

sams
net

Time Zone

International Number

SUBMIT

[美] Kim and Brad Hampton 著
刘征宇 盖利民 程 琰 译

商业网站 设计指南



浙江科学技术出版社
西蒙与舒斯特国际出版公司

TP393.092
KIM/1

商业网站设计指南

[美] Kim and Brad Hampton 著
刘征宇 盖利民 程 琰 译



浙江科学技术出版社
西蒙与舒斯特国际出版公司

0051299

Kim and Brad Hampton: The Big Guide to Creating COMMERCIAL WEB SITES
Authorized translation from the English language edition published by
SAMS.NET Corporation
Copyright©1996 by SAMS.NET® Corporation
All Rights Reserved. For Sale in Mainland China Only

本书中文简体版由浙江科学技术出版社和美国西蒙与舒斯特国际出版公司
合作出版, 未经出版者书面许可, 本书任何部分均不得以任何方式复制或抄袭。
本书封面贴有西蒙与舒斯特防伪标签, 无标签者不得销售。

版权所有, 翻印必究。

浙江省版权局著作权合同登记号 图字: 11-1998-25 号

书 名	商业网站设计指南
著 者	[美] Kim and Brad Hampton
译 者	刘征宇 盖利民 程 琰
出 版	浙江科学技术出版社 西蒙与舒斯特国际出版公司
印 刷	杭州富春印务有限公司
发 行	浙江省新华书店
制 作	浙江科学技术出版社计算机图书工作室
读者热线	0571-5157523
电子函件	hzzjkj@public1.hz.zj.cn
开 本	787×1092 1/16
印 张	21.5
字 数	514 000
版 次	1999 年 1 月 第 一 版
印 次	1999 年 1 月 第 一 次 印 刷
书 号	ISBN 7-5341-1213-3/TP·70
定 价	36.50 元
责任编辑	熊盛新
封面设计	金 晖

55.7/05

译者序

如果说 80 年代到 90 年代初期是局域网产生、发展和繁荣的时期,那么随着计算机及网络技术的提高,90 年代中后期则是广域网,尤其是 Internet 的繁荣发展时期。曾几何时,Internet、E-mail、Telnet、WWW 等已为人们所熟悉,网上冲浪也逐渐成为一种时尚,更重要的是,Internet 所潜在的商机已经日益凸现。越来越多的商家及技术人员希望跻身于 Internet 网站的开发行列之中,但是 Internet 及其相关技术日新月异,大量的新技术、新方法层出不穷,因此也迫切需要一本覆盖面大、组织结构合理、浅显易懂、新技术丰富的图书。它既能从原理上阐述 Internet 网站开发的原理,又能为专业人员的技术开发提供充实的相关资料。本书就是这样的。本书的原作者 Hampton 夫妇就是最早在美国从事商业网站开发的专家,并拥有自己的公司。他们结合自己的实践经验,并根据客户所提供的第一手反馈资料,精心编写了本书。与许多关于 Internet 书籍不同的是,本书不仅深入浅出地介绍了网站开发的相关技术,如网站开发策略、服务器选用、图形处理、数据库搜索、HTML 语言等,而且从一个开发商的角度,阐述为客户开发商业网站的整个过程、介绍如何促销已创建的网站、提出如何更好地与客户打交道的方法,等等。因此,本书不仅适合于从事或有志于从事网站开发的技术人员阅读,还适合那些希望在 Internet 上寻求商机,但又没有一定专业基础的人阅读。

本书由刘征宇主译并审校,盖利民、程琰参加了部分章节的翻译。在翻译过程中,还得到了张森、陈根才教授及任升强、姚诚伟、朱小明同志的热情指正和帮助,在此一并表示感谢。另外,要特别感谢美国斯坦福大学的 Charles Ettner 博士通过 Internet 对本书的翻译工作所给予的无私帮助。

本书译文难免有疏漏之处,敬请广大读者批评指正。

译者
1998 年 12 月

作 者 序

1. 为什么需要本书

的确，人们对于所谓的信息高速公路(Information Superhighway)已经有了足够的鼓吹，这导致数以万计的人争先恐后地上网。但是，对于万维网(WWW)和 Internet 是否确实是信息高速公路的合适媒体仍有一些争论。当然，总有一小部分人认为我们根本无需信息高速公路。而事实上，许多商业机构、个人以及大多数大学与政府职能部门已经把 Internet 和 WWW 作为一种新的信息交流媒介。简而言之，Internet 和 WWW 已成为人们上信息高速公路最简捷的工具，那些正在观望结果的人很可能有落伍的危险。

WWW 使在全球范围内进行几乎是实时的交互性多媒体信息交流成为可能。与许多正在涌现的技术不同，WWW 相当廉价，并且是迄今为止最强大的信息交流工具。对于一个公司来说，它没有理由不在 Internet 上展示自己。

本书内容丰富、用途广泛。书中尽力提供大量、充分的图片，以便于决策者、学生、企业主、雇员、作家、医生、娱乐界人士和科学家理解如何运用 WWW。同时，该书十分详尽，以至于资深的 HTML 发布人也能在此找到设计原则、技巧以及一些可以改进他们工作内容和成效的工具。

2. 谁应该读本书

本书用途广泛：

- 如果你是一位想为商业机构信息交流提供服务的 HTML 程序员，本书将告诉你如何开发和发布适用于零售、商业机构之间和公司内部等不同环境的网页和系统。
- 如果你是一位想进入 HTML 设计市场的作家、图像艺术工作者或营销专业人士，本书也适合你。
- 如果你是一位商人，又渴望了解 WWW 营销及其与你的业务的相关性，那么，你会发现，本书是对这种媒体的极佳概括。
- 最重要的是，如果委任你为贵公司开发 Internet 信息交流的任务，那么，无论你的经验如何，你都将发现，本书是一本循序渐进的手册，它将帮助你成功设计和完成一个营销系统。

3. 如何使用本书

本书的每一章讨论 Internet 营销的一个方面。它可以有多种使用方式:

- 本书可以作为一本命令手册从头读到尾。
- 根据需要, 你可以选读书中章节, 将它作为参考书。
- 如果要在短时间内开发一个 Internet 发布系统, 比如, 要在下周交易会前建立一个站点, 可以浏览本书, 按照每章提供的“快捷指导(Quick & Dirty Guides)”, 在数日之内就可与一个不错的系统联机了。
- 想对 WWW 营销有一个大概了解的人可以任意浏览本书, 具体理解 Internet 是如何影响商业信息交流的, 从而学会如何在自己的事业中运用它。

每章除了信息和准则外, 还有提示、技巧、图表和示例。每章的结尾是已述要点的总结, 必要的话, 还有快捷指导, 它可以帮助你尽快开始和完成你的工作。

4. 本书并非万能

这不是一本关于“如何在 Internet 上发财致富”的书。现在有越来越多的书宣称通过 WWW 可使人在一夜之间赚进百万美元。虽然我们将会因此受人攻击, 但我们仍要说这不太可能发生。

这也不是一本关于如何编写 HTML 代码的入门书。本书包括了所有的 HTML 标识库, 这意味着你要么懂得基本的 HTML 语言, 要么让别人来完成 HTML 编码。尽管通过阅读本书可从中学会 HTML 语言, 但最好是在构造一个商用信息交流系统之前进行一些实际操作。

最后要说的是, 本书并不能让你彻底懂得营销信息交流。最好你先具备一些商业信息交流经验, 在这方面, 你或许可以得到帮助, 因为本书不可能提供完整的图像艺术和广告教育。

简而言之, 如果没有任何商业或计算机经验, 你就别指望通过阅读本书能突然成为一名商业网站设计人。虽然我们尽最大努力提供每个人都可以获得和理解的信息, 但你必须明白, 一个人在跑步之前必须先学会走路。

5. 创建商业网页时需要做什么

在你所需东西的清单中, 你会看到一个 Internet 上网帐号, 它的排名仅次于计算机和调制解调器。我们指的至少是一个 SLIP(串行线路接口协议)或 PPP(点一点协议)连接, 而不是一个仅支持文本的 Shell(外壳)帐号。如果你还没有帐号, 那么, 就近找一个 ISP(Internet 服务供应商)即可联机上网。我们假设你在阅读本书时, 已经与 Internet 相连, 并上过网, 熟悉如何在赛博世界(cyberspace)漫游。进一步说, 我们希望你已经用过 E-mail、Usenet 或其他 Internet 服务。

当然, 一本关于如何开发网站的书应该有自己的网址, 本书就是这样的。该网址有最

新的信息资源及读者感兴趣的链接。在这里，你也可以就有关本书的问题及评价与作者进行联系。将你的浏览器指向<http://www.hampton.org>，我们希望在那里能见到你！

要开发 HTML 系统、转换和创建图像、预览网页、将网页上载到服务器以及对它们进行再次测试，那么，你需要：

- 工作站 (IBM、MAC 或 UNIX)。
- 波特率 ≥ 14.4 Kbps 的调制解调器。
- Internet 上网帐号。
- ASCII 文本编辑器。
- 位图图形处理软件。
- 拥有永久 IP 地址的 WWW 服务器 (你自己的，或借用别人的空间)。
- WWW 浏览器 (包括 Netscape 公司和 Microsoft 公司的产品)。
- FTP (文件传输协议) 应用程序。

6. 告诉我们你的想法

作为读者，你是我们图书最重要的评判者，我们会非常重视你的意见，我们也想知道我们有哪些地方是做对了、哪些地方尚需改进、你希望我们出版哪些方面的图书以及任何你愿意告诉我们的好的想法。你可以通过帮助我们写出好书来满足你的需要，并对你所需的计算机方面的知识给予指导。

你上过 CompuServe 或万维网吗？如果上过，那么，在任何提示符下键入 GOSAMS 就可进入我们的 CompuServe 论坛。如果你偏好万维网，<http://www.mcp.com> 就是我们的网址。

目 录

第一部分 策划一个商业网站

第 1 章 WWW 营销的一些背景知识	3
1.1 营销的历史	3
1.2 什么是 Internet	4
1.3 谁创建了 Internet	5
1.4 Internet 上的营销	6
1.5 什么是 WWW	7
1.6 什么是高效率的营销信息交流	8
1.7 当前的 Internet 统计数据	9
1.7.1 关于统计数据的注释	9
1.7.2 CommerceNet/Nielson 调查的结果	9
1.8 将生意放在万维网上的 13 条理由	15
1.9 略 读	17
1.10 快捷向导	18
1.11 小 结	18
第 2 章 开发一种有效的 Web 策略	19
2.1 确定自己的目标	19
2.2 设身处地	20
2.3 制定你的策略	20
2.4 从小处着手或搞大手笔	21
2.5 费用如何	21
2.5.1 作出一个人致的估算	22
2.5.2 作出一个较精确估算	22
2.5.3 作出一个明细估计	23
2.6 自力更生还是雇佣顾问/分包商/雇员	23
2.6.1 Internet 顾问	23
2.6.2 与计算机顾问/承包人相关的问题	25
2.6.3 服务器方面的问题	27
2.6.4 雇员问题	27
2.6.5 图形设计服务	28

2.6.6 合 作	28
2.6.7 以物换物	29
2.7 制定时间表	29
2.8 快捷向导	29
2.9 小 结	30
第 3 章 注册域	31
3.1 域 名	32
3.1.1 你的虚拟牌子	32
3.1.2 选择域名的重要因素	32
3.1.3 列出清单, 核查两次(域名搜索)	33
3.2 域名注册	35
3.2.1 在哪里注册	35
3.2.2 如何注册	35
3.3 检 查	37
3.4 快捷向导	37
3.5 小 结	38
第 4 章 选择服务器	39
4.1 服务器问题的概述	39
4.2 什么是虚拟主机	39
4.3 确定你的服务器需求	40
4.4 未来发展的需要	40
4.5 快捷向导	41
4.6 小 结	41
第 5 章 选择虚拟域主机	42
5.1 比较虚拟域主机时该问的问题	42
5.2 到何处搜寻	47
5.3 如何与他们联系	47
5.4 与 Internet 的连接	52
5.4.1 拨号上网帐户	52
5.4.2 如何使用 FTP 进行发布和更新	53
5.4.3 安装信箱	53
5.5 快捷向导	54
5.6 小 结	54
第 6 章 自备服务器	55
6.1 主要服务器系统之间的比较	55

6.1.1 硬 件	55
6.1.2 软 件	58
6.2 与 Internet 连接	63
6.2.1 你的速度——从 ISDN 到 T1 以及更高	63
6.2.2 建立租用线路	64
6.2.3 通向信息高速公路的通道——ISP	64
6.2.4 IP 地址和 DNS	65
6.3 安全问题	65
6.3.1 防火墙	66
6.3.2 使你的系统相互隔开	66
6.4 快捷向导	67
6.5 小 结	67

第二部分 设计一个成功的网站

第 7 章 打基础	71
7.1 网站上应放置什么信息	71
7.1.1 谁访问你的网站	72
7.1.2 浏览者在网上寻找什么信息	72
7.1.3 如何组织信息	73
7.2 在创建系统图表时牢记客户	73
7.3 引导浏览者浏览该促销宣传网址	77
7.4 简洁是关键	77
7.5 有关内容问题	79
7.6 安排好优先级	79
7.7 多平台策略	80
7.8 快捷向导	83
7.9 小 结	84
第 8 章 使网站引人注目	86
8.1 根据商业利益组织网页	86
8.1.1 一个 Web 文档的基本要素	86
8.1.2 网页长度的考虑	88
8.2 设计网站的外观	89
8.2.1 简 洁	90
8.2.2 视觉平衡	90
8.2.3 比 例	90
8.2.4 对 比	90
8.2.5 流 畅	91

8.2.6 和 谐	91
8.3 模块化	92
8.4 保持连续性	92
8.5 导航策略	92
8.5.1 页 眉	93
8.5.2 “前一页”与“后一页”导航	94
8.5.3 网站映像	94
8.6 一些关于导航方面的诀窍	95
8.7 营销要“酷”还是要有效	95
8.8 小 结	99
第9章 保持良好的组织	100
9.1 如何组织你的工具	100
9.2 目录结构	101
9.3 根据于己有利原则使用目录	102
9.4 快捷向导	103
9.5 小 结	104
第10章 利用 HTML	105
10.1 对基本知识的复习	105
10.1.1 HTML 版本声明标识<!DOCTYPE>	106
10.1.2 HTML 元素<HTML>和</HTML>	106
10.1.3 Head 元素<HEAD>和</HEAD>	107
10.1.4 Body 元素<BODY>和</BODY>	107
10.1.5 各种块元素	108
10.1.6 文本级别元素	110
10.1.7 特别元素	111
10.2 关于使用模板的指导	112
10.3 根据于己有利原则使用图文框	113
10.3.1 图文框基础	114
10.3.2 图文框链接	117
10.4 为何使用表格	118
10.5 “酷”技巧	120
10.5.1 使用背景平铺	120
10.5.2 用表格排版网页	121
10.5.3 在代码中调整图像大小	123
10.5.4 使用指甲图(Thumbnail)	124
10.6 小 结	124

第 11 章 将 HTML 与 CGI 集成起来	125
11.1 什么是 CGI	125
11.2 CGI 的用途	126
11.3 制作用户友好的表单	127
11.3.1 表单标识<FORM>和</FORM>	129
11.3.2 <INPUT>	129
11.3.3 <DL>、<DT>和<DD>	131
11.3.4 <SELECT>	131
11.3.5 <OPTION>	131
11.4 用 CGI 对表单解码	132
11.5 快捷向导	135
11.6 小 结	136
第 12 章 图形处理	137
12.1 用图形进行信息交流	137
12.2 面向 Web 的图形转换	137
12.2.1 从高分辨率印刷品主文件中转换(CMYK 文件)	138
12.2.2 从印刷品资料上转换	139
12.3 图形的有效使用	140
12.4 图形格式	142
12.4.1 图形交换格式(GIF)	142
12.4.2 联合摄影专家组(JPEG)	144
12.4.3 将来会出现什么	144
12.5 关于色彩和质量方面的提示	145
12.5.1 反走样	145
12.5.2 抖动处理	146
12.5.3 51 规则	146
12.6 目录结构	147
12.7 没有图形的图形	147
12.7.1 背 景	147
12.7.2 层叠式样式表	149
12.7.3 创建指甲图(Thumbnail)	149
12.8 快捷向导	151
12.9 小 结	153
第 13 章 数据库及其搜索	154
13.1 从数据库到 Web	154
13.1.1 在网上发布产品信息	154
13.1.2 保持简洁	160

13.2	从 Web 到数据库——将 Internet 用于寻找销售渠道	160
13.3	客户能很快找到他们要查询的内容吗	162
13.4	快捷向导	164
13.5	小 结	165
第 14 章	邮件发送系统	166
14.1	使用 E-mail 的好处	166
14.2	开发成批发送清单	166
14.3	自动应答器	169
14.3.1	自动应答器服务	169
14.3.2	避免使用自动应答器	170
14.4	高效、成批发送 E-mail	170
14.5	快捷向导	171
14.5.1	将 Eudora Light 用于成批发送 E-mail	172
14.5.2	将 Microsoft Exchange 用于成批发送 E-mail	174
14.6	小 结	175
第 15 章	网上客户服务	176
15.1	如何做好客户服务	177
15.1.1	提供信息	177
15.1.2	营造一个团体	178
15.1.3	强化购买决定	179
15.2	对一切了如指掌	180
15.3	快捷向导	180
15.4	小 结	180
第 16 章	网上收款	181
16.1	创建一个成功的网上购物系统	181
16.2	信用卡	183
16.3	信用卡服务	185
16.4	现 金	185
16.4.1	DIGICASH	186
16.4.2	CYBERCASH	186
16.5	支 票	186
16.6	一张简单的网上购物表单	187
16.7	对访问收费	191
16.8	快捷向导	192
16.9	小 结	193

第 17 章 网站的安全性	194
17.1 公共与专用网站	194
17.2 专用网站的用途	195
17.3 安装一个专用网站	196
17.3.1 关键是什么呢	196
17.3.2 谁想知道	196
17.3.3 隐藏什么呢	196
17.3.4 危 险	196
17.4 知识产权	197
17.5 小 结	197
第 18 章 花哨图片	198
18.1 真的需要所有的花哨图片吗	198
18.2 动 画	198
18.2.1 GIF 89a 动画	200
18.2.2 SHOCKWAVE	200
18.3 视 频	201
18.4 声 音	201
18.4.1 真正的内容	201
18.4.2 普通的声音	202
18.5 Java 的使用	202
18.6 ActiveX	203
18.7 虚拟现实建模语言(VRML)	204
18.8 混合型的应用程序	205
18.9 生意窍门	205
18.10 快捷向导	206
18.11 小 结	210
第 19 章 调试并运行网站	211
19.1 为大众做准备	211
19.2 准备现场使用	211
19.3 测 试	213
19.3.1 疑难解答	213
19.3.2 在你的 HTML 上检查隐藏着的错误	216
19.4 备 份	218
19.5 Web 设计的 Murphy 法则	218
19.6 快捷向导	219
19.7 小 结	219

第三部分 推销你的网站

第 20 章 脱机推销你的网站	223
20.1 为什么要脱机	223
20.1.1 加入到这个充满希望的事业中来	223
20.1.2 把你的客户牵涉进来	224
20.1.3 发出一个悬念广告	224
20.2 加强传统广告方式	226
20.2.1 印刷品宣传资料	227
20.2.2 印刷品广告	227
20.2.3 收音机	227
20.2.4 TV	228
20.2.5 室外广告	228
20.2.6 不值钱的小玩艺	228
20.3 集 成	228
20.4 赢得媒体宣传	229
20.5 成为 Internet 的一部分	229
20.5.1 计算操作费用	229
20.5.2 评估感兴趣的程度	229
20.5.3 计算起步费	230
20.5.4 提供刺激	230
20.6 快捷向导	231
20.7 小 结	231
第 21 章 网上推销你的网站	232
21.1 到搜索引擎上注册	232
21.1.1 告诉人们你就在那里	232
21.1.2 工作原理	233
21.1.3 到哪里去	234
21.1.4 我适合于哪一类	234
21.1.5 公司描述的重要性	235
21.1.6 关键字及使用方法	235
21.2 购买旗形广告、有偿链接和目录表	236
21.3 开发链接合作	238
21.4 Usenet 小组	238
21.5 成批发信	239
21.6 快捷向导	240
21.7 小 结	242

第 22 章 国际市场	243
22.1 语言障碍	243
22.1.1 显示别的语言(字符集)	244
22.1.2 翻 译	244
22.1.3 多语言网站	245
22.2 访 问	245
22.3 国际交易	246
22.4 为什么要接触海外市场	246
22.5 小 结	246

第四部分 网络现状

第 23 章 Intranet 和 Kiosk	249
23.1 Intranet	249
23.2 Kiosk	250
23.3 还有别的东西吗	252
23.4 小 结	252
第 24 章 跟踪网页成效	253
24.1 计数器	253
24.2 将访问日志用于网站分析	254
24.2.1 什么是访问日志	254
24.2.2 翻译日志文件	255
24.2.3 我是否应该把我的网站统计信息放在网上	257
24.2.4 网站统计数据服务	258
24.2.5 这究竟意味着什么	258
24.3 使用日志来提高你的网站水平	259
24.3.1 访问日志	259
24.3.2 错误日志	260
24.4 快捷向导	261
24.5 小 结	262
第 25 章 维护你的系统	263
25.1 有规可循	263
25.2 管理多个作者	263
25.3 保持一致性	264
25.3.1 建立命令次序	264
25.3.2 建立网站指导方针	265

25.3.3 利用模板	265
25.3.4 检 查	267
25.4 小心大幅度的修改	268
25.5 小 结	269
第 26 章 推销你的最新 Web 技术	270
26.1 对能工的专业人士的巨大需求	270
26.2 升 职	270
26.3 求 职	271
26.4 成为一名 Internet 营销专业人士的过程	272
26.5 小 结	273
第 27 章 与客户打交道	274
27.1 做准备	274
27.2 发 现	277
27.2.1 做准备	277
27.2.2 正式会谈	278
27.3 提 案	278
27.4 实体模型	279
27.4.1 样式板	279
27.4.2 结构图	279
27.4.3 使用剧情板	280
27.4.4 尝试一下	280
27.5 解释 HTML 局限性	280
27.6 成为一名专业人士	281
27.6.1 诚 实	281
27.6.2 不要超过最后期限	282
27.6.3 进行明确的交流	282
27.6.4 迅速及时地回复电话或电子邮件	283
27.6.5 坚持预算	283
27.7 报酬事宜	283
27.8 小 结	284

第五部分 附 录

附录 A Internet 统计资源	287
附录 B 虚拟主机资源	287
附录 C 服务器资源	287
附录 D Web 设计资源	288
附录 E 图形资源	289