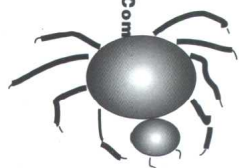


电子商务网站的

王志峰 雨泽 若勇 等 编著

e Commerce e Commerce e Com



e Commerce e Com

构建与维护



清华大学出版社

<http://www.tup.tsinghua.edu.cn>

电子商务网站的构建与维护

王志峰 雨泽 若勇 等 编著

清华大学出版社

(京)新登字 158 号

内 容 简 介

随着因特网事业在全球的迅猛发展,提供因特网服务不仅仅是 ISP(网络接入服务提供商)或 ICP(内容服务提供商)的专利,因特网的作用也从通信、传播等扩展到电子商务的广泛应用。电子商务已是因特网信息服务的一项最重要的内容。

本书主要基于 FrontPage 2000 网页编辑器,通过众多实例,融会作者多年来在多媒体制作和网站策划、管理等方面的经验,深入细致地讲解了如何建立和维护电子商务站点,以及如何发布与推销这些站点。全书共分为 5 篇 18 章,分别介绍了电子商务网站的策划、实战运用、如何吸引用户及网站数据库的连接、网站信息发布、如何成功地推销商务站点等众多内容。

相信通过对本书的学习,能够帮您从一个单纯进行网页编辑的人员迅速提升为一个负责网站策划、运营的电子商务大使。

版权所有,翻印必究。

本书封面贴有清华大学出版社激光防伪标签,无标签者不得销售。

书 名: 电子商务网站的构建与维护

作 者: 王志峰 雨泽 若勇 等

出 版 者: 清华大学出版社(北京清华大学校内,邮编:100084)

<http://www.tup.tsinghua.edu.cn>

印 刷 者: 北京密云胶印厂

责任编辑: 丁岭

发 行 者: 新华书店总店北京发行所

开 本: 787 × 1092 1/16 印张: 16 字数: 376 千字

版 次: 2000 年 10 月第 1 版 2000 年 10 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 7-302-04058-3/TP·2388

印 数: 0001 ~ 5000

定 价: 25.00 元

前 言

您想在网上传自己的新构想吗? 想在网让更多的人了解您的产品吗? 以前, 您可能总是在为想开一家全球化的公司但又缺少信息资源而发愁, 为想自己做一番大事业又没有广阔的渠道而苦恼。但现在, 这一切设想都因为有了网络而变得不同了。以前, 网络可能离您很远很远; 现在, 网络就在您的身边。也许您只需要拥有一台电脑, 然后认真地学习本书, 就可能有了实现自己梦想的机会。因为, 这个新时代是电子商务的时代, 是我们大家的时代!

有关本书的电子商务网站的架构是在基于 FrontPage 2000 这一优秀软件的前提下进行的(当然您可以选择其他软件, 但本书推荐使用该软件), 因此, 本书会详细介绍使用 FrontPage 2000 来制作个人或企业的电子商务站点, 也就是说本书在介绍 FrontPage 2000 这一软件时是紧紧围绕电子商务网站这一主题的。

1999 年夏天闪亮登场的 FrontPage 2000 是微软公司最新推出的大型办公自动化套装软件 Office 2000 中的一员, 微软公司首次将其捆绑于 Office 2000 中, 这既是把 Office 2000 推向网络与 Internet 应用的一次重大突破, 也是 FrontPage 产品的一次质的飞跃。

FrontPage 2000 不但继承和保留了 FrontPage 98 及其他原有版本的传统功能, 又新增了几十种新功能。捆绑进 Office 2000 后的 FrontPage 2000, 拥有与其他 Office 产品相同的工作界面和一致的操作方法以及更加完善的协同工作能力, 而且涵盖了 Internet 与 Web 的最新技术成果。对于已经掌握和了解了 Word、Excel、PowerPoint 等 Office 2000 组件的广大用户来说, 很快就能熟练掌握 FrontPage 2000, 它的确妙不可言。

世界上很多发达国家都普遍重视以计算机和通信为主的信息产业, 而目前我国的信息产业及信息技术都有待于与国际接轨, 多媒体电子商务的发展就更为重要。如今, 对于很多大企业来说, 已经不是做不做网站的问题, 而是什么时候做、做成什么样子的问题了。因此, 编写本书的目的不仅仅是让您能够建立自己的网站, 制作出自己的 Web 页面, 更主要的是讲述了如何制作商业网站, 如何成功地在网站上将自己的产品、构思、想法更加快捷、更加便利地让更多的用户得到它、使用它, 而最终成为您的消费者。

本书由浅入深、循序渐进地介绍了多媒体电子商务网站的策划、架构、实际制作及最终的发布过程。

全书共分 5 篇, 第 1 篇共有 3 章, 主要介绍了如何规划一个电子商务网站。第 2 篇为建立电子商务站点的实战介绍, 内容较多, 共有 6 章。第 3 篇主要介绍如何让网站与用户互动, 也有 6 章。第 4 篇有 2 章, 系统地介绍了网站数据库的建立、发布及维护。第 5 篇虽然只有一章, 但是主要讲述了该如何将网站推向市场, 让更多的用户知道它, 见到它, 并最终成为网站的忠实用户。附录提供了相关的站点资料。

本书在内容的编写和结构的编排上充分考虑了用户的应用实际, 各章内容前后呼应, 又

相互独立,使从未接触过多媒体电子商务网站的用户只要按顺序阅读本书前几章的内容,就能了解及动手创建自己的站点和网页了。当然,读者也可以根据实际情况,跳跃式地阅读自己感兴趣的章节。

好了,现在就可以正式开始学习了,让我们一起期待您的商务网站的发布吧。

编 者

2000 年 6 月

目 录

第 1 篇 电子商务网站的策划

第 1 章 电子商务网站的设计理念	(3)
1.1 从市场调研开始	(3)
1.1.1 市场调研的对象	(3)
1.1.2 市场调研的方向	(4)
1.2 与 ISP 供应商沟通	(6)
1.2.1 ISP 商提供的服务	(6)
1.2.2 ISP 商的收费及其他服务	(7)
1.2.3 注册域名	(7)
1.3 电子商务站点主题的确立	(8)
1.4 人力资源与进度规划	(9)
1.5 网站管理和保密措施	(10)
第 2 章 电子商务站点的制作基础	(13)
2.1 硬件平台的创立	(13)
2.2 软件平台的创立	(15)
第 3 章 网页的设计	(17)
3.1 网页的组织	(17)
3.2 网页的规划	(19)
3.3 网页的确立	(21)
3.4 网页、网站与 WWW	(22)

第 2 篇 电子商务站点实战

第 4 章 全面接触 FrontPage 2000	(25)
4.1 FrontPage 2000 基本操作	(25)
4.1.1 Office 办公软件包的新成员	(26)
4.1.2 工具的认识与使用	(27)
4.1.3 网页编辑区	(33)
4.2 安装、启动 FrontPage 2000	(34)
4.3 打开新网页	(35)

4.4 网站的打开、关闭与删除	(37)
4.4.1 打开站点	(37)
4.4.2 关闭网站	(38)
4.4.3 删除站点	(39)
4.4.4 获得帮助	(39)
4.5 打印 Editor 文件	(41)
第 5 章 FrontPage 2000 中的文本编辑	(43)
5.1 输入文字	(43)
5.2 文字的查找、移动与复制	(44)
5.2.1 剪切、复制与粘贴	(45)
5.2.2 查找文本	(45)
5.2.3 拼写检查	(46)
5.2.4 替换文本	(47)
5.3 段落样式	(48)
5.3.1 划分段落	(48)
5.3.2 设置段落属性	(49)
5.4 条列项目的编辑	(50)
5.4.1 添加项目列表	(50)
5.4.2 添加编号列表	(51)
5.4.3 添加定义列表	(52)
5.4.4 设置嵌套列表	(53)
5.5 加入分隔线	(54)
5.5.1 插入水平线	(54)
5.5.2 设置水平线属性	(55)
5.6 文字属性	(56)
5.6.1 设置文本字体	(57)
5.6.2 调整文本字号	(58)
第 6 章 网页布局设计	(59)
6.1 标题及文本的设置	(59)
6.1.1 输入标题	(60)
6.1.2 运用文本效果	(61)
6.1.3 改变文本颜色	(61)
6.1.4 添加字符间距	(62)
6.2 边框与阴影的使用	(63)
6.2.1 设置边框	(63)
6.2.2 设置阴影	(64)
6.3 段落样式及内容定位	(65)
6.3.1 段落样式	(65)

6.3.2 内容定位	(66)
第 7 章 链接网页	(68)
7.1 规划超链接	(68)
7.1.1 认识超链接	(69)
7.1.2 创建超链接	(69)
7.2 网站内部的超链接	(70)
7.2.1 与当前站点内网页的链接	(70)
7.2.2 与空白网页的链接	(70)
7.3 网站外部的超链接	(71)
7.3.1 与电子邮件的链接	(71)
7.3.2 与 Web 的链接	(72)
7.4 加入导航条	(73)
7.4.1 定义导航结构	(73)
7.4.2 认识导航条属性	(74)
7.4.3 创建导航条	(75)
7.5 书签的使用	(75)
7.5.1 创建书签	(75)
7.5.2 设置书签属性	(76)
7.5.3 链接书签	(77)
7.6 图像地图的使用	(77)
7.6.1 创建热点	(77)
7.6.2 设置默认热点	(78)
7.7 链接管理	(79)
7.7.1 修改链接颜色	(79)
7.7.2 取消链接	(80)
第 8 章 使用任务	(82)
8.1 向导及手工创建任务	(82)
8.1.1 使用向导	(82)
8.1.2 手工创建任务	(83)
8.2 执行、查看与标记任务	(85)
8.2.1 执行任务	(85)
8.2.2 查看任务	(85)
8.2.3 标记任务	(86)
8.3 分配及跟踪任务	(87)
8.3.1 分配任务	(87)
8.3.2 跟踪任务	(87)
8.4 任务与新特性的结合	(87)
8.4.1 对拼写检查的帮助	(88)

8.4.2 使用任务创建网页	(88)
第9章 建立网页表格	(90)
9.1 建立表格	(90)
9.1.1 使用工具按钮	(90)
9.1.2 使用表格命令	(91)
9.1.3 使用表格工具栏	(92)
9.1.4 由文本转化表格	(93)
9.2 表格的编辑与填充处理	(94)
9.2.1 选择、插入、合并、分割单元格	(94)
9.2.2 填充单元格	(95)
9.2.3 修改表格的行与列	(98)
9.3 表格的属性	(100)
9.3.1 排列位置	(100)
9.3.2 改变表格的高度与宽度	(101)
9.3.3 对齐表格	(102)
9.3.4 设置表格颜色	(102)
9.3.5 表格说明	(102)
9.4 表格的使用	(103)

第3篇 多媒体的网页

第10章 网页的特殊效果设计	(107)
10.1 加入声音	(107)
10.1.1 嵌入音频	(108)
10.1.2 背景音乐	(109)
10.1.3 插入音频	(109)
10.1.4 链接音频	(110)
10.2 加入图像	(111)
10.2.1 插入图像	(111)
10.2.2 处理图像	(113)
10.2.3 运用特殊效果	(115)
10.2.4 修改图像外观	(116)
10.3 加入 Flash	(119)
10.3.1 Flash 简介	(119)
10.3.2 Flash 的使用	(120)
10.3.3 Flash 加入	(123)
10.4 加入其他的 Script	(124)
10.4.1 使用 Java 小程序	(124)

10.4.2 使用 ActiveX 控件	(126)
第 11 章 动态网页设计	(129)
11.1 悬停动态按钮	(129)
11.1.1 使用悬停动态按钮	(129)
11.1.2 自定义悬停按钮	(130)
11.2 Animation(动态对象)	(131)
11.2.1 选择触发事件	(131)
11.2.2 确定、设置及应用动态类型	(132)
11.3 替换信息	(134)
第 12 章 网页表单的使用	(136)
12.1 网页表单简介	(136)
12.1.1 认识表单	(136)
12.1.2 生成表单	(137)
12.1.3 完善表单	(141)
12.1.4 发送表单	(150)
12.2 表单处理程序	(152)
12.2.1 用文件保存数据	(152)
12.2.2 以电子邮件传送数据	(154)
12.3 确认网页	(155)
12.3.1 创建确认网页	(155)
12.3.2 建立确认网页的关联	(156)
第 13 章 框架网页的制作	(158)
13.1 框架网页的创建、编辑	(158)
13.1.1 浏览框架网页	(158)
13.1.2 创建框架网页	(160)
13.1.3 编辑框架	(162)
13.2 框架网页的属性设置	(165)
13.2.1 调整框架大小	(165)
13.2.2 显示滚动条	(166)
13.2.3 设置框架边距	(166)
13.3 框架间距的修改	(167)
13.4 目标框架的确立	(168)
13.4.1 命名框架	(168)
13.4.2 创建目标框架	(169)
13.4.3 显示表单结果	(170)
13.5 框架网页的储存	(171)
13.5.1 支持多种浏览器	(171)
13.5.2 保存框架网页	(172)

第 14 章 样式表	(174)
14.1 样式表简介	(174)
14.1.1 了解样式表	(174)
14.1.2 运用内嵌式说明	(174)
14.1.3 运用样式表	(177)
14.2 样式表在站点的应用	(182)
14.2.1 编辑外部样式表	(182)
14.2.2 嵌入外部样式表	(182)
第 15 章 讨论组的制作	(185)
15.1 讨论组的建立、编辑和测试	(185)
15.1.1 如何建立讨论组	(185)
15.1.2 编辑讨论组	(190)
15.1.3 测试讨论组	(192)
15.2 访问权限的管理	(193)
15.2.1 分配访问权限	(194)
15.2.2 调整访问权限	(194)
15.3 表单处理程序的设置	(195)
15.3.1 “讨论”选项卡	(195)
15.3.2 “文章”选项卡	(196)
15.3.3 “确认网页”选项卡	(197)

第 4 篇 完成篇

第 16 章 数据库的连接	(201)
16.1 Web 服务器	(201)
16.2 ODBC 数据文件的建立	(202)
16.2.1 准备数据库文件	(202)
16.2.2 获得数据源	(202)
16.3 编辑数据库	(204)
16.3.1 建立数据库连接	(204)
16.3.2 显示数据网页	(205)
16.3.3 插入新的字段	(206)
16.3.4 调整数据库信息	(206)
第 17 章 站点的发布及维护	(207)
17.1 测试及发布站点	(207)
17.1.1 测试站点	(207)
17.1.2 选择 Web 服务器	(208)
17.1.3 开始发布	(209)

17.2 站点的修改	(211)
17.2.1 远程修改	(211)
17.2.2 本地修改	(212)
17.3 站点的维护	(212)
17.3.1 维护工作	(212)
17.3.2 验证链接	(214)
17.3.3 查找文件	(215)
17.3.4 替换文本	(216)
17.3.5 设置站点选项	(217)

第 5 篇 市场篇

第 18 章 推广网站	(221)
18.1 推广网站的方法	(221)
18.1.1 将站点资料放置到 Web 搜索引擎	(221)
18.1.2 互建友情链接	(225)
18.1.3 发动媒体宣传与脱机广告	(226)
18.1.4 经常更新网站	(227)
18.2 获取经济效益	(227)
18.2.1 付款方式及网络安全交易	(227)
18.2.2 有偿广告	(230)
附录	(233)
国内、国际知名的搜索引擎	(233)
国内、国际知名电子商务网站	(236)

第1篇

电子商务网站的策划

做任何事之前,都需要先制订一个详细的计划,然后才能够正确地实施,建立一个电子商务网站也是同样的道理。

本篇先介绍关于一个电子商务网站策划的各项要点,例如从哪里着手开始进行,如何找寻合适的 Internet 服务供应商,Internet 服务供应商究竟会给我们提供什么样的服务,如何确定您这个商务站点的主题,如何保证建立该商务站点所需的人力资源,以及如何有效地进行保密合作等;然后介绍建立一个电子商务站点所需的硬件及软件平台;最后介绍有关“网页、网站、WWW(World Wide Web,万维网)”之间的关系。

以上的这些要点几乎都是建立一个电子商务站点所必备的元素。

第 1 章 电子商务网站的设计理念

1.1 从市场调研开始

无论您从事何种行业都离不开一个很重要的工作——市场调研。在您需要建立自己的电子商务网站之前,也要做“市场调研”,那么针对电子商务网站该如何做市场调研呢?下面我们以建立一个网上书店为例,与您一起来开展这项市场调研的工作。

先让我们了解一下什么是电子商务。

在这个 E(Electronic 电子)日益走红的时代,E - book(电子书)、E - money(电子货币)等高频词的出现,彻底打破了现代社会的行为方式。电子商务这一新型商务手段的出现代表了电子商务时代的来临,它的英文是 Electronic Business,指的是交易的各方是通过电子的方式来进行。例如,用信用卡在网络上购买一本书,就可理解为是电子交易。它有别于传统的通过当面交货或面谈的方式进行交易。当然电子商务的范畴远远不只电子交易那么简单。目前的电子商务已经影响到银行、运输、税务等各个方面的电子单证交换。因此,电子商务的发展是必然的,它将成为未来世界中最重要交易手段,必将是未来企业间信息交流、资源共享等多方面的网络通信技术手段。

那么市场调研又是什么呢?

一般来说,所谓市场,是由人、购买力、购买习惯三种因素组成。无论在国外市场还是国内市场都是如此。因特网的风行,更是打破了商业间的国界问题。所不同的只是国外市场的人口、购买力与购买习惯,因人文与自然环境背景的不同,而与国内市场有极大的差异。市场只是一个中介的过程,是每一种产品在生产者和消费者之间的一环:它必须适应于各产品的生产环境、消费者等因素。尽管网络的出现使消费者与厂商之间的距离出现了前所未有的接近,但是网络也只是一个市场,是供求双方交易的一个媒介。

现代企业的运行,在生产和制造产品之前,大都会对市场做出全盘的了解及调查,然后产生,这样才能做到与消费紧密无间的配合,电子商务站点亦是如此。否则,盲目地做出某一个网站发布在 Web 上,只能徒增企业的成本而已。因此市场调查对您的电子商务站点的发展是必要而又行之有效的。

1.1.1 市场调研的对象

一般来讲,市场调研所需调查的对象通常有以下几种:

- 分析同类商品市场的大小 必须彻底了解市场中的最大需求量,并获知该类商品中竞争者的地位,然后根据这些结果来讨论自己公司的商品在众多的竞争商品中所占的分量与地位。

就电子商务书店来说,应当首先获知书的市场需求量有多大,目前在网络中有多少家类

似的商务书店,这些书店在网络市场中所占的份额有多少。经过这些调查以后,再对自己的电子商务书店作出系统的分析,以及明确该怎样去抢占市场。

- 分析不同地区的销售商机与潜在市场 这一分析主要是了解公司在特定销售地域中可能扩展的程度,以及研究每种地域相对市场的有利性,使公司的产品更具有竞争性。

就电子商务书店来说,分析地域的手段有多种。可以采用有奖问答的方式,了解各个地域的消费层次、年龄段、月收入、哪种类型的消费者需要哪种书,而该种书的潜在市场又在哪儿等等相关信息,如图 1-1 所示(有奖问答)。

图 1-1 有奖问卷调查相关信息

- 分析特定市场的特征 必须先调查各种市场的特征,才可根据该特征去销售商品。例如说,将高档的商品在收入较低的地区销售,必定不符合当地消费者的需求。

就电子商务书店来说,分析特定市场的特征相对简单些,可以根据不同的消费层次和消费需要而做出不同类别的书店。例如,当作礼品的作为一个类别、自己看而又想买的作为一个类别、免费下载的又作为一个类别,等等。

- 不同商品市场的规模与发展方向 这项市场调研的分析,需要观察消费者爱好的动向及原因在哪里。

就电子商务书店来说,可从某类书的链接的单击率上分析出个大概情况,哪类书的单击率较高,基本上就可以说明对该类书感兴趣的读者较多。

1.1.2 市场调研的方向

- 竞争分析 分析消费者对本企业与其他竞争厂商所提供的商品服务所能接受的程度。

就电子商务书店来说,可以调查现行的网络书店所提供的各类服务,例如,有的商务书

店提供免费的礼品包装纸,还可以在该礼品上附客户的赠言等服务。那么可以根据这些调查结果,确定自己的电子商务网站特色服务。例如,可以让客户对任何书预览、并且可以留下该客户的一些信息资料,定期给客户发去感兴趣的新书目录等。

• 品质分析 对既有商品进行改良,可以让企业获得竞争上的优越性。

电子商务书店需要达到这一效果,首先是网站硬件的经常升级换代,能使用户进入、退出更加迅捷方便;其次就是网站界面的经常更新,使用户时常感到有新鲜感,不会厌倦;并且界面做得越方便使用越好。

• 新产品市场开拓的分析 一项新产品进入市场后,需要特别注意该产品的创意,并且把它广泛地介绍给大众。

电子商务书店在向读者推出某一本新书时,最好在网站的首页上有很醒目的标识,通过统计单击次数也可顺便做出读者对该书的反映调查,便于以后适当地推出读者爱看的书。

为叙述清楚起见,以调查书店为例,我们给大家作了一个市场调查问卷的范例,见表 1-1。通常的调查都会以有奖调查的方式进行,这样一般用户才会认为有必要参加您的问卷调查。

表 1-1 电子商务书店意向调查表

1. 基本资料					
性别:	☐ 男	☐ 女			
年龄:	☐ 17 岁以下	☐ 18 ~ 21 岁	☐ 22 ~ 34 岁	☐ 35 ~ 50 岁	☐ 50 岁以上
职业:	☐ 学生	☐ 电子电脑通讯业	☐ 公务员及教师	☐ 工人、商人	☐ 其他
收入:	☐ 500 元以下	☐ 500 ~ 800 元	☐ 800 ~ 1500 元	☐ 1500 ~ 2000 元	☐ 2000 元以上
工作地点:	☐ 北京、上海	☐ 东北三省	☐ 东南沿海	☐ 西北内陆	☐ 西南及其他
2. 请问您最近上网吗?					
☐ 经常上	☐ 不长上	☐ 想上但没时间	☐ 不上	☐ 没想过	
3. 您上网通常都会做些什么?					
☐ 查找资料	☐ 聊天	☐ 随便看看	☐ 购买物品	☐ 多认识朋友	☐ 其他
4. 您对电子商务持怎样态度?					
☐ 非常赞同	☐ 赞同	☐ 还可行	☐ 可以试试	☐ 不可行	
5. 您对在网络上销售书籍持怎样的态度?					
☐ 非常方便	☐ 方便	☐ 还行	☐ 可以试试	☐ 不好	
6. 您认为在网络上销售书籍最重要的是什么?					
☐ 实用	☐ 价格便宜	☐ 送货上门	☐ 查找方便	☐ 付款方式	