



中等职业学校教学用书（电子商务专业）

电子商务网站建设

DianZi ShangWu WangZhan JianShe

■ 谢丽丽 主编



本书配有电子教学参考资料包



电子工业出版社

PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY

<http://www.phei.com.cn>

内容简介

中等职业学校教学用书（电子商务专业）

电子商务网站建设

谢丽丽 主编

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内 容 简 介

本书以丰富的实例、生动的语言,系统地介绍了电子商务网站建设的全过程,包括网站基础知识、网站的总体设计、网站结构版式设计、后台数据库管理、会员注册登录、网站商品管理、网站购物与结账、交流园地,以及网站的上传、维护、安全、管理等内容。

全书共分 11 章,内容设置以完成一个电子商务网站——“校园手机网”为主线,将理论的讲解贯穿于实例制作中。相信通过阅读本书,读者能快速地掌握开发一个电子商务网站的技术。

本书内容丰富,层次清晰,系统性强,以培养学生的实际动手能力为目标,遵循“以就业为导向”的方针,以当前中等职业学校学生的认知能力为前提,从实用的角度出发,采用案例式教学,以案例和实训项目为引导,注重培养学生的操作技能,由浅入深地介绍整个网站的建设过程,所以适合作为中等职业学校计算机专业或培训班的教材使用,也可供网站设计、网站管理人员及网站设计爱好者学习和参考。

本书配有电子教学参考资料包(包括教学指南、电子教案和习题答案),详见前言。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

电子商务网站建设/谢丽丽主编. —北京:电子工业出版社, 2008.1
中等职业学校教学用书·电子商务专业
ISBN 978-7-121-05161-6

I. 电… II. 谢… III. 电子商务—网站—专业学校—教材 IV. F713.36 TP393.092

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 155599 号

策划编辑:关雅莉

责任编辑:宋兆武 徐 萍

印 刷:北京牛山世兴印刷厂

装 订:

出版发行:电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开 本:787×1092 1/16 印张:16.5 字数:422.4 千字

印 次:2008 年 1 月第 1 次印刷

印 数:4000 册 定价:24.20 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题,请向购买书店调换。若书店售缺,请与本社发行部联系,联系及邮购电话:(010) 88254888。

质量投诉请发邮件至 zlt@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线:(010) 88258888。

中等职业学校教材工作领导小组

主任委员：陈 伟 信息产业部信息化推进司司长

副主任委员：辛宝忠 黑龙江省教育厅副厅长

李雅玲 信息产业部人事司处长

尚志平 山东省教学研究室副主任

马 斌 江苏省教育厅职社处处长

黄才华 河南省职业技术教育教学研究室主任

苏渭昌 教育部职业技术教育中心研究所主任

王传臣 电子工业出版社副社长

委员：（排名不分先后）

唐国庆 湖南省教科院

张志强 黑龙江省教育厅职成教处

李 刚 天津市教委职成教处

王润拽 内蒙古自治区教育厅职成教处

常晓宝 山西省教育厅职成教处

刘 晶 河北省教育厅职成教处

王社光 陕西省教育科学研究所

吴 蕊 四川省教育厅职成教处

左其琨 安徽省教育厅职成教处

陈观诚 福建省职业技术教育中心

邓 弘 江西省教育厅职成教处

姜昭慧 湖北省职业技术教育研究中心

李栋学 广西壮族自治区教育厅职成教处

杜德昌 山东省教学研究室

谢宝善 辽宁省基础教育教研培训中心职教部

安尼瓦尔·吾斯曼 新疆维吾尔自治区教育厅职成教处

秘书长：李 影 电子工业出版社

副秘书长：柴 灿 电子工业出版社

前言



随着 Internet 应用在中国的普及, 因特网信息技术彻底改变了人们的生活和工作, 越来越多的企业和个人建立起自己的网站来宣传自己。人才市场对网页制作和网站建设人员的需求大大增加, 但是网站建设是一项综合性的技能, 包括网站的整体策划、网页设计和动态网站的开发等几部分, 真正完全懂得这几项技能的网页设计师相对较少, 因此我们编写了本书, 旨在帮助网站设计爱好者快速掌握这项技能。

电子商务的迅速发展, 电子商务网站的开发与维护是电子商务迫在眉睫要解决的任务。目前, 市面上关于电子商务的理论书籍不少, 专门介绍开发电子商务网站的一些工具书也很多, 这些书大多理论性比较强, 或专门介绍一种开发工具或技术, 不适合于具有中级水平的读者, 缺乏开发和维护一个实际商务网站的实战性。本书的编写力图将网站开发的基本理论用浅显的语言表达, 并将其融入一个完整的商务网站——“校园手机网”的开发和维护之中。

本书以开发一个电子商务网站——“校园手机网”为线索, 将理论贯穿于实例中, 通过创建一个校园手机网站, 将枯燥的理论融于实践, 使理论的讲解变得浅显易懂。通过阅读本书并结合课后上机实训内容, 能独立完成一个商务网站的建设, 从而迅速掌握开发一个简单电子商务网站的基本步骤和开发技巧, 提高网站开发人员的上机实战能力。

本书共 11 章。第 1 章为基础知识, 介绍电子商务网站的特点、功能、类型和组成; 第 2 章以“校园手机网”为例, 介绍网站的创建流程; 第 3 章是“校园手机网”主要界面的设计及制作, 主要讲述 Dreamweaver MX 网页制作知识; 第 4 章是后台数据库的管理, 主要介绍数据库的创建、数据库与网站的连接及数据的维护; 第 5 章介绍系统会员的注册、会员的登录及会员信息的修改; 第 6 章介绍“校园手机网”商品的管理, 包括商品的浏览、商品的搜索、增加商品及修改商品信息; 第 7 章是“校园手机网”的购物与结账, 包括购买商品、生成订单、订单查询、订单撤销、订单处理及电子支付; 第 8 章是交流园地, 主要有留言板和问卷调查; 第 9 章是站点的发布, 主要有站点的测试、网站空间和域名的申请及网站的发布; 第 10 章是“校园手机网”的推广; 第 11 章是“校园手机网”的日常维护、管理与安全等内容。

本书各章前有重点内容提示, 各章后有思考练习题或上机实训内容, 旨在让读者按书中的实例和实训内容去做成、做会、做熟, 达到举一反三、学以致用, 真正完成网站建设任务的目的。

参加本书编写工作的除中等职业学校的一线教师外, 还有企业网络管理人员, 他们都有多年相关课程的教学经验及网站设计、开发建设的实践经验, 对网站的建设流程及创建相当熟悉, 所以能够把握读者的学习特性与网站建设教学的重点和难点。本书以校园学生感兴趣

的“校园手机网”为例，相信会极大地提升学生学习的积极主动性。

本书由河北商贸学校高级讲师谢丽丽任主编，参与编写的还有芦国英、韩明刚、高显明、宋建涛、赵硕、谢广辉、王磊、刘奇明、李玉红、佘金玲、张思亮、王亚娟、李少华、苏燕、曹清、贾真、王静等老师。全书在编写过程中得到了河北商贸学校各位领导和老师的大力支持，在此表示衷心的感谢。

由于作者水平有限，加之时间仓促，书中难免有错误和疏漏之处，敬请广大读者批评指正、不吝赐教。

为了方便教师教学，本书还配有教学指南、电子教案及习题答案（电子版）。请有此需要的教师登录华信教育资源网（www.huaxin.edu.cn 或 www.hxedu.com.cn）免费注册后再进行下载，有问题时请在网站留言板留言或与电子工业出版社联系（E-mail:hxedu@phei.com.cn）。

编者

2008年1月





第1章 电子商务网站建设概述	1
1.1 电子商务网站的创建目的	1
1.1.1 什么是电子商务	1
1.1.2 建设电子商务网站的目的	2
1.2 电子商务网站的类型与组成	3
1.2.1 电子商务网站的类型	3
1.2.2 电子商务网站的组成	4
1.3 电子商务网站的特点与作用	8
1.3.1 电子商务网站的特点	8
1.3.2 电子商务网站的作用	9
本章小结	10
思考练习	10
第2章 电子商务网站的总体设计	11
2.1 常用建站技术及工具	11
2.1.1 常用建站技术	11
2.1.2 常用建站工具	13
2.2 电子商务网站的创建流程	16
2.3 电子商务网站的策划	17
2.3.1 网站定位	18
2.3.2 网站导航	19
2.3.3 其他要素	21
2.3.4 电子商务网站资料搜集	23
本章小结	23
上机实训	23
第3章 校园手机网首页界面设计	24
3.1 界面设计理论	24
3.1.1 HTML 简介	24
3.1.2 Dreamweaver MX 应用简介	26
3.2 首页界面设计	31
3.2.1 首页布局设计分析	31
3.2.2 设计网站导航栏	32

3.2.3	设计网站底部提示信息	36
3.2.4	首页的主要内容布局设计	38
3.3	Banner 与 LOGO 设计	41
3.1.1	Banner 设计	41
3.2.2	LOGO 设计	43
3.4	用户注册登录板块设计	44
3.5	商品信息类部分板块设计	48
3.5.1	热点排行板块设计	48
3.5.2	产品分类板块设计	49
3.5.3	精品推荐板块设计	51
3.5.4	问卷调查板块设计	53
3.5.5	商品搜索板块设计	54
本章小结		57
上机实训		57
第 4 章	数据库管理	58
4.1	系统功能与设计	59
4.1.1	商品管理模块	59
4.1.2	用户管理模块	64
4.1.3	网站管理模块	67
4.2	数据库的创建	69
4.2.1	建立数据库	69
4.2.2	建立数据表	69
4.2.3	向表中添加数据	71
4.2.4	数据库的维护	71
4.3	数据库与网站的连接	72
4.3.1	ASP 与数据库	72
4.3.2	从数据库中读取数据	74
4.3.3	从数据库中查询数据	76
4.3.4	更改数据库中的数据	78
4.4	数据的维护	80
4.4.1	会员信息的维护	80
4.4.2	商品信息的维护	85
4.4.3	数据的保存和安全	89
本章小结		90
上机实训		91
第 5 章	会员注册登录	99
5.1	理论知识	99
5.1.1	VBScript	99
5.1.2	JavaScript	103
5.1.3	ASP 技术	106

5.1.4	数据库连接	106
5.2	功能与设计	108
5.3	会员注册	108
5.3.1	数据库文件	108
5.3.2	注册界面	109
5.3.3	注册信息处理	114
5.4	会员登录	118
5.4.1	用户登录	118
5.4.2	用户登录信息处理	119
5.5	会员信息修改	121
5.5.1	用户信息管理	121
5.5.2	用户信息管理类型	121
5.5.3	用户个人注册信息修改	122
5.5.4	用户个人注册信息修改的处理	124
	本章小结	126
	思考练习	126
	上机实训	126
第6章	校园手机网商品管理	127
6.1	功能与设计	127
6.2	商品浏览	128
6.2.1	数据库文件	128
6.2.2	商品浏览	128
6.3	商品搜索	131
6.3.1	搜索界面	131
6.3.2	搜索信息处理	133
6.4	增加商品	137
6.4.1	后台管理平台	137
6.4.2	管理员增加商品页面	138
6.4.3	新商品处理	139
6.5	修改商品	143
6.5.1	查看修改商品	143
6.5.2	删除商品	146
6.5.3	修改商品信息	147
6.5.4	修改商品信息处理	147
	本章小结	151
	思考练习	151
	上机实训	151
第7章	校园手机网购物与结账	153
7.1	理论知识	153
7.2	系统功能与设计	157

7.3	购买商品	158
7.3.1	购物车 (gouwuche.asp)	158
7.3.2	订购商品	163
7.4	生成订单	163
7.4.1	订单列表的显示	163
7.4.2	用户下订单的步骤	167
7.5	订单查询	174
7.5.1	订单状态	174
7.5.2	订单浏览 (useradmin/dingdan.asp)	175
7.5.3	修改订单状态	176
7.6	订单撤销 (gouwucheout.asp)	176
7.7	订单处理 (dingdanmanage.asp)	176
7.7.1	用户订单列表	176
7.7.2	订单查询	184
7.7.3	修改订单状态 (dingdanviews.asp)	186
7.7.4	订单退回	191
7.8	电子支付	191
	本章小结	192
	思考练习	192
	上机实训	192
第8章	交流园地	193
8.1	理论知识	193
8.2	系统功能与设计	194
8.3	留言板	194
8.3.1	Jmail 组件介绍	194
8.3.2	利用 Jmail 组件实现留言功能	195
8.4	问卷调查	199
8.4.1	问卷调查的分类	199
8.4.2	问卷调查管理	202
8.4.3	显示问卷调查结果	206
	本章小结	211
	思考练习	211
	上机实训	211
第9章	校园手机网的发布	212
9.1	站点的测试	212
9.1.1	链接测试	212
9.1.2	目标浏览器测试	215
9.2	站点网络空间与域名的申请	216
9.2.1	站点网络空间的申请	216
9.2.2	站点域名的申请	220

9.3 网站的发布	223
9.3.1 利用网页设计软件 Dreamweaver 上传网站	223
9.3.2 利用 FTP 软件上传网站	224
9.3.3 利用 IE 浏览器上传网站	225
9.3.4 利用带有上传功能的专用 Web 页面上传网站	227
本章小结	228
上机实训	228
第 10 章 校园手机网的推广	229
10.1 如何推广网站	229
10.2 将网站注册到搜索引擎	230
10.3 交换链接	232
10.4 发布网络广告	233
10.5 E-mail 营销推广	234
10.6 结合传统媒体推广网站	236
本章小结	237
上机实训	237
第 11 章 校园手机网的管理、维护与安全	238
11.1 网站的日常维护与更新	239
11.1.1 电子商务网站管理和维护概述	239
11.1.2 电子商务网站管理和维护的目标与内容	242
11.2 网站的安全	244
11.2.1 网站安全概述	245
11.2.2 网站面临的安全性威胁	246
11.2.3 网站的几种安全技术	247
11.2.4 维护网站安全的对策	249
本章小结	251

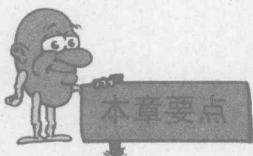
第1章 电子商务网站建设概述



作为覆盖全球的开放型网络，因特网把商业经营活动从其所在的地理位置范围内解放出来，突破了传统市场的地域限制，形成全球化的大市场。在这个虚拟的市场中，客户和企业都将摆脱地域限制的束缚，可以足不出户地进行交易活动。无论是实体市场还是虚体市场，都面对成千上万乃至更多顾客，而将这种方式应用到企业中来，无疑是宣传和推广企业及其产品的好方式：一方面，可以利用因特网的开放性提高企业的知名度；另一方面，使网上顾客增多，从而增加产品的销售额。

因特网延伸到哪里，市场就能扩展到哪里。利用因特网做生意，中小企业能够摆脱原有狭小生存空间的限制，将市场扩展到过去依靠人员推销或广告推销所不能有效到达的地方，而且中小企业凭借便捷而廉价的网络信息服务，可以频繁地接触国内外的潜在客户，向他们介绍自己的产品、服务和企业文化，或及时地答复客户的咨询，从而发现更多的目标客户群，获得新的商业机会。

企业上网不一定从建立网站开始，但是企业网站无疑是上网的重要标志。如今一个企业做业务，网站是必不可少的，很多企业做广告都会打出：要了解更多信息请登录某某网站云云。



- 建立电子商务网站的目的
- 电子商务网站的构成要素
- 电子商务网站的特点及作用

1.1 电子商务网站的创建目的

1.1.1 什么是电子商务

电子商务源于英文 Electronic Commerce，简称为 EC。顾名思义，其内容包含两个方面，一是电子方式，二是商贸活动。即利用简单、快捷、低成本的电子通信方式，买卖双方不谋面地进行各种商贸活动。



电子商务至今没有一个统一的定义,这也是电子商务概念很容易引起混乱的原因之一。国内外不同的书籍、机构对于电子商务的定义都有差异,电子商务研究者从不同角度给出了电子商务的众多定义,如电子商务专家杨坚争教授在《电子商务基础与应用》第四版中对电子商务的定义是:电子商务系指交易当事人或参与人利用现代信息技术和计算机网络(主要是因特网)所进行的各类商务活动,包括货物贸易、服务贸易和知识产权贸易。

对电子商务的理解,应从“现代信息技术”和“商务”两个方面考虑。一方面,“电子商务”概念中所包括的“现代信息技术”应涵盖各种以电子技术为基础的通信方式;另一方面,对“商务”一词应做广义解释,应包括所有的商务类型,无论是契约型还是非契约型。如果将“现代信息技术”看做一个子集,“商务”看做另一个子集,电子商务所覆盖的范围应当是这两个子集所形成的交集,即“电子商务”标题之下可能广泛涉及的因特网、内部网和电子数据交换在贸易方面的各种用途。

1.1.2 建设电子商务网站的目的

建设电子商务网站的目的对网站的计划和实施会有决定性的作用,所以在建设网站前就应重视起来。

网站大体包括个人网站、企业网站、学术机构及政府团体网站等,不同网站的建站目的不完全相同。

个人网站的建站目的很多,如进行信息交流、学习、娱乐、留言、校友录、论坛等。

学术机构、政府团体网站的建站目的主要是使网友了解科研动态、行业规章、政策法规等。

企业网站一般是指以企业自身的产品、服务等为主要内容和服务对象的网站。根据不同需要,网站的功能会有很大的不同,有的纯粹是发布公司信息,有的还开展网上购物等商务活动,其目的基本上都是为企业自身服务。

一般企业建站的目的主要有:

- ◆ 发布企业产品、服务信息;
- ◆ 介绍企业历史、辉煌成就;
- ◆ 收集客户反馈意见;
- ◆ 网上市场调查;
- ◆ 开展网络营销;
- ◆ 网上客户服务;
- ◆ 逐渐实施电子商务等。

企业建网站首先应该以营销为基本目的。与传统媒体相比,网站的营销作用有明显的时间、地域、互动和成本优势,网站发布产品和服务信息的主要目的还是营销宣传。网站的客户服务功能有不少企业不太重视,这是错误的认识,因为服务好现有客户对企业来说是很重要的,利用网站可以省去很多时间和费用,同时能够对客户的意见做出快速回应。要正确认识网站的作用,不要过于轻视网站的建设,要避免为了应付上网和“老板型”的网站。



1.2 电子商务网站的类型与组成

1.2.1 电子商务网站的类型

网站一般分为政府网站、企业网站、商业网站、教育科研机构网站、个人网站、其他非盈利机构网站,以及其他类型等。在中国,企业网站数量所占比例最大,占整个网站总数的70%左右,其次为商业网站和个人网站。

商业网站指业务主要在网上进行的电子商务网站,如新浪(www.sina.com.cn)、搜狐(www.sohu.com)等网站;企业网站是相对于商业网站而言的,指业务主要在网下的企业所建立的网站,如联想集团的网站(www.lenovo.com)。

按照电子商务模式划分,可以将电子商务网站分为以下几种类型。

1. B2B (B to B)

即企业与企业之间通过因特网进行产品、服务及信息的交换。电子商务主要是进行企业间的产品批发业务,因此也称为批发电子商务。电子商务其实远不仅指网络零售业,更核心的是市场潜力比零售业大一个数量级的企业级电子商务。B2B 电子商务模式是一个将买方、卖方,以及服务于他们的中间商(如金融机构)之间的信息交换和交易行为集成到一起的电子运作方式。而这种技术的使用会从根本上改变企业的计划、生产、销售和运行模式,甚至改变整个产业社会的基本生产方式。因此,这种企业之间的电子商务经营模式越来越受到重视,被许多业内人士认为是电子商务未来发展的一个重要方向。

阿里巴巴是全球著名的 B2B 电子商务服务公司,管理运营着全球领先的网上贸易市场和商人社区——阿里巴巴网站(www.alibaba.com.cn),为来自 220 多个国家和地区的 1200 多万企业和商人提供网上商务服务,是全球首家拥有百万商人的商务网站。在全球网站浏览量排名中,稳居国际商务及贸易类网站第一,遥遥领先于第二名。

2. B2C (B to C)

即企业对消费者,直接面向消费者销售产品和服务。最具有代表性的 B2C 电子商务模式就是网上零售网站,如国内最大的中文网上书店当当网(www.dangdang.com)就是一个 B2C 电子商务网站的典型。还有 8848(www.8848.com),它充分地利用了连邦软件公司在原有物流上的优势、全国统一的销售连锁店和长期以来形成的品牌优势,在 Internet 上将零售做得很火。美国的亚马逊网上商店(www.amazon.com)是全球最著名的 B2C 电子商务网站。

B2C 电子商务的模式并不是唯一的,专门依靠网站开展网上零售的只是 B2C 电子商务的一种形式,企业网站也可以开设面向消费者的在线直接销售,这也是 B2C 电子商务的表现形式。

3. C2C (C to C)

即消费者对消费者,这是美国 eBay 所采用的商业模式。C2C 商务平台就是通过为买卖双方提供一个在线交易平台,使卖方可以主动提供商品上网拍卖,而买方可以自行选择商品



进行竞价。国内目前有几家声势浩大的网站如易趣、雅宝等也属于这一模式。结合国内电子商务尚未完全解决支付与货运的现状,采用这种方式,可以让用户自己解决付费、运输和验货等问题。

其他还有 B to G (企业对政府)、C to G (消费者对政府)、B to B to B、B to B to C 等。

1.2.2 电子商务网站的组成

1. 电子商务网站的基础设施组成

(1) CA 安全认证系统

在网络上进行商务活动,用户首先遇到的就是安全问题。目前,电子商务的安全主要是通过 CA 证书来达到的。CA (Certificate Authority) 即“认证机构”,是负责签发证书、认证证书、管理已颁发证书的机构。CA 要制定政策和具体步骤来验证、识别用户的身份,对用户证书进行签名,以确保证书持有者的身份和公钥的拥有权。CA 也拥有自己的证书 (内含公钥和私钥),网上公众用户通过验证 CA 的签字从而信任 CA,任何用户都可以得到 CA 的证书,用以验证它所签发的证书。CA 必须是各行业各部门及公众共同信任的、认可的、权威的、不参与交易的第三方网上身份认证机构。CA 认证中心为每一位参与电子商务的用户签发一个采用了非对称加密算法的 CA 证书,确保每一位参与电子商务的用户在公网上传输信息时的安全。CA 证书相当于用户的“网络身份证”,它包含用户的个人信息,当用户在网络上进行商务活动时,互不认识的双方就可以用 CA 证书来确认对方身份的真实性和可靠性。

目前,国内 CA 认证市场主要由大行业或地方政府部门建立的 CA 认证机构构成。例如,中国金融认证中心 (CFCA),如图 1-1 所示,于 2000 年 10 月开始运行,是一个由 13 家银行参与建设和运行的 CA 认证体系,主要市场是企业与银行间的资金转账和往来服务业务。

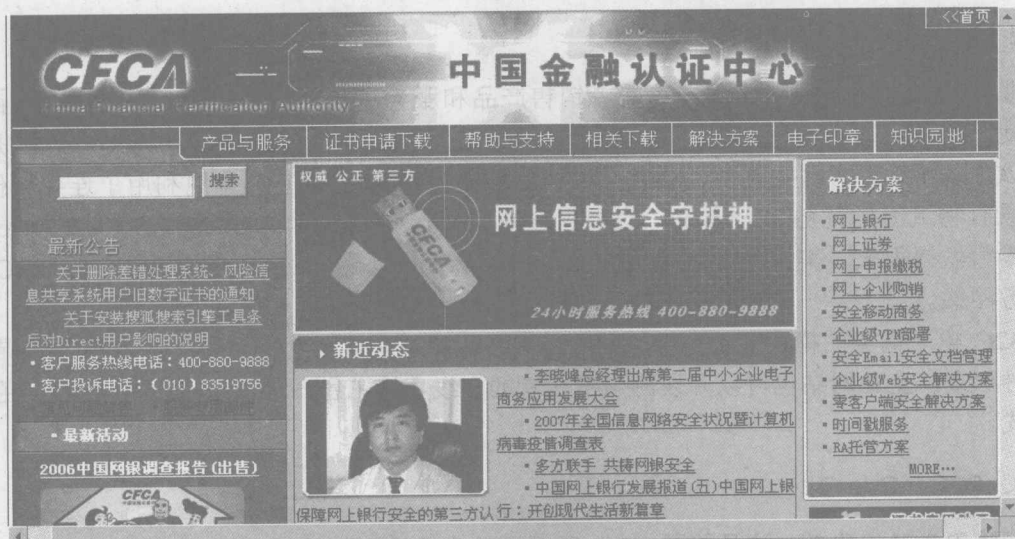


图 1-1 中国金融认证中心

(2) 支付体系

尽管电子商务的范围很广,但绝不可能离开支付来谈电子商务。支付体系作为电子商务中的重头戏,得到了广泛关注。支付体系在公网和传统的银行网络之间架起了一座桥梁,它把用户需要在公网上传输的支付信息(银行账号、密码等)采用CA认证系统进行加密,发给银行内部网络;同时要接收银行系统响应消息加密后,发送给最终用户,确保了用户支付信息在公网上传输的安全性和可靠性。

目前,浙江支付宝网络科技有限公司是国内领先的提供网上支付服务的因特网企业,由全球领先的B2B网站——阿里巴巴公司创办。支付宝(www.alipay.com),如图1-2所示,致力于为中国电子商务提供各种安全、方便、个性化的在线支付解决方案。支付宝的认证是由浙江支付宝网络科技有限公司联合中国工商银行、招商银行,为网络交易用户量身打造的、更符合网络时代诚信交易发展趋势的支付体系。支付宝认证是个人认证的升级,除了核实身份信息以外,还核实了银行账户信息。



图 1-2 支付宝网站

(3) 综合接入平台

综合接入平台为参与电子商务的各方提供了安全、方便、快捷的接入手段。接入平台解决了目前中国因为网络和计算机普及率低下现实状况造成的用户参与电子商务的困难。中国电信电子商务综合接入平台支持计算机、电话、简易终端、智能终端等多种接入方式。用户可以通过计算机、电话等多种方式参与到电子商务中来,电子商务不再需要高深的计算机知识,用户只要会打电话或进行简单的计算机操作,就可以享受电子商务给学习、生活、工作带来的巨大便利。

(4) 业务系统

不管电子商务基础设施的建设有多完善,能让用户切身感受到电子商务好处的还是电子商务业务系统。目前,中国电信联合银行、证券、商业、医疗、交通、教育等多个部门,共同开发了电子缴费、电子银行、电子证券、网上购物、网上医疗、网上订票、网上订房、



网上寻呼、安全 E-mail 等多种电子商务应用系统，为广大用户开放多种电子商务业务。

2. 典型电子商务网站的主要功能模块组成

以本书“校园手机网”为例，一个电子商务网站可以分为以下几个模块。

在介绍“校园手机网”各模块之前，先来了解一下“校园手机网”的整体框架，如图 1-3 和图 1-4 所示。

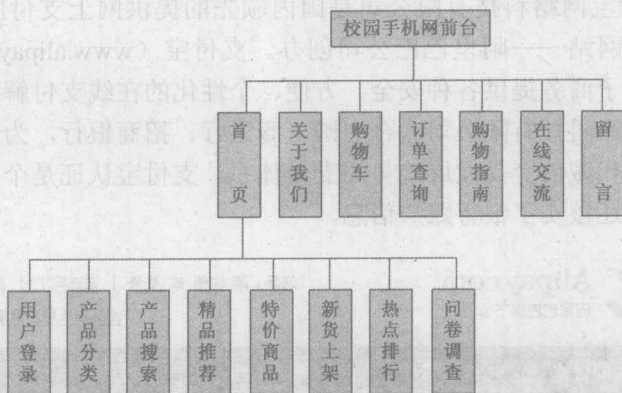


图 1-3 “校园手机网”前台框架

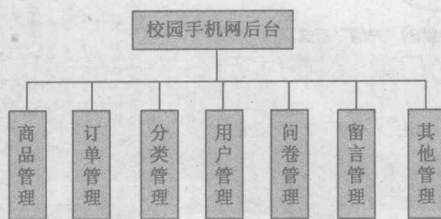


图 1-4 “校园手机”网后台框架

(1) 会员系统

前台：用户可以在网站上登记注册成为会员，并提交到用户管理数据库，享有网站提供的相应服务。

后台：系统管理员可以查看注册用户资料、给用户留言、修改用户密码、禁止用户登录及删除用户等。

(2) 产品系统

前台：宣传自己的产品，将自己的产品展现给客户，让客户通过网站便能自由选择购买企业的产品。

后台：可对产品进行分类管理，可以增加、删除、修改产品。

(3) 新闻发布系统

前台：把网站上需要经常变动的信息，如公司动态、企业新闻、新产品发布、促销活动和行业动态等更新信息发布到网站上。

后台：可以增加、删除、修改相应的新闻信息。