



21世纪高职高专计算机类立体化精品教材·信息管理系列
工学结合教学改革与创新成果

电子商务网站建设

薛晓光 高秀玲 李志伟 编著



华南理工大学出版社
SOUTH CHINA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY PRESS

·广州·

图书在版编目 (CIP) 数据

电子商务网站建设/薛晓光, 高秀玲, 李志伟编著. —广州: 华南理工大学出版社, 2014. 7 (2022. 6 重印)

21 世纪高职高专计算机类立体化精品教材. 信息管理系列

ISBN 978 - 7 - 5623 - 4321 - 9

I. ①电… II. ①薛… ②高… ③李… III. ①电子商务 - 网站 - 建设 - 高等职业教育 - 教材 IV. ①F713. 36 ②TP393. 092

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 154677 号

电子商务网站建设

DIANZI SHANGWU WANGZHAN JIANSHE

薛晓光 高秀玲 李志伟 编著

出版人: 韩中伟

出版发行: 华南理工大学出版社

(广州五山华南理工大学 17 号楼, 邮编 510640)

http: //www. scutpress. com. cn E-mail: scutc13@scut. edu. cn

营销部电话: 020 - 87113487 87111048 (传真)

项目策划: 王磊

执行策划: 何丽云

责任编辑: 蔡贤资 何丽云

印刷者: 天津市蓟县宏图印务有限公司

开本: 787mm × 1092mm 1/16 印张: 18.25 字数: 389 千

版次: 2014 年 7 月第 1 版 2022 年 6 月第 3 次印刷

定 价: 39.00 元

版权所有 盗版必究 印装差错 负责调换

本书从实际应用的角度出发，系统介绍了电子商务网站设计与管理的基本方法、相关技术及相关理论。主要内容有电子商务网站规划、运行环境选择与创建、前台用户系统设计、后台远程管理系统开发、网站测试、网站发布与推广和网站管理，最后介绍一些优秀网站并进行剖析。

本书在编排上，注重理论与实践相结合，采用案例教学模式，突出实践环节，设置了任务描述、任务分析、准备知识、任务实施、知识链接、拓展提高、项目小结和项目考核等特色模块。

本书既可作为高等院校信息类和经贸类电子商务专业的教材，也可作为职业培训用书。

电子商务网站是网页的集合,但电子商务网站设计与管理则是一个系统工程,不仅需要在建设前对电子商务网站进行良好的规划与设计,而且更需要在建设过程中与建设后进行合理的管理与完善的维护。本书就如何合理地规划和构建电子商务网站、如何有效地管理与维护电子商务网站等方面做了比较详细的介绍。通过电子商务网站构建过程中每一个项目的设计与管理,使学生掌握电子商务网站具体设计与制作的技能和网站管理与维护的知识。

本书依据高职高专学生的培养目标,针对高职高专学生学习的特点,以实训项目为线索,全面介绍电子商务网站设计与管理的知识与技能。全书共分8个项目,分别介绍电子商务网站规划、电子商务网站的环境选择与创建、电子商务网站前台用户系统设计、电子商务网站后台远程管理系统开发、电子商务网站测试、电子商务网站发布与推广、电子商务网站管理、电子商务网站赏析。完成整个教学过程需要54~68课时。具体课时分配:项目一4课时、项目二6课时、项目三12~16课时、项目四12~16课时、项目五6~8课时、项目六4~6课时、项目七6~8课时、项目八4课时。本课程应精讲多练,让学生在完成整个项目的过程中领会专业知识,掌握专业技能。建议本课程安排一周的课程设计,以进一步提高学生电子商务网站设计与管理综合能力。

本书在编排上,注重理论与实践相结合,采用案例教学模式,突出实践环节,设置了任务描述、任务分析、准备知识、任务实施、知识链接、拓展提高、项目小结和项目考核等特色模块。

本书由河北联合大学的薛晓光、高秀玲、李志伟编著,其中项目一至项目五由薛晓光编写,项目六、项目七由高秀玲编写,项目八由李志伟编写。参与本书整理及校对工作的还有吴涛、阚连合、张航、李伟、封超、刘博、王秀华、薛贵军、周振江、张海兵、刘阁、刘翀、陈海彬等,在此一并表示感谢。

由于电子商务网站开发技术与管理理念日新月异,加之编者水平有限,书中不妥之处在所难免,敬请读者批评指正。

编者

CONTENTS

目 录

项目一 电子商务网站规划

任务一：商务网站需求调研与

可行性分析 2

任务描述 2

任务分析 2

准备知识 2

1. 商务网站的含义 2

2. 商务网站模式 3

3. 商务网站需求调研的意义 4

4. 商务网站的可行性分析 4

任务实施 7

1. 商务网站需求调研 7

2. 商务网站技术可行性分析 9

3. 商务网站经济可行性分析 9

4. 商务网站可实施性分析 9

5. 提出建议 10

任务二：电子商务网站内容与功能设计 10

任务描述 10

任务分析 10

准备知识 10

1. 商务网站内容设计的要求 10

2. 商务网站功能设计的要求 11

3. 商务网站链接结构设计的要求 12

4. 商务网站整体风格设计的要求 12

任务实施 13

1. 商务网站信息结构设计 13

2. 商务网站功能模块的选择 15

3. 商务网站整体风格设计 15

任务三：撰写格兰仕微波炉电子商务

网站规划书 16

任务描述 16

任务分析 17

准备知识 17

任务实施 17

1. 网站设计需求 18

2. 网站语言 18

3. 网站设计风格 18

4. 网站信息结构 18

5. 在线商务推广方案 19

6. 信息交流系统设置方案 20

7. 服务收费内容（具体价格略） 20

项目小结 20

项目考核 21

项目二 电子商务网站运行环境 选择与创建

任务一：选择配置服务器软件 24

任务描述 24

任务分析	24
准备知识	24
1. 电子商务网站服务器软件	24
2. Web 服务器的安全	26
任务实施	27
1. IIS 的安装与配置	27
2. Apache 的安装与配置	31
任务二：使用 Access 建立数据库	33
任务描述	33
任务分析	33
准备知识	33
1. 关系数据库简介	34
2. Access 数据库的概述	34
3. 创建 Access 数据库	35
4. 创建 Access 数据表	36
5. Access 数据表的操作	40
6. SQL 数据库的概述	44
7. SQL Server 数据库服务器的安装	45
8. 创建 SQL Server 数据库	50
9. 创建 SQL Server 数据表	52
10. 备份与还原 SQL Server 数据库	53
11. Access 数据库移植到 SQL Server 数据库	55
任务实施	56
1. 使用 Access 数据库创建“学生管理” 数据库	56
2. 使用 Access 表设计视图创建 “学生管理”数据表	58
任务三：配置网络数据库系统 DSN	63
任务描述	63
任务分析	64
准备知识	64
1. ASP 访问数据库的方式	64
2. ODBC 简介	65
3. ADO 实现访问数据库	66
任务实施	67

1. Access 数据库系统 DSN 的配置	67
2. SQL Server 数据库系统 DSN 的配置 ..	69
3. 使用 ADO 实现访问数据库	71
任务四：建立 Web 应用开发站点	73
任务描述	73
任务分析	73
准备知识	73
任务实施	74
1. 建立面向 Web 应用的 Dreamweaver CS6 站点	74
2. 设置面向 Web 应用的 Dreamweaver CS6 站点的数据库连接	79
项目小结	79
项目考核	80

项目三 电子商务网站前台用户系统设计

任务一：设计制作美滋滋瓜子网站首页	82
任务描述	82
任务分析	82
准备知识	82
1. 首页的功能模块	82
2. 首页设计的要点	83
3. 首页设计的步骤	84
任务实施	84
1. 规划与构思	85
2. 定义首页尺寸规格、背景与布局	85
3. 设计页头	86
4. 设计页中	87
5. 设计页尾	89
6. 填充内容	90
任务二：设计美滋滋瓜子网站的二级 页面	91
任务描述	91
任务分析	92
准备知识	92

1. 新闻页面设计	92	准备知识	121
2. 产品页面设计	94	1. 系统概述	121
3. 客户支持页面设计	94	2. 设计思路	122
4. 企业信息页面设计	95	任务实施	123
任务实施	95	1. 创建数据库	123
任务三：分析电子商务网站艺术设计	97	2. 用户注册过程	125
任务描述	97	3. 用户登录过程	126
任务分析	97	4. 商品浏览	128
准备知识	97	5. 分类商品列表	130
1. 界面艺术设计形式美规律	97	6. 购物车	133
2. 界面设计的创意方法	99	7. 生成订单	138
任务实施	100	8. 会员管理	144
项目小结	101	9. 商品管理	146
项目考核	101	10. 订单管理	154
项目四 电子商务网站后台远程 管理系统开发		任务三：制作在线文件管理系统	159
任务一：制作新闻发布管理系统	104	任务描述	159
任务描述	104	任务分析	159
任务分析	104	准备知识	160
准备知识	104	1. 系统概述	160
1. 系统概述	104	2. 设计思路	160
2. 设计思路	105	任务实施	160
任务实施	106	1. 用户登录	160
1. 创建数据库	106	2. 文件管理页面	162
2. 用户注册过程	107	3. 文件上传	168
3. 新闻浏览页面	109	任务四：制作网上论坛系统	170
4. 新闻阅读页面	110	任务描述	170
5. 新闻查询页面	113	任务分析	171
6. 后台管理页面	114	准备知识	171
7. 添加新闻页面	117	1. 系统概述	171
8. 编辑新闻页面	119	2. 设计思路	171
任务二：制作在线购物管理系统	121	任务实施	171
任务描述	121	1. 创建数据库	171
任务分析	121	2. 用户登录	173
		3. 主界面	178
		4. 数据库连接文件	195
		项目小结	197

项目考核197

项目五 电子商务网站测试

任务一：测试程序及数据库200

任务描述200

任务分析200

准备知识200

1. 服务器稳定性测试201

2. 安全性测试206

3. 程序及数据库测试207

任务实施208

1. 数据库测试208

2. 程序测试208

任务二：测试网页209

任务描述209

任务分析209

准备知识209

1. 网页测试的内容209

2. 网页测试的方法211

任务实施212

1. 浏览器测试212

2. 链接测试212

项目小结213

项目考核213

项目六 电子商务网站发布与推广

任务一：注册商务网站域名215

任务描述215

任务分析215

准备知识215

1. 域名注册215

2. ISP(Internet Service Provider, 互联网服务提供者)的选择217

任务实施219

1. 查询注册域名219

2. 填写注册申请表219

3. 等待审核书面申请220

4. 书面申请材料的审核220

5. 交纳注册费用220

6. 注册成功220

任务二：发布电子商务网站221

任务描述221

任务分析221

准备知识221

1. 网站建立方式221

2. FTP 软件223

任务实施224

任务三：推广电子商务网站225

任务描述225

任务分析225

准备知识225

1. 注册到著名的搜索引擎225

2. 关联网站226

任务实施227

1. 选择客户语言和地区227

2. 制作第一个关键词广告227

3. 选择关键词(关键字)228

4. 为关键词广告定价228

5. 修改完成关键词广告228

6. 真正的账户注册228

项目小结230

项目考核230

项目七 电子商务网站管理

任务一：商务网站运行管理233

任务描述233

任务分析233

准备知识233

1. 商务网站管理模式233

2. 商务网站管理层次	233
3. 商务网站管理结构	234
4. 商务网站内容管理	235
任务实施	237
1. 客户购物流程的设计	237
2. 管理者管理流程的设计	238
3. 商务网站运行管理制度的制定	239
任务二：商务网站安全管理	240
任务描述	240
任务分析	240
准备知识	240
1. 商务网站安全管理的意义	240
2. 商务网站安全缺陷	241
3. 商务网站安全漏洞分析	241
任务实施	242
1. 商务网站安全状况监控	242
2. 商务网站安全策略的制定	243
任务三：评价商务网站	244
任务描述	244
任务分析	245
准备知识	245
1. 网站评估的方法	245
2. 网站评估指标	246
任务实施	247
1. 选择商务网站评估指标	247
2. 调查研究与收集商务网站评估 需要的数据	248
3. 确定商务网站评估指标计算方法	248
4. 组织与实施对商务网站的评估工作	249
5. 撰写商务网站评估报告	250
项目小结	250
项目考核	250
项目八 电子商务网站赏析	
任务一：使用阿里巴巴电子网站购物	253
任务描述	253
任务分析	253
准备知识	253
1. 阿里巴巴中文站	254
2. 阿里巴巴国际站	255
3. 阿里巴巴天猫淘宝站	255
4. 阿里巴巴支付宝	257
5. 百度中文网站	259
6. 百度搜索	263
任务实施	264
任务二：使用三星中文电子商务网站 购物	268
任务描述	268
任务分析	268
准备知识	268
1. 三星中文电子商务网站首页	268
2. 三星中文电子商务网站的功能模块	269
任务实施	274
任务三：通过电子商务网站查看奔驰 车型	276
任务描述	276
任务分析	276
准备知识	276
1. 奔驰公司首页赏析	276
任务实施	277
项目小结	279
项目考核	279
参考文献	281

项目一

电子商务网站规划

项目要点

- 商务网站模式
- 商务网站设计
- 商务网站规划
- 商务网站需求调研与可行性分析
- 电子商务网站内容与功能设计
- 撰写格兰仕微波炉电子商务网站规划书

引言

在本项目中，通过 3 个工作任务，向读者展示创建电子商务网站前的调研分析、规划以及撰写规划书等内容，为创建商务网站做前期策划。

任务一：商务网站需求调研与可行性分析

任务描述

小张的朋友准备创业，需要创建电子商务网站，为此希望从事电子商务工作的小张作为自己的电子商务创业顾问。小张准备整理出建设电子商务网站之前需要注意的事项，供朋友参考。

任务分析

用户在创建电子商务网站之前需要规划网站的方向，对网站做一系列的市场调研，分析可行性、经济性和实施性，并综合调研分析提出意见，从而展开创建网站的后续工作。

准备知识

1. 商务网站的含义

众所周知，未来商务交易的主要运营模式是电子商务，而电子商务实施与运作有赖于电子商务系统，电子商务网站则是电子商务系统工作与运作的承担者与表现者。一般来说，电子商务网站由一系列网页、后台服务器、网络设备和数据库等软件和硬件组成。电子商务网站是企业开展电子商务活动的基本手段，是企业树立企业形象，与用户交流和沟通的窗口，也是买卖双方信息交流的渠道，是企业展示其产品与服务的平台。

电子商务网站的构成要素依据网站类型和规模的不同而各有差异。一般情况下，企业特别是中小企业在建立电子商务网站时，并不一定要构建网络基础设施，可以借用公众的网络多媒体平台搭建自己的网站运行平台，因此构建电子商务网站时，只要重点考虑网站的软件结构与网页的结构设计以及数据库系统的选择与开发。图 1-1 展示的是典型的电子商务网站构成。

知识链接

电子商务网站软件系统的功能应该包括商品目录显示、购物车功能、交易处理、支持商品陈列与店铺展示工具、支持在线支付等。

由于电子商务网站对系统安全、运行速度和运行效率等方面有较高的要求，因此无论是在选择网络接入方式还是在选择数据库时，都必须考虑满足多方面的要求，以保证为企业提供强大的前台与后台管理功能，使用户安全、快捷地实现电子商务。

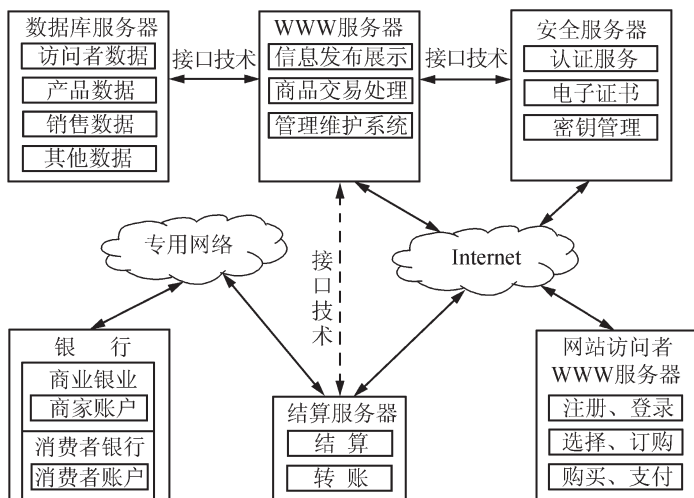


图 1-1 典型的电子商务网站构成

2. 商务网站模式

电子商务网站根据所采用的技术不同，可以分为基于 ERP（Enterprise Resource Planning）的内联网电子商务网站模式、基于 EDI（Electronic Data Interchange）的外联网电子商务网站模式与基于 Web 的互联网电子商务网站模式。目前，基于 Web 的互联网电子商务网站模式已成为主流，它主要是通过建设 Web 站点，让互联网访问者在规定的权限内获取与发送信息，实现网站交易双方之间的信息流、资金流、物资流的高效畅通和自动化进行，完成商业贸易活动。它具体有以下几种形式。

1) 网上商店

由企业在互联网上建立网上商店，在网上推销商品与服务并开展网络营销活动。在这种形式下，企业通过网站传达自己的经营理念、发布产品信息、树立企业形象；并提供商品在线订购和在线支付等基本功能。这种形式也就是通常所说的 B2C 网站。

如果将多个网上商店集合就形成了网上购物中心，这个中心实际上是一个基于网络环境的中间商。

2) 网上拍卖平台

这种形式是参照传统的拍卖方式，卖方运用网络多媒体技术将需要拍卖的商品在网上展示与拍卖，免除了将实物商品移动到拍卖场所带来的一系列问题。买方也通过网络参与竞拍，从而实现足不出户就能完成商品的所有权的转移。在这种形式下，拍卖平台的建设者从买卖双方的交易活动及相关活动中获取利益。淘宝网与 eBay 中国就是网上拍卖平台的典型代表。

3) 第三方交易市场

这种形式的特点是产品供应商的网络营销活动交给第三方交易市场来完成。第三

chapter
01chapter
02chapter
03chapter
04chapter
05chapter
06chapter
07chapter
08

方交易市场为商品的供应商建立产品目录,提供界面和产品数量数据库。由于第三方交易市场具有明显的行业特性,商品采购商在第三方交易市场上很容易地找到理想的商品与价格,并在第三方交易市场提供的各种服务下顺利、安全地完成交易。阿里巴巴网、中国煤焦数字交易市场都是这一类的网站。

4) 网上采购中心

网上采购中心是专门用来将商品与服务在网上招标与采购的网站。国家要求政府部门、事业单位或大企业采购大件商品或者贵重物品时都要根据有关规定,采用这种电子采购模式,以降低采购成本,同时使购买过程公开化、公正化和程序化。

3. 商务网站需求调研的意义

电子商务网站的需求调研是建设好电子商务网站的第一步,只有明确了网站建设所要实现的功能及想要达到的目的,才能使后续的网站规划与设计有基本的依据。

网站的需求调研主要解决的问题是明确网站的使用者、建设网站的主要目的、核心的业务流程、网站建设的技术条件、用户群之间的关系等。在这里,网站的使用者是多种多样的。可能是消费者或企业,也可能是行业领导机构。即使是企业,也因为分工不同而有不同的使用者。各种不同的使用者对网站建设都有不同的期望,他们希望得到什么或者网站能提供什么都是他们所关心的,也是在调研阶段应该明确的。



知识链接

除此以外,电子商务网站的调研还必须对竞争对手进行调查分析,了解竞争对手网站的主要业务、网站的基本架构、营运策略等,从而学习竞争对手的长处,吸取竞争对手的经验,突出自己的优势。

4. 商务网站的可行性分析

电子商务网站的可行性分析包括技术可行性分析和经济可行性分析。

1) 技术可行性分析

电子商务网站技术可行性分析是指对电子商务网站的建设与运行阶段所涉及的硬件、软件与相关技术等方面进行分析。随着网络技术的发展,支撑电子商务应用的技术日益增多。从技术上说,以下技术适合于电子商务的应用。

(1) EDI 技术

EDI 技术是以报文交换为基础的数据交换技术,它推动了世界贸易的电子化。在电子商务的应用过程中,EDI 可用于单证与商务文件的传递与交换以及客户管理等方面。

(2) 电子邮件

电子邮件技术广泛应用于电子商务活动中,它为客户与合作伙伴之间提供实时的

商务信息交流、信息查询、信息反馈的平台，也为企业与员工之间架设了沟通的桥梁。

(3) Web 技术

Web 技术在商务活动中的应用极大地扩大了商务活动的范围。基于 Internet 与 Intranet 的电子商务，可以完成信息发布、信息浏览、信息查询、信息处理和信息检索等任务。

(4) 数据仓库与数据挖掘技术

数据仓库与数据挖掘技术在电子商务活动中主要用于各种大量的繁杂数据的存储与分析，并提高数据处理的效率。

(5) 条形码技术

在电子商务中，条形码技术主要用于商品的快速判断与识别，以及客户身份的识别与鉴定，并将数据快速集成到其他的应用与数据库中。

当企业对实施电子商务并构建电子商务网站做出决策时，需要分析与确定可以满足企业需要的各种技术的可行性。增加硬件系统和选择电子商务技术的原则应该是与企业原有的技术相衔接的程度和提高企业业务能力为基准，也要考虑技术对电子商务网站功能实现的支持程度。如果企业目标层次低，所建立的网站功能简单，只是用来宣传与推广企业的形象与产品，则选择满足 Web 服务器的软硬件技术即可。



知识链接

如果企业建立网站的目标是在网上销售商品并与供应商、合作伙伴等进行网上信息交流，那么网站的功能不应仅包括发布、信息浏览、信息反馈，而且还应包括比较复杂的网上支付、网上认证等功能。在技术的选择上，要充分考虑实现这些功能的技术支持程度，需要配置包括 Web 浏览器、数据库服务、邮件服务、防火墙与代理服务器、中间组件、客户操作系统、网络服务系统、商务应用系统在内的软件与硬件设施。

2) 经济可行性分析

电子商务网站经济可行性分析是指对电子商务网站建设与运行阶段的投入与产出进行评估。电子商务网站在建设过程中需要投入大量的人力、物力和财力。人员、技术、设备和材料等投入构成了电子商务的成本，其中在规划、分析、设计与构建过程中的投入是投资的主要部分。一般情况下，将电子商务网站的成本分为构建开发成本与运行管理成本两部分。如图 1-2 所示是电子商务网站的成本构成。

电子商务网站构建的费用主要包括域名使用费用、硬件费用、主机托管费用、系统软件、开发工具及开发费用等。网站的开发费用是比较难以计算准确的。一般来说，开发费用的成本是按照员工工资、各项费用和利润来计算的，即总价=工资+费用+利润。目前，网站开发费用有多种计算方法。如果参考电子商务服务商的报价，网站

chapter
01chapter
02chapter
03chapter
04chapter
05chapter
06chapter
07chapter
08

开发费用的常见计算方法有 3 种：套餐法、时间法和项目评估法。套餐法也称页面法，即指定明确的页面数、图像数、链接数和功能等。这种办法最通用，但不是一种较好的计算办法。因为按照页面计价，开发商对有关开发费用的解释很含糊。时间法就是按照每小时成本计算的方法。但是这种方法经常遭到质疑和拒绝，因而实行起来比较困难。项目评估法是将整个项目分解成一个一个小的工作项目，评估每个工作项目的技能难度，计算其完成的时间，再根据每小时成本计价。表 1-1 列出了某网络公司页面设计报价，表 1-2 列出了某电子商务网站的成本构成。

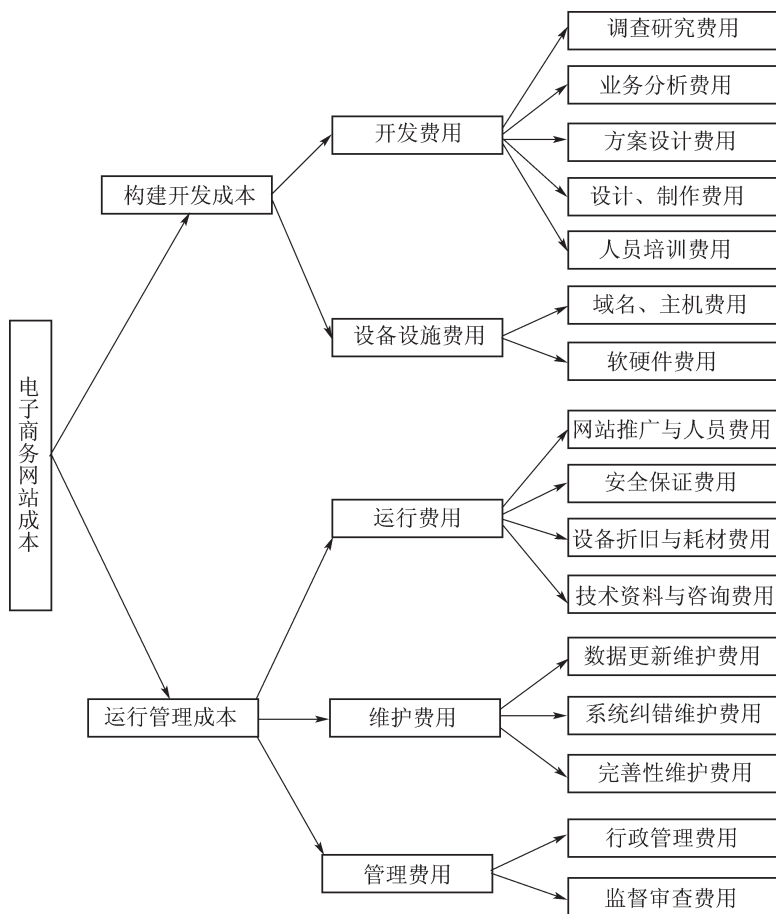


图 1-2 电子商务网站的成本构成

表 1-1 网站页面设计报价表

项目	说明	价格
网站策划	精彩广告规划人员都有扎实的与电子商务相关的专业背景和两年以上企业网站规划经验，他们将根据您公司的行业特性与建站要求，为您提供专业的网站策划方案	免费提供
形象页 A / 形象页 B	用于展示企业形象或多语言导航，主要以非进程性 Flash 技术表现。例如，江苏通光集团网站 www.tgjt.cn 和上海国际集团网站 www.sigchina.com 以非进程性 Flash 技术表现，用于展示企业形象或多语言版本网站导航。例如，新加坡金鹰集团网站 www.rgmi.com.cn	1000 元 /1500 元

续上表

项目	说明	价格
视觉设计	良好的全站色彩与风格设计突出企业性质与精神, 景彩广告顶尖级设计师将深入研究客户的行业特点、企业文化以及您的宝贵意见, 将您的企业精彩展现	1200 元
页面制作	详细展现与阐述网站的主要产品信息与服务内容的页面	150 元 / 页
动态效果	Flash 动画及 Java 特殊效果制作 (使网站生动而富有表现力)	400 元
批量扫描数码摄影多语言版	批量产品或案例图片扫描以及图片的后期艺术处理网站内容素材的现场数码摄影以及图片的后期艺术处理费用按照主语言版本“页面设计”费用的 40% 计算	100 元 / 20 幅 500 元 / 30 幅按 实际情况

表 1-2 网站程序设计报价表

项目	说明	价格
购物车系统	与产品发布系统结合, 在线订购系统	2000 元 / 个
在线支付功能	本公司与银联合作, 提供网站收费平台, 浏览者现有的所有银行卡都可以实现在线支付	5000 元 / 套
会员注册系统 A 型	网络管理员可以设定会员级别与权限, 关闭和删除会员	2000 元 / 个
会员中心系统 B 型	会员可以修改资料, 管理相关的订单、财务等信息, 网络管理员可设定会员级别与权限, 关闭和删除会员	3500 元 / 个
BBS 论坛系统	网络管理员可以进行多种设定和管理活动	2000 元 / 个
F&Q 答疑系统	F&Q 的全称为 Federal asked Questions, 即客户通常问及的问题, 采用自问自答的形式为用户提供详细的解答	1000 元 / 个
网上调查系统	自由添加并设置问题及选择项, 提供统计结果, 给出分析图表	500 元起
文件传输系统	支持各类程序及 Office 文件格式的上传和下载	1500 元 / 个
客户列表 A 型	能够管理客户列表, 但不能查看客户信息介绍	200 元 / 个
客户列表 B 型	能够管理客户列表, 而且能够查看客户详细介绍	500 元 / 个
职位发布系统	不限条数发布企业招聘的职位说明	1000 元 / 个
简历提交系统	按照要求定制的在线简历表 (由 20 个字段描述)	1500 元 / 个
在线订单系统	完全按照真实订单表格制作 (由 10 个字段描述)	1000 元 / 个
留言板系统	收集浏览者的要求、意见和联系信息	500 ~ 1000 元 / 个
网络视频系统	提供网络视频格式的转制、3D 动画制作及其网络展示服务	面议
访问统计系统 站点计数器多语言版本	图表显示日、周、月浏览量, 以及地区分布等信息统计网站访问总量每增加一种, 费用按主语言版“系统程序”费的 40% 计算	300 元 / 个 免费视主版本情况

任务实施

1. 商务网站需求调研

电子商务网站需求调研一般分为 3 个具体步骤, 首先是制订调研计划, 其次是进行需求调研及资料整理, 最后是撰写调研报告。

chapter
01chapter
02chapter
03chapter
04chapter
05chapter
06chapter
07chapter
08

1) 制订调研计划

①制订调研目标。理论上说，调研目标应该是十分明确的，但实际工作中电子商务网站的需求调研并不是一次就可以完成的，有时还需要分阶段进行。另外，调研目标也是不断深入与细化的，这就需要分阶段制定调研的目标，解决详细的需求问题。一般情况下，前期的调研着眼于网站的总体框架，后期的调研才注重各种分项需求。

②确定调研对象。调研对象是指电子商务网站的使用者或者管理者。当然，涉及其他相关的人员与部门，也是需要确定为调研对象的。所以调研对象可以是一个企事业单位，也可以是某个单位的部门或个人。调研对象应该越明确越好，因此，如果调研是面向某个单位的，就应该让这个单位尽可能的细化，明确具体要调研的部门或者员工。只有通过调研人员与调研对象的直接沟通，才能取得第一手的资料。

③确定调研方法。目前被广泛采用的调研方法有许多种，如座谈会、现场讨论会、填写调研表、走访参观现场业务与技术环境、搜集与业务相关的资料或者电子文档、问卷调查等。为了达到调研的总体目标，应该根据每次调研的目标和调研对象等因素采用不同的调研方法。在互联网高度发达的今天，有些调研项目可以通过网络来完成。

④确定调查时间、人员和资金预算。为了有效地进行调研，必须十分重视调研时间表的制定，而调研时间表的制定必须在与调研对象沟通的基础上确定下来。调研时间表包括调研计划的制定、调研准备、调研、资料整理、撰写调研报告以及向领导汇报等时间安排。

a. 调研人员数量是根据调研工作量与调研时间表安排而确定的。通常，调研人员由领队、调研员、需求分析人员等组成，形成调研小组。在调研过程中，与调研对象协调是极其重要的工作，往往由调研小组的领导人员担任或者专门设立协调人员，以保证最大可能地搜集调研对象的信息。

b. 调研的资金预算主要包括调研所需要的交通费、人力资源费用、耗材费等。

⑤设计调研表。当调研正式开始之前，应该设计好具有针对性的调研问题列表。对于每一个调研对象，分别列出需要调研的问题。

2) 需求调研与资料整理

①调研准备。在制定了调研计划的基础上，对调研小组的每个成员进行分工，让每个调研人员了解调研计划与分阶段的调研目标，由此制作出调研的相关表格。

②需求调研。需求调研是将调研计划付诸实践的行为。这一工作就是以调研计划为指导，将事先设计好的调研表中所列的问题与调研对象进行沟通，明确业务流程与调研对象的期望，搜集相关的文字资料与数字资料。在这一过程中，需要反复与调研对象就调研内容与时间进行沟通与协调，以提前准备好需要调研小组讲解的内容，以保证调研的正常进行。

③调研资料的整理。由于调研过程搜集的资料是杂乱的，或者是重复无用的，这就需要按照调研目的进行归类整理，使资料系统化与条理化。这一过程需要运用多种

技术手段与统计方法，去粗存精，从大量资料中找出有价值的信息。

3) 撰写调研报告

调研报告是对调研成果的文字反映，其主要内容包括调研目标、调研过程、调研方法、调研总结，也就是对网站建设相关问题的现状与建设期望进行描述，让需求分析与网站设计人员有个基本依据。

调研报告除了正文以外，应该将调研过程中各种详细记录以附件的形式作为调研报告的一部分，因为各种记录中包含了各种原始需求信息，应作为需求分析的重要参考。值得注意的是，电子商务网站需求调研往往需要分多次完成，每次调研的目标、方法与成果都不同，需要每次制定相应的调研计划，经过具体的调研并通过整理形成调研报告，在此基础上再形成需求分析说明书。



知识链接

在调研的基础上，分析人员可以开展对网站的需求分析。通过分析，要发现网站建设者最关注的需求，确立需求的优先级别，并可以制作用户界面原型，使用户对建成后的网站有更直观的了解。

2. 商务网站技术可行性分析

- ①分析电子商务网站所采用的技术的成熟度、项目技术来源与合作单位情况。
- ②分析电子商务网站技术方案的可靠性、安全性与可扩充性。
- ③分析本项目国内外发展现状、存在的问题及发展趋势。
- ④得出关于本项目技术方案是否可以采用的结论。技术可行性分析可以采用列表对比等定性方法来分析。

3. 商务网站经济可行性分析

- ①计算电子商务网站的主要投入成本。
- ②估算电子商务网站投入运行后一段时间内可能的收入。电子商务网站的经济效益主要包括直接收益与间接收益。直接收益包括网站增加的产品销售、原材料采购降低的费用、收取的会员费和广告收入等。间接收益表现为企业形象得到提升、企业信息化水平提高、服务内容的增加与市场的开拓等。

经济可行性分析可以采用投资回收期分析、投资收益率等定量的方法进行。

4. 商务网站可实施性分析

电子商务网站的可实施性分析主要是从项目的社会环境、法律法规依据、企业管理水平、各级领导重视程度、对实施项目的技术人员要求等方面做出分析。

chapter
01chapter
02chapter
03chapter
04chapter
05chapter
06chapter
07chapter
08

可实施性分析主要还是采用定性的分析方法进行分析。

5. 提出建议

根据对电子商务网站的需求调研与需求分析，对系统建设方案从技术、经济及可实施性等方面的分析撰写可行性分析报告并提出综合性建议。通常可以对电子商务网站建设提出建议，即可着手组织开发。

任务二：电子商务网站内容与功能设计

任务描述

小张朋友的电子商务网站项目已经敲定，目前进入网站设计阶段。小张需要针对网站设计阶段的任务，给出建议和参考。

任务分析

由于商务网站内容设计与功能设计的方法与步骤明确了网站链接设计与网站整体风格设计的基本要求。因此，用户需要进行网站内容设计与功能设计。

准备知识

1. 商务网站内容设计的要求

电子商务网站内容设计是网站建设重点。企业要在互联网上展示自己的形象，宣传企业文化，开展商务活动，网站内容的设计是决定成败的关键。网站内容设计一般从以下几个方面考虑。

1) 信息内容要有特色

网站内容是用户最为关注的，客户访问网站的目的就是为了发现自己感兴趣的信息。因此，网站内容的新颖、专业和精炼是吸引用户访问，提高网站效益的关键。网站规划者与设计师应把网站内容的特色放在第一位考虑。其次，内容的及时更新也至关重要。网页的内容应是动态的，随时可进行修改与更新，以紧紧抓住用户。

2) 使用操作方便易行

电子商务网站主要是实现网上商业贸易。客户并不都是计算机操作能手或者贸易专家，因此，要充分考虑网站使用操作的简便性，提供方便易行的交互功能，包括留言簿、反馈表单、在线论坛或者虚拟社区；提供强大的搜索工具与帮助功能，方便客户检索与交易；为客户提供个性化的服务，满足不同客户的需求；设计贸易流程要清晰流畅，减少客户商业贸易过程中的信息干扰等。只有当客户能方便地在网站上进行

信息交流,实现网络贸易时,网站才能吸引客户,才能与客户建立良好的互动关系,从而增加销售与服务的机会。

3) 访问快速安全

在确定内容的基础上提高客户访问速度是很有必要的。目前,虽然大部分网站浏览者都以宽带上网的形式访问网站,但访问速度还或多或少地存在着问题。如果网站内容能吸引人,但打开网页的速度让人失去耐心,最终会影响网站的访问量。因此,网站必须具备良好的硬件与软件环境,网页设计也要考虑简洁明快,以提高访问速度。另一方面,设计网站时,要充分考虑客户获取信息的便捷性,如果客户想了解某种型号的产品的的相关信息,一般都要能够在2~3次点击之内得到,也就是网站首页有指向产品网页的链接,产品网页有指向各型号产品网页的链接,型号产品有指向更为详细介绍产品信息的链接。



知识链接

在电子商务交易过程中,应该尽可能地保证服务器不发生故障,防止病毒发作,以免引起客户的交易中断,信息丢失等问题。

2. 商务网站功能设计的要求

电子商务网站的模式有多种,业务流程也就各不相同,在设计时,应从宏观的角度考虑网站需要提供的功能。作为商务网站应该有核心功能和辅助功能,各类网站主要是围绕核心功能开展业务活动。

作为B2C的零售型网站,其主要功能的设置是为了满足消费者购买过程中的各种需要,以帮助消费者更好地买到所要的商品。因此,就应该设置消费者注册功能、购物功能和管理功能等。

B2B交易平台主要是为买方企业与卖方企业、政府相关机构及支撑机构完成商业贸易全过程服务的。这里有商业贸易、政府机构的监管、银行与物流等相关的交易支撑活动。因此,就应该设置会员服务与管理功能、产品目录与管理功能、交易功能、交易统计分析功能、结算与物流接口功能等。

C2C交易平台为消费者提供一个拍卖平台,因此,应该设置会员注册与管理功能、交易平台管理功能、买卖双方交易工具等。



拓展提高

在电子商务网站功能设计时,还应从客户角度出发,设计配套的服务功能,如虚拟社区、信息发布与管理、广告预订、邮件订阅、在线查询、全文检索、在线调查等子系统。虽然有些功能很细小,但却体现了人性化的服务。

chapter
01chapter
02chapter
03chapter
04chapter
05chapter
06chapter
07chapter
08

3. 商务网站链接结构设计的要求

为了实现信息的有效传递，也为了方便网站的访问者，网站开发人员在网站信息结构设计的同时，规划并设计好主次分明、结构清晰的网站链接结构是十分重要的。因为网站访问者总是希望访问某个网站时既可以方便、快速地到达自己需要的页面，以最少的时间浏览网站获得所需信息，又可以清楚地知道自己的位置，而不至于在众多的网页中迷失方向。

网站的链接结构是指页面之间相互链接的拓扑结构，它建立在网站的目录结构基础之上，但可以跨越目录。可以说每个页面都是一个固定点，链接则是在两个固定点之间的连线。一个点可以和一个点链接，也可以和多个点链接。更重要的是，这些点并不是分布在一个平面上，而是存在于一个立体的空间中。电子商务网站是一个大型、复杂的综合网站，在这个网站中有几十个类别的文件，每个类别中都有上百个文件。因此，文件之间的关系极其复杂。网站设计人员在网站链接结构的设计时就要遵循用最少的链接，使浏览最有效率的原则，使之化繁为简，事半功倍。

网站的链接结构有两种基本方式：树状链接结构（一对一）和网状链接结构（一对多）。

①树状链接结构。这是类似计算机文件管理的目录结构方式，其立体结构看起来就像一棵多层二叉树。这种链接结构的特点是条理清晰，访问者明确知道自己在什么位置。一般来说，在这种结构中首页的链接指向一级页面，一级页面的链接指向二级页面。因此，浏览该链接结构的网站时，必须一级级进入，再一级级退出。其缺点是浏览效率低，从一个栏目下的子页面进入另一个栏目下的子页面时，必须绕经首页。

②网状链接结构。这种结构类似网络服务器的链接，其立体结构像一张网。这种链接结构的特点是浏览方便。通常，在这种结构中每个页面相互之间都建立有链接，访问者随时可以到达自己喜欢的页面。缺点是链接太多，容易使访问者弄不清自己的位置。



拓展提高

在实际的网页设计与制作中，链接结构的设计是非常重要的环节。采用的链接结构形式将直接影响到版面的布局。例如，主菜单放在什么位置，是否每页都需要放置，是否需要用分帧框架，是否需要加入返回首页的链接。在链接结构确定后，再开始考虑链接的效果和形式，是采用下拉菜单，还是用 DHTML 动态菜单等。

4. 商务网站整体风格设计的要求

网站的整体风格是指网站整体形象给访问者的综合感受。网站风格在网站内容设计中是个难点，也是所有网站开发者最希望掌握但难于学习的内容。网站的整体风格设计并没有固定的程式可以参照或者模仿，整体风格体现在作品内容与形式等各种元

素中。对体裁的驾驭、题材处理、表现手法、语言运用等各方面形成特色就形成了网站的整体风格。

风格独特是一个网站区别于其他网站并吸引访问者的重要因素。网站设计者应根据企业的要求与具体情况找出特色，突出特点。比如网易网站，网站定位个人互联网应用的门户网站，它面向年轻、时尚的人群，这使得 B2C 企业、消费品供应商、生活资料供应商用网易搜索引擎向最终消费者推广成为首选。淘宝网作为 C2C 平台，其亲切活泼、方便安全的特点吸引了千万访问者将其网站作为创业平台。



知识链接

作为电子商务网站，风格的一致性也是极其重要的。网站结构的一致性、色彩的一致性、导航的一致性、背景的一致性以及特别元素的一致性都是形成网站整体风格的重要因素。



任务实施

1. 商务网站信息结构设计

从经营的实质上来说，电子商务网站主要有 3 种形式：信息发布型、产品销售型和综合型。以信息发布型的电子商务网站为例，设计电子商务网站的信息结构，主要从公司、产品、服务等几个方面来进行，即将网站的信息结构分为 4 个部分：企业信息、产品信息、服务信息与其他信息。

①拟定企业信息。企业信息通常也就是企业概况、员工信息与企业的动态新闻。其中，企业概况是企业在网络中推广企业的第一步，应该予以重视。它包括企业背景与历史、主要业绩与社会贡献、经营理念与经营目标及组织结构等，让访问者对企业的情况有一个概括的了解。员工信息主要是介绍企业相关部门的员工，特别是与用户有直接或间接联系的部门与员工的一些信息。这些部门或员工都应有自己的专门的页面，向访问者介绍这些员工姓名、工作岗位、兴趣、联系方式等，这是网站的人性化设计的一个重要组成部分，最后得以建立服务与消费者的一对一关系。企业之间的竞争是人才的竞争，通过这种方式介绍了企业的人力资源状况，也展示了企业的实力。



知识链接

企业动态是企业让访问者了解企业最新发展动向的版块。通过它让访问者加深对企业的了解，从而达到展示企业实力和形象的目的。不断搜集与提供各类媒体对企业的有利报道，并把它们及时上传到网站上会带来很好的宣传效果。

②设计产品信息。产品信息主要向访问者提供本企业的产品与服务的目录、产品价格等信息，设计时应该充分考虑访问者的访问效率，因此，应该设计产品检索功能

chapter
01chapter
02chapter
03chapter
04chapter
05chapter
06chapter
07chapter
08

与产品订购功能。对于产品与服务的目录，企业可根据实际需要决定资料的详细程度，最简单的应包括产品和服务的名称、品种、规格和功能描述。可能的情况下，应尽量为产品配以图片、视频和音频资料。同时，在公布有关技术资料时，应注意对重要数据资料保密，要注意涉及的知识产权、法律法规等问题。产品的价格信息对于访问者来说是很重要的内容，有些访问者浏览网站的部分目的是希望了解与对比企业产品价格。对于一些通用产品及可以定价的产品，网站应该标明产品价格；对于一些不方便报价或价格波动较大的产品，也应尽可能地为访问者了解相关信息提供方便的途径，如设计一个标准格式的询问表单，以便咨询。一个大型的企业或者大型电子商务网站，其产品类型较多而且经常发生价格的变动，那么在简单的目录中就无法全部列出。这时，就应考虑除了设计详细的分级目录之外，应当采取增加关键词搜索功能等措施，使访问者能够方便地找到所需要的产品。



知识链接

对于一般的电子商务网站来说，网上订购只是指用户通过网络提交给网站管理员的在线表单，最后的确认、付款、发货等仍然需要通过网下来完成。而对于有条件的实力强大的电子商务网站，网上订购也就是指直接购买。

③确定服务信息。服务信息主要内容通常是售后服务、技术支持、联系资讯与企业的销售网络等。访问者访问企业网站并查看商品信息时，同样关心的是在购买商品后，与产品有关的质量保证、售后服务措施、是否可以在本地获得售后服务以及各地售后服务的联系方式等。这些信息都是影响访问者做出购买决策的重要因素。因而，网站应该尽可能详细地提供这些信息。技术支持是相对于高科技产品而言的。生产或销售高科技产品企业的网站，除了产品说明书之外，企业还应该将访问者关心的技术问题及其答案公布在网上，如一些常见故障处理、产品的驱动程序、软件工具的版本等信息资料。也可以用在线提问和常见问题回答的方式让访问者可以随时提出任何有关公司、产品或技术方面的信息需求。联系资讯是电子商务网站必须提供的信息之一，网站上应该提供详尽的联系信息，除了企业的地址、电话、传真、邮政编码、网络管理员 E-mail 地址等基本信息之外，同时还应当有各地分支机构的联系方式，方便消费者得到售后服务与技术支持。

④选择其他信息。其他信息包括一些辅助信息、增值服务等内容。其他的内容可以是企业人才招聘信息、娱乐信息、论坛、专题讨论区、网页版权信息以及到其他相关站点的链接等。

综上所述，电子商务网站的信息结构可以用图形清晰地表示，如图 1-3 所示。

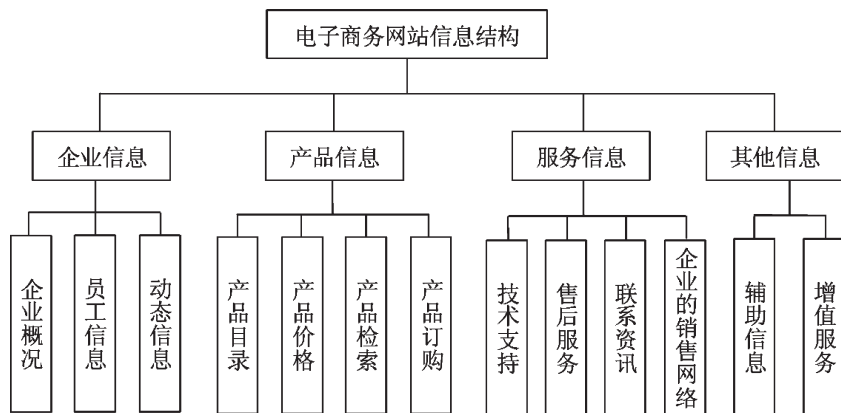


图 1-3 电子商务网站信息结构

2. 商务网站功能模块的选择

企业的电子商务网站可以根据企业的业务类型及其网站的类型，选择一些功能模块。电子商务网站常用的功能模块及其说明见表 1-3。功能模块越多，则网站的开发费用越高。这些功能模块可以请专业的公司代为开发，也可由企业自行完成。

表 1-3 电子商务网站常用的功能模块及其说明

功能模块	说明
新闻更新系统	实现在网站后台自由发布和管理各类企业内外新闻信息，并保存历史新闻供访问者查询
网上调查系统	可设置调查内容，自动统计调查结果，并自动生成分析图表
会员管理系统	自动完成会员资格审核、会员名称的分配确认工作，管理注册会员
滚动文字公告系统	实现在网站后台自由发布和管理企业的最新公告信息
BBS 论坛系统	实现访问者之间以及访问者和企业间直接的网上交流，管理人员可以设置和管理论坛的话题，并参与讨论和对访问者的疑问进行解答
网站访问统计系统	了解任意时段内网站访问量，并通过分析随时掌握网站的使用效果
聊天室系统	支持文字及语音聊天方式，管理人员对聊天室有管理功能
E-mail 自动回复系统	以 E-mail 形式自动回复访问者提出的问题，可定制和更改回复内容
E-mail 自动通知系统	对于访问者在线提交的信息以 E-mail 的形式即时将信息报告给管理人员
在线反馈单系统	访客在线填写表单内容并提交后，反馈程序立即将信息保存到数据库
文本域更新系统	在网站后台实现网站某处文本信息的自由发布和更改
表格域更新系统	在网站后台实现网站某个表格内信息的自由发布和更改
图片上传更新系统	图片上传，实现在网站后台对网站某处图片信息的自由发布和更改
访问者列表管理系统	发布及管理最新的访问者名录
文件上传下载系统	可将各类文档、程序及文件包上传至网站，供访问者进行下载使用
在线支付系统	与银联合作，提供各类个人和企业客户的在线电子支付系统

3. 商务网站整体风格设计

①设计网站标志。网站的标志（Logo）也可以说是企业的标志，应尽可能地出现

在每一张网页上，如出现在页眉、页脚或者背景中。标志可以是中文、英文字母、符号或图案，如新浪网站是用字母 Sina 和眼睛组合作为标志。也可以用代表性的人物、动物、花草作为设计蓝本，加以卡通化和艺术化，比如搜狐网站的标志，标志的设计创意来自网站的名称与内容。专业性网站可以用本专业最具代表性的物品作为标志物，如工商银行。最简单与常用的方法是用网站自身的中、英文名称作标志，如淘宝网。

②设计网站的标志色彩。标志色彩是体现网站形象与网站内涵延伸的色彩，确定标志色彩是相当重要的事。例如阿里巴巴与淘宝网的标志色彩都与网站标志颜色一致，其主色调是大多数客户都喜欢的。IBM 的深蓝色及乌镇旅游网的古色古香都让人感觉贴切、和谐。



拓展提高

要注意网站的标志色彩不能过多，标志色彩也主要用于标志、标题、主菜单与主色块。文字的连接、背景、边框色彩尽量与标志色彩一致，给人整体统一的感觉。

③设计网站标志字体。标志字体是用于标志、标题、主菜单的特有的字体。一般要求在关键的标题、图片、菜单里使用特别的字体，体现与众不同的风格。因为只有被安装在客户计算机操作系统中的字体才能显示出来，而操作系统所安装的字体又是有限的几种，因此，大多数商务网站采用网页的默认字体。

④设计网站标语。电子商务网站的标语是网站的精神，是网站的目标表达。网站的标语可以用一句话或者一个词来概括，类似实际生活中的广告句。Intel 的“给你一颗奔腾的心”，阿里巴巴网站的“全球最大的网上贸易市场”，主题突出，个性鲜明。这些标语放在首页动画、Banner 里或者醒目的位置，所起的作用相当大。



拓展提高

需要说明的是，电子商务网站整体风格的设计并不是一次就能完成的，但需要在第一次设计时定位，然后通过网站运行与管理的实践再行强化和调整。

任务三：撰写格兰仕微波炉电子商务网站规划书



任务描述

经过了大量的调研和分析，小张准备撰写电子商务网站规划书，为后续创建网站提供清晰的思路。

任务分析

由于电子商务网站规划书详细说明了网站的模块功能以及版块实现方法，是最能直接反映网站功能的书面内容。同时，其也为后续创建网站做有条不紊的规划，使创建者思路清晰。

准备知识

网站规划既有战略性内容，也有战术性内容，对网站建设起到计划与指导的作用。在建立网站前应进行必要的市场分析，明确建设网站的目的，确定网站的功能、规模、投入费用等。只有详细的规划，才能避免在网站建设中出现很多问题，使网站建设能顺利进行。

网站规划书应尽可能涵盖网站规划中的各个方面，其写作要求全面、完整、系统地体现网站开发的过程中各项工作的要求和标准。它一般包括如下几个方面。

- ①企业简介。
- ②市场分析。
- ③建立网站的目的和功能划分。
- ④平台构建。
- ⑤网站信息结构设计。
- ⑥网页可视化设计。
- ⑦网站系统功能。
- ⑧网站测试。
- ⑨网站发布与推广。
- ⑩网站管理与维护。
- ⑪网站建设安排。
- ⑫投资与收益。

以上为网站规划书中应体现的主要内容，根据不同的需求和建站目的，内容也会相应增加或减少。

任务实施

本任务只是格兰仕微波炉网站规划书的一部分，但足以说明建立电子商务网站是一个庞大的工程。作为网站建设者，必须明确自己建立网站的目的、基本风格、信息结构与特色、网页模块等。同时，网站建设者应该明白，一个有创意的网站宣传方案对网站能否获取浏览者的访问是极为重要的，需要精心制订所建网站的推广策略。此外，还需考虑强大的技术支持。格兰仕微波炉电子商务网站设计规划书摘要如下。

chapter
01chapter
02chapter
03chapter
04chapter
05chapter
06chapter
07chapter
08

1. 网站设计需求

建立格兰仕微波炉网站主要是为了建立完善的电子邮件订购系统、网上采购、销售系统；树立企业形象、保持市场的领先地位、吸引更多的客户；为现有的客户提供更有效的服务，开发新的商业机会，建立完善的网上服务系统，提高管理效率，建立完善的跟踪系统。

2. 网站语言

网站语言包括简体中文、繁体中文、英文、法文。

3. 网站设计风格

以企业 CI 系统为基础，以不同浏览者阅读习惯为标准，网站属性为垂直型网站，华人风格（中文版）和纯欧美风格（英文版）。网站的内容必须生动活泼，网站的整体风格要有创意设计，才能吸引浏览者停留。采用现今网络上最流行的 CSS、Flash、JavaScript 等技术进行网站的静态和动态页面设计，动态的按钮，活动的小图标，优美协调的色彩配以悦耳的背景音乐，将会给浏览者留下深刻的印象。在保证浏览速度的情况下，在网站的某些适当的位置摆放一些动态的小图案，在网站各栏目之间加入适量的动态链接，网站的互动性会大大加强。

根据格兰仕的企业 CI 及各种产品的特性，配合整个网站本身的设计风格，对每个系列的产品进行网上的重新包装设计，务求达到展现格兰仕微波炉产品品牌形象。



知识链接

网页信息中，除了小图标、Banner、按钮之外，还有大量的文字和图像需要处理，图片和文字支持是不可缺少的部分。

4. 网站信息结构

针对企业发展方向及战略部署计划对网站进行规划，以实现良好的运行，实现网站架设目标。格兰仕微波炉网站的主体信息结构是总体网站的框架，所有的内容信息都会以此为依据进行布局，清晰明了的布局使浏览者能方便快捷地取得所需信息。如图 1-4 所示就是中文版网站信息结构图。

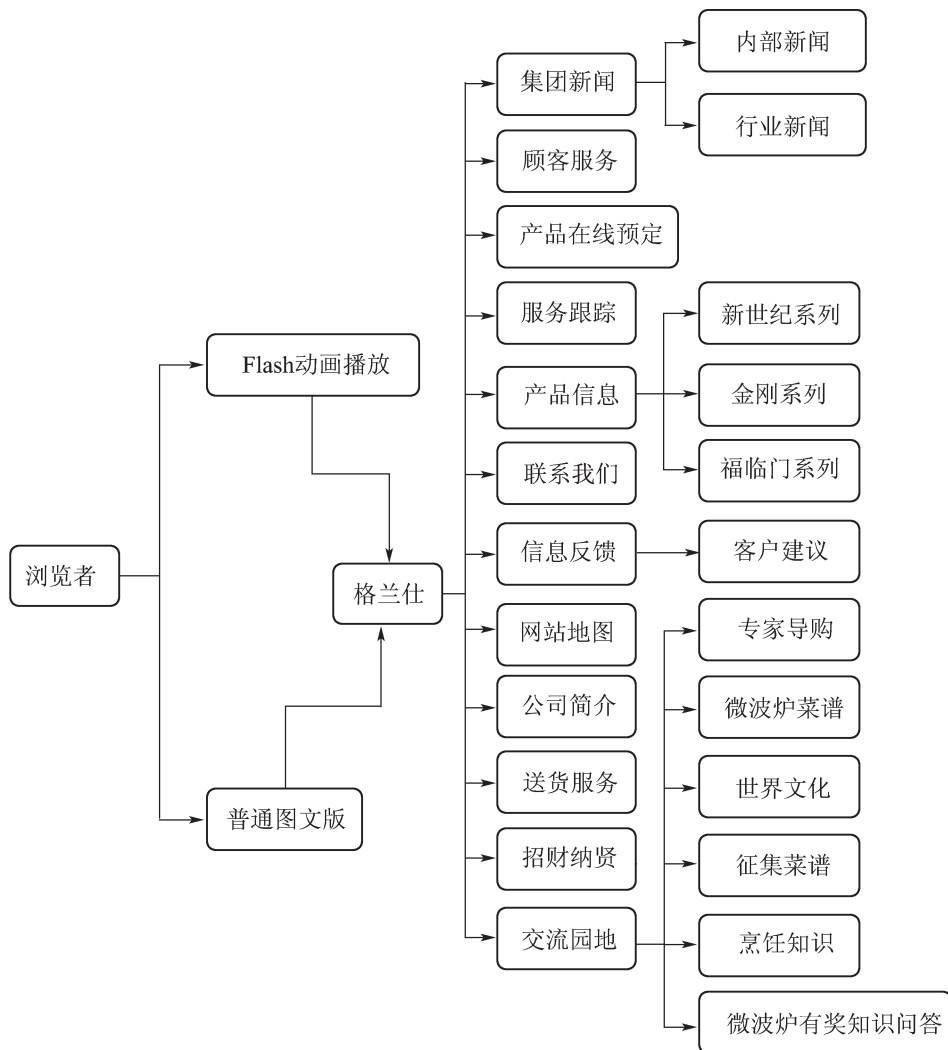


图 1-4 中文版网站信息结构图

5. 在线商务推广方案

一是网上产品推广，利用多媒体技术，设计一段微波炉使用模拟情景，并在网上实时 360 度三维产品展示，增加使用者和浏览者对格兰仕及其产品的忠诚度。考虑到浏览者的浏览速度的问题，将这些资料放在网络中，供广大格兰仕的客户下载。这样既可以使宣传资料在网络上广泛流传，起宣传的作用，又可以避免网络速度慢，难以观看的情况出现。二是网站推广，具体措施有以下几种。

- ① 与世界最大的前 100 家互联网信息检索器链接。
- ② 与最大的前 20 家中文信息检索器链接。
- ③ 放入国际认证产品网。

- ④放入中国资源网。
- ⑤放入 6 个最大的国际贸易站点。
- ⑥在国内电子公告栏 BBS 上发布信息。
- ⑦在中文 Yahoo! 上发布广告信息一个月。
- ⑧格兰仕 Flash 震撼广告动画推广及传播。
- ⑨电子邮件广告。

6. 信息交流系统设置方案

1) 建立客户信息反馈系统

该系统采用设置格兰仕微波炉使用调查问卷、购买行为分析表、供应商与分销商信息登记、客户资料登记、意见反馈表、网站点击跟踪、浏览人数统计器、会员管理系统等措施。

2) 建立网站信息交流系统

建立一个完善的电子邮件订购系统，能快速、稳定地处理电子邮件，让供应商、分销商、代理商、OEM 客户能在线完成所有订购任务，加强彼此之间的相互联系和沟通，加强双方合作。同时，设计聊天室和 BBS 公布栏，方便交流。

7. 服务收费内容（具体价格略）

- ①网站设计制作。
 - 网页制作费。
 - 网页更新费。
 - 高级网页设计费。
 - 3D 无级缩放旋转互动产品图像网页设计费。
 - Flash 动感网页设计费。
 - 网站信息互动性查询功能设计费。
 - 网页高压缩数据处理，保证下载速度技术支持费。
- ②产品资料互动查询数据库设计。
- ③ E-mail 电子邮件客户订单接收回复管理系统。
- ④服务器报价。

项目小结

本项目主要介绍商务网站需求调研分析、电子商务网站设计制作以及撰写电子商

务网站规划书。通过学习本项目，使读者在建立商务网站之初，要学会需求、调研与可行性分析。

项目考核



填空题

1. 电子商务网站由一系列 _____、_____、_____ 和 _____ 等软件和硬件组成。
2. _____ 是专门用来将商品与服务在网上招标与采购的网站。
3. _____ 是从网站开发目标到实际运用过程的全盘谋略与策划，是企业实施电子商务网站建设最重要的环节。



选择题

1. 网站语言包括简体以及（ ）。
 - A. 中文
 - B. 繁体中文
 - C. 英文
 - D. 法文
2. 网站的链接结构有以下（ ）基本方式。
 - A. 枝状链接结构
 - B. 层次链接结构
 - C. 树状链接结构
 - D. 网状链接结构



问答题

1. 典型的商务网站由哪些要素构成？
2. 商务网站有哪些模式？
3. 试分析构成网站建设成本的因素有哪些？
4. 为什么说商务网站内容设计是网站建设的重点？
5. 什么是商务网站的整体风格？如何设计商务网站的风格？
6. 什么是网站的 Logo，它有何作用？
7. 网站规划的意义是什么？
8. 网站规划书的主要内容有哪些？

chapter
01chapter
02chapter
03chapter
04chapter
05chapter
06chapter
07chapter
08



实训题

1. 设计一份网站建设需求调查表。
2. 制订一份网站建设的详细方案。
3. 分析某一中型企业网站的信息结构。
4. 试为某一中年女性服装网站制定整体风格方案。
5. 试为清华大学校园网的网站拟定设计规划书,使其成为 B2C 的电子商务网站。