



高职高专规划教材

WEBSITE CONSTRUCTION IN E-BUSINESS

电子商务 网站建设

主 编 陈月波
副主编 马天有
浙江大学出版社

电子商务网站建设

主 编 陈月波

副主编 马天有

浙江大学出版社

内 容 简 介

本书是“高职高专电子商务专业系列教材”之一。全书共9章,主要包括:电子商务网站建设概述,电子商务网站栏目规划与设计,电子商务网站的服务器平台建设,ASP技术基础及应用,后台数据库基础,SQL Server 数据库,电子商务网站构建以及电子商务网站管理和维护等。

本书可作为高等院校电子商务专业及相关专业的教材或教学参考书,也适合作为企业技术人员的培训教材,对自学者亦有参考价值。

图书在版编目(CIP)数据

电子商务网站建设 / 陈月波主编. —杭州: 浙江大学出版社, 2003.9
高职高专规划教材
ISBN 7-308-03434-8

I. 电... II. 陈 ... III. 电子商务—网站—高等学校:技术学校—教材 IV. ①F713.36 ②TP393.092

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 072457 号

责任编辑 王大根

出版发行 浙江大学出版社

(杭州浙大路 38 号 邮政编码 310027)

(网址: <http://www.zjupress.com>)

(E-mail: zupress@mail.hz.zj.cn)

经 销 浙江省新华书店

排 版 浙江大学出版社电脑排版中心

印 刷 浙江大学印刷厂

开 本 787mm×960mm 1/16

印 张 26.5

字 数 490 千

版 印 次 2003 年 9 月第 1 版 2003 年 9 月第 1 次印刷

印 数 0001—2000

书 号 ISBN 7-308-03434-8/F·458

定 价 39.00 元

浙江省高职院校 电子商务专业教材编写委员会

主任委员：章剑林（浙江经贸职业技术学院）

委 员：（排名不分先后）

史 征（杭州职业技术学院）

杨鲁红（绍兴托普信息技术学院）

嵇美华（湖州职业技术学院）

国 英（浙江机电职业技术学院）

罗振华（浙江经济职业技术学院）

韩剑鸣（宁波职业技术学院）

鲁丹萍（温州职业技术学院）

吴 磊（浙江东方职业技术学院）

何雍泽（嘉兴职业技术学院）

蓝伟东（丽水职业技术学院）

李 霞（浙江水利水电高等专科学校）

商 玮（浙江经贸职业技术学院）

张劲松（浙江金融职业学院）

史勤波（浙江工商职业技术学院）

陈银标（宁波大红鹰职业技术学院）

孙晓波（浙江育英职业技术学院）

沈凤池（浙江商业职业技术学院）

序

当今世界,网络经济正在高速发展。据权威资料显示,全球已有 2.6 亿人加入了因特网,每天在网上进行商务活动的人数多达 1 亿人;我国电子商务的应用与发展地域也由北京、上海、深圳等极少数城市,开始向各大中城市发展;其作用不亚于 200 年前的工业革命。根据中国互联网信息中心统计,中国上网人数已从 1997 年的 90 万人发展到 2002 年 12 月 31 日的 5910 万人,上网计算机总数已达 2083 万台,网站数量也从 1997 年的 1500 个发展到今天的 371600 个,和 2001 年同期相比增长 34.1%。这些数字的快速增长进一步说明了我国互联网产业在经历了一个低潮后,正在进一步发展。中国电子商务协会秘书长杨卫东在第二届中国企业电子化战略高峰年会上列举了一组预测数字:未来五年全世界的电子商务预计将增长 70%,亚洲预计将增长 103%,而中国电子商务则将以更快的速度增长。

可以这样说,21 世纪是电子商务的世纪,我们将别无选择地生活于其中。电子商务通过大幅度的降低交易成本、增加贸易机会、简化交易流程、改善物流系统,逐步成为一个新的产业,极大地推动我国和全球经济的发展。这场信息领域和商业领域的根本性革命,将在最大程度上影响着我们的生活方式和工作方式。因此,如何面对电子商务方式,学习电子商务相关知识,适应信息技术环境下的产业革命,积极参与经济全球化的竞争,是涉及每一个国家、每一个企业乃至每一个人的重要问题。

本系列教材是浙江省高等职业教育电子商务专业建设协作组专业建设的成果之一。浙江省高等职业教育电子商务专业建设协作组在 2002 年 11 月召开的浙江省高等职业教育电子商务专业建设研讨会的提议下,成立了浙江省高等职业教育电子商务专业教材编写委员会,汲取各方面的专家意见,编写了电子商务专业的系列教材。

参加本系列教材编写的作者均为浙江省各高等职业技术学院电子商务专业一线教学的专业骨干教师,他们具有丰富的专业知识和教学经验,同时对高等职业教育学生的基本情况、特点和认识规律有着较为深刻的理解,这些教材

是他们对前段时间电子商务专业教学研究和实践的总结。

本系列教材针对电子商务发展时间不长、内容新、变化快的特点,尽量反映电子商务各个领域发展的最新情况,并力求内容的完整性。作为电子商务领域的专业基础教材系列,第一批出版了《电子商务概论》、《网络营销》、《电子商务物流管理》、《电子商务网站建设》以及《电子商务技术基础》等五本教材,待条件进一步成熟后再逐步出齐其他教材。

本系列教材旨在让高职院校电子商务专业学生通过学习,能够对电子商务专业的几个主要方面有总体了解,并对重要知识点有比较清楚的认识;同时也可以作为其他相关专业学生开拓视野、学习了解电子商务专业知识的教材使用。

本系列教材的编写工作是在浙江省教育厅高教处和浙江省高职教学研究会关心与支持下进行的,得到了中国高校电子商务专业建设协作组副组长陈德人教授和浙江省高职电子商务专业建设协作组专家们的指导,也得到了浙江经贸职业技术学院领导和浙江大学出版社领导的大力支持,在此一并表示感谢!

浙江省高等职业教育电子商务专业建设协作组

2003年6月于杭州

目 录

第一章 电子商务网站建设概述	(1)
第一节 电子商务网站建设.....	(1)
第二节 电子商务网站的体系结构.....	(16)
第三节 电子商务网站平台与接入方案选择.....	(21)
第四节 电子商务网站建设的安全问题.....	(40)
习 题.....	(44)
第二章 电子商务网站栏目规划与设计	(46)
第一节 电子商务网站栏目规划.....	(46)
第二节 电子商务网站设计.....	(55)
习 题.....	(75)
第三章 电子商务网站的服务器平台建设	(77)
第一节 电子商务网站服务器操作系统.....	(77)
第二节 电子商务网站信息服务器配置.....	(83)
习 题.....	(120)
第四章 ASP 技术基础及应用	(121)
第一节 ASP 概述	(121)
第二节 ASP 的脚本语言(VBScript)	(125)
第三节 ASP 的内置对象	(142)
第四节 ASP 的内置组件	(173)
第五节 用 ASP 开发 Web 数据库	(178)
第六节 ASP.NET 介绍	(184)
习 题.....	(190)
第五章 后台数据库基础	(193)
第一节 Web 数据库概述	(193)
第二节 Web 数据库的主要产品	(195)
第三节 Web 数据库的相关技术	(209)

第四节 访问 Web 数据库的几种技术	(220)
习 题	(234)
第六章 SQL Server 数据库	(235)
第一节 SQL Server 数据库基础	(235)
第二节 SQL Server 数据库设计	(242)
第三节 SQL Server 数据库管理	(245)
第四节 SQL Server 数据库对象	(254)
第五节 SQL Server 安全体系结构	(260)
第六节 SQL Server 提供的应用程序接口	(270)
习 题	(275)
第七章 电子商务网站构建(一)	(276)
第一节 登录和注册	(276)
第二节 显示商品	(293)
第三节 购物车	(314)
第四节 结账处理	(326)
习 题	(344)
第八章 电子商务网站构建(二)	(345)
第一节 商品类别管理	(345)
第二节 商品管理	(366)
第三节 订单跟踪和用户自我管理	(368)
第四节 订单管理	(382)
第五节 用户管理	(394)
习 题	(395)
第九章 电子商务网站管理和维护	(396)
第一节 网站的管理和维护概述	(396)
第二节 如何进行网站的维护与管理	(400)
第三节 网站维护的主要内容	(403)
第四节 网站维护与管理的发展趋势	(409)
习 题	(412)
后 记	(414)
参考文献	(415)

第一章 电子商务网站建设概述

电子商务就是在互联网上实现的商务活动。企业开展电子商务活动,有助于实现战略优势、提高效率和降低成本等目标。电子商务对企业经营活动的发展具有重要的作用。Internet 网络已成为第四大传媒体。

当前,在统一的电子商务综合服务平台和应用标准的基础上,广泛开展了对中国特色的新型电子商务运营模式的研究,实现了电子商务网络运营、安全认证、银行支付、交易配送、应用开发和信息服务等各环节的开放合作,形成了电子商务合作圈。传统企业以最小的投入连接到平台,用户使用各种方式,经过各种网络 and 平台,享受各种电子商务服务。

在电子商务的系统中,最基础的就是电子商务网站建设,它是从事电子商务活动的基本平台。通常人们通过 Internet 浏览器访问不同的电子商务网站,进行一定的信息交互,比如查询产品信息、下订单、资金确认、物流运输等,进而完成一次商务活动的全过程。

企业的网站建设应该以企业内部网络的建设为前提。企业内部的信息化程度高,不仅有利于快速创建企业的综合信息系统,而且能够使企业不断适应市场环境的变化。因此,在规划中,应该考虑企业内部网、外部网和 Internet 网的有机联系,充分发挥电子商务网站的作用。

第一节 电子商务网站建设

一、电子商务网站建设项目的需求分析

(一)需求分析的概念

需求分析(Requirements Analysis)又称为要求分析,在企业电子商务网站建设过程中,需求分析作为建站的第一阶段,它的总任务是回答“企业电子商务网站必须做什么?”,并不需要回答“企业电子商务网站将如何工作?”。建立企业电子商务网站若没有需求分析这个阶段,建站就带有盲目性,建好的电

电子商务网站也将处处充满危机,随时可能出现瘫痪。电子商务网站的这种失效,对于使用企业网络处理各种业务的公司来说是致命的,因此需求分析必须在电子商务网站设计者和企业网络用户之间交互进行,满足企业的真实需求。电子商务网站设计者则根据这些需求规划电子商务网站,并将它反馈给企业网络用户,网络用户修改规划后,再交给电子商务网站设计者。如此反复,直至电子商务网站设计者和网络用户有一个明确与统一的需求认识。

(二)需求分析的任务

电子商务网站系统需求分析过程中要完成的一些具体任务包括:确定企业电子商务网站系统的综合要求,导出电子商务网站系统的模型、书写文档和审查等任务。

1. 确定企业电子商务网站系统的综合要求

企业电子商务网站系统的综合要求有四个方面:

(1)电子商务网站的功能要求。划分出电子商务网站必须完成的所有功能。

(2)电子商务网站的性能要求。例如,联机系统的响应时间、处理的商业事务是要求实时响应还是可以分时实现;系统需要的存储容量及后援存储容量;整个电子商务网站所要求的健壮性、容错程度、网络安全性要求等。

(3)电子商务网站运行环境的要求。这类需求主要表现为网络运行时所处的环境要求,例如,使用的网络操作系统是什么,采用哪种 MIS,是否与企业原有的网络兼容,等等。

(4)企业电子商务网站系统进行软件或硬件升级、换代等要求。这些用户需求虽然不属于电子商务网站系统当前开发阶段的任务,但是属于用户对网络系统生命周期的要求。要保证企业电子商务网站可扩充和可维护,在设计电子商务网站系统时应兼顾这类需求。

2. 导出企业电子商务网站系统的三种模型

明确了电子商务网站的用户需求后,就可以导出系统的模型,它们可帮助电子商务网站设计人员和企业网络用户共同分析业已提出的要求。模型包括:电子商务网站的商业模型、技术模型和物理模型。导出这些模型,有助于建立一个企业电子商务网站的模型系统,模拟整个企业电子商务网站的事务处理过程、通信协议及数据流等。

3. 书写文档和审查

经过需求分析确定了电子商务网站系统必须具有的功能和性能,下一步

就应该把需求分析的结果用正式的文档记录下来,作为最终电子商务网站系统配置的初始文档。需求分析阶段一般应完成以下三份主要的文档资料:

- 电子商务网站系统的功能说明文档。主要描述目标系统的全貌、要实现的功能、要达到的性能指标、运行环境以及将来的维护和扩充功能。

- 电子商务网站用户对系统描述的文档。这份文档从网络使用人员的角度来描述目标。电子商务网站系统内容一般包括对整个电子商务网站的功能和性能的简要说明,使用企业电子商务网站的主要步骤和操作方法,以及网络用户的责任等。这份文档相当于一份企业电子商务网站用户使用指南。

- 电子商务网站的开发计划。计划书包括:成本估算、资源使用计划、开发进度计划和开发人员配备等。

需求分析的文档书写完毕后,就要组织审查小组对需求分析的结果进行正式的技术审查,审查不合格就必须重新进行需求分析。审查小组的成员中应有一名网络系统分析员,其他成员应包括电子商务网站实现技术人员和网络用户代表。有必要的話,还应进行多次审查,直至审查小组认为当前的需求分析在技术上是“完美的”。

(三)网站建设项目成本构成及测算

建立一个仅具有发布信息功能的网站和建立一个能够进行在线交易的网站所需费用相差极大。如果费用预算有限的话,就需要慎重选择了。网站建设项目的成本随着系统的类型、范围及功能要求的不同而不同。但是,可以从网站建设生命周期的各阶段将其划分为开发成本与运行维护成本两大类,在各类成本中又根据费用的不同进行逐级细分。其中,系统开发成本又可分为软件开发成本、硬件成本和其他成本三大类。

网站建设项目的成本测算就是根据待开发的信息系统的成本特征以及当前能够获得的有关数据和情况,运用定量和定性分析方法对项目生命周期各阶段的成本水平和变动趋势作出尽可能科学的预测,对建设项目的进度作出尽可能准确的估计。

1. 测算网站建设成本

在网站建设项目测算中,最难确定的是开发成本中的软件开发成本,而硬件成本和其他成本则相对容易估算出来。至于运行维护成本,则可以根据开发成本与运行维护成本比值的经验数据和测算出来的开发成本一起计算。并且,对于网站项目的用户来讲,项目开发成本的不确定性因素较大,而项目的运行维护成本由于多次发生,且在自身的使用中发生,相对来讲容易控制一些。图

1-1-1 给出了网站建设成本测算的一般过程。从图中可以看出,网站建设开发成本测算首先应该建立在对过去项目成本情况进行数据分析的基础上,历史的经验和教训对于成本测算的各个阶段均有参考价值。其次,进行硬件成本及用户项方面(培训、数据收集、系统转换等)成本的测算,这是因为它们对软件成本的分析有着一定的影响,比如开发人员对所采用的硬件或数据库系统的使用经验将明显影响软件生产率,从而影响着软件成本,对此先做测算可以减少软件成本测算中的不确定因素。

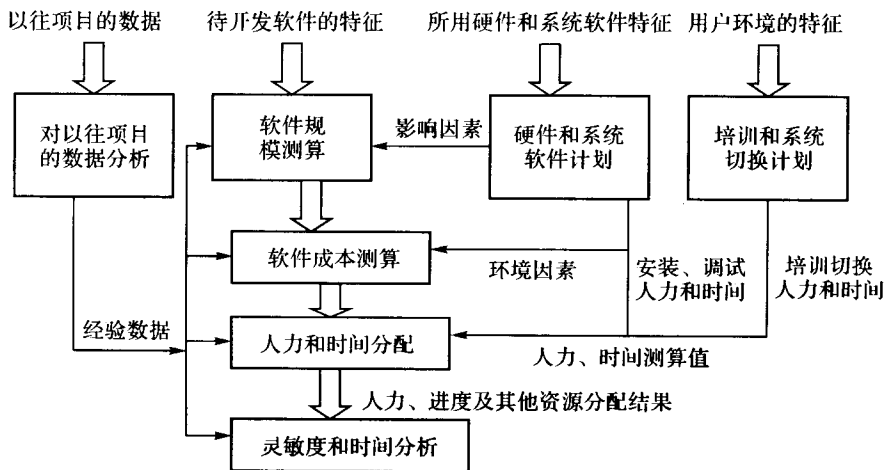


图 1-1-1 网站建设项目开发成本测算的一般过程

对网站建设项目中的软件成本测算,通常分两步走:第一步,测算软件的规模或程序量;第二步,利用有关的经验参数模型测算出该种规模的软件成本。当然,也可运用专家判定等方法将上述两步合并直接测算成本。在测算软件开发成本、硬件成本和其他成本的同时,对各种任务所需的人力、时间等资源也作出安排,即为人力计划和进度计划。

软件开发成本测算出来以后,与硬件成本和其他成本累加则构成网站建设项目的开发成本,在此基础上,根据运行维护成本与开发成本之间比值的经验系数导出信息系统的运行维护成本。开发成本与运行维护成本之和即为网站建设项目的总成本。显然,网站建设项目成本的测算重点在于软件开发成本的测算,软件开发成本的测算又离不开软件规模的测算。

在网站建设项目立项和项目管理工作,要十分重视软件开发成本的估算。然而,由于软件是逻辑产品,成本估算涉及人、技术、环境、政策等多种因素,因此,在项目完成之前很难精确地估算出项目的开销。人们常用的估算方

法有四种:

- (1)参照已经完成的类似项目估算待开发项目的软件开发成本和工作量。
- (2)将大的项目分解成若干小的子系统,在估算出每个子系统软件开发成本和工作量之后,再估算整个项目的软件开发成本。
- (3)将软件按网站建设的生命周期分解,分别估算出软件开发在各个阶段的工作量和成本,然后再把这些工作量和成本汇总,估算出整个软件开发的工作量和成本。
- (4)根据实验或历史数据给出软件开发工作量或成本的经验估算公式。

上述四种方法可以同时、单独或组合使用,以便取长补短、互相参考,提高软件开发成本估算的精度和可靠性。要注意的是,采用分解技术自底向上估算时应考虑系统集成时需要的工作量,否则会低估软件开发成本。由于 Internet 发展日新月异,新产品和新技术的推出极大地降低了费用,因此,进行精确的费用预算是十分困难的。最好的办法是列出所需的硬件、软件、人员和服务清单,然后咨询相关的专业人士。一般来说,建立一个基于虚拟主机(租用因特网的接入服务提供商设备)服务的小型网站需花费 1 万元到 3 万元不等,而建立一个大型的复杂网站需花费 10 万元到 1000 万元不等。对于一般的公司来讲,网站的费用预算应是营销预算的 10%。

2. 制定建立网站时间表

一般来说,建立网站时间表应该包括如下几项内容:电子商务网站建设各项工作内容及其时间安排;月度和年度工作安排时间规划;网站各工作人员工作内容及其时间安排(由其本人完成);工作人员讨论交流会时间安排。

时间表制定完成后,就可以按照它真正开始网站的建设了。在计划的具体实施中,还应该保持一定的灵活性。因为 Internet 是飞速变化的,所以要主动调整自己的策略以适应这种变化,否则就很难避免失败的命运了。

建立网站和其他项目一样,通常也会出现一些意料之外的费用和时间拖延,因此,在做费用预算时应该留有余量。建设网站的经验越少,所留余量应该越大。

(四)对电子商务网站建设项目的效益分析和风险分析

1. 成本效益分析

任何一个企业都是一个追求赢利的经济实体,企业的投资如果不会带来利润,决策者就会放弃这项投资。同样企业电子商务网站建设是要有投入的,决策者必然要求网络设计人员提供建设电子商务网站的成本估计。如果电子

商务网站建设投入的资金大于企业网络最终带来的收益,企业当然不愿意做这种赔本生意。反过来,电子商务网站设计人员成本估计过低就得赔钱。因此,成本/效益分析也是企业网络需求分析中的一个重要组成部分。企业网络成本/效益分析的目的是帮助网络设计和实现人员、企业决策者从经济角度分析建立一个企业网络是否合算。着手进行成本/效益分析常从三个方面来考虑:

- 成本估计。一般指估算企业安装网络所需的直接费用,它包括:购买网络软、硬件产品的费用,网络设计和开发的费用。

- 估计电子商务网站运行费用。这类费用的估计比较困难,因为电子商务网站系统有一个特点,就是运行费用通常是建网费用的 3~4 倍。它包括网络运行、技术支持、维护和管理等费用。

- 估计电子商务网站将带来的经济效益。投资者最关心的也是这个部分,它的计算方法可用下式来表达:

$$\boxed{\text{用电子商务网站带来的经济效益}} = \boxed{\text{因使用电子商务网站增加的营业收入}} + \boxed{\text{使用电子商务网站可以节省的业务处理费}}$$

成本估计相对来说比较容易,因为网络软件和硬件的费用直观可见,连同所需的物理线路、网卡、服务器等都是可以计算的,可以根据单价进行估算。网络设计和开发费用也可以按照系统开发的软件工程类似方法进行估算。而网络运行、维护、管理等费用属于“潜在”的费用,以往往往在成本/效益分析时考虑太少,然而这部分“潜在”费用却是建网费用的 3~4 倍。

电子商务网站运行的生命周期较长,在其生命周期内除了运行费用外,还有服务管理费用、网络配置费用、网络维护费用、网络升级费用、网络管理人员和网络用户的培训费用等。估计企业网络将来带来的效益不能简单地比较成本和效益,通常有以下四类方法:考虑货币的时间价值;投资回收期;纯收入;投资回收。

2. 企业电子商务网站的风险分析

设计任何一个企业电子商务网站系统都不可能达到完美无缺,这里有人为主观的因素,也有客观的因素。如果公司的大部分业务都是在企业电子商务网站上完成的,那么进行企业电子商务网站的风险分析就变得非常必要。

可以从两个角度来进行风险分析,一个是技术风险分析,另一个是商业风险分析。技术风险分析就是分析企业电子商务网站系统外在的危险,估计这些危险的严重性,然后计算网络服务失效带来的损失,以便电子商务网站设计者在网络设计阶段考虑预防和补救措施。

商业风险分析比技术风险分析复杂得多。如果使用企业电子商务网站反而降低了企业的生产力或生产效率,那么这个企业电子商务网站就是不成功的。虽然精确地定义了用户需求,网络设计也达到了商业需求,而且选用了最合适和最好的电子商务网站网络设备,但是由于联网是一个复杂的工程项目,目标系统还是可能和企业商业的需求存在偏差。和技术风险分析类似,商业风险分析做得是否深入细致与公司的体制及企业网络功能有关。

二、电子商务网站建设的策划

当企业建立自己站点时,网站策划将贯穿于网站建设的全过程,是网站建设最重要的环节,同时也是最容易被企业忽视的环节。

电子商务网站策划是根据企业经营业务及建立网站目的、用途,进行分析、策划,对网站的形象、功能、目标客户予以定位,以及对网站的信息结构、导航体系进行设计,进行栏目设置、页面总量统计等内容,制定出一套能充分体现出企业形象和网站风格的网站建设策划方案。

大的策划内容可以从建设网站的目的出发,确定网站发展目标和 CIS 定位方向。一般来说,电子商务网站的建设目的都是为了宣传自己的公司,提高企业知名度,及时发布信息,增加业务量、开拓市场,树立企业的形象,提供企业的产品和服务项目,供客户全天候的查询。企业通过自己的网站开展电子商务,出售或者寻找产品,提供或者征求服务。网站策划前,应该考虑了解:

(1)目标市场的情况。客户群体是否喜欢新技术,受教育程度是否较高,是否经常上网等等。

(2)了解市场环境。良好的国际和地区经济环境、政府的支持以及所在地信息化设施的完备程度对电子商务的成功都有着重要的影响。

(3)产品服务 and 品牌。如果客户群体熟悉企业的名字 and 品牌,或者开展的电子商务能够提供传统商务不具备的服务,采用了新技术可以方便顾客,这些都会促进电子商务的成功。

(4)有没有建立完善的配送物流系统。

一般来说,进行电子商务网站建设前,首先要进行市场调研。主要调查目前在网络中有多少家与本企业产品相类似的商务网站,它们网站的架构怎样、如何布置网页、销售策略如何。

如何建立一个真正的电子商务网站,如何使网站结构清晰合理、内容准确详实、页面生动鲜明,如何保证自己的网站能够在茫茫的网络世界脱颖而出,完整的网站建设策划方案恐怕是在开始建设网站之前必须要考虑的问题。具

体策划的内容有:

(1)计划阶段:收集书面资料,尤其要准确理解准备开展电子商务网站建设的企业的业务重点之所在。对资料进行细致的整理,对文档进行归类,以确定哪些是要在首页或一级页面上向浏览者表明的,哪些可以放在栏目子页中的。对文字进行润色,使文字尽量通俗,减少不必要的专业术语的使用。文档整理完毕后,根据分类就可以统计出新版网站有多少个栏目、每个栏目有多少页面、每个页面的具体内容及名称。统计完毕后要有一个网站文件的明细表,最好为树型图。

(2)设计阶段。首页设计是整个网站设计的重中之重,它的成功与否直接关系到公司的形象,所以对它的要求很高。首页设计要符合公司现阶段的宣传方针,同公司在其他媒体上的广告最好要相互呼应。例如:INTEL 在网站及报纸、电视的广告上颜色的统一性非常明显,以非常稳重的蓝色为底色——表明该公司的实力雄厚、科研态度一丝不苟。首页设计的用色要谨慎、高级,不可随便。因为当浏览者打开公司的网站时,他的第一感觉就是对颜色的感觉,舒服、漂亮的东西总是让人有好感的,所以必须考虑颜色明暗、轻重、明快与稳重的搭配。首页设计最好不要显得零碎,最好有明显的模块,可以使用较小的图标,但切忌使用小的纯色块,这样容易使网页显得缺乏气度。不要在首页上体现过多的内容。因为首页过多的内容会导致重点不突出、页面传输过慢、页面长度过长的问题,造成浏览者的不方便感。首页设计还有一个重要的因素就是速度。因为目前网络特别是我国网络的带宽是非常有限的,超过 70K 的页面通过浏览器打开是很慢的。作为将要开展电子商务的公司网站,它的浏览者大多是企业,网页的大小就是必须要考虑的因素。首页设计应该由一个设计小组的几个人在考虑诸多因素的前提下共同提出。首页设计要留有发展的空间。因为公司常常发展得非常快,需要不断添加新的业务,所以要留有余地。在这个方面,国外的一些网站的探索很值得参考,例如 <http://www.networksolutions.com> 通过活泼生动的小图标及两行简练的介绍把公司的主要业务介绍清楚;<http://home.verio.com> 通过给人视觉相对强刺激的五块画面,使人能很容易地了解到网站的主要功能。这些网站还有一个共同的特点——即不需要拉动窗口右滚动条的情况下,就可以对网站的主要功能一目了然。在首页上当浏览器打开后第一时间显示的部分是黄金地带。当首页的设计通过后,就应该着手栏目的设计了。普通栏目的设计要求要比首页宽松一些。栏目设计最好是引导式的,而不是灌输式的,要和栏目的内容结合得紧密;包含在文章里的链接要容易辨认;文字排版要好看,有统一的间距和边距要

求。不得使用太大和太疏的文字,表格的设置要合理,不要太长;对于提交表单,尽量减少让客户用键盘输入的东西。每一页都要有“返回页首”、“返回前页”的链接。合理的设计可以避免网站在建设的过程中出现大的改动,避免无用功和重复劳动。关于栏目设计下章将作详细介绍。

(3)制作阶段。首先是页面模板的制作;模板制作完成后,开始进行页面的制作;页面的分工要明确;链接要随时制作随时检查;在制作工程中要注意垃圾原码,一发现就立即清理;页面制作完毕后,开始进行后台程序的编制。

(4)核对阶段。多方面的人员参加对网站页面的试运行核对。

当策划一个网站但不知道从何处着手时。下面给出的一些问题,有助于策划,当对每个问题有清晰的答案时,网上战略、网站规划就有了个粗图了。

问题一:建设网站的目的是什么?

问题二:网站规模是多大?

问题三:需要独立域名吗?

问题四:主要目标受众是谁?

问题五:基于明确的受众定位,希望网站有怎样的设计特色?

问题六:如何推广网站,网上、网下或者两者并举?

问题七:网站将带来哪类额外收入吗?

问题八:如何经营网站?

问题九:投入的预算是多少?

三、电子商务网站建设的要求

无论是建立一个什么样的电子商务网站,是一个向合作伙伴或者供应商提供产品和服务的商业网站,或者是一个销售产品或为消费者提供服务的零售网站,还是建立一个发布新闻和其他多媒体信息的传媒和娱乐网站,作为一个成功的电子商务网站设计,应当满足以下几个方面的要求。

(一)网站必须有良好的可扩充性

网站的建设不可能一步到位,一方面是随着企业的不断发展,越来越多的业务将在网上开展,例如一个生产企业,最开始只是建立一个企业网站进行信息发布和企业形象宣传等业务;接下来,该企业与销售商、零售商合作建立 Extranet,开展产品网上订购业务和原材料的网上采购业务。企业网站的扩展应该是在原有系统的基础上进行的,充分利用网站的原有资源,因此要求在最初设计网站时,充分考虑网站的可扩充性,例如选择开放的、有良好兼容性的