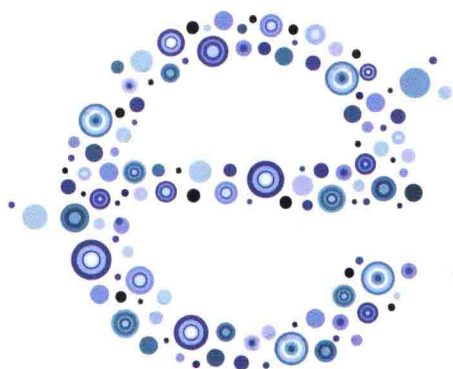


赢在电子商务

— PHP+MySQL 电商网站设计与制作

环博文化 组编 王志晓 陈益材 等编著



- PHP电商平台的解决方案
- 电子商务网站的专业策划
- 专业网页设计和功能开发
- 网站维护和运营推广方法

 机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS



赢在电子商务

——PHP+MySQL 电商网站设计与制作

环博文化 组 编
王志晓 陈益材 等编著

机械工业出版社

基于互联网的电子商务平台是任何企业或个人打开市场的一条捷径，但搭建一个专业的电子商务平台需要投入大量的成本并由专业人员进行管理才可能成功，所以很多企业和个人望而却步。本书所讲述的内容就是使用现在最先进的 PHP+MySQL 技术搭建一个专业的电子商务平台。书中详细介绍了电子商务网站的前期策划、网站开发平台的搭建、网站页面的设计、复杂电子购物功能的实现、后期的管理应用以及电子商务网站的运营方法等内容。

本书适合正在寻找电子商务网站经营之道的管理者，也可作为大专院校电子商务专业和网络营销专业学生、开始搭建独立网上销售系统的人员、网站编程人员的参考书。

图书在版编目 (CIP) 数据

赢在电子商务：PHP+MySQL 电商网站设计与制作 / 王志晓等编著. —北京：机械工业出版社，2013.11

ISBN 978-7-111-44489-3

I. ①赢… II. ①王… III. ①PHP 语言—程序设计②关系数据库系统
IV. ①TP312②TP311.138

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 249225 号

机械工业出版社 (北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

策划编辑：丁 诚

责任编辑：丁 诚 吴鸣飞

责任印制：杨 曦

保定市中国画美凯印刷有限公司印刷

2014 年 1 月第 1 版·第 1 次印刷

184mm×260mm·22 印张·546 千字

0001—4000 册

标准书号：ISBN 978-7-111-44489-3

ISBN 978-7-89405-188-2 (光盘)

定价：59.80 元 (含 1CD)

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

教材网：<http://www.cmpedu.com>

销售一部：(010) 68326294

机工官网：<http://www.cmpbook.com>

销售二部：(010) 88379649

机工官博：<http://weibo.com/cmp1952>

读者购书热线：(010) 88379203

封面无防伪标均为盗版

前 言

世界性的经济低迷，加上通货膨胀，使得我国传统行业尤其是中小企业，面临着前所未有的生存与竞争压力。但是，淘宝网站以近 500 亿的年营业额，超过了我国任何一家商业企业；PPG 凭网上销售衬衣日均 1 万件以上，超过了同期的任何一家传统服装企业。显而易见，基于互联网的电子商务平台是企业或个人打开市场的一条捷径。

1. 营销型电子商务网站

有些人认为，做一个网站挂到互联网上，输入指定的域名能打开企业网站就是进行电子商务。其实，这是一个很大的误区。目前，大部分企业所做的网站都是“名片式”的静态页面，只是起到广而告之的作用。电子商务是指在全球各地广泛的商业贸易活动中，基于互联网的应用方式，买卖双方不谋面而进行各种商贸活动，实现网上购物、商户之间的网上交易和在线电子支付以及各种商务活动、交易活动、金融活动和相关的综合服务活动的一种新型的商业运营模式。

一个完整的电子商务网站要具备如下功能：

(1) 产品展示功能

产品展示功能即可以在后台按分类和索引目录自主上传所要销售的产品图片。在后台开发的时候通常包括一级目录和二级子目录。子目录有时在组织上很方便。例如，一个工业供应品商会有成千上万种被分类的产品，像这样的公司在建立电子商务网站时，对产品分类展示是很重要的。

(2) 产品的搜索引擎

网站可以利用数据库和信息检索技术为用户提供对产品及其他信息的查询功能。查询功能可以包括关键词查询、分类查询及组合查询等。通过搜索引擎的查询功能，用户可以方便、快捷地在网站上找到所需要的产品及服务方面的信息。

(3) 网上订购功能

网上订购功能是指为浏览网站的消费者提供包括网上采购及填写订购单等功能。

(4) 网上结算功能

网上结算功能是指通过后台程序自动统计结算，并实现用户、商家与银行之间的结算。只有实现了网上结算，才标志着真正意义上的电子商务活动。

(5) 网络售后服务

在进行电子商务活动的过程中，实现网络售后服务的功能是很重要的。利用人工智能中的机器学习、知识表示，使得网站能自动地回答用户提出的各种问题，包括一般性服务和销售查询问题，还能把回答不了的问题转交给客户服务部，让他们来回答。这种技术目前被普遍应用。

(6) 营销功能

营销功能非常重要。在互联网平台上的推广往往是和技术相结合的，如 SEO 搜索引擎

的优化（SEO）营销，在网站搭建的时候就要充分考虑进去，包括关键词的选择、关键词在网页上的分布及链接策略等。如果说网站只是企业随便搭建的一个平台，那么这只是电子化的画册，并不是一个营销型的网站。网络营销是全程整合营销的过程，从开始有运营项目想法的时候就要充分考虑终端市场的需求，把所要采用的营销手段充分融入搭建的平台上，这才是正确的做法。

2. 电子商务网站模式

目前公认的电子商务网站模式可以分为三种，即 B2B 模式、B2C 模式和 C2C 模式。

(1) B2B 模式

企业对企业（Business to Business）的电子商务提供商务信息平台，供买卖双方的企业在平台上发布供求信息、寻找合作伙伴、在线交易、跟踪服务等。可以在企业内部（内部结算平台），也可以在企业之间进行。国内的阿里巴巴网站（图 1）是比较早的 B2B 电子商务模式。



图 1 阿里巴巴网站

(2) B2C 模式

企业对顾客（Business to Customer）的电子商务。主要是企业开设产品专卖电子商店，在互联网上向顾客出售企业产品，提高物流速度，节省商店的场地、管理、人员等费用。其特点类似于现实商务世界中的零售，如当当网站（图 2）。

(3) C2C 模式

顾客对顾客（Customer to Customer）的电子商务是消费者对消费者的交易模式。C2C 电子商务平台就是通过为买卖双方提供一个在线交易平台，使卖方可以主动提供商品上网拍卖，而买方可以自行选择商品进行竞价。其特点类似于现实商务世界中的跳蚤市场，如淘宝网（图 3）。



图2 当当网站



图3 淘宝网站

针对不同的群体所要建立的电子商务网站的模式是不一样的。例如，实体企业一般适合建立 B2C 模式的电子商务网站，个人宜在 C2C 电子商务平台上注册一个会员，花很少的钱实现电子商务的功能。

B2C 电子商城实用型网站是在网络上建立一个虚拟的购物商场，让访问者在网络上购物。网上购物以及网上商店的出现，避免了挑选商品的烦琐过程，让人们的购物过程变得轻松、快捷、方便，很适合现代人快节奏的生活；同时又能有效地控制“商场”运营的成本，开辟了一个新的销售渠道。本书实例是使用 PHP+MySQL 直接用手写程序完成的实例，完成的首页如图 4 所示。



图 4 翡翠嫁衣电子商城

本网站主要能够实现的功能如下：

- 1) 开发了强大的搜索以及高级查询功能，能够快捷地找到感兴趣的商品。
- 2) 采取会员制保证交易的安全性。
- 3) 流畅的会员购物流程：浏览—将商品放入购物车—结算。每个会员有自己专用的购物车，可随时订购自己中意的商品并结账完成购物。购物的流程是指导购物车系统程序编写的主要依据。
- 4) 完善的会员中心服务功能：可随时查看账目明细、订单明细。
- 5) 设计会员价商品展示，能够显示企业近期所促销的一些会员价商品。
- 6) 人性化的会员与网站留言，可以方便会员和管理者的沟通。
- 7) 后台管理模块，可以通过使用本地数据库，保证购物订单安全，并及时有效地处理，便于管理者及时了解财务和销售状况。

3. 电子商务网站运营

一个成功的电子商务网站，除了新颖的产品、随时更新的新闻、良好的售后服务等之

外，宣传与推广也是极其重要的工作。如何规划并进行有效的网络营销，这几乎成了中小企业进行电子商务平台运营推广的难题。从多年的经验来看，造成中小企业网络营销不能正常运作的因素，在于缺少有效的资讯、管理不到位、电子商务程度低、电子商务营销渠道不健全等。电子商务造就了一批网络营销专家，马云先生当之无愧可以成为这个专业的发起人。网络营销就是以目标客户需求为出发点，整合企业各方面网络资源进行的低投入、精准化网络营销活动。

回顾成功的实例，凡客诚品便是一个很经典的电子商务网络营销案例。其在 2008 年的市场营销能够如此出色，离不开与龙拓互动的精诚合作。龙拓互动通过网络营销结合 VANCL 新品牌上市，潜心构建了一套适应 VANCL 发展阶段的以 ROI 为核心的网络推广策略，使 VANCL 迅速在 B2C 同行业竞争者中崛起，并通过一系列卖点明确且制作精美的互动广告，使 VANCL 在产品销售和品牌形象上同步提升。短短的一年时间，龙拓互动与 VANCL 并肩创造了 B2C 新神话，说明其选择媒介的首要原则符合 VANCL 的整体营销策略，即在最短的时间之内打开市场并盈利。凡客诚品电子商务网站如图 5 所示。



图 5 凡客诚品电子商务网站

上面所说的案例，说明了电子商务营销不是简单地在互联网上建站、投放广告，而是一系列有计划、有策略、有预算和效果分析的营销作业。企业网络营销效果不是以单一的推广产品所带来的，而是通过整合企业和互联网信息资源，从而有针对性地开展网络营销推广，以达到低成本、高回报的商业目的。从案例中可以看出，如果龙拓互动对电子商务营销没有一定高度的运作和良好的推广方案，那么其整合推广的 VANCL 也不会在短短的一年之内创造了 B2C 的网络销售神话。从众多的成功案例中可以看出，龙拓互动在做电子商务客户营销方面拥有绝对的资源、技术、创意等实力优势，以独特的一面进行客户管理。

传统企业要实现电子商务运营，需完成三大核心任务：

第一，电子商务网站建设和网络卖场的前期规划。

第二，品牌推广和网络广告。

第三，客户管理和销售组织。

上述三大核心任务是企业不能缺少的环节。所以要想成功，就必须大力宣传自己的网站。网站的运营与推广，涉及很多的知识，包括网站经营的策略、解决提高浏览量的方法、使用关键词推广网站、网络广告的投放、搜索引擎优化等。本书将单独列出一章作为重点来讲解这个网站拥有者最关心的问题。

4. 本书服务

在本书的光盘中附带了一个计算机相关专业论文的撰写蓝本，供相关专业毕业生编写论文时参考，同时光盘中赠送了超值的电子商务网站开发的全部源代码。

本书将理论与实践相结合，章节安排合理，注重实用性与可操作性。欢迎读者加入 QQ 技术服务群 298191658 或本书主要作者的 QQ 号 83560148，共同探讨电子商务网站的制作之道。

本书主要由王志晓编写（第 1 至 6 章），参与本书第 7 至 10 章编写的人员有：陈益材、于荷云、官斯文、邹亮、王炎光、耿国续、陈益红、秦树德、张铭运、赵红、陈章、于海鑫、任霖。

由于作者水平有限，本书疏漏之处在所难免，欢迎读者与专家批评指正。

作者

目 录

前言

第 1 章 电子商务网站前期策划	1
1.1 电子商务基础知识	1
1.1.1 火爆的电子商务市场	1
1.1.2 电子商务的概念与特点	3
1.1.3 电子商务网站的目的	5
1.2 前期策划准备工作	7
1.2.1 全程开发流程	7
1.2.2 选择开发方式	8
1.2.3 网站主题定位	9
1.2.4 目标浏览对象	9
1.3 网站域名和空间	10
1.3.1 网站的 IP 地址	10
1.3.2 注册域名商标	11
1.3.3 购买网站空间	14
1.4 网站的整体规划	15
1.4.1 网站栏目设计	16
1.4.2 网站形象设计	16
1.4.3 确定网站框架	19
1.4.4 制作注意事项	19
1.5 电子商务网站鉴赏	20
第 2 章 搭建 PHP 电子商务网站开发环境	27
2.1 PHP 5.0 开发环境与特性	27
2.1.1 开发环境配置步骤	27
2.1.2 PHP 5.0 的新特性	28
2.2 集成环境 XAMPP 的安装和使用	29
2.2.1 XAMPP 集成套件的下载	30
2.2.2 XAMPP 的安装测试过程	31
2.2.3 XAMPP 基本使用方法	36
2.3 Apache 服务器的安装与操作	38

2.3.1	Apache 服务器知识	38
2.3.2	Apache 服务器的下载	38
2.3.3	Apache 服务器的安装	39
2.3.4	Apache 服务器的操作	43
2.4	PHP 的安装与配置	45
2.4.1	PHP 软件的下载	45
2.4.2	PHP 软件的安装	46
2.4.3	让 Apache 支持 PHP	50
2.4.4	PHP 环境的测试	51
2.4.5	PHP 文件的配置	52
2.5	MySQL 数据库的安装	53
2.5.1	MySQL 数据库简介	53
2.5.2	MySQL 数据库的下载	55
2.5.3	MySQL 数据库的安装	56
2.6	MySQL 数据库的管理	65
2.6.1	phpMyAdmin 的下载	65
2.6.2	phpMyAdmin 的安装	67
2.6.3	phpMyAdmin 的使用	69
第 3 章	电子商务网站的界面设计	71
3.1	网页设计原则与内容	71
3.1.1	界面设计原则	71
3.1.2	界面设计内容	74
3.2	网站首页设计流程	75
3.2.1	草图创意原则	75
3.2.2	粗略创意布局	75
3.2.3	最后定案首页	76
3.3	网站首页设计实例	77
3.3.1	首页的大小设计	77
3.3.2	页面框架的搭建	79
3.3.3	网站标志的摆放	88
3.3.4	广告栏的设计	90
3.3.5	功能模块设计	92
3.4	网站使用图片的分割	94
3.4.1	图片切片过程	94
3.4.2	发布切片效果	98

第 4 章 专业的网页排版布局	100
4.1 网页布局基础	100
4.1.1 表格基础知识	100
4.1.2 表格的基础操作	102
4.1.3 表格的属性面板	105
4.1.4 网页的布局设计	107
4.2 网站首页的布局	110
4.2.1 搭建本地站点	111
4.2.2 图片素材的准备	114
4.2.3 设计导航 top.php	115
4.2.4 导航菜单 left_menu.php	120
4.2.5 底部版权 bottom.php	128
4.2.6 首页的合成 index.php	129
4.3 网页的样式美化	132
4.3.1 美化大师 CSS	133
4.3.2 自定义 CSS 样式	133
4.3.3 网站首页的美化	136
第 5 章 电子商务网站的动画	139
5.1 网站的动画制作技术	139
5.1.1 掌握网页代码标记	139
5.1.2 网站动画制作技术	141
5.2 脚本动画的嵌入	143
5.2.1 实例嵌入的动画	143
5.2.2 显示日期的动画	145
5.2.3 新闻图片切换动画	147
5.3 炫酷的 Flash 动画	152
5.3.1 动画大师软件 Flash	152
5.3.2 制作导航 Banner 动画	156
第 6 章 数据库和首页动态功能设计	165
6.1 网站模版功能特点分析	165
6.1.1 模版站点文件夹规划	165
6.1.2 电子商城系统功能	167
6.1.3 功能模块需求分析	168
6.2 电子商城数据库设计	170
6.2.1 创建系统数据库	171

6.2.2	设计商城数据表	175
6.2.3	建立数据库连接	178
6.3	首页动态功能开发	179
6.3.1	网站导航 top.php	179
6.3.2	购物车、登录和搜索	180
6.3.3	首页新闻显示功能	184
6.3.4	产品的前台展示	186
第 7 章	电子商城模块功能开发	197
7.1	会员管理系统功能	197
7.1.1	会员登录判断	197
7.1.2	会员注册功能	199
7.1.3	找回密码功能	204
7.1.4	用户中心功能	206
7.2	品牌新闻展示系统	211
7.2.1	信息标题列表	211
7.2.2	显示详细内容	214
7.3	产品的订购功能	215
7.3.1	产品介绍页面	215
7.3.2	“最新婚纱”频道	219
7.3.3	“推荐品牌”频道	221
7.3.4	“热门品牌”频道	222
7.3.5	“婚纱分类”频道	223
7.3.6	产品搜索结果	224
7.4	网站的购物车功能	226
7.4.1	放入购物车	226
7.4.2	清空购物车	227
7.4.3	收货人信息	228
7.4.4	生成订单功能	229
7.4.5	订单查询功能	230
第 8 章	电子商城后台功能开发	231
8.1	电子商城系统后台规划	231
8.1.1	规划后台页面	231
8.1.2	登录后台管理	233
8.1.3	后台管理设计	236
8.1.4	制作树状菜单	238

8.2	后台商品管理功能	239
8.2.1	新增商品功能	240
8.2.2	修改商品功能	243
8.2.3	类别管理功能	246
8.2.4	添加类别功能	247
8.3	后台用户管理功能	248
8.3.1	会员管理操作	248
8.3.2	留言管理功能	249
8.3.3	更改管理员	250
8.4	后台订单管理功能	251
8.4.1	编辑订单功能	252
8.4.2	查询订单功能	257
8.5	后台信息管理功能	260
8.5.1	管理公告	260
8.5.2	发布公告	261
8.5.3	管理评价	262
第 9 章	电子商务网站管理与维护	264
9.1	网站的配置和上传	264
9.1.1	通过 Dreamweaver 上传网站	264
9.1.2	通过 FlashFXP 上传网站	268
9.2	电子商务网站的支付问题	270
9.2.1	支付宝的使用	270
9.2.2	使用第三方支付	280
9.2.3	即时汇款支付	282
9.2.4	网银在线支付	282
9.2.5	在线支付的功能	284
9.3	选择物流配送的方法	288
9.3.1	国营物流的选择	288
9.3.2	经济的民营快递	289
9.3.3	空运物流的特点	289
9.3.4	选择物流注意事项	289
9.4	网站的售后服务策略	290
9.4.1	网站顾客的满意度	291
9.4.2	正确处理顾客意见	292
9.5	电子商务网站安全防范	293

9.5.1	维护电脑的安全设置	293
9.5.2	网站服务器安全配置	300
第 10 章	电子商务网站的运营与推广	311
10.1	电子商务网站的运营策略	311
10.1.1	运营管理者的定位	311
10.1.2	推广的广告策略	312
10.1.3	产品的定价策略	314
10.2	电子商务网站营销方案	314
10.2.1	定位推广的目标	314
10.2.2	网络营销的内容	315
10.2.3	制定网络营销方法	315
10.3	搜索引擎营销	316
10.3.1	百度的竞价排名	316
10.3.2	搜索引擎优化	319
10.3.3	选择核心关键词	320
10.3.4	合理分布关键词	322
10.3.5	登录门户搜索引擎	324
10.4	博客微博营销	324
10.4.1	博客安家的选择	324
10.4.2	品牌博客的创建	325
10.4.3	撰写优质博客文章	328
10.4.4	个性微博的创建	331
10.4.5	微博的粉丝策略	333
10.5	其他营销推广	336
10.5.1	积极参与展会	336
10.5.2	网站合作推广	337
10.5.3	邮件营销推广	337
10.5.4	网络广告推广	337

第 1 章 电子商务网站前期策划

电子商务网站的建设是一个比较复杂而且庞大的工程，需要投资者进行大量的前期营销理念的导入和专业平台搭建的前期策划。通过电子商务网站建设前期的策划，可以明确企业网站建设的目的及功能，确定企业网站的定位，并根据策划的方案对网站建设中的选择技术、制作内容、投入费用、网站测试及网站维护等做出部署，这对企业网站的全程建设起着指导与蓝图的作用。

本章重点介绍如下知识：

- 📁 电子商务基础知识
- 📁 前期策划准备工作
- 📁 网站域名和空间
- 📁 网站的整体规划
- 📁 电子商务网站鉴赏

1.1 | 电子商务基础知识

企业在互联网上搭建网站平台的最终目标就是要实现电子商务功能。其内容包含两个方面，一是电子展示方式；二是商贸活动。在制作专业的电子商务网站之前，首先一起来了解电子商务的基本概念和特点。

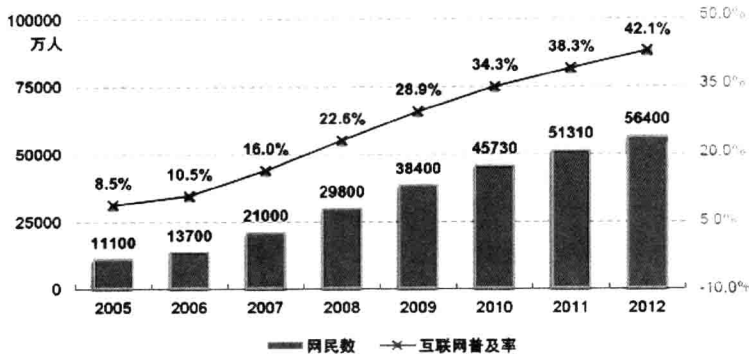
1.1.1 火暴的电子商务市场

2012 年 12 月中国互联网络信息中心（CNNIC）发布的《中国互联网络发展状况统计报告》中给出了中国网民规模和互联网普及率、中国手机网民规模及其占网民比例的两组统计数据，如图 1-1 和图 1-2 所示。

截至 2012 年 6 月底，中国网民规模达到 5.38 亿，超过美国成为全球第一。历年来的数据统计（图 1-3）更显示出了中国信息化的高速发展。

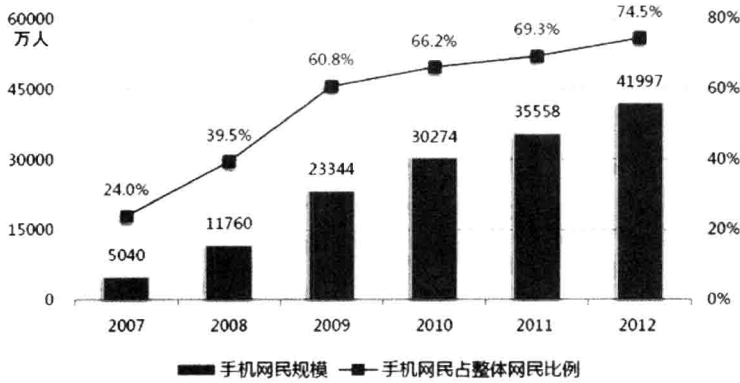
所有的数据证实了盖茨的论断：21 世纪的商务将是基于信息化的电子商务。

很多商家正是看到了这种无店铺销售的商业价值和潜在的市场，纷纷将其应用于互联网上，将自己的核心产品搬上了互联网，并在网上销售自己的产品，建立网上的购物系统，于是逐步形成了选择商店、订货、付款等一系列通过电子方式完成的购物过程，轻易地实现了低成本扩张。这种购物方式的出现，不仅可减轻消费者的购物负担，同时也符合商家的低成本要求。可以说电子商务的产生是流通业的一场新革命。它影响着人们的生活，冲击着传统的消费模式，也改变着零售商的角色。电子购物对电子商务的发展具有深远的影响，并且已经成为发展最快的一个新兴行业。



来源：CNNIC 中国互联网络发展状况统计调查 2012.12

图 1-1 中国网民规模和互联网普及率



来源：CNNIC 中国互联网络发展状况统计调查 2012.12

图 1-2 中国手机网民规模及其占网民比例

历年数据		回到顶部									
详细报告	截至时间	网民数	宽带用户	手机网民	域名总数	详细报告	截至时间	网民数	宽带用户	手机网民	域名总数
第30次	2012.06	5.38亿	3.80亿	3.88亿	873万	第21次	2007.12	21000万	16300万	5040万	1193万
第29次	2011.12	5.13亿	3.96亿	3.56亿	775万	第20次	2007.06	16200万	12244万	4430万	918万
第28次	2011.06	4.85亿	3.90亿	3.18亿	786万	第19次	2006.12	13700万	9070万	1700万	411万
第27次	2010.12	4.57亿	4.5亿	3.03亿	866万	第18次	2006.06	12300万	7700万	1300万	295万
第26次	2010.06	4.2亿	3.64亿	2.77亿	1121万	第17次	2005.12	11100万	6430万	未统计	259万
第25次	2009.12	38400万	34600万	2.33亿	1682万	第16次	2005.06	10300万	5300万	未统计	未统计
第24次	2009.06	33800万	32000万	1.55亿	1626万	第15次	2004.12	9400万	4280万	未统计	未统计
第23次	2008.12	29800万	27000万	1.17亿	1683万	第14次	2004.06	8700万	3110万	未统计	未统计
第22次	2008.06	25300万	21400万	7305万	1485万	第13次	2003.12	7950万	1740万	未统计	未统计

图 1-3 历年数据统计