



全国高等职业教育规划教材

网站规划与建设 实用教程

沈美莉 陈孟建 马银晓 编著



电子教案下载网址 www.cmpedu.com



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS



全国高等职业教育规划教材

网站规划与建设实用教程

沈美莉 陈孟建 马银晓 编著

机械工业出版社

本书是一本通用的网站规划与建设实用教材,各章均由理论知识、实训指导和课后练习3部分组成,主要内容包括:全面了解网站、网站规划、网站运行环境、静态网页设计基础、动态网页设计基础、动态网页功能扩展、实际网站案例。

本书可作为高职高专院校电子商务、计算机、工商管理等专业的教材或参考用书,也适合作为网站建设爱好者的自学教材。

图书在版编目(CIP)数据

网站规划与建设实用教程/沈美莉,陈孟建,马银晓编著. —北京:机械工业出版社,2010.1

(全国高等职业教育规划教材)

ISBN 978-7-111-28758-2

I. 网… II. ①沈… ②陈… ③马… III. 网站-开发-高等学校:技术学校-教材 IV. TP393.092

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第193761号

机械工业出版社(北京市百万庄大街22号 邮政编码100037)

责任编辑:鹿征

责任印制:李妍

中国农业出版社印刷厂印刷

2010年1月第1版·第1次印刷

184mm×260mm·17.75印张·435千字

0001-4000册

标准书号:ISBN 978-7-111-28758-2

定价:29.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

电话服务

网络服务

社服务中心:(010)88361066

门户网:<http://www.cmpbook.com>

销售一部:(010)68326294

教材网:<http://www.cmpedu.com>

销售二部:(010)88379649

读者服务部:(010)68993821

封面无防伪标均为盗版

前 言

借助 Internet 开展商业活动成为越来越多企业和团体追求的目标,而这个应用热点的核心是从网站建设开始的。

网站的建设是企业能否顺利开展网上业务的前提。本书在如何规划和建设网站等方面作了较为详细的介绍。本书充分考虑高职高专学生的学习特点和就业需要,本着实用、好学、易做的原则进行编著,各章均由理论知识、实训指导、课后练习 3 部分组成。本书具有如下特点:

1) 结构清晰。根据全面了解网站、网站规划、网站运行环境、静态网页设计基础、动态网页设计基础、动态网页功能扩展、实际网站案例这一脉络帮助读者建立知识体系。

2) 指导性和针对性强。对读者易混淆的问题,以及实际应用中的知识点都进行了较为详细的分析与介绍。

3) 注重应用。提供了大量富于启发性的应用实例。

4) 针对用户需要。从用户的需要出发,在网站建设方面,更多从软件而非硬件角度进行叙述。

全书在编排上由易到难、由浅入深,力求通俗易懂、简洁实用。本书免费提供电子教案,读者可在机械工业教材服务网 www.cmpedu.com 下载。

本书由浙江工商大学沈美莉、浙江经贸职业技术学院陈孟建、浙江工商大学马银晓合作完成。在本书的编著过程中,得到了陈奕婷、李锋之、邹玉金、袁志刚、刘逸平、徐慧剑、张贵君等专家的帮助,在此表示衷心的感谢!

由于编者水平有限,书中不当之处在所难免,敬请读者批评指正。

编 者

目 录

前言

第1章 全面了解网站 1

1.1 网站概述 1

1.1.1 网站基本概念 1

1.1.2 网站分类 3

1.1.3 构成网站的基本要素 8

1.2 网站建设常用语言 10

1.2.1 HTML 和 DHTML 语言 10

1.2.2 JavaScript 脚本语言 15

1.2.3 XML 语言 18

1.2.4 ASP 语言 20

1.2.5 PHP 语言 21

1.2.6 JSP 语言 23

1.3 典型网站分析 25

1.3.1 网站开发项目需求分析 25

1.3.2 网站项目管理与业务流程分析 29

1.3.3 网站主要功能分析 31

1.3.4 网站结构分析 33

1.4 企业网站模式和应用体系结构 34

1.4.1 企业网站应用体系结构三要素 34

1.4.2 企业网站模式 36

1.4.3 企业网站应用体系结构 37

1.4.4 几个典型的企业电子商务网站 40

实训一 从网上寻找资料 45

习题一 47

第2章 网站规划 49

2.1 网站规划初步 49

2.1.1 网站规划原则 49

2.1.2 网站规划内容 52

2.1.3 网站规划资源 54

2.1.4 网站建设工作流程 57

2.1.5 网站开发方式选择 60

2.2 域名及域名注册 61

2.2.1 域名概述 61

2.2.2 域名结构 62

2.2.3 我国域名体系结构 64

2.2.4 企业域名注册 66

2.3 网站栏目规划 68

2.3.1 网站栏目规划概述 68

2.3.2 逻辑组织模型 70

2.3.3 网站物理结构规划 71

2.3.4 网站逻辑结构规划 73

2.4 网站总体设计 74

2.4.1 网站总体设计原则 74

2.4.2 网站的 CI 设计 76

2.4.3 网站的布局设计 80

2.4.4 几种典型的布局设计 82

实训二 企业网站建设策划 87

习题二 89

第3章 网站运行环境 91

3.1 网站服务器的选择 91

3.1.1 服务器选择原则 91

3.1.2 网站服务器类型 92

3.1.3 代理服务器 94

3.2 网站运行平台 96

3.2.1 网络拓扑结构 96

3.2.2 网络协议 103

3.2.3 网站运行平台的要求和构成 110

实训三 宽带连接线水晶头制作 113

习题三 115

第4章 静态网页设计基础 117

4.1 Web 与流媒体技术 117

4.1.1 Web 技术 117

4.1.2 流媒体技术 120

4.1.3 流媒体技术应用 122

4.1.4 流媒体文件格式 123

4.2 超文本置标语言 HTML 124

4.2.1 HTML 概述 124

4.2.2 HTML 格式	127	6.1.5 Session 对象	207
4.2.3 段落格式标签	132	6.1.6 Server 对象	209
4.2.4 制作会移动的文字	135	6.2 ASP 内置组件	211
4.3 表单和框架	136	6.2.1 ASP 内置组件概述	211
4.3.1 表单的概念	136	6.2.2 AD Rotator 组件	212
4.3.2 表单综合应用	140	6.2.3 Browser Capabilities 组件	214
4.3.3 框架的概念	143	6.2.4 Content Linking 组件	216
4.3.4 框架综合应用	146	6.2.5 Counters 组件	218
4.4 表格	149	6.3 ASP 访问数据库	219
4.4.1 简单表格制作	149	6.3.1 ASP 访问数据库的过程	219
4.4.2 表格数据设置	152	6.3.2 打开与关闭数据库连接	221
4.4.3 表格边框与颜色设置	154	6.3.3 数据库表记录操作	222
4.4.4 表格在网页中的应用	157	6.3.4 ASP 访问各种类型数据库	227
实训四 静态网页设计	159	实训六 ASP 应用程序设计	230
习题四	167	习题六	238
第 5 章 动态网页设计基础	169	第 7 章 实际网站案例	240
5.1 ASP 概述	169	7.1 登录与注册	240
5.1.1 ASP 的工作流程	169	7.1.1 网站购物流程概述	240
5.1.2 ASP 的工作环境	170	7.1.2 数据库设计	241
5.2 ASP 脚本语言	172	7.1.3 网站登录界面设计	242
5.2.1 ASP 脚本语言概述	172	7.1.4 用户注册界面设计	244
5.2.2 VBScript 数据类型	174	7.1.5 用户资料修改界面设计	247
5.2.3 VBScript 常量与变量	175	7.2 商品展示与查询	249
5.2.4 VBScript 运算符与表达式	177	7.2.1 数据库设计	249
5.3 VBScript 程序设计	180	7.2.2 商品主页面设计	250
5.3.1 数据输入与输出	180	7.2.3 商品查询页面设计	251
5.3.2 条件语句	182	7.2.4 商品销售排行页面设计	253
5.3.3 循环语句	185	7.2.5 按商品日期查询	255
5.3.4 VBScript 过程	188	7.3 购物车	256
实训五 动态网页设计	190	7.3.1 概述	256
习题五	195	7.3.2 构造购物车	257
第 6 章 动态网页功能扩展	197	7.3.3 订单自动生成	261
6.1 ASP 内置对象	197	7.3.4 订单投诉生成	265
6.1.1 对象的概念	197	实训七 留言本程序设计	267
6.1.2 Request 对象	199	习题七	274
6.1.3 Response 对象	201	参考文献	276
6.1.4 Application 对象	204		

第1章 全面了解网站

Internet 发展到今天，人们已经越来越离不开它了，数字化生活已深入人心。由于计算机和电子商务的发展，企业的很多商业活动可以通过企业的网站来实现，从而改变了企业的经营思维和模式，改变了其竞争规则。企业的网站是为用户提供网页服务、商品订单服务、售后服务、数据库服务、信息反馈服务等多种服务的信息载体。本章主要介绍网站的基本概念，这是创建网站必不可少的最重要的基本知识。通过本章的学习，要求：

- 掌握网站的基本概念、特性和功能。
- 掌握构成网站的基本要素。
- 了解网站建设的常用语言。
- 掌握典型网站分析。
- 掌握企业网站的应用体系结构。

1.1 网站概述

1.1.1 网站基本概念

人们在互联网上打开 IE 浏览器所看到的文字、图形、图像、表格、视频等的总称就是网页，而网站就是由若干网页所组成的平台。如果把网页看成是一个文件，那么网站就是一个文件夹。网页的文件存放在世界某个角落的某一台计算机中，而这台计算机必须是与互联网相连的。网页经由网址（URL）来识别与存取。当在浏览器输入网址后，经过一段复杂而又快速的程序，网页文件会被传送到个人的计算机，然后再通过浏览器解释网页的内容并展示到用户的眼前。网页通常可分为静态网页和动态网页两种。

1. 静态网页

静态网页是指使用 HTML 置标语言格式编写的网页，即纯粹 HTML 格式的网页通常被称为“静态网页”。早期的网站一般都是由静态网页制作的。静态网页都有一个固定的 URL 以 .htm、.html 等常见形式为文件拓展名，且不含有“?”这个标志符号。静态网页是实实在在保存在服务器上的文件，且每个网页都是一个独立的文件。

静态网页具有以下特点。

- 1) 静态网页内容一经发布到网站服务器上，无论是否有用户访问，每个静态网页的内容都是保存在网站服务器上的。
- 2) 静态网页的内容相对稳定，因此容易被搜索引擎检索。
- 3) 静态网页没有数据库的支持，在网站制作和维护方面工作量较大。因此，当网站信息量很大时，完全依靠静态网页的制作方式比较困难。
- 4) 静态网页的交互性交叉，在功能方面有较大的限制。

2. 动态网页

动态网页是针对静态网页而言的，是使用 ASP 或 JSP 语言编写的网页，即网页 URL 的文件扩展名后缀不是 .htm、.html、.xml 等静态网页的常见形式，而是以 .asp、.jsp、.php、.perl、.cgi 等形式，并且在动态网页网址中有一个标志性的符号——“?”。

动态网页具有以下特点。

- 1) 动态网页以数据库技术为基础，可以大大降低网站维护的工作量。
- 2) 采用动态网页技术的网站可以实现更多的功能，如用户注册、用户登录、在线调查、用户管理、订单管理等。
- 3) 动态网页实际上并不是独立存在于服务器上的网页文件，只有当用户请求时服务器才返回一个完整的网页。
- 4) 动态网页中的“?”对搜索引擎检索存在一定的问题，搜索引擎一般不可能从一个网站的数据库中访问全部网页，或者出于技术方面的考虑，搜索蜘蛛不去抓取网址中“?”后面的内容。因此，采用动态网页的网站在进行搜索引擎推广时，需要做一定的技术处理才能适应搜索引擎的要求。

这里所说的动态网页，与网页上的各种动画、滚动字幕等视觉上的“动态效果”没有直接关系。动态网页可以是纯文字内容的，也可以是包含各种动画的内容，这些只是网页具体内容的表现形式。无论网页是否具有动态效果，采用动态网站技术生成的网页都称为动态网页。

从网站浏览者的角度来看，无论是动态网页还是静态网页，都可以展示基本的文字和图片信息，但从网站开发、管理、维护的角度来看就有很大的差别。

3. 如何判断网页是动态网页还是静态网页

判断网页是否属于动态网页的最关键标志是看程序是否在服务器端运行。在服务器端运行的程序、网页、组件属于动态网页，它们会随不同客户、不同时间，返回不同的网页，如 ASP、PHP、JSP、ASP.net、CGI 等。运行于客户端的程序、网页、插件、组件属于静态网页，如 HTML、Flash、JavaScript、VBScript 等，它们是永远不变的。

无论是静态网页或动态网页都有其特点。网站采用何种网页主要取决于网站的功能需求和网站内容的多少。如果网站功能比较简单，内容更新量不是很大，采用纯静态网页的方式会更简单；反之，一般要采用动态网页技术来实现。

静态网页是网站建设的基础，静态网页和动态网页之间也并不矛盾。为了使网站适应搜索引擎检索的需要，即使采用动态网页技术，也可以将网页内容转化为静态网页发布。动态网页也可以采用动静结合的原则，适合采用动态网页的地方用动态网页，如果有必要使用静态网页，则可以考虑用静态网页的方法来实现。在同一个网站上，动态网页内容和静态网页内容同时存在也是很常见的事情。

4. 企业网站的综合要求

企业网站的综合要求有以下几个方面。

- 1) 网站的功能要求，是指企业网站必须完成企业在商务上的所有功能，如商务展现、订单、购物车、信息反馈、售后服务等。
- 2) 网站的性能要求，是指网站在处理各种业务功能时所具有的本领，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、网络安全性等。

3) 网站运行环境的要求,是指网站在正常工作状态时所需要支持的物件和要素。这类需求主要表现为网络运行时所处的环境要求。例如,使用什么网络操作系统,采用哪种管理信息系统,是否与企业原有的网络兼容,等等。

4) 网站系统进行软件或硬件升级、换代等要求,是指网站的适应能力。这些用户需求虽然不属于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。要保证企业网站的可扩充性和可维护性,在设计网站系统时应兼顾这类需求。

1.1.2 网站分类

按照不同的分类方法,可以将网站分为以下不同的类型。

1. 按照商务目的和业务功能分类

按照商务目的和业务功能分类可以将网站分为基本型网站、宣传型网站、客户服务型网站和完全商务运作型网站等。

(1) 基本型网站

这种类型网站建立的目的是通过网络媒体和电子商务的基本手段进行公司宣传和客户服务,其适用于小型企业,以及想尝试网站效果的大、中型企业。

这类网站的特点是:网站构建的价格低廉,性能价格比高,具备基本的商务网站功能;可以搭建在公众的多媒体网络基础平台上,外包给专门公司来构建,比自己建设还要便宜。

(2) 宣传型网站

这种类型网站建立的目的是通过网站宣传产品或服务项目,用不同的表现形式来传达不同的产品类型和服务方式,提升企业形象,扩大品牌影响,拓展海内外潜在市场。其适用于各类企业,特别是已有外贸业务或意欲开拓外贸业务的企业。

这类网站的特点是:具备基本的网站功能,突出企业宣传效果。一般是将网站构建在具有很高知名度和很强伸展性的网络基础平台上,以便在未来的商务运作中借助先进的开发工具和增加应用系统模块,升级为客户服务型或完全电子商务运作型网站。

(3) 客户服务型网站

这种类型网站建立的目的是通过网站宣传企业形象与产品,并达到与客户实时沟通及为产品或服务提供技术支持的效果,从而降低成本,提高工作效率。其适用于各类企业。

这类网站的特点是:以企业宣传和客户服务为主要目的,可以将网站构建在具有很高知名度和很强伸展性的网络基础平台上,如果有条件,也可以自己构建网络平台和电子商务基础平台。该类网站通过简单的改造即可升级为完全电子商务运作型网站。

(4) 完全电子商务运作型网站

这种类型网站建立的目的是通过网站宣传公司整体形象与推广产品及服务,实现网上客户服务和产品在线销售,为公司直接创造利润、提高竞争力。其适用于各类有条件的企业。

这类网站的特点是:具备完全的电子商务功能,并突出企业形象宣传、客户服务和电子商务功能。

随着网络购物环境的日渐成熟,越来越多的消费者开始网上购物,社会商业交易环境突破了商家传统的营销模式。互联网时代的进步,产生了新的营销模式——电子商务。电子商

务的有效运作，不仅仅为商家/厂家提供产品销售的网络平台，更可以作为商家/厂家售后服务的沟通渠道。

图 1-1 所示是卓越亚马逊电子商务网站主页。卓越网是一家中国 B to C (Business to Business) 电子商务网站，被亚马逊收购后，成为其子公司。亚马逊网上书店成立于 1995 年，是全球电子商务的成功代表。在亚马逊网站上，读者可以买到近 150 万种图书、音乐和影视节目。自 1999 年开始，亚马逊网站开始扩大销售的产品门类。现在除图书和音像影视产品外，亚马逊也同时在网上销售服装、礼品、儿童玩具、家用电器等 20 多个门类的商品。



图 1-1 卓越亚马逊电子商务网站主页

2. 按照构建网站的主体分类

按照构建网站的主体分类，可以将网站划分为企业网站、行业网站、政府网站、服务机构网站等。

(1) 企业网站

这类网站是指以企业为主体构建网站来实施电子商务活动，根据企业生产的主导产品和提供的主要服务的不同可进一步分为各种不同类型的网站。

(2) 行业网站

这类网站是以行业机构为主体构建的大型电子商务网站，以便为本行业内的企业和部门进行电子化贸易提供信息发布、商品订购、客户交流等活动的平台。

图 1-2 所示是中国机械网主页。中国机械网是中国机械行业电子商务网站是中国领先的机械门户网站，汇集了海量机械商机信息，专业提供企业黄页、供求信息、行业资讯、商务论坛、人才招聘等电子商务服务。

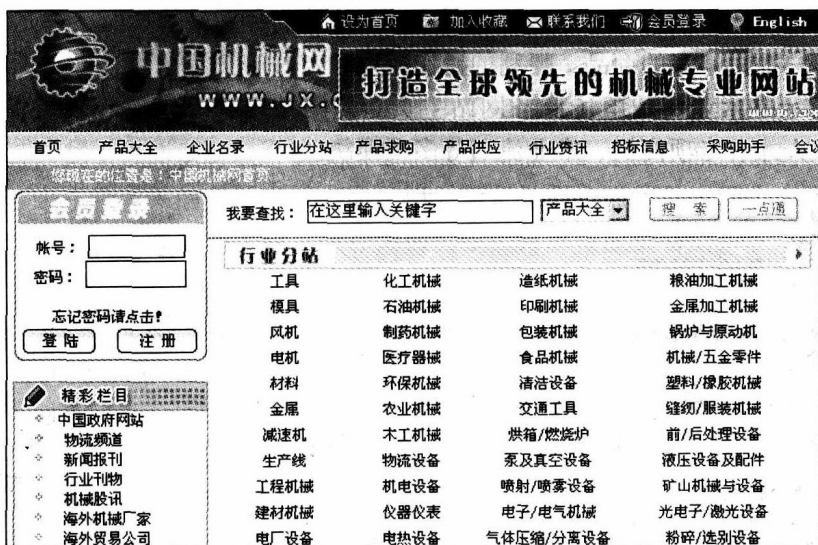


图 1-2 中国机械网电子商务网站主页

(3) 政府网站

这类网站是指以政府机构为主体构建网站来实施电子政务活动，它在国际化交流中发挥着重要的作用，为政府税收和政府公共服务提供网络化文流的平台。

(4) 服务机构网站

这类网站是指以服务机构为主体来实施电子商务活动，包括商业服务机构的电子商务网站、金融服务机构的电子商务网站、邮政通信服务机构的电子商务网站、家政服务机构的电子商务网站、休闲娱乐服务机构的电子商务网站等。

3. 按照网站拥有者的职能分类

按照网站拥有者的职能分类，可以将网站划分为生产型网站和流通型网站两类。

(1) 生产型网站

这类网站是由生产产品或提供服务的企业建立的，其主要目的是用以推广、宣传产品和服务，以便生产企业直接在自己的网站上开展在线产品销售和在线技术服务。作为最简单的商务网站形式，企业可以在自己网站的产品页面上附上订单，浏览者如果对产品比较满意，可直接在页面上下订单，然后汇款，企业付货，完成整个销售过程。这种商务网站页面较实用，主要特点是信息量大，并提供大额订单。

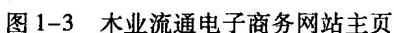
生产型企业要在网络上实现在线销售，必须与传统的经营模式紧密结合，分析市场定位，调查用户需求，制定合适的电子商务发展战略，设计相应的电子商务应用系统架构。在此基础上设计好企业商务网站页面，并使用户界面友好，操作简便。

(2) 流通型网站

这类网站是由流通企业建立的，其主要目的是通过网站宣传与推广所售产品与服务，以便顾客在网上也能更好地了解产品的性能与用途，从而促使顾客在线购买。这类网站着重于对产品和服务的全面介绍，较好地展示了产品的外观和功能，具有商务网站页面制作精美、动感十足的特点，很容易吸引浏览者，起到较好的广告效果和为产品及服务促销的效果。

流通企业要在网络上实现在线销售，也必须与传统的商业模式紧密结合。在做好充分的

图1-3所示是木业流通电子商务网站主页。该网站提供了供应、采购、公司、产品、指南、资讯、人才、专项商机、木业流通等多项模块。



按照产品线的宽度和深度进行分类，可以将网站划分为水平型网站、垂直型网站、专门网站、公司网站等。

这类网站是致力于某一类产品在网上经营的网站。该类网站类似于网上购物中心或网上超市，优势在于其产品线的宽度，顾客在这类网站上不仅可以买到自己所能接受的价格水平的商品，而且很容易实现“货比三家”。

(2) 垂直型网站

垂直网站的注意力集中在某些特定的领域或某种特定的需求，提供有关这个领域或需求的全部深度信息和相关服务，作为互联网的新亮点，垂直网站正引起越来越多人的关注。在越来越多的网络吸引老百姓的注意力时，网民却逐渐走出时髦、好奇的初级阶段，不断在网

上寻找着实际、实用和实惠。

图 1-4 所示是伊果网主页。该网站就是一个典型的垂直网站。中国中小企业供应商通过伊果网在乌克兰、波兰海外公司业务的发展和伊果网英、俄文平台的宣传，订单数量和质量都有明显提升。其中以建筑材料、机械设备、电子元器件、办公用品及家具等行业最为突出，这也是近年来东欧贸易的主要出口方向。伊果网贸易服务部帮助中国中小型供应商从报价、议价、验货到运输、清关和支付，全程为他们按照订单完成贸易出口。

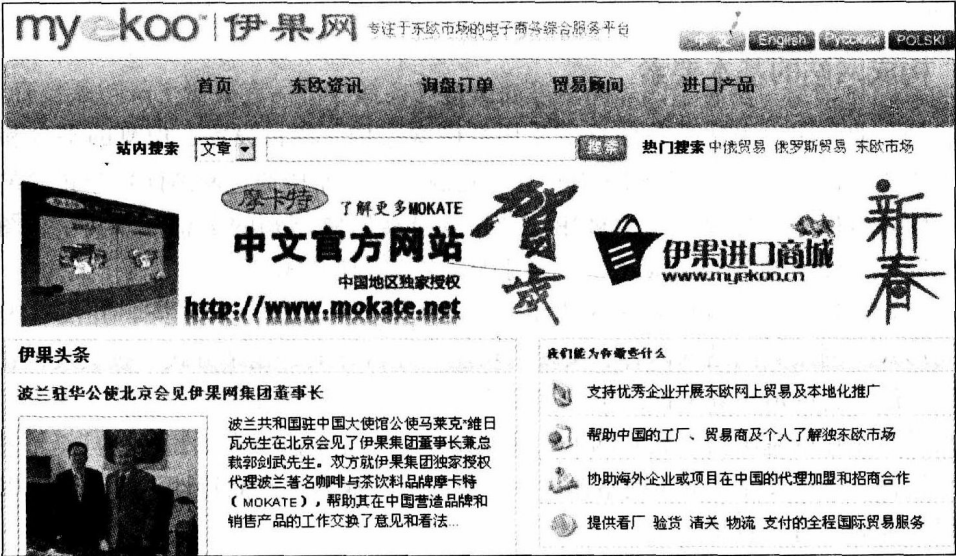


图 1-4 垂直型网站伊果网主页

(3) 专门网站

这类网站是指能够提供某一类优秀产品的网站。该类网站类似于专卖店，其优势在于提供高档优质廉价的商品。该类网站专门经营销售特定商品。这些商品具有极强的关联度，或者是同一个品牌的商品，或者是一个系列专门商品的商店。其特征为，非常讲究店面装饰，给人以精品的感觉。

专卖店必须具有如下几大特征。

- 1) 着眼于特定顾客群的需求。
- 2) 商品成系列、紧凑，且有品质保证。
- 3) 实施特色经营，讲求个性化。
- 4) 与顾客有较强的联系，并能加以控制。
- 5) 专业化的服务包括提供购买建议、实施概念营销、售后服务等。
- 6) 售货员有丰富的商品知识，有较强的亲和力。

(4) 公司网站

这类网站是指以销售本公司产品或服务为主的网站，相当于子公司的“网上店面”，其缺点在于可扩展性不足。除了少数品牌度极高、市场份额较大的公司外，该类站点的发展空间将非常有限。公司网站的一个出路在于朝其他类型网站的方向发展，从产品的形态看，金融服务、电子产品、旅游、传媒等行业在开展电子商务方面拥有较明显的优势。由于这些行

业的一个共同特点是产品的形态,不存在实物的流动,不需要相应的配送体系,因而特别适合于在网上开展业务。

此外,按电子商务模式划分,可以将网站划分为企业-企业(B to B, Business to Business)、企业-消费者(B to C, Business to Consumer)之外,还有人提出可分为消费者-消费者(C to C, Consumer to Consumer)、消费者-企业(C to B, Consumer to Business)、企业-政府机构(B to G, Business to government)、消费者-政府机构(C to G, Consumer to government)等。

1.1.3 构成网站的基本要素

网站是企业向用户表达企业信息所采用的网站布局、栏目设置、信息的平台和表现形式。用户通过企业网站可以看到的所有信息,也就是企业希望通过网站向用户传递的所有信息,网站内容包括所有可以在网上被用户通过视觉或听觉感知的信息,如文字、图片、视频、音频等,一般来说,文字信息是企业网站的主要表现形式。

一个企业网站应该具备什么样的功能,以及采取什么样的表现形式,并没有统一的模式,不同形式的网站其网站的内容、实现的功能、经营方式、建站方式、投资规模也各不相同。一个功能完善的电子商务网站可能规模宏大,耗资几百万元,而一个最为简单的企业网站也许只是将企业的基本信息搬到网上,将网站作为企业信息发布的窗口,甚至不需要专业的人员来维护。一般来说,企业网站建设和企业的经营战略、产品特性、财务预算以及当时的建站目的等因素有着直接关系。

尽管每个企业网站规模不同,表现形式各有特色,但从经营的实质上来说,不外乎信息发布型和产品销售型这两种基本形式,一个综合性的网站可能同时包含了这两种基本形式。下面介绍一般企业网站的基本要素。

1. 公司简介

公司简介的写法没有固定的形式,主要看这个简介希望达到的效果。首先要明确以下几点。

1) 公司简介是写给什么人的?例如,写给投资者、客户、应聘者等,对象不同重点也不一样。

2) 目标对象关注的重点是什么?例如,投资者关注公司资质、资金、项目的运营情况,有时候也关心股权结构等;客户则关心公司业务领域的资质和信誉度;招聘者则更关心公司的人力资源规划和发展规划等。

3) 所使用的期限。这主要考虑到公司简介中时效性的问题,如果使用期限较长话,则应尽可能避免使用不确定时间和比较时效性的名词等。

另外,还要介绍公司背景、发展历史、主要业绩及组织结构等,让访问者对公司的情况有一个大体的了解。这是在网络上推广公司的第一步,也可能是非常重要的一步。

2. 产品目录

提供公司产品和服务的目录,方便顾客在网上查看,并根据需要决定资料的详简程度,或者配以图片、视频和音频资料。但在公布有关技术资料时应注意保密,避免被竞争对手利用,造成不必要的损失。

3. 公司动态和媒体报道

通过公司动态可以让用户了解公司的发展动向，加深对公司的印象，从而达到展示企业实力和形象的目的。因此，如果有媒体对公司进行了报道，别忘记及时转载到网站上。

4. 产品搜索

如果公司产品比较多，无法在简单的目录中全部列出，那么，为了让用户能够方便地找到所需要的产品，除了设计详细的分级目录之外，增加一个搜索功能不失为有效的措施。

5. 导航条

在一个企业网站上有许多内容，一般顾客初次进入不一定能准确地找到他所要的信息，因此，在企业网站上需要有一个导航条，就像商场里的导购服务员、医院里的导医服务员一样，帮助顾客尽快地找到他们所需的商品信息。

6. 产品价格表

顾客浏览网站的部分目的是希望了解产品的价格信息。对于一些通用产品及可以定价的产品，应该留下产品价格；对于一些不方便报价或对价格波动较大的产品，也应尽可能为用户了解相关信息提供方便。例如，设计一个标准格式的询问表单，用户只要填写简单的联系信息，单击“提交”按钮就可以了。

7. 网上订购

即使没有像淘宝网、DELL网那样方便的网上直销功能和配套服务，针对相关产品为用户设计一个简单的网上订购程序仍然是必要的，因为很多用户喜欢利用提交表单而不是发电子邮件。

当然，这种网上订购功能和电子商务的直接购买有本质的区别，只是用户通过一个在线表单提交给网站管理员，最后的确认、付款、发货等仍然需要通过网下来完成。

8. 销售网络

实践证明，用户直接在网站订货的并不一定多，但网上看货网下购买的现象比较普遍，尤其是价格比较贵重或销售渠道比较少的商品，用户通常喜欢通过网络获取足够信息后在本地的实体商场购买。应充分发挥企业网站这种作用，因此要尽可能详尽地告诉用户在什么地方可以买到他所需要的产品。

9. 售后服务

售后服务是指商品售出后，销售者对消费者承担合同约定的有关内容和履行有关法律责任的活动。

(1) 售后服务的内容

售后服务的内容包括维修、提供合理的维修零配件、解答咨询、指导或培训消费者、定期巡回检查或访问、顾客跟踪服务、退换货、处理消费者投诉等。

(2) 顾客跟踪服务

顾客跟踪服务包括收集顾客资料、建立顾客档案、定期进行回访、为顾客提供新到货品提示、重要节日祝福等。

(3) 处理退货服务

处理退货过程中，应注意处理问题的顺序和逻辑、服务中的语言技巧、让顾客把话讲完、决不能对顾客无理、尽量坚持最初的说法以及兑现承诺等。

10. 联系信息

网站上应该提供足够详尽的联系信息，除了公司的地址、电话、传真、邮政编码、网管 E-mail 地址等基本信息之外，最好能详细地列出客户或者业务伙伴可能需要联系的具体部门的联系方式。对于有分支机构的企业，同时还应当有各地分支机构的联系方式。这样，在为用户提供方便的同时，也可起到对各地业务的支持作用。

11. 其他内容

现在有一种普遍现象，很多企业网站的首页都是一个漂亮的“欢迎页面”，展示一些图片、动画、或者其他多媒体文件，所表现出的信息大多和企业形象或者核心业务无关。据了解，一些企业喜欢这种方式的主要原因也是觉得直接进入产品介绍页面，会显得内容贫乏，而且不够专业。其实这种担心是不必要的，因为用户浏览一个网站的目的是要了解有关产品或服务的信息，而不是来欣赏美术作品，那些无关的内容往往会占用访问者的时间，甚至将用户的视线转移。所以说，如果一定要采用一个漂亮网页作为首页时，不妨通过一些多媒体手段，在展示企业品牌形象方面下点工夫，尽量不要放置和企业毫无关系的内容。

1.2 网站建设常用语言

1.2.1 HTML 和 DHTML 语言

WWW 开发技术最初采用的 HTML，随着 Internet 技术的发展和人们对 WWW 服务需求越来越高，WWW 开发技术也越来越丰富。

1. HTML 概述

HTML (Hypertext Markup Language, 超文本置标语言) 是 WWW 的描述语言。设计 HTML 语言的目的是为了能把存放在一台电脑中的文本或图形与另一台电脑中的文本或图形方便地联系在一起，形成有机的整体，人们不用考虑具体信息是在当前电脑上还是在网络的其他电脑上，只需使用鼠标在某一文档中点取一个图标，Internet 就会马上转到与此图标相关的内容上去，而这些信息可能存放在网络的另一台电脑中。

HTML 文档制作并不是很复杂，而且功能强大，支持不同数据格式的文件的嵌入，应用十分广泛。其主要特点如下。

1) 简单易学。HTML 是 SGML (Standard General Markup Language, 标准通用置标语言) 的简化版，用户可以很容易使用各类标记建立 HTML 文档。

2) 具有可扩展性。HTML 语言采用子类元素的方式，为系统扩展带来保证。现在，HTML 语言的版本是 4.01 版，其语言功能已大大加强。

3) 与平台无关。HTML 文档可以不加修改地运行在 PC 和 MAC (苹果) 机等类型的机器上。

4) HTML 只能提供静态的 Web 页面，没有交互，也不能制作复杂的动画，一般只能完成简单的信息发布功能。

传统的 HTML 一般通过编辑工具编辑文档，然后通过 WWW 浏览器显示出效果。常用的编辑工具有文本编辑工具，如 Windows 自带的记事本或写字板，编辑后的纯文本文件的扩展名为 .htm 或 .html；另一类编辑工具能够所见即所得，如 FrontPage、Dreamweaver 等。

2. HTML 语言结构

HTML 文件是标准的 ASCII 文件。它看起来像是加入了许多被称为链接签 (Tag) 的特殊字符串的普遍文本文件。

从结构上讲, HTML 文件由元素 (Element) 组成。组成 HTML 文件的元素有许多种, 用于组织文件的内容和指导文件的输出格式。绝大多数元素是“容器”, 即它有起始标记和结尾标记。元素的起始标记叫做起始链接签 (Start Tag), 元素的结束标记叫做结尾链接签 (End Tag)。

在起始链接签和结尾链接签中间的部分是元素体。每一个元素都有名称和可选择的属性, 元素的名称和属性都在起始链接签内标明。例如, 体元素 (Body) 的代码如下:

```
<body background = "back ground. gif" >
<h2> demo </h2>
This is my first html file. <p>
</body>
```

对以上语句的说明如下。

1) 第 1 行是体元素的起始链接签, 它标明体元素从此开始。因为所有的链接签都具有相同的结构, 所以我们将仔细分析这个链接签的各个部分, 以便读者对链接签的写法有大概的了解。

- < 和 body: < 为起始链接签开始符号, body 为元素名称。由于元素和链接签一一对应, 所以元素名也叫链接签名。需要注意的是, < 和 body 之间不能有空格, 元素名称不分大小写。
- background: 属性名。一个元素可以有多个属性, 属性及其属性值不分大小写。本属性指明用什么方法来填充背景。
- =: 指明属性值。
- "background. gif": 属性值, 表示用 background. gif 文件来填充背景。

“属性名 = 属性值”: 构成一个完整的属性, 一个元素可以有多个属性, 各个属性用空格分开。

- > 起始链接签结束符号。

2) 第 2 行和第 3 行是 body 元素的元素体, 最后一行是 body 元素的结尾链接签。结尾链接签用 </开始, 随后是元素名称, 然后 > 结束。

从上面的例子可以看出, 一个元素的元素体中可以有另外的元素 (上例中第 2 行的标题元素 <h2>... </h2> 和第 3 行的分段元素 <p>)。实际上, HTML 文件仅由一个 html 元素组成, 即文件以 <html> 开始, 以 </html> 结尾, 文件其余部分都是 html 的元素体。html 元素的元素体由两大部分 (即头元素 <head>... </head> 和体元素 <body>... </body>) 组成, 另外还包括一些注释。头元素和体元素的元素体又由其他的元素、文本及注释组成。也就是说, 一个 HTML 文件应具有下面的结构:

```
<html>      'html 文件开始
  <head>    '文件头开始
  文件头
  </head>   '文件头结束
```