

全国高等职业教育电子商务专业精品系列教材

电子商务网站建设与规划

DIANZI SHANGWU WANGZHAN JIANSHE YU GUIHUA

主 编◎庞英智 郭伟业



北京师范大学出版集团
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PUBLISHING GROUP
北京师范大学出版社

全国高等职业教育电子商务专业精品系列教材

电子商务网站建设与规划

DIANZI SHANGWU WANGZHAN JIANSHE YU GUIHUA

主 编◎庞英智 郭伟业
副主编◎周香春 田春瑾



北京师范大学出版集团
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PUBLISHING GROUP
北京师范大学出版社

图书在版编目(CIP) 数据

电子商务网站建设与规划/庞英智,郭伟业主编. —北京:
北京师范大学出版社, 2011.12
(全国高等职业教育电子商务专业精品系列教材)
ISBN 978-7-303-13104-4

I. ①电… II. ①庞…②郭… III. ①电子商务—网站—建设
IV. ① F713.36 ② TP393.092

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 149567 号

出版发行: 北京师范大学出版社 www.bnup.com.cn
北京新街口外大街 19 号
邮政编码: 100875

印 刷: 北京京师印务有限公司
经 销: 全国新华书店
开 本: 184 mm × 260 mm
印 张: 16.75
字 数: 300 千字
版 次: 2011 年 12 月第 1 版
印 次: 2011 年 12 月第 1 次印刷
定 价: 29.80 元

策划编辑: 沈 炜 责任编辑: 沈 炜
美术编辑: 高 霞 装帧设计: 高 霞
责任校对: 李 茵 责任印制: 孙文凯

版权所有 侵权必究

反盗版、侵权举报电话: 010-58800697

北京读者服务部电话: 010-58808104

外埠邮购电话: 010-58808083

本书如有印装质量问题, 请与印制管理部联系调换。

印制管理部电话: 010-58800825

前言

经济全球化改变着人们的思维方式和市场行为准则。面对营销环境的革命性变化,作为从事各种经营活动的企业如何以先进的理念、适当的途径和方法满足市场的需求,就成为所有企业必须认真对待的问题。在网上开展商务及进行营销活动已成为现代企业参与国际竞争的最重要的手段之一。企业通过建立自己的网站能够更好地树立企业形象、发布信息、提供服务、接受用户反馈信息,利用网站可以使企业获得更大的收益。

电子商务网站的规划与设计是企业网站建设的前提,网站的管理则是企业网站能够良好运行的保障。本书在围绕如何规划网站、如何维护网站、如何管理网站等方面作了较为详细的介绍。

本书以理论必需、够用为度,突出实务与实践为原则,加强实践教学和就业能力的培养,具有如下特点:一是采用了项目驱动的编写方法,每个任务中都包括了任务描述、任务分析、相关知识及任务实施四个方面的内容;二是整个体系符合教与学的规律要求,每个模块有知识目标和技能目标、课堂活动(包括形式、内容、时间、道具、场景、场地、目的、程序)、课后训练、实训项目;三是正文中插入“看一看”、“做一做”、“拓展提高”、“相关链接”等栏目,这些栏目包含了短小精悍的知识、技能内容,既使得版面生动活泼、内容丰富,具有形式上的可接受性与新颖性,又不破坏内容的规律性。

本书由庞英智、郭伟业任主编,周香春、田春瑾任副主编。具体分工如下:庞英智编写模块一、模块二,郭伟业编写模块三中的任务二至任务四,周香春编写模块三中的任务五、任务六、课后训练及实训、模块四,田春瑾编写模块六,吕金秋编写模块五中的任务一、任务三、课后训练及实训,李丹编写模块三中的任务一、模块五中的任务二。

在此对北京师范大学出版社所给予的支持与帮助,对所参考资料的作者及审稿人的辛勤工作一并表示感谢。

由于水平有限,加之时间仓促,书中难免有不足之处,恳请各位专家、广大读者批评指正并提出宝贵意见,以便使该书得以不断地完善。若授课教师需要本书配套的电子教案,请发邮件至 ninuy@163.com。

编者
2011年4月

内容提要

本书以电子商务网站的规划与建设为主线，以任务驱动的方式，系统地介绍电子商务网站规划、设计与管理的基础理论、基本技术和应用技巧，并注重在任务中让读者体会电子商务网站的规划、设计与管理思想。

本教材不仅注重电子商务网站规划、设计与管理基本知识的掌握，还对电子商务网站建设的主要环节和操作内容进行模拟与训练。学生通过课堂学习、课后练习和实训，使基本技能训练得到加强。全书共有六个模块，即电子商务网站的规划、电子商务网站建设的技术选择、电子商务网站的内容设计、电子商务网站的测试与发布、电子商务网站的管理和电子商务网站的推广。

本书适用于普通高等院校(高职高专、应用型本科)、成人高校、民办高校等院校的电子商务及相关专业的教学用书，也适用于五年制高职、中职相关专业，并可作为社会从业人士的业务参考书及培训用书。

目 录

模块一 电子商务网站的规划	(1)
任务一 认识电子商务网站	(2)
任务二 电子商务网站系统分析	(11)
课后训练	(21)
实训	(22)
模块二 电子商务网站建设的技术选择	(24)
任务一 域名注册	(25)
任务二 服务器与虚拟主机的准备	(32)
任务三 认识电子商务网站的运行环境	(40)
课后训练	(79)
实训	(81)
模块三 电子商务网站的内容设计	(83)
任务一 电子商务网站内容设计的原则及流程	(84)
任务二 电子商务网站的结构设计	(87)
任务三 电子商务网站的创意产生及风格设计	(100)
任务四 电子商务网站的网页设计	(104)
任务五 电子商务网站首页的设计	(116)
任务六 电子商务网站程序设计语言	(123)
课后训练	(131)
实训	(132)
模块四 电子商务网站的测试与发布	(134)
任务一 电子商务网站的测试	(135)
任务二 电子商务网站的发布	(144)
课后训练	(149)
实训	(150)
模块五 电子商务网站的管理	(151)
任务一 电子商务网站管理的主要内容	(152)
任务二 电子商务网站的安全管理	(161)
任务三 网站备案	(194)
课后训练	(215)
实训	(218)
模块六 电子商务网站的推广	(227)
任务一 向搜索引擎注册电子商务网站	(228)

任务二 在线推广电子商务网站	(241)
任务三 传统推广方式推广电子商务网站	(250)
课后训练	(255)
实训	(256)
参考文献	(257)
教学支持说明	(259)

模块一

电子商务网站的规划

● ● ● ● 知识目标

- 了解电子商务网站的主要功能
- 掌握电子商务网站建设的一般流程
- 掌握电子商务网站系统分析

● ● ● ● 能力目标

- 能够分析不同类型电子商务网站的业务模式与流程

任务一 认识电子商务网站

● ● ● ● 任务描述

本项任务的主要目的是了解电子商务网站的主要功能，掌握电子商务网站建设的一般流程，能够分析不同类型电子商务网站的业务模式与流程。

● ● ● ● 任务分析

对于一个企业来说，电子商务网站就像是“工厂”、“公司”、“经销商”；对于商家来说，电子商务网站就像是“商场”或“门市部”；对于一个政府机构来说，电子商务网站就像是“接待处”、“宣传窗”或“办公室”。不同类型电子商务网站的业务模式与流程是不同的。

● ● ● ● 相关知识

一、电子商务网站的定义及主要功能

1. 电子商务网站的定义

电子商务网站是通过 Internet 相互连接起来的，是在计算机硬件和软件基础设施的支持下，为用户提供信息服务、网页服务、数据传输服务、邮件服务、数据库服务等多种服务的信息载体，是企业在互联网平台上与其客户交流的一个窗口，是买卖双方信息交流与传递的渠道，是企业宣传其形象、展示其产品与服务的平台，也是企业和个人开展电子商务的平台。

2. 电子商务网站的主要功能

电子商务网站的主要功能关系到电子商务业务能否具体实现，关系到企业对用户提供的产品和服务项目能否正常开展，关系到用户能否按照企业的承诺快速地完成贸易操作。经过几年的发展，企业运用电子商务技术，通过电子商务网站拓展企业业务，实现对企业内部及外部资源的整合，已经成为企业发展的战略选择。不同国家及同一国家的不同地区，由于经济发展水平的差异，企业在实现电子商务方面的步骤与方式是不同的，企业也必须考虑企业与地区发展的实际情况去设计和实现电子商务网站的功能。我们反对不合实际地去发展企业的电子商务网站，使其脱离企业运行的实际情况，使企业投资不能发挥其应有的作用，造成资源的浪费；同时，也不主张企业将电子商务技术看成可有可无的东西。

由于企业生产与经营的目的有差异，在网上开展电子商务的业务也是不尽相同的，所以，每一个电子商务网站在具体实现功能上是有所区别的。企业运用电子商务技术，建立电子商务网站无疑是要解决企业内部与企业外部的信息化、电子化和自动化的问题，因此，电子商务网站的主要功能可以从解决企业内部问题与解决企业外部问题两个角度来考虑。

3. 电子商务网站实现的企业内部的功能

企业内部信息化管理是企业电子商务发展的重要平台和基础,没有企业内部的电子商务化过程,企业电子商务网站所发挥的功能一定是有限的。早在WEB技术出现以前,企业已经开始了对企业内部资源的信息化改造,在国外,ERP、MIS技术得到了良好的应用,在组织企业内部信息方面,取得了非常成功的经验。随着互联网的发展,企业内部信息系统开始在互联网的平台上应用,标准的一致性,使企业原有内部资源与企业电子商务网站实现了无缝衔接,避免了技术孤岛的出现。因而,企业电子商务网站的成功运作是以企业内部信息化管理为前提的,企业电子商务网站必须有整合企业内部资源的功能。

4. 电子商务网站实现的企业外部的功能

(1)宣传企业形象。在企业开展电子商务的初级阶段,都会把宣传企业形象作为企业电子商务网站构建的初衷。互联网所提供的技术使企业非常容易将自己的企业文化展示给自己的客户,这种跨越时空的优势也是所有传统宣传方式不可比拟的,企业获得了一个低成本的企业宣传渠道。

(2)展示与营销企业产品和服务。企业在形象宣传的同时,会对企业的产品与服务进行全面的网络宣传。企业借助电子商务的丰富技术,可以从图、文、声、像不同的角度去对产品进行全方位的宣传。网上产品营销已经成为企业继传统的营销方式后的又一大营销手段。

(3)在线商品、服务订购。电子商务已经给了人们一个非常直观和方便的功能,就是网上购物。作为一种新的消费观念,网上购物已经在发达国家及我国的发达地区得到了较好的发展,人们逐渐接受了这种足不出户的购物方式,网上购物已经成为一种时尚和新观念的代表。近几年来,随着电子商务的发展,与电子商务相配套的技术得到了完善,银行电子化的发展及物流技术的普及应用,都使网上购物成为企业电子商务网站构建的一种必然的功能选择。在具体的操作上,通常商务网站都会在网页上提供详细的商品介绍,通过购物车或购物篮激活表单,顾客可在详细的提示下填写表单,并提交给服务器。服务器做出应答后,确认顾客购物信息。电子商务安全技术已经为商业信息的网络传递提供了必要的保障。

(4)网上支付。企业利用电子商务从事商品与服务的销售,如果顾客不能利用网络实现即时的支付,那么,这样的电子商务就是一个不完整的网络交易过程。伴随着银行电子化的发展,现在国内已经有越来越多的银行可以提供用于网上支付的各种金融工具,并且采用了更加可靠的信息安全传输技术和交易者身份验证技术,网上支付的安全性得到了基本的保障。因而,企业在实施电子商务过程中,企业的电子商务网站在具备在线购物的同时,应实现网上支付的功能。

(5)信息搜索与查询。随着企业电子商务业务的不断拓展,网上信息量越来越大,如何使用户更加方便、快捷地搜索到自己想要获得的信息,就显得十分重要,否则会使用户失去信心,从而使企业失去商机。因而,优秀的电子商务网站应具有良好的信息组织与搜索、查询功能。

(6)客户信息管理。电子商务网站是企业开展产品与服务营销的重要平台,而客户管理又成为企业电子商务网站中不可替代的部分。客户关系管理(CRM)已经成为企业网络化管理的重要组成部分。在市场竞争日益激烈的今天,如何准确地获得和处理客户的信

息,是企业实现电子商务策略不可或缺的部分。

(7)新闻发布、供求信息发布。信息发布,是电子商务网站 Web 技术可以实现的最为简单的功能。但作为企业,这项功能却可以使企业利用互联网的优势,24 小时不断地向外发布自己的企业信息与产品信息,从而为客户提供了一个全面认识企业、企业产品的机会。新闻发布包括企业新闻的动态更新、新闻类别检索,热点分析,供求信息包括行业信息、企业信息及产品的供求信息等。

二、电子商务网站的类型及特点

(一)按照企业建立电子商务网站的目的和业务功能分类

1. 宣传型电子商务网站

企业建立宣传型电子商务网站的目的是宣传企业产品与服务,从而提升企业形象,扩大产品的市场知名度、占有率。这种类型的网站适合各类企业,特别适合刚刚进入电子商务领域的企业,对企业的发展有一定的作用。一般是把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,以便在以后借助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。

2. 服务型电子商务网站

这种类型的电子商务网站以企业宣传和客户服务为主要特征,实现了企业在线为客户提供服务的功能,较之传统的服务,企业提高了服务效率,降低了服务成本。可以把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,也可以自己构建网络平台和电子商务基础平台,该类网站经过简单改造就可以升级为完全电子商务运作型网站。

3. 完全电子商务运作型网站

这种类型电子商务网站除了宣传企业形象、产品及提供服务外,还可以实现在线销售、企业管理的功能,企业所有的业务都可以在互联网平台上完成,这是一种较高层次的网站。

(二)按照构建网站的主体分类

1. 行业电子商务网站

每个行业都需要在网上交流信息和提供服务,这是市场的需要,作为行业协会,有必要建立一个综合性的网站,为本行业提供支持。

2. 企业电子商务网站

该类电子商务网站是以企业为主体构建的电子商务网站,其为企业电子商务策略的实施提供一个基础的平台。企业的性质不同,网站的功能也有较大的差异。

3. 政府电子商务网站

政府工作透明化是公众对政府工作的一个要求,现在许多政府部门都把自己的业务行为通过网站实现,为政府税收和政府公共服务提供网络化交流的平台。

(三)按照网站经营产品进行分类

1. 垂直型网站

垂直型是指在一个分销渠道中,生产商、批发商、零售商被看做一个单一的体系。垂直型电子商务网站就是指整合某一产品的不同生产商、批发商、零售商的商务行为,是直接面对客户的单一的交易平台。

2. 专门型网站

这类商务网站只提供一类产品，该类网站类似于专卖店，除直接面对消费者外，也面对很多垂直型和水平型网站的供应商。

3. 水平型网站

该类网站类似于网上购物中心或网上超市，顾客在网站上不仅可以买到商品，而且可以实现“货比三家”。

三、电子商务网站建设的一般流程

电子商务网站的建设是一个长期的系统工程，一般需要遵循以下几个主要步骤。

1. 电子商务网站的系统分析

电子商务网站的系统分析是网站成功运作的基础和前提，决定了网站构建的过程和实施效果。系统分析的内容包括：网站构建目标分析、市场需求分析、技术分析、经济可行性分析等。网站构建必须有详细的系统分析报告，以便指导以后的网站建设工作。

2. 电子商务网站运行环境的构建

网站运行环境可以外包给专业公司来做，也可以自己来完成，特别是想建立自己的 Intranet 的企业，必须规划设计好网站运行的系统环境。

3. 电子商务网站的内容设计与开发

内容设计与开发是电子商务网站建立的主体内容，关系到客户对网站的接受和利用程度，根据网站要实现的功能，我们要设计网站的内容。网页是网站功能和内容的重要载体，设计的内容包括：设计流程、内容的信息结构、网站的主页设计、网站的可视化设计、网站的链接设计和网页的创建等。

4. 电子商务网站的测试与发布

经过上述几个环节，完成网站的设计工作后，就要对网站进行全面的测试，测试是为了及时发现网站中存在的问题，完善站点的内容，测试包括测试结果是否与设计方案一致、多浏览器测试、链接测试、下载速度测试等。在测试中发现的问题及时进行修改，所有测试结束后，没有别的问题就可以将 Web 站点发布到互联网上。

5. 电子商务网站的推广

企业建立网站后如果没有人来访问，网站的功能就无法实现，因而，推广网站是网站建设中一个十分重要的环节。目前，企业推广网站的方法有利用搜索引擎、互建友情链接、使用传统媒介及利用网络广告、BBS 宣传推广网站。

6. 电子商务网站的日常维护与管理

对于任何一个网站来说，如果要始终保持对客户足够的吸引力，必须定期对内容进行更新。几个月甚至一年一成不变的网页是毫无吸引力可言的，那样的结果只能是无人问津，同时也会对公司的整体形象造成负面影响。除了网站的日常维护外，网站各方面管理的工作也非常重要，会伴随着网站的运行一直持续下去，是网站建设的日常工作。

● ● ● ● 任务实施

一、B2B 网站：阿里巴巴

阿里巴巴(香港联合交易所股份代号: 1688)(1688. HK)为全球领先的小企业电子商务公司,也是阿里巴巴集团的旗舰业务。阿里巴巴在 1999 年成立于浙江杭州市,通过旗下三个交易市场协助世界各地数以百万计的买家和供应商从事网上交易。三个网上交易市场包括:集中服务全球进出口商的国际交易市场(www.alibaba.com,如图 1-1 所示)、集中国内贸易的中国交易市场(china.alibaba.com,如图 1-2 所示),以及透过一家联营公司经营、促进日本外销及内销的日本交易市场(www.alibaba.co.jp,如图 1-3 所示)。此外,阿里巴巴也在国际交易市场上设有一个全球批发交易平台(www.aliexpress.com,如图 1-4 所示),服务规模较小、需要小批量货物快速付运的买家。所有交易市场形成一个拥有来自 240 多个国家和地区超过 5 600 万名注册用户的网上社区。阿里巴巴亦向中国各地的企业提供商务管理软件及互联网基础设施服务,并设有企业管理专才及电子商务专才培训服务。

以阿里巴巴拥有的 Vendio 及 Auctiva 两家公司为领先的第三方电子商务解决方案供应商,主要服务网上商家。阿里巴巴在大中华地区、印度、日本、韩国、欧洲和美国共设有 60 多个办事处。

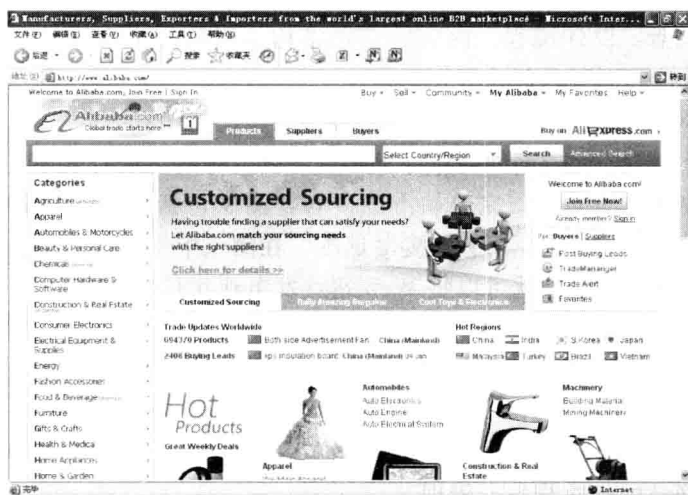


图 1-1 www.alibaba.com



图 1-2 china. alibaba. com



图 1-3 www. alibaba. co. jp

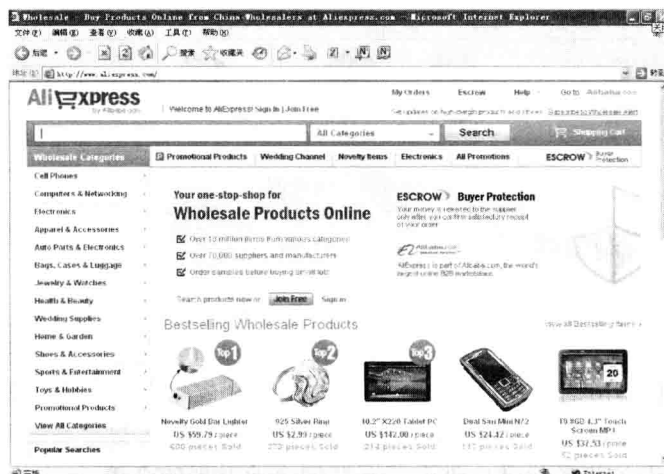


图 1-4 www. aliexpress. com

二、B2C 网站：当当网

当当网(www.dangdang.com, 如图 1-5 所示)是全球最大的中文网上商城, 1999 年 11 月正式开通, 目前面向全世界网上购物人群提供近百万种商品的在线销售, 包括图书、音像、家居、化妆品、数码产品、饰品等精品门类, 每天为成千上万的消费者提供安全、方便、快捷的服务, 给网上购物者带来极大的方便和实惠。当当网的使命是坚持“更多选择、更多低价”, 让越来越多的网上购物顾客享购互联网。

互联网提供了可以无限伸展的展示空间, 可以容纳无限的商品或图样以及内容。在当当网, 消费者无论是购物还是查询, 都不受时间和地域的限制。在消费者享受“鼠标轻轻一点, 精品尽在眼前”的背后, 是当当网耗时 7 年多修建的“水泥支持”——庞大的物流体系, 近 2 万平方米的仓库分布在北京、华东和华南, 员工使用当当网自行开发、基于网络架构和无线技术的物流、客户管理、财务等各种软件支持, 每天把大量货物通过空运、铁路、公路等不同运输手段发往全国和世界各地。在全国 180 个城市里, 大量本地快递公司成为当当网的顾客提供“送货上门, 当面收款”的服务。当当网这样的网络零售公司帮助推动了银行网上支付服务、邮政、速递等服务行业的迅速发展。

以图书为例, 在为消费者服务的同时, 当当网还帮助出版社提高了单本书的销量, 并有效地延长了出版物的寿命。当当网不受上架周期和顾客地域性偏好的限制, 为出版社尤其是专业、学术出版社提供了窗口支持和固定读者, 使知识的传播变得更加有效。



图 1-5 当当网

三、C2C 网站：淘宝网

淘宝网(www.taobao.com, 如图 1-6 所示)是亚洲最大的购物网站, 由阿里巴巴公司投资 4.5 亿元人民币创办, 致力于成就全球首选购物网站。淘宝网, 顾名思义——没有淘不到的宝贝, 没有卖不出的宝贝。自 2003 年 5 月 10 日成立以来, 淘宝网基于诚信为本的准则, 从零做起, 在短短的两年时间内, 迅速成为国内网络购物市场的第一名, 占据了国内网络购物 70% 左右的市场份额, 创造了互联网企业发展的奇迹。

淘宝网倡导诚信、活泼、高效的网络交易文化。在为淘宝会员打造更安全高效的网络

交易平台的同时,淘宝网也全心营造和倡导互帮互助、轻松活泼的家庭式氛围。每位在淘宝网进行交易的人,不但交易更迅速高效;而且在交易的同时,交到更多朋友。

目前,淘宝网已经成为越来越多网民网上创业和以商会友的最佳选择。



图 1-6 淘宝网

做一做

1. 登录“易趣”(http://www.eachnet.com)网站,浏览其首页,简述其内容,指出其商务模式。
2. 如果想在“易趣”进行交易,首先需要注册。请你在“易趣”进行注册,并简述注册步骤。
3. 注册完成以后,请尝试购买某一商品,并且写出主要的操作步骤。
4. 如果你是一位卖家,你手中有一些商品,现通过“易趣”卖出你的商品,请实际操作这个过程。

课堂活动

形式: 在本章知识点讲授之后进行重点讨论,先分组讨论,然后全班讨论,由组代表发言。

内容: 网上业务模式与流程

时间: 20 分钟

讨论所依据的基本素材:以本章所述内容为基础,同时参考下面的“相关资料”,或根据实际需要由授课教师提供更丰富的素材。

场地: 教室

程序: 小组讨论,组代表发言,教师总结。

相关资料: 网络信息平台催生财富:大众创富器

还有什么新的赚钱手段呢?当然是网络。陈天桥、丁磊、马云……这些网络富豪通过网络创造的财富神话,每天都在激励着网络“淘金者”。没有什么比这更快、更方便的赚钱

手段了。当网民数量以几何级数快速增长,当网络连进千家万户,当网络的功能被不断地开拓、延伸……网络已经成为一种人人可用的大众造富“机器”。

今天,网络就在我们每个人的身边,还等什么呢?

网店卖家高手小猪唛谈了其网上创业的经历:“开网店之前,我在银行工作。因为感觉工作性质比较沉闷,决定独自出来创业。又因为自己比较喜欢一些可爱的东西,便开了一间精品店。但经营下来发现,零售业的回报率很低,赚到的钱缴完店铺租费后,已所剩无几,最后只好选择关门。那时,国外的网上开店销售模式刚好传入国内,于是,我便选择在网上开店,一直到现在。”

“开店初期,由于知名度很低,生意很冷清。不过,因为卖的东西都是以前精品店的一些存货,投入相对比较小,而且网店不存在租金问题。所以,我也没多失望,有时间我便待在网。也正是因为我经常在线挂着,许多买家的提问,我都能及时回答,因此建立了很多客源。同时,因为我自己很讨厌翻版货,所以只卖正版货。为了区分,写商品介绍时,特意写上“正品 Hello Kitty”。伴随着信用度的提高,网上小店的生意开始好起来,赚钱从梦想变成了现实。现在,网店投入基本都用在货品的成本上,大概也就三四万元。相比较那些至少需投入十万元以上的实体铺来讲,网上开店确实是成本低、回报高。”

像小猪唛这样在网络中寻找职场空间的人,现在正越来越多。有关数据显示,在我国,超过1亿户的网民中,有近8000万的用户体验过网络交易,有300万家商户在网上每天乐此不疲地进行采购。

如果要问网上开店的魅力何在,那最吸引人的一点就是它超低的“起步价”,几件货品就可以开个属于自己的店,店铺租金全免,本金随意,兼职亦可。

正因为如此,国内首家网络立体商城已于近日在义乌亮相。该“商城”规模达2800万平方米,细分为20多个专业市场,可容纳近20万个网上立体商铺,涵盖义乌国际商贸城小商品行业的1500多个大类、近40万种商品,结构和商铺设计均以义乌国际商贸城为蓝本。

正因为如此,网上开店成为许多人创业路上迈出的第一步。来自易趣网的数据显示,在该网站的上万个店铺中,在校大学生开的“网店”占到40%。目前,网络创业主要形式有:网上开店,在网上注册成立网络商店;网上加盟,以某个电子商务网站门店的形式经营,利用母体网站的货源和销售渠道。

也正因为如此,网络给女性职场带来了别样的色彩。同样来自易趣网的数据显示,2005年网上卖家中,女性的构成比例月增长幅度超过36.6%。而这一比例还在不断上升。

此外,对网络的钟爱逐步影响到很多消费者的生活,一些消费者开始考虑将部分生活用品的采购通过网络来完成。多次成功的尝试,使他们开始乐此不疲,并逐渐相信网络购物的诚信度、准确度,也渐渐养成网上购物的习惯。

在网络急速发展的今天,很难说是买家成就了卖家,还是卖家成就了买家。但有一点可以肯定,在互联网这一强大载体上,供需关系的平衡,使买卖双方各取所需:买家在便利中获取财富,卖家在获利中赢得财富。在互惠互利中,买卖双方找到了“致富”新手段。

(资料来源:宁夏商务信息中心,2006-04-06)