



新一代高职教育信息通信规划教材

电子商务网站建设技巧与实例

DIANZI SHANGWU WANGZHAN JIANSHE JIQIAO YU SHILI

DIANZI SHANGWU WANGZHAN JIANSHE JIQIAO YU SHILI

陈学平 陈欣 刘红岩 刘妍东 编著



北京邮电大学出版社
www.buptpress.com

新一代高职教育信息通信规划教材

电子商务网站建设 技巧与实例

陈学平 陈 欣 刘红岩 刘妍东 编著

北京邮电大学出版社

· 北京 ·

内 容 简 介

本书系统地讲述了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,讲解了电子商务网站创建的实际过程。本书由基本理论入手,按照电子商务网站创建的全过程,顺序讲解了创建电子商务网站的规划知识、创建网站的技术知识、网站创建后的管理,最后通过实例模拟网站创建的全过程,特别适合初学者由浅入深地学习。本书作为高职高专电子商务专业规划教材中的一本,具有知识面宽、操作性强、理论难度适中、自成体系等特点,不仅适合于高职高专院校学生学习,也适合于相关专业本科学生学习使用。

本书主要对“TS 商务购物”网站建设的全过程进行讲解,案例中涉及静态、动态网站的大部分知识,读者通过学习,可以掌握电子商务购物网站建设技术,教材可操作性极强。

本书可以作为全国高职高专电子信息类、计算机软件及计算机网络类的教材,也可以作为应用技术本科类教材,还可作为网页设计、网站建设类短训班教材。

图书在版编目(CIP)数据

电子商务网站建设技巧与实例/陈学平等编著. —北京:北京邮电大学出版社,2007

ISBN 978-7-5635-1494-6

I. 电… II. 陈… 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 116562 号

书 名:电子商务网站建设技巧与实例

编 著:陈学平 陈 欣 刘红岩 刘妍东

责任编辑:张珊珊

出版发行:北京邮电大学出版社

社 址:北京市海淀区西土城路 10 号(邮编:100876)

北方营销中心:电话:010-62282185 传真:010-62283578

南方营销中心:电话:010-62282902 传真:010-62282735

E-mail:publish@bupt.edu.cn

经 销:各地新华书店

印 刷:北京源海印刷有限责任公司

开 本:787 mm×1 092 mm 1/16

印 张:18

字 数:421 千字

印 数:1—3 000 册

版 次:2007 年 9 月第 1 版 2007 年 9 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5635-1494-6

定 价:26.00 元

• 如有印装质量问题,请与北京邮电大学出版社营销中心联系 •

新一代高职教育信息通信规划教材

编委会

主任：肖传统

副主任：张孝强 张干生 孙青华 严潮斌

委员：(以姓氏笔画为序)

王立平 王巧明 王晓军 王颖 宁帆

刘翠霞 李飞 李文海 苏开荣 吴正书

李转年 迟学芬 吴瑞萍 张一鸣 张敏华

张献居 张新瑛 杨泉 顾生华 孟祥真

徐淳宁 曹晓川 蒋青泉 傅德月

秘书：王琴秋

前 言

为了全面落实国务院《关于大力推进职业教育改革与发展的决定》，实施《2003—2007年教育振兴行动计划》提出的“制造业和现代服务业技能型紧缺人才培养培训计划”，深化教育教学改革，推动职业教育与培训全面发展，大力提高教学质量，配合教育部规划高职高专职业学校教材的需要，我们组织编写了这本《电子商务网站建设技巧与实例》教材。

本书的特色如下：

1. 教材编写的总原则是：按照“21世纪计算机应用及软件专业技能型紧缺人才培养指导方案”目标，从职业岗位对专业知识的需要来确定教材的深度、广度，坚持“必需”、“够用”的原则。教材内容与职业学校学生的知识能力结构相适应，重点突出职业特色，加强针对性、适应性、实用性。基本概念、基本原理以“够用”为度，同时针对职业教育培养技能型人才的目标，以训练职业实践技能、加大教材职业导向性为原则来编写。

2. 取材典型实用，内容编排得当，重点突出，实用性强。本书讲述整个网站从无到有的制作流程，从概念、规划，一直到制作成品，给读者一个感性和理性的认识。《电子商务网站建设技巧与实例》主线脉络清楚，就是“TS商务购物”网站的策划、设计、维护、安全管理的全过程。本书5~11章讲述了一个电子商务网站实例，把每一章的实例合在一起，就构成整个网站——“TS商务购物”网站。

3. 叙述图文并茂，可读性强。丛书文字叙述简明，非常适合职业学校学生学习。

4. 各章均有小结、思考题，本教材对所述知识均以实例内容讲述，使学生能够将理论与实践快速结合。

5. 本教材的可操作性极强，根据本书所述内容能够设计出一个完整的商业网站。适合学生学习和教师教学，使其各有所得。

本书由陈学平主编，共11章，其中第1章由北京信息职业技术学院刘妍东老师编写，第2章、第4章由重庆正大软件学院陈欣老师编写，第3章由北京信息职业技术学院刘红岩老师编写，第5~11章由重庆电子工程职业学院重庆电子技师学院陈学平老师编写，本书在编写过程中得到了重庆正大软件学院的杨桂老师、北京信息职业技术学院的李红老师的大力支持和帮助，也得到了北京邮电大学出版社的大力支持，在此表示感谢！

由于编者水平有限,错误在所难免,敬请广大读者原谅,并给予批评指正。

全书的案例网站源代码及配置方法可以在北京邮电大学出版社的网站上下载,下载地址为:www.buptpress.com。

读者在学习过程中,遇到什么问题或者需要技术上的帮助,可以给作者发邮件或者参与本站论坛讨论。

作者的电子邮箱:yuanju01@163.com

作者的QQ:41800543

QQ群:33071690

编者

目 录

第1章 电子商务网站概述

1.1 电子商务与商务网站	1
1.1.1 电子商务基本概念	1
1.1.2 电子商务的分类	3
1.1.3 电子商务的主要功能	4
1.2 电子商务网站概述	5
1.2.1 电子商务网站基本概念	5
1.2.2 商务网站的常见形式	7
1.2.3 商务网站的结构模式	9
1.3 商务网站建设规划	11
1.3.1 商务网站商业规划	11
1.3.2 网站域名注册	12
1.3.3 ISP 服务商选择	14
本章小结	15
思考与练习	15

第2章 HTML 网页设计基础

2.1 HTML 简介	16
2.1.1 HTML 文档基本架构	16
2.1.2 HTML 语法	17
2.2 HTML 常用标记	18
2.2.1 HTML 标记格式	18
2.2.2 文本格式标记	18
2.2.3 图像标记	25
2.2.4 超链接标记	28
2.2.5 列表项目标记	32
2.2.6 表格标记	34
2.2.7 框架标记	37
2.3 表单	42
2.3.1 表单标记	42
2.3.2 <input> 标记	43
2.3.3 下拉菜单	49

2.3.4 多行的文本框	51
2.4 CSS 样式	52
2.4.1 样式表的特点	52
2.4.2 样式表的格式	53
2.4.3 添加样式表的方法	54
2.4.4 样式表的类选择符	58
2.4.5 <div>与标记	59
本章小结	60
思考与练习	60
第3章 ASP 网页程序设计	
3.1 ASP 的运行环境	61
3.1.1 安装 IIS 5.0	61
3.1.2 浏览 ASP 文件	63
3.1.3 添加虚拟目录	63
3.1.4 设置默认文档	64
3.1.5 运行环境小结	65
3.2 制作一个简单的 ASP 文件	65
3.2.1 新建 ASP 文件	65
3.2.2 保存 ASP 文件	66
3.2.3 浏览 ASP 文件	67
3.3 利用 Request 对象从客户端获得信息	68
3.3.1 Request 对象简介	68
3.3.2 使用 FORM 获取方法	69
3.3.3 使用 QueryString 获取方法	76
3.3.4 ServerVariables 获取方法	78
3.3.5 ClientCertificate 获取方法	79
3.3.6 BinaryRead 方法	79
3.3.7 TotalBytes 属性	79
3.4 利用 Response 对象向客户端输出信息	79
3.4.1 Response 对象简介	80
3.4.2 使用 Write 方法输出信息	80
3.4.3 使用 Redirect 方法引导客户端至另一个 URL 位置	82
3.4.4 使用 End 方法停止处理 ASP 程序	83
3.4.5 关于 Buffer 属性	84
3.4.6 BinaryWrite 方法	84
3.5 利用 Session 对象记载特定客户信息	85
3.5.1 Session 对象简介	85
3.5.2 利用 Session 存储信息	86

3.5.3	利用 Session 存储数组信息	88
3.5.4	Timeout 属性	90
3.5.5	Abandon 方法	91
3.6	利用 Application 对象记载所有客户信息	91
3.6.1	Application 对象简介	91
3.6.2	利用 Application 存储信息	92
3.6.3	利用 Application 存储数组信息	94
3.7	Server 对象的属性和方法	95
3.7.1	ScriptTimeout 属性	95
3.7.2	CreateObject 方法	95
3.7.3	HTMLEncode 方法	95
3.7.4	URLEncode 方法	97
3.7.5	MapPath 方法	97
3.7.6	Execute 方法	98
3.7.7	Transfer 方法	100
3.8	Cookies 综合示例	100
	本章小结	101
	思考与练习	101

第 4 章 Web 数据库技术

4.1	Web 数据库概述	102
4.1.1	数据库与数据库管理系统	102
4.1.2	Web 数据库及其优点	103
4.1.3	主要 Web 数据库软件	103
4.1.4	访问 Web 数据库的几种技术	104
4.2	ODBC 数据库连接技术	105
4.2.1	ODBC 简介	105
4.2.2	ODBC 数据源管理器的设置	106
4.3	ADO 数据库访问技术	108
4.3.1	ADO 技术概述	108
4.3.2	ADO 对象简介	108
4.4	SQL 语言简介	110
4.4.1	数据查询命令	111
4.4.2	插入记录命令	116
4.4.3	更新数据命令	116
4.4.4	删除记录命令	117
4.5	Connection 对象	117
4.5.1	创建 Connection 对象	117
4.5.2	Connection 对象的属性	117

88	4.5.3 Connection 对象的方法	118
00	4.6 Command 对象	120
10	4.6.1 Command 对象概述	120
10	4.6.2 Command 对象的属性	121
10	4.6.3 Command 对象的方法	122
30	4.7 RecordSet 对象	123
10	4.7.1 RecordSet 对象的概述	123
30	4.7.2 RecordSet 对象的属性	124
20	4.7.3 RecordSet 对象的方法	125
00	4.7.4 Field 对象与 Fields 数据集合	128
20	4.8 Web 数据库访问实例	129
70	4.8.1 连接数据库	129
70	4.8.2 读取数据库内容	129
80	4.8.3 查询数据	131
001	4.8.4 添加记录	137
001	4.8.5 更新数据	142
101	4.8.6 删除记录	147
101	本章小结	150
	思考与练习	151

第 5 章 电子商务网站运行环境的设计与配置

301	5.1 安装和配置 IIS	152
101	5.1.1 安装及测试 IIS	152
101	5.1.2 配置 Web 应用程序开发运行环境	154
101	5.2 中小型数据库简介	157
201	5.2.1 关系型数据库简介	157
201	5.2.2 Access 数据库及其操作	158
301	5.3 ODBC 与 ADO 对象	162
801	5.3.1 ASP 访问数据的方式	162
801	5.3.2 ODBC 简介	164
1001	5.3.3 Access 数据库系统 DSN 的配置	164
110	5.4 面向 Web 应用开发的 Web 站点的建立及编辑	166
111	5.5 在 Dreamweaver 8.0 中建立数据库的连接	170
311	本章小结	171
311	思考与练习	171

第 6 章 案例网站首页面制作技巧

711	6.1 系统功能及设计	172
711	6.2 数据库的设计	172

6.3 动态显示商品子类	176
6.4 最新商品版块设计	185
6.5 推荐商品版块设计	188
6.6 打折商品版块设计	189
6.7 热点商品版块设计	190
6.8 添加动态内容链接	191
6.9 用户登录区的设计	197
6.10 首页新闻显示的设计	199
本章小结	201
思考与练习	201

第 7 章 网站二级页面设计

7.1 二级页面的版块类别	202
7.2 商品大类链接页面的设计	202
7.2.1 显示用户所在的位置	202
7.2.2 商品大类链接页面的设计	203
7.3 其他二级静态页面的设计	213
7.3.1 “关于我们”页面的设计	213
7.3.2 “如何购物”页面的设计	214
7.4 意见反馈页面的设计	214
7.5 新闻二级页面设计	218
7.5.1 首页新闻标题链接的二级新闻页面的设计	219
7.5.2 首页更多新闻链接的二级页面的设计	222
本章小结	223
思考与练习	223

第 8 章 网站购物车

8.1 系统功能及设计	224
8.2 数据库的设计	224
8.3 将商品放进购物车	225
8.4 显示购物车	228
8.5 更新购物车	230
8.6 清空购物车	233
8.7 定单处理的设计	235
本章小结	238
思考与练习	238

第 9 章 网站后台数据库的管理

9.1 系统功能及设计	239
-------------------	-----

9.2 数据库的创建	239
9.3 管理员登录	241
9.4 商品管理	243
9.4.1 新增商品	243
9.4.2 更新商品	244
9.5 新闻管理	245
9.5.1 新增新闻	245
9.5.2 更新新闻	246
9.6 用户管理	247
本章小结	251
思考与练习	251

第10章 网站发布

10.1 申请空间和域名	252
10.1.1 域名知识介绍	252
10.1.2 申请顶级域名	255
10.1.3 申请免费域名	257
10.1.4 申请空间	257
10.1.5 案例网站的域名及空间	258
10.2 网站上传	258
10.2.1 Dreamweaver 8.0 的 FTP 上传	258
10.2.2 CuteFTP 上传	260
本章小结	263
思考与练习	264
上机练习	264

第11章 网站管理、维护与安全

11.1 网站宣传	265
11.2 网站的日常维护与更新	268
11.3 网站的安全	268
11.3.1 攻击的类型	268
11.3.2 网站页面的安全	270
11.3.3 网站数据库的安全	272
本章小结	273
思考与练习	273

第1章 电子商务网站概述

本章导读

本章主要介绍了电子商务及电子商务网站的基本概念,并详细介绍了电子商务网站的建设规划。

学习目标

- 了解电子商务的基本概念
- 掌握电子商务网站的基本概念
- 掌握电子商务网站的建设规划

1.1 电子商务与商务网站

1.1.1 电子商务基本概念

1. 什么是电子商务

简单地讲,电子商务是指利用电子网络进行的商务活动。但电子商务的定义至今仍不是一个很清晰的概念。各国政府、学者、企业界人士都根据自己所处的地位和对电子商务的参与程度,给出了许多表述不同的定义。常见的定义是从广义和狭义的角度去看:广义的电子商务称为 EB(Electronic-Business),是指利用 IT 技术对整个商务活动实现电子化,包括利用因特网(Internet)、企业内部网(Intranet)、企业外部网(Extranet)、局域网、广域网等不同形式的计算机网络以及信息技术进行的商务活动。狭义的电子商务称为 EC(Electronic-Commerce),仅指利用 Internet 开展的交易或与交易有关的活动。电子商务(Electronic Commerce)就是在 Internet 开放的网络环境下,基于浏览器/服务器应用方式,实现消费者的网上购物、商户之间的网上交易和在线电子支付的一种新型的商业运营模式。

电子商务已涉及和可以进行的业务包括:各种数据信息的交换,商家在销售前后向客户提供所销售的产品和服务的有关细节,产品使用的技术指南,回答顾客的询问和意见,销售过程的处理等服务;在交易后采用电子资金转账、信用卡、电子支票、电子现金等多种方式进行电子支付;对客户所购买的商品进行发送管理和运输跟踪,包括对可以用电子化方式来传送的产品如软件资料等的实际发送;在 Internet 上组建一个虚拟企业来提供产

品和服务,组织志同道合的公司和贸易伙伴共同拥有和运营共享的商业方法;政府部门和某些机构通过 Internet 进行的办公业务和行政作业流程等。

电子商务的运作是一个在范围广阔的开放的大环境和大系统中,利用前所未有的计算机网络技术全面实现了网上交易的电子化的过程,将参加电子商务活动的各方,包括商店、消费者、运输商、银行和金融机构,信息公司或证券公司以及政府机关等联系在一起,电子商务交易能得以完成的关键在于可以安全地实现在网上的信息传输和在线支付的功能,所以为了顺利完成电子商务的交易过程,需要建立全社会的电子商务服务系统,发展电子商务的规范和法规,安全和实用的电子交易支付方法和机制等,来确实保证参加交易的各方和所有的合作伙伴都能够安全可靠地用电子商务的方式进行全部的商业活动。

电子商务是在网上开展的一种最先进的交易方式,网络是电子商务最基本的构架。电子商务强调参加交易的买方和卖方、银行或金融机构、厂商、企业和所有合作伙伴,都要通过企业内部网,企业外部网和 Internet 密切结合起来,共同从事在计算机网络环境下的商业电子化应用,实现在 Internet 上真正意义上的电子商务。Internet 上的电子商务市场是一个资源丰富的信息库,它能够实时地为用户提供所需的各类商品的供应量、需求量、发展状况及买卖双方的详细情况,从而使厂商能够更方便地研究市场,更准确地了解市场和把握市场。Internet 上的电子商务市场又是世界各地的厂商进行广告宣传的好渠道,全球性的 Internet 络可以使厂商在电子商务网络上的广告传播的面最广,而所需的费用最低。

2. 电子商务系统结构

电子商务系统结构主要是三层框架结构,如图 1-1 所示。底层是网络平台,是信息传送的载体和用户接入的手段,它包括各种各样的物理传送平台和传送方式;中间层是电子商务基础平台,包括 CA(Certificate Authority)认证、支付网关(Payment Gateway)和客户服务中心 3 个部分,其真正的核心是 CA 认证;最上层是各种各样的电子商务应用系统,电子商务基础平台是各种电子商务应用系统的基础。

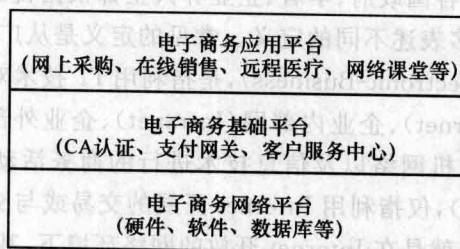


图 1-1 电子商务系统三层框架结构

电子商务是以网络为环境,其网络平台是电子商务系统中最基本的架构,包括硬件、软件、数据库和电信。如 Internet、Intranet、有线电视网(Cable TV)、无线通信网(Wireless),以及网络系统、数据库系统、安全系统、开发工具、Web 服务器、应用服务器、数据和交易服务器等支撑软件和服务器,各种各样的物理通信平台和信息传送方式等,组成了电子商务的基础设施,为整个体系结构提供了一个安全的、可分布式的网络平台。

电子商务基础平台是各种电子商务应用系统的基础。电子商务是用电子方式和网络进行商务活动,通常参与各方是互不见面的,因此身份的确认与安全通信变得非常重要,解决方案就是建立中立的、权威的、公正的电子商务认证中心——CA 认证中心,它所承担的角色类似于网络上的“公安局”和“工商局”,给个人、企事业单位和政府机构签发数字证书——“网上身份证”,用来确认电子商务活动中各自的身份,并通过加解密方法实现网上安全的信息交换与安全交易。

支付网关的角色是信息网与金融网的连接中介,它承担双方的支付信息转换的工作,所解决的关键问题是让传统的封闭的金融网络能够通过网关面向 Internet 的广大用户,提供安全方便的网上支付功能。

客户服务中心也称为呼叫中心,与传统的呼叫中心的区别在于不但支持电话接入的方式,也能够支持 Web、E-mail、电话和传真等多种接入方式,使得用户的任何疑问都能很快地获得响应与帮助。客户服务中心不是以往每个企业独立建设和运作的概念,而是统一建设,再将席位出租,从而大大简化和方便中小型企业进行电子商务,提供客户咨询和帮助。

电子商务应用平台是各种各样的电子商务应用系统,也称为一般业务层。主要实现各种网上商务活动与服务,如网上宣传、网上订购、网上支付、网上报税/交税、远程医疗、远程教育等。

1.1.2 电子商务的分类

1. 按商务活动运作方式分

- (1) 完全电子商务:即可以完全通过电子商务方式实现和完成整个交易过程的交易。
- (2) 不完全电子商务:即指无法完全依靠电子商务方式实现和完成完整交易过程的交易,它需要依靠一些外部要素,如运输或支付系统等来完成交易。

2. 按商务活动参与者分

(1) 企业对消费者(B2C)

企业对消费者的电子商务基本等同于电子零售商业。主要是企业通过 Internet 或商务网络进行的商务活动。如网上商店、网络学校等。

(2) 企业对企业(B2B)

企业对企业的电子商务是指商业机构(或企业、公司)使用 Internet 或各种商务网络进行的商务活动。

(3) 消费者对消费者(C2C)

消费者个人通过网络进行的个人买卖等商务活动。如各大网站支持的二手市场等。

(4) 政府对企业(G2B)

在企业和政府机构方面的电子商务可以通过 Internet 处理企业与政府组织间的许多事务。目前我国有些地方已经推行网上采购,企业也可以通过网络实现网上申报、网上纳税等。

(5) 政府对消费者(G2C)

政府和消费者可以通过网络处理一些事务。如政府将会把电子商务扩展到福利费发

放和自我估税及个人税收的征收等方面。

1.1.3 电子商务的主要功能

企业通过实施电子商务实现企业经营目标,需要电子商务系统能提供网上交易和管理等全过程的服务。因此,电子商务系统应具有广告宣传、咨询洽谈、网上订购、网上支付、电子账户、服务传递、意见征询、业务管理等各项功能。

(1) 广告宣传

电子商务可凭借企业的 Web 服务器和客户的浏览,在 Internet 上发布各类商业信息。客户可借助网上的检索工具迅速地找到所需商品信息,而商家可利用网页和电子邮件在全球范围内做广告宣传。与以往各类广告相比,网上的广告成本最为低廉,而给顾客的信息量却最为丰富。

(2) 咨询洽谈

电子商务借助非实时的电子邮件、新闻组和实时的讨论组来了解市场和商品信息,洽谈交易事务,如有进一步的需求,还可用网上的白板会议来交流即时的图形信息。网上的咨询和洽谈能超越人们面对面洽谈的限制,提供多种方便的异地交谈形式。

(3) 网上订购

电子商务可借助 Web 中的邮件或表单交互传送信息,实现网上的订购。网上订购通常都在产品介绍的页面上提供十分友好的订购提示信息和订购交互格式框。当客户填完订购单后,通常系统会回复确认信息来保证订购信息的收悉。订购信息也可采用加密的方式使客户和商家的商业信息不会泄漏。

(4) 网上支付

电子商务要成为一个完整的过程,网上支付是重要的环节。客户和商家之间可采用多种支付方式,省去交易中很多人员的开销。网上支付需要更为可靠的信息传输安全性控制,以防止欺骗、窃听、冒用等非法行为。

(5) 电子银行

网上的支付必须要有电子金融来支持,即银行、信用卡公司等金融单位要为金融服务提供网上操作的服务。

(6) 货物传递

对于已付了款的客户应将其订购的货物尽快地传递到他们的手中。若有些货物在本地、有些货物在异地,电子邮件将能在网络中进行物流的调配。而最适合在网上直接传递的货物是信息产品,如软件、电子读物、信息服务等。它能直接从电子仓库中将货物发到用户端。

(7) 意见征询

电子商务能十分方便地采用网页上的“选择”、“填空”等格式文件来收集用户对销售服务的反馈意见。这样,使企业的市场运营能形成一个封闭的回路。客户的反馈意见不仅能提高售后服务的水平,更能使企业获得改进产品、发现市场的商业机会。

(8) 业务管理

企业的整个业务管理将涉及到人、财、物等多个方面,如企业和企业、企业和消费者及

企业内部等各方面的协调和管理。因此,业务管理是涉及商务活动全过程的管理。

1.2 电子商务网站概述

1.2.1 电子商务网站基本概念

1. 商务网站的概念

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和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、硬件基础设施的支持下,由服务器、工作站和各种网站设备作为技术支撑,通常以虚拟主机方式或主机托管方式存放和运行;并由一系列网页、制作工具、编程技术、后台数据库等组成。为用户提供 Web 服务、数据传输服务、数据库服务、邮件服务等多种服务,具有实现各种不同电子商务的功能。

电子商务通过信息网络实现产品和服务的交换,在 Internet 上建立网站是电子商务目前主要的实现形式。

2. 建设商务网站的重要性

在数字化时代的进化过程中,在 Internet 上建立企业的网站,抢占网络商机,提升企业形象,加强客户服务,是企业经营的致胜之道。所以无论是大型跨国公司,中小型专业公司,任何组织、政府部门或机关,甚至个人,建立一个网站都可以体现这些重要性。

(1) 抢占网络商机

Internet 的域名是一种资源。现在无论是大小公司、组织或个人都必须为自己的网站注册域名。一个朗朗上口的域名,容易让人记忆,能在网络上取得先机;而一个和企业形象相符的域名,能帮助企业在飞速发展的网络商界立于不败之地,争取得到更多的商机。

(2) 提升公司形象

网络的呈现方式有别于一般的平面广告与电视媒体或广播电台,企业可以通过 Internet 利用商务网站在全球范围内宣传自己的形象。网站是公司无形资产的一部分,这一点特别是在电脑、网络、通信、多媒体、旅游、社交、商贸等行业中已很明显。

(3) 加强客户服务

商务网站提供了一种与客户联系和交流的全新的方式。客户可以通过网站直接与企业厂商联系,反映产品的质量问题的,咨询有关信息,提出自己的意见和建议。企业也可以通过网站收集客户的反馈意见,了解客户的需求,可以定期提供资料给客户,处理客户的问题。

同时,一个好的网站能将企业的宣传、营销手段提上一个新的台阶。

首先,网站内容可以随时更新,这点对于现代企业来说很重要,但宣传册、产品手册等都是做不到的。比如对原有产品进行改进或生产出新产品,原有宣传册不能及时反映新产品的动态,但企业网站就可以每天更新(甚至随时更新),随时可以反映企业的最新情况。

第二,网站信息量可以做到极大,但宣传册、产品手册却有页数的限制。一本宣传册