

新世纪高职高专规划教材·电子商务系列

网站设计与维护

吴林华 主编

中国铁道出版社

北京·月坛

内 容 简 介

全书共 12 章,第 1 章为网站概述,第 2 章为网站规划与设计,建站前的准备工作,建站费用估算,域名选择和注册方法,网站风格及其创意,第 3 章为网站技术,第 4 章介绍 Web 服务器的安装、配置和管理,第 5 章介绍 Web 数据库的基本概念,用 PHP 建立数据库的基本方法,第 6 章介绍商务网站的发布及维护,第 7 章介绍商务网站的推广,第 8 章介绍计算机网络安全与管理等。

本书读者对象为高职高专师生、网络用户及相关人员。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

网站设计与维护 林华主编 北京:电子工业出版社,2012.10

21 世纪高职高专规划教材·电子商务系列

ISBN 978-7-121-18412-0

I ①网... II ②林... III ③网站—设计—高等学校:技术学校—教材④网站—维护—高等学校:技术学校—教材 IV ⑤G642.4⑥F713.72

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 240222 号

责任编辑:杨逢仪

印 刷:

出版发行:电子工业出版社 北京:毓麟曾凌露蒋景才蒋士

北京市海淀区万寿路 193 信箱 邮编 100036

经 销:各地新华书店

开 本:787mm×1092mm 1/16 印张:19.5 字数:360 千字

版 次:2012 年 10 月第 1 版 2012 年 10 月第 1 次印刷

印 数:5000 册 定价:39.80 元

凡购买电子工业出版社的图书,如有缺损问题,请向购买书店调换。若书店售缺,请与本社发行部联系。

联系电话:(010)88089300

序

高等职业教育是我国高等教育的重要组成部分。近几年,我国高等职业教育迅速发展,为社会主义现代化建设和市场经济的发展培养了大批生产、建设、管理、服务等第一线急需的高等技术应用型专门人才。高等职业教育人才培养模式的基本特征,决定了以“应用”为主旨的构建课程的教学内容体系。因而,加强高等职业教育教材建设,编写适应高等职业教育教学改革并具有一定特色的教材,是非常必要的。根据这一要求,中国商业高等职业教育研究会组织了一批学术水平较高、职业教育教学经验丰富、实践能力强的教师,成立了“商业高等职业教育教材建设委员会”。规划在三年时间内,编写“市场营销”、“财务会计”、“电子商务”、“酒店管理”、“物流管理”等五个专业系列教材。为了保证教材编写质量,教材建设委员会在全国有关高职院校遴选了一批专业造诣较高、编写教材经验丰富、责任心强的骨干教师组成编写队伍。编写人员根据高等职业教育培养目标,按照教育部《高职高专教育基础课教学基本要求》和《高职高专教育专业人才培养目标及规格》的要求,对各专业人才培养目标和人才培养模式进行了认真调研和讨论,对各专业培养目标进行了定位,对专业能力提出了具体要求,从而确定各专业主干课程和应编写的教材,以及各门课程教材的编写模式和编写要求,保证教材具有“内容创新、特色鲜明、实用性强、系统配套”等特点。

高等职业教育的根本任务是培养高等技术应用型专门人才,教育教学过程应以培养技术应用能力为主线设计学生的知识、能力、素质结构,毕业生应具有基础理论知识适度、技术应用能力强、知识面较宽、素质高等特点。为此,各专业系列教材在编好基本教材的基础上,分别根据各门课程特点,相应配套编写了《学习指导与训练》、《课程模拟实训》、《案例》等辅助教材,以配合理论教学,加强技能训练,保证学生技术应用能力的提高。基本教材理论适度,知识面较宽,内容新,辅助教材训练方式、方法适当,是高等职业教育教学可选的理想教材之一,适于各种类型的高等职业院校使用。

中国商业高等职业教育研究会组织编写的五个专业系列教材,充分吸取了高职院校教材建设的成功经验和教学成果,但随着高等职业教育改革新成果的不断涌现和市场人才需求的变化,教材建设必须与时俱进,我们将及时修订,以满足高等职业教育发展的需要。

中国商业高等职业教育研究会

二〇〇四年 猿月

圆世纪高职高专规划教材·电子商务系列编委会

名誉主任：

王晋卿(教育部商业职业教育教学指导委员会主任)

领导小组主任：

杭中茂(无锡商业职业技术学院院长)

成 员(以下按姓氏笔划为序)

方光罗(安徽商贸职业技术学院院长)

文宏武(电子工业出版社总编、副社长)

俞吉兴(浙江商业职业技术学院院长)

李明泉(山东商业职业技术学院党委书记)

沈耀泉(深圳职业技术学院副院长)

张百章(浙江宁波工商职业技术学院院长)

周锦成(浙江温州职业技术学院院长)

胡燕燕(浙江商业职业技术学院常务副院长)

钱建文(无锡商业职业技术学院党委副书记)

胡有为(中国商业高等职业教育研究会秘书长)

吴金法(浙江温州职业技术学院教务主任)

编审会成员(按姓氏笔划为序)

王传臣(电子工业出版社副总编)

王自勤(浙江经济职业技术学院副教授)

方 程(浙江工商职业技术学院副教授)

李永平(浙江温州职业技术学院副教授)

束传政(电子工业出版社编室副主任)

吴林华(浙江商业职业技术学院副教授)

吴金法(浙江温州职业技术学院副教授)

汪 治(深圳职业技术学院副教授)

沈凤池(浙江商业职业技术学院副教授)

汪国璋(无锡商业职业技术学院副教授)

陈月波(浙江金融职业技术学院副教授)

竺南直(电子工业出版社编室主任)

徐育裴(浙江温州职业技术学院副教授)

熊卫民(无锡商业职业技术学院副教授)

秘书成员

杨逢仪(电子工业出版社副编审)

前 言

随着因特网技术的成熟和电子商务的迅速发展，因特网的用户将不断增加，在不久的将来全民上网将成为现实。在竞争日趋激烈的时代，企业建立自己的网站，以便充分利用计算机网络技术所带来的简便、高速的信息传输和处理能力，使企业在当今这个信息爆炸的时代立于不败之地已成为必然的选择。

网站设计与维护是一项系统工程，从最初的网站目标的规划、网站平台的选择、服务器准备到网页制作再到后期的发布宣传及维护，缺哪一部分都会影响网站的效果。本书通过对网站规划与设计进行全过程的介绍，使读者可以清楚地了解并掌握网站的功能及建设步骤，顺利而迅速地搭建起自己的商务平台，以便今后为企业提供更多的商业机会，提高企业的综合竞争力。

本书共 8 章。第 1 章介绍网站的基本种类，分析企业建立网站的优势，介绍了网站规划与设计的一般原则及网站建设的主要步骤，并对成功网站作了较细致的分析。第 2 章介绍网站建设前的准备工作，包括目标规划，软、硬件的准备，以及选择接入 Internet 方式和网站建设费用的估算；介绍了域名的选择和注册方法，以及如何架构网站平台；对网站内容开发、结构设计和网站的整体风格及其创意设计作了详细的介绍；概括了网站设计的成功要素。第 3 章主要介绍网站设计中所涉及到的几种常用技术，有 CGI 技术、ASP 技术、JSP 技术、PHP 技术、页面设计技术、网上支付技术、身份认证技术、多媒体技术。第 4 章主要介绍如何在 Windows NT 下架构一个具有 WWW 服务功能的 Web 服务器，包括它的安装、建立、配置与管理以及在建立过程中应注意的一些必要的安全性问题。第 5 章介绍 Web 数据库的基本概念，以及如何利用 SQL Server 2000 建立网站数据库的基本方法。第 6 章介绍网站的发布及网站的测试方法，网站的软件和硬件升级基本要点以及网站日常管理必须实施的内容。第 7 章介绍如何推广自己的网站，具体包括注册搜索引擎、在线推广、离线推广及整合推广。第 8 章介绍网站安全，包括防火墙的代理技术及结构，病毒防范，数据库安全及数据的备份与恢复。

本书由吴林华主编，参加编写工作的有吴林华（第 1 章，第 2 章），吴禀雅、陈建海（第 3 章），王慧、谢亮（第 4 章），吴小松（第 5 章，第 6 章），冯小涛（第 7 章），叶汝军（第 8 章）等，最后由吴林华统稿。

在编写本书过程中，参阅了大量的文献资料，恕不在此一一指明，在此向各位作者一并表示衷心的感谢。另外，书中引用了一些知名网站的网页，亦表示感谢。

由于时间紧迫，加之作者水平有限，书中缺点、错误在所难免，恳请读者批评指正。

编 者

2002 年 9 月

目 录

第 1 章 网站概述	(1)
1.1 网站的分类	(1)
1.1.1 政府类网站	(1)
1.1.2 电子商务类网站	(2)
1.1.3 免费资源服务类网站	(4)
1.1.4 在线查询类网站	(5)
1.1.5 远程互动类网站	(5)
1.1.6 健康医疗网站	(7)
1.1.7 娱乐游戏类网站	(8)
1.1.8 个人网站	(8)
1.2 企业建立网站优势	(9)
1.2.1 企业为何需要在 Internet 上建立网站	(9)
1.2.2 企业建立网站的优势	(10)
1.3 网站规划与设计的一般原则	(12)
1.4 网站建立的主要步骤	(14)
1.5 成功电子商务网站简介	(17)
1.5.1 珠穆朗玛网上超市——8848	(17)
1.5.2 携程旅行网—— http://www.ctrip.com	(21)
思考题	(24)
第 2 章 网站规划与设计	(25)
2.1 网站建设前的准备工作	(25)
2.1.1 目标规划	(25)
2.1.2 准备建站所需的软硬件	(28)
2.1.3 选择接入 Internet 方式	(30)
2.1.4 估算网站建设及运行费用	(31)
2.2 域名策略	(32)
2.2.1 域名选择	(32)
2.2.2 域名注册	(36)
2.2.3 申请中的注意事项	(42)
2.3 架构网站平台	(43)
2.3.1 平台选择	(43)
2.3.2 Web 服务器	(50)
2.3.3 平台建设	(52)
2.4 网站内容开发	(52)

2.4.1	网站主题的定位	(53)
2.4.2	网站的名称设计	(54)
2.4.3	定位网站的 CI 形象	(54)
2.4.4	网站的内容确定	(56)
2.5	网站结构设计	(61)
2.5.1	网站结构的设计原则	(61)
2.5.2	网站结构方案分析	(64)
2.5.3	网站结构蓝图	(66)
2.6	网站的整体风格及其创意设计	(67)
2.6.1	网站的整体风格的确立	(67)
2.6.2	网站创意的产生	(68)
2.6.3	网站外观的基本要素	(69)
2.7	网站设计成功要素	(74)
	思考题	(77)
第 3 章	网站技术	(78)
3.1	CGI 技术简介	(78)
3.2	ASP 技术	(83)
3.2.1	ASP 技术简介	(83)
3.2.2	ASP 的基础知识	(84)
3.3	JSP 技术	(95)
3.4	PHP 技术	(97)
3.5	页面设计技术	(99)
3.6	网上支付技术	(101)
3.6.1	网上支付技术概述	(101)
3.6.2	网上支付的主要形式	(101)
3.7	身份认证技术	(104)
3.7.1	身份认证和认证中心	(104)
3.7.2	身份认证的方法	(105)
3.7.3	数字证书	(105)
3.8	多媒体技术	(110)
3.8.1	多媒体信息概述	(110)
3.8.2	常用的多媒体技术	(110)
	思考题	(112)
第 4 章	Web Server 的安装、配置与管理	(113)
4.1	Web Server 的安装	(113)
4.1.1	NT 的安装	(113)
4.1.2	IIS 的安装	(115)
4.2	Web Server 基本配置	(117)
4.2.1	利用 IIS 的默认值建立站点	(118)
4.2.2	启动、暂停及停止站点	(118)

4.2.3	添加及删除站点	(119)
4.2.4	备份/恢复配置数据	(121)
4.2.5	虚拟目录	(122)
4.3	Web Server 的管理	(123)
4.3.1	Web 站点选项卡	(124)
4.3.2	文档选项卡	(125)
4.3.3	操作员选项卡	(126)
4.3.4	目录安全性选项卡	(127)
4.3.5	性能选项卡	(129)
4.3.6	主目录选项卡	(130)
4.3.7	应用程序设置	(133)
4.4	IIS 的高级应用	(133)
4.4.1	Web 站点共用 IP 地址	(133)
4.4.2	Web 站点共用 IP 地址应注意的事项	(136)
4.4.3	一个 Web 站点使用多个 IP 地址	(137)
	思考题	(139)
第 5 章	Web 数据库的设计及实现	(140)
5.1	Web 数据库概述	(140)
5.1.1	Web 数据库的概念	(140)
5.1.2	网站数据库的开发环境	(141)
5.1.3	开放式数据库连接 ODBC	(141)
5.2	数据库设计	(141)
5.2.1	关系数据库模型简述	(141)
5.2.2	数据表的设计	(142)
5.3	用 SQL 建立数据库	(143)
5.3.1	SQL 语言简介	(143)
5.3.2	在 SQL Server 中建库	(146)
5.3.3	在 SQL Server 中建立数据表	(147)
5.4	设置 ODBC 数据源	(151)
5.4.1	ODBC 概述	(151)
5.4.2	设置 ODBC 数据源	(152)
	思考题	(154)
第 6 章	网站的发布及维护	(155)
6.1	网站的测试	(155)
6.1.1	网站的测试	(155)
6.1.2	网站统计	(156)
6.1.3	具体测试	(156)
6.2	网页的发布	(157)
6.2.1	CuteFTP 的安装与应用	(157)

6.2.2 附加图解	(159)
6.3 站点的修改——网站升级	(160)
6.4 站点的维护	(161)
6.4.1 设置网站管理员	(161)
6.4.2 网站维护的主要内容	(163)
思考题	(168)
第7章 网站的推广	(169)
7.1 注册搜索引擎	(169)
7.1.1 搜索引擎的概念	(169)
7.1.2 站点注册的必要性	(171)
7.1.3 进行站点注册	(172)
7.1.4 网站注册实例	(176)
7.2 在线推广	(179)
7.2.1 在线广告推广	(179)
7.2.2 网站链接	(181)
7.2.3 利用其他互联网服务推广	(182)
7.3 离线推广	(184)
7.3.1 离线广告推广	(184)
7.3.2 户外媒体	(185)
7.4 整合推广	(185)
7.4.1 整合推广的概念	(185)
7.4.2 整合推广的策略要素	(186)
思考题	(187)
第8章 网站安全与管理	(188)
8.1 计算机网络安全概述	(188)
8.1.1 网站安全的含义和内容	(188)
8.1.2 网站的安全性能	(189)
8.1.3 网站安全因素	(190)
8.1.4 网络攻击类型	(191)
8.1.5 网络安全策略	(192)
8.2 防火墙技术	(196)
8.2.1 防火墙概述	(196)
8.2.2 网络防火墙中的代理技术的应用	(196)
8.2.3 防火墙结构	(198)
8.3 计算机病毒	(200)
8.3.1 计算机病毒	(200)
8.4 数据库安全	(204)
8.4.1 数据库安全系统概述	(204)
8.4.2 数据库系统基本安全框架	(205)

8.4.3 数据的备份	(206)
8.4.4 数据的恢复	(209)
8.4.5 数据备份制度	(211)
思考题	(213)
参考文献	(214)

第1章 网站概述

知识要点

- 着重介绍网站的分类，列举各类网站的典型实例
- 分析企业建立网站的优势，概括网站规划与设计的一般原则
- 介绍网站建设的主要步骤，并以成功网站实例进行具体分析

1.1 网站的分类

Internet 实现了世界范围内的网络间的互联和信息共享，没有地理上的差别和时间上的限制，其互联性、开放性和共享信息的模式，打破了传统信息传播方式的重重壁垒，将全世界紧密地联系起来，成为信息的“高速公路”。随着计算机网络技术和通信技术的发展，Internet 将深入到社会的每个角落，改变了社会，带动经济与文化的飞速发展，也为我们的学习、工作、生活和娱乐带来了极大的方便。

在“信息高速公路”上存放数据信息或提供服务的地方就称之为网站。根据信息流转、传递及提供服务的方式，通常可以将网站分为：政府类网站、电子商务类网站、免费资源服务类网站、在线查询类网站、远程互动类网站、咨询求助类网站和娱乐类网站。下面我们进行简单的介绍。

1.1.1 政府类网站

据不完全统计，在 Internet 上发生的信息需求与供给总量之中，有 80% 与政府信息有关。这一结论并不出乎意料，在日常生活中，政府一向是重要的权威信息提供者，人们一方面需要通过政府网站了解政府的法律法规、最新动态、便民措施、施政纲领；另一方面，政府网站具有商业网站所无法比拟的功能，即能够通过开展网上办公锁定大量的信息使用者，如网上纳税、网上预约、网上公文传送等。同时，政府本身又是信息的最大使用者，政府的各项决策需要大量的相关信息和及时的数据支持，这一方面需要集中管理的海量数据库的支持，同时需要分布式的信息获取机制的支持，Internet 和数以千万计的网站就是一种最经济、最便捷的信息获取系统。图 1.1 所示的就是杭州市政府网站的主页。

从该主页中我们可以看到，该网站是杭州市政府与社会交流的一个交互式的窗口，具有以下几个方面的功能：

动态信息发布功能——Internet 网站是一种出版成本低廉的媒体，政府网站可以提供在线公告栏，政务动态信息的采编、审核、发布、检索等功能。

在线调查功能——Internet 网站不同于一般媒体的最大特点就是其具有实时的交互性，可以通过网站及时、全天候地获得公众意见，作为政务工作的参考依据，可以从中了解到公众对政府工作的关心程度和关心侧重点。

全文检索功能——大量的法律、法规、政策信息必须有方便的检索功能。目前除一般具有针对本网站内容的全文检索功能外，政府网站更为需要的是对下属子站点的全文智能

化搜索引擎和全文跨库检索功能。



图 1.1 杭州市政府网站 (<http://www.hangzhou.gov.cn>)

资金转移、公文传送——网上办公一直是政府各级部门的努力目标，如果说以前这只是对办公自动化（OA）未来应用的一种展望，那么当政府的各级部门纷纷在 Internet 上建立起自己的网站之后，实现这一目标已是指日可待。目前急需解决的核心技术问题是安全加密、数字签名和身份认证问题，必须在网上实现具有“公章”效果的数字化权威防伪标记，如不解决这些问题就不可能替代政府部门使用的纸质文件。目前，随着电子商务技术的发展，上述问题都已基本得到解决，只要配合符合网上办公的业务流程，网上办公即可得以开展。

1.1.2 电子商务类网站

电子商务是以应用互联网为核心的利用信息技术手段的商务活动，电子商务有狭义和广义之分。狭义的电子商务（Electronic Commerce）是指利用互联网提供的通信手段在网上进行交易。广义的电子商务是指包括电子交易在内的，利用网络环境进行的各种各样的商务活动，如客户服务、商品管理、资源调配、市场分析等，亦称为电子商业（E-Business）。电子商务类网站是指着重提供网上电子商务活动的网站。电子商务常见的模式为：企业对企业（B to B）、企业对客户（B to C）、客户对客户（C to C）、客户对企业（C to B）。另外，还有客户对政府机构及商业机构对行政机构模式。

1. 企业对企业（B to B）

B to B 是 Business to Business 的简称，是企业与企业之间进行的电子商务活动，其模式是将公司产品由一家公司通过互联网推广至其他公司。B to B 的电子商务发展最快，特别是企业之间通过专用增值网络，采用 EDI 技术，使企业对企业的电子商务得到了迅速扩大和推广。一般认为，B to B 模式的典型是美国的 Cisco 公司。

我国的阿里巴巴网站是一家以 B to B 形式为主要模式的电子商务网站，它是在国际贸易

领域中最大、最活跃的网上市场之一，拥有 200 个国家或地区注册的 56 万会员，每天提供来自全球最新的 3 000 多个商业机会。图 1.2 所示的是著名的电子商务网站——阿里巴巴的主页。



图 1.2 阿里巴巴网站主页 (http://china.alibaba.com)

2. 企业对客户 (B to C)

B to C 是 Business to Consumer 的简称，是企业与消费者之间进行的电子商务活动。这类电子商务主要是借助于国际互联网所开展的在线式销售活动。简单地说，企业对消费者的电子商务基本等同于商业电子化的零售商务，如 Internet 上各种类型的商业中心，提供网上鲜花、书籍、计算机、汽车和各种消费商品交易和服务。其典型是美国亚马逊网上书店，图 1.3 所示的是其主页。

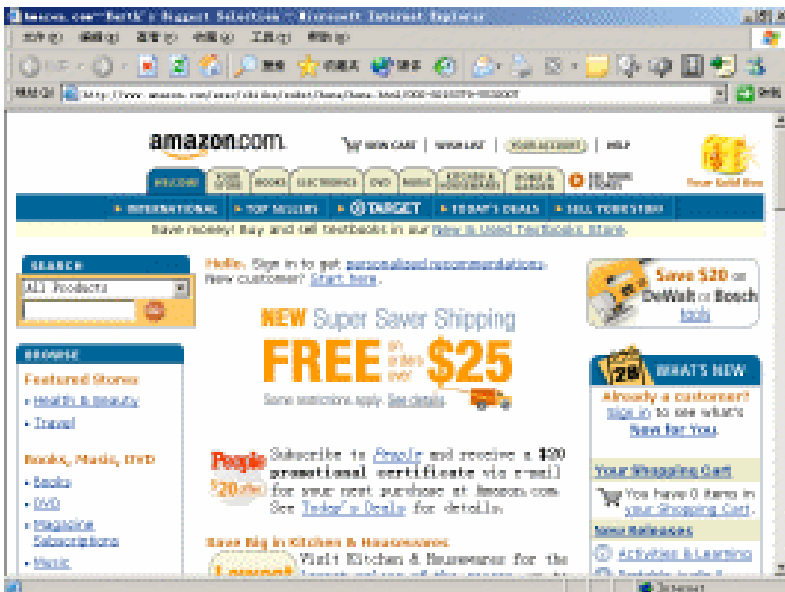


图 1.3 亚马逊网上书店主页 (http://www.amazon.com)

3. 客户对客户 (C to C)

C to C 是 Consumer to Consumer 的简称, 是一个为广大上网的消费者之间提供交易场所的平台企业。互联网将以往无法形成交易关系的个人通过互联网发生经济关系, 并使供求关系的平衡在交易规模最大化的情况下达到最优的境界, 所以, 这种 C to C 的拍卖、竞价方式也是全人类经济发展的一个重要创新。如我国的雅宝拍卖网, 它是一个集个人竞价、集体议价、标价求购和拍卖在线四种交易方式于一体的电子商务平台, 主要提供买卖信息、在线交易和信用保障在内的一系列解决方案, 其主页如图 1.4 所示。



图 1.4 雅宝拍卖网首页 (http://www.yabuy.com)

4. 客户对企业 (C to B)

C to B 是 Consumer to Business 的简称, 是一个由消费者在线实时需求而驱动上游供应链的信息中介。C to B 电子商务一般有两种形式: 个人交易与共同竞价。前者最大的特点是买方的需求实时驱动价格决策, 对于固定资产投资比率较高、成本较低的服务领域 (如航空公司、酒店等行业) 特别适合。而共同竞价模式比个人交易 C to C 模式有较随意的议价空间。由于众人竞价的成交需经过许多轮竞价之后才能对厂家产生影响, 得到实质上的价格优惠, 成交等待周期比其他模式要长很多。

1.1.3 免费资源服务类网站

免费资源服务类网站是指着重提供 Internet 网络免费资源和免费服务的网站。免费资源包括电子刊物、自由软件、图片、电子图书、技术资料、音乐和影视等; 免费服务包括电子邮件、BBS、虚拟社区、免费主页、传真等。免费资源服务有很大的公益性质, 比较受欢迎, 比如人民日报网络版的网站, 如图 1.5 所示。人们通过 Web 浏览器便可做到“秀才不出门, 遍知天下事”。



图 1.5 人民日报网络版主页 (http://www.peopledaily.com.cn)

1.1.4 在线查询类网站

在线查询类网站能帮助浏览者在浩瀚的因特网上在线查询到所需的网站地址和内容，浏览者只须输入几个模糊的关键字，就可以按照要求显示出某一范围内的信息，从而进一步缩小查找区域，快速确定浏览目标。

例如，门户型网站就属于在线查询类网站，它通过全文搜索引擎快速检索网站和网页信息，为用户提供网络导航。由于 Internet 上的网站数目繁多，并且每天都在不断涌现，其中有很多的优秀网站。为了让用户能尽快地知道这些新网站的地址和内容，门户型网站将尽可能多的网站和网页保存起来，并进行分类索引，提供搜索引擎供用户查找。

新浪网搜索引擎是面向全球华人的资源查询系统，它分别有中文网页、英文网页，提供新闻、软件、游戏等查询服务，目前共有 14 大类目录，1 万多个细目和 20 多万个网站，是互联网上最大规模的中文搜索引擎之一。除了资源查询外，新浪网搜索引擎推出了更多的内容和服务。它包括：今日焦点、评论空间、新浪酷站、本周新站、引擎世界、少儿搜索、WAP 搜索、我做新浪搜索、搜索论坛等。无论是在新浪搜索登录新站，还是在网上查询资料，新浪搜索提供的都是完全免费的服务。新浪网搜索引擎页面如图 1.6 所示。门户型网站曾一度非常热门，主要是 Yahoo 网站在这方面的巨大成功，目前，Yahoo 网站还保持着“世界第一门户网站”之称，其最高访问量达到每天上亿次点击。雅虎网搜索引擎如图 1.7 所示。

1.1.5 远程互动类网站

远程互动类网站是利用互联网进行远程教育、医疗诊断等交互性应用服务的网站。随着 Internet 基础技术的不断提高，远程互动类网站将由现在非实时互动向实时互动发展，并运用多媒体技术增强互动感性效果。例如清华大学远程教育网，如图 1.8 所示。

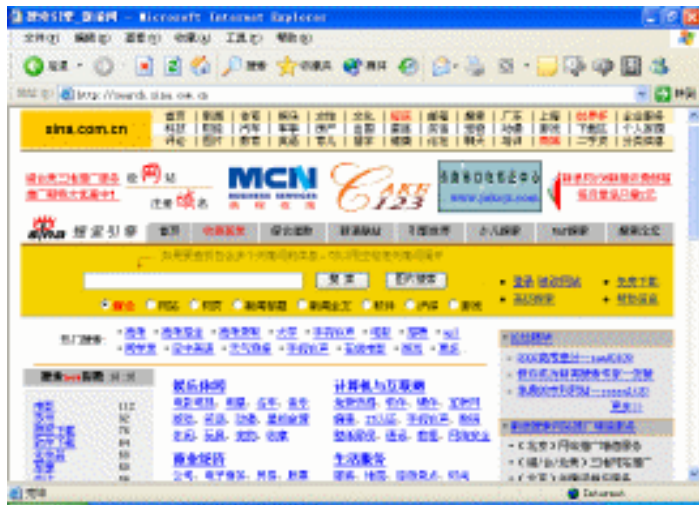


图 1.6 新浪网主页（网址）



图 1.7 雅虎中国网主页（http://cn.Yahoo.com）



图 1.8 清华大学远程教育网主页（http://166.111.18.8/yuanch.htm）

网上大学是远程教育的一种，目前被称为“现代远程教育”，以区别于函授、广播、有线电视、视频点播等传统的教育形式。网上大学利用现代网络手段和信息技术，以多媒体、交互式的特征，远距离、快速度、高质量地传送教学声像、图文和数据，从而实现教学目的的一种新型教学模式。网上大学的优势在于突破了时间与地点的限制，极大地方便了广大在职科技人员的继续教育。再比如全球英语网站，如图 1.9 所示。全球英语网站是一个相当权威的英语学习网站，它面向全世界英语爱好者，提供多种访问语言。进入该站点后，会出现一个公告栏，要求选择用户所使用的母语。该网站栏目丰富、分类明确，查看起来一目了然。目前开设的栏目有：网上课程、网上杂志、趣味游戏、社区服务、职业天地等。



图 1.9 全球英语网站 (<http://globalenglish.com>)

另外，许多大学都有远程教育网站，如浙江大学远程教育网 (<http://www.zjuyc.com/>) 上海交通大学远程教育网 (<http://www.dlc.sjru.edu.cn/icdex.asp>) 等。除大学外，在互联网上还有许多中小学网站，以及科普网站、其他学习网站等，在此不一一详述了。

1.1.6 健康医疗网站

互联网进入我们的生活，改善我们的生存空间。医疗、保健方面站点的出现无疑为我们提供了一种快捷、方便的强身、健体之路。如图 1.10 是上海助医网的主页。

上海助医网是由上海市卫生局信息中心和上海汇银投资有限公司共同组建的医疗服务信息网站，并由上海汇申信息网络有限公司经营。随着医疗体制改革的深入进行，它将逐步形成社区化、人性化、多层次的网络医疗服务体系。上海助医网开设有多栏目，内容非常丰富，包括政务之声、医疗机构、医疗服务、专家咨询、就医知识、疾病专区、健康你我、中医园地、支付中心。各栏目下又包含更具体、丰富的子栏目，例如在政务之声里又包含了卫生要闻、信息公示、医疗特色、医学领先学科、医学优秀人才、重大疾病攻关及政策法规等子栏目。

为起到面向公众的健康指导作用，助医网凭借对医药行业的精深了解和自身强大资源，面向广大患者，全方位地提供上海地区医疗服务信息，为各种人群提供及时、优良、广泛的