

我要成为

网络赢家

How the

Web Was Won

Conquering the Digital Frontier

征服数字天地的方法

由 Microsoft Site
Builder Network 成员著作

(美) 瑟雷丝·维布莱 编著
汤尼·雷恩格

邢昊 译



机械工业出版社
China Machine Press

Microsoft Press

How the **Web** Was Won

Conquering the Digital Frontier

我要成为

网络赢家

征服数字天地的方法

(美) 瑟蕾丝·维布莱 编著
汤尼·雷恩格
邢宾 译



机械工业出版社
China Machine Press

How The Web Was Won: Conquering The Digital Frontier

Copyright © 1998 by Microsoft Press.

All rights reserved. No part of the content of this book may be reproduced or transmitted in any form or by any means without the written permission of the publisher. Authorized edition for sale in the P. R. China only.

本书中文简体字版由微软出版社授权机械工业出版社在中华人民共和国境内独家出版发行, 未经出版者书面许可, 不得以任何方式抄袭、复制或节录本书中的任何部分。

版权所有, 侵权必究。

本书版权登记号: 图字: 01-2000-3150

图书在版编目(CIP)数据

网络赢家: 征服数字天地的方法/(美)维布莱(Vablais, C.), (美)雷恩格(Leininger, T.)编著; 邢宾译. - 北京: 机械工业出版社, 2000.11
ISBN 7-111-08353-9

I. 网... II. ①维...②雷...③邢... III. 计算机网络 - 基本知识 IV. TP393

中国版本图书馆CIP数据核字(2000)第52901号

机械工业出版社(北京市西城区百万庄大街22号 邮政编码 100037)

责任编辑: 张渝涓、邓怀颖 版式设计: 张春婷

北京市密云县印刷厂印刷·新华书店北京发行所发行

2000年12月第1版第1次印刷

850mm × 1168mm 1/32 · 10.875印张

定价: 22.00元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社发行部调换

151x 25



译者序

1999年,《时代》周刊的年度风云人物,不是叱咤世界政坛的政治要人,而是杰夫·贝佐斯。也许很多人不清楚他的来历,但是一定听过、造访过他所建立的Amazon.com。亚马逊网络书店是全球最大的网络商店。许多人说,电子商务会改变人们的购买习惯。而亚马逊书店的执行官贝佐斯,成功地建立了电子商务的模式,产生相当大的影响,所以当选了年度风云人物。为什么电子商务这样重要呢?因为网络人口急速增加吧!昔日自称电脑白痴的人,为了上网络,现在每天都接触电脑。你不需具备任何艰涩的专业知识,就可以利用网络看新闻,和别人联系,或是买东西。于是,网络具备了报纸、电话、商店等功能,变成日常生活中不可或缺的一部分,网络人口不断增加,隐藏了巨大商机。所以,很多



人都想在互联网的世界里大赚一笔。不过，想用互联网赚钱的人，为了避免挖不到金矿甚至赔钱的惨剧，先看看专家们怎样说的吧！这本书会告诉你该怎么建立成功的商业网站。别担心自己没有专业知识，这些好心的专家，会告诉你哪些是你该做，而且可以做的事。没兴趣架构商业网站的人，应该很好奇，为什么网站让你免费寄很多漂亮的电子贺卡，或是让你心甘情愿地刷卡买东西？那么这本书里，善良的作者又用简单、诙谐的文字，满足你的好奇心。

邢宾



谢辞

本书不仅是几个月辛勤工作的成果，更代表了经过数年来摸索试探，及才到Microsoft Site Builder Network任职的经历。我要感谢的人很多，他们帮助我在这条路上走得更平顺。我要感谢父亲，不断鼓励我尝试新的事物。没有他的支持，我现在大概还在爱尔兰的某座山里，写一堆烂诗。我也感谢威廉，他告诉我只要下定决心，就可以达成任何愿望。还要感谢艾瑞克，给了我微软工作的机会。还有雷夫，提醒我每一分钟的可贵。此外，更要感谢我的姐妹们：黛比、凯西、米琪，还有珍妮佛，在我生命起起伏伏的历程中，谢谢你们永远的支持。

瑟蕾丝·维布莱

写任何一本书都无法仅靠一人的努力,《网络赢家》也不例外。我要感谢Site Builder Network的领导小组:苏·波恩、艾瑞克·爱文、塔维斯·贺兰;还有这本书的计划管理者:米琪·波曼和瑟蕾丝·维布莱。他们信任我,给了我写这本书的机会。米契·维特也帮了我很大忙,包括安排与作者的会面,协商讨论时录音、记录。很感谢卡罗·布朗,在计划的最后阶段加入,协助文字定稿。最后,我奉上最诚挚感谢给查尔斯·丹恩·欧瑞尔。他年复一年支持我、陪伴我,尤其是在我写这本书的期间。

汤尼·雷恩格



导言

小时候曾经收到一个玩具电视电话(Videotelephone)的圣诞礼物，那时，我们都还在用转盘拨号的电话，电视电话是科幻小说才有的东西。现在，才过了30年，电视电话似乎已稀松平常了。现在，你可以随时打开电脑，找一个聊天室，和世界各地的任何人聊天。互联网让世界变小了，我们随时可以取得信息、拟定旅行计划、买东西，而且只需花一点点时间就行了。市面上已经有很多书籍讨论互联网的诞生、成长及设备。而现在我们要写的，则是网络如何改变了这个社会与世界。

这本书，是探讨网络现象的著作之一。本书的每位作者都服务于全球领先的网络公司。我们是从Microsoft Site Builder Network的3级会员中，挑选出这些独树一帜的公司。

如同其他网络上的专业人才一样，这几篇文章的作者，在进入网络世界之前，都有不同的专长与背景。他们的共同点至少有两个：第一是为所服务的公司开辟了网络营销市场；第二是他们能让网络成为一个既刺激又丰富的世界。

Site Builder Network

Site Builder Network ([http:// www.microsoft.com/sitebuilder](http://www.microsoft.com/sitebuilder))(现已并入MSDN网站[http:// MSDN.microsoft.com/](http://MSDN.microsoft.com/)——译者注)建立于1996年7月，负责推广微软的网络技术，包括Internet Explorer浏览器，并建立网络开发者社区。这项计划把会员分成几个层次，任何人只要注册，就可以成为0级的成员或是访问会员。而要成为1级与2级的成员，则需具备某些技术能力。这3个层次的会员，包括了专业的网络开发人员，以及对网络有兴趣的玩家。至于3级，则是专门替人设计网站的机构，或是咨询公司。无论是哪一个层级，Site Builder Network(SBN)都会提供给会员许多优惠，例如软件产品的折扣、测试版的软件以及免费下载资源。至于3级的会员，SBN则提供共同营销(Co-marketing)的机会，例如在SBN网站上发表案例研究，或是参加全国性广告竞赛的机会。举例来说，我们3级的会员Giant Step，曾经帮贺曼公司(Hallmark)设计广告，此广告还获得第13届《商业周刊》年度最佳公司广告奖。SBN也帮会员评估策略，并举办全国性的会议，以讨论网络科技，以及该如何利用微软的网络技术制作最美丽、



最吸引人的网站。

The Site Builder Network是网络专业人员最大的在线资源，也是最大的会员计划。SBN目前拥有超过250个3级公司会员，成员更超过735 000名。SBN对自己的成就骄傲的同时，也感谢全球的会员不断地给予支持及反馈。1998年初，SBN宣布所有3级的成员都有资格成为Microsoft Solution Provider计划的一员，成为微软的合作伙伴。

1997年底，SBN肯定了网络伙伴的成长，并认为应该与大家分享这些顶尖公司的奋斗过程与成功的故事。艾瑞克·威茵(Eric Weing)是Site Builder Network的建立者之一，他问我是否有兴趣编一本书，内容是为分属不同领域的3级公司所撰写的，一听到这个消息，我立刻就答应了，毕竟我的英文/哲学的学位终于发挥作用了，这就是你手中这本书的诞生缘起。

我不断想找一个好的辞句来形容网络，我想到“山不转路转，路不转人转”是最适合不过了。SBN 3级的网络专家，的确都是数字领域的先锋，他们不断与带宽、HTML的局限性、色素与屏幕分辨率及如何经营网站等层出不穷的问题奋斗。SBN知道，这些问题都可以由早期网络先锋告诉你答案。所以，我就招兵买马，着手编辑这本书了。

说服不同的作者都答应写这本书，花了大约两个月的时间，还不包括处理一堆法律合同等问题所耗去的时间。为了要符合本书的书名，我和汤尼·雷恩格(Tony Leninger)，在欢迎茶会上给了每人一份见面礼以象征所需的勇气：一匹小



小的塑胶马、警长徽章、花花的大方巾、还有塑胶牛仔及美国印第安人。当然，还有历险过程都少不了的牛肉干(当然是墨西哥辣椒口味的啰！)。

我们在1997年底举行第一次的会议。我们本来担心，作者会不愿意公开分享经验，因为这次的与会者，平时彼此都是竞争者。事实证明我们多虑了，大家都愿意公开自己的想法，并为这个令人兴奋的计划合作。然而，大家也觉得有很多工作要做。的确，我们已离截稿日不远了！1998年初，我们又再次一起开会，你可以在本书第9章看到我们开会的结果。汤尼和我都想知道作者们对网络的未来有何看法，以及未来数字领域有何挑战。我们并没有失望。这一次的讨论非常热烈，也有不少令人振奋的新点子。会后我们也有了造访西雅图的夜总会的机会，不过在这本书里你是看不到这部分故事的。

我们希望通过这本著作，你可以知道应该如何利用这了不起的媒介，帮助你生意兴隆。

这本书值得读吗？

我们讨论的另一个问题，就是谁会是这本书的读者。这个问题困扰我们好一阵子，应该要让网络专业人员读这本书呢，还是企业决策人，或是两者兼而有之呢？最后，我们决定两者兼顾，不过读者得自己决定要读哪个部分。所以，如果你是网络开发人员，或是网络迷，那么就从第1章开始读，



从头到尾都读吧!或许你会哈哈大笑地说:“我也有同感!”我们的作者在分享他们的成果之时,也会告诉你他们的辛酸血泪史。如果你是很忙的公司主管,有开不完的会、赶不完的飞机、打不完的高尔夫球,实在没什么空闲时间的话,那么就看看以下的各章概述,选择你所需要的章节吧!等你退休,到法国南部度假时,我还是建议你整本书从头到尾好好读一读。

各章概述

第1章是由Think公司的罗恩·布鲁(Ron Bloom)所写的。他会带你进入网络的美妙世界。你可以看到网络早期的情形,还有网络如何吸引了许多开路先锋,像罗恩,以及许多梦想家、流浪者、冒险家等进入这网际空间里面。

第2章是由Red Sky Interactive公司的约翰·金(John Kim)执笔,将讨论早期以及当今的网络发展,有哪些技术受到挑战。如果你很好奇,为什么同一网页的色彩在不同电脑上会有不同的状况,那么这一章将会告诉你在线世界的神奇故事。

第3章的作者是Media Revolution公司的杰西·爱伯特(Jesse Albert)。他告诉我们如何在网站上制造动态的东西。他会告诉你动态内容的好处并提供例子,读者将知晓Media Revolution如何应用科技出奇制胜。

第4章则是隶属Bowne公司的Sitewerks成员,提胥·希



尔(Tish Hill)告诉你现今各种数字科技, 以及如何帮助公司寻找适当的数字科技合作伙伴。

第5章的作者是fine.com公司的丹恩·范(Dan Fine)。他将告诉你在网络上, 公司如何以顾客为中心, 以及如何利用数据库的技术与客户建立良好的关系。

第6章作者是布莱恩·麦格米克(Bryan McCormick), 他是Broadway Interactive公司的创办人之一。他反省了多媒体科技的过去, 人们对多媒体的期望, 以及为什么无法达到理想境界的原因。

第7章由任职于Giant Step公司的亚当·贺内刚(Adam Heneghan)执笔。他告诉读者成功网站的细节及要素, 还有Giant Step如何为3家客户建立网站: 联合航空、奥斯摩比汽车公司, 及贺曼公司。这3家公司不仅十分成功, 也代表了不同模式的商业网站: 服务、销售、内容。

第8章, 汤尼·雷恩格(Tony Leiniger)记录了作者对于现今网络开发者必须面对的议题所做的讨论。这一章也记录了作者们对可能影响网络未来的议题有哪些想法。对每一位想把公司带进网络世界的人们来说, 这些评论都是相当珍贵的意见。这里所探索的议题, 无论对网络开发者, 或是对公司的主管阶层来说, 都是不可忽略的。

准备好了, 出发啰!

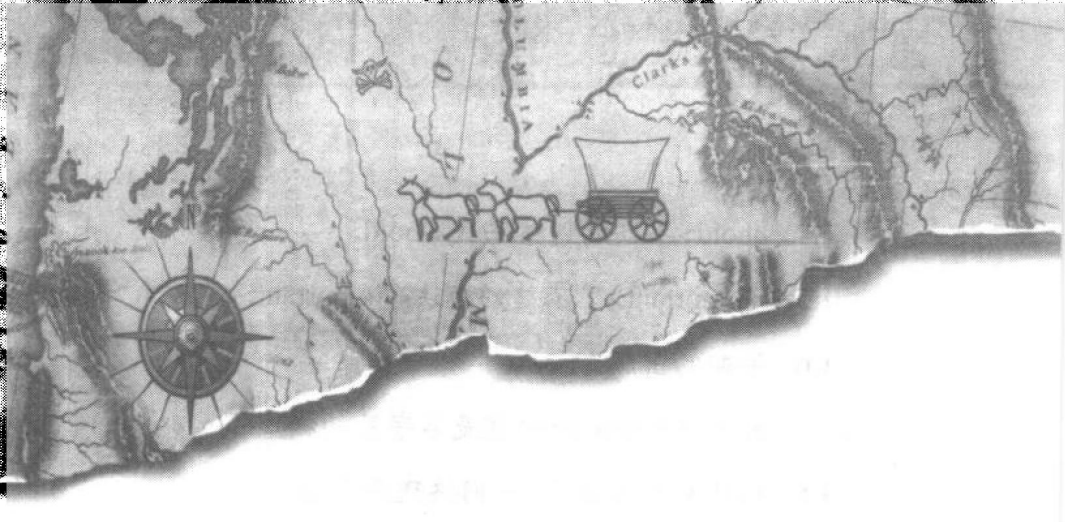
你已经知道本书的背景了。很高兴能在本书的编写过程



认识到各位作者，我很崇拜他们的天份。他们都是各公司的开国元老，并且都有难得的雄心，使公司迈向成功。他们的确都是网络先锋，并造成网络今天的规模。如果你看完这本书之后，还想知道更多的话，请到我们的网站参观 (<http://www.microsoft.com/sitebuilder>)。如果你准备好要建立网站了，可以读由玛丽·哈格德(Mary Haggard)所写的《网站开发的求生指南》(Survival Guide to Web Development)一书。此书是在有关网站架设方面非常实用的书。我说的已经够多了，现在，你可以准备一大杯果汁，坐下来好好享受这本书。

瑟蕾丝·维布莱





目录

译者序

谢辞

导言

第1章 出发喽!	3
1.1 <crash></crash>	4
1.2 <bold>网络这个新天地</bold>	6
1.3 <bold>开路先锋</bold>	7

1.4	早期的网络居民	8
1.5	了不起的想法	9
1.6	早期的出版者	11
1.7	我要我的mtv.com(都是名字惹的祸)	14
1.8	网络到好莱坞了——网络现场广播 的诞生	15
1.9	钱! 钱! 钱! 给我钱!	16
1.10	WWW的热潮	19
1.11	战火蔓延到浏览器上了	20
1.12	网络就是这样长大的	21
 第2章 建立坚固的网站		25
2.1	记住	27
2.1.1	诚实地面对科技的局限性	28
2.1.2	做有利的取舍	29
2.1.3	术业有专攻	30
2.2	建立可靠的网站	32
2.2.1	可靠性的相关问题	33



2.2.2 如何让网站可靠	34
2.2.3 如何开发可靠的系统	35
2.3 建立可调整的网站	36
2.3.1 调整性的相关问题	37
2.3.2 如何开发系统的调整性	38
2.4 建立安全的网站	41
2.4.1 浏览安全	41
2.4.2 系统安全	42
2.4.3 如何建立安全的网站	43
2.5 相容性：为相同规格而设计	44
2.5.1 相容性的相关议题	44
2.5.2 如何确保相容性	45
 第3章 动画	 49
3.1 篷车队建立啰！	51
3.2 无将不成军	53
3.3 不能以技术不良当借口—— 如果行不通，那就别做了！	57

