



高等职业教育理实一体化规划教材·电子商务专业

电子商务 网页设计与制作

傅俊主 编
商玮 曹春益 副主编



电子工业出版社

PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
http://www.phei.com.cn

高等职业教育理实一体化规划教材·电子商务专业

电子商务网页设计与制作

傅俊 主编

商玮 曹春益 副主编

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内 容 简 介

本书系统地介绍了电子商务网页设计与制作方面的知识,结合综合案例,讲解了电子商务企业形象网站创建的全过程。本书内容包括:赏析电子商务网站页面、认知 HTML 制作的网页、拍摄与处理商品图片、设计与制作网店结构模块、美化网店的动态效果、创建电子商务网站站点、设计与制作中小企业形象网站首页、设计与制作中小企业形象网站子页、设置 DIV+CSS 布局、制作网页交互特效和设计与制作表单页面。本书作为系列教材的一本,突出实践能力,结合知识目标,做好电子商务网站建设的基础与核心。在编写时采取理论知识与实际案例相结合的方式,由浅入深、循序渐进,易操作,特别适合初学者学习。

本书既可作为高职高专院校电子商务、信息类及计算机类专业的教学用书,也适合作为各类企业及电子商务工作人员的自学参考用书。

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

电子商务网页设计与制作 / 傅俊主编. —北京:电子工业出版社, 2012.6
(高等职业教育理实一体化规划教材·电子商务专业)

ISBN 978-7-121-17068-3

I. ①电... II. ①傅... III. ①电子商务—主页制作—高等学校—教材 IV. ①F713.36 ②TP393.092

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 100996 号

策划编辑:徐建军(xujj@phei.com.cn)

责任编辑:徐建军 文字编辑:裴杰

印刷:北京京师印务有限公司
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:21.75 字数:563.2 千字

印次:2012 年 6 月第 1 次印刷

印数:3 000 册 定价:37.00 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 zlts@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线:(010) 88258888。

序

高职教育的培养目标、教学理念、课程体系、教学内容、教学方法及教材建设和本科教育有很大的不同。教高〔2006〕16号文件明确指出：高等职业院校要积极与行业企业合作开发课程；要根据技术领域和职业岗位（群）的任职要求，参照相关的职业资格标准，改革课程体系和教学内容，这为职业教育课程改革和教材编写指明了方向。

浙江经贸职业技术学院电子商务专业作为省重点专业、特色专业，地处杭州这一电子商务极度活跃的地区。专业教学团队紧跟市场需求，一直致力于高职电子商务专业课程体系的重构和课程项目化教学的改革创新工作。改革的总体目标是突破电子商务专业现有的课程体系、课程内容及教学方式，建立基于职业岗位（群）的工作过程系统化课程体系。

多年来，我一直关注着这支队伍的成长。2009年，我得知专业团队的课改设计思路，确定了电子商务网站建设、网络营销及电子商务客户服务三个典型电子商务职业岗位（群），基本完成了电子商务专业课程体系的重构；课程建设作为专业建设的核心工作，这种探索工作我十分赞赏，三年来我一直关注着团队的课改情况，并给予一些意见和建议。2011年年初，团队完成了电子商务网站建设岗位（群）基于工作过程系统化的课程建设任务，并将几年来项目化教学改革与实践的经验体会汇总形成了校本教材，在两届在校生中试用；目前，团队经过一年多的教学实践，对教材进行了再次修订，即将交付出版社出版。在各类“工学结合”教材、“能力本位”教材如雨后春笋般纷纷面市的今天，一个团队能用三年的时间潜心思考、编写、试用、修订教材，这种务实、负责、严谨的工作态度值得称赏。

翻阅五本系列教材，我欣喜地看到了团队工作的成效。教材自成体系，按照规划、设计、建设、推广、维护的网站建设流程，涵盖了职业岗位（群）的主要工作内容。通过与企业紧密的合作，整合企业资源，将企业项目转换为学习项目，每本教材均汇聚了校企双方的思想。在如何融“教、学、做”于一体，如何体现“任务驱动”、“项目导向”教学方式，如何按职业岗位工作流程和需要进行内容编排，如何在教学中重现岗位工作任务实施的全过程，如何强化学生职业能力的培养方面做了大量的探索与尝试。这种创新的编写思路、实用易用的教材内容值得肯定，也是一支团队十年专业经营和三年示范建设重要成果的全新亮相。

职业教育课程改革日新月异，新的教学模式、方法、手段层出不穷，但教材建设是培养目标和教学思想的具体体现，是课程建设的核心，是课程教学改革得以实施的重要保证。将专业建设的经验体会和教学实践过程付诸于文字，以教材的形式来呈现，也不失为一种专业交流的有效途径。期待能有更多一线的专业教师、更多的教学团队将教学成果精心打造、付梓成书，与同行交流，共同推动职业教育教学的改革和发展。

陈叔官

前言

近年来,我国电子商务发展迅猛,根据知名咨询机构艾瑞咨询集团(iResearch)的统计数据显示,2011年中国电子商务整体交易规模达到7万亿元,同比增长46.4%,预计2013年将达到12.7万亿元。电子商务已成为以信息化带动工业化,转变经济增长方式,走新型工业化道路的重要举措,成为中国国民经济和社会信息化的重要组成部分。

浙江经贸职业技术学院电子商务专业为省重点专业、特色专业,近年来通过对大量电子商务行业、企业的人才需求调研,确定了电子商务网站建设、网络营销及电子商务客户服务三个典型电子商务工作岗位(群)及其典型工作任务。在此基础上进行课程项目教学化教材开发,目前已经完成了电子商务网站建设岗位(群)方向的五本项目化系列教材。

本教材在编写过程中,根据行业专家对电子商务网页设计与制作所涵盖的岗位(群)进行的任务和职业能力分析结果,同时遵循高等职业院校学生的认知规律,确定本课程的工作项目和任务内容。通过任务引领型的项目活动,掌握电子商务网页设计与制作的技能和相关理论知识,对各类分项工程的流程有一个基本了解。通过学习能够承担网店维护、图片处理、网站制作、网站编辑等工作任务,为职业能力的发展奠定良好的基础。在编写过程中,特别注意能较好地体现“工学结合”的思想,其主要特点为任务引领:本书以具体工作任务为载体,将知识点均匀分布到各项目的任务中,再由若干任务共同完成一个典型的项目;实践性强,强调突出实践、理论够用,内容组织极富操作性;内容涵盖跨度大,更好地体现了电子商务网页设计与制作课程的系统完整性,而通过学习每个任务的任务引导、任务实施、任务分析、任务拓展模块,也便于读者有选择地在实践中学习和拓展。

本教材由浙江经贸职业技术学院电子商务专业教学团队策划。傅俊担任主编,制定了本书的总体纲要,并编写项目二、项目三、项目四、项目五;商玮任副主编,对本书纲要做了指导,并编写了项目一;曹春益任副主编,编写了项目七、项目八、项目九;童红斌编写了项目六;石东贤编写了项目十、项目十一。全书由傅俊、曹春益统稿。

本书在编写过程中,得到了上海商学院宋文官教授的帮助和指导,并为我们的系列教材写序。还得到了长沙民政职业技术学院方玲玉教授、北京博导前程信息技术有限公司总裁段建、杭州宏创电子商务有限公司董事长李建宏等专家、学者和企业家的帮助和指导,在此一并致谢!

本教材可以说是我们专业团队近年来教学实践的总结,高职课程改革面临的任務还十分繁重,我们希望以此作为与院校同行、企业界朋友交流的载体,期待大家的指点和帮助,共同推动电子商务专业教学的改革和发展。

为了方便教师教学,本书配有电子教学课件,请有此需要的教师登录华信教育资源网(www.hxedu.com.cn)免费注册后进行下载,如有问题可在网站留言板或与电子工业出版社联系(E-mail:hxedu@phei.com.cn)。

由于本课程项目教学法正处于经验积累和改进过程中,同时,由于编者水平有限和时间仓促,书中难免存在疏漏和不足,希望同行专家和读者能给予批评和指正。

编者

目 录

项目一 赏析电子商务网站页面·····	(1)
任务1 赏析制造业类企业网站·····	(2)
任务2 赏析服务业类企业网站·····	(10)
任务3 赏析电子商务平台类网站·····	(14)
习题·····	(19)
项目二 认知 HTML 制作的网页·····	(21)
任务1 制作 HTML 基本页面·····	(22)
任务2 使用 HTML 编写网页规划·····	(29)
习题·····	(36)
项目三 拍摄与处理商品图片·····	(39)
任务1 拍摄主题商品图片·····	(40)
任务2 处理与修饰商品图片·····	(52)
习题·····	(73)
项目四 设计与制作网店结构模块·····	(75)
任务1 制作网店告示板·····	(76)
任务2 制作图片分类区·····	(84)
任务3 制作图标分类列表区·····	(97)
任务4 制作商品描述模板·····	(115)
习题·····	(126)
项目五 美化网店的动态效果·····	(129)
任务1 设计与制作黄金展位：网店推广动态图像·····	(130)
任务2 跳动的促销活动区·····	(137)
任务3 动起来的网店 Banner·····	(144)
习题·····	(153)
项目六 创建电子商务网站站点·····	(156)
任务1 创建网站结构及文件目录·····	(157)
任务2 创建与管理网站的站点·····	(162)
习题·····	(171)
项目七 设计与制作中小企业形象网站首页·····	(173)
任务1 首页效果图切片处理及导出·····	(175)
任务2 制作 Flash Banner 条·····	(187)
任务3 制作首页页面·····	(199)
习题·····	(217)



项目八 设计与制作中小企业形象网站子页	(219)
任务1 创建子页面模板	(220)
任务2 通过子页面模板创建子页面	(231)
任务3 美化页面	(241)
习题	(251)
项目九 设置DIV+CSS布局	(254)
任务1 DIV网页整体布局	(255)
任务2 DIV+CSS页面美化	(264)
习题	(276)
项目十 制作网页交互特效	(279)
任务1 制作图片放大特效	(280)
任务2 制作广告图片自动轮换	(285)
任务3 制作动态导航栏	(290)
任务4 制作浮动广告	(299)
习题	(305)
项目十一 设计与制作表单页面	(308)
任务1 创建动态网站	(309)
任务2 制作动态页面	(319)
习题	(332)
附录A 习题答案	(334)
参考文献	(341)

项目一

赏析电子商务网站页面

项目简介

通过分析同类型的优秀电子商务网站页面，有助于迅速提高网页设计水平和激发学习兴趣；通过对优秀电子商务网站页面的分析，可以形象化理解网页的版面设计、色彩搭配、网页元素、导航设计等；通过确定网站的主题来规划网站、搜集素材，使单独的页面能构成风格统一的网站。

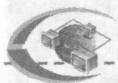
能力目标

学习完本项目后，学生应当能够对常见的电子商务网站培养出基本的赏析能力及设计能力，包括：

- 分析网站的配色方案
- 分析网站的版式结构
- 编写网站赏析报告
- 模仿同类网站进行规划设计

知识目标

- 网页基础知识
- 网页的基本构成
- 网站的构成和风格设置
- 网页布局常用的结构
- 网站规划原理



任务1 赏析制造业类企业网站

1. 任务引导

本任务目标是通过浏览“鸿雁电器”、“天马轴承”、“名城房产”、“海亮集团”等制造业类企业的电子商务形象网站，来分析其页面布局、导航条目设计、色彩搭配等，以便为同类型企业规划和设计网站。

2. 任务实施

(1) 分析“鸿雁电器”网站

“鸿雁电器”是浙江杭州一家专业的建筑电器连接和建筑电气控制系统的集成供应商，网址为“http://www.hongyan.com.cn”，其网站主页效果如图 1-1 所示。



图 1-1 鸿雁电器网站主页

其网站主页采用了“左拐角型”的页面布局设计，在顶部区域为企业的 Logo、导航条和 Banner。整体颜色风格为蓝色和浅灰绿及橘黄色，色调风格清新与企业 Logo 的颜色相一致，同时与 Banner 条广告中的绿竹部分相呼应，体现了在建筑建材领域追求绿色环保、适合人居的主题。

导航条类目设计主要由指示主页的“首页”，介绍企业的“了解我们”，展示新闻的“新闻中心”，展示产品的“产品中心”，体现服务的“服务与支持”、“下载中心”、“鸿雁之家”和人力资源的“加入我们”组成。

另外，在公司 Logo 栏目右侧的醒目位置展示了客户服务热线，也体现了公司服务客户的理念。

Banner 条中显示的动画主要由产品图像，以及修饰衬托产品的绿竹、家居和体现公司文化



的宣传口号“品质、生活、态度”，更好地体现了家的感觉。

在顶部区域下面的左拐角部分是新闻列表等类目列表，右侧大部分用于展示企业推荐的产品。

在底部区域是联系方式和版权信息。

(2) 分析“天马轴承”网站

“天马轴承”是国内轴承行业的一家上市企业，网址为“http://www.zjtmb.com”，其网站主页效果如图 1-2 所示。



图 1-2 浙江天马轴承股份有限公司网站主页

其网站主页采用了“同字型”的页面布局设计，在顶部区域为企业的 Logo、导航条和 Banner。整体颜色风格为蓝色，常用于企业形象网站。

导航条类目设计主要由指示主页的“首页”，介绍企业的“公司简介”，展示新闻的“信息发布”，展示产品的“产品展示”，体现服务的“营销网络”、“服务中心”，上市公司必需的“投资者关系”、人力资源的“在线招聘”和体现联系方式的“联系我们”组成。

Banner 条中显示的动画主要由体现公司形象的“天马奔腾”、体现公司资质的“品牌图标”及公司文化的宣传口号“持之以恒、天马轴承”构成。

在主体区域为三列，左右为主要栏目信息，中间为主体新闻展示等。

在底部区域是联系方式、版权信息和友情链接。

二级页面选取了“信息发布”中的“天马新闻”，如图 1-3 所示。

二级页面采用了“左拐角型”的页面布局设计，在顶部区域依旧为企业的 Logo、导航条和 Banner。整体颜色风格同为蓝色，和首页风格统一。

在顶部中，其余内容保持不变，只是 Banner 的动画不同，里面的修饰图片由公司的一些新闻图像来修饰。



图 1-3 浙江天马轴承股份有限公司二级页面

在主体区域，左侧为新闻分类等类目列表，右侧大部分用于提供具体新闻。

在底部基本和主页一致。

(3) 分析“名城房产”网站

“名城房产”是浙江省一家民营房地产开发企业，网址为“http://www.zjmingcheng.com”，其网站主页效果如图 1-4 所示。



图 1-4 名城房产网站主页

其网站主页采用了“同字型”的页面布局设计，在顶部区域为企业的 Logo、导航条和 Banner。整体颜色风格为浅灰色调，主要表现建筑及开发商的风格，自然干净。

导航条类目设计主要由介绍企业的“走进名城”、“名城文化”，展示新闻的“新闻中心”，展示产品的“名城产品”，体现服务的“《名城》刊物”、人力资源的“名城招牌”和体现联系方式的“联系我们”组成。



Banner 条中显示的动画主要由体现公司产品形象的产品楼盘图片和公司文化的宣传口号“永远热爱生活”构成。

在主体区域左、中、右等分,分别为“企业概况”、“楼盘展示”和“新闻中心”三个栏目。在底部区域为简要的版权信息。

二级页面选取“名城产品”为例,如图 1-5 所示。



图 1-5 名城房产二级页面

二级页面采用了“左拐角型”的页面布局设计,在顶部区域依旧为企业的 Logo、导航条和 Banner。整体颜色风格同为浅灰色,和首页风格统一。

在左侧拐角部分为该导航条项目中具体各产品的列表,右侧的主体区域为具体产品楼盘的展示。

在底部基本和主页一致。

(4) 分析“海亮集团”网站

“海亮集团”是浙江一家以铜加工、房地产、金属贸易、矿产资源、教育、商业百货等为主体的民营综合集团公司,网址为“http://www.hailiang.com”,其网站主页效果如图 1-6 所示。

其网站主页采用了和“同字型”近似的页面布局设计,在顶部区域为企业的 Logo、导航条和 Banner。整体颜色风格以浅蓝色调为主,也是企业 Logo 的主要颜色。除了浅蓝色调外,还搭配了浅灰,再加上留白的设计,这也是企业网站常见的色调搭配,显得大气自然。

导航条类目设计主要由介绍企业的“关于海亮”,展示产业结构的“海亮产业”,体现服务的“海亮与社会”,展示新闻的“新闻中心”和人力资源的“海亮人才”组成。

Banner 条中显示的动画主要由体现公司形象的各主营产业的实体图像、该产业的说明文字和该产业资质宣传的文字描述构成。

在主体区域均分为四列,分别为“新闻信息”、“企业文化”、“社会责任”和“诚聘英才”四个栏目的具体内容信息。

在底部区域为海亮集团的简要联系方式和网站版权信息。

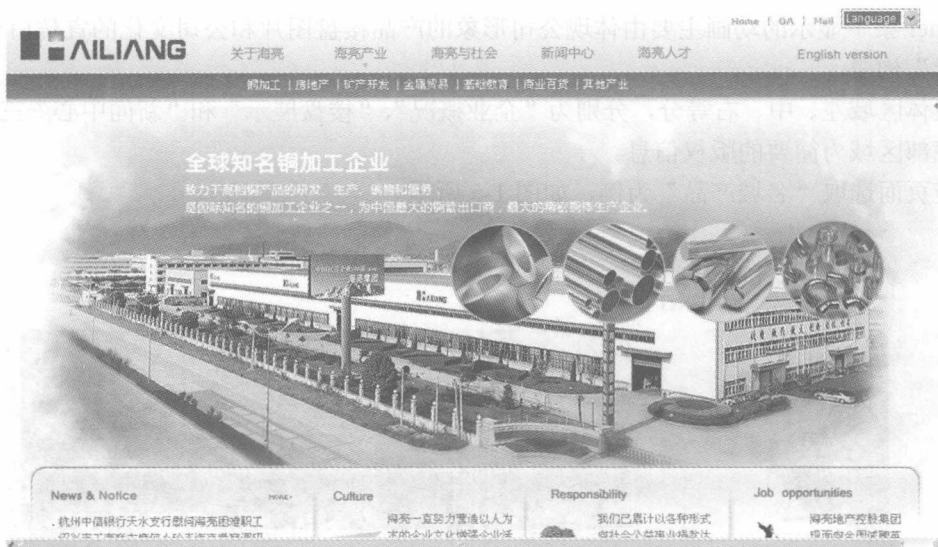


图 1-6 海亮集团网站主页

二级页面选取“海亮与社会”为例，如图 1-7 所示。



图 1-7 海亮集团二级页面

二级页面也采用了“左拐角型”的页面布局设计，在顶部依旧为企业的 Logo、导航条，Banner 条则为体现企业文化、价值观的文字内容。整体颜色风格同为浅蓝和浅灰色，和首页风格统一。

在左侧拐角部分为该导航条项目“海亮与社会”中具体实施的三级子菜单，右侧的主体部分为这些三级菜单对应的具体内容和辅助栏目列表。

在底部基本和主页一致。



(5) 网站分析总结

该类型网站包含贸易类公司,这也是电子商务网站设计中经常遇到的公司类型。现阶段该类网站的布局通常为“同字型”和“拐角型”,整体网站风格颜色多采用公司的标准色、Logo 的颜色,以及和企业主题相联系的颜色,或者是蓝、灰等体现商务风格简约的色调。

网站导航条的设计也基本决定了该网站的二级页面栏目分类,该类型企业网站常见的公共栏目有:指示主页的“首页”,介绍企业的“关于公司”,展示新闻的“新闻中心”,展示产品的“产品中心”,体现服务的“营销网络”、“售后服务”,人力资源的“加入我们”和体现联系方式的“联系我们”。

Banner 条现在正逐渐变为首页中占主要修饰作用的模块,一般由动态动画或静态图像组成,大小也在逐渐变大,更为醒目。该修饰图像主要可由图像素材和文字组成。一般图像素材常为修饰企业产品、企业建筑、企业人员、企业工程项目、和主题有关的修饰图像、说明资质的图标等,文字主要由企业文化、宣传口号、产品描述等构成。

主体区域主要是各栏目具体信息。底部通常是版权信息、友情链接、企业联系方式、说明信息等。

二级页面为了保持整个网站的风格,往往只在主体区域部分保持不同。当然也有一些例外,如服装、汽车等制造业企业网站则更注重网站的展示功能,以大量修饰动画、图片素材修饰为主。

3. 任务分析

(1) WWW

WWW 是 World Wide Web 的缩写,也可以简称为 Web,中文名字为“万维网”,是 Internet 众多服务应用中最普及、功能最丰富、最常见的一个。平时上网浏览的网页正是“万维网”页面,因此网页设计与制作也可称为 Web 设计与制作。

WWW 是由遍布在 Internet 上许多互相链接的超文本文档组成的系统,它将不同信息资源以网页的形式,由统一资源定位符(Uniform / Universal Resource Locator, URL)标识。通过超链接(Hyperlink)的单击和超文本传输协议(HyperText Transfer Protocol, HTTP)有机地联系在一起,由 Web 浏览器软件进行浏览。

WWW 的核心是由以下三个标准构成的:

① 统一资源定位符(URL),这是一个世界通用的负责给万维网上的资源(如网页)定位的系统。

② 超文本传输协议(HTTP),负责规定浏览器和服务器互相交流的方式。

③ 超文本标记语言(HTML),作用是定义超文本文档的结构和格式。

WWW 的工作原理如下:

当想访问万维网上的某一个网页或者其他网络资源时,首先需要在浏览器上输入想访问网页的 URL 或者通过超链接方式链接到该网页或该网络资源。然后根据输入的 URL 服务器名部分,被分布于全球的因特网数据库的域名系统解析,并根据解析结果决定具体访问哪一个 IP 地址(IP address)。根据确定的 IP 地址向在该 IP 地址所在的服务器发送一个 HTTP 请求,最后该网页将被发送给用户。浏览器能将发送过来的该页面数据“翻译”成平时所看到的“网页”。



(2) 网页和网站

网页是构成网站的基本元素，是承载各种网站应用的平台。网站就是由一系列围绕同一主题统一风格的网页组成的。网站具体的内容就是网页，访问网站就是通过网页浏览器来获取该网站的资源信息或网络服务。

主页又称为“Home Page”，它也是一个网页，但是一个特殊的网页。一般每一个网站必须有且只有一个主页，该主页与该网站的 URL 绑定，当在浏览器中输入一个网站 URL 时，在浏览器上显示的正是该网站的主页。主页相当于网站的正门。当然，访问一个网站不一定通过主页进入，但是想要规范系统地了解一个屋子，还是需要通过正门进入。主页作为网站的正门，也是一个标志，体现了整个网站的制作风格和主题，主页上通常还会包含整个网站的导航目录。

网站中的网页一般包括静态网页和动态网页两种形式。

静态网页是指不和后台数据库交互的网页，是显示 HTML 格式的网页，内容相对固定，当需要改变其信息内容时，必须重新使用网页制作工具来对其进行修改，修改后的网页还要重新上传到服务器上覆盖原来的页面。静态网页文件一般以 .htm、.html、.shtml、.xml 为扩展名。在静态网页上，可以出现各种动态的效果，如 GIF 动画、Flash、滚动字幕等，这些动态效果并不会改变页面本身的内容。

动态网页通常由数据库交互和相应的应用程序构成，采用动态网站技术生成。动态网页文件一般以 .asp、.aspx、.jsp、.php 等为扩展名，并且在动态网页网址中有一个标志性的符号——“?”，如“http://www.zmi.cn/news_info.asp?id=348”就是一个典型的动态网页 URL 形式。

(3) 构成网页的基本元素

网页是网站的基本元素，而网页本身也是由一些基本元素构成的。做好网站的规划和设计，其实就是对各个网页的基本元素进行规划和设计。一般构成网页的基本元素包括 Logo、Banner、导航条、文字、图像、多媒体、动态特效、表格、框架、超链接、表单等。

① Logo。Logo 即网站的标志，也是一个网站的象征之一。网站标志一般放在网页的左上角，应体现该网站的特色、内容，以及其内在的文化内涵和理念。通常企业网站的 Logo 也就是该企业的 Logo。除了具有代表性的人物、动物、物品等，如工行的标志、搜狐的狐狸外，最常用和最简单的方式是用网站或者企业的中英文名称，采用不同的字体，字母的变形和组合来制作标志。

② Banner。Banner 即网站横幅，是一种常见的网络广告和企业宣传形式。一般放在网页顶部最显著的位置，使访问者注意，常用动画的形式表现。

③ 导航条。导航条是网站设计中的一个重要内容，为访问者提供方便地访问到所需内容的途径，利用导航条可以快速找到想要浏览的页面。同时，导航条能清晰展示整个网站的层次结构。一般来说，导航条在一个网站中各个页面出现的位置是比较固定的，而且风格也是一致的。在网站中，导航条通常可分为图像导航条和文字导航条，也可分为横向导航条和纵向导航条。

④ 文字。网页最基本的元素就是网页的内容。一般企业网站的网页中，文字始终是表达信息的主体。需要注意的是，页面中文字大小、字体、颜色对比的组合，背景颜色的衬托，以及与图像等网页元素之间的排版。

⑤ 图像。图像在网页中主要起着表达信息、展示形象、衬托主题和体现风格的作用。在



网页中可以使用多种格式的图像文件,其中使用最广泛的是 JPEG 和 GIF 两种格式的图像。图像还能作为背景、按钮、导航条、标题等。需要注意的是,页面中的图像和网站主题的关系,以及和页面内容的关系。

⑥ 多媒体。多媒体元素主要包含动画、声音、视频等,主要起着美化页面,使网页效果更为丰富的作用。和图像一样,多媒体元素也需要注意和网站主题的关系,以及和页面内容的关系。此外,还需要注意的是多媒体的格式,多媒体的格式非常多,尽可能采用主流格式,在常见的网页浏览器中能够显示,而不需要再去下载解码器。动画主要使用 GIF 动画格式和更为丰富的 Flash 动画,格式为 .swf。声音常见格式为 .mp3、.wma、.rm、.midi、.wav 等,视频常见格式为 .avi、.mpeg、.mp4、.rm 等及流媒体技术。

⑦ 动态特效。为了使网页效果更加丰富,增加与访问者的互动,在网页中也越来越多地使用各种动态特效,如飘浮广告、广告图片自动轮换、图像淡出等。动态特效主要依靠一些控件和脚本语言(如 JavaScript、VBScript)的内容。

⑧ 表格。表格是网页中最常见的页面布局元素,控制着其他页面元素的位置及页面的显示效果。表格由单元格组成,表格布局完成后,各元素分别填充到表格的单元格中。

⑨ 框架。框架也是网页中比较常见的页面布局元素,作用就是把网页在一个浏览器窗口下分割成几个不同的区域,从而实现在一个浏览器窗口中显示多个页面。使用框架布局可以使网站的结构更加清晰,而且各个框架之间不存在干扰问题。

⑩ 超链接。超链接可以链接不同网页或站点,各个网页链接在一起后,才能构成一个网站。超链接实质是指从一个网页指向一个目标的连接关系,这个目标可以是另一个网页,也可以是相同网页上的不同位置,还可以是图像、电子邮件地址、文件,甚至是一个应用程序。而在网页中用于超链接的对象,通常是一段文字或一个图像文件。

⑪ 表单。表单是一种特殊的网页元素,通常用于收集信息或实现一些交互式的效果。表单的主要功能是接收用户在浏览器端的输入信息,然后将这些信息发送到服务器端,由服务器进行处理。常见于网页登录、注册、搜索部分。

(4) 网页设计与制作工具

现在进行网页设计与制作,往往通过辅助软件来完成。教程中所用的辅助软件主要是:网页编辑工具——Dreamweaver,图像处理工具——Photoshop,动画制作工具——Flash。

4. 任务拓展

(1) 网站设计与制作的三个阶段

第一阶段,网站规划。主要包含确定网站主题、搜集网站材料和规划网站架构。

第二阶段,网站制作。主要包含网站制作过程、测试评估及将网站正式上传。

第三阶段,后期维护。主要包含网站的推广和营销,以及对网站的维护和内容的更新。

(2) 贸易公司网站的分析

对“浙江物产国际贸易有限公司”的网站进行分析,网址为“http://www.zmi.cn”,其主页效果如图 1-8 所示,同时分别指出所用的网页基本元素。



图 1-8 浙江物产国际贸易有限公司网站主页

任务 2 赏析服务业类企业网站

1. 任务引导

本任务目标是通过浏览“外婆家”、“杭州大厦”、“恒生电子”等服务业类企业的电子商务网站，来分析其页面布局、导航条目设计、色彩搭配等，以便为同类型企业规划和设计网站。

2. 任务实施

(1) 分析“外婆家”网站

“外婆家”是浙江杭州一家知名中式餐饮连锁企业，网址为“<http://www.waipojia.com.cn>”，其网站主页效果如图 1-9 所示。



图 1-9 外婆家网站主页