

教育计算机规划教材

COMPUTER

电子商务网站开发与 管理

E-commerce Website
Development and Management

■ 唐四薪 谭晓兰 屈瑜君 主编

- 使用较多篇幅讲解 Ajax 技术
- 介绍了电子商务网站的安全技术
- 以实例为主讲解 JavaScript 和 jQuery 技术



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

21世纪高等教育计算机规划教材

COMPUTER

电子商务网站开发与 管理

E-commerce Website
Development and Management

■ 唐四薪 谭晓兰 屈瑜君 主编



人民邮电出版社

北京

图书在版编目(CIP)数据

电子商务网站开发与管理 / 唐四薪, 谭晓兰, 屈瑜君主编. — 北京: 人民邮电出版社, 2012.8
21世纪高等教育计算机规划教材
ISBN 978-7-115-28249-1

I. ①电… II. ①唐… ②谭… ③屈… III. ①电子商务—网站—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104072号

内 容 提 要

本书按照电子商务网站的建设步骤进行编排,从基础到高级全面地介绍了电子商务网站开发中的常用技术。包括电子商务网站的界面设计(包含网站重构)、网站交互效果的设计、服务器端程序的设计、网页静态化的实现、Ajax 技术(基于 jQuery)、个性化推荐技术、SEO 技术及电子商务网站的安全等。尤其是重点讲解了 Ajax 技术、个性化商品推荐技术、SEO 等新技术或实用性强的技术。

本书适合作为高等院校电子商务等专业“电子商务网站开发”、“网页设计与网站建设”等课程的教材,也可作为 Web 编程的培训类教材,还可供网页设计和开发人员参考使用。

21 世纪高等教育计算机规划教材

电子商务网站开发与管理

-
- ◆ 主 编 唐四薪 谭晓兰 屈瑜君
责任编辑 刘 博
 - ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市崇文区夕照寺街 14 号
邮编 100061 电子邮件 315@ptpress.com.cn
网址 <http://www.ptpress.com.cn>
北京昌平百善印刷厂印刷
 - ◆ 开本: 787×1092 1/16
印张: 20.75 2012 年 8 月第 1 版
字数: 548 千字 2012 年 8 月北京第 1 次印刷

ISBN 978-7-115-28249-1

定价: 39.00 元

读者服务热线: (010)67170985 印装质量热线: (010)67129223
反盗版热线: (010)67171154

电子商务网站开发是一门比较新的课程。目前“电子商务网站开发”课程的教学内容还没有固定,有些“电子商务网站开发”的教材实际上只能叫做电子商务专业的“网站开发”教材。和网页设计的教材内容有很多重复,对于已经学习过网页设计的电子商务专业学生来说不适用。因此本教材在编写过程中力求突出电子商务网站开发这门课程的特有的知识体系,具体表现在以下几点。

(1)教材中使用较多篇幅介绍了 Ajax 技术(基于 jQuery)。这是因为 Ajax 技术属于电子商务领域网络产品的用户体验设计,已成为企业电子商务开发中应用最广泛的技术之一,因此对电子商务专业的学生来说有非常重要的实用价值;有较大的创新空间,目前介绍 Ajax 技术的教材较少,且大都介绍传统的 Ajax 技术再配合较复杂的 ASP.NET、JSP 环境开发,而本教材在编写过程中采用基于 jQuery 的简化 Ajax 的开发,且以简单的 ASP 作为开发环境(因为 ASP 的代码最简洁,适合讲清 Ajax 原理而不必过多思考服务器端程序的细节),从而大大降低了学生学习 Ajax 的难度,同时又能使学生清楚地了解 Ajax 的原理。

(2)介绍了其他一些比较流行的面向工程实际的技术。如动态网页生成静态,对大型记录集进行分页的技术,使网站对 SEO 更友好的生成 RSS 技术。

(3)在电子商务网站界面设计一章中包含了网站重构的实例。使读者能够通过比较表格布局和 DIV+CSS 布局体会到 DIV+CSS 布局的步骤及优势。

(4)各种动态网页程序(如 ASP)很多时候都需要客户端脚本的配合,才能实现最佳的效果。因此本书介绍了客户端脚本的知识(包括 JavaScript 和 jQuery 技术)。在介绍方式上,尽量精简原理的篇幅,而以实例为主,再对实例涉及的原理进行总结。

(5)介绍了 SEO 技术。SEO 是目前较为流行的网络营销技术,也是网站推广最重要的一种技术,因此是电子商务专业人才需要掌握的。

(6)介绍了电子商务网站的安全技术。对于电子商务网站来说,安全是至关重要的,本书从代码开发的角度介绍了如何使电子商务网站具备基本的抵抗攻击的能力。

本书的内容可分为 4 部分,第 1 章是电子商务网站概述部分,第 2 章到第八章是电子商务网站实现所需的各种技术,第 9 章是电子商务网站的推广技术,第 10 章是电子商务网站的安全技术,讲授全部内容大概需要约 72 学时。

编者为使使用本书作为教材的教师提供教学用多媒体课件、实例源文件和习题参考答案,可登录本书配套网络教学平台(<http://ec.hynu.cn>)免费下载,也可与作者联系(tangsix@163.com)。

本书由唐四薪、谭晓兰、屈瑜君担任主编，唐四薪编写了第2章~第9章的内容。谭晓兰编写了第10章的内容，屈瑜君编写了第1章的内容。参加编写的还有邹飞、杨蔷、陈小勤、黄怡、骆娟、林友滨、郭亚男、廖美玲、邹赛、邢容、周丽春、袁建君、郭亚男、吴雨桃、黄亚运、赵丹、苏丽、欧阳双飞和文春良等，他们编写了本书的部分内容。

由于作者水平和教学经验有限，书中存在错误和不妥之处在所难免，欢迎广大读者和同行批评指正。

编 者

2012年3月

目 录

第 1 章 电子商务网站概述.....1

1.1 对电子商务网站的认识.....1

1.1.1 电子商务网站的定义.....1

1.1.2 创建电子商务网站的必要性.....2

1.1.3 企业实施电子商务网站的意义.....4

1.2 电子商务网站的分类与发展.....5

1.2.1 电子商务网站的类型.....5

1.2.2 电子商务网站的常见形式.....6

1.2.3 电子商务网站的发展.....9

1.3 电子商务网站的功能和实现要素.....12

1.3.1 电子商务网站的功能.....12

1.3.2 电子商务网站的开发技术.....13

1.3.3 电子商务网站的部署.....14

1.3.4 电子商务网站的构成要素.....15

1.3.5 电子商务网站的特点.....16

1.3.6 电子商务网站的主要评价指标.....17

1.4 电子商务网站的内容和功能.....18

1.4.1 电子商务网站内容的整体策划.....18

1.4.2 符合用户体验的商务网站购物 流程.....19

1.4.3 面向顾客的商务网站功能.....20

1.4.4 商务网站的后台功能.....25

习题.....26

第 2 章 网站的用户体验与 界面设计.....27

2.1 用户体验设计.....27

2.1.1 用户体验设计.....27

2.1.2 体验营销.....30

2.1.3 “以用户为中心”的用户 体验设计.....31

2.2 网页的界面设计.....33

2.2.1 网页布局概述.....34

2.2.2 网页色彩的搭配.....37

2.3 遵循 Web 标准的网页设计原理.....41

2.3.1 Web 标准的含义.....41

2.3.2 Web 标准的优势.....42

2.4 HTML 与 XHTML.....43

2.4.1 HTML 语言概述.....43

2.4.2 表格布局综合案例—— 制作太阳能公司网站.....44

2.4.3 XHTML 与 HTML 的重要 区别.....47

2.4.4 XHTML 文档类型的含义.....48

2.5 CSS 基础.....48

2.5.1 CSS 的语法.....48

2.5.2 CSS 布局的案例——重构 太阳能公司网站.....49

2.6 使用 DIV+CSS 布局制作网站实例.....53

2.6.1 网站需要制作的三种页面.....53

2.6.2 对网页进行整体布局设计.....54

2.6.3 页面各个部分的制作.....54

习题.....57

第 3 章 网站交互效果的实现.....58

3.1 使用 CSS 的伪类实现交互效果.....58

3.1.1 伪类选择器.....58

3.1.2 伪类选择器的应用.....59

3.2 使用 JavaScript 实现交互效果.....66

3.2.1 Javascript 的事件驱动机制.....66

3.2.2 事件对象.....69

3.3 JavaScript 的 DOM 编程及其应用.....71

3.3.1 访问指定元素.....72

3.3.2 访问和设置元素的 HTML 属性.....74

3.3.3 访问和设置元素的 CSS 属性.....76

3.3.4 访问和设置元素的内容.....78

3.3.5 DOM 编程的应用实例.....79

3.4 使用 jQuery 实现高级交互效果.....84

3.4.1 jQuery 功能概述.....84

3.4.2 jQuery 基础知识.....85

3.4.3 jQuery 的选择器.....88

3.4.4 jQuery 对文档的操作	90	4.5.3 RecordSet 对象的属性应用实例	135
3.4.5 jQuery 的动画效果	92	4.5.4 RecordSet 对象的方法	137
3.5 jQuery 应用实例	93	4.5.5 使用 RecordSet 对象添加、删除、更新记录	138
3.5.1 制作渐变背景色的下拉菜单	93	4.5.6 在一个页面需要创建两个记录集的情况	140
3.5.2 制作折叠式菜单	95	4.5.7 分页显示数据	141
3.5.3 制作 Tab 面板	98	4.6 展示型网站综合实例	146
3.5.4 制作图片轮显效果	99	4.6.1 为网站引用后台程序和数据库	147
习题	100	4.6.2 在首页显示数据表中的新闻	148
第 4 章 网站服务器端程序的制作	102	4.6.3 图片轮显效果的实现	151
4.1 ASP 程序设计概述	102	4.6.4 制作显示新闻详细页面	152
4.1.1 ASP 的运行环境的配置	102	4.6.5 制作分栏目首页	154
4.1.2 IIS 的配置	105	4.7 RSS 功能的实现	155
4.1.3 配置 DW 开发 ASP 程序	108	4.7.1 XML 语法概述	155
4.1.4 VBScript 脚本语言基础	110	4.7.2 RSS 概述	156
4.2 ASP 的内置对象	112	4.7.3 用 ASP 输出 RSS 文档	157
4.2.1 Request 对象	112	习题	158
4.2.2 使用 Request.Form 获取表单中的信息	113	第 5 章 网站页面静态化的实现	159
4.2.3 发送 HTTP 请求的基本方法	114	5.1 文件访问组件	159
4.2.4 使用 Request.QueryString 获取 URL 字符串信息	115	5.1.1 文本文件的读取	159
4.2.5 使用 Request.ServerVariables 获取环境变量信息	116	5.1.2 文本文件的写入和追加	162
4.2.6 Response 对象	116	5.1.3 创建文本文件	162
4.3 ASP 访问数据库	119	5.1.4 创建、删除和移动文件夹	163
4.3.1 ADO 概述	119	5.2 制作生成静态页面的新闻系统	164
4.3.2 Connection 对象	120	5.2.1 数据库设计和制作模板页	164
4.3.3 制作商品展示页面	124	5.2.2 新闻添加页面和程序的制作	165
4.4 数据增、删、改的实现 (使用 conn.execute 方法)	126	5.2.3 新闻后台管理页面的制作	168
4.4.1 数据管理主界面的设计	126	5.2.4 新闻修改页面的制作	169
4.4.2 添加记录的实现	127	5.2.5 新闻删除页面的制作	170
4.4.3 删除记录的实现	129	5.2.6 使用 XMLHttp 对象实现网站 首页和栏目首页的静态化	171
4.4.4 同时删除多条记录的实现	129	习题	174
4.4.5 更新记录的实现	130	第 6 章 Ajax 技术—— 基于 jQuery	175
4.5 RecordSet 对象	132	6.1 Ajax 技术的基本原理	175
4.5.1 使用 open 方法创建记录集对象	133	6.1.1 浏览器发送 HTTP 请求的 3 种 方式	175
4.5.2 RecordSet 对象的属性	134		

6.1.2 基于 Ajax 技术的 Web 应用程序模型.....	176	7.4.2 制作无刷新投票系统	241
6.1.3 载入页面的方法比较	178	7.5 Ajax 方式删除记录	243
6.1.4 用原始的 Ajax 技术载入文档	178	7.5.1 基本的删除记录程序	243
6.2 jQuery 中的 Ajax 方法与载入文档	184	7.5.2 同时删除多条记录的程序	245
6.2.1 使用 load 方法载入 HTML 文档	184	7.6 Ajax 方式进行记录集分页	246
6.2.2 JSON 数据格式	186	7.6.1 基本的 Ajax 分页程序	246
6.2.3 使用\$.getJSON 方法载入 JSON 文档	188	7.6.2 可设置每页显示记录数的分页程序	247
6.2.4 使用\$.getScript 方法载入 JS 文档	190	7.6.3 同时具有删除记录功能的分页程序	250
6.2.5 使用\$.get 方法载入 XML 文档	191	7.7 Ajax 程序的转换与编写技巧	250
6.2.6 各种数据格式的优缺点分析	195	7.7.1 将原始 Ajax 程序转换成 jQuery Ajax 程序	250
6.3 发送数据给服务器	196	7.7.2 调试 Ajax 程序的方法	252
6.3.1 使用\$.get()方法执行 GET 请求	196	习题	253
6.3.2 使用\$.post()方法执行 POST 请求	199	第 8 章 网站的客户浏览跟踪与推荐技术	254
6.3.3 使用 load 方法发送请求数据	200	8.1 Session 对象	254
6.3.4 使用\$.ajax()方法设置 Ajax 的细节	201	8.1.1 存入和读取 Session 信息	255
6.3.5 全局设定 Ajax	203	8.1.2 Session 的应用举例	256
6.4 表单的序列化方法	203	8.1.3 Session 对象的属性	257
6.5 使用 JSONP 发送跨域 Ajax 请求	205	8.1.4 Session.Abandon 方法	258
习题	207	8.2 Cookies 集合	258
第 7 章 Ajax 方式访问数据库	208	8.2.1 使用 Response 对象设置 Cookie	259
7.1 Ajax 方式显示数据	208	8.2.2 使用 Request 对象读取 Cookie	260
7.1.1 以原有格式显示数据	208	8.2.3 Cookie 的应用举例	260
7.1.2 以自定义的格式显示数据	209	8.3 个性化推荐功能	262
7.2 Ajax 方式查询数据	211	8.3.1 个性化推荐功能的分类和优点	263
7.2.1 无刷新查询数据的实现	211	8.3.2 个性化推荐系统的基本框架	265
7.2.2 查询数据的应用举例	213	8.3.3 个性化推荐系统的评价指标	267
7.3 Ajax 方式添加记录	230	8.3.4 个性化推荐的关键技术	268
7.3.1 基本的添加记录程序	230	8.4 网页预取技术	271
7.3.2 在服务器端和客户端分别添加记录	232	习题	273
7.3.3 制作无刷新评论系统	233	第 9 章 电子商务网站的推广与 SEO 技术	274
7.3.4 制作无刷新购物车程序	235	9.1 搜索引擎营销概述	274
7.4 Ajax 方式修改记录	237	9.1.1 搜索引擎营销的目标	274
7.4.1 基本的 Ajax 方式修改记录程序	237	9.1.2 搜索引擎营销的三种方式	275

9.1.3 SEO 简介	277	9.7 网站的其他推广方式	302
9.2 搜索引擎的原理	279	习题	303
9.2.1 搜索引擎的工作原理	279	第 10 章 电子商务网站的安全	304
9.2.2 搜索引擎的工作方式	279	10.1 网站面临的安全威胁和风险概述	304
9.2.3 搜索引擎对网页的收录过程	280	10.1.1 网站的安全性分析	305
9.2.4 搜索引擎对页面的维护方式	281	10.1.2 网站服务器的基本安全设置	306
9.2.5 网页分析	283	10.2 SQL 注入攻击	311
9.2.6 搜索结果排序	285	10.2.1 SQL 注入攻击的特点	311
9.2.7 关键词查询	287	10.2.2 SQL 注入攻击的方法	312
9.3 网页的代码优化	288	10.2.3 SQL 注入攻击的检测与防范	314
9.3.1 头部标记的优化	289	10.2.4 防范数据库被下载	317
9.3.2 权重标记的优化	292	10.3 跨站脚本攻击	318
9.3.3 链接标记的优化	293	10.3.1 跨站脚本攻击的原理及危害	318
9.3.4 图像标记的优化	294	10.3.2 防范跨站脚本攻击的方法	320
9.3.5 表格标记的优化	295	10.4 网页挂马及防范	322
9.3.6 框架标记与 Ajax 技术对 SEO 的 影响	295	10.4.1 网页挂马的常见形式	322
9.4 URL 和域名的优化	296	10.4.2 网页挂马的方法	323
9.4.1 URL 的命名技巧	296	习题	323
9.4.2 URL 的静态化	299	参考文献	324
9.5 超链接分析算法 Google PR	299		
9.6 网站中一些特殊文件的作用	301		

第 1 章

电子商务网站概述

伴随着 Internet 的发展和普及，电子商务与人们的生活越来越密切，并已经渗透到各行各业。“要么电子商务，要么无商可务”，比尔·盖茨的一句名言正加速在中国转变成现实。当金融危机来临，大量传统企业纷纷倒下的同时，电子商务行业却逆势飞扬。

据中国互联网络信息中心（CNNIC）2011 年 7 月发布的《第 28 次中国互联网络发展状况统计报告》显示，中国网民规模达到 4.85 亿，网购用户规模达到了 1.73 亿，这意味着有七分之一的中国人在进行网络购物。从这个意义上讲，电子商务所依存的生态环境并没有伴随金融危机的到来而恶化，相反，金融危机给电子商务的发展还带来了难得的机遇，这促使了越来越多的企业开始重视网站的作用，搭建自己的电子商务交易的平台。

报告还指出，2011 年上半年有 85.7% 的网民在网上查询过商品信息，但是只有 29% 的网民实现了网上购物。这表明，电子商务在我国还有很大的潜力可以挖掘，因为我国存在着庞大的潜在网购用户群体，只要对他们进行有效的引导和培养，这部分用户将为网购市场带来广阔的前景。下面我们开始认识电子商务网站。

1.1 对电子商务网站的认识

1.1.1 电子商务网站的定义

电子商务网站是企业、机构或政府在互联网上建立的门户，通过网站可以宣传企业形象，发布、展示商品信息，实现电子交易，并通过网络开展与商务活动有关的各种售前和售后服务，全面实现电子商务功能。

电子商务网站是企业从事电子商务活动的基本平台，有利于改进企业的业务流程，提高企业管理水平，更好地为客户服务。网站的运营成功与否已经成为衡量一个企业综合素质的重要标志。电子商务网站通常被认为是：

- （1）企业在 Internet 上的门户；
- （2）企业电子商务系统的重要组成部分；
- （3）企业开展电子商务活动的基本手段；
- （4）企业与市场进行信息交换的平台；
- （5）企业与外界进行资源交换的平台。

总的来说,电子商务网站是企业通过现代信息手段从事商务活动的窗口,是企业电子商务系统运转的承担者和表现者。

电子商务离不开 Internet,因此,在电子商务系统中,电子商务网站是最基础的设施。目前,在 Internet 上建立电子商务网站是实现电子商务的主要形式。电子商务网站在 Internet 上存放了大量的信息并提供相应的服务。通常人们通过 Web 浏览器访问不同的商务网站,就能进行一定的信息交互,比如查询产品信息、下订单、资金确认、查询物流信息等,进而完成一次全过程的商务活动。

电子商务网站又是企业树立形象和宣传企业的平台,是企业与用户交流及沟通的窗口,是买方和卖方信息交汇与传递的渠道,是企业或商家展示其产品与服务的舞台,是企业或商家体现其形象和经营战略的载体。电子商务网站一般都具有后台管理功能,能够对网站进行在线管理,如对产品图片和文字进行编辑、修改、删除和替换,及时发布公司最新动态和新产品;还能收集新老客户资料,进行等级管理,实现对一些保密资料的分级浏览等;为方便客户在线订购,可以开辟网上咨询订购系统,让客户像在超市一样把所有产品放入购物篮中进行网站在线订购;也可以开辟商务洽谈室,在线进行洽谈;也可以由公司设置一些主题进行网上调查;还可由访客提交一个主题来开展讨论。

对于一个企业来说,电子商务网站就是“工厂”、“公司”、“经销商”;对于一个商家来说,电子商务网站就是“商店”、“商场”、“门市部”;对于一个政府机构来说,电子商务网站就是“宣传窗”、“接待处”、“办公室”。

随着手机等移动设备上网功能的发展和完善,许多企业也选择在移动平台上建立电子商务网站。但无论电子商务的实现平台如何变化,电子商务网站都是从事电子商务活动的基础设施。

1.1.2 创建电子商务网站的必要性

电子商务涉及经济、市场、金融、管理、人力资源、商业与技术等各个方面。网上做生意正在成为一种新兴的贸易方式。纵观中国中小型企业所面临的种种机遇和挑战,“上网建网站,用互联网做生意”变得势在必行。这主要表现为以下所述几点。

1. 用户数量庞大,蕴含无限商机

全世界现在有超过 10 亿的网民,而其中有越来越多的网民开始喜欢并习惯网上购物。有专家预计,到 2012 年底,我国的电子商务规模可以达到 5 700 亿元,比 2009 年翻了一番。随着移动互联网的迅速发展,另一个快速增长的电子商务网站领域——移动电子商务的发展也很快。截至 2011 年 6 月底,中国手机上网用户已达 1.554 亿。据预测,未来两年中国手机上网的网民将超过 3 亿,而巨大的用户群就意味着巨大的商机。

2. 提供商业信息,及时更新变化

在过去,企业要公布最新的商业信息只能在电视、报纸或黄页上打广告进行宣传,但在一段时间内,企业的商业信息往往会因为各种原因而发生变化,但对这些传统媒体上的广告进行更新又比较麻烦。这时,利用网站建立黄页广告,能够更加及时准确地提供企业的商业信息,并能随时提供最新的商业资讯。例如图 1-1 为专业的 B2B 网站——慧聪网的网站截图,从图中可以看出,根据商品信息的分类就能很容易地寻找到相关的商业信息,而且由于网上的商业信息量巨大,因此网络媒体是任何其他媒体所不可取代的。

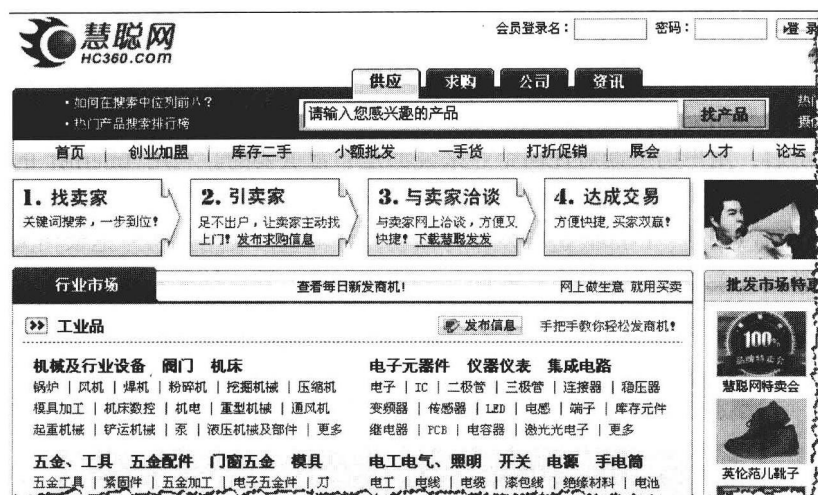


图 1-1 慧聪网首页截图

3. 加强与客户的联系，提供优质的服务

联系与沟通是商务过程中最重要的环节之一，每个精明的商人都懂得与他人进行广泛接触的重要性。通过构建商务网站，企业可以每天 24 小时在网站上向成千上万的网站访问者提供联系与沟通的渠道，任何人在任何时候都可以利用这个渠道。当今的商务过程更注重为客户提供优质的服务，而通过网站可以采用更多的、更便捷的途径向客户提供各种服务，从而提高客户满意度。例如，网站上可以为客户定制个性化交流平台，根据客户喜好不定期地发送企业的最新信息，提供不需要支付电话费用的 24 小时在线客服等，都可以简单而快速地实现。图 1-2 所示是联想公司网站的客户在线支持网页。



图 1-2 联想公司网站的客户在线支持页面

4. 加快新产品的发布周期，及时反馈用户信息

利用互联网，新产品和新服务可以迅速发布到全球范围，其成本低廉。为了宣传一个新项目而更新网页所花的费用只是印刷一本新产品目录的零头。

新产品推出后，用户的反馈对任何企业来说都是非常重要的。利用 Internet 的双向信息交流功能，可以帮助企业从市场中收到及时反馈，网上问卷调查就是一项最常规的了解用户的手段。互联网问卷可以通过网站、E-mail 进行发布与回收，并可直接使用数据库记录相关的数据，这样比起传统的问卷调查来说大大地节省了时间、经费和人力。并且结果容易量化，便于统计处理与分析，还可以进行大规模的调查。图 1-3 所示是可口可乐公司网站的一份问卷调查。

图 1-3 可口可乐公司网站的问卷调查

1.1.3 企业实施电子商务网站的意义

企业开展电子商务，可以有很多选择，既可以借助阿里巴巴、慧聪网、淘宝网这样的第三方平台，也可以搭建属于自己的电子商务网站。有了电子商务网站这一贸易平台就相当于在互联网上建立了一座商场，需要每天去维护和完善它。当一个陌生的客户到来时，网站充当的是一个推销员的角色，代表的是企业品牌形象。当老客户前来寻求帮助时，它则充当一个服务人员的角色，可以提供各种个性化服务以满足客户的不同需要。

总地来讲，企业实施电子商务的意义表现在以下几点。

(1) 有利于大幅提升企业知名度及影响力，促进销售额的提升。

(2) 有利于企业拓宽发展空间。大多数中小企业都是本地化企业，规模小、雇员少、资金薄弱，只为当地用户提供产品和服务，辐射范围较小。电子商务所具有的开放性和全球性特点，为中小企业的发展创造了更多的贸易机会，从而打开了一扇通往全国乃至世界市场的窗口。

(3) 减少了各种中间环节，交易成本显著降低。

(4) 加强了与客户的沟通和联系，提供更优质的服务。

(5) 有利于快速掌握市场反馈信息，对产品进行相应调整。

(6) 有利于兼并上下游企业，形成产业链延伸。

总之，电子商务网站是企业从事电子商务活动的基本平台，它有利于改进企业的业务流程，

提高企业管理水平,更好地为客户服务。网站的运营成功与否已经成为衡量一个企业综合素质的重要标志。

1.2 电子商务网站的分类与发展

1.2.1 电子商务网站的类型

电子商务网站可以按照交易类型,经营商品种类的宽度,业务范畴的运作方式进行分类。

1. 按照交易对象的不同分类

(1) B2B (Business to Business)。B2B 是指网站进行的交易活动是在企业与企业之间进行的,即企业与企业之间通过网站进行产品或服务的经营活动。这里的网站通常是第三方提供的平台,企业不需要为建立和维护网站付出费用,只需向第三方交付年费或每笔交易的费用即可。类似的平台有阿里巴巴、慧聪网、中国化工网和敦煌网等。对于中小型企业来讲,第三方平台无疑提供了一条实施电子商务的便捷通道。

(2) B2C (Business to Consumer)。B2C 是指网站进行的交易活动是在企业与消费者之间进行的,即企业通过网站为消费者提供产品或者服务的经营活动。销售产品的网站几乎要占到 B2C 电子商务网站总量的 90%,如当当网、卓越网、京东商城和凡客诚品等。提供服务的网站则要少一些,如携程网为消费者提供了旅行服务,如酒店预订、机票预订等,易美网则为人们提供了网上冲印等业务的服务。

(3) C2C (Consumer to Consumer)。C2C 是指网站进行的交易活动是在消费者与消费者之间进行的,即消费者通过网站进行产品或服务的经营活动。与 B2B 类似,这里的网站也是由第三方提供的平台,参与交易的双方也通常以个人为主,如淘宝、拍拍、易趣、百度有啊、孔夫子旧书网、豆丁网等。

(4) B2G (Business to Government)。B2G 是指企业与政府之间通过网络所进行的交易活动的运作模式。例如网上采购,就是政府机构在网上进行产品、服务的招标和采购。另外,还有电子通关、电子纳税等企业与政府间的业务等。

电子商务网站类型众多,在此只能对其进行大致分类。实际上,很多网站发展很快,而且是相互融合、相互渗透的状态,因此很难对某个网站进行精确分类。例如,淘宝网以 C2C 起家,但随着淘宝商城(现已改名为“天猫”)的成立,众多品牌包括联想、宏基、迪士尼、Kappa、罗莱家纺等均在淘宝商城开设了官方旗舰店。淘宝商城整合了数千家品牌商和生产商,为商家和消费者提供了一站式解决方案,淘宝商城已经成为一个开放的 B2C 平台。

2. 按经营商品种类的宽度分类

(1) 综合型网站。网站是能够提供多行业、多种产品类型的经营网站,通常聚集了大量产品,类似于网上购物中心,旨在为用户提供产品线宽、可比性强的商务服务,在广度上下工夫。例如,阿里巴巴、慧聪网等都是 B2B 的综合型网站;易购网、当当网则是 B2C 的综合型网站。

(2) 垂直型网站。这类网站提供某一类产品及其相关产品(互补产品)的一系列服务。垂直型是指在一个分销渠道中,生产商、批发商、零售商被看做一个单一的体系。例如销售汽车、汽车零配件、汽车装饰品和汽车保险等产品的商务网站,为顾客提供了一步到位的服务。

垂直类行业平台主要有两个特点,一是专:集中全部力量打造专业性信息平台,主要以行业

为特色,对某一行业做全面的研究;二是深:此类平台具备独特的专业性质,在专业的同时深入研究某一行业的特点,深入探究某一行业的服务、赢利以及未来发展动向。

垂直类 B2B 行业网站的出现使电子商务正在从“大而全”的模式转向专业细分的业务模式。例如,中国服装网、中国化工网、环球医药信息网都是 B2B 的垂直型网站,而蔚蓝书店、红孩子、麦包包都是 B2C 的垂直型网站。图 1-4 所示是经营书籍的蔚蓝网的首页。



图 1-4 蔚蓝网的首页

3. 按业务范畴和运作方式分类

(1) 非交易型。该类电子商务网站的主要功能是宣传和客服,而不直接在网站上从事交易活动,例如,东软网站、思科网站、锐捷等公司的网站。这类公司的产品大都不适合在网上销售,因此它们的网站中没有必要提供交易功能。

(2) 半交易型。该类电子商务网站的主要功能是宣传或客服,但也提供一些简单交易功能。例如携程旅行网,用户可以在网站上浏览到旅行社的各条旅游线路的信息,也可以在网站上进行预订酒店和预订机票等交易活动。

(3) 交易型。这类网站的主要功能就是交易。无论交易类型是 B2B、B2C 还是 C2C,这些网站都属于交易型电子商务网站。这些网站一般都带有完善的在线交易和支付功能,用户可以直接通过网站链接到银行的支付网关,进行在线支付。

1.2.2 电子商务网站的常见形式

不同的企业建立电子商务网站有不同的目的和不同的服务对象。各种商务网站在规模、内容和风格上也会有很大的差别,这充分体现了各种网站的不同定位。下面是目前几种常见的网站形式。

1. 门户网站

所谓门户网站,是指只要用户登录这个网站,就可以得到该企业或商家提供的所有服务。目前,国内许多著名企业都建立了功能完善的门户网站,例如海尔和长虹等。这样的企业一般在其内部已经建立了较为完善的管理信息系统,而门户网站可以看成是管理信息系统的前台,通过企业内部网络可以实现门户网站与管理信息系统的信息共享。这样,企业通过其门户网站把内部信

息系统中可公开的信息与外部的客户和合作伙伴联系起来,就可以在更大的范围内方便地实现信息的整合和共享。图 1-5 所示是长虹公司的门户网站。



图 1-5 长虹公司的门户网站

2. 商城网站

商城网站通常也可以看成是网上商店,这类网站除了提供企业、商品和服务的有关信息外,其主要功能是开展 B2C 形式的商品交易活动和提供相应的交易服务。此类网站由于经营商品种类与服务方式的不同,又可分为以下几种不同的类型:网上超市、网上专卖店、网上售票、网上旅游服务等特殊交易网站等。其中网上超市通常由第三方流通企业开办,如天猫商城、1 号店等,销售各种企业生产的商品;而网上专卖店由生产企业开办,如联想、海尔、明基等企业都开办了网上商城,它们都属于网上专卖店性质。图 1-6 所示为 1 号店的主页。

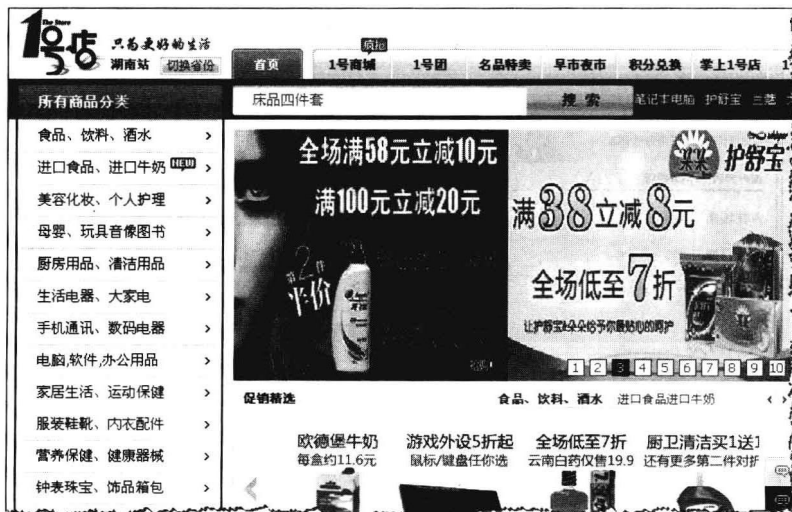


图 1-6 1 号店的主页

3. 中介网站

中介网站主要用于为独立的卖家和买家提供交易平台, 让其他企业或个人可以到此网站进行交易, 并可收取一定的中介服务费或服务器存储空间租用费, 用于中介网站的盈利。常见的交易模式网站有淘宝、易趣、拍拍和阿里巴巴等网站, 图 1-7 所示为拍拍网的首页。



图 1-7 拍拍网的首页

4. 行业网站

各行各业都可以根据自己需要建立自己的商务网站, 以便更好地开展行业性的商务活动。不同的行业有不同的经营方式、经营项目和行业特点, 因此所创建的商务网站在内容、形式和风格的定位上要有特色。例如中国服装网、携程旅行网、中国陶瓷网等。图 1-8 所示为携程旅行网的主页。



图 1-8 携程旅行网的主页