

高等职业教育

电子商务类专业 规划教材

ELECTRONIC COMMERCE

电子商务网站 设计与维护

蒋罗生 主 编
戴香玉 董国香 李婷婷 副主编



中国电力出版社

<http://jc.cepp.com.cn>

电子商务概论

电子商务网页设计与制作实训教程

电子商务网站设计与维护

供应链管理

网络营销

ERP原理与应用实训教程

电子交易与支付实训教程

网络及电子商务安全实训教程

电子商务网页设计与制作简明教程

ISBN 978-7-5083-8943-1



9 787508 389431 >

定价：31.00 元

高等职业教育

电子商务类专业 规划教材

电子商务网站 设计与维护

主 编 蒋罗生

副主编 戴香玉 董国香 李婷婷

参 编 钟云飞 康永强



中国电力出版社

<http://jc.cepp.com.cn>

内 容 提 要

本书立足于项目式教学,以虚拟的“电力实验商城”为例,系统地介绍了电子商务网站规划设计、程序开发、宣传推广、维护管理的全流程。通过学习,旨在让学生了解电子商务网站设计与维护的全过程,能顺利地完成电子商务网站设计或管理的任务。全书分四部分:第1、2章是电子商务网站的建设的预备知识和电子商务网站规划设计,第3、4章介绍利用 Adobe Dreamweaver CS4 可视化地开发电子商务网站模块,第5~9章是 ASP 基础知识以及利用 ASP 手工编写电子商务网站核心模块,第10、11章介绍电子商务网站的宣传、推广和管理维护。

本书可作为高等职业教育电子商务专业教材,也可作为从事电子商务网站建设和管理的爱好者的参考用书。

图书在版编目(CIP)数据

电子商务网站设计与维护 / 蒋罗生主编. —北京:中国电力出版社, 2009

高等职业教育电子商务类专业规划教材

ISBN 978-7-5083-8943-1

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

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 093243 号

中国电力出版社出版、发行

(北京三里河路 6 号 100044 <http://jc.cepp.com.cn>)

航远印刷有限公司印刷

各地新华书店经售

*

2009 年 9 月第一版 2009 年 9 月北京第一次印刷

787 毫米×1092 毫米 16 开本 19.5 印张 474 千字

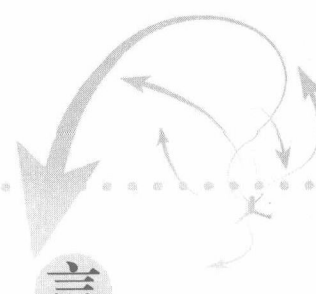
定价 31.00 元

敬告读者

本书封面贴有防伪标签,加热后中心图案消失

本书如有印装质量问题,我社发行部负责退换

版 权 专 有 翻 印 必 究



前言

以互联网为核心的信息技术对人类社会的发展、进步和繁荣发挥着越来越重要的影响。以互联网在经济活动中的应用为本质特征的电子商务已经渗透到社会生活的方方面面，成为推动新世纪世界经济增长的重要动力。

新的社会需求对电子商务的应用人才提出了更高的培养要求。电子商务网站是企业开展全球性电子商务的平台，在电子商务活动中有着极为重要的地位。电子商务网站的规划、设计、管理及维护的基本知识，是电子商务专业学生的必修课程。

目前，构建电子商务网站所使用的操作平台有微软的 Windows 网络操作系统和 Unix 操作系统等，数据库则从最简单的 Access 数据库到大型的 Oracle 数据库，常用的开发语言包括 ASP、ASP.NET、PHP、JSP 等。在一门课程中，要对上述知识进行系统而全面的介绍是不可能的。基于这一考虑，本书采用 ASP+Access 这样一种易于被学生接受的开发环境，立足于 Windows XP 操作系统，借助 Adobe Dreamweaver CS4 作为开发平台，旨在使电子商务网站设计与维护的教学变得更加容易和方便。同时，学生通过学习，也很容易向其他操作平台、数据库环境、开发语言进行拓展，从而使得计算机教育内容的更新与社会应用现状保持了同步。

本书立足于项目式教学，以虚拟的“电力实验商城”为例，系统地介绍了电子商务网站规划设计、程序开发、宣传推广、维护管理的全过程。通过学习，旨在让学生了解电子商务网站设计与维护的全过程，能顺利地完成电子商务网站设计与管理的任务。

考虑到电子商务专业学生的特点，全书分四部分：第 1、2 章是电子商务网站建设的预备知识和电子商务网站规划设计，第 3、4 章介绍利用 Adobe Dreamweaver CS4 可视化地开发电子商务网站模块，第 5~9 章是 ASP 基础知识以及利用 ASP 手工编写电子商务网站核心模块，第 10、11 章介绍电子商务网站的宣传、推广和管理维护。

本教材建议的学时数为 72 学时，对于以文科学生为主要生源的，可只学习本教材的 1~4 章和 9~11 章，建议的学时数为 54 学时。

本教材由蒋罗生担任主编，戴香玉、董国香、李婷婷担任副主编，书中第 1、2、9 章由长沙电力职业技术学院戴香玉编写，第 3、4 章由蒋罗生编写，第 5~7 章由湖南省劳动人事学校董国香编写，第 8、10、11 章由湖南大众传媒职业技术学院李婷婷编写，附录由蒋罗生编写，全书由蒋罗生拟定大纲和统一书稿。

由于作者水平有限，书中不妥与错误之处难免，敬请读者批评指正。

作者

2009 年 7 月



目 录

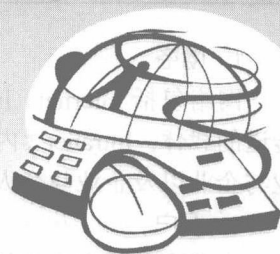
前言

第 1 章 电子商务网站概述	1
1.1 电子商务概述	1
1.2 电子商务网站	5
1.3 电子商务网站设计	9
1.4 电子商务网站的规划设计	14
1.5 电子商务网站的系统分解	21
习题一	22
第 2 章 电子商务网站基础	23
2.1 Web 服务器的建立	23
2.2 Web 数据库基础	28
2.3 Access 基础	32
2.4 SQL 语言基础	38
2.5 Dreamweaver CS4 基础	42
2.6 综合实例：用户管理系统	48
习题二	53
第 3 章 新闻系统	54
3.1 系统概述	54
3.2 准备工作	56
3.3 设计和使用数据库	59
3.4 连接数据库	62
3.5 新闻列表页	63
3.6 新闻显示页	71
3.7 管理员登录页	75
3.8 后台管理首页	77
3.9 新闻添加页	80
3.10 新闻修改页	85
3.11 新闻删除页	91
3.12 新闻系统的功能增强	94
习题三	97

第4章 留言板	98
4.1 系统概述	98
4.2 准备工作	99
4.3 设计和使用数据库	104
4.4 显示留言列表页	107
4.5 留言签写页	113
4.6 管理员登录页	117
4.7 后台管理首页	119
4.8 管理员回复留言页	123
4.9 管理员删除留言页	125
4.10 管理员的留言审核功能	127
4.11 管理员退出登录页	130
习题四	130
第5章 ASP 基础	131
5.1 HTML 和 CSS 基础	131
5.2 ASP 语言概述	136
5.3 VBScript 基础	137
5.4 JavaScript 基础	145
5.5 ASP 与脚本的结合	148
5.6 综合实例	149
习题五	153
第6章 ASP 内置对象与组件	154
6.1 ASP 内置对象	154
6.2 ASP 内置组件	170
6.3 ASP 与数据库	177
习题六	186
第7章 产品展示系统	187
7.1 系统概述	187
7.2 数据库的设计与实现	188
7.3 前台部分的设计	189
7.4 后台部分的设计	205
习题七	219
第8章 购物车	220
8.1 系统概述	220
8.2 解决方案	220
8.3 数据库的设计与实现	222
8.4 放入、显示购物车页面的设计	222
8.5 重新计算功能的实现	227
8.6 清空购物车页面设计	228

8.7 订单管理	229
8.8 网上支付的设计与实现	234
习题八	234
第9章 系统整合	235
9.1 概述	235
9.2 电子商务网站的整体规划	235
9.3 电子商务网站的网页布局	236
9.4 使用#include的方法	238
9.5 使用iframe的方法	241
9.6 使用JavaScript的方法	242
9.7 重写代码的方法	246
9.8 数据库整合	246
9.9 后台程序的设计	248
习题九	260
第10章 电子商务网站的发布和推广	261
10.1 概述	261
10.2 域名的选择	263
10.3 空间的选择	265
10.4 购买域名和空间	268
10.5 网站的测试	272
10.6 网站的发布	273
10.7 电子商务网站的宣传和推广	274
习题十	276
第11章 电子商务网站的管理和维护	277
11.1 电子商务网站管理和维护概述	277
11.2 商务网站管理模式	279
11.3 电子商务网站维护	283
11.4 电子商务安全维护	284
习题十一	289
附录A 实习指导书	290
实习项目1: 电子商务网站赏析	290
实习项目2: 电子商务网站资源规划	291
实习项目3: 安装和配置 Windows Server 2003/2008	292
实习项目4: 安装和使用 MS SQL Server 2000/2005/2008	294
实习项目5: 网站的发布	295
实习项目6: 网站推广	297
实习项目7: 电子商务网站功能模块的设计	298
实习项目8: 综合开发项目	298
附录B 常用网络资源	300
参考文献	303

第 1 章



电子商务网站概述

1.1 电子商务概述

早在 1839 年,当电报刚出现的时候,人们就开始了对运用电子手段进行商务活动的讨论。当代电子商务是在 Internet 发展、成熟的基础上产生的,是 20 世纪后期才出现的新生物。它一出现,就以惊人的速度渗透到了社会、生活及经济的各个领域,成为热门话题。发展电子商务是国际贸易的大势所趋,是国际贸易发展的必然结果,也是我国在 21 世纪成为贸易大国和贸易强国的必由之路。而研究电子商务则是发展电子商务、充分利用电子商务的必要前提。

1.1.1 电子商务基本概念及系统组成

电子商务有广义和狭义之分:狭义的电子商务也称为电子交易,主要是指利用 Internet 提供的通信手段在网上进行的交易;广义的电子商务是包括电子交易在内的,以 Internet 为平台所进行的全面的商业活动。这里所说的以 Internet 为平台,指的是在商务活动的各个环节,包括谈判、交易、资金支付等都要在 Internet 上进行。所谓全面的商业活动,是指包括了企业和个人商业活动的各个环节,如市场调查分析、财务核算、生产计划安排、客户联系、物资调配等。

电子商务系统是由各种交易实体通过数据通信网络连接在一起,实现电子商务活动有效运行的复杂系统。它并不只是一个企业内部管理的事情,更不能将电子商务理解为仅仅是建立一个网站。

一个完整的电子商务的系统主要由网络基础环境、电子商务用户、网上商店、认证中心、物流配送和网上银行等组成,如图 1-1 所示。

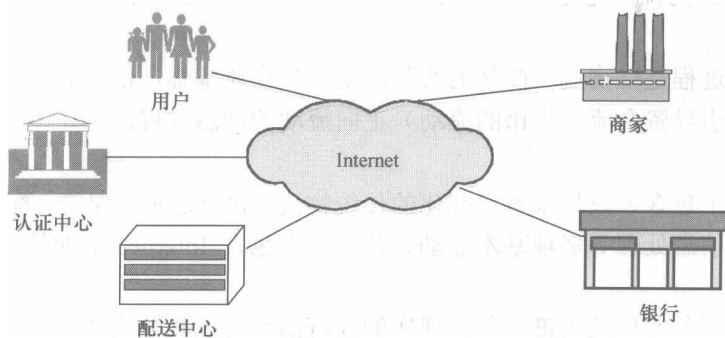


图 1-1 电子商务系统组成

1. 网络

网络包括 Internet、Intranet、Extranet 网络。Internet 是电子商务的基础，是商务业务信息传送的载体；Intranet（内联网）是企业内部商务活动的场所；Extranet（企业外部网络）是企业与企业以及企业与企业之间进行商务活动的纽带。

2. 客户

电子商务的客户包括个人和企业，他们使用基于 Java 的浏览器、电视机机顶盒、个人数字助理、可视电话等接入 Internet，以获取信息、购买商品。

3. 电子商场

在全球电子商务环境中，电子商场就是发布产品信息并接受订单的站点。从这个意义上说，任何企业、个人，无论其经营规模大小，都可以通过 Internet 建立一个跨越全球、没有经营时间限制的电子商场。商家利用电子商场进行电子化的商务活动。

4. 认证中心

认证中心是法律承认的权威机构，负责发放和管理电子证书，使网上交易的各方能互相确认身份。

认证中心是为保证网上交易的安全而设置的，消费者和网上终端（如电子商店）要得到认证中心的认证后，才能进行网上交易。

5. 银行金融机构

在 Internet 上实现银行的传统业务，为用户提供 24 小时实时服务。同时，网上银行与信用卡公司等合作，发放电子钱包、提供网上支付手段、为电子商务交易中的用户和商家服务。

6. 物流配送中心

接受商家的送货请求，组织运送无法从网上直接得到的商品，并跟踪商品的流向，将商品送到消费者手中。

这六个组成部分是一个统一的整体，它们之间相互联系、相互支持，确保电子商务活动的有效进行。

1.1.2 电子商务的基本要素

电子商务将网络技术运用到商务活动中，即将商务活动网络化，其核心仍是商务活动，因此，它仍具有作为商务交易活动的一般性特征。商务交易活动实质上是一个信息流支配资金流和物流的过程，一个完整的交易过程应该包括信息流、资金流和物流。电子商务作为电子化的商务活动，同样，电子商务中的任何一笔交易，都包含信息流、资金流和物流三种要素。

商品流通的过程是以物流（商品的实际流动）为物质基础，信息流（商品基本信息的流动）贯穿始终，引导资金流（货币的流动）正向流动的动态过程。

1. 物流

现代物流除了包含手段越来越现代化的传统物流（包括运输、保管、配送、包装、装卸、流通加工及物流信息处理等多项基本活动）外，还应包含 Internet 上的信息流动（如电子书籍、软件等）。

物流是电子商务实现的关键环节。现实的经济活动可以划分为生产活动、流通活动和消费活动，物流活动是属于流通活动之中的。物流作为将商品有效的从生产者转移到消费者手中的一种职能，创造了流通的场所和时间价值。物流只是交易的一个组成部分，但却是商品

和服务价值的最终体现,“以顾客为中心”的价值观实现最终体现在物流上。

2. 资金流

资金流作为电子商务的三个构成要素之一,是实现电子商务交易活动的不可或缺的部分。作为电子商务中连接生产企业、销售企业和消费者的纽带,银行是否能有效地实现电子支付已成为电子商务成败的关键。

在常见的 B2C 交易中,持卡顾客向商家发出购物请求,商家将持卡人的支付指令通过支付网关发给银行的电子支付系统;接着银行通过银行卡网络从发卡行获得批准,并将确认信息再从支付网关返回商家;商家取得支付确认后,向持卡人发出购物完成信息。剩下的工作就是银行系统内部的资金拨付和行间结算。

从以上过程不难看出,任何网上交易的资金流都可分为交易环节和支付结算环节两大部分。其中支付结算环节是由包括支付网关、银行和发卡行在内的金融专用网络完成的。因此,银行可以说是任何电子商务资金流的核心机构。

3. 信息流

信息流是指电子商务交易活动中买家和卖家为促成利于己方的交易而进行的所有信息获取、辨别、处理与应用活动。它是一切电子商务活动的核心。现代电子商务环境下的企业管理的本质和核心就是对企业信息流实施有效控制,从而增进企业效益。

(1) 企业内部信息流。在传统企业还没有建立 Intranet 的时候,企业内部分别存在着横向和纵向的信息流动。横向流动是在企业各平级部门之间传递的信息流,而纵向信息包括非平级部门之间自上而下和自下而上的信息流。自上而下的信息流主要是指导性和决策性的信息,包括企业战略、经营计划等;自下而上的信息流则是企业一些日常运营的反馈信息由底层向高层的汇总。

企业建立 Intranet 以后情况就不同了,原来中规中矩的纵横格局被网状的无始无终所取代。共享数据库成为不同部门和不同级别之间信息交流的中心,成为整个企业内部信息流的枢纽。信息传递的效率更高,量更大,科学性也更强,更易于应用于决策当中。

(2) 企业与企业之间的信息流。企业与企业间的信息流主要包括企业与供应商之间和生产企业与商业企业之间的信息流。在电子商务环境下,企业与企业之间借助于 EDI(电子数据交换)可以实现更为快速准确的信息交流。EDI 软件将用户数据库系统中的信息,译成 EDI 的标准格式,以供传输交换。每个公司都有自己规定的数据格式,需要 EDI 翻译软件将数据翻译成 EDI 标准的交换格式然后再发出。接收者也要使用必要的转换软件将接收到的 EDI 标准数据格式转换为内部格式以备使用。

(3) 企业与客户之间的信息流。客户资源已经成为所有现代企业的最重要资源。如何与客户进行有效的交流、获得客户对产品的第一手信息已成为几乎所有企业的第一要务。借助 CRM(客户关系管理)系统,企业可以方便地建立客户档案并与其有效沟通,形成和分析各种客户数据并做出适应市场导向的决策。

总之,在电子商务活动交易中,资金流是条件,信息流是手段,物流是过程。这一切都是为了企业和企业链满足最终客户的需要而形成的。

1.1.3 网站在电子商务中的作用

现代信息社会,各种信息流、资金流和物流充溢于 Internet 之上。电子商务离不开 Internet,当然就离不开商务网站。网站在电子商务中的作用大致包括以下几个方面。

(1) 树立企业形象。商务网站为企业提供了一种可以全面展示其产品和服务的虚拟平台,起到了提高企业知名度和增加企业信誉度的作用。在商务网站上做宣传的方式使企业的长期广告成本大大低于其他媒体,已有越来越多的企业在 Internet 上宣传本企业的形象和提高产品的知名度。随着电子商务活动范围的不断扩大,商务网站的广告效应将不断增强。

(2) 改变企业的竞争格局。商务网站改变了企业的竞争格局,帮助各类企业扩大竞争领域,大幅度地提高了企业的竞争能力。

Internet 上的网站是一个虚拟空间,使得公司或企业不分大小,也不管位于何处,都拥有相对平等的资源,因为在网上不过都是一个拥有 IP 地址或域名的 Web 站点。因而在 Internet 上,企业的形象不再受规模、实力、人数、业绩、信誉和历史等决定,而逐渐被一套新的规则所取代。这些新规则包括:规范、快捷、方便、亲切、美感、专家咨询、全球性比较、个性化选择和交互式使用等。

所以,在 Internet 时代,电子商务改变了以往的市场准入条件,使中小企业从原先主要被大企业占有或几乎垄断的市场中获得更多的发展机会和利润。

(3) 与客户直接交流,提供个性化服务。基于 Internet 的商务网站缩短了生产厂商和最终消费者之间的距离,通过网站,企业或商家可以全天候跨地区地为客户提供服务,与客户保持售后联系,倾听客户意见,回答客户的问题等。这种更加密切的交互方式,不仅给企业提供了更多开拓市场的机会,而且为消费者提供了更丰富的消费选择。因而基于网站的商务活动提高了企业把握市场和消费者了解市场的能力,从而提升了企业开发新产品和提供新型服务的能力。

(4) 直接开拓国际市场。Internet 是全球区域的通信网络,Internet 上的信息是全球性的资源,企业建立了自己的网站,就意味着已经打开进入世界上几乎每一个国家市场的通道。网站的信息一经发布,就肯定会为企业带来国际性的商业机会。不言而喻,对于出口外向型或有意进军海外市场的企业来说,在 Internet 上建立网站无疑是开拓国际市场最廉价、最有效的手段,也是使本企业国际化的一条捷径。

(5) 提供全天候的服务。企业利用自己的商务网站,可以更生动、更直观、更方便地向更广范围内的其他企业或个人进行交互联系并推销产品和服务,这种方式是 24 小时不间断进行的。

(6) 高效廉价的定向宣传。企业的网站是针对客户群进行高效廉价定向宣传最有力的工具。若在百度或谷歌的搜索引擎中任意输入一个非常生僻的技术术语,其搜索结果往往会是数以千计,即使是非常专业地将市场细分,企业或公司也会找到自己的同行或潜在的客户。

(7) 缩短推出新产品和打开新市场的周期。采用传统方式推出新产品和打开新市场的代价是昂贵的,而通过本企业的商务网站,企业可以采用多媒体的方式展示其新产品,毫无遗漏地尽述其优点和特点,同时能够以极低的成本在新的目标市场上向更多的客户打广告、做宣传。在此之后,就会发现人们对新产品的意见以及新市场的反馈纷至沓来,这样一定可得到令人信服的数据。

(8) 有利于发展客户关系。任何一个要创品牌、立志做大的企业,都不能忽略 Internet 及其不断发展壮大的用户群。通过 Internet 上的网站,商家可以向成千上万的潜在的客户发放“名片”,一天 24 小时地向他们介绍“我能为你做什么?如有需要,请跟我联系”。商务网站还能方便地把来访的客户信息记录下来,实现有效的客户关系管理,以便保持和客户的联

系并更好地为客户服务。

(9) 大大降低商务活动成本。通过建立网站开展网上营销活动,不需要租用场所和装饰店面,也不需要大量的导购、销售、管理和保安人员,并且可以全天候营业,因而可以极大地降低商务活动的成本。

(10) 有利于同在外机构与人员保持联系。企业通过自己建立的网站,可以方便地与分散在各地的分支结构及其员工保持联系。如,外地的各个分公司及出差在外的销售人员需要掌握公司总部的最新动态和指令,而公司总部需要及时了解和统计各分公司的销售业绩等,通过公司的网站,仅需花费低廉的上网费,公司总部和各分支结构以及外地出差人员之间就能安全、便捷地沟通,快速查询资料,并且可以互传文件。这有利于增强企业与员工以及员工与员工之间的交流和合作,提高工作效率,降低管理费用。

1.2 电子商务网站

电子商务是未来商务交易的主要运营方式,电子商务的实施与运作依赖于电子商务系统,电子商务网站则是电子商务系统工作和运行的主要承担者和表现者,是网上的“虚拟公司”或“虚拟工厂”。构建电子商务网站是通向电子商务的重要一步。

1.2.1 电子商务网站的定义和功能

1. 静态网站

在网站设计中,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。静态网站也可以使用各种动态的效果,如 GIF 格式的动画、Flash 动画、滚动文本等,但这些“动态效果”只是视觉上的,与动态网站有本质的区别。

由于静态网页没有数据库的支持,网站制作和维护方面工作量较大,因此仅适用于制作更新较少的展示型网站,并不适用制作电子商务网站。

但静态网站也有着极明显的优点,如安全性、稳定性都较动态网站高,同时,静态网页不需要解析就可以返回客户端,因而减少了服务器的工作量。另外,静态网站有利于被搜索引擎检索,有利于网站的宣传和推广。因此,目前有不少动态网站采用伪静态化,也就是使用动态网站生成静态网页的技术,以提高搜索引擎收录效率。

2. 动态网站

动态网站是以静态网站为基础,使用 HTML+ASP、HTML+PHP 或 HTML+JSP 等动态语言开发的。和静态网站比较,具有如下特点。

(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利用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。

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,为了网站适应搜索引擎检索的需要,即使采用动态网站技术,也可以将网页内容转化为静态网页发布。

动态网站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。

3. 电子商务网站

电子商务网站是指一个企业、机构或公司在 Internet 上建立的 Web 站点,其目的是宣传企业形象、发布产品信息、宣传经济法规、提供商业服务等。Internet 上的电子商务网站覆盖了经济、市场、金融、管理、人力资源、商业与技术等各个方面。

电子商务网站是动态网站的一个典型,与一般动态网站不同的是,电子商务网站增添了商务的功能,一切活动和功能都围绕商务这个主题。

4. 电子商务网站的主要内容和功能

电子商务网站的功能关系到电子商务业务能否具体实现,电子商务网站功能的设计是电子商务实施与运作的关键环节,是电子商务应用系统构建的前提。由于在网上开展的电子商务业务不尽相同,所以每一个电子商务网站在具体实施功能上也不相同。

(1) 企业宣传与推介。

① 企业背景介绍。介绍企业的历史和现状、企业文化、经营理念、企业经营内容和发展目标等。还可公布企业各机构、各部门的设置,以及这些机构和部门的职能、负责人和联系方法等。

② 产品与服务介绍。用各种方式详尽列出本企业提供的各项产品内容,以及所能提供的服务和相关条款。使客户在网上可以查询到产品的主要技术规格、实物图片和其他可公开的信息。

③ 提供技术支持资料。可在网上提供有关产品的技术资料细节,介绍产品的使用范围、使用方法、注意事项以及常见故障处理方法等。这不仅可以大大减轻企业技术支持人员的工作量,也可增强客户对产品乃至对企业的信任程度,同时还是宣传和推广产品的一种有效手段。

④ 企业经营业绩和财务报表。对于股份制企业,尤其是上市企业,还会将重要的经营业绩和财务报表在网上公布,让投资者能够方便地查询到这些信息,包括中报、年报、各种配股计划等。

⑤ 其他宣传和推介。预告和报道企业的重大活动,介绍新产品研制、开发和生产的最新动态,通告客户培训信息,宣传客户服务的新举措等。

(2) 开展网络营销。商务网站在很大程度上可以说是企业开展网络营销的一个平台和工具。利用网站进行营销活动,会具有传统营销方式无法比拟的优势。

① 网上广告。网站是企业刊登广告扩大影响最为有效的媒体之一,同时对于许多网站来说,广告收入也是许多网站的重要经济来源和赖以生存的支柱之一。

② 商品展示和报价。对于网上营销的商品,需要详尽地提供其规格、形状、图片、性能、报价和专家点评等有关信息,从而使客户尽可能多地了解相关情况,放心购买。

③ 客户注册和登录。提供客户注册和登录功能,用于收集客户姓名、地址、联系电话和客户爱好等信息。将这些信息保存在客户数据库中,便于为客户送货或上门服务,也便于

记录每个客户的交易情况,从而进行有效的客户关系管理。

④ 商品选购。商务网站的商品选购功能,包括商品搜索功能、购物车功能及相应的订单自动生成与管理功能。这使得客户在网站内能够迅速地选择到所需要的商品,方便地实现网上购物。

⑤ 网上支付。对于开展交易活动的商务网站,需要提供安全可靠的电子支付方式。如提供信用卡支付、安全认证和网上资金划拨等功能。

⑥ 客户购物信息查询。提供客户购物信息的查询,便于客户随时随地地查询当前所购货物及历次购物记录,并让客户跟踪订单的执行情况等。

(3) 与客户交流并提供服务。商务网站为企业提供了一种为客户服务并与客户保持联系的新渠道和新方式。作为客户,可以通过网站直接向企业或厂商咨询信息、发表看法、进行投诉等;而作为企业或厂商,则可以通过网站提供各种商品信息、收集客户的反馈信息、提供更为个性化服务等。为了与客户或潜在客户进行沟通,商务网站一般还应具有以下功能。

① 客户留言。商务网站通常会有留言簿功能,便于网站的访问者发表意见并将该意见记录下来,并便于网站管理者从中了解客户的意愿,明白客户希望得到什么样的商品或服务。同时还便于其他回访者查看和知晓这些意见。

② 网上论坛。网上论坛提供客户或来访者公开发表自己的意见,对共同感兴趣的问题进行探讨与评论。

③ 邮件列表。几乎所有的电子商务网站都提供了电子邮件服务。当网站新增某些商品和服务或举行促销活动和出台新的购物优惠时,可以通过电子邮件来告知注册的会员客户。当然,不是所有的注册客户都欢迎这类信息,所以应该建立一个邮件列表,将希望得到此类邮件的客户名称及其电子邮件存入列表中。一旦需要即可向这个列表中的每一位客户自动发送相关信息的电子邮件。

④ 售后服务。通过网站的售后服务专栏,知道客户对产品的正确使用和保养维护,及时解答客户的提问并及时处理客户对企业产品与服务的投诉。

⑤ 网上调查。在网上发放和收集调查问卷,以便了解客户的需求、市场的变化、消费者的构成和消费新趋势等,增强企业的生命力。

1.2.2 电子商务网站的类型

电子商务网站从不同的角度分析可以分为以下几类。

1. 按商务模式分类

(1) B2B (Business to Business) 网站。是指提供企业与企业间电子商务活动平台的网站。即企业或商业结构之间利用 Internet 或商务网络进行的商务活动。据统计, B2B 模式是当前电子商务模式中份额最大、最具操作性、最容易成功的模式。

(2) B2C (Business to Customer) 网站。是指提供企业对客户间电子商务活动平台的网站。这类网站很多,例如美国最大的网上书店 Amazon 网站等。

(3) C2C (Customer to Customer) 网站。是指直接为客户提供电子商务活动平台的网站,例如拍卖网站就属此类。最著名的是 eBay 网站,另外,一些二手货交易网站也属于此类。

(4) G2B (Government to Business) 网站。此类电子商务可以覆盖政府与企业之间通过 Internet 处理的许多事务,例如政府的网上采购、企业的网上申报、网上年审和网上纳税等。

(5) G2C (Government to Customer) 网站。政府对消费者类型的电子商务网站。此类电

子商务网站可以覆盖政府与消费者个人之间通过 Internet 处理的一些事务,例如政府将电子商务扩展到社会福利费的发放、个人所得税和车辆养路费的网上交纳等。

(6) B2B2C (Business to Business to Customer) 网站。这种模式定位于网上商家和消费者之间,提供电子商务中介服务,包括信息、中介和价格比较购物服务,能够为消费者在网上购物提供低价优质服务。

2. 按电子商务网站经营模式及提供的服务分类

网站的运作模式是指以何种形式经营、运作电子商务网站。按网站的运作模式,将电子商务网站划分为以下几类。

(1) 企业网站。企业网站是指生产企业为推销自己的产品而建设的网站。该类网站主要功能是展示和经营企业自己生产的产品,为企业产品提供产品介绍、购物指导、信息咨询、信息查询、产品销售、产品培训、售后服务等各种形式的服务。

该类网站大多采用将成熟的电子商务解决方案与自主开发相结合的方法进行开发、建设。因此,这类网站功能强大、灵活,各具特色,且具有较好的适应性、可扩充性和便于维护的特性。

(2) 中介类网站。此类网站以提供中介服务的角色积极参与企业商务活动。

(3) 电子商场。电子商场是指网站经营商建造的网站,该网站可为许多企业提供商品展示和销售的“柜台”或“店铺”,各企业可以租用的形式在“店铺”内经营自己的商品。

(4) 平台网站。为企业从事电子商务活动提供平台及各种服务,是从 ASP (应用服务提供商) 发展起来的电子商务平台类网站,这也是技术色彩最为浓厚、非常受关注的一类。

(5) 批发网站。批发网站是指网站经营商除设计、建设网站外,还在网上经营有特色的商品,但网站经营商并不生产产品,它所经营的商品是通过与产品的生产厂商以各种方式交互批发来的。例如,著名的 Amazon 网站便是这种类型的网站。

3. 按网站所从事的商务活动的功能分类

按网站所从事的商务活动的功能将电子商务网站分为如下几类。

(1) 商务信息网站。电子商务类网站中的商务信息网络以提供动态信息为主要特征,它的出现与电子商务服务商一样具有其阶段性意义。

(2) 商品信息展示及交易网站。该类网站是指提供不同类型的产品,如书、信息类、日用品、电子设备的产品展示、咨询、查询、报价及在线交易等不同功能的网站。这类网站的功能可弱可强,也可以是单一的或全面的。这类网站是最多,也是最为常见的电子商务网站。

(3) 拍卖网站。该类网站不是经营产品,而是以拍卖的形式为网上客户提供相互交易的场所。网上客户光顾此类网站不是为了购买网站上的商品,而是为了在网上拍卖自己的东西或竞买网站上拍卖的东西。这类网站比较成功的有前面提到的 eBay 网站,著名的中文网站有 yabuy 等。

(4) 电子商务服务网站。该类网站是为交易者提供一个平台,在这个平台上提供各种服务,如中介服务。这种中介模式并非传统中介模式,这是互联网发展到一定阶段产生的,并且随着互联网的发展其角色会发生变化但不会完全消失。

(5) 购物比较网站。这类网站对人们在网上购物提供指导,从而使消费者买到价格合理、符合需求的商品。该类网站提供某类商品在网站的销售信息,包括价格、商品特性、购买方式、运货期限、售后服务等方面的比较信息,以便于用户决定在哪里购买。