



高等院校 电子商务
职业细分化创新型 规划教材



电子商务 网页设计与制作

微课版

王萍 吉莉莉 耿慧慧 金景文化◎编著

本书提供视频、素材、习题及其答案、ppt 等丰富教学资源
针对商科类教学量身打造，技术难度合理、实用
项目任务式编写体例，以电商常见的京东、淘宝网站的页面设计与制作为案例



中国工信出版集团



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS



高等院校 电子商务
职业细分化创新型 规划教材



电子商务 网页设计与制作

微课版

王萍 吉利莉 耿慧慧 金景文化◎编著

人民邮电出版社

北京

图书在版编目 (C I P) 数据

电子商务网页设计与制作：微课版 / 王萍等编著

— 北京：人民邮电出版社，2018.10

高等院校电子商务职业细分化创新型规划教材

ISBN 978-7-115-49271-5

I. ①电… II. ①王… III. ①电子商务—网页制作工具—高等学校—教材 IV. ①F713.36②TP393.092

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第205615号

内 容 提 要

本书作为综合实战型的电子商务网页设计与制作教材，以项目实战的方式，全面讲解了电子商务（静态）网站从策划到建设的全过程。每个项目以知识链接的形式讲解相关理论知识和页面的设计技巧，再以任务的形式制作相关电子商务网站页面。针对每个任务，本书都设计了任务描述、技术引进、任务实施和新手试练的学习路径。通过项目小结对任务进行总结，读者可以通过课后习题的测试巩固所学内容。

本书共分为十一个项目，以项目牵引法全面介绍了电子商务网站的设计与制作技巧。项目一为赏析和规划电子商务网站，项目二为创建并管理电子商务网站站点，项目三为使用 HTML 编写页面，项目四为使用 CSS 美化页面，项目五为使用 CSS 控制列表样式，项目六为使用 CSS 控制页面文字样式，项目七为在页面中使用多媒体，项目八为使用 CSS 控制表单，项目九为使用 CSS 控制超链接，项目十为使用 JavaScript 脚本丰富页面，项目十一为电子商务网站综合实例。

本书配套的数字化教学资源提供了本书所有案例的源文件及素材，方便读者借鉴和使用。

本书是专门针对本科院校、职业院校的电子商务、市场营销、国际贸易、连锁经营等财经类专业开发的工学结合教材，同时也适合作为中小型企业营销及贸易类岗位员工的培训用书。

◆ 编 著 王 萍 吉莉莉 耿慧慧 金景文化

责任编辑 古显义

责任印制 马振武

◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路 11 号

邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

固安县铭成印刷有限公司印刷

◆ 开本：787×1092 1/16

印张：15.5

2018 年 10 月第 1 版

字数：447 千字

2018 年 10 月河北第 1 次印刷

定价：45.00 元

读者服务热线：(010)81055256 印装质量热线：(010)81055316

反盗版热线：(010)81055315

广告经营许可证：京东工商广登字 20170147 号

我国拥有全球潜力巨大的网上购物市场,在过去的几年中,网上交易平台取得超常态的发展。而随着技术创新和应用水平的提高,电子商务也会越来越多地运用到企业中去。电子商务企业将从网上商店和门户的初级形态,过渡到将企业的核心业务流程、客户关系管理等都延伸到 Internet 上,使产品和服务更贴近用户需求。

本书以电子商务网站设计和制作的理念为出发点,配以专业的处理软件 Dreamweaver CC 做讲解,重点向读者介绍了设计制作电子商务网站方面的理论知识和相关应用。本书通过实战项目的形式,让读者掌握实实在在的设计思想。

本书章节安排

本书从电子商务网站的设计思想出发,向读者传达了一种新的设计理念。全书通过专业的理论知识讲解与精美的案例制作完美结合,循序渐进地讲解了电子商务网站设计与制作的有关知识。本书在讲解基本知识的同时配以电子商务网站案例的制作,让读者在学习欣赏的过程中丰富自己的设计创意并提高动手制作能力。本书内容章节安排如下。

项目一 赏析和规划电子商务网站:主要讲解了网页的构成元素、电子商务网站的概念和特点、电子商务网站的分类、电子商务网站的视觉营销和电子商务网站的开发流程,并完成了“学设计”电子商务网站的页面规划。

项目二 创建并管理电子商务网站站点:主要介绍了电子商务网站制作相关术语、远程站点和本地站点、统一资源定位符(URL)和站点规划,并完成了网站站点的创建。

项目三 使用 HTML 编写页面:主要讲解了电子商务网站建设原则,电子商务网站页面布局原则,了解 HTML5、HTML 的基本结构,并完成了“学设计”网站“关于我们”页面的制作。

项目四 使用 CSS 美化页面:主要讲解了电子商务网页设计常用术语、CSS 基础、CSS 的基本语法和使用方法,并使用 CSS 美化“关于我们”页面。

项目五 使用 CSS 控制列表样式:主要介绍了电子商务网站常用商品列表页布局、商品列表页设计要点、网页中的列表控制、列表的类型及使用,并完成了商品列表导航的制作。

项目六 使用 CSS 控制页面文字样式:主要介绍了商品详情页设计原则、如何做好商品详情页、通过 CSS 控制字体与大小、通过 CSS 控制内置颜色和粗细,并完成了商品详情页的制作。

项目七 在页面中使用多媒体:主要介绍了打造具有说服力的商品页面、电子商务网站中多媒体视频的使用、使用<embed>标签嵌入音频和视频、HTML 5 中多媒体的应用,并在页面中完成了视频的插入。

项目八 使用 CSS 控制表单:主要介绍了注册登录页面的设计要求、设计人性化的登录页面、表单与表单属性、表单中的其他元素,并完成了网站会员注册页面和会员信息完善页面的制作。

项目九 使用 CSS 控制超链接:主要介绍了电子商务网站导航设计技巧、电子商务网站首屏的设计要点、认识超链接、了解超链接路径,并完成了电子商务网站首页的制作。

项目十 使用 JavaScript 脚本丰富页面：主要介绍了电子商务网站的交互设计技巧、交互设计需要考虑的内容、JavaScript 的应用范围、jQuery 和 jQuery 事件，并完成了网站轮播图动画和弹出页面的制作。

项目十一 电子商务网站综合实例：主要介绍了电子商务网站的发展趋势、电子商务网站的产品原型、电子商务网站浏览器兼容性测试、电子商务网站的上传与管理，并完成了电子商务网站的策划、设计和制作。

本书特点

全书内容丰富、条理清晰，通过十一个项目，为读者全面、系统地介绍了电子商务网站设计知识以及使用 CSS 布局 and 美化页面的方法和技巧，采用知识点和案例相结合的方法，使知识融会贯通。

- 语言文字通俗易懂，精美案例图文同步，涉及大量电子商务网站设计的丰富知识讲解，帮助读者深入了解电子商务网站的设计。

- 以一个电子商务网站的完整搭建为例，分别讲解了案例中的不同页面的设计方法和技巧，帮助读者掌握相关的专业知识点。

- 注重设计知识点和案例制作技巧的归纳总结，知识点和案例的讲解过程中穿插了大量的软件操作技巧提示等，使读者能够更好地对知识点进行归纳吸收。

- 每一个案例的制作过程都配有相关视频教程和素材，步骤详细，使读者轻松掌握。扫描右侧二维码或者直接登录“微课云课堂”（www.ryweike.com）后，用手机号码注册，在用户中心输入本书激活码（f5e5d9fa），将本书所含的微课资源添加到个人账户，获取永久在线观看本课程微课视频资源的权限。



本书作者

本书由北京电子科技职业学院王萍、北京信息科技大学吉莉莉、北京电子科技职业学院耿慧慧和金景文化编著。另外，北京电子科技职业学院李志刚、王海青、刘士忠也为此书的编写提供了各种帮助。因水平有限，书中存在疏漏之处，希望广大读者朋友批评、指正！

编者

2018年5月

项目一 赏析和规划电子商务网站——

了解电子商务网站 1

1.1 知识链接 2

1.1.1 网页的构成元素 2

1.1.2 电子商务网站的概念和特点 5

1.1.3 电子商务网站的分类 6

1.1.4 电子商务网站的视觉营销 6

1.1.5 电子商务网站的开发流程 9

1.2 任务一 赏析电子商务网站 11

1.2.1 任务描述——分析电子商务
网站首页 111.2.2 技术引进——分析页面结构
与色彩 121.2.3 任务实施——提高用户体验的
要素 141.2.4 新手试练——赏析电子商务
网站页面 171.3 任务二 规划“学设计”电子商务
网站 191.3.1 任务描述——分析电子商务
网站的结构 191.3.2 技术引进——完成电子商务
网站线框图 201.3.3 任务实施——设计电子商务
网站 221.3.4 新手试练——电子商务网站
会员页面设计 24

1.4 项目小结 25

1.5 课后习题 25

项目二 创建并管理电子商务网站站点
——掌握网站搭建基础 26

2.1 知识链接 26

2.1.1 电子商务网站制作相关术语 27

2.1.2 远程站点和本地站点 29

2.1.3 统一资源定位符 (URL) 30

2.1.4 站点规划 31

2.2 任务一 创建网站文件结构 31

2.2.1 任务描述——创建本地静态
站点 312.2.2 技术引进——了解“站点设置
对象”对话框 322.2.3 任务实施——站点文件的优化
与管理 342.2.4 新手试练——创建小型电子
商务网站站点 362.3 任务二 设置远程站点服务器
信息 372.3.1 任务描述——设置“服务器”
选项 372.3.2 技术引进——设置“站点设置
对象”对话框 372.3.3 任务实施——设置远程
服务器 39

2.3.4 新手试练——站点中的操作 41

2.4 项目小结 41

2.5 课后习题 42

项目三 使用 HTML 编写页面——搭建
页面底层的基础 43

3.1 知识链接 43

3.1.1 电子商务网站建设原则 44

3.1.2 电子商务网站页面布局原则 45

3.1.3 了解 HTML 5 46

3.1.4 HTML 的基本结构 46

3.1.5 掌握 HTML 的标签 47

3.2 任务一 布局学设计网站“关于
我们”页面 503.2.1 任务描述——了解页面的基本
结构 503.2.2 技术引进——在 Dreamweaver
中编写 HTML 代码 503.2.3 任务实施——设计“关于我们”
页面结构 533.2.4 新手试练——制作社区生活
页面 553.3 任务二 制作学设计网站“关于
我们”页面 563.3.1 任务描述——了解“关于我们”
页面结构 573.3.2 技术引进——Div+CSS
盒模型 57

3.3.3 任务实施——完成“关于我们” 页面制作	60	5.2 任务一 制作商品列表索引导航	92
3.3.4 新手试练——制作蓝色企业 网站	62	5.2.1 任务描述——商品列表索引 导航结构分析	93
3.4 项目小结	63	5.2.2 技术引进——有序列表和无序 列表	93
3.5 课后习题	63	5.2.3 任务实施——制作商品列表 索引	96
项目四 使用 CSS 美化页面——简单、 快捷、规范地制作页面	64	5.2.4 新手试练——制作个人作品 网站页面	98
4.1 知识链接	64	5.3 任务二 美化商品列表页面	99
4.1.1 电子商务网页设计常用术语	65	5.3.1 任务描述——商品列表页面 结构分析	99
4.1.2 CSS 基础	67	5.3.2 技术引进——使用定义列表	99
4.1.3 CSS 的基本语法	69	5.3.3 任务实施——制作页面中的 商品列表	101
4.1.4 CSS 的使用方法	70	5.3.4 新手试练——制作纵向导航 菜单	103
4.2 任务一 美化“关于我们”页面 导航	72	5.4 项目小结	103
4.2.1 任务描述——了解页面导航的 结构	72	5.5 课后习题	103
4.2.2 技术引进——了解 id 选择符	72	项目六 使用 CSS 控制页面文字样式—— 制作商品详情页面	105
4.2.3 任务实施——美化“关于我们” 页面导航	74	6.1 知识链接	105
4.2.4 新手试练——制作个人作品 网站页面	75	6.1.1 商品详情页设计原则	106
4.3 任务二 美化“关于我们”页面 文本内容	76	6.1.2 如何做好商品详情页	109
4.3.1 任务描述——分析“关于我们” 页面结构	77	6.1.3 通过 CSS 控制字体与大小	109
4.3.2 技术引进——使用 CSS 控制 字体	77	6.1.4 通过 CSS 控制颜色和粗细	112
4.3.3 任务实施——美化页面文字	80	6.2 任务一 制作商品详情页头部	114
4.3.4 新手试练——制作网站公告	82	6.2.1 任务描述——了解文字 标签	114
4.4 项目小结	83	6.2.2 技术引进——掌握文字装饰 标签	114
4.5 课后习题	83	6.2.3 任务实施——制作商品详情页 头部	116
项目五 使用 CSS 控制列表样式—— 制作商品列表页面	84	6.2.4 新手试练——网页文字 修饰	119
5.1 知识链接	84	6.3 任务二 制作商品详情页文本 介绍	120
5.1.1 电子商务网站常用商品列表页 布局	85	6.3.1 任务描述——了解分区标签的 使用	120
5.1.2 商品列表页设计要点	86	6.3.2 技术引进——使用 CSS 控制 段落	120
5.1.3 网页中的列表控制	89		
5.1.4 列表的类型及使用	90		

6.3.3 任务实施——制作商品详情页底部	123	8.1 知识链接	148
6.3.4 新手试练——应用多个类样式	125	8.1.1 注册登录页面的设计要求	148
6.4 项目小结	126	8.1.2 设计人性化的登录页面	150
6.5 课后习题	126	8.1.3 表单与表单属性	152
项目七 在页面中使用多媒体——制作视频播放页面	127	8.1.4 表单中的其他元素	152
7.1 知识链接	128	8.2 任务一 制作会员注册页面	156
7.1.1 打造具有说服力的商品页面	128	8.2.1 任务描述——会员注册页结构分析	157
7.1.2 电子商务网站中多媒体视频的使用	130	8.2.2 技术引进——在 Dreamweaver CC 中使用表单元素	157
7.1.3 使用<embed>标签嵌入音频和视频	130	8.2.3 任务实施——制作网站会员注册页面	161
7.1.4 HTML 5 中多媒体的应用	131	8.2.4 新手试练——制作多彩下拉列表	164
7.2 任务一 制作商品列表索引导航	132	8.3 任务二 制作会员信息完善页面	164
7.2.1 任务描述——商品列表导航页面结构	132	8.3.1 任务描述——会员信息完善页面结构分析	165
7.2.2 技术引进——在页面中嵌入音频或视频	132	8.3.2 技术引进——<input>与<textarea>标签的属性	165
7.2.3 任务实施——制作视频播放页面	135	8.3.3 任务实施——制作会员信息完善页面	166
7.2.4 新手试练——在网页中嵌入视频	138	8.3.4 新手试练——制作舞动会员登录界面	169
7.3 任务二 制作视频播放页详情部分	138	8.4 项目小结	170
7.3.1 任务描述——使用<source>标签	139	8.5 课后习题	170
7.3.2 技术引进——<audio>与<video>标签的属性	139	项目九 使用 CSS 控制超链接——制作电子商务网站首页	172
7.3.3 任务实施——制作商品详情页底部	143	9.1 知识链接	172
7.3.4 新手试练——实现网页中视频的播放与暂停	144	9.1.1 电子商务网站导航设计技巧	173
7.4 项目小结	145	9.1.2 电子商务网站首屏的设计要点	176
7.5 课后习题	145	9.1.3 认识超链接	179
项目八 使用 CSS 控制表单——制作会员注册页面	147	9.1.4 了解超链接路径	180
		9.2 任务一 制作电子商务网站首屏	182
		9.2.1 任务描述——分析电子商务网站首页结构	182
		9.2.2 技术引进——了解超链接的属性控制	182

9.2.3	任务实施——制作电子商务 网站首屏	186	10.3.3	任务实施——使用 JavaScript 实现弹出页面	212
9.2.4	新手试练——制作活动 公告	189	10.3.4	新手试练——使用 JavaScript 制作动态网站相册	213
9.3	任务二 制作电子商务网站版底 信息	189	10.4	项目小结	214
9.3.1	任务描述——分析电子商务 网站版底结构	190	10.5	课后习题	214
9.3.2	技术引进——使用 CSS 控制 鼠标指针特效	190	项目十一	电子商务网站综合实例—— 睿欧电子商务网站搭建	216
9.3.3	任务实施——制作电子商务 网站首页版底	192	11.1	知识链接	217
9.3.4	新手试练——制作图片式 超链接	194	11.1.1	电子商务网站的发展 趋势	217
9.4	项目小结	194	11.1.2	电子商务网站的产品 原型	219
9.5	课后习题	195	11.1.3	电子商务网站浏览器兼容性 测试	220
项目十	使用 JavaScript 脚本丰富页面 ——制作页面交互动画	196	11.1.4	电子商务网站的上传与 管理	222
10.1	知识链接	197	11.2	任务一 设计睿欧电子商务网站的 原型	225
10.1.1	电子商务网站的交互设计 技巧	197	11.2.1	任务描述——睿欧电子商务 网站结构和层级	225
10.1.2	交互设计需要考虑的内容	199	11.2.2	技术引进——了解产品原型 软件 Axure	226
10.1.3	JavaScript 的应用范围	201	11.2.3	任务实施——制作睿欧电子 商务网站原型	231
10.1.4	jQuery 和 jQuery 事件	202	11.2.4	新手试练——根据电子商务 网站原型设计页面	233
10.2	任务一 制作电子商务网站轮播图 动画	204	11.3	任务二 睿欧电子商务网站的 设计与制作	234
10.2.1	任务描述——分析网页轮播图 的作用	204	11.3.1	任务描述——电子商务网站 页面设计与制作	235
10.2.2	技术引进——了解在 HTML 文档中使用 JavaScript 的 方法	205	11.3.2	技术引进——浏览器适配的 方法	235
10.2.3	任务实施——制作电子商务 网站首页轮播图	206	11.3.3	任务实施——设计睿欧电子 商务网站	236
10.2.4	新手试练——使用 JavaScript 实现图像滑动切换	208	11.3.4	新手试练——使用 FTP 维护 电子商务网站	238
10.3	任务二 制作电子商务网站 弹出页面	209	11.4	项目小结	239
10.3.1	任务描述——分析电子商务 网站版底结构	210	11.5	课后习题	239
10.3.2	技术引进——jQuery UI 和 jQuery Mobile	210			

项目一

赏析和规划电子商务网站—— 了解电子商务网站

目前，国内外电子商务应用技术发展迅速，电子商务的发展迫切需要大量懂得一定电子商务理论基础和电子商务系统设计、开发方面知识的应用型人才。

电子商务网站需要更专业的规划与设计，才能获得更好的浏览效果，图 1-1 所示为淘宝店铺界面设计效果。优良的设计对于计算机、汽车、家具、服装等几乎所有商品的销售与推广都有着举足轻重的作用，这一点已获得现代企业和设计界的共识。



图 1-1



1.1 知识链接

网页实际上就是一个文件，这个文件存放在世界上某个地方的某一台计算机中，而且这台计算机必须与互联网相连接。网页是通过网址（URL，例如 www.sina.com）来识别与存取的。在浏览器的地址栏中输入网页的地址后，经过复杂而快速的程序解析（域名解析系统）后，网页文件就会被传送到计算机中，再通过浏览器解释网页的内容，最后展现在用户的眼前。

1.1.1 网页的构成元素

在 Internet 发展的早期，网站只能保存纯文本。经过近十几年的发展，图像、声音、动画、视频和 3D 等技术已经在网页中得到了广泛应用，网页已经发展成为集视、听为一体的媒体，并且通过动态网页技术，使用户可以与其他用户或者网站管理者进行交流。

网页中常见的构成元素有文本、图像、超链接、动画、声音、视频、动画、表单、程序等，如图 1-2 所示。



图 1-2

1. 网站Logo

在网站设计中，Logo 作为公司或网站的标志，起着非常重要的作用。一个制作精美的 Logo 不仅可以很好地树立企业形象，还可以传达丰富的产品信息。网站 Logo 是网站特色和内涵的集中体现，它用于传递网站的定位和经营理念，同时便于人们识别。通过调查发现，一个网站的首页美观与否往往是初次访问的用户决定是否进行深入浏览的关键，而 Logo 作为首先映入用户眼帘的具体形象，其重要性则不言而喻。图 1-3 所示为精美的网站 Logo。



图 1-3

2. 网站广告条

网站作为一种全新的、已经为大众所熟悉和接受的媒体，正在逐步显示出其特有的、蕴藏深厚的广告价值空间。纵观网上大多数门户及商业网站，广告收入正是其生存发展的支柱性收入，无所不在的网站广告已经得到了网站和用户的认同。

虽然网站广告的历史不长,但是其发展的速度却是非常快的,与其他媒体的广告相比,中国的网络广告市场还有一个相当大的发展空间,未来的网络广告将与电视广告占有同等地位的市场份额。与此同时,网络广告的形式也发生了重要的变化,以前网站广告的主要形式还是普通的按钮广告,近几年长横幅大尺寸广告已经成为网站中最主要的广告形式,也是现今采用最多的网站广告形式。图 1-4 所示为精美的网站广告图片。



图 1-4

3. 导航菜单

导航是网站设计中不可缺少的基础元素之一,它是网站信息结构的基础分类,也是用户进行信息浏览的路标。导航菜单应该引人注目,用户进入网站,首先会寻找导航菜单,通过导航菜单可以直观地了解网站的内容及信息的分类方式,以判断这个网站上是否有自己需要的资料和感兴趣的内容。

在网站中导航,就是在网站的每个页面间自由地切换,即引导用户在网站中到达他所想到达的位置,这就是每个网站都包含很多导航要素的目的。在这些要素中有菜单按钮、移动图像和链接等各种各样的对象,网站的页数越多,包含的内容和信息越复杂多样,那么它的导航要素的构成和形态是否成体系、位置是否合适,将是决定该网站能否成功的重要因素。一般来说,在网页的上端或左侧设置主导航菜单的情况是比较普遍的方式,如图 1-5 所示。



图 1-5

4. 文本和图像

文本和图像是网页中最基本的构成元素。在任何的网页中,这两种基本的构成元素都是必不可少的,它们是向用户传达信息最直接、最有效的方式。网页设计人员所要考虑的是如何把这些元素以一种更容易被用户接受的方式组织起来放到网页中去,如图 1-6 所示。



图 1-6



对于网页中的基本构成元素（文本和图像），大多数浏览器本身都可以显示，无须任何外部程序或模块支持。随着技术的不断发展，更多的元素在网页艺术设计中的综合运用越来越广泛，使用户可以享受到更加完美的效果。这些新技术的出现，也对网页的艺术设计提出了更高的要求。

5. 动画

随着互联网的迅速发展，网络速度的提高，在网页中出现了越来越多的多媒体元素，包括动画、声音、视频等。大多数浏览器本身都可以显示或播放这些多媒体元素，无须任何外部程序或模块支持。例如，大部分浏览器都可以显示 GIF、HTML 动画，但有些多媒体文件（如 MP3 音乐）需要先下载到本地硬盘上，然后启动相应的外部程序来播放。另外，浏览器可以使用插件来播放更多格式的多媒体文件。

在网页中应用的动画元素主要有 GIF 和 HTML 两种形式。GIF 动画的效果单一，已经不能适应人们对网页视觉效果的要求。随着 Flash 动画技术退出互联网的舞台，HTML+Javascript 动画（简称 HTML 动画）应用得越来越广泛，已经逐步成为最主要的网页动画形式。打开任何一个网站，几乎都可以在该网站上看到 HTML 动画。HTML 动画因为其特殊的表现形式，更加直观、生动，受到人们的欢迎，特别是在突出表现某些信息内容的时候，HTML 动画能够更加精确、突出地表现内容，如图 1-7 所示。



图 1-7

6. 表单

表单是功能型网站中经常使用的元素，是网站交互中最重要的组成部分。在网页中，小到搜索框与搜索按钮，大到用户注册表单及用户控制面板，都需要使用到表单及其表单元素。

网页中的表单元素是用来收集用户信息，帮助用户进行功能性控制的。表单的交互设计与视觉设计是网站设计中相当重要的环节。从表单视觉设计上来说，经常需要摆脱 HTML 提供默认的比较粗糙的视觉样式。

面向初级用户和专业用户，填写项尽量精简，做简单的填写说明和清晰的验证，仅放置与填写表单相关的链接，避免用户被其他链接转移视线，从而放弃填写表单。

如果完成表单任务需要多个步骤，则需要用图形或文字标明所需的步骤，以及当前正在进行的步骤。

如果可能，尽量先放置单行文本框、多行文本框等需要输入的项，再放置下拉列表框、单选按钮、复选框等用鼠标操作的项，然后放置“提交”按钮，这样可以减少键盘操作被鼠标操作打断的次数。

文本框中的内容需要进行常用的文本格式设置，比如加粗、字体大小等，而且尽量让此内容与用户完成发布以后的内容格式相同。

在网页设计中表单的应用十分常见，主要应用在搜索、用户登录、用户注册等方面，如图 1-8 所示。



图 1-8

1.1.2 电子商务网站的概念和特点

电子商务网站是指一个企业、机构或公司在互联网上建立的站点，其目的是为了宣传企业形象、发布产品信息、宣传经济法规、提供商业服务等。

电子商务网站的功能关系到电子商务业务能否具体实现。对于大多数电子商务网站来说，一般要拥有以下功能。

1. 商品展示页面信息量大、图片多

商品展示是电子商务网站最基本且十分重要的功能。就像进入现实生活中的超市，能够看到琳琅满目的商品。用户浏览电子商务网站时，当发现自己感兴趣的物品时，单击该商品图片便能进入该商品的详情页面，看到该商品的文字、图片、视频等描述性信息。这类页面的最大特点就是信息量大、图片多。

2. 网站注册和登录简单化

用户注册和登录电子商务网站都是为了购买商品。有数据表明，90%的用户对于注册电子商务网站时烦琐的信息填写十分反感。因此现在绝大多数电子商务网站在注册和登录时仅需要用户填写用户名/移动电话和密码/短信验证码即可。有些电子商务网站为了方便用户快速注册与登录，还提供了其他登录方式，如微信、微博、QQ、支付宝等。

3. 信息检索与筛选

电子商务网站提供的信息搜索与筛选功能，可以使用户轻松而快捷地找到需要的信息，快捷的信息检索服务能够提高用户的体验度。如果一个电子商务网站的内容非常丰富而且商品种类繁多，那么信息搜索应该支持按商品类别、品牌、尺码、包装规格等进行搜索或筛选。另外，也可以让用户定制自己的搜索结果，如每页显示多少条结果。

4. 通过相关产品的交叉销售提高销售额

在电子商务行业里有一个著名的公式：销售额=流量×转化率×客单价。而提高客单价的一个有效手段就是关联销售或者叫交叉销售（cross-selling）。常见的产品形态就是组合产品、套餐搭配、配件中心等。例如，当用户浏览笔记本电脑的详情页面时，提示用户该产品相关的配套产品有无线鼠标、键盘膜、电脑包等，且与该笔记本电脑同时购买时，可享受一定额度的优惠。

5. 安全与快捷的多种支付方式

无论是哪一种支付方式，其初衷都是方便消费者实现在线支付。随着时代进步，大家越来越关注安全问题。为保证支付的安全性，必须应用如数字证书、数字签名、加密等手段。目前电子商务网站提供的在线支付方式主要有信用卡快捷、微信、支付宝、财付通、京东金融、百度钱包、易支付等。



6. 订单信息确认及取消

订单确认是指让用户对前面操作的内容进行确认，包括所购商品及其售价、订单总金额、订单收货人信息（收货地址、收货人姓名、电话等）、订单支付方式等。一旦确认订单，用户会看到订单确认信息以及订单号，这些信息可以保存和打印。订单确认对一个电子商务网站非常必要。有的电子商务网站还会使用电子邮件将订单确认信息发给用户留档。当用户单击“取消”按钮取消该订单时，订单中的所有商品将被重新放回购物车，这将大大方便用户再次购买。

1.1.3 电子商务网站的分类

电子商务网站的种类有很多种，按照其功能的不同可以分为信息服务类、广告类、交易类、管理类和综合类。接下来逐一进行介绍。

1. 信息服务类

该类型网站的主要目的是为用户提供各种产品信息或信息获得方式。

2. 广告类

该类型网站的所有技术和信息内容都以广告收入为最终目标。此时，消费者的注意力就成为衡量网站优劣的关键标准。广告商可以对一个网站进行评估，并为其广告定价。

3. 交易类

交易型网站的基本功能在于提供网上交易的功能，如网上商城、交易平台网站等。

4. 管理类

管理型网站是企业、公司和行政教育等机构，将传统业务迁移到网络的应用界面，如公司、机构的办公系统。

5. 综合类

该类网站集合了上述几种类型网站的特点。比较常见的有 B2B、C2C 和 B2C 三种模式，如表 1-1 所示。

表 1-1 B2B、C2C 和 B2C 三种模式网站的功能				
模式		功能介绍		举例
B2B	企业与企业之间通过互联网进行产品、服务及信息的交换	面向中间交易市场的 B2B	阿里巴巴	
		面向制造业或面向商业的垂直 B2B	中国化工网、中国纺织网	
C2C	个人用户提供买卖交易的平台的电子商务交易业务			淘宝、闲鱼、微店网
B2C	企业和消费者之间的电子商务交易			天猫、京东、亚马逊

提示

电子商务中的 B 代表 Business，2 则是英语 two 的谐音，代表 to。B2B 指的是企业与企业之间的电子商务，B2C 则是企业对消费者，G2B 是政府对企业，C2C 则是消费者对消费者。

1.1.4 电子商务网站的视觉营销

消费心理学研究表明：人类的行为中有 75%~90% 受视觉主导。视觉营销，顾名思义，就是在用户的视觉感官上下功夫，引起用户的共鸣，产生对产品深刻的认同感，从而达到营销的目的。视觉是手段，营销为目的。所有视觉效果实现都是以营销目标为前提的营销，就叫作视觉营销。电子商务视觉营销存在的目的是最大限度地促进产品（或服务）与消费者之间的联系，通过塑造区别于竞争对手的独特的网店形象，吸引用户光顾网店，提高页面的访问量和点击率，最终实现销售（购买）或实

现品牌文化的有效传播。要想让电子商务网站页面具有好的视觉营销效果,需要注意以下几个原则。

1. 主题突出原则

视觉设计表达的是一定的意图和要求,有明确的主题,并按照视觉心理规律和形式将主题主动传达给观赏者,以使主题在适当的环境中被人们及时理解和接受,从而满足其需求。这就要求视觉设计不但要单纯、简练、清晰和精确,而且在强调艺术性的同时,更应该注重通过独特的风格和强烈的视觉冲击力来突出设计主题。

网页艺术设计属于视觉设计范畴的一种,其最终目的是要达到最佳的主题诉求效果。这种效果的取得,一方面要通过对网页主题思想运用逻辑规律进行条理性处理,使之符合用户获取信息的心理和逻辑方式,让用户快速理解和吸收;另一方面还要通过对网页构成元素运用艺术的形式美法则进行条理性处理,以便更好地营造出符合设计目的的视觉环境,突出主题,增强用户对网页的注意力,增进对网页内容的理解。只有这两个方面有机地统一,才能实现最佳的主题诉求效果。

2. 整体设计原则

网页的整体性包括内容和形式上的整体性,这里主要讨论电子商务网站设计形式上的整体性。

网页是传播信息的载体,它要表达的是一定的内容、主题和观念,在适当的时间和空间环境中为人们所理解和接受,它以满足人们的实用和需求为目标。设计时强调其整体性,可以使用户更快捷、更准确、更全面地认识它、掌握它,并给人一种内部联系紧密、外部和谐完整的美感。整体性也是体现站点独特风格的重要手段。

从某种意义上讲,强调网页结构形式的视觉整体性必然会牺牲灵活的多变性。因此,在强调网页整体性设计的同时必须注意,过于强调整体性可能会使网页呆板、沉闷,以致影响用户的兴趣和继续浏览的欲望。“整体”是“多变”基础上的整体,如图 1-9 所示。

3. 内容与形式统一原则

任何设计都有一定的内容和形式。设计的内容是指它的主题、形象、题材等要素的总和;形式就是它的结构、风格、设计语言等表现方式。优秀的设计必定是形式对内容的完美表现。

一方面,网页设计所追求的形式美必须适合主题的需要,这是网页设计的前提。只追求花哨的表现形式以及过于强调“独特的设计风格”而脱离内容,或者只求内容而缺乏艺术的表现,网页设计都会变得空洞无力。设计人员只有将这两者有机地结合起来,深入领会主题的精髓,再融合自己的思想感情,找到一个完美的表现形式,才能体现出网页设计独具的分量和特有的价值。另一方面,要确保网页上的每一个元素都有存在的必要性,不要为了炫耀而使用冗余的技术,那样得到的效果可能会适得其反。



图 1-9

提示

设计师需要通过认真设计和充分的考虑来实现全面的功能并体现美感,才能实现电子商务页面形式与内容的统一。

网页具有多屏、分页、嵌套等特性,设计人员可以对其进行形式上的适当变化以达到多变的处理效果,丰富整个网页的形式美。这就要求设计人员在注意单个页面形式与内容统一的同时,也不能忽视同一主题下多个分页面组成的整体网站的形式与整体内容的统一。因此,在网页设计中必须注意形式与内容的高度统一,如图 1-10 所示。



图 1-10

4. 准确表达与良好体验原则

美观、创意和表达是视觉营销的三要素，其中最重要的是“准确表达”。良好的视觉营销不能存在传递障碍，信息要能够准确无误地表达给用户。此外，良好的视觉营销还要求电子商务网页符合用户的购物心理和浏览习惯，也就是要有好的“用户体验”，只有用户认可的、浏览舒适的电子商务网页，才会创造更好的浏览轨迹，提升页面停留时长、访问深度，减少跳失率，提升转化率。例如，某 B2C 电子商务网站的网站首页准确地向用户传达了其主营产品为家具与家居，且互为和谐的产品系列在功能和风格上种类繁多，能很好地满足不同用户的个性化需求，同时向会员提供优惠，如图 1-11 所示。



图 1-11