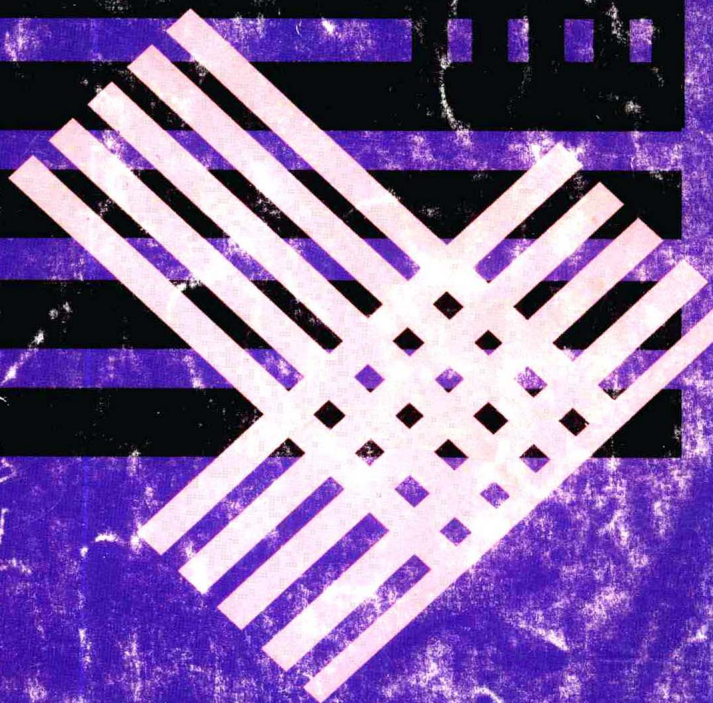
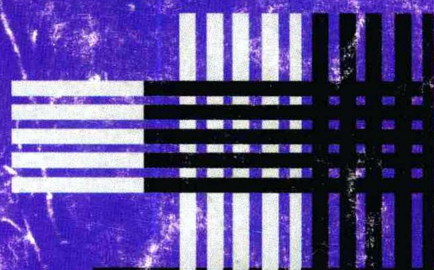


全国中等职业技术学校电子商务专业教材

guanguo zhong deng zhi ye ji shu xu xiao dian zhi shang wu zhu an ye jiao cai

电子商务网站建设



中国劳动社会保障出版社

zhongguo laodong shehui baozhang chubanshe

全国中等职业技术学校电子商务专业教材

电子商务网站建设

劳动和社会保障部教材办公室组织编写

赵乃真 主编

中国劳动社会保障出版社

版权所有

翻印必究

本书根据劳动和社会保障部培训就业司颁发的《电子商务专业教学计划》和《电子商务网站建设教学大纲》编写,供全国中等职业技术学校电子商务专业使用。主要内容有:建立电子商务网站的基本过程、网络数据库和 ASP 技术、电子商务网站功能的实现、电子商务网站的测试和发布、电子商务网站的管理与维护。

本书也可作为职业技术学院电子商务专业教材,还可供职业培训和计算机用户自学使用。

本书由赵乃真主编,张霞、丁一书参加编写;牛平审稿。

图书在版编目(CIP)数据

电子商务网站建设/赵乃真主编. —北京:中国劳动社会保障出版社, 2002.11

全国中等职业技术学校电子商务专业教材

ISBN 7-5045-3711-X

I. 电… II. 赵… III. 电子商务-网站 IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第089268 号

中国劳动社会保障出版社出版发行

(北京市惠新东街 1 号 邮政编码:100029)

出 版 人: 张梦欣

*

北京印刷二厂印刷 新华书店经销

787 毫米×1092 毫米 16 开本 12.75 印张 299 千字

2003 年 4 月第 1 版 2003 年 4 月第 1 次印刷

印数:5000 册

定价:19.00 元

读者服务部电话: 64929211

发行部电话: 64911190

出版社网址: <http://www.class.com.cn>

前 言

随着计算机技术和网络技术的迅猛发展以及人们物质生活和精神生活水平的不断提高,电子商务作为一个新兴的商业模式,已经显示出强劲的发展前景,并逐渐走进人们的日常生活中,由此带动了对电子商务技术人才的需要,以及职业技术学校电子商务专业教学的发展。为适应上述要求,促进电子商务专业教学在各职业技术学校的开展,劳动和社会保障部培训就业司于2003年3月颁发了《电子商务专业教学计划与教学大纲》。

根据部颁教学计划及相关课程的教学大纲,劳动和社会保障部教材办公室组织了电子商务专业教材的开发工作,并在开发工作中始终坚持以下几个原则。

第一,坚持以能力为本位,重视实践能力的培养,突出职业教育的特色。根据电子商务专业毕业生所从事职业以及劳动力市场的实际需要,确定学生应具备的能力结构与知识结构,在保证学生必备专业基础知识的同时,加强实践性教学内容。

第二,充分考虑计算机技术、网络技术的发展,以及电子商务的最新应用,体现教材的先进性,以保证学生所学技能在实际工作中得以运用。

第三,贯彻国家关于职业资格证书与学业证书并重的政策,教材内容力求涵盖国家职业标准《电子商务师》中的电子商务员(国家职业资格四级)的知识和技能要求,确实保证毕业生达到中级技能人才的培养目标。

这次开发的电子商务专业教材有:《电子商务基础理论与实践》《电子商务数据库》《电子商务网页设计》《电子商务网站建设》《电子商务物流与配送》《电子商务安全技术》《网络营销》《电子商务会计》。

这次教材的开发工作得到了有关省、直辖市、自治区劳动和社会保障厅(局)及天津职业技术师范学院的大力支持,对此,我们表示诚挚的谢意。电子商务专业教学尚处于发展阶段,希望广大师生结合本地的教学实践对教材提出宝贵意见,以供我们在修订教材时参考和借鉴。

劳动和社会保障部教材办公室

2003年6月

目 录

第一章 电子商务网站基础知识·····	(1)
§ 1—1 因特网是电子商务发展的基础·····	(1)
§ 1—2 网站基本概念·····	(3)
§ 1—3 网站在电子商务中的作用·····	(8)
习题与实践·····	(12)
第二章 建立电子商务网站的基本过程·····	(14)
§ 2—1 网站开发流程·····	(14)
§ 2—2 网站的商业策划·····	(19)
§ 2—3 申请和注册域名·····	(20)
§ 2—4 选择 Web 服务器·····	(25)
习题与实践·····	(30)
第三章 网络数据库和 ASP 技术·····	(31)
§ 3—1 网络数据库·····	(31)
§ 3—2 ASP 基础知识·····	(34)
§ 3—3 ASP 基本语法·····	(39)
§ 3—4 ASP 的对象·····	(48)
§ 3—5 创建 Web 数据库连接·····	(57)
§ 3—6 综合实例·····	(70)
习题与实践·····	(77)
第四章 电子商务网站功能的实现·····	(78)
§ 4—1 建立商品清单和明细·····	(78)
§ 4—2 购物车·····	(100)
§ 4—3 网页订单·····	(105)
§ 4—4 顾客留言板的设计·····	(111)
§ 4—5 网络广告设计·····	(115)

§ 4—6 其他功能设计·····	(118)
习题与实践·····	(124)
第五章 电子商务网站的测试和发布·····	(125)
§ 5—1 网站的测试·····	(125)
§ 5—2 网站的发布·····	(133)
习题与实践·····	(146)
第六章 电子商务网站管理与维护·····	(147)
§ 6—1 网站管理和维护的意义·····	(147)
§ 6—2 提高网站知名度的方法·····	(150)
§ 6—3 网站的评价·····	(157)
§ 6—4 网站的安全·····	(162)
习题与实践·····	(167)
第七章 电子商务网站案例·····	(168)
§ 7—1 B2C 类网站案例·····	(168)
§ 7—2 B2B 类网站案例·····	(173)
§ 7—3 网络银行·····	(178)
§ 7—4 网上证券·····	(189)
习题与实践·····	(196)
参考文献·····	(197)

第一章 电子商务网站基础知识

电子商务给人们的生活带来极大的便利，上网者只需轻轻点击鼠标就可访问任何一家网上商店，而不必顾虑时间的早晚或路途的远近。电子商务网站是开展电子商务的主要平台。

本章在介绍因特网和电子商务关系的基础上，介绍一般网站的概念，然后重点说明电子商务网站在电子商务中的作用。

§ 1—1 因特网是电子商务发展的基础

在谈及电子商务的时候，就不能不谈到因特网（Internet）；同样，讨论因特网也不能不涉及电子商务的应用。

一、电子商务的发展离不开因特网

因特网的前身是 ARPAnet，它是 1969 年美国国防部高级研究计划局（DARPA）作为军用研究而建立的计算机实验网络。开始时它的规模并不大，仅连接 4 台主机，全世界绝大多数人并不知道它的存在。

1983 年 ARPAnet 开始向民用化发展，出现了现在意义的因特网，特别是 1991 年美国成立了“商用 Internet 协会”，从此因特网和商务之间建立了密切的关系。1993 年美国政府发布了“美国国家信息基础建设行动计划书”（NII，俗称信息高速公路），极大地促进了美国及全世界各国政府的网络基础设施建设，为后来的电子商务建立了可靠的基础。1992 年出现的网络浏览技术——万维网（World Wide Web，WWW 或 Web）技术，使得普通网络用户在自己的计算机上，通过点击鼠标就可以访问因特网上的资源，并可实现网上购物。电子商务从此得以在全世界范围内迅速发展起来。

有了因特网作为通信的基础设施，再加上 WWW 技术，使因特网开始拥有巨大的用户群

体, 这些用户成为在网上开展电子商务的客户基础, 使因特网真正具有了商业价值。可以说, 因特网的发展是电子商务发展的基础、动力和市场。反过来, 电子商务的发展又给因特网注入了巨大的资金和无限的活力。

目前, 国内外越来越多的公司在因特网上开展商务活动, 计算机厂商、邮购公司甚至大型零售商都纷纷开设自己的电子商店。美国国际商业机器公司 (IBM) 曾宣布, 从 2000 年 1 月起, 该公司生产的个人计算机, 在美国国内将不再经过零售商销售, 而全部改为通过因特网销售。这意味着该公司的销售战略发生了根本性的改变。现在, 几乎所有商品都能在网络商店中找到, 小到几元钱一张的流行歌曲光盘 (CD), 大到数万元的网络服务器, 都可以在按几下鼠标之后完成选购。

二、我国因特网与电子商务网站的发展

我国政府十分重视国家信息化建设。1994 年年初, 经国务院批准, 成立了中国经济信息化联席会, 协调建设中国的“三金”工程, 即“金桥”“金卡”“金关”工程。后来又相继实施了“金税”“金企”“金农”等一系列“金字工程”。这些工程以及相继建成的覆盖全国的四大主干网络, 为我国企业实施电子商务建立了良好的基础设施, 促进了我国因特网用户和网站的快速增长。根据中国网络信息中心 (CNNIC) 的统计, 我国从 1997 年 10 月到 2002 年 6 月底, 上网用户数增加了 74 倍, 达到了 4 580 万人, 如图 1—1 所示。不难看出, 我国拥有规模巨大的电子商务市场。

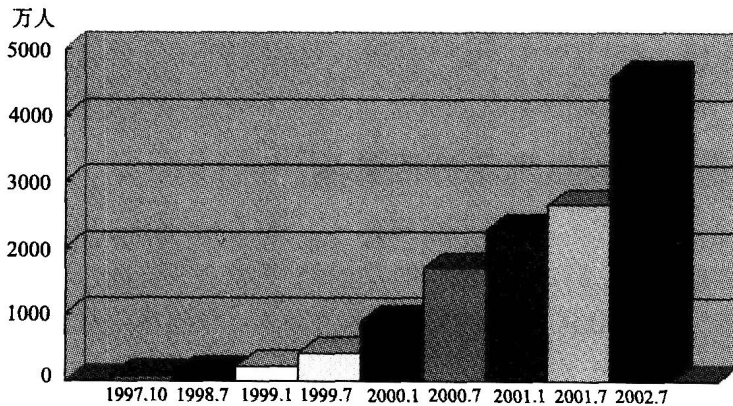


图 1—1 我国上网人数增长情况

与此同时, 我国上网的计算机台数也在同步增加, 达到了 1 613 万台。这一时期, 随着上网人数和上网计算机数量的增加, 我国网站的数量也迅速增加。到 2002 年 6 月, 全国 WWW 站点数量 (包括 cn, com, net, org 下的网站, 不包括 edu 下的网站) 约为 293 213 个。表 1—1 列出了各类站点的分布情况。

从表 1—1 中的数据可以看出, 具有 com 类域名的网站占网站总数的 79.2%。除此之外, 在其他类型网站中, 还有很多与电子商务有关的网络公司、服务商、政府部门和企业的网

表 1—1

CN 下注册的域名网站统计

网站类别	ac.cn	com (.cn)	gov.cn	net (.cn)	org (.cn)	行政区域名 .cn	合计
网站数	453	232 118	4 929	42 289	11 652	1 772	293 213
百分数 (%)	0.1	79.2	1.7	14.4	4.0	0.6	100.0

注：网站类别详见 § 2—3。

站。所以，在所有类型的网站中，与电子商务有关的网站占了绝大多数。特别是传统企业开始认识到网站带来的商机，纷纷加入到建立网站的潮流中来，加速了网站数量的增长。

为了推动电子商务的发展进程，我国曾将 1999 年定为“企业上网年”，将 2000 年定为“电子商务年”，2001 年则被定为“政府上网年”，这在宏观上促进了我国电子商务的发展。

目前，国内的电子商务网站类型多种多样，如 B2C，B2B，B2G 等。其中 B2B 网站所占的比重越来越大，逐渐成为商业网站的主体。我国的 B2B 网站大体上可以分为三类：一是大型企业的 B2B 网站，如著名的海尔集团、康佳集团等都开通了自身的 B2B 网站；二是专门做 B2B 交易平台的网络公司，如阿里巴巴、8848 交易网站；三是垂直商务门户网站，如中国化工网、中国纺织电子商务网等。B2B 网站使企业和它的用户或供应商之间的交易通过因特网来完成，从而提高效率，减少库存，降低采购、销售、售后服务等环节的成本。这也是吸引企业进入电子商务领域的主要原因。

越来越多的上网者（包括企业）已习惯于到商业网站上查询和购买商品。根据 CNNIC 的调查，用户选择网络购物的原因主要有以下几个：

1. 节省时间：49.29%；
2. 好奇、有趣：33.29%；
3. 操作方便：44.05%；
4. 节约费用：37.41%；
5. 查找稀有商品：28.72%。

这些统计说明，越来越多的人到网上购物不再是单纯地为了省钱，而多数是为了节省时间和操作方便。这也是我国电子商务市场逐渐走向成熟的表现之一。

§ 1—2 网站基本概念

一提到网站开发，很多人只想到网页设计，把网站仅仅看做是若干网页的链接。其结果是在开发网站时，往往注重网页设计的技巧性，而忽视网站设计的整体性和目的性，并认为会设计网页，就是会设计网站了。其实，网站设计和网页设计有着很大的区别。了解网站与网页之间的区别，有助于读者建立起网站设计的整体概念。

一、网页

网页 (Web Page) 是利用网页设计工具, 将网页的基本元素有机地组织成浏览器能浏览的文档 (HTML 文档)。单独的一个网页由于空间有限, 一般只能表达较少的内容, 服务于一个简单的目的。常用到的网页基本元素包括: 文本、图片、动画、音乐, 超级链接的热点 (链接文字) 或热区 (链接图片), 旗帜广告 (Banner) 和其他类型广告, 站标 (Logo) 以及其他一些元素。

网页设计的主要任务是通过使用各种网页开发工具和技术, 创建上述网页元素并使其美观地分布在网页空间中, 体现设计者的意图和风格。网页是组成网站的基本要素, 每个网站应包括多个网页, 才能完整地实现某项目标。

二、网站

网站的含义要比网页的含义复杂得多, 这种复杂性表现在多个方面, 例如: 组成方面, 网站既包括硬件又包括软件; 设计方面, 网站开发除了网页设计外, 还要考虑整体结构、目标和网站内外的链接、网站的发送; 管理方面, 网站开发要考虑前后台的交互、网站的维护、数据库的创建和维护等一系列问题。

1. 网站的概念

通常可以将网站定义为具有名称 [域名、互联网协议 (IP) 地址]、安装于 Web 服务器并在其系统管理之下的、通过超级链接有机地组织在一起的若干网页的集合。上网者可以应用浏览器软件, 通过网站的域名或 IP 地址浏览网站中的网页内容。

“网站”或“站点”(Web Site) 实际上就是一组链接在一起的网页文件, 其类型为 html, htm, asp 等。这些文件按一定方式组织在一起, 并存放在一台接入因特网的 Web 服务器 (也称为 WWW 服务器) 中的某个文件夹中 (被称为网站的根目录)。网上的用户只要在浏览器的地址栏中键入该网站的网址, 就可访问到这些网页的内容。

2. 网站主页

在网站的所有网页中有一页很重要, 它是进入整个网站的大门, 被称为网站的主页 (Home Page), 进入网站看到的第一个网页就是主页。主页无论是功能作用还是内容设计, 与其他的网页都有区别。主页的文件名通常为 index.html 或 default.html, 其扩展名可能是 .htm 或 .asp。主页的设计首先要在有限的屏幕空间, 让上网者对企业的服务内容、企业文化等事关企业形象的重要问题有尽可能多的了解。其次, 主页往往扮演站点“地图”的角色, 引导上网者尽可能方便地找到所需要的内容, 为了达到这个目的, 在主页设计中往往采用比较多的网页设计技巧。

企业发布到 Web 服务器上的网站称为企业的网站。它实际上是企业在虚拟网络空间中

的一个窗口，拥有一个独立的网址。网站设计是企业电子商务成败的关键因素之一。企业网站一般都包括有许多网页，例如在 Dell 公司网站中，包括 7 万多个网页，每个网页不是孤立的页面，而是为了整个网站的目标表达一部分内容，所有的网页之间都存在有机的联系。因此，如何组织这些网页的结构，更好地实现网站设计目标——开展电子商务，就成为网站设计最重要的问题。

三、其他相关概念

1. 统一资源定位符

统一资源定位符 (Universal Resource Locators, URL) 可以完整地描述网页在 WWW 空间中的地址，也称为网址，就像在计算机上用路径名表示本机中文件的位置一样。在浏览网站时，必须正确地给出网站的 URL 地址。一个完整的 URL 由协议名、域名和路径名三部分组成。一般情况下，某个网站的 URL 实际上就是该网站主页的地址，例如新浪网的 URL 地址为：

`http://www.sina.com`

其中 http 为协议名，后面的 `www.sina.com` 就是新浪网的域名。在这个 URL 中没有给出主页文档的路径和文档名称，这是因为一般 Web 服务器将主页文件名作为缺省文件名，不需要再指定。如果要访问该网站中的某个网页，则需在上述 URL 后面加上该网页文件所在的路径和文件名。

2. Web 服务器

Web 站点既包括硬件的概念，也包含软件的内容。一个 Web 站点，除了服务器硬件设备以外，Web 服务器软件也是 Web 站点的重要组成部分。它的主要功能是管理服务器中的 WWW 服务和后台管理。构建 Web 服务器的平台可以是 UNIX, Windows NT, Windows XP 等。在上述平台上建立 Web 服务器的软件有很多种，如 Microsoft Internet Information Server (IIS), Netscape Website 等。其中，微软公司开发的 IIS 提供了完整、资源丰富、易于使用的 Web 解决方案，使用比较广泛。微软公司还专门开发了一种基于 Windows 95/98 计算机上的个人 Web 管理器 (Personal Web Server, PWS)，常用于在计算机上开发和调试网站。

3. 万维网

在因特网上，由无数 Web 网站中无穷多的网页链接在一起，构成无限的虚拟网页资源空间，被称为万维网。这是一个无限大的信息、知识资源空间，而且其规模还在不断地扩大。每一个网站构成了 WWW 的一个物理节点，因特网为 WWW 提供了物理连接的基础设施。但对在 WWW 空间遨游的上网者来说，用户不需要知道网站在什么地方的哪一个服务器中，也不需要知道服务器的硬件和操作系统是什么，惟一需要做的就是通过 URL 或超级链接找到所需要浏览的网页。

4. 浏览器

浏览器 (Browser) 是上网者浏览网页的惟一界面。浏览器的种类很多，目前常用的浏览器类型主要有两种：Internet Explorer (IE), Netscape Navigator。这就存在一个问题，不同的浏

览器之间往往有很大的不同，有些功能不完全兼容。好的网站开发工具都提供不同浏览器预览的功能，可以预览在不同浏览器中的显示效果。

5. 超文本传输协议

在网页中往往包含了多种形式的媒体和超级链接，为区别于传统文字型的文档，被称为超文本。超文本传输协议（Hyper Text Transfer Protocol，HTTP）的功能是，在 Web 服务器和浏览器之间传送 HTML 文档。HTTP 协议用来管理 Web 服务器和浏览器之间建立连接、传送信息、终止连接的过程，浏览网页必须通过这个协议来实现。有了 HTTP 协议，无论 Web 服务器和浏览器相距多么遥远，只要能进行物理连接，就能传递 Web 文档。在前面 URL 中的“http://”就是指明用 HTTP 建立连接。

6. 超文本标记语言

超文本标记语言（Hypertext Markup Language，HTML）是通过一系列的标记来描述网页内容的显示方式，是构成网页的最基本工具。随着网页开发技术的发展，出现了很多技术，诸如 ASP，PHP，XML 等，但它们仍然都是建立在 HTML 基础之上的。目前看到的网页文件，大多是由 HTML 语言所描述的 .html 或 .htm 类型的文档。浏览器从 Web 服务器接收网页文档后，按照 HTML 的描述将各种文字、图片等媒体显示在屏幕上，这就是所看到的五彩缤纷的网页。由于现在有很多开发网页的工具使得初学者不需要再直接用 HTML 编制文档，但对于高级网页的设计者（如要设计动态网页）和网站的维护者，就必须了解 HTML 的基本语法知识。

图 1—2 表示了上述概念之间的关系。

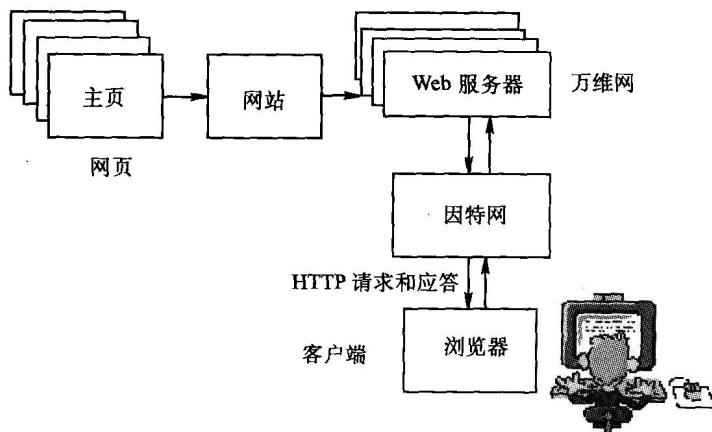


图 1—2 网站工作过程

四、网站与网页设计的区别与联系

网页一般是指相对独立的一个个 HTML 文档，而网站则是由很多相互关联（链接在一起）的网页文档组成的，可以在因特网上访问的站点。表面上看，网站虽然也是由一个个网页组成的，但实际上设计一个孤立的网页和设计网站中的网页是有区别的。其主要不同在于

网站中的网页内容是根据网站功能、目标统一规划的,而且风格应该相对一致,另外,还要考虑站内各个网页之间的链接关系。这是因为网站是一个系统,网站中的网页已经不再是孤立的网页了。初学者往往容易忽略这一点,开始设计网站时就匆忙设计网页,最后造成网站系统性能不理想,甚至无法正确地链接在一起。所以,在网站设计时应考虑以下问题:

1. 网页设计是文档设计,网站设计是工程设计;
2. 网页相对孤立,而网站是一个系统;
3. 网站设计常常是多个人共同完成的,所以需要管理开发过程;
4. 网站规划的重要性;
5. 网站设计首先需要进行系统设计,包括网站结构设计、数据库设计、导航设计等;
6. 网站的目的是通过所有网页共同实现的;
7. 网站设计要考虑后台管理;
8. 导航策略对用户访问的重要性;
9. 网站安全策略设计;
10. 网站和后台数据库的连接;
11. 网站需要发布到适当的 Web 服务器,并需要不断的维护和管理。

图 1—3 所示为新浪网的页首导航条,从网站提供的种类繁多的导航信息就可以看出网站结构的复杂程度。



图 1—3 新浪网的页首导航条

网站结构设计是整个设计的重要一环。只有合理地规划网站的结构和严格地组织管理开发过程,才能高效率、高质量地完成网站的开发工作。同时,对于一个网站来说,如何合理地组织自己要发布的信息内容,以便浏览者能够快速、准确地检索到所需的信息,是其内容能否组织成功的关键之一。

五、电子商务网站的特点

商业网站不仅是企业在网上的窗口,也是企业永不休息的“营销人员”。设计网站时,不仅要有吸引顾客的形象,更要有能提供服务 and 留住顾客的内容。商业网站所面临的是激烈的竞争环境,所以在设计商业网站时,仔细规划网站的布局和内容,增加网页的价值显得尤

为重要。除了技术应用的竞争外，更重要的还是内容的竞争、创意的竞争和服务的竞争。因此，在设计电子商务网站时除了要考虑一般网站的设计问题外，还必须注意以下问题：

1. 商业网站的主要目的，如服务于企业还是服务于营销；
2. 商业网站有多种类型，如传统企业的网站、纯粹的网上企业（.com）的网站等；
3. 商业网站要完成营销功能，包括注册、订单、支付等商务功能；
4. 不同类型的企业网站的形式及内容都有所不同，如企业门户网站、网上商城网站等；
5. 营销策略的体现，如广告的设计及各种营销创意的策划和实现；
6. 营销渠道的管理与控制；
7. 商务网站对安全性的要求，如支付安全要求的认证和数据加密；
8. 对客户信息的搜集和处理，如客户注册、客户购物信息的保存和处理等。

六、商业网站设计的基本原则

任何一个访问企业网站的上网者都是企业潜在的客户。为了吸引并留住客户，同时发现和培养忠诚的新客户，除了上述问题外，设计电子商务网站时还要遵循以下三个基本原则。

1. 内容第一原则

认真规划网站及每个网页所要表达的内容，尽可能为上网者提供丰富的内容，以此来吸引更多的上网者的注意力。网站和网页设计技术的选择主要服务于内容的需要，而不是采用的技术越先进越好。例如，在设计网页时，图片的尺寸和数量、多媒体技术的应用都要慎重。

2. 三次点击原则

在设计网站层次时要考虑到方便用户的查询，保证上网者在搜索网站内容时，最多经过三次鼠标的点击就能找到所需的内容。网站的内容要丰富，访问的速度要快捷，这就需要认真设计网站的结构及其导航策略。

3. 服务至上原则

服务是电子商务的最高宗旨。无论是内容的选择还是服务的承诺，都应从客户的角度出发，为客户提供个性化的一对一服务，这是电子商务根本的优势，而这一优势主要通过网站设计和服务功能来实现。

§ 1—3 网站在电子商务中的作用

建立网站来开展电子商务，首先要弄清楚网站在电子商务中有什么作用，以及如何充分挖掘网站这种特殊的沟通工具来实现电子商务的目的，也就是要研究网站究竟对企业的网络营销有什么作用。

一、网站是企业网上的门户

网站是客户访问网上企业的门户,提供有关企业的各种信息。因此,企业必须重视网站门户的设计,就像在传统商业活动中,企业都非常重视形象和门脸的设计一样。在网站设计中,网站内容是客户了解企业的关键。由于受网络传输速率等因素的影响,网站的内容务必要准确、简练,以保证客户能够在较短时间内,捕捉到网站的核心内容,切不可词不达意、篇幅冗长。同时,还要注意对网站的内容及时更新和延伸扩展,特别是有关产品的最新动态、企业重大活动、客户服务举措等信息。另外,不要忘记给客户设一个“留言簿”,或设置一个“网上调查表”,以便及时了解客户对网站的反馈信息。如果一个企业在网站上对行业信息有全面介绍,那么不仅对企业网站是一件锦上添花的事情,同时也会提高网站的档次和访问率。总之,作为一个优秀的专业商业网站应包括以下内容。

1. 企业基本背景介绍

关于企业的历史和现状、企业的目标和经营内容、总经理致顾客的信等,应使顾客对企业有大致的认识并产生信任感。如果企业有其他分支机构,那么也应该在网站上列出这些机构的地点和职能,包括电话号码、传真号码和电子邮件地址等。

2. 产品和服务介绍

用各种方法列出产品资料或服务介绍内容和条款,越详细越好。将产品的全貌反映在网站上,让客户能够查询到产品的主要技术规格、图片和其他可公开的信息。

3. 财务经营报表

股份制尤其是上市企业应该将重要的财务报告上网,包括中报、年报、各种配股计划,让股民能够方便地查询到这些信息。良好的经营业绩会增加客户对企业的信心。

4. 客户反馈信息的收集

客户反馈信息的收集是任何一个商业网站必带的内容之一。在企业网站上,至少应有一个客户和普通访问者对企业改进产品和服务的意见或建议的表单,网络管理员应该经常收集、分析、存储反馈回来的意见,并及时转交给企业决策部门。

5. 提供丰富翔实的技术支持资料

提供产品使用方法及常见故障处理方法等资料,不仅可以减轻企业产品维修服务人员的工作量,也可以增加顾客对产品的信任度,同时也是对产品的一种宣传。

6. 网页设计技术的应用

优秀的网页一定是生动的,并能反映企业经营的特色,这就要广泛使用网页设计技术和技巧,如恰当地加入图片、动画以及超文本链接等。

7. 网络营销创意内容

在网页中增加一些巧妙的创意,可以增加企业站点的吸引力,吸引更多的上网者光临。例如,在网页中加入网络社区、网络广告、产品使用培训园地及网站导航等。

图1—4所示为我国著名信息技术(IT)企业TCL的网站(www.telking.com)主页,显示



图 1—4 TCL 的网上门户

出 TCL 企业的网上门户。

二、网站是开展网络营销的工具

电子商务网站的主要功能是企业开展营销服务的平台和工具，商业网站可以应用于网络营销的各个阶段和所有环节。一个商业网站的成功与否，不是看其网页设计得是否漂亮，而主要是看其能否给企业带来效益。由于网站具有传统媒体无法比拟的信息传输特性，使得网络营销具有无比巨大的威力。利用网站进行营销，实际上就是看谁能更充分挖掘、利用网站这种媒体的特殊功能，如双向交互功能等。这一点也是电子商务网站设计和一般网站设计最大的区别之一。企业网站作为一种营销工具，除了前面提到的门户网站的功能外，还应具有以下网络营销的功能。

1. 商品、服务展示和报价

网站应以尽可能详尽的方式提供给顾客浏览，如形状、性能、销售信息、客户点评、相关信息等。

2. 商品选择

包括客户注册、搜索引擎、购物篮、订单填写等功能。使网上客户能快速选择所需要的商品，实现网上购物。

3. 网上支付

提供多种安全的支付方式，特别是网上支付的方式，如信用卡、网上划拨等，更能体现电子商务的特点。

4. 购物信息的查询

网站应为网上客户提供尽可能多的深层次服务项目，这些服务内容在传统商务中是难以

实现的，如购物信息的查询、物流配送信息的跟踪等。

5. 网上广告

广告是现代商业不可缺少的，也是网站不可忽视的重要内容之一。无论是从技术应用上还是从受众的范围和效果上，网络广告为网站的发展提供了无限广阔的空间。

在新浪网的主页中就包含了多种类型的广告，例如网幅广告、飘动广告、图标广告、插入广告等，如图 1—5 所示。



图 1—5 新浪网主页中的广告

6. 网上调查

网上调查是网上企业进行民意调查和产品调查最流行的一种方法，也是一种最便捷、最高效的调查方法。与传统的调查方法相比，网上调查不仅省略了很多中间环节，更便于数据的处理，而且引起被调查者的反感也最小。

三、网站是提供客户服务的新渠道

网站消除了提供产品和服务的厂商与最终客户之间的距离，客户可以通过网站直接向厂商咨询信息、投诉意见、发表看法；厂商可以利用网站实现向客户提供个性化的一对一服务。另外，企业通过网站可以了解市场需求和客户信息，加快了信息的传递，缩短了商流的周期。

为了与客户沟通，电子商务网站一般具有以下功能：

- 1. 电子邮件链接 便于客户和网站管理者通过邮件联系；
- 2. 电子公告板（BBS） 提供客户在网上公开发表意见；