

财富500强

经典网页赏析

主 编/陈志浩 ▲中国财政经济出版社
WWW. THE FORTUN GLOBAL 500

Informations, services et préparation du voyage
Travel information and services

• USA site
• Site France

[votre pays / your country]

• Air France Corporate
• Air France Finance
• Air France Emploi
• Air France Cargo
• Air France Industries
• Air France Consulting

Internet

Northrop Grumman Corporation - Microsoft Internet Explorer
文件(F) 编辑(E) 查看(V) 收藏(C) 工具(T) 帮助(H)
地址(A) http://www.northrop.com/

BusinessWeek Ranks Northrop Grumman No. 235 on Global 500 List
NORTHROP GRUMMAN

Electronic Systems Information Technology Mission Systems
MISIA RELATIONS GOVERNMENT RELATIONS

BOC Stock Price
Search

Latest News Releases
7.2.2003 Northrop Grumman Awarded
Contract For Work on USS Enterprise
7.2.2003 Northrop Grumman Awarded \$40
Million Contract to Train New Iraqi Army

Latest SEC Filings
Corporate Governance

FEATURES
Executive Presentations
Media Statements
The Company Magazine
Northrop Grumman: "Leader's Choice" of the Year
by Fortune Magazine
Reports on U.S. Armed Super's Speed, "The
Defense Industry's Peak in Future National Security
Now Available - Q3 1999

BusinessWeek
Ranks
Northrop Grumman
No. 235 on
Global 500 List
SEE WWW.FORTUNE.COM

Copyright © 2003 Northrop Grumman Corporation All Rights Reserved

北航

财富500强

WWW. THE FORTUN GLOBAL 500

经典网页赏析

主 编 陈志浩

▲ 中国财政经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

财富500强经典网页赏析/陈志浩主编. —北京: 中国财政经济出版社, 2004.11
ISBN 7-5005-7683-8

I .财... II .陈... III .企业—网站—简介—世界 IV .TP393.092

中国版本图书馆CIP数据核字 (2004) 第111626号

中国财政经济出版社出版

URL:<http://www.cfeph.com>

E-mail:cfeph@dre.gov.cn

(版权所有 翻印必究)

社址: 北京海淀区阜成路甲28号 邮政编码: 100036

发行处电话: (010) 88190406 财经书店电话: (010) 64033436

湖北南财文化发展有限公司电话: (027) 88391589 88391585

武汉中远印务有限公司印刷 各地新华书店经销

787×1092毫米 12开 19印张

2005年1月第1版 2005年1月武汉第1次印刷

定价: 80.00元

ISBN 7-5005-7683-8/F·6736

(图书出现印装问题, 南财文化负责调换)

PREFACE

网络是20世纪最伟大的发明之一。她是人们在学习、工作、生活中自由、时尚、广阔和快捷地获取信息的平台。我们在网上冲浪,常常被许许多多精美的网页所陶醉,而财富全球500强的网页更是令人流连忘返。她们以强大的经济实力与深厚的文化底蕴,向人们贡献了一幅幅艺术精品。

国际出版界流传着这样一句话:“Cover Sells Book”——封面卖书。“良好的开端是成功的一半”,网站的设计工作也是如此,网站的首页,亦称主页,就好比是书的封面,是浏览者访问一个网站时看到的第一页,人们往往据此决定是否继续逗留在该网站上。因此,首页整体效果的好坏、设计水准的高低是一个网站能否吸引人的关键,在某种程度上可以说是一个网站成功与否的关键。据调查,在网站的设计工作中,作为网站门面的首页,其设计与制作一般要占整个网站网页制作时间的40%。我们注意到,财富全球500强企业的经营理念、核心价值观、营销举措等企业精华大多都体现在了网站的首页上。网页设计者们以其深厚的艺术功底和独特的设计构思,利用互联网这一先锋媒介,强化企业经营活动、提升企业形象,而他们的独具匠心使得许多主页本身也成为一件杰出的艺术作品。在互联网时代,我们要探寻财富全球500强成功的奥秘,可从这些堪称经典的网页开始,一步步走进全球财富巨鳄的神奇殿堂。

今天,伴随着企业网站雨后春笋般的大量涌现,一种崭新的以营销为终极目标的网页文化正在世界普及,这种不以赢利为目的“营销性企业网站”并不一定要在网站上销售产品,而是要利用互联网和Web站点开展各种宣传活动,展示企业理念、精神和产品,树立良好的企业形象,以推动产品销售、提高服务质量、维系良好的客户关系为网站的建设和运营目的。作为世界企业界的佼佼者,财富全球500强企业经营管理演变的历史证明,那些能在白热化的市场竞争中屹立不倒、持续成长的企业,尽管其经营战略和实践活动总是不断地调整以适应变化着的外部世界,但却始终保持稳定的核心价值观和基本目标,这是她们走向成功、跻身全球顶尖企业行列的深层原因。作为企业的窗口和开展经营活动的领地,财富全球500强企业的网站正是我们了解、学习这些企业的捷径。在这里我们不仅能领略这些精英企业的风范,更可从中悟出许多非常有价值的经营哲理、企业文化和营销策略。比如,在所有财富全球500强企业的网站上都设置有环境保护和企业赞助各种社会公益活动的栏目,这种以社会营销概念为主导的网站运营策略,是市场经济环境下开展电子商务和网络营销的典范,尤其值得我们的企业学习和借鉴。

基于这个目的,我们在2004年财富全球500强企业的网站中精选出150家企业的网页作品,以“‘财富’企业+理念透视+艺术赏析”为思路,编写成《财富500强经典网页赏析》一书,试图将

前言

网页、财富、营销、文化、艺术、广告融为一体，希望从美学、营销学和管理学的角度入手，赏析网页艺术、解悟企业文化、透视经营与营销理念。通过这些企业网站中的一幅幅网页，分析其运用互联网展示和宣传经营理念、彰显企业文化、开展网络营销的技巧，给我国的企业以镜鉴，为其适应瞬息万变的信息时代，借助于互联网络开展电子商务理清一些思路；为网站的设计者和广大艺术爱好者提供一些技术与艺术相结合的资料与作品；给希望了解世界顶级企业的人们一个便捷的途径……我们希望该书能达到艺术赏析和知识传递的双重效果，使人们透视财富背后的财富，给人以经营理念的感悟、企业文化的熏陶、时尚艺术的享受、网络广告的解读和走向成功的启示，总之，我们希望本书带给广大读者一种清新的精神享受。

我们要感谢所有在本书中引用和为我们提供资料的企业与网站，该书是这些企业网站设计者和我们全体编撰人员集体智慧的结晶。在本书的编撰过程中，毛志山、韦琦、陈瑶、Dan Chen[美]等参与了相关资料的收集与文稿编辑整理工作，路万涛、李欢、张鹭、张红岩、邱庆涛、黄康莲、葛敏丰、曾令华、张伟、马华灵、吕保华、苏发亮、赵小跃、张帆等参与了部分文稿的撰写与编辑工作，刘新燕博士对部分文稿进行了修改。陈志浩在参与上述工作的同时，负责该书的全面修改和统稿。

南财文化发展有限公司总经理张光忠教授对本书的策划与出版做了大量的工作。公司编辑部、设计编排部、市场部的同志，也为本书的图文编辑、设计与出版付出了艰辛的努力，在此一一深表谢意。

由于编著者水平有限，书中难免有不足和错误之处，敬请广大读者批评指正。

编者

2004年10月于武汉

目 录

前言

商业流通与金融服务业	001	壹
食品、饮料与医药业	031	贰
能源、化工、钢铁与建材业	053	叁
电子信息与网络服务业	079	肆
汽车与机电设备制造业	115	伍
交通、邮电与物流配送业	157	陆
传媒、娱乐与多元化经营业	173	柒
其他行业	185	捌

财富500强部分网页欣赏

2002~2004年财富全球500强排名

SHANGYELIUTONGYUJINRONGFUWUYE

商业流通与金融服务业

壹 One

沃尔玛 (Wal-mart) 网上卖场, 天天平价

家乐福 (Carrefour) 细微之处见精神

西尔斯罗巴克 (Sears Roebuck & Co.) 让顾客尽享在线购物之乐

赛福威 (Safeway) 奉献我们最好的

伊藤洋华堂 (Ito-Yokado) 巧夺天工, 魅力无穷

Best Buy 网上网下共同打造购物天堂

五月百货 (May Dept. Stores) 浓妆淡抹总相宜

安盛 (AXA) 雄心、远见, 显安盛本色

花旗集团 (Citigroup) 专业理财, 全球领先

美国国际集团 (American International Group) 凛然之霸气

忠利保险 (Assicurazioni Generali) 寓动于静, 生动有趣

汇丰控股 (HSBC Holding) 环球金融, 地方智慧

瑞士联合银行 (Union Bank Swiss) 简洁意明, 疏而不漏

苏格兰银行 (HBOS) 处处让顾客受益

摩根斯坦利 (Morgan Stanley) 卓越的投资经纪人

兴业银行 (Societe Generale) 兴业依托于企业文化

美林证券 (Merrill Lynch) 意气风发的华尔街牛

Wachovia 贴心的承诺

高盛集团 (Goldman Sachs Group) 图简意赅, 新颖别致

中国人寿保险 (China Life Insurance) 成人己, 成人达己

中国工商银行 (Industrial & Commercial Bank of China) 服务至上, 尽善尽美

瑞士人寿与养老金保险 (Swiss Life Ins. & Pension) 用眼睛去聆听, 让心灵来感受

中国建设银行 (China Construction Bank) 建设现代生活

中国银行 (Bank of China) 面向全球的国际性银行

中国农业银行 (Agricultural Bank of China) 服务出色, 信心保证

Walmart.com - Always Low Prices! - Microsoft Internet Explorer

文件(F) 编辑(E) 查看(V) 收藏(A) 工具(T) 帮助(H)

地址(A) http://www.walmart.com/ 转到

WAL-MART
ALWAYS LOW PRICES *Always*

Your Account | [Cart & Checkout](#)
Help | [International Customers](#)

Electronics Photo Center Movies Books Toys Video Games Home Garden Sports & Fitness Baby Flowers & Gifts Jewelry & Watches [See More](#)

Search Entire Site for: Find

Save Even More With Clearance Savings on Top Items

Welcome

Electronics

- Computers
- TV, Audio & Video
- DVD Players

Home

- Furniture & Decor
- Appliances
- Bed & Bath

Internet Access \$9.94/mo

Photo Center

- Digital Cameras
- Camcorders
- My Photos

Movies 14,000 Movies!

- DVD
- VHS
- DVD Rentals

Music 80,000 CDs!

Books 600,000 Titles!

Video Games

Toys

- Swing Sets
- Outdoor Play

Gift Registry

Baby

Garden & Hardware

- Patio & Decor
- Grilling

Tires

Sports & Fitness

- Bikes & Scooters
- Exercise & Fitness
- Camping & Hiking

Flowers & Gifts

- Fresh-Cut Flowers
- Gift Baskets
- Shopping Cards

Jewelry & Watches

- Keepsake Fine Jewelry
- Jewelry Learning Center

Vacations

Pharmacy

Financial Services

Contact Lenses

Store Finder

Enter a ZIP code to find a Wal-Mart store in the United States.

Find

Company Information

- Wal-Mart News
- Investor Relations
- Jobs at Wal-Mart

Family Fun on the Run
Find Portable Electronics at Low Prices

- Portable DVD Players
- Digital Cameras
- Video Games
- See all Electronics

Kodak 2-MP EasyShare CX4230 Digital Camera
\$148.64

Xtreme Mobile DVD Player With 6.4-inch Screen
\$298.84

More for Family Fun

Brand Name Bikes
Mongoose, Schwinn, Huffy and others.
[See all bikes.](#)

Bounce With Rollbacks
Three of our trampolines are on Rollback!
[See all trampolines.](#)

Enjoy the Outdoors for Less

Patio Sets
Low-cost shipping on patio sets, every day!
[See all patio sets.](#)

Benches and More
Find over 20 benches, chairs and swings.
[See all benches.](#)

Bring the Playground Home

Climbers and Slides
See over 20 ways to play safe at home.
[See all climbers and slides.](#)

Playhouses
Spark the imagination for less than \$130.
[See all playhouses.](#)

In Stores This Month

Levi Strauss Signature Clothing
Introducing **Levi Strauss Signature**™ clothing for men, women and kids. These great looks are only available at your local Wal-Mart store.
[Click here](#) to see more events and information at your local Wal-Mart.

New customer?
[Click here](#) to get started.

Why Shop at Walmart.com?

- More Products at Every Day Low Prices
- No-Cost Returns
- Safe & Secure Online Shopping
- [Learn more.](#)

Photo Center

Photo Prints
4 x 6 prints are just \$0.26 each, every day!

DVD Rentals

Try 30 Days Free!
Just \$15.54 a month, no late fees and unlimited rentals.

Plug Into Savings

Notebook Computers
Plug into a notebook PC for under \$900.

Printers
See over 25 different printers at low prices.

Splash Into Savings

Pools
Get a bigger pool for your money!

Hot Tubs
You can own a 5-person spa for less than \$2,000!

Special Buys

Jewelry Values
Limited-quantity items at exceptionally low prices.

did you know?

Find a Gift Registry
Save time! Register for gifts online.

Ordering Help

- Track Your Orders
- Questions About Your Order

Shipping & Returns Help

- Shipping Costs & Times
- Our Return Policy

Store Help

- Find a Store
- Wal-Mart Stores Info

Still Have Questions?

- Online Customer Service
- Product Recall Info

[Security & Privacy](#) | [Sign Up for More Values](#) | [Terms of Use](#) | [Wal-Mart Credit Cards](#) | [Join Our Affiliate Program](#)
[Store Finder](#) | [SAM'S Club](#) | [Company Information](#) | [Jobs at Walmart.com](#) | [See All Departments](#)

Internet

WAL-MART

20世纪80年代初期，一家卖鸡蛋、牙刷、卫生纸的商店花4亿美元买下一颗卫星，用来指挥这个被人称为“穷人店”的连锁零售企业，它就是美国沃尔玛公司（Wal-Mart）。由山姆·沃尔顿于1962年创建的沃尔玛公司，经过30多年的发展，已由最初的百货店发展成为购物广场、山姆会员店、沃尔玛商店、沃尔玛社区店等多种业务类型，在几十个国家开设有1200多家分店，员工超过30万人的跨国商业零售企业。2002、2003年连续位居财富全球500强第一位，并在《财富》杂志“2003年度全球最受赞赏公司”中排名第一。2004年7月它又以2630.09亿美元的营业收入，连续第三次荣登财富全球500强之榜首。

网上卖场,天天平价



沃尔玛一直被视为零售业利用信息技术的典范,它在环球零售连锁业界最早使用了条形码,又最早使用了无线扫描枪。它既有计算机跟踪存货系统,又有S·K·U单品级库存控制系统,还拥有自己独立的通讯卫星和EDI系统。网上卖场的开张,标志着沃尔玛对信息技术的使用由幕后转到了台前。走进沃尔玛的网站www.walmart.com,首页上方那蓝色的“Wal-Mart”标志旁,“Always low prices! (天天平价)”这人们熟悉的沃尔玛承诺格外醒目。这里丝毫不见财富帝王之盛气,各式各样琳琅满目的商品信息让你恍若进入沃尔玛的大卖场,想看电影么? 13000张影碟让你挑个够,最新巨片《哈利波特》的DVD影碟“15.54美元包月!”,这样的价格着实让你领略到沃尔玛的低价策略!想听音乐吗? 80,000张CD等着你呢!要看书吗? 500,000个书目,任你选择!数码相机、DVD、漂亮的自行车、给爸爸的礼物……吃、穿、用、玩应有尽有,让你目不暇接。这就是商业巨无霸的气魄,无初出茅庐的张扬,只有泰山五岳般的自信。

整个网页未见有关企业历史与文化、管理理念与经营方针等方面的资料,所有的网页空间全部被各种商品的信息所填充。图片是商品的形象展示,文字是商品的理性说明。透过网页,你会感受到沃尔玛以商品为桥梁、以顾客为中心的服务宗旨。(例如:每位新用户都可通过“new customer”建立一个自己的账户,它将记录下你在沃尔玛商店的消费情况,以后你也会享受到沃尔玛给予老客户的优惠政策。如果你真遇到了麻烦,点击首页下方的“return policy”,它会为你提供帮助。周到的服务是沃尔玛能深入人心的根本,的确如此,即使在网站上,它也做得滴水不漏。



其实沃尔玛网上卖场的发展并非一帆风顺,该网站曾经数次关闭,还一度沦为全球零售网站的43位,被人们戏称为“电子商务领域的侏儒”。面对自己网上商店的惨淡窘状,沃尔玛的第三任CEO李·斯格特并没有灰心丧气,反而坚定了这样的信念:“虽说我们的在线销售额狂降为仅占总销售额的3%,但这只是网上商品前进过程中的小小波折。我们的在线销售前途是光明的,也许道路是曲折的,但定会螺旋式上升、波浪式前进。”他知难而进,加大了对网上卖场的投入。2004年,沃尔玛恢复了网上服装销售,并推出在线音乐销售服务。一系列举措都向世界表明,沃尔玛致力于在鼠标和水泥的两个世界中齐头并进,稳坐信息时代环球零售连锁行业龙头老大的霸主之位。



Carrefour



法国家乐福 (Carrefour) 大型综合超市集团始建于1963年, 由德·弗雷兄弟在巴黎近郊开设, 当时的营业面积只有2,500平方米。经过40年的发展, 如今的家乐福已发展成为世界排名第四的大型连锁超市, 在遍及欧、美洲26个国家和地区拥有约9,000家大规模的连锁店, 每年的客户群超过20亿人次。近年来家乐福的经营业绩不断增长, 2004年又以797.738亿美元的营业额跃居财富全球500强第22位。

细微之处见精神

家乐福的网站 (www.carrefour.com) 采用了书籍封面式的首页, 进入网站首先弹出的是一幅Flash的动画网页, 上面只有一个硕大的家乐福标志: 红蓝色相间的菱形包裹着的字母“C”。左右两个下角分别是法文和英文的“欢迎”字样, 点击任何其中之一即可进入正式网站相应语言的主页。这是许多大型网站惯用的形式: 封面首页设计十分精美, 做工考究, 彰显雍容大度的气派。

与沃尔玛等大型零售企业的大卖场型网站不同, 家乐福的主页十分素雅, 白色的背景, 犹如一个未施粉黛的小家碧玉, 网页左下方甚至还有近1/4的留白, 使那些已被色彩缤纷的网页弄得眼花缭乱的浏览者顷刻得以放松, 良好的第一印象便在这清新淡雅之中油然而生。

生性浪漫、不拘一格的法国人在主页设计中采取了不对称的结构布局: 主页的大部分内容都集中在网页的右上半部。设计师利用对内容的巧妙安排和对表现形式的精心处理, 不仅弥补了这种不对称给人们带来的不适感, 而且让人们因此产生一种新颖独特的感觉。

页面的兴趣点设计得十分巧妙。设计师将动态图片置于主页, 当浏览器将鼠标移至主题图片左边任一导航标题时, 便会显现一幅精美的图片。如现在所见到的: 一对年轻的夫妇牵着他们可爱的小宝贝, 在愉快地溜着早冰; 主题图片的背景是阳光下一位母亲与天真烂漫的孩子翘首张望, 也许是在等待着他们的亲人——孩子的父亲。一幅幸福家庭的快乐画卷, 伴随他们的正是“Carrefour”。设计者不露痕迹地将自己与“幸福家庭的快乐”作了一个巧妙的结合, 让顾客在这不言之中接受了家乐福作为“家庭快乐”的形象代表。主题图片下方分为四个板块, 分别是最新价格、新的分店、今年销售状况和去年的年度报告, 股东、投资者和合作伙伴可以通过这些随时了解公司的经营状况和发展趋势。

“新的分店”板块中采用的图片, 描绘的是中国某分店开张的热闹场景。对于还未曾光临过家乐福超市的人们来说, 在这里可以了解家乐福超市的购物方式: 灵巧的手推车、轻便的购物篮、排放整齐的商品货架, 再配上优美的音乐, 让顾客在这舒适的购物环境中自由选购所需的商品, 同时也在这一优美的环境中放松一下身心。

综观家乐福的主页, 设计师用独到之匠心, 于细微之处下功夫, 在为幸福家庭增添快乐上做文章, 体现了家乐福作为国际商业零售巨头的大家风范。

现实世界中, 家乐福和沃尔玛的竞争随处可见。比较这两个竞争对手的网站, 可以发现它们风格迥异: 沃尔玛的网站不折不扣是个网上卖场, 铺天盖地全部是商品信息; 家乐福的网站却清清爽爽, 看不到任何关于具体商品的介绍。这种风格差异源于两个企业对于网站用途的不同理解: 沃尔玛将网络作为和实体店并存的一种销售渠道; 而家乐福彻底否定了这种做法, 它将网站明确定位于企业宣传。两种做法究竟孰对孰错, 我们无法评判, 只有时间才能给出最后的答案。

Carrefour - Home page - Microsoft Internet Explorer

文件(F) 编辑(E) 查看(V) 收藏(A) 工具(T) 帮助(H)

地址(A) http://www.carrefour.com/english/homepage/index.jsp 转到

Carrefour




The Group

- Brands & banners
- The Carrefour commitments
- Financial information
- Shareholders
- Press releases
- Careers

Profile

- History
- Activities
- ... worldwide
- Management
- Number of stores



Last trade: 07/28/2003
 at 09:57 (GMT + 01)
 Last 41.88
 Change 2.02%
 CAC 40 3174.71

price in real-time



Dia opens in China

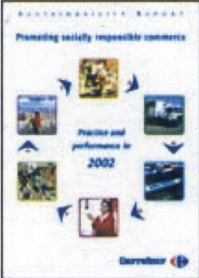
Q2 2003 SALES INCL. VAT

2Q 03 sales incl. VAT up 6.8% on constant exchange rates, 2.9% after currencies impact, the first quarterly increase after currencies impact in the last six quarters

Press release

Download presentation

Sustainable Development Report 2002



See the Sustainable Development Report 2002

2002 Annual Report



See the 2002 annual report

> Contact > Site map

> Help > Terms & conditions

--Our other sites--

Search

Screen optimization

完成 Internet

Sears.com - Microsoft Internet Explorer

文件(F) 编辑(E) 查看(V) 收藏(A) 工具(T) 帮助(H)

地址(0) http://www.sears.com/sr/javsr/home.do?BV_UseBVCookie=YES&vertical=SEARS

SEARS
Good life. Great price.

Shopping Card | My Profile | Order Status | Customer Service | Store locator

Appliances Auto Baby Clothing Computers & Electronics For the Home Gifts Jewelry Lawn & Garden Sporting Goods Tools Toys [See All](#)

SEARCH IN All Departments for GO [Auctions](#) [Clearance](#) [Weekly Ad](#)

Home Services
Parts
Sears Credit

Departments:
Appliances
• Laundry Care
• Refrigeration
• Room Air Conditioners
[See more](#)
Automotive
Baby
Clothing
Computers & Electronics
• Cameras & Camcorders
• TVs & TV Stands
• DVD, VCR & Other Video
[See more](#)
For the Home
• Mattresses
• Bedding
• Furniture & Storage
[See more](#)
Gifts
Jewelry & Watches
Lawn & Garden
• Lawn Tractors
• Patio Furniture & Yard Decor
• Grills
[See more](#)
Sporting Goods
Tools
• Mechanics Tools
• Portable Power Tools
• Compressors & Air Tools
[See more](#)
Toys

All on sale
Refrigeration & Laundry Spectacular
Washers, Dryers, Refrigerators, and Freezers

Plus, get:

- **Absolute 0% APR** until August 2005 when you use your Sears card on all Washers, Dryers, and Refrigerators over \$399 and all Freezers over \$299
- **Free delivery** with mail-in rebate on all Washers, Dryers, and Refrigerators over \$399 and all Freezers over \$299

Exclusions apply. [See details.](#)

CRAFTSMAN
ANNIVERSARY SALE

Our quietest model

Battery back-up
Power out? The Craftsman Belt Drive Garage Door Opener still works with DieHard® Battery back-up.

Plus, installation is **only \$50** after mail-in rebate.

[See details.](#)

GET FREE SHIPPING with mail-in rebate on all mailable items in:

- Tools
- Lawn & Garden Equipment

[See details.](#) **ENDS SATURDAY**

Shop **GREAT DEALS** on Craftsman Tools and Lawn & Garden Equipment.

Save \$200 on this Tractor

Get **absolute 0% APR** until January 2005 when you use your Sears card on all Tractors.

Or, get a **free Spreader** (a \$49.99 value) with mail-in rebate when you buy any Tractor, while quantities last.

[See details.](#)

Shop featured items for back to school

Find dorm room essentials on our **back-to-campus checklist.**

INNOVATIVE TOOLS FROM CRAFTSMAN
HELP PROJECTS RUN SMOOTHLY.

New releases:
Connie and Carla
New York Minute
Taking Lives
Now available on DVD

Madden NFL 2005
Available now for Xbox and PlayStation 2

Worry-free shopping

- No hassle returns
- Satisfaction Guaranteed
- Security/Privacy
- We service what we sell
- Buy Online. Pick Up In Store.

More ways to save

- Auctions on eBay
- Clearance
- See this week's ad

We'll match any price plus give you 10% of the difference. [See details.](#)

Sign up to receive e-mail special offers and online savings.

As seen on TV

[See all products](#)

Extreme MAKEOVER HOME EDITION

See products featured on ABC's Extreme Makeover Home Edition

Catalogs

Shop these catalogs online:

- **ShowPlace**
bedding, window treatments, rugs, slipcovers, and more
- **HomeCenter**
furniture and home decor
- **Room for Kids**
furniture and bedding for kids
- **Big & Tall**
Men's Big sizes XL-10XL, Tall sizes L-7X, and footwear
- **Woman's View**
fashions in sizes 14W and up, petites, and tall
- **WorkWear**
- **Health & Wellness**
products for everyday living

[Request a specialty catalog](#)

Catalog Quick Order Shop by item numbers from these catalogs:

- Craftsman

Gifts

- Gifts
- Gift Cards
- Bridal & Baby Registry

SEARS

Company	Specialty shops	Other sites from Sears
• About Sears • Investor Relations • Careers • Community Relations • Product safety and recall information • Sears American Dream Campaign • Affiliate Program	• Car rental • Flowers • Optical • Photo Finishing • Portrait Studio • View all specialty shops	• Home Services • Parts • Sears Credit • Sears Canada • Sears en Espanol • Craftsman • Kenmore • Lands' End

Customer Service | My profile | Order status | Site map | Store locator

Copyright notice ©2004. Sears, Roebuck and Co. All rights reserved. Satisfaction Guaranteed Or Your Money Back.
Use of this site is subject to the [Terms & Conditions](#), which constitutes a legal agreement between you and Sears, Roebuck and Co.
Please review our [PRIVACY/SECURITY POLICY](#), Revised effective 07/01/2004, [CHILDREN'S PRIVACY POLICY](#), Revised effective 07/01/2004, and [License information](#).

SEARS

西尔斯罗巴克公司 (Sears Roebuck & Co.) 是仅次于Wal-Mart的全球第二大零售商, 公司由理查德·西尔斯于1886年创建, 如今已有110多年历史。它经历了美国社会生活的几次大变革, 跟上了潮流, 在稳定中增长和发展, 成为美国经营最成功和最赚钱的企业之一。西尔斯公司虽然在采用尖端技术领域并无令人瞩目的贡献, 但它对美国消费者的购物及生活方式, 都产生了很大影响, 在西方商业界享有“零售业科学院”之美誉。目前公司拥有30多万名职工, 其子公司遍布欧美各大城市, 在这些城市中有850多家西尔斯的大型商场、1,600多家连锁专卖店, 经营从服装到汽车的各类商品以及自有品牌的商品, 另外还有650多家自营式商店服务于小城镇的居民。目前西尔斯主要有零售、服务、信用、公司、国际五大业务部门, 其中零售部门包括全方位商店和专卖店, 服务部门主要负责家庭服务和客服答复, 信用部门则主要包括国内信用的运作, 公司部门则负责控股公司的运作, 以及对Sears Online的投资, 国际部门则主要协调在国外的子公司开展上述业务。2004年西尔斯公司以411.24亿美元的营业收入位居财富全球500强第95位。



让顾客尽享在线购物之乐

西尔斯公司的网站 (www.sears.com) 以蓝色为主色调, 除背景与图片外, 从企业的标志到几乎所有的文字都采用了蓝色。尽管是蓝色一统天下, 但不同的色调使其也不觉得索然无味, 倒显得富有层次。其间, 偶有红色点缀, 显得格外惹眼; 加上少许的黄色衬托, 使整个网页色彩分明, 主次有别, 颇有韵味。网页的布局结构也很简单。页眉左边是公司标志, 下面的“Good life. Great price.”表达了公司的经营与服务宗旨, 了解西尔斯历史的人都知道这不是一句空洞的口号, 而是西尔斯百年经营历程的写照。从公司成立伊始, 西尔斯便实行“如不满意, 原款退还”的方针, 把买方提心吊胆改变成为了卖方的兢兢业业, 让顾客在这里感受到西尔斯的服务带来的美好享受和所购商品的物有所值。

西尔斯的经营策略是在推销品牌商品的同时, 注重增强大众特色。在其网站的内容安排上也严格贯彻了这一策略。作为一个网上大卖场, 西尔斯的主页十分注重导航栏目的设置, 在页眉的下方采用按商品或服务的类别进行检索的导航栏, 左侧设有商品搜索栏, 为顾客查询所需商品提供了方便。红色的按钮醒目地标出在线购买的字样, 非常方便。

导航栏下分为四栏: 正中的主题图片是关于提供免费服务的广告, 由此点击可进入相关服务网页了解详细情况。下面三组分栏, 按商品分类推荐和展示各类商品中的热门货、新产品等, 并采取小图片配文字简介的形式, 显得十分生动。这些都与导航栏里的服务种类相对应。如此一来, 使网页在结构上有一种前后呼应的格局。这样就把阅读者的注意力牢牢地套在了网页的主要业务之中。

左侧栏主要是公司各种信息的发布与介绍, 让客户了解西尔斯的发展历程和经营状况, 从中体验公司的企业文化, 以提升西尔斯在客户心目中的地位和良好形象。

网页并没有在设计艺术上耗费多少功夫, 而是将重点放在对产品的推介和服务上, 通过周全细致的在线服务与咨询, 让顾客在信息的海洋中游刃有余, 尽享在线购物之乐。站在消费者的立场上设计网站的思路, 是西尔斯实现顾客满意战略、建立顾客忠诚度的有效法宝。



SAFEGWAY

1915年由M.B.Skaggs创建的美国Safeway（塞福威）股份有限公司，经过90年的苦心经营，已由当初的一间小小杂货店发展成为拥有1,700家分店、营销范围覆盖美国和加拿大的超级食品和药品零售商。2004年，它以355.527亿美元的营业收入稳居财富全球500强第108位，能与众多生产性企业在“财富”里一争高下，Safeway的整体实力可见一斑。

奉献我们最好的 SAFEGWAY

作为北美老牌的零售服务企业之一，Safeway曾以“奉献我们最好的产品和服务”（Giving our best）的理念和完善到位的优质服务闻名于世。公司一贯坚持以人为本、薄利多销的营销原则和视效率为生命的服务宗旨，采取灵活多变的销售策略。老道的Safeway在互联网上也很快找到了自己的风格定位：通过感性诉求营造温馨氛围，给客户一种可信赖感，让其在愉悦的情趣中接受Safeway的服务。

进入Safeway网站（www.safeway.com），首页上一桶倾然而出的新鲜草莓的主题照片闯进浏览者的眼帘，艳丽的颜色、鲜亮的光泽、丰润的果实，无不让人垂涎欲滴，还有那粗糙的农家木桶，衬以绿油油沟畦分明的草莓地背景，似有一股泥土的清香扑面而来，沁人心脾，即刻将人们带入一个冰凉爽快的境界，由此产生的良好视觉效果，也暗合了“绿色服务”的营销思想。图片中那辆保鲜送货车，直观地昭示着Safeway能在最短的时间内让顾客享受到最好的服务。

Safeway作为一个成熟的服务商，十分清楚网络营销在商业网站的重要地位。因此，首页上商品搜索、信息查询、促销广告、在线订购等功能一应俱全，各类菜单以及注释字体的颜色随着对应出现的不同鲜果而变化，一扫单调沉闷，给人以新奇之感。

Safeway网站在页面设计上并未使用太多的花哨，而是着眼于简单实用、突出重点。“在我们的商场”、“会员俱乐部”、“社区”、“在线服务”等栏目一目了然。网站还别出心裁地设置了“烹饪方法”栏目，介绍一些特色菜肴的烹饪方法，颇有一番人情味，此举无疑为网站赢得了众多以家庭主妇为主体的回头客。

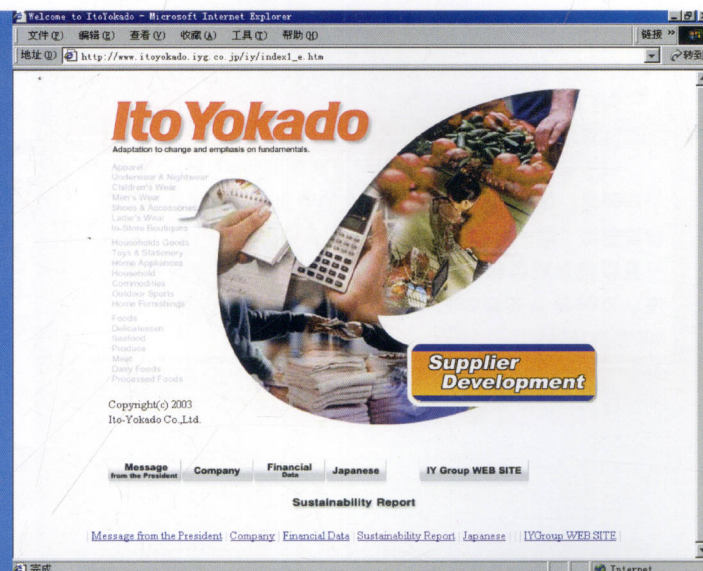
值得注意的是，Safeway网站在线购物栏目要求顾客首先提供其所在地区的邮政编码，建立账户，它只对那些目前能够配送地区的顾客开放其在线购物功能。这种举措看似不近情理，将很多顾客拒之门外，但细细分析却颇有道理。网上零售必须要有物流配送体系的支撑才能完成交易过程，与其让顾客兴致勃勃下了订单之后才知道拿不到商品，极其失望，还不如一开始就明确说明，节省顾客的时间。这种做法不仅能让Safeway集中精力，更好地服务于其目标顾客，也表明了Safeway从根本上为顾客着想，朴实诚恳的服务态度。

整个首页以一种平易近人的亲切感和家居感，与人们的日常生活紧密联系在一起，在视觉、心理上给人带来愉悦享受的同时，也从内容和形式上突出了其以顾客为中心的经营宗旨，始终围绕“奉献我们最好的”经营原则大做文章，较好地实现了商业网站“尊重观众，培养人气”的使命。





伊藤洋华堂(Ito-Yokado)是日本著名的商业零售企业,经营从服装服饰、家居住宅关联商品、日用杂货、家电、运动用品、办公文具、玩具、工艺品,到生鲜及加工食品的零售和批发业务。从企业规模上,伊藤洋华堂在日本国内同行业界中并非名列前茅,但它在经营中体现出的强烈的优质服务意识,即使在日本这个非常注重企业文化的国度里也是出类拔萃的。正是凭着这一特点,伊藤洋华堂得以在强手如林的零售业中脱颖而出,成为日本商业流通业界的佼佼者,连续多年名列财富全球500强前150名之列,2004年又以293.327亿美元的销售业绩位居第149位。



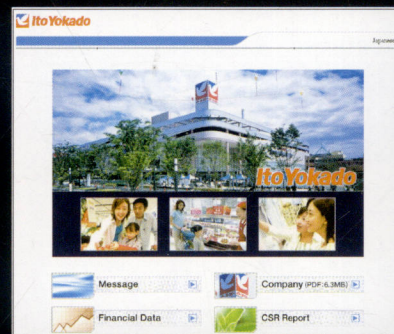
巧夺天工,魅力无穷

伊藤洋华堂的网站(www.itoyokado.iyg.co.jp)整体布局新颖简洁,既不像一些商业零售企业网站那样以大卖场的形式直接进行产品推销,也不像某些著名企业网站那样开宗明义地张扬自己的企业文化,乍看伊藤洋华堂的主页就像一幅抽象派作品,仿佛来到了一个网上艺术殿堂门口。

网页的主题照片是一只身形饱满、展翅翱翔的鸽子。作为和平的使者和信任的象征,位于页面视觉中心和惟一兴趣点的这只鸽子无疑向消费者传达着这样的信息:我们的服务将赢得您的信赖。所谓“一叶落而知天下秋”,由五幅相关的特写照片构成的鸽子图案,具有高度抽象和概括力,它将伊藤洋华堂的几个主要企业文化内核通过这种具体表象显现出来。第一幅:顾客正在挑选新鲜蔬菜,碧绿的青椒和鲜红的番茄辉映,意寓着伊藤洋华堂先进的食品保鲜技术和管理系统。第二幅:一位顾客正在精心挑选商品,看上去十分悠闲惬意。第三幅:一只正在点击计算器的手,其含意十分明显,企业实行灵活的价格策略。第四幅:买卖双方传递钞票,这幅特写也在向浏览者寓示公司始终信守的平等、互惠的交易原则。第五幅:管理人员正在查看顾客意见反馈簿,表明伊藤洋华堂视顾客为上帝,注重收集和聆听消费者意见的一贯方针。五幅图片将需要大量文字才能表达清楚的意思依次揭示,优化了内容,节省了浏览者的时间和精力,符合网页“简单即为美”的设计原则。

“鸽子”下方网站的各栏目导航菜单一字型排开。颇有创意的是,当鼠标移到某个栏目菜单上时,该栏目就会以红黑两色循环显示,为网页增添了动感。鸽子尾部那个色彩斑斓的“supplier development”,不仅仅是一个装饰,点击它你会看到企业对自身、对管理所作的书面诠释,从中可以发现企业在物流配送与管理中所下的工夫,也许从这一点一滴之处,人们能对伊藤洋华堂为何能在残酷的竞争中立于不败之地的真谛有所领悟。

综观整个主页,其构思精巧让人叹为观止,出色的艺术效果在给浏览者以美的享受的同时,也在一定程度上提高了企业的文化品位。



**BEST
BUY**

位于美国明尼苏达州明尼阿波利斯的Best Buy公司始建于1966年,是目前美国营业额最大的专业化家用电器连锁店。曾被誉为“惟一值得投资的家电行业连锁店”的Best Buy公司一直以优质服务和高档商品赢得美国主流消费者的欢迎与信任。2004年公司以249.01亿美元的营业收入位居财富全球500强第192位。

网上网下共同打造 购物天堂



Best Buy的网页在结构上的设计并没有出众之处,但色彩运用却颇具匠心。到访过Best Buy网站(www.bestbuy.com)的人对其网页的总体印象是浓墨重彩,除白色的背景之外,网页上的一切——图片、文字、按钮、图标——都是深色,而且赤橙黄绿青蓝紫全部用上,整个网页显得丰富多彩。酷似广告牌的公司标志置于主页左上角,自然、随意却格外炫目,此外,在网页的视觉中心,还有一幅招徕顾客的主题图片:一位身着Best Buy公司深蓝T恤的女员工手指那条颇具煽动性的广告:“Coming Soon! Our Biggest Store.”不自觉地,你就在她的指点下开始浏览起这家公司的网上信息了。

鉴于网页狭小的版面,设计者采取了时空拓展法,通过二维平面形式在虚拟空间中展现现实商店中三维空间的效果。网站中按消费类电子产品(音响、视频、个人手提产品、通讯产品、照相器材及附件)、家庭办公用品(电脑、数码成相、软件及其它外设)、娱乐软件(音乐、电影及软件)、电器产品(大家电产品、家具、小型家用产品)等层次,通过大量的商品图片、文字,利用对点、线、面等视觉元素进行空间组合的手法,使浏览者在这些平面图形图像的空间中获得如同身临现实商店之中的虚拟体验。在这里,人们以逛超市的心情,尽情浏览琳琅满目的最新、最先进的家用电器产品,了解Best Buy经销的各种商品的价格、服务方式等详细信息,领略家电新潮流。网站首页中间“Browse Online, Buy in Store (在线浏览,店内购物)”等两行醒目的文字,将网站和公司的服务方式昭示于天下。尽管与网上直接购物相比,该方式似乎有些麻烦,但对于习惯于当面挑选自己称心如意的商品和喜欢逛商店的消费者来说,此举还是颇受欢迎的。为了更好地方便顾客在实体店面上的购买,Best Buy网站上公司和各连锁商店的地址、联系方式,顾客投诉及反馈等栏目一应俱全。

同是零售巨头,沃尔玛采取线上线下同销售的做法;家乐福为了避免网上销售和传统渠道之间的冲突,网站上只宣传企业,几乎不涉及具体商品;Best Buy则采取了中庸之道,发挥互联网这第四媒体便捷互动的特点,开展有效的营销活动,为自己分布于美国境内的1900多家连锁店进行广告宣传,去引导顾客到实体店中完成销售活动,可以说是网上网下共同打造购物天堂的又一种有效途径。



MAY

1877年, David May开办了一家零售店, 这就是今天五月百货公司的前身。1898年, 他们又购入了克利夫兰的百货商店并取名为五月公司。目前的五月百货公司(May Dept. Stores)是美国第二大面向高层次消费者的百货零售商, 在全美拥有近500家连锁店, 公司于1974年开始进入国际市场。2004年五月百货以133.43亿美元的稳定营收位居财富全球500强第409位。

浓妆淡抹总相宜 MAY

作为一个提供高层次消费的零售商, 五月百货的网页(www2.mayco.com)也秉承其传统的风格, 制作得高贵典雅, 尽显时尚潮流之风。一位女模特的半身照构成了主页的前景并成为网页的兴趣点。妥贴的秀发透出精明干练的风貌, 俊美的脸庞闪耀着楚楚动人的神韵, 浓密的眉毛精致迷人, 微微向下的目光显得聪慧而略带妩媚, 红唇似笑非笑, 两耳间那对精美别致的耳环展露着高贵典雅的气息, 右手随意地轻拂着淡紫红色甲克衫的领子, 增添了几分时尚女性的柔媚。主页背景采用淡雅的白色和浅青绿色为背景, 更增添了整个主页温馨高雅的氛围, 令人十分自然地联想起高品质的美妙生活, 为下面将要开展的营销活动奏起了一首令人愉悦的开幕曲。

在经济高度发达的美国, 中产阶级日益壮大, 追求生活品质已成为时代的潮流, 五月百货所提供的商品和服务适应了这部分消费者的需要, 自然如鱼得水, 在零售商业界游刃有余。主页上的主题图片经常更换: 时为气质高雅的美貌女子, 时为风度翩翩的儒雅男士, 但万变不离其宗, 主题皆在宣扬高贵的生活理念。网站中以大量精致的生活用品、时装、鞋帽、家用电器、珠宝首饰等彰显五月百货带来的高品质享受, 达到了吸引眼球、招徕顾客、树立形象的营销功效。

蓝色的“MAY”以毋庸置疑的气度伫立在主页和网站中所有网页的左上角, 显现出五月雍容华贵的风度。主题图片的左侧是7个网站主栏目的链接菜单栏, 鼠标移上文字倏地由蓝变成玫瑰红, 小小的细节也带给人几丝惬意, 可见设计之精细。点击“SHOP ONLINE”即可进入网上商店, 浏览琳琅满目的各色商品; 打开“INVESTOR RELATIONS”即可以股东的心态详细了解公司的财务状况。主页的下方是五月百货15大品牌的导航栏, 由此可进入各品牌的独立网站。

综观五月百货的网站, 里里外外都浸透着高贵、经典、雅致、时尚的气息, 充分体现了公司致力于为高层次消费服务的企业特色。

