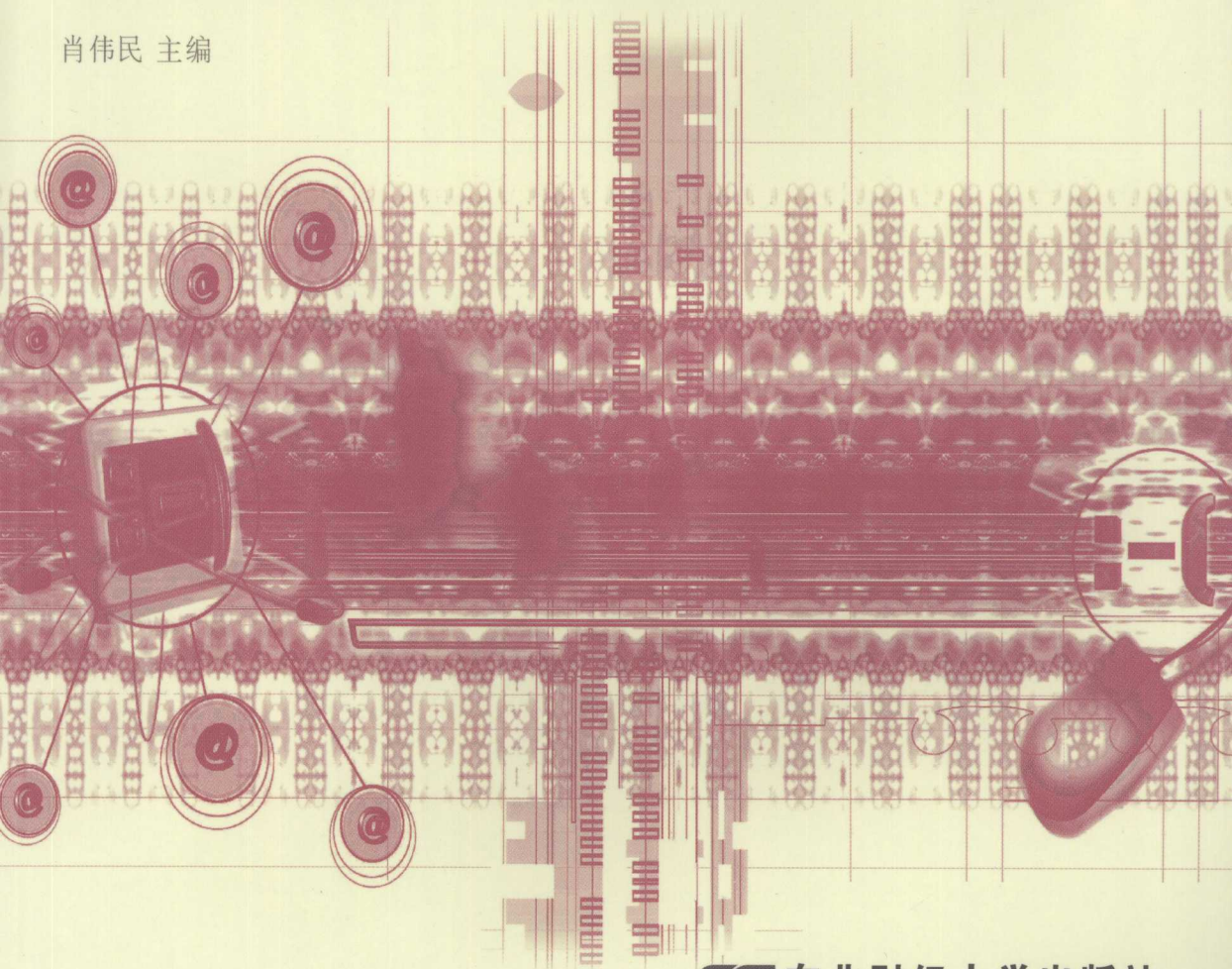


21世纪高职高专精品教材·电子商务专业

电子商务网站建设与管理

DIANZISHANGWU WANGZHANJIAN SHE YU GUANLI

肖伟民主编



FE 东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press

教育部高职高专教育
专业教学改革试点建设项目

2007 第 1 版

21 世纪高职高专精品教材·电子商务专业

电子商务网站

建设与管理

肖伟民 主编
姚恒彪 副主编
蔡元萍 主审

FE 东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press

大 连

© 肖伟民 2007

图书在版编目 (CIP) 数据

电子商务网站建设与管理 / 肖伟民主编. —大连: 东北财经大学出版社, 2007. 5

(21 世纪高职高专精品教材·电子商务专业)

ISBN 978 - 7 - 81084 - 991 - 3

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

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 031482 号

东北财经大学出版社出版

(大连市黑石礁尖山街 217 号 邮政编码 116025)

总编室: (0411) 84710523

营销部: (0411) 84710711

网址: <http://www.dufep.cn>

读者信箱: dufep@dufe.edu.cn

东北财经大学印刷厂印刷 东北财经大学出版社发行

幅面尺寸: 170mm × 240mm 字数: 327 千字 印张: 16 3/4

2007 年 5 月第 1 版

2007 年 5 月第 1 次印刷

责任编辑: 孟鑫 谭焕忠

责任校对: 那欣

封面设计: 张智波

版式设计: 刘瑞东

ISBN 978 - 7 - 81084 - 991 - 3

定价: 24.00 元

出版说明

高等职业教育是我国高等教育体系的重要组成部分，也是我国职业教育体系的重要组成部分。教材建设是高等职业教育发展的重要因素，而现阶段可供教学选用的优质教材仍然非常有限。

为满足教学需要、服务教育事业，近年来东北财经大学出版社投入了大量资源开发财经类及相关专业高职教材，取得了阶段性成果，并在相关领域积累了丰富的经验，树立了良好的声誉。本套“21世纪高职高专精品教材”是我社在此基础上开发的更为完善、更加适用的新型教材。

“21世纪高职高专精品教材”立足于财经类及相关专业，包括财经类专业平台课、经济贸易类、财务会计类、旅游类、工商管理类、财政金融类、电子商务专业、文秘专业、物业管理专业、连锁经营专业等子系列。

本套教材具有以下特点：

1. 以就业为导向，以培养高技能人才为目标。在教材品种设计、内容取舍和讲述方式方面均注重培养学生的实践能力。
2. 将学历教育与职业资格认证考试相结合，更加贴近高等职业教育教学实践。
3. 作者均从教学一线严格遴选，既具有较高的学术水平，又具有丰富的教学经验。
4. 课件、习题、案例、多媒体光盘等教学辅助资源丰富。

高等职业教育正在快速成长，教学实践日新月异，要使教材建设满足和促进职业教育的发展，需要教育主管部门、教学单位、任课教师和专业教材出版机构的共同努力。东北财经大学出版社作为一家专业性、开放式、国际化的财经教育出版机构，愿与相关领域的有识之士精诚合作。

东北财经大学出版社

前言

《电子商务网站建设与管理》是依照国家教育部关于全国高职高专教学评估和精品课程建设的有关精神,根据电子商务专业高职高专教学计划的要求编写的。随着网络技术及相关电子技术的迅速发展和普及,电子商务企业在不断增多。利用互联网开展商务,进行网络营销活动已成为时尚,也是现代企业参与国际竞争的最重要的手段之一。本课程是在“教育要面向现代化、面向世界、面向未来”方针指导下,为了充分发挥高等职业教育的优势,培养我国经济社会发展需要的专门人才,满足社会对电子商务网站高级专门人才的需要而设置的。本教材注重培养应用型职业岗位群所需新型人才的一切特定素质、技能的要求,并将这些要求贯穿到各章节的内容及章后习题上,用具体的技能训练和实训题来促使学生进一步加深理解和巩固所学的知识。新教材在理论体系、组织结构和阐述方法等方面作了一些新的尝试,以适应高等职业技术学院的教学需要。

本书从电子商务网站的基本原理入手,系统地讲述创建电子商务网站的基础理论、基本技术和应用技巧,在综合实例中讲解电子商务网站创建的实际过程。全书共分8章,主要内容包括创建电子商务网站的规划知识,创建网站的技术知识,网站创建后的推广技术,网站的管理、维护与安全知识,以及通过实例模拟网站创建的全过程。全书由基本理论入手,按照电子商务网站创建的全过程,顺序展开介绍,特别适合初学者由浅入深地学习。

为了提高学生兴趣和掌握有效的方法,本书尽量采用图文并茂的形式,深入浅出地介绍电子商务网站的基础知识和基本技巧;并在各章前面设计了“学习目标”,在各章后面附有“本章小结”、“核心概念”、“基本训练”。本书的特色是考虑高职高专学生的学习特点和就业需要,基于“理论够用”的原则,精简知识点,对重要的知识点,力求多配图和例题加以详细介绍,本着实用、易懂、易学、易做的原则进行编写。本教材主要由哈尔滨职业技术学院教师编写,哈尔滨职业技术学院电子商务专业为教育部国家级高职高专教育教学改革试点专业,具有丰富的教学经验。本书知识面宽、操作性强、理论难度适中、自成体系,适合高职高专学生学习使用。

本书的编写分工如下:第1章和第3章由哈尔滨职业技术学院肖伟民编写,第2章和第4章由哈尔滨职业技术学院蔡元萍编写,第5章由哈尔滨广播电视大学姚恒彪编写,第6章第1节、第2节、第4节由哈尔滨职业技术学院肖伟民和长春税务学院

刘蕴喆编写，第6章第3节由吉林省经济管理干部学院汪荣编写，第7章第1节、第2节由哈尔滨广播电视大学姚恒彪和吉林工程技术师范学院张松岩编写，第7章第3节、第4节由哈尔滨广播电视大学姚恒彪和吉林交通职业技术学院刘喜敏编写，第8章由哈尔滨职业技术学院蔡元萍和长春职业技术学院李文月编写；本书由肖伟民任主编，姚恒彪任副主编，最后由哈尔滨市职业技术学院蔡元萍主审，并总纂和定稿。

本书在编写过程中参阅了大量文献，东北财经大学李洪心教授进行了认真的审阅并给予了悉心的指导，在此一并致谢。

由于编写时间仓促，编者水平有限，对迅速发展的电子商务网站理论难以准确把握，书中难免有缺点、错误，敬请同行专家和广大读者批评指正。

编者

2007年1月

本书共分4章，第1章为绪论，第2章为电子商务网站建设概述，第3章为电子商务网站建设规划，第4章为电子商务网站建设实施。本书可作为高等院校电子商务专业及相关专业的教材，也可供从事电子商务工作的工程技术人员参考。

本书由肖伟民任主编，姚恒彪任副主编，蔡元萍主审。本书在编写过程中参阅了大量文献，东北财经大学李洪心教授进行了认真的审阅并给予了悉心的指导，在此一并致谢。由于编写时间仓促，编者水平有限，对迅速发展的电子商务网站理论难以准确把握，书中难免有缺点、错误，敬请同行专家和广大读者批评指正。

<input type="checkbox"/> 核心概念	88
<input type="checkbox"/> 基本训练	88
<input type="checkbox"/> 观念应用	89
第4章 电子商务网站设计	91
<input type="checkbox"/> 学习目标	91
4.1 网页设计工具	91
4.2 电子商务网站的设计与制作	95
4.3 网页更新	108
4.4 网站发布	116
<input type="checkbox"/> 本章小结	122
<input type="checkbox"/> 核心概念	122
<input type="checkbox"/> 基本训练	123
<input type="checkbox"/> 观念应用	123
第5章 简单的商务网站制作	124
<input type="checkbox"/> 学习目标	124
5.1 计数器的作用和制作方法	125
5.2 网络广告及其制作	129
5.3 滚动信息	135
<input type="checkbox"/> 本章小结	140
<input type="checkbox"/> 核心概念	140
<input type="checkbox"/> 基本训练	141
<input type="checkbox"/> 观念应用	141
第6章 电子商务网站的推广	143
<input type="checkbox"/> 学习目标	143
6.1 电子商务网站推广的重要意义	144
6.2 电子商务网站的传统推广方式	146
6.3 电子商务网站的网络推广方式	148
6.4 电子商务网站推广效果的测试与评估	160
<input type="checkbox"/> 本章小结	161
<input type="checkbox"/> 核心概念	161
<input type="checkbox"/> 基本训练	161
<input type="checkbox"/> 观念应用	162
第7章 电子商务网站的管理与维护	163

<input type="checkbox"/> 学习目标	163
7.1 电子商务网站管理的定义和模式	164
7.2 电子商务网站客户服务管理	169
7.3 电子商务网站的维护	175
7.4 电子商务网站安全维护	189
<input type="checkbox"/> 本章小结	200
<input type="checkbox"/> 核心概念	201
<input type="checkbox"/> 基本训练	201
<input type="checkbox"/> 观念应用	202
第 8 章 综合实例	203
<input type="checkbox"/> 学习目标	203
8.1 建设一个简单的网上花店	203
8.2 建立数据库的动态链接	211
8.3 建立数据库的动态更新	217
8.4 增加用户信息管理	220
8.5 增加花店仓库管理	228
8.6 增加实时订单处理	235
8.7 其他管理工作	250
<input type="checkbox"/> 本章小结	251
<input type="checkbox"/> 核心概念	252
<input type="checkbox"/> 基本训练	252
<input type="checkbox"/> 观念应用	253
主要参考文献	254

第 1 章

电子商务网站概述

【学习目标】

通过本章学习，应该达到以下目标：

知识目标 掌握电子商务网站基本概念、分类和作用，了解电子商务网站建设与管理的基本思路。

技能目标 能够提出电子商务网站建设与管理的基本思路。

能力目标 了解电子商务网站的测试与推广方法，具备分析一个电子商务网站所属类型的能力。

电子商务是未来商务交易的主要运营方式，电子商务的实施与运作依赖于电子商务系统，电子商务网站则是电子商务系统工作和运行的主要承担者和表现者，是网上的“虚拟公司”或“虚拟工厂”。构建电子商务网站是通向电子商务的重要一步。

1.1 电子商务网站概述

1.1.1 电子商务网站的定义

电子商务是未来经济形式发展的大趋势，目标是实现交易信息的网络化和电子

化,如使用电子货币、开网上商店、进行网上商务谈判和使用电子签名签合同等等。企业上网通常都会加入到网上的某个行业协会网站或商业网站中,成为会员或网员。在行业协会网站或商业网站上发布供求信息,获取有关政策和市场信息,享受其他的服务。企业建立网站,从销售的观点看,可以减少交易的中间环节,降低成本。企业网站还可以扩建成为网上销售和售前售后服务中心。在电子商务时代,一家企业要取得持续的成功,就应该积极建设自己的商业网站,通过网站开展商务活动,拓展与客户的商业联系,积极开展电子商务和网络营销,提高企业经济效益,改善企业形象。那么什么是电子商务网站呢?电子商务网站是企业构架在互联网上的一个门户,是企业电子商务系统的一个重要组成部分,也是企业开展电子商务活动的基本手段,企业通过电子商务网站为合作伙伴、客户、采购商、供应商提供了一个相互间信息交流、沟通的平台,提供了一个访问企业各种资源的统一的平台。可以简单地讲,电子商务网站是企业开展电子商务的基础设施和信息平台,是实施电子商务的公司或商家与服务对象之间的交互界面,是电子商务系统运转的承担者和表现者。

电子商务网站在软件、硬件基础设施的支持下,通过互联网与用户相连接,为用户提供网页服务、数据传输服务、数据库服务等多种服务。作为电子商务网站可以没有自己独立的服务器,但是一般拥有固定的域名。

[小知识1—1]

中国互联网络信息中心的《第十八次中国互联网络发展状况统计报告》显示:我国网站总数达到了788 400个,其中2006年上半年增长了9万个,网络国际出口带宽总量则达到214 175M,与2005年同期相比增长率为159.2%。

1.1.2 电子商务网站的分类

按照不同的分类方法可以将电子商务网站分为不同的类型。

1) 按照商务目的和业务功能分类

可以将电子商务网站分为基本型商务网站、宣传型商务网站、客户服务型商务网站和完全电子商务运作型网站。

(1) 基本型电子商务网站

这种电子商务网站主要针对小型企业,以及希望尝试电子商务的大、中型企业。目的是在互联网上宣传企业的基本情况,它的特点是网站构建价格低廉,具有基本的电子商务网站功能,这种类型的电子商务网站多采用虚拟主机的网站实施方式。比如哈尔滨国贸服装城网站(www.gmfzc.com)、中国绿化供求网(chinagreengq.w100.okwit.com)。

(2) 宣传型电子商务网站

这种类型电子商务网站是在互联网上发布公司简介、新产品信息、产品说明、客户服务、招聘人才等多方面信息的简洁型网站,是企业在网络空间中的电子名片。这

种网站适合各种企业，特别是对于已经有外贸业务或者想开拓外贸业务的企业。它的主要特点是具备基本的电子商务网站功能，突出企业的宣传效果。比如北京永昌伟业货架制造有限公司网站（www.huojia8.com）、金华帝金属有限公司网站（www.kjhd.com）、南京你来我往信息技术有限公司网站（www.nlww.com.cn）。

（3）客户服务型电子商务网站

建设这种类型的电子商务网站的目的是通过宣传企业形象与产品或服务，达到与客户进行实时沟通及为产品或服务提供技术支持的目的，从而降低成本、提高工作效率。这种类型的网站适用于各类企业，尤其适合频繁升级产品或服务的企业，比如杀毒软件提供商。其特点是以企业宣传和客户服务为主要功能，比如瑞星反病毒资讯网（www.rising.com.cn）、江民科技网（www.jiangmin.com）、用友软件股份有限公司网站（www.ufsoft.com.cn）。

（4）完全电子商务运作型网站

这种类型的电子商务网站不仅可以实现产品的宣传、订单、销售；通过产品展示系统发布产品的规格、型号、功能等产品信息，展示产品的外形等图形信息；同时可以按企业的各种需求实现个性化的网上营销、形象宣传等多方面的商务功能，使企业网站从简单的网上橱窗发展成为网上交易柜台、网上交易市场。

这种网站一般都具有会员管理系统，通过会员管理系统可以对客户进行分类管理，让不同的用户浏览到不同的页面，并提供不同级别的服务。网站具备网上订购系统、网上招聘系统、企业论坛系统等功能，为企业直接创造利润，提高企业的核心竞争力，适合各类实力较强的企业，它的特点是具备完备的电子商务功能，突出公司宣传、客户服务等电子商务功能，比如戴尔公司网站（www.dell.com.cn）、当当网（www.dangdang.com）。

[小思考 1—1]

当前网站的搜索方式主要有几种？

答：页面搜索、地址栏搜索和工具条搜索是当前用户搜索信息的三大搜索方式。

2) 按照构建网站的主体分类

可以将电子商务网站划分为：行业电子商务网站、企业电子商务网站、政府电子商务网站、服务机构电子商务网站等。

（1）行业电子商务网站

它是指以行业机构为主体建立的大型电子商务网站，建立的目的是为本行业内的企业和部门进行电子商务包括信息发布、商品采购、客户交流等活动提供一个平台，一般而言每个行业只能存在 2~3 家行业网站，如中国五金网（www.wjw.cn）、中国机械网（www.jx.cn）。

（2）企业电子商务网站

它是指以企业为主体构建网站来进行电子商务活动，根据企业生产的主导产品和

提供的主要服务的不同可以进一步分为各种不同类型的电子商务网站，如海尔集团网站（www.haier.com）和方正科技集团股份有限公司网站（www.foundertech.com）。

（3）政府电子商务网站

它是指以政府机构为主体构建网站来进行电子商务活动，这种类型的电子商务网站在国际化商务交流中的作用非常明显，为政府税收和政府公共服务提供了网络化交流的平台，如中国供应商网站（www.china.cn）。

（4）服务机构电子商务网站

它是指以服务机构为主体构建网站来进行电子商务活动，包括商务服务机构的电子商务网站、金融服务机构的电子商务网站、邮政通信服务机构的电子商务网站、家政服务机构的电子商务网站、休闲娱乐服务机构的电子商务网站，如中国建设银行（www.ccb.cn）、中青家政网（www.cyhs.com.cn）。

3) 按照电子商务网站开办者分类

可以将电子商务网站分为流通型电子商务网站和生产型电子商务网站。

（1）流通型电子商务网站

这类商业网站是由流通企业建设的。流通型商务网站是电子商务网站的主要存在形式。这种网站一般都有关于销售产品的介绍，便于顾客更好地了解产品的性能、用途及服务，从而促使顾客购买。这种网站着重于对产品和服务的全面介绍，较好地展示产品的外观和功能，商业网站的页面大多制作精美、动感十足，很容易吸引浏览者，有较好的广告效应，达到了为产品和服务促销的效果。

这种类型网站一般都充分利用了网络的优越性，在网站中直接提供了购物车订货系统，为顾客提供了最大的购物便利。这些网站里商品品种较多，使浏览有些不便，不过这种商业网站一般都提供产品的查询服务，方便顾客查找所需要的产品，这也是流通型商业网站的一大特色。卓越网（www.joyo.com）、北京雪鸟户外用品店网站（www.snowbird.com.cn）就是典型的流通型电子商务网站。

（2）生产型电子商务网站

这种类型的网站由生产产品或者提供服务的企业建设，建设目的定位于自身产品或服务的宣传、推广上，同时要求网站能够与企业自身特色一脉相承。在网站建设过程中应该以企业自身文化来指引网站建设，将网站融入企业，所以在生产型网站的建设过程中量身定做非常关键。

在当今社会，网络已经成为人们获取信息、进行沟通的重要渠道。在网站建设过程中应该增加互动模块，互动模块应包括产品的在线订购、客户留言反馈、在线实时沟通、在线会议、视频点播等功能。网站能够直接提供便利的服务手段，这样不仅能通过网站来拉近企业与客户之间的距离，更重要的是能为企业挖掘潜在客户。这种网站页面简洁实用，主要特点是信息量大。

现在，一些生产厂商正逐渐地越过批发商和零售商等中间媒介，直接向消费者提

供产品, 供应链关系逐渐向无中介形式发展。虽然这一类型的站点绝大多数销售的是有形产品, 但同样也可用来提供服务类的产品, 其主要特征在于它们能够进行一次结清的交易, 而不需要太多的后续纠葛。生产型电子商务网站为这种发展趋势提供了一个理想的平台, 如方正科技股份有限公司网站 (www.foundertech.com)、江苏森达集团公司网站 (www.chinasenda.com)。

4) 按照产品线的广度和深度进行分类

这种划分方法主要针对 B2B 电子商务模式, 根据产品线的广度和深度不同, 可以将 B2B 电子商务模式网站分为垂直型网站、水平型网站、专门网站和公司网站四种类型。

(1) 垂直型电子商务网站

垂直型是指在一个分销渠道中, 生产商、批发商、零售商被看做一个单一的体系。如果一个电子商务网站整合了某一产品的不同生产商、批发商、零售商的商务行为, 是直接面对客户的单一体系的交易平台, 那么这个网站就称为垂直型电子商务网站。垂直型网站适合经济实力和技术实力相对较弱的行业网站, 但是这类网站可以针对一个行业做深、做透, 比如建设一个纽扣网站, 也会获得较好的生存机会。这类网站无疑在专业上更具权威, 在商品和用户群上更加精确, 缺点则是受众过窄、营业额往往难以突破千万大关, 如全球五金网 (www.wjw.cn)、全球纺织网 (www.globaltexnet.com) 等。

(2) 水平型电子商务网站

这是指能提供每一类产品的网上经营的网站, 这类网站类似于网上购物中心或网上超市, 其优势在于产品线的宽度, 在这类网站上不仅可以买到自己所能接受的价格水平的商品, 而且可以很容易实现“货比三家”。由于该类网站充当的是中间商的角色, 在产品价格方面处于不利地位。一些经济实力和技术实力比较强的行业网站, 将可能围绕自己这个行业建设一个行业水平型网站, 比如全球纺织网就可以建设成包括化纤、麻纱、纽扣、面料等纺织产业链各环节的一个相对水平的行业网站。

水平型电子商务站在品牌知名度、用户数、跨行业、技术研发等方面具有垂直型电子商务网站难以企及的优势。不足之处在于用户虽多但不一定是企业想要的用户, 在用户精准度、行业服务深度、盈利模式上有所不足, 如阿里巴巴网 (www.alibaba.com)、慧聪网 (www.hc360.com)。

(3) 专门电子商务网站

这类网站是指能提供某一类品牌知名度高的产品的网站。这类网站类似于网上专卖店, 其优势在于提供质优价廉的产品。该类网站除直接面对消费者外, 也面对垂直型和水平型网站的供应商。对于这类网站而言, 提供品质优良、价格合理、品牌知名度高的产品比网站本身的维护更重要, 比如佐丹奴网上商店 (www.e-giordano.com)、诺基亚网上专卖店 (www.nokia.com.cn/cn/eShop/)。

(4) 公司网站

这是以销售本公司生产的产品或提供的服务为主的网站，相当于企业的“网上店铺”，除了少数品牌知名度极高和市场份额很大的公司，这类网站的发展空间比较有限。公司网站的一个出路在于朝其他类型的电子商务网站方向发展，从产品的形态看，金融服务、旅游、传媒、证券等行业在开展电子商务方面拥有比较明显的优势，因为这一行业的共同特点是产品的无形化，不存在实物的流动，不需要物流配送体系作为支撑，所以特别适合在互联网上开展业务，如携程旅行网（www.ctrip.com）、广发证券网（www.gf.com.cn）。

5) 按经营商务业务范畴分类

按经营商务业务范畴分类，电子商务网站可分为以下几种：

(1) 支持交易前的网站

这类网站的规模较小，属于初级电子商务网站。构成该类网站的往往只是一些静态的页面，其版面和功能设计一般都比较简单。它们多数没有自己的服务器，而是租用其他公司或ISP服务商的服务器。在企业主页上通常只介绍一些企业或公司的信息，发布一些商品供求信息，在网上不做交易，仅提供联系方式，类似于广告发布。初级电子商务网站的特点是用户与网站的交互是单向的，用户只能通过访问企业查询有关的信息。此类网站投资成本低、易操作，如馨悦家政网站（www.xinyuejz.com）、哈尔滨都乐物流有限公司网站（www.dule.com.cn）。

(2) 支持交易中的网站

这类网站属于中级电子商务网站，能够完成商务贸易和票据交易的过程。这类网站的主页面是一种静态和动态混合的交互式页面，它的版面和功能设计比初级电子商务网站复杂、美观，拥有自己企业的服务器。中级电子商务网站的特点是企业实施电子商务的程度有所加深，它还需要不同程度的人工干预，如在线销售环节与产品供应不能有效衔接，仍需要部分传统方式的操作，比如华旗资讯网（[www.aigo.com.com](http://www.www.aigo.com.com)）、扬州汤汪裘皮服装厂网站（www.wlr.cn）。

(3) 支持交易后的网站

这类网站属于高级电子商务网站。它能够在网上完成接受订单、物流配送和网上资金结算等整个交易全过程，是电子商务发展的理想阶段。高级电子商务网站的特点是以客户为中心的电子商务，可以最大限度地提高用户的满意度和忠诚度，提高企业的核心竞争力，使企业在激烈的竞争中处于有利的地位，如亚马逊网上商店（www.amazon.com）、麦网（www.m18.com）。

此外，按照电子商务模式划分可以将电子商务网站分为B2B商务网站、B2C商务网站、C2C商务网站等。

因此，企业可以依据其业务职能、自身实力、战略目标和所处区域的商务环境等，制定自己的电子商务发展战略，进而构建适合其发展的电子商务网站。

1.1.3 电子商务网站的作用

电子商务是复杂的应用系统,网站在电子商务应用中起着极其重要的作用,正是网站建设技术的发展使电子商务的现实应用成为可能。随着信息技术的发展,网站在电子商务中的作用也会不断扩展和延伸。对于商家而言,网站在电子商务应用中的重要作用主要体现在以下几个方面:

1) 网站是进行电子商务活动信息交流的枢纽

电子商务活动中的买卖双方通过网站进行交流,网站是电子商务活动进行的场所。商家通过电子商务网站宣传自己的产品,树立自身形象和品牌;通过网上调查等活动获取客户对企业的意见,了解客户对产品的需求,获得客户的购买要求。进行电子商务活动的客户则通过网站了解所需产品的信息,比较不同厂家产品,反映对产品的意见,并通过网站提交购买商品的请求,启动电子商务活动的过程。

2) 网站是商家的门户

对于进行电子商务活动的客户而言,网站就是其面对的商家,客户的购买、付款、退货等商业活动都是在网站上完成的,网站使得商家能够为客户提供每天24小时的服务,因此,网上企业必须重视电子商务网站的设计。网站的内容务必达到准确精炼,切不可错字连篇、篇幅冗长,使客户能够在较短的时间内捕捉到企业信息的核心内容。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、客户服务信息的内容。另外还应为客户设立“留言簿”等栏目,搜集客户需求和反馈信息,为企业与客户进行交流提供畅通的渠道。

3) 网站是企业开展网络营销的工具

随着近年来企业网络营销发展水平的不断提高,对电子商务平台提出了更高的要求,网站是企业开展网络营销的根据地,网站不仅代表着企业的网络品牌形象,同时也是一个综合性的网络营销工具,所以网站建设应该被看做是网络营销的一个组成部分,但建设一个网站不等于已经开始了网络营销,网站建成之后,真正意义上的网络营销才开始。网站建设的专业化与否将直接影响到网络营销的效果,因此在网站策划和建设阶段就要考虑到网络营销的需要,这样才能避免网站建设的盲目性。但实际情况是,现在很多企业网站建设都有一定程度的盲目性,对需求也不甚明确,许多中小企业在作出建设网站决策时往往重视网站的视觉效果和价格,而不是网站的功能和实用性。即使是那些知名企业的网站,不仅设计水平与企业的网站品牌形象很不相称,而且功能也很不完善,甚至根本无法满足网络营销的基本需要。要清楚企业网站可以实现的功能,在此基础上根据企业的建站目的选择自己需要的功能,然后,应该制订合理的网站建设规划方案。一个成功的网站需要市场、销售、公关、顾客服务等相关人员协同专业技术人员共同完成,或者将对网站功能的需求清晰地转达给服务公司。

作为互联网应用水平最高的企业群体，电子商务网站从网站易用性、网站可信度、在线顾客服务等多方面一直领先于传统企业网站，进入2006年之后，多家领先的电子商务网站，包括B2B电子商务、B2C电子商务和C2C电子商务网站（如阿里巴巴、易趣、当当网等），通过网站优化设计和更详尽的在线帮助等，为用户提供更好的体验和更多的价值。同时许多电子商务网站和大型网络公司的网络会员制营销策略也更趋完善。电子商务网站领先者的网络营销水平的进一步提高为其增加了更多的竞争优势，也必将引起更多的电子商务网站努力提升自己的网络营销专业水平，否则将很难有自己的生存空间。

企业需要网站推广整体方案而不是孤立的网站推广产品；规范的网站优化思想获得越来越多的认可；搜索引擎营销向深层次、专业化方向发展；电子商务网站的网络营销水平进一步提高；更多的网络推广资源增加了网络营销的成功机会；经过众多网络营销服务商几年的努力，国内网络营销服务市场逐渐走向成熟，尤其是利用搜索引擎推广相关网站和相关产品，已经为越来越多的企业所了解。但随着企业对网站推广效果提升的进一步期望，购买分散的网站推广产品如网络实名、分类目录登录以及搜索引擎竞价广告等已经无法满足企业网络营销的需要，向企业提供网站推广的整体方案成为网络营销服务市场的发展趋势之一。这种趋势验证了新竞争力网络营销管理顾问的网络营销思想，即“网站推广是个系统工程”。网站优化已经成为网络营销经营策略的必然要求，如果在网站建设中没有体现出网站优化的基本思想，在网络营销水平普遍提高的网络营销环境中是很难获得竞争优势的。新竞争力网络营销管理顾问倡导的规范的网站优化思想得到越来越多企业的认可，即网站优化并不仅仅是针对搜索引擎的优化排名，搜索引擎排名的提升只是体现网站优化必然结果的一个方面。新竞争力网络营销管理顾问网站优化的基本思想是：通过对网站功能、网站结构、网页布局、网站内容等要素的合理设计，为用户获取信息提供方便，即通过网站更好地为用户传递有价值的网络营销信息，发挥网站最大的网络营销价值。

4) 网站是体现电子商务个性化服务的平台

电子商务网站为商家与客户之间的沟通提供了新的方式和渠道，使得电子商务具有更旺盛的生命力。电子商务网站的交互性，使商家能够为客户提供一对一的个性化服务，这使得电子商务比传统商务活动更具吸引力。企业通过网站可以了解市场需求和客户信息，加快信息的传递，缩短商流的周期，为客户提供个性化服务。网站的可信性对用户是否愿意提供个人信息有很大影响，尤其对于电子商务网站，需要在获取用户个人信息的基础上才能提供个性化服务，因此可信度也是评价一个网站专业性水平不可或缺的基本指标。网站消除了提供产品和服务的厂商与最终客户之间的距离，使得厂商的服务更贴近每个客户。现代顾客需要的是个性化服务，网站服务系统为顾客提供了全新的工具，即全天候、即时、互动、了解信息、释疑解难等。这些性质体