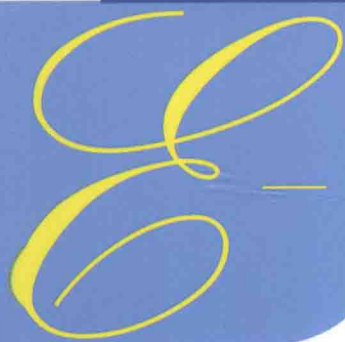




实战型电子商务系列“**十二五**”规划教材

李建忠 牟凤瑞 安刚◎著

电子商务网站 建设与维护



*commerce Website
Construction and Maintenance*



清华大学出版社

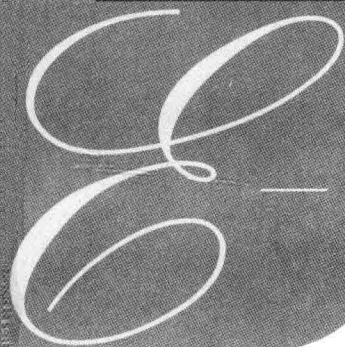




实战型电子商务系列“十二五”规划教材

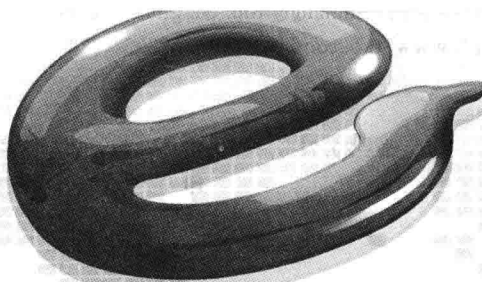
李建忠 牟凤瑞 安 刚◎著

电子商务网站 建设与维护



commerce Website

Construction and Maintenance



清华大学出版社

北 京

内 容 简 介

本书系统介绍了电子商务网站建设基础知识、电子商务网站基本建站、技术及电子商务网站后期维护三部分内容。全书采用模块化、任务驱动模式编写,从企业实际案例出发,通过真实的操作展示来归纳总结电子商务网站建设与维护的相关技术与步骤。所选案例由浅入深、循序渐进,从静态网站到动态网站,从简单网站到综合性网站,突出了“以建站流程为主线,以技能应用为核心”的特点。书中的每一个项目都精心设计了项目实训模块,有利于教师指导学生实训的开展,并通过对每个项目的重点和难点训练,帮助读者掌握电子商务网站开发的基本过程和方法。

本书可作为应用型本科院校和高职高专院校电子商务、计算机等相关专业学生的教材或教学参考书,还可供电子商务网站设计和开发人员参考使用。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

电子商务网站建设与维护/李建忠,牟凤瑞,安刚著. —北京:清华大学出版社,2014
实战型电子商务系列“十二五”规划教材

ISBN 978-7-302-33956-4

I. ①电… II. ①李… ②牟… ③安… III. ①电子商务-网站-高等学校-教材 IV. ①F713.36
②TP393.092

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第222444号

责任编辑:陈仕云

封面设计:刘超

版式设计:文森时代

责任校对:张兴旺

责任印制:沈露

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦A座 邮 编:100084

社总机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质量反馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

课 件 下 载: <http://www.tup.com.cn>, 010-62788951-223

印 装 者:北京密云胶印厂

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×260mm

印 张:20.75

字 数:477千字

版 次:2014年2月第1版

印 次:2014年2月第1次印刷

印 数:1~2400

定 价:39.80元

产品编号:048934-01

丛书编委会

特邀专家：陈 禹 李 琪

主 任：宋文官

副 主 任：方玲玉 冯英健

秘 书 长：张 磊

委 员：（排名不分先后）

商 玮（浙江经贸职业技术学院）

段 建（北京博导前程信息技术有限公司）

宋 卫（常州信息职业技术学院）

范小青（浙江经济职业技术学院）

胡宏利（西安文理学院）

邵兵家（重庆大学）

张 利（西安邮电大学）

王冠宁（陕西工业职业学院）

吴洪贵（江苏经贸职业学院）

肖 旭（广州民航职业学院）

盘红华（浙江经贸职业学院）

张仙峰（海南师范大学）

刘四青（重庆工商大学）

李琳娜（海南职业技术学院）

李 艳（太原城市学院）

李建忠（沧州师范学院）

孟 飞（东营市技师学院）

毕建涛（大连理工大学城市学院）

闫 寒（天津开发区职业技术学院）

王 桃（海南职业技术学院）

宫 强（沈阳市信息工程学校）

许 伟（武汉长江工商学院）

曹 晟（武汉东湖学院）

钟 莹（南宁市第一职业技术学校）



何 牧（南宁市第六职业技术学校）

黄 伟（广西职业技术学院）

覃其兴（广西银行学校）

梁春贤（广西卫生职业技术学院）

马继刚（江苏省徐州财经高等职业技术学校）

常 军（淮阴师范学院）

李 丽（江苏省扬州技师学院）

吕成文（江苏财经职业技术学院）

王 彤（浙江育英职业技术学院）

刘东明（中国电子商务协会 PCEM 网络整合营销研究中心）

史大展（中国投资网）

范 峰（速途网）

丛 书 序

伴随着信息技术的发展,电子商务服务手段不断创新、用户体验不断提升,加上资本力量的推动、引导,电子商务企业间的竞争日益加剧,市场格局不断变化,合作与竞争、利润与规模、细分与平台、综合与垂直、微创新与大颠覆,电子商务企业不断在博弈中选择,在选择中变化。然而,在这种变化中,电子商务专业人才成了企业追逐的热点。

培养适应电子商务发展需要的各类人才,是高等院校及培训机构的重要任务,它直接影响到未来经济的发展。然而,目前国内外对于电子商务专业课程体系的研究还处于初级阶段,特别是对于技能型人才培养模式的研究,与实际还有较大的距离。

因此,我们尝试使用案例式教学方法进行细致引导,使学生深入情景之中,将企业实际工作的具体步骤、策划思路以及实施细则呈现出来,既符合电子商务的特质,帮助学生举一反三地掌握模块化的专业技能,也满足实际教学的需要。之所以能有如此多的企业案例编写到本套教材之中,有赖于每年中国互联网协会主办、北京博导前程信息技术有限公司承办的中国网络营销大会的支持。也正是在网络营销大会上,形成了企业与院校交流、沟通、合作的平台与机制,让本套教材的内容更加丰富。

相对于传统案例教学,本套教材的内容组织具有以下特点。

1. 系统性。本套教材经过充分调研与挖掘,对电子商务的运作过程进行了结构优化。从硬件基础到策划、建站、运营、推广,系统涵盖了运作细节。

2. 现实性。本套教材以企业实际项目为依托,内容组织以企业实际完成的项目作为基点,在复述项目实施的过程中增加了教学思考,无论从操作步骤还是具体实施方法上,都能够让学生有所领会。所体现的内容不仅是企业电子商务运作中的实际情况,同时也是对学生思维过程的引导。

3. 实用性。本套教材以实战为基础,以案例为导向,对实训项目进行了改善,使之与案例内容遥相呼应,降低了实训的门槛,但达成的效果并没有打折扣,学生不仅要掌握每项技能,还需要学会团队协作。

本套教材的编写得到了诸多专家、企业家和一线教师的支持,感谢陈禹教授、李琪教授等专家的帮助,感谢诸多企业愿意分享他们的案例,企业名称不一一列举,最后感谢诸位老师的参与和执笔。

虽然经过作者的努力,教材中的内容仍然会有不足之处,还望各位读者批评指正,我们愿意将本套教材持续地完善下去,共同推动国内电子商务实践教学의快速发展。

丛书编委会主任
宋文官

前言

作为互联网中最重要也最具活力的应用,电子商务已经渗透到各行各业。越来越多的传统企业选择了电子商务,企业因为电子商务的介入而改变了组织结构和运作方式,提升了集约化管理程度,得以实现高效经营。电子商务网站,尤其是营销型网站,作为企业的窗口,不仅能够实现产品的展示和企业形象的宣传,而且通过网站在线交易,能够降低企业经营成本,拓宽发展空间,提高企业内部的生产、管理和服务水平。“电子商务网站建设与维护”是电子商务专业的核心技术课程,通过本课程的学习,学生将掌握如何规划网站、建设网站与管理维护网站等相关知识和技能,从而为将来在各类企事业单位从事电子商务网站构建与维护等工作奠定坚实的基础。

全书分三篇,共七个项目。

第一篇电子商务网站建设基础知识(项目一、项目二),内容包括电子商务网站的基本概念、电子商务网站建设的工具、网站的规划与设计、网站服务器方案的选择及建站流程等。

第二篇电子商务网站基本建站技术(项目三至项目六),内容包括静态网站制作、动态网站开发及电子商务网站综合开发等多个项目,每个项目均由多个案例组成。

第三篇电子商务网站后期维护(项目七),内容包括电子商务网站的安全、运营与维护。

本教材采用模块化、任务驱动模式编写,每个项目都有若干实际案例支撑。每个案例设有如下五个模块:

- 支持企业。以实际企业案例导入,直观形象。
- 企业背景。通过背景介绍,使学生明确任务主题。
- 案例详解。将案例流程化、任务化,引领学生动手操作和实践。
- 相关术语。用简洁语言介绍案例中的专业术语。
- 案例分析。帮助学生掌握网站开发的重点和难点,更好地把握网站建设流程。

本书遵循“以就业为导向,以职业能力为本位,以职业实践为主线”的教改方向和“理论够用、注重应用、任务驱动”的原则,根据电子商务专业的岗位需求,突出教学实践性,注重对学生进行实际项目开发能力的引导与岗位职业能力的培养。围绕网站开发,书中采用了大量典型案例,突出技能应用,循序渐进地介绍了电子商务网站开发过程中的方法和技巧。此外,本书的每个项目后面都精心设计了技能实训模块,主要是针对每一章的重点和难点进行训练,便于读者掌握电子商务网站开发的基本过程和方法。

需要强调的一点是,对于书中案例及章后的技能实训模块,一定要亲自上机实践,只有多上机才能发现问题、解决问题,这样才能取得事半功倍的效果。为了方便教学,本书



配备有电子课件、案例源代码。所有的电子课件与教材配套，可以在课堂教学中直接使用。

本书由李建忠、牟凤瑞和安刚著。具体编写分工如下：项目一，安刚；项目二，安刚、牟凤瑞；项目三、四、五、六，李建忠；项目七，牟凤瑞。

本书主要面向应用型本科院校和高职高专院校电子商务、计算机等相关专业的学生，同时也可供从事电子商务网站设计和开发的人员参考使用。

本书在编写过程中得到了北京博导前程信息技术有限公司领导的大力支持，公司技术人员为本书的编写提供了丰富案例和大量的帮助，在此深表谢意。另外，本书的出版得到了清华大学出版社的领导与编辑的大力支持和帮助，在此一并表示诚挚的感谢。

由于编者水平有限，书中难免会有疏漏和不足之处，敬请各位老师和同学批评指正。

编 者

2013年10月

目 录

第一篇 电子商务网站建设基础知识

项目一 电子商务网站建设基础	2
模块一 案例学习	3
案例一 阿里巴巴 B2B 网上购物平台	3
案例二 苏宁易购 B2C 网上购物平台	9
案例三 淘宝 C2C 网上购物平台	17
模块二 电子商务网站建设基础相关知识	26
一、电子商务网站的基本概念与分类	26
二、电子商务网站的构成要素	29
三、电子商务网站的功能	30
模块三 电子商务网站建设基础项目实训	32
一、实训概述	32
二、实训流程图	32
三、实训素材	32
四、实训内容	32
项目二 电子商务网站规划与设计	34
模块一 案例学习	35
案例一 教研室网站	35
案例二 海尔商城网站	52
模块二 电子商务网站规划与设计相关知识	62
一、电子商务网站布局的概念	62
二、电子商务网站设计要素	68
三、电子商务网站规划	70
模块三 电子商务网站规划与设计项目实训	73
一、实训概述	73
二、实训流程图	73
三、实训素材	74
四、实训内容	74



第二篇 电子商务网站基本建站技术

项目三 静态网站开发基础	80
模块一 案例学习	81
案例 库花花店网站	81
模块二 静态网站建设相关知识	123
一、什么是 HTML	123
二、HTML 常用标记	125
三、什么是 CSS	136
四、从 HTML 到 XHTML	142
模块三 静态网站开发项目实训	143
一、实训概述	143
二、实训流程图	143
三、实训素材	143
四、实训内容	143
项目四 动态网站开发基础	146
模块一 案例学习	147
案例一 制作最简单的动态网页	147
案例二 利用 VBScript 语言编写程序	156
案例三 Reponse 对象与 Request 对象应用	160
案例四 利用 Session 对象和 Application 对象开发程序	163
模块二 动态网站制作相关知识	165
一、VBScript 语言	165
二、利用 Response 对象向客户端输出信息	175
三、利用 Request 对象从客户端获取信息	178
四、利用 Cookies 集合在客户端保存信息	183
五、利用 Session 对象保存单个用户信息	185
六、利用 Application 对象保存所有用户共享信息	188
七、利用 Server 对象开发	189
模块三 动态网站制作基础项目实训	191
一、实训概述	191
二、实训流程图	191
三、实训素材	191
四、实训内容	192
项目五 动态网站开发	193
模块一 案例学习	194

案例一 企业网站新闻模块开发	194
案例二 网上书店网站开发	215
模块二 动态网站开发相关知识	229
一、数据库的基本概念	229
二、网络数据库的选择	230
三、SQL 语言简介	234
四、设置 ODBC 数据源	238
五、ADO 的三个主要对象	239
六、连接数据库	240
七、Recordset 对象的基本属性和方法	243
模块三 动态网站开发项目实训	246
一、实训概述	246
二、实训流程图	247
三、实训素材	247
四、实训内容	247
项目六 电子商务网站综合开发	249
模块一 案例学习	250
案例一 北京博导前程信息技术有限公司官方网站建设	250
案例二 河北宏业股份有限公司企业网站建设	276
模块二 电子商务网站综合开发相关知识	286
一、WordPress 建站流程	286
二、ASPCMS 系统介绍	287
模块三 电子商务网站综合开发项目实训	292
一、实训概述	292
二、实训流程图	292
三、实训素材	293
四、实训内容	293

第三篇 电子商务网站后期维护

项目七 电子商务网站的安全与维护	298
模块一 案例学习	299
案例一 北方虹光商贸网站安全管理	299
案例二 企业网站的维护与管理	302
模块二 电子商务网站安全与维护相关知识	304
一、电子商务网站的安全隐患与安全需求	304
二、电子商务网站安全措施及分析	305



三、网站安全面临的主要问题及解决.....	306
四、网站防范对策.....	308
五、电子商务网站运营与维护.....	309
六、网站流量数据统计与分析.....	314
模块三 电子商务网站安全与维护项目实训.....	317
一、实训概述.....	317
二、实训流程图.....	317
三、实训素材.....	317
四、实训内容.....	318
参考文献.....	320

附录：实训项目七步 成元路

第一篇 电子商务网站建设基础知识

» 项目一 电子商务网站建设基础

» 项目二 电子商务网站规划与设计

项目一 电子商务网站建设基础



能力目标

- 掌握电子商务网站建设的基础工作。



知识目标

- 了解电子商务网站的一般概念；
- 了解电子商务网站的盈利模式；
- 掌握不同类型电子商务网站的运营内容和差异。

本项目的工作任务是让学生了解和掌握电子商务网站在建设时需要了解的基础知识和技能，有助于后续建设工作的展开。

模块一 案例学习

案例一

阿里巴巴 B2B 网上购物平台



(一) 支持企业

阿里巴巴。

(二) 企业背景

阿里巴巴 Logo 如图 1-1 所示。



图 1-1 阿里巴巴 Logo

阿里巴巴是于 1999 年创立的企业对企业的网上贸易市场平台，现在主要通过旗下三个交易市场，协助世界各地数以千万计的买家和供应商从事网上生意，阿里巴巴中国网站是中国领先的 B2B 网上交易市场。

(三) 案例详解

目前，阿里巴巴集团旗下包括三个主要交易市场：集中服务全球进出口商的国际交易市场（www.alibaba.com），集中国内贸易的中国交易市场（www.1688.com），以及在国际交易市场上为规模较小、需要小批量货物快速付运的买家提供服务的全球批发交易平台（www.aliexpress.com）。截至 2012 年，所有交易市场形成一个拥有来自 240 多个国家和地区、接近 7 970 万名注册用户的网上社区。随着电子商务支撑服务业的完善，很多企业选择第三方电子商务平台作为他们发现商机、寻找买家、沟通交易、走出国门的重要途径，而阿里巴巴正是很好地适应了这种需求，得到了快速发展，多次被相关机构评为“全球最受欢迎的 B2B 网站”。本案例着重帮助学生了解和认知 B2B 电商平台的基本特点。

任务一 阿里巴巴的形象宣传

阿里巴巴是目前国内，甚至全球最大的专门从事 B2B（企业对企业）业务的服务运营商。阿里巴巴的运行模式，概括起来即为注册会员提供贸易平台和资讯收发，使企业和企业通过网络做成生意、达成交易。服务的级别则按照收费的不同，针对目标企业的类型不同，由高到低、从粗至精阶梯分布。为阿里巴巴下一个定义，其实它就是：把一种贴着标有阿里巴巴品牌商标的资讯服务，贩卖给各类需要这种服务的中小企业、私营业主。为目标企业提供了传统线下贸易之外的一种全新的途径——网上贸易。阿里巴巴首页如图 1-2 所示。



图 1-2 阿里巴巴首页

任务二 认知阿里巴巴服务分类

功能上,阿里巴巴在对企业需求做了充分调研的基础上,将企业登录汇聚的信息整合、分类,形成网站独具特色的栏目,使企业用户获得有效的信息和服务。如图 1-3 所示,阿里巴巴信息服务栏目主要包括以下内容。

(1) 商业机会。有 27 个行业、700 多个产品分类的商业机会供查阅,通常提供大约 50 万条供求信息。

(2) 产品展示。按产品分类陈列展示阿里巴巴会员的各类图文并茂的产品信息库。

(3) 公司全库。公司网站大全,目前已经汇聚 4 万多家公司网页。用户可以通过搜索寻找贸易伙伴,了解公司详细资讯。会员也可以免费申请将自己的公司加入到阿里巴巴“公司全库”,并链接到公司全库的相关类目中方便会员了解公司全貌。

(4) 行业资讯。按各类行业分类发布最新动态信息,会员还可以分类订阅最新信息,直接通过电子邮件接收。

(5) 价格行情。按行业提供企业最新报价和市场价格动态信息。

(6) 以商会友。商人俱乐部。在这里会员可以交流行业见解,谈天说地。其中“咖啡时间”每天为会员提供新话题,并分析如何做网上营销等话题。

(7) 商业服务。航运、外币转换、信用调查、保险、税务、贸易代理等咨询和服务。这些栏目为用户提供了充满现代商业气息、丰富实用的信息,构成了网上交易市场的主体。



图 1-3 阿里巴巴服务分类

阿里巴巴为窄众群体提供了个性化的选择机会,对需求量小的商品进行了精细的划分,从而延展了供销渠道。这种“无物不销,无时不售”的模式为消费者提供了无限制的多样性选择。相对于传统的人为界定的有限选择,这种无限制性的选择更侧重于从客户的需求出发,注重客户的体验。

任务三 认知阿里巴巴客户体验

阿里巴巴采用本土化的网站建设方式,针对不同国家采用当地的语言,简易可读,这种便利性和亲和力将各国市场有机地融为一体。阿里巴巴已经建立并运作着五个相互关联的网站:

- 英文的国际网站 (<http://www.alibaba.com>): 面向全球商人提供专业服务;
- 简体中文的中国网站 (<http://china.aliaba.com>): 主要为中国市场服务;
- 全球性的繁体中文网站 (<http://chinese.alibaba.com>): 为中国台湾、中国香港、东南亚及遍及全球的华商服务;
- 韩文的韩国网站 (<http://kr.alibaba.com>): 针对韩文用户服务(目前不可用);
- 日文的日本网站 (<http://japan.alibaba.com>): 针对日文用户服务。

另外,阿里巴巴即将推出针对当地市场的欧洲语言网站和南美语言网站。

这些网站相互链接,内容相互交融,为会员提供一个整合一体的国际贸易平台,汇集全球 178 个国家(地区)的商业信息和个性化的商人社区,如图 1-4 所示。

此外,阿里巴巴商人社区及商业资讯频道的建立也为阿里巴巴注入了更多的活力,在提供大量商业资讯的同时,方便了客户交流沟通,使得用户对网站更有粘性。