

行 销 计 划

# 网络行销实务

实 例 讨 论

主 页

产 品 介 绍

促 销 活 动

网 上 订 购

网 上 广 告

林宗瑄 编著



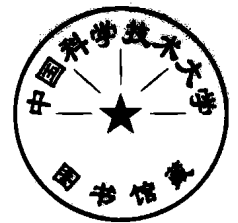
上海  
社

99  
F716  
62  
2

# 网络行销实务

林宗瑶 编著

X215/8



上海科学普及出版社

(沪) 新登字第 305 号

本书经台湾立威出版股份有限公司授与简体中文版出版权。  
本书的繁体字版由上海大学利普网络教育中心改编成简体字版。  
著作权合同登记号  
图字：09-1998-191 号

责任编辑 郭子安

**网络行销实务**

林宗瑶 编著

上海科学普及出版社出版发行

(上海曹杨路 500 号 邮政编码 200063)

各地新华书店经销 常熟高专印刷厂印刷

开本 787×1092 1/16 印张 16.25 字数 378000

1999 年 3 月第 1 版 1999 年 3 月第 1 次印刷

印数 1—3000

ISBN7-5427-1606-9/TP·311 定价:28.00 元

## 内 容 提 要

近来，媒体常常介绍电子商务、网络行销、网上广告。Internet 上蕴藏着无穷的商机，网络给敢想敢做的开拓者提供了创业致富之路。本书为网络行销者打开了入门之路，本书共分四个部分：一、基础篇，介绍因特网的情况及现状。二、策略篇，讲述网络商业环境和发展趋势，商业行销等。三、实例讨论篇，讲的是网络商店、网上广告、网络安全等实际应用。四、讨论实际架设网站，设计网页，网上行销资源和网上应用工具。再棒的商机，再好的策略，如果不去实践，一切只是空谈，让我们上网去吧！

# 简体版前言

近来，各种媒体常常介绍电子商务、网络行销、网上广告等，包括许多成功的网络商业的实例，以及网上创业的风云人物。

尽管 Internet 上蕴藏着无穷的商机，Internet 给敢想敢做的开拓者提供了创业致富之路，但是，对于大多数人来说，下列问题是很陌生的：

- 什么是 Internet？
- 怎样在商业上应用 Internet 基本技术？
- Internet 上有哪些资源可供商业应用？
- Internet 上商业环境的现状和发展趋势如何？
- 怎样建立网络社团？
- 怎样进行网站行销？
- 怎样开设和经营网络商店？
- 怎样选择网上行销的商品，定位网上行销的市场？
- 怎样从事网上广告？
- 怎样进行网络公关？
- 消费者对网络行销的服务品质有什么要求？
- 网络交易有哪些安全问题？
- 怎样建立网站、编写网页？

.....

如果您对上述问题有一个比较全面的了解，Internet 将向您打开创业致富的大门，您将会善于利用 Internet 提供的商机，开创自己的事业。

本书对上述问题作了详细的介绍，帮助您去认识 Internet 这个新的社会，让您领先于时代的潮流，在社会变迁与创新之中抓住商机。

## 本书读者对象

- ① 努力追求新知的老师、学生（尤其适合商学院的师生）。
- ② 对 Internet 充满好奇与兴趣，但缺乏相关知识、经验的公司或个人。
- ③ 已经开始使用 Internet，想提高 Internet 的利用效率的公司或个人。
- ④ 想利用 Internet 来将消息传播给大众的公司。
- ⑤ 想利用 Internet 来进行公关工作的公司经营者或行销人员。
- ⑥ 想在网上开设网站、销售商品或提供服务的人。
- ⑦ 想了解 Internet 媒体特性的广告业者。
- ⑧ 想将 Internet 和整体行销计划结合在一起的人。
- ⑨ 想降低行销成本、提高行销效率的公司。

## 本书结构

本书主要分为四大部分。第一部分是基础篇，这一部分是专门为初学者所撰写的章节，目的是帮助读者获取背景知识，它主要是对因特网作一个深入浅出的介绍，所讨论的范围包括：Internet 的起源、发展历程、现状、基本技术、网上应用资源、网上商业环境的现状等。

第二部分策略篇正式进入本书的主题，本书的精华也从此开始。在这一部分中，所探讨的主题包括：Internet 商业环境的基本特色和发展趋势、网上虚拟世界的概念、网站行销策略、商品行销策略、网上公关策略，以及服务质量检验等。

第二部分所探讨的策略是整体性的，它所着重的是观念，难免会较抽象，为了能让读者有较具体的感受，在第三部分实例讨论篇中，针对 Internet 上较重要的实例进行具体的讨论，其中包括网络商店、网上广告以及网上交易的安全问题。

再棒的商机，再好的策略，如果不去实践，一切也只是空谈，所以本书的第四部分应用篇就是教您如何去实行行销计划。在第四部分中，讨论实际架设网站、设计网页时所需要考虑的事项，另外，也在这一部分中介绍网上行销资源、HTML 文件、其他网上应用工具等。

本书繁体字版由上海大学利普网络教育中心申海工作室改编为简体字版。本书简体字版在第 1 章 1.3 节中增加了“Internet 在中国”的内容；并且对第 2 章 2.3 节“Internet 相关术语”作了少量的增删和修改；还删去了原繁体字版的“附录 A 台湾的 ISP”。

钱世德老师审阅了本书，胡传国高级工程师对本书的科学性、规范性提出了许多宝贵意见，谨致谢意。

上海大学利普网络教育中心

1999 年 1 月

## 作者的话

计算机的诞生，挟着强大的计算能力和信息处理能力，为我们解决了许多问题，也带给我们便利的生活；因特网(Internet)的兴起，结合了通讯、计算和信息处理能力，更对人类的生活生成无所不在的影响，掀起另一波产业革命。Internet：一种技术、一种媒体、一种通路、一种文化，同时也是一个社会；Internet 上的社会进步迅速，演变剧烈，动荡不安，而激烈变动之际，正是新机会生成之时，因此 Internet 也是一个充满潜力、富有商机的虚拟社会。本书的目的就是要带你去认识这个新的社会，让你在变动与创新之中撷取网络商机。

本书能够完成，首先要感谢台大江炯聪教授所提供的各种珍贵信息；元基信息的总经理蓝敏忠博士仔细地校稿，并提供许多宝贵的意见。另外，也要谢谢林国星学长、张素惠学姐、黄耀辉同学以及许多朋友在我写书的过程中的热情协助。最后，也是最重要的，我要感谢家人在背后给我的支持，尤其是父亲，谢谢他在这段时间为我所做的事。

林宗瑶

## 目 录

## 第一部分 基础篇

|  |    |
|--|----|
| <b>第 1 章 Internet 概论</b> .....               | 3  |
| 1.1 Internet 的概念与渊源 .....                    | 4  |
| 1.2 Internet 的兴起——万维网 (World Wide Web) ..... | 4  |
| 1.3 Internet 在中国 .....                       | 5  |
| 1.4 Internet 社会 (Internet Society) .....     | 14 |
| <b>第 2 章 Internet 的技术和应用</b> .....           | 19 |
| 2.1 Internet 的应用资源 .....                     | 20 |
| 2.2 WWW 的深入介绍 .....                          | 23 |
| 2.3 Internet 相关术语 .....                      | 25 |
| <b>第 3 章 Internet 的商业市场现状</b> .....          | 34 |
| 3.1 网络商场 .....                               | 35 |
| 3.2 广告 .....                                 | 46 |
| 3.3 服务生 .....                                | 52 |
| 3.4 信息提供者 .....                              | 53 |

## 第二部分 策略篇

|   |    |
|---|----|
| <b>第 4 章 网络商业环境特色和发展趋势</b> .....            | 57 |
| 4.1 Internet 的特色 .....                      | 58 |
| 4.2 网络商业环境的基本特色 .....                       | 59 |
| 4.3 网上行销的趋势 .....                           | 60 |
| 4.4 常见的错误观念 .....                           | 63 |
| <b>第 5 章 虚拟社团 (Virtual Community)</b> ..... | 65 |
| 5.1 因特网社会 (Internet Society) .....          | 66 |
| 5.2 Internet 上的虚拟社团 .....                   | 67 |
| 5.3 虚拟社团的网络效应 .....                         | 68 |
| 5.4 创建虚拟社团所需要的资源 .....                      | 69 |
| 5.5 创建虚拟社团的步骤 .....                         | 70 |



|                                   |     |
|-----------------------------------|-----|
| <b>第 6 章 网站行销</b> .....           | 73  |
| 6.1 曙光乍现——让网站在 Internet 上现踪 ..... | 74  |
| 6.2 集成性的网站行销.....                 | 76  |
| 6.3 增加重复浏览率.....                  | 86  |
| 6.4 在网络上创建消费者信心.....              | 88  |
| <b>第 7 章 商品行销</b> .....           | 91  |
| 7.1 商品选择.....                     | 92  |
| 7.2 目标行销.....                     | 94  |
| 7.3 区隔市场.....                     | 95  |
| 7.4 评估市场区隔.....                   | 101 |
| 7.5 选择目标市场.....                   | 103 |
| <b>第 8 章 服务质量</b> .....           | 106 |
| 8.1 消费者对服务质量的要求.....              | 107 |
| 8.2 服务质量分析模型.....                 | 107 |
| <b>第 9 章 网络公关</b> .....           | 111 |
| 9.1 网络公关的优点.....                  | 112 |
| 9.2 创建网上公共关系.....                 | 112 |
| 9.3 利用因特网和媒体记者建立关系.....           | 115 |

### 第三部分 实例讨论篇

|                                      |     |
|--------------------------------------|-----|
| <b>第 10 章 网络商店</b> .....             | 119 |
| 10.1 网络商店的营业项目.....                  | 120 |
| 10.2 网络商店的品牌.....                    | 122 |
| 10.3 网络商店的进入障碍 (Entry Barrier) ..... | 122 |
| 10.4 网络上的虚拟社团.....                   | 123 |
| 10.5 网络商店的价格竞争.....                  | 123 |
| 10.6 网络商店成功的关键因素.....                | 124 |
| 10.7 开设零售网站的具体步骤.....                | 124 |
| 10.8 增加网络商店交易量的技巧.....               | 126 |
| 10.9 网络商店与邮购.....                    | 129 |
| 10.10 网络商店的法律问题.....                 | 130 |

---

|  |     |
|--|-----|
| <b>第 11 章 网上广告</b> .....                       | 132 |
| 11.1 广告媒体的目的 .....                             | 133 |
| 11.2 Internet 广告的类型 .....                      | 135 |
| 11.3 一对一的广告 .....                              | 137 |
| 11.4 网上广告的可信度 .....                            | 138 |
| 11.5 广告网络 (Advertising Network) .....          | 140 |
| 11.6 广告 (Advertising) 与搜索 (Searching) .....    | 141 |
| 11.7 Internet 广告的成功之路 .....                    | 141 |
| 11.8 网站刊登广告的法律问题 .....                         | 142 |
| <b>第 12 章 网上交易的安全问题</b> .....                  | 143 |
| 12.1 网上交易安全的现状 .....                           | 144 |
| 12.2 网上交易的付款方法 .....                           | 145 |
| 12.3 公共密钥密码学 .....                             | 146 |
| 12.4 公共密码学的相关技术 .....                          | 148 |
| 12.5 认证中心 (Certificate Authorities, CAs) ..... | 149 |
| 12.6 SET 电子商务架构 .....                          | 152 |
| 12.7 网上安全交易的流程 .....                           | 154 |
| <b>第四部分 应用篇</b>                                |     |
| <b>第 13 章 架设网站</b> .....                       | 159 |
| 13.1 网站架设前——平台的选择 .....                        | 160 |
| 13.2 架设网站——网页的设计 .....                         | 165 |
| 13.3 网站维护 .....                                | 170 |
| <b>第 14 章 超文本标记语言 HTML</b> .....               | 175 |
| 14.1 HTML 简介 .....                             | 176 |
| 14.2 HTML 的版本 .....                            | 176 |
| 14.3 HTML 语法简介 .....                           | 178 |
| <b>第 15 章 创建网页</b> .....                       | 190 |
| 15.1 网页知识 .....                                | 191 |
| 15.2 网页开发程序 .....                              | 194 |
| <b>第 16 章 重要的网上行销资源</b> .....                  | 201 |

|   |     |
|---|-----|
| 第 17 章 其他网上应用工具 .....                   | 213 |
| 17.1 网上实时广播 (Real-time Broadcast) ..... | 214 |
| 17.2 网上会议 (Online Conference) .....     | 215 |
| 17.3 虚拟世界 (Virtual World) .....         | 219 |

## 附 录

|                             |     |
|-----------------------------|-----|
| 附录 A 搜索引擎、目录网页、网上资源起点 ..... | 222 |
|-----------------------------|-----|

|                      |     |
|----------------------|-----|
| 附录 B 重要的网上行销资源 ..... | 233 |
|----------------------|-----|

|                 |     |
|-----------------|-----|
| B.1 理论篇 .....   | 233 |
| B.2 行销资源 .....  | 233 |
| B.3 电子商务 .....  | 234 |
| B.4 网上出版物 ..... | 235 |
| B.5 统计信息 .....  | 236 |
| B.6 效能衡量 .....  | 238 |
| B.7 网络安全 .....  | 238 |

|                      |     |
|----------------------|-----|
| 附录 C 广告行销公司的网站 ..... | 240 |
|----------------------|-----|

|                 |     |
|-----------------|-----|
| 附录 D 域名注册 ..... | 245 |
|-----------------|-----|

|                                     |     |
|-------------------------------------|-----|
| 附录 E 交易成本 (Transaction Costs) ..... | 246 |
|-------------------------------------|-----|

|                     |     |
|---------------------|-----|
| E.1 交易成本的概念 .....   | 246 |
| E.2 网络行销和交易成本 ..... | 247 |

|            |     |
|------------|-----|
| 参考文献 ..... | 249 |
|------------|-----|

# 第一部分

# 基础篇

- 
- 第 1 章 *Internet* 概论
  - 第 2 章 *Internet* 的技术和应用
  - 第 3 章 *Internet* 的商业市场现状
-



# 第 1 章

## Internet 概论

---

Internet 的概念与渊源

Internet 的兴起——万维网(World Wide Web)

Internet 在中国

Internet 社会(Internet Society)

---

Internet 是时下最热门的话题，翻开报纸看到的是 Internet 的报道，打开电视机介绍的也是 Internet 的新闻。企业界讨论 Internet，学生讨论 Internet，连有些家庭主妇都谈论着 Internet。Internet 不再单纯是一种科技，它也是一种工具、一种话题、一种流行，甚至代表着一种新的生活方式。很明显，Internet 将为人类的生活带来一场新的革命，什么是 Internet 呢？为什么 Internet 会影响世界这么深呢？现在就让我们去逛逛 Internet 这个大观园。

## 1.1 Internet 的概念与渊源

Internet 是 Internetwork 的简称，中文译为“因特网”，简单地讲就是“将各网络互连而成的大网络”。顾名思义：各式各样的计算机、计算机网络之间经由电话线、有线电视的电缆、光纤、卫星等通讯设备而连接成一个大网络，而这个大网络就称为因特网 (Internet)。

Internet 是由分散在世界上各个角落的计算机网络(networks)所组成的超巨型网络，它没有正式的管理组织，也没有中央机构，就像是一个没有固定形式的变形虫。在 Internet 上没有明确的秩序，也没有强制性的法律，使用者可以依据自己的需求而行事。自由、无限制就成了 Internet 初期的特征之一。

Internet 的技术渊源于 ARPAnet，在 70 年代初期，美国国防部成立了一个“先进研究计划局”(Advanced Research Project Agency; ARPA)，旗下资助著名大学的许多科学家，负责各种不同的项目，为了让不同项目之间有比较顺畅的沟通协调和信息交换的渠道，这个机构发明了一种新的传送信息的协定，根据这个协定，信息以“信息包”为单位被分割，每一个信息包内包含有此信息包的目的地，而同一个文件分割出的各个信息包，可以以多种渠道传送到同一个目的地。这个协定成功地解决了不同网络之间的信息传送问题。将此协议再改良，得到新的 TCP/IP 协定，而使得用一种协议将不同网络连接起来的梦想成真，Internet 的雏形慢慢形成了。

美国的国家科学基金会 (National Science Foundation, NSF) 将 ARPAnet 扩展成 NSFnet，NSFnet 初期主要是用来作各大学或研究机构的研究人员之间的通讯网络，渐渐地，这些人开始运用 NSFnet 来做电子邮件、文件传送、网上论坛等用途 (初期功能多为 FTP 及 Telnet，后来 E-mail 才普及)，Internet 于是乎诞生了。

## 1.2 Internet 的兴起——万维网 (World Wide Web)

Internet 诞生已经很久了，可是 Internet 的兴起却是最近两三年的事，真正让 Internet 由学术殿堂出走，融入一般社会大众的是万维网(World Wide Web)，亦即一般所称的 WWW 或 3W。

WWW 是由欧洲粒子物理实验室 (CERN) 在 1989 年开发出来的，当初 CERN 为了集成分散在不同地方的各类信息，着手创建一个高效率的分布式超媒体系统 (Distributed Hypermedia System)，而这套系统也就成为 WWW 的前身。

常规的 Internet 上纯文本信息的传送，对一般人而言，计算机屏幕上的那硬梆梆的数据和文字只会令人产生畏惧和排斥感，根本没有任何吸引力。相对于平淡无奇的平面文字，WWW 提供了下列许多声光效果，因而使得 Internet 由平淡转为神奇，进而吸引无数的人驻

足、漫游其中。其中涵盖图形、动画、电影、声音保存、实时播放、数据库、可运行程序等。

为了使上述的各种信息能有效率地在 Internet 上传送，WWW 在概念上可区分成两个部分：网站服务器（Web Server）、网站浏览器（Web Browser）。

### 网站服务器：

服务器（Server）通常采用一套高效能计算机搭配着一套稳定度很高的软件操作系统。服务器主要工作是保存信息，并将信息传送给有需要的客户。

### 网站浏览器：

服务器是拥有信息的人，而信息的客户（Client）则通过浏览器向服务器索取信息。当信息由服务器传到客户端后，浏览器再将各种格式的信息解读，然后以适当的方式呈现在使用者面前，一个多彩多姿的多媒体就这样表现出来喽！

## 1.3 Internet 在中国

### 1.3.1 网络构成

近年来，我国十分重视信息基础设施的建设，大批信息网络工程正在加紧实施，特别是我国的基础电信事业得到了发展，在电话网越来越普及的基础上，相继建成了中国光缆网、中国公用数字数据网（CHINADDN）和公用电话分组交换数据网（CHINAPAC），形成了以北京为中心、覆盖全国的数据通信网络。

我国的众多信息网络，均已先后实现了与国际 Internet 联通。Internet 在我国的发展历史划分为两个阶段：

第一阶段为 1987~1993 年，我国的一些科研部门开展了和 Internet 联网的科研课题和科技合作工作，通过拨号 X.25 实现了和 Internet 电子邮件转发系统的连接，并在小范围内为国内的一些重点院校、研究所提供了国际 Internet 电子邮件的服务。

第二阶段是从 1994 年开始，实现了和 Internet 的 TCP/IP 连接，从而开通了 Internet 的全功能服务，CHINANET, CERNET, CHINAGBNET 和 CASNET 的相继启动，使 Internet 在我国得到了迅速的发展。

目前我国的 Internet 网络构成如图 1.1 所示。



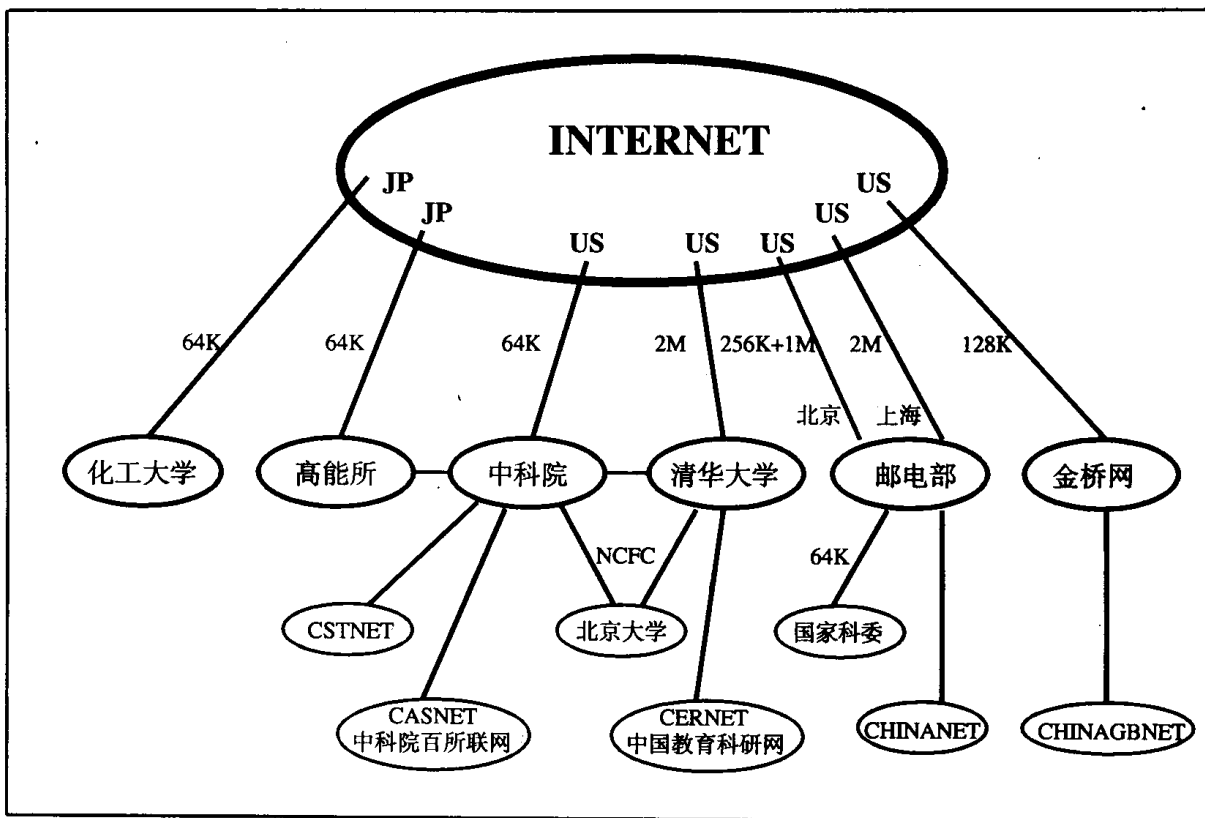


图 1.1 中国的 Internet 的网络构成图

按照国务院有关规定，我国国家级的 Internet 服务提供者就是四个国家级的网络，其 Homepage 如图 1.2 所示。其地址为：<http://www.cernet.edu.cn/resource/index.html>。

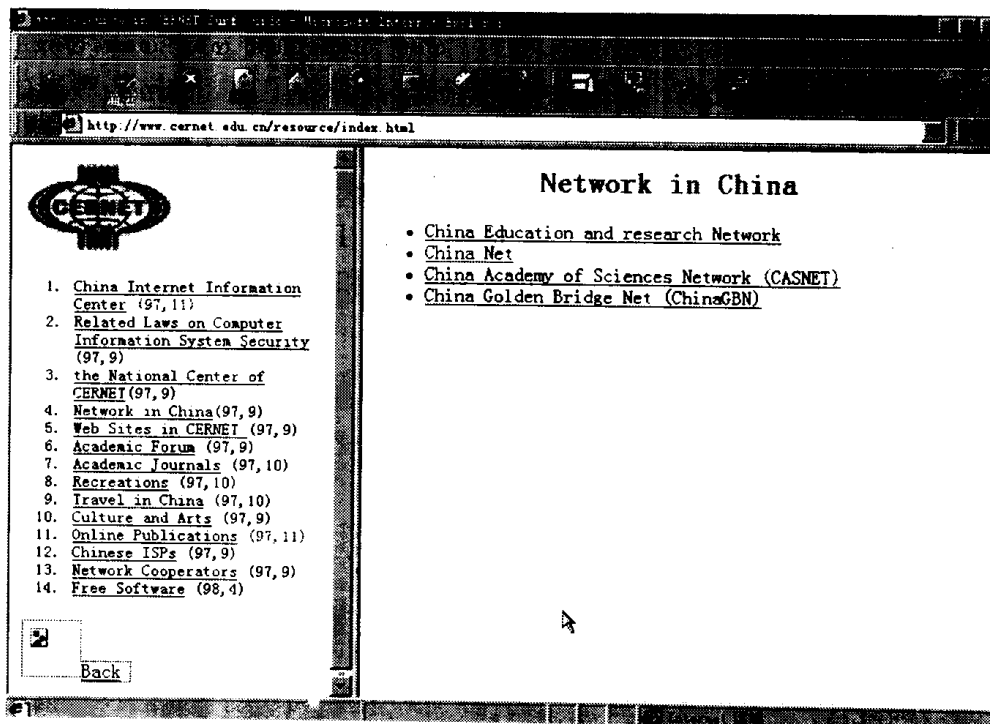


图 1.2 中国国家 Internet 服务供应商的 Homepage