

全国中等职业技术学校电子商务专业教材

Quanguozhongdengzhiyeshuexiaodianzishangwuzhuanyejiaocai

电子商务网页设计



中国劳动社会保障出版社

zhongguolao dong she hui bao zhang chi ban she

全国中等职业技术学校电子商务专业教材

电子商务网页设计

劳动和社会保障部教材办公室组织编写

詹青龙 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《电子商务网页设计教学大纲》编写,是全国中等职业技术学校电子商务专业的必修课教材。主要内容包括:电子商务网页设计概述、HTML语言、用FrontPage 2002制作电子商务网页、Dreamweaver 4.0基础知识、Fireworks 4.0基础知识、Flash 5.0基础知识和电子商务网页制作综合实例等。

本书也可作为职业技术学院电子商务专业的教材,以及职业培训或网页设计者自学使用。

本书由天津职业技术师范学院詹青龙、王光第、殷虹编写,詹青龙主编;北京信息技术学院段玉平审稿。

图书在版编目(CIP)数据

电子商务网页设计/詹青龙主编. —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 7-5045-3695-4

I. 电… II. 詹… III. 电子商务—主页制作 IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 089272 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 18.5 印张 460 千字

2003 年 4 月第 1 版 2003 年 4 月第 1 次印刷

印数:5000 册

定价:28.00 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应用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4月

目 录

第一章 电子商务网页设计概述	(1)
§ 1—1 电子商务网页设计的基本内容	(1)
§ 1—2 电子商务网页结构与布局	(16)
§ 1—3 电子商务网页设计常用软件工具	(19)
§ 1—4 成功的电子商务网页实例	(22)
练习题	(25)
第二章 HTML 语言基础	(26)
§ 2—1 HTML 语言概述	(26)
§ 2—2 HTML 语言基础	(28)
练习题	(44)
第三章 FrontPage 2002 基础知识	(45)
§ 3—1 FrontPage 2002 简介	(45)
§ 3—2 界面与视图	(49)
§ 3—3 用模板或向导创建 Web 站点	(56)
§ 3—4 创建新页	(59)
§ 3—5 文本输入与编辑	(63)
§ 3—6 列表	(69)
§ 3—7 表格	(73)
§ 3—8 图像	(80)
§ 3—9 超链接	(88)
§ 3—10 实例制作	(95)
§ 3—11 测试与发布站点	(109)
练习题	(118)
第四章 Dreamwaver 4.0 基础知识	(119)
§ 4—1 Dreamwaver 4.0 简介	(119)

§ 4—2	Dreamwaver 4.0 基本操作	(124)
§ 4—3	文本的输入与编辑	(129)
§ 4—4	图像的插入与编辑	(138)
§ 4—5	表格的制作与编辑	(141)
§ 4—6	层	(145)
§ 4—7	框架	(149)
§ 4—8	表单	(152)
§ 4—9	时间轴的应用	(159)
§ 4—10	行为事件	(161)
§ 4—11	插入多媒体对象	(163)
§ 4—12	模板与库	(165)
§ 4—13	向服务器上传主页	(170)
	练习题	(172)
第五章	Fireworks 4.0 基础知识	(173)
§ 5—1	Fireworks 4.0 介绍	(173)
§ 5—2	Fireworks 4.0 文档的基本操作	(179)
§ 5—3	面板介绍	(183)
§ 5—4	矢量图形的操作	(195)
§ 5—5	文本的使用	(207)
§ 5—6	图像处理	(210)
§ 5—7	Fireworks 4.0 综合应用实例	(223)
	练习题	(234)
第六章	Flash 5.0 基础知识	(235)
§ 6—1	Flash 5.0 介绍	(235)
§ 6—2	Flash 5.0 的工作界面	(237)
§ 6—3	使用 Flash 制作变化文字	(242)
§ 6—4	使用 Flash 处理图像	(245)
§ 6—5	使用 Flash 制作调用外部文本的滚动条	(260)
§ 6—6	使用 Flash 制作产生跟随鼠标的图案	(264)
§ 6—7	综合实例	(267)
	练习题	(272)
第七章	电子商务网页制作综合实例	(273)
§ 7—1	网页策划	(273)
§ 7—2	主页制作	(274)
	练习题	(290)

第一章 电子商务网页设计概述

§ 1—1 电子商务网页设计的基本内容

Internet 是依照 TCP/IP (传输控制协议/网络协议), 在全球范围内将成千上万台计算机网络连接起来形成的世界上最大的网络。随着 Internet 的飞速发展, 它所提供的服务功能已达上万种, 其中 WWW (World Wide Web, 万维网) 是目前 Internet 上发展最快和最受欢迎的信息服务种类, WWW 是以超文本方式把无数网页链接在一起构成的一个信息资源网络, 简称为 Web。WWW 是建立在客户/服务器模型上, 以 HTML (HyperText Markup Language, 超文本标记语言) 语言和 HTTP (HyperText Transfer Protocol) 协议为基础, 能够提供面向各种 Internet 服务的、用户界面一致的信息浏览系统。在 WWW 中, 网页 (页面) 是组织信息资源的基本单位, 各网页之间具有链接关系, 用户通过单击鼠标就可以自由自在地在这些网页间漫游, 不必关心某个网页放在哪一个国家的哪一台计算机中。目前, 利用 Internet 开展电子商务活动日益普遍, 而电子商务网页的设计是电子商务成功的重要保障。

企业可以自行设计电子商务网页, 然后申请一个免费或付费的网页空间, 并上传到提供网页存储空间的服务器上; 也可以委托 ISP (因特网服务提供商) 提供网页制作及发布服务。企业利用主页既可以发布文字信息, 也可以展示商品或产品的形状, 还可以应用多媒体技术演示其功能, 并具有交互功能, 这是单纯的 E-mail 难以办到的。企业使用网页可实现内部和外部通信、信息管理和分发、客户服务和技术支持、展示企业的形象、产品或商品广告、完成网上在线交易等。而这一切的费用要比传统经营中使用的大众媒体 (如建立橱窗、作广告、邮寄信件等) 要便宜得多。

在网上建立了网页, 企业就拥有了一个在因特网上的惟一地址——网址。无论在地球的哪一个角落, 只要打开浏览器, 在地址栏中键入这一网址, 就可看到该企业的相关信息。企业网页设计的好坏关系到电子商务的成败, 因为网页是企业形象的窗口, 可以表达企业服务的各种承诺, 也是企业网上营销的重要条件。因此, 网页的设计不仅是网页页面形式的设计和多媒体技术的应用, 而且还是内容的设计, 它体现着企业网上营销的策略。

一、基本概念

1. 网站 (Web Site)

网站是指一组链接在一起的网页 (Web page) 文件, 其文件类型为 html、htm、asp 等。这些文件按一定方式链接在一起, 并存放在一台接入因特网的“WWW 服务器”中, 网上的用户只要键入该网站的网址, 就可以访问这些网页的内容。

2. 主页 (HomePage)

WWW 上的页面通常被称为“网页”。当用户访问某一个网站时, 首先看到的页面, 称之为“主页”或“首页”。主页可以包含文本、图像、动画、声音等各种信息。由于几乎全部的 WWW 都将所有的功能放在主页上, 加上许多人对 WWW 的印象完全来自于主页, 因此, HomePage 几乎成为了 WWW 的代名词。图 1-1 所示的是搜狐公司的主页。



图 1-1 搜狐主页

3. 超级链接 (Hyperlink)

超级链接是一种文件的链接方法, 用来引导文件的阅读。超级链接能以文档的某一位置为起点 (链接点), 跳转到同一 HTML 文档的另一位置, 也可跳转到 WWW 的另一文档中, 或者跳到 Web 上另一文档的某个特定位置。用户只需单击链接点即可跳转到被链接的其他位置或文档中。设置链接点的通常做法是: 采用变颜色字 (如蓝色)、字的下面有下划线或鼠标移到某个位置时鼠标形状呈手状。超级链接如图 1-2 所示。

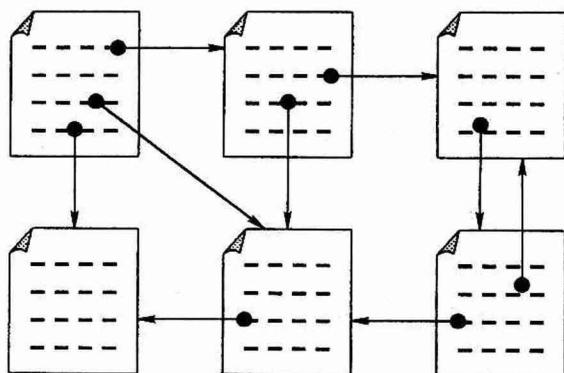


图 1—2 超级链接示意图(图中小黑点表示链接点)

4. 超文本 (HyperText)

超文本就是以非线性的网状结构组织管理文本的一种技术, 它没有固定的顺序, 也不要求读者按照某个顺序来阅读, 为读者提供了跳跃式的阅读和检索环境。采用了超文本技术的文档, 通常会在文档内容的适当位置处建立链接信息, 用来指向和文本相关的内容, 读者若对该相关内容感兴趣, 只需用鼠标单击设有链接的位置, 就可以直接调出和这个链接相关的内容。

5. 超文本标记语言 HTML

超文本标记语言 HTML 是专门用于制作网页的一种类似于排版用途的标记语言。HTML 不是一种编程语言, 而是描述 Web 页面内容和结构的标准语言, 它的特点是使用文本标记来说明结构元素、输出格式、显示图像和超文本链接等。用户在浏览器上看到的一个个生动的网页就是 HTML 文件。

6. 超文本传输协议 (HTTP)

超文本传输协议 HTTP 是负责定义 Web 页面如何从 Web 服务器传到 Web 浏览器的规则和约定。

7. 统一资源定位器 (URL)

URL 是英文 Uniform Resource Locator (统一资源定位器) 的缩写。在 WWW 上, 每一信息资源都在网上有统一的且惟一的地址, 该地址就叫 URL。URL 主要用于各种 WWW 客户程序和服务程序上, 当用户选中某信息资源时, 客户/服务程序自动查找该资源所在的服务器地址, 一旦找到, 即将资源调出供用户浏览。

URL 一般包括三个部分: 服务类型、主机名、路径及文件名。例如, 一个典型的 URL: `http://www.tjttu.edu.cn/cs/research.html`, “http:” 是服务类型, “www.tjttu.edu.cn” 是主机名称, “cs/research” 是路径和文件名。通常在 URL 中最常看到的服务类型是: “http:” “ftp:” “news:” 和 “gopher:”, 它们分别对应到 Web 服务器、Ftp 服务器、Usenet news 服务器和 Gopher 服务器。

8. Web 页面 (Web page)

Web page 是指 WWW 中的 HTML 文件。Web 页面通常包括从一页到另一页或从一个位置

到另一个位置的链接。它允许读者链接其他的网页或图片，通常由超文本链接与 Web 上的其他文档相连，或整个在其他 Web 服务器上。在 Web 上“畅游”，由一页一页地后续连接组成。

9. WWW 服务器 (World Wide Web Server)

WWW 服务器从硬件角度来解释是指在 Internet 上保存 WWW 信息的计算机；从软件的角度来解释是指提供各种功能服务的服务程序，用来存储网页和关联文件、数据库和文稿的应用程序，用 HTTP 将网页提供给 Web 浏览。

10. WWW 浏览器 (World Wide Web Browser)

WWW 浏览器 (Browser) 是一种客户程序，客户用它去读取指定地址的 Web 文档，并通过它将所取得的 Web 文档显示于客户端的屏幕上，它允许用户跟踪超级链接。比较常见的 WWW 浏览器有 Internet Explorer。

11. 内联网 (Intranet)

内联网是一个企业或机构利用成熟的 Internet 技术建立的内部信息网络。建立企业内联网的主要目的，一方面是通过资源共享加强企业内部的联系，另一方面也是为了实现电子商务，加强与客户及合作伙伴的联系。Intranet 内部的信息包括企业内部的保密信息与需要公开发布的信息两种形式。为了保证安全，Intranet 中有一台计算机扮演着防范无权限外来者进入系统的卫兵角色，它为 Intranet 在那些未设权限的入口处提供了重要的保护，这样的计算机被称为“代理服务器”或“防火墙”。企业的 Intranet 把公用信息存放在 WWW 服务器内，通过路由器与 Internet 相联系，实现对用户进行的快速服务。内联网的基本结构如图 1—3 所示。

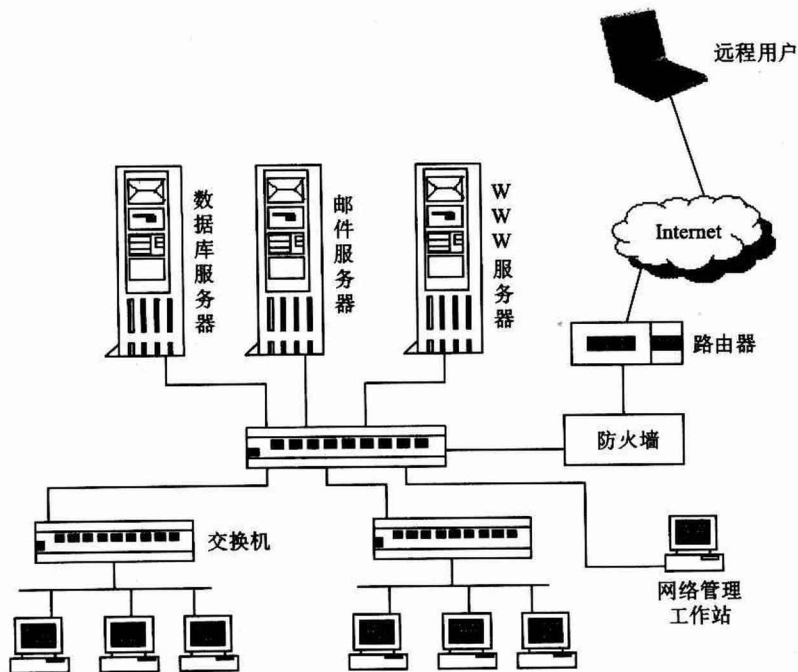


图 1—3 Intranet 的基本结构

12. 拨号连接 (Dailed Connection)

拨号连接是指通过电话线路在计算机之间建立的临时通信连接。

13. 电子商务

电子商务的英文名称是 Electronic Business, 简写为 E-business。电子商务目前尚无统一的定义, 一般认可的观点为: 电子商务是基于因特网的商务活动。在电子商务活动中, 因特网将厂商、客户、银行等和交易有关的各方联系在一起, 完成除货物运送以外的其他交易。

14. 位图

位图是由许多小方块一样的“像素”组成的图像。位图中的每个像素由其位置值与颜色值表示, 也就是说, 将不同位置上的像素设置成不同的颜色, 就可以组成一幅图像。比如 800×600 的位图就是由 800×600 个像素组成, 每个像素只能显示一种颜色, 而可以显示的颜色种类由保存位图的色彩深度决定。色彩深度越高, 可以显示的颜色也就越多, 整幅图像的色彩也就越丰富。在表现阴影和色彩 (如在照片或绘画图像中) 的细微变化方面, 位图图像是最佳选择。

15. 矢量图

矢量图就是由一些点、线、圆构成的一种抽象化的图像。矢量图是用一个指令集合来描述的, 这些指令用来描述构成一幅图所包含的直线、曲线、矩形、圆等的形状、位置、颜色等各种属性和参数。显示时, 需要相应的软件读取和解释这些指令, 并将其转变为屏幕上所显示的形状和颜色。矢量图的大小与文件大小无关, 只与其复杂程度有关, 因此, 简单的矢量图像所占的存储空间小。矢量图可以在屏幕上无限级缩放, 而不会产生锯齿、模糊现象。因此, 矢量图在网络上得到了广泛的应用。

16. JPG

JPG 是利用 JPEG 方法压缩的一种图像格式。所谓 JPEG 是由联合图像专家组制定的静态图像数据有损压缩编码标准, 其特点是压缩比高, 在压缩比达 25:1 时, 压缩后还原的图像与原始图像相比较, 一般难以找出它们之间的差别。

17. GIF

GIF 是由美国 CompuServe 公司开发的一种图像格式。GIF 图像最大不超过 64 KB, 颜色最多为 256 色, 压缩比高, 适合在网上传输交换。

18. BMP

BMP 是一种与设备无关的图像文件格式, 它是 Windows 软件推荐使用的标准图像文件格式。采用 BMP 格式存储的图像文件一般都比较小, 但对图像损失小。

19. XML

XML 是 eXtensible Markup Language 的英文缩写, 意思是可扩展的标记语言。XML 允许用户用自己定义的标记来描述文档中的任何数据元素及其属性, 是新一代网页设计的标准语言。

20. Javascript

Javascript 是 Netscape 公司开发的脚本语言。所谓脚本语言是指将程序代码下载到浏览器, 然后由浏览器对其解释并执行的一种语言。

二、电子商务网页规划

网页不仅是企业在网上的窗口，而且是企业永不休息的营销人员。网页不仅要有吸引顾客的外形，更要有能提供服务 and 留住顾客的内容。因此，在设计网页时，必须仔细规划网页空间的布局和内容，增加网页的价值。

1. 策划电子商务网页的结构

电子商务网页的结构是指整个电子商务网页的布局和框架，包括以企业营销为核心的主题层次的划分、内容的分类和页面顺序的安排。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、准确地检索到需要的信息，是一个网页内容能否组织成功的关键。如果一个网页不能让访问的用户迅速地找到感兴趣的内容，那么这个网页很难吸引住浏览者。由于每一个浏览者都有成为企业客户的可能性，网页的主题应突出对产品的详尽说明和对客户的周到服务，而企业规模、实力等方面的描述则是对这一主题的烘托，由此决定了在内容分类上应加大主题内容的渲染，在页面顺序上优先考虑主题内容的排列。

电子商务网页要体现出企业文化乃至企业的整体形象，使企业的企业识别系统（CIS）理念在网络上得到延伸和渗透。同时，在策划过程中还要兼顾企业产品的经营理念和企业未来的发展方向。一个完整意义的电子商务网页应能反映出企业产业的特点，使浏览者能够从产业的角度来感受其产品的精髓。

2. 设计网页版面

网页版面能够给浏览者带来最直接的视觉感受，它是文字与图形、文学与美术、信息技术与营销策略的巧妙结合。一个别具匠心、颇具创意的网页，除了在版面设计上有独到之处外，一般还具备主题鲜明突出、页面简洁明快、色彩协调清新、图片精美小巧、文字整齐扼要等特点。

3. 准确提炼网页内容

网页内容是对网站架构的具体描述，是浏览者了解企业的关键。网页的内容务必达到准确、精练，以保证浏览者能够在较短时间内捕捉到网站的核心内容。同时，还要注意对网站内容的及时更新和延伸扩展，发布有关产品最新动态、企业重大活动、客户服务举措等信息。另外，不要忘记给浏览者设一个“留言簿”，或设置一个“网上调查表”，以便及时了解浏览者对网页的反馈信息。如果一个企业在网页上对行业信息也有全面介绍，也会提高网站的访问率。一个优秀的电子商务网页应包括以下内容：

(1) 企业的基本背景介绍 关于企业的历史及现状，企业的目标和经营内容，以及总经理致辞信等，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，也应该在网站上列出这些机构的地址、职能、电话、传真号码和电子信箱。

(2) 产品和服务的内容 将详细的产品资料或服务介绍、产品的全貌反映在网页上，让客户能够查询到产品的主要技术规格、照片和其他可公开的信息。服务类企业更应该如此，也可以采用虚拟现实（Virtual Reality），编辑构造一些虚拟场景。

(3) 财务经营报表 股份制和上市企业应该将重要的财务报告上网, 让股民方便查询到中报、年报及各种配股计划等信息。

(4) 客户反馈信息的收集 企业网站应该设有对企业改进产品、服务及建议的表单。网络管理员应该经常检查、存储反馈回来的意见, 并及时转交给企业的决策部门。

(5) 提供丰富详实的技术支持资料 提供产品使用方法及常见故障处理方法, 不仅可以减轻企业技术人员的工作量, 还可以增加顾客对产品的信任度, 同时也宣传了产品。

(6) 网页设计技术的应用 优秀的网页能生动地反映企业经营的特点, 广泛使用网页设计技术和技巧, 恰当加入图片、动画以及超文本链接等, 可提高网页的访问率。

(7) 其他网络营销创意内容 增加一些巧妙的创意, 可以增加企业站点的吸引力, 吸引更多的浏览者。例如, 在网页中加入网络社区、网络广告、产品使用培训园地, 以及网站导航等。

4. 网页设计应避免的问题

设计网页时, 要尽可能列出阻止访问站点的问题清单。在设计中应尽量避免以下几个最基本和最常见的问题:

(1) 网页页面下载速度过慢 网页页面下载时间长则几分钟, 短则只有十几秒钟, 对于一般用户来说, 不超过一分钟为好。因此, 在设计网站时, 一定要根据当地的网络速度, 选择合适的网页下载时间, 适当地对网页文件的大小进行控制, 以达到较好的效果。这里所说的大小, 不仅包括 HTML 文件的大小, 还包括在 HTML 文件中调用的图形、图像、声音等各种文件的大小。

解决网页页面下载速度过慢的方法有:

1) 尽量避免使用尺寸大、色彩多的图形或图像 图形或图像的数量要少, 一般尺寸大、色彩多的图形或图像组成文件较大, 在网络上传输的时间较长。另外, 如果是其他格式的图形、图像文件, 建议将其转换为 GIF 或 JPG 格式。因为 JPG 或 GIF 图形文件相对较小, 而且一般的网页编辑器都能够很好地支持 JPG 和 GIF 格式。

要使用尺寸大、色彩多图形的解决方法是把需要显示的大尺寸、多色彩的图形另做一个网页页面, 而在主网页中仅显示一个尺寸缩小的图形, 然后通过链接把主网页面中的小图形与要显示的大图形链接起来。这样, 如果对该图形有兴趣的访问者, 就可以通过用鼠标点击网页页面中的小图形, 进而显示色彩丰富、清晰的大图形。这样不仅大大减少了网页页面的下载时间, 而且使访问者可以按照他们的需要选择观看不同的图片, 使网页显得更加友好。这是一个网络上通用的方法。

2) 尽量避免使用较大的声音和动画文件 声音和动画文件一般都在几百字节以上, 往往会耗费大量的网络传输时间。

3) 尽量不要使用不间断的大文本文件 不间断的大文本不仅会增加网页页面的加载时间, 而且还会使访问者浏览时感到疲劳, 以致产生厌烦心理。解决方法是把大段的不间断文本切分成小块的文本。例如: 加上几个小标题, 并利用链接使访问者随时访问每一个小标题的内容; 在大段文本中间加上几条水平线, 使之产生分页的效果。如果文本实在太长, 那么干脆就把它分成几个 HTML 文件, 分别调用。

(2) 网页页面单调或杂乱 除标题之外,网页上要尽量避免使用大幅图形,大幅图形不仅会增加网络传输时间,还会占据较大的显示空间,使网页页面只有很少的空间来显示文本等内容,导致网页页面比较单调。此时需要采用小图形来修饰网页,使网页看起来丰富多彩。当然,过多地使用小图形也会使网页显得杂乱。因而,必须对网页详细规划,去掉那些不必要的图形和文本,重新安排网页页面的布局。

(3) 网页页面文字不通顺 如同语句不通、错别字连篇的书籍使人感到厌烦一样,网页上不通顺的文章和错别字也会失掉访问者,通常的写作标准同样适用于网站。没有人苛求不朽的文章和诗句,然而清晰、简洁、符合文法的文章是最受欢迎的。因此,认真地校对能够帮助你制作整洁的网页,在网站发表之前一定要对每一个网页页面进行重新检查,尽量避免各种问题。

(4) 网页页面内容的安排 没有一个访问者会对一个内容含混不清的网站站点有好印象,也就不会有兴趣对该网站进行更加深入的访问。因此,网站首页一定要清楚地表达出该网站站点的主题,而且要尽量采用醒目的标题,给在网络上匆匆浏览的各地访问者明确的信息,使潜在的访问者不能因为没有看明白站点的内容,而匆匆离去。

(5) 网页页面常见问题

1) 文本颜色与背景颜色接近,文本看不清 应调整好文本和背景的颜色,使网页更加清晰易读,这是网页设计者首要考虑的问题之一。

2) 网页的一致性也是吸引访问者的关键 网页的一致性是指网页风格、样式的一致。一个网站也许包括成百上千个网页,如果这些网页都做得变化多端,就有可能使访问者产生“我是不是还在这个网站站点中浏览”的迷惑。

保持网页的一致性最常用的方法是使所有的网页保持相同的色彩和外观,特别是各种链接的位置要统一,以免发生访问者到处寻找链接的情况,从而失去大批的访问者。

三、网页的设计内容

1. 网页编辑

网页设计从过去直接编辑 HTML 语法,发展到目前“所见即所得”的可视化编辑环境,使网页设计者可以将更多的精力与时间用在内容与效果的展现上。本书以最新的 Frontpage 2002 及 Dreamweaver 4.0 作为网站建立与网页编辑的工具,并且用其在网页中集中各种媒体形式,诸如文字、声音、动态图像、交互式的 Flash (电影) 等。

2. 静态图像制作

网页中的静态图像包含背景图、按钮、图标、标题文字等,虽然动态网页已经蔚然成风,但是静态图像依然是网页设计中不可缺少的。本书将用 Fireworks 4.0 来制作相关图像,它是一个集矢量绘图软件、位图编辑软件,以及传统图像处理技术、网络图像处理技术优点于一身的软件。

3. 动态图像制作

此类图像主要运用 GIF 格式,将数张静态图像组合为一个动态 GIF 图档,再通过浏览器连续播放,形成类似卡通影片原理的动态效果。可以用操作简单,特效功能相当引人注目的 GIF Animator 来完成;另外,针对 3D 效果的 GIF 动画,可以使用 Cool 3D 文字特效软件。

4. 交互式影片制作

交互式影片除了可以完成一般动画流程的播放,还加入了交互效果和响应用户的动作。例如,在影片中加入控制按钮、响应功能、超链接等,目前以最热门的 Flash 5.0 为主流,制作各种动画效果。

四、电子商务网页的基本组成部分

网站由多个网页共同组成,每个网页完成其特定的任务。在网站的组成部分中,主页占有特殊的地位。

主页也是网页,是网站的代表、标识和入口。当用户访问网站时,首先进入的是主页。人们也常将主页作为该网站的代名词。

网站中的任何一个网页均可作为主页,主页同样具有网页所共有的一些特征。

1. 框架

框架是一种结构,是网页上相对独立的区域。一个包含框架的网页由多个单独的网页构成,在每个框架中显示一个相对独立的网页。这些不同区域中的网页,通过超级链接有机地结合在一起,共同出现在同一屏幕上。

框架是 HTML 中的新特性,利用框架可以使同一屏幕同时显示许多交互的独立网页,它提供了一种全新的观看 Web 的方法。

框架结构与同一页面的不同部分有很大的差别,框架的每一部分对应着一个单独的页面,类似于多画面的电视,这些页面既可单独变化,互不相关,也可彼此依存,互相关联。

网页中使用框架结构使得屏幕上同时显示多项内容,使网页看起来更紧凑、信息量更大。框架的引入和采用应遵守一定的规则,并非越多越好,也不是所有的网页均采用框架结构,只有在需要时才应考虑采用,但主页中采用框架结构比较常见。

在创建、设计网页时,是否采用框架,除了取决于用户的需求外,还取决于人们使用的浏览器的类型,并非所有的浏览器都支持框架结构。如果访问者使用的浏览器不支持框架结构,那么,其效果就会大打折扣,甚至无法访问。

目前常用的浏览器是 Microsoft Internet Explorer 和 Netscape,它们均支持框架结构。关于框架的具体使用方法,将在本书的 § 4—7 中加以介绍。

2. 背景

构成网站的各种网页均通过浏览器供人阅读,如何吸引访问者的注意力,是网页首先要解决的问题之一,采用合适的背景颜色、背景图案是最常用的办法。

对于普通的文本文件和各种印刷的书籍来说,具有丰富的色彩可提高读者阅读的兴趣,但成本会大幅度上升。对网站上的网页而言,丰富的色彩会对浏览的速度产生一定的影响,

但会使网页更具有吸引力,速度的部分降低非常值得。如果选择的背景图形合适,访问者的速度较快,这种影响则更小。

背景是网页的重要组成部分,是网页中强大功能的点缀。采用恰当的背景图形的作用如下:

(1) 使网页更具吸引力,可视性更强。

(2) 更加贴切地反映主题,衬托内容,构思精巧的网页通常可将内容和背景完美地结合在一起。

(3) 反映出一种风格,一种内在的节奏和韵律。对于网站上的各个网页而言,其背景图形通常具有某些相通之处,通过整体的结构和背景图形可营造出一种氛围,显示该网站的风格。

(4) 背景图形有时也能成为网页内容的主要组成部分,它的引入和采用可更进一步丰富网页的表现力。

3. 内容

构成网页的内容不仅有文本、图形等静态内容和音频、视频等动态内容,还有超级链接等即时导航和信息反馈内容。根据内容的不同,网页可分为多种类型。

(1) 导航类网页 此类网页主要用于帮助访问者更快地找到所需的信息,它的作用类似于日常生活中的路标和地图。网站的主页通常采用此类网页。这类网页中,大量采用了超级链接等技术内容,不仅包括文本类超级链接,也包括图形类超级链接。

(2) 百科类网页 此类网页以介绍具体的内容为主,介绍情况、普及知识、报道新闻等是其任务。对于该类网页而言,通常会引入框架结构,将标题和内容分开显示,以使网页更有条理、更具逻辑性。

(3) 调查类网页 网站和网页的另一个重要作用在于它的交互性,该类网页主要包括两方面的内容:一方面给访问者提供一个发表意见的机会和场所;另一方面给网站的管理人员提供一个了解访问者意见的途径。大量表单内容的采用是该类网页的特点。通过表单,访问者可容易地发表自己的意见。关于表单,请参见本节后续部分和本书中的相关章节。

(4) 演示类网页 此类网页同百科类网页有类似之处,所不同的是百科类网页以文本和图形为主,而动态文字、视频和音频的大量采用是演示类网页的特点。如果要进行产品介绍,采用这种方式可更好地阐明主题,完成图形和文本难以达到的目的。这种网页虽然可达到很好的演示效果,但访问者阅览时加载的时间也会较长,太长的时间会让访问者感到厌烦。采用此类网页时,首先应考虑的是网络速度,对于局域网上的网站,这类网页可适当多一些(因为局域网的数据传输速率在 10 Mbps 以上)。

(5) 讨论类网页 此类网页主要是为访问者提供一个信息交流的场所,大家在该网页上可发表自己的意见,交流彼此的思想、看法和心得。各种常见的讨论组、留言簿等是此类网页的具体体现。这类网页涉及的内容较多,很少单独使用,通常和其他类型的网页结合在一起。

4. 超级链接

网站中的网页同普通文档最大的差别既不在于它的内容,也不在于它丰富多彩的表现形式,而在于超级链接。正是这种超级链接将 Internet 上的所有网站、网页连接在一起,也正是这种超级链接将整个数字化世界紧密结合在一起,可以说,没有超级链接就没有网页,超

级链接是网页的根本特性之一。

在网页中, 超级链接通常会用一种特殊的颜色予以标识, 当用户将鼠标指向该热区时, 鼠标指针变为手形标志, 提醒用户当前所指内容是一个超级链接, 同时, 在浏览器的状态栏上将显示该超级链接的 URL 地址。

单击该超级链接, 浏览器就会将该地址发送给 Web 服务器, Web 服务器在收到该地址请求后, 就会在 Internet 上根据该地址进行查找, 并将查找到的结果返回给浏览器, 使用户的计算机屏幕显示该网页。这一切的发生均是由用户单击该超级链接所致。

超级链接由两个部分组成, 即超级链接源和超级链接所指向的目标。超级链接源是指超级链接所依附的内容, 超级链接所指向的目标实际上是一个 URL 地址。这两个部分的结合构成了一个超级链接。

综上所述, 所谓超级链接, 就是指文档中某一特定的区域, 该区域具有 URL 地址属性, 当用户单击该区域时, 即可激活该区域所具有的超级链接, 通过超级链接即可将用户带到相应的网页。

对于超级链接而言, 并不一定仅限于文本内容, 图形、动画等均可实现, 只要为它们指定 URL 地址, 赋予它们超级链接属性即可。

5. 表单

表单是网页的另一个主要特征, 它的作用主要从两个方面来体现: 一方面它为访问者提供了一个信息输入的场所; 另一方面它为网站的管理人员提供了一个收集各种资料的途径。

表单是网页上的一个特殊区域, 该区域由众多部分组成, 每一部分完成一项特定的功能, 例如, 表单上的单行文本框、多行文本框、单选框、复选框等。

五、电子商务网页设计的步骤

由于网页是一种特殊的媒体, 因此我们必须考虑到它与传统媒体出版物之间的差异。传统的媒体出版物是固定的, 一旦完成就无法再作修改。而对于网页出版, 由于内容只是存放在一个地方, 并且是动态发布的, 因此很容易更新。此外, 网页由于具有超链接的特性, 也更容易吸引读者。

网页出版与传统的出版物有许多相似之处, 但是编写一个网页页面与写一篇文章则大不相同。在设计网页时, 有些技术可以从传统的媒体中得到借鉴。

网页的设计过程为: 系统规划、网页结构的总体设计、页面设计、测试发布、站点推广、反馈和评估, 以上步骤循环往复。

1. 系统规划

系统规划阶段, 首先要明确建立电子商务 Web 站点的目的, 是宣传形象, 还是推销产品。

电子商务网页的特点使其具有以下功能:

(1) 加强宣传, 树立公司形象 建立公司主页可以展示公司的特点, 提高企业的知名