

COMPUTER

计算机技术丛书

Internet Internet Internet Internet

WWW. WWW. WWW.

Internet Internet Internet Internet

网页制作大全

张帆 王磊 谢非 编著

人民邮电出版社

TP393.092

Z13

452319

计算机技术丛书

网页制作大全

张帆 王磊 谢非 编著



3



00452319

人民邮电出版社

内 容 提 要

本书全面地介绍了网页设计语言和网页制作应用软件。全书共分四个部分：第一部分介绍用 HTML 语言制作网页；第二部分介绍一些常用网页设计软件的使用；第三部分为 JavaScript 语言及应用；第四部分为 CGI 编程简介。

本书语言简练，范例精彩、得当，是网页设计和制作人员很好的参考用书。

计算机技术丛书 网页制作大全

◆ 编 著 张 帆 王 磊 谢 非

责任编辑 梁 凝

◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市崇文区夕照寺街 14 号
北京朝阳展望印刷厂印刷
新华书店总店北京发行所经销

◆ 开本：787×1092 1/16

印张：30.5

字数：770 千字

印数：1—6 000 册

1999 年 5 月第 1 版

1999 年 5 月北京第 1 次印刷

ISBN 7-115-06752-X/TP·549

定价：42.00 元

丛书前言

世界上发达国家普遍重视发展以计算机和通信为核心的信息技术、信息产业和信息技术的应用,一些经济发达国家信息产业发展迅速。

当前,我国处于国民经济高速发展时期。与此相伴随,必将有信息技术、信息产业和信息技术应用的高速发展。各行各业将面临信息技术应用研究与发展的大课题以及信息化技术改造的大任务、大工程。

为了适应信息技术应用大众化的趋势,提高应用水平,我们组织编写、出版了这套“计算机技术丛书”。这套丛书以实用化、系列化、大众化为特点,介绍实用计算机技术。

这套丛书采取开放式选题框架,即选题面向我国不断发展着的计算机技术的实际需要和国际上的实用新技术,选题不断增添又保持前后有序。

这套丛书中的著作还拟配合出版软件版本,用软盘形式向读者提供著作中介绍的软件,以使读者方便地使用软件。

我们希望广大读者为这套丛书的出版多提意见和建议。

前 言

在如同浩瀚大海的 Internet 里，五彩缤纷的网页成为 WWW 世界中一道美丽的风景，她使每一个人都有了向全世界展现自己的机会。设计漂亮的网页，是网络时代许多人的梦想。目前各种网页设计和网络应用语言层出不穷，更有许多优秀的工具软件，来帮助人们更容易、更快地设计出更美、更有用的网页。本书的目的就是帮助读者掌握这些软件的使用。

全书以简练的语言，得当的范例，全面地介绍了从 HTML 网页设计语言，网页制作软件应用，到 Java Script 程序设计，CGI 网关设计等与网页制作和应用有关的内容，是一本不可多得的网页制作参考大全。

本书的第一、二部分——HTML 语言及应用与网页制作软件及使用，由张帆编写；第三、四部分——JavaScript 语言及应用与 CGI 编程简介，由王磊编写。清华大学计算机系谢非同学，为本书提供了 Java Script 和 CGI 的精彩例程，在此一并表示感谢。

由于作者水平有限，加之时间仓促，谬误和疏漏之处在所难免，欢迎读者批评指正。

作者

1998 年 10 月于清华园

目 录

引言	1
第一部分 HTML 语言及应用	9
第一章 建立一个简单的 HTML 文件	11
1.1 HTML 文件的基本构成	11
1.2 建立一个简单的 HTML 文件	12
1.3 几个常用的 HTML 标识	14
1.4 显示特殊字符	18
1.5 HTML 的链接标识	19
1.6 文件内链接	19
1.7 不同文件间链接	20
1.8 本地链接	22
1.9 网络链接	23
1.10 另一个链接标识: <BASE>	23
第二章 建立列表	24
2.1 编号列表	24
2.2 符号列表	27
2.3 定义列表	29
2.4 嵌套列表	31
2.5 几个其他的列表形式	32
第三章 在 HTML 中运用图像和多媒体	35
3.1 如何显示图像	35
3.2 图像与其他文本的排列	36
3.3 修饰你的图像	40
3.4 用图像实现连接	41
3.5 更好地利用图像	45
3.6 在网页中加入声音	47
3.7 在网页中加入视频	48
3.8 使用 EMBED 标识符插入多媒体	50
第四章 建立表格	51
4.1 建立基本的表格	51
4.2 为表格建立标题	53
4.3 定义跨多行、多列的数据项	54
4.4 对表格进行修饰	56

4.5	更好地使用表格	72
第五章	建立表单	74
5.1	创建表单	74
5.2	INPUT 标识符的 TYPE 属性	75
5.3	INPUT 标识符的两个其他属性	80
5.4	列表框	81
5.5	设置多行的文本输入框	83
第六章	多窗口页面	85
6.1	多窗口页面的标识符	85
6.2	建立多窗口页面	85
6.3	让你的窗口更美观	89
6.4	TARGET 属性	91
6.5	NOFRAMES 和 IFRAME 标识符	96
第七章	让你的网页更漂亮	98
7.1	控制文本的字号大小	98
7.2	确定文本的位置	100
7.3	给页面加上颜色	101
7.4	美化插入的水平线	105
7.5	为页面建立背景	107
7.6	让你的文本活动起来	110
7.7	几个特殊作用的标识符	114
第二部分	网页制作软件及使用	119
第八章	使用 FrontPage 98 管理 Web	121
8.1	安装 FrontPage 98	122
8.2	FrontPage Explorer	129
8.3	用 Explorer 启动 Web	134
第九章	FrontPage Editor 入门	136
9.1	使用文本制作页面	136
9.2	丰富页面资源	140
9.3	放置链接	151
第十章	FrontPage Editor 进阶	155
10.1	建立表格	155
10.2	使用框架功能	160
10.3	使用 FrontPage 组件 (Component)	162
10.4	创建自己的主页	167
10.5	网站实例	170
第十一章	使用 Netscape Composer	174
11.1	安装 Netscape Communicator	174
11.2	Netscape Communicator 的组成	176
11.3	基本文字编辑	177

11.4	常用工具的使用	181
11.5	超级链接(Hyperlink).....	187
11.6	目标的应用(Target)	190
11.7	Composer 高级开发工具的使用	192
11.8	建立一个网页的实例	195
第三部分	JavaScript 语言及应用	201
第十二章	JavaScript 入门	203
12.1	JavaScript 简介	203
12.1.1	为什么要使用 JavaScript	203
12.1.2	什么是 JavaScript	203
12.1.3	JavaScript 与 Java	203
12.1.4	本部分的写作方法	203
12.2	JavaScript 入门	204
12.2.1	Hello World	204
12.2.2	变量、常量、对象	206
12.2.3	操作符与表达式	212
第十三章	JavaScript 程序设计	222
13.1	流程控制语句	222
13.1.1	break	223
13.1.2	comment	224
13.1.3	continue	224
13.1.4	for	225
13.1.5	for...in	227
13.1.6	if...else	228
13.1.7	while	230
13.1.8	with	231
13.2	函数	233
13.3	JavaScript 对象	238
13.3.1	通用对象	238
13.3.2	浏览对象	242
13.4	综合范例	247
第十四章	JavaScript 通用函数参考	255
第十五章	JavaScript 对象参考	333
第四部分	CGI 编程简析	423
第十六章	CGI 编程简析	425
16.1	CGI 概述	425
16.2	标准输入输出接口	426
16.2.1	客户端输入信息格式	426
16.2.2	服务器端返回信息输出	427
16.3	看实例学 CGI	427

16.3.1	还是 Hello World!	427
16.3.2	CGI 的特性	429
16.3.3	比比看	431
16.3.4	通讯录	434
16.4	C 语言 CGI 输入输出接口程序	440
附录 A	JavaScript 中的颜色、关键字与事件	451
附录 B	JavaScript 对象	460
附录 C	HTML 新特性	472

引言

本引言的目的是让读者能够对 Internet 及 World Wide Web 有一定的感性认识。只有了解到网上的世界是多么的精彩，然后再去学习网页制作，在网上发布自己的信息，才会有持久的学习兴趣。那么现在就让我们开始吧！

World Wide Web 检索的优点

众所周知，信息在我们的现代社会中是一种至关重要的资源。随着人类科技的不断进步，特别是近几年来的飞速发展，人们需要的信息量越来越大。如何才能在这浩瀚的信息海洋中高效率、高质量地获得自己所需要的信息。这个问题已经成为目前信息处理方面最重要的课题之一。

我们可以简单地认为：传统的信息查找方式是“线性”的。以一本普通的小说为例，传统的查找方式可以比喻为在一本没有目录的小说中去查找某一个章节的起始段落，不幸的查找者必须一页页地按顺序翻看书籍，才能最终获得查找的结果。即使采取一些相对先进的查找方法（即算法，譬如常见的“二分法”），其查找、搜索效率依然是十分低的。聪明的人们显然不会仅仅满足于这么一种查找方式，他们势必会想办法发明一种全新而高效的方法来取代这种繁重的工作。

我们即将介绍的 Internet（对于初学者，我们不妨简单地就把它等同于另一个名字——万维网 World Wide Web，简称 Web，他们之间的区别我们将在以后讲述），就为我们提供了一种相对而言十分先进的信息查找和检索方式。我们可以这样理解：它相当于为一本书添加了一个目录，如果我们想要查找某个章节的起始部分，只需在目录中找到该章节的页码（这个检索的工作量是微不足道的），根据这个查到的页码（而 Web 浏览器甚至可以自动帮助你翻页），就可以方便地找到你所需要的这个章节。

给书籍加上目录，早在数百年前就有人想到了，并将之变为现实并延续至今。同样，早在本世纪 40 年代后期，就有人提出了“超文本”的基本概念（即一种基于文本内容的文本之间的互相链接）如图 0.1 所示。但是在计算机上实现这一功能（而事实上所实现的功能远比加上一个简简单单的目录复杂的多），并在分布的计算机系统上提供文档信息互相链接的能力，却由于技术上所存在的种种困难，一直到 90 年代才成为广泛而实用的现实。

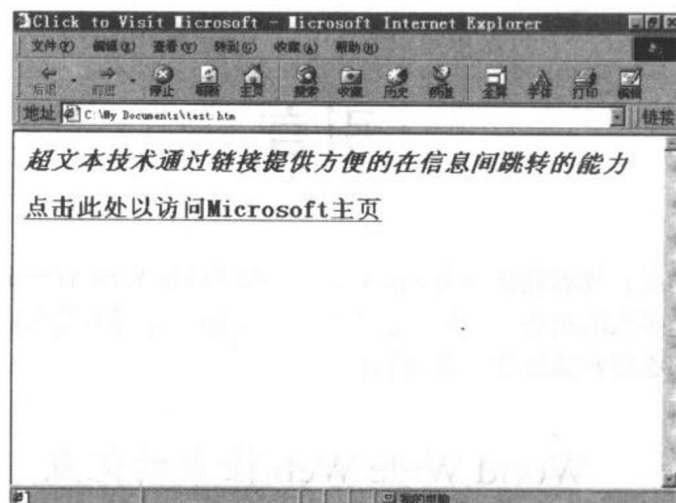


图 0.1 只需单击浏览器中的划线句子就能跳转至 Microsoft 的主页

Internet 的历史

最初的 Internet 是美国军方为军事通信目的而建立起来的一个内部的网络，原来的名字也不叫做 Internet。但不出几年，随着它的不断发展，接入至这个网络的主机不断增加，甚至还出现了遍及全球的趋势。

根据西方新兴经济学说的理论，在当今的信息世界中，与传统的“边际效益递减”现象（比如农业，投入达到一定程度后，再投入相同的生产资料，其起到的效果只会是递减的，甚至最终会出现负效应）相反，往往在一些高新科技的领域内，会出现“边际效益递增”的现象。也就是说，当某一事物的发展超过某一个特定的程度之后，后继的单位投入越多，其起到的效果是递增的，并且不断地与以前产生质上的变化。美国的高科技摇篮硅谷（The Silicon Valley）就是一个十分典型的例子。

而另一个典型的例证就是 Internet 的迅速发展。在历经了以军事应用为代表的摇篮期和以学院科研应用为代表的少年期后，Internet 早已经步入了一个飞速发展的全新时代。其接入主机的数量每年都在以接近 100% 的速度在增长，联机用户已达近一亿人，其应用的主要方向也逐渐转向以民用和商用。

在中国，Internet 最早是出于科研目的而被引入的。当初，由于需要与国外科学家迅速地交换实验数据，在中国科学院高能物理研究所（IHEP）设立了中国第一个连入 Internet 的出口。后来，随着改革开放步伐的不断加快，Internet 在我们国家开始有了越来越广泛的应用，出口线路的数量不断增加，其带宽（Band Width，决定一定时间段内最大的通信能力）也不断增加，连入用户也以相当快的速度在增长。但我们必须同时清醒地看到，我们国家对 Internet 的应用程度与发达国家有着相当大的差距，而且更重要的是这种差距不仅体现在资金和技术实力上，同时也体现为一种意识上的差距。但值得读者欣喜的是，您现在正在阅读本书这一举动本身，就说明了您至少已经初步具备了这方面的意识。而“意识”这两个字，在现今的信息社会中，是至关重要的。

World Wide Web 与 Internet

Internet 如今最大也是最令人着迷的应用功能就是提供万维网 World Wide Web 浏览服务。World Wide Web 与 Internet 一样，都具有相当“古老”（相对于如今的科技发展和更新速度而言）的历史。

从 70 年代中后期开始，欧洲粒子物理实验室(CERN)的物理学家们就出于科研成果交流的需要，希望能够有一种方便的方法在互联的网络上共享信息。一直到了 1980 年，第一个能够让页面相互链接起来的程序在 CERN 诞生。尽管这个程序用今天的眼光来看显得十分原始，但这一事件无疑可以被认为是一个历史性的里程碑。随后，人们又整整努力了 12 年，直到 1992 年，CERN 通过 Internet 发布了字符形式的超文本浏览器，宣告了真正意义上的 World Wide Web 的诞生。

而现在的 World Wide Web 可以被认为是一个基于 Internet 的各种通信协议基础的、无所不包的缤纷世界，人们可以在上面十分方便而惬意地“冲浪”从而获取种种自己需要（尽管有时也不一定是确实需要）的信息，同时也可以方便而无拘束地发表自己认为有意义的信息以供他人浏览。而这一切的一切，都是因为 World Wide Web 完美地将“超文本”的概念变成了触手可及的现实，而这“现实”又是通过 HTML 语言来实现的。

HTML 语言

Hyper Text Markup Language 是 HTML（超文本标志语言）的全名，我们可以把它理解为一种用来生成活动文档浏览效果的代码系统。其最大的特点是提供了方便而强大的超链接（Hyper Link），使得浏览者能够方便而准确、快速地从一文档链接跳转至另一个文档，增强了文档之间的关联性，极大地方便了文档的查找、检索。只要您亲自尝试一下 World Wide Web，就能在不知不觉中体验到这种“下意识地链接”的滋味。

有趣的是，HTML 是一种十分方便的的语言代码系统。可以这么说，您无须任何关于编写程序的知识或经验，依然能够通过阅读本书，轻松地掌握 HTML 的主要功能和结构，并在此基础上，编写出具有相当水准的主页（Homepage）来。

用于显示出图 0.2 的效果的 HTML 文档程序如下，只要用一般的 Notepad（记事本）工具就能轻松地建立起来，当然所建立的文档的后缀名不是.txt，而是要改成.htm 或者.html。

```
<HTML>
  <HEAD>
    <TITLE>
Welcome to learn HTML programming!
    </TITLE>
  </HEAD>
```

```
<BODY>
  <H1>Hello!</H1>
</BODY>
</HTML>
```

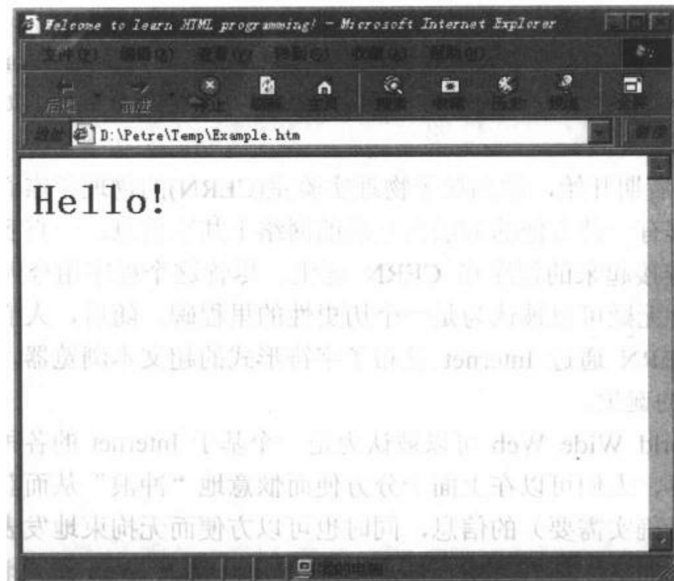


图 0.2 一个简单的“Hello”效果

浏览器的历史

那么，您的计算机在读入了用 HTML 文档写成的文本以后，是如何将其转化成为屏幕上变化万千的内容的呢？在这里，World Wide Web 浏览器（Browser）就充当了一个“翻译员”的角色。

正如我们在前面所提到的，最早的第一代浏览器是纯文本浏览器（Text-only），在这种浏览器中，没有我们今天司空见惯的美妙图形，有的只是一行行的文本。到了 1992 年末，第一个支持图形的浏览器在 Unix 工作站上出现，标志着浏览器技术的发展步入了一个全新的时代。

1993 年 4 月，第一个在全世界广泛流行的浏览器 Mosaic 在美国国家超级计算应用中心（NCSA）诞生，其作者中就有现在 Netscape 公司的 CEO（首席执行官）Marc Andersen。到了该年年底，Mosaic 的各种平台的版本均告完成，并由 NCSA 在 Internet 上广泛地免费分发。Mosaic 成为了有史以来第一个大范围流行的浏览器，并从此引发了 World Wide Web 持续至今的高速指数型增长。

浏览器的竞争与 HTML 标准的进化

HTML 既然是一种语言，很自然地必然会有其自身的标准，或者说是语言语法规范。同其他各种规范一样，必须要有一个组织来负责规范的制订工作。

1994 年，W3C（万维网联盟）在麻省理工学院（MIT）成立，负责管理 Web 标准的发展，其中就包括了制订 HTML 标准。要获取最新的 HTML 标准，您可以访问下面 W3C 的节点：

<http://www.w3.org>

由于 HTML 标准是完全开放的，所以任何人、任何浏览器都可以完全地使用和拓展这一标准。如今两个主要浏览器 Netscape Navigator 和 Microsoft Internet Explorer 的竞争，就是这一标准开放性的体现，这种竞争也从某种意义上说，促进了 HTML 标准的进化。

前面提到的 Netscape 公司首席执行官 Marc Andersen 在 NCSA 任职时，敏锐地觉察到了网络浏览器所存在的巨大市场。于是他毅然辞去在 NCSA 的职务并成立了自己的公司，这就是日今在 IT 业界赫赫有名的 Netscape。Netscape 推出的第一个网络浏览器 Navigator 获得了巨大的成功，其完全支持 HTML 3.2 规范的 Navigator 3.0 版在整整一年的时间中，几乎没有任何对手或竞争者，使 Netscape 获得了巨额的利润，也使 Marc Andersen 成为美国新时代“硅谷神话”的又一个创造者。

Netscape Navigator 的巨大成功，引起了一个“巨人”的不安，那就是 Bill Gates 的 Microsoft。他们终于从陶醉于个人机操作系统和应用软件巨大成功的美梦中醒来，发现 Marc Andersen 已经用他自身的神话阐述了这么一个简单却长期为 Microsoft 所忽视的事实：未来的世界，是网络的世界，离开了网络的计算机是没有前途的。

巨人一旦觉醒，其所激发出的力量是无穷的。Microsoft 决定以浏览器作为其进军网络服务业的突破口。经过几个月的反复和努力，Microsoft 的第一代 Web 浏览器 Internet Explorer 3.0 宣告诞生。与 Navigator 一样，Internet Explorer 3.0 也完全支持 HTML 3.2 规范。由于 Internet Explorer 当时在技术上和市场占有率上都处于一定的劣势，Microsoft 决定利用其自身的巨大实力，免费向全世界用户提供 Internet Explorer。这一举动，标志着一场在巨人 Microsoft 和新兴贵族 Netscape 间的战斗正式打响。

与此同时，随着 World Wide Web 用户的不断增加，用户们对网络的期望和要求也变得越来越。HTML 4.0 规范应运而生，并立即成为浏览器生产厂家新的竞争砝码。

Internet Explorer 4.0 和 Navigator 4.0 都基本上支持了 HTML 4.0 的主要规范。与以前不同的是，这两个浏览器都还各自支持了一些 HTML 4.0 中所没有的特性。虽然这些特性的确会为 World Wide Web 浏览带来更新更妙的效果享受，但也开始宣告 HTML 标准分化的开始。这一分化的直接后果就是导致 HTML 最明显的跨平台优势开始逐步丧失，即在不同的操作系统平台上，甚至在同一平台的不同浏览器上，同一个 HTML 文档的浏览效果可能会有明显的不同。或许今后发布的 HTML 5.xx 能够完全兼容这些拓展了的特性。

在本节的最后，值得指出的是，在这场竞争中，到目前为止，Microsoft 已经占据了明显的优势。Microsoft 利用自己在操作系统方面中的强大实力，在 Windows 98 中完美地集成

了 Internet Explorer 4.0, 使其成为了操作系统的一部分, 从某中程度上说, 甚至成为了一种界面的标准。这一举动大大增强了 Internet Explorer 相对于 Navigator 的竞争力。但不幸的是, 这一举动同时也将 Microsoft 推上了反垄断的被告席。

白热化的网络竞争

除了浏览器的竞争, 在遍布全球的 World Wide Web 网络上, 另一些不见硝烟的战斗也在激烈地进行。

ISP(Internet 网络接入服务商)的竞争是一个很典型的例子。众所周知, 通过一个的 Modem 和日常的电话线路, 就可以通过 ISP 获得接入 Internet 的能力。在美国, 由人口和科技水平(40%的美国家庭拥有计算机)所决定的巨大市场潜力, 使得这一行业成为一个竞争激烈的场所。最初竞争的激烈程度不亚于一年前中国市场上 VCD 产品的竞争。整个大浪淘沙的过程用了整整十年, 才出现了美国 ISP 行业的头号品牌 American On Line(美国在线)。

另一个颇有趣味的竞争领域就是搜索工具(也叫搜索引擎)的竞争。如今的 World Wide Web 上的信息, 可谓是如同汪洋大海, 而所谓搜索工具就是通过键入一些关键词, 来搜索你所需要的信息所在的位置(例如在 Yahoo 中键入 Harper Telescope, 你就可以得到一份与哈勃望远镜有关的网页的地址列表)。由于搜索工具站点主要是通过广告费用(或许以后也会向个人用户收费)维持生存, 因此如何提供良好的服务就成为一个至关重要的环节。

目前比较出名的搜索工具, 如 Yahoo、Excite!、Altavista 等, 在其“本职工作”搜索服务方面的表现可以说不分伯仲, 所以他们又争相地向为用户提供综合服务进军。以 Yahoo(雅虎)为例, 他们为用户提供了个人化的用户界面、电子邮件信箱等等一系列颇具特色的服务, 从而成为了搜索引擎业的“领头羊”, 其拥有者与 Marc Andersen 一样, 也成为了美国硅谷“造神运动”的受益人。

值得指出的是, 我们中国人自己的搜索引擎也开始浮出水面, 其中制作最为精良的当属 Sohoo(搜狐)。但由于这一市场的巨大潜力所带来的激烈竞争(例如 Yahoo 也已经推出了自己的中文搜索站点), 我们自己的搜索工具能否最终“笑傲江湖”, 迄今为止, 仍然是一个未知数。

在另一个方面, 一些有实力的公司为了能够在网络时代继续“领先一步”, 开始通过一些十分强硬的手段, 大规模地全面进军网络服务市场。以 Microsoft 为例, 在 Internet Explorer 获得全面成功的同时, 与 ABC 新闻频道合作推出了 MSNABC 信息服务, 尽管这一服务目前仍带有一些“概念化”的色彩, 但其前景无疑是异常广阔的。为了拓展这一服务的涵盖范围, Microsoft 还兴起了一场轰轰烈烈的兼并运动, 其最大的手笔之一就是购买了最大的免费 E-mail 地址服务商 Hotmail 的股份, 使其成为了 MSNABC 的一个重要的组成部分。

用 World Wide Web 还能干什么?

除了用 World Wide Web 进行浏览信息外, 网络销售也是一种十分时兴的应用。许多大

的公司和一些新兴的公司都开始试图能够介入到这个领域，并从中获得收益。

网络销售的一个十分成功的例子是 Dell 公司。Dell 是计算机业界最早将其定货方式变为网络订购的企业，现在其销量的绝大部分都来自网络订货，其库存量的决定也来自对网络订货的实时分析。进入 Dell 公司的主页，只要您将所需要的计算机的各种配置告诉 Dell（这个过程只需点几下鼠标），整体的报价就能够清晰地显现在屏幕上。在输入了您的信用卡号码和密码后，不出几天，一台崭新的 Dell 电脑就会出现在您的府上。目前，Dell 公司已经成为全球最大和发展最快的计算机公司之一，其创始人 Dell 也成为了又一个“硅谷富豪”。

另一个十分红火的网络销售站点就是网络书商 Amazon（亚马逊网上书店）。这个成立仅有短短数年的新公司，其销售业绩已经令一些老牌的书店刮目相看。由于网上购书在足不出户的同时，还能够提供相当优厚的折扣，已经有越来越多的人倾向于采用这种方式添置自己所需要的书籍，Amazon 高高的股票价格明白无误地告诉人们：这是一个前景光明的行业。

除了在前台直接处理订货消息以外，互联网络还可以在后台帮助公司提高销售量，其基础就是通过数据更新迅速并具有强大分析能力的网络数据库。世界上最大的连锁零售店 Walmart（沃马特），其实时更新的网络数据库据称已经拥有了数以 TB（ $1\text{TB} = 1024\text{GB} = 1024 \times 1024\text{MB}$ ）的数据量。借助强大的数据库分析软件，Walmart 还创造出了一个十分有名的案例：

有一次，Walmart 想通过其自己的数据库分析一下哪些商品的“一篮子购买(Basket Purchase)”最为常见，结果分析的结果居然是啤酒和婴儿尿片！这个结果一开始令 Walmart 的高层经理们百思不得其解，但经过调查最后发现，导致这一结果的原因是：美国的普通家庭妇女往往要求丈夫们在下班回家前到 Walmart 为孩子买一些尿片。而丈夫们在购买尿片的同时就顺手捎上了几瓶自己爱喝的啤酒！“真相大白”后，Walmart 立即调整货架摆设，在尿片架边上放上了啤酒，结果果然获得了销售量上的明显增长！

除了能够通过网络挣钱（Make Money）以外，还可以通过网络省钱(Save Money)。比如说，一些服务优良的计算机业界大公司往往都设立了免费的技术咨询电话。通过建立起联网的技术咨询信息库，在回答一些常见问题的同时，既能大大缩短客户的等待时间（从而加深了客户对公司良好服务的印象，树立了公司的形象，这是钱换不到的），同时也大大地节省了电话费用的支出。又比如一些具有强大实力的制造业企业，都相继建立了区域性乃至是全球性的零配件库存供应网络，从而大大提高了售后服务的质量和速度，并同时成功地将自己的零配件库存成本降到了最低。

以上，我们谈了有实力的企业是如何如何通过网络来获得收益的。但对我们的读者来说，可能更重要的还是通过编写页面在网上发布自己的信息。那么从下一章起，就请您与我们一起来学习 Web 制作的具体技术细节。

