



世纪精睿

高职高专全信息化经济管理类系列教材

电子商务网站建设

主 编 马涛 辛峰



DIANZI SHANGWU
WANGZHAN
JIAN SHE



上海交通大学出版社
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS

013048383

F713.36
835



高职高专全信息化经济管理类系列教材

世纪精睿

电子商务网站建设

主 编 马 涛 辛 峰
副主编 兰 岚 郑海龙
参 编 胡屹峰 李 瑶 雷启英
马红军 谢朝阳 尹效国



北航 C1655708

 上海交通大学出版社

F713.36
835

内 容 提 要

本书从静态网站、动态网站、电子商务网站的概念入手,以任务驱动引导学生进行学习。通过各个项目递进式的学习,最终使读者对电子商务网站的概念、实现方法、实现的功能、目前技术的发展有一个明确的了解;掌握如何创意设计电子商务网站,如何设计制作基于动态网页技术的网站;了解电子商务网站建设的全过程,熟练应用一种语言及工具完成某种类型的电子商务网站建设与管理。

为保证读者能够顺利完成商城的制作,本书另附用配套学习资源,提供了一些静态网页和网站素材,供读者选用,并配有制作完成的商城供读者参考。

本书可作为高职高专类院校的教材使用,还可供网页制作和网站开发的中高级读者参考。

图书在版编目(CIP)数据

电子商务网站建设/马涛,辛峰主编. —上海:上海交通大学出版社,2013

高职高专全信息化经济管理类系列教材

ISBN 978-7-313-09330-1

I. 电... II. ①马... ②辛... III. 电子商务—网站—建设—高等职业教育—教材 IV. ①F713.36
②TP393.092

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 291761 号

电子商务网站建设

马 涛 辛 峰 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

上海华业装璜印刷有限公司 印刷 全国新华书店经销
开本:787mm×1092mm 1/16 印张:14 字数:343 千字

2013 年 4 月第 1 版 2013 年 4 月第 1 次印刷

印数:1~3030

ISBN 978-7-313-09330-1/TP 定价:32.00 元

版权所有 侵权必究

告读者:如发现本书有印装质量问题请与印刷厂质量科联系
联系电话:021-63812710

前言

PREFACE

随着网络技术的发展与普及,电子商务发展面临新的机遇与挑战。为了适应社会发展的需要,也为了普及计算机网络知识,本书尝试着将复杂的网络技术用浅显易懂的方式描述出来,并使用一些适当的工具、手段和技巧使电子商务网站建设的教学变得更加容易和方便。本书将ASP和目前流行的网站制作工具Macromedia Dreamweaver 8融合在一起应用于电子商务网站建设,力争使课程的内容与社会应用现状保持同步。

为了使读者能够清晰地了解建设电子商务网站的内容体系,本书从静态网站、动态网站、电子商务网站的概念入手,以任务驱动模式引导学生进行学习。

项目一介绍了电子商务网站的功能、类型和组成;电子商务网站建设流程;电子商务网站的规划设计与内容设计。项目二介绍了电子商务网站基础语言HTML语言及动态网页Asp语言的设计与编写技巧。项目三详细介绍了两种电子商务网站的建站方式:一种是用Dreamweaver搭建动态网上商城,包括网上商城数据库的搭建、网上商城首页的动态链接、网上商城二级页面的制作、网上商城子类页面的制作,网上商城产品页面的制作等;另一种方式是以“花香盈路”整站程序为模板,进行网站整站程序的管理、后台使用、网站代码的修改与功能的开发等。

通过各个项目递进式的学习,最终使读者对电子商务网站的概念、实现方法、实现的功能、目前技术的发展有一个明确的了解;掌握如何创意设计电子商务网站,如何设计制作基于动态网页技术的网站;了解电子商务网站建设的全过程,熟练应用一种语言及工具完成某种类型的电子商务网站建设与管理。

本书按照项目教学要求,在项目与任务的安排和重点知识点处理上,篇幅适中,重点突出。每个任务开始有知识目标和能力目标,让读者明确学习的方向和重点。任务结尾配有综合实训,通过一定量的习题,帮助读者快速理解和掌握本项目的知识点。本书为保证读者能够顺利完成商城的制作,另附用配套光盘,提供了一些静态网页和网站素材,供读者选用,并配有制作完成的商城供读者参考。

本书主要面对Dreamweaver的中高级用户,从基本的ASP程序代码编写到复杂的具体应用实例,均通过Dreamweaver提供的功能逐步讲述,引领读者快速了解相关运用,使读者从中学会运用Dreamweaver制作ASP网页的相关知识。本书所选实例具有很强的代表性,对目前进行动态网站开发的各种功能在书中都有体现,对网站部分功能稍作修改,即可应用于自己网站建设中。

本书结构清晰、内容详实、语言简练、图文并茂、通俗易懂、易学易用,具有很强的实用性,可作为高职高专及中职类院校的教材使用,也可供网页制作和网站开发的中高级读者参考借鉴。

本书由马涛、辛峰任主编,兰岚、郑海龙任副主编,胡屹峰、李瑶、雷启英、马红军、谢朝阳、尹效国参与了相关内容的编写。马涛负责本书总体框架设计,辛峰负责编写大纲的制定、书稿的修改、统撰和定稿。

本书在编写过程中,参考了大量文献、资料,在此谨向这些文献、资料的作者表示衷心的感谢!

在本书的编写过程中,我们力求创新,力求编写出一本适合高职高专学生学习的教材,由于编者认识水平和业务能力所限,加之时间仓促,我们感到离我们的构想还有差距,书中不当之处甚至错误之处,希望有关专家和广大读者批评指正,我们虚心接受所有的批评和帮助。

编 者

2013年3月

目 录

CONTENTS

项目一 电子商务网站建设规划

任务一 认知电子商务网站 / 3

- 单元一 电子商务网站概述 / 3
- 单元二 电子商务网站开发技术概述 / 14
- 单元三 综合实训 / 17

任务二 电子商务网站规划 / 19

- 单元一 电子商务网站建站流程 / 19
- 单元二 电子商务网站规划与设计 / 22
- 单元三 电子商务网站规划书 / 25
- 单元四 综合实训 / 26

项目二 电子商务网站建设语言技术

任务三 电子商务网站基础语言HTML / 29

- 单元一 HTML基础知识 / 29
- 单元二 表格与表单标记 / 34
- 单元三 链接与多媒体标记 / 37
- 单元四 HTML代码技巧 / 40
- 单元五 综合实训 / 41

任务四 ASP语言 / 42

- 单元一 认知ASP / 42
- 单元二 VBScript / 44

- 单元三 请求对象——Request / 53
- 单元四 响应对象——Response / 58
- 单元五 综合实训 / 62

项目三 电子商务网站完整建站

任务五 用Dreamweaver搭建网上商城 / 65

- 单元一 网站系统分析 / 65
- 单元二 数据库的创建及连接 / 71
- 单元三 网上商城首页制作 / 87
- 单元四 创建商城二级页面 / 118
- 单元五 创建商城子类页面 / 133
- 单元六 创建商品详细信息页面 / 159
- 单元七 网站的上传 / 190
- 单元八 综合实训 / 194

任务六 网站整站程序修改与管理 / 195

- 单元一 花香盈路整站程序使用 / 196
- 单元二 花香盈路整站程序后台修改 / 199
- 单元三 花香盈路整站程序代码修改 / 211
- 单元四 综合实训 / 215

参考文献 / 216

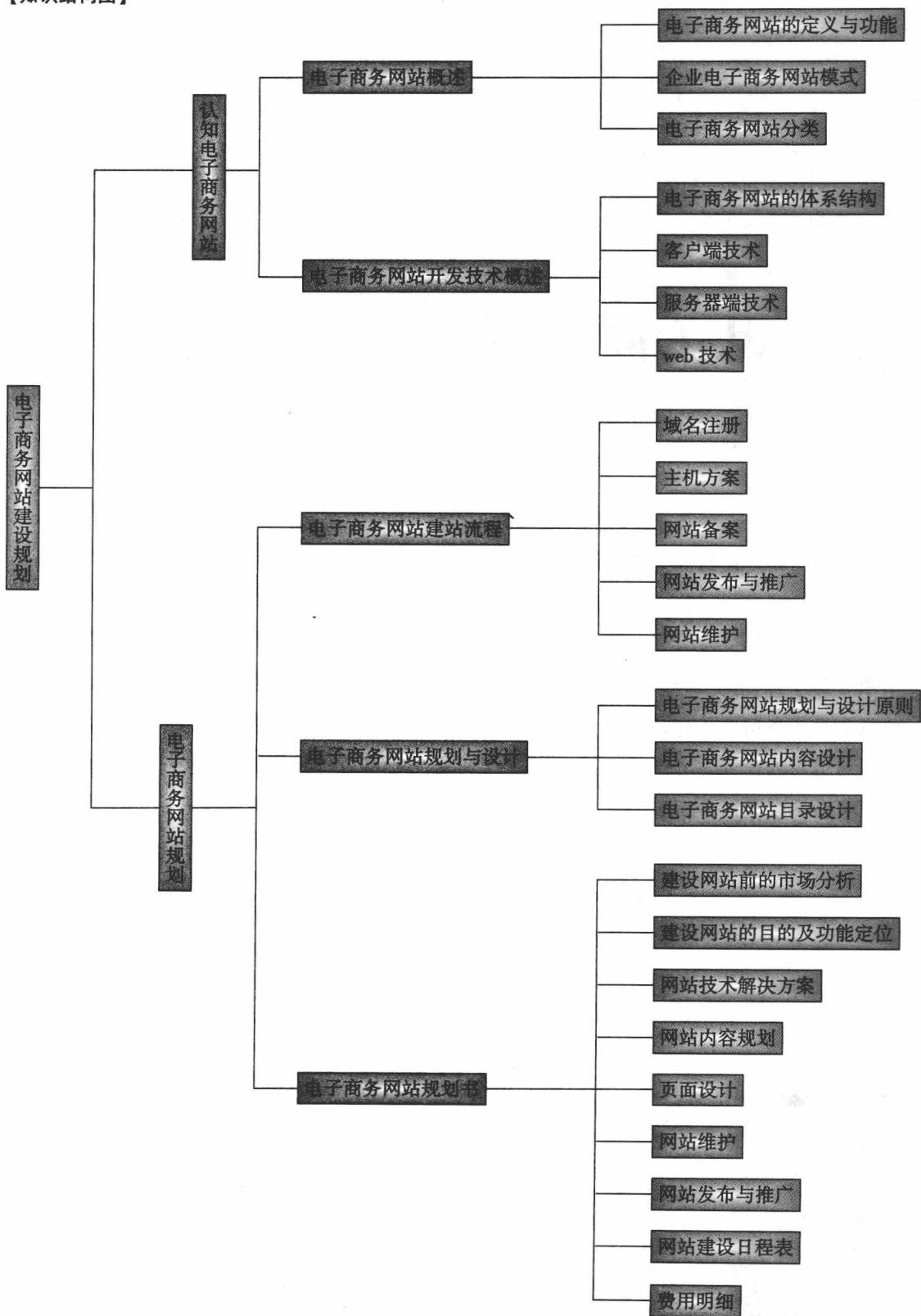
项目一

电子商务网站建设规划

项目内容描述

作为电子商务从业人员,电子商务网站建设与维护是必须掌握的核心技能。电子商务网站建设的前提是网站建设规划,只有规划好,才能建设好。网站规划好后,可以自己建设,也可由相关的公司来开发,但网站建设规划必须由电子商务专业人员来规划设计,所以说电子商务网站规划是专业人员必须掌握的核心能力。通过本项目的学习,首先认知电子商务网站,其次了解电子商务网站开发的相关技术,掌握电子商务网站的建站流程,了解电子商务网站规划设计原则,能够进行电子商务网站的内容设计与目录设计,完成一个完整电子商务网站的具体规划设计,写出电子商务网站规划书。

【知识结构图】





任务一 认知电子商务网站

【知识目标】

1. 掌握电子商务网站的基本概念、特性和功能。
2. 了解电子商务网站的分类。
3. 掌握电子商务网站的体系结构。
4. 了解电子商务网站的开发技术。

【能力目标】

1. 具备认知电子商务网站的能力。
2. 具有网站体系的构建能力。

互联网(Internet)改变了许多人的生活习惯、交流方式、思想观念,同时也改变了商业企业的经营行为,改写了商业企业的竞争规则,形成了新的商业形式——电子商务。电子商务是通过电子商务网站实现的,它是企业利用信息网络进行的商务活动,是一种电子化的运作方式。本项目主要介绍的是电子商务网站的基本概念,这是创建和管理电子商务网站必不可少的基本知识。

单元一 电子商务网站概述

一、电子商务网站的定义与功能

(一)电子商务网站定义

电子商务网站是企业树立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,是企业或体现其形象和经营战略的载体。电子商务网站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,能及时反映公司最新动态和新产品,收集新老客户的资料,进行等级管理,对一些保密资料实现分级浏览。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;开辟商务洽谈室,在线进行洽谈;由公司设置一些主题进行网上调查;由访客提交一个主题来开展讨论。

对于企业来说,电子商务网站就是“工厂”、“公司”或“经销商”;对于商家来说,电子商务网站就是“商店”、“商场”或“门市部”;对于政府机构来说,电子商务网站就是“宣传窗”、“接待处”或“办公室”。

电子商务网站在软硬件基础设施支持下,通过互联网相互连接起来的,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)等多种服务。网站通常以虚拟主机或主机托管的方式进行存放和运作,一般拥有固定的域名。

电子商务网站是真正的符合国际商务惯例、具有国际商务功能的先进国际电子商务平台。它能够展现一个公司全方位的动态信息,有助于树立一个具有国际商务能力的现代化公司。

(二)电子商务网站功能

电子商务是未来企业主要的商业运营方式,而建立网站是企业通向电子商务的第一步。同时,网络是企业进行形象宣传、产品展示推广、与客户沟通、信息互动的阵地,建立网站有利于企业树立自己的品牌,对企业的长远发展、企业文化和品牌建设都有非常重要的意义。企业电子商务网站具有以下几个方面的功能。

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、网络主页(Home Page)和电子邮件(E-mail)在全球范围进行广告宣传。与其他各种广告形式相比,网上的广告成本最为低廉,而给顾客的信息量却最为丰富。

2. 信息编辑功能

企业在电子商务网站中不仅可以用文字、图片和动画等方式宣传自己的产品,而且可以介绍自己的企业、发布企业新闻、介绍企业领导、公布公司业绩、提供售后服务以及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,通常几分钟之内就可以做到内容更新,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(News 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(BBS)来交流即时信息。在网上的咨询和洽谈能超越人们面对面洽谈的限制,提供多种方便的异地交谈形式。网上的资料 24 小时全天候地向用户开放,用户只要使用电子商务网站提供的信息搜索与查询功能,就可以在电子商务数据库中轻松地找到所需的信息。

4. 网上商品订购功能

企业在电子商务网站中通过 Web 服务器电子邮件的交互传送实现产品的网上订购。企业的网上订购系统通常都是在商品介绍的页面上提供十分友好的订购提示信息和订购交互式表格,可以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会泄漏。

5. 网上支付功能

企业在电子商务网站中实现网上支付是电子商务交易的重要环节,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网上支付方式进行网上支付。网上支付能够节省交易的开销。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。银行、信用卡公司及保险公司等金融单位会提供电子账户管理等网上操作的金融服务。电子账户通过用户认证、数字签名、数据加密等技术措施来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、物及本企业内部的各方面进行协调和管理,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服务传递系统将商品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的调配并通过物流完成商品的传送;而无形的信息产品如软件、电子读物、信息服务等则能立即从电子仓库中将商品通过网络直接传递到用户手中。

8. 销售业务信息管理功能

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、加工处理、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,为组织内部的管理系统提供信息支持。

销售信息管理功能按照商务模式的不同,包括的内容也有所区别。例如,分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与处理、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。

二、企业电子商务网站模式

目前企业的电子商务网站模式根据所采用的技术的不同,可分为基于 ERP 的内联网电子商务网站模式、基于 EDI 的外联网电子商务网站模式、基于 Web 的互联网电子商务网站模式三种。

(一) 基于 ERP 的内联网电子商务网站模式

基于 ERP 的内联网电子商务网站模式主要是基于增值网络和内联网(Intranet)而实现的商务活动。企业资源计划系统(Enterprise Resources Planning, ERP)是指建立在信息技术应用基础上,结合系统化的管理思想,为企业决策层及员工提供决策手段的管理平台。ERP 系统集成信息技术与先进的管理思想于一身,反映时代对企业合理调配资源,最大化地创造社会财富的要求,成为企业在信息时代生存发展的基石。ERP 是整合了企业管理理念、业务流程、基础数据、人力物力、计算机软硬件和软件于一体的企业资源管理系统。

内联网电子商务网站模式是一种封闭模式,企业内联网是使用 Internet 的协议与技术创建一个协作网。与服务器上的共享文件夹类似,企业内联网能让企业和其合伙人在一个中心单元上存储文件、发布内容或信息,以便大家都能够查找、浏览或修改。除此之外,企业内联网还具备快速搜索大量文档并找到信息的能力,以及从一个资源到相关资源的超链接的能力等。

(二) 基于 EDI 的外联网电子商务网站模式

基于 EDI 的外联网电子商务网站模式主要是基于外联网(Extranet)而实现的商务活动,它将国际互联网的组网技术应用到企业间网际互联,克服过去专用增值网络的专用性和复杂性的缺点,采用标准化的协议和通用软件实现企业间的互联,同时它还通过防火墙(Firewall)隔断外联网与其他无业务往来单位的信息交换。一般在外联网中,允许网内访问外部的互联网信息,但不允许非法和身份不明的访问者进入网络,因此这种模式是一种半封闭的企业间电子商务网站模式。企业进行外联网连接,由于是近似封闭式的,网内信息之间传输比较安全。同时,由于联网的企业是业务合作单位和合作伙伴,因此他们能通过联网实现信息共享和共同发展的目的。

电子数据交换(Electronic Data Interchange, EDI)是较早应用而且比较普遍的企业间电子商务形式,它从开始的专用封闭式,发展成为开放的标准协议,EDI 的传输也从过去专用的增

值网络向开放的互联网络转移。为规范和统一格式,国际互联网络的标准(RFC1767)将 MINE 格式定义为传输 EDI 报文格式。

EDI 的技术比较成熟,使用成本也非常低廉,系统安装和使用比较简单,因此 EDI 的使用是最广泛的,它不但可以进行企业间电子商务的交易,还可以与政府机关进行数据传输,如海关报关、政府采购和招标等。EDI 的缺点是,通过 EDI 传输的数据有限,对于交易前进行大量信息查询、提供交易后的结算以及提供网上售后服务则难以胜任。因此,EDI 一般主要用于交易过程中商务函件的传输,数据量不能很大。

(三)基于 Web 的互联网电子商务模式

基于 Web 的互联网电子商务网站模式主要是通过建设 WWW 网站,互联网络访问者在站点规定权限内,通过标准化的、支持超文本多媒体的浏览器访问企业站点。访问是交互式,用户一方面可以从网站获取需要的信息,另一方面可以直接发送信息(如订单、要求)给网站。由于该模式有标准的软件支持平台,对使用者要求非常低,但对企业提出了很高要求,企业建设的网站必须有丰富产品信息和提供相关支持服务,所以要建设一个功能比较完善的支持电子商务的企业网站需要投入很大费用。目前,基于 Web 的企业间电子商务模式有联机商店型、专业服务型、混合型和中介型等。

(1)联机商店型。这种方式是一些大型企业经常采用的,因为这种方式投入比较大,但企业节约的成本和扩大的销售收入也是非常可观的。

(2)专业服务型。由于服务已经成为国际贸易和商务活动中的重要组成部分,加之许多企业对服务要求越来越高,要求服务及时,因此服务成本上升非常快。专业服务型电子商务网站就是为满足这种需要建设的。这种网站的建设费用比较高,而且技术支持和运转费用也比较高,但比传统依赖人工方式实现服务的成本要低得多。

(3)混合型。许多企业在提供产品时还要涉及服务,因此上面两种类型的商务网站经常是融合在一起的,即在提供产品网上销售同时,还提供技术支持和售后服务。

(4)中介型。对于许多小型企业,无法单独承担昂贵的网络建设和维护费用。要想利用互联网络进行企业间电子商务活动,这些小型企业可以借助一些提供中介服务的电子商务站点实现企业间商务活动。这类中介的站点一般是将相关的供应商和采购商汇集在一起,客户只需要向站点交纳一定的费用即可进行电子商务活动。

以上几种不同企业间电子商务网站模式,共同之处是通过网络实现企业间的交易,实现企业间信息流、资金流和物资流的高效率畅通和自动化进行,只是不同模式对信息流、资金流和物资流支持的方式和程度不同。

三、电子商务网站分类

(一)按照企业电子商务的发展程度分类

按照企业电子商务的发展程度不同,电子商务网站可分为初级电子商务网站、中级电子商务网站和高级电子商务网站等。

1. 初级电子商务网站

初级电子商务网站是指企业开始在传统商务活动中的一部分引入计算机网络信息处理与交换,代替企业内部或对外部分传统的信息储存和传递方式。这种网站的主页面往往是一些静态的页面,其版面和功能设计一般都比较简单,没有自己的服务器,一般租用其他公司或互联网服务提供商(ISP)的服务器。在企业主页上通常只介绍一些公司的信息,例如,公司的简介、



产品与联系方式等,企业与用户之间的关系是“一对多”式的关系,即用户与网站的交互是单向的,用户只有通过访问企业网站来查询有关的信息。

初级电子商务网站的特点:①企业虽然利用了网络进行了信息处理和信息交换,但所做的一切并未构成交易成立的有效条件,或者并未构成商务合同履行的一部分;②企业实施初级模式的电子商务投资成本低,易操作;③这一类型的电子商务网站并不涉及复杂的技术问题和法律问题。

2. 中级电子商务网站

中级电子商务网站是指企业利用网络的信息传递部分地代替了某些合同成立的有效条件,或者构成履行商务合同的部分义务。这种网站的主页面是一种静态和动态混合的交互式的页面,其版面和功能设计比初级电子商务网站复杂、美观,有自己企业的服务器。这类网站应具有以下功能:①企业基本信息维护;②产品分类表;③后台产品分类维护;④后台产品维护;⑤产品评价反馈;⑥产品价格查询;⑦用户账号和密码管理;⑧留言板维护;⑨首页动态信息维护;⑩提供来访客户流量统计;⑪网站留言板;⑫静态页面管理;⑬静态链接管理;⑭提供搜索引擎功能。

中级电子商务网站的特点是:企业实施电子商务的程度有所加深,虽然有些电脑网络系统传输的信息并不十分复杂,操作程序也一般,但是,它还需要不同程度的人工干预,如在线销售环节与产品供应不能有效衔接,仍需要部分传统方式的操作。特别是,电子商务的操作要涉及交易成立的实质条件,或已构成商务合同履行的一部分。因此,这一类型的电子商务网站就要涉及一些复杂的技术问题(如安全)和法律问题(如法律有效性)等。

3. 高级电子商务网站

高级电子商务网站是指企业电子商务发展到理想阶段,将企业商务活动的全部程序用电脑网络的信息处理和信息传输代替,最大程度消除了人工干预。在这一类型的电子商务网站中,将商业机构对消费者的电子商务与商业机构对商业机构,甚至商业机构对行政机构的电子商务也有機地结合起来,实现企业最大程度的内部办公自动化和外部交易的电子化联接。这类网站的功能在中级电子商务网站功能的基础上,再增加以下几个功能:①域名查询;②新闻维护;③动态页面管理;④动态链接管理;⑤企业修改配置;⑥文件管理;⑦后台供求信息维护;⑧订单管理;⑨用户信息管理;⑩市场预测管理。

高级电子商务网站的特点是:以用户为中心的电子商务,可以最大限度地提高用户的满意度和忠诚度,从而使企业在激烈的竞争中立于不败之地。

因此,高级电子商务网站的实现将有赖于全社会对电子商务的认同,以及电子商务技术实用与安全的不断改善。另外,清除许多具体影响电子商务开展的障碍将有助于这一目标的实现。

(二)按照电子商务网站的用户分类

按照电子商务网站的用户不同,电子商务网站可以分为 BtoB 型电子商务网站、BtoC 型电子商务网站和 CtoC 型电子商务网站等。

1. BtoB 型电子商务网站

BtoB(Business To Business)是市场领域中企业对企业之间的营销关系。BtoB 型电子商务网站正是基于这种营销关系的电子商务网站,通过网络的快捷反应,促进企业间的紧密合作。

(1)阿里巴巴电子商务网站(<http://china.alibaba.com/>)。阿里巴巴为全球领先的小企业电子商务公司,也是阿里巴巴集团的旗舰业务。阿里巴巴在 1999 年成立于中国杭州市,通过旗下 3 个交易市场协助世界各地数以百万计的买家和供应商从事网上生意。3 个网上交易市场包括:

集中服务全球进出口商的国际交易市场 (www.alibaba.com)、集中国内贸易的中国交易市场 (www.1688.com), 以及通过一家联营公司经营、促进日本外销及内销的日本交易市场 (www.alibaba.co.jp)。此外, 阿里巴巴还在国际交易市场上设有一个全球批发交易平台 (www.aliexpress.com), 服务于规模较小、需要小批量货物快速付运的买家。所有交易市场形成一个拥有来自 240 多个国家和地区超过 5 600 万名注册用户的网上社区。阿里巴巴亦向中国各地的企业提供商务管理软件及互联网基础设施服务, 并设有企业管理专才及电子商务专才培训服务机构。图 1-1 所示为阿里巴巴网站的主页。



图 1-1 阿里巴巴网站主页

(2)慧聪网(<http://www.hc360.com/>)。慧聪网成立于1992年,是国内领先的BtoB电子商务服务提供商,依托其核心互联网产品“买卖通”以及雄厚的传统营销渠道——慧聪商情广告与中国资讯大全、研究院行业分析报告,为客户提供线上、线下的全方位服务,这种优势互补,纵横立体的架构,已成为中国BtoB行业的典范,对电子商务的发展具有革命性影响。

2003年12月,慧聪网实现了在香港联交所创业板的成功上市,成为国内信息服务业及BtoB电子商务服务业首家上市公司。2009年2月,慧聪网顺利通过ISO9001质量管理体系认证,成为国内首个引入该标准的互联网公司。目前,慧聪网注册用户超过960万,买家资源达到900万,覆盖行业超过70个,员工超过2000名,是国内最有影响力的互联网电子商务公司之一。图1-2所示为慧聪网的主页。



图1-2 慧聪网网页

2. BtoC 型电子商务网站

BtoC(Business To Consumer)就是通常说的商业零售,是商家直接面向消费者销售产品和服务。BtoC 型电子商务网站一般以网络零售为主,主要借助于互联网开展在线销售活动。

(1)当当网(<http://www.dangdang.com>)。当当网是全球最大的综合性中文网上购物商城之一,由著名出版机构科文公司、美国老虎基金、美国 IDG 集团、卢森堡剑桥集团、亚洲创业投资基金(原名软银中国创业基金)共同投资成立。1999 年 11 月,当当网(www.dangdang.com)正式开通。当当网在线销售的商品包括图书、音像、美妆、家居、母婴用品、服装和 3C 数码(计算机 Computer、通信 Communication 和消费电子产品 Consumer Electronic)等几十个大类,超过 100 万种商品,在库图书近 60 万种,百货近 50 万种,当当网的注册用户遍及全国 32 个省、市、自治区和直辖市,每天有上万人当当网浏览、购物。图 1-3 所示为当当网网站的主页。



图 1-3 当当网主页