

2001 新书

FrontPage 2000

网页设计入门与提高

□刘 锐 编著



3.092



北京大学出版社
<http://cbs.pku.edu.cn>

412

TP373.092
L73

FrontPage 2000

网页设计入门与提高

刘 锐 编著

北 京 大 学 出 版 社

北 京

内 容 提 要

本书是基于最新的 FrontPage 2000 中文版而编写的。FrontPage 2000 是建立和管理网站的简易工具，它是 Office 2000 套装软件的一部分。本书从网页的基础知识讲起，接着介绍了网站的设计，最后通过大量的实例讲解了 FrontPage 制作主页、管理网站和发布网站的过程，使读者可以对建立一个网站有比较全面的认识和理解，从而能够更好地应用于实际。

本书适用于一般计算机用户和网页开发人员，无论是初学者还是有一定经验的使用者，都可以通过对本书的学习，增强开发 Web 的实际技能，更加全面地掌握 Web 开发的各个环节，因而是一本很好的入门与提高的书籍。

图书在版编目（CIP）数据

FrontPage 2000 网页设计入门与提高/刘锐编著. —北京：北京大学出版社，2001.1
ISBN 7-301-02562-9

I. F… II. 刘… III. ①主页-制作-应用软件 ②图形软件, Frontpage 2000 IV. TP391.41

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2000）第 45995 号

书 名：FrontPage 2000 网页设计入门与提高

著作责任者：刘 锐

责任编辑：黄庆生 汉 明

标准书号：ISBN 7-301-02562-9/TP·235

出 版 者：北京大学出版社

地 址：北京市海淀区中关村北京大学校内 100871

网 址：<http://cbs.pku.edu.cn>

电子信箱：xxjs@pup.pku.edu.cn

排 版 者：南方立德（Leader）信息技术中心

印 刷 者：河北省滦县印刷厂

发 行 者：北京大学出版社

经 销 者：新华书店

787 毫米×1092 毫米 16 开本 20.25 印张 478 千字

2001 年 1 月第 1 版 2001 年 1 月第 1 次印刷

定 价：28.00 元

前 言

当前 Web 开发技术已经成为最热门的技术之一，就像生活中的名片一样，每一个上网的人都希望能拥有属于自己的主页，但是实际的困难阻碍了很多人的梦想，不懂编程能不能开发出主页？答案是肯定的，不但可以，如果肯下点工夫的话，还能够开发出非常棒的主页，这一切全都得益于各种“所见即所得”的主页开发工具，用户只要懂得如何排版就可以开发出主页，一切繁琐深奥的工作都由计算机帮助你完成。

FrontPage 2000 就是由 Microsoft 公司开发出来的一种功能强大的“所见即所得”式的主页开发工具，通过它用户不但能够创建一般的 Web 页面，而且可以轻松地创建动态页面、交互式页面等多种页面，它让创建主页变得不再那么枯燥和高不可攀，此外，FrontPage 2000 还具有 Web 站点管理和网站发布的功能，通过 FrontPage 2000 的帮助，每个网友都会拥有属于自己的网上乐园。

本书是“精品软件效果与实例丛书”中的一本，是基于最新的 FrontPage 2000 中文版而编写的。本书从网页的基础知识讲起，接着介绍了网站的设计，最后通过大量的实例讲解了 FrontPage 制作主页、管理网站和发布网站的过程，使读者可以对建立一个网站有比较全面的认识和理解，从而能够更好地应用于实际。

本书适用于一般计算机用户和网页开发人员，无论是初学者还是有一定经验的使用者，都可以通过对本书的学习，增强开发 Web 的实际技能，更加全面地掌握 Web 开发的各个环节，因而是一本较好的入门与提高的书籍。

本书由刘锐主编，另外，冯军、黄宇航、丁雨、黄少棠、瞿小玉、黄瀚华、凌贤伍、付红梅、康孟霞、张小东、李宁、王强、赵四海、李晓峰、董团结、杨仕润、韩百、张旭、张志明、朱黎、周刚兵、张华开、王登峰、郑忠良、李静、刘天翠等也参加了全书的编写工作。

由于编者水平有限，书中难免存在缺点和错误，殷切希望能够得到广大读者的批评和指正。

编 者

2001 年 1 月

第1章 基础知识

本章将介绍一些关于 WWW 网的基础知识，这些知识是进行主页制作、网站开发所必备的。

1.1 什么是网页

网页的学名为 HTML 文件，是一种可以在 WWW 网上传输、而且可以被浏览器识别和翻译成页面显示出来的文件。

1.1.1 什么是 WWW

Internet 环球信息网（World Wide Web）简称 WWW、3W 或 Web，是瑞士日内瓦欧洲粒子物理实验室 CERN（European Center for Nuclear Research）最先开发的一个分布式超媒体信息查询系统。下面介绍有关 WWW 技术的几个问题。

WWW 环球信息网的特点：WWW 是在 CERN 的 Tim Berners-Lee 倡导下开发出来的，Tim Berners-Lee 是牛津大学的毕业生，从事过文字处理及实时通信方面的研究。他开发 WWW 的动机是希望建立一个信息系统，在此系统中许多科学家可以相互合作、交流信息。Tim Berners-Lee 采用超文本（hypertext）技术将许多信息资源连接成一个信息网，信息网由结点和超链接组成。WWW 的结构不同于文件系统的线性结构，其结点的连接关系是相互交叉的，即一个结点可以通过各种方式与另外的结点相连接。超文本的优点是用户可以通过传递一个超链接，得到与当前结点相关的其他结点的信息。超媒体是一个与超文本类似的概念，在超媒体中，超链接的两端可以是文本结点，也可以是图像、语音等各种媒体的数据。

WWW 的发展情况：Internet 主干网的统计数据表明，WWW 使用的普及程度在过去的几个月里得到了突飞猛进的发展，大大超过了其他的 Internet 服务。每天都有新出现的提供 WWW 商业或非商业服务的结点，WWW 的普及已开始改变各企事业单位的经营方式。在单位内部，WWW 可用于存放对本单位所有职员都有用的信息文档，如单位政策、组织、新闻公报、培训教材等信息，还可为职员提供表达意见和建议的快速有效的交流方式，从而改进内部联系及职员间的协作。为适应这方面快速增长的要求，由 Internet 衍生并与局域网结合而开发了一种新型的网络结构——Internet，并迅速发展和流行开来。在单位外部，不但可以进行开拓市场的商业交流，而且也是传播公共信息的重要手段，这对于政府和教育机构非常重要。客户和潜在客户可以查询公司的销售情况和市场行情，可以

缩短销售周期、改善客户服务、形成新的优势条件,还可为专门的厂商提供有选择的访问。WWW 允许单位或个人以极少费用连接到一个巨大的不断增长的用户群和几乎无数的信息源,因而众多单位都蜂拥而至,现在,WWW 的用户已超过 400 万,有 1 万多个组织机构提供信息,WWW 已毫无疑问成为信息传播的重要媒介。据 GVV 的最新调查表明,访问 WWW 资源的用户平均年龄是 35 岁,呈上升趋势,其中 21 到 30 岁的占 30.44%,呈降低趋势,在地域方面,美国的用户最多,占 80%,欧洲占 9.8%,加拿大和墨西哥占 5.8。这里只是英语用户,没有调查其他语种。从职业性质方面看,从事计算机方面的用户占 31.4%,与教育有关的用户(包括学生)占 23.7%,各类专家占 21.9%,管理人员占 12.2%。在时间上,40%的用户每周使用 6~10 小时,21%的用户每周使用 11~20 小时,有 72%的用户每天都使用一次 WWW 服务,所以在 WWW 上提供每日的实时信息已有充分的市场基础了。从使用目的方面来看,用于娱乐的用户占 56.6%,用于工作的用户占 52.9%,用于科学研究的用户占 45.1%,而只有 10.5%的用户用于购物,这是因为在 WWW 上的商品并不丰富,最主要的是缺乏安全的付款方式。

WWW 服务将深入到社会的每个角落,在我国能从中受益的是与国外联系紧密的部门和企事业单位,主要包括旅游行业、政府机构、金融行业、进出口公司和外向型企业等。他们既可以访问和查询自己关心和想得到的信息资源,又可以将自己的信息资源放到整个 Internet 上,供其他用户查询和访问,将自己向全世界作广泛的宣传,缩小和整个世界的距离,而最广泛受益的仍将是连入 Internet 的广大普通用户。

全球网比其他任何 Internet 资源都有更多的称呼,我们喜欢称它 Web,也可以叫它 WWW 或 3W。为了理解 Web,我们需要从超文本文件(hypertext)的概念开始。

1.1.2 什么是超文本文件

超文本文件是与其他数据有链接(links)的数据,超文本文件的一个简单例子是大百科全书。假设你正在读“树”这个条目,在文章的最后有一个参考这样写到,“相关信息参见‘植物’”。这最后一行就是一个从“树”到“植物”这个条目的链接。

当然这只是一个简单例子,全球网是基于一个复杂得多的超文本文件,特别的是,在文件的任何地方都可能链接,而不仅是在末尾。

举一个假想的例子。假设你正在用全球网阅读树的超文本文件,每次提到一种新的树就有一个链接,每个链接都以某种方式标识起来以突出显示。例如,有链接的字可能被加亮或者加了下划线,或者标注了一个数字。如果跟着链接走,你将转到那种类型的树的条目去。在主条目里还有其他题目的链接,如“雨林”或“木”。这些链接又引出完整的条目。你或许还能找到与技术术语的链接,如“落叶科”和“针叶树”,如果沿着这些链接就会找到其定义。

在全球网的语言里,一个超文本文件就是由一些数据组成,而这些数据又可能与其他文件相链接。用来读取具有超文本文件特性文件的程序称之为浏览器(browser)。当你沿着一个链接到另一个时,我们说你正在全球网中航行。

理论上,我们没有理由把自己限制在普通文件数据中。例如,当我们在树的文件里沿着一个链接,也许会发现某种类型树的图片,或者会找到一片森林的空中鸟瞰录相,甚至还可能会找到一段声音(就像一棵树倒下而周围又没有人听到)。

在超文本文件世界里，我们用超媒体（hypermedia）来指那些包含多种数据形式的文件，不仅仅局限于简单文件。全球网确实有一些多媒体的东西，但你看到的大部分将会是简单的文本文件——你可在屏幕上显示的文件材料。

全球网功能如此强大是因为链接可联到任意类型的 Internet 资源：文本文件、Telnet 对话、Gopher、Usenet 新闻组等等。浏览器的工作就是作为通向 Internet 的窗口，你可以跟着感兴趣的链接走，也可用相应的方法访问每一个文件。

例如，如果链接把你引向一个普通文件，浏览器会将文件取来，每次用一屏显示给你。如果链接引向一个 Telnet 对话，浏览器将替你发起这次对话，你完全不需知道如地址、接口这些技术细节。如果浏览器把你带到一个 Usenet 新闻组，则它会把文章用一种简单的超文本文件的格式显示出来。

因此，我们可以更精确地看看全球网的特性。全球网是一种把所有 Internet 信息（包括你愿意加入的本地信息）组织成超文本文件形式文件的组织形式，尽管这也许不太现实，但是全球网确实让你能访问 Internet 的所有资源，只需用浏览器“读”适当的文件即可。

1.1.3 超文本标记语言（HTML）

HTML（Hyper Text Mark-up Language）即超文本标记语言，是 WWW 的描述语言，由 Tim Berners-lee 提出。设计 HTML 语言的目的是为了能把存放在一台电脑中的文本或图形与另一台电脑中的文本或图形方便地联系在一起，形成有机的整体，使人们不用考虑具体信息是在当前电脑上还是在网络的其他电脑上。这样你只要用鼠标在某一文档中点击一个图标，Internet 就会马上转到与此图标相关的内容上去，而这些信息可能存放在网络的另一台电脑中。

HTML 文本是由 HTML 命令组成的描述性文本，HTML 命令可以说明文字、图形、动画、声音、表格和链接等。HTML 的结构包括头部（Head）和主体（Body）两大部分，头部描述浏览器所需的信息，主体包含所要说明的具体内容。

1.1.4 统一资源定位器（URL）

URL（Uniform Resource Locator，统一资源定位器）是 WWW 页的地址，它从左到右由下述部分组成：

Internet 资源类型（scheme）：指出 WWW 客户程序用来操作的工具。如“http://”表示 WWW 服务器，“ftp://”表示 FTP 服务器，“gopher://”表示 Gopher 服务器。

服务器地址（host）：指出 WWW 页所在的服务器域名。

端口（port）：有时（并非总是这样）对某些资源的访问，需给相应的服务器提供端口号。

路径（path）：指明服务器上某资源的位置（其格式与 DOS 系统中的格式一样，通常由“目录/子目录/文件名”这样的结构组成）。与端口一样，路径并非总是需要的。

URL 地址格式排列为：scheme://host:port/path。例如 http://www.ustc.edu.cn/pub/HXWZ 就是一个典型的 URL 地址。

客户程序首先看到 http（超文本传送协议），便知道处理的是 HTML 链接，接下来的 www.ustc.edu.cn 是站点地址，最后是目录 pub/HXWZ。

而对于 `ftp://ftp.ustc.edu.cn/pub/HXWZ/cm9612a.GB`, 表明 WWW 客户程序需要用 FTP 进行文件传送, 站点是 `ftp.ustc.edu.cn`, 然后在目录 `pub/HXWZ` 下, 下载文件 `cm9612a.GB`。如果上面的 URL 是 `ftp://ftp.ustc.edu.cn:8001/pub/HXWZ/cm9612a.GB`, 则 FTP 客户程序将从站点 `ftp.ustc.edu.cn` 的 8001 端口接入。

必须注意, WWW 上的服务器都是区分大小写字母的, 所以, 千万要注意正确的 URL 大小写表达形式。

1.1.5 主页 (Homepage)

Homepage 直译为主页。确切地说, Homepage 是一种用超文本标记语言 (描述性语言) 将信息组织好, 再经过相应的解释器或浏览器翻译出的文字、图像、声音、动画等多种信息组织方式。用户可以把它同报纸、杂志、电视、广播等等对待。Homepage 的传播方式是将源代码和与 Homepage 有关的图形文件、声音文件放在一台服务器 (称 WWW) 上以供查询。比如你了解 IBM 公司的情况, 就可以浏览 IBM 公司的 Homepage, 它应该放在 IBM 的 WWW 服务器上, 那么在浏览器 URL 输入外键: `http://www.ibm.com` (如图 1-1 所示)。



图 1-1 IBM 公司的主页

1.2 制作网页的基本条件

主页制作需要一些软件、硬件的支持。

1.2.1 制作网页所需要的硬件设备

必需的硬件设备有:

- 一台 486 以上 PC (8MB 以上内存);

- 一台可以拨号上网的电话或通过局域网直接上网的机器;
- 一台速率 14.4bps 以上的 Modem 或一块 10M 以上的以太网卡。

其他常见的设备:

- 扫描仪 (这样扫描自己的照片就可以不求人了);
- 数码相机 (有了它连扫描仪都可以不要了)。

1.2.2 制作网页所需要的软件

- HTML 编辑软件: 常用的有 FrontPage、Dreamweaver、Hotdog 等;
- 图像处理软件: 常用的有 Photoshop、Paintshop 等;
- 文件上传软件: 常用的有 Cuteftp、WSftp 等。

本书将要介绍的就是微软公司出品的大名鼎鼎的 FrontPage 2000。

1.3 制作主页前的准备

在制作主页之前需要作好充分的准备。

1.3.1 选题材

网络上的主页题材千奇百怪,琳琅满目,只要你想的到,就可以把它制作出来。以下列出一些常见的题材,是否对你有点启发:

古典音乐 免费软件 红楼梦 古今佳句名言
科幻小说 金庸客栈 美容美发 游戏排行榜
国画画廊 象棋世家 能吃是福 GIF 动画库
陶艺园地 漫画天地 中国足球 摄影俱乐部
中华佛义 幽默轻松 体育博览 中国古典诗词
流行情报 电子贺卡 旅游天地 Windows 技巧
电影世界 软件宝库 国旗大展 网页研习室
影视偶像 天文星空 爱情占星 电脑杂志
Midi 金曲 少年园地 宠物猫 武器博物馆
游戏天堂 儿歌专集 热带鱼 硬件开讲
PS 王国 健康资讯 女性主义 媒体大师
集邮 天天花店 破解资源 影像合成
黑客资讯 免费大全 Java 小屋 病毒字典
网上教室 超频天堂 股市信息 超级图书馆

要给你的建议如下:

(1) 一般来说,个人主页的选材要小而精。如果你想制作一个包罗万象的站点,把所有你认为精彩的东西都放在上面,那么往往会事与愿违,给人的感觉是没有主题、没有特

色，样样有，却都很肤浅，因为你不可能有那么多的精力去维护它。

注意：网页的最大特点就是更新快。目前最欢迎的个人主页都是天天更新，甚至几小时更新一次。

(2) 主页的题材最好是你自己擅长或者喜爱的内容。比如：你对诗歌感兴趣，可以放置自己的诗词；对足球感兴趣，可以报道最新的球场战况等等。这样在制作时，才不会觉得无聊或者力不从心。

(3) 内容不要太滥目标不要太高。“太滥”的内容是指到处可见、人人都有的题材；“目标太高”是指在这一题材上已经有非常优秀、知名度很高的站点，你要超过它是很困难的。

你是不是已经有了一个绝妙的主意？是的话，那我们开始下一步：规划框架。

1.3.2 规划框架

规划框架是很重要的一步！

每个网站都是一项庞大的工程。就像造高楼，没有设计图纸和规划好结构，盲目建造的结果往往是倒塌；也像写文章，构思好提纲，才不至于逻辑混乱、虎头蛇尾。

全面仔细地规划架构好自己的网站，不要急于求成。

规划一个网站，可以用树状结构先把每个页面的内容大纲列出来，尤其当你要制作一个很大的网站（有很多页面）时，一定要把这个架构规划好，也要考虑到以后可能的扩充性，避免做好以后又要一改再改整个网站的架构，十分累人，也十分费钱。

大纲列出来后，你还必须考虑每个页面之间的链接关系，是星形、树形、或是网形链接。这也是判别一个网站优劣的重要标志。链接混乱、层次不清的站点会造成浏览困难，从而影响内容的发挥。

为了提高浏览效率、方便资料的寻找，本站的框架基本采用“蒲公英”式——即所有的主要链接都在首页上，每个主链接再分别展开，主链接之间相互链接。

框架定下来了，然后开始一步一步有条理、有次序地做来，就胸有成竹得多，也为你的主页将来发展打下良好的基础。

下一步，你就可以动手制作具体内容了，下一节将告诉你一些收集资料的窍门。

1.3.3 资料搜集

就个人主页而言，很少有人能完全靠自己来创作所有内容（一些高手能够提供自己编的软件、文章或者音乐、是很令人佩服的！）。

大部分人的方法是：从报纸、杂志、光盘等媒体中把相关的资料收集整理，再加上一定的编辑后就可以了。

另外一个好的方法是从网络上收集，你只要到雅虎、搜狐等搜索引擎上查找相应的关键字，就可以找到一大堆的资料。

如果你是英语高手，则可以到国外站点上把最新的信息、资料翻译成中文，提供给大家，这叫“洋为中用”。

网络上的资料呈爆炸性的增长，只要注意收集某一非常细小的题材，随时供大家方便

的查找，你的主页就已经有做不完的活了。

1.4 FrontPage 2000 简介

最近，微软发布了 Office 2000，组件中包含了 FrontPage 2000。Fp2000 到底比 Fp98 增加了哪些功能、是否能重新夺回“最佳网页制作工具”的头衔？让我们一起来看看（如图 1-2 是 FrontPage 2000 的界面）。

微软自己的介绍是这样的：

FrontPage 2000 是建立和管理专业网站的简易工具，FrontPage 2000 保留并发展了 FrontPage 98 的优秀功能，并根据用户的要求增加了许多新功能。

（1）更容易建立专业的、精确的网站。FrontPage 2000 的网站创建和管理工具给用户从未有过的全面控制权。用户可以精确的在网页的任何位置放置每一个元素，为网站设定专业的谐调的外观，输入和编辑 html 源代码，使用最新的网页技术，这一切不需要你编写任何程序。

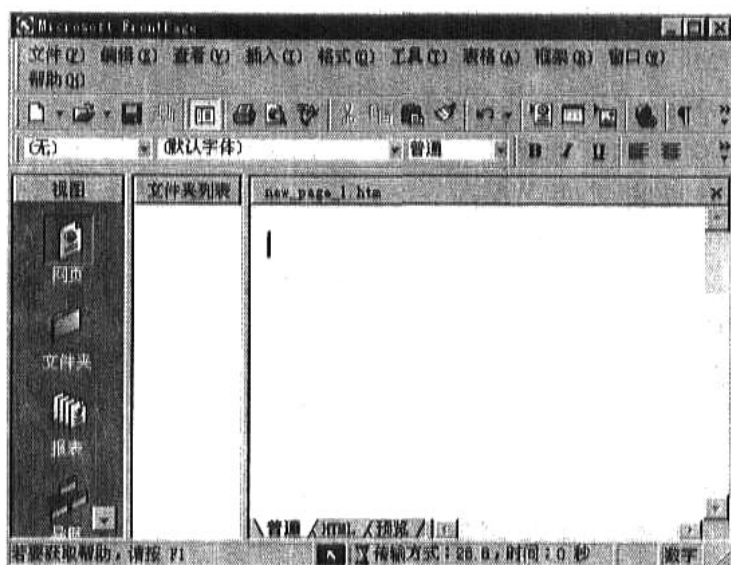


图 1-2 FrontPage 2000 的主界面

（2）FrontPage 2000 不仅可以用来制作网页，用户还可以使用它来建设和维护整个网站，更简单地检测、更新你的网站。工作组用户可以通过 FrontPage 2000 使分布在世界各地的子公司一起工作。

（3）FrontPage 2000 比其他 Office 组件的整合性提高，而且打开和运行的速度比 FrontPage 98 更快。

FrontPage 2000 的新功能简介如下：

（1）强大的网站制作工具，用户有更大的选择余地来制作自己风格的网页，包括层、DHTML、动画效果、色彩工具等。

(2) 用户自定义主题 (themes), 预置 60 重主题 (含颜色、logo、图片、背景)。

(3) 比 Notepad 好 100 倍的 HTML 编辑器, 用户可以直接编辑保存下来的 html 文件的源代码 (包括 js 脚本和 ASP), 特别是可以在预览页面上直接修改源代码, 将帮助用户更准确的制作。

(4) 方便的数据库管理。

(5) 支持最新的 web 技术, 用 FrontPage 2000 可以编辑 HTML、DHTML、Script、XML、VML。

(6) 柔性的网页发布工具, FrontPage 2000 将允许 ftp 到没有 ftp 扩展功能的服务器上。

运行 FrontPage 2000 的系统要求:

- 486 以上多媒体个人电脑;
- Windows95/NT 4.0 以上操作系统;
- 16MB 内存/Win95, 32MB 内存/NT;
- 36MB 以上硬盘空间;
- VGA 以上显示器;
- 光驱、鼠标。

下面是 FrontPage 2000 内含的组件和大小:

- 11 MB for Microsoft Internet Explorer 3.0
- 1 MB for Microsoft Personal Web Server for Windows 95
- 10 MB for Microsoft Peer Web Services for Windows NT Workstation
- 1 MB for Web Publishing Wizard
- 2 MB for Internet Mail and News

另外, 配合网页图片制作, 用户可以安装 Microsoft Image Composer (最大安装 44MB), 它是微软出品的图像处理软件。

第2章 网站设计

网站设计包含的内容非常多。大体分以下两个方面：

一方面是纯网站本身的设计，如文字排版、图片制作、平面设计、三维立体设计、静态无声图文、动态有声影像等；

另一方面是网站的延伸设计，包括网站的主题定位和浏览群的定位、智能交互、制作策划、形象包装、宣传营销等等。

这两方面相辅相成，加之网络技术的飞速发展，要提出一个绝对正确和权威的设计思路是不可能的，下面是大致的提纲：

- (1) 定位你的网站主题和名称；
- (2) 定位你的网站 CI 形象；
- (3) 确定你的栏目和版块；
- (4) 网站的整体风格创意设计；
- (5) 网站的层次结构和链接结构；
- (6) 首页的设计；
- (7) 版面布局的窍门；
- (8) 色彩的搭配；
- (9) 效果与速度；
- (10) 替浏览者考虑；
- (11) 细微之处见功力；
- (12) 建设完成度与推出时间；
- (13) 交互性与亲和力；
- (14) 考虑不同的浏览器和分辨率；
- (15) 字体的设置和表格的嵌套；
- (16) 新技术的运用取舍；
- (17) 设计好你的 banner 和位置；
- (18) 语句文字 —— 融入感情；
- (19) 对网站设计初学者的建议。

网站设计与网站制作是有区别的，我们说网站“设计”而不是网站“制作”，它们的区别在于设计是一个思考的过程，而制作只是将思考的结果表现出来。一个成功的网站首先需要一个优秀的设计，然后辅之优秀的制作。设计是网站的核心和灵魂，一个相同的设计可以有多种制作表现的方式。我们说的“网站”是指有确定主题和明确目的的实用性站点，不包括纯表现类或者纯文字类网站。

2.1 定位你的网站主题和名称

设计一个站点，首先遇到的问题就是定位网站主题。

所谓主题也就是你的网站的题材。网络上的网站题材千奇百怪、琳琅满目。只要你想的到，就可以把它制作出来。下面是美国《个人电脑》杂志（PC Magazine）评出的 99 年度排名前 100 位的全美知名网站的十类题材，对我们有一些参考价值。

第 1 类：网上求职

第 2 类：网上聊天 / 即时信息 / ICQ

第 3 类：网上社区 / 讨论 / 邮件列表

第 4 类：计算机技术

第 5 类：网页 / 网站开发

第 6 类：娱乐网站

第 7 类：旅行

第 8 类：参考 / 资讯

第 9 类：家庭 / 教育

第 10 类：生活 / 时尚

每个大类都可以继续细分，比如娱乐类再分为体育、电影、音乐大类，音乐又可以按格式分为 MP3、VQF、Ra，按表现形式分古典、现代、摇滚等。以上都只是最常见的题材，还有许多专业的、另类的、独特的题材可以选择，比如中医、热带鱼、天气预报等等。同时，各个题材相联系和交叉结合可以产生新的题材，例如旅游论坛（旅游+讨论）、经典入球播放（足球+影视）等等。按这样分下去，可以有成千上万个题材，你不会再为题材重复、难以选择而烦恼了吧。

对于题材的选择，一般的建议如下：

（1）主题要小而精。定位要小，内容要精。如果你想制作一个包罗万象的站点，把所有你认为精彩的东西都放在上面，那么往往会事与愿违，给人的感觉是没有主题、没有特色，样样有，却都很肤浅，因为你不可能有那么多的精力去维护它。网络的最大特点就是新和快，目前最热门的个人主页都是天天更新甚至几小时更新一次。最新的调查结果也显示，网络上的“主题站”比“万全站”更受人们喜爱，就像专卖店和百货商店，如果你需要买某方面的东西，肯定会选择专卖店。

（2）题材最好是你自己擅长或者喜爱的内容。比如：你擅长编程，就可以建立一个编程爱好者网站；对足球感兴趣，则可以报道最新的战况、球星动态等。这样在制作时，才不会觉得无聊或者力不从心。兴趣是制作网站的动力，没有热情，很难设计制作出杰出的作品。

（3）题材不要太滥或者目标太高。“太滥”的题材是指到处可见、人人都有的题材，比如软件下载，免费信息。“目标太高”是指在这一题材上已经有非常优秀、知名度很高的站点，你要超过它是很困难的。除非你下决心且有实力竞争并超过它，记住：在互联网上只有第一，人们往往只记得最好的网站，对第二、第三名的印象则会浅得多。

如果你已经有了一个绝妙的主意,那就开始为网站起名字。你可能认为起名字与网站设计无关,其实网站名称也是网站设计的一部分,而且是很关键的一个要素。例如,“电脑学习室”和“电脑之家”显然是后者简练;“迷笛乐园”和“MIDI 乐园”显然是后者明晰;“儿童天地”和“中国幼儿园”显然是后者大气。我们都知道 Pentium 的中文名称“奔腾”,如果改为“奔跑”,可能就没有今天这么“火”了。和现实生活中一样,网站名称是否正气、响亮、易记,对网站的形象和宣传推广也有很大影响。一般的建议是:

(1) 名称要正。这个“正”的意思其实就是要合法、合理、合情。不能用反动的、色情的、迷信的、危害社会安全的名词语句。

(2) 名称要易记。根据中文网站浏览者的特点,除非特定需要,网站名称最好用中文名称,不要使用英文或者中英文混合型名称。例如:“beyond studio”和“超越工作室”,后者更亲切好记。另外,网站名称的字数应该控制在六个字(最好四个字)以内,比如“XX 阁”、“XX 设计室”,四个字的可以用成语,如“一网打尽”。字数少还有个好处,一般友情链接的小 logo 尺寸是 88×31,而六个字的宽度是 78 左右,适合于其他站点的链接排版。

(3) 名称要有特色。名称平实就可以接受,如果能体现一定的内涵,给浏览者更多的视觉冲击和空间想象力,则为上品。这里举几个很好的名称:音乐前卫、网页陶吧、天籁绝音。在体现出网站主题的同时,能点出特色之处。

总之,定位题材和名称是设计一个网站的第一步,也是很重要的一部分。如果能找到一个满意的名称,花一天时间翻字典也是值得的。

2.2 定位你的网站 CI 形象

所谓 CI,是借用的广告术语(CI 是英文 corporate identity 的缩写),意思是通过视觉来统一企业的形象。现实生活中的 CI 策划比比皆是,杰出的例子如:可口可乐公司的全球统一的标志、色彩和产品包装,给我们带来的印象极为深刻。更多的例子如 SONY、三菱、麦当劳等等。

一个杰出的网站和实体公司一样,也需要整体的形象包装和设计。准确的、有创意的 CI 设计,对网站的宣传推广有事半功倍的效果。在你的网站主题和名称定下来之后,需要思考的就是网站的 CI 形象。

2.2.1 制作一个网站的标志 (logo)

首先你需要设计制作一个网站的标志 (logo),就如同商标一样,logo 是你站点特色和内涵的集中体现,看见 logo 就让大家联想起你的站点。注意:这里的 logo 不是指 88×31 的小图标 banner,而是网站的标志。

标志可以是中文、英文字母,可以是符号、图案,可以是动物或者人物等等,比如:soim 是用 soim 的英文作为标志,新浪用字母 sina 加眼睛作为标志。标志的设计创意来自你网站的名称和内容(如图 2-1 所示)。



图 2-1 新浪网的眼睛

网站有代表性的人物、动物、花草可以作为设计的蓝本，加以卡通化和艺术化。例如迪斯尼的米老鼠、搜狐的卡通狐狸（如图 2-2 所示）、鲶威体坛的篮球鲨鱼。



图 2-2 搜狐的卡通狐狸

网站有专业性的可以以本专业有代表的物品作为标志。比如中国银行的铜板标志（如图 2-3 所示），奔驰汽车的方向盘标志。

最常用且最简单的方式是用自己网站的英文名称作标志。采用不同的字体、字母的变形，字母的组合可以很容易地制作好自己的标志。

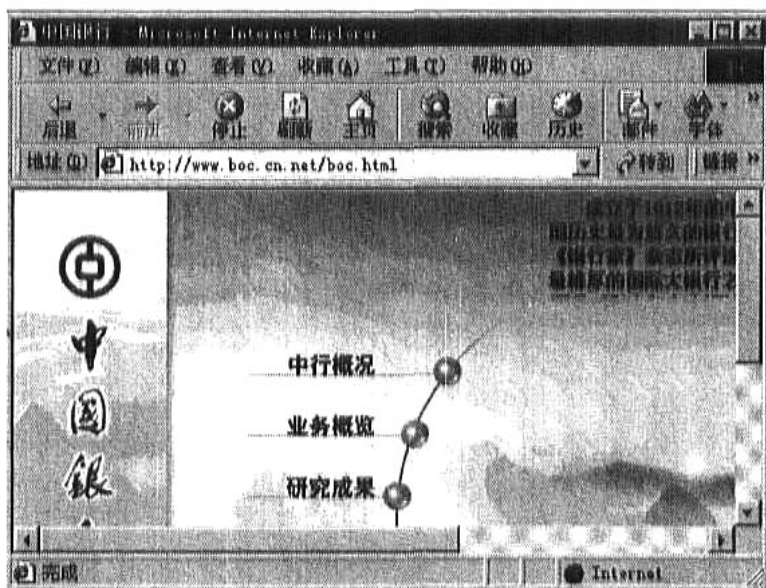


图 2-3 中国银行的铜板标志

2.2.2 设计网站的标准色彩

网站给人的第一印象来自视觉冲击，确定网站的标准色彩是相当重要的一步。不同的色彩搭配产生不同的效果，并可能影响到访问者的情绪。

“标准色彩”是指能体现网站形象和延伸内涵的色彩。举个实际的例子：IBM 的深蓝色、肯德基的红色条纹、windows 视窗标志上的红蓝黄绿色块，都使我们觉得很贴切、很和谐。如果将 IBM 改用绿色或金黄色，我们会有什么感觉？

一般来说，一个网站的标准色彩不超过 3 种，太多则让人眼花缭乱。标准色彩要用于网站的标志、标题、主菜单和主色块。要给人以整体统一的感觉。至于其他色彩也可以使用，但只是作为点缀和衬托，绝不能喧宾夺主。

一般来说，适合于网页标准色的颜色有：蓝色、黄/橙色、黑/灰/白色三大系列色。

2.2.3 设计网站的标准字体

和标准色彩一样，标准字体是指用于标志、标题、主菜单的特有字体。一般网页的缺省字体是宋体。为了体现站点的“与众不同”和特有风格，我们可以根据需要进行选择一些特别字体。例如，为了体现专业可以使用粗仿宋体；体现设计精美可以用广告体；体现亲切随意可以用手写体等等。目前常见的中文字体有二三十种，常见的英文字体有近百种，网络上还有许多专用英文艺术字体下载，要寻找一款满意的字体并不困难。

需要说明的是：使用非缺省字体只能用图片的形式，因为浏览者的 PC 里很可能没有安装你的特别字体，那么你的辛苦设计制作便会付之东流。