



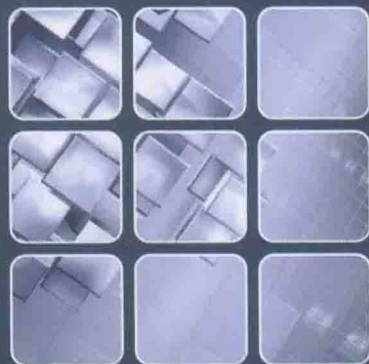
21st CENTURY
案例型规划教材

21世纪全国高职高专
计算机案例型规划教材

全新推出第**2**版

网站建设与管理案例教程 (第2版)

主 编 徐洪祥 刘书江



COMPUTER →



山东省精品课程配套教材
教育部信息应用大赛指定参考教材
高职高专计算机教指委优秀教材



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

21 世纪全国高职高专计算机案例型规划教材

网站建设与管理案例教程 (第 2 版)

主 编	徐洪祥	刘书江	
副主编	李跃田	李秋敬	
参 编	吴跃飞	吴英宾	赵 科
	冯志祥	郑桂昌	



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

内 容 简 介

本书第1版是山东省省级精品课程“网站建设与管理实务”的配套教材,是教育部第六届全国信息技术应用水平大赛(简称ITAT大赛)“移动互联网站设计”的指定参考教材,2011年荣获教育部“2010年高职高专计算机教指委优秀教材”荣誉称号。本书以网站建设应用实务为目的,从网站建设与管理的角度,对网站的相关法律法规、域名注册及备案、网站开发技术、网站发布、网站服务器搭建与管理、网站管理、网站的搜索引擎优化、网站运营与推广等方面进行了详细介绍。

本书通俗易懂,适合各种层次的网站建设从业人员与管理者学习,既可以作为初学者的入门教材,也可以作为网站建设与管理者的工具书。

图书在版编目(CIP)数据

网站建设与管理案例教程/徐洪祥,刘书江主编. —2版. —北京:北京大学出版社,2013.1

(21世纪全国高职高专计算机案例型规划教材)

ISBN 978-7-301-21776-4

I. ①网… II. ①徐…②刘… III. ①网站—建设—高等职业教育—教材 IV. ①TP393.092

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第301018号

书 名: 网站建设与管理案例教程(第2版)

著作责任者: 徐洪祥 刘书江 主编

策 划 编 辑: 刘国明 李彦红

责 任 编 辑: 刘国明

标 准 书 号: ISBN 978-7-301-21776-4/TP·1264

出 版 发 行: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路205号 100871

网 址: <http://www.pup.cn> 新浪官方微博: @北京大学出版社

电 子 信 箱: pup_6@163.com

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62750667 出版部 62754962

印 刷 者: 三河市博文印刷厂

经 销 者: 新华书店

787毫米×1092毫米 16开本 16印张 372千字

2010年5月第1版

2013年1月第2版 2013年1月第1次印刷(总第3次印刷)

定 价: 31.00元

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

举报电话: 010-62752024 电子信箱: fd@pup.pku.edu.cn

前 言

作为网络世界支撑点的网站,已经逐步渗透到人类社会的各行各业。例如,政府利用网站宣传自己的施政纲领;企业利用网站宣传自己的形象,创造无限商机;个人利用网站展示个性风采,搭建彼此沟通的桥梁;等等。与此同时,网站管理员也成为当今社会重要的工作岗位之一。

本书从网站建设的实际工作流程入手,对网站建站的基础、需求分析、网站的建设再到网站的管理与推广,都通过案例进行了逐一讲解。一个网站的建设过程并不是单纯的技术上的实现,还包括网站的相关法律法规、域名的选择与购买、空间的选择、网站的备案、网站的推广及优化等诸多问题。其中任何一个环节出了问题,该网站都不能正常运行。本书侧重从管理的角度对网站建设的各个环节及其应注意的问题进行详尽而又清晰的表达,并没有侧重网站开发技术。

本书第1版自2010年出版后,得到了使用者的广泛好评和中肯的建议,一些学校的教师和读者提出了不少好的建议。本次我们根据收集到的反馈意见,对教材做了部分修订。

本书再版坚持第1版的指导思想,面向全国高职高专院校,满足高职高专学生掌握应用网站管理的需要。与第1版相比,本书对“域名的备案”部分进行了重写,根据最新的备案方法,将新的备案步骤直接加入书中,紧跟信息技术的新应用和新技术,更有利于教学和学生练习使用。本次修订,对第5章网站服务器搭建与管理作了补充,加入了文件属性设置的内容,便于读者更好地理解网站的服务器搭建。对第7章网站的搜索引擎优化进行了更新,加入了最新的优化知识,并对影响搜索引擎优化的各种因素进行了介绍,便于读者在学习和以后的工作中更好地掌握搜索引擎优化的知识和方法。

本书第1版是山东省省级精品课程“网站建设与管理实务”的配套教材(精品课程网址为<http://jsj.lcvtc.edu.cn/wzgl/index.asp>),是教育部第六届全国信息技术应用水平大赛(简称ITAT大赛)“移动互联网网站设计”指定参考教材,2011年荣获教育部“2010年高职高专计算机教指委优秀教材”荣誉称号。

本书共分为8章,建议64学时。第1章(6学时)主要介绍了网站的开发流程及涉及的相关法律、法规,指导广大读者在法律允许的范围内从事网站建设及推广活动。第2章(8学时)主要讲解域名注册及备案,介绍了域名注册及管理、网站备案的流程。第3章(12学时)主要介绍了网站的开发技术,包括前台页面设计与后台编码及数据库的选择,让读者知道做一个网站需要用到哪些技术,针对不同类型的网站如何选择网站开发技术。第4章(8学时)介绍了网站发布的过程,讲解了网站发布的几个常用工具及每个工具的优缺点,读者可以根据需要及空间的不同选择网站上传工具。第5章(8学时)讲解了网站服务器的搭建与管理,便于网站管理员参考。第6章(8学时)介绍了网站管理中的一些方法,包括网站的日志管理、数据管理、安全管理及网站的升级等。第7章(8学时)介绍了网站优化技术,主要

通过网站优化的原理、实现的技术向读者介绍网站优化的过程,通过网站优化的实例,让读者掌握网站优化的步骤。第8章(6学时)介绍了网站的运营与推广,主要包括网站运营的概念、网站运营方式、网站的盈利模式、网站推广方法及注意事项。

本书由聊城职业技术学院徐洪祥和军事科学院刘书江主编,在征集了教师和学生意见的基础上对本书进行了部分修订,聊城职业技术学院李跃田、李秋敬对于修订部分提出了宝贵意见,聊城职业技术学院郑桂昌、赵科、吴跃飞、吴英宾、冯志祥参与了修订。

本书在编写过程中参考并引用了国内有关书刊和网上有关部分内容,选用了部分网站的页面,在此对原作者予以感谢!

由于时间仓促,编者水平有限,书中不足和错误之处在所难免。恳请广大读者将本书使用情况及各种意见、建议及时反馈给我们,以便我们在今后的工作中不断地改进和完善。

联系方式: hongxiangxu@sohu.com

编 者

2012年10月

目 录

第 1 章 认识网站的建设过程.....	1	本章小结	51
1.1 网站的基本知识	2	习题	52
1.1.1 任务分析	2	实训指导	53
1.1.2 相关知识	2		
1.2 网站开发流程	7	第 3 章 网站开发技术.....	55
1.2.1 任务分析	7	3.1 网站前台设计	56
1.2.2 相关知识	7	3.1.1 任务分析	56
1.3 网站相关重要法律法规	14	3.1.2 相关知识	56
1.3.1 任务分析	14	3.2 网站后台开发	67
1.3.2 相关知识	14	3.2.1 任务分析	67
本章小结	16	3.2.2 相关知识	67
习题	16	3.3 网站开发工具介绍	73
实训指导	17	3.3.1 任务分析	73
		3.3.2 相关知识	74
第 2 章 域名注册及备案	18	3.4 CMS 网站系统.....	78
2.1 认识域名	19	3.4.1 任务分析	78
2.1.1 任务分析	19	3.4.2 相关知识	78
2.1.2 相关知识	19	3.5 网站常用特效	81
2.2 域名的选择与注册	22	3.5.1 任务分析	81
2.2.1 任务分析	22	3.5.2 相关知识	82
2.2.2 相关知识	22	3.5.3 网页特效相关案例	82
2.2.3 域名注册及交易实例	25	本章小结	89
2.3 网站空间的申请	28	习题	89
2.3.1 任务分析	28	实训指导	90
2.3.2 相关知识	28		
2.3.3 网站空间申请实例	32	第 4 章 网站发布	92
2.4 域名的备案	34	4.1 网站上传	93
2.4.1 任务分析	34	4.1.1 任务分析	93
2.4.2 相关知识	34	4.1.2 相关知识	93
2.4.3 ICP 备案流程实例	35	4.1.3 网站上传实例	105
2.5 域名解析	47	4.2 网站测试	107
2.5.1 任务分析	47	4.2.1 任务分析	107
2.5.2 相关知识	47	4.2.2 相关知识	107
2.5.3 域名解析及二级域名设置		4.2.3 性能测试实例	110
实例	49	4.2.4 网站安全性测试案例	115

本章小结	120	7.1.1 任务分析	189
习题	120	7.1.2 相关知识	189
实训指导	121	7.2 SEO 工作原理及关键技术	192
第5章 网站服务器搭建与管理	122	7.2.1 任务分析	192
5.1 网站服务器设计	123	7.2.2 相关知识	192
5.1.1 任务分析	123	7.3 SEO	200
5.1.2 相关知识	123	7.3.1 任务分析	200
5.1.3 服务器选购实例	130	7.3.2 相关知识	200
5.2 网站服务器搭建实例	132	7.3.3 网站优化实例	208
5.2.1 任务分析	132	7.4 影响 SEO 的几种因素	214
5.2.2 网站服务器搭建实例	132	7.4.1 任务分析	214
5.3 网站服务器管理	153	7.4.2 相关知识	214
5.3.1 任务分析	153	本章小结	216
5.3.2 相关知识	154	习题	216
本章小结	159	实训指导	217
习题	160	第8章 网站运营与推广	219
实训指导	160	8.1 认识网站运营	220
第6章 网站管理	162	8.1.1 任务分析	220
6.1 网站管理概述	163	8.1.2 相关知识	220
6.1.1 任务分析	163	8.2 网站盈利模式	221
6.1.2 相关知识	163	8.2.1 任务分析	221
6.2 网站日常管理	166	8.2.2 相关知识	221
6.2.1 任务分析	166	8.2.3 商业网站的运营	229
6.2.2 相关知识	166	8.3 认识网站推广	231
6.2.3 网站数据库备份与 恢复实例	176	8.3.1 任务分析	231
6.3 网站更新与升级	178	8.3.2 相关知识	231
6.3.1 任务分析	178	8.4 常用网站推广方式	232
6.3.2 相关知识	179	8.4.1 任务分析	232
6.3.3 网站更新实例	180	8.4.2 相关知识	232
本章小结	186	8.4.3 网站推广注意事项	240
习题	186	本章小结	241
实训指导	187	习题	242
第7章 网站的搜索引擎优化	188	实训指导	242
7.1 认识 SEO	189	附录	244
		参考文献	248

第1章

认识网站的建设过程

教学任务

网站是网络设计师应用各种网络设计技术，为企事业单位和个人在全球互联网(Internet)上建立自己的站点并进行域名注册和主机托管等服务。网站的作用主要为展现公司形象，加强客户服务，完善网络业务。网站建设要突出个性，注重浏览者的综合感受，从而在众多的网站中脱颖而出。网站建设要遵守相关法律法规，并按网站开发流程进行。

该教学过程可分为如下3个任务。

任务1：认识网站。主要包括网站的相关概念、网站的作用、网站的分类及发展趋势等。

任务2：网站开发流程。

任务3：网站相关重要法律法规。

教学过程

本章首先对网站有个初步的认识，然后熟悉网站开发流程，并了解相关的法律法规。

教学目标	主要描述	学生自测
了解网站的基本知识	(1) 掌握网站的相关概念 (2) 了解网站的作用 (3) 了解网站的分类 (4) 了解网站的发展趋势	认识网站
掌握网站开发流程	掌握网站开发的具体流程	分析一个网站的建设流程
了解网站相关重要法律法规	(1) 了解电子公告的相关法律 (2) 了解网站新闻的相关法律 (3) 了解视听内容的相关法律 (4) 了解网站相关其他法律	在建设网站过程中能指出哪些是法律法规不允许的

1.1 网站的基本知识

1.1.1 任务分析

网站是企事业单位不可缺少的部分,它不但可以展示自身形象、发布产品信息、联系网上客户,而且还可以通过电子商务开拓新的市场,以较少的投入获得较大的收益。

1.1.2 相关知识

1. 网站的相关概念

网站(Website):是指在互联网上,根据一定的规则,使用 HTML 等工具制作的用于展示特定内容的相关网页的集合。简单地说,网站是一种通信工具,就像布告栏一样,人们可以通过网站发布自己想要公开的资讯,或者利用网站提供相关的网络服务。人们可以通过网页浏览器访问网站,获取自己需要的资讯或者享受网络服务。世界上第一个网站由蒂姆·伯纳斯·李于 1991 年 8 月 6 日建立。

如今网络已经成为我们生活中不可或缺的一部分,互联网、局域网,甚至手机通信的 GPRS,生活处处反映着网络的力量。在互联网的早期,网站只能保存单纯的文本。经过几年的发展,当 Internet 出现之后,图像、声音、动画、视频,甚至 3D 技术开始流行起来,网站也慢慢地发展成我们现在看到的图文并茂的样子。通过动态网页技术,用户也可以与其他用户或者网站管理者交流。

Web 2.0:它并没有准确的定义,而是对现象的一种描述。让用户自己主导信息的生产和传播,从而打破原来门户网站所惯用的单向传输模式。Web 2.0 相对于 Web 1.0(传统的门户网站为代表)具有更好的交互性和黏性。Web 2.0 并不是一个革命性的改变,而只是应用层面的改变。它是以 Flickr、43Things.com 等网站为代表,以 Blog、TAG、SNS、RSS、wiki 等社会软件的应用为核心,依据六度分隔、XML、Ajax 等新理论和技术实现的新一代互联网模式。

博客(Blog):是一个易于使用的网站,用户可以在其中迅速发布想法、与他人交流以及从事其他活动。Blog 通常由简短且经常更新的帖子构成,这些帖子一般是按照年份和日期倒序排列的。而 Blog 的内容,可以是纯粹的个人想法和心得,如对时事新闻、国家大事的个人看法,或者对一日三餐、服饰打扮的精心料理等,也可以是基于某一主题或在某一共同领域内由一群人集体创作的内容。图 1.1 所示为新浪网上的老徐博客。

论坛:就是大家常说的 BBS。BBS 的英文全称是 Bulletin Board System,翻译为中文就是“电子公告板”。BBS 最早是用来公布股市信息的,现在 BBS 的功能得到了扩展。通过 BBS 系统可随时取得各种最新的信息,也可以通过 BBS 系统来和别人讨论计算机以及各种有趣的话题,还可以利用 BBS 系统来发布一些信息。图 1.2 所示是 CSDN 论坛。

播客:又被称为“有声博客”,是 Podcast 的中文直译。用户可以利用“播客”将自己制作的“广播节目”上传到网上与广大网友分享。如土豆网、优酷、56、6 间房等。

RSS(Really Simple Syndication, 聚合内容):是站点用来和其他站点之间共享内容的一

种简易方式(也称聚合内容)的技术。如果把一个网站的信息发布成 RSS 格式的文件,其他人就可以通过这个文件查看网站上发布的信息。一般情况下,通过一个 RSS 阅读器可以浏览多个网站上的信息。



图 1.1 新浪网上的老徐博客

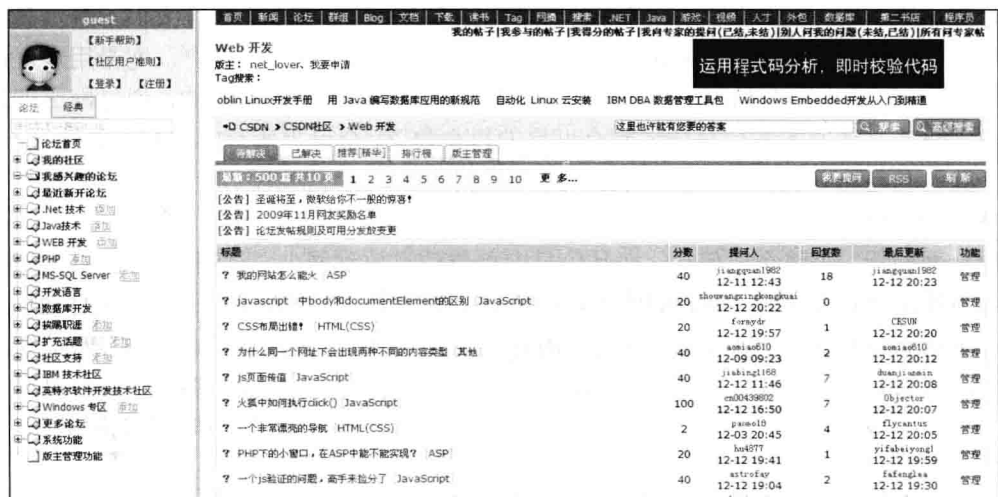


图 1.2 CSDN 论坛

SNS(Social Network Software, 社会网络): 社会性网络软件, 依据六度理论, 以认识朋友的朋友为基础, 扩展自己的人脉, 如人人网。

留言板: 提供了一个公共的信息发布平台, 特别适用于企业内部个人办公以及企业与企业之间进行信息交流。留言板是一个网站必不可少的部分, 它主要充当了网站和浏览者交互的媒介。

互联网: 广域网、局域网及单机按照一定的通信协议组成的国际计算机网络。互联网是指将两台计算机或者两台以上的计算机终端、客户端、服务端通过计算机信息技术的手段互相联系起来的成果。

URL(Uniform Resource Locator, 统一资源定位符): 也称为网页地址, 是 Internet 上标准的资源地址。它是用于完整地描述 Internet 上网页和其他资源地址的一种标识方法。Internet 上的每一个网页具有一个唯一的名称标识, 可以是本地磁盘, 也可以是局域网上的某一台计算机, 更多的是 Internet 上的站点。简单地说, URL 就是 Web 地址, 俗称“网址”。它的格式为协议, 域名, 文件路径, 文件名。例如: 协议://域名/文件路径/文件名, <http://jsj.lcvtc.edu.cn/ts/index.html>。

2. 网站的作用

全球大约有 2.3 亿个网站, 那么为什么网站这么多呢? 网站对于一个企业有什么作用呢?

建设网站不是为了赶潮流, 而是要通过互联网这个全球性的网络来宣传企业、开拓市场、降低企业的管理成本、交易成本和售后服务成本, 还可以通过开展一系列的电子商务活动获得更多的利润, 这些均与企业的经营目的是一致的。所以, 只有把信息技术同企业的管理体系、生产流程和商务活动紧密结合起来, 才能正确地建设和维护这个网站, 并使网站发挥其作用, 为企业服务。

建设网站的主要作用体现在以下 6 个方面。

1) 充分利用网络资源

近年来随着 Internet 的发展, 网络已经成为强有力的宣传工具。现在人们了解信息的主要途径是互联网。截至 2009 年 6 月底, 中国网民规模已达到 3.38 亿户, 宽带用户已达到 3.2 亿户, 占总网民数的 94.3%。如此大的群体是任何企业也不会错过的, 通过网络能以较低的成本将产品或服务的信息传递到全世界的每个角落。全世界所有的客户都能通过网站, 了解企业并且与企业建立联系, 发展业务。

2) 与客户互动来往

建立网站后, 可将企业信息、产品信息或单位信息放到网上, 对浏览者提供信息服务。这样可与外部建立实时的、专题的或个别的信息交流渠道。在网站上公开电子邮件地址, 使客户与企业能够通过电子邮件进行沟通。因为电子邮件的传递速度很快, 网站人员能够迅速得到客户信息并及时给予答复。一些网站以 BBS 或公告板的形式联系客户, 客户可以发表意见, 同时也能够看到其他客户的信息, 还可以全面和客观地了解企业和企业的服务及产品。

3) 建立企业形象

企业信息化已经是当今企业发展的大趋势, 企业网站更是必不可少。网站可以让别人了解自己, 展示企业的实力。企业能够建立自己的网站无疑是一种宣传企业、产品和服务的机会。从广告意义上看, 企业网站事关企业形象建设, 没有网站也谈不上企业形象。网站就是企业的窗口, 通常客户先从网站了解企业, 一个好的网站可以建立良好的企业形象。

4) 主动抢占先机

企业网站是时代发展的必然, 任何一家企业要想跟上时代发展, 必须尽快上网建立网站。为了不被竞争对手建立网站抢占先机, 为了不落后于时代潮流, 企业应该考虑建站的必要性。公司网站的一个最基本的功能, 就是能够全面、详细地介绍公司及公司产品。事实上, 公司可以把任何想让人们知道的东西放入网站, 如公司简介、公司的厂房、生产设施、研究机构、产品的外观、功能及其使用方法等。

5) 可以与潜在客户建立商业联系

挖掘潜在客户是企业网站的重要功能之一,也是国外许多企业非常重视网站建设的根本原因。现在,世界各国大的采购商都是主要利用互联网络来寻找新的产品和新的供应商,因为这样做,费用最低,效率最高。原则上,全世界任何地方的人,只要知道公司的网址,就可以了解公司的产品。因此,关键在于如何将公司网址推介出去。一种非常实用而有效的方法是将公司的网址登记在全球著名的搜索引擎上,并选择与公司的产品及服务有关的关键字。这样做可以使潜在的客户能够轻松地找到公司的网站及产品服务。

6) 可以实现盈利

网站盈利的基本模式有出售广告位、收取会员费、提取经纪费等。

各大型网站主要是靠出售广告位来盈利的,如百度、搜狐、新浪等网站都提供图片、文字链接广告的业务。其他的如电子商务网可以通过在网上进行交易而获取利润。

3. 网站的分类

网站从不同的方面可划分为不同的类型,分类方法主要有以下几种。

(1) 根据网站所用编程语言分类,可分为 ASP 网站、PHP 网站、JSP 网站、ASP.NET 网站等。

ASP 是 Active Server Page 的缩写,意为动态服务器页面。ASP 是微软公司开发的代替 CGI 脚本程序的一种应用,它可以与数据库和其他程序进行交互,是一种简单、方便的编程工具。ASP 的网页文件的扩展名是.asp,现在常用于各种动态网站中。

PHP 是 Hypertext Preprocessor 的缩写,意为英文超级文本预处理语言。PHP 是一种 HTML 内嵌式的语言,是一种在服务器端执行的嵌入 HTML 文档的脚本语言,语言的风格类似于 C 语言,被广泛运用。PHP 的网页文件的扩展名是.php。

JSP(Java Server Pages)是由 Sun Microsystems 公司倡导、许多公司参与建立的一种动态网页技术标准。JSP 技术有点类似 ASP 技术,它是在传统的网页 HTML 文件(*.htm,*.html)中插入 Java 程序段和 JSP 标记,从而形成 JSP 文件(*.jsp)。用 JSP 开发的 Web 应用是跨平台的,既能在 Linux 操作系统下运行,也能在其他操作系统下运行。

ASP.NET 文件与 ASP 差不多,是微软推出的一种新的网络编程方法。它不是 ASP 的简单升级,因为它的编程方法和 ASP 有很大的不同,它是在服务器端靠服务器编译执行的程序代码。ASP 使用脚本语言,每次请求时,服务器调用脚本解析引擎来解析执行其中的程序代码,而 ASP.NET 则可以使用多种语言编写,且是全编译执行的,比 ASP 执行速度快,还有很多其优点。

(2) 根据网站的用途分类,可分为门户网站(综合网站)、行业网站、娱乐网站等。

门户网站,指通向某类综合性互联网信息资源并提供有关信息服务的应用系统。门户网站最初提供搜索引擎、目录服务,后来由于市场竞争日益激烈,门户网站不得不快速地拓展各种新的业务类型,希望通过门类众多的业务来吸引和留住互联网用户,以至于目前门户网站的业务包罗万象,成为网络世界的“百货商场”或“网络超市”。目前,门户网站主要提供新闻、搜索引擎、网络接入、聊天室、电子公告牌、电子邮箱、影音资讯、电子商务、网络社区、网络游戏、免费网页空间等。典型的门户网站有新浪、网易、搜狐和 Tom

等。

行业网站就是服务于某一个行业的专业网站,全部内容都是专业的行业信息,或是各个公司的专用内部网站。

娱乐网站就是以向用户提供娱乐内容如音乐、电影、图片、娱乐新闻等为主的网站,如风行、迅雷等。

(3) 根据网站的持有者分类,可分为个人网站、企业网站和政府网站等。

个人网站是指个人或团体因某种兴趣、拥有某种专业技术、提供某种服务或将自己的作品、商品展示销售而制作的具有独立空间域名的网站。

企业网站是为了外界了解企业自身、树立良好企业形象、并适当提供一定服务的网站。根据行业特性的差别,以及企业的建站目的和主要目标群体的不同,大致可以把企业网站分为以下3种。

① 基本信息型:主要面向客户、业界人士或者普通浏览者,以介绍企业的基本资料、树立企业形象为主;也可以适当提供行业内的新闻或者知识信息。这种类型网站通常也被形象地比喻为企业的网络目录。

② 电子商务型:主要面向供应商、客户或者企业产品(服务)的消费群体,以提供某种直属于企业业务范围的服务或交易、或者为业务服务或者以交易为主;这样的网站正处于电子商务化的一个中间阶段,由于行业特色和企业投入的深度、广度的不同,其电子商务化程度可能处于从比较初级的服务支持、产品列表到比较高级的网上支付的其中某一阶段。通常这种类型可以形象地称为网上××企业,如网上银行、网上酒店等。电子商务网站又可以分为B2B(企业对企业之间的营销模式)、B2C(商业机构对消费者的营销模式)和C2C(个人向个人销售的经营模式)。

③ 多媒体广告型:主要面向客户或者企业产品(服务)的消费群体,以宣传企业的核心品牌形象或者主要产品(服务)为主。这种类型无论从目的上还是实际表现手法上,相对于普通网站而言更像一个平面广告或者电视广告,因此用多媒体广告称呼这种类型的网站更贴切一点。

政府网站是我国各级政府机关履行职能、面向社会提供服务的官方网站,是政府机关实现政务信息公开、服务企业和社会公众、互动交流的重要渠道。

除了通常讲的计算机上浏览的网站,还有一种可以在其他设备上浏览的网站——WAP网站。

WAP(Wireless Application Protocol)是一种无线应用协议,是一个全球性的开放协议。WAP定义可通用的平台,把目前互联网上HTML语言的信息转换成用WML描述的信息,显示在手机或者其他手持设备的显示屏上。它不依赖某种网络而存在,今天的WAP服务在3G到来后仍然可能继续存在,不过传输速率更快,协议标准也随之升级。

WAP是在手机、Internet或其他个人数字助理机(PDA)、计算机应用之间进行通信的无线应用协议。无论在哪里、何时,只要需要信息,就可以通过WAP,享受丰富的网络服务。

4. 网站发展趋势

新业务发展带动互联网新的并购潮或业务增长点。强势网络媒体通过并购实现多元化

发展,其中有潜力的 Web 2.0 网站是主要的收购目标。众多具有创意的网站不断涌现,成为新的收购目标,收购金额不断上升,其中以 Google 收购 You Tube、Double Click 为代表。现在流行的开心农场类游戏成为了网站新的业务增长点。

视频、社交是互联网新时代的应用。网络视频服务开始成为人们登录互联网络的主要诉求之一。Web 2.0 的互动性所带来的社交类网站的网络广告收入在未来几年内将持续快速增长,如迅雷、You Tube 等。

社区网站将左右未来的竞争格局。传统网络巨头在保持特色服务的基础上,通过多元化发展,巩固其持续的强势地位。社区性所体现的理念是,无论交友、浏览信息、网上交易、娱乐,还是其他行为,这些网络服务都成为网民日常生活中一个不可缺少的元素。

浏览平台正在发生变化。随着国内 3G 网络的开通,手机上网速度越来越快,手机上网的用户也越来越多,网站运营商抓住这部分人的需求,大力推行 WAP 网。这必然是网络的一个发展趋势。

从内容形式的变化上看,现在的网站大多数以提供内容为主,如新闻、产品等。有些网站以提供服务为主,现在出现的一些软件公司推广它们的网上软件服务,即用户不用下载安装就可以直接在网上使用的软件,如 Photoshop 软件,用户不用安装此软件,直接进入一个网站就可以完成图片处理的所有操作。

Web 技术的发展给网页带来新的内容,如 Ajax、RIA 等。随着网络速度的提高及技术的发展,网站上出现了 3D 的应用,更好地提高了用户的体验与交互。

1.2 网站开发流程

1.2.1 任务分析

网站建设就是制作一个网站。然而没有规范的流程很难做出完美的网站。通常不同的公司开发网站的具体步骤会有所不同,但概括起来要经过以下几步,见表 1-1。

表 1-1 网站开发流程

阶 段	客 户	开发人员
客户提出网站建设申请	提出要求,提供文本及图片	做出需求分析
制订网站建设方案	对建设内容与价格等情况进行协商	制订网站建设方案
签订网站相关协议	签订网站建设合同	制定网站建设合同
网站设计	审核确认初稿设计	完成整个网站的设计制作
网站建设	提供资料	建设网站
网站发布	验收	上传,测试,根据协议进行维护

1.2.2 相关知识

1. 客户提出网站建设申请

一个好的开始是成功的一半,建设网站的第一步就是,开发人员和客户进行沟通交流,

弄清楚客户的要求,明确客户到底想要什么样的网站。这一步是一项重要的工作,也是最困难的工作,由于开发人员不是客户行业领域的专家,不熟悉客户的业务活动和业务环节,又很难在短期内搞清楚;而客户不熟悉计算机应用的相关问题,又缺乏共同语言,所以在交流时有一定困难,也容易在理解上存在分歧,为以后的工作埋下隐患。只有做好第一步,后续的工作才会很好地开展。如果第一步有问题,后面的工作做得再多也没有意义。

在提出建设网站要求后,客户最好能提供网站相关电子版的资料,包括图片、文本等,方便开发人员对网站有更深入的理解。双方就网站建设内容进行协商、达成共识后,开发人员根据客户建设网站的标准要求、风格及难易程度及工作量确定大体的价格。如果客户满意,开发人员就具体写出客户的需求说明书,最后双方签字。需求说明书中的主要内容是需求规定,具体格式见附录。

2. 制订网站建设方案

本阶段是以客户为中心进行策划、设计、运营和管理网站。首先要确定做的网站是否有市场,然后确定建设网站的目标。为了达到这个目标,要分析目标用户对站点的需求,即网站浏览者想要从网站上得到什么,以此为出发点来确定网站内容、风格、浏览器与分辨率、网络速度、交互性等相关内容。在建设时还要考虑网络技术、服务器等因素。

以上为网站规划书中应该体现的主要内容,根据不同的需求和建站目的,内容也会有所增加或减少。只有在建设网站之初,进行细致的规划,才能达到预期的建站目的。

3. 签订网站相关协议

在制订完网站建设方案后,委托方(客户)和受委托方(网站承建公司)签署网站建设协议书。网站建设协议书是网站建设顺利完成的重要保证,协议书中应明确网站建设委托方和受委托方的权利、责任和义务。

网站建设协议书的内容主要包括以下几个方面。

1) 双方的权利和义务

双方应在遵守相关法律法规的情况下,本着平等协商的精神确定网站建设过程中双方的责任和义务。例如,委托方有义务向被委托方提供网站建设所需的电子文档资料、图片等内容的义务,并享有网站的全部版权、域名所有权等权利;同时,被委托方有义务在规定期限内按照双方约定的标准完成网站的建设,网站验收后被委托方有获得网站开发费用的权利。

2) 网站验收标准

在网站建设前,双方应进行协商,确定网站的整体风格、内容和验收标准。标准制定后,双方需共同遵守,如要改动需双方协商决定。

3) 付款方式

网站建设协议书中应明确规定委托方支付被委托方费用的方式、日期等信息。

4) 协议期限约定

网站建设协议书中应对协议有效期做出详细的约定。

5) 违约责任

网站建设协议书中应对双方违约情况下的责任分担情况做出详细约定。

6) 权益归属

网站建设协议书中应对网站相关权益归属做出详细约定,如网站版权、网站源程序的所有权等相关权利。为了避免以后因网站版权引发纠纷,网站拥有者最好与网站开发者签订合同以转让网页的全部版权,具体包括开发人转让其创作或改编内容的版权,转让其设计页面的权利,转让或许可网站拥有者使用源程序的权利。尤其是后两项权利的转让,便于网站拥有者以后更新与改变网页及查看源程序以修改网页。

下面是某市汽车行业协会委托某软件企业进行汽车门户网站建设的网站建设协议书的基本格式。

信息平台建设协议书

编号:

甲方全称:

乙方全称:

详细地址:

详细地址:

联系电话:

联系电话:

鉴于甲方委托乙方建设汽车服务信息商务平台,帮助甲方树立自身企业形象,扩大宣传,拓宽销售渠道。为明确双方责任,本着双方互惠互利的原则,根据中华人民共和国相关法律经双方协商,签订如下合同,以期双方共同遵守。

一、授权

甲方授权乙方为甲方建立汽车服务信息商务平台,主要包括平台的建设、平台的管理维护,与平台相关服务的软件系统的开发、使用人员的培训,平台所需服务器、网络互联设备、网络带宽服务等。

二、双方的权利和义务

1. 甲方的权利和义务

1.1

.....

2. 乙方的权利和义务

2.1

.....

三、网站建设完成及发布时间

1.

.....

四、合同金额及付款方式

1.

.....

五、责任限制

1.

.....

六、违约责任和争议解决

1.

.....

七、免责条款

1.

.....

八、权利保留

1.

.....

九、协议的解释、法律适用、生效条件及其他

1.

.....

甲方(盖章):

乙方(盖章):

法人代表人签字:

法人代表人签字:

年 月 日

年 月 日

4. 网站设计

协议签订后,就要设计网站了。在网站设计阶段要对整个网站的创意、风格、整体框架布局、文字编排、图片的合理利用、空间的合理安排等方面进行细致的考虑。网站设计阶段需要注意以下几个问题。

1) 网站风格、创意

风格(style)是抽象的。网站风格是指站点的整体形象给浏览者的综合感受。整体形象包括站点的版面布局、色彩、字体、浏览方式等。例如,娱乐网站是生动活泼的,而政府网站是严肃的。每一个网站都会给人们留下不同的感受。这里需要做到的是,根据网站的定位做出网站特有的风格。网页上所有的图像、文字,包括背景颜色、区分线、字体、标题、注脚都要统一风格,贯穿整个网站。这样用户看起来会比较舒服,进而对网站留下好的印象。

2) 网站 Logo

顾名思义,Logo 就是站点的标志图案。Logo 的作用在于用图形化的方式传递网站的定位和经营理念,同时便于人们识别。网站 Logo 的设计一般有以下 3 种思路。

(1) 直接以网站网址作为 Logo。

(2) 根据网站提供的产品、服务特点设计 Logo。

(3) 以传递网站运营商的经营理念为特色。

3) 视觉流程

人们在阅读某种信息时,视觉总有一种自然的流动习惯,先看什么,后看什么,再看