形式。

商务网站不仅是企业在网上的窗口,而且是企业永不休息的“营销人员”。在设计时,网站不仅要有吸引顾客的形象,更要有能提供服务和留住顾客的内容。商务网站所面临的是残酷、激烈的竞争环境,所以在设计商务网站时除了要考虑一般网站的设计问题外,还要注意以下几点。

(1) 企业网站的主要目的,如服务于宣传还是营销。

(2) 不同类型的企业,其网站的形式及内容是不同的,如传统生产企业或商业企业的

网站、纯粹的网上企业的网站等。

(3) 交易型企业网站要完成营销功能,包括注册、订单、支付等商务功能。

(4) 企业营销策略的体现,如广告的设计及各种营销创意的策划和实现。

(5) 企业营销渠道的管理与控制。

(6) 企业网站对安全性有更高的要求,如支付安全的认证和数据加密。

(7) 对客户信息的搜集和处理,如客户注册、客户购物信息的保存和处理等。

显然,在建立商务网站时,除了要应用一般网站的技术和原理外,还应注入更多的商业、管理和营销理念和具体的技术,才能使商务网站服务于企业的经营,为企业创造效益。这是商务网站基本和始终不变的目的,也是商务网站和其他类型网站的根本区别。

第三节 电子商务网站的目的

在电子商务系统的建设中,最基础的工作就是电子商务网站的建设,而且它是一个随企业的发展而发展的持续不断的过程。

建设电子商务网站时,首先必须确定网站建设的目的,网站是从事电子商务活动的,即为什么要建立电子商务网站。网站建设的目的一般分为 B2B、B2C 交易。其目的主要是开展网上购物业务;用于企业形象建设,拓展企业联系渠道,接收用户反馈信息,作为服务性网站以及其他应用目的等。

由于不同的应用目的有不同的设计思路,因此对于网站设计人员来说,通过与企业业务人员沟通,确定网站建设的目的,是一项非常重要的工作。但是这项工作又容易被忽略或轻视,尤其是当专业的网站设计人员帮助企业建立网站而又没有该企业的行业经验时,与企业业务人员的沟通就更加重要。建设网站目的明确是很重要的,它关系着整个站点建设的主导思想和页面设计所突出的内容及版面风格。

建设网站的基本目标是:网站建成后,人们能够通过 Internet 浏览器访问该网站或通过该网站访问其他不同的网站,进行一定的信息交互,如查询产品信息、下订单、资金确认、物流运输等,进而完成一次商务活动的全过程。

此外,一般企业建设网站还有其他目的,如发布企业产品、服务信息,介绍企业历史、辉煌成就,收集客户反馈意见,开展网上市场调查,开展网络营销,网上客户服务,实施电子商务等。

电子商务网站系统的开发设计过程大致可分为计划阶段、设计阶段和测试与完善阶段。其中,在计划阶段,由领导小组和专家小组完成可行性研究报告、需求规格说明书、总体设计说明书和详细设计说明书等;而技术开发小组完成设计阶段的网页制作文档、程序设计报告以及程序修改文档等;在测试与完善阶段完成测试计划、分析报告和系统维护手册等。各阶段所产生的软件工程规范文档是进行电子商务网站系统设计与实现的基本依据。



思考练习

1. 你认为哪种类型的电子商务网站比较有发展前景?
2. 请在网上搜索并列举出一些相应的网站实例?

第二章 电子商务网站规划

学习目标

1. 掌握电子商务网站的构成要素与总体规划。
2. 掌握域名的概念。
3. 掌握注册域名和解析域名的方法。

第一节 网站总体规划目的

网站总体规划是指根据企业经营业务及建立网站的目的、用途进行分析、策划,对网站的形象、功能、目标客户予以定位,对网站的信息结构、导航体系进行设计,进行栏目设置、页面总量统计等,制订出一套能充分体现企业形象和网站风格的网站建设策划方案。它是在网站建设初期进行的宏观性工作。当企业欲建立本企业站点时,网站策划将贯穿于网站建设的全过程。网站总体规划是网站建设最重要的环节,但同时也是最容易被企业忽视的环节。

第二节 网站总体规划的依据

规划电子商务网站的主要依据包括以下内容。

一、策略性

策略性是指网站定位策略,如要做全球市场还是要做地区市场,客户群是锁定在企业级客户还是一般用户等。由于产业与商品特点不同,采用的交易形式及面对的客户群就有所不同,在策略规划上就应该有不同的思考。

二、容错性

网站的规划应允许错误发生,并要将网站设计到即使有错,用户也可以包容这个错误的地步。例如,一个B2C交易网站可以进行小量试卖,视反应再决定是否大量促销。网站一开通,用户的所有情况立即会通过网络进行回馈。要通过仔细地规划网站功能,充分利用容错性这种特性对网站功能做修正,而不是让这种特性阻碍网站经营。

三、阶段性

网站的建设有其自身的规律,即发展过程的阶段性。网站不可能一次就规划出最终的

效果，网站也不可能是始终维持一个状态一直经营下去。网站规划需要以阶段的方式去思考。

四、技术性

技术性即规划网站时需考虑的软硬件技术，如网络结构、主要软硬件设备、数据库系统以及开发工具等。

第三节 选择域名

一、域名的概念

互联网上的每台主机都对应唯一的 IP 地址，由于数字的形式的 IP 地址难以记忆，于是人们便使用文字的形式来代替 IP 地址，这就是域名地址。域名地址由主机名和域名共同组成，如谷歌公司的域名地址为 `www.google.com`，其中 `google.com` 为谷歌公司的域名，`www` 为主机名。

域名是互联网中用于解决地址对应问题的一种方法。一个完整的域名由两个或两个以上的部分组成，各部分之间用英文的句号“.”隔开，从右往左依次称为一级域名（顶级域名）、二级域名、三级域名等。例如，域名 `google.com` 由两部分组成，其中 `com` 为一级域名，`google` 为二级域名；`sina.com.cn` 由三部分组成，其中 `cn` 为一级域名，`com` 为二级域名，`sina` 为三级域名。

顶级域名由 ICANN 定义，分为通用顶级域名、国家/地区顶级域名和国际顶级域名三种。国际顶级域名适用于国际性组织，以 `int` 为其域名；国家/地区顶级域名根据网络所属国别进行划分，用国家/地区的两个字母缩写来表示，如 `cn` 代表中国，`uk` 代表英国，`jp` 代表日本，目前共有 240 多个国家/地区顶级域名。

二、域名最新发展情况介绍

由于传统的通用顶级域名如 `.com`、`.net`、`.org` 等资源有限，出现了供不应求的情况，为此 ICANN 于 2000 年 11 月推出了新的顶级域名，其各自的用途为：`.biz` 用来替代 `.com` 的顶级域名，适用于商业公司（注：`biz` 是 `business` 的习惯缩写）；`.info` 用来替代 `.com` 的顶级域名，适用于提供信息服务的企业；`.name` 为专用于个人的顶级域名；`.pro` 为专用于医生、律师、会计师等专业人员的顶级域名（注：`pro` 是 `professional` 的习惯缩写）；`.coop` 为专用于商业合作社的顶级域名（注：`coop` 是 `cooperation` 的习惯缩写）；`.aero` 为专用于航空运输业的顶级域名；`.museum` 为专用于博物馆的顶级域名。新的顶级域名将为企业带来新的机会。

三、中文域名系统

（一）什么是中文域名

中文域名，就是以中文形式表现的域名。中文域名是域名体系的最新发展。由于互联网起源于美国，使得英文成为了互联网上资源的主要描述性文字。这一方面促使了互联网技术和应用的国际化；另一方面，随着互联网的发展，特别是在非英文国家和地区的普及，

又成为非英语地区人们融入互联网世界的障碍。

为了使使用中文的人可以在不改变自己文字习惯的前提下,使用中文来访问互联网上的资源,包括中国互联网络信息中心(CNNIC)在内的一些研究和服务机构通过多年的不懈努力,终于使中文域名得以在互联网上使用,从而使国人使用中文域名上网的夙愿得以实现。例如,九江学院就是以“九江学院.cn”或者“九江学院.中国”作为中文形式的域名。

1. (二) 中文域名的功能和使用

中文域名可以实现英文域名的所有功能,它不仅包括大家所常用的www网站访问,还可以用作电子邮件和FTP服务器的地址,就连大家平时经常用到的即时通信工具或者游戏服务器地址等也可以使用中文域名。

例如,在中文上网方面,用户只需在IE浏览器地址栏中直接输入中文域名,如“九江学院.cn”,即可访问相应的网站。如果用户觉得输入http的引导符比较麻烦,并且不愿意切换输入法,希望用“。”来代替“.”,那么只要到中国互联网络信息中心网站安装中文域名的软件就可以实现。例如,输入“九江学院.cn”即可访问九江学院的网站。在电子邮件方面,采用中文电子邮件将会使每个人的电子邮件地址更加容易记忆和传播。例如,个人中文姓名和公司名称就可以构成中文电子邮件地址,如九江学院张三的中文电子邮件地址就是“张三@九江学院.cn”,从而在个人和邮件地址之间建立了明确清晰的对应关系。目前,中国互联网络信息中心已经开通了中文电子邮件,如用户对服务商监督的电子邮件就是“服务监督@互联网中心.cn”,与以前的supervise@cnnic.cn相比,当然更加容易记忆和使用。

2. (三) 中文域名的类型

根据原信息产业部《关于中国互联网络域名体系的公告》,中文域名根据顶级域名的不同分为以下四种类型:中文.cn、.中国、.公司和.网络。

目前中文域名暂定了以下几种。

- (1) 中国——适用于在我国境内的单位,对应于英文域名中的.cn。
- (2) 公司——适用于工商企业等营利性单位,对应于英文域名中的.com.cn。
- (3) 网络——适用于拥有或利用网络设施提供服务的单位,对应于英文域名中的.net.cn。
- (4) 政务——适用于党政机关、政务部门等,对应于英文域名中的.gov.cn。
- (5) 公益——适用于非营利性单位,对应于英文域名中的.org.cn。

政务和公益两种后缀由中央机构编制委员会办公室管理,因为机关和事业单位机构登记管理权都在中央机构编制委员会办公室。

四、注册域名

企业要注册域名,就要与负责注册的管理机构联系。域名注册分为国际域名注册和国内域名注册两种,分别由国际和国内管理机构负责。国内CN域名注册由中国互联网络信息中心(<http://www.cnnic.net.cn>)授权其代理进行;国际域名注册通过国际互联网络信息中心(INTERNIC)(<http://www.internic.net>)授权其代理进行。

国内域名注册申请人必须是依法登记并且能够独立承担民事责任的组织,注册时需要

出示营业执照复印件，然后按照程序规定填写申请单。涉及国家政府机构、行业机构、行政区等单位的域名注册需经国家有关部门正式批准和相关县级以上人民政府正式批准，并取得相关机构出具的书面批文。国际域名注册则没有任何条件限制，单位和个人均可以提交申请。

（一）国内域名注册步骤

（1）构造、选择企业要注册的域名。查询确认要注册的域名是否已被别人注册。

（2）在 CNNIC 授权代理的注册管理机构网站上联机填写域名注册申请表。填好后单击注册递交按钮，这样，申请表就会被域名注册系统接收。除上述方法外，也可以先从网站上下载纯文本的注册申请表，填好后通过电子邮件寄出。

（3）等候注册管理机构网站系统对申请表的初步审核，并准备营业执照（副本）复印件等申请材料。一般在 48 小时之内，注册管理机构网站系统就会自动回复电子邮件，审核通过的企业递交书面申请材料。当按照要求将书面材料邮寄后，等候下一步的电子邮件通知。

（4）注册管理机构审查邮寄的申请材料，并采用电子邮件的方式通知审查结果：如果审查合格，企业将进入缴费阶段；如果审查未通过，获得未通过原因与修改建议后，需重新进行注册。

（5）按照要求通过邮政汇款、银行电汇或采访的方式缴纳域名注册费用。

（6）注册管理机构收到域名注册费用后，发出“域名注册证”和付款发票，至此，域名便注册成功了。

（二）国际域名注册的步骤

（1）检索确认要注册的域名是否已被别人注册。

（2）填写注册管理机构的“在线订单”，并传真至该网站，同时将相应缴费款项汇至注册管理机构的账户。

（3）收到“在线订单”并汇款后，注册管理机构即开始办理申请注册。

（4）注册成功后，注册管理机构将缴费发票邮寄给申请人。

五、解析域名

人们为了方便，通常使用域名地址相互联系，而计算机之间是使用 IP 地址进行通信的，可见域名与 IP 地址之间存在一种对应关系。在互联网中采用域名系统（DNS，Domain Name System）将域名地址解析为 IP 地址。

DNS 是一个分布式的域名服务系统，分为根服务器和各级域名服务器。根服务器负责找到相应的顶级域名服务器。目前全球有 13 个根服务器，各级域名服务器负责找到其下一级的域名服务器。

下面通过 `www.google.com` 被解析成 IP 地址的全过程来分析 DNS 的工作原理。

（1）在浏览器中输入 `www.google.com`。

（2）浏览器将 `www.google.com` 的解析请求传给 ISP 的域名服务器。

（3）ISP 的域名服务器向根服务器发送请求“`.com` 由谁来解析”。

（4）根服务器将顶级域名服务器的 IP 地址返回给 ISP 的域名服务器。

（5）ISP 的域名服务器再向 `.com` 顶级域名服务器发送请求“`google.com` 由谁来解析”。