

开发专家
EXPERT



网站建设

案例精粹

- * 实时新闻发布网站
- * 休闲娱乐网站
- * 企业门户网站
- * 网上书屋——B to C电子商务网站
- * 企业电子交易与物流网站——B to B电子商务网站
- * 音像网——典型电子商务网站
- * 商人网——电子商务综合网站

罗国庆 陈良萍 等编著
飞思科技产品研发中心 监制



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>

随书光盘内容为
书中范例源文件



开发专家

网站建设案例精粹

罗国庆 陈良萍 等编著
飞思科技产品研发中心 监制

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内 容 简 介

本书精选了各种典型的网站案例,包括实时新闻发布网站、休闲娱乐网站、企业门户网站、网上书屋——B to C 电子商务网站、企业电子交易与物流网站——B to B 电子商务网站、音像网——典型电子商务网站、商人网——电子商务综合网站,详细介绍了这些典型网站的系统设计及其编程实现方法。

本书的所有实例都基于 Window Server 2003 的 IIS 6.0 服务器,前台使用 ASP.NET 编程,后台使用 SQL Server 2000 数据库或 Access 数据库。随书光盘内容为书中范例源代码。

本书适合于初中级网站开发与设计维护等工程技术人员,以及广大网站开发爱好者。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书的部分或全部内容。

版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

网站建设案例精粹 / 罗国庆, 陈良萍等编著. —北京: 电子工业出版社, 2004.12

(开发专家)

ISBN 7-121-00537-9

I. 网... II. ①罗...②陈... III. 网站—开发—案例 IV. TP393.092

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 112918 号

责任编辑: 赵红梅

印 刷: 北京智力达印刷有限公司

出版发行: 电子工业出版社

北京海淀区万寿路 173 信箱 邮编: 100036

经 销: 各地新华书店

开 本: 787×1092 1/16 印张: 24.75 字数: 633.6 千字

印 次: 2004 年 12 月第 1 次印刷

印 数: 6 000 册 定价: 38.00 元(含光盘 1 张)

凡购买电子工业出版社的图书,如有缺损问题,请向购买书店调换。若书店售缺,请与本社发行部联系,联系电话: 010-68279077。质量投诉请发邮件至 zllts@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

前 言

随着 Internet 在全世界范围内的迅猛发展，上网的用户和企业数量也不断增多。互联网作为信息双向交流和通信的工具，已经成为商家青睐的传播媒介，被称之为继广播、报纸、杂志、电视后的第五种媒体——数字媒体。相对于其他几种媒体，网络宣传的费用是低廉的，而回报却丝毫不逊色，它能帮助用户把握广阔的国际发展空间和众多潜在的商业伙伴，是 24 小时的广告窗口，让企业有无限的发展和生机！越来越多的公司、企业、单位都已建立起自己的网络站点，并以此为窗口向全国、全世界介绍自己，达到自我宣传的目的。

但目前大多数企业网站和一些小型的商业网站及大量的个人网站都还是静态的，没有实现交互性。例如，没有和客户交流的论坛，没有让客户发表意见的留言板，没有用于市场调查的投票（调查）功能。又如，网站上的文章做成网页的形式，每次都需要编程人员制作网页，普通编辑人员无法完成，也不能修改和查询。正是基于这样的理由，我们推出了本书，通过本书的帮助，使网站建设上一个台阶。

本书重点不是讲述一般书籍所涉及到的 ASP.NET+SQL Server 2000（或 Access）+ IIS 6.0 的使用问题，也不是讲述 ASP.NET 和 SQL Server 2000 的语法与编程技术，而是着重把笔墨放在各种类型网站的规划、系统设计、编程实施，以及一些常用功能，如在线论坛、留言簿、新闻更新系统的实现方法等方面。针对各种不同类型网站的特点，本书对这些热门网站的设计规划进行了详细讲解，对这些网站的需求分析、结构设计、系统设计，以及开发背景、各个功能模块和子系统的实现、页面的设计等都进行了详细的描述。

由于编程实现技术的多样性，达到同一个目的可以通过不同的方式实现，且各有所长，为了避免单一性，笔者在写作过程中充分考虑到了这一点，力求使用不同的风格和不同的实现方法来编写程序，以便使读者尽可能多地掌握一些技术。由于网站建设自身的特点，注定了不可能像介绍其他技术那样只介绍一些纯理论的东西，而必须使理论与实践相结合。

本书在讲解网站建设的过程中，也涉及到了很多与此有关的其他技术，例如，VB.NET、ADO.NET、C#、网络安全、电子商务等，当然也包括基本的 HTML 语言。本书所涉及到的这些技术浅显易懂，读者在学习网站建设的过程中，也能够对这些网络技术有更深入的了解。

全书共分 8 章。

第 1 章是网站建设的基础知识，包括企业建设网站的一般步骤、网站流行内容介绍、开发环境的配置、用 ASP.NET 进行网站建设的编程基础知识，最后介绍了网站系统的安全性。

第 2 章介绍了实时新闻发布网站的建设，包括网站的系统设计、数据库的设计与配置，最后一节详细介绍了本网站的编程实现方法。

第 3 章详细介绍了休闲娱乐网站的建设，包括网站的风格和设计、网站的栏目与页面设计、网站的系统设计，最后一节重点叙述了留言簿的实现。

第4章介绍了企业门户网站的建设和建设的需求分析、网站建设方法、网站的目录结构和链接结构、网站页面的设计、在线论坛的实现,以及网站验收与推广方法。

第5章介绍网上书屋——B to C 电子商务网站的建设,介绍了电子商务网站、网上书屋系统的结构与系统设计、网上书屋的运行环境和后台数据库、首页的版面布局,最后重点介绍了本网站的各功能模块的编程实现。

第6章详述了企业电子交易与物流网——B to B 电子商务网站的建设,首先介绍网络经济、物流系统及本系统的发布与使用方法,接着介绍网站设计与管理,最后给出本网站各个子系统的设计与实现的方法。

第7章介绍了音像网——典型电子商务网站的建设,包括系统的功能规划、音像网的系统设计,最后重点介绍音像网的在线商城系统的编程实现。

第8章介绍了商人网——电子商务综合网站的建设,包括系统运行环境的设置、商人网的数据库、商人网的首页、最新信息公布系统的实现、商家登录与商家管理系统的实现、个人会员登录与管理系统的实现、个人会员购物系统的实现,以及商家搜索系统的实现等。

本书由飞思科技产品研发中心策划并组织编写,由罗国庆、陈良萍主笔,同时参加本书编写工作的还有郑远标、罗国安、廖克芬、范尚伦、王来运、黄伟东、程相平、阎桂霞、陈莅、师广利、黎建党、林继良、秦恩亮、张淑兰、雷震兵、石克莹、徐晓东等,在此对他们所做的工作表示感谢。

鉴于写作水平有限,书中错漏之处在所难免,请各界同仁不吝赐教。

我们的联系方式如下:

咨询电话:(010) 68134545 68131648

答疑邮件: support@fecit.com.cn

服务网址: <http://www.fecit.com.cn> <http://www.fecit.net>

通用网址: 计算机图书、FECIT、飞思教育、飞思科技、飞思

飞思科技产品研发中心

目 录

第1章 网站建设基础	1
1.1 企业建设网站的一般步骤	1
1.1.1 网站设计	1
1.1.2 申请注册域名	1
1.1.3 租赁服务器硬盘空间 (虚拟主机)	2
1.1.4 设计制作网页、上传	2
1.1.5 网站优化	2
1.1.6 网站推广	2
1.2 网站流行内容简介	12
1.3 开发环境的配置	14
1.3.1 后台服务器的配置	14
1.3.2 Visual Studio .NET 集成开发平台简介	15
1.3.3 Visual Studio .NET (.NET Framework) 的 安装	17
1.4 用 ASP.NET 进行 网站建设的基础知识	20
1.4.1 应用程序	20
1.4.2 配置 Web.config	23
1.4.3 编写 global.asax	26
1.4.4 Application 和 Session	26
1.4.5 安全访问控制	30
1.4.6 ASP.NET 通过 ADO.NET 访问数据库	34
1.4.7 代码绑定技术	35
1.5 网站系统的安全性	38
1.5.1 Web 网站安全性	38
1.5.2 网络安全技术的内容 和研究对象	38
1.5.3 网络安全技术的类型	39
1.5.4 防火墙技术	41
1.5.5 Web 网站安全性 建设基本原则	43
第2章 实时新闻发布网站的建设	45
2.1 网站的系统设计	45
2.1.1 本系统的使用方法	45
2.1.2 系统的结构模式	45
2.1.3 功能目标设计和页面	49
2.2 数据库设计与配置	50
2.2.1 数据库的需求分析	50
2.2.2 数据库的结构创建	50
2.2.3 后台数据库配置	51
2.2.4 后台 web.config 文件配置	51
2.3 网站的编程实现	54
2.3.1 网站的首页	54
2.3.2 查看新闻页面	59
2.3.4 新闻管理登录	63
2.3.5 添加新闻页面	67
2.3.6 删除新闻页面	73
2.3.7 修改新闻页面	74
2.3.8 查找新闻页面	79
第3章 休闲娱乐网站的建设	81
3.1 网站的风格和设计	81
3.1.1 网站的风格	81
3.1.2 网站的创意	83
3.2 网站的栏目与页面设计	84
3.2.1 栏目设计	84
3.2.2 栏目划分与页面设计	86
3.3 网站的系统设计	91
3.3.1 系统结构模式的选择	91
3.3.2 开发工具的选择 (前台)	92

3.3.3	数据库的实现及其与网站的连接(后台)	93
3.4	留言簿的编程实现	93
3.4.1	留言簿设计	93
3.4.2	留言簿的数据库设计	94
3.4.3	留言簿后台的数据库和文件配置	96
3.4.4	留言簿的前台页面	97
第4章	企业门户网站建设	121
4.1	网站建设需求分析	121
4.1.1	网站建设的总体目标	121
4.1.2	公司网站的总体功能	122
4.2	本网站的建设方法	122
4.2.1	公司网站建设解决方案	122
4.2.2	软件系统	124
4.2.3	网站页面系统	127
4.2.4	公司网站的实施	128
4.3	网站的目录结构和链接结构	131
4.3.1	网站的目录结构	131
4.3.2	网站的链接结构	133
4.4	网站页面的设计	135
4.4.1	公司网页的设计及制作方法	135
4.4.2	首页的设计	138
4.4.3	子页面的设计	140
4.5	在线论坛的实现	142
4.5.1	论坛的系统设计	142
4.5.2	论坛的数据库设计	143
4.5.3	BBS论坛子系统后台的数据库和文件配置	143
4.5.4	在线论坛的前台页面	144
4.6	网站验收与推广	162
4.6.1	网站验收	162
4.6.2	后期维护	162
4.6.3	市场推广	162

第5章	网上书屋——B to C 电子商务网站的建设	165
5.1	电子商务网站	165
5.1.1	电子商务介绍	165
5.1.2	电子商务网站	168
5.1.3	网上商品销售	169
5.1.4	在线拍卖	170
5.2	网上书屋的结构与系统设计	171
5.2.1	电子商务的基础结构框架	171
5.2.2	网上书屋的基础结构	172
5.2.3	网上售书子系统	174
5.2.4	在线拍卖子系统	175
5.2.5	安全子系统	176
5.2.6	支付子系统	181
5.3	网上书屋的运行环境和后台数据库	188
5.3.1	运行环境设置	188
5.3.2	网上书屋的数据库	190
5.3.3	网上书屋的后台数据库服务器及其配置	192
5.4	首页的版面布局	194
5.4.1	版面布局的步骤	194
5.4.2	布局过程应遵循的原则	195
5.4.3	常用的版面布局形式	196
5.4.4	页面示例	197
5.4.5	源代码分析	197
5.5	功能模块的实现	212
5.5.1	用户注册	212
5.5.2	查看书籍	213
5.5.3	发表评论	213
5.5.4	订购书籍	215
5.5.5	查看订单	219
5.5.6	查看记录	222
5.5.7	分类浏览书籍	224

5.5.8	查找书籍	225	7.3	在线商场系统	309
5.5.9	缺书登记	234	7.3.1	基于 Web 的网络 系统结构	309
第 6 章	企业电子交易与物流网——B to B 电子商务网站的建设	237	7.3.2	B to C 网络商场实施	310
6.1	概述	237	7.3.3	网站主页设计	313
6.1.1	网络经济 与电子商务	237	第 8 章	商人网——电子商务综合 网站的建设	335
6.1.2	物流系统	239	8.1	运行环境设置	335
6.1.3	本系统的发布 与使用	245	8.2	商人网的数据库	338
6.2	网站设计与管理	247	8.2.1	网络数据库方案	338
6.2.1	网站主页设计	247	8.2.2	后台服务器数据库	341
6.2.2	系统管理	256	8.2.3	数据库的需求分析	343
6.3	网站的系统设计	258	8.2.4	数据库的结构	344
6.3.1	网站的系统构造	259	8.2.5	对后台数据库的 操作	345
6.3.2	呼叫中心	262	8.2.6	后台 web.config 文件配置	350
6.3.3	计费系统	269	8.3	商人网的首页	352
6.3.4	网络安全	278	8.3.1	页面示例	352
第 7 章	音像网——典型电子商务 网站的建设	289	8.3.2	源代码分析	352
7.1	概述	289	8.4	最新信息公布系统	365
7.1.1	系统功能规划	289	8.4.1	页面示例	365
7.1.2	设计内容	290	8.4.2	源代码分析	366
7.2	音像网系统设计	292	8.5	商家登录与商家管理系统	371
7.2.1	音像网站电子商务 系统规划	292	8.5.1	页面示例	371
7.2.2	网络电子商务 系统结构	293	8.5.2	源代码分析	372
7.2.3	电子商务流程	299	8.6	个人会员登录与管理系统	376
7.2.4	网站信息发布	304	8.7	个人会员购物系统	377
7.2.5	全球信息采集 发布功能	305	8.8	商家搜索系统	380
			8.8.1	页面示例	380
			8.8.2	源代码分析	381

第 1 章 网站建设基础

网站建设的内容非常丰富，涵盖的范围极广，既包括网页设计与制作，又包括系统网络的硬件配置；既包括前台的编程实现，又包括后台数据库的数据处理；既包括简单的小型个人网站建设，又包括大型的企业电子商务网站的建设。本章是后续章节的基础知识，包括建设网站的一般步骤、开发环境的配置、ASP.NET 编程基础等内容。读者在掌握本章内容的基础上，可以直接跳转到自己感兴趣的章节。

1.1 企业建设网站的一般步骤

网站建设的一般步骤包括：网站设计、域名注册、虚拟主机（或托管主机）、网页的设计制作与上传、网站优化和网站推广。

1.1.1 网站设计

一个成功的网站首先需要优秀的设计，然后辅之优秀的制作。设计是网站的核心和灵魂，一个相同的设计可以有多种制作表现的方式。下面是一般网站设计需要考虑的问题：定位网站主题和名称；定位网站形象；确定栏目和板块；网站的整体风格创意设计；网站的层次结构和链接结构；首页的设计；版面布局；色彩的搭配。

1.1.2 申请注册域名

申请域名之前我们需要知道以下知识。

- 域名的概念：它是企业网上的一个地址（例如：www.microsoft.com），人们通过在浏览器（上网软件）上输入域名就可进入到相应的网站，所以它又如企业的一个标志，是企业网上发展的必然选择。
- 国际域名的命名：没有具体的限制，所以任何单位都可抢注自己的公司名（英文或汉语缩写）。
- 国内域名的命名：申请域名的单位应采取单位名称的中文（汉语拼音）全称、英文全称、中文（汉语拼音）缩写、英文缩写或本单位持有的注册商标。域名长度不超过 20 个字符，必须采用字母、数字或两者的组合。国内域名单位名称只能采用全称的缩写，不能断章取义。

1.1.3 租赁服务器硬盘空间（虚拟主机）

所谓“虚拟主机”，就是企业租用 Internet 服务商的服务器硬盘空间，将企业想发布的信息、报告和公司或产品广告资料等存放上去。这改变了以前必须专门购买服务器、铺设专用数字通信线路、配备专门的技术人员等昂贵支出，而功能近乎相同。

1.1.4 设计制作网页、上传

下面就需要通过各种网页设计制作软件来编制页面了。网页设计与制作的工具软件有很多，最常用的有 FrontPage 和 Dreamweaver 等。网页制作的技术有很多，如 DHTML、Flash 等。这里就不做介绍了，读者可以参见相关书籍。

花费很多心血编制完成网站的页面后，再下一步就是将主页传送上网，即将个人主页送至 Web 服务器空间。

1.1.5 网站优化

所谓网站优化，是指迎合搜索引擎的网站排名规则进行网站的规划、网页的设计，以确保网站能在搜索引擎上获得较好的排名，让更多的潜在客户能够很快地找到，从而求得网络营销效果的最大化。

网站优化需要对网站首页下载时间、有无死链接、不同浏览器的适应性、对搜索引擎的友好程度、HTML 设计水平等技术及网上营销的多角度等进行优化。

网站优化/搜索引擎优化是影响客户网站在搜索引擎上排名的最主要的因素。由于各个搜索引擎考虑的侧重点不同，所以在不同的搜索引擎上搜索出来的结果也是不同的。可能在某个搜索引擎上排名第一的网站，在另一个上连前 50 名都进不去。

进行网站优化/搜索引擎优化的目的就是使建设的网站看起来对搜索引擎是很友好的，这样可以帮助网站在各个搜索引擎上获得比较好的排名。事实上，经过优化后所建设的网站的排名肯定能提高。

1.1.6 网站推广

1. 搜索引擎介绍

随着 Internet 的飞速发展，人们越来越依靠网络来查找他们所需要的信息。但是，由于网上的信息源多不胜数，也就是我们经常所说的“Rich Data, Poor Information”。所以如何有效地去发现我们所需要的信息，就成了一个很关键的问题。为了解决这个问题，搜索引擎就随之诞生。

现在网上的搜索引擎有很多，比较著名的有 Yahoo、InfoSeek、Google 等。国内也建立了很多的搜索引擎，比如：搜狐、新浪、百度等。

搜索引擎的基本原理是通过网络机器人定期在 Web 网页上爬行，然后发现新的网页，把它们取回来放到本地的数据库中，用户的查询请求可以通过查询本地的数据库来得到。

如 Yahoo 每天会找到大约 500 万个新的网页。

搜索引擎的实现机制一般有两种。一种是通过手工方式对网页进行索引，比如 Yahoo 的网页是通过手工分类的方式实现的，它的缺点是 Web 覆盖率比较低，同时不能保证最新的信息。查询匹配是通过用户写入的关键字和网页的描述和标题来进行匹配，而不是通过全文的匹配进行的。第二种是对网页进行自动索引，像 AltaVista 则是完全通过自动索引实现的。这种能实现自动的文档分类，实际上采用了信息提取的技术，但是在分类准确性上可能不如手工分类。

搜索引擎一般都有一个 Robot 定期地访问一些站点，来检查这些站点的变化，同时查找新的站点。一般站点有一个 robot.txt 文件，用来说明服务器不希望 Robot 访问的区域，Robot 都必须遵守这个规定。如果是自动索引的话，Robot 在得到页面以后，需要对该页面根据其内容进行索引，根据它的关键字的情况把它归到某一类中。页面的信息是通过元数据的形式保存的，典型的元数据包括标题、IP 地址、一个该页面的简要介绍、关键字或者是索引短语、文件的大小和最后的更新日期。尽管元数据有一定的标准，但是很多站点都采用自己的模板。文档提取机制和索引策略与 Web 搜索引擎的有效性有很大的关系。高级的搜索选项一般包括：布尔方法或者是短语匹配和自然语言处理。一个查询所产生的结果按照提取机制被分成不同的等级提交给用户，最相关的放在最前面。每一个提取出来的文件的元数据被显示给用户，同时包括该文档所在的 URL 地址。

另外，有一些关于某一个主题的专门的引擎，它们只对某一个主题的内容进行搜索和处理，这样信息的取全率和精度相对比较高。

还有一类搜索引擎，它本身不用 Robot 去定期地采集网页。像 SavvySearch 和 MetaCrawler 是通过向多个搜索引擎同时发出询问并将结果综合返回给用户实现搜索功能。比如 SavvySearch 能够对各个搜索引擎的功能进行分析和比较，根据不同的用户查询提交给不同的搜索引擎进行处理。当然用户自己也可以指定利用哪一个搜索引擎。

一个优秀的搜索引擎必须处理以下几个问题：网页的分类；自然语言的处理；搜索策略的调度和协作；面向特定用户的搜索。所以，很多搜索引擎不同程度地使用了一些人工智能的技术来解决这些问题。

(1) Google。

Google 成立于 1997 年，几年间迅速发展成为目前规模最大的搜索引擎，并向 Yahoo、AOL 等其他目录索引和搜索引擎提供后台网页查询服务。目前 Google 每天处理的搜索请求已达 2 亿次，而且这一数字还在不断增长。Google 数据库存有 30 亿个 Web 文件，属于全文 (Full Text) 搜索引擎。

Google 提供常规及高级搜索功能。在高级搜索中，用户可限制某一搜索必须包含或排除特定的关键词或短语。该引擎允许用户定制搜索结果页面所含信息条目数量，可从 10 到 100 条任选。它提供网站内部查询和横向相关查询，还提供特别主题搜索，如：Apple Macintosh、BSD UNIX、Linux 和大学院校搜索等。

Google 允许以多种语言进行搜索，在操作界面中提供多达 30 余种语言选择，包括英语等主要欧洲国家语言 (含 13 种东欧语言)、日语、中文简/繁体、朝鲜语等。同时还可以在多达 40 多个国别专属引擎中进行选择。

它的搜索规则是，以关键词搜索时，返回结果中包含全部及部分关键词；进行短语搜

索时默认以精确匹配方式进行；不支持单词多形态（Word Stemming）和断词（Word Truncation）查询；字母无大小写之分，默认全部为小写。

搜索结果显示网页标题、链接（URL）及网页字节数，匹配的关键词以粗体显示。其他特色功能还包括网页快照，即直接从数据库缓存（Cache）中调出该页面的存档文件，而不实际连接到网页所在的网站（图像等多媒体元素仍需从目标网站下载），方便用户在预览网页内容后决定是否访问该网站，或者在网页被删除或暂时无法连接时，方便用户查看原网页的内容。

（2）Baidu（百度）。

百度公司（Baidu.com, Inc）于1999年年底成立于美国硅谷。2000年1月，百度公司在中国成立了全资子公司百度网络技术（北京）有限公司，随后于同年10月成立了深圳分公司，2001年6月又在上海成立了上海办事处。

百度是国内最大的商业化全文搜索引擎，占国内80%的市场份额。其功能完备，搜索精度高，除数据库的规模及部分特殊搜索功能外，其他方面可与当前的搜索引擎业界领军人物Google相媲美，在中文搜索支持方面有些地方甚至超过了Google，是目前国内技术水平最高的搜索引擎。它为搜狐、雅虎中国、Tom.com、21CN、广州视窗等搜索引擎，以及中央电视台、外经贸部等机构提供后台数据搜索支持。

百度目前主要提供中文（简/繁体）网页搜索服务。如无限定，默认以关键词精确匹配方式搜索。支持“-”号、“.”号、“|”号及“link:”等特殊搜索命令。此外还提供关键词分类搜索，即将常用关键词进行组合分类，方便用户直接查找有关资料。在搜索结果页面，百度还设置了关联搜索功能，方便访问者查询与输入关键词有关的其他方面的信息，并提供“百度快照”查询。其他搜索功能包括新闻搜索、MP3搜索、Flash搜索等。

（3）Yahoo（雅虎）。

具有“搜索引擎之王”的美称，最早的目录索引之一，也是目前最重要的搜索服务网站，在全部互联网搜索应用中所占份额高达36%左右。雅虎在全球共有24个网站，其总部设在美国加州圣克拉克市（Santa Clara），在欧洲、亚太区、拉丁美洲、加拿大均设有办事处。除主站（Mother Yahoo）外，还设有美国城市分站（Yahoo Cities，如芝加哥分站）、国别分站（如雅虎中国）和国际地区分站（如Yahoo Asia）。其数据库中的注册网站无论是在形式上还是内容上质量都非常高。雅虎是互联网中最著名的品牌，在用户中的知名度极高，几乎是搜索引擎的代名词，在全世界范围内拥有数量庞大的忠实用户，因而它也成为商家网络营销中的重点考虑对象。

Yahoo实际上不能称为是一个搜索引擎站点，但是它提供了一个分层的主题索引，使读者能够从一个通常的主题进入到一个特定的主题，Yahoo对Web进行了有效的组织和分类。比如读者想要建立一个网页，但不知道如何操作，为了在Yahoo上找到关于建立网页的信息，读者可以先在Yahoo上选择一个主题：计算机和Internet，然后在这个主题下，读者可以发现一些子主题，比如：Web网页制作、CGI编程、Java、HTML、网页设计等，选择一个和读者要找的主题相关的子主题，最终读者就可以得到和该子主题相关的所有的网页链接。也就是说，如果读者对要查找的内容属于哪个主题十分清楚的话，通过目录查询的方法要比一般使用搜索引擎有更好的准确率。读者可以搜索Yahoo的索引，而事实上，读者并没有在搜索整个Web。

(4) Sohu (搜狐)。

搜狐是国内最著名的门户网站，也是国内最早提供搜索服务的站点。互联网概念在国内的普及，搜狐功不可没。2001年年初由CNAZ（中文网站评估认证网）举办的搜索引擎网络专项功能排名调查中，搜狐名列第一。搜狐设有独立的目录索引，并采用百度搜索引擎技术，提供网站、网页、类目、新闻、黄页、中文网址、软件等多项搜索选择。搜狐搜索范围以中文网站为主，支持中文域名。

2. 站登录搜索引擎实例

(1) 登录 Google。

● 网站登录 Google 的方法

下面以一个计算机网络的网站为例，介绍如何快速地将此网站登录到 Google。

首先进入 www.google.com.cn，并单击“网页目录”超级链接，则出现如图 1-1 所示的页面。



图 1-1 Google 的网页目录

在如图 1-1 所示网页中，选择网页的目录。这里选择“Arts”类下的“Music”子类。单击“Music”超级链接后，出现如图 1-2 所示的页面。

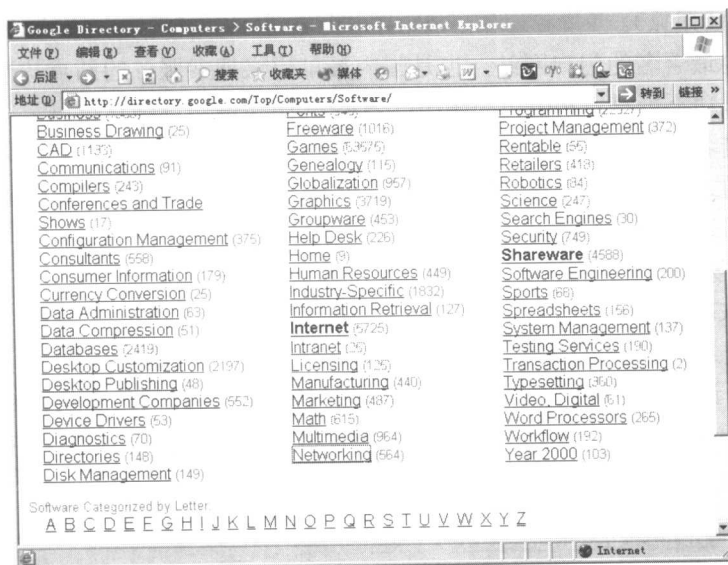


图 1-2 “Music” 子类

在图 1-2 所示的页面中，单击“Networking”超级链接，则出现如图 1-3 所示的页面。

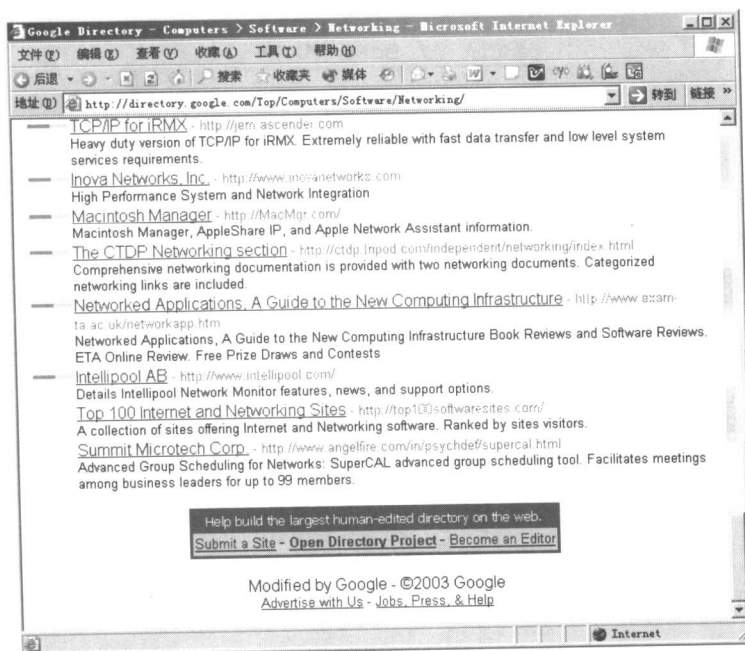


图 1-3 选择网站所在的目录

在图 1-3 中，单击网页左下角的“Submit a Site”超级链接，出现如图 1-4 所示页面。

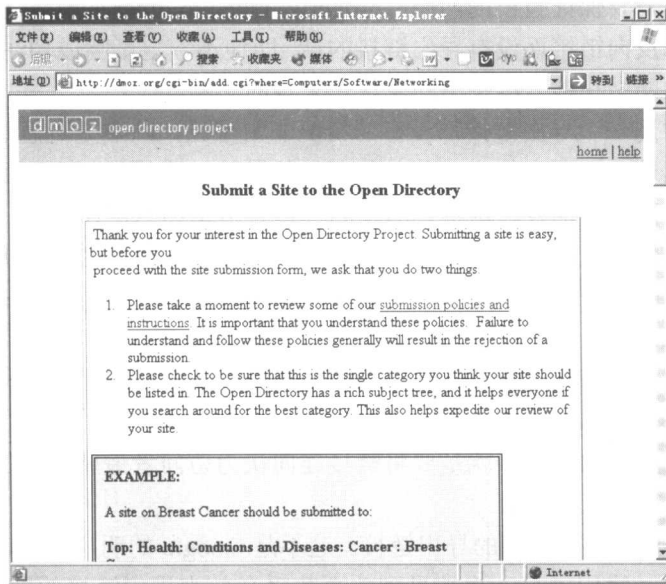


图 1-4 填写网站资料

在图 1-4 中填写正确、完整的网站资料后，单击页面最下部的【Submit】按钮。如果资料填写正确，则出现如图 1-5 所示的网站登录成功页面。

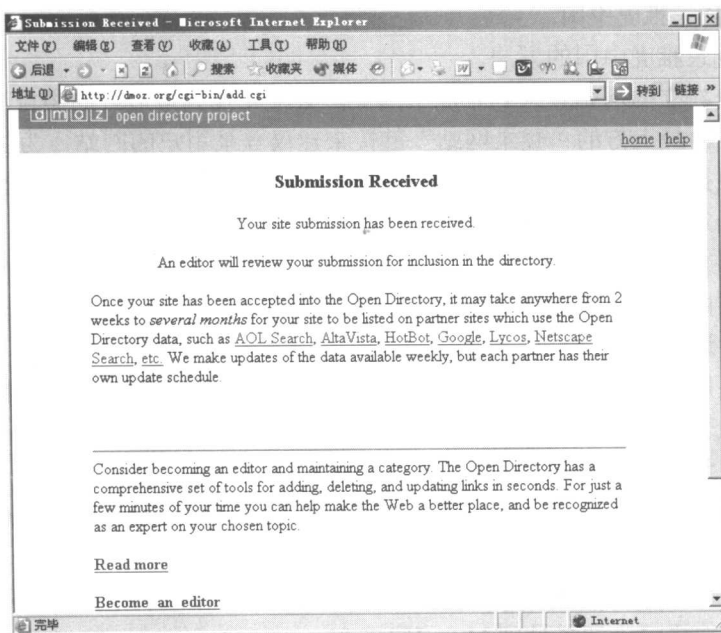


图 1-5 网站登录成功

● 网站提交 Google 注册应注意的问题

Google 对网站链接非常重视，这一点也反映在对导出链接（out-going/outbound links）

的评估上。首先用户要保证自己的网站“properly linked to other sites”，也就是说，如果用户的网站只有外部反向链接而没有导出链接的话，即使不一定影响成功注册 Google 搜索引擎，也会对用户的网站在搜索结果中的表现带来负面影响。

当然，网站中连一个导出链接都没有的情况非常罕见，除非是刻意这么做。正常情况下，大家都会自然地在网页中加上一些其他网站的链接，带领访问者到我们认为重要或能够提供更多有价值信息的地方，这就是所谓的“搜索引擎第二定律”。

就信息检索总体来说，这也为其他搜索者做了件好事，因为这些链接会让包括 Google 在内的搜索引擎能够更准确地判断哪些是对用户最有价值的信息，所以 Google 才会建议用户“link to other sites”。

但请注意前面一修饰词：“properly”，就是说连向其他网站没问题，不过不要随心所欲。那么怎样做才算是“properly”？

首先，也是最重要的一点，就是要将链接连向认为访问者最感兴趣的东西。这方面大家自然会做到，无需多言。

其次，不要在首页设置过多的导出链接。这不是 Google 的明确要求，而是我们从实践中总结出来的经验。我们不只一次地见到首页几乎全部为导出链接的网站，其 PageRank 为灰色，这样很容易被 Google 定性为无收录价值的网站。

还有一点很容易被我们忽视，就是要检查现有的导出链接是否连向了被 Google 惩罚的网站，一旦发现要赶快将链接去掉，否则会被 Google 认为是“bad neighborhood”中的一员，面临被惩罚的厄运。

（2）网站登录雅虎中国。

● 网站登录雅虎中国的方法

为了将用户建立的网站登录到雅虎中国上，必须先找到最适合的类目进入，并单击该类目右上方或页面最上方的“登录网站”链接来建议登录用户的网站。为加快 Yahoo 处理的速度，最好根据下面 3 个简单且基本的步骤来向雅虎中国建议登录用户的网站：

➤ 确定用户的网站是否已经收录在雅虎中国分类目录下。

在雅虎中国首页的搜索框内输入用户网站的名称或是网址（URL）。搜索结果页面，如果出现在“分类网站”的标签下，说明用户的网站已经被收录；如果页面出现在“所有网站”的标签下，这说明用户的网站尚未被收录。

此外，如果用户的网址已经登录在雅虎中国，而用户想修改登录的资料，请不要再填写建议登录网站表格，请填写修改网站资料表格。

➤ 找到雅虎中国分类目录中最适合放置该网站的类目。

这是登录网站的核心步骤，找到雅虎中国最适合用户网站的类目，将有助于加快网站登录的速度。

需要注意的是，雅虎中国只登录中文网站（包括简体和繁体网站）。若用户的网站完全使用英文或者其他语言，请登录到 Main Yahoo!。

➤ 从最合适类目页中提交建议登录表格。

当用户找到最合适用户的网站的类目后，会看到该页右上角及页首均有登录网站链接，单击可以进入建议登录表格页面，系统会自动记录用户要建议登录的类目。请在建议登录表格中填入网站名称、网址、网站描述和联系人电子邮件等资料，并单击【提交】按钮完

成。

● 网站登录雅虎中国的实例

下面以一个音像网站为例，介绍如何快速将此网站登录到雅虎中国。

首先进入 www.yahoo.com.cn，如图 1-6 所示。

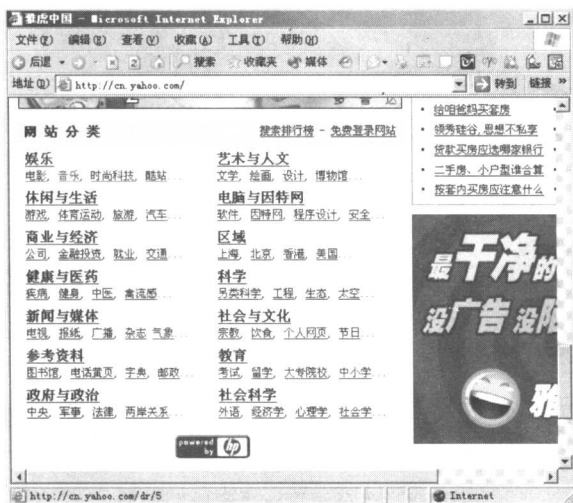


图 1-6 雅虎中国首页

单击网页右下角的“网站分类”下面的“娱乐”子类中的“音乐”超级链接，出现如图 1-7 所示的页面。

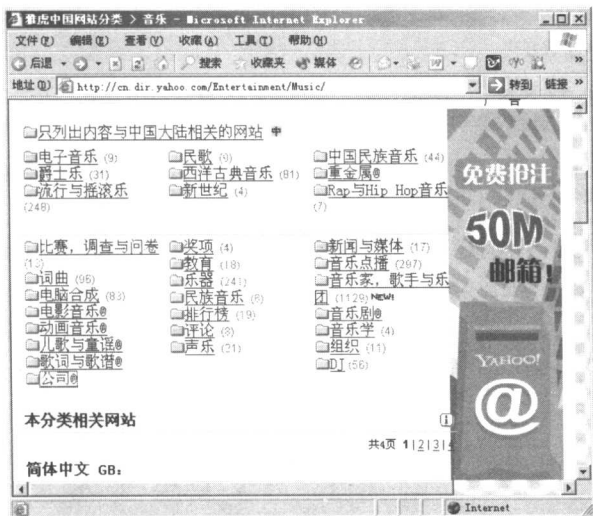


图 1-7 “音乐”子类

单击“公司”超级链接，出现如图 1-8 所示的页面。