



面向21世纪全国高职高专电子商务类规划教材

网站建设与维护

WANGZHAN JIANSHE YU WEIHU

赵乃真 主 编



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

要 容 内

面向 21 世纪全国高职高专电子商务类规划教材

参 考 文 献

- 1 赵乃真. 电子商务网站建设实例. 北京: 清华大学出版社, 2003
- 2 王曰基, 丁晨馨. 电子商务网站管理 (第2版). 北京: 北京大学出版社, 2004
- 3 杨照道. 电子商务网站建设. 北京: 清华大学出版社, 2001
- 4 赵乃真等. 信息系统设计与应用. 北京: 清华大学出版社, 2005
- 5 陈浩强. 电子商务技术与应用. 北京: 中国铁道出版社, 2005
- 6 宋桂林. 电子商务网站建设. 大连: 大连理工大学出版社, 2002
- 7 宋桂林. 电子商务网站建设. 北京: 清华大学出版社, 2002
- 8 宋桂林. 电子商务网站建设. 北京: 清华大学出版社, 2002
- 9 宋桂林. 电子商务网站建设. 北京: 清华大学出版社, 2002

网站建设与维护

赵乃真 主编



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

责任编辑: 赵乃真
封面设计: 赵乃真
ISBN 7-301-09330-8
清华大学出版社
北京市海淀区学院路25号 100871
电话: 编辑部 62752012 发行部 62752013 邮购部 62752014
网址: <http://www.pku.edu.cn>
电子邮箱: xxjia@pup.pku.edu.cn
印刷: 清华大学出版社
发行: 清华大学出版社
地址: 清华大学出版社

187毫米×96毫米

2006年2月第1版 2006年2月第1次印刷

定价: 27.00元

内 容 提 要

电子商务网站的建设与维护是企业开展电子商务活动中的关键环节,也是电子商务专业学生主要的就业岗位之一。本书运用系统的观点详细介绍了电子商务网站建设的全过程,网站管理的重要意义、主要任务和管理方法。本书还较详细地介绍了基于 Windows Server 2003 和 IIS 6.0 的网站服务器的安装和配置方法。

本书可以作为高职院校电子商务专业的教材,也可以作为企业管理人员了解网站开发建设和管理工作的参考书。

图书在版编目(CIP)数据

网站建设与维护/赵乃真主编. —北京:北京大学出版社, 2006.2

(面向 21 世纪全国高职高专电子商务类规划教材)

ISBN 7-301-09939-8

I. 网… II. 赵… III. 计算机网络—高等学校: 技术学校—教材 IV. TP393

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 132690 号

书 名: 网站建设与维护

著作责任者: 赵乃真 主编

责任编辑: 韩玲玲

标准书号: ISBN 7-301-09939-8/TP·0826

出 版 者: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路 205 号 100871

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62765126

网 址: <http://cbs.pku.edu.cn>

电子信箱: xxjs@pup.pku.edu.cn

印 刷 者: 河北滦县鑫华书刊印刷厂

发 行 者: 北京大学出版社

经 销 者: 新华书店

787 毫米×980 毫米 16 开本 17.5 印张—379 千字

2006 年 2 月第 1 版 2006 年 2 月第 1 次印刷

定 价: 27.00 元

面向 21 世纪全国高职高专电子商务类规划教材

编 委 会

主 任：章建新

副 主 任：黄庆生

总 策 划：钟 强

策划编辑：王登峰

编委会成员：（按姓氏笔画为序）

丁建石	王宝和	王晓东	王晓丹	王 艳	支芬和
付 蕾	马 君	田建敏	白利军	白晨星	冯 勇
孙永道	李金林	李 艇	朱 萍	宋兰芬	母 霖
刘金章	刘金玲	刘荣娟	刘 卉	刘 蓓	吕 洋
陈 静	邵兵家	苏 梅	吴 强	张桂芝	武晓琦
郑国旺	应晓跃	杨国良	杨继承	张 矢	张 璋
张玉双	张俊玲	苑静中	胡琳祝	周长青	赵乃真
赵学丽	耿锦卉	徐倩漪	徐 澄	敖静海	袁建新
韩晓虎	韩景丰	韩 雪	蔡 杰	廖 娅	魏文忠

丛书总序

以互联网为媒体的电子商务活动,具有与传统商务完全不同的时空特性。电子商务突破了时间限制和空间阻隔,使上网企业能在任何时间同全世界任何地方的网上顾客进行交流和交易。从长远来看,电子商务蕴涵着无限的营销机会,所有面向 21 世纪的企业,不可对互联网和网络营销视而不见,充耳不闻。数字化、网络化和市场一体化是未来网络经济发展的必然潮流,电子商务将我们都卷入了这个虚拟的网络市场。发展电子商务关键在于人才,电子商务需要各种各样的人才,我国人才的结构性矛盾较为突出,表现在缺少善于从事技术推广的职业性人才。这次由天津职业大学和北京大学出版社牵头组织,全国 20 多所高职高专院校积极参与,经过一年多努力的颇具特色的全国高职高专电子商务专业系列教材正是顺应发展的趋势和人才的要求与读者见面的。

刚开始时,我们发现编写这样一套教材是相当困难的,因为可参考的书籍和资料比较少,我们一度感到十分棘手。在天津职业大学经济与管理学院院长章建新博士、北京大学出版社黄庆生主任和王登峰编辑的支持及鼓励下,天津职业大学钟强副教授进行了周密的准备,终于促成了这套适合高职高专电子商务专业的精品教材。这套书其实也是一种尝试,它的编写是一件十分艰巨的工作,因为电子商务的发展实在是太迅速了,从这个名词概念的提出,到部分高职高专学校试办电子商务专业,仅仅才几年时间,全国 700 多所高职高专院校都已开设了电子商务专业。可以这么说,电子商务专业的兴办,我们高职高专院校是走在前面的。从实践来看,各学校在开办该专业的探索过程中,对电子商务专业的知识构成和课程结构都有着自己的见解和经验积累,并结合各自学校的特点和特长来创办电子商务专业和进行电子商务专业建设,不少学校在这方面已经取得了可喜的成果,现在正到了进行总结和提高了。本套教材的出版正是适应了这个要求,服务于高等职业教育,旨在为培养从事电子商务等方面工作的高技术应用性人才做出自己的贡献。

本套教材共 14 册,它们是:

1. 《电子商务概论》
2. 《网络营销》
3. 《网站建设与维护》
4. 《数据库应用》
5. 《网络安全基础教程》
6. 《网络技术应用》
7. 《电子商务物流》
8. 《网页设计与制作》
9. 《电子商务英语》
10. 《客户关系管理》

11. 《商务基础》
12. 《电子商务贸易文书》
13. 《网上交易与结算》
14. 《国际贸易实务》

本套教材力求突出高等职业教育的特色,反映国内外在电子商务应用领域的最新研究成果,引入国外职业教育教学和教材编写的先进思想,在理论上力求有一定的深度,更注重实际应用能力的培养;在内容组织上突出从问题出发,引出概念,增强针对性;在写作上突出案例教学;在内容安排上每本教材都附有大量的上机实训和习题,以增强应用能力的培养。学生通过实训和实践教学来巩固他们的理论学习效果和增强他们的操作技能。由于高等职业教育学习时间较本科生要少,如何使他们在较短的时间里既学到一定的理论知识,又能掌握实用的操作技能和技术,是摆在我们这些从事高等职业教育教师面前十分重要的任务。天津职业大学经济与管理学院在全国第一批设立高职电子商务专业,该专业是天津市高职教改试点专业,迄今已经毕业学生四届,毕业生受到用人单位的好评。我们一直就想有机会将我们这六年来的经验、体会和教训通过适当的途径和方式告诉大家,和大家共享我们的成果。很高兴北京大学出版社给了这么好的机会,非常感谢北京大学出版社。

高职高专电子商务专业的知识结构和课程设置是一种打破学科系统性,强调知识综合性、实用性,建立以能力为基础的模式。这种新型的教学模式直接指导着高职高专的教材建设工作,也是我们本次编写全国高职高专电子商务专业系列教材的宗旨。在这一前提下,本系列教材编委会在经过多次全面深入的讨论甚至是激烈的争论后,推出了一套适合高职高专电子商务专业的系列教材,力图搭建一个具有高职高专特色的电子商务专业知识结构和课程框架,供高职高专院校的电子商务专业使用。

本系列教材汇集了全国20多所高职高专院校一线的教师和专家在电子商务专业的教学经验和成功的探索。在编写过程中,编者始终把握高职高专教材要体现以应用为目的,基础理论以必需、够用为度,以讲清概念、强化应用为重点,突出内容的选取与实际需求相结合的原则,并充分吸取了近年来一些高职高专院校在探索培养电子商务专业高等技术应用人才和教材建设方面所取得的成功经验,使本系列教材具有明显的高职高专教育特色,不仅适合各高职高专院校从中选用教材,而且对高职高专电子商务专业制订教学计划有一定的指导作用;同时也适合进行系列的电子商务专业自修和培训。

由于我们的水平有限,加之时间仓促,在全国高职高专电子商务专业系列教材编写的实施过程中难免出现疏漏,敬请各院校及广大读者提出宝贵意见。我们将在此基础上尽快作出进一步修改,并争取尽快将此系列教材编完出齐。让我们携手为高职高专电子商务专业的建设而努力,共同迎接电子商务时代的挑战。

编委会

2005年9月16日

前 言

电子商务专业的学生走出校门后从事的工作主要是和电子商务网站有关的工作,包括电子商务网站的开发建设和电子商务网站的管理,其中需要量最大的恐怕还是从事电子商务网站管理的工作。所以本书力求从网站建设和管理方面对未来从事的职业建立起完整的概念。

一、本书写作特点

1. 以系统的思想理解电子商务网站的建设

电子商务网站的建设不是孤立的纯技术性的工作,而是一项系统工程。电子商务网站中的每一个网页和每一个栏目都应服务于企业开展电子商务的目标。因此本书力图从系统的角度介绍电子商务网站建设的基本思想和方法。至于具体开发网页的技术和网站开发使用的知识不是本书的主要内容。学习本书的前导课程应该包括静态和动态网页制作,网页开发工具的使用,数据库、电子商务概论等课程。

2. 以完整的实例讲解电子商务网站的开发

本书虽然没有讲解具体的网页和网站设计的技术,但是通过一个完整的“世纪航空”网站实例说明电子商务网站前台功能和后台管理功能的设计实现。书中提供了相当完整的设计源代码。这样会给读者的学习和实践带来很大的方便,并可以参照书中所给的代码设计自己的电子商务网站。当然,考虑到篇幅及其复杂程度,该网站功能不是很完整,主要为教学实践所用。本书还较详细地介绍了基于 Windows Server 2003 和 IIS6.0 的网站服务器的安装和配置方法。

3. 强调电子商务网站管理的重要性

本书特别强调网站管理在电子商务运营中的重要地位。电子商务网站的运营效益主要取决于网站的管理,本书详细讨论了电子商务网站管理的具体任务和实现方法,并在此基础上讨论了电子商务网站的维护和评测方法。

二、本书的知识结构

按照上述的指导思想,本书的内容可分成以下三大部分。

1. 电子商务网站系统开发的基本知识:电子商务网站系统的概念,网站的策划,包括第1章、第2章。

2. 电子商务网站建设的过程和方法:电子商务网站的分析与设计、创建、前台设计、网站管理、后台设计等,包括第3章、第4章、第5章、第6章和第7章。

3. 电子商务网站的评测:电子商务网站的评价、网站测试和维护等,包括第8章。

本书按照电子商务网站的策划—设计和管理—评测的知识主线展开,目的是使本书易读、易学和实用。在附录2中,特意介绍了在世纪航空网站开发中可能遇到的问题及解决办法,作为理论知识学习的补充。

参加本书编写工作的还有吴凡、李胜强等,他们怀着很大的热情参与了实例网站的开发和第5章、第7章的编写,本人在此表示衷心的感谢。还要衷心感谢北京大学出版社的编辑在整个编辑、出版过程中所给予的无私支持、鼓励和良好的合作。

由于时间仓促,加上作者水平有限,疏漏甚至错误之处在所难免,诚挚地希望广大读者给予批评指正。

编者

2005年9月

目 录

第 1 章 电子商务网站系统概述.....	1
1.1 电子商务网站的作用.....	1
1.1.1 网站是企业网上的门户.....	1
1.1.2 网站是开展网络营销的最重要工具.....	3
1.1.3 网站为企业提供客户服务的新渠道.....	4
1.2 电子商务网站是一个系统.....	5
1.2.1 系统是什么.....	6
1.2.2 从系统角度看电子商务.....	6
1.2.3 从系统角度看电子商务网站.....	7
1.2.4 基于 Web 的企业信息系统.....	9
1.3 电子商务网站的类型.....	11
1.3.1 企业内部管理网站.....	11
1.3.2 宣传网站.....	11
1.3.3 实验网站.....	12
1.3.4 门户网站.....	12
1.3.5 交易网站.....	13
1.3.6 中介网站.....	14
1.3.7 行业网站.....	16
1.3.8 电子政务网站.....	18
1.4 习题与实践.....	20
1.4.1 习题.....	20
1.4.2 实践.....	20
第 2 章 电子商务网站策划.....	21
2.1 网站系统规划的基本概念.....	21
2.1.1 什么是系统规划.....	21
2.1.2 规划的重要性和困难.....	22
2.1.3 规划的方法和步骤.....	23
2.2 网站规划的具体内容.....	25
2.2.1 网站定位.....	25

2.2.2	网络营销功能规划	26
2.2.3	网站风格和开发环境的选择	27
2.2.4	网站开发计划的制订	27
2.3	可行性分析	28
2.3.1	管理可行性分析	29
2.3.2	技术可行性分析	30
2.3.3	经济可行性分析	31
2.3.4	可行性分析报告	32
2.4	编写电子商务网站策划书	33
2.4.1	电子商务网站策划书的内容	33
2.4.2	电子商务网站策划书实例	36
2.5	习题与实践	40
2.5.1	习题	40
2.5.2	实践	40
第3章	电子商务网站分析与设计	41
3.1	电子商务网站系统的开发方法	41
3.1.1	结构化网站开发方法	41
3.1.2	快速原型法	43
3.1.3	面向对象方法	45
3.2	电子商务网站系统分析	46
3.2.1	网站系统分析的一般概念	46
3.2.2	网站系统详细调查	48
3.2.3	网站的需求分析	50
3.3	电子商务网站系统设计	52
3.3.1	网站系统设计的目标	52
3.3.2	系统设计的一般原则	54
3.3.3	系统设计的一般过程	55
3.3.4	电子商务网站系统设计的特点	57
3.4	电子商务网站数据库选择	62
3.4.1	常用的网站数据库	63
3.4.2	Web数据库访问方法	65
3.5	网站系统代码设计	66
3.5.1	代码设计的一般原则	66
3.5.2	常用的编码方法	67
3.5.3	电子商务网站代码设计	68

3.6	电子商务网站设计技巧	68
3.7	习题与实践	70
3.7.1	习题	70
3.7.2	实践	71
第4章	电子商务网站的创建	72
4.1	电子商务网站服务器建设方案	72
4.1.1	选择因特网服务商	72
4.1.2	租赁网页空间	73
4.1.3	虚拟主机	73
4.1.4	主机托管	74
4.1.5	外包	75
4.2	域名的选择	77
4.2.1	域名的格式	77
4.2.2	域名的确定	78
4.2.3	域名的管理	79
4.2.4	域名的注册	80
4.2.5	通用网址技术和中文域名注册	80
4.3	自建 Web 服务器	81
4.3.1	企业 Web 站点接入	81
4.3.2	接入方式	82
4.3.3	企业建立 Web 站点平台	84
4.4	应用 IIS 6.0 建立 Web 服务器	84
4.4.1	IIS 6.0 的安装	85
4.4.2	创建 Web 站点	86
4.4.3	创建虚拟目录	87
4.4.4	Web 站点的属性设置	89
4.4.5	Web 站点访问控制	91
4.4.6	Web 站点与浏览器的安全设置	94
4.5	习题与实践	96
4.5.1	习题	96
4.5.2	实践	97
第5章	“世纪航空”网站前台功能的设计	98
5.1	“世纪航空”网站前台设计一般概念	98
5.1.1	“世纪航空”网站的策划	98
5.1.2	“世纪航空”网站的前台功能结构	98

5.1.3	“世纪航空”网站的链接结构设计	99
5.1.4	“世纪航空”网站的整体风格设计	99
5.1.5	“世纪航空”网站的网页版面布局设计	99
5.1.6	“世纪航空”网站的色彩设计	100
5.1.7	“世纪航空”网站的站标设计	100
5.2	“世纪航空”网站数据库的建立	100
5.2.1	建立数据库	101
5.2.2	数据表的输入	104
5.3	“世纪航空”网站主页设计	105
5.3.1	主页结构	105
5.3.2	主页代码	106
5.4	客户中心	112
5.4.1	客户中心的基本功能	113
5.4.2	用户登录页面设计	113
5.4.3	用户注册页面设计	116
5.4.4	用户资料修改页面设计	126
5.4.5	订单查询模块设计	129
5.5	机票订购	135
5.5.1	机票订购页面设计	135
5.5.2	填写订单	144
5.5.3	订购成功	150
5.6	留言本的设计	155
5.6.1	留言的显示	157
5.6.2	留言的添加	159
5.7	习题与实践	160
5.7.1	习题	160
5.7.2	实践	160
第6章	电子商务网站管理	161
6.1	电子商务网站管理的内涵	161
6.1.1	电子商务网站管理的重要性	161
6.1.2	电子商务网站管理的内容	162
6.1.3	电子商务网站管理技术的演变	163
6.1.4	电子商务网站管理员的职责	164
6.2	电子商务网站文档管理	166
6.2.1	电子商务网站文档的结构管理	166

6.2.2	电子商务网站文档的传输管理	167
6.2.3	电子商务网站文档管理任务	167
6.3	电子商务网站的信息管理	168
6.3.1	客户信息管理	168
6.3.2	新闻信息管理	169
6.3.3	网上交易信息管理	170
6.3.4	网络广告信息管理	171
6.4	电子商务网站安全管理	172
6.4.1	电子商务网站安全管理的重要性	172
6.4.2	电子商务网站安全管理的原则	173
6.4.3	电子商务网站安全管理的任务	174
6.4.4	电子商务网站安全管理技术	175
6.5	电子商务网站的推广	177
6.5.1	网站推广的传统方式	177
6.5.2	登记搜索引擎	179
6.5.3	使用电子邮件进行推广	182
6.5.4	友情链接	183
6.6	电子商务网站管理系统产品	185
6.6.1	系统的主要功能	185
6.6.2	系统的结构	186
6.6.3	系统的安全设计	187
6.6.4	系统的管理功能	188
6.7	习题与实践	189
6.7.1	习题	189
6.7.2	实践	189
第7章	“世纪航空”网站后台功能的设计	190
7.1	网站后台管理系统的结构和功能	190
7.2	后台目录结构与通用模块	191
7.2.1	后台目录结构	191
7.2.2	通用模块	192
7.3	后台管理主界面与登录程序设计	195
7.3.1	后台管理界面设计	196
7.3.2	后台管理导航栏设计	197
7.3.3	后台管理员登录界面设计	197
7.4	公告信息管理模块设计	200

7.4.1	设计公告管理页面	200
7.4.2	添加公告信息	203
7.4.3	修改公告信息	205
7.4.4	删除公告	206
7.4.5	查看公告信息	209
7.5	航班信息管理模块设计	210
7.5.1	显示航班列表	210
7.5.2	添加航班	212
7.5.3	修改航班	215
7.5.4	删除航班	215
7.5.5	查看航班信息	216
7.6	订单管理模块设计	218
7.6.1	查看订单信息	218
7.6.2	订单处理	221
7.7	留言管理模块设计	221
7.7.1	查看留言信息	222
7.7.2	留言处理	222
7.8	用户管理设计	224
7.8.1	注册用户管理	225
7.8.2	系统管理员界面设计	227
7.9	习题与实践	228
7.9.1	习题	228
7.9.2	实践	229
第8章	电子商务网站的评测	230
8.1	电子商务网站评测概述	230
8.1.1	电子商务网站评价的目的	230
8.1.2	电子商务网站评价的方法	231
8.1.3	评价数据的采集	233
8.1.4	电子商务网站测试和评价的内容	234
8.1.5	电子商务网站分析工具和评测网站	236
8.2	电子商务网站测试	238
8.2.1	测试在不同浏览器中网页的显示效果	238
8.2.2	测试网页功能	240
8.2.3	检测站点内各链接的有效性	241
8.2.4	检测下载时间和页面尺寸	243

8.2.5 使用报告测试站点	244
8.2.6 检测浏览器	245
8.3 电子商务网站效益分析	246
8.3.1 电子商务网站的成本核算	246
8.3.2 电子商务网站盈利分析	249
8.3.3 网络广告效益分析	252
8.4 习题与实践	253
8.4.1 习题	253
8.4.2 实践	254
附录 1 世纪航空网站的安装和使用	255
附录 2 关于“世纪航空”网站开发中应注意的问题	259
参考文献	263

第1章 电子商务网站系统概述

要学习电子商务网站的建设,首先需要对象有一个比较清晰的了解,包括什么是电子商务网站,有什么用途,有哪些基本类型等,然后研究如何开发就有了基础。因为一提及网站,人们首先想到的恐怕就是那些五彩缤纷的网页和浩瀚无垠的信息资源,但在电子商务中网站究竟能干什么就不是很清楚了。

本章强调电子商务网站是一个系统,要讲解的主要是如何站在系统的角度理解网站的结构和功能,以及电子商务网站的不同类型及各自特点。系统的观点应该看成是学习网站开发和应用的基本观点。

1.1 电子商务网站的作用

电子商务离不开因特网,也离不开网站,网站是开展电子商务最主要的平台和工具。那么,在电子商务中网站究竟可以发挥什么作用,也就是电子商务网站建设的目的究竟是什么,就成了在建立网站前必须研究的问题。下面仅从几个不同的方面说明网站目前在电子商务中所具有的主要功能。当然,随着信息技术的发展,网站在电子商务中的作用还会不断扩展和延伸。

1.1.1 网站是企业网上的门户

网站是网民访问网上企业的门户,从此门户进去,可以得到有关企业的各种信息,就像在传统商业活动中,人们非常重视企业建筑和门面的设计一样,网上企业必须重视网站门户的设计。这里网站内容是网民了解企业的关键。由于受网络传输速率等因素的影响,网站的内容务必达到准确、精练,切不可错字累累、篇幅冗长,以保证网民能够在较短时间内捕捉到网站的核心内容。同时还要注意对网站内容的及时更新和延伸扩展,特别是有关产品最新动态、企业重大活动、客户服务举措等信息。另外不要忘记给网民设计一个“留言簿”,或设置一个“网上调查表”,以便及时了解网民对网站的反馈信息。如果一个企业在网站上对行业信息也有全面介绍,那么不仅对企业网站是一件锦上添花的事情,同时也会提高网站的档次和访问率。为此,作为一个优秀的专业商业网站应包括以下一些内容。

1. 企业的基本情况和新闻

包括企业的历史及现状,企业的目标和经营内容,总经理致顾客的信以及公司新闻信息等,使顾客对企业有大致的认识并产生信任感。如果企业有其他分支机构,那么也应该在网站上列出这些机构的地点和职能,包括它们的电话号码、传真号码和电子邮件地址等。

2. 企业提供的产品和服务

详细介绍企业提供的产品或服务。产品信息尽可能完整,让客户能够查询到产品的主要技术规格、照片和其他可公开的信息。服务类企业更应该通过各种形象的手段甚至采用虚拟现实技术(融合了数字图像处理、计算机图形学、多媒体技术、传感技术等多个信息技术的综合性信息技术)让客户更清楚地了解产品和服务的内容。

3. 企业财务经营报表

股份制尤其是上市企业应该将重要的财务报告上网,让股民能够方便查询到这些信息,包括中报、年报、各种配股计划。

4. 客户反馈信息

客户反馈的意见是任何一个商业网站必带的内容之一。在企业网站上应该至少带有一个用于收集客户和普通访问者对企业改进产品和服务的意见、建议的表单,网络管理员也应该经常检查存储反馈回来的意见,并及时转交给企业决策部门使用。

5. 丰富详实的技术支持信息

比如产品使用方法及常见故障处理方法,这不仅可以减轻企业技术支持人员的工作量,也可以增加顾客对产品的信任度,同时也是对产品的一种宣传。

6. 网页设计技术的应用

优秀的网页一定是生动的能反映企业经营特点的,这就要广泛使用新颖的网页设计技术和技巧,如恰当加入图片、动画以及超文本链接等。

7. 网络营销创意

增加一些巧妙的创意可以增加企业站点的吸引力,吸引更多的网民光临。例如可以在网页中加入网络广告、网络社区和个性化的服务、产品使用培训以及网站导航等栏目。

图 1-1 为我国著名的 IT 企业 TCL 的网站主页 (www.tcl.com),它就是 TCL 的网上门户。