



国家级职业教育培训规划教材
劳动保障部培训就业司推荐

高职高专电子商务专业教材

电子商务网站建设与管理实训

GN_H

Dianzi Shangwu Zhuanye Jiaocai

劳动和社会保障部教材办公室组织编写

GaozhiGaozhuan



中国劳动社会保障出版社



国家级职业教育培训规划教材
劳动保障部培训就业司推荐

高职高专电子商务专业教材

电子商务网站建设与管理实训

主编 李先 副主编 方贵仁 陈建潮 张爱丽

参编 高峰 刘芳 主审 杜文才 参审 路永和 惠萍

Dianzi Shangwu Zhuanye Jiaocai

Gaozhi Gaozhuan



中国劳动社会保障出版社

图书在版编目(CIP)数据

电子商务网站建设与管理实训/李先主编. —北京:中国劳动社会保障出版社, 2006

高职高专电子商务专业教材

ISBN 7-5045-4914-2

I. 电… II. 李… III. 电子商务-网站-高等学校:技术学校-教材 IV. ①F713.36
②TP393.092

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 127369 号

中国劳动社会保障出版社出版发行

(北京市惠新东街 1 号 邮政编码: 100029)

出版人: 张梦欣

*

北京市艺辉印刷有限公司印刷装订 新华书店经销

787 毫米×1092 毫米 16 开本 16.25 印张 404 千字

2006 年 3 月第 1 版 2006 年 3 月第 1 次印刷

定价: 25.00 元

读者服务部电话: 010-64929211

发行部电话: 010-64911190

出版社网址: <http://www.class.com.cn>

版权专有 侵权必究

举报电话: 010-64911344

内 容 提 要

本书为劳动和社会保障部推荐教材，用于高职高专院校学生实训课程教学，由劳动和社会保障部教材办公室组织编写。

本书面向电子商务专业中网站建设与管理的工作实际，按照模块形式编写，与国家职业标准紧密联系，具有实用、管用、够用的特色。内容涉及电子商务网站规划设计、数据库设计、前台功能设计、后台管理功能设计、实现、发布、推广、评价与维护等。

本书由李先主编，方贵仁、陈建潮、张爱丽任副主编；参加编写的有：李先（模块一和模块七）、张爱丽（模块二）、陈建潮（模块三和模块四）、方贵仁（模块五、模块六和模块八）、刘芳（参加了模块三）、屈爽（参加了模块七）、高峰（参加了模块八）；由杜文才主审。

本书也可作为成人院校、普通高等院校相关专业的教材，还可供从事电子商务网站建设与管理工作的有关人员参考。

前 言

为了满足高职高专教学改革和培养高等技术应用型人才的需要,劳动和社会保障部教材办公室在充分调研的基础上,组织一批学术水平高、教学经验丰富、实践能力强的教师,编写了以能力培养为核心的高职高专电子商务专业教材,共五种:《电子商务应用与实训》《电子商务网站建设与管理实训》《网络多媒体制作实训》《网页程序设计实训》和《电子政务技术与实训》。

上述教材有以下几个特点:

一是以高职高专毕业生电子商务就业岗位要求为核心,以高职高专学生的认知水平为出发点,设置技能训练内容以及相关知识,充分体现“够用、实用”原则,降低教学难度。

二是以应用为主旨,贯彻以技能训练为主导、相关知识为辅助的设计思想,搭建了技能与知识相互支撑的一体化结构。

三是涵盖电子商务员、助理电子商务师国家职业标准的相关内容,为职业院校毕业生考取相关国家职业资格证书提供必备条件。

四是内容上尽量选用近几年国内外电子商务领域中的先进技术和成果,反映最新技术应用动态,以期缩短电子商务就业岗位对人才的实际需求与学校培养目标之间的距离。

在教材编写过程中,得到有关省市教育部门、劳动和社会保障部门以及一些高等职业技术学院的大力支持,教材的诸位主编、参编、主审等做了大量的工作,在此我们表示衷心的感谢!同时,恳切希望广大读者对教材提出宝贵的意见和建议,以便修订时加以完善。

劳动和社会保障部教材办公室

2005年8月

目 录

模块一 电子商务网站规划设计 (6 课时) (1)

1.1 典型案例 (1)

案例 1: 海尔集团公司电子商务网站建设 (1)

案例 2: 中国外经贸网站建设分析 (4)

1.2 相关知识 (5)

1.2.1 网站规划设计流程 (5)

1.2.2 网站规划的具体内容 (8)

1.2.3 网站整体框架和网页设计 (10)

1.2.4 网站策划书的撰写要点 (15)

1.3 实训课题 (16)

实训 网站整体框架图设计 (16)

1.4 综合训练 (18)

1.4.1 概念问答题 (18)

1.4.2 模拟操作题 (19)

模块二 电子商务网站数据库设计 (6 课时) (20)

2.1 典型案例 (20)

案例: 用 Microsoft SQL Server 2000 创建数据表 (20)

2.2 相关知识 (21)

2.2.1 Web 数据库概述 (21)

2.2.2 常用的网站数据库 (23)

2.2.3 Web 数据库访问方法 (25)

2.2.4 ADO 对象模型	(25)
2.2.5 数据库连接方法	(26)
2.3 实训课题	(27)
实训 数据库连接	(27)
2.4 综合训练	(30)
2.4.1 概念问答题	(30)
2.4.2 模拟操作题	(31)
模块三 电子商务网站前台功能设计 (10 课时)	(32)
3.1 典型案例	(32)
案例: 圣安琪儿童服饰有限公司的电子商务网站	(32)
3.2 相关知识	(33)
3.2.1 与数据库连接举例	(33)
3.2.2 动态网页编程中几个重要的内置对象	(35)
3.2.3 HTML 基础简介	(35)
3.2.4 使用 Dreamweaver 工具快速创建界面简介	(36)
3.2.5 用 ASP 实现分页显示简介	(38)
3.3 实训课题	(40)
实训 1 电子商务网站前台功能设计	(40)
实训 2 数据库设计及用 ADO 访问数据库	(42)
实训 3 电子商务网站客户留言板网页设计	(48)
实训 4 电子商务网站产品展示设计	(55)
实训 5 电子商务网站购物车设计	(66)
实训 6 电子商务网站订单网页设计	(76)
实训 7 电子商务网站新闻发布设计	(88)
3.4 综合训练	(97)
3.4.1 概念问答题	(97)
3.4.2 模拟操作题	(97)
模块四 电子商务网站后台管理功能设计 (8 课时)	(98)
4.1 典型案例	(98)
案例: 圣安琪儿童服饰网站的后台管理系统	(98)

4.2	相关知识	(99)
4.2.1	网站权限管理知识简介	(99)
4.2.2	验证管理简介——会话	(100)
4.2.3	VBScript 中过程的简介	(100)
4.2.4	网站信息发布系统简介	(101)
4.2.5	HTML 标记简介	(102)
4.2.6	网上下订单的功能简介	(102)
4.3	实训课题	(103)
实训 1	电子商务网站后台管理功能规划设计基础	(103)
实训 2	电子商务网站后台登录设计	(104)
实训 3	电子商务网站后台用户管理设计	(109)
实训 4	电子商务网站后台信息管理设计	(120)
实训 5	电子商务网站后台服饰管理设计	(137)
实训 6	电子商务网站后台订单管理设计	(157)
4.4	综合训练	(170)
4.4.1	概念问答题	(170)
4.4.2	模拟操作题	(171)
模块五	电子商务网站的实现 (6 课时)	(172)
5.1	典型案例	(172)
案例 1	8848 网上商城	(172)
案例 2	中国商品交易中心	(174)
5.2	相关知识	(176)
5.2.1	电子商务网站硬件平台的建立	(176)
5.2.2	电子商务网站软件平台的建立	(177)
5.3	实训课题	(178)
实训 1	企业 Web 服务器的硬件配置解决方案的规划设计	(178)
实训 2	Windows 2000 Server 的安装及网络配置	(182)
实训 3	Microsoft IIS 的安装	(187)
实训 4	Web 站点虚拟目录的创建	(188)
实训 5	FTP 站点的创建	(191)
实训 6	一个简单的 Web 站点的创建与管理	(194)

5.4 综合训练	(196)
5.4.1 概念问答题	(196)
5.4.2 模拟操作题	(196)
模块六 电子商务网站的发布 (8 课时)	(197)
6.1 典型案例	(197)
案例 1: “福建热线”网站发布系统 IPS 2.0	(197)
案例 2: 网站专家个人版	(198)
6.2 相关知识	(199)
6.2.1 域名注册	(199)
6.2.2 ISP 选择	(200)
6.2.3 Internet 接入方式	(200)
6.3 实训课题	(202)
实训 1 域名申请	(202)
实训 2 网站发布	(204)
6.4 综合训练	(206)
6.4.1 概念问答题	(206)
6.4.2 模拟操作题	(206)
模块七 电子商务网站的推广 (10 课时)	(208)
7.1 典型案例	(208)
案例: 搜索引擎“google”	(208)
7.2 相关知识	(209)
7.2.1 传统推广方法	(209)
7.2.2 网络推广方法	(210)
7.3 实训课题	(215)
实训 1 搜索引擎推广方法设计	(215)
实训 2 多媒体邮件设计	(221)
实训 3 电子邮件群发	(224)
实训 4 利用 BBS 推广网站	(227)
实训 5 利用新闻组推广网站	(229)
7.4 综合训练	(235)

7.4.1 概念问答题	(235)
7.4.2 模拟操作题	(235)
模块八 电子商务网站的评价与维护 (4 课时)	(236)
8.1 典型案例	(236)
案例 1: 互联网实验室“CISI 网站评测体系”	(236)
案例 2: 《楚之源》网站信息发布与管理系统	(238)
8.2 相关知识	(239)
8.2.1 电子商务网站评价的方法	(239)
8.2.2 电子商务网站的维护	(240)
8.2.3 电子商务网站的维护工具	(240)
8.2.4 电子商务网站维护更新的步骤	(240)
8.3 实训课题	(241)
实训 1 电子商务网站的评价	(241)
实训 2 《楚之源》网站信息发布与管理系统的使用	(244)
8.4 综合训练	(247)
8.4.1 概念问答题	(247)
8.4.2 模拟操作题	(248)
主要参考文献	(249)

模块一 电子商务网站规划设计

网站是企业开展电子商务活动的基础设施和信息平台。建立一个美观实用、功能完善的网站,是企业进行电子商务活动的第一步,而好的网站首先要有一个好的网站总体规划。网站规划是指在网站建设前对市场进行分析,确定网站的目的和功能,并根据需要对网站建设中的技术、内容、费用、测试、维护做出规划。网站规划对网站建设起到计划和指导的作用,对网站的内容和维护起到定位作用。

一个网站的成功与否与创建站点前的网站规划有着极为重要的关系。在建立网站前应明确建设网站的目的,确定网站的功能以及网站规模、投入的费用,进行必要的市场分析等。只有详细规划,才能避免在网站建设中出现問題,使网站建设顺利进行。为了确保设计决策的最优化,不论是从头开始架构网站,或是移植网站,或仅增加某个重要功能,都需要进行先期规划。

本模块的目标:

- ◆了解电子商务网站规划的基本知识。
- ◆熟悉各种类型电子商务网站的特点。
- ◆理解网站内容规划和网站风格设计的重要性。
- ◆掌握电子商务网站规划流程、方法和技巧。

1.1 典型案例

案例 1: 海尔集团公司电子商务网站建设

海尔集团公司网站 (<http://www.haier.com/>) 是一个典型的电子商务网站,海尔网站建设体现了以下特点:

◇结构合理、层次分明、功能齐全的网站规划设计。整个网站有 11 个大的功能模块,每一模块又由一系列子功能模块组成,如:“产品世界”模块又分为“海尔新品秀”“产品分类”“产品展厅”“个性设计”四个子功能模块。海尔集团公司网站地图如图 1—1 所示。



图 1—1 海尔集团公司网站地图

◇简洁明快、风格一致的网页设计。浏览海尔网站，会感觉到网站的每一个页面都体现了简洁明快的特点，同时每个网页的背景、颜色、字体、布局等都非常一致。

◇颇具匠心的主页设计。网站主页除了具有简洁明快、风格一致、信息量大等特点外，在网页上不停闪烁的 Flash 动画为主页面又增添了几分活泼的色彩，同时清晰的导航和搜索系统设计可以引导用户浏览每一个想要浏览的页面，如图 1—2 所示。



图 1—2 海尔集团公司网站主页

◇综合性较强的电子商务网站系统。网站除了具备一般信息发布型网站的基本内容之外，为了快速满足用户的个性化需求，还建立了完善的网上零售（B to C）体系，同时，面对供应商的企业间电子商务平台（B to B）也展示了海尔现代企业的风采。

◇完善的电子商务系统设计。由“产品世界”可以直接进入海尔网站电子商务最核心部分——海尔商城，如图 1—3 所示。商城对各类产品的功能作了详尽介绍，拥有方便快捷的购物环境、清晰流畅和操作性强的购物流程。“海尔商城”的架构和设计真正体现了“想你所想”的海尔理念。



图 1—3 海尔商城页面

◇独特、成熟的配送体系和发货渠道。海尔可以根据用户的地址，选择最快捷的配送方案。

◇方便快捷的与客户经常性联系的渠道。客户可通过“要求服务”在网上反映所遇到的问题,或拨打“服务热线”要求上门服务。“FAQ”可在线及时解答用户疑问。

◇鲜明的主题、丰富的信息含量。网站的每一个页面都有鲜明的主题,整个网站丰富的信息含量并没有使网站显得累赘,反而更好地体现了海尔的理念和文化。

综上所述,海尔在网站架构和网页设计中蕴含了一整套现代网络营销思想,特别是海尔网站通过独特栏目的架构和设计,体现了国际化海尔的气度和经营理念。我们可以在学习和实践过程中去认真地体会和感受它,熟悉和掌握企业电子商务网站规划的设计思想和方法。

案例2:中国外经贸网站建设分析

☆网站设计思路

“中国外经贸”(http://www.chinamarket.com.cn/)是外经贸领域专业站点,它面向国内外客商,能提供丰富、详实、准确、快捷、互动的信息内容,具有完善的检索功能,力求成为外商了解中国外经贸信息动态的窗口。

☆网站内容和目标

“中国外经贸”提供综合信息、商务信息、企业网络广告等多项服务,并且实现了供求双方的真正互动——采购商需求信息发布、供应商企业及其产品信息发布。同时,“中国外经贸”与商务部网站、中国国际电子商务网、中商易通、在线广交会、在线义博会、中国招商网等网站链接、互通,丰富了网站内容。

“中国外经贸”提供的服务:

◇采购信息、企业及其产品信息的免费发布。国内外采购商、供应商可以随时发布自己的采购信息、企业及其产品信息,零成本即可获得最大的成交机会。

◇免费查询信息。“中国外经贸”与多个网站保持链接、互通,浏览者无须付费就可通过其强大的搜索功能获取丰富信息。

◇网络广告服务。“中国外经贸”所提供的网络广告形式生动突出,有文字链接、悬浮按钮广告、全屏广告、巨幅广告、擎天柱广告、通栏广告、流媒体广告、弹出窗口广告等各种形式,同时绝佳的广告位置可使外商在第一时间找到推荐的中国企业和名优产品。

◇二级域名服务。用户可以在该网站注册二级域名,设立一个永久“摊位”。

◇企业网站设计与制作。包括提供域名注册、虚拟主机托管、网站策划、网页设计与制作、数据库开发、搜索引擎加注等一系列服务。

☆网站整体框架和主页设计

网站分为以下模块:综合经贸新闻、外经贸政策发布、地区外经贸信息、中国企业、供应专区、采购互动、网站介绍、联系我们、产品与服务等。网站有中英文两个版本。

网站风格和主页设计特点:页面设计简洁明快、色彩和谐、导航清晰、主题突出(见图1—4)。主页有以下几个区域:

◇企业标志和菜单。

◇广告。

◇主要信息导航区。发布最新新闻和企业采购、供应等市场信息。

◇功能区。包括友情链接、网站介绍、联系我们、版权声明等。



图 1—4 “中国外经贸”主页

※ 网站维护与管理

“中国外经贸”本着“以企业为本，信息为龙头”的服务宗旨，十分重视网站的维护和管理。主要体现在以下几个方面：

- ◇ 经常进行页面更新，给人以不断创新的形象。
- ◇ 网站维护人员多，确保页面正确无误和网站的正常运行。
- ◇ 提供良好的链接服务，对提出申请链接的企业，网站管理人员在检查该企业网站无误后，将其链接到相应的行业中，并向用户发送链接成功的反馈信息邮件。
- ◇ 反馈信息答复及时，对于用户提出的问题和要求，网站及时给予答复。
- ◇ 专业的网络安全、数据库维护，确保系统使用中的安全性、快速性。

1.2 相关知识

1.2.1 网站规划设计流程

※ 网站设计的目的

企业要建设网站，首先要确立建站的目标，这是网站规划和设计的基础。建站目标就是指企业建立网站想要做什么。比如，建站只是为了宣传自己，扩大影响；建站是为了宣传、产品展示；建站是为了宣传、产品展示、实现网上直销；建站不仅是宣传、产品展示、实现网上直销，同时还要进行客户服务或者是为了网站出租等目的。明确建站目标是网站规划的第一步，也是非常重要的一步，关系到网站的整体规划、风格设计、策略运用等多方面。

※ 网站设计过程及流程图

网站建设非常复杂和繁琐，因此，确立网站建设流程是非常关键的一步，也是关系到能否实现建站目标的一步，这一点要高度重视。网站规划分为以下几个阶段：

- ◇ 用户需求分析（前期调研）。
- ◇ 网站构建和流程设计。

◇系统分析及总体设计（网站设计策划书撰写）。

◇界面设计、交互设计及程序开发。

◇网站系统测试。

◇客户培训、技术支持和售后服务。

其设计流程如图 1—5 所示。

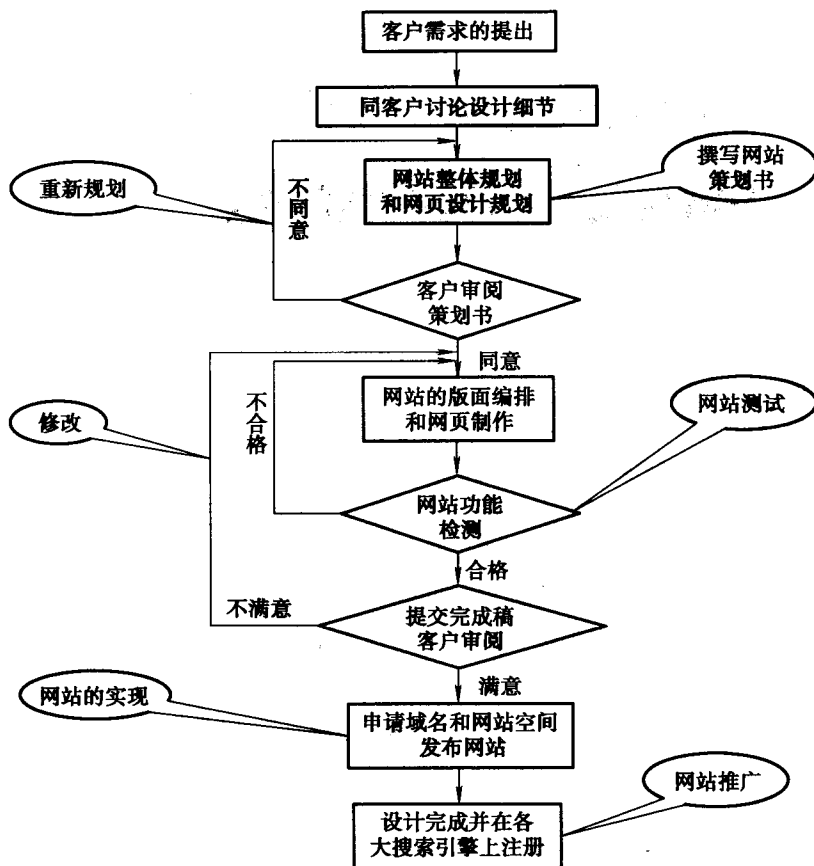


图 1—5 网站设计流程图

☆ 网站规划的类型

确定网站规划的类型关键是找到准确的定位。不同的网站不仅内容不同，主要的功能、营销的策略也都有区别。随着企业规模、营销内容的不同，网站千差万别，类型繁多。网站规划按照其功能和结构形式大体可分为以下几类：

◇门户网站规划。门户网站一般能提供多种服务，集合了众多内容，只要客户登录到这个网站，就可以得到企业或商家提供的所有服务。其特点是企业在内部建立了比较有效的管理信息系统，并通过网络实现了管理信息的共享。因此，企业通过门户网站把内部的管理信息系统和外部的客户及供应商连接起来，在更大范围实现了信息的整合和共享。例如联想集团公司网站（<http://www.legend.com.cn/>），图 1—6 为联想集团公司网站的主页。



图 1—6 联想集团公司网站的主页

◇普及型网站规划。普及型网站的主要功能是发布信息，每个企业都可以根据自身要求确定信息的发布类型和具体内容（如企业基本情况介绍、通信地址、产品和服务信息、供求信息、人员招聘信息、合作信息等），以达到为客户、供应商、公众和其他一切对该企业感兴趣的人传送信息的目的。

◇电子商务类网站规划。电子商务网站是企业或公司在 Internet 上的门户网站，它由前台网页和后台数据库等组成，前台网页接受客户的浏览、登记和注册，记录下客户的有关资料。电子商务网站可以按照以下两种方式分类：

►按经营的商务业务范畴分类

初级型电子商务网站。该类网站不做交易，只发布一些商品需求信息或者提供商品的信息，类似于广告发布。

中级型电子商务网站。该类网站支持交易过程，能够完成商务贸易单证和票据交换的过程。

高级型电子商务网站。该类网站能够完成发货和到货的管理、资金的结算，在网上完成整个交易过程。

►按商贸业务的性质分类

B to B (Business-to-Business) 模式网站，即商业机构之间的交易模式。这种电子商务是指商业机构间使用 Internet 或各种商务网络完成向供应商订货、付款单证交换、导购、撮合、促销等商务活动。B to B 模式主要进行的是产品批发业务，它是电子商务交易的主要部分。

B to C (Business-to-Customer) 模式网站，即企业或商业机构与消费者之间的交易模式。这种电子商务是指企业主要借助于 Internet 开展的在线销售活动，类似于零售业。

C to C (Customer-to-Customer) 模式网站，即消费者之间的交易模式。这种电子商务是指消费者之间通过自己建立的网站，或借助于其他网站搭建的商务交易平台进行个人之间的商品交易，例如网上拍卖网站、全球性在线竞价交易网站等。

◇媒体信息服务类网站规划。这类网站是指报社、杂志社、广播电台、电视台等传统媒体为了树立自己的形象、方便用户而建立的网站。该类网站的主要功能包括：

►信息发布。通过信息发布，报社、杂志社等可将文章快速方便地放到网上，电台、电