



华章科技

网络光芒 系列丛书

网站策划师 成长之路

——网站策划与设计实战

刘志 佟晓 许银龙 编著

网站策划必备手册，网站策划深度解析

网站整体策划 网站风格策划 网站前台策划 网站后台策划 网站策划综合案例

新手建站入门书籍，建站流程详细指导

如何选择域名 购买合适的空间 利用CMS快速建站 快速上传网站 网站的测试与维护

成功网站深度揭秘，实用技巧全面分享

成功网站赢利模式 网站内容发布要点 网站推广的技巧解析



机械工业出版社
China Machine Press

网络光芒 系列丛书

网站策划师 成长之路

——网站策划与设计实战

刘志 佟晓 许银龙 编著



机械工业出版社
China Machine Press

本书将网站策划、网站建设的具体步骤、网站建设的实际案例相结合，帮助网站建设过程中各个环节的人员系统地把握网站建设的整体流程，从而更好地协作，合理有效地开发出高质量的网站。

本书首先介绍网站的整体策划的作用和意义，然后结合网站实际开发的流程介绍网站策划的实施过程，使读者初步形成网站建设的大致轮廓，接着对网站建设各环节进行细化，较为详细地介绍网站的设计、制作、发布、推广、维护的具体内容，结合实际案例，最终帮助读者了解和掌握网站建设的整体策划、实施流程。

本书不仅适合作为网站策划初学者以及网站策划和设计人员的入门读物和自学用书，也适合作为资深技术人员的辅导用书或工具书。

封底无防伪标均为盗版

版权所有，侵权必究

本书法律顾问 北京市展达律师事务所

图书在版编目 (CIP) 数据

网站策划师成长之路：网站策划与设计实战 / 刘志，佟晓，许银龙编著. —北京：机械工业出版社，2011.6
(网络光芒系列丛书)

ISBN 978-7-111-34867-2

I. 网… II. ①刘… ②佟… ③许… III. 网站—设计 IV. TP393.092

中国版本图书馆CIP数据核字 (2011) 第095652号

机械工业出版社 (北京市西城区百万庄大街22号 邮政编码 100037)

责任编辑：陈佳媛

北京瑞德印刷有限公司印刷

2011年6月第1版第1次印刷

170mm × 242 mm · 16.75印张

标准书号：ISBN 978-7-111-34867-2

定价：39.00元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社发行部调换

客服热线：(010) 88378991, 88361066

购书热线：(010) 68326294, 88379649, 68995259

投稿热线：(010) 88379604

读者信箱：hzjsj@hzbook.com



◎ 前 言

互联网是现实生活中不可缺少的元素。网站作为互联网上最主要的应用，以一种崭新的方式和途径实现了信息的传播和人与人之间的交流。因此，网站建设不论对于企业还是个人都具有非常重要的意义。

网站策划是指应用科学的思维方法，进行情报收集与分析，对网站设计、建设、推广和运营等各方面问题进行整体策划，并提供完善解决方案的过程。

辉煌的前景

真正处于领军性地位的网站平台绝大多数具有一个特点——网站策划思路清晰合理，界面友好，网站营销作用强。可以说，专业的网站策划是未来网站成功的重要条件。

专业网站策划人才的就业前景非常广阔。中国专业的网站策划公司超过一万家，从事自主网站经营的企业在十万家以上，各类企业的信息部门也急需专业的网站策划人员，有关数据显示，有65%的企业急需聘用网站策划人员，有90%的企业招不到合适人选。

网站策划应该具备哪些知识

网站策划是一项比较专业的工作，包括了解客户需求、客户评估、网站功能设计、网站结构规划、页面设计、内容编辑，撰写“网站功能需求分析报告”，提供网站系统硬件、软件配置方案，整理相关技术资料 and 文字资料。

要求网站策划从业者具有广泛的知识面，具备市场和销售意识，具备人体工程学的意识，具备较强的沟通能力和文字表达能力，熟悉商业情报收集和 Information 分析的方法，熟悉网站规划，掌握基本的建站方法，了解网站硬件环境配置，熟悉网络广告投放和搜索引擎优化等。

为什么要写这本书

目前，关于网站开发的技术书籍很多，但是有关网站策划的构思与实战相结合的书却很少。从技术人员的角度来说，市面上的大多数技术书籍的确能够帮助网站建设人员解决实际开发中的各种技术问题，提供实质的可操作性指导，然而站在网站整体策划人员的角度来看，这些书籍只是单一地介绍了网站制作过程中的某个具体环节，而对网站的设计、制作、发布、推广、维护的宏观流程缺乏系统的介绍。因此，一本将网站建设的各个环节与具体实例相结合的书不仅能够帮助初学者和资深技术人员迅速地把握网站建设的整体流程，而且可以作为网站整体策划人员的策划依据和手册，同时还可以拓宽企业高层管理人员的知识面。

本书特点

- 本书从网站整体建设出发，详细介绍了网站的设计、制作、发布、推广和维护。
- 本书以实例为线索和支撑，详细介绍了网站建设的各个环节。
- 本书提供了一个完整案例，详细介绍了网站从策划到实施的全部过程。
- 本书的读者群相当广泛，适合网站建设各环节的人员阅读。

致谢

感谢本书顾问门春杰、王春风、杜建春、叶小兵、门春姣、李广鹏、刘超、李明剑、张勇、史艳艳、王钊、魏强、王钦平、李庆超、杜卫锋，他们的指点和教诲确保了本书的权威性和严谨性。

本书配有答疑网站<http://www.book95.com>，读者可以到网站查阅相关的资料，也欢迎读者加入我们的QQ答疑群（109527004）。

编者

2011年5月



◎ 目 录

前言

第1章 网站的赢利模式与策划 1

- 1.1 模式决定收益——网站的主要赢利模式 1
 - 1.1.1 网站赢利模式的分类 1
 - 1.1.2 网站赢利模式的常用手段 2
- 1.2 网站赢利模式面面观——网站模式策划实例分析 6
 - 1.2.1 51社区的赢利模式 6
 - 1.2.2 百度的赢利模式 8
 - 1.2.3 人人网和开心网的赢利模式 8
 - 1.2.4 携程网的赢利模式 12
 - 1.2.5 婚恋网站的赢利模式 13
 - 1.2.6 盛大网络游戏的赢利模式 14
 - 1.2.7 百万格子网站创造的赢利奇迹 16

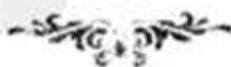
第2章 怎样选择赢利模式 18

- 2.1 找准网站自身的位置 18
- 2.2 如何确定网站的赢利模式 19
 - 2.2.1 用户定位 19
 - 2.2.2 网站功能定位 19
 - 2.2.3 模式的可行性 20
- 2.3 如何使网站赢利最大化 20

- 2.3.1 以专业知识和特色赢利 20
- 2.3.2 通过网站内容收费 21
- 2.3.3 依靠提供服务赢利 21

第3章 网站的整体策划 23

- 3.1 网站的需求分析及其定位 23
 - 3.1.1 网站需求分析过程 23
 - 3.1.2 网站市场定位 25
- 3.2 网站策划的必要性及其原则 26
 - 3.2.1 网站策划的必要性 26
 - 3.2.2 网站策划原则 27
- 3.3 如何进行网站策划 30
 - 3.3.1 建设网站前的市场分析 30
 - 3.3.2 建设网站的目的及功能定位 31
 - 3.3.3 网站技术解决方案 31
 - 3.3.4 网站内容及实现方式 31
 - 3.3.5 网页设计 32
 - 3.3.6 网站维护 32
 - 3.3.7 网站测试 32
 - 3.3.8 网站发布与推广 33
- 3.4 网站制作的基本流程 33
 - 3.4.1 确定网站主题 33
 - 3.4.2 网站整体规划 34
 - 3.4.3 收集资料与素材 37
 - 3.4.4 设计网页图片 38
 - 3.4.5 制作网页 40
 - 3.4.6 开发动态网站模块 40



3.4.7	测试与发布网站	40
3.4.8	后期更新与维护网站	41
3.4.9	宣传与推广网站	42
3.5	网站策划书实例	43
3.5.1	项目目标	43
3.5.2	网站设计原则	44
3.5.3	网站结构	44
3.5.4	网站报价	44
3.5.5	网站建设进度及实施过程	45
3.5.6	网站信息发布	45
3.5.7	技术维护	46
第4章	网站的风格策划及信息组织	47
4.1	网站的风格策划	47
4.1.1	网站的风格定位	47
4.1.2	网站风格策划的原则	50
4.2	网站信息的组织	51
4.3	网站框架的构建	52
4.3.1	使用表格构建网页	53
4.3.2	使用框架构建网页	56
4.3.3	使用AP元素构建网页	57
4.3.4	使用Spry构建网页	59
4.3.5	使用模板构建网页	62
4.4	框架设计实例	64
第5章	网站前台策划与设计	67
5.1	网站前台的布局设计	67

5.1.1	版面分辨率的设置	68
5.1.2	常见的网页结构类型	68
5.2	网页布局方法	70
5.2.1	布局应该遵循的原则	70
5.2.2	页面布局步骤	73
5.3	网页的色彩搭配	74
5.3.1	网页色彩的冷暖设计	74
5.3.2	网页安全色	76
5.3.3	网页的配色规则及技巧	77
5.4	页面的基本构成	80
5.5	网站前台设计所使用的工具	82
5.5.1	Dreamweaver软件介绍	82
5.5.2	Photoshop软件介绍	83
5.5.3	Flash软件介绍	83
5.5.4	网站配色辅助软件介绍	84
5.6	网页文字的设置	86
5.6.1	字体	86
5.6.2	行距和段落	90
5.7	网页图片的使用	93
5.7.1	网页图片设置规则	93
5.7.2	页面图像处理技巧	95
5.8	使用Photoshop设计网页	97
5.8.1	使用Photoshop设计网页基本步骤	97
5.8.2	使用Photoshop设计网页常用技巧	102
5.9	使用CSS+DIV样式布局网页	106
5.9.1	认识并创建CSS样式表	106
5.9.2	设置并应用CSS样式表	109

5.9.3 使用CSS样式表美化网页 110

第6章 网站后台技术的策划 114

6.1 网站开发技术的选择 114

6.1.1 主流网站开发技术介绍 114

6.1.2 主流网站开发技术的对比 118

6.1.3 综合考虑选择合适的开发语言 120

6.2 数据库的选择 120

6.2.1 主流网络数据库 121

6.2.2 结合需求选择合适的数据库 123

6.3 操作系统和Web服务器的选择 123

6.3.1 网络操作系统介绍 123

6.3.2 网络操作系统比较 124

6.3.3 Web服务器介绍 124

6.3.4 主流Web服务器比较 126

6.3.5 为网站选择合适的运行环境 127

6.4 网站开发技术的新趋势 128

6.4.1 从PC转到移动设备 128

6.4.2 HTML 5将成为新一代Web标准 128

6.4.3 JavaScript的发展 129

6.4.4 SaaS (软件即服务) 129

6.4.5 云计算 129

第7章 网站策划综合实例 131

7.1 网站策划书的编写 131

7.1.1 网站项目目标 131

7.1.2 网站设计原则 132



- 7.1.3 网站结构 133
- 7.1.4 网站报价 133
- 7.1.5 网站建设进度及实施过程 134
- 7.1.6 网站信息发布 135
- 7.1.7 网站技术维护 135
- 7.2 网站开发实例——在线图书网的网站开发 136
 - 7.2.1 网站系统总体设计 136
 - 7.2.2 网站数据库设计 139
 - 7.2.3 网站的界面设计 142
 - 7.2.4 网站的前台静态页面制作 143
 - 7.2.5 网站的后台程序开发 146
 - 7.2.6 网站的整体实现 150

第8章 网站的测试 152

- 8.1 本地测试站点 152
- 8.2 ASP.NET本地站点测试 152
 - 8.2.1 安装IIS 153
 - 8.2.2 开始ASP.NET本地站点测试 154
- 8.3 PHP本地站点测试 156
 - 8.3.1 安装phpStudy 157
 - 8.3.2 开始PHP本地站点测试 159
- 8.4 JSP本地站点测试 161
 - 8.4.1 安装Java Development Kit 161
 - 8.4.2 安装Apache Tomcat 162
 - 8.4.3 开始JSP本地站点测试 164

第9章 申请网站域名、空间和发布 166

- 9.1 域名的选择 166
 - 9.1.1 域名的种类 166
 - 9.1.2 选择域名 167
- 9.2 域名的申请 168
- 9.3 管理域名 171
- 9.4 选择和注册网站空间 173
 - 9.4.1 什么是网站空间 173
 - 9.4.2 网站空间的种类 173
 - 9.4.3 选择网站空间 174
 - 9.4.4 申请网站空间 175
 - 9.4.5 管理网站空间 177
- 9.5 网站的上传 179
 - 9.5.1 通过浏览器上传网站 179
 - 9.5.2 使用CuteFTP软件上传网站 181
 - 9.5.3 使用FlashFXP软件上传网站 184
 - 9.5.4 使用LeapFTP软件上传网站 186
 - 9.5.5 使用FileZilla软件上传网站 188
- 9.6 网站的发布 190

第10章 网站的评价与后期维护 192

- 10.1 网站的使用情况 192
 - 10.1.1 网站的搜索排名 192
 - 10.1.2 网站的流量统计与分析 193
 - 10.1.3 网站浏览者的反馈信息 196
- 10.2 网站内容的更新与维护 196



- 10.3 网站安全防范 197
 - 10.3.1 Web攻击的主要手段 197
 - 10.3.2 数据库的安全防范 198
 - 10.3.3 网站的备份 201

第11章 使用内容管理系统建立网站 202

- 11.1 内容管理系统介绍 202
 - 11.1.1 CMS简介 202
 - 11.1.2 CMS功能 203
- 11.2 内容管理型CMS之DedeCMS 204
 - 11.2.1 DedeCMS介绍 204
 - 11.2.2 DedeCMS安装和配置 204
 - 11.2.3 DedeCMS后期维护和更新 207
- 11.3 论坛管理型CMS之phpwind 209
 - 11.3.1 phpwind介绍 209
 - 11.3.2 phpwind安装和配置 210
 - 11.3.3 phpwind后期维护和更新 212
- 11.4 博客管理型CMS之WordPress 214
 - 11.4.1 WordPress介绍 215
 - 11.4.2 WordPress安装和配置 215
 - 11.4.3 WordPress后期维护和更新 218
- 11.5 Wiki管理型CMS之MediaWiki 219
 - 11.5.1 MediaWiki介绍 220
 - 11.5.2 MediaWiki安装和配置 220
 - 11.5.3 MediaWiki后期维护和更新 221

第12章 网站的推广工作	225
12.1 认识网站推广	225
12.1.1 什么是网站推广	225
12.1.2 网站推广的方案	226
12.2 网站推广方法	230
12.3 网站推广常用技巧	232
12.3.1 不同推广方法的具体步骤	233
12.3.2 推广技巧	234
12.4 搜索引擎推广和网站链接推广	235
12.4.1 搜索引擎推广的原理	235
12.4.2 开源目录推广方法	236
12.4.3 网站链接推广	239
12.5 网站推广实例——淘宝店铺推广策略与技巧	240
12.5.1 合理把握宝贝上架时间	241
12.5.2 合理运用橱窗推荐功能	242
12.5.3 合理运用搜索引擎进行推广	242
12.5.4 论坛、贴吧推广	243
12.5.5 积极进行友情链接	243
12.5.6 积极参加站内的各项活动	244
12.5.7 邮件群发	245
12.5.8 利用促销推广	245
12.5.9 巧用QQ、旺旺等交流工具	246
12.5.10 积极响应和发起团购	247
12.5.11 加入保障	248
12.5.12 加入淘宝商城	249
12.5.13 网络广告	249

网站的赢利模式与策划

做网站的最终目的是什么？除了理想、爱好和工作需要，还有一个重要的目标就是赢利。赢利模式决定着网站的生死，决定着网站财富价值的等级，决定着网站核心竞争力的高低。要做一个有强大生命力的网站，就必须有能够让网站在巨大竞争中立于不败之地的赢利模式。

内容导航

- 网站的主要赢利模式
- 网站模式策划实例分析
- 怎样选择赢利模式

1.1 模式决定收益——网站的主要赢利模式

赢利模式诞生于需求，但是并不止步于需求。在互联网上，用户的某些需求是可以免费获得的，比如邮箱、网络新闻、即时通信和搜索等服务，但如果只有免费服务，网站的赢利市场就难以诞生。

在互联网的发展过程中，往往基础服务是免费的，如看新闻、使用即时通信聊天、使用电子邮箱、搜索信息等。网站必须在基础服务免费的前提下，产生一些增值服务的收费方式。比如，百度通过提供基本的免费搜索服务网聚了较高的人气，其左侧的广告也就具有了商业价值。

网站拥有优良的赢利模式是非常重要的，这决定了网站的现实收入和运营前景。本节将重点介绍网站的各种赢利模式。

1.1.1 网站赢利模式的分类

目前网站赢利模式可以分为3大类，分别是信息模式、线下模式和拓展模式。接下来，我们将对这3种主要模式做简单介绍。

1. 信息模式

信息模式是指通过提供各种信息服务达到赢利的目的，它还可以细分为两类。

- 第一种是新浪模式，即通过为网民提供各种信息，诸如新闻资讯、免费邮箱等服务，吸引大量网民访问（其页面就如同一块放在闹市中的广告牌一样），从而使其页面具有较高的商业价值。
- 第二种是信息网站模式，即网民发布信息，为大家建立一个沟通的信息平台，也就是搭起了一座桥梁。它的价值就在于降低了传统模式沟通的成本。目前绝大多数网站的收益来自该模式。这种模式建立在拥有大量的用户群体、大量的访问者的基础之上。

2. 线下模式

线下模式更多的是利用线下的运作来赚钱。举例来说，很多交友网站本身的许多功能是很少赚钱的，但是这些交友网站常常举办线下活动，诸如聚会、舞会等，收取门票等费用。携程、亿龙等网站也是这种模式，它们的主要收入来自于线下机票和酒店预订、旅游等收入，网站对于它们来说，只不过是展示柜台而已。这种模式的特点就是：赢利点是通过线下交易或者活动达成的。

3. 拓展模式

拓展模式目前很少，这种模式主要表现在延伸互联网的应用，诸如网上支付服务就是这种模式。这种模式的特点就是既不靠信息模式来赢利，同时也不靠线下模式来赢利。

1.1.2 网站赢利模式的常用手段

下面我们介绍一些网站最常用的赢利手段。

1. 广告

广告是大部分网站赢利的主要渠道。广告商通常会寻找跟自己产品风格、受众有共同点的网站进行广告发放。吸引广告商有两大法宝，具体如下。

(1) 有绝活，能吸引大量流量

像百度这样的著名搜索引擎，已经变成大部分人上网的入口，是找信息必去的地方。纽约时报的网站上有大量精彩内容，而且用户群很大。这些网站都有自己独特的地方，能吸引大量廉价流量。

(2) 能够吸引高度准确的有商业价值的流量

网站主题越宽泛，越娱乐化，广告价格就越低。如果你的网站流量都



是有某种爱好的特定人群，并且有消费力，广告商会愿意付更高的价钱。

最后我们需要知道的是，与广告商直接交易是最划算的，但是小而娱乐化的网站很难被广告商看上，所以又要回到以上两点，要么流量大，要么用户群定位精准。

2. 收费项目

开发一些收费的服务项目，是大多数网站除了广告以外的另一个主要赢利模式。网站的收费项目名目众多，主要有以下几种。

(1) 付费游戏

除了国内最著名的专业游戏公司（如盛大）外，搜狐、网易和新浪等主要的门户网站均推出了自己的网游系列产品，网络游戏收入已成为这些网络公司收入的重要来源之一。国内最大的搜索引擎网站百度就开发了弹弹堂、武侠风云和商业大亨等网络游戏，吸引了众多网友的眼球，在搜索服务以外又开辟了一片天地。如图1-1所示。



图1-1 百度开发的弹弹堂游戏

百度游戏创造的赢利模式，关注的是网络游戏玩家人群和网络游戏运营商，如果该产品和赢利模式得到市场认可，百度很有可能将该模式衍生到其他领域，如旅游出行领域。

(2) 服务功能收费

此类收费适用于门户网站和专业咨询类网站，主要收费领域为：电子邮件、主页空间、租赁服务、内容定制、专业咨询和网上业务。

(3) 移动增值业务

移动增值业务主要包括图铃下载、短信服务等。各大门户网站、娱乐网站以及专门为短信提供内容服务的ISP是这类业务的主要获利者。中国移动也在其网站上开辟了一个专供手机付费下载图铃的区域，这种快捷且内容丰富的模式给移动带来了大量的收入，如图1-2所示。

(4) 信息内容收费

这种收费方式主要有3种类型：

- 向其他网站或媒体销售新闻和信息内容。
- 付费浏览网站。
- 付费查询数据库。





图1-2 网站提供的付费下载业务

(5) 网上咨询及教育

这种模式就是在网络环境下，以现代教育思想和学习理念为指导，充分发挥网络的各种教育功能和丰富的网络教育资源优势，向教育者和学习者提供网络教学服务，这种服务体现于用数字化技术传递内容、开展以学习者为中心的非面授教育活动。远程教育网站以及各种网校等都属于这种赢利模式。

(6) 网上社区及交友

新浪、搜狐、雅虎中国和网易等许多门户网站都有自己的社区交友专栏，其主要赢利方式是收取会员费，并向VIP会员提供更优质、特殊的服务。还有像中国交友中心这样的专门从事网上交友活动的网站，除了向VIP会员收取会员费外，还会通过组织线下交友活动赢利。

3. 电子商务

电子商务主要分为B2C、C2C、B2B（B表示商家，C表示消费者），其中B2B主要通过收取会员费赢利，C2C主要靠收取交易中介费赢利，B2C可以直接获取相应利润。

目前电子商务赢利模式大概有：会员费、广告费、竞价广告费、摊位费、物流以及仓储费等。

单论一个网站的注册用户数是没有任何价值的，因为注册用户可以作假，而且用户注册了但永远不登录更是没有任何价值。最可靠、最有价值的指标是看每天登录用户的数量，即活跃用户的数量，这能比较准确地反映用户黏性。

如果一个B2C网站每天有1万的活跃用户数，销售就非常可观了，毕竟电子商务网站的用户登录的主要目的都是买货。据说京东商城的用户黏性与活跃度是B2C电子商务行业第一，所有用户中有50%以上一个月访问2天次到3天次。

C2C网站的收费来源主要是服务费和网络广告等。

例如，eBay（易趣）的赢利模式是向用户收取店铺费、商品登录费、交易服务费等费用。普通店铺月租费原为50元/月，2010年5月份下调为35元/月；而商品登录费则因商品类别、价格的不同而不同，最便宜的登录费为0.8元/月，而较贵的，比如汽车、摩托车等超过2000元的商品的登录费为8元/月左右。

电子商务在个人网站的运用，不仅仅是卖东西，而且还有非常大的业务是帮助厂商宣传产品，包括发布软文、体验、主题广告和活动，这些需要站长自己去找资源。很多互联网的前辈都说，电子商务是未来的趋势，个人网站如果要长期发展，务必要搭上这趟列车。广告联盟虽然也是主要的收入方式，但毕竟有局限性，不能长期依赖。所以，个人网站要与时俱进，还是要考虑改变赢利模式，与电子商务结合是不错的方式，不妨尝试一下。

4. 搜索竞价

搜索竞价是由全球最大的互联网服务商雅虎在全球首创的网络营销推广方式，这种模式可以让企业的产品和服务出现在众多搜索引擎中，让需要这种产品和服务的潜在客户主动找到企业，是向用户免费展示产品和服务的良好渠道。

例如，搜索引擎网站的代表——中国的百度，通过卖关键字和出售搜索页面上的位置资源获得收入。百度还开发了“百度竞价排名”，这种模式是百度首创的一种按效果付费的网络推广方式，用少量的投入就可以给企业带来大量潜在客户，能够有效提升企业销售额，如图1-3所示。



图1-3 百度竞价排名模式流程解析图

要知道，每天会有超过1亿人次在百度搜索信息，企业在百度注册与产品相关的关键词后，就会很容易被查找这些产品的客户找到。百度竞价排名按照给企业带来的潜在客户访问数量计费，企业可以在投入少量资金



的基础上获得最大回报，因此百度推出的这种模式也赢得了大量的企业用户，获得大量收入。

5. 其他赢利手段

除了前面介绍的4大类最常用的网站赢利手段外，通常还有以下几种方法也能给网站带来一定收入：

- 产品招商。
- 分类网址和信息整合。
- 付费推荐和抽成赢利。
- 广告中介。
- 企业信息化服务。

1.2 网站赢利模式面面观——网站模式策划实例分析

不同类型的网站有适合其自身特点的最佳赢利模式，在此详细分析几个代表性较强的网站的赢利模式。从这些网站赢利模式的成功经验中，可以学到不少实实在在的东西。

1.2.1 51社区的赢利模式

创立于2005年的51.com虽然运作时间不长，但是在赢利方面取得了很好的成绩，这个社区的模式值得我们仔细研究和借鉴。

51.com的赢利模式根据其社区的不同特性有所不同，大体可分为广告、礼物竞价排名、会员费、51秀、稀有位置的展示销售以及虚拟装饰物等。除了广告这种最主要的赢利模式外，其他几种都是属于互联网增值的模式。

1. 广告赢利模式

在各种赢利模式里，广告是互联网网站的基本赢利模式。广告虽然是传统模式，但是其蕴涵的能量却是巨大的。如果对广告本身采取不同的运用，那么其广告效果就会有所不同。51作为用户群巨大的社区，在面对不同用户群的时候，广告所起到的效果也不同。

51上的广告既有如百事可乐、诺基亚、三星等著名品牌，也有新上线的网络游戏、新生网站。除了Banner广告外，还可以在51的家园里投放广告。

51还可以利用社区的优势来举行社区活动，这样可以在短时间内网聚大量人气达到良好的广告效应。比如在51社区举行的百事“我要上罐”活

动，就吸引了超过百万人，取得了极佳的广告效果。51社区与湖南卫视非常火爆的大型选秀节目——“2010年快乐男声”合作，聚集了大量人气，如图1-4所示。

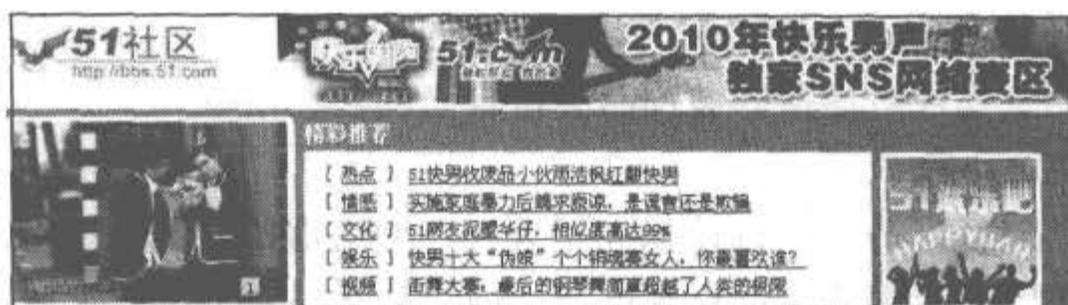


图1-4 51社区与快乐男声联手

2. 会员制的赢利模式

一般情况下，网站的会员有级别区分。51社区的会员分为普通会员和VIP会员。相比普通会员，VIP会员能拥有更多的个人展示机会、购买商城打折品等权利。

2007年9月30日下午16时，51社区网站全国总在线人数高达449 915人，其中有VIP称号的用户26 700人，占总在线人数的6%。按照这个比例来估算整体的VIP会员数，以51对外宣传的8000多万用户数量来看，51社区的VIP用户数多达百万以上。每个VIP用户月租费为10元，那么51社区仅VIP会员费一项月收入就能达到4000万元，一年则可达到4亿元以上。

3. 礼物的竞价排名及大广播的赢利模式

51社区有一个产品是同城在线，同城在线设置了一个叫做“魅力之星”的榜单，每月接收礼物最多的用户被称为是关注度最高的用户，也就是鼓励用户多多选用线上送礼的方式增加人气，这种线上送礼的形式如图1-5所示。



图1-5 51社区的线上送礼页面



“魅力之星”的榜单根据用户关注度来进行排列，而高居全国榜首的礼物花费有的达到了6万多元人民币。

除此之外，还有各个地区的大广播，每条2元，从其较高的更新频率来看，收入也不会少。最后，不得不提到的是51秀及虚拟装饰物，即用户花钱购买形象秀或者虚拟的装饰品装扮自己的社区形象和个人空间，这笔收入也不是个小数。

总之，51社区非常深刻地探究了人们在网络虚拟交流中的需求，根据这些用户需求而设置的各种赢利渠道，使得社区赢利的模式多管齐下，收益良好。

1.2.2 百度的赢利模式

百度等门户搜索引擎在提供强大的搜索功能以外，自身也具有极为深厚的网络赢利功力。我们可以通过探究最著名的百度网站的具体运行模式来窥见其获取巨大财富的巧妙手段。

百度在中国市场中拥有较高的知名度和公信力。百度充当各类商家企业与购物者之间的中介，其搜索服务的提供商每让二者建立起联系一次，就能从中抽取一小笔佣金，此举措得以集腋成裘，让百度从中获得大笔可观的经济收益。

从搜索引擎的关键词匹配广告，到根据网页内容和用户的IP地址进行定向广告投放，以及根据用户搜索行为自动识别用户的身份和需求类型，百度通过用各种途径获得用户的关注，更精准地识别用户的身份，在不同的平台推送广告主的信息。如此准确投放广告的作用，正好迎合了广告投资商最基本也是最广大的渴求，所以百度总是能够得到最多投资商的青睐，这种准确定位的赢利模式值得所有搜索引擎网站学习。

针对同样的目标用户，百度的长尾网站联盟的广告投放的价格比雅虎等门户网站便宜很多。广告商固然是会选择投资少、效益高的广告投放方式，这也是为何雅虎等传统门户网站在吸引广告商上最终被百度打败的原因。

1.2.3 人人网和开心网的赢利模式

近年来，社交网站开心网、人人网（即以前的校内网）迅速成为大学生、白领等主要网络消费人群的主要交流和娱乐的工具之一。然而开办网站更实际的问题是赢利，接下来，我们就对开心网、人人网这样的网站的赢利模式进行一定程度上的剖析。

1. 人人网如何赚钱

人人网（即以前的“校内网”）的上级公司千橡集团在成功从日本软银集团获得约4亿元的融资后，正式将其改名为人人网。

接下来，我们从不同角度来逐一分析人人网赢利的几种主要模式：

（1）广告

页面广告是所有网站最基本的赢利方式。人人网页面到处充斥着各种各样的广告，已经让大家不胜其烦，应该适可而止。到位的服务是获取用户信赖的根本，过分追求利益恐怕会得不偿失。

（2）为APP提供平台

人人网已经是一个交流平台了，上面聚集了很多APP（应用程序），数量巨大的APP带来了数量相应庞大的经济收入。比如一款叫做“校内农场”的APP每天的收入就接近5万元，这样一个月的收入就有150万元，而这不过是人人网上能够为其带来大量收入的几百个APP中的一个。

比如现实生活中的家乐福也是平台，家乐福在售的绝大部分产品都不是家乐福自己产的，而是经销商生产的，家乐福的作用只是负责进货、销货和收款。人人网也是这样的一个概念，人人网做的是个平台，所有APP都可以来校内赚钱，只要你的APP做得足够好就行。

（3）虚拟货币

“校内豆”这样的虚拟货币的出售，能为人人网带来一笔可观的收入。人人网开发的各种应用虽然很无聊，却容易上瘾，为了在游戏中获得快感，用户就得额外花费许多紫豆。某个朋友生日了，人人网会主动提醒你去赠送生日礼物。但是这并不是最主要的赢利方式，因为在其用户群中绝大多数是大学生，这一群体并不是可以承担或者愿意承担仅有一点简单娱乐效果的消费者。

（4）VIP会员服务

人人网推出的VIP会员服务跟大部分网站一样，需要缴纳会员费，成为VIP会员之后可以拥有普通会员没有的一些特权，如图1-6所示。

（5）付费调研

由于人人网这样的网络平台拥有大量用户的真实资料，所以它可以为商家做比较有针对性的市场调研。这是一种付费调查，每个调查报告都能给网站带来收益。

（6）活动赞助

由于人人网短时期内网罗了大量的客户，很多企业都把他们的产品推



介和促销信息放到了人人网上。同时，网站在举行各类自我宣传活动中还带上了许多冠名商。一些娱乐传媒也将宣传通过公共主页的形式在人人网上进行宣传，如图1-7所示。



图1-6 人人网VIP会员的部分特权



图1-7 人人网公共主页上的部分娱乐传媒

(7) 即时通信软件

人人桌面软件虽然起步很晚，用户量还较少，但是也正在逐步吸引用户。人人网、移动飞信、UC等即时通信软件的市场潜力是巨大的，这些公司都在努力试图抢占先机，争相获取这块大蛋糕的市场份额，以在将来获得更加巨大的经济收益。

2. 开心网的植入式广告模式

用过开心网的用户应该都会注意到开心网目前探索的那种独特的新广告模式——植入式广告。这种新型的广告模式不同于百度那种传统的CPM、CPC等按点击或浏览数付费的形式，而是将广告内容完全融入游戏和服务之中，使品牌的认知在不知不觉中为用户心中被强化，从而得到消费者的

认可和潜在消费力。



注意：植入式广告是指将产品或品牌及其代表性的视觉符号甚至服务内容策略性地融入电影、电视剧或电视节目等各种传媒内容之中，通过场景的再现，让观众在不知不觉中对产品及品牌留下印象，继而达到营销产品的目的。

在当前的电影、电视节目中，就经常可以看到植入式广告镜头，例如在主角与赞助商品同时现身时，均会伴随数秒的特写，或者将商品名称台词化、道具化，目的都是为了加深该品牌在观众心目中的印象。

相对于传统广告形式来说，植入式广告通常将商品品牌融入娱乐元素中，这样比较容易获得消费者的认同与好感，避免了消费者看广告时候所产生逆反心理，在潜移默化之中增加了品牌的影响力，其效果要优于传统广告形式。不过，植入式广告因为没有量化的销售和统计方式，实际收效也没有量化的评测指标，同时也没有权威的工具对广告效果进行评估，因此植入式广告在推广上存在很大的难度，不如传统广告那样易于评估。

开心网目前所探索的植入式广告已经具有相当多的品牌，并且已经融进了开心网大多数热门游戏之中，从广大用户的使用过程中看，大多数用户没有对这类广告产生反感，对于一些陌生的品牌，往往还会产生一定的兴趣和好感。

在开心网的“花园”中，从多个角度推广了“悦活”这个果汁品牌，虽然大多数人对这个品牌是很陌生的，但免费的东西自然很吸引人。在果园的“道具店”中，悦活场景卡是唯一一个可以免费领取和使用的道具卡，使用之后，农场的背景会发生变化，并会赠送多个悦活种子，如图1-8所示。



图1-8 开心网果园中植入的悦活果汁广告



即便不是知名大品牌果汁，通过这个游戏，也能让用户在种地、榨汁抽奖的过程中增加对“悦活”品牌的好感，这样的方式大大增加了品牌的曝光率，从而间接地增加这种果汁的销量。

“植入式广告”这种形式在类似开心网的众多SNS网站上已经非常普及。这种类型广告在吸引用户注意同时，也强化了品牌自身的魅力，在潜移默化之中争取到消费者的好感，是一种非常完美的网络营销形式。不过唯一令广告商头疼的是，“植入式广告”的实际效果很难量化评测和统计，通常只适用于SNS和网页游戏类网站，而不太适合传统内容类型的网站。

1.2.4 携程网的赢利模式

携程网其本质是个借助互联网这样一个强大的交流工具作为运作平台的中介机构，携程网的利润来源主要是酒店预订代理费，机票预订代理费，自助游中的酒店、机票预订代理费，保险代理费以及在线广告等。

携程网的赢利模式其实就是会员模式，它不计成本地发行会员卡就是为了获得足够的使用会员，然后赚取旅游中介的费用。这种模式对于该类型的网站有4种显而易见的好处。

1. 低成本运作

携程会员卡的积分制保证了它的会员卡的重复使用率，所以虽然积分具有一定的成本，但是重复使用会增加更多的利润，也同时降低单卡的发行成本。

2. 会员的消费实力

携程网的会员主要都是中高端的商务会员，这样的一个群体不仅有较强的消费能力，而且具有使用该业务的需求，使用频率非常高。对于携程网来说，单个会员能有较高的使用频率对它的利润贡献更重要，而扩大会员量只是为了能够从商户那里得到更低的折扣。

所以携程网发卡的成本其实并不算高，因为一个会员使用10次就相当于10个会员，因此发行10张卡的话，只要有一个人加入了会员就可以保证网站赢利。所以携程网广泛发卡只是为了首先从人群中区分出它所需要的目标客户，发卡的成本也可以看做是网站自身广告的投入。

3. 先入为主的市场竞争力

携程网在发展了数量庞大的会员之后，对于相同模式的市场后进者就是一个强硬的壁垒。除非竞争对手可以提供更低的折扣优惠、更便捷可信的服务，否则无法轻易转移它的会员。这也使它的市场先入优势最终转化



为它的核心竞争力。

4. 形成准入门槛

当携程网的会员发展到一定规模的时候，它的会员卡将不再是毫无价值，相反它因为能够为会员带来额外的实际的好处而对非会员形成了门槛。也就是它把中介平台做得足够大了以后，它就占据了较为强势的地位，这也是后来携程网不再免费发卡的原因。

现在，携程网开始利用它所掌握的旅游资源和客户资源，向会员提供更多具备更高附加值的服务，比如将机票和酒店业务整合在一起的自助旅游服务项目，就能够获得更高的利润，如图1-9所示。

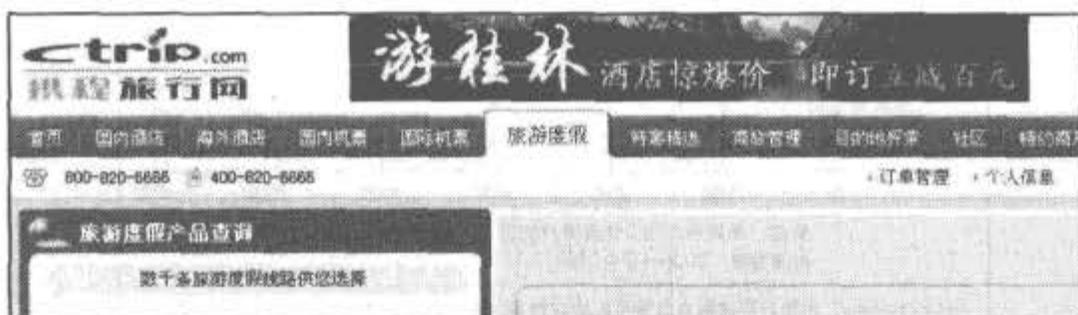


图1-9 携程网自助旅游服务项目

从携程网目前的发展方向来看，互联网对它而言渐渐隐退为一个信息和资金的流通平台，而不再充当最主要的赢利工具，网站获取利润的更多的渠道还是来自于线下的交易。

1.2.5 婚恋网站的赢利模式

从2005年开始，国内婚恋网站进入了大发展时期，目前，在包括百合网、世纪佳缘、嫁我网和中国交友中心等各大婚恋网站上注册的网民已经超过3000万，如图1-10所示。

这类网站中的佼佼者就是百合网，下面就将百合网的赢利模式做一个分析。

婚恋网站主要采取合并门户交友频道的方式，使得自己网站的注册人数和流量都得到了极大的提升。目前，其唯一需要担心的是，众多的交友网站、社区网站至今难以赢利，如果婚恋网站也选择“社区化”、“论坛化”的形式，如果没有更多广告商的投入或者付费项目的开发，即便网站流量大增，也并不意味着这些网站的收入可以大幅度提高。

其实除了增加流量、投放广告之外，这种类型的网站自身开发新的服务项目也能吸引到大量客户。以百合网为例，在2005年中到2007年底短短20个月的时间里，依靠心理测试和心灵匹配吸引了800万注册用户。但进



入2007年，百合网明显放慢了吸引新用户的步伐，接近半年的时间只增长了不到100万新用户。但从他们公布的数据来看，其用户结构却发生了重大的变化，尤其是在2006年10月，百合网正式推出金百合服务之后，百合网的用户已经非常明显地与交友用户区分开。

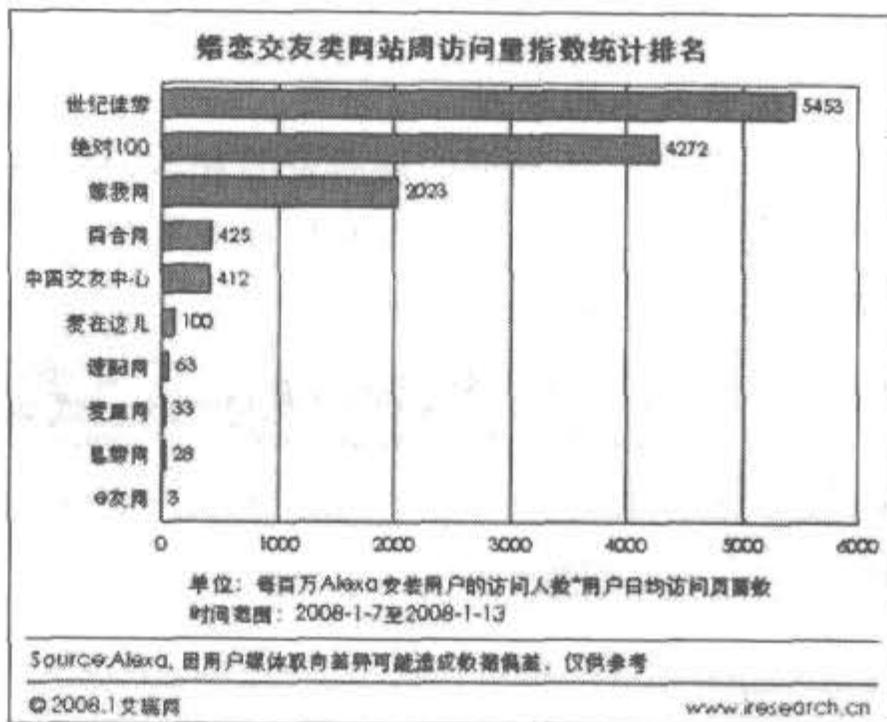


图1-10 婚恋交友网站访问量统计

同时，由于其心灵匹配模式的推广，吸引的用户群不再是之前的“急婚”一族。在百合网自己的用户调查中，有超过70%的用户在对婚姻的要求上，精神的契合要大于物质条件的匹配；而对于期望的结婚时间，有超过26%的用户选择是不在乎多长时间，重要的是找到最合适的人。

由此可见，百合网的金百合用户才是典型的婚恋网站用户群。在2007年，其VIP服务——金百合的用户月平均收入达到了8000元以上，年龄层集中在26岁至36岁之间，而平均每位金百合用户为百合网贡献的收益高达5000元。百合网能够抓住这个人群的眼球，就是网站用户数目和服务收益的保证。

1.2.6 盛大网络游戏的赢利模式

付费游戏是众多游戏网站最直接的收益途径。许多网络游戏运营商除了推出付费游戏外，也会有非付费游戏，非付费用户的数量是极其庞大的。那么，盛大是如何使非付费用户转化为付费用户呢？

自2005年盛大宣布实行网络游戏免费服务以来，各个厂商都全力跟进，一时间免费网络游戏风起云涌，成为了市场主旋律，其中不乏像金山的《仙侣奇缘2》、雷爵的《万王之王2》这样的重量级作品。

广大的游戏开发商和运营商不可能放弃网络游戏这样一个赢利工具，除了收费道具和插入式广告外，在免费网络游戏中寻找新的赢利模式就成了当务之急。

游戏周边通常指游戏版权所有者开发的或者通过相关授权开发的与游戏内容有关的实物表现形式。在电子游戏发达的国家，游戏周边的开发，早就成为了游戏产业的一个重要支柱。

电子游戏是一门综合视觉艺术，它的触角几乎可以伸向传统艺术的各个领域，所以说游戏周边的市场容量相当惊人。按照国际通行的判断标准，一个成熟的游戏周边市场的产值，是电子游戏业直接产值的2~9倍，如果再算上游戏周边市场的大众影响力，其价值更是电子游戏业本身难以达到的。

以我们的邻居日本为例，日本游戏厂商推出的游戏产品，至少三分之一的利润来源于游戏周边，而整个日本游戏业的市场空间，将近一半都是游戏周边的天地。随着中国网络游戏市场的日益成熟，加上现在大部分游戏采取免费运营的方式，这也导致游戏开发商们将赢利的希望寄托到利润丰厚的游戏周边产品上。

盛大在周边开发上也不落后，盛大的游戏周边市场分为出版物和出版以外的游戏周边产品两大类。

出版物包括游戏攻略、动漫、社科类图书，以每月大概20本的速度出版，特别是游戏攻略的图书，是其推广的重点。

而对于非出版类的衍生产品，盛大比以往更注重产品的实用性，从以往的玩具、纪念品变成现在的手机链、T恤等。产品销售体系也已经从一些网络游戏玩家经常出没的场所走向了大众场所。走进上海新世界8层的玩具商场，已经能看到盛大娱乐出品的衍生产品，从T恤、绒毛公仔到钥匙圈，琳琅满目，如图1-11所示。

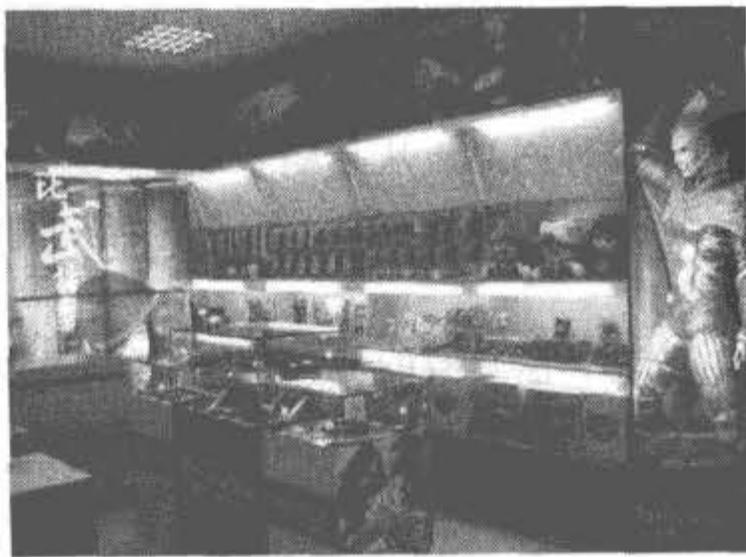


图1-11 盛大网络游戏周边的柜台



这些周边产品的内容已经不局限于传奇2、泡泡堂等盛大自己运营的游戏形象，而是包括像樱桃小丸子和华纳拥有版权的一些形象。在这样的布局下，盛大的游戏衍生品销售额已是刚涉足这个行业时销售额的18倍。

网络游戏周边产品是目前国内网络游戏有待进一步开发和完善的部门，对于网络游戏开发商来说，它是一块还没有分配的巨大蛋糕，对于玩家来说，它提供了一种参与游戏的全新方式。游戏周边市场必将成为网络游戏市场中的一抹亮色和最重要的利润来源。

1.2.7 百万格子网站创造的赢利奇迹

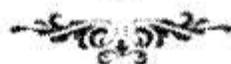
百万格子网站由一个年轻的美国学生亚历克斯·图创办。他在自己的网站首页划分了1万个格子出售，每个格子的价格是100美元。买家可以在自己购买的格子中随意放置任何东西，包括特意设计的图片链接、个人网站Logo、公益广告甚至是个人名字等。在短短的几个月之内，所有格子都卖了出去，亚历克斯·图轻而易举地赚取了100万美元。

建立这个网站几乎是零成本，但它收获了100万美元，其投资的回报率高得惊人。正如耐克的广告语所说，“一切皆有可能”，互联网总是充满了奇迹。格子铺的本质虽是卖广告，但是它却抓住了一个数量巨大的群体需求，将那些需要在网站上推广的组织和个人以很低的价格进行推广。当他卖出1000美元的时候，他开始写新闻稿，引起了媒体的关注。随着知名度的提高，订单也越来越多。最后实际的订单超过了所能提供的格子，网站创办人不得不把格子拿到eBay去拍卖。

中国也很快就出现了类似的网站，如<http://www.1baiwan.com/>，目前根据其首页显示也卖出了40多万元，如图1-12所示。

虽然并没有全部卖出所有格子，但其本身也取得了相当大的成功。不过这也仅仅说明在一定程度上这样的模式是可以模仿的，但是由于这是一个没有技术含量的网站，太多人跟风进入必然不可能全部取得成功。这个模式只是一个大胆的实验性产品，从长期看，它不是一个类似于社区或提供信息服务的网站，而是一锤子的买卖，因此这种模式不是一个可以持续的赢利模式。

百万格子网站的成功，所具有的更大意义在于告诉我们，互联网是一个可以创造奇迹的行业，它开拓了我们的思路，告诉我们一起去努力，产生更多创意，创造更多奇妙的体验，更丰富的世界，以及由此所带来的更多的财富。我们需要的是创造，而不是一味地模仿。这样的机会只有一次，



奇迹不可能重复。



图1-12 中国的百万格子网站



怎样选择赢利模式

前面我们已经列举了各种各样的网站赢利模式，同时也详细探讨了当前最有代表性的几类网站的赢利模式。俗话说，最合适的才是最好的，不同类型的网站适合的是不同类型的模式。那么，该怎么样选择最适合你所要建设的网站的赢利模式呢？这一章中，我们继续探讨这个问题。

内容导航

- 找准网站自身的位置
- 如何确定网站的赢利模式
- 如何使网站赢利模式最大化

2.1 找准网站自身的位置

网站的赢利模式大致上可以概括为一是卖产品，二是卖服务。不过这句话并没有什么实质的启发。对于新创立的网站而言，什么样的赢利模式才是好的赢利模式，才是实用的模式呢？

在考虑网站的赢利模式时，重要的不是有哪几种赢利模式，也不是搞什么创新，如果为了创新而创新，那么就是最大的自欺欺人。如果有足够的条件，最好不要去考虑赢利模式的事情，重点考虑的是用户需求和用户体验，当然，对于这个世界上大多数网站的创业者来说，这是不现实的，在没有强大的资源支持下，只能一步步走过来，活下来才是硬道理。

做面向客户的网站，最重要的是如何发现并满足用户的需求，找到真正的需求点，便是找到了吸引大量客户的钥匙。

什么是最好的商业模式？最好的商业模式就是能够产生印钞机效应的模式，比如百度在融合计算机科学、用户行为以及商业动机方面做得最成功，并在此基础上产生了搜索市场的关键字广告。用户的每一次广告点击，商家都要向百度付费，这样大把的钞票就直接流入百度的荷包里。eBay也

是这样一个强大的网站，用户的每一次交易都要向eBay缴纳手续费。至于这种赢利模式属于网络广告模式，还是网络游戏模式，抑或是互联网增值服务模式都不重要，重要的是它本身的需求及独特性。这些模式并没有超越广告、互联网增值、移动增值、收取服务费等赢利模式，它们是整合了资源，创造了需求，找到解决之道，进而找到最好的赢利模式。

赢利模式是有高低之分的。传统的低价进、高价卖的方式，卖牙膏香烟的日用品小店也可以做到，这是实在的模式，但并不一定是好的模式。好的模式是能够源源不断地获得利润收入的模式。对于成功的商业模式，这些已经成功的模式，无疑是好的模式。但是对于不同阶段的个人和企业来说，模式是好还是不好，还得看具体的情况。而且更重要的是应用的创造性，应用所带来的客户价值。总之，适合自己的，才是最好的。

2.2 如何确定网站的赢利模式

在运营一个网站的初始阶段，如何确定该选用哪种模式是非常重要的问题，下面将从几个层面来对这个复杂问题进行探讨。

2.2.1 用户定位

这个方面非常重要。不仅要考虑用户的需求，更重要的是还要考虑我们的用户能够给我们带来什么？网站流量？人气？还是可以增强企业的访问量？另外，我们又能给用户带来什么？信息的浏览？网站的体验？生活的便利？是能满足一部分特定用户还是大范围的用户群？

网站要想赢利，必须要有明确的受众基础，如果没有明确的受众基础，那么网站的流量就是垃圾流量，如果不能确定什么人来看你的网站，那么你的网站恐怕就会是杂乱无章的了，这样的网站是不会有黏性的。那么在这样的网站做广告有何意义？

我们做网络项目首先要确定哪些是自己的受众，就如同传统产品营销首先要确定市场，比如说你的网站的定位是什么？这一块能不能锁定一个清晰的用户类型？接着要分析受众为什么来你的网站？为什么他们不去别的网站？他们需要的究竟是哪方面的信息和服务？这些都是我们必须精心思考的问题。

2.2.2 网站功能定位

我们的网站可以为用户提供什么样的实际效益？我们的网站对于用户



有多重要？是否是独一无二、必不可少的呢？还是一般重要？主要体现在哪里？如是个人用户，那我们为个人带来了哪些效益？如果是企业用户，我们能够为企业用户带来什么样的效益？是不是效益大到可以向企业收费呢？那我们用哪些形式向企业用户收费？要分析一下，你的网站能够黏住受众吗？

现代传播理论告诉我们，通常情况下，一次传播是不足以对受众产生太大的影响的。我们大家都会有这样的体验，每天看电视，对那些广告都是在看了几次后才有印象的。接着要看你的网站传播的信息能不能让受众信任，如果不能，那么你的网站恐怕就得关门了。使用过网上购物的朋友大概都有这样的体会，你不会在第一次登录就购买任何产品，而是在登录几次后才去购买，这就是信任问题。试想一下，有几个用户会相信在一个充满虚假内容的地方会有真的产品或服务呢？

2.2.3 模式的可行性

这种模式是不是很容易操作？如果太过复杂是不是增加了我们的成本？对于客户是不是操作很麻烦？确定了这些后，还有一点是最关键的，那就是：你的网站有合适的信息传达模式吗？也就是能不能将网站和客户的信息有效地传达到受众那里，同时能够将受众有效反馈到网站和客户那里。

2.3 如何使网站赢利最大化

对于网站来说，尽可能多地获取利润是网站运营最终的目标。当我们在策划一个网站的赢利模式时，可以参考以下几条颇有见解的建议。

2.3.1 以专业知识和特色赢利

专业内容可以吸引用户，让用户心甘情愿付费查看信息，网站本身的广告价值也比较高，也容易吸引高质量的广告主。

专业性质的网站对于站长的要求比较高，不仅仅要求有很深厚的专业知识，还要有极强的创新能力，比如说艾瑞，就以专业的数据分析、排名作为建站之本，后来者只是模仿者，但是模仿者想要超过标准建立者，需要付出很高的代价，而且几乎是不可能的。如图2-1所示的艾瑞网首页，整个网站都是以专业的经济分析为主，故其他网站一般难以模仿。

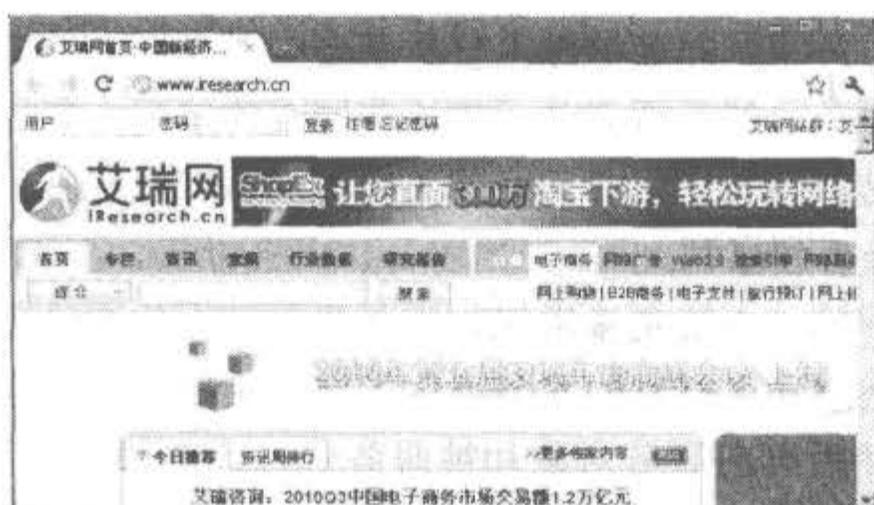


图2-1 艾瑞网

如果做专业型的特色网站，模仿是没有出路的，要多发现、多尝试。

2.3.2 通过网站内容收费

无论一个网站的内容是网站自己提供的还是用户提供的，都要靠内容生存。所以通过内容收费是一种不错的赢利方式。比如可以建立一个英语学习资料的收费会员站，若网站拥有忠实会员，可以定期向会员收取会员费，如果其他的网站想要拥有数量众多的忠实会员必须要在内容上下工夫。不过如果出现了很多类似的免费网站，就一定要在做好内容的同时，也得想办法控制内容的流失。这一类网站有一点要注意的是，如果短期不能很快做起来的话，模式和内容会被抄袭。

例如，论文天下抓住了用户上网站查找论文的需求，以收费论文为赢利点，迅速发展起来。图2-2是论文天下的首页，感兴趣的读者可以到 www.lunwentianxia.com 查看。



图2-2 论文天下首页

2.3.3 依靠提供服务赢利

通过各类增值服务来服务用户的优势在于，把用户服务好了，自然就



很容易赢利了。如果网站能够深入分析某一个类型网友的需求，知道他们需要什么样的服务，然后再充分了解这些网友的状况，帮助他们解决实际问题，就很容易和网友建立非常好的关系，那么网站也就可以很方便地通过这类增值服务得到赢利。

制作这类网站，不能贪多求快，需要慢慢地对用户进行培养，增加用户的黏性。把网站和所提供的服务都尽量做得足够专业，在行业内形成一定的影响力，然后再向服务对象和被服务对象收取服务费用，这样一来，网站赢利就顺理成章了。

如现在大量涌现的团购网站，就是通过为用户提供团购服务，从而实现赢利的。图2-3就是北京地区的团购网的首页，有兴趣的读者可以深入研究一下。

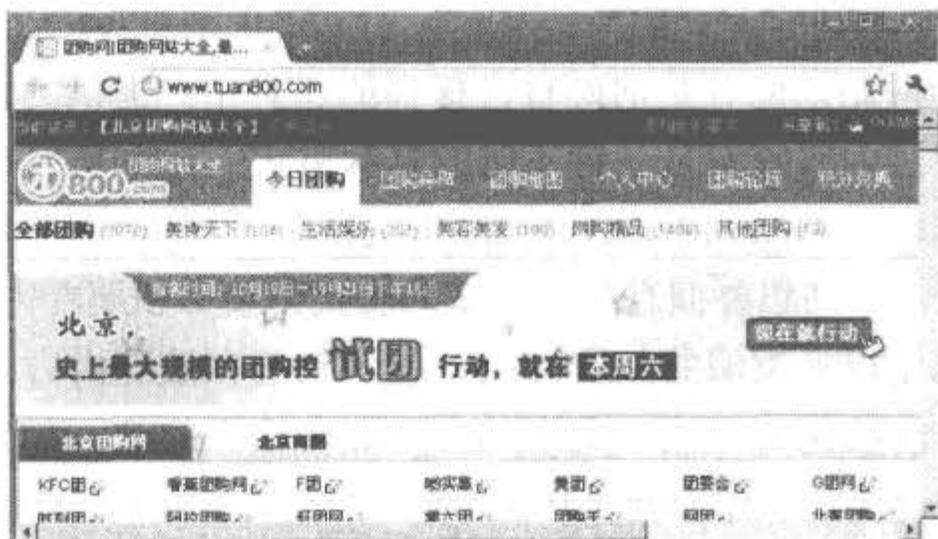


图2-3 团购网首页

网站的整体策划

网站策划是网站建设中关键的一环。整体策划的好坏会直接影响网站的运营效果。它是网站建设必须要做的工作，并要求建站公司全盘考虑、全程参与。网站策划要求与客户互动，大家一起为网站制定目标，并且进行有效的沟通，将这个目标贯穿于每个人员的思想和劳动中。

内容导航

- 网站的需求分析及其定位
- 网站策划的必要性及其原则
- 网站策划的内容
- 网站制作的基本流程
- 常用的网页制作软件
- 一个网站策划书的实例

3.1 网站的需求分析及其定位

一个网站项目的确立是建立在各种各样的需求上的，这种需求往往来自于客户的实际需求或者是出于公司自身发展的需要，项目负责人对用户需求的理解程度，在很大程度上决定了此类网站开发项目的成败。因此项目负责人必须更好地了解、分析和明确用户需求，准确、清晰地以文档的形式表达给参与项目开发的每个成员，保证开发过程以满足用户需求为目的的进行。

3.1.1 网站需求分析过程

需求分析活动其实本来就是一个与客户交流、正确引导客户能够将自己的实际需求用较为恰当的语言进行表达的过程。整个需求分析过程需要开发人员及用户一起参与完成。如果用户明确网站的功能需求，那么，需

要做到以下几点：

- 开发人员与用户一起讨论，进行需求分析。
- 美工、技术开发人员与用户一起讨论，初步确定网站功能。
- 全部开发人员与用户对网站功能反复讨论和修改，确定网站功能，并书写成文。
- 如果项目较大的话，最好能有部门经理或更高一级的领导参与到网站功能的确定过程中来。

在需求分析的过程中，往往有很多用户不明确网站的需求，这个时候项目开发人员进行用户调查的工作，帮助用户确定网站需求。

调查的形式可以是：需求调查表（如图3-1）、座谈及现场调研等。调查的主要内容如下：

1. 【多选】您认为贵公司目前已有网站的作用是什么？

A. 宣传企业
 B. 产品展示
 C. 发布各类信息
 D. 邮箱使用
 E. 紧跟时代潮流
 F. 其他

2. 您选择网站公司时，请您给最主要的几个因素排序？（填写优先顺序） 【附注：(N/A)：请不要留空格和填写点符号】

A. 价格
 B. 企业的技术能力及信誉
 C. 售后服务

3. 【多选】在当前利用互联网上面，贵公司的网站感觉有哪些不足之处？

A. 网页不美观，不能体现或提高企业形象
 B. 网站功能少，使用价值不大
 C. 有效访问量低，效果不明显
 D. 信息发布维护没有及时方便
 E. 其他

4. 【多选】如果为贵公司新建一个网站，您有哪些期望？

A. 网页设计美观
 B. 制作周期短
 C. 能够准确收集和发布有效的供求、求职、新闻等信息
 D. 访问量高，提高知名度
 E. 方便公司工作人员进行网站管理维护
 F. 能够建立网上信用等级
 G. 能够和客户进行网上及时有效的沟通和管理
 H. 其他

5. 您愿意接受的网站价格在什么范围？

A. 1000元以下
 B. 1000-2000元
 C. 2000-3000元
 D. 3000-4000元
 E. 4000-5000元
 F. 5000-6000元
 G. 6000-7000元
 H. 7000-8000元
 I. 8000元以上

6. 【单选】关于网页形式与网站功能间的相对矛盾，您选择？

A. 更注重网页美观
 B. 更注重功能实用

图3-1 需求调查表示意图

- 网站的作用、现在或未来可能出现的功能需求。
- 用户对网站的性能需求（如访问速度）。
- 网站维护的需求和实际运行环境。
- 网站页面整体风格、美工效果及各种页面特效。
- 页面数量，是否需要多种语言编写。

- 内容编辑及后台录入任务的分配。
- 项目完成时间进度。

根据用户调查情况，总结用户需求，确定网站功能。

3.1.2 网站市场定位

根据做好的需求分析，我们可以结合市场需要，确定网站的市场定位。

网站的价值是信息。显而易见，我们只有抓住人们对于信息需求的关键，才能找到网站根本的定位。网站是为人服务的，为人提供各种信息的，如果没有人们需要的信息或者产品，那网站就不需要存在了。

网站的定位指网站服务的对象。不同的网站为不同类别的人服务，如图3-2所示的应届生求职网，它是服务于广大应届毕业生的，如图3-3所示的网易邮箱是服务于普通大众的。

汇集有用信息，满足各种信息需求，是网站市场定位重要的出发点。



图3-2 应届生求职网



图3-3 网易邮箱



3.2 网站策划的必要性及其原则

网站策划是指在网站建设前对市场进行分析，确定网站的目的和功能，并根据需要对网站建设中的技术、内容、费用、测试和维护等做出策划。网站策划对网站建设起到计划和指导的作用，对网站的内容和维护起到定位作用。

3.2.1 网站策划的必要性

一个网站的成功与否与建站前的网站策划有着极为紧密的关系。古人云：“凡事预则立，不预则废”，就是指在做事之前必须有个很好的策划。所以，在建立网站前应明确建设网站的目的，确定网站的功能、规模和投入费用，进行必要的市场分析。只有事先详细地策划，才能避免在网站建设中出现的大量问题，才能使网站建设顺利进行。

事实证明，一个在制作前经过完美策划的网站的运行效果，其点击率和网络安全性能要优于一般网站。

一般来说，网站策划阶段需要先完成策划初期的UI设计图，如图3-4所示。然后根据UI设计图与客户进行进一步的修改讨论，完成网站效果图，如图3-5所示。

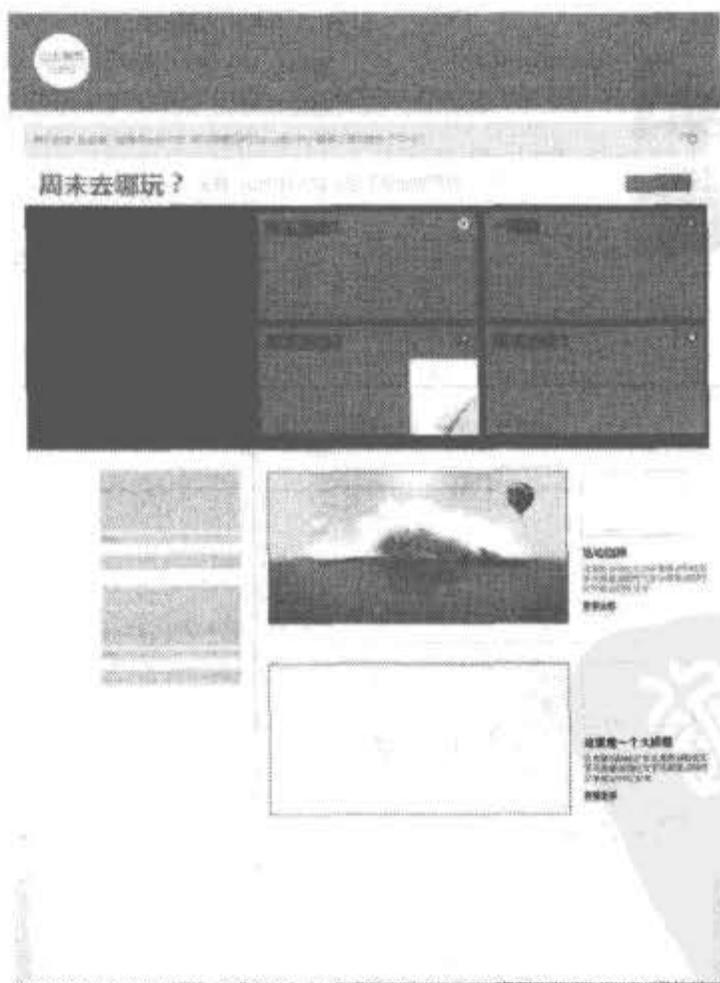


图3-4 UI设计图



图3-5 效果图

没有经过策划的网站常会出现以下状况：

(1) 日后返工

日后返工是网站建设最忌讳的一点。进行网站策划，可以避免由于考虑不周或安排不合理等造成的全体设计人员返工。

(2) 重复烧钱

网站建设需要支付一大笔开销。策划中，一定要明确网站的主要目标、营销战略等，这样就避免了为了达到同一目标而多次投资的局面。

3.2.2 网站策划原则

做一个网站，失败的原因各不相同，但是成功的原因都有相似的策划理念。如果想要自己的网站成功，就得借鉴其他网站成功的经验。以下这4条是一个成功网站必不可少的原则。

1. 不要让用户思考

网页上每项内容都有可能迫使用户停下来，进行不必要的思考。例如“名字”，那些很酷或者自以为很聪明的名字、带有营销倾向的名字和具体公司有关的名字以及生僻的技术名词等都很容易让用户停下来思考。

举例来说，假设一位朋友说某公司正在招聘，笔者正好符合他们的要求。因此，我会直奔这个公司的网站而去。当我扫描页面，准备点击相关内容时，他们所提供的职位部分所用名称的不同会产生不同的效果，如图3-6所示。



图3-6 示例图

面对前者【Jobs】，用户可以清楚地知道这是自己要去点击的按钮，但对于后者【Employment Opportunities】，用户就会在进行必要的思考后才能去点击。人们通常不喜欢进行思索，而需要直接简单地进行操作。

2. 不要让用户的等待超过30秒

大家应该知道互联网用户的一条法则：当用户等待超过10秒，则基本对这个网站失去第一好感，如果超过24秒，则用户会关闭网页。所以，即使你的网站策划很出色，也不应该让你网站的打开时间超过30秒。如果超过了这个时间，你就一定会失去你的用户了。

3. 设计明确的导航

请记住一个事实：如果在网站上找不到方向，人们不会使用你的网站。

从读者自己作为Web用户的体会就可以知道这一点。如果用户到了一个网站，却找不到或者不知道这个网站是怎么组织的，就不太可能在那里待很长时间。所以作为网站策划者，一定要设计明确的导航。

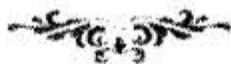
雅虎的网页设计一直是国内众门户模仿的对象，我们首先来看看雅虎网站现有的几种导航样式。

- 雅虎首页栏目导航，如图3-7所示。



图3-7 雅虎首页

雅虎首页左侧的导航列出了网站最常用（或访问最频繁，或网站运营



商最想让用户知道)的几个栏目。这种导航(也包括网页顶部横向结构)是目前互联网中使用最广泛的导航方式。

- Tab式位置导航变体,如图3-8所示。

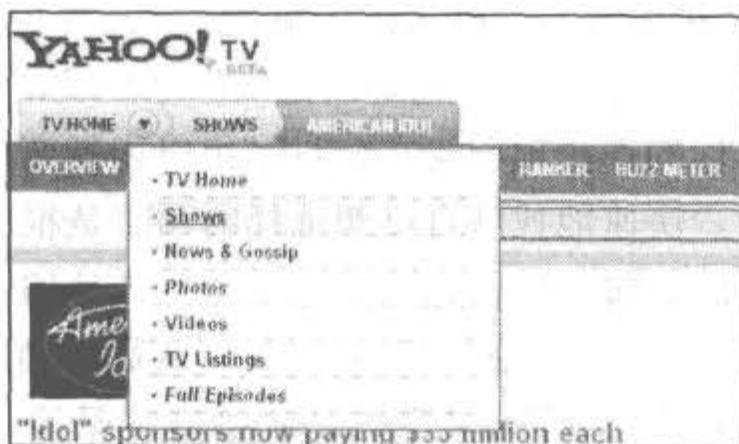


图3-8 雅虎的Tab式导航

Amazon可以说是在网络产品导航上的鼻祖了。让我们再来看看Amazon的导航样式,如图3-9所示。同样照顾到了用户使用的方便性。



图3-9 Amazon的导航

网站导航设计需要注意的问题及设计原则如下:

(1) 导航条的位置

主导航条的位置应该在接近顶部或网页左侧的位置,如果因为内容过多需要子导航时,要让用户很容易地分辨出哪个是主导航条,哪个是某主题的子导航条,如图3-7所示的雅虎的导航。

(2) 导航内容的明显性

导航的目录或主题种类必须清晰,不要让用户困惑,而且如果有需要突出的主要网页的区域,则应该与一般网页在视觉上有所区别,如图3-9所示的Amazon的导航。

(3) 准确的导航文字描述

用户在点击导航链接前对他们所找的东西会有一个大概的了解,所以



链接上的文字必须能准确描述链接所到达的网页内容，便于用户选择。

(4) 做好5个“手指”

5个手指是指一个人的直观记忆力只针对5个以内的类目，如果超过5个，则会觉得没有安全感。一般人的大脑把5个或更少的项目看做一组，但是当所面对的项目超过5个，他就必须把他们划分成较小的次组来处理。

所以说，保持你的选择项归类在5组或5组以内就变得很有意义了。你的访问者能够让用户快速地找到自己想选择的项目是很重要的。对一个好的网站来说，清晰的导航也是最起码的标准。应该让访问者知道自己当前在网站中的位置，并且愉快地通过你的指引而浏览你的网站。例如，你可以做到的一件事情就是：“下一步”的选择数目尽量少，以便人们不会迷失在长长的选择项目列表中。

4. 平衡各项元素

另外，平衡是一个好网站设计的重要部分。网站内容的设计，要做到以下3个方面的平衡：

(1) 文本和图像之间的平衡

除非内容决定了这是个完全文本或者完全图像的网站，你需要用直觉和审美观来作判断，平衡文本和图像，不至于其中的一个淹没另外一个。

(2) 下载时间和页面内容之间的平衡

当然，你希望有个漂亮的页面，但你也必须平衡你的页面内容，因为你的很多访问者正在通过调制解调器阅读它，而不只是想看漂亮的图片。

(3) 背景和前景之间的平衡

我们能在白纸上画出美丽的图案。同样在网页上，如果能制作出漂亮的结构和背景是很令人激动的，但也容易使网页前景的内容淹没在背景里面。

3.3 如何进行网站策划

网站策划出应该尽可能涵盖策划中的各个方面，在前期尽可能考虑到后期可能出现的问题。

3.3.1 建设网站前的市场分析

网站建设前一定要对市场进行分析，这样才能明确市场需求，有目的、有效地开发网站，避免做无用功。具体包括以下几点：

- 相关行业的市场是怎样的，市场有什么样的特点，是否能够在互联网上开展公司业务。
- 市场主要竞争者分析，竞争对手上网情况及其网站策划、功能作用。
- 公司自身条件、公司概况、市场优势分析，公司可以利用网站提升哪些竞争力，建设网站的能力如何。

3.3.2 建设网站的目的及功能定位

网站建设前，一定要明确网站的目的，根据目的做出准确定位，具体说有如下两点：

- 要明确建立网站的目的，如树立企业形象，宣传产品，进行电子商务，建立行业性网站等。
- 整合公司资源，确定网站功能。根据公司的需要和计划，确定网站的功能类型。

3.3.3 网站技术解决方案

根据网站的功能确定网站技术解决方案，要进行以下几点分析：

- 要选择服务器的方式，决定是采用自建服务器，还是租用虚拟主机。
- 选择操作系统，要决定用Windows 2000/NT还是Unix、Linux，并对投入成本、功能、开发、稳定性和安全性等进行分析。
- 选择网站的开发方式，是采用模板自助建站、建站套餐还是个性化开发。
- 确定网站安全性措施，如防黑、防病毒等方案。
- 选择动态程序及相应数据库，如程序ASP、JSP、PHP；数据库SQL、Access和Oracle等。

3.3.4 网站内容及实现方式

网站的作用就是供读者浏览信息，网站的内容是网站的核心，其实现方式又表现出了网站的技术水平和定位。其确定的主要根据如下：

(1) 网站的结构导航

一般企业型网站应包括：公司简介、企业动态、产品介绍、客户服务、联系方式和在线留言等基本内容。更多内容如：常见问题、营销网络、招贤纳士、在线论坛和英文版等。

(2) 网站整合功能

如Flash引导页、会员系统、网上购物系统、在线支付、问卷调查系统、



在线支付、信息搜索查询系统和流量统计系统等。

(3) 结构导航中的每个频道的子栏目

如公司简介中可以包括：总裁致词、发展历程、企业文化、核心优势、生产基地、科技研发、合作伙伴、主要客户和客户评价等。客户服务可以包括：服务热线、服务宗旨和服务项目等。

(4) 网站内容的实现方式

如产品中心使用动态程序数据库还是静态页面；营销网络是采用列表方式还是地图展示等。

3.3.5 网页设计

网页设计的要点是：设计第一而技术其次。网页设计包括美工、技术、预算和运行等。具体有如下几点：

- 网页美术设计一般要与企业整体形象一致，要符合企业CI规范。要注意网页色彩、图片的应用及版面策划，保持网页风格的整体一致性。
- 在新技术的采用上要考虑主要目标访问群体的分布地域、年龄结构、网络速度和阅读习惯等。
- 制定网页改版计划，如每隔半年到一年的时间进行一次较大规模的改版。
- 企业建站费用的初步预算，一般根据企业的规模、建站的目的、上级的批准而定。

3.3.6 网站维护

网站维护包含的内容很多，网页设计、更换页面、后台更新和服务器维护等。具体如下：

- 服务器及相关软硬件的维护，对可能出现的问题进行评估，制定响应时间等。
- 数据库维护，有效地利用数据是网站维护的重要内容，因此数据库的维护要受到重视。
- 内容的更新、调整等。
- 制定相关网站维护的规定，将网站维护制度化、规范化。

3.3.7 网站测试

网站发布前要进行细致周密的测试，以保证正常浏览和使用。主要测



试内容包括：

- 文字、图片是否有错误。
- 程序及数据库测试。
- 链接是否有错误。

3.3.8 网站发布与推广

首先，企业自身要有推广网站的意识，在任何出现公司信息的地方都加上公司的网址，如名片、办公用品、宣传材料和媒体广告等。网络广告和搜索引擎登记是目前网站主要的推广方式。此外通过一些网站做友情链接等办法，也可以显著地提高企业网站的知名度和访问量。

以上为网站策划的主要内容，根据不同的需求和建站目的，内容也会在增加或减少。在建设网站之初一定要进行细致的策划，才能达到预期的建站目的。

3.4 网站制作的基本流程

一个网站从无到有，大致要经历这样一个基本流程：确定网站主题、网站整体规划、收集资料与素材、设计网页图像、制作网页、开发动态网站模块、测试与发布网站、后期更新与维护网站、宣传与推广网站等。

3.4.1 确定网站主题

建设网站，首先要解决的就是网站的内容，即确定网站的主题。对于网站主题的选择，要做到小而精：主题定位要小，内容要精。不要试图制作一个包罗万象的站点，这往往会失去网站的特色，也会带来高强度的工作量，给网站的及时更新带来困难。记住：在互联网上只有第一，没有第二！

美国《个人电脑》杂志（PC Magazine）评出了排名前100位的知名网站的10类题材：

- 网上求职：如智联招聘网、应届生求职网等。
- 网上聊天、即时信息：如人人网、QQ网页等。
- 网上社区、讨论、邮件列表：如Myspace、赛我网等。
- 计算机技术：如某些介绍Java开发的网站。
- 网页、网站开发：如网页设计之家等。
- 娱乐：如The Onion、Pandora等。



- 旅行：如旅行门户网站等。
- 参考、资讯：如IT资讯网等。
- 家庭、教育：如各国教育部网站等。
- 生活、时尚：如Fashion Showroom、时尚资讯等。

网站的主题就是网站所要表达的主要内容，例如华军软件园，搜集了国内外众多的软件，是软件爱好者的的好去处。该网站的主题就是软件下载，一提起华军软件园，你就会想起那是一个专门提供下载软件的网站，如图3-10所示。



图3-10 华军软件园

能够体现出网站的主题和特色的是网站的名称。网站的名称字数要少，最好控制在6个字以内。文字要简单明了，不要用一些偏僻、生疏的字。对于中文网站来说，没有必要起一个英文名称。下面是一些不错的网站的名称，供参考，如软件说明书、网易下载站、壁纸好莱坞、中国兼职网、黄金书屋、时尚魅力、健康无忧和商家乐园等。

3.4.2 网站整体规划

网站规划是指在网站创建前必须明确创建网站的主题、目的和内容，也就是网站提供哪些服务和内容、网站的设计方案、网站的测试和发布方案、后期网站的维护和推广方案、投入费用以及必要的市场分析等。

在本书的前几节中，我们已经具体介绍了网站的主题、目的、内容及其具体策划，本节我们主要介绍网站的整体布局规划。



最开始，当网页呈现在你面前的时候，它就好像一张白纸，需要你任意挥洒你的设计才思。你需要明白，虽然你能控制一切你能控制的东西，但你必须先知道什么是一种约定俗成的标准或者说大多数访问者的浏览习惯，那么你才能在此基础上加上自己的东西。

(1) 页面尺寸

由于页面尺寸与显示器大小及分辨率有关系，网页的局限性就在于你无法突破显示器的范围，而且因为浏览器也将占去不少空间，所以留下给你的页面范围就变得越来越小，一般目前的浏览器的工具栏都可以取消或者增加，那么显示全部的工具栏和关闭全部工具栏时，页面的尺寸是不一样的。

一般来说，在 800×600 px分辨率下，网页宽度保持在778 px以内，就不会出现水平滚动条，高度则视版面和内容决定。在 1024×768 px分辨率下，网页宽度保持在1002 px以内，如果满框显示的话，高度在612~615 px之间，就不会出现水平滚动条和垂直滚动条。

(2) Banner

一个网站的名字多数显示在这个位置，这样，访问者能很快知道这个站点是什么内容。Banner是整个页面规划的关键，它牵扯到其他的更多设计和整个页面的风格定位。

一般来说，全尺寸Banner为 468×60 px，半尺寸Banner为 234×60 px，小Banner为 88×31 px。每个非首页静态页面含图片字节不超过60K，全尺寸Banner不超过14K。

(3) 主要内容部分的布局

一般网站的内容部分分为左右两栏，如图3-11所示。有的分为左中右三栏，如图3-12所示。有的则为不规则分栏，如图3-13所示。现在网站一般多采用前两种分栏布局方式。

(4) 页脚

页脚和Banner相呼应。Banner是放置站点主题的地方，而页脚是放置制作者或者公司信息的地方。可以看到，许多制作信息都是放置在页脚的，如图3-14所示。





图3-11 两栏布局



图3-12 三栏布局



图3-13 不规则分栏布局



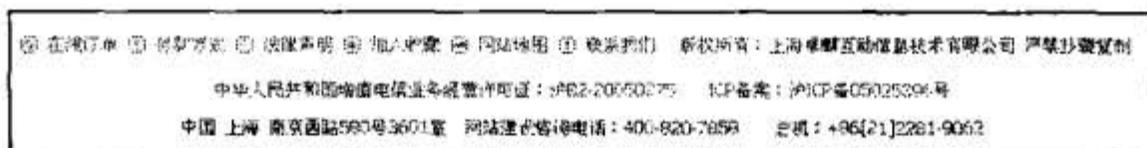


图3-14 页脚设计

3.4.3 收集资料与素材

作为网页设计者，尤其是美工，手中一定要积累大量的素材，并且将其系统分类。在网页的实际制作过程中，素材资料分为两种。

1. 特定素材（由客户提供）

网站的核心内容，需要准确宣传的信息、资料等，下面举两个例子。

- 企业类网站：主要包括企业VI、企业内部资料（包括文字、图片）等。概括地讲，主要是企业的核心内容，具体要宣传的内容。
- 教育类网站：主要包括校徽、校体、学校内部设置分类、学校相应部门信息、学校相应照片资料等。

2. 一般素材（设计者提供）

起装饰作用的图片、文字、多媒体等，由设计者自行收集设计。

如图3-15所示，图中企业Logo、名称、3张图片、每一条信息名称及其具体内容都属于第一种素材，由客户提供；图中Banner部分的Flash图片、蓝色和橙色图片属于第二种素材，由设计者自行设计完成。



图3-15 网页设计实例



3.4.4 设计网页图片

网页下载速度很重要，而图片设计不当就会成为阻碍下载速度的首要因素。图片确实很诱人，但是会占据网站很多空间。

每一位网站设计者都希望多用图片，图片可以让网站更加具有吸引力。比如，在线销售产品的网站需要为用户提供具有视觉吸引力的内容，而不仅仅是简单的文字说明。虽然没有图片的网站确实可以减少网站下载时间，但内容却没有吸引力。我们需要提高网站下载速度，但我们也需要一两张图片，除非我们仅仅是寻找信息。

设计网站时可以根据图片像素标签中的宽度与高度元素，改变图片的尺寸大小。改变图片空间尺寸是一个大错误，假如不考虑标签中的尺寸元素，图片就会以合适的尺寸呈现出来，所以这些元素可以调整图片大小。这种想法并不正确，长度与宽度元素只是帮助浏览器计算图片所占用的空间，以提高网页下载速度。此外，改变图片标签中的宽度与高度属性，会使图片发生变形，尤其是当增大图片尺寸时。

在设计网页图片时，有些设计者常会出现以下问题：

- 图像方方正正，基本上看不出是否经过处理。
- 不注意图片与文字的互补搭配。
- 图片处理过暗，图片上的文字模糊不清。
- 图片孤立，与周围内容缺乏统一。
- 用色怪异，图片颜色随意、不和谐。
- 背景与文字缺乏明度对比，复杂的背景图像掩盖了前景文字的内容。
- 为了填补网页上的空白，用图片来填空、凑数。

出现这些问题的关键是设计者思路的问题，他们并没有意识到网页中的图片的实际作用，他们往往认为图片只是为了点缀，其实，网页中图片的真正意义在于深化网站的思想，反映网站的统一形象，加深浏览者对网站形象的记忆，更快地掌握网站的内容。因此，网站图片一定要少而精，不必要的、与企业或网站形象不符的图片一定要去掉，如图3-16所示。



图3-16 图片应用实例

就企业网站而言，往往是首页要突出设计，内容很少，有的只是象征性的图像。很多企业网站的首页使用了大量的图片，有的甚至整页都是由图片切割而成，如图3-17所示。如果是传统媒体设计或是局域网，我们无可挑剔，但如果是广域网，在宽带接入没有普及以前建议最好简洁一些，图片少些，设计思想多些，目的只有一个，加快网页下载速度，别让浏览者望穿秋水等得不耐烦。



图3-17 图片太多的实例

网页中的图片设计要注意以下几点：

- 在突出图片主题的情况下，修改图片尺寸。
- 避免利用图片标签中的内容修改图片尺寸，应该利用图片编辑软件进行修改，如Photoshop等。
- 在保证图片质量的同时，尽可能地压缩图片。
- 创建与大图片链接的微型图片。
- 不要将小图片直接拉大来使用，这样会使图片显示质量明显下降，影响浏览效果。如图3-18所示，左侧图片显然像素点不够。



图3-18 图片显示质量下降实例



3.4.5 制作网页

设计的实现可以分为两个部分。第一部分为站点的规划及草图的绘制，这一部分可以在纸上完成。第二部分为网页的制作，这一过程是在计算机上完成的。

不能简单地说一个软件的好坏，只要是设计者使用起来觉得方便而且能得心应手的软件，就可以称为好软件。笔者常用的软件是Adobe的Dreamweaver、Fireworks、Flash、Photoshop以及Imageready，这些都是很不错的软件。我们要做的就是通过软件的使用，将设计的蓝图变为现实，最终的集成一般是在Dreamweaver里完成的。

材料有了，工具也选好了，下面就需要按照规划一步步地把自己的想法变成现实了。这是一个复杂而细致的过程，一定要按照先大后小、先简单后复杂的顺序来进行制作。所谓先大后小，就是说在制作网页时，先把大的结构设计好，然后再逐步完善小的结构设计。所谓先简单后复杂，就是先设计出简单的内容，然后再设计复杂的内容，以便在出现问题时好修改。在制作网页时要多灵活运用模板，这样可以大大提高制作效率。

3.4.6 开发动态网站模块

一个成功的网站需要开发出许多动态的网站模块，页面若需要有动态模块的内容，就可以很方便地直接调用，减少了代码的数量和冗余度。

动态网站模块是动态网站的基础，它有以下特征：

- 动态网站可以实现网站与访客之间的交互功能，如用户注册、信息发布、产品展示以及订单管理等。
- 动态网页并不是独立存在于服务器的网页文件，而是浏览器发出请求时才反馈的网页。
- 动态网页中包含有服务器端脚本，所以页面文件名常以.asp、.jsp和.php等为后缀。
- 动态网页由于需要数据库处理，所以动态网站的访问速度大大减慢。
- 动态网页由于存在特殊代码，所以不易被搜索引擎检索。

在开发动态网站模块时，需要考虑到整个网站的调用方法和调用频率，从这个角度出发，就可以了解到网站使用动态网站可能需要承受的负载量。

3.4.7 测试与发布网站

在网站正式发布之前，必须进行必要的测试，所有的测试都要以用户



体验为主。网站测试囊括许多领域，包括配置测试、兼容性测试、易用性测试、文档测试以及安全性测试，假如网站是面向全球范围的浏览者的，还应包括本地化测试。

不同技术的网站程序在不同的环境做测试，当今主要流行的一些网站程序如ASP、ASP.NET、PHP以及JSP等都是不同的环境中才能得到测试结果的。所以，测试前需要了解它们运行的环境，这样不仅利于测试，也对了解以后需要选购什么样的网站空间奠定基础。

在对网站进行完整的测试后就可以发布了。发布是指将网站内容使用FTP上传到网站空间当中，网站空间可以在网络上的一些网站空间提供商处购买。若制作的网站还需要数据库，但购买的网站空间不自带数据库，就需要另外购买数据库。FTP、数据库的账号和密码信息都会在申请网站空间和FTP账号时得到。

在把所有网站数据都上传到网站空间中之前，还需要申请网站的域名。通过域名指向网站空间，这样网站即可通过域名访问了。域名同样也可以在网络的域名提供商处购买。

 **提示：**现在国内的网站空间都是需要备案的，尽量在发布网站前购买好网站的空间和域名，提前备案，这样，不仅可缩短从网站制作好到发布的这段时间，也可使网站通过正规的途径来进行发布。

3.4.8 后期更新与维护网站

网站制作好后，日后的更新和维护才是最重要的。更新和维护的目的是为了能够使网站长期稳定地在互联网上运行，并为用户持续不断地提供新的网站内容。一个好的网站需要定期或不定期地更新内容，才能不断地吸引更多的浏览者，只有不断地更新内容，才能保证网站的生命力。

更新和维护的主要工作内容包括：对网站重新进行规划与设计、增加网站内容、扩大服务范围以及增添服务项目等。

内容更新是网站维护过程中的一个瓶颈，网站的建设者可以考虑从以下几个方面入手，使网站能够长期顺利地运营。

- 网站建设初期，需要对后续的维护的工作给予足够的重视，保证网站在建设完成后，后期更新和维护能够简单、方便地进行。
- 有规律地对网站增加内容，增加的内容要及时、准确，要进行统筹考虑，确立一套从信息收集、信息审查到信息发布的良性运转的管



理制度。

- 尽量不要对网站做很大的变动，可以进行局部更新，在未更改网站架构的情况下增添内容。这样不仅充实了网站的内容，也对搜索引擎的收录有利。
- 对于经常变更的信息，尽量用结构化的方式（如建立数据库、规范存放路径）管理起来，以避免出现数据杂乱无章的现象。

3.4.9 宣传与推广网站

网站建立之后，宣传和推广也是相当重要的。网站的宣传和推广是以网站本身的质量作为后盾，网站的质量可以理解为一个网站提供的内容或服务的重要性和权威性。要培养大量的“回头客”需要坚持不断地提供给访客需要的资源和服务，并且得到访客的肯定，同时在同类的网站中也会得到不错的口碑。

从用户体验的角度来讲，我们要从网站的内容上进行优化，在发掘网站自身潜力的同时，将网站的资源转化为访问的需求，从而为网站带来流量。宣传是要将站点提供的优质资源展示给访客，让访客记住或者收藏这个站点，所以基础的条件就是网站具备了大量的优质资源。

宣传和推广的手法多种多样，下面列出几种最常用的网站宣传和推广方式：

- 网站导航登录：对于流量不大、知名度不高的网站，网站导航带来的流量远远超过搜索引擎及其他方法，网站若可被hao123.com或256.com之类的导航网站收录，将会给网站带来很直接的流量。
- 友情链接：友情链接是指互相在自己的网站上放对方网站的链接。它会给网站带来稳定、可观的访问量。与知名的网站做友情链接会给网站带来很高的权重，与同类的网站链接会给网站带来有针对性的宣传。
- 搜索引擎登录：搜索引擎通过索引网站的内容，为访客呈现出有针对性的某个页面，网站在为访客提供精彩内容的同时也会促使访客浏览更多的网站内容。一般情况下，网站在建立后，不用手动向搜索引擎提交网站地址，搜索引擎会在一段时间内自动收录并显示。若急切地需要网站被搜索引擎收录，可手动在各大搜索引擎入口登录网站。
- 即时通信、论坛、邮件宣传：这是一种直接有效的方式，虽然需要



花费一定的精力，但是效果非常好。可以直接在QQ群发消息，在论坛写软文，使用群发邮件来推广自己的网站。这种宣传方式需要把握好一定的尺度，否则，盲目宣传推广，不仅令人反感，对搜索引擎收录网站也会有一定不利的影响。

- 网络广告投放：这种方法虽然需要花钱，但是，如果正确、有针对性地投放网络广告，给网站带来的流量也将是很直接的。投放广告之前应先了解网站的服务对象，广告投放一定要有目标性，力求做到低成本、高回报。

一个高质量的站点，在得到浏览者青睐的同时也将受到搜索引擎的眷顾，相反，网站内容如果大量地复制其他网上的资源和信息，没有原创内容、缺乏新意，搜索引擎也不会给这个网站很高的权重的。即便是访客对网站有很高的点击率，但是，若他们看到的是一个没有特色且没有吸引力的网站，他们很可能很快就关闭网站的浏览器，从而对网站留下很差的印象。

3.5 网站策划书实例

一个网站的成功与否和建站前的网站策划有着极为密切的关系。在建立网站前应明确建设网站的目的，确定网站的功能，确定网站规模及投入费用，进行必要的市场分析等。只有制定了详细的网站策划书，才能避免在网站建设中出现的很多问题，才能使网站建设顺利进行。下面是一个**大学继续教育学院网站改版策划书。

3.5.1 项目目标

1. 网站功能目标及期望

- 充分利用网络快捷、跨地域优势进行信息传递，对**大学继续教育学院进行宣传。
- 建设“**大学继续教育学院”网站，为学院教师、学生、员工提供信息服务的平台。
- 建设“健康服务”系列专题，推广“健康管理”概念，为社会服务，为人民造福。
- 庆祝网站开设三周年，推出网站新版本。

2. 网站技术目标及期望

- 系统栏目易于增加、修改、删除和维护。



- 确保资源的安全，能够有效地防止资源外部流失。
- 确保相关数据在网上的应用速度。
- 系统具有充分灵活的扩展能力，以满足不断发展的需要。

3. 网站美工目标及期望

- 整体设计风格简洁、大气、充满现代感。
- 色彩饱和、线条流畅，并充分留有空间。
- 对页面进行优化，保证下载快速。
- 页面采用开放式结构设计，具有较大的可扩展性。

3.5.2 网站设计原则

(1) 经济性原则

网站整合功能完善的管理平台，使管理员能够很方便地对网站中的动态内容进行更新。

(2) 便利性原则

网站导航及功能设计以方便使用为原则。

(3) 扩展性原则

网站具有高度的扩展性，能够为日后的功能扩展预留接口。

3.5.3 网站结构

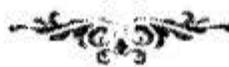
由于时间紧迫，保留原有网站框架，即在原有基础上更新版本，改版只侧重美工优化和技术合理化处理。

3.5.4 网站报价

网站建设项目报价见表3-1。

表3-1 网站报价

序号	项目	费用(元)
策划制作	1 网站策划	
	2 网站风格设计	
	3 页面制作(64页)	
	4 网站内容编辑	
功能开发	5 网站信息发布	
	6 查询系统	
	7 在线登录	
	总计	



3.5.5 网站建设进度及实施过程

1. 公司方项目合作成员

- 项目经理（1人）：负责项目管理、组织、协调，对项目资源进行控制，使项目能够按照计划实施，满足项目规定的业务需求。项目经理对项目的质量、进度和成本负责。项目经理负责客户关系的管理，也是客户方项目经理的主要对口协调人。并负责整个项目中的数据库结构及功能程序的设计。
- 美术工程师（1人）：从事项目整体上的创意、规划、视觉设计和交互表现的形式方向把握和设计方案的提交，对项目规划设计的质量实施控制、指导与监督。
- 高级程序员（1人）：负责服务系统的程序及多媒体的开发。
- HTML 制作及测试工程师（2人）：负责网页的模板制作及HTML搭建，网站的测试及运行。
- 后台管理员（1人）：负责网站初期内容的上传。

2. 校方项目合作成员

- 项目经理（1人）：负责项目管理、组织、协调工作，签收各种项目文档，自始至终负责整个项目的进行。
- 相关材料提供者：定期提供网站相关内容，如图像、文字、声音文件等，还要提供学校Logo及校体资料。

3. 实施过程

开发/实施周期为21天。下面为网站系统开发进度的总体安排：

- 网站功能模块设计及确定2天
- 网站美工设计及确定6天
- 网站系统详细设计阶段10天
- 网站测试2天
- 网站验收1天
- 网站正式运行

3.5.6 网站信息发布

网站中任何内容的发布都需有一个确认过程，即后台上传后，需要通过管理员进一步确认方可显示，管理员也随时可以定义信息的状态，即显示或隐藏。



3.5.7 技术维护

系统建设完毕运行后，设计方应保障系统安全可靠地运行，及时修复出现的故障，按照客户要求对计算机系统进行升级，保证用户所使用技术的领先性和系统安全性。可能采取的服务方式如下：

1. 用户培训

用户培训包括对用户适应系统需要进行的操作使用培训、网页修改培训、数据库管理培训、电子商务常识培训，同时还包括用户对于使用系统而导致的业务流程和管理模式变更的培训。

2. 电话支持

设立专门的电话服务支持机构，专门提供客户在操作使用方面的咨询服务。

3. 网上服务

用户在出现问题之后，为用户提供网上的服务支持。

在系统开发完毕后，考虑到用户可能会有自己独立维护的需要，设计者应提供系统设计说明书，保证客户的权益。

每次维护，都要按照规范的业务流程填写维护申请，经双方项目经理协商认可后再进行修改。每次修改均提供完整的修改说明。



网站的风格策划及信息组织

网站的风格定位是网站建设的第一步，是网站走向成功的起点，其重要性应得到足够的重视。影响网站风格定位的主要因素有：公司企业文化、行业特征、产品定位和客户定位等。

建立网站的最终目的是为了通过网络吸引更多的潜在客户，而其中最重要的问题就是如何让浏览者找到网站，一个没有信息特色的网站很容易被淹没在搜索引擎海量的信息中。因此，网站的信息组织是网站建设的核心。

内容导航

- 网站的风格策划
- 网站信息的组织
- 网站框架的构建
- 网站框架设计实例

4.1 网站的风格策划

随着互联网的普及，中国在网站建设方面也逐步从向欧美、日韩等国家网站风格的学习阶段转向中国特色阶段，通过运用一些具有中国传统特色的元素和构图方式，逐步脱离了欧美、日韩等国家网站风格的设计，从而形成一种蕴涵丰富中国文化特色的网站风格。

网站风格的策划是网站建设初期的重点，网站策划者必须尊重网站风格的定位，遵循网站风格策划的原则进行设计操作。

4.1.1 网站的风格定位

现在，人们越来越依赖网络解决问题。比如，企业在采购之前往往通过网络搜索想要的供应商，或者通过网络了解具体供应商的基本情况。进入企业网站之后，首先看到的就是网站的风格，对企业的第一印象就立刻

形成。所谓“人靠衣装，佛靠金妆”，网站的风格对于一个企业品牌形象的重要性不言而喻。

网站风格主要包括：

- 站点的CI：比如设计网站的Logo、网站的标准色彩及网页的字体等。
- 版面布局：如网站的信息栏摆放位置、交流栏位置等。
- 浏览方式：如“网站导航”、“点击这里”、“搜索框”等方式。
- 交互性：如网站的交互方式设计、交互次数统计等。
- 网页表现形式：如网页的媒体形式的选择等。

网站的风格定位是企业对外形象的一种展示，对企业尤为重要。它是用户对企业形象最直观的感知，对企业网络品牌影响甚大。网站的风格定位的准确性是网站建设成功的第一步。

网站风格由网站整体形象、主色调、网站内容主次布局和网站色块线条细节组成。

整体形象由网站策划、网站布局、网站美工以及技术细节处理综合协调形成。

网站主色调是浏览者的眼睛一瞬间捕捉到的色彩，给浏览者较强的心理暗示。

网站内容应主次分明，让浏览者第一眼捕捉到网站的核心内容，知道网站是干什么的。

网站细节处理决定着网站是否干净清爽，是否有视觉干扰，是否能让用户舒心地浏览内容。

应注重网站美工，这是帮助企业打造网络品牌首先要提出的技术指标。

网站内容布局源自于与客户的充分沟通，要提炼出企业最需要突出的核心内容。

网站建设最重要的标准就是：精确到每一个像素，细致到每一段代码。

大部分网站策划人员都非常重视网站定位，但却偏偏忘记了网站风格的定位。大部分网站策划人员对于网站风格定位都非常草率，通常所做的就是去抄袭（学习）竞争对手，或者国外的成功网站。然后改改颜色，调整一下频道内容即可。从近几年中国电子商务发展的过程可以看出，像当当网、京东网这类电子商务老大们，在很大程度上受到了美国Amazon的影响，如图4-1所示。可以看出基本的栏目和布局差不多，只是颜色和布局上都做了一定程度的调整。





图4-1 电子商务网示例

网站风格主要根据网站内容和网站目标客户群体这两方面来决定。不同的目标客户对于同一个网站的感受是不一样的，如图4-2、图4-3所示。



图4-2 千丽网示例

显然，以上两个网站是完全不同的网站风格。经数据统计，女性更喜欢“Beauty Easy 网店”色彩鲜艳，内容丰实，而男性会喜欢“千丽网”的干净整齐，思路清晰。

为什么会出现这样的情况呢？其实如果我们放到生活中来看就非常容易理解了，女孩子喜欢逛街，而且就愿意去装修有特色漂亮的地方逛。因



为她们购物是凭感觉，依靠一下子的购物冲动，哪怕是很贵的东西。而男性购物通常是先决定要买什么，然后对比品牌、价格，经过反复的对比后才决定买什么东西，决定后就直接去寻找这件商品。所以二者对网站风格的偏好会有所不同。



图4-3 Beauty Easy网示例

4.1.2 网站风格策划的原则

用户是我们的网络产品、资源和页面访问的最重要的使用者。由于电脑和网络的共享性，用户遍及各个领域，而各个领域对网站也有着不同的风格需求。因此，我们必须要了解各类用户的习惯、技能、知识和经验，以便预测各类不同的用户对网站内容和界面的不同需求和体验感受，为网站最终的开发设计提供依据和参考。

由于各个网站面对的用户情况不一，因此在网站策划设计中，首先要考虑用户的使用习惯。比如传统行业的人喜欢线条明晰的暖色系，IT行业喜欢浅色柔和的淡色系等。这在门户网站的设计应用上较为广泛。

其次要考虑网站所有者希望表述的风格。希望通过风格而改变用户对网站的印象，这一般适用于公司网站。如广告公司大多以印象派元素和精美的设计风格为主，如图4-4所示，这是国外的一个广告公司的网站；汽车公司大多以绚丽的车型图片作为网站的主要风格等，如图4-5所示。

最后，对于网站风格的定位是要确定一个大致的风格走向，比如休闲类、经济类、娱乐类、医药类和汽车类等类型的网站各自的风格肯定是不相同的。营造出各种类型网站的整体气氛，需要对各行业具有敏锐的观察

力和熟悉度，进而确定使用什么样的色调和风格搭配。这样可以保证在头脑中有一个比较明确的概念和设计定位，并对设计师的工作产生积极的方向引导。



图4-4 国外广告公司网站



图4-5 汽车公司网站

4.2 网站信息的组织

网站信息要以关键字为核心。我们建立网站的最终目的是为了通过网络吸引更多的潜在客户，而其中最重要的问题就是如何让浏览者找到我们。一个没有信息特色的网站很容易被淹没在搜索引擎海量的信息中。我们引入以关键字为核心的内容组织策略，是在工作中逐渐摸索出来的有效的对



搜索引擎排名友好的方法，并已在实践中得到证实。

网络信息的筛选要有一定的原则，要满足目标客户的需求，要投其所好。

在网站策划中，一般情况下，信息的确定由网站拥有方提供，但是，对于大量信息的筛选和信息在网站中的表现方式的确定，需要由网站策划者考虑决定。

对于大量的信息，策划者应与客户进行商讨，以关键字为核心，以客户需求为关键，以客户浏览习惯为原则进行筛选确定。

比如，休闲娱乐类网站，网站上主要信息要与时俱进，要在最凸显的位置，如网页左上方展现最新的新闻消息，并且罗列相关主题的信息条目，如图4-6所示。



图4-6 娱乐网站

4.3 网站框架的构建

网站结构就是指网站中页面间以及内部逻辑的层次关系，网站结构对网站的搜索引擎友好性及用户体验有着非常重要的影响。一个清晰的网站结构可以帮助用户快速定位所需信息，如果一个网站的结构不够合理，出现死链接；不突出重点信息，用户就会在浏览网页时不知所措，产生厌烦心理，可能会因此而失去潜在的客户。因此，在网站开发之前设计一个好的框架是个非常重要的环节。

4.3.1 使用表格构建网页

在目前的几种网页布局技术中，表格布局似乎已经成为一个标准，很多大型网站都是用表格布局的。它可以将各种数据（包括文本、预格式化文本、图像、链接、表单、表单域以及其他表格等）排成行和列，从而获得特定的表格效果。表格布局具有如下优势：

- 简单、易学、容易上手。
- 浏览器兼容好，一套代码用在不同浏览器中基本上不会走形。
- 能对不同对象加以处理，而又不用担心不同对象之间的影响。
- 表格在定位图片和文本上比用CSS更加方便。
- 当然表格布局还存在以下不足：
- 代码冗余多。
- 用了过多表格会影响网页下载速度。
- 维护起来不方便。

对于表格应用的具体性能问题，还需要自己逐步实践才会有更加深刻的体会。

下面看看目前网站如何应用表格进行网页布局设置。如图4-7所示是韩国JustBB霜网站（<http://www.justbb.com/indexpro.aspx>）主页，图4-8是该页面的源文件。



图4-7 韩国JustBB霜网站

可以看到，用表格可以很明确地切割页面的各个部分，尤其在表现产品列表下的各种产品时，更是起到了良好的保存数据的作用。



图4-8 韩国JustBB霜网站的源文件

下面来介绍一下表格的常用的标签和属性的用法。

1. 基本标签

一个表由<table>开始，</table>结束，表的内容由<tr>、<th>和<td>构成。<tr>说明表的一个行，表有多少行就有多少个<tr>；<th>说明表的列数和相应栏目的名称，有多少栏就有多少个<th>；<td>则填充由<tr>和<th>组成的表格。

2. 基本属性

- align: 表格的对齐方式，值有left（左对齐）、center（居中）以及right（右对齐）。
- width: 表格的宽度。
- height: 表格的高度。
- border: 表格边框粗细。如：border=0，表示没有边框；border=1，表示表格边框的粗细为1个像素。
- cellspacing: 单元格间距。当一个表格有多个单元格时，各单元格的距离就是cellspacing。表格只有一个单元格，这个单元格与表格上、下、左、右边框的距离也是cellspacing。
- cellpadding: 单元格衬距。指该单元格里内容与cellspacing区域的距离，如果cellspacing为0，则表示单元格里内容与表格周边边框的距离。
- bgcolor: 表格的背景色。

- background: 表格的背景图。
- bordercolor: 表格的边框颜色, 当border值不为0时此值有效, 取值同bgcolor。
- bordercolorlight: 亮边框颜色, 当border值不为0时设置此值有效。亮边框指表格的左边和上边的边框。
- bordercolordark: 暗边框颜色, 当border值不为0时设置有效。暗边框指表格的右边和下边的边框。

3. 常用属性用法举例

上述所列举的就是table的一些常用的属性, 下面这个小例子就是对上述属性的基本的总结, 如图4-9所示。

标题一	标题二	标题三
10	20	30
	20	30
10		30
10	20	30

图4-9 常用属性举例

实现图4-9效果的代码如下:

```
<table width="50%" height="20%" border="1" align="center"
cellspacing="0" cellpadding="5" bordercolor="red" bgcolor="#cc9968" >
<caption>表格内容</caption>
<tr>
<th>标题一</th> <th>标题二</th> <th>标题三</th>
</tr>
<tr>
<td rowspan="2">10</td> <td>20</td> <td>30</td>
</tr>
<tr>
<td>20</td> <td>30</td>
</tr>
<tr>
<td colspan="2">10</td> <td>30</td>
</tr>
<tr>
<td>10</td> <td>20</td> <td>30</td>
</tr>
</table>
```

上述例子只是一个简单数据表格, 下面做一下说明:

第一句为表格整体说明。表格边框1像素: border="1"; 居中:



align="center", 边框颜色红色: bordercolor="red"; 背景色是酱色: bgcolor="#cc9968"; 宽度50%: width="50%"; 高度20%: height="20%"。

第二句为标题。<caption>是表格的标题标签, 在设置标题时会用到。

<td>为标签的属性。rowspan="2"表示纵跨两行, colspan="2"表示横跨两列。



注意: 表格的结构尽量整齐, 尽量拆分成多个表格, 表格的嵌套层次要尽量少, 嵌套表格最好不超过3层。

4.3.2 使用框架构建网页

框架就是把网页画面分成几个框窗, 同时取得多个URL, 只需要用到<frameset>和<frame>即可。所有框架标记需要放在一个总的HTML文档, 这个文档只记录该框架如何分割, 不会记录显示任何资料, 所以不必放入<body>标记。<frameset>用来划分框窗, 每一个框窗由一个<frame>标示, <frame>必须在<frameset>范围中使用。

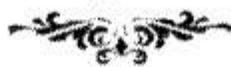
目前应用框架主要用于导航, 一组框架通常包括一个含有导航条的框架和另一个要显示主要内容页面的框架。如图4-10所示, 就是采用框架进行设计的某网站。

框架构建的网页需要知道两个标签: 框架集frameset和框架frame。框架集是对框架的整合, 可以包含一组框架。如图4-10所示网页就是由两个frame构成的frameset, 它们分别是左侧的导航条和右侧的主要内容。



图4-10 采用框架设计的某网站网页

用框架来构建网页一直是备受争议的话题, 很多专业的Web开发人员都尽量避免使用框架。主要是由于目前的搜索引擎, 如百度等, 对于采用



框架设计的网页不方便进行搜索和获取，这样就大大不利于网站的推广。

另外，一般通过CSS+DIV或者表格等技术也可以实现框架所展现的效果。因此，对于设计人员可灵活运用框架技术，不必拘泥于一种方式。

4.3.3 使用AP元素构建网页

AP元素（绝对定位元素）的概念是从Dreamweaver CS3中提出的。Dreamweaver将带有绝对位置的所有DIV标签及其他标签视为AP元素，具体地说，就是设置成绝对定位的DIV标签或其他任何标签。AP元素可以包含文本、图像或其他任何可放置到HTML文档正文中的内容。

更通俗一点说，就是在页面元素中加入样式position:absolute，意思是绝对定位。如：`<input id="test1" type="text" style="positon:absolute;" />`，元素test1就是AP元素。

 **提示：** DIV元素是用来为HTML文档内大块（block-level）的内容提供结构和背景的元素。DIV的起始标签和结束标签之间的所有内容都是用来构成这个块的，其中所包含元素的特性由DIV标签的属性来控制，或者是通过使用样式表格式化这个块来进行控制。

CSS是英语Cascading Style Sheets（层叠样式表单）的缩写，它是一种用来表现HTML或XML等文件式样的计算机语言。

DIV+CSS是网站标准（或称“Web标准”）中常用术语之一，通常为了说明与HTML网页设计语言中的表格（table）定位方式的区别，因为在XHTML网站设计标准中，不再使用表格定位技术，而是采用DIV+CSS的方式实现各种定位。

通过Dreamweaver，可以使用AP元素来设计页面的布局。可以将AP元素放置到其他AP元素的前后，隐藏另一些AP元素而显示另一些AP元素，以及在屏幕上移动AP元素。你可以在一个AP元素中放置背景图像，然后在该AP元素的前面放置另一个带有透明背景的文本的AP元素。

虽然任何元素都可通过设置绝对定位来创建成AP元素，但通常情况下都是应用DIV标签来创建AP元素的。好处就在于DIV标签作为分割网页的工具更能展现网页的结构。在一个绝对定位的DIV标签的内容中，可以插入任何元素：文本、图像等。当DIV的绝对位置发生变动时，内部的所有元素也将相应地发生变动。也就是说DIV内部的所有元素将作为一个整体随着DIV的绝对位置变动而变动。



在Dreamweaver CS3中,选择【插入记录】→【布局对象】→【AP Div】即可插入AP元素。如图4-11所示。



图4-11 在Dreamweaver中设置AP元素

创建完之后的效果如图4-12所示。



图4-12 创建后的AP元素代码

其代码如下:

```
<style type="text/css">
<!--
#apDiv1 {
    position: absolute;
    width: 200px;
    height: 115px;
    z-index: 1;
}
-->
</style>
<div id="apDiv1"></div>
```



通过用Dreamweaver CS3设置方式创建的AP元素会自动创建一个DIV标签，设置一个默认的ID：`<div id="apDiv1"></div>`。然后再对该元素设置样式：`#apDiv1{...}`。在这个样式中有两个属性需要说明一下：`position:absolute`是绝对定位，没有这个属性就不能称作AP元素，意思是本元素的位置是固定的；`z-index:1`可设置元素的堆叠顺序，拥有更高堆叠顺序的元素总是会处于堆叠顺序较低的元素的前面，此属性只有在绝对定位的元素中可用。

从上面的代码中可以发现，“ap Div”就是通过CSS+DIV组合形成的效果。用CSS+DIV进行页面布局具有比表格、框架更加优越的特性。

- 表现和内容相分离。将样式单独抽出到一个文件中，便于统一设置。
- 提高页面浏览速度。采用CSS+DIV构造的页面容量要比table编码的页面文件容量小得多，前者一般只有后者的1/2大小。
- 方便维护及网站升级。
- 提高搜索引擎对网页的索引效率。
- 方便页面元素定位。
- 网页下载时会按照DIV进行分块下载，提高浏览者的视觉体验度。

在用CSS+DIV构建网页时还需要遵循以下原则：

- 实现标准化，具备主流平台适应性的前端实现。
- 快速开发，在站点风格确定后，前端不应该成为整个项目的瓶颈。
- 重构的需求，尽可能地让类和区块样式可重用。
- 分离结构和表现的需求，遵守语义化结构的约定。
- 对代码进行必要的搜索引擎优化。

4.3.4 使用Spry构建网页

在Web 2.0的大背景下，AJAX Spry框架是Adobe公司推出的核心布局框架技术。AJAX允许页面的局部领域被刷新，提高了站点的易用性。



提示：AJAX全称为“Asynchronous JavaScript and XML”（异步JavaScript和XML），是一种创建交互式网页应用的网页开发技术。

AJAX提供与服务器异步通信的能力，从而使用户从请求/响应的循环中解脱出来。借助于AJAX，可以在用户单击按钮时，使用JavaScript和HTML立即更新UI，并向服务器发出异步请求，以执行更新或查询数据库。当请求返回时，就可以使用JavaScript和CSS来相应地更新UI，而不是刷新整个页面。最重要的是，用户甚至不知道浏览器正在与服



务器通信，Web站点看起来是即时响应的。

1. Spry的特点

Spry 框架是一个 JavaScript 库，Web 设计人员使用它可以构建能够向站点访问者提供更丰富体验的Web页。有了Spry就可以使用HTML、CSS和极少量的 JavaScript 将 XML 数据合并到 HTML 文档中，创建构件，如折叠构件和菜单栏，向各种页面元素中添加不同种类的效果。在设计上，Spry 框架的标记非常简单且便于那些具有HTML、CSS和JavaScript 基础知识的用户使用。

使用Spry技术，不用写代码就可以完成页面验证和服务器异步通信功能，而Spry本身的代码又是学习JavaScript和CSS+DIV最好的参考之一。

Spry的目的是成为实现AJAX的一种简单方式，对HTML、CSS和JavaScript据有入门级水平的设计人员应该能够发现Spry是一种整合内容的简单方法。Spry应用了少量的JavaScript和XML，但是Spry框架是以HTML为中心的，因而只要具有HTML、CSS、JavaScript基础知识的用户就可以方便地使用它。

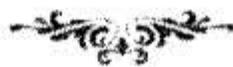
Spry与AJAX框架是不同的，因为它是面向设计人员而不是开发人员。与其他一些AJAX框架相比，它的服务器端的技术不是很可靠。它依赖于XML，XML可以很容易被Spry组件接受。

Spry有处理来自一个或多个数据集的主要/详细动态区的规定。

2. Dreamweaver中的Spry组件用法详解

Spry集成在Dreamweaver CS3/CS4中，其中包括【Spry数据】、【Spry窗口组件】和【Spry框架】3组功能。除了这3种Spry应用，Dreamweaver CS3的【行为】面板还新增了一组【Spry效果】。

- Spry效果：Spry效果是Dreamweaver CS3提供的一组全新的互动式行为功能，这些功能放置在【行为】面板中，借助适合于AJAX的Spry效果，能够轻松地向页面元素添加视觉过渡，以使它们扩大选择、收缩、渐隐和高光等操作。
- Spry窗口组件：利用Spry框架的窗口组件，可以轻松地将常见界面组件添加到Web页中。Spry窗口组件包括“Spry验证文本域”、“Spry验证选择”、“Spry验证复选框”和“Spry验证文本区域”4种。
- Spry框架：在Dreamweaver CS3中使用合适的Spry框架，以可视方式的设计、开发和部署动态的用户界面。这样就能够在减少页面刷新的同时，增加交互性、速度和可用性。



- Spry数据：Spry数据包括“XML数据集”、“Spry区域”、“Spry重复项”、“Spry重复列表”和“Spry表”5种类型。在设计动态网页的时候，可以使用XML从RSS或数据库将数据集成到Web网页中，集成的数据很容易排序和过滤。具体的操作可以理解为，先为页面定义Spry数据库（或现有的RSS服务），再在网页中添加“Spry数据集”。

3. Spry实例

上面介绍了Spry的4种功能，下面就通过创建Spry窗口组件中的【Spry验证文本区域】功能来实际进行操作。

如图4-13所示，在Spry窗口中选择【Spry验证文本域】，出现对话框【输入标签辅助功能属性】，在这里输入ID和标签文字。

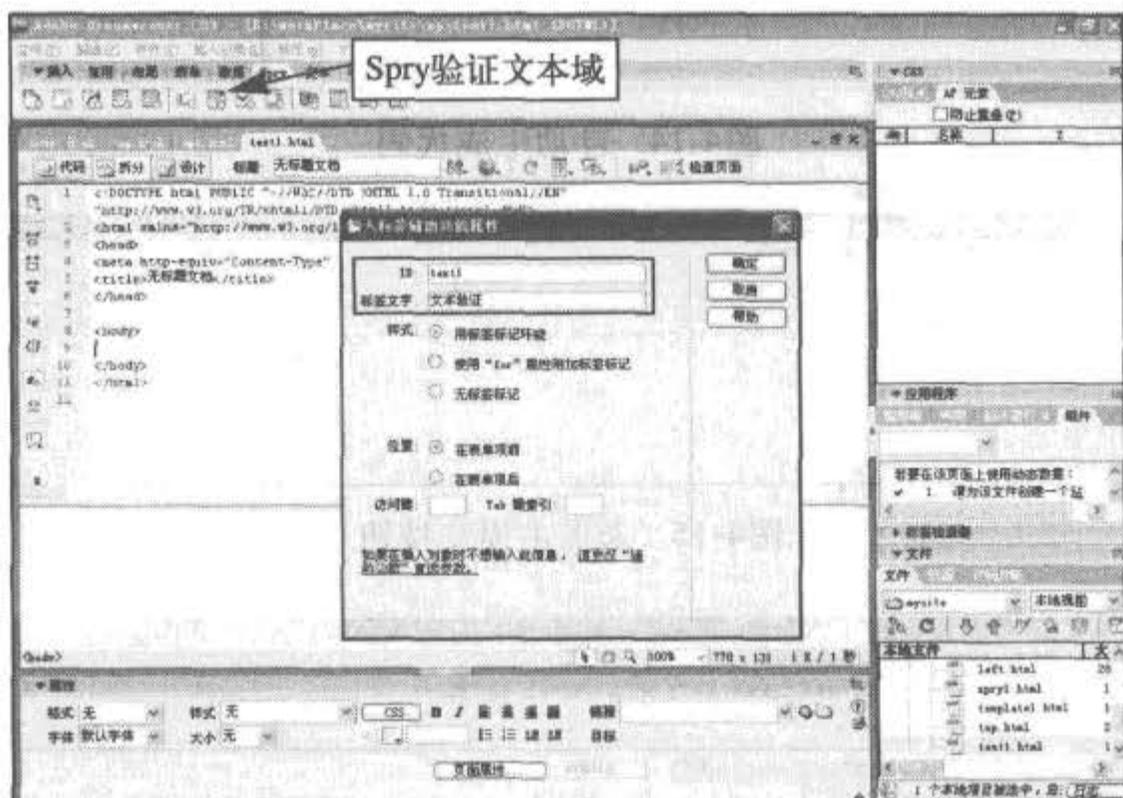


图4-13 创建Spry验证文本域

设置完毕后，点击【确定】按钮，代码编辑区会自动出现验证文本代码。同时还会自动创建表单标签<form>，此标签用于在提交页面时指定提交的范围。在生成的代码中再手动加入提交按钮代码：<input type="submit" value="提交"/>，如图4-14所示。

上述代码中除了【提交】按钮是手动添加外，其他代码都是自动生成的。当点击【提交】按钮时，会自动调用Spry的验证机制，查看当前的输入框中是否有值，没有值就提示“需要提供一个值”。这些验证都是通过Spry提供的JavaScript进行的。如图4-15和图4-16所示，就是此页面的运行效果。



图4-14 自动生成代码

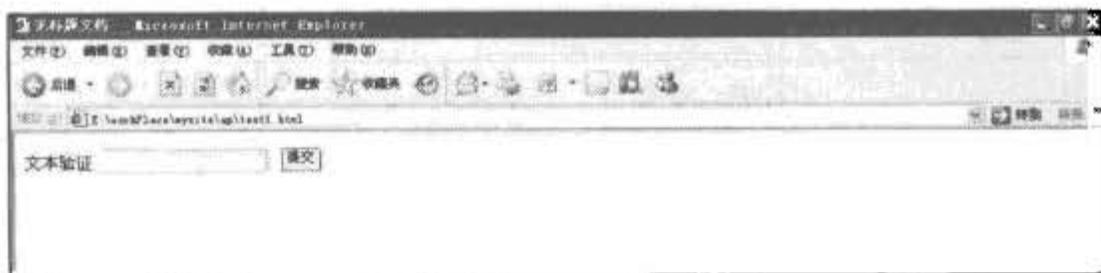


图4-15 未点击提交按钮

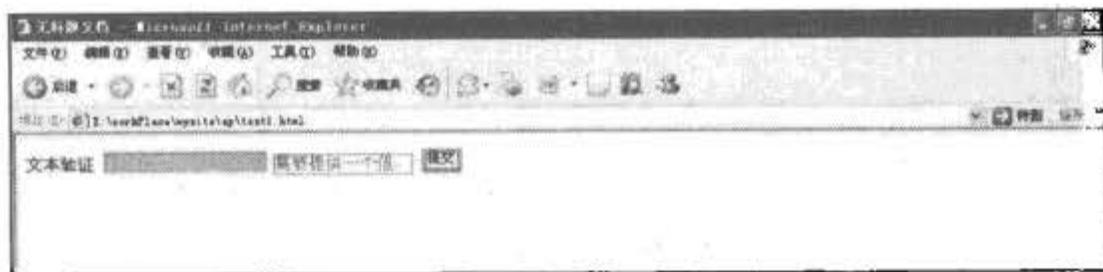


图4-16 点击提交按钮

4.3.5 使用模板构建网页

在Dreamweaver中使用模板构建网页是个非常快捷方便的方式，便于整个网站统一风格。版本升级时，通过修改几个模板就可实现整个网站的大部分页面的变化。

下面介绍一下如何应用模板制作网页。

1. 模板的应用

1) 单击菜单栏【新建】→【从模板新建】，弹出【从模板新建】对话框



框，如图4-17所示。从模板列表中选择模板，应用于站点mysite。



图4-17 从模板新建

2) 单击【修改】→【模板】→【应用模板到页】，如图4-18所示。



图4-18 应用模板到页

3) 弹出【选择模板】对话框，如图4-19所示。输入站点名称和选择模板，单击【确定】按钮完成模板应用。

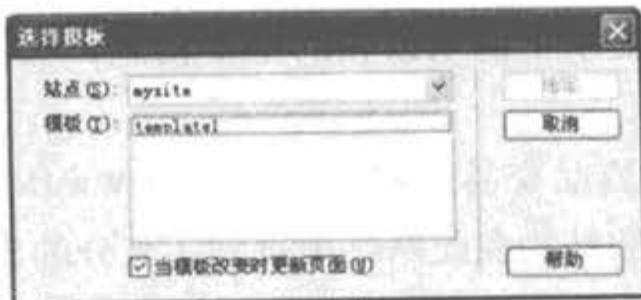
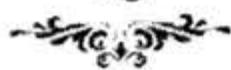


图4-19 选择模板



2. 更新模板以全面更新站点

在网站建设中，会将网站的很多结构相似的页面通过几个模板来实现，这样，在进行全站页面更新升级时，只需修改几个模板就会很方便地修改了全站的样式，这是一种很简捷的方式。

基于某一模板建立了一些页面后，对模板进行修改后保存时，就会自动弹出一个对话框，列出所有使用了该模板的页面，询问是否要更新。

 **注意：**模板使用的是相对路径，如果没有指定网站在本地的位置，软件就不能准确找到并保存模板文件。并且应用模板新建和更新页面时，页面中的超链接也不能随页面文件保存位置的不同而相应变化。

4.4 框架设计实例

在这一节中，我们用DIV+CSS来模拟框架集构造网页结构。创建之前在纸上勾画出想要创建网页的大体轮廓，如图4-20所示。

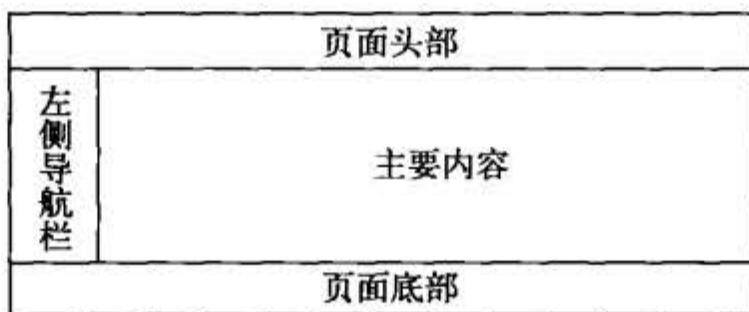


图4-20 网页轮廓图

- 页面头部：主要用来展示网站的主题思想，如公司的Logo，或者比较醒目的广告。
- 左侧导航栏：是网站主要内容的导航，此栏目和页面头部需要贯穿网站所有页面，一方面便于统一风格，让网站看起来更专业，另一方面可以使浏览者清楚地知道自己当前浏览的内容属于网站的哪方面的信息，从视觉上给浏览者良好的用户体验。
- 主要内容：是当前浏览页面的主要信息。
- 页面底部：主要用于说明公司的基本信息，如：联系我们、友情链接等。

下面看一下大连商品交易所网站 (<http://www.dce.com.cn>) 主要信息的展示样式，上述框架结构在此网站中得到了充分的显示，如图4-21所示。





图4-21 大连商品交易所网站信息框架

这是一种很经典的分割网页的方式，该网站通过用DIV将网页整体分为：头部、尾部、左侧导航及主要内容4个部分，每个部分再通过table进行单独各自的分割，用CSS描绘样式，从而实现最终的效果。

其实本身的技术并不难，只是将DIV+CSS和table进行了有效的结合。因此在自己设计网页的时候，应尽量吸收不同技术的优点，进行结合运用，就会收到不错的效果。

下面这段代码是用DIV+CSS来实现上述框架的表现样式：

```
<!DOCTYPE html PUBLIC "-//W3C//DTD XHTML 1.0 Transitional//EN"
"http://www.w3.org/TR/xhtml1/DTD/xhtml1-transitional.dtd">
<html xmlns="http://www.w3.org/1999/xhtml">
<head>
<meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=utf-8" />
<title>div布局页面</title>
<style type="text/css">
* { margin:0; padding:0; list-style:none;}
html { height:100%; overflow:hidden; background:#fff;}
body { height:100%; overflow:hidden; background:#fff;}
div { background:#CCCCFF; line-height:1.6;}
.top { position:absolute; left:10px; top:10px; right:10px;
height:50px;}
.left { position:absolute; left:10px; top:70px; bottom:70px;
width:200px; overflow:auto;}
.main { position:absolute; left:220px; top:70px; bottom:70px;
right:10px; overflow:auto;}
.bottom { position:absolute; left:10px; bottom:10px; right:10px;
height:50px;}
html { _padding:70px 10px;}
.top { _height:50px; _margin-top:-60px; _margin-bottom:10px;
```



```

_position:relative; _top:0; _right:0; _bottom:0; _left:0;}
    .left { _height:100%; _float:left; _width:200px;
_position:relative; _top:0; _right:0; _bottom:0; _left:0;}
    .main { _height:100%; _margin-left:207px;
_position:relative; _top:0; _right:0; _bottom:0; _left:0;}
    .bottom { _height:50px; _margin-top:10px;
_position:relative; _top:0; _right:0; _bottom:0; _left:0;}
</style>
</head>
<body>
<div class="top"></div>
<div class="left"></div>
<div class="main"></div>
<div class="bottom"></div>
</body>
</html>

```

通过上面的代码即可实现如图4-22所示的效果。在上述代码中，通过4个DIV块，将页面分割成上（top）、下（bottom）、左（left）和右（main）4个区域。定位是通过绝对定位position:absolute属性及与这个属性相配合的left、top、bottom及right属性来实现的。

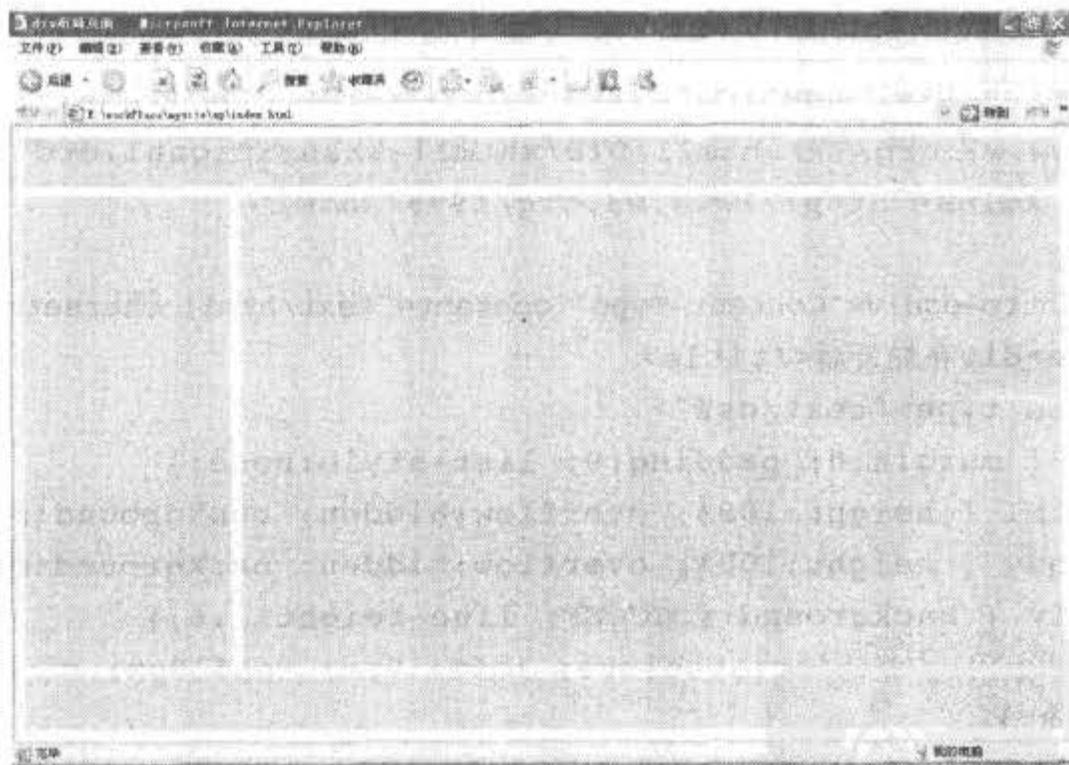


图4-22 框架效果

在<div class="top"></div>、<div class="left"></div>、<div class="main"></div>及<div class="bottom"></div>标签里可以嵌入任何自己想要表现的对象。可以直接和table结合，也可和框架frame结合，视需要而定。



网站前台策划与设计

对于网页设计的评估，最有发言权的当然还是网站的用户，然而用户却无法明确地告诉我们他们想要的是怎样的网页，停留或者离开网站是他们表达意见的最直接方法。

好的网站策划者除了要听取团队中各个角色的意见之外，还要善于从用户的浏览行为中捕捉用户的意见。在客户打开网页的一瞬间，就要让客户直观地感受到企业所要传递的理念及特征，如网页色彩、图片、文字及布局等。

内容导航

- 网站前台的布局设计
- 网页布局方法
- 网站页面的色彩搭配
- 页面的基本构成
- 网站前台设计所使用的工具
- 网站页面文字的设置
- 网站页面图片的使用
- 使用Photoshop设计网站页面
- 使用CSS+DIV样式布局网页

5.1 网站前台的布局设计

网页制作的第一步是版面布局设计。

就像传统的报纸杂志编辑一样，我们将网页当做一张报纸、一本杂志来进行排版布局。虽然动态网页技术的发展使得页面制作开始趋向于场景编剧，但是固定的网页版面设计基础依然是必须学习和掌握的。

5.1.1 版面分辨率的设置

版面指的是通过浏览器看到的完整的一个页面（可以包含框架和层）。因为每个电脑的显示器分辨率不同，所以同一个页面的大小可能出现640×480像素、800×600像素以及1024×768像素等不同尺寸。而布局就是以最适合浏览的方式将图片和文字排放在页面的不同位置。

5.1.2 常见的网页结构类型

科学的网页结构能够更好地展现网站信息，让任务的完成更容易，对内容的存取更直接。网页结构的科学性和艺术性，可易于信息的管理。

常见的网页布局结构主要有以下几种：

1. “T”形布局

所谓“T”形布局就是指页面顶部为横条网站标志与广告条，下方左面为主菜单，右面显示内容的布局，因为菜单条背景较深，整体效果类似英文字母“T”，所以我们称之为“T”形布局，如图5-1所示。这是网页设计中用得最广泛的一种布局方式。这种布局的优点是页面结构清晰，主次分明，是初学者最容易上手的布局方法。缺点是规矩呆板，如果细节色彩上不注意加工，很容易让人“看之无味”。



图5-1 “T”形布局

2. “口”形布局

这是一个象形的说法，一般就是页面上下各有一个广告条，左面是主菜单，右面放友情链接等，中间是主要内容。这种布局的优点是充分利用版面，信息量大。缺点是页面拥挤，不够灵活。也有将四边空出，只用中



间的窗口形设计，例如网易，如图5-2所示。



图5-2 窗口形布局

3. “三”形布局

这种布局多为国外站点使用，国内用得不多。特点是页面上横向两条色块，将页面整体分割为三部分，色块中大多放广告条。

4. 对称对比布局

顾名思义，采取左右或者上下对称的布局，一半深色，一半浅色，一般用于设计型站点。优点是视觉冲击力强，缺点是对两部分进行有机的结合比较困难。

5. POP布局

POP引自广告术语，就是指页面布局像一张宣传海报，以一张精美图片作为页面的设计中心。这种布局常用于时尚类站点，比如<http://www.elle.com/>，如图5-3所示。优点显而易见：漂亮，吸引人。缺点就是速度慢。



图5-3 ELLE网站



以上总结了目前网络上常见的网页布局，其实还有许许多多别具一格的布局，关键在于你的创意和设计了。对于版面布局的技巧，这里提供以下4个建议：

- 加强视觉效果。
- 加强文案的可视度和可读性。
- 统一感的视觉。
- 新鲜和个性是布局的最高境界。

5.2 网页布局方法

网页布局要遵循一定的方法，这样做出来的网站才能符合用户的要求。

5.2.1 布局应该遵循的原则

在布局过程中，可以遵循的原则如下：

(1) 平衡

下面我们通过一个Logo设计实例来看一看平衡的多种变化。图5-4是Logo的初稿。如何知道它的“平衡”性呢？

我们可以用色块来代替Logo中的元素，如果我们用3个黑色矩形代替这个Logo中的3个单词，就可以得到如图5-5所示的图案。可见这个Logo是“平衡”的，基本合格。



The
Asteroid
studio

图5-4 Logo初稿



图5-5 黑色矩形

但是这个Logo的结构显得比较简单，也比较呆板，我们可以加一个底边将对称打破，这样整个画面就有了一分动感，同时使Asteroid和Studio之间建立了某种联系，形成一个整体，如图5-6所示。

通过图5-7我们可以看出这个设计仍然是“基本对称”的，但有些保守。

我们不妨再进一步打破对称，如图5-8所示。注意打破对称不是打破平衡，而是用非对称平衡代替对称平衡。

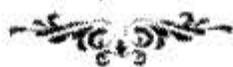




图5-6 修改后的整体布局



图5-7 基本对称



图5-8 最终效果

- 正常平衡，亦称“匀称”，多指左右、上下对照形式，主要强调秩序，能达到安定、诚实、信赖的效果。

匀称是最常见、最自然的平衡手段，这种方式通常用来设计比较正式的页面，不过也还需要和下面介绍的多种方式结合起来使用。比如图5-9所示的网站，如果在页面正中间划一条垂直向下的直线，你会发现页面的两边的布局是基本对称的。

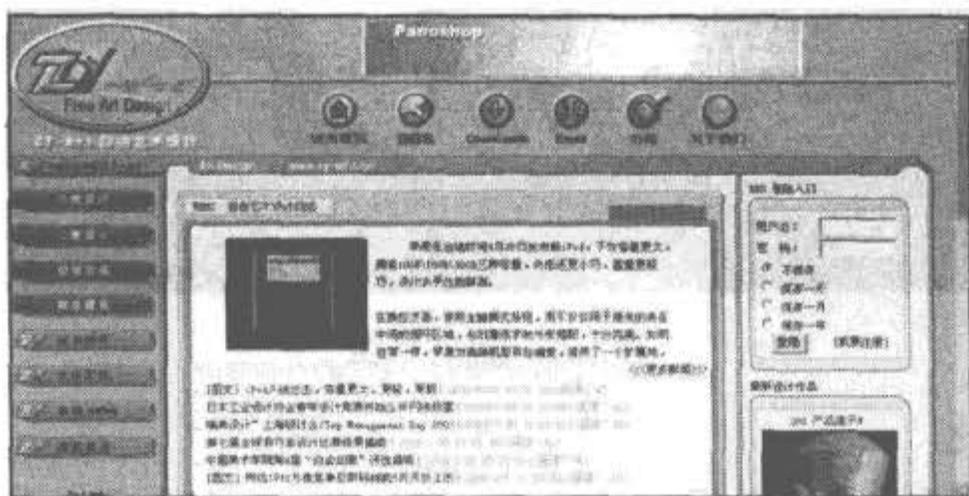


图5-9 对称布局

- 异常平衡，即非对照形式。但也要保持平衡，注意韵律，当然都是不均整的。此种布局能达到强调性、不安性、高注目性的效果。

这里列举两个例子：非对称平衡和辐射平衡。

- 非对称平衡：非对称其实并不是真正的“不对称”，而是一种层次更高的“对称”，如果把握不好页面就会显得乱，因此使用起来要慎重，更不可用得滥。http://www.graphis.com.cn是一个图片网站，如图5-10所示。它就打破了常见的对称，但是如果仔细看的话还是能够感到某种“对称”的影子。



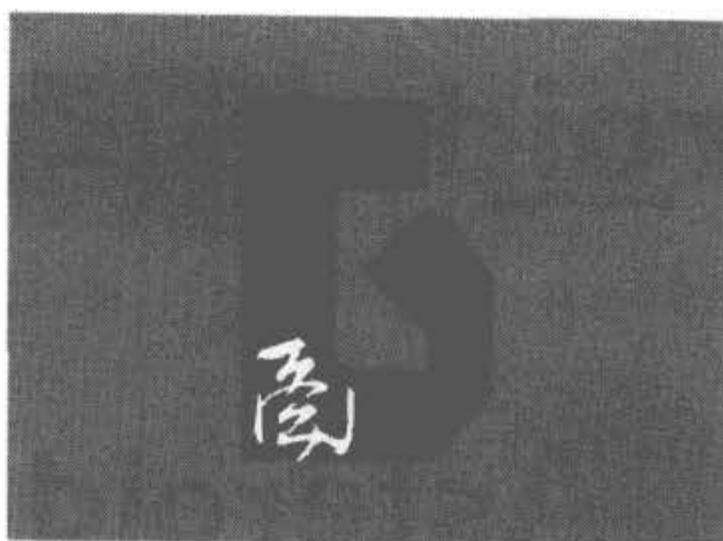


图5-10 非对称平衡

- 辐射平衡：页面中的元素以某一个点为中心展开就可以构成辐射平衡。比如图5-11所示就是典型的例子，页面的正中是一个大大的Logo，外侧环绕着多个链接。

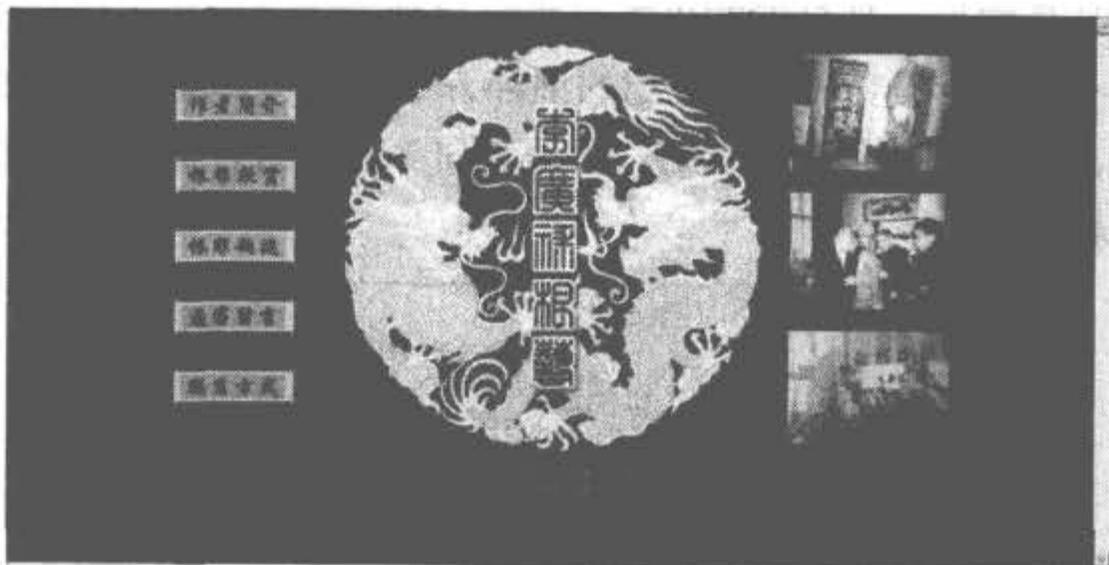


图5-11 辐射平衡

(2) 对比

对比不仅利用色彩、色调等技巧来进行表现，在内容上也可涉及古与今、新与旧、贫与富等对比。

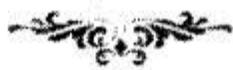
(3) 空白

空白有两种作用：一方面对其他网站表示突出卓越，另一方面也表示网页品位的优越感，这种表现方法对体现网页的格调十分有效，如图5-12所示。

(4) 用图片解说

此法表现不能用语言说服、或用语言无法表达的情感，特别有效。图片解说的内容，可以传达给浏览者更多心理因素。

以上的设计原则虽然枯燥，但是如果我们能领会并活用到页面布局里，



效果就大不一样了。还要注意以下几个方面：



图5-12 空白布局

- 网页的白色背景太虚，则可以加些色块。
- 版面零散，可以用线条和符号串联。
- 左面文字过多，右面则可以插一张图片保持平衡。
- 表格太规矩，可以改用导角试试

专业的科研机构研究表明：人对于彩色页面的记忆效果是黑白页面的3.5倍。也就是说，在一般情况下，彩色页面比完全黑白的页面更加吸引人。所以通常的做法是：主要内容的文字用非彩色（黑色），边框、背景和图片用彩色。

这样，页面整体不单调，看主要内容也不会眼花。一个网站不可能单一地运用一种颜色，这样会让人感觉单调、乏味；但是也不可能将所有的颜色都运用到网站中，这样让人感觉轻浮、花俏。一个网站必须有一种或两种主题色，这样不至于让用户迷失方向，也不至于感到单调、乏味。所以确定网站的主题色也是设计者必须考虑的问题之一。

一个页面尽量不要超过4种色彩，用太多的色彩让人感觉没有方向，没有侧重。当主题色确定好以后，考虑其他配色时，一定要考虑其与主题色的关系、要体现的效果以及哪种因素占主要地位，是明度、纯度还是色相。

5.2.2 页面布局步骤

页面布局是一个创意的问题，但比站点整体的创意容易、有规律得多。让我们先来了解一下页面布局的步骤。

- 草案。新建页面就像一张白纸，没有任何表格、框架和约定俗成的东西，你可尽可能地发挥想象力，将自己想到的“景象”画上去（建议您用一张白纸和一支铅笔，当然用作图软件Photoshop等也可以）。这属于创造阶段，不讲究细腻工整，不必考虑细节功能，只以



粗陋的线条勾画出创意的轮廓即可。尽你的可能多画几张，最后选定一个满意的设计，作为继续创作的脚本。

- 粗略布局。在草案的基础上，将你确定需要放置的功能模块安排到页面上。主要包括网站标志、主菜单、新闻、搜索、友情链接、广告条、邮件列表、计数器及版权信息等。注意，这里我们必须遵循突出重点、平衡协调的原则，将网站标志、主菜单等最重要的模块放在最显眼、最突出的位置，然后再考虑次要模块的摆放。
- 定案。将粗略布局精细化、具体化。

5.3 网页的色彩搭配

打开一个网站，给用户留下第一印象的既不是网站丰富的内容，也不是网站合理的版面布局，而是网站的色彩。色彩对人的视觉效果非常明显，一个网站设计的成功与否，在某种程度上取决于设计者对色彩的运用和搭配。因为网页设计属于一种平面效果设计，在排除立体图形、动画效果之外，在平面图上，色彩的冲击力是最强的，它很容易给用户留下深刻的印象。因此，在设计网页时，我们必须高度重视色彩的搭配。

5.3.1 网页色彩的冷暖设计

网页色彩的设计要根据网站需求定位进行冷暖设计，冷暖色彩给人心理情感上带来的变化是很丰富的，如图5-13所示。客观地讲，色彩本身并无冷暖的变化，但是当人看到不同的色彩时会产生不同的心理联想，从而引起心理情感的变化。



图5-13 冷暖色示例

- 暖色：用户见到橙色、黄色、红紫色和红色等颜色后，马上联想到火焰、太阳、炉子和热血等物像，感觉到温暖、热烈等信息。所以儿童网站采用暖色调可给人以可爱温馨的感觉。

暖色的网站具有向外辐射和扩张的视觉效果，鲜艳夺目，散发出一种照耀四方的活力与生机。例如女性类网站，采用红色做主调，加之诱人的肤色，给人一种心动的感觉。例如：瑞丽女性网，如图5-14所示。



图5-14 瑞丽女性网

- 冷色：用户见到草绿、蓝绿、天蓝和深蓝等颜色后，很容易联想到草地、太空、冰雪和海洋等物像，产生广阔、寒冷、理智和平静等感觉。因为蓝色或绿色是大自然赋予人类的最佳心理镇静剂。一些科技的网站经常使用冷色调，如图5-15所示。



图5-15 上海科技网

医学专家研究表明，人在看到冷色系列的色调时，皮肤温度会降低1至2摄氏度，脉搏次数会减少4至8次，血压降低、心脏负担减轻。例如蓝色和绿色，是希望的象征，给人以宁静的感觉，可以降低眼内压力，减轻视觉疲劳，安定情绪，使人呼吸变缓。所以医院的网站一般采用以平安镇

静为主要的蓝色调。



提示：几种网站的常用颜色

儿童网站：采用暖色，如红色、橙色、黄色、红紫色和橘红色等。

女性网站：采用暖色，如红色等。

休闲、娱乐网站：采用暖色，如红色、紫色和橘红色等。

运动、健康和医院网站：采用冷色，如蓝色、绿色等。

饮食网站：采用暖色，如橙色、橘红色等。

日用品网站：采用淡冷色、淡暖色或者中性色调。

5.3.2 网页安全色

在网站制作中，经常会提到网页安全色，如图5-16所示。

HUE	R	YR	Y	GY	G	BG	B	PB	P	RP	Neutral
TONE											
V	#f00000	#ff0000	N9.5								
S	#ff0000	N8									
B	#ff0000	N6									
P	#ff0000	N4									
VP	#ff0000	N2									
Lgr	#ff0000	N1									
L	#ff0000										
Gr	#ff0000										
Di	#ff0000										
Dp	#ff0000										
Dk	#ff0000										

图5-16 网页安全色

由于浏览器在显示某种颜色时是有选择的，如果没有其他相应的图像处理接口程序的话，只能选择其中的216种进行显示。无论是Red (00~ff)、Green (00~ff)、Blue (00~ff) 或其他任一颜色通道，都采用一种“跳跃”的方式进行颜色编码，即RGB都只能在00~ff之间跳跃取值。这些跳跃显示的颜色被称为网页安全色，它在任何浏览器上都能够正确显示。



提示：颜色通道是用来保存每张图片的三原色资料的场所，在Photoshop中熟练运用颜色通道对图片进行调整，可以得到生动的效果。

216网页安全色在不同硬件环境、不同操作系统以及不同浏览器中都能够正常显示，也就是说这些颜色在任何终端显示设备上的显示效果都是



相同的。所以使用216网页安全色进行网页配色可以避免原有的颜色失真问题。

5.3.3 网页的配色规则及技巧

网站的色彩搭配很重要，而色彩搭配有一定的规则和技巧，掌握这些规则和技巧才能设计出一个优秀的网站。

1. 配色规则

网页的配色规则是根据网页具体位置的不同功能而设定的。下面按照网页标题、网页链接、网页文字及网页标志的层次进行介绍。

(1) 网页标题

网页标题是网站的指路灯，浏览者要在网页间跳转，要了解网站的结构、网站的内容，都必须通过导航或者页面中的一些小标题。所以可以使用稍微具有跳跃性的色彩，吸引浏览者的视线，让其感觉网站清晰明了，层次分明，如图5-17所示。如果色彩相近度高，会让浏览者感到混乱，如图5-18所示。



图5-17 网页标题1



图5-18 网页标题2

(2) 网页链接

任何网站都不可能只是单一的一页，所以文字与图片的链接是网站中不可缺少的部分。这里特别指出文字的链接，因为文字的链接与文字不同，所以文字链接的颜色不能跟文字的颜色一样，如图5-19所示。现代人的生



活节奏相当快，不可能浪费太多的时间在寻找网站的链接上。因此，设置独特的链接颜色，让人感觉到其独特性，从而驱使用户移动鼠标，点击链接。

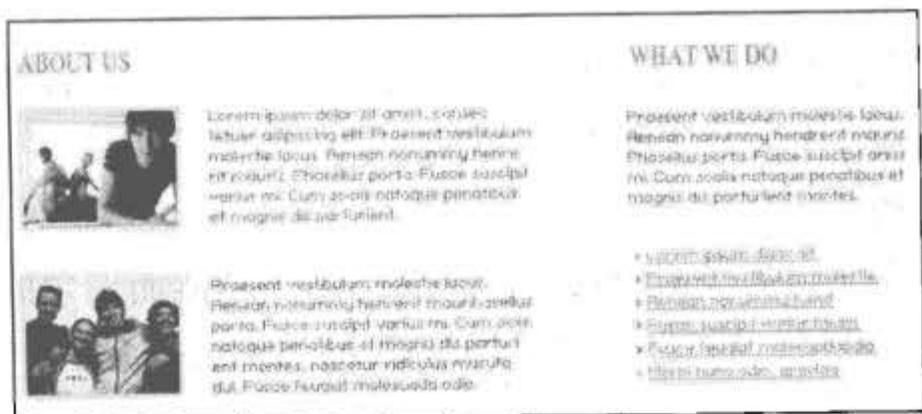


图5-19 文字链接

(3) 网页文字

如果一个网站用了背景颜色，就必须考虑背景颜色与前景文字的搭配等问题。一般的网站侧重的是文字，所以背景可以选择纯度或者明度较低的色彩，文字用较为突出的亮色，让人一目了然，如图5-20所示。



图5-20 网页文字

当然，有些网站为了让浏览者对其留下深刻的印象，经常在背景上做文章。比如一个空白页的某个部分用了很亮的一个大色块，可以让用户感觉到豁然开朗。此时网站为了吸引浏览者的视线，突出的是背景，所以文字就要显得暗一些，这样文字才能跟背景分离开来，便于浏览者阅读文字。

(4) 网页标志

网页标志是宣传网站最重要的部分之一，所以这部分一定要在页面上凸显出来。读者可以将Logo和Banner做得鲜亮一些来实现突出显示，也就是色彩方面跟网页的主题色分离开来。有时候为了使网页标志更突出，也可以选用与主题色相反的颜色。

为了能让自己的网页设计得更靓丽、更舒适，更具有可阅读性，必须合理、恰当地运用与搭配页面各要素间的色彩！

2. 不同类型的网站设计规则

网站的类型有很多，类型不同，其目的和侧重点也不同，对用户的情感诉求心理也会不同。下面主要从网站的类型层面上来简单探讨色彩在网页上的应用。

(1) 门户类

其主要需求是方便用户在大量堆砌的信息中快速、有效地进行目标选择，因而页面色彩可倾向于清爽、简洁。

雅虎、网易等门户网站采用清爽简洁的浅色调来降低信息快速获取时的视觉干扰。同性质的网站主要是沿用自己公司主色系或Logo来做区分，便于用户对品牌的识别。

推荐网站：<http://cn.yahoo.com/>。

(2) 产品类

其主要目的是展示产品的特性，增加浏览者的消费欲望，页面色彩可根据具体产品定位做多样化设计。如apple产品宣传网站，其简洁的灰白色调给网站带来科技感和现代感。

推荐网站：<http://www.apple.com.cn/>。

(3) 社区类

其主要目的是使操作简单易用，具有长时间使用的舒适度，因此其页面色彩也倾向清爽，简洁。

主要以分享、交流信息为主的社区网，同门户网一样是为了获取有效信息，所以配色上要比比较简洁清爽。但各社区网又各自有自己的核心目标用户群，所以在配色方面要带有各自的特点。如人人网，其核心用户是在校学生，所以在页面顶端上运用活泼的蓝色调来渲染青春朝气的氛围。

推荐网站：<http://www.renren.com/>。

(4) 公司、企业类

其主要目的是展示企业形象，提高品牌印象，可应用Logo的主色系设计，达到品牌形象的统一。

推荐网站：<http://www.chinamobile.com/>。

(5) 电子商务类

其目的是方便快捷地查看商品和进行交易，运用暖色调渲染气氛，可让用户感受到网站整体的活跃氛围和愉悦感。

推荐网站：<http://www.zdface.com/>。

(6) 个人类

其主要目的是满足用户个性展示和驾驭能力的需求，页面色彩设计应



该多样化、个性化。现在有很多网站设置了换肤、自定义装扮等功能来满足用户需求，如个人空间、博客和社区等，就连门户类网站也开始为了满足用户的色彩喜好而提供更换皮肤的功能。所以各类个人网站的色彩应用没有固定的模式，可以根据自身定位来灵活设计网页色彩。

推荐网站：<http://blog.sina.com.cn/xujinglei>。

(7) 其他类

工具类、活动类等网站，其主要目的是便于用户使用，设计时要多考虑UED，即用户体验。

推荐网站：<http://www.mangbar.com/>。

5.4 页面的基本组成

页面的基本组成成员有：文本、图像、超链接、表格、表单、动画及框架等。

(1) 框架

框架是网页的一种组织形式，将相互关联的多个网页的内容组织在一个浏览器窗口中显示。例如，我们可以在一个框架内放置导航栏，另一个框架中的内容可以随着单击导航栏中的链接而改变，这样我们只要制作一个导航栏的网页即可，而不必将导航栏的内容复制到各栏目的网页中去。

(2) 文本

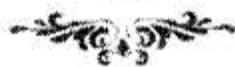
文本是网页中的主要信息。在网页中可以通过字体、字号、颜色、底纹以及边框等来设置文本的属性。这里指的文字是文本文字，而并非图片中的文字。

在网页制作中，文字可以方便地设置成各种字体和大小，但是这里还是建议，用于正文的文字一般不要太大，也不要使用太多的字体，中文文字使用宋体、9磅或12像素左右即可。因为过大的字在显示器中显示时，线条不够平滑。颜色也不要使用得太过杂乱，以免造成丑女浓妆艳抹的恶俗效果。大段文本文字的排列，建议参考一些优秀的杂志或报纸。

(3) 图片

今天看到的丰富多彩的网页，都是因为网页中有了图像，可见图像在网页中的重要性。用于网页上的图片一般为JPG和GIF格式的，即以.jpg和.gif为后缀的文件。

 **注意：**虽然图像在网页中不可或缺，但也不能太多，因为图像的下载



速度较慢，如果网页上插入了过多的图像，则可能会很长时间打不开，这样浏览者一般就不会再继续等下去了。而且网页上如果放置了过多的图片，会显得很乱，有喧宾夺主之感。

(4) 超链接

超链接是网站的灵魂，它是把网页指向另一个目的端的链接。例如指向另一个网页或相同网页上的不同位置。这个目的端通常是另一个网页，但也可以是图片、电子邮件地址、文件、程序，或者也可以是本页中的其他位置。超链接可以是文本或者图片。

超链接广泛地存在于网页的图片和文字中，提供与图片和文字相关内容的链接。在超链接上单击鼠标左键，即可链接到相应地址（URL）的网页。有链接的地方，鼠标指到时光标会变成小手形状。可以说超链接正是Web的主要特色。

(5) 表格

表格是网页排版的灵魂。使用表格排版是现在网页的主要制作形式。通过表格可以精确地控制各网页元素在网页中的位置。表格并非指网页中直观意义的表格，范围要更广一些，它是HTML语言中的一种元素。表格主要用于网页内容的排列，组织整个网页的外观，通过在表格中放置相应的图片或其他内容，即可有效地组合成符合设计效果的页面。有了表格的存在，网页中的元素得以方便地固定在设计的位置上。一般表格的边线不在网页中显示。

(6) 表单

表单是用来收集站点访问者信息的域集。站点访问者填写表单的方式是输入文本、单击单选按钮与复选框，以及从下拉菜单中选择选项。在填写好表单之后，站点访问者便送出所输入的数据，该数据就会根据所设置的表单处理程序，以各种不同的方式进行处理。

(7) 动画

动画是网页上最活跃的元素，通常制作优秀、创意出众的动画是吸引浏览者的最有效的方法。但太多的动画让人眼花缭乱，无心细看。这就使得对动画制作的要求越来越高。常用的制作动画的软件有Flash、Web Animator等。Macromedia的Flash虽然出现时间不长，但已经成为最重要的Web动画形式之一。Flash不仅比HTML易学得多，而且有很多重要的动画特征，如关键帧补间、运动路径、动画蒙版、形状变形和洋葱皮等。利用这个多才多艺的程序，不仅可以建立Flash电影，而且可以把动画输出为



QuickTime文件、GIF文件或其他许多不同的文件格式（PICT、JPEG和PNG等）。

（8）其他

网页中除了这些最基本的元素外，还包括横幅广告、字幕、悬停按钮、日戳、计数器、音频以及视频等。

5.5 网站前台设计所使用的工具

学习做网页，一定要认识下面这3个最优秀的网站制作工具，它们也是当前世界上最流行的网页制作、网页设计软件。

Dreamweaver用来设计、布局网页，其所见即所得的方式可以让你像编辑Word一样编辑网页。若要学习代码的话，还可以调到代码模式，增加对HTML代码的认识。

Photoshop用来设计网页图片，比如Banner、Logo，或者给网页整体设计切图。

Flash制作网页动画，现在看到的网络上绝大多数Flash，都是这个工具制作的。

5.5.1 Dreamweaver软件介绍

Dreamweaver是Macromedia公司生产的一款“所见即所得”的网页编辑工具。与Frontpage不同，Dreamweaver采用的是Mac机浮动面板的设计风格，对初学者来说可能会感到不适应。但当用户习惯了操作方式后，就会发现Dreamweaver的直观性与高效性是Frontpage所无法比拟的。

Dreamweaver对于HTML的支持特别好，可以轻而易举地做出很多炫目的页面特效。插件式的程序设计使得其功能可以无限扩展。Dreamweaver与Flash、Firework并称为Macromedia的网页制作三剑客，由于是同一公司的产品，因而在功能上有着非常紧密的结合。而最新推出的Dreamweaver UltraDev还支持ASP和JSP。因此，称Dreamweaver是高级网页制作的首选并不为过。

Dreamweaver主要用于布局网页，将美工效果图实现为正式网页，如图5-21所示。





图5-21 Dreamweaver制作示例

5.5.2 Photoshop软件介绍

Photoshop是Adobe公司旗下最出名的图像处理软件之一，是集图像扫描、编辑、图像制作、广告创意和图像输入与输出于一体的图形图像处理软件，深受广大平面设计人员和电脑美术爱好者的喜爱。

网络的普及是促使更多人需要掌握Photoshop的一个重要原因。因为在制作网页时Photoshop是必不可少的网页图像处理软件。可以说，网页中能看到的大部分图片、文字都是在Photoshop中制作的，包括：网页Logo，网页图片，网页按钮，网页文字特效，如图5-22所示，网页切片，如图5-23所示。



图5-22 网页文字特效

5.5.3 Flash软件介绍

Flash也是 Macromedia 公司的产品，它是交互式矢量图和Web动画的标准。网页设计者可使用Flash创作出既漂亮又可改变尺寸的导航界面以及其他奇特的效果。相信凡是见过Flash技术的人，没有一个不想掌握它的。它不但易学、易用，而且可以做出有很多动画的网站，并且声色结合，是一种很有前途的网页制作技术。

Flash是用于在互联网上动态的、可互动的shockwave。它的优点是体积小，可边下载边播放，这样就避免了用户长时间的等待。可以用其生成动画，还可在网页中加入声音，这样用户就能生成多媒体的图形和界面，而



其文件的体积却很小。Flash虽然不可以像一门语言一样进行编程，但用其内置的语句并结合JavaScript，也可做出互动性很强的主页来。



图5-23 网页切片

Flash是使网站动起来的工具，它的作用往往是画龙点睛，如图5-24所示，图中黄色部分为Flash动画，吸引人的注意，使网站充分动起来。



图5-24 Flash制作示例

5.5.4 网页配色辅助软件介绍

网页配色一直是网站设计师最苦恼的问题，除了靠积累的经验进行处理，现在也有一些配色辅助软件，可为设计师提供一定的帮助。下面主要介绍两个软件：Color Schemer Studio和Play Color。

1. Color Schemer Studio

可以说，Color Schemer Studio是迄今为止笔者见过的最优秀的一款配色软件，故在此做详细介绍，如图5-25所示。

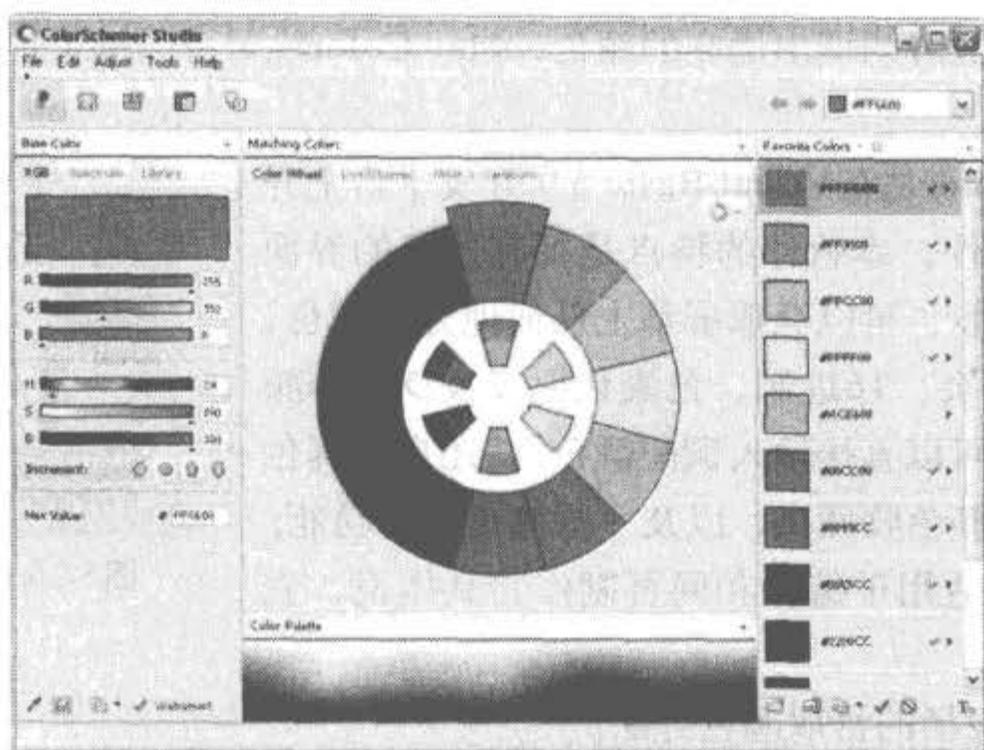


图5-25 Color Schemer Studio

尽管 Color Schemer Studio 很小巧，只有2.25MB，但却提供了非常丰富的网页配色解决方案。使用的时候，可以在“颜色轮（Color Wheel）”、“颜色协调”或“推荐颜色”3种窗口中自由切换。

特别是“推荐颜色”功能，它能从当前的多种颜色中为你提供最合适的颜色。选取颜色的时候可以将窗口放大2800倍，具有很高的精确度。配色完毕之后，可以通过配色分析器看看自己的配色方案是否合理。如果你从配色分析器里选择某种颜色作为背景的话，它会自动告诉你该使用哪种文字颜色。

Color Schemer Studio 是一个专业的配色应用程序，可以帮助你建立美好的配色方案，快速而轻松。它的主要特点如下：

- 工作域采用RGB和CMYK的色彩管理环境。
- 能够创建并且保存调色板。
- 识别色彩和谐。
- 能够转换成一个完整的配色方案。
- 能够混合颜色和创造梯度混合。
- 能够找到类似或相关的颜色。
- 能够进行分析对比，具有高度的可读性。
- 能够抓取屏幕上任何地方的颜色。
- 能够打印用户的配色方案。

2. Play Color

如果想获取屏幕上某点的颜色，或者想知道某种颜色代码到底是怎样



的颜色，又或者想调出漂亮的颜色，Play Color绝对可以满足你的愿望，如图5-26所示。

Play Color是在Visual Basic 5.0 开发平台上开发的免费软件。本软件的特点是拥有友好的界面和小巧的身躯，可以获取屏幕上任何地方的颜色，以RGB、网页、16进制、色素代码以及Delphi颜色输出（也可以直接输入调配颜色）。还自带真色彩调色板和颜色收藏夹，以及一些颜色处理功能。

本软件适用于编程和网页制作。具体说，它的功能如下：

- 拥有灵活的拾取颜色方法。
- 支持颜色值分组收藏并可以自由调用。
- 支持颜色的简单处理，如反色和灰度调整。
- 能够分析网页颜色值，得到网页的基调色。
- 具有许多贴心设计，比如单击标签可以复制色值。
- 支持热键拾取颜色，带有浮动窗体，方便使用。
- 提供6种颜色值输出，RGB、网页色及16进制等。



图5-26 Play Color

5.6 网页文字的设置

在网站设计的过程中，每天都在与文字打交道，但是很多人一直没有认真在意它们的存在，也没有很好地使用过它们，甚至滥用它们，这一切都是因为我们不了解它们。文字作为网页的重要元素之一，在设计里也是最深奥的学问之一。下面我们先来介绍一下文字中的字体。

5.6.1 字体

网页中的文字是浏览者浏览网页获取信息的第一媒介，文字设置的效果直接影响网站的表达效果。下面简单介绍一下网页中文字的类型、样式、单位、间距及其形成的段落等。

1. 字体的类型

在正式介绍字体类型之前，我们先介绍一下衬线。衬线（serif）就是笔画边缘的装饰部分。如图5-27中圈出的地方就是衬线。



图5-27 衬线



衬线设计的初衷是为了更清楚地标明笔触的末端，提高辨识率，提高阅读速度。另外，使用衬线字体会让人感觉更加的正统。所以我们常见的英文书籍，特别是论文、小说，很多都是使用衬线体来完成正文的。

网页设计中常用的衬线体有Times New Roman和Georgia。如图5-28所示，左边是12px的Times New Roman字体，右边是12px的Georgia。



图5-28 衬线体

在中文里，我们使用的宋体就是对应的衬线字体。

(1) 非衬线体/无衬线体 (Sans-serif)

字体如果不带衬线的话，那么就称为非衬线体或者无衬线体。如图5-29所示，就是非衬线体。



图5-29 非衬线体

网页设计中常用的非衬线体相对就比较多了，英文有Arial、Verdana、Tahoma、Helvetica及Calibri等。如图5-30所示，从左到右依次是Arial、Verdana及Tahoma。



图5-30 网页中的非衬线体

值得注意的是，虽然在书籍中衬线字体被广泛地应用，但是在互联网上，衬线字体很少被使用。由于电脑屏幕分辨率与书籍不具可比性，所以正文10~12px的衬线字体在电脑屏幕上是很难辨认的。如图5-31所示，是没有清晰字体 (cleartype) 时，10px的Verdana和10px的Times New Roman的对比。大家可以发现，左侧的Verdana可以被很好地辨认，右侧的Times



New Roman 辨认相当困难。

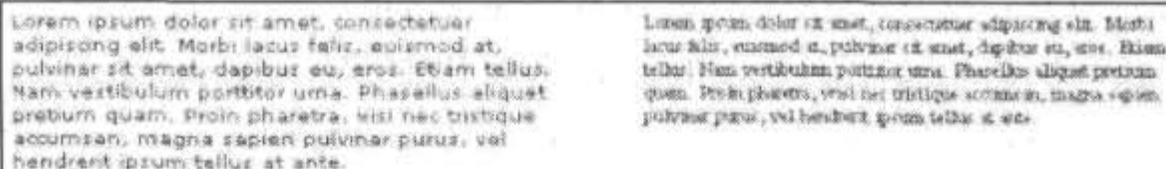


图5-31 网页中的衬线字体

(2) 等宽字体 (Monospace)

等宽字体事实上只针对西文字体。因为英文字母的宽度各不相同。例如i就要比m窄很多。编程时会显示代码，如果字母不等宽那么排版将很难看。我们在DOS命令行中，可以看到使用的是等宽字体。

编程所用的等宽字体有如下要求：

- 所有字符等宽；
- 简洁、清晰、规范的字符形体。
- 支持ASCII码为128以上的扩展字符集。
- 空白字符 (ASCII: 0 × 20) 与其他字符等宽。
- “1”、“l”和“i” 3个字符易于区分。
- “0”、“o”和“O” 3个字符易于区分。
- 双引号、单引号的前后部分易于区分，最好是镜像对称的。
- 清晰的标点符号外形，尤其是大括号、圆括号和方括号。

常见的等宽字体有Courier和Courier New。

(3) 手写体 (Calligraphy)

顾名思义，手写体就是手写风格的字体，有时我们也叫它书法字体。中文的书法字体大多都比较生硬。推荐使用日文的书法字体。日文书法字体更加柔美，更人性化。但使用日文书法字体缺点就是大都是繁体，另外很多汉字在日文中没有。

(4) 符号体 (Symbol)

Windows里最著名的符号体就是Webdings，如图5-32所示。

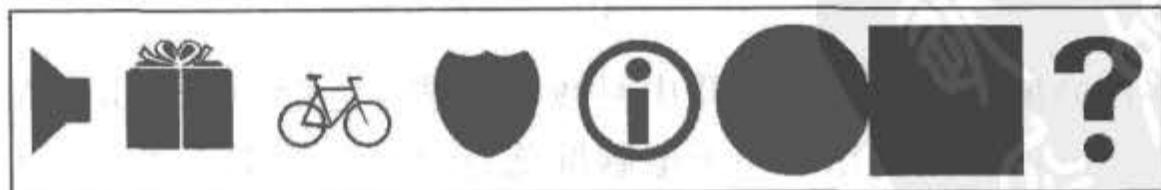


图5-32 Webdings字体

2. 字体的样式

常见的字体的样式分为：正常Normal、粗体Bold及斜体Italic。

简单来说，粗体就是字体会更加黑，更加“粗”。斜体就是将字轴微微倾斜。它们都是用在篇幅内的强调的某段文字上。

在说到粗体的时候，我们很容易联想到CSS里的font-weight（字重）属性。我们知道font-weight（字重）属性值除了我们平常使用的normal、bold外，还有bolder、lighter、100~900等属性。

那么这个100~900的值是什么意思？

事实上，100~900并没有单位。优秀的字体会对不同的字重提供不同的设计。如果字体事先内置了不同等级的粗细程度的设计，那么这几个数值将分别对应每个等级。

例如Zurich字体，就包含了Zurich Light、Zurich Regular、Zurich Medium、Zurich Bold、Zurich Black及Zurich UltraBlack 6个字体。这样一来，Zurich Light对应的就是100、200、300三个数值，Zurich Regular对应的就是400也就是“正常 normal”，Zurich Medium对应的是500，Zurich Bold也就是“粗体 bold”对应的是600、700，Zurich Black对应的是800，最后，Zurich UltraBlack对应的是900。

对于中文斜体，一般在网络上是不使用的。因为中文笔画繁多，使用了斜体将难以辨认。

3. 单位

在Web设计中会用到如下一些单位：

(1) 点 (pt、point)

72 points = 1 inch, 1英寸是72点；1皮卡 (pica) = 12 points。

(2) 像素 (pixel、px)

像素就是电脑屏幕上的一个最小的图像单元，通俗地说就是屏幕上最小的一个点。

(3) DPI、PPI

DPI 全称是Dots Per Inch（点每英寸），PPI全称是Pixel Per Inch，它们是解析度（Resolution）的单位，也就是说，1英寸的长度上能安排多少个点（像素）。

举个例子，一般来说，我们的显示器大概是72ppi，也就是1英寸的长度上有72个点（像素）。DPI或PPI越高，解析度就越高，也就是说，颗粒越小，图像越细腻。一般来说，照片的解析度在240~300dpi，所以照片看起来要比屏幕上看起来细致得多。杂志印刷的解析度为133或150dpi，高品质书籍采用350~400dpi。大多数印刷精美的书籍印刷时用175~



200dpi。所以同样物理大小的文字，在书上看，比在屏幕上看要清晰得多。这就是我们前面提到的，英文书籍印刷可以大胆得使用Sans-serif字体的原因。

DPI和PPI之间实质上没有差别。实在要找出差别，那么唯一的差别也许在于DPI常常用于描述扫描仪和打印机，而PPI常常用于描述屏幕的分辨率。

(4) ex、x-height

常在CSS中使用。1ex = 小写字母x的高度。

(5) em

常在CSS中使用。当然，em可不是表示小写字母m的高度（事实上，小写字母m一般和小写字母x的高度是一样的）。1em = 字体大小的100%，是一个倍数单位。

4. 常用字号设置

网页设计中常用的衬线体有Times New Roman和Georgia。

网页设计中常用的非衬线体相对就比较多了，有Arial、Verdana、Tahoma、Helvetica及Calibri等。

网页设计中常使用12px的字体，18px的行距。网页正文中，每行40~70个字母为宜。除了一些常规问题之外，网站的易读性是网站设计师最应注意的问题。

易读性描述的是排印文本阅读时的轻松和舒适程度。实际上，一般设计的最根本的目的也在于此。除了上节中叙述的一些原则外，下面是一些易读性原则：

- 一份设计上至多使用3种字体的大小。
- 一份设计上至多使用3种字体。要保证一定的对比度，但又不可有过度的对比。阳文（白底黑字）比阴文（黑底白字）要更容易阅读。在#fff的背景上，使用#333的文字要比使用#000的文字看起来舒服。
- 要注意文字所在的背景，背景要单一，避免背景噪声。
- “少即是多”，用最少的元素传达最多的信息。
- 让你的链接看起来像是一个链接。
- 利用好你的空间。

5.6.2 行距和段落

文本中的属性主要有两个：行距和段落。行距决定段落中文本行之间

的垂直间距。段落间距决定段落前后的间距。

1. 行距

说到行距（行间距、Line-height、Leading），我们必须先要学习一个术语叫做基线（baseline）。还记得我们刚学英语的时候写字母用的那个线格簿子吗？那根最粗的横线就是我们说的基线。基线就是大部分字母所“坐”在的、字体的下降部之上的直线。大部分字体，大写字母总是紧贴基线，并在基线之上的。中文的字体和英文的大写字母情况一样。如图5-33所示，圈出来的线就是基线。



图5-33 基线

那么，行距就是指两个相邻的行之间基线的距离。行间距的单位常常使用em，也就是根据字体大小来定义行距。在浏览器中，默认的行距并没有一个准则。根据W3C提出的建议，它认为默认的行距应该在1.0em到1.2em之间。

事实上，在设定行距的时候，排版上有个原则，就是行与行之间的空隙一定要大于单词与单词之间的空隙，否则的话，读者在阅读的时候容易“串行”，造成阅读困难。

充足的行距可以隔开每行文字，使得眼睛容易区分上一行或下一行。近几年，Web上对于正文的排版，大多喜欢1.5em的行距，尤其是中文网站。也就是如果使用了12px的字体大小，那么设计师常常喜欢18px的行距。1.5em确实是一个很好的经验值。事实上，中文的论文规范也是使用1.5em的行距。



提示：字间距（Letter-spacing、Tracking）和字距调整（Kerning）

字间距是指一组字母之间相互间隔的距离。字间距影响一行或者一个段落的文字的密度。

字距调整是一种因视觉需要而做的技术处理。简单说，在两个特定的字符连排的时候，可以为它们单独指定与众不同的字间距。比如当一个大写A后面跟随一个小写v的时候，两个字符间就会出现视觉上的更大的间距（实际上字间距是一样的），这是普通的字符间距所无法



解决的。如果减小它们的间距，那么其他的字母就会连成一团。这时候就需要用字距调整来处理了。如图5-34所示，就是一个应用了字距调整的例子。



图5-34 应用了字距调整的例子

2. 段落

对一段文字的处理，要注意两个属性：段落中每一行的行长和这一段文字的对齐方式。

(1) 行长 (Measure)

行长是指一段文字的宽度，如图5-35所示。

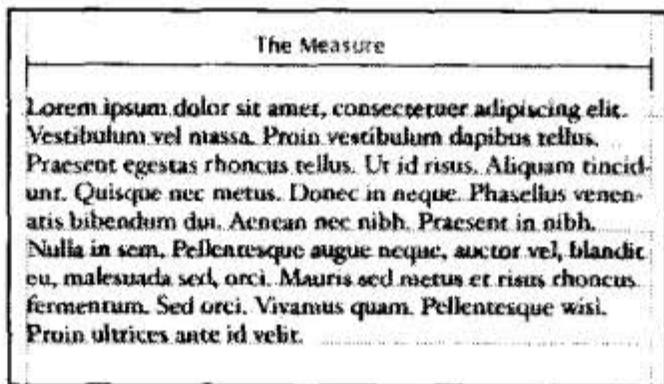


图5-35 行长

有两个易读性问题与行长有关：行长越长，需要的行距越大。行距太小，读者阅读换行时容易串行；行距太大，读者阅读行时会感觉到文字不连续。正文中，每行40~70个字母为宜。

(2) 对齐 (Alignment)

段落的对齐基本有4种：左对齐 (flush left)、右对齐 (flush right)、居中对齐 (centered) 和两端对齐 (justified)。

左对齐是指设置文本内容，调整文字的水平间距，使段落或者文章中的文字沿水平方向向左对齐的一种对齐方式。左对齐使文章左侧文字具有整齐的边缘。同时文字的右边就会不整齐。所以英文对左对齐也叫做 ragged right，意指外形参差不齐的右边。右对齐也类同。

居中对齐是指设置文本内容，调整文字的水平间距，使段落或者文章中的文字沿水平方向向中间集中对齐的一种对齐方式。居中对齐使文章两



侧文字整齐地向中间集中，使整个段落或整篇文章都是整齐的。

两端对齐是指设置文本内容两端，调整文字或单词的水平间距，使其均匀分布在左右页边距之间。两端对齐使两侧文字具有整齐的边缘。

使用两端对齐之后，两侧的对齐线会很明晰，文本块的“块”的感觉也会很明显。但是，在英文排版中，当行长很短的时候，使用两端对齐可能会造成某些行词间距过长，某些行词间距过短，这样参差不齐的词间距会令人感觉十分凌乱，就像一件到处都是补丁的衣服。

5.7 网页图片的使用

图片已经成为网页中不可或缺的元素，但是对大流量的网站来说，图片也可能成为页面加载的一大负担。因此，一个好的网站要求网页设计师合理地使用图片，灵活运用网页图片处理技巧和网页图片设置规则，让图片在传达信息和美化界面的同时又不会给网站的浏览速度带来影响。

5.7.1 网页图片设置规则

在网页中使用图片，先是要制作处理要用到的图片，再利用网页制作工具在需要的位置插入相应的图片，然后设置其宽度和高度，添加文字说明。在这个过程中，图像设置规则显得尤为重要。

1. 图片位置的选择与设置

通常网页图像主要有网站Logo、网站Banner、网站导航和各种辅助修饰图片，以及网页背景图片等。这些图像位置的选择应当利于浏览者接受信息和提高页面美感，做到既不喧宾夺主又能够很好地传达信息。

一个网站页面的头部一般由Banner和导航栏构成，网页设计者可以在Banner中投放广告吸引用户，并利用导航栏清晰地向用户展现网站的栏目结构。

网站Logo作为网站的标志图像，应当安排在页面最突出、最显眼的位置，而辅助说明的小图标应当紧靠相应文字。

对于大篇幅的文字内容，在适当的位置插入概括大意的图片可以帮助用户理解文章，而且还可以通过这些插入的图片来划分章节，如图5-36所示。

图片位置的选择不必局限于常规用法，适当地发挥创意调整位置，能够使网站更具吸引力。



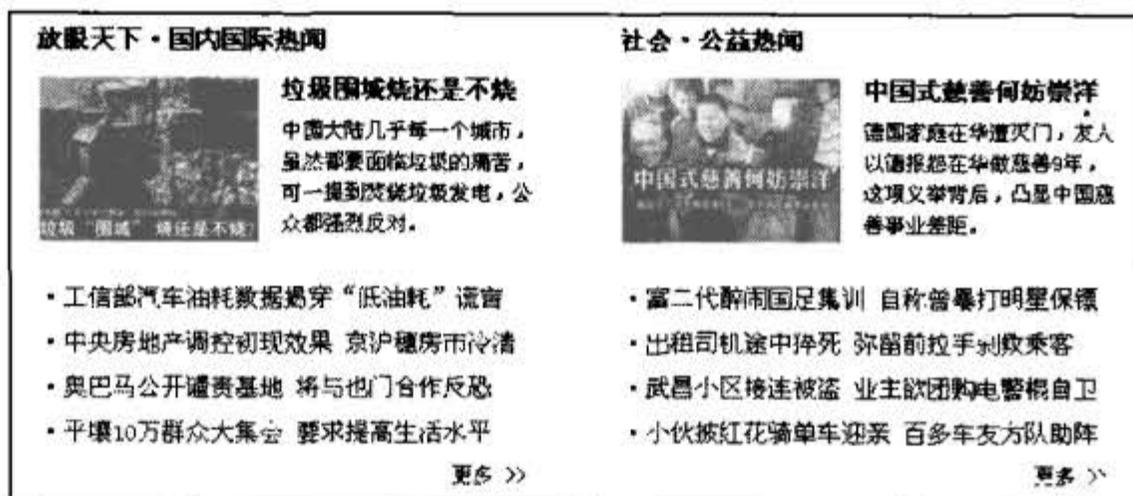


图5-36 图片和文字配合使用

2. 切图规则

对一个已经设计好的网页效果图进行切图时主要依据两个原则：一是以色块为单位尽量保持网页元素的相对独立，二是尽量保证切线的水平对齐从而方便页面布局。大面积相同色块部分在切割时只需切割一小段，充分利用背景重复的特性，提高页面加载速度。

3. 设置图片尺寸

在布局网页的时候，将切割好的图片插入相应的位置时，不应使用图片的width和height属性改变图片的尺寸，因为那样会使图片的变形和失真。使用矢量绘图工具制作的图像适合保存为PNG格式，其大小尺寸应在设计的时候确定，变为位图后不宜对其进行缩放操作。



注意：在Fireworks中创建的PNG文件包含图层等可编辑信息，其中的直线、形状和文字都属于矢量图。在网页中应用这样的图片就必须丢掉其编辑信息将其转化为位图，以压缩文件大小。因此，图像尺寸的调节应在输出操作之前完成。

将图片放置在网页中应当尽量保证较小的尺寸。如果图片单独出现，宽度最好在600px以下；如果与文字混排，宽度最好在300px左右。以网站Banner和Logo来说，其尺寸设置见表5-1。

表5-1 网页设计Logo和Banner标准尺寸

像素尺寸	名称
468 × 60	Full Banner
392 × 72	Full Banner with vertical Navigation Bar
234 × 60	Half Banner
125 × 125	Square Banner
88 × 31	Micro Banner



(续)

像素尺寸	名称
120 × 90	Button 1
120 × 60	Button 2
120 × 240	Vertical Banner

4. 背景图片的设置

如果想要在某个图片上添加文字，则可以将该图片设置为背景图片。除此功能外，灵活设置网页背景图片还能大大加快网页加载速度。如图5-37所示，对于大面积相同颜色块的背景图片，我们可以只切割狭小的长条，然后利用背景图在水平和垂直方向上自动重复的特性设置背景图片。对于单一颜色的背景，我们则可以利用HTML单元格背景属性直接设置相应的背景颜色。

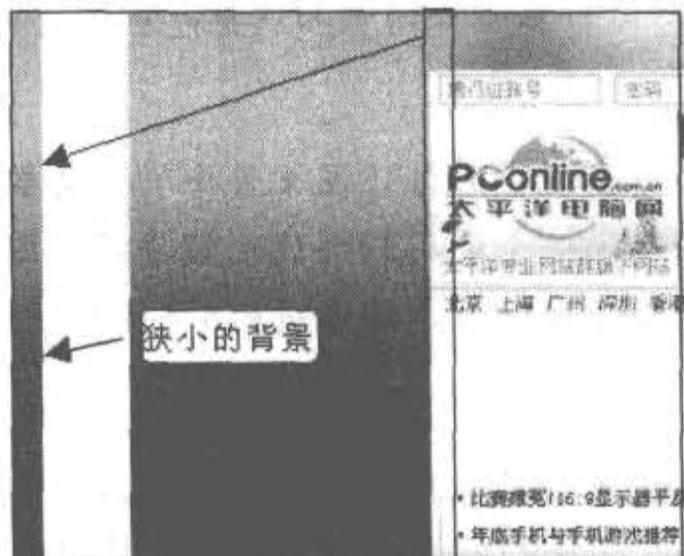


图5-37 背景图片选取

在设置背景透明的图标时，只需将图片存储为PNG格式即可。

5.7.2 页面图像处理技巧

网页中图像的处理方法与其他领域中图像的处理方法有很大的差异，即使在同一个网页中不同位置的图片处理技巧也大不相同。网页设计师应该根据实际需要选择合适的图像处理工具和恰当的图片格式，合理地处理网页图片的颜色和透明度。

1. 选择恰当的网页图片格式

网页图片文件的大小直接影响页面的加载速度，相同大小的图片选择不同的格式其文件大小相差甚远。目前，网页图像格式主要有3种，分别是GIF、PNG和JPEG。形式简单的标志和图标首选PNG格式，色彩丰富质



量要求高的照片则选用JPEG格式，对于颜色要求不多并且没有明显渐变的图片则选用GIF格式。

- JPEG通常用于保存照片。这种格式的图片颜色十分丰富，可以保存约1670万种颜色。如果图片颜色少于256种或者含有大片纯色则不宜选用JPEG格式，其图片效果反而不好，并且严重影响网页的加载速度。
- 网页中设置透明背景色通常用到PNG格式。这种格式相对较新，兼有JPEG和GIF的色彩模式。PNG-8采用了256色以下的index color色彩模式，这与GIF类似。PNG-24支持RGB模式，存储24位真彩图像，品质较高。PNG-32在PNG-24的基础上添加了alpha通道，因此，PNG支持设置网页透明背景色设置，这在网页图像制作上非常有用。
- GIF格式的图片在网页应用中最为广泛。它支持256种颜色，能够容纳除了照片以外几乎所有图像。GIF格式具有生成简单动画的功能，并且也支持网页背景颜色透明的设置。但是，GIF图片的透明效果不如PNG好。



提示：阿尔法是出现在32位位图文件中的一类数据，用于向图像中的像素指定透明度。一个使用32个位元储存的位图，每8个位元表示红、绿、蓝和阿尔法通道。阿尔法通道的8个位元可以表示256种不同的透明度。

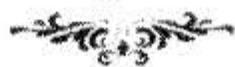
选择图像的格式应当考虑图片质量和文件大小两个因素，根据具体的应用需要和各种格式图片的特点，在保证图片质量的情况下尽量压缩图片文件大小，从而提高页面加载速度。

2. 处理图片的颜色和透明

如前所述，GIF图片和PNG图片都支持设置透明背景，但GIF只有0到1的透明信息，也就是只有透明、不透明两种选择。因此，GIF格式的透明背景没有层次，只是单纯地将一种或几种颜色设为完全透明，不能与它邻近的渐变色进行平滑的过渡。要创建透明GIF，就必须将画布背景色设置成与目标效果的背景色相同。

PNG提供了0至255共256级的透明度信息，可以使图片的透明区域出现深度不同的层次。于是PNG图片覆盖在任何背景上都看不到接缝，从而改善了GIF图片透明度不佳的问题。

网页浏览者在访问网页时除非采用8位的显示器（这种可能性比较小），否则我们在创建图像时不必考虑浏览器的安全色。颜色的数量是决定图像



效果的重要因素，渐变色往往会产生大量的颜色数，如果图片保存成GIF就会失真，并且文件大小反而会大幅度增加。这时候应该使用颜色丰富的PNG-24、PNG-32或JPEG格式。

5.8 使用Photoshop设计网页

前面介绍了图片处理的4种常用软件工具，本节选择网页设计中最为常用的Photoshop软件，具体介绍网站页面设计的基本过程和常用技巧。

5.8.1 使用Photoshop设计网页基本步骤

在进行页面设计的时候，不管使用什么工具都应当首先对页面进行整体规划，然后再细化制作，最后切图输出。

1. 页面规划

一般情况下，页面规划需要完成两个任务：一是划分页面结构；二是安排内容元素。本实例从整体出发，将页面分成头、中、底3个部分。

1) 将页面头部划分为上下结构，并规划其宽、高度。页面头部可安排网站Logo、网站导航栏目等能够体现网站信息和结构的元素，如图5-38所示。



图5-38 页面的头部

2) 页面中间部分可首先分成左宽右窄的两栏结构，如图5-39所示，然后根据实际情况划分成不同的板块，预留出各版块的位置，待页面完善时进行填充细化。

3) 版权信息、联系地址、联系邮箱以及联系电话等通常置于页面的最底部，如图5-40所示。

4) 初步完成整体布局和规划以后，接着需要细化各个板块，使页面成型。最终形成页面效果如图5-41所示。

2. 页面制作和完善

(1) 使用Photoshop对页面元素进行制作时可以考虑首先制作网站Logo，结合网站的主题，设计者可以发挥想象力设计出极富吸引力的网站Logo。如图5-42所示为科士德嵌入式学院培训学校网站的Logo，通过字形



变换，配合小地球图标既简单又意义明确，体现嵌入式领域的概念。

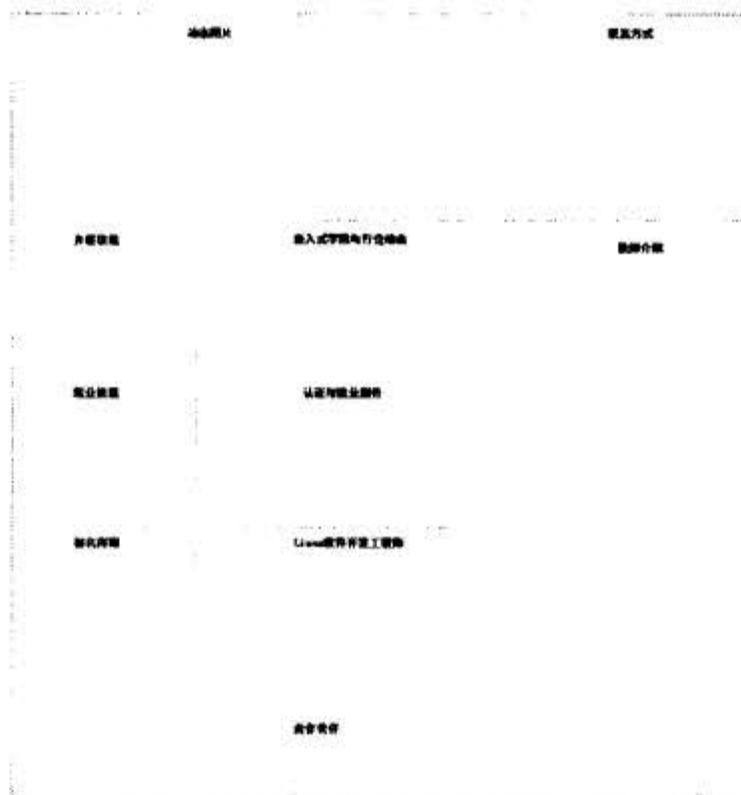


图5-39 页面中部整体结构

地址：北京市海淀区中关村东路19号财富国际大厦B座909
Copyright 北京科士德信息科技有限公司 All Rights Reserved
E-Mail: crosstar@crosstar.com.cn
联系电话：010-82601600

图5-40 页面底部



图5-41 最终效果图





图5-42 网站Logo

2) 导航按钮的设计应该提前考虑好网页实际运行效果, 如当鼠标滑过导航按钮时改变样式, 这时就应当设计两种按钮样式供切图时选择, 如图5-43所示。



图5-43 导航效果

3) 确定好网页Logo、导航栏目和板块表头样式以后, 接下来就应当填充内容了。值得注意的是, 如果只使用文字内容填充会使版块呆板, 让浏览者感到厌倦, 这个时候不妨使用修饰图标辅助网页信息的传达, 如图5-44所示。

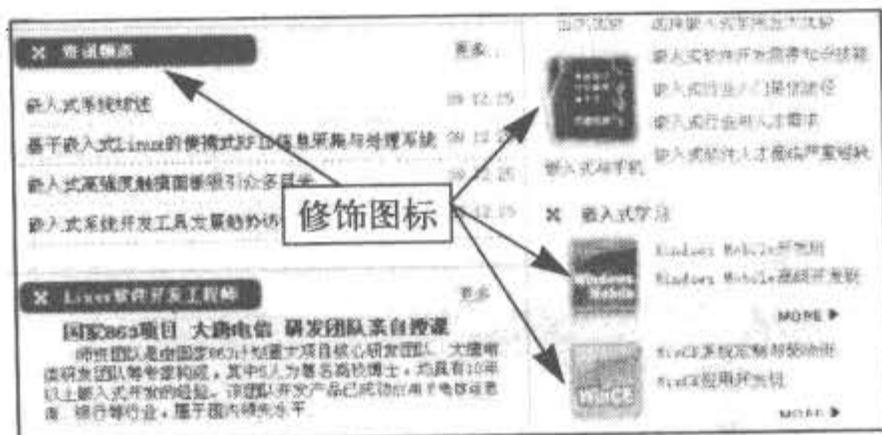


图5-44 修饰图标的使用

3. 切图和输出

1) 在Photoshop中切图使用的是【切片工具】和【切片选择工具】, 如图5-45所示。【切片工具】用来切割图片, 【切片选择工具】用来调整切片大小。

2) 效果图中有些内容在切图中是不需要的, 例如大部分的文字、重复的背景图片等, 于是在切图时只需切出需要的图片就可以了。首先选出效果图中哪些部分是需要, 哪些部分是在后续网页设计中添加的, 确定出切割区域, 如图5-46所示。

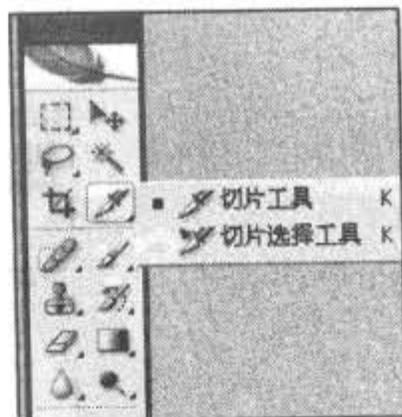


图5-45 切图工具





图5-46 切割区域的选择

3) 使用【切片工具】将上面选出的切割区域切割成一个一个的矩形小区域，如图5-47所示。



图5-47 切图效果



 **注意：**在切割时，如果切出的矩形切片与想要的效果有些偏差，可以用【切片选择工具】进行细微调整，如图5-48所示是在切割导航按钮出现偏差时调整前后的效果。另外如果切割区域很窄小可以将图片放大后再切图。

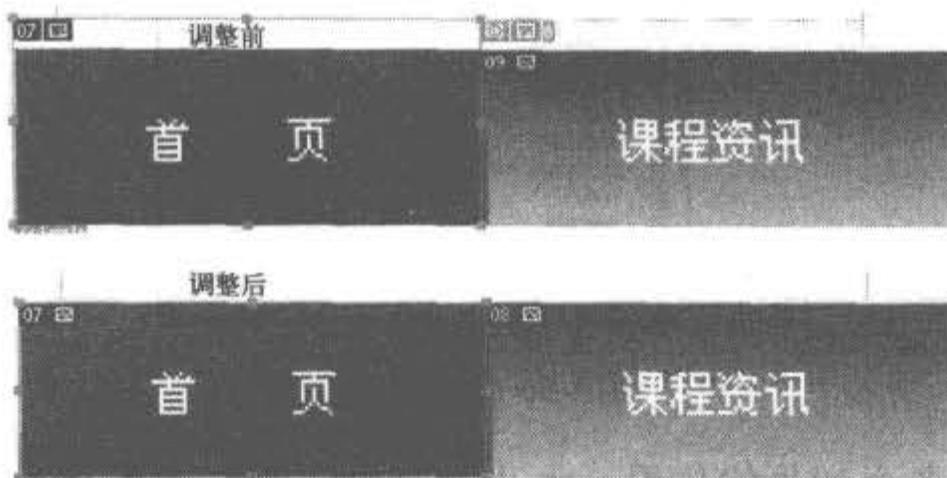


图5-48 使用切片选择工具微调切片

4) 不管是链接还是内容，在网页设计时字体的样式都尽量使用CSS样式来控制，以方便后期的维护或改版。但是有的地方要用到不常用的字体，为了让浏览者看到设计者的原意，就要把文字制作成图片，这类文字要适当使用，因为这对搜索引擎不友好。因此，在切片输出之前，设计者最好要将页面的文字图层隐藏，图5-49是隐藏文字后切图的效果。

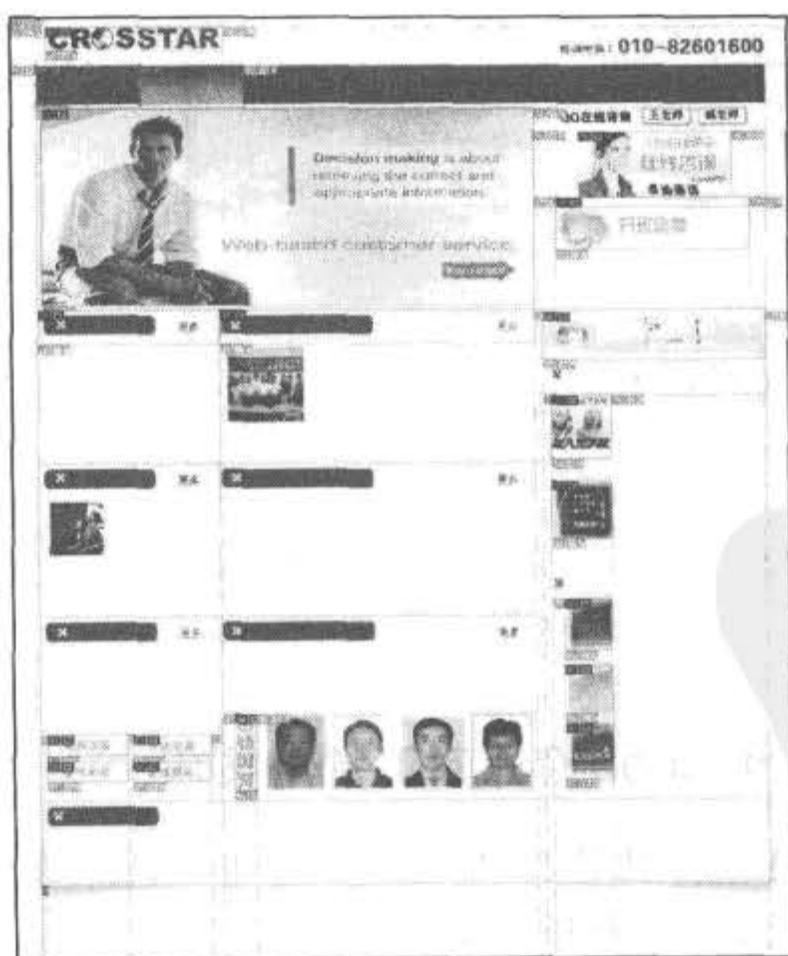


图5-49 隐藏文字后切图的效果



5) 将切片输出。选择【文件】→【存储为Web所用格式】，如图5-50所示。



图5-50 输出切片

6) 根据各个切片的位置、大小以及色彩特点选择合适的图片格式，点击【存储】，选择【保存类型】为【HTML和图像】，并设置【切片】为【所有切片】。最后点击【保存】按钮，便完成了切图和输出操作，如图5-51所示。



图5-51 保存切图文件

5.8.2 使用Photoshop设计网页常用技巧

Photoshop是一款功能及其强大的软件，但限于篇幅，这里只对Photoshop最为常用的功能和技巧作简单介绍。



1. 图层和组的使用技巧

利用Photoshop工具设计网页时，图层面板里的图层往往很多，少则几十层，多则上百层。如果不采取一定的方法分开图层，则图层管理和修改就会十分混乱，也不利于多人合作。利用Photoshop提供的成组功能，可以让项目结构清晰，如图5-52所示。



图5-52 使用组管理图层

2. 图像修改工具

有时使用现成图片设计网页时需要去掉图片中的多余信息，如不必要的文字、按钮，或者链接信息。如图5-53所示，Photoshop提供了【修补工具】、【橡皮擦工具】和【仿制图章工具】等工具来修改图片。



图5-53 图像修改工具

3. 网页抠图技巧

用Photoshop抠图的方法有很多种，最常见的就是利用【套索工具】、【魔棒工具】和【选框工具】直接选区抠图，如图5-54所示。然而，【选区



工具】不能直接抠取不规则的图形，【套索工具】和【魔棒工具】抠取边缘颜色接近的图形的效果也不理想。此时可以用【钢笔工具】的贝塞尔曲线沿着图片边缘勾勒轮廓线，最后将绘制好的轮廓线路径转化为选区，从而抠取所需的图片部分。为了让抠取的图形与周围背景平滑过渡，最好对抠取的图形进行羽化。

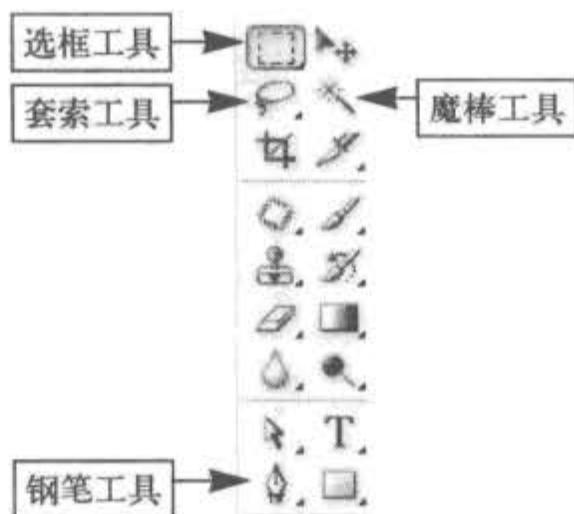


图5-54 抠图工具

4. 色彩调整技巧

色彩在设计中的重要性不言而喻，理解和运用好Photoshop的色彩调整功能，将会帮助你在色彩的世界里做到游刃有余。使用Photoshop调节色彩主要包括3方面：色阶调整、亮度/对比度调整和色彩平衡调整。

(1) 色阶调整

色阶图根据图像中每个亮度值（0~255）处的像素点的多少进行区分。如图5-55所示，最右面的白色三角滑块控制图像的深色部分，左边的黑色三角滑块控制图像的浅色部分，中间那个灰色三角滑块则控制图像的中间色。

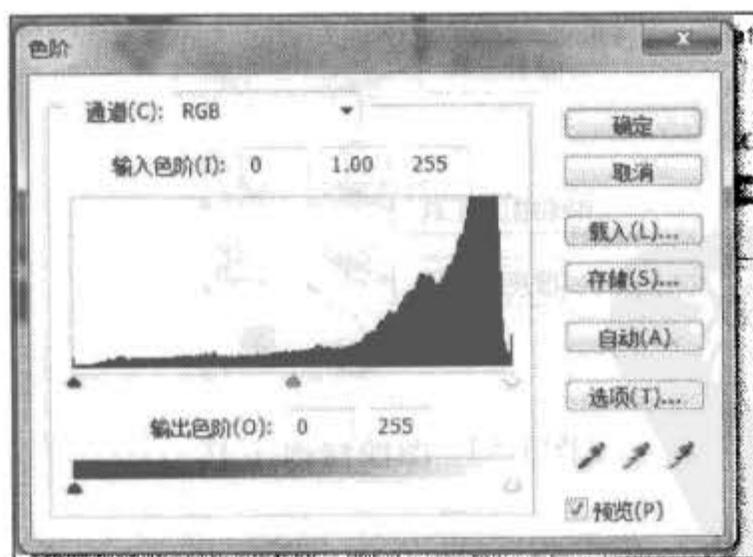
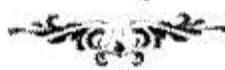


图5-55 色阶调整



(2) 亮度/对比度调整

当素材图片的对比度不够明显，或者与环境对比度差异较大时，就需要调节图片的亮度和对比度，如图5-56所示。打开Photoshop的【亮度/对比度】对话框，拖动亮度滑块可以调节图像明暗，或者输入具体数值。用同样方法调节图片对比度，使之适应周围环境。

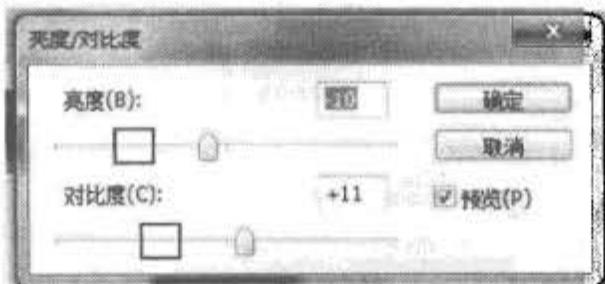


图5-56 亮度/对比度调整

(3) 色彩平衡调整

色彩平衡调整工具操作起来十分直观，它的调节功能不是很多，它在色调平衡选项中将图像笼统地分为阴影、中间调和高光3个色调，每个色调可以进行独立的色彩调整，如图5-57所示。打开Photoshop的【色彩平衡】对话框，用3个色彩平衡滑块，我们可调节3对反转色：红和青，绿和洋红，蓝和黄。属于反转色的两种颜色不可能同时增加或减少。

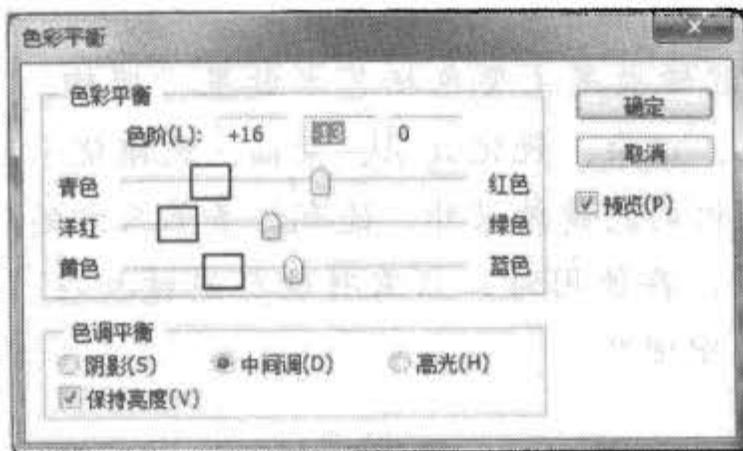


图5-57 色彩平衡调整

5. 图层样式和滤镜

网页上很多效果都可借助图层样式轻松地实现，如图5-58所示。【图层样式】常用的设置选项主要包括【斜面和浮雕】、【光泽】、【叠加】、【混合选项】、【投影】、【内阴影】、【外发光】、【描边】以及【内发光】等。只要灵活地调节各项参数，就可以制作出网页上许多常见的图片效果，如水晶按钮、装饰图标和各种文字效果等。



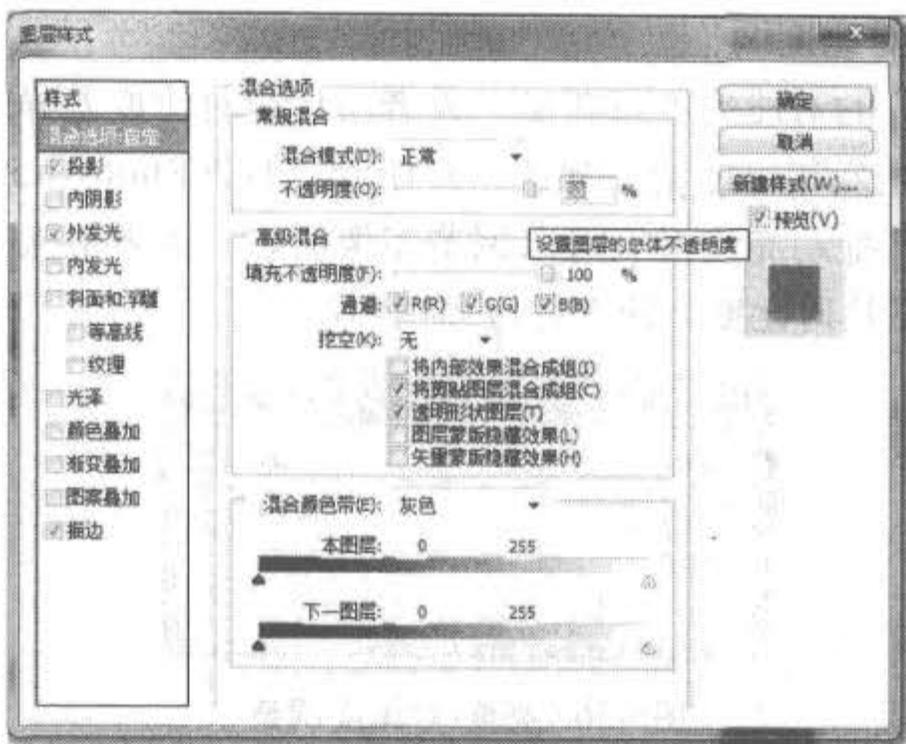


图5-58 调整图层样式

 **提示：** Photoshop的滤镜功能主要是用来实现图像的各种特殊效果。它在网页设计中具有非常神奇的作用。设计者在使用滤镜进行网页设计时，除了平常的美术功底外，还需要熟练地掌握和控制滤镜，甚至还需要有丰富的想象力，这样才能有的放矢地应用滤镜，取得最佳的艺术效果。

Photoshop的滤镜效果主要包括艺术效果、模糊、画笔描边、扭曲、杂色、像素化、渲染、锐化效果、素描、风格化、纹理、视频等。除了软件本身提供的滤镜效果外，还有许多第三方的软件开发商生产的外挂滤镜效果。在使用时，只需将这些滤镜放在“增效工具 (Plugins) 文件夹”中便可。

5.9 使用CSS+DIV样式布局网页

通过前面的学习，相信大家已经对CSS和DIV有了一定的认识。在现在的网站开发中，大到各大门户网站，小到不计其数的个人网站，在CSS+DIV标准化的影响下，网页设计人员已经把它作为行业标准。

5.9.1 认识并创建CSS样式表

Div是Division的简称，意思是分段。如果单独使用DIV而不加任何CSS，那么它在网页中的效果和使用<P></P>是一样的。

CSS是Cascading Style Sheets的简称，意思是层叠样式表单。在页面



制作时采用CSS技术，可以有效地对页面的布局、字体、颜色、背景和其他效果实现更加精确的控制。只要对相应的代码做一些简单的修改，就可以改变同一页面的不同部分，或者页数不同的网页的外观和格式。

- CSS+DIV具有如下特点：
- 缩减代码，提高网页速度。
- 结构清晰，方便被搜索引擎获取及收录。
- 样式与内容分离，可以把样式单独抽取成文件进行管理。修改几个样式文件就可对整个网站的整体样式进行修改，方便维护。
- 表格布局灵活性不大，你只能遵循table、tr和td的格式。而DIV可以和多种标签组合。
- 浏览器兼容性好，支持大部分浏览器。
- 页面展现美观，浏览者体验度高。

CSS文件是以.css结尾的文件，可以手动创建，也可以用Dreamweaver软件来创建。

手动创建CSS文件时，只需新建一个文本文件，将文件名改为以.css结尾就可以编辑了。用Dreamweaver工具创建时，选择菜单【文件】→【新建】命令，如图5-59所示。打开【新建文档】对话框，在对话框中【类别】列表中选择【CSS样式表】选项，在【CSS样式表】列表中显示了一些Dreamweaver MX 2004中自带的CSS样式表格式，如图5-60所示。选择第4项，单击【创建】按钮，打开CSS样式编辑窗口，默认样式代码创建完成，如图5-61所示。

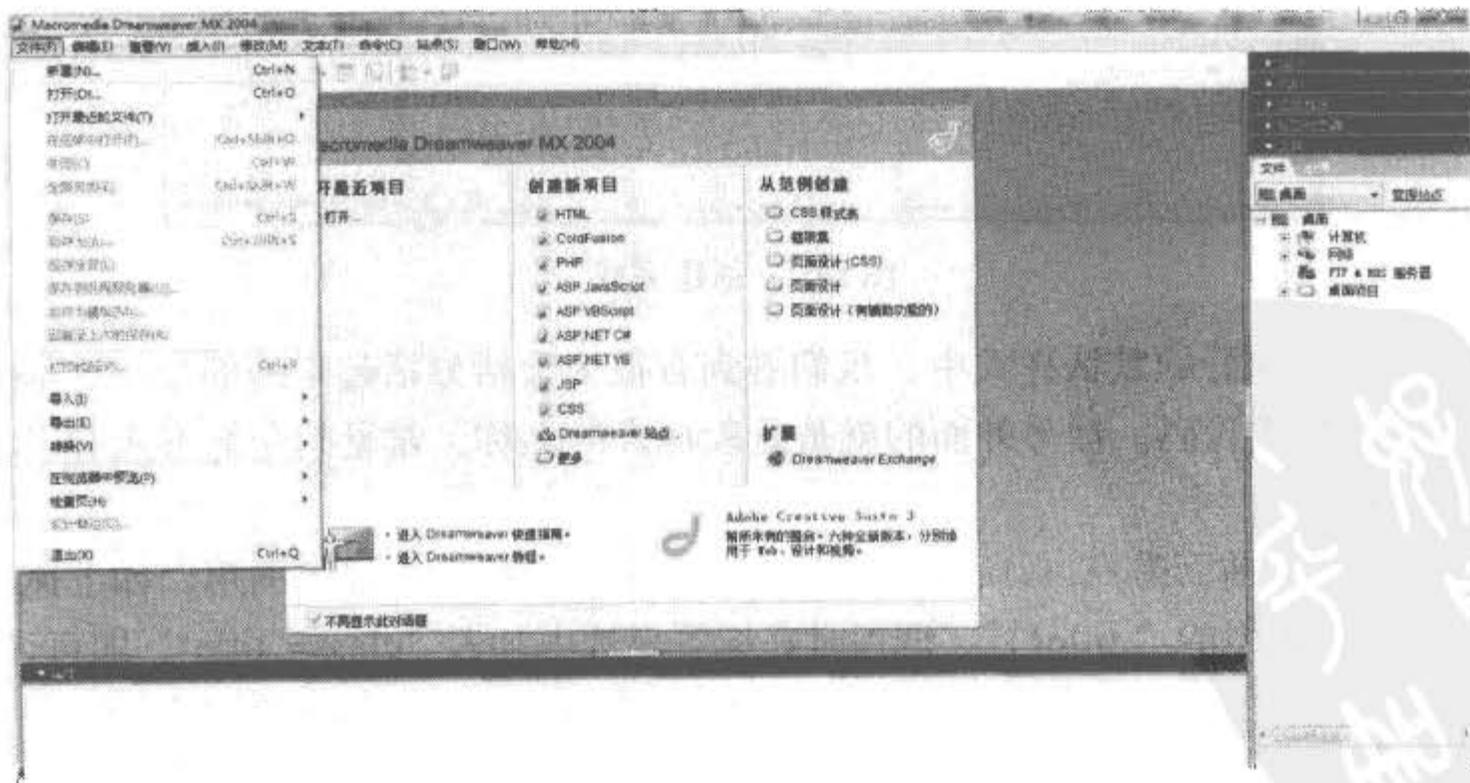


图5-59 新建CSS



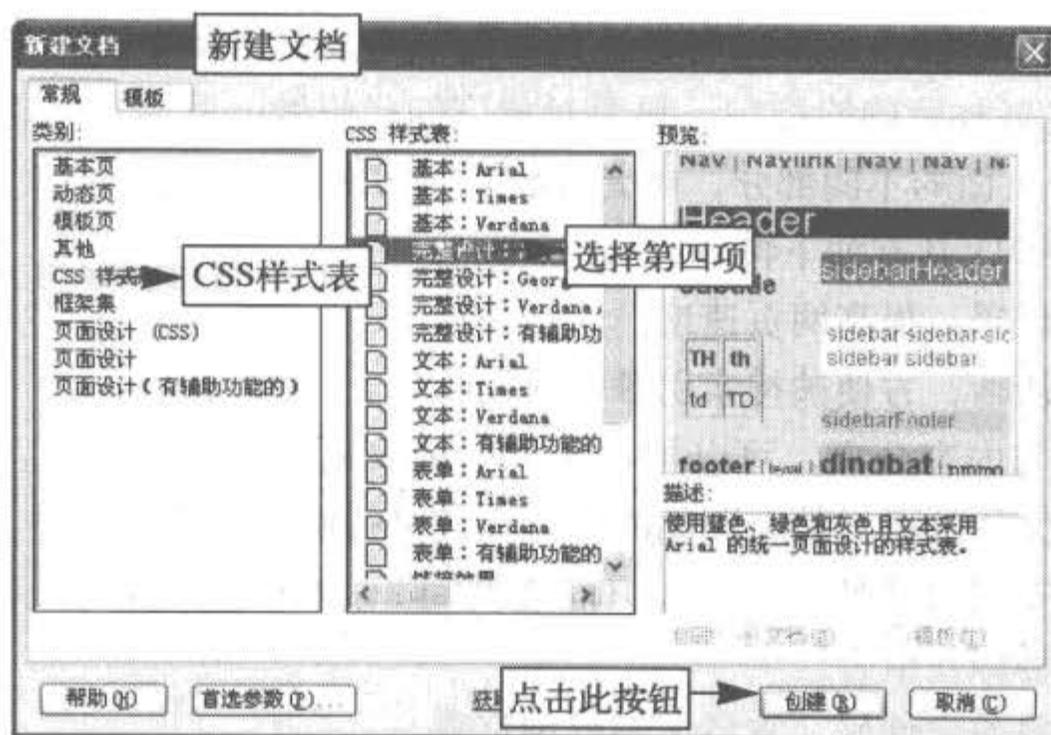


图5-60 选择默认模板

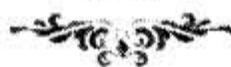


图5-61 创建完成

在创建好的默认样式中，我们看到有很多大括号括起来的部分，这部分就是样式代码。括号外面的就是此段样式的名称。常见的命名方式有以下几种：

- 名称前面带点 (.) 的，对应class。在页面标签中都可调用，如上述代码中的“.title{}”。调用时在标签属性中加入“class="title"”即可。如：

```
<title class="title"></title>
```



- 名称前面带井号 (#) 的，对应ID。主要是针对页面中某一个标签的ID的。在一个页面中一个ID只能对应一个标签。这种样式也只能应用于此页面的一个对应的标签。如：

```
<input id="test1" type="text" />
```

其对应的样式为：

```
#test1{}
```

- 名称前面不加任何符号的，对应于HTML的某一类标签。如上述代码中的“body{ }”、“td, th{ }”及“a{ }”。这类样式对应于HTML中所有的该类标签。如“a{ }”样式对应于所有的“<a>”标签。

5.9.2 设置并应用CSS样式表

对于CSS的设置和调用，可以通过以下3种方式：

1. <link>调用的方式

创建外部样式文件 (.css)，然后在页面中使用<link>调用。这种方式可以在多个页面中采用同一套样式。示例代码如下：

```
<head>
<title>文档标题</title>
<link rel=stylesheet href="demo.css" type="text/css">
</head>
```

2. 在页面头部创建<style>的方式

在页面体的头部直接创建样式。这种方式需要在页面head部的<style>标签里创建，并且仅对本文档有效。示例代码如下：

```
<head>
<title>文档标题</title>
<style type="text/css">
<!--
body {font: 10pt "Arial"}
h1 {font: 15pt/17pt "Arial"; font-weight: bold; color: maroon}
.name1 {font: 13pt/15pt "Arial"; font-weight: bold; color: blue}
-->
</style>
</head>
```

3. 标签元素里设置<style>的方式

在页面各个标签元素里设置样式，在标签里使用style属性。示例代码如下：



```
<input type="text" style=" color: green; font-family: times" />
<span style=" color: green; font-family: times">测试数据</span>
```

5.9.3 使用CSS样式表美化网页

网站开发到一定阶段，设计人员会发现，每个页面都会有很多的样式。这个时候如何进行有效的管理成了一个不可忽视的关键问题。

对于大型网站，如果对CSS文件进行有效的管理，方便维护，会大大提高开发效率，缩小维护成本。

因此在创建项目的时候必须具有前瞻性，考虑到整个项目结构和可能用到CSS的地方，从而确定创建几个CSS文件，以及它们之间的关系。如：创建一个全局样式common.css，属于基本公用样式，主要用于统一整个网站的风格；为每个模块单独创建个样式文件，方便维护时迅速定位。

这样，如果想更换整个网站的背景色，只需修改基本公用样式文件common.css中控制全局背景的背景的样式即可。

当然，对于不同的网站应该根据其特点进行特色管理，目的是为了提提高效率、方便管理，不至于出现样式混乱的局面。

下面我们看看如何用CSS来美化网页。

1. 创建页面

首先我们必须创建一个页面，其基本代码如下：

```
<!DOCTYPE HTML PUBLIC "-//W3C//DTD HTML 4.01 Transitional//EN"
"http://www.w3.org/TR/html4/loose.dtd">
<html>
<head>
<meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=gb2312">
<title>无标题文档</title>
</head>
<body>
<div>
<h1>我的标题</h1>
</div>
<div>
这是我的网页!
</div>
<div>
我的地盘我做主!
</div>
</body>
</html>
```



上述代码创建一个简单的HTML页面，创建的3个DIV块：“我的标题”、“这是我的网页！”和“我的地盘我做主！”。未加入任何样式，页面效果如图5-62所示。接下来我们要对这个页面加入样式。

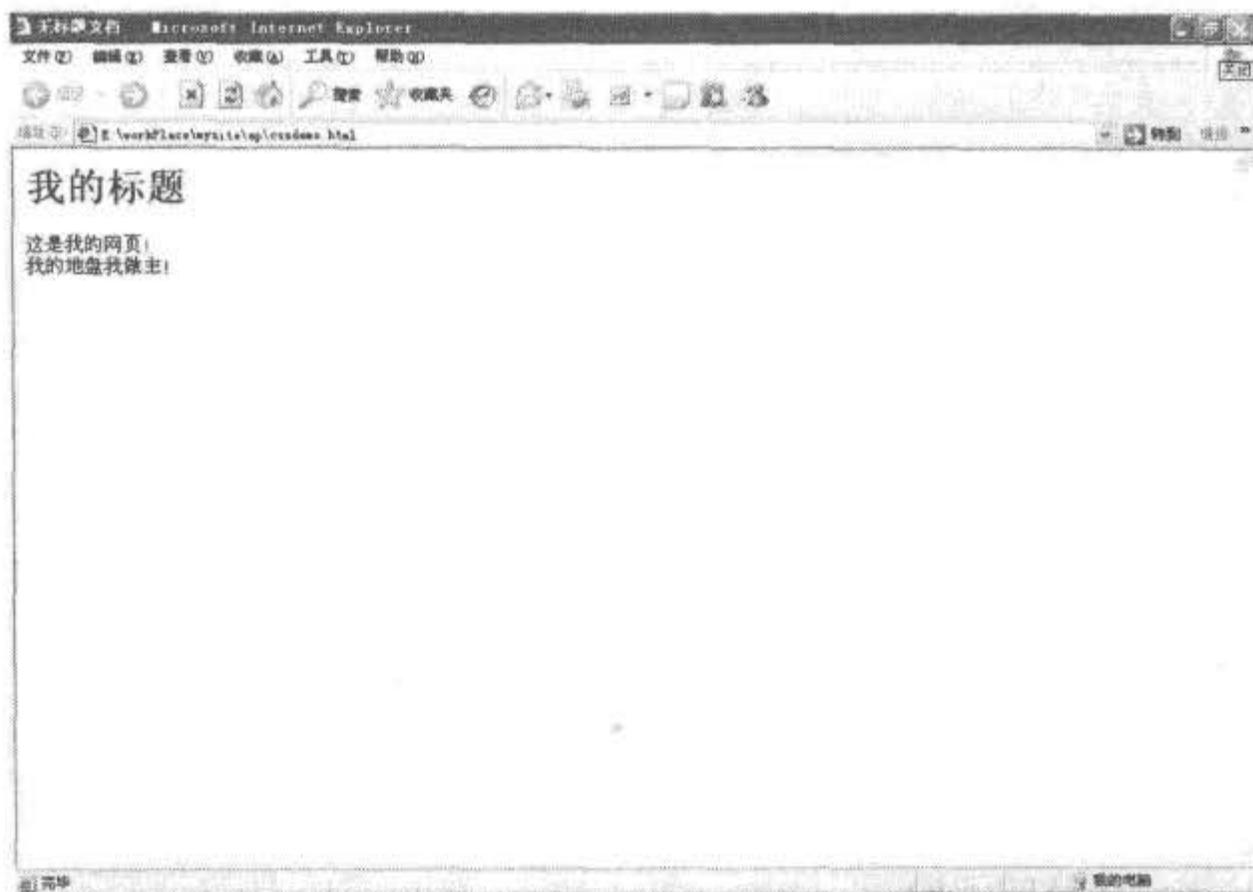


图5-62 未加样式的页面

2. 增加样式

在<head>部分加入如下样式：

```
<style type="text/css">
  * { margin:0; padding:0; list-style:none;text-align:center;}
  html { height:100%; overflow:hidden; background:#fff;}
  body { height:100%; overflow:hidden; background:#fff;}
  div { background:#CCCCCC; line-height:1.5; color:red;font-size:50px;}
  .top { position:absolute; left:10px; top:10px; right:10px; height:50px;}
  .left { position:absolute; left:10px; top:70px; bottom:70px; width:200px; overflow:auto;}
  .right { position:absolute; left:220px; top:70px; bottom:70px; right:10px; overflow:auto;}
  html { _padding:70px 10px;}
  .top { _height:50px; _margin-top:-60px; _margin-bottom:10px; _position:relative; _top:0; _right:0; _bottom:0; _left:0;}
  .left { _height:100%; _float:left; _width:200px; _position:relative; _top:0; _right:0; _bottom:0; _left:0;}
</style>
```



```
.right { _height:100%; _margin-left:207px; _position:relative;
        _top:0; _right:0; _bottom:0; _left:0;}
</style>
```

页面效果如图5-63所示。

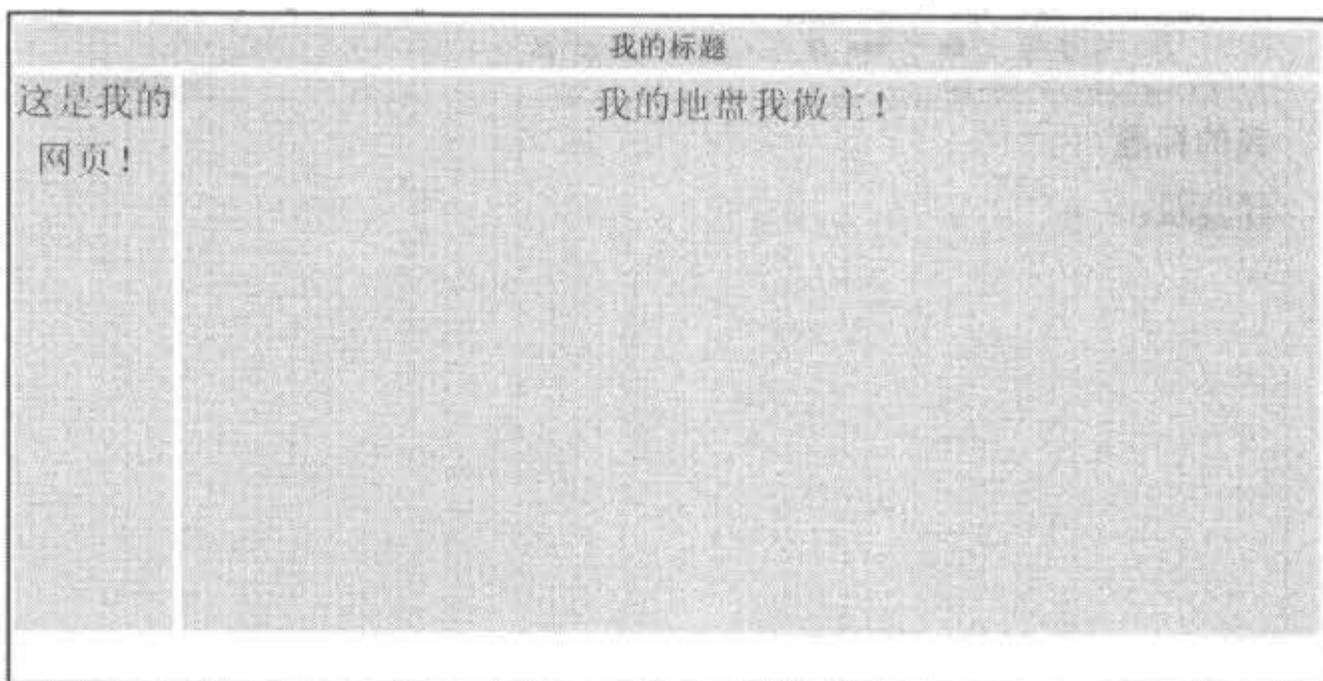


图5-63 加入效果之后的页面

3. 需要注意的问题

下面对上述的样式做一下说明：

- `*{}` 是对所有的标签生效。
- `html{}` 等以标签名命名的声明方式是对页面中的所有该标签都做的统一样式设置；名称前面带点的声明方式，在页面调用时候的格式是：`class="name"`。另外还有一种声明方式`#name{}`，是对页面中`id="name"`的对象设置的样式。
- 覆盖原则：采用就近覆盖原则。如：上述代码中`div{}`里设置了“`font-size:50px;`”，页面里“这是我的网页！”和“我的地盘我做主！”的字体大小都是50px，而“我的标题”没有变化，这是因为“我的标题”外面的`<h1>`标签对DIV中的设置进行了覆盖。
- CSS hack：针对不同的浏览器写不同的CSS code的过程，就叫CSS hack。如上述代码中出现的`_padding:70px 10px`，其中前面的下划线“`_`”就是一种针对IE6的样式。比如：IE6能识别下划线“`_`”和星号“`*`”，IE7能识别星号“`*`”，但不能识别下划线“`_`”，而firefox两个都不能认识，但能识别`!important`。
- `position:absolute`：意思就是绝对定位。激活对象的绝对（absolute）定位，必须指定`left`、`right`、`top`、`bottom`属性中的至少一个；并且，



trbl属性 (top、right、bottom、left) 只有当设定了position属性才有效。

本小节通过一个小例子说明了样式如何设置以及一些经常会遇到的问题。关于样式中的众多的属性如何应用可参考CSS样式文档。只有反复地练习，才能熟练运用，从而设计出自己想要的任何页面样式。



网站后台技术的策划

在进行网站开发时，首先需要对所做的项目进行需求调查，明白了所做项目的性质、要求之后就要考虑后台设计了。后台设计主要包括网站开发技术、数据库、操作系统的选择和使用等。

内容导航

- 网站开发技术的选择
- 数据库的选择
- 操作系统和Web服务器的选择
- 网站开发技术的新趋势

6.1 网站开发技术的选择

当今的网络中，各个大大小小的网站一般都是通过3种技术开发的：ASP、PHP和JSP。这里只能称它们是技术，而不能叫语言。因为每个技术都是结合了很多种的前台后台技术组合而成的。通过彼此技术优势劣势上的弥补结合，才能实现完整的网站功能。

6.1.1 主流网站开发技术介绍

1. ASP (Active Server Pages)

ASP是微软开发的一种类似HTML（超文本标识语言）、Script（脚本）与CGI（公用网关接口）的结合体，它没有提供自己专门的编程语言，而是允许用户使用许多已有的脚本语言编写ASP的应用程序。其语法和Visual Basic类似，可以像SSI（Server Side Include）那样把后台脚本代码内嵌到HTML页面中。

ASP的程序编制比HTML更方便且更富有灵活性。它在Web服务器端运行，运行后再将运行结果以HTML格式传送至客户端的浏览器。在执行

的时候，由IIS调用程序引擎，解释执行嵌在HTML中的ASP代码，最终将结果和原来的HTML一同送往客户端。

ASP的运行机制如图6-1所示。

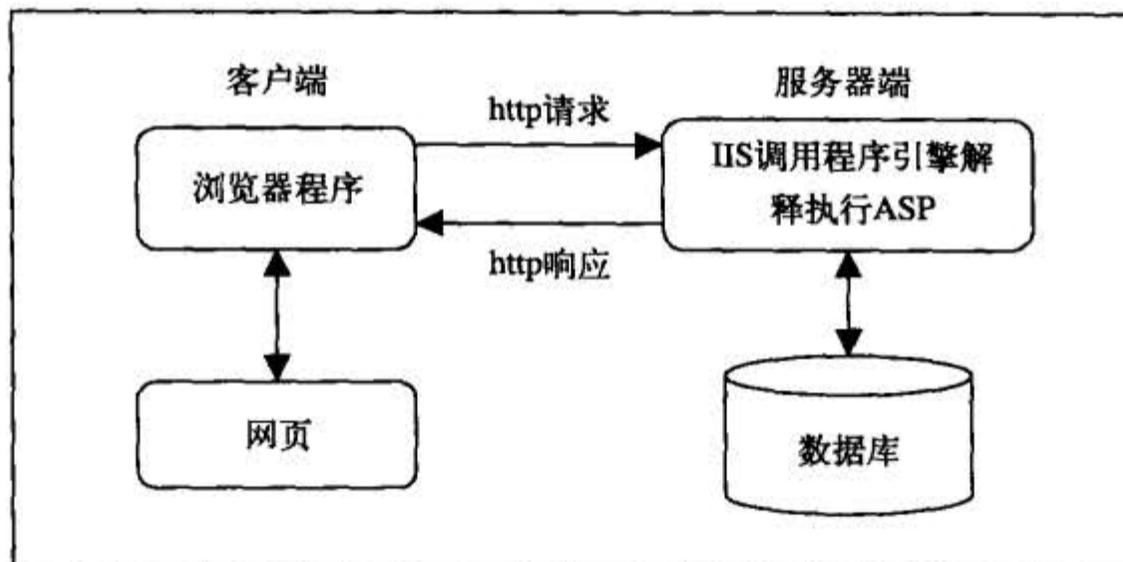


图6-1 ASP的运行机制

ASP的最大好处是可以包含HTML标签，也可以直接存取数据库及使用可无限扩充的ActiveX控件，因此在程序编制上要比HTML方便而且更富有灵活性。通过使用ASP的组件和对象技术，用户可以直接使用ActiveX控件，调用对象方法和属性，以简单的方式实现强大的交互功能。

虽然ASP简单易用，但是它自身存在着许多缺陷，最重要的就是安全性问题。目前在微软的.NET战略中新推出的ASP.NET借鉴了Java技术的优点，使用C#语言作为ASP.NET的推荐语言，同时改进了以前ASP的安全性差等缺点。但是，使用ASP/ASP.NET仍有一定的局限性，因为从某种角度来说它们只能在微软的Windows NT/2000/XP + IIS的服务器平台上良好运行。虽然ChilliSoft提供了在UNIX/Linux上运行ASP的解决方案，但是目前ASP在Unix/Linux上的应用可以说几乎为零。所以平台的局限性和ASP自身的安全性限制了ASP的广泛应用。

2. PHP (PHP:Hypertext Preprocessor)

PHP的全名是一个集状的缩写名称“PHP: Hypertext Preprocessor”。PHP是一种HTML内嵌式的语言。而PHP独特的语法混合了C、Java、Perl以及PHP式的新语法，它可以比CGI或者Perl更快速地执行动态网页。

PHP的源代码完全公开。新的函数库不断加入以及不停的更新，使得PHP无论在Unix或是Win32的平台上都可以有更多新的功能。它提供丰富的函数，使得在程式设计方面有更好的资源。

平台无关性是PHP的最大优点。如果在PHP中不使用ODBC，而用其



自带的数据库函数来连接数据库的话，使用不同的数据库，PHP的函数名不能统一。这样，使得程序的移植变得有些麻烦。不过，作为目前应用最为广泛的一种后台语言，PHP的优点还是异常明显的。其运行机制如图6-2所示。

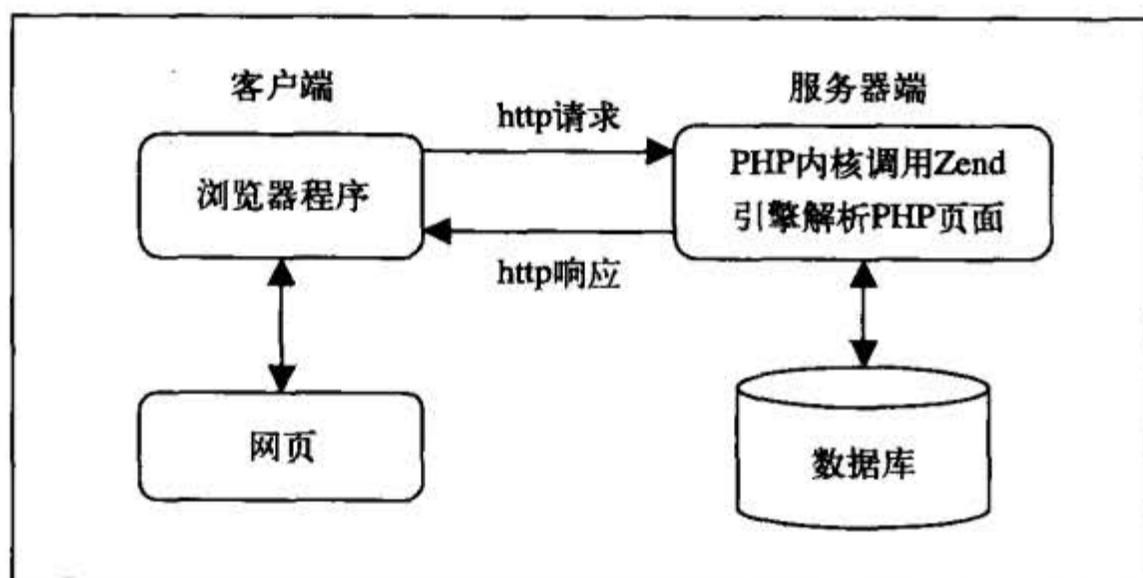


图6-2 PHP的运行机制

3. JSP (Java Server Pages)

JSP是Sun公司为了扩展J2EE项目中页面表现而研制的技术。JSP是从Servlet扩展而来，它们都是Sun公司的J2EE (Java 2 platform Enterprise Edition) 应用体系中的一部分。不同于ASP和PHP，JSP的脚本语言是Java，实际上Servlet就是完善的Servlet API支持下的Java文件。

 **提示：**Servlet是使用Java Servlet应用程序设计接口 (API) 及相关类和方法的Java程序。在服务器端用于响应用户请求，将执行结果绘出页面，通过输出HTML返回到客户端。

在耗费资源方面，Servlet具有自己独特的优势，更加节省资源。它在响应第一个请求的时候被载入，一旦Servlet被载入，便处于已执行状态。对于以后其他用户的请求，它并不打开进程，而是打开一个线程 (Thread)，将结果发送给客户。由于线程与线程之间可以通过生成自己的父线程 (Parent Thread) 来实现资源共享，这样就减轻了服务器的负担。所以，Java Servlet有效地节省了服务器的资源，可以用来做大规模的应用服务。然而它在输出HTML语句时还是采用了老的CGI方式：一句一句输出。所以，编写和修改HTML非常不方便。

JSP具有自己的标签，同时完全兼容HTML标签。在页面中可以加入Java脚本，通过在页面中编写Java脚本可实现一些业务逻辑。然而，不推

荐在页面中写入过多的逻辑。这就是JSP项目不同于前两种技术的很重要的一个特征，采用分层思想。

最简单的分层是：JSP + JavaBean。JavaBean就是后台的Java程序，主要负责业务逻辑及响应用户请求；JSP即前台表现页面。这样把表现层和业务层分隔，可以优化系统结构，便于后期维护和升级。稍微复杂一点的结构还有MVC模式，即模型+视图+控制3个层次。再大一点的项目分层会更复杂一些。

虽然在形式上JSP和ASP或PHP看上去很相似，都可以被内嵌在HTML代码中，但是，它的执行方式和ASP或PHP完全不同。在JSP被执行的时候，JSP文件被JSP解释器（JSP Parser）转换成Servlet代码，然后Servlet代码被Java编译器编译成.class字节文件，这样就由生成的Servlet来对客户端应答。

由于JSP是基于Java的，所以它还有个很好的特点：平台无关性，也就是所谓的“一次编写，随处运行（WORA, Write Once Run Anywhere）”。除了这个优点，JSP的效率以及安全性也是相当令人满意的。因此，JSP是目前做大型项目的首选。

4. 其他脚本

上面说到的ASP、PHP和JSP都是后台技术。在前台页面中，还需要了解CSS样式、JavaScript、VBScript、Flash等。CSS主要用于展现样式，JavaScript和VBScript主要用于简单地响应客户端的动作，Flash用于展现客户端的特效。需要注意的是，JavaScript和Java并没有任何关系，当初之所以叫这个名字主要是出于营销方面的考虑。当时由于Java在Web技术上的强大，掀起了一股Java开发的热潮。为了更好地推广JavaScript，Netscape公司就借用了Java的名字作为脚本名字的一部分。

事实上，JavaScript确实是很优秀的脚本语言。同时，和Java配合使用十分默契。随着前台技术的发展，JavaScript越来越受开发者重视，其应用也越来越广。流行了很多年的AJAX技术，就以JavaScript作为其编程语言。

 **提示：** AJAX不是一种单一的技术，而是有机地利用了一系列相关的技术：

- 基于Web标准（standards-based presentation）XHTML+CSS的表示功能。
- 使用DOM（Document Object Model）进行动态显示及交互。
- 使用XML和XSLT进行数据交换及相关操作。
- 使用XMLHttpRequest，进行异步数据查询、检索。
- 使用JavaScript将所有的东西绑定在一起。



AJAX的最大优点就是能在不更新整个页面的前提下维护数据，这使得Web应用程序能更为迅捷地回应用户动作，并避免了在网络上发送那些没有改变过的信息。

6.1.2 主流网站开发技术的对比

在比较之前，我们分别简要介绍一下ASP、PHP和JSP技术的一些特点。

1. ASP的特点

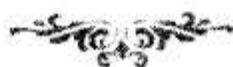
- 结合HTML标签，编写简单，可实现快速开发。
- 无须编译，可在服务器端直接执行。
- 与浏览器无关，客户端只要使用可执行HTML码的浏览器，即可浏览ASP所设计的网页内容。
- ASP能与任何ActiveX Scripting语言兼容。除了可使用VBScript或JScript语言来设计外，还通过plug-in的方式，使用由第三方所提供的其他脚本语言，如REXX、Perl、Tcl等。脚本引擎是处理脚本程序的COM(Component Object Model)对象。
- ActiveX Server Components(ActiveX服务器组件)具有无限可扩充性。可以使用Visual Basic、Java、Visual C++、COBOL等程序设计语言来编写所需要的ActiveX Server Component。

2. PHP的特点

- 结合HTML标签，编写简单，可实现快速开发。
- PHP总共有3个模块：内核、Zend引擎以及扩展层，内核用来处理请求、文件流、错误处理等相关操作；Zend引擎（ZE）用以将源文件转换成机器语言，然后在虚拟机上运行；扩展层是一组函数、类库和流，PHP使用它们来执行一些特定的操作。
- PHP与MySQL是绝佳组合。
- PHP提供的数据库接口支持彼此不统一，比如对Oracle、MySQL、Sybase的接口彼此都不一样。

3. JSP的特点

- 结合HTML标签，同时有自己的标签库，由于需要很多的配置文件，并且层次很多，导致编写技术最为复杂。
- 客户端提交的请求到服务器端响应，需要服务器端Java虚拟机的解释执行：将JSP页面转换成Servlet代码，然后Servlet代码被Java编译器编译成.class字节文件，由生成的Servlet来对客户应答。



- 显示层和业务层分离。JSP页面用于显示样式，JavaBean用于编写业务逻辑，包括通过JDBC技术进行数据库连接。这样便于开发人员维护代码及版本升级。同时也很好地保护了作者的代码。
- 可重用性强。由于JSP属于J2EE体系，Java编程的范畴，更强调面向对象性。因此编写好的成型的组件（实现某一特定功能的Java文件）可用于项目的多个地方，方便管理。
- 标签库可扩展。开发人员和其他人员可以为常用功能建立自己的标识库。这使得Web页面开发人员能够使用熟悉的工具和如同标识一样的执行特定功能的构件来工作。JSP技术很容易整合到多种应用体系结构中，以利用现存的工具和技巧，并且能够扩展到支持企业级的分布式应用。作为采用Java技术家族的一部分，以及J2EE的一个成员，JSP技术能够支持高度复杂的基于Web的应用。
- 可移植性。JSP拥有Java程序设计语言“一次编写，随处运行”的特点，可以很方便地在Linux、UNIX及Windows等平台上移植。
- 具有很强的安全性。
- 具有很多成熟的架构支持，如：Struts、Hibernate、Spring、EJB3.0等框架。

4. 3种技术对比

下面我们从几个特性方面对这3种技术进行比较。

- 反应速度。在操作数据库方面，JSP最快，其次是PHP，然后是ASP。
- 移植性。JSP和PHP都具有很好的移植性，可以在Windows、Linux、Unix等多个平台上移植，而ASP只能用在Windows系统上。
- 数据库访问。Java通过JDBC来访问数据库，通过不同的数据库厂商提供的数据库驱动方便地访问数据库，访问数据库的接口比较统一；PHP对于不同的数据库采用不同的数据库访问接口，所以数据库访问代码的通用性不强；ASP通过ODBC连接数据库，由数据库访问组件ADO(ActiveX Data Objects)完成数据库操作。
- 安全性。由于JSP的策略是页面和后台分离，访问者不会看到后台逻辑，安全性最强。而PHP和ASP都是将脚本嵌在页面中，安全性比较弱。
- 分布式多层架构。PHP和ASP实现简单的两层或三层架构，而JSP在这方面比较强大，可根据实际业务实现多层次，而且还有很多成熟



的框架。如：Spring。

- 开发成本。由于JSP比较复杂，开发起来成本高。ASP和PHP的开发速度快，简单易学，开发成本低。
- 适用项目。JSP适用于开发大型的项目，PHP和ASP适用于开发中小型项目。

另外，在运行开销、扩展性、函数支持、厂商支持、对XML的支持等方面，JSP都是比PHP和ASP优秀的技术。Microsoft为了对抗Sun的J2EE（由Java、Servlet、JSP及一系列的支持组件支持的Web开发框架），开发了ASP.NET（C#）技术。ASP.NET是一个已编译的、基于.NET的环境，把基于通用语言的程序在服务器上运行，将程序在服务器端首次运行时进行编译，比ASP即时解释程序在速度上要快很多。而且可以用任何与.NET兼容的语言（包括 Visual Basic .NET、C# 和 JScript .NET）创作应用程序。

ASP.NET的核心语言是C#，C#是一种类似于Java的语言，包括面向对象、继承、可重用等，被称作在现在的Web项目中可以和Java相匹敌的语言。但是，ASP.NET依然继承了ASP只能以IIS为服务器、运行在Windows系统上的缺点，虽然有自己的兼容其他平台的组件，但是移植起来相当麻烦。

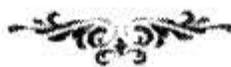
6.1.3 综合考虑选择合适的开发语言

在考虑选择哪种开发语言时，需要了解所开发项目的性质、大小、资金等问题。如果只是一个用于展示信息的小网站，ASP或PHP完全可以满足需要，而且开发成本比较低。如果开发大型项目，如财务系统、电信系统，基于JSP技术的J2EE框架几乎成为唯一选择。

另外，在项目开发初期还需要考虑日后升级问题。如：eBay在2002年的时候就在Sun技术团队的帮助下，将整个应用架构从C++迁移到J2EE，也就是eBay内部所说的V3版本(refer)；2004年年底淘宝网也从PHP向Java转移。如果初期考虑好日后扩展，选择好语言，设计好结构，扩展起来就会更容易。

6.2 数据库的选择

当前市场上存在大量的数据库，这些数据库有些是免费的，而有一些是收费的。这些数据库各有自己的优缺点，本节就对一些常用的数据库进行介绍，并分析它们的优缺点。



6.2.1 主流网络数据库

1. Oracle

Oracle Server是一个适用于大型、中型和微型计算机的对象—关系数据库管理系统。它使用SQL (Structured Query Language) 作为它的数据库语言, 提供开放、全面和集成的信息管理方法。

Oracle在数据库领域一直处于领先地位。现在主流的版本是Oracle11g。目前, Oracle产品覆盖了大、中、小等几十种机型, Oracle数据库已成为世界上使用最广泛的关系数据库系统之一。

Oracle数据库主要有以下特点。

- 能在所有主流平台上运行 (包括Windows)。完全支持所有的工业标准。采用完全开放策略, 可以使客户选择最适合的解决方案。对开发商全力支持。
- 安全性高。获得最高认证级别的ISO标准安全认证。
- 性能方面达到世界顶级水平。
- 接口有多种方式。可以用ODBC、JDBC以及OCI等多种应用程序接口连接。
- 操作较复杂。同时提供图形用户界面和命令行, 在Windows NT和Unix下操作相同。
- 成熟的数据库。有较长时间的开发经验, 完全向下兼容。得到广泛的应用, 风险小。

2. SQL Server

SQL Server是一个关系数据库管理系统, 是一种组织、管理和检索计算机数据存储的工具, 应用范围广泛。

目前市场上用得最多的版本是SQL Server 2005, 其次是SQL Server 2000, SQL Server 2008是其最新的版本, 成为迄今为止最强大和最全面的SQL Server版本。SQL Server 2008在安全性、高效性和智能性方面都有了大幅度的提高, 对早期的版本出现的问题进行了更深层次的修复和改善, 逐渐成为了主流的SQL Server版本。

SQL Server数据库主要有以下特点。

- 操作简单。包含一整套的管理和开发工具, 企业管理器就是其中的图形化集成管理工具, 用户不用记住各种命令和SQL语句就可以完成各种常规操作。
- 以Client/Server为设计结构。Client/Server结构将任务合理地分配到



服务器与客户端，减少了网络拥挤，提高了整体性能。

- 支持企业级的应用程序。具备完善、强大的数据处理功能，充分保护数据完整性。
- 提供数据仓库支持。
- 不支持多种平台。只可以部署到Windows系统上，可以和Windows系统进行无缝结合，不支持其他平台。可移植性不好。

3. MySQL

MySQL是一个小型关系型数据库管理系统，目前MySQL被广泛地应用在互联网上的中小型网站中。由于其体积小，速度快，总体拥有成本低，尤其是开放源码这一特点，许多中小型网站为了降低网站总体拥有成本而选择了MySQL作为网站数据库。

与其他的大型数据库（例如Oracle、SQL Server等）相比，MySQL自有它的不足之处，如规模小、功能有限，MySQL Cluster的功能和效率都相对比较差，但是这丝毫也没有降低它受欢迎的程度。对于一般的个人使用者和中小型企业来说，MySQL提供的功能已经绰绰有余，而且由于MySQL是开放源码软件，因此可以大大降低总体拥有成本。

目前互联网上流行的网站构架方式是LAMP（Linux+Apache+MySQL+PHP），即使用Linux作为操作系统，Apache作为Web服务器，MySQL作为数据库，PHP作为服务器端脚本解释器。由于这4个软件都是自由或开放源码软件，因此使用这种方式不用花一分钱就可以建立起一个稳定、免费的网站系统。

MySQL数据库主要有以下特点。

- 开源的数据库Server。
- 能在所有主流平台上运行（包括Windows）。
- 体积小，响应速度特别快，主要面向中小企业。
- 不适合海量数据库。
- 真正的多用户多任务的数据库系统，占用系统资源很少但功能很强大。

另外，除了上面3个比较常见的数据库，还有PostgreSQL，据说它是“世界上最先进的开源数据库”，可以运行在多种平台下，是TB级数据库，而且性能也很好。



提示：TB级数据库是指数据库整体容量的大小是以TB为单位的。

1TB等于1024GB。



6.2.2 结合需求选择合适的数据库

在实际操作中，到底选择什么样的数据库需要根据实际需要而定。比如：对于一般的中小网站，数据的存储量不是特别大，而且从经济方面考虑，需要节省网站建设的开支，就可以选择轻量级的开源数据库MySQL，在数据库的花销上只需要一些维护成本就可以了。

如果是银行系统、电信系统等需要海量存储的网站，并且需要很高的安全性，就会对数据库的要求很高。这时候MySQL就显得力不从心，必须选择Oracle这样的重量级的商业数据库。

如果从可移植性方面考虑，比如：需要从Windows系统移到Linux系统，就不能选择移植性不好的SQL Server数据库了。这时候就需要选择Oracle、MySQL这样的移植性好的数据库。

总之，数据库是一个项目的灵魂，选择一个合适的数据库很重要。

6.3 操作系统和Web服务器的选择

在选择数据库和开发语言的时候，还需要考虑采用什么样的Web服务器。Web服务器的工作就是将客户端发来的请求，通过内部机制转给对应的处理业务的程序，再将处理结果返回给客户端。

网络操作系统是承载Web服务器的平台，是向网络计算机提供服务的特殊的操作系统。它在计算机操作系统下工作，使计算机操作系统增加了网络操作所需要的能力。

6.3.1 网络操作系统介绍

目前常用的网络操作系统有Windows系统和Linux系统。下面就对这两种系统分别进行介绍。

1. Windows系统

它由Microsoft研发。Windows系列的操作系统目前有三个版本：Windows NT 4.0 Server、Windows 2000 Server以及Windows 2003 Server。Windows系列的操作系统的配置在整个局域网配置中是最常见的，但由于它对服务器的硬件要求较高，且稳定性能不是很高，所以微软的网络操作系统一般只是用在中低档服务器中，高端服务器通常采用Unix、Linux或Solaris等非Windows操作系统。



2. Linux系统

Linux操作系统属于自由软件体系。开放源代码，完全免费。最初只是技术人员为追求技术而开发出来的产物。严格来讲，Linux这个词本身只表示Linux内核。但在实际上人们已经习惯了用Linux来形容整个基于Linux内核，并且使用GNU工程各种工具和数据库的操作系统(也被称为GNU/Linux)。基于这些组件的Linux软件被称为Linux系统。

基于Linux开放源码的特性，越来越多大中型企业及政府投入更多的资源来开发Linux。现今世界上，很多国家逐渐地把政府机构内部门的电脑的操作系统转移到Linux上，这个情况还会一直持续下去。Linux的广泛使用为政府机构节省了不少经费，也降低了对封闭源码软件潜在的安全性的忧虑。

Linux作为较早的源代码开放操作系统,将引领未来软件发展的方向。



提示：GNU，又称革奴计划，是由Richard Stallman在1983年9月27日公开发起的。它的目标是创建一套完全自由的操作系统。Richard Stallman最早是在net.unix-wizards新闻组上公布该消息，并附带一份《GNU宣言》解释为何发起该计划的文章，其中一个理由就是要“重现当年软件界合作互助的团结精神”。

6.3.2 网络操作系统比较

在这两种系统中，Windows系统属于商业级的操作系统，Linux属于开源级的操作系统。Linux完全公开自己的代码，任何人都可以对其进行完善，有利于操作系统的完善和进步。同时，企业也可根据自身需求对其进行封装。开源是软件行业发展的趋势。因此，Linux颇受广大程序员的喜爱。

Linux又被称作Like-Unix，具备所有的Unix的功能。因为最初Linux就是从Unix发展而来。在安全性及稳定性方面它都是很优秀的操作系统。

在选择上由于Windows系统操作简单，便于维护，但是安全性和稳定性又不如Linux，所以只适用于中小企业。

6.3.3 Web服务器介绍

Web服务器也称为WWW (World Wide Web) 服务器，主要功能是提供网上信息浏览服务。目前广泛使用的服务器有Microsoft的IIS、BEA的WebLogic，以及开源服务器JBoss和Tomcat。



1. IIS

IIS是Microsoft的Web服务器，与其搭配的都是Microsoft的ASP系列项目。IIS提供了一个图形界面的管理工具，称为互联网服务管理器，可用于监视配置和控制互联网服务。

IIS是一种Web服务组件，其中包括Web服务器、FTP服务器、NNTP服务器和SMTP服务器，分别用于网页浏览、文件传输、新闻服务和邮件发送等方面，它使得在网络(包括互联网和局域网)上发布信息成了一件很容易的事。它提供ISAPI(Intranet Server API)作为扩展Web服务器功能的编程接口。同时，它还提供一个互联网数据库连接器，可以实现对数据库的查询和更新。

目前网上很多的中小网站采用的都是这种服务器，应用广泛。如图6-3所示即为IIS管理器主界面。

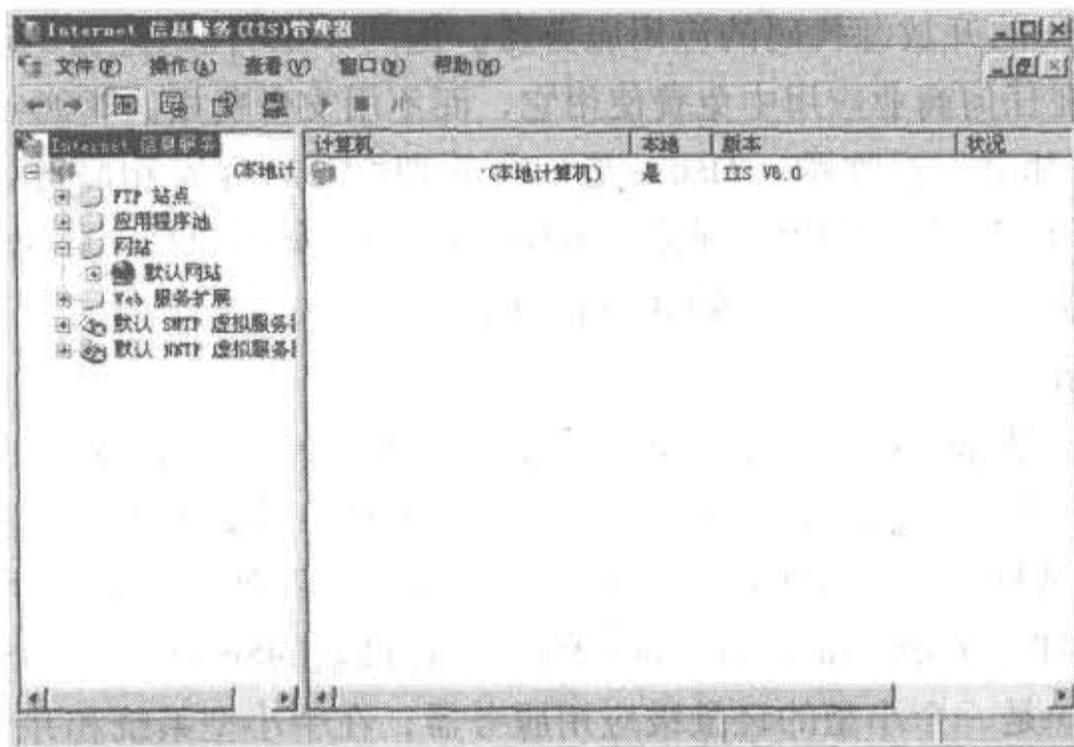


图6-3 IIS管理器主界面

2. WebLogic

WebLogic是美国BEA Systems公司推出的一个应用服务器，是商业市场上主要的J2EE应用服务器软件之一。它是用纯Java开发的。WebLogic本来不是由BEA研发的，而是购买所得，然后再加工扩展而成。目前WebLogic在全球应用服务器市场上占有最大的份额。

WebLogic是用于开发、集成、部署和管理大型分布式Web应用、网络应用和数据库应用的Java应用服务器。它将Java的动态功能和Java Enterprise标准的安全性引入大型网络应用的开发、集成、部署和管理之中。



WebLogic Server具有开发和部署Web应用系统所需的很多优势。

- 方便开发。它凭借对EJB和JSP的支持，以及BEA WebLogic Server的Servlet组件架构体系，可迅速完成部署，方便开发。
- 与其他技术的集成紧密。它可以与很多先进的开源数据库及操作系统紧密集成。
- 可靠性高。在容错、系统管理和安全性方面它处于领先级水平。
- 适用于企业电子商务应用系统。由于其具有快速开发、高可靠性、易于扩展等特点，成为企业电子商务系统的首选。
- 支持J2EE开发中的多种标准，如EJB、JSB、JMS、JDBC及XML等。

3. JBoss

JBoss是一套应用程序服务器，属于开源的企业级Java中间件软件，用于实现基于SOA架构的Web应用和服务。它是全球开发者共同努力的成果，是基于J2EE的开放源代码的应用服务器。因为JBoss代码遵循LGPL许可，所以可以在任何商业应用中免费使用它，而不用支付费用。2006年，JBoss公司被Redhat公司收购。JBoss是一个管理EJB的容器和服务，支持EJB1.1、EJB2.0和EJB3.0的规范。但JBoss核心服务不包括支持Servlet/JSP的Web容器，一般与Tomcat或Jetty绑定使用。

4. Tomcat

Tomcat是Apache软件基金会（Apache Software Foundation）的Jakarta项目中的一个核心项目，由Apache、Sun和其他一些公司及个人共同开发而成，是另外一个优秀的开源的企业级Java中间件。可以支持最新的Servlet和JSP。最新的版本Tomcat6.0可以支持最新的Servlet2.5和JSP2.1。

Tomcat是一个小型的轻量级应用服务器，在中小型系统和并发访问用户不是很多的场合下被普遍使用。它运行时占用的系统资源小，扩展性好，支持负载均衡与邮件服务等开发应用系统常用的功能。而且它还在不断的改进和完善中，是开发和调试JSP程序的首选。

如图6-4所示是Tomcat的主控制台，可以通过操作左侧的相关功能进行相关内容的更改。

6.3.4 主流Web服务器比较

根据创建项目所采用的语言不同，导致Web服务器产生了两个阵营：Microsoft的IIS服务器和其他J2EE项目服务器。由于目前在高端的Web项目开发中，Java基本上处于霸主地位，主流服务器都尽量满足J2EE项目的需



求，为其量身定做。

因此，一般中小型采用ASP等Microsoft的Web开发相关技术开发的项目，都采用IIS服务器。

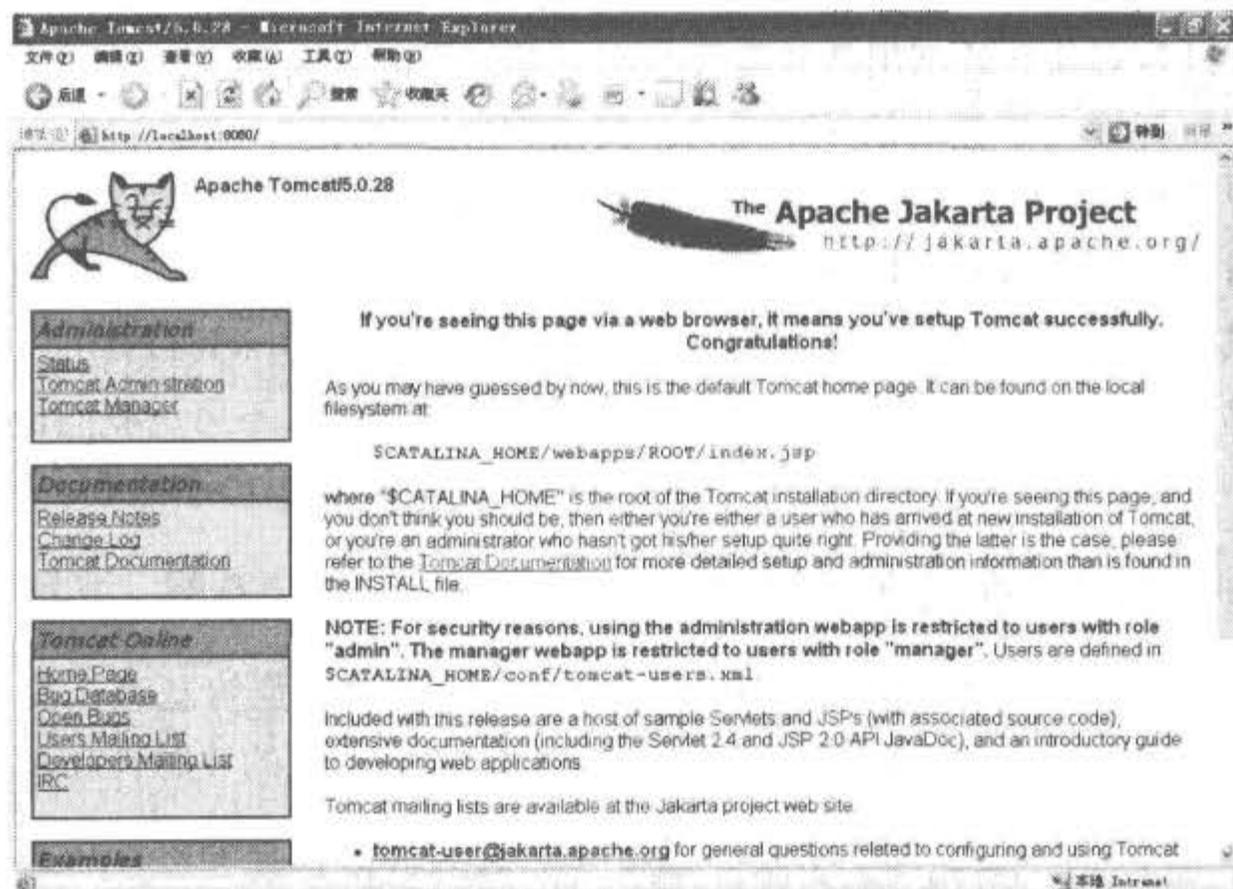


图6-4 Tomcat主控制台

而对于其他针对于J2EE项目的服务器，衡量其标准主要还是在于对J2EE的支持、事务、日志、应用的吞吐量、占用内存、响应时间等性能指标上。

其中，响应时间被看作是Web服务器最重要的指标。响应时间直接影响到客户的体验，在众多的Web服务器中，Tomcat由于是轻量级的Web服务器，被普遍认作是JSP/Servlet容器，响应速度最快。但是它对J2EE的很多性能只是部分支持，如EJB3.0，现今主要的后台技术，Tomcat本身并不支持它，需要依靠Apache OpenEJB第三方安装包的支持。

而在对J2EE支持方面，JBoss支持大部分的J2EE特性，WebLogic完全支持J2EE的特性，如EJB3.0、Hibernate3.x等。

另外，商业级的服务器一般都有很好的售后服务，目前在高端用户的市场上占有率很高。

JBoss由于其完善的功能、开源的特性，逐渐地被越来越多的开发人员采用，成为既经济又实惠的服务器。



6.3.5 为网站选择合适的运行环境

不同的项目采用的运行环境也是有区别的。通过前面的介绍，我们知道了操作系统和Web服务器对项目的运行产生的不同效果，有效的结合它们的特性并对其高效利用是开发人员必须要考虑的问题。

如：开发一个简单的ASP项目，只需WISA（Windows 2003+IIS+SQL Server 2008+ASP）即可；基于成本及快速开发考虑，可以采用LAMP（Linux+Apache+MySQL+PHP）方式；开发一个大型的项目，同时需要对J2EE具有良好的支持，可以考虑LJOJ（Linux+JBoss+Oracle+JSP）。

总之，采用何种组合需要视特定项目的要求而定，不可一概而论。

6.4 网站开发技术的新趋势

随着互联网的发展，浏览者已经不能仅仅满足浏览信息这么简单了。浏览者开始要求有更好的服务，更好的体验，要求信息的及时性和趣味性。这样就对开发者提出新的要求：如何能更好地满足客户体验。

从后台来讲，如何高效地响应用户的请求很重要，在考虑效率的同时还要考虑数据需要更好地存储和展现。

6.4.1 从PC转到移动设备

随着移动设备技术的发展，手机逐渐转向智能化。人们可以不必固定在电脑前上网，可随时通过手机来查看网络信息。而传统的网站页面臃肿，冗余代码较多，再加上移动传播速度慢，不便于通过手机浏览网页。这样，开发者就需要考虑到移动用户的体验，设计出专门用于移动用户浏览的页面。

6.4.2 HTML 5将成为新一代Web标准

HTML 5和CSS 3是下一代Web的页面技术。目前多个浏览器，如β版IE 9、Safari、Chrome、火狐和Opera都在不同程度上支持HTML 5，苹果iPhone也支持HTML 5的许多功能。

除了原先的DOM接口，HTML 5增加了更多API，如：用于即时2D绘图的Canvas标签、定时媒体回放、离线数据库存储、文档编辑、拖曳控制、浏览历史管理等。另外，还新增了很多新的标签和属性，如：<nav>（网站导航块）和<footer>。这种标签将有利于搜索引擎的索引整理，同时更



好地帮助小屏幕装置和视障人士使用。除此之外，还为其他浏览要素提供了新的功能，如<audio>和<video>标记等。

HTML 5将会带来前台页面的一场革命，它是全新的、更合理的Tag，多媒体对象将不再全部绑定在object或Embed Tag中，而是视频有视频的Tag，音频有音频的Tag。它还将内嵌一个本地的SQL数据库，提供加速交互式搜索、缓存以及索引功能。Canvas对象将给浏览器带来可直接在上面绘制矢量图的能力，这意味着我们可以脱离Flash 和Silverlight，直接在浏览器中显示图形或动画。理论上讲，HTML 5是培育新Web标准的土壤，可让各种设想在其组织者之间分享。

6.4.3 JavaScript的发展

近几年，随着AJAX的兴起，JavaScript逐渐地成为开发人员喜爱的脚本。如它的jQuery框架使富客户端、异步与无缝用户体验变为现实，使Web应用的开发变得更简单，并引发竞争和创新。

JavaScript可以帮我们实现过去只能靠Flash实现的东西，如交互式游戏、复杂的交互式数据可视化技术，也使那些富客户界面、Flash式体验变得更具可访问性。

CSS 3和HTML 5也开始涉足一些JavaScript的功能，如：复杂对象的选取、动态圆角、实时可编辑页面。JavaScript将趋向于用来处理Web应用与客户端的程序逻辑。JavaScript的最新升级将使Web应用之间更容易相互操作。

6.4.4 SaaS（软件即服务）

随着SaaS越来越普遍，竞争会越来越激烈。由于引入门槛低，那些小厂商将有机会和大厂商展开竞争，未来这种竞争会更加明显。SaaS商业模式会逐渐取代传统软件的位置。

6.4.5 云计算

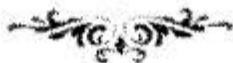
云计算（cloud computing）是分布式计算技术的一种，其最基本的概念是透过网络将庞大的计算处理程序自动分拆成无数个较小的子程序，再交由多部服务器所组成的庞大系统经搜寻、计算分析之后将处理结果回传给用户。透过这项技术，网络服务提供者可以在数秒之内，处理数以千万计甚至亿计的信息，实现和“超级计算机”同样强大效能的网络服务。



最简单的云计算技术在网络服务中已经随处可见，例如搜索引擎、网络信箱等，使用者只要输入简单指令就能得到大量信息。

未来如手机、GPS等移动装置都可以通过云计算技术，发展出更多的应用服务。

进一步的云计算不仅只提供资料搜寻、分析的功能，未来如分析DNA结构、基因图谱定序、解析癌症细胞等复杂的计算，都可以借助这项技术轻易达成。



网站策划综合实例

要想成为一个成功的网站策划人员，要经历许多知识的积累和项目经验的积累。而对于一个初学者来说，综合地学习一个网站策划的实例将会有巨大的帮助。在本章中我们将以一个在线图书网为例来介绍网站策划过程。

内容导航

- 网站策划书——在线图书网的网站策划
- 网站开发实例——在线图书网的网站开发

7.1 网站策划书的编写

在线图书网是一个进行图书买卖的网站，在这个网上，人们可以进行完整的图书交易，足不出户就能购买到需要的书籍。在网站正式开发之前，我们需要进行网站策划，本节主要描述关于这个网站的完整策划。

7.1.1 网站项目目标

当今社会是学习型社会，人们处于学习、学习、再学习的状态。如何让人们能够足不出户就购买到所需的书籍，如何让人们在第一时间获得相关的信息，这就是我们网站建立的目的。

1. 网站功能目标及期望

- 利用自身的平台优势，为消费者提供品种繁多、物美价廉的产品，吸引商家入驻并进行网上销售（商家有无网站均可），丰富自身产品线，实现双赢，即所谓的商业街模式。
- 打破地域观念，使供货商得到全国各地客户认知，足不出户就可以将自己的产品在全国推广，通过在线购书网站可以被更多的读者选择，同时自身也可以选择更多的进货渠道。

- 建设“会员”系列，在本网上的商家都可以成为网站会员，享受免费宣传。
- 在导视、区域、价格方面规范化、统一化，让消费者明白在网上购书的确能买到更放心、更实惠的产品，而且货真价实。
- 网站在客户端具备完整的用户登录、基本信息修改、搜索、购物车、下订单及留言板等功能。
- 网站在后台管理端具备完整的商家管理、商品管理及订单管理等功能。

2. 网站技术目标及期望

- 系统栏目易于增加、修改、删除和维护。
- 确保资源的安全，能够有效地防止资源向外部流失。
- 确保相关数据在网上的运行速度。
- 网络建设过程中充分考虑浏览量的限制，能够防止网络因浏览量过多而造成问题的发生。
- 系统具有充分灵活的扩展能力，以满足不断发展的需要。

3. 网站美工目标及期望

- 整体设计风格简洁、大气、充满现代感。
- 色彩饱和、线条流畅和充分的空间留白。
- 对页面进行优化，保证下载快速。
- 页面采用开放式结构设计，具有较大的可扩展性。

7.1.2 网站设计原则

设计一个网站都有其自身的原则，而根据网站的规模、用途等特性，其设计原则也不尽相同。

1. 经济性原则

网站整合功能完善的管理平台，包括商品管理、用户管理及订单管理，使管理员能够很方便地对网站中的动态内容进行更新。

2. 便利性原则

- 网站导航要明确简单，要充分考虑用户的使用，尤其是不经常使用网站的用户，要让他们一目了然。
- 网站功能设计要以方便使用为原则。

3. 扩展性原则

网站具有高度的扩展性，能够为日后的功能扩展预留接口。

7.1.3 网站结构

网站分为在线图书系统前台及在线图书系统后台两部分。

1. 在线图书系统前台

前台的主要功能是图书查询、购物车、用户管理及收银台等。

- 图书查询。主要包括按类别查看图书及按关键字查找图书。
- 购物车。主要包括查看购物车及添加编辑购物车。
- 用户管理。主要包括用户注册、用户登录、用户资料修改及创建查询订单等。
- 收银台。主要包括确认订单信息及结账。

首页中主要包括网站导航、登录窗口、最新上架及热销排行等，如图7-1所示。

Banner							
首页	最新上架	热销排行	特价图书	查看订单	购物车	修改信息	论坛
用户名： 密码： 登录 注册			图书 简介				
最新上架			图书简介				
热销排行			图书简介				
版权信息							

图7-1 在线图书首页

2. 在线图书系统后台

后台的主要功能是商品管理、用户管理及订单处理。

- 商品管理主要包括商品添加、商品删除及商品查询。
- 用户管理主要包括用户查询及用户删除。
- 订单处理主要包括订单查询及根据订单发货。

7.1.4 网站报价

在建立完网站的前期需求之后，就可以组建团队开发网站或者把网站外包给其他团队来开发，这时策划者必须对自己的要开发的网站的预算有一定的了解，具体的情况要根据具体的网站来分析。这里我们给出本案例网站的报价，如表7-1所示。



表7-1 网站的报价

序号	项目	费用(元)
策划制作	1 网站策划	1500元
	2 网站风格设计	1000元
	3 页面制作	50元/页, 共10页。首页100元
	4 网站内容编辑	1000元
功能开发	5 网站信息发布	450元
	6 图书查询系统	450元
	7 购物车	300元
	8 用户管理	200元
	9 收银台	200元
	10 商品管理	200元
	11 订单处理	200元
	总计	6100元

7.1.5 网站建设进度及实施过程

1. 项目合作与成员

- 项目经理(1人)负责项目管理、组织、协调,对项目资源进行控制,使项目能够按照计划实施,满足项目规定的业务需求。项目经理对项目的质量、进度和成本负责。项目经理负责客户关系的管理,也是客户方项目经理的主要对口协调人。并负责整个项目中的数据库结构及功能程序的设计。
- 美术工程师(1人)从事项目整体上的创意、规划、视觉设计和交互表现的形式方向把握和设计方案的提交,对项目规划设计的质量实施控制、指导与监督。
- 高级程序员(3人)负责服务系统的程序及多媒体的开发。
- 数据库设计师(1人)负责网站数据库的搭建,梳理网站中的客户及用户等的关系。
- html制作及测试工程师(2人)负责网页的模板制作及HTML搭建,网站的测试及运行。
- 后台管理员(1人)负责网站初期内容上传。

2. 项目合作与成员

项目合作成员是指需要在网上销售书籍的产品提供方。

- 项目经理(1人)负责项目管理、组织、协调工作,签收各种项目文档,自始至终负责整个项目的进行。

- 相关材料提供者(N人)负责定期提供需要销售书籍的相关内容(图、文、声、像)。

3. 实施过程

开发/实施周期为41天。下面为网站系统开发进度的总体安排:

- 网站功能模块设计及确定: 2天。
- 网站美工设计及确定: 6天。
- 网站系统详细设计阶段: 10天。
- 网站数据库建立: 5天。
- 网站功能块建立(编写代码): 15天。
- 网站测试: 2天。
- 网站验收: 1天。
- 网站正式运行。

7.1.6 网站信息发布

网站中任何发布都需有一个确认过程,即后台上传后,需要通过管理员做进一步确认,方可显示。管理员也可以随时定义信息的状态,即显示或隐藏。

7.1.7 网站技术维护

本系统建设运行后,设计方将保障系统安全可靠地运行,及时修复出现的故障,按照客户要求对计算机系统进行升级,保证用户所使用的技术领先性和系统安全性。可能采取的服务方式有以下几种。

1. 用户培训

用户培训包括对用户适应系统需要进行的操作使用培训、网页修改培训、数据库管理培训、电子商务常识培训,同时还包括客户对于使用系统而导致的业务流程和管理模式变更的培训。

2. 电话支持

专门的服务支持机构,通过电话专门提供客户在操作使用方面的培训。

3. 网上服务

用户在出现问题之后,为用户提供网上的服务支持。在系统开发完毕后,考虑到用户可能有自己独立维护的需要,我们提供系统设计说明书,保证客户的权益。每次维护,我们按照规范的业务流程填写维护申请,经双方项目经理协商认可后再进行修改。每次修改均提供完整的修改说明。



7.2 网站开发实例——在线图书网的网站开发

随着互联网的发展，网络交易量逐年攀升，网上购物逐渐地成为了一种新的网络时尚。企业在建立网络宣传的同时，也逐渐地建立起自身的网络销售渠道，节省了很多中间环节，大大提高了企业的效益。随着硬件技术、网络技术及网上交易法规的日趋完善，电子销售将逐渐成为企业销售经营的主要模式。

这一节我们就通过开发7.1节所述的在线图书网来了解在线销售系统的整体结构。我们在本节中开发的在线图书网所采用的软件环境如下：

- 操作系统：Windows XP
- 数据库：MySQL Server 5.0
- Web服务器：Tomcat 5.0
- 开发语言：Java

7.2.1 网站系统总体设计

一般来说，一个完整的网络交易系统包括信息流、资金流和物流3个要素。信息流就是通过自己的系统向客户展示商品的信息，吸引客户的注意力；资金流就是在客户选择商品后，可以通过网络支付的方式支付相关费用，一般包括预付款支付、网上银行支付和货到付款等方式；物流一般都是线下操作，就是将客户选定的商品通过物流配送系统配送到客户手中，对于一些特殊商品，如股票、电子杂志以及域名等，就不需要通过配送系统的支持配送到客户手中。

由于信息流、资金流和物流是网络交易系统的基本要素，因此，在网站设计中，必须针对这3个要素进行设计。

1. 基本功能模块

在线图书网和其他的电子购物网店基本一样，具有如下功能：
相关的客户管理模块，如表7-2所示。

表7-2 客户管理模块

用户注册登录	基本信息修改	通过商品分类查看商品
可通过关键字查询商品 打折图书查看	购物车中商品的增加、删除 下订单及订单状态的查看	最新上架图书查看 留言板

相关的后台管理相关模块，包括用户管理模块、商品管理模块以及订单处理模块。



2. 用例模型

用例模型也叫用例图，就是用户与系统之间需要建立哪些关系。进一步说，就是不同性质的用户可以操作系统的哪些功能。

建立用例图有两方面用途：首先让开发人员从宏观上掌握系统的基本功能，把握好系统适用于哪类人员，从而进一步设计；其次在系统做完后，可以将用例图给用户浏览，使用户知道自己可以操作哪些功能。

这个系统中有两种身份的用户：客户用例图和管理者用例图。

客户用例图如图7-2所示。

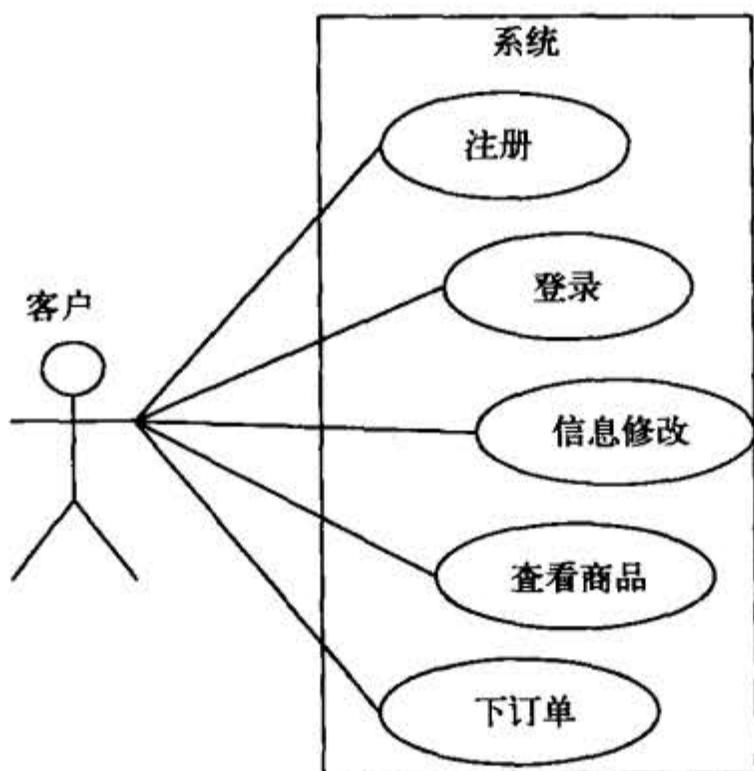


图7-2 客户用例图

其中：

- 注册：注册为系统用户。
- 登录：登录系统。
- 信息修改：注册后的会员修改个人信息。
- 查看商品：根据系统提供的方式方便的查看商品。
- 下订单：先注册成为会员，然后登录系统，最后订购商品。

管理员用例图如图7-3所示。

其中：

- 登录：管理员登录。
- 更改信息：管理员修改自己的信息。
- 维护客户信息：对不符合规范的用户有权删除。
- 维护商品信息：对商品的相关操作，如新产品的上市、商品上传更



新等。

- 订单处理：对订货单的处理，根据订单要求发货。

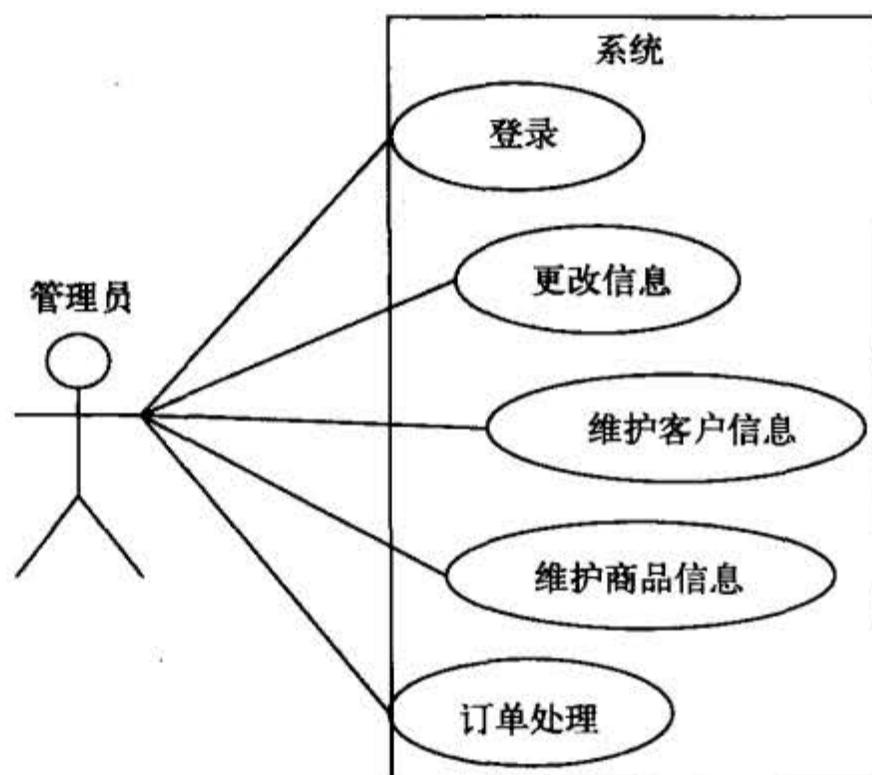


图7-3 管理员用例图

3. 系统功能结构图

在线图书销售系统主要分为前台会员模块和后台管理模块两个部分。在前面已经介绍了用户和管理员具备的功能，下面就是用户操作前台和管理员后台管理的功能结构图。

(1) 在线图书系统前台

在用户前台功能中，需要满足图书查询、购物车、用户管理及收银台4个功能。具体功能结构图如图7-4所示。

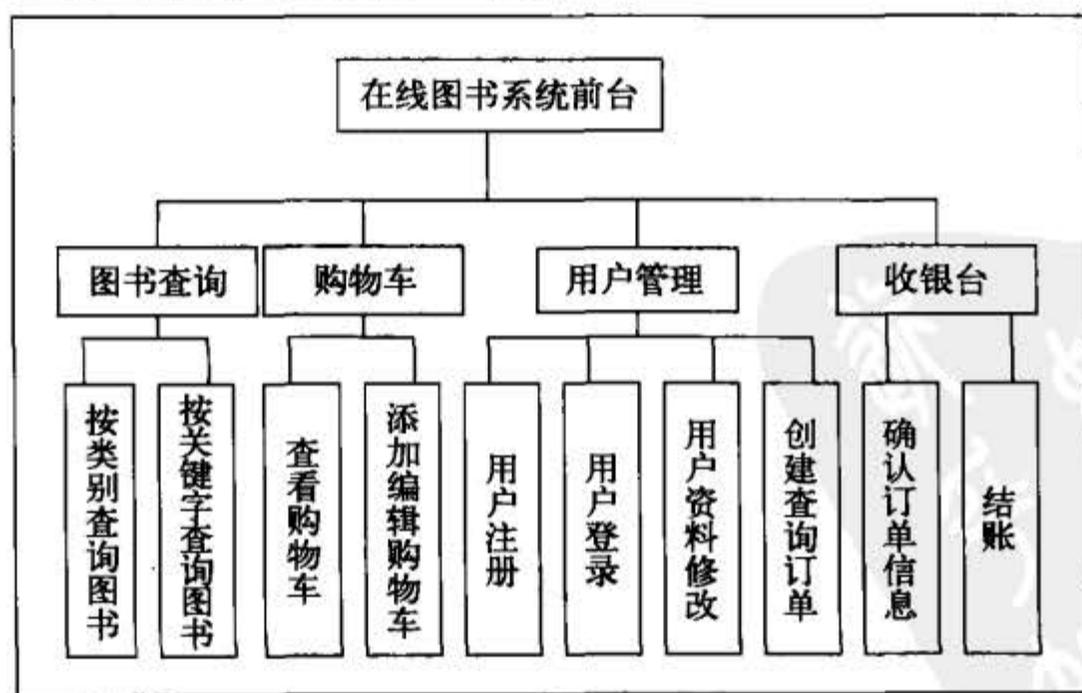


图7-4 在线图书系统前台

(2) 在线图书系统后台

在后台功能中，需要满足商品管理、用户管理及订单管理3个功能。具体功能结构图如图7-5所示。

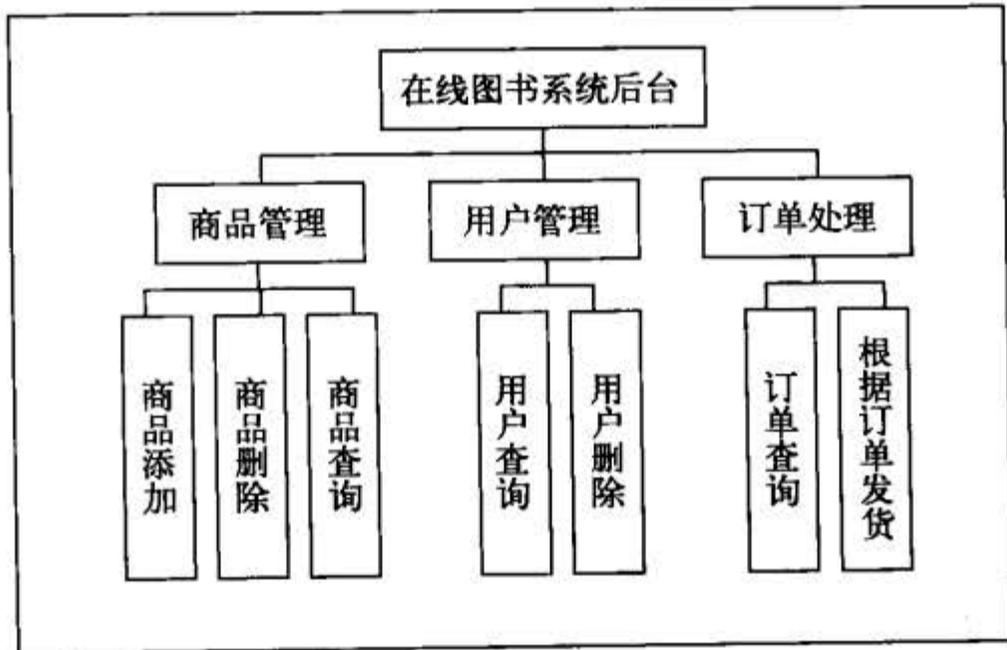


图7-5 在线图书系统后台

7.2.2 网站数据库设计

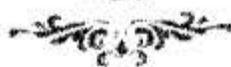
数据库设计是指根据用户的需求，在选定的数据库系统上（如Oracle），设计数据库的结构及建立数据表之间关联的过程。

在数据库中需要创建系统中涉及的实体，所谓实体就是指客观世界中的事物在数据库中的抽象。如：“用户”实体，包含了用户名和用户密码等属性，反映到数据库中就可创建一个user表，表里包含用户名和密码等属性。

该系统中涉及3个主要实体：用户（包括管理员）、商品（图书）、订单。下面就对这些实体进行数据库设计。

1. E-R图

E-R图（Entity-Relation Diagram），是用来描述实体和属性关系的一种模型，属于概念结构设计的一部分。如图7-6、图7-7和图7-8所示，是3个实体商品、用户和订单的E-R图。



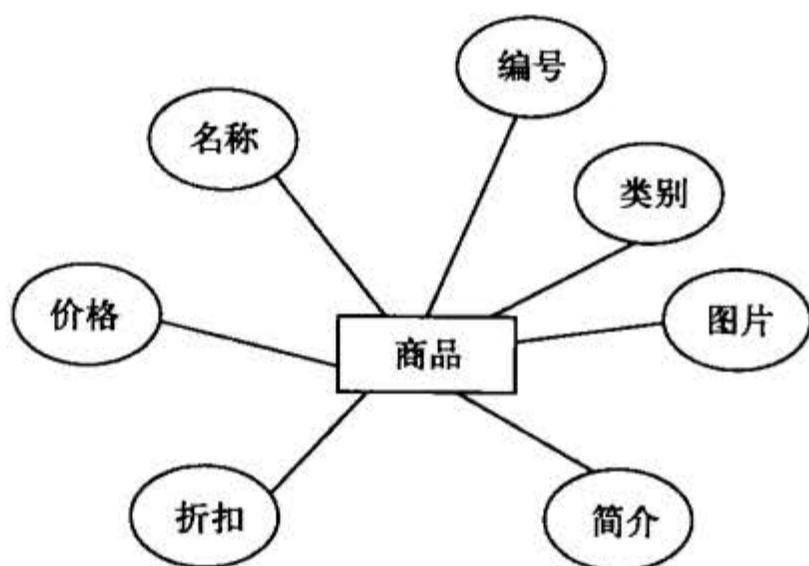


图7-6 商品表

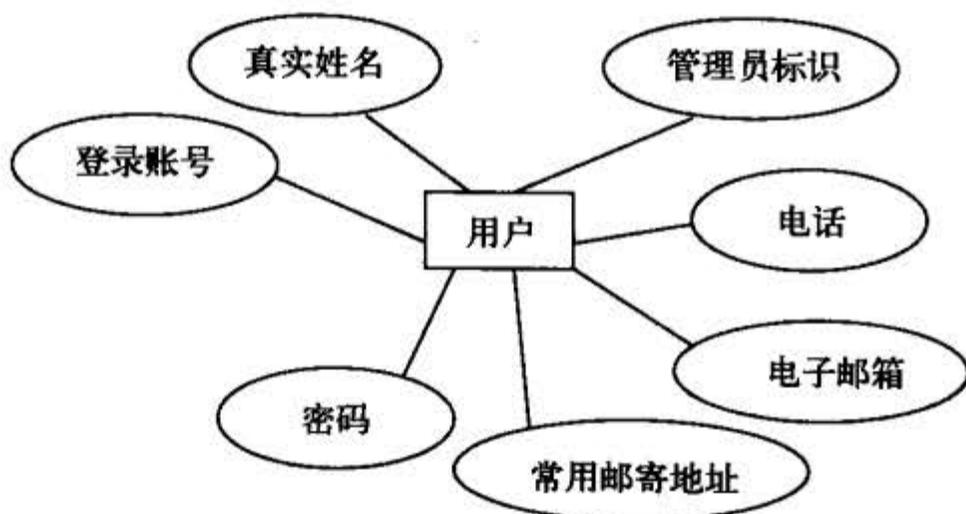


图7-7 用户表



图7-8 订单表

2. 逻辑结构设计

逻辑结构设计是指将概念结构设计中设计的E-R图转化成指定的数据库管理系统中支持的数据库表的结构。上面讲到的3个实体的E-R图转化后的逻辑结构设计如表7-3、表7-4及表7-5所示。

表7-3 用户信息 (user_infos表)

字段名	数据类型	是否为空	是否主键	描述
id	number	no	yes	主键ID
name	Varchar2(50)	no	no	登录名
password	Varchar2(50)	no	no	密码
realname	Varchar2(50)	yes	no	真实姓名
phone	Varchar2(50)	yes	no	电话
email	Varchar2(50)	yes	no	电子邮箱
address	Varchar2(50)	yes	no	常用邮寄地址
Mgrflag	Varchar2(5)	no	no	是否为管理员

表7-4 商品信息 (products表)

字段名	数据类型	是否为空	是否主键	描述
id	number	no	yes	主键ID
name	Varchar2(50)	no	no	商品名称
price	Decimal(10, 2)	no	no	商品价格
discount	Decimal(5, 2)	yes	no	商品折扣
number	Varchar2(50)	no	no	编号
category	Varchar2(50)	no	no	类别
pic	Varchar2(50)	yes	no	图片
introduce	Varchar2(2000)	no	no	简介

表7-5 订单信息 (orders表)

字段名	数据类型	是否为空	是否主键	描述
id	number	no	yes	主键ID
number	Varchar2(50)	no	no	编号
prices	Decimal(10, 2)	no	no	商品总价
moneyway	Varchar2(50)	no	no	付款方式
order_name	Varchar2(50)	no	no	订货人姓名
order_tel	Varchar2(50)	no	no	订货人电话
order_addr	Varchar2(100)	no	no	订货人地址
order_produces	Varchar2(2000)	no	no	所订商品

3. 后台数据库连接

数据库设计好后，我们就可以在代码层创建数据库连接。本系统连接的数据库是MySQL。数据库的用户名和密码都是root。

```
public static Connection con;
public static Statement stmt;
public static ResultSet rs;
public void connect(){
```



```

try{
    Class.forName("org.gjt.mm.mysql.Driver");
    con=DriverManager.getConnection("jdbc:mysql://
localhost:3306/shop","root","root");
    stmt=con.createStatement();
}catch(ClassNotFoundException cnfex){
    System.err.println("jdbc err!");
    cnfex.printStackTrace();
    System.exit(1);
}catch(SQLException ex){
    ex.printStackTrace();
}
}

```

7.2.3 网站的界面设计

网站的界面设计分为前台界面设计和后台管理界面设计。由于篇幅有限，我们只介绍一下网站整体的页面框架风格。

下面就是本网站的框架结构，这个框架可应用于首页信息展示，也可应用于某一个信息的展示，还可作为后台管理的框架，如图7-9所示。

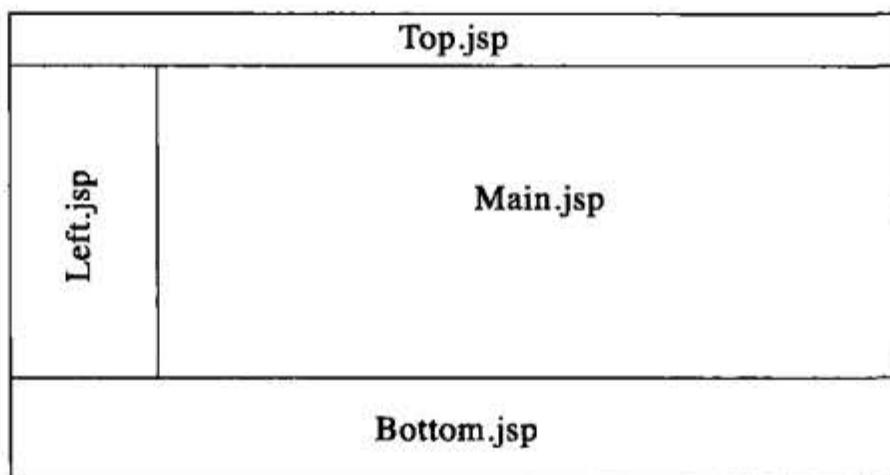
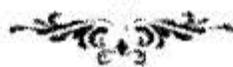


图7-9 网页结构

下面对上面的框架做一下讲解：

- Top.jsp：用于展现网站风采，一般都是图片及导航链接。
- Left.jsp：分为两部分，一部分是用户客户登录及注册，另一部分是用户信息导航。
- Main.jsp：这部分是主要的展现信息的区域，对于主页，此部分用于显示所有信息，包括最新上架书籍、畅销书籍及各种按类别区分的书籍；对于详细页面，此部分就是对某本书的详细介绍，包括价格、图片、折扣及评价等。



- Bottom.jsp: 这部分主要是网站的信息, 包括版权、营销计划、友情链接等。

需要注意的是, Top.jsp部分、Left.jsp部分和Bottom部分是通用的模块, 每个页面中都需要加进来, 这样只需要写3个页面就可以应用于整个系统的头部、左侧导航和底部信息。通过前面介绍的框架集或者DIV就可以将页面进行完美的分割。这也是模块化的优势所在。



提示: 在进行页面设计时, 尽可能地将页面模块化, 将类似的部分提取出来作为通用页面来维护, 这样可大大降低维护成本, 也使得网站变得清晰。

7.2.4 网站的前台静态页面制作

网站的前台页面是和客户进行交互的区域, 网站能否吸引客户, 前台的页面设计起着至关重要的作用。

一般在制作前台页面时需要考虑以下几点:

- 页面整洁, 框架清晰。
- 尽可能地展现客户需要的信息。
- 页面整体风格一致, 色调搭配合理。
- 首页的性能一定要最优, 不可出现bug页面。
- 首页打开的速度一定要快。

如图7-10所示就是设计制作之后的静态页面。

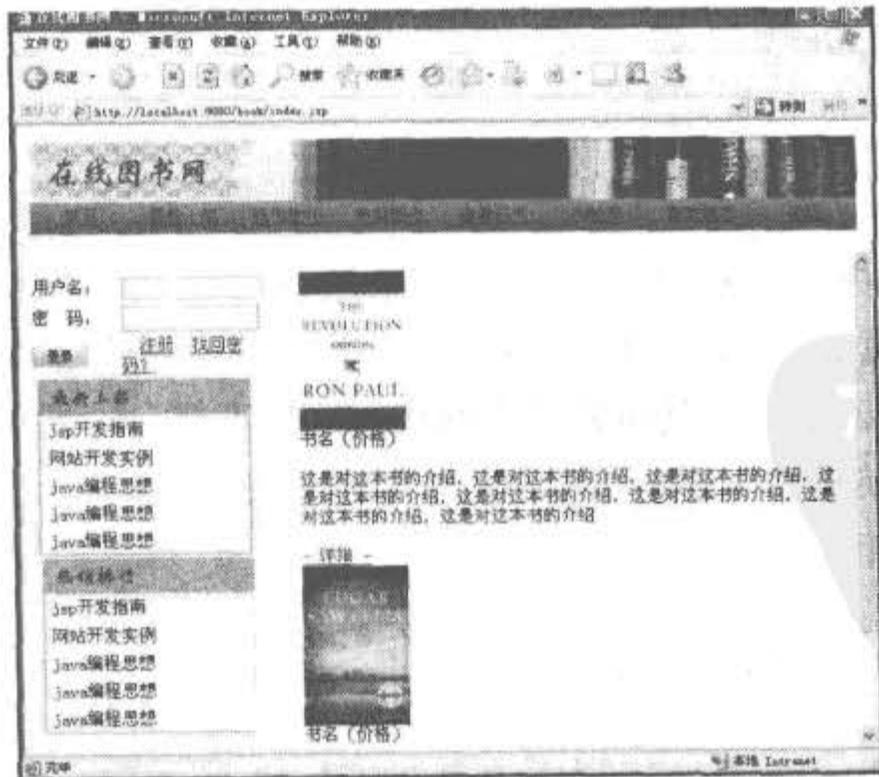


图7-10 首页静态页面



首页 (index.jsp) 的代码如下:

```
<%@ page language="java" import="java.util.*" pageEncoding="gb2312"%>
<%
String path = request.getContextPath();
String basePath = request.getScheme()+"://"+request.getServerName()+
":"+request.getServerPort()+path+"/";
%>
<!DOCTYPE HTML PUBLIC "-//W3C//DTD HTML 4.01 Transitional//EN">
<html>
  <head>
    <base href="<%=basePath%>">
    <title>在线图书网</title>
    <meta http-equiv="pragma" content="no-cache">
    <meta http-equiv="cache-control" content="no-cache">
    <meta http-equiv="expires" content="0">
    <meta http-equiv="keywords" content="keyword1,keyword2,keyword3">
    <meta http-equiv="description" content="This is my page">
  </head>
  <frameset rows="125,*" frameborder="yes" border="0" framespacing="0">
    <frame src="top.jsp" name="topFrame" scrolling="NO">
      <frameset rows="*" cols="250,*" rows="10,*"
        framespacing="0" frameborder="0" border="0">
        <frame src="left.jsp" name="leftFrame"
          scrolling="auto" noresize="noresize">
          <frame src="main.jsp" name="mainFrame" scrolling="auto">
        </frameset>
      <frame src="bottom.jsp" name="bottomFrame" scrolling="NO">
    </frameset>
  <body>
  </body>
</html>
```

上述代码中,用框架集frameset来进行页面切割的,前面介绍过:top.jsp是头部页面;left.jsp是左侧导航页面;main.jsp是主要内容显示区;bottom.jsp是底部信息。具体各部分的代码这里不能一一列举出来,下面介绍一下左侧导航页面(left.jsp)中登录部分的代码。

其代码如下:

```
<%
boolean isLog=false;
try{
    isLog=(session.getAttribute("isLog").toString()).equals("1");
```



已登录时的页面。



图7-11 未登录的页面



图7-12 已登录的页面

7.2.5 网站的后台程序开发

对于购物网站，购物车是核心的功能。这一小节就介绍一下后台中购物车的开发过程。

如图7-14所示是客户在选定商品后添加到购物车的流程图。



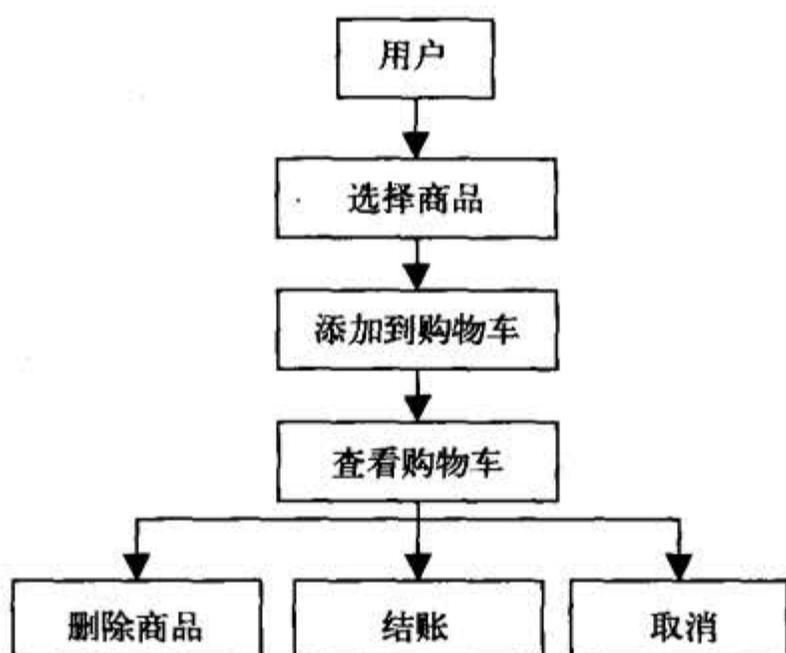


图7-13 购物车流程图

在客户浏览商品、选定商品后，点击提交到购物车，这个商品的信息就会在购物车中存储。此时购物车中的商品并不是真正最后要买的东西，购物车只是起到暂存的作用，在客户最后选定所有需要的商品、在购物车中确认无误后，点击提交，才是真正的购买成功。

下面这段代码用来模拟网上商店展示的商品，在商店里选定商品后，点击提交就会存到客户的购物车中。让我们来看看下面这段商店中商品列表页面（shopping.jsp）的代码：

```

<form action="Cart.jsp" name="act" method="post">
  <table width="75%" border="1" align="center" bordercolor="#006633">
    <caption>商品柜台：</caption>
    <tr bgcolor="#999999">
      <td>产品ID</td><td>产品名称</td><td>价格</td><td>现有数量</td><td>是否有货</td><td>购买数量</td>
    </tr>
    <%db.connect();
      ResultSet rs=db.getRs("select * from product");
      while(rs.next()){
    %>
    <tr>
      <td><input type="checkbox" name="proID"
        value="<%=rs.getString("ID") %>"></td>
      <td><%=rs.getString("ProdName") %></td>
      <td><%=rs.getDouble("Price") %></td>
      <td><%=rs.getInt("num") %></td>
      <td><%=rs.getString("available") %></td>
      <td><input type="text" name="<%=rs.getString("ID") %>"
  
```



```

checked value="1" style="BACKGROUND-
COLOR:#E3E3E3" ></td>
</tr>
<% } %>
<tr><td bordercolor="#ffffff"><input type="submit" name="action"
value="add" /></td>
<td bordercolor="#ffffff"><a href="Logout.jsp">注销</a></td></tr>
</table>
<center><a href="UserMainPage.jsp">返回</a></center>
</form>

```

上述代码中，ResultSet rs=db.getRs("select * from product")用于检索所有的商品，并且通过在table中循环的方式列出检索出的商品。<input type="checkbox" name="proID" value="<%=rs.getString("ID") %>">用于选定商品。当选完商品后，点击add按钮，通过post的方式提交到购物车(cart.jsp)中：<form action="Cart.jsp" name="act" method="post">。

以下就是购物车页面代码cart.jsp:

```

<%
String str=request.getParameter("action");
String[] items=request.getParameterValues("proID");
if(items!=null){
    if(str.equals("add"))
        for(int i=0;i<items.length;i++){
            String temp=items[i];
            int num=Integer.parseInt(request.getParameter(temp));
            cart.addItem(temp,num);
        }
    else if(str.equals("remove"))
        for(int i=0;i<items.length;i++){
            cart.removeItem(items[i]);
        }
}
%>
<form action="Cart.jsp" name="act" method="get">
<table width="75%" border="1" bordercolor="#006633">
<tr bgcolor="#999999">
<td>id</td>
<td>名称</td>
<td>数量</td>
</tr>
<%HashMap hm=cart.getItems();
    session.setAttribute("hash",hm);

```



```

Iterator it=hm.keySet().iterator();
while(it.hasNext()){
    String itemId=(String)it.next();
    pro=proDo.getPro(itemId);
%>
<tr>
<td><input type="checkbox" name="proID" value="<%=pro.getProID()
%>" /></td>
<td><%=pro.getProName() %></td>
<td><%=hm.get(itemId) %></td>
</tr>
<%} %>
<tr><td width="50%" bordercolor="#ffffff"><input type="submit"
name="action" value="remove" /></td>
<td bordercolor="#ffffff"><a href="Order.jsp">购买</a></td></tr>
</table>
<a href="Shopping.jsp">返回</a>
</form>
<%} else {
    out.print("haven't login!login first?");
%>
<br><a href="UserMainPage.jsp">返回登录页面</a>

```

上述代码中，cart.jsp页面在删除操作时，会提交给自己：`<form action="Cart.jsp" name="act" method="get">`。这样就需要对第一次进入本页面和删除后再次进入本页面进行区别设置，通过在request中设置action属性进行区别：action为remove时，是删除后再返回本页面的操作；action为add时，是第一次进入本页面的操作。

下面是上述的两个页面shopping.jsp和cart.jsp的实现效果。如图7-14所示是模拟的商品柜台页面。

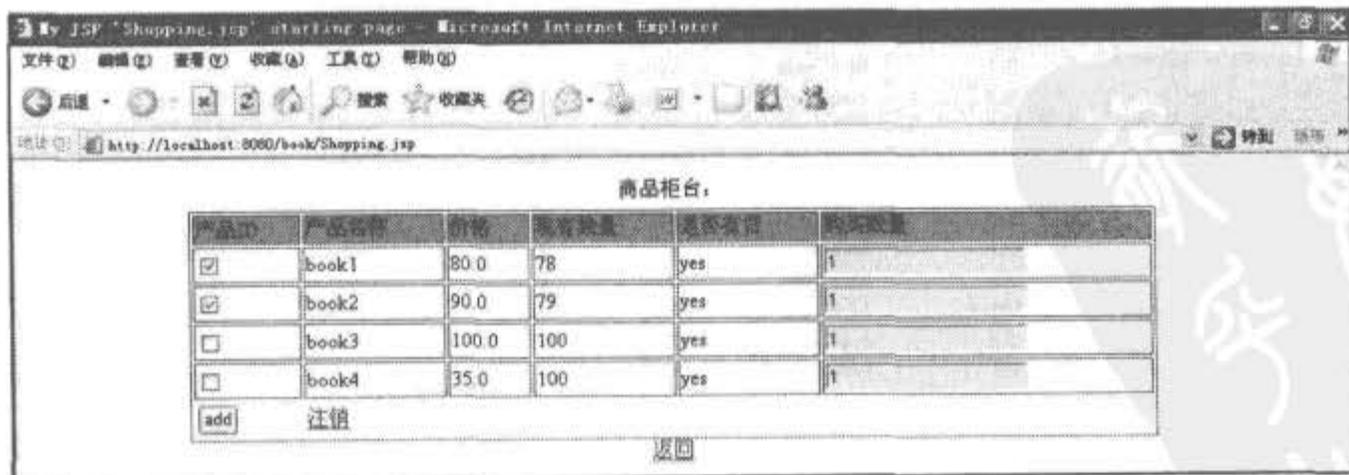


图7-14 商品柜台页面shopping.jsp



在商品柜台上选择待买商品后，点击下面的add（添加）按钮，进入购物车页面cart.jsp，如图7-15所示。

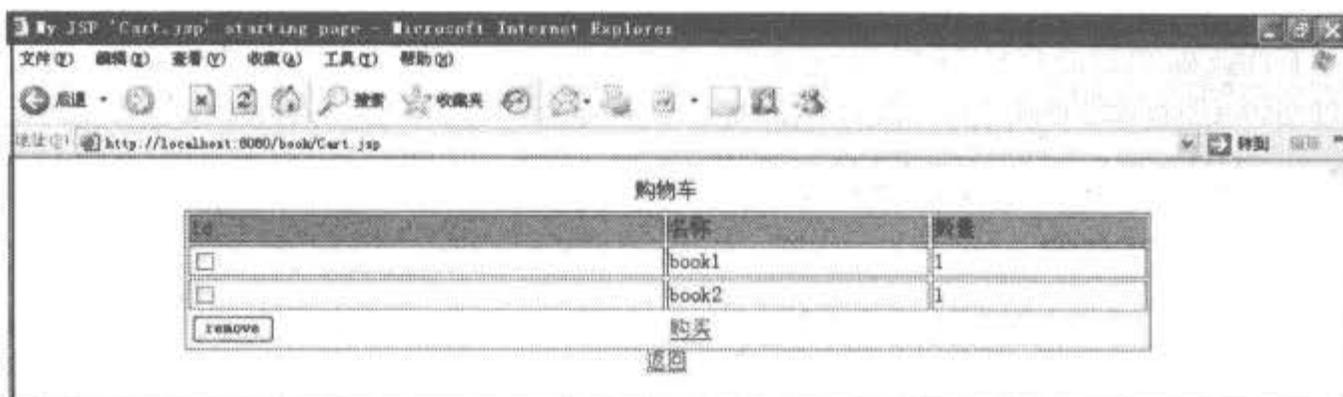


图7-15 购物车页面cart.jsp

7.2.6 网站的整体实现

上面讲的都是前台客户功能的制作，由于篇幅有限，不可能面面俱到。后台界面框架与前台基本相同，在此不再赘述。

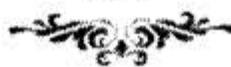
下面大概说一下后台管理的基本功能。

1. 订单管理

此页面主要用于处理订单，当确认订单后，将所定商品通过邮寄系统发送出去之后，修改订单的状态，如图7-16所示。

交易号	用户名	商品ID	商品名称	单价	购买数量	总价	交易确认
5	eee	011	book name	1000.0	1	1000.0	交易完成
6	eee	012	book name	3000.0	1	3000.0	交易完成
7	eee	011	book name	1000.0	1	1000.0	交易完成
8	eee	012	book name	3000.0	1	3000.0	交易完成
9	yinchong	123	book name	24.0	1	24.0	交易完成
10	yinchong	1234567	book name	4.0	1	4.0	交易完成
11	yinchong	011	book name	1000.0	1	1000.0	交易完成
12	yinchong	012	book name	3000.0	1	3000.0	交易完成
13	aaa	011	book name	1000.0	1	1000.0	确认
14	aaa	012	book name	3000.0	1	3000.0	交易完成
15	eee	011	book name	1000.0	1	1000.0	确认
16	eee	012	book name	3000.0	1	3000.0	交易完成
17	eee	012	book name	3000.0	1	3000.0	交易完成
18	eee	012	book name	3000.0	1	3000.0	交易完成
19	shi	011	book name	500.0	1	500.0	交易完成
20	shi	012	book name	3000.0	1	3000.0	交易完成
21	shi	011	book name	500.0	4	2000.0	交易完成
22	shi	012	book name	3000.0	4	12000.0	交易完成
23	yueyue	011	book name	500.0	10	5000.0	交易完成
24	yueyue	012	book name	3000.0	10	30000.0	交易完成
25	yueyue	011	book name	500.0	6	3000.0	交易完成
26	yueyue	012	book name	3000.0	6	18000.0	交易完成
27	yueyue	013	book name	1430.0	1	1430.0	确认

图7-16 订单处理页面



2. 商品管理

商品管理中包括增加、删除和修改商品，这里只列举增加和删除商品，如图7-17和图7-18所示。



图7-17 增加商品

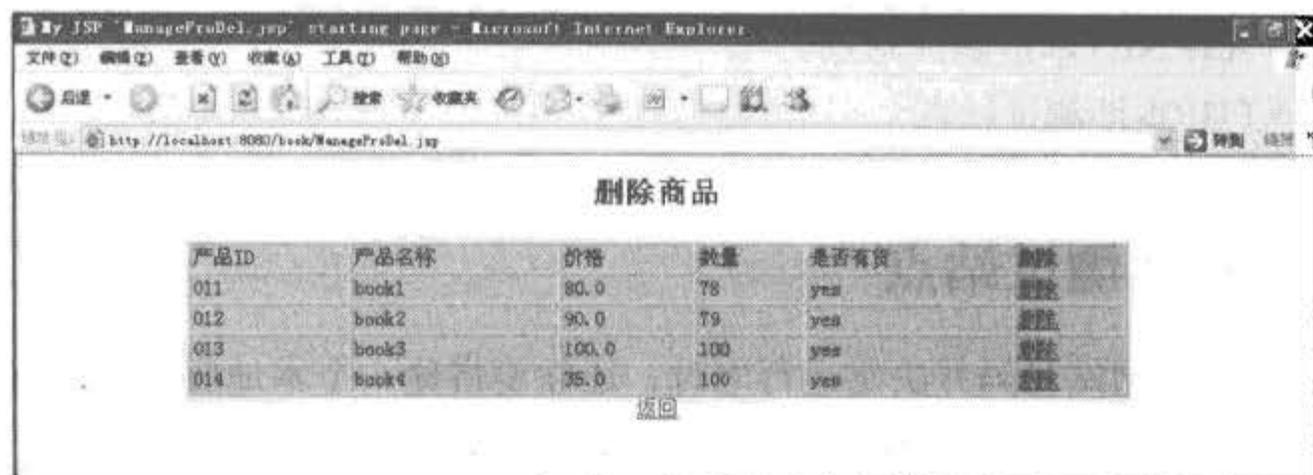


图7-18 删除商品

至此，我们大体介绍完一个网站开发的完整流程，如果网站大一些的话，除了基本的增加、删除、修改和查询，还需要考虑到性能、安全、可扩展性等问题。这就需要学习更高级的技巧，相信通过学习读者能做得越来越好。



网站的测试

网站测试是保证网页制作质量的一个很重要的手段，网页发布之前都应该首先测试。而且，要发布网站就要把制作好的页面以及各种文件上传到服务器上才能让广大的网民了解并登录你的网站。

内容导航

- 本地测试站点
- ASP.NET本地测试站点
- PHP本地测试站点

8.1 本地测试站点

当编好网站代码并决定运行它时，还需要搭建一个本地服务器用来检测网站是否有问题，保证网站在实际环境中可以顺利运营。

现在的网站环境常用的语言有ASP、ASP.NET、PHP和JSP等。在下面的几个小节中，我们会介绍如何对这几种常用语言开发的网站进行本地测试。

有关于本地服务器的配置，这几种语言程序全部可以在Windows下进行测试，ASP、ASP.NET本身就是运行在Windows系统中的，对于PHP和JSP语言的网站程序我们同样也可以在Windows系统下通过软件来实现本地测试。

8.2 ASP.NET本地站点测试

测试ASP.NET网站需要一台装有IIS的Windows操作系统的主机，包括Windows XP、Windows Vista、Windows 7、Windows Server 2003以及Windows Server 2008都可以用来做ASP.NET的网站测试，前提是必须安装Windows IIS组件。

 **提供：**IIS (Internet Information Services, 互联网信息服务) 是由微软公司提供的基于运行Microsoft Windows的互联网基本服务。最初是Windows NT版本的可选包，随后内置在Windows 2000、Windows XP Professional和Windows Server 2003中一起发行，但在普遍使用的Windows XP Home版本上并没有IIS。

8.2.1 安装IIS

本书以在32位的Windows XP下安装IIS为例来讲解如何进行ASP.NET本地站点测试。

1) 在Windows XP系统桌面的左下角，单击【开始】→【控制面板】→【添加/删除Windows组件】，如图8-1所示。

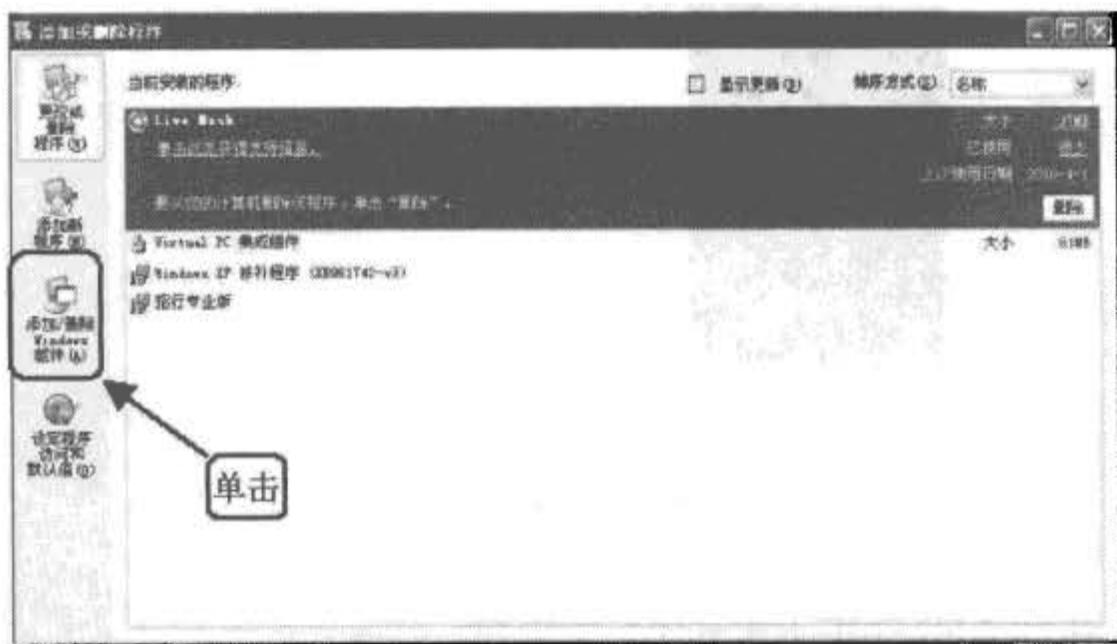


图8-1 添加/删除程序

2) 在打开的【Windows组件向导】对话框中勾选【Internet信息服务 (IIS)】选项，如图8-2所示。

3) 单击【下一步】按钮后，可看到完成界面，如图8-3所示。单击【完成】按钮即可。

 **提示：**在IIS的安装过程中可能需插入Windows的安装光盘，当有提示窗口弹出时，插入光盘后选择【确定】即可。



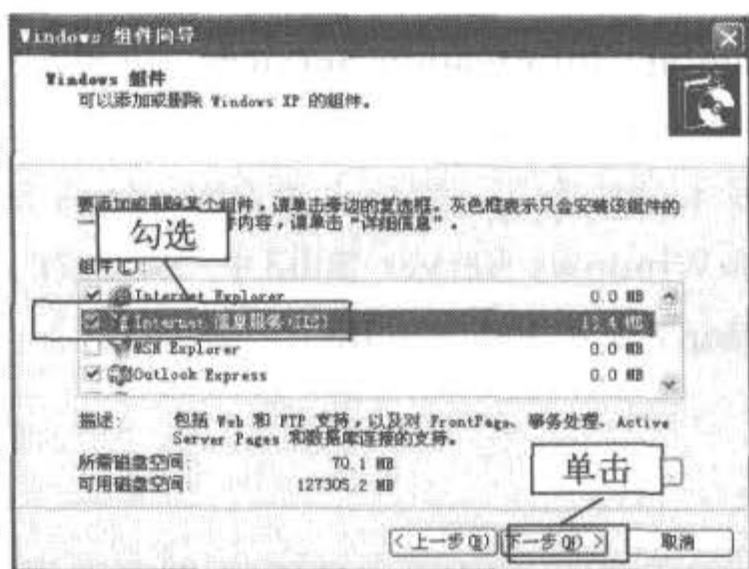


图8-2 Windows组件向导



图8-3 完成IIS安装

8.2.2 开始ASP.NET本地站点测试

在IIS安装完成后,就可以使用它来对ASP.NET的网站程序进行测试了。和其他的Windows程序一样, IIS操作起来也并非特别复杂。

1) 在Windows XP系统桌面的左下角,单击【开始】→【控制面板】→【性能和维护】→【管理工具】,打开【Internet 信息服务】界面,如图8-4所示。

2) 依次展开【本地计算机】→【网站】→【默认网站】,右键选择【默认网站】选项,打开下拉菜单,如图8-5所示。

 **注意:** 由于Windows XP中IIS本身功能限定,无法创建除默认网站以外的网站,只可通过创建虚拟目录的方式来进行测试。在Windows的服务器版操作系统中可以创建多个网站。



图8-4 Internet 信息服务界面

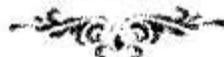


图8-5 新建虚拟目录

3) 在弹出的菜单中选择【新建】→【虚拟目录】，在【虚拟目录创建向导】对话框中单击【下一步】按钮，如图8-6所示。进入【虚拟目录别名】界面，填写自定义的别名后单击【下一步】按钮，进入【网站内容目录】界面，如图8-7所示。指定网站程序的目录后单击【下一步】按钮。

4) 在弹出的【访问权限】界面勾选虚拟目录的访问权限。通常，赋予读取、运行脚本以及浏览的权限即可，如图8-8所示。单击【下一步】按钮后，单击【完成】按钮就完成了虚拟目录的创建。

5) 打开IE浏览器，输入“http://localhost/目录别名”或“http://127.0.0.1/目录别名”即可查看网站程序的运行情况，并进行本地测试，如图8-9所示。



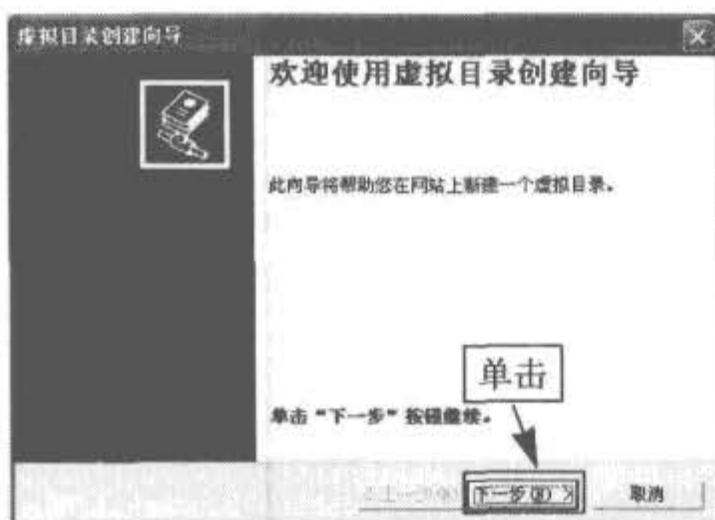


图8-6 虚拟目录向导

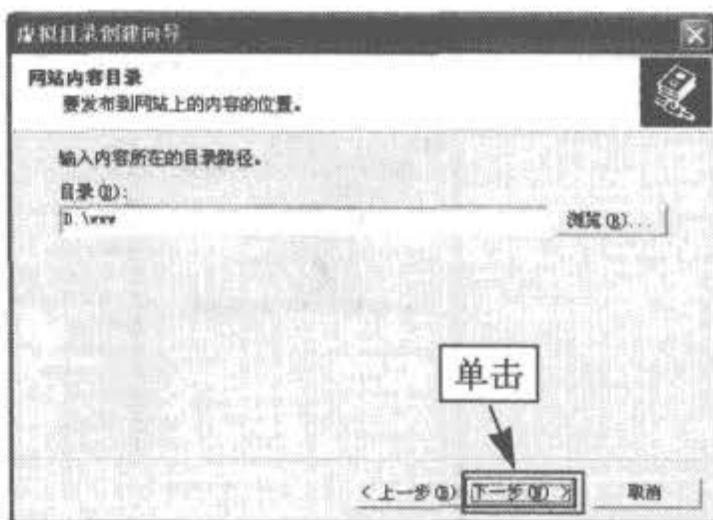


图8-7 指定网站内容目录

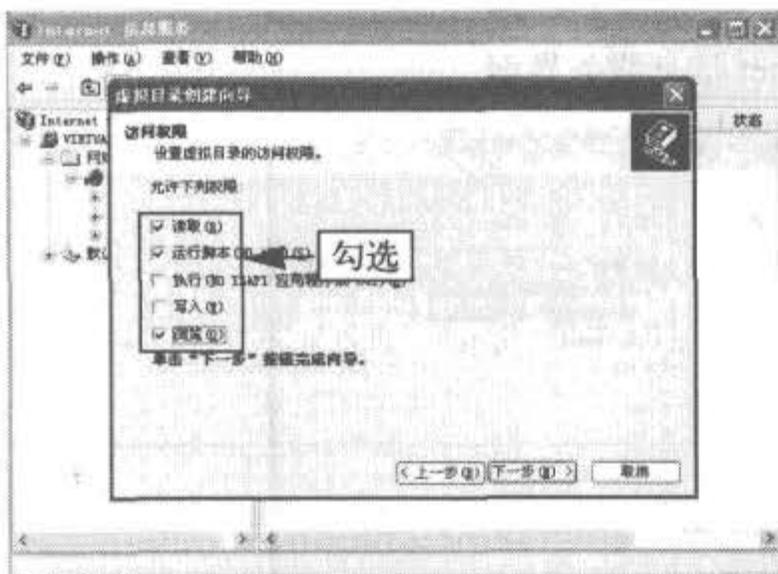


图8-8 设置虚拟目录的访问权限



图8-9 ASP.NET网站测试状况

完成了以上的步骤，即完成了ASP.NET本地站点测试。若网站程序使用数据库，同样也需要对数据库进行配置，只需在网站程序中将数据库的配置文件修改为数据库服务器地址即可。当然，这些配置都是在确定服务器已安装好数据库软件的前提下进行的。

8.3 PHP本地站点测试

PHP语言程序常运行在Apache+PHP+MySQL+Linux/Windows 环境下。但是，在Windows系统下，有许多图形化界面的软件可以配置运行PHP语言程序的环境。本书以在32位的Windows XP下安装phpStudy为例，进行讲解如何进行PHP本地站点测试。



8.3.1 安装phpStudy

phpStudy程序集成了最新的Apache+PHP+MySQL+phpMyAdmin+ZendOptimizer，一次性安装，无须配置即可使用，是非常方便、好用的PHP调试环境。该程序不仅包括PHP调试环境，还包括了开发工具、开发手册等。

1) 从互联网上下载最新的phpStudy程序，下载完成后运行它，如图8-10所示。

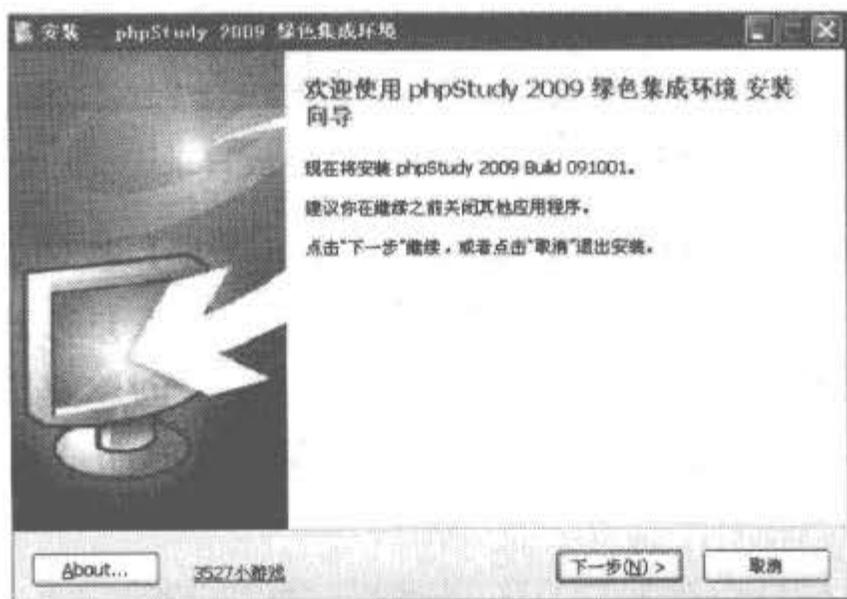


图8-10 phpStudy 2009 安装向导

2) 单击【下一步】按钮，在【许可协议】界面勾选【我接受】选项，如图8-11所示。在【选择目标位置】界面中浏览路径，然后单击【下一步】，如图8-12所示。

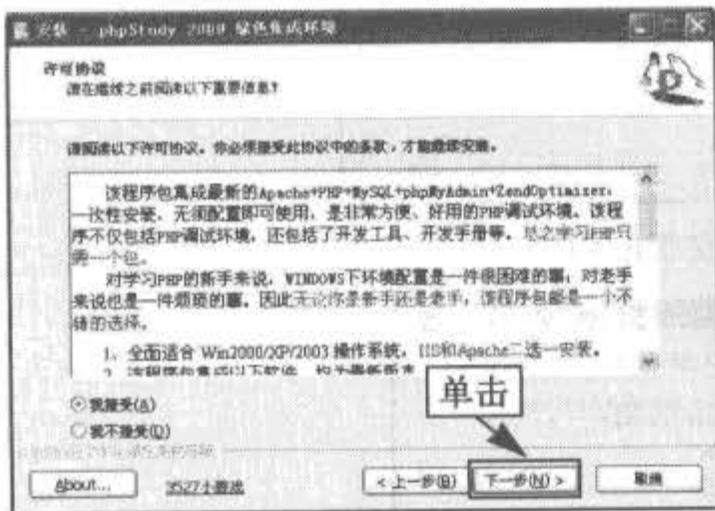


图8-11 phpStudy 2009许可协议

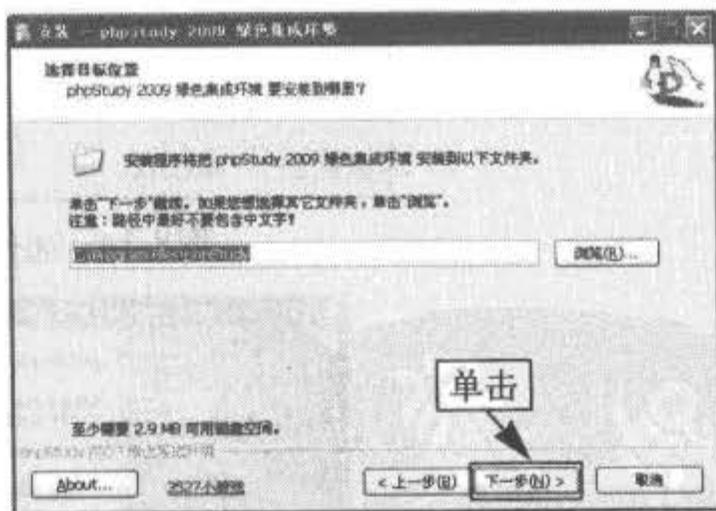


图8-12 选择目标位置

3) 进入【选择PHP程序存放目录】界面，如图8-13所示。选择网站程序的目录，也可以使用默认的目录，然后将网站程序复制到目录下。

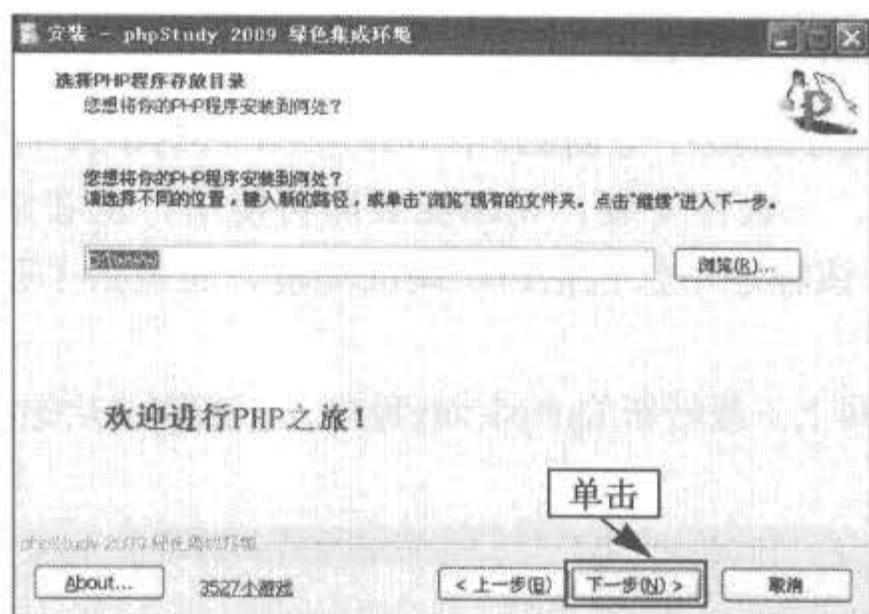


图8-13 选择PHP程序存放目录

4) 选择好安装的目标位置后，单击【下一步】按钮，进入【选择组件】界面，如图8-14所示。使用默认的【完全安装】方式，在接下来的步骤中全部使用默认的设置，选择程序的位置、创建桌面图标，直至在【准备安装】界面单击【安装】按钮。最后在完成界面单击【完成】按钮，如图8-15所示。

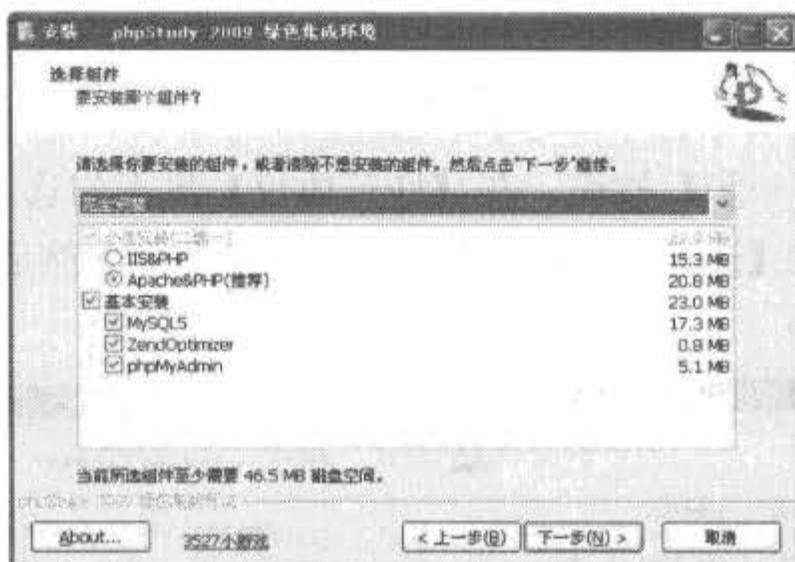


图8-14 选择安装的组件

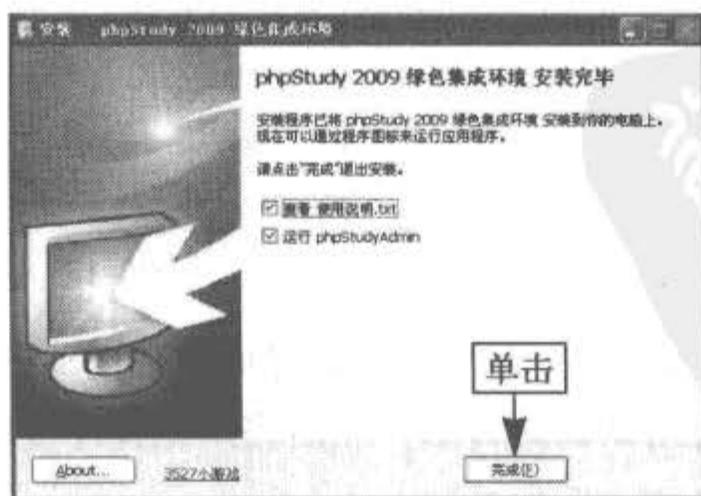


图8-15 完成phpStudy安装

 **注意：**安装过程中，如有防火墙开启，注册启动服务时，会提示是否信任httpd、mysqld-nt运行，以及端口80、3306等，请选择允许。

 **提示：**phpStudy安装完成后，会在Windows的服务中安装Apache2、MySQL两个服务，可以在【控制面板】→【性能和维护】→【管理工具】→【服务】中查看这两个服务的运行状态。

8.3.2 开始PHP本地站点测试

因为phpStudy是运行在Windows下的图形化界面工具，所以它的使用方法和操作过程都比较简单。

1) 运行phpStudy，在桌面右下角的托盘处会有程序的图标，如图8-16所示。

2) 单击phpStudy运行图标，弹出二级菜单，如图8-17所示。选择【WWW-root】选项，将网站程序复制到打开的资源管理器中。

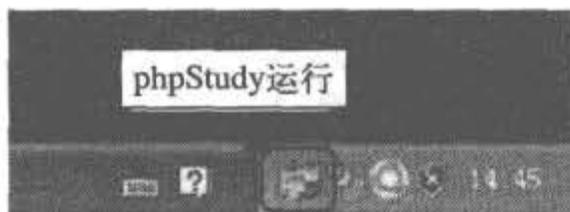


图8-16 phpStudy运行图标

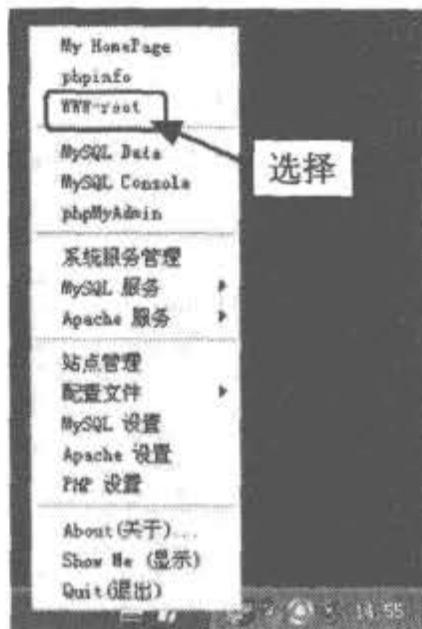


图8-17 phpStudy菜单

3) 设置网站程序数据库，phpStudy集成了MySQL环境，可以对MySQL数据库的相关配置进行更改。单击phpStudy运行图标，在弹出的菜单中选择【MySQL设置】选项，打开【MySQL设置】窗口，可以修改端口、最大连接数、密码以及字符集等，如图8-18所示。

4) 可以通过phpStudy集成的phpMyAdmin工具，进行创建/删除数据库、创建/删除表、导入/导出数据库以及修改数据库/表等操作。单击phpStudy运行图标，在弹出的菜单中选择【phpMyAdmin】选项，会自动在浏览器中打开http://localhost/phpMyAdmin/，如图8-19所示。之后输入用户名和密码，单击【执行】按钮即可进入。



 **注意：** phpStudy集成的MySQL数据库用户名和密码同为root。



图8-18 phpStudy中的MySQL设置

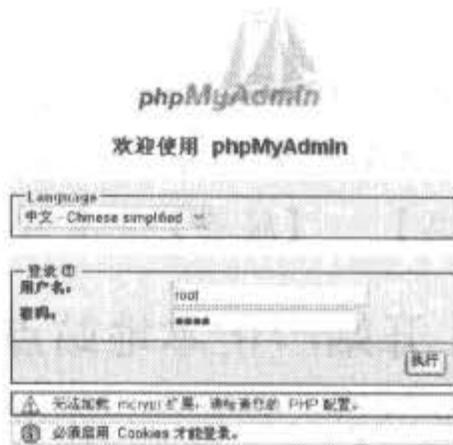


图8-19 phpMyAdmin登录页面

5) 在语言程序和数据库都配置完成以后，打开IE浏览器，输入 <http://localhost/> 或 <http://127.0.0.1/>，即可查看网站程序的运行情况，并进行本地测试，如图8-20所示。

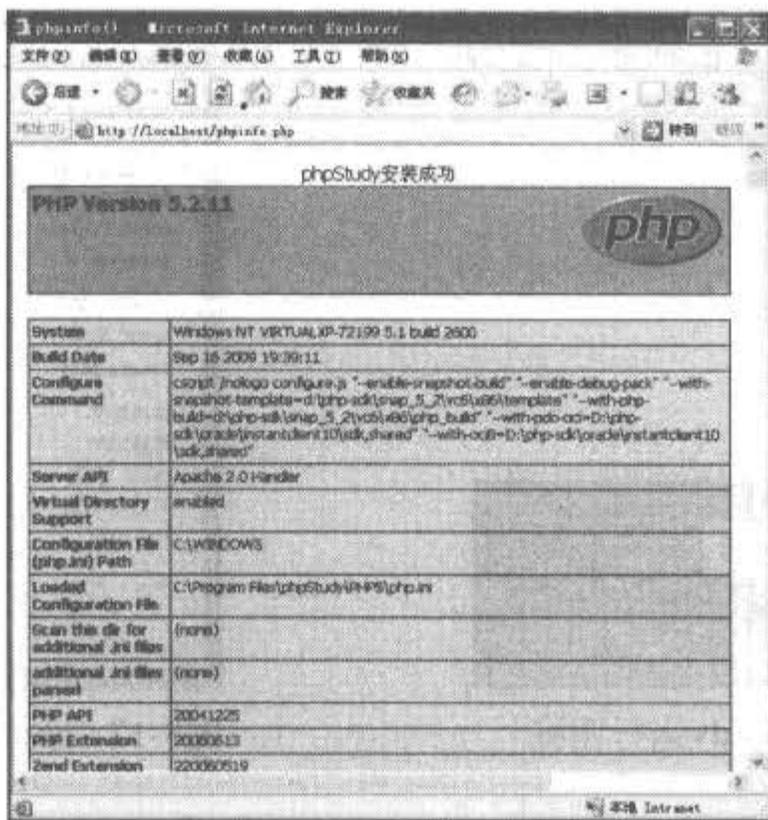


图8-20 PHP网站测试状况

6) 使用软件对PHP本地站点进行测试是一件非常简单的事情。但这仅仅是应用在测试中，因为使用集成PHP环境的软件只能支持较小负载量和并发数的网站。若实际运营一个网站，一定要使用服务器版的真实环境和软件。



8.4 JSP本地站点测试

JSP技术有点类似ASP技术，它是在传统的网页HTML文件 (*.htm,*.html) 中插入Java程序段 (Scriptlet) 和JSP标记 (tag)，从而形成JSP文件 (*.jsp)。用JSP开发的Web应用是跨平台的，既能在Linux上运行，也能在其他操作系统上运行。JSP网站程序运行需要Java Development Kit和Apache Tomcat支持。本书以在32位的Windows XP下安装Development Kit和Apache Tomcat为例来讲解如何进行JSP本地站点测试。

8.4.1 安装Java Development Kit

从互联网上下载Java Development Kit和Apache Tomcat。

- Java Development Kit: <http://java.sun.com/javase/downloads/index.jsp>, 下载32位版本。
- Apache Tomcat: <http://tomcat.apache.org/download-60.cgi>, 下载32-bit/64-bit Windows Service Installer版本。

1) 双击启动已经下载好的Java Development Kit安装程序，弹出【许可证协议】界面，如图8-21所示。

2) 单击【接受】按钮，在【自定义安装】界面使用默认的配置，将所有的功能全部安装。也可以单击右边的【更改】按钮，更改文件的安装目录，如图8-22所示。

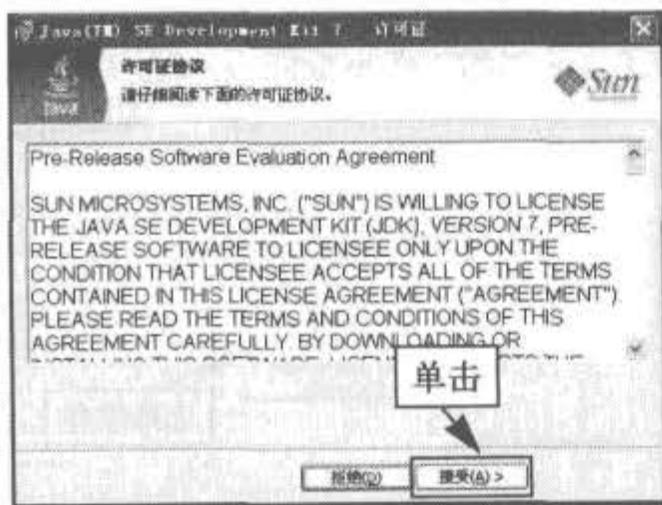


图8-21 JDK安装许可界面

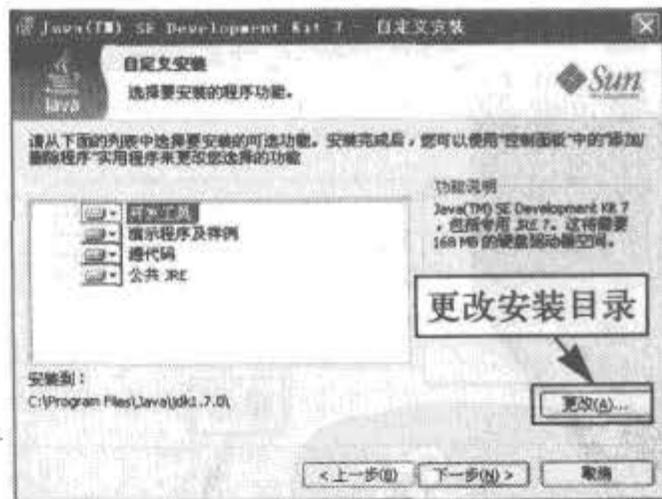


图8-22 选择要安装的程序功能

3) 单击【下一步】按钮，经过一段时间的安裝，安装程序会自动弹出Java的安装选项，可以选择Java的语言支持、字体和媒体支持，以及IE默认Java设置等。同样也可以单击右边的【更改】按钮来更改文件的安装目录，如图8-23所示。

4) 单击【下一步】按钮，经过一段时间的安裝后，安装程序自动完成，



如图8-24所示。单击【完成】按钮即完成了Java Development Kit的安装。

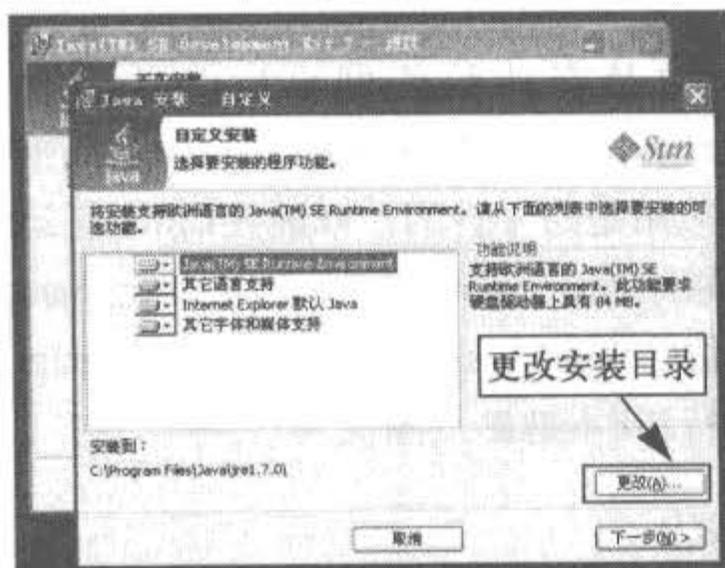


图8-23 Java安装界面

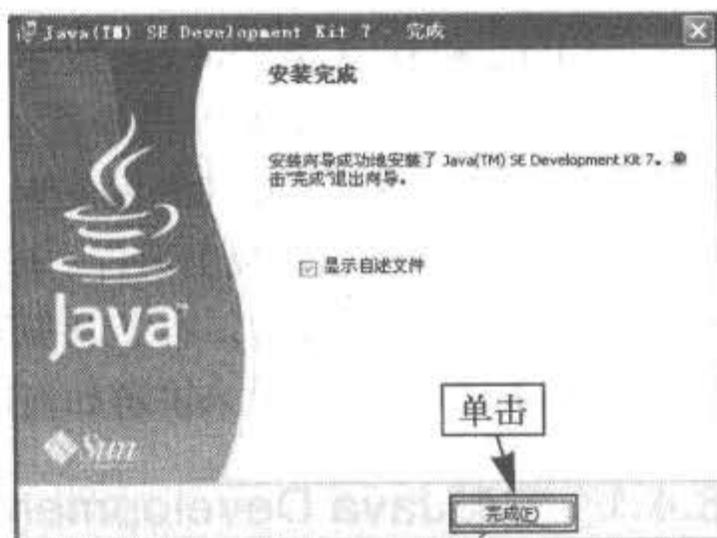


图8-24 完成Java Development Kit安装

8.4.2 安装Apache Tomcat

Apache Tomcat官方没有提供简体中文的安装程序，所以，本书以英文版的Tomcat安装程序为例讲解如何安装Apache Tomcat。

1) 双击启动下载好的Apache Tomcat安装程序，弹出安装向导界面，如图8-25所示。

2) 单击【Next】按钮，弹出【License Agreement】（许可协议）界面，单击【I Agree】（我同意）按钮，进入【Choose Components】（选择组件）界面选择需要安装的组件，使用默认的即可，如图8-26所示。



图8-25 Tomcat安装程序向导

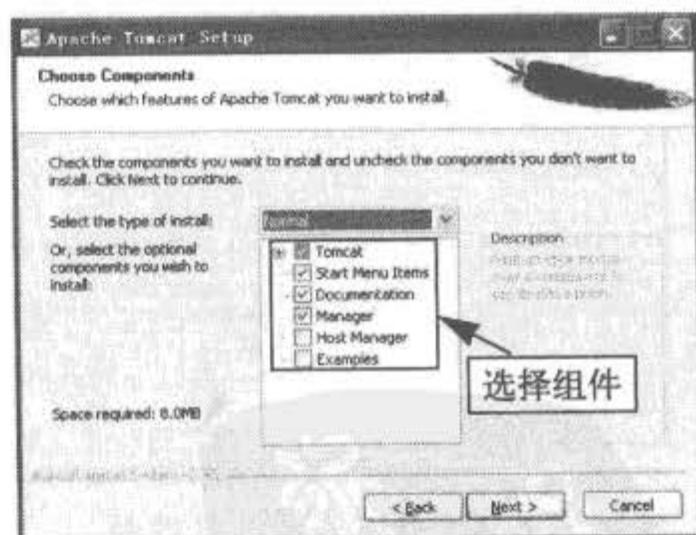


图8-26 选择安装的组件

3) 单击【Next】按钮进入【Choose Install Location】（选择安装目录），指定程序的安装目录。

4) 单击【Next】按钮进入配置界面，自定义HTTP的端口、管理员用



户名以及密码，自定义填写即可，如图8-27所示。

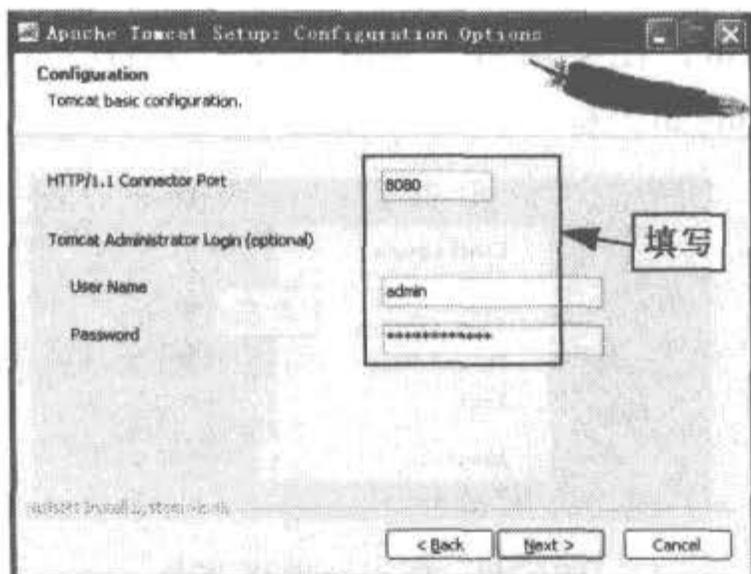


图8-27 配置界面

 **注意：**HTTP默认的端口是80，若将网站指定为非80端口，在浏览器访问网站时同样需要指定端口，如访问新浪http://www.sina.com.cn使用的即为默认的端口80，但新浪网若在配置时使用的是8080端口，那么用户在访问新浪时就需要输入http://www.sina.com.cn:8080。

5) 单击【Next】按钮进入Java虚拟机目录选择界面，默认情况下已指定了Java虚拟机的文件目录，无须更改，如图8-28所示。若目录文本框为空，手动指定即可。

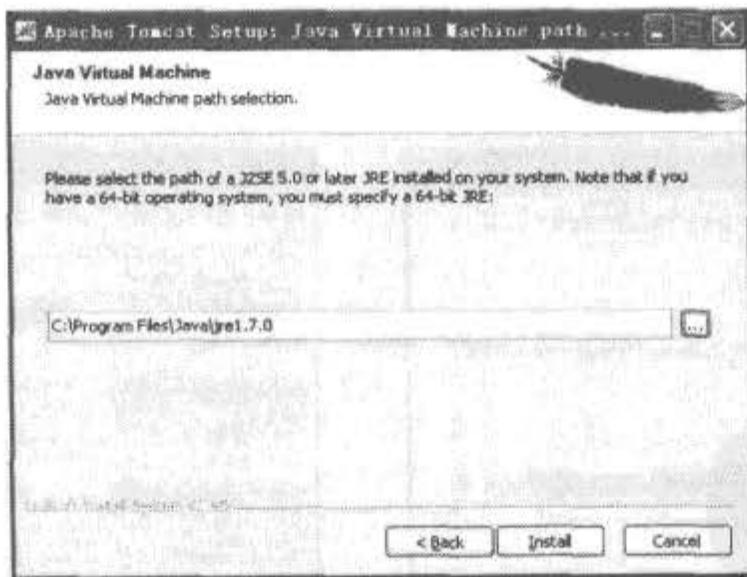


图8-28 指定Java虚拟机目录

6) 指定虚拟机目录后，单击【Install】（安装）按钮，经过一段时间的安裝后，最终出现完成Apache Tomcat 安装向导页面，单击【Finish】按钮完成安装即可。



8.4.3 开始JSP本地站点测试

1) 运行Tomcat，在桌面右下角的托盘处会有程序的图标，如图8-29所示。右键单击Tomcat图标，弹出二级菜单。



图8-29 Tomcat选择菜单

2) 选择【Configure】选项，在打开的属性界面的【General】（常规）标签中，可以更改Tomcat在Windows中服务的运行状态、显示名以及启动类型等，如图8-30所示。在Tomcat的属性界面也可以对登录、日志、Java、启动以及关机选项进行设置。

3) 打开Tomcat的安装文件目录 ..\Apache Software Foundation\Tomcat 6.0\webapps\ROOT。若安装时使用默认的地址，安装目录即为C:\Program Files\Apache Software Foundation\Tomcat 6.0\webapps\ROOT。

在ROOT子目录下新建一个文件夹，将网站程序复制到新建的文件夹中。打开IE浏览器，输入“http://localhost/目录别名”或“http://127.0.0.1/目录别名”，即可查看网站程序的运行情况，并进行本地测试，如图8-31所示。



图8-30 Tomcat 属性界面

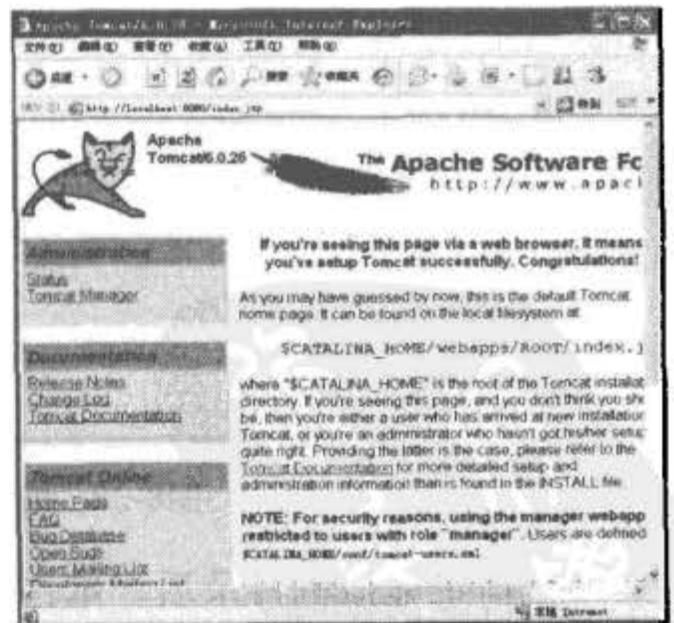


图8-31 JSP网站测试状况

 **提示：**在ROOT下新建文件夹相当于网站的子目录，若不想使用子目录的方式，将ROOT下的所有文件全部删除并替换为网站程序即可。

 **注意：**访问时端口要与Tomcat安装时的设置相同。

完成了以上的步骤即完成了JSP本地站点测试。和其他语言程序网站一样，若网站程序使用数据库，同样也需要对数据库进行配置，只需在网站程序中将数据库的配置文件修改为数据库服务器地址即可。



申请网站域名、空间和发布

网站进行本地测试后就要申请网站空间和域名，域名是Internet网络上的一个服务器或一个网络系统的名字，在全世界不会有重复的域名，它具有唯一性。用户通过这个唯一的域名才能访问你的网站。

内容导航

- 域名的选择
- 域名的申请
- 管理域名
- 选择和注册网站空间
- 网站的上传
- 网站的发布

9.1 域名的选择

从技术上讲，域名只是互联网中用于解决地址对应问题的一种方法，可以说只是一个技术名词。但是，由于互联网已经成为了全世界人的互联网，域名也自然地成为了一个社会科学名词。

打个比喻，网站是一个人，域名就是一个人的名字。人可以有多个名字，包括中文名、英文名等，相应的域名也是如此，一个网站可以有多个域名，但是，一个域名只能对应一个网站。人可以重名，域名不可以重名。域名的注册遵循先申请先注册原则，管理机构对申请人提出的域名是否违反了第三方的权利不进行任何实质审查。在网络上，域名是一种相对有限的资源，它的价值随着注册数目的增多而逐步为人们所重视。

9.1.1 域名的种类

域名的种类可以按语种、地域和管理机构来进行分类。

- 按语种的划分：中文域名 (.cn)、英文域名 (.com) 以及日文域名 (.jp) 等。
- 按所在域划分：顶级域名 (www.baidu.com)、二级域名 (zhidao.baidu.com) 等。
- 按管理机构划分：商业性的机构或公司 (.com)、非赢利的组织和团队 (.org)、政府部门 (.gov) 等。

近年来有一些其他类型的新域名形式层出不穷，如：名称域名 (.name)、个性域名 (.me) 等，域名的种类繁多，并且在不断地增加和变化。

9.1.2 选择域名

域名是用户了解你网站的第一印象，若想建设一个成功的网站，选择一个好的域名是至关重要的。选择域名应包含以下几个原则：

(1) 短小

域名的长度短，从一定意义上讲可以减少用户的输入量，体现了用户友好性。在常用的.com、.net域名中，一些好的域名已早被人抢注，但是，还可以选择一些类似于拼音、拼音缩写、单词缩写或数字和字母组合的方式来减少域名长度，如：baidu.com (拼音)、cnr.cn (单词缩写)、51cto.com(数字字母组合)等。

(2) 容易记忆

为了使用户了解和喜爱，域名容易记忆也是一项很重要的因素，使用一些通用的词汇，可以使用户“望文生义”，只要记住了网站的域名就可以在下次需要的时候顺利地访问到你的网站。这里，也可以使用一些谐音作为网站的域名，如yahoo.com、sohu.com等。

(3) 不易混淆

网站的域名不容易混淆有两个方面需要注意，一是在网站上使用连接符号造成与其他已存在的网站混淆，如你注册了一个dong-wu.com的域名来建一个与动物有关的网站，但是已经有域名为dongwu.com的网站在做动物内容的网站，这样，不仅会对网站域名的解析增加困难，还会因为有一部分用户误入dongwu.com这个域名至使访问你的网站的流量丢失。另一个是域名的后缀使用和已存在的网站混淆，如，163.net和163.com，许多人都会搞不清二者的关系。

(4) 不易拼写错误

在阿拉伯数字和英文字母中有一些字符在形状上很相似，如数字“0”



和字母“O”，数字“1”和小写字母“l”，这个在申请域名的时候也应注意，以减少用户的拼写错误。当然不乏有一些网站利用别人拼写错误域名而增加点击数量的情况。

(5) 与网站内容相关

申请域名时，尽量选择与网站的某些内容或关键字相关的域名，使人看了域名就可以大体知道网站的内容和对象，如nokia.com、ibm.com。网站域名包括网站的关键字，这种方法对搜索引擎在关键字排名上也会有积极的作用。

9.2 域名的申请

国内提供域名注册的服务商有许多，大大小小成百上千家之多，注册时应尽量选择类似于万网和新网等比较大的域名提供商来注册。一些小的公司或代理商大都是为这两家做代理销售的，他们在价格上会比这两个大的域名提供商占优势，但是万网和新网的服务质量和产品保障是一些小的域名注册商无法比拟的。当然，也可根据实际情况来选择性价比较合理的其他域名提供商，域名注册代理商的选择空间还是比较大的。

下面以中国万网为例，详细地讲解如何来注册一个域名。

1) 登录中国万网，在浏览器中输入www.net.cn，进入万网首页，如图9-1所示。

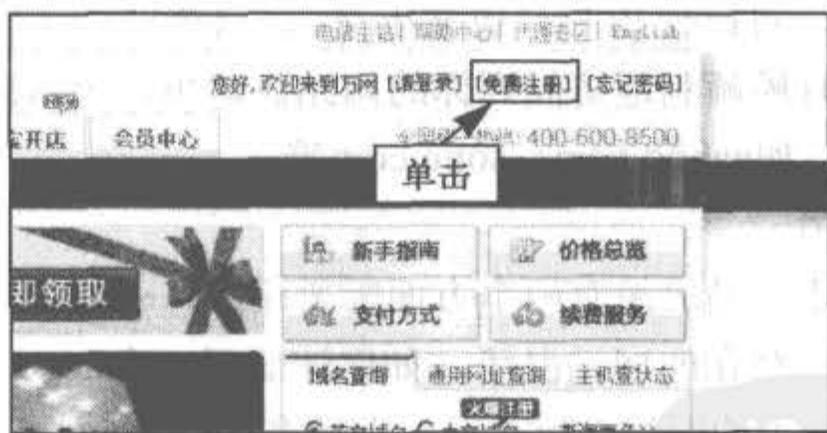


图9-1 登录万网

 **注意：**如果你已经拥有一个万网的用户账户，可直接单击页面右上角的【请登录】，否则单击右上角的【免费注册】。

2) 单击【免费注册】按钮，打开的【免费注册】页面，你会看到一个注册网站需要填写的表单，如图9-2所示。请按照个人的实际情况来填写



这个注册信息，其中有“*”号的为必填选项。

图9-2 填写用户注册表单

注意：在【请选择用户类型】时请慎重地选择“单位或公司”或“个人用户”，因为这个选项会影响到你以后填写域名的注册信息。

3) 填写完表单后，在下面勾选【我已阅读，理解并接受万网会员注册条款】选项，然后单击【同意条款，立即注册】按钮，一个新的用户就注册完成了，这样就可以使用刚刚注册的用户在万网申请注册域名了。

4) 在中国万网首页导航菜单中，选择【域名服务】→【英文域名】，如图9-3所示。会看到许多可选择的域名和价格，我们以申请.com英文域名为例来说明。

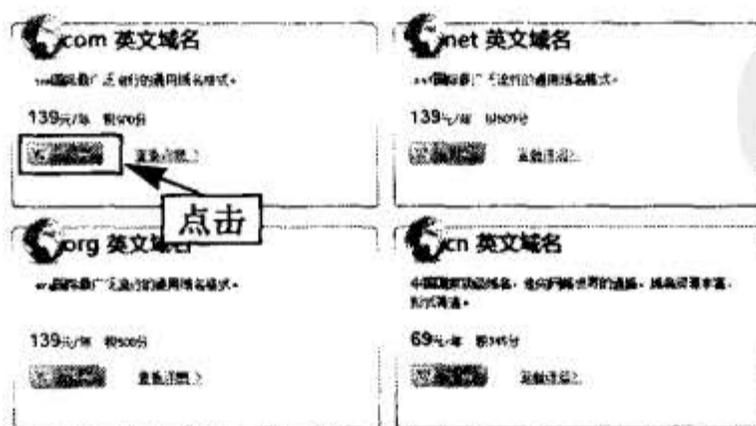


图9-3 选择英文的域名



 **提示：** .cn/.com.cn等中文域名，目前已停止个人注册和使用。

5) 在【.com英文域名】下面选择【购买】选项，进入【产品购买】页面，如图9-4所示。

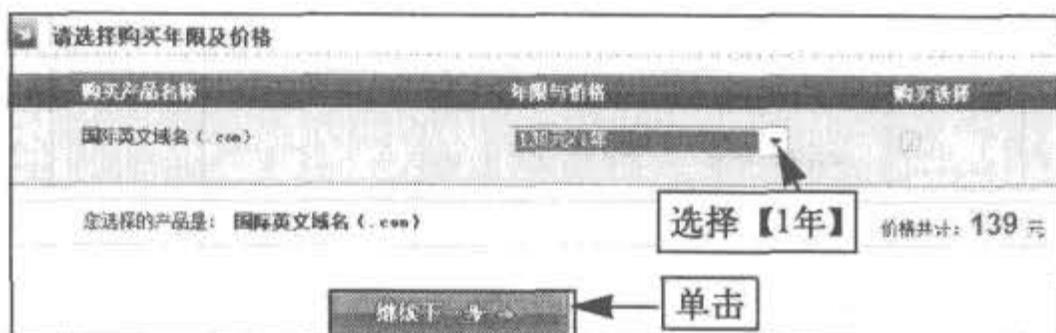


图9-4 产品购买页面

6) 选择好年限后单击【继续下一步】按钮，在填写信息页面主要有三大项需要我们来填写，分别为选择域名、域名信息以及域名DNS服务器。按个人真实的信息填写，如图9-5所示。



图9-5 填写域名注册信息

 **注意：【英文域名】**域名由各国文字的特定字符集、英文字母、数字及“-”（连字符或减号）任意组合而成，但开头及结尾均不能含有“-”。域名中字母不分大小写。域名最长可达67个字节（包括后缀.com、.net、.org等）。**【中文域名】**各级域名长度限制在26个合法字符（汉字、英文a~z、A~Z、数字0~9和-等均算一个字符），不能是纯英文或数字域名，应至少有一个汉字。“-”不能连续出现。

提示：选择域名解析服务器只有一项选择【使用万网默认DNS服务器】。

注意：填写域名信息时，务必填写真实、有效和完整的域名注册信息。

7) 填写完成后，勾选【我已阅读，理解并接受中国万网国际英文域名(.com)注册协议】选项，然后选择【继续下一步】按钮，在【确认信息】页面确认之前填写的信息是否正确，然后将【结算方式】选项选择为【自动结算】，单击【完成购买】即可，如图9-6所示。

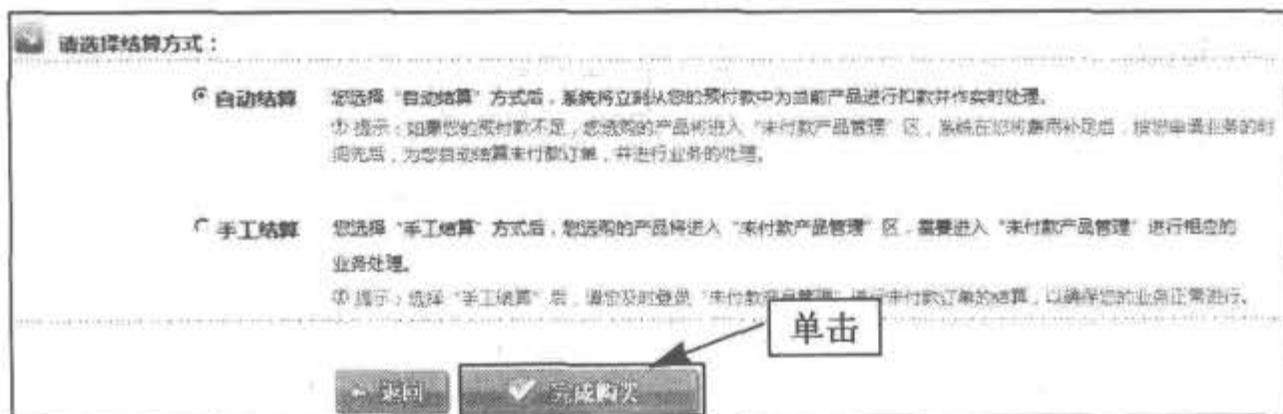


图9-6 选择结算方式

8) 完成上面的这些步骤，你的域名订单已经成功，还差最后一步支付。中国万网支持网上付款、银行电汇、到万网公司付款、上门收费以及支票付费。选择一种对你比较方便的方式来进行付款，之后你便拥有了这个域名的所有权。

9.3 管理域名

管理域名是一件相对简单的事情，可以通过域名管理实现一些常用的功能，如设置域名解析、修改DNS、打印域名证书等。

 **注意：**DNS是域名系统（Domain Name System）的缩写，它在互联网的作用是把域名转换成为网络可以识别的IP地址。



1) 进入万网的【会员中心】来对域名进行管理。在【会员中心】首页左侧的【域名管理】标签下单击【域名管理】按钮，如图9-7所示。



图9-7 会员中心的域名管理

2) 在右侧的【全部域名】中找到你需要管理的域名，单击最后一项【管理】按钮，进入【域名基本信息】页面，如图9-8所示。你可以修改域名解析、域名过户、域名密码等信息，也可将你的域名证书打印出来。

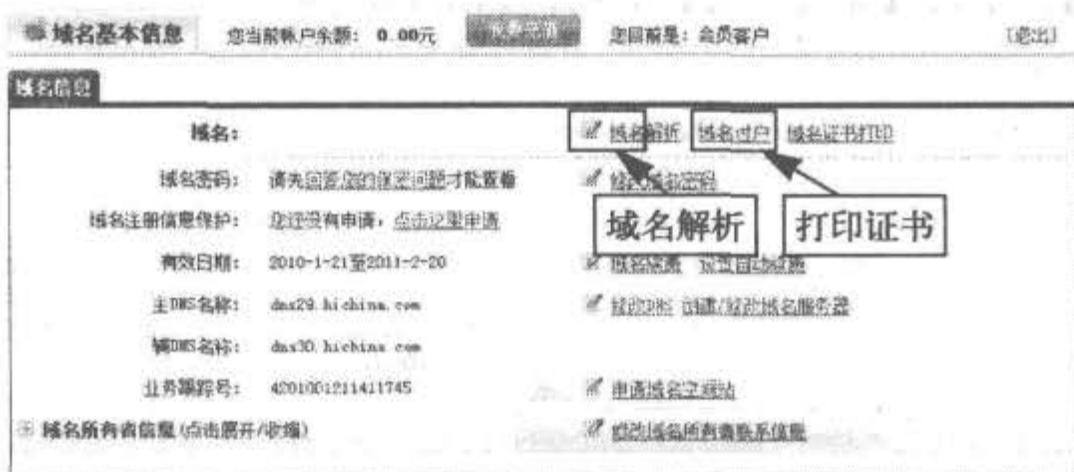


图9-8 域名基本信息页面

3) 单击页面中的【域名证书打印】按钮，可以查看域名的所有权，并打印域名证书，如图9-9所示。



注意：域名解析就是从域名到IP地址的转换过程。IP地址是网络上标识用户站点的数字地址，为了简单好记，采用域名来代替IP地址标识站点地址。域名的解析工作由DNS服务器完成。域名注册完成只说明你对这个域名拥有了使用权，如果不进行域名解析，那么这个域名就不能发挥它的作用。经过解析的域名可以用来作为电子邮箱的后缀，也可以用来作为网址访问自己的网站，因此域名投入使用的必备环节是“域名解析”。





图9-9 打印域名证书

9.4 选择和注册网站空间

在完成域名的注册后，还有一个重要的工作就是注册网站空间。网站空间的性能决定了网站运行的实际效果。

9.4.1 什么是网站空间

网站空间就是存放网站内容的空间。网站空间也称为虚拟主机空间，通常将已经做好的网站文件上传到这个空间当中，进行网站的发布。一般的个人或企业的网站都不会自己架设服务器，而是选择虚拟主机空间作为放置网站内容的网站空间。

9.4.2 网站空间的种类

网站空间种类主要是根据服务器的类型和性能来决定的。以中国万网为例，其网站空间分为以下4种。

- **虚拟主机**：是在网络服务器上划分出一定的磁盘空间供用户放置站点、应用组件等，提供必要的站点功能与数据存放、传输功能。一台服务器上的不同虚拟主机是各自独立的，并由用户自行管理。但一台服务器只能够支持一定数量的虚拟主机，当超过这个数量时，





用户将会感到网站性能急剧下降。

- 专享主机：利用先进的基于操作系统的虚拟化技术构建，将一台物理服务服务器分割为若干个虚拟的专享主机，每个专享主机都有自己专属的文件系统、内存、IP地址等，相当于一个独立的操作系统，用户可以自主控制，灵活配置，较虚拟主机有非常大的自由度。另外，专享主机还为用户提供专门的基于Web的管理工具，让用户拥有专业的品质和独立的享受。
- 独享主机：独享主机是租用服务器的一种形式，一般由有一定实力的网络服务商提供。包括放置服务器的机房、带宽和服务器硬件等。网络服务商提供网络监控服务、人工技术支持和代维服务。适用于大型的网站、网络服务器。
- 托管主机：是指将自己的服务器放在能够提供服务器托管业务的电信运营商的机房里，实现其与互联网连接，从而不需要用户自行申请专线连接到互联网。适用于大空间、大流量业务的网站服务，或者是有个性化需求、对安全性要求较高的客户。

9.4.3 选择网站空间

网站的全部内容制作完成之后，需要购买一个网站空间存放网站内容后才能发布。在购买网站空间前应注意以下几点：

- 网站空间服务商的专业水平和服务质量。这是选择网站空间的第一要素，在互联网上，提供网站空间的商家不计其数，他们的技术水平和专业知识也是参差不齐的，在选择网站空间时尽量选择可以提供7×24技术支持的服务商。如果选择了质量和服都都不太好的提供商，很可能在网站运营中遇到各种问题时难以得到及时的解决，这样就会严重影响网站的运行。
- 提供网络空间的大小、数据库的大小。根据网站程序占用的空间以及以后运营中可能会增长的空间来选择对应主机空间的大小，应留有足够的余量，以免由于网站空间不够，对网站造成不利影响。一般来讲，空间的大小和价格是成正比的，所以要从实际情况出发。同样，网站若需使用数据库，数据库的大小也是应该考虑的一部分。现在，许多空间服务商都会将数据库作为单独的数据库空间进行出售，所以数据库的大小也应该在计划范围之内。
- 网站空间的操作系统以及数据库等特殊功能是否支持。虚拟主机的



配置也是有多种多样的，如操作系统、数据库配置，这些都需要根据网站的功能来进行选择，如果可能，最好在网站开发之前了解一下虚拟主机的情况，以免在网站开发后找不到合适的主机。有一些网站空间只支持某种语言的网站程序，这些主要都是取决于空间提供商所使用的系统环境。同时也需要了解网站空间是否需要一些特殊的功能，如：伪静态、重定向页面、自定义404错误页面等。

 **提示：**在常见的动态语言网站中，ASP.NET一般在Windows系统环境中运行，PHP语言的网站一般在Linux系统环境中运行（在Windows中也可运行），JSP在Windows系统环境中运行比较多，Linux也对其支持。

- 网站空间的稳定性和速度。这些因素都影响网站的正常运作，需要有一定的了解，如果可能，在正式购买之前，先了解一下同一台服务器上其他网站的运行情况。有些网站空间服务商还会有限制网络流量的条款，这些都需要在购买网站空间时了解好。
- 网站空间的价格。现在提供网站空间服务的服务商很多，质量和价格也千差万别，价格同样有很大差异。一般来说，著名的大型服务商的虚拟主机产品价格要贵一些，而一些小型公司可能价格比较便宜，可根据网站的需要程度来决定选择哪种层次的虚拟主机提供商。若条件允许，在国外尽量选择万网、新网等比较大的服务商，使用他们的网站空间从服务和质量上都会得到保障。

9.4.4 申请网站空间

国内可供申请网站空间的服务商和域名提供商一样多如牛毛，因为一般提供域名的服务器都会同时提供网站空间，本小节以中国万网来作为实例，来说明如何申请网站空间。

同样，登录万网：www.net.cn，进入【会员中心】（已在本章的9.2节讲解过如何申请中国万网会员）。

1) 在【会员中心】页面上边的导航处选择【主机服务】下拉菜单，单击【虚拟主机】按钮，如图9-10所示。

2) 以购买【M3-HK型虚拟主机】为例。在【M3-HK型虚拟主机】下边单击【购买】按钮，如图9-11所示。



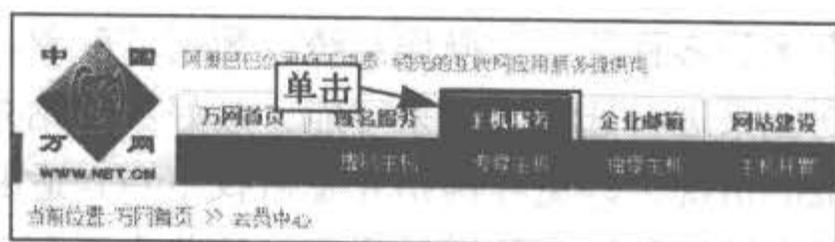


图9-10 选择主机服务



图9-11 选择虚拟主机

3) 在打开的【选择产品】页面中，选择好年限与价格后单击【继续下一步】按钮，如图9-12所示。

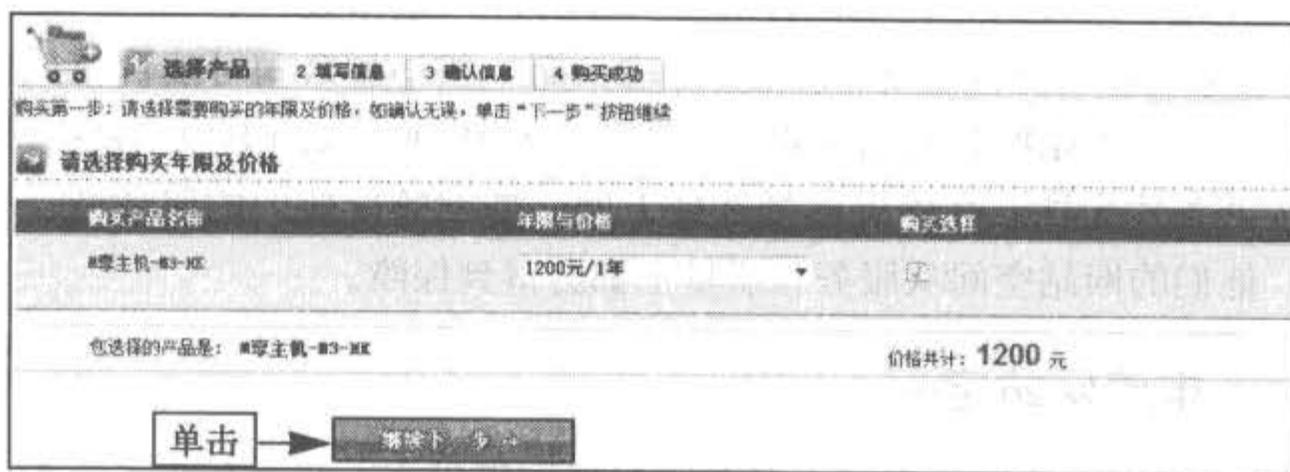


图9-12 选择产品

4) 进入【填写信息】页面，把相关的信息填写好。【主机域名】下显示之前在万网申请过的域名，在下拉菜单中将其选中即可，若无，则自行填写域名信息，如图9-13所示。

注意：M3-HK的主机在万网上的显示是只Windows 2003的操作系统，若你有类似于PHP的程序语言，请核实是否使用Windows 2003的操作系统。

5) 【继续下一步】按钮后，确认之前填写的信息无误后，勾选下边的



【自动结算】或【手动结算】，选择【完成购买】按钮即完成了对网站空间的购买，如图9-14所示。

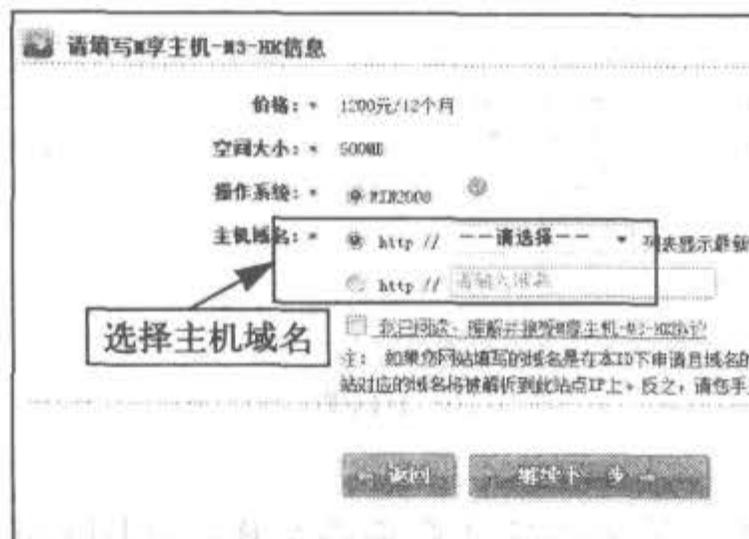


图9-13 填写相关信息

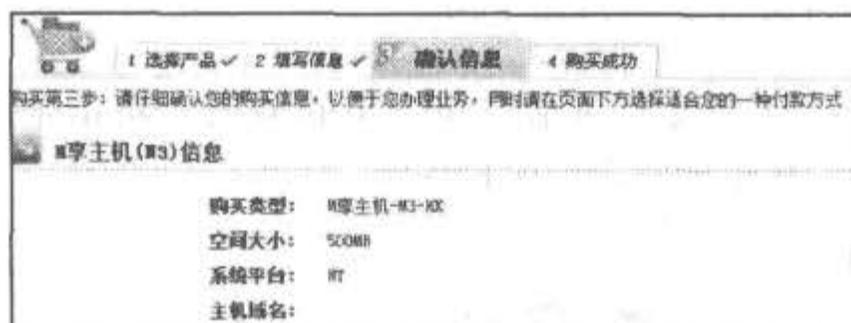


图9-14 确认信息

9.4.5 管理网站空间

申请好网站空间后，同域名一样，我们可以在后台对其进行管理。

在管理后台首页，可以看到管理的运行状态、上传账号、绑定域名以及默认首页等信息。下面我们对它们的功能逐一说明。

- **运行状态：**可以查看网站空间当前的运行状态，包括Web状态、FTP状态以及空间使用情况，如图9-15所示。可以手动控制网站空间的运行状态。

产品名称:	高考型主机200M
主机空间:	200 M 查看空间使用情况
WEB 状态:	启动 WEB 暂停 WEB (当前WEB 已经 启动)
FTP 状态:	启动 FTP 暂停 FTP (当前FTP 已经 启动)
备案编号:	京ICP备09020000号
购买日期:	2009-10-2 17:26:11
到期日期:	2010-10-2 17:26:10

图9-15 网站空间运行状态



- 上传账号：可以在此处查看网站空间使用的FTP服务器、用户名以及密码信息，也可以在此处修改FTP密码，如图9-16所示。

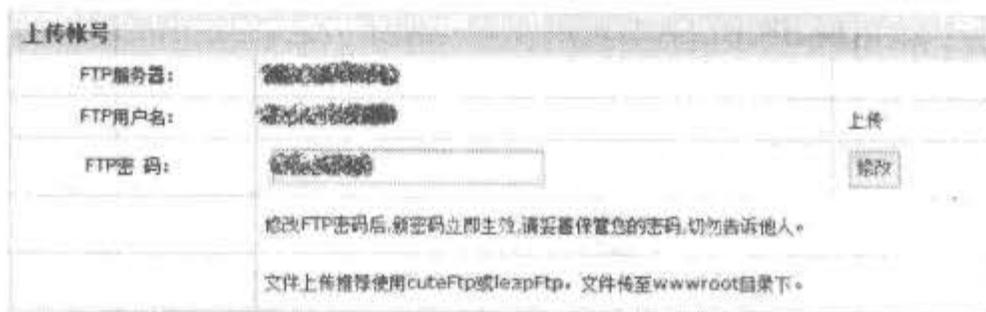


图9-16 FTP账号信息

提示：一般的网站空间提供商都不允许修改FTP用户名，因为，在你申请填写FTP账号信息时，空间提供商的系统就会自动为你创建以FTP用户名为文件夹的网站空间。

- 绑定域名：可以设置网站空间使用的域名，将指定的网站空间的域名信息填写在此处，如图9-17所示。

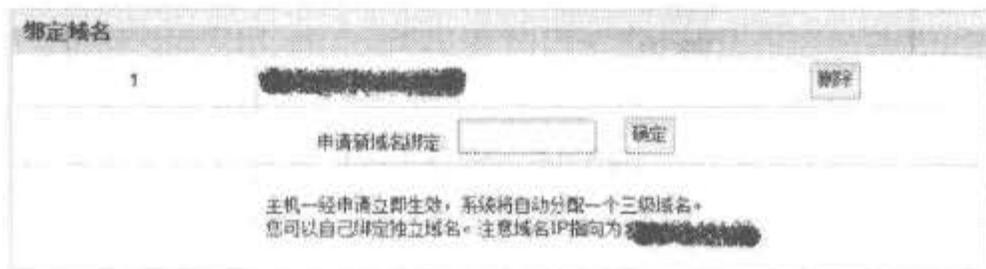


图9-17 绑定域名页面

- 默认首页：可以在此处设置默认首页，里边还会有一些选项，如图9-18所示。

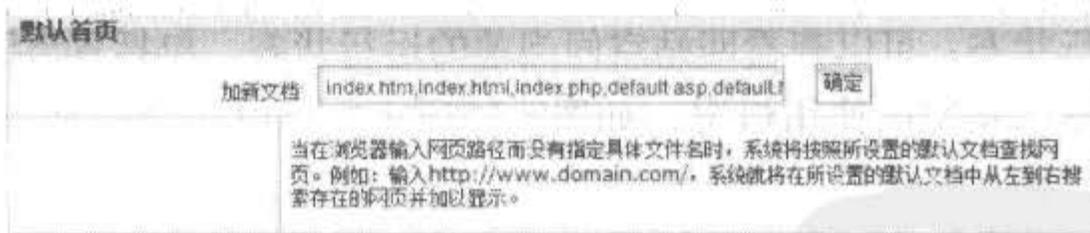


图9-18 设置默认首页

注意：默认首页即默认文档，是指在访问一个文件目录的时候自动定位的一个文件。比如主机空间内有许多不同名字的文件，但是希望在输入网址www.abc.com的时候，默认访问其中一个叫做index.htm的文件，那么就需要将默认首页设置为Index.htm。



除此之外，还可以在【高级设置】里选择其他的高级操作，这些功能都可以有选择地使用，如图9-19所示。



图9-19 域名高级设置

总体来讲，网站空间的选择性很大，可以在国内众多的服务提供商处选择一款符合自己需求的网站空间。只要根据实际情况，从实际需求的角度出发，就会找到合适的一款。

9.5 网站的上传

上传网站的工具很多，最方便的方式就是利用FTP软件。专业的FTP软件通常都具有支持断点续传，下载或上传整个目录而不会因闲置过久被站点踢出、上传或下载队列、本地和远程目录比较、修改文件属性、显示隐含文件等功能。这样的软件有很多，最常用的有CuteFTP、LeapFTP、FlashFXP等。

9.5.1 通过浏览器上传网站

网站的上传通常指的是使用FTP方式，将本地的文件同步到远程计算机上面，这个同步的过程即为上传。需要进行远程文件传输的计算机必须



安装和运行FTP客户端程序。在Windows操作系统的安装过程中，通常都安装了TCP/IP协议软件，其中就包含了FTP客户端程序。

 **注意：**FTP 是File Transfer Protocol（文件传输协议）的英文简称，用于在互联网上控制文件的双向传输。用户可以通过它把自己的PC机与世界各地所有运行FTP协议的服务器相连，访问服务器上的大量程序和信息。

本书以Windows XP下的FTP上传为例，来讲解如何通过IE浏览器实现网站的上传。

1) 打开IE浏览器，输入ftp://192.168.2.100。在弹出的【登录身份】对话框中输入用户名和密码，如图9-20所示。

 **注意：**IP：192.168.2.100是假设的一个远程计算机，即上传的目标服务器。

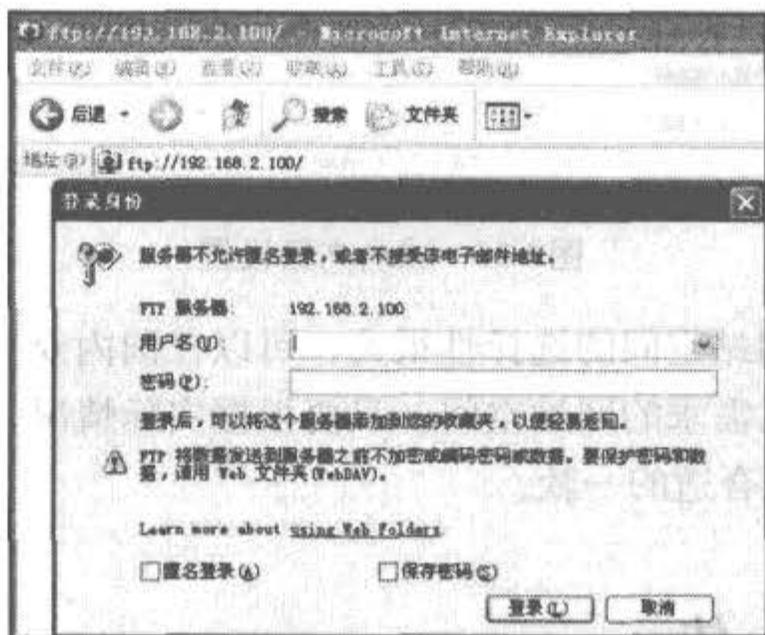


图9-20 登录FTP服务器

2) 单击【登录】按钮，登录后的FTP和本地的资源管理器相同，如图9-21所示。可以在FTP服务器中复制、粘贴、新建以及删除文件夹或文件等。

在远程FTP服务器窗口的右下角，可以查看当前登录到远程FTP服务器的用户名和连接状态。可以使用复制、粘贴的方式将本地的网站程序上传到FTP服务器中，也可以直接将本地的网站程序拖拽到远程FTP服务器的资源管理器中。



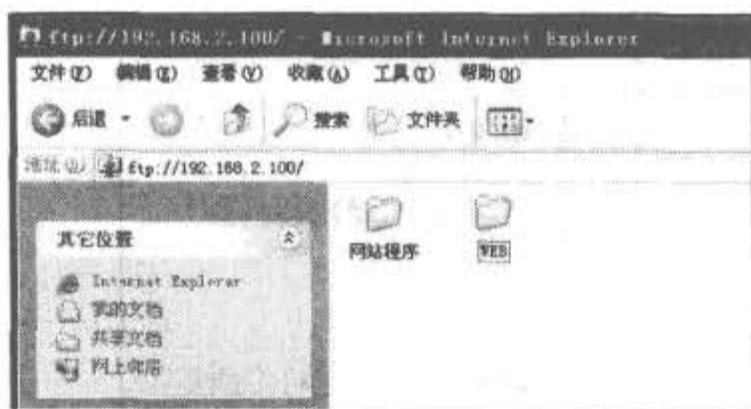


图9-21 成功登录FTP服务器

 **提示：**若打开FTP出现无法显示网页的情况，请打开【Internet】选项中【高级】标签，检查【设置】选项下的【为FTP站点启用文件夹视图】是否勾选。若没有勾选，将其勾选即可解决此问题。

通过浏览器上传网站程序是一种简单的上传方式。但是，它的缺点也是很明显的，即无法断点续传、容易掉线以及在IE中暴露密码。所以推荐使用相关的FTP工具上传网站程序。

9.5.2 使用CuteFTP软件上传网站

CuteFTP Pro是一个全新的商业级FTP客户端程序，它拥有友好的用户界面和稳定的传输速度。其加强的文件传输系统能够完全满足今天的商家们的应用需求。CuteFTP Pro还提供了Sophisticated Scripting、目录同步、自动编程、同时多站点连接、多协议支持（FTP、SFTP、HTTP、HTTPS）、智能覆盖、整合的HTML编辑器等功能特点，以及更加快速的文件传输系统。

1) 运行桌面CuteFTP软件，在首次打开程序界面时会有【每日小秘诀】的提示窗口，如图9-22所示。可以浏览一些有关CuteFTP软件的小技巧，也可以去除【启动时显示提示】的复选框的选项，这样程序在下一次运行时不会再有提示。若需要更改此选项，可在CuteFTP程序界面的工具栏单击【帮助】菜单，在下拉菜单中选择【每日小秘诀】，如图9-23所示。

2) 在程序界面的工具栏单击【文件】→【新建】→【FTP站点】，如图9-24所示。



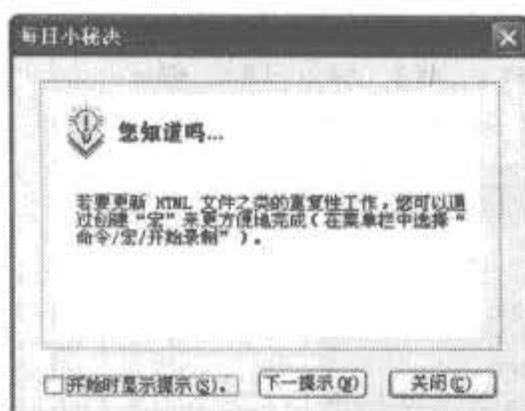


图9-22 每日小秘诀

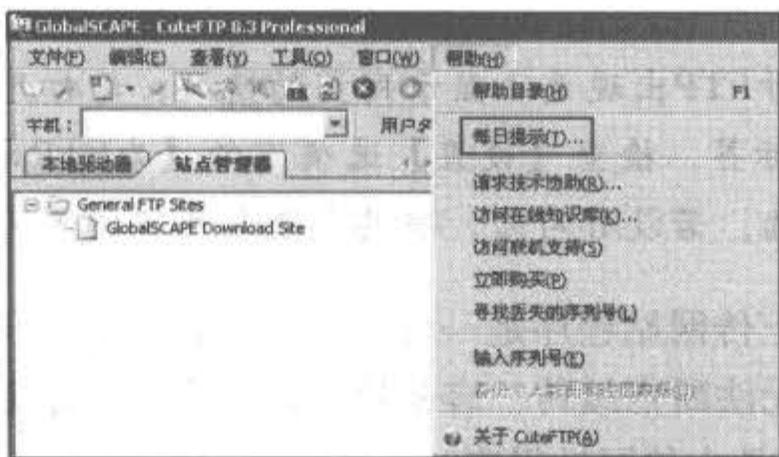


图9-23 设置每日提示



图9-24 新建FTP站点

3) 打开【站点属性】界面，如图9-25所示。以下是【常规】标签下需要填写选项的说明。

- 标签：在标签下的文本框处填写显示的标题。
- 主机地址：远程计算机地址，即FTP服务器地址。
- 用户名：FTP服务器用户。
- 密码：FTP服务器用户所对应的密码。
- 注释：对站点服务器的注释说明。



在站点属性界面里，可以根据实际需要设置类型、动作、选项等标签内的选项，如默认类型、端口、服务器类型以及密码保护等。

4) 站点属性设置完成后，单击【确定】按钮即完成对FTP站点的设置。设置完成后还可以通过在【站点管理器】中右键单击相关的站点，在下拉菜单中单击【属性】进行更改，如图9-26所示。



图9-25 更改站点属性



图9-26 站点管理器

5) 建立FTP站点后，在左侧的【站点管理器】中双击FTP站点，连接完成后出现远程FTP站点管理界面，如图9-27所示。



图9-27 远程FTP站点管理

6) 在左侧的【本地驱动器】中选择需要上传的网站文件，拖动到右侧的FTP站点中即完成上传，如图9-28所示。

在右侧的状态栏下面的面板中可以查看到当前FTP站点的状态和命令，在下面的【队列窗口】中可以查看当前上传文件和队列，如图9-29所示。

通过以上步骤，即完成了网站程序的上传工作。





图9-28 上传网站程序到FTP服务器



图9-29 上传队列窗口

9.5.3 使用FlashFXP软件上传网站

FlashFXP 是一个功能强大的 FXP/FTP 软件，融合了其他一些优秀 FTP 软件的优点：支持文件夹（带子文件夹）的文件传送、删除；支持上传、下载及第三方文件续传；可以跳过指定的文件类型，只传送需要的文件；可以自定义不同文件类型的显示颜色；可以缓存远端文件夹列表，支持FTP代理及 Socks代理；具有避免空闲功能，防止被站点踢出；可以显示或隐藏具有“隐藏”属性的文件和文件夹；支持每个站点使用被动模式等。

1) 运行FlashFXP软件。FlashFXP的用户界面比较简单，图9-30显示的是FlashFXP的区域功能。

2) 在程序界面左上角的工具栏处单击【站点】菜单，如图9-31所示。在下拉菜单中选择【站点管理器】。用户也可以使用快捷键F4。

3) 在【站点管理器】中，单击界面左下角的【新建站点】按钮，在弹出的【创建新的站点】对话框中输入自定义的站点名称，单击【确定】按钮后对站点进行设置，如图9-32所示。其中的远程路径和本地路径可选



择性填写，其他选择按实际填写即可。填写完成后，单击【应用】按钮以保存所填写的内容，然后单击【连接】按钮。

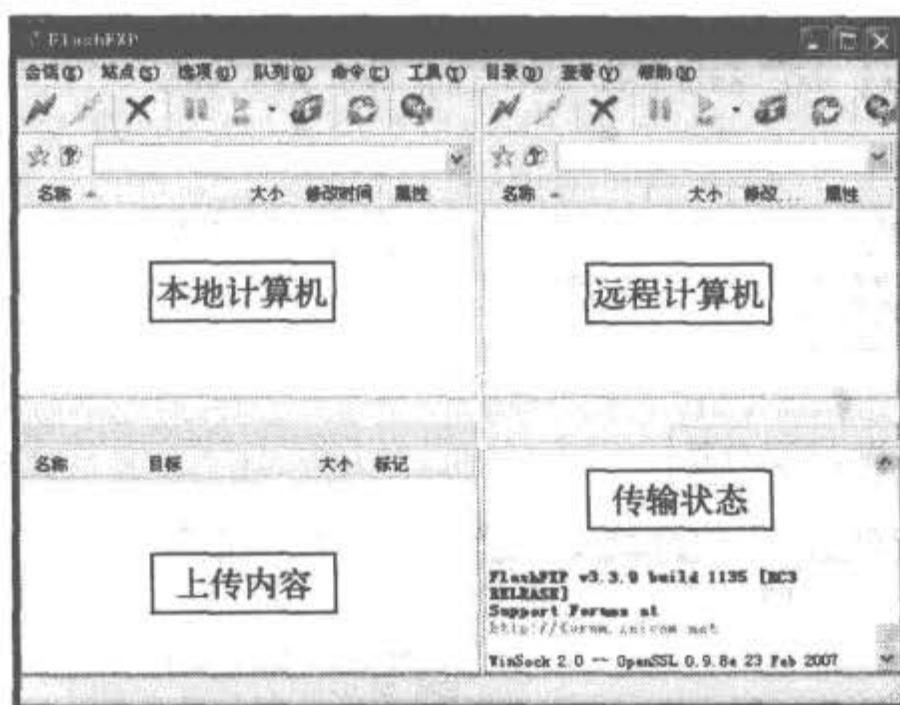


图9-30 FlashFXP区域功能

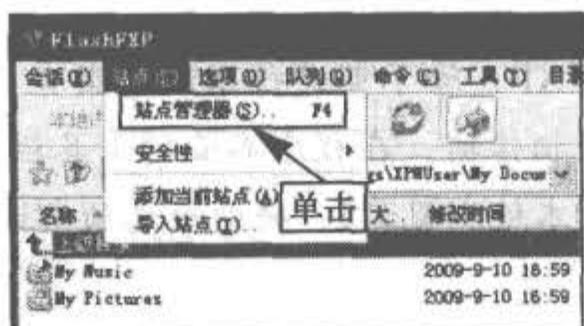


图9-31 进入【站点管理器】



图9-32 FTP站点设置

4) 连接完成后进入远程的FTP站点中，右下角的连接状态会显示连接



完成。将左侧本地的网站程序拖动到右侧的远程服务器站点中，即完成了网站的上传，如图9-33所示。

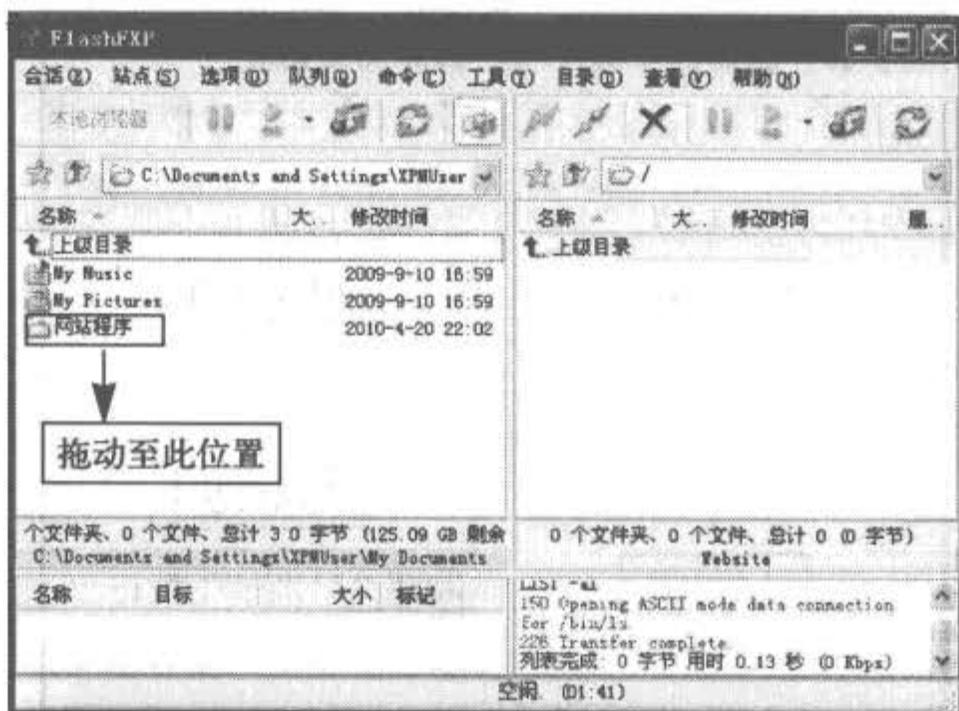


图9-33 上传网站程序

 **注意：**使用FlashFXP，除了可进行本地与服务器之间的传输，还可以实现站点之间的互相传输。在程序界面的工具栏中单击【切换到FTP浏览器】或【切换到本地浏览器】，将两个选项都选择为FTP浏览器即可。

9.5.4 使用LeapFTP软件上传网站

LeapFTP是功能强大、可媲美Bullet Proof FTP的FTP软件。它有跟Netscape相仿的书签形式，连线更加方便。下载与上传文件支持续传。可下载或上传整个目录，亦可直接删除整个目录。可让你编排顺序一次下载或上传同一站点中不同目录下的文件。浏览网页时，若在文件连接上按鼠标右键选【复制捷径】便会自动下载该文件。具有不会因闲置过久而被站点踢出的功能。可直接编辑远端Server上的文件。可设定文件传送完毕自动中断Modem连接。

1) 运行LeapFTP程序，在程序界面左上角的工具栏处单击【站点】，在下拉菜单中选择【站点管理器】或使用快捷键F4，如图9-34所示。

2) 在站点管理器中，单击【添加站点】，在弹出的添加站点对话框中输入自定义的站点名称，单击【确定】，然后填写有关FTP服务器的相关信息，如图9-35所示。然后单击【应用】→【连接】。



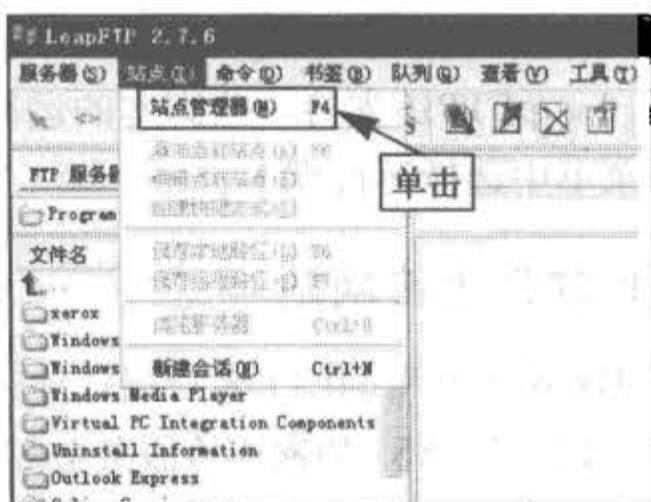


图9-34 进入站点管理器

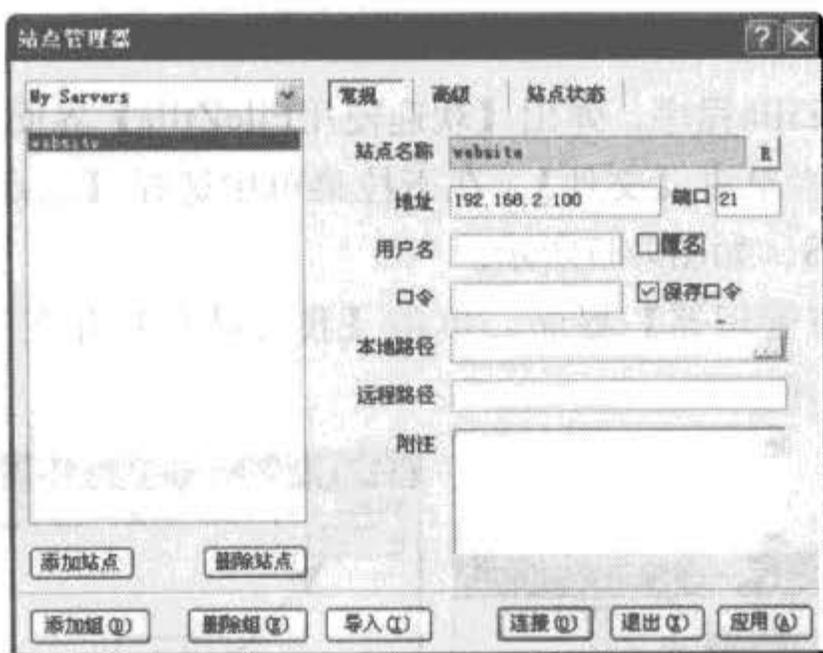


图9-35 填写FTP服务器信息

3) 连接到FTP服务器后，将左侧的本地网站程序拖动到右侧的FTP服务器中，如图9-36所示。

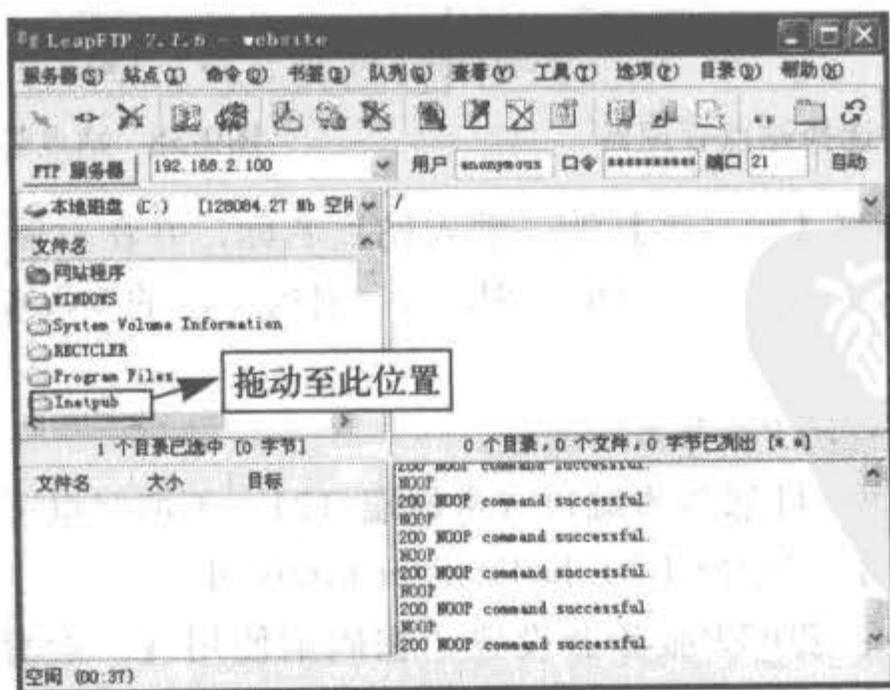


图9-36 上传网站程序

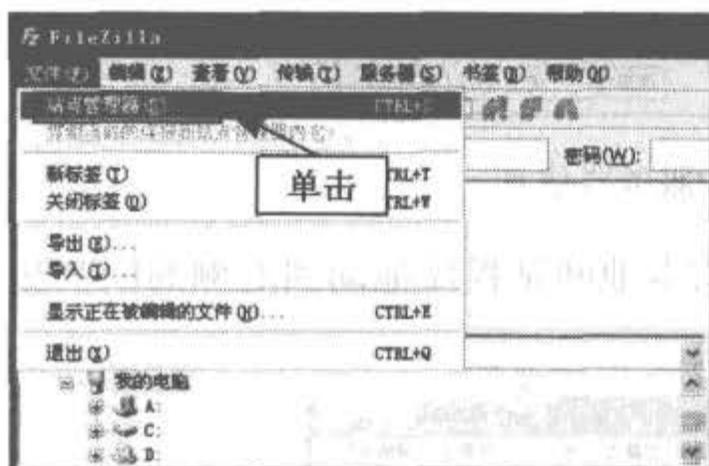
在上传的过程中，左下方面板的窗口中将显示队列，右下角面板的窗口中显示连接状态。LeapFTP还支持一些脚本的运行，可以在工具栏中单击【脚本】，在下拉菜单中选择运行脚本。

9.5.5 使用FileZilla软件上传网站

FileZilla 是一个快速并且易用的FTP客户端软件，站点管理器、拖放操作、传输队列、代理服务器、SSL加密连接服务器等常规功能一应俱全，还支持IPv6协议以及同时传输多个文件。FileZilla分为客户端版本和服务端版本，具备所有的FTP软件功能。在Windows、Linux、MacOS X下均有对应的版本。

1) 运行FileZilla程序，弹出【欢迎使用FileZilla】界面，单击【确定】。在程序界面工具栏单击【文件】，在下拉菜单中选择【站点管理器】，或者使用快捷键Ctrl+S，如图9-37所示。

2) 在【站点管理器】界面，单击【我的站点】并在下方选择【新站点】，如图9-38所示。



如图9-37 选择站点管理器

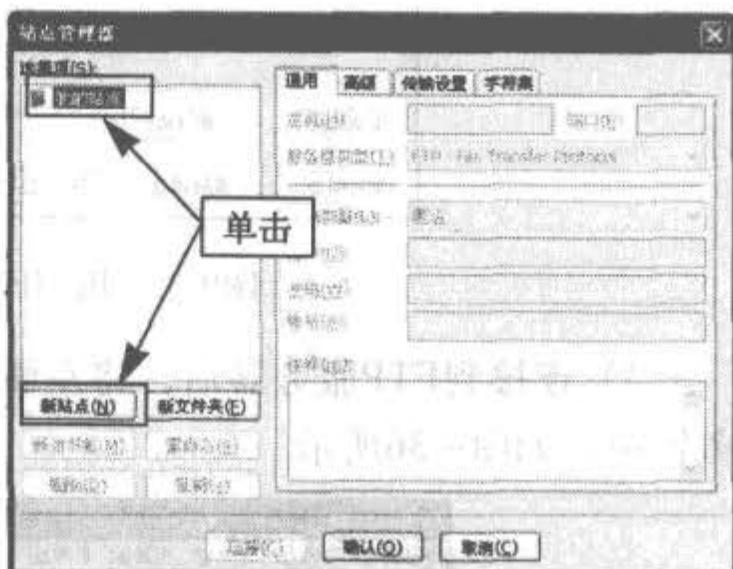


图9-38 站点管理器

3) 在左侧的【新站点】处，输入站点名称，并在右侧的【通用】标签中按如下说明来填写，如图9-39所示。根据自己的实际情况填写好后，单击【确定】。

- 主机：远程FTP服务器IP地址。
- 端口：远程FTP服务器端口（常规端口21，不填写也可）。
- 服务器类型：选择FTP-File Transfer Protocol。
- 登录类型：若FTP服务器设置了密码则使用【一般登录类型】，若FTP服务没有设置密码则使用【匿名登录类型】。



- 用户：FTP服务器登录的用户名。
- 密码：FTP服务器用户名对应密码。
- 账号：填写账号。
- 注释：填写有关此FTP服务器连接的注释。

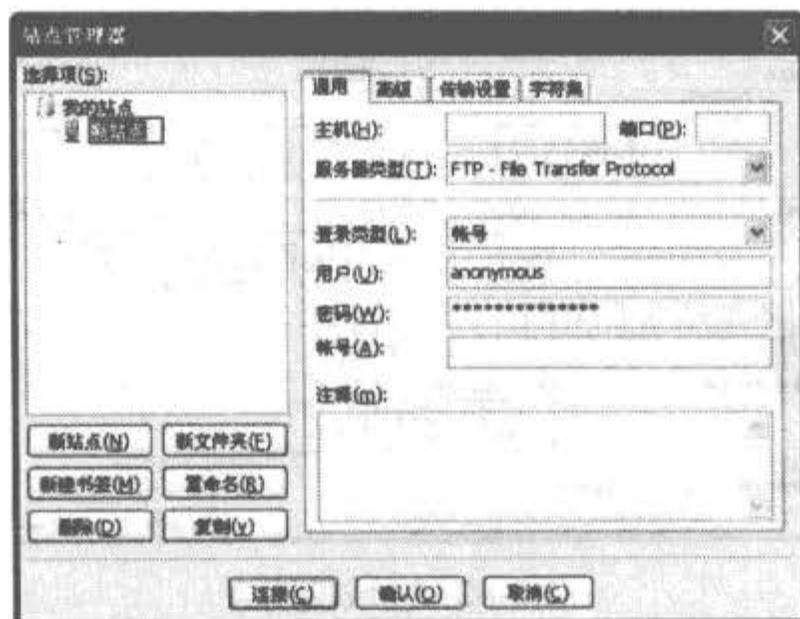


图9-39 配置新站点

4) 连接FTP服务器。单击程序界面【管理服务器】右侧向下的小箭头，选择已创建的FTP站点，如图9-40所示。

 **提示：**连接FTP服务器，也可以在【文件】→【站点管理器】界面选择相应的FTP站点后，单击【连接】。

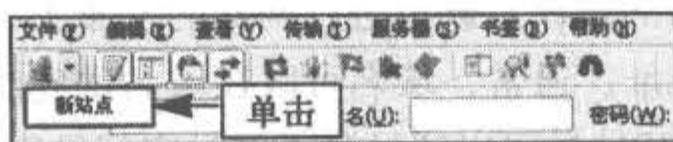


图9-40 连接FTP服务器

5) 成功连接FTP服务器后，将左侧【本地站点】中的网站程序拖动到右侧的【远程站点】中，即完成了网站程序的上传，如图9-41所示。

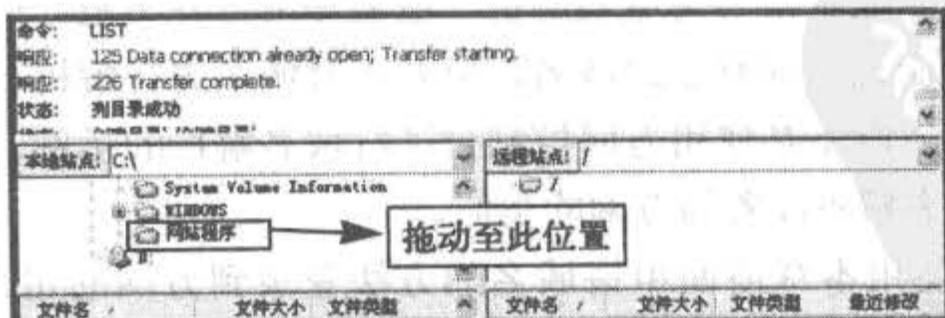


图9-41 上传网站程序

6) 若需要对FileZilla程序其他区域的功能和状态有所了解，见图9-42



给出的各区域详细的说明。



图9-42 区域说明

通过以上步骤后，就可以使用FileZilla来上传网站程序了。使用FileZilla还可以实现配置速度限制、文件过滤、管理书签以及搜索远程文件等功能。

9.6 网站的发布

在完成本节之前的操作后就可进行网站的发布了，发布网站需要两个信息：域名和空间地址。通常，域名可以在域名供应商提供的后台控制面板进行配置，空间的IP地址可以通过联系网站空间供应商获得。

将网站发布出去需要将域名解析到网站空间。本节通过万网的后台示例来讲解如何进行域名解析。

在域名注册商那里注册了域名之后，需要对域名进行解析才可以看到网站的内容，专业术语名为域名解析。域名和网址并不是一回事，域名注册好之后，只能说明拥有了此域名，但若不对域名进行解析，它就不能发挥应有的作用。以下是使用万网控制台进行域名解析的示例，其他域名提供商提供的域名解析配置与万网的类似。

1) 首先使用本章前面申请域名的方法登录到万网的用户控制面板，然后在左侧的会员中心中单击【域名管理】，进入【域名信息】界面，如图9-43所示。





图9-43 域名信息界面

2) 在【域名信息】页面单击【域名解析】进入相关的页面。在【便捷主机域名解析】选项中输入主机服务器的IP地址（即网站空间地址），然后单击【新增】按钮，如图9-44所示。

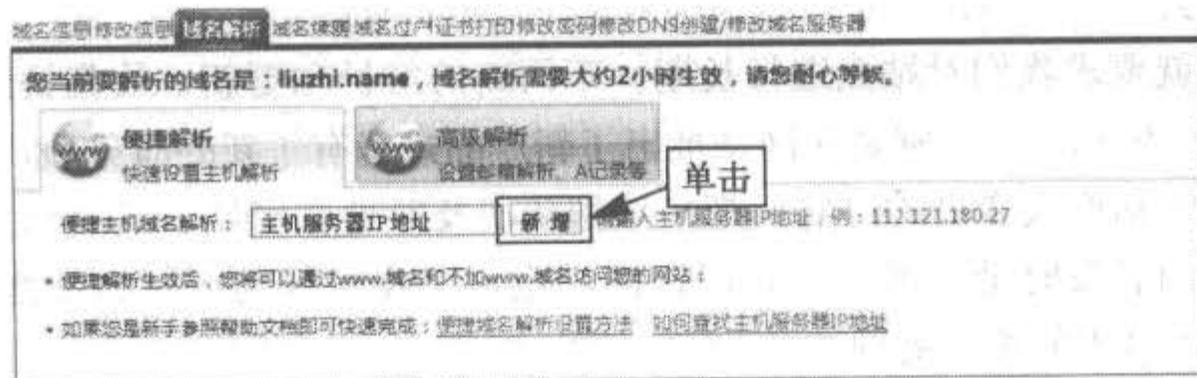


图9-44 域名解析

3) 可以在【域名解析记录】中查看添加的信息，如图9-45所示。

RR	类型	优先级	值	操作
liuzhi.name	NS	--	dns7.hichina.com	--
liuzhi.name	NS	--	dns8.hichina.com	--
liuzhi.name	A	--	206.217.209.168	修改 删除
www.liuzhi.name	A	--	206.217.209.168	修改 删除

图9-45 域名解析记录

域名解析通常在2个小时以内生效，具体要参考每个地区的DNS刷新速度。经过上面的这些操作后，就可以使用域名直接访问搭建好的网站了。



网站的评价与后期维护

一个好的网站，不仅仅是一次性制作完美就可以，由于互联网的发展状况在不断地变化，网站的内容也需要随之调整，经常给人新鲜的感觉，网站才会更加吸引访问者，给访问者留下良好的印象。

这就要求我们对站点进行长期、不间断的维护和更新，收集访问者对网站的评价信息。特别是在网站推出了新产品或者有了新的服务项目内容、有了大的动作或变更的时候，都应该把状况及时地在网站上反映出来，以便让访问者及时地了解详细状况，网站也可以及时得到相应的反馈信息，以便做出合理的相应处理。

内容导航

- 网站的使用情况
- 网站内容的更新与维护
- 网络安全防范

10.1 网站的使用情况

在网站运营过程中，管理员应该对网站的使用情况有很清晰的了解，要时刻对搜索引擎的排名、网站的流量以及网站的反馈信息进行关注，这样才能保证网站在良性的条件下发展。

10.1.1 网站的搜索排名

在搜索引擎中检索信息都是通过输入关键词来实现的，网站的搜索排名也是指通过搜索关键词来查看排名。正因如此，网站关键词的选择非常重要。它是整个网站登录过程中最基本，也是最重要的一步，是我们进行网页优化的基础，如何强调其重要性都不过分。所以，在对网站进行优化前应根据网站内容，为网站选择一个恰当的关键字。

影响搜索引擎排名的因素有许多，但是只要掌握了一些基础的知识，在网站的后期优化中少犯错误，网站慢慢就会有好的排名。以下列举出来一些可以提高搜索排名的途径：

(1) 网站关键字

网站的Title出现关键词，网站的内容页面也要出现关键词，首页的图片页面Alt属性中也尽量含有网站的关键字，站内的部分锚点链接最好也含有关键字。但切记，关键字不是越多越好，首页的关键字占整个网站的2%~3%即可。

(2) 导入关键字链接

从权重比较高、内容相似的网站上导入关键字的锚点链接，这一点很容易被人理解，搜索引擎抓取其他网站页面时，会发现某个关键字的链接是指向我们网站的。对于搜索引擎来讲，这条链接起到了说明作用，说明我们网站和某个关键字是有关联的。

(3) 写带有网站链接的软文

通过写软文来提高网站排名的方法不可小视，它的道理和做友情链接是大同小异的。通过发布软文，搜索引擎抓取软文页面，发现导入我们网站的关键字链接，同样会起到说明的作用。

10.1.2 网站的流量统计与分析

网站流量统计是一种可以准确分析访客来源的辅助工具，便于网站管理者根据访客的需求增加或者修改网站的相关内容，便于更好地提升网站转换率，提高网站流量。

网站流量统计可以实现以下的功能：

- 精确统计访客的具体来源地区和IP地址。
- 精确统计目前网站在线多少人，具体访问了哪些页面。
- 精确统计访客是通过哪些页面搜索关键词，访客浏览的是哪些页面。
- 精确统计访客的操作系统是什么，分辨率是多少。
- 精确统计访客的浏览器是什么版本，是IE6、IE7、Chrome还是火狐。
- 精确统计网站粘贴率、回头率是多少，浏览多少页面。
- 精确统计网站的分时统计、分日统计、分月统计、实时统计、在线访问哪个页面。

获取网站访问统计资料通常有两种方法，一种是通过在自己的网站服务器端安装统计分析软件来进行网站流量监测，另一种是采用第三方提供



的网站流量分析服务。

实现网站统计最简单的方式是通过第三方提供的网站流量分析服务。目前有许多网站提供流量统计的服务，如百度统计、站长统计、我要啦统计以及量子恒道统计等。本节以量子恒道统计为例来讲解如何实现网站流量统计。

1) 登录量子恒道统计<http://www.linezing.com/>，并注册一个用户。注册成功后，页面中会有【添加网站】的提示，选择添加网站并填写网站的相关信息，之后会得到统计代码，将统计代码复制到想要统计的HTML网页代码中，就可以对网站进行流量统计了。

2) 开始统计后，量子恒道统计的用户在控制面板页面中可以看到网站的大致情况，如PV、UV以及IP等。单击【详细数据】可以查看网站流量的详细数据。

3) 详细数据的分类统计多达十多项，如最近访客、时段分析、每日分析、关键词分析以及综合报告等，如图10-1所示。

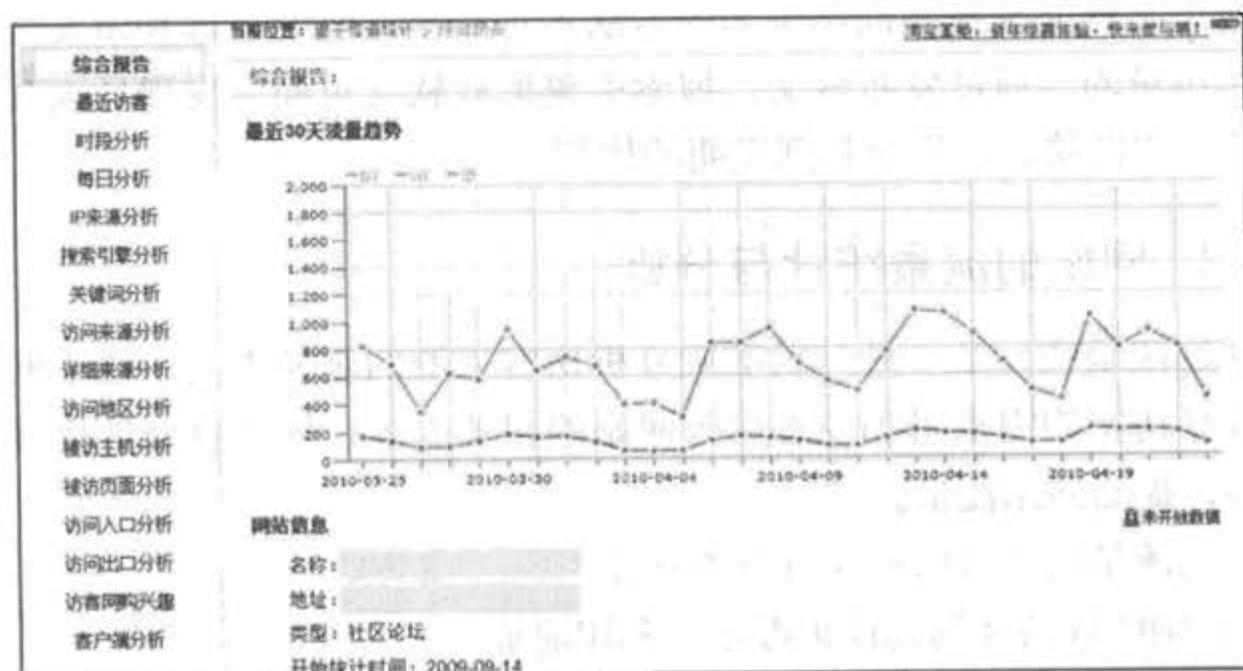
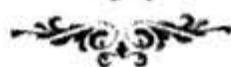


图10-1 量子恒道统计详细数据

综上所述，流量统计在网站的运行中起到了举足轻重的作用，更是优化网站必备的工具之一。使用网站流量统计对网站会有以下几点作用：

- 及时掌握网站推广的效果，减少盲目性，以便准确地对网站做出调整。
- 分析各种网络营销手段的效果，为制定和修正网络营销策略提供依据。
- 了解用户访问网站的行为，为更好地满足用户需求提供支持。
- 帮助了解网站的访问情况，提前应对系统和数据库负荷问题。



- 根据监测到的客户端访问信息来优化网站设计和功能。
- 通过网站访问数据分析进行网络营销诊断，对各项网站推广活动进行效果分析、网站优化状况诊断等。

网站流量分析是指在获得网站访问量基本数据的情况下，对有关数据进行统计和分析，从中发现用户访问网站的规律，并将这些规律与网络营销策略等相结合，从而发现目前网络营销活动中可能存在的问题，为进一步修正或重新制定网络营销策略提供依据。当然这样的定义是站在网络营销管理的角度来考虑的，如果出于其他方面的目的，对网站流量分析还会有其他相应的解释。

网站访问统计分析的基础是获取网站流量的基本数据，这些数据大致可以分为3类，每类包含若干数量的统计指标。

(1) 网站流量指标

网站流量统计指标常用来对网站效果进行评价，主要指标包括：

- 独立访问者数量 (Unique Visitors)
- 重复访问者数量 (Repeat Visitors)
- 页面浏览数 (Page Views)
- 每个访问者的页面浏览数 (Page Views Per User)

另外还有某些具体文件、页面的统计指标，如页面显示次数、文件下载次数等。

(2) 用户行为指标

用户行为指标主要反映用户是怎么来到网站的、在网站上停留了多长时间以及访问了哪些页面等，主要的统计指标包括：

- 用户在网站的停留时间
- 用户所使用的搜索引擎及其关键
- 用户来源网站（也叫“引导网站”）
- 在不同时段的用户访问量情况等

(3) 用户浏览网站的方式

用户浏览网站的方式是指用户通过哪种工具、浏览器来访问网站，用户浏览网站的方式相关统计指标主要包括：

- 用户上网设备类型
- 用户浏览器的名称和版本
- 访问者电脑分辨率显示模式
- 用户所使用的操作系统名称和版本



- 用户所在地理区域分布状况

通过对网站的流量统计和分析，可以更加有效地了解访客需要什么样的信息，从而对网站做出正确的调整，使网站的价值得到提升。

10.1.3 网站浏览者的反馈信息

要想得到浏览者的反馈信息，不是仅仅通过网站的流量统计和分析就可以得到的，这是一种被动的方式，得到的只是数据。所以还应该通过其他的途径得到反馈信息。如：在网站某处建立用户反馈信息表、定期地给用户发送反馈信息邮件以及通过即时通信工具和用户交流来了解他们对网站的意见。

10.2 网站内容的更新与维护

网站内容的更新与维护是网站优化中非常重要的工作内容，不仅仅要保证访客可以浏览到网站的最新信息，还要保证搜索引擎随时会抓取到网站中新鲜的页面内容。

网站内容更新应充分考虑到以下几点：

(1) 使用管理程序来更新网站

更新一个网站的工作量是根据网站大小来衡量的。一些内容少且功能少的网站，可以使用一些网页设计软件的模板功能来更新网站，若是内容多且网站功能多的大网站就需要一个可以方便管理的网站管理程序来对网站进行更新，从而大大减少工作量。然而，这些工作也需要在建立网站前考虑好。

(2) 网站内容的原创性

应保证网站内容的原创性，如果做不到原创也要尽量伪原创，这么做的目的有两点：一是使用新鲜、原创的网站内容来吸引访客；二是因为网络上重复的内容太多，保持网站的原创内容将更加有利于搜索引擎的收录和排名的提高。同时更新的网站内容也要与网站的主题有关联。

(3) 有规律地更新网站

要根据网站的实际情况有规律地更新网站，尽量保持一个固定的更新周期。这样，无论从用户体验还是搜索引擎收录方面都是有利的。

(4) 网站的更新深度

更新深度指的是对网站子目录的更新，即更新时不应只更新网站的首页，还应该更深层次地对网站的子目录做相应的更新。当然，实现对网站



的深度更新就会花费很大的工作量。网站保持一个平衡的更新频率可以使网站长期稳定发展，更新的深度是要给那些存在时间长且重要性依旧很高的页面添加新鲜的“血液”。

除了平时对网站的更新，网站维护也是个艰巨的工作。当网站变得十分庞大时，将会存有不计其数的图片、网页文件以及数据库文件等。如果它们有一个丢失或链接失效都会引起网页错误，甚至是网站无法打开。所以一定要保证整个网站的健康和数据文件的完整。

为了使网站健康良好地运行，在新建网站之前，应该在网站设计软件中建设一个本地网站，也就是本地电脑上的网站副本。这样，经过对网站的不断更正和调试后，能有效减少网站错误。另外还要时常检查网站的链接是否有误，现在大多的网站设计软件都有这个功能，可以合理地应用。

另外，在网站的文件部署时，还应该科学地存放不同类型的文件。例如将网站中的网页、图片以及数据文件都分别存在不同的文件夹里。在以后网站的运营中，网站的内容和文件会越来越多，我们甚至需要为每一个栏目建立一个文件夹，例如将有关音乐栏目的文件放在一个“Music”文件夹里，将有关图片栏目的文件放在一个“Picture”文件夹里，这样会在以后对网站的维护工作中减少许多不必要的麻烦。

10.3 网站安全防范

黑客攻击是对网站安全的最大挑战。虽然网站服务器管理人员都采取了多种防范措施，使自己的网站更加安全，但是现在许多黑客依然可以突破安全防范措施，攻入Web网站的内部窃取信息。而造成这个结果的原因往往是因为管理人员没有正确认识各种安全防范措施的功能特点，对自己Web网站的安全做出了错误的评估。

10.3.1 Web攻击的主要手段

目前Web技术在客户和服务端的广泛利用，导致黑客们越来越倾向于使用各种攻击手法来针对Web应用进行攻击，即绕过了防火墙等常规防护手段，也使得攻击手段更加简便和多样化，令人防不胜防。若想进行防范就要了解对方是如何攻击的，以下是几种常见的攻击手段，希望读者可以从中得到启发，从而更进一步的优化网站。

(1) 桌面漏洞

Internet Explorer、Firefox和Windows操作系统中包含很多可以被黑客



利用的漏洞，特别是在用户经常不及时安装补丁的情况下。黑客会利用这些漏洞在不经用户同意的情况下自动下载恶意软件代码，也称作隐藏式下载。作为网站的管理人员也要了解不同客户端的相关安全信息。

(2) 服务器漏洞

由于存在漏洞和服务器管理配置错误，Internet Information Server(IIS)和Apache网络服务器经常是黑客攻击的对象。这就需要网站的管理人员定期的对网站服务器的安全进行全面的检查，以修复服务器的漏洞，从而减少网站被攻击的可能性。

(3) Web服务器虚拟托管

同时托管几个甚至几千个网站的服务器也是被黑客恶意攻击的目标。虽然它们是多个网站主体，但是因为它们架设在同一台网站服务器上，面临的是同一个服务器的安全性问题。所以，若网站使用的是虚拟托管，也需要对同一台Web服务器上的其他网站做适当的安全评定。

(4) 显性/开放式代理

被黑客控制的计算机可以被设置为代理服务器，躲避URL过滤对通信的控制，进行匿名上网或者充当非法网站数据流的中间人，从而截取网站与访客之间的通信数据。网站的管理人员需要对网站的过滤通信有的了解，以避免信息被截取。

(5) 网站上广泛使用移动代码

在浏览器中禁用JavaScript、Java applets、.NET应用、Flash或ActiveX应该是个好主意，因为它们都会在您的计算机上自动执行脚本或代码，但是如果禁用这些功能，很多网站可能无法浏览。任何接受用户输入的Web应用（博客、论坛、Wiki、评论部分）可能会在无意中接受恶意代码，而这些恶意代码可以被返回给其他用户，除非用户的输入被检查确认为恶意代码。在网站设计之初，我们需要很认真地考虑这些问题。

除以上这几点外，还有很多Web攻击手段。在今后新旧技术的更替中，将会有更多的方式和途径影响网站的安全，网站的管理人员不仅需要了解这些安全信息，还需要找出应对的措施，以便网站健康良好地运营。

10.3.2 数据库的安全防范

数据库是网站运营的基础和生存要素，无论是个人网站还是企业网站，只要是初具规模且有一定用户访问，都离不开数据库的支持。所以，如何保证网站数据库的安全也是网站管理的重中之重。

本节以常用的两种数据库Access、SQL Server为例，讨论网站数据库的安全防范措施。

1. Access数据库安全

对于个人网站来说，受到建站条件的制约，Access数据库成了广大个人网站站长的首选。然而，Access数据库本身存在很多安全隐患，攻击者一旦找到数据库文件的存储路径和文件名（后缀名为.mdb），Access数据库文件就会被下载，网站中所有重要的信息也就全部暴露，这对网络非常危险。防范方法如下：

(1) 修改数据库文件后缀

将Access数据库的后缀.mdb修改为.asp，这样可以减少数据库被猜到的可能性，从而达到保护的效果。但实际上.asp的数据库文件还是直接输入到Web浏览器的，仅仅是更改了文件后缀，因为ASP文件中只有在“”标志符间的内容才会被IIS服务器处理。这说明了单纯地将数据库文件名的后缀.mdb改为.asp，可能还是存在安全隐患。

(2) 使用复杂的数据库名

想要从网站中下载Access数据库文件，首先必须知道该数据库文件的存储路径和文件名。如果你将原本非常简单的数据库文件名修改得更加复杂，这样那些“不怀好意”的访问者就要花费更多的时间和精力去猜测数据库文件名，无形中增强了Access数据库的安全性。



提示：很多ASP程序为方便用户使用，将它的数据库文件都命名为“data.mdb”，这大大方便了有经验的攻击者。如果我们将数据库文件名修改得复杂一些，他人就不易猜到。如将“data.mdb”修改为“DI3ji4x9i2Fgha.mdb”，然后修改数据库连接文件中的相应信息。这样Access数据库就相对安全一些。此方法适合于那些租用Web空间的用户使用。

(3) 改变存储位置

常规情况下，Access数据库文件存放在相应的Web目录中，很多黑客就是利用这种规律来查找并下载数据库文件。因此可以采用改变数据库文件存储位置的方法，将数据库文件存放在Web目录以外的某个文件夹中，让黑客难以猜测存储位置。然后修改好数据库连接文件（如conn.asp文件）中的数据库文件相应信息，这样Access数据库文件就安全多了。即使攻击者通过连接文件找到数据库文件的存储路径，由于数据库文件存放在Web



目录以外的地方，攻击者就无法通过HTTP方式下载数据库文件。

以上方法在不同程度上增强了Access数据库文件的安全性，但毕竟网络环境是复杂的，黑客的破坏手段也在不断增强，根据自己的需要，配合使用其中的多种方法，才能达到理想的效果，Access数据库文件才会更安全。

2. SQL Server数据库安全

SQL Server是一些大型的网站所使用的数据库程序，它本身具体一定的安全性，与Access相比较运行速度也快许多，对网络环境的要求也比较复杂。但没有一种数据库是绝对安全的，在SQL Server的使用中也应该使用一些技巧提高安全性。

(1) 数据加密

SQLServer使用Tabular Data Stream协议进行网络数据交换，如果不加密，所有的网络传输都是明文的，包括用户名、密码以及数据库内容等，这是一个很大的安全威胁，能被人在网络中截获到数据信息。所以，在条件允许情况下最好使用SSL来加密协议，当然这需要一个证书来支持。

(2) 安全账号策略

由于网络数据库往往都是面向多用户多访问的，用户不同，访问要求和访问权限也不一样。对于网站数据库来说，访问用户多种多样，按权限大致可将用户划分为最终用户、数据库系统管理员、数据库管理员、超级用户。

由于SQL Server不能更改SA用户名称，也不能删除这个超级用户，所以，我们必须对这个账号进行最强的保护，最好不要在数据库应用程序中使用SA账号，只有当没有其他方法登录到SQL Server实例（例如，当其他系统管理员不可用或忘记了密码）时才使用SA。建议数据库管理员新建一个拥有与SA一样权限的超级用户来管理数据库。安全的账号策略还包括不要让管理员权限的账号泛滥。

(3) 周期性备份数据库

建立严格的数据备份与恢复管理机制是保障网站数据库系统安全的有效手段。数据备份不仅要保证备份数据的完整性而且要建立详细的备份数据档案。系统恢复时如果使用不完整或日期不正确的备份数据都会破坏系统数据库的完整性，导致严重的后果。

理想的网络数据库安全防护应考虑的因素还有许多，针对不同的数据库环境也有多种不同的解决方案，在网站的运营过程中也应多花一些时间



来对数据库的安全进行检查和维护。

10.3.3 网站的备份

要保障网站的安全，除了对涉及Web服务的各个技术层面，如防火墙、路由器、服务器、操作系统、Web服务软件等相关的安全防范外，网站的备份和恢复也是一项重要的防护措施。它可以保证网站由于遭受攻击、破坏或者其他原因造成故障的时候，能够及时地恢复正常，从而确保业务不受影响。

网站管理员在日常网站维护中，一般都是在服务器或虚拟主机上面进行的，如果在修改资料的时候，由于自己的误操作导致资料被删除，那么如果有备份网站文件数据，就可以轻松地将其恢复。网站文件备份大致可以分为两个方式：

- 完全备份。完全备份是将网站的所有文件全部备份，可以通过FTP的方式连接到远程服务器将网站文件复制到本地，来实现备份的目的。
- 差异备份。网站建立完成后，考虑有些网站文件还需要做适当修改，可使用差异备份，将做过修改的网站文件通过FTP的方式复制到本地。

互联网的发展，也带来了黑客技术的发展，他们的技术研究也在不断地升级。那么要避免因被他们攻击而产生的损失，网站数据库备份将是有效的手段。如果网站的数据库经常性的更新，那么一旦网站被攻击造成数据库损坏，可以用备份的数据进行数据库恢复，然后找到程序的漏洞及时打上补丁，就可以解决所有问题。

因数据库的种类很多，备份方式也多有不同。以下是几种常用的数据库备份途径：

- ACCESS 网站使用ACCESS数据库，可将网站数据库文件夹下的.mdb数据文件直接下载到本地，以实现数据库备份。
- SQL Server 网站使用SQL Server数据库，可远程到网站服务器中，在企业管理器中，选中相应的数据库，然后将其导出。
- My Server 网站使用MySQL数据库，可以使用phpMyadmin程序，在浏览器中对数据库进行管理。和SQL Server一样使用它的导出功能，将数据库导出即可。

在网站运营中，备份是一个网站管理员必须养成的习惯，而且极其重要。在网站的备份和恢复方面并没有现成的解决方案，这需要我们根据自身的业务需求及网络的运行环境来制定切实可行的方案。



使用内容管理系统建立网站

如果按照以往的方式，想要建立一个网站至少要学会一门语言和一种数据库，可是，学会这些东西将要花费大量的时间和精力。内容管理系统(CMS)就是一个可以使你不必学习繁琐的语言和数据库，没有任何技术功底也能快速建立各种类型的网站的工具。

内容导航

- 内容管理系统介绍
- 内容管理系统的功能
- 内容管理型CMS之DedeCMS
- 论坛型CMS之phpwind
- 博客型CMS之WordPress

11.1 内容管理系统介绍

CMS（网站内容管理系统）已经成为互联网的重要组成部分，其中大部分是用PHP开发的，当然也有使用Ruby on Rails和其他语言开发的。它们的目标就是让网站建设更加简化。

11.1.1 CMS简介

CMS的定义可以很狭窄，通常是指门户或商业网站的发布和管理系统；也可以很宽泛，包括个人网站系统。Wiki、Blog、BBS以及综合性的网站管理程序都被称为内容管理系统。

简而言之，CMS可以让你不需要学习复杂的建站技术，不需要学习太多复杂的HTML语言，只利用它就能够构建出一个风格统一和功能强大的专业网站。

现在流行的开源CMS系统有DedeCMS、Discuz、phpwind、WordPress、

MediaWiki以及Z-blog等。

11.1.2 CMS功能

CMS的功能并不只限于文本处理，也可以处理图片、Flash动画、媒体流、图像甚至电子邮件档案。下面对CMS的一些主要功能进行介绍。

(1) 信息发布

CMS功能强大而且操作简单，可以将网页上某些需要经常更新变动的信息，如新闻、动态以及记事等更新信息进行共性集中管理，通过已有的网页模板格式和审核流程，最后系统化、标准化地发布到网站上应用。它将大大减少网站信息维护更新的工作量，简化到只需录入文字和上传图片即可。

(2) 商品发布

商品发布功能对网站上的产品进行标准化管理，后台可管理每个产品的编码、型号、价格、数量和产品介绍等详细信息，可自由设定产品分类，前台可分类浏览产品以及详细信息，注册会员可在线订购产品。

(3) 频道管理

与前台网站结构相对应，可在后台自行添加、修改子栏目，通过已有网页模板格式标准化，添加子分类只要输入频道名称，选择对应的类型和模板就可以完成添加操作，无需具备专业知识。对子频道分类无数量限制，并且子分类频道可排序。

(4) 资源生成

对于资源信息多的网站，资源生成无疑是最大的工作量，批量生成可以有效地提高工作效率。支持整网站与单独频道生成，可按年、月、日，审核与未审核等条件进行需求生成。

(5) 博客系统

博客系统是大门户网站必备的收集会员资源、聚集人气的地方，能够吸引大量的会员注册，增加网站访问量。会员可在博客上发表日志和相册，博客风格样式可自定。

(6) 论坛系统

论坛系统(BBS)是网站中信息最多、人气最旺的地方，好的BBS可以吸引相当数量的访客，同时也担负着网站对外宣传、发布消息以及收集客户反馈的重任，是网站必不可少的一部分。

(7) Wiki系统

Wiki是一种多人协作的写作工具。Wiki站点可以由多人(甚至任何访



问者)维护,每个人都可以发表自己的意见,或者对共同的主题进行扩展和探讨。Wiki也指一种超文本系统,支持面向社群的协作式写作,同时也包括一组支持这种写作的辅助工具。

11.2 内容管理型CMS之DedeCMS

DedeCms(织梦内容管理系统)基于PHP+MySQL的技术开发,支持Windows、Linux、Unix等多种服务器平台,从2004年它发布第一个版本开始,至今已经发布了5个大版本。DedeCms以简单、健壮、灵活和开源几大特点占领了国内CMS的大部分市场,目前已经有超过20万个站点正在使用DedeCms或基于DedeCms核心,是目前国内应用最广泛的PHP类CMS系统。

11.2.1 DedeCMS介绍

DedeCMS是一个集内容发布、编辑和管理检索等于一体的网站管理系统(Web CMS)。它采用现时最流行的LAMP架构开发,具有很强的可扩展性,并且完全开放源代码。除了拥有国外CMS众多特点外,还结合中国用户的需要,对内容管理系统概念进行明确分析和定位。

DedeCMS是一个网站应用系统构建平台,也是一个强大的网站内容管理系统,既可以用来构建复杂体系的企业信息门户或电子商务网站平台,又可以用来管理简单内容发布网站。不管对于商务资源门户还是娱乐信息门户,它都是管理网站的好帮手,能使网站最大限度地发挥使用性能,使管理者轻松地驾驭管理网站,而不需要非常专业的网站技术。

作为国内第一个开源的内容管理系统,DedeCMS自创建以来一直在摸索中国互联网内容管理系统的道路,并且引领众多开源CMS前进的方向。程序由当年的个人作品,发展到现在已组建自己的团队,在提升用户服务、提高产品质量的同时,对中国网站内容管理系统进行研究,已成为目前市场上很受欢迎的内容管理系统。

11.2.2 DedeCMS安装和配置

本书以最新版本DedeCMS5.6为例,讲解如何对DedeCMS进行安装和配置。

1) 按照程序中的帮助文件要求将DedeCMS网站程序上传到网站空间中,然后在浏览器中输入网站域名,就会进入DedeCMS的许可协议页面,



如图11-1所示。



图11-1 DedeCMS许可协议界面

2) 同意协议后，单击【继续】按钮进入环境检测页面，该页面包含了服务器信息、系统环境检测以及目录权限检测。核实后单击【继续】按钮进入参数配置页面。在参数配置页面中可以对网站的模块、数据库、管理员以及系统进行相关设置，如图11-2所示。



图11-2 参数配置页



3) 根据实际情况填写配置后单击页面下面的【继续】按钮, 安装程序会自动运行。看到如图11-3所示的页面后即完成了DedeCMS的安装。

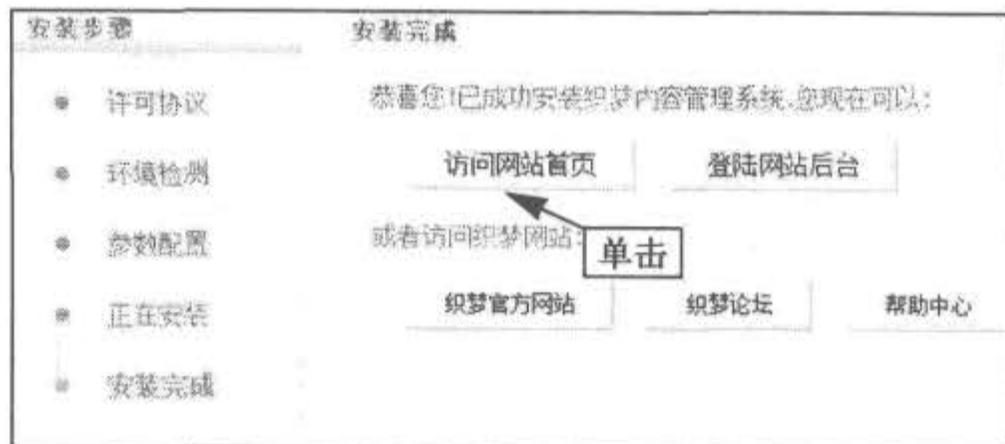


图11-3 完成DedeCMS的安装

4) 在DedeCMS【安装完成】页面单击【访问网站首页】按钮, 可以进入网站的前台初始页面, 如图11-4所示。



图11-4 DedeCMS网站初始首页



11.2.3 DedeCMS后期维护和更新

DedeCMS的强大功能在网站的后台中会得到充分体现，使用管理员登录网站后台，可以将一些想法在DedeCMS中体现出来，默认的后台管理登录地址为http://网站域名（路径）/admin。如图11-5所示是DedeCMS的后台控制面板，它可以修改网站的所有选项。

(1) 创建网站栏目

在后台的左侧单击【核心】→【网站栏目管理】标签，如图11-6所示。在打开的页面中单击【增加顶级栏目】，打开【新建栏目】页面，将相关的信息填写好即可创建网站的栏目。



图11-5 DedeCMS后台控制面板



图11-6 核心管理页面

(2) 发布、修改信息

在后台的左侧单击【核心】→【所有档案列表】→【添加文档】，如图11-7所示，即可发布文章、软件以及商品信息等。



提示：在创建栏目后，才可以发布相关信息。



图11-7 添加文档

(3) 管理网站模块

在后台的左侧单击【模块】按钮，其中有【模块管理】、【辅助插件】选项，如图11-8所示。用户可以在此上传新模块和修改旧模块。

(4) 生成静态页面

在后台的左侧单击【生成】按钮，可以对网站的内容进行有选择的更



新，包括更新主页HTML、更新栏目HTML、更新文档HTML以及更新专题HTML等，如图11-9所示。也可以使用【一键更新网站】将网站的所有页面全部更新。



图11-8 网站模块管理

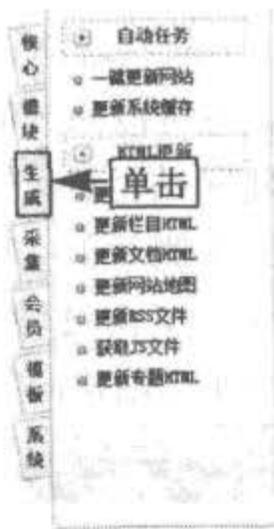


图11-9 生成HTML页面

(5) 配置网站采集

在后台的左侧单击【采集】按钮，在【采集】页面，可以添加采集信息，并对网站的文档、关键字、TAG标签进行维护，如图11-10所示。

注意：网站采集是指网站管理员希望将别人的整站数据下载到自己的网站里或者将别人网站的一些内容保存到自己的服务器上，从内容中抽取相关的字段，发布到自己的网站系统中。

(6) 管理会员

在后台的左侧单击【会员】按钮，在【会员】页面，可以对网站中注册的会员进行管理，同时也要对会员权限、积分头衔、会员短信以及会员类别进行管理，如图11-11所示。

提示：若网站不需要会员功能，可以在后台的左侧单击【系统】→【会员设置】，将【是否开启会员功能】关闭。

(7) 修改网站系统信息

在后台的左侧单击【系统】按钮，在打开的页面中，可以对有关网站系统的设置进行更改，包括系统基本参数、系统用户管理、用户组设定、系统日志设置以及系统错误修复等，如图11-12所示。





图11-10 采集管理页面

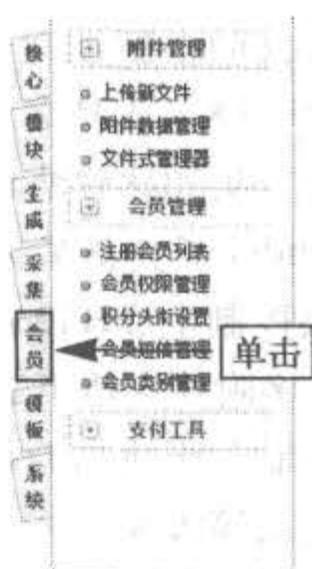


图11-11 会员相关管理页面



图11-12 系统设置页面

DedeCMS还可以实现其他的许多功能，相关的设置可以参照DedeCMS官方的使用帮助手册。

11.3 论坛管理型CMS之phpwind

phpwind 的使命是让社区更具价值，让更多人通过网络社区享受到便利，以提升生活品质。它专注于社区价值的发掘和应用的整合，人们可以在网络社区完成获取信息、交流、娱乐和购物等生活需求，社区可提供丰富的应用，满足人们在网络社区的归属感，使得网络社区成为人们的网上家园。

11.3.1 phpwind介绍

phpwind系列社区程序是一套采用PHP+MySQL数据库方式运行并可生



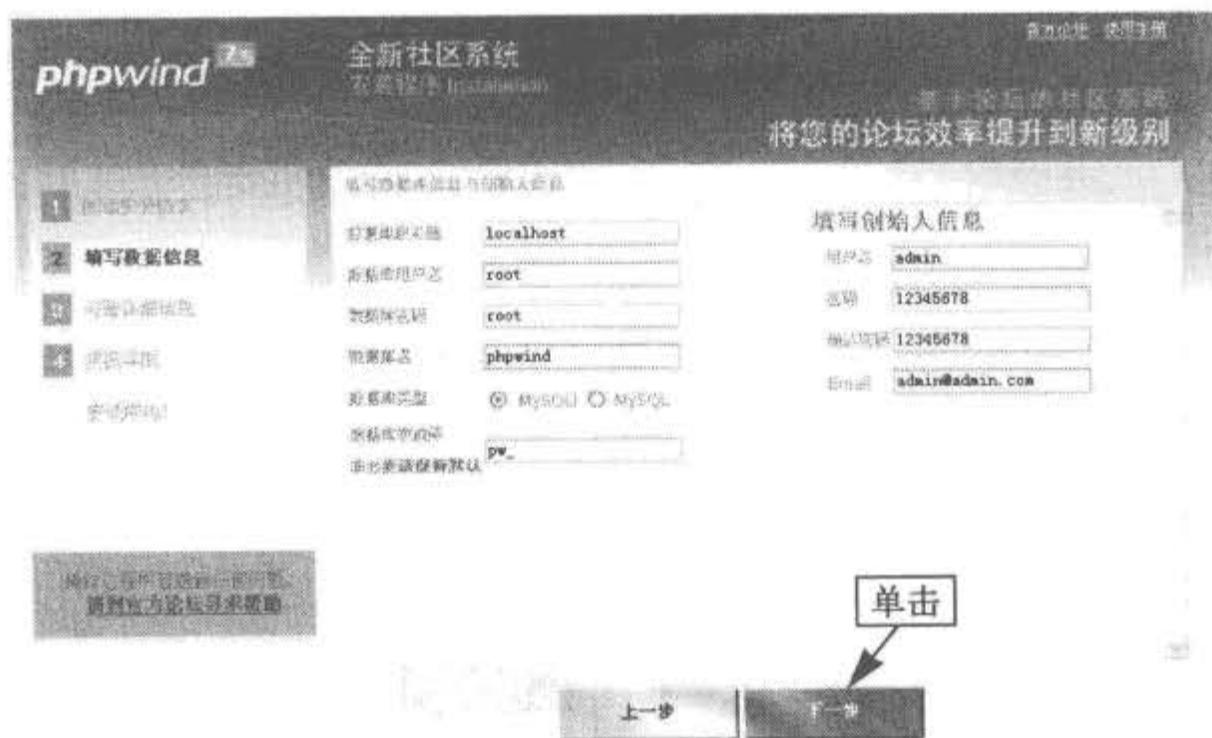


图11-14 数据库信息页面

3) 进入【安装详细信息】页面中可以看到程序正在建立数据库表，直至系统缓存更新完成。单击【下一步】按钮进入【资源导航】页面，如图11-15所示。在此页面，可以根据网站的实际情况选择phpwind推荐的其他合作伙伴产品。

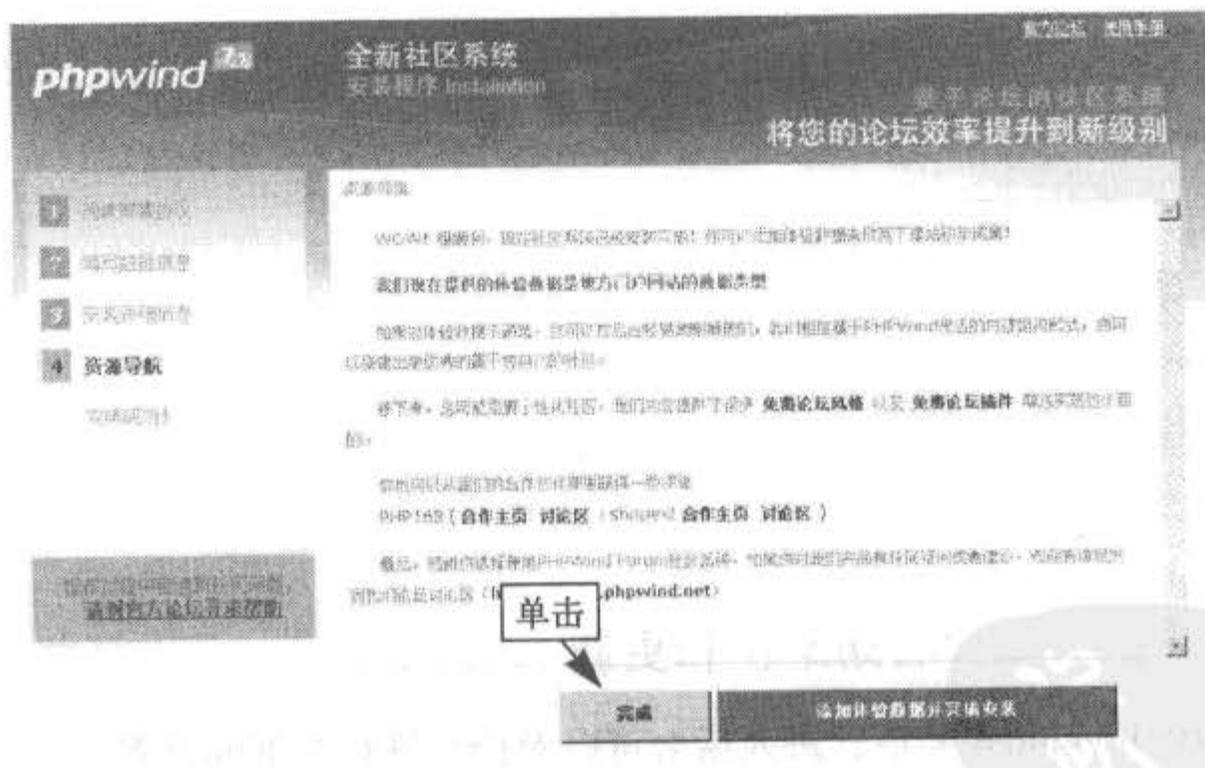


图11-15 资源导航页面

4) 若不需要phpwind推荐的合作伙伴产品，直接单击【完成】按钮进入，就完成了对phpwind的安装，如图11-16所示。





图11-16 完成phpwind安装

5) 在phpwind完成安装页面单击【系统前台地址】按钮, 可以进入网站的前台初始页面, 如图11-17所示。

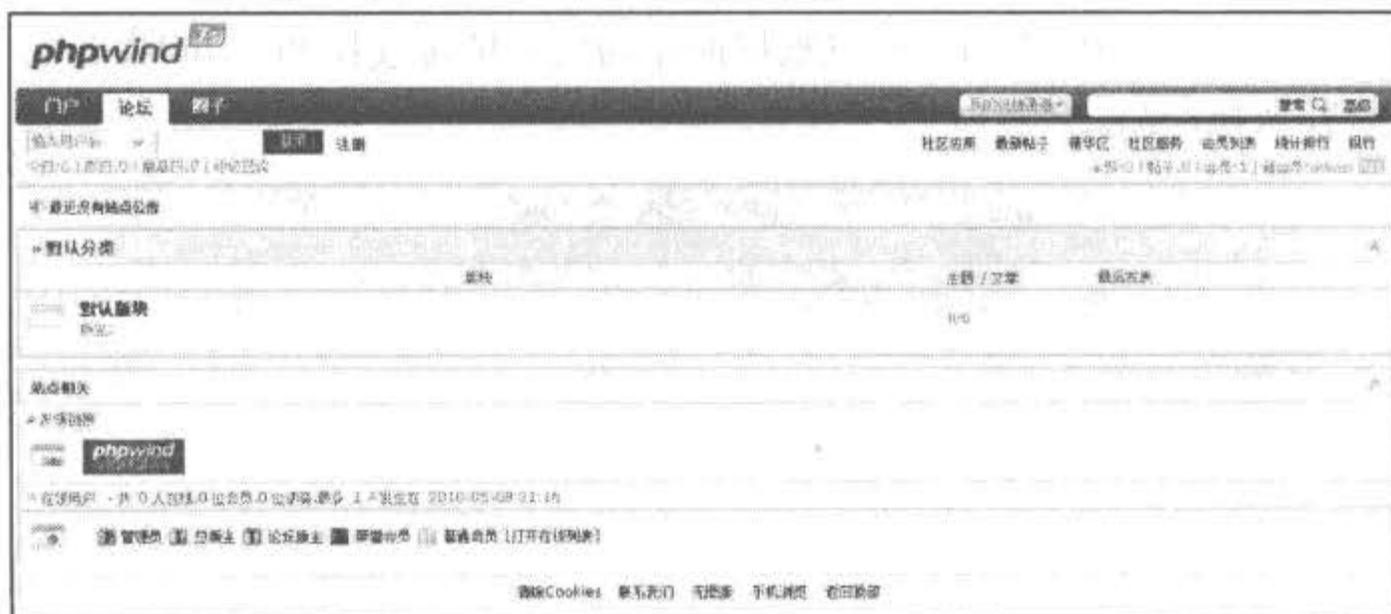


图11-17 phpwind网络初始首页

11.3.3 phpwind后期维护和更新

完成phpwind安装后, 进入后台可以对论坛进行全部的设置。可以在安装程序完成后选择进入后台管理的链接, 也可以登录默认的后台管理地址 [http://网站域名\(路径\)/admin.php](http://网站域名(路径)/admin.php), 进入后会有【欢迎使用新手指南】, 通过指南可以对网站程序有更进一步的了解。图11-18为后台管理的控制面板。

(1) 管理创始人以及站点优化

在后台左侧的控制面中单击【创始人】按钮, 可以对创始人、后台权



限以及站点优化方案等进行管理，如图11-19所示。其中【站点优化方案】可以对论坛的负载进行优化。



图11-18 phpwind后台管理控制面板

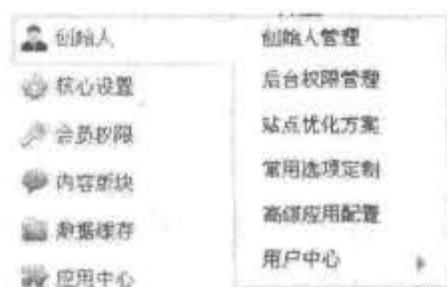


图11-19 管理创始人信息

(2) 论坛核心设置

在后台左侧的控制面板中单击【核心设置】按钮，可以对论坛的常规设置、注册设置、积分设置、附件设置、邮件设置、帮助中心设置、WAP设置、SEO优化以及静态目录部署等进行配置，如图11-20所示。

 **注：**SEO优化可以对论坛的首页、帖子列表页以及帖子阅读页的Title、Meta Description以及Meta Keywords进行设置。Meta Description作为对网站页面的描述性语句，可以让搜索引擎清楚地了解页面的主要内容。Meta Keywords作为网站页面的关键字描述性语句，可以让搜索引擎认知页面的主题。

(3) 管理会员权限

在后台左侧的控制面板中单击【会员权限】按钮，可以对会员组设置、会员管理以及会员审核等相关的信息进行设置如图11-21所示。可以批量添加会员、设置会员有效期、删除会员、禁言会员以及合并会员。

(4) 管理内容版块

在后台左侧的控制面板中单击【内容版块】按钮，可以对论坛的版块、内容、标签以及帖子格式等进行管理，如图11-22所示。可以添加版块、删除版块、版块合并、添加主题印戳及动作表情等。

(5) 论坛的运营工具

在后台左侧的控制面板单击【运营工具】按钮，可以对论坛的广告、



公告、邮件群发、消息群发以及友情链接等进行管理，如图11-23所示。可为网站添加广告代码、发布网站公告以及添加友情链接信息等。



图11-20 论坛核心设置

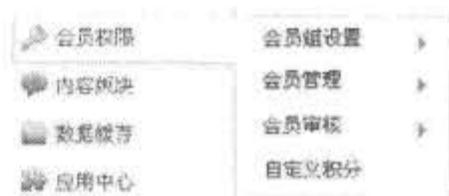


图11-21 管理会员权限

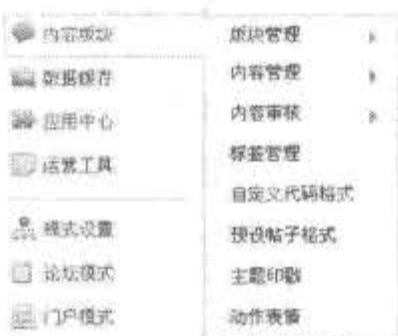


图11-22 管理内容版块

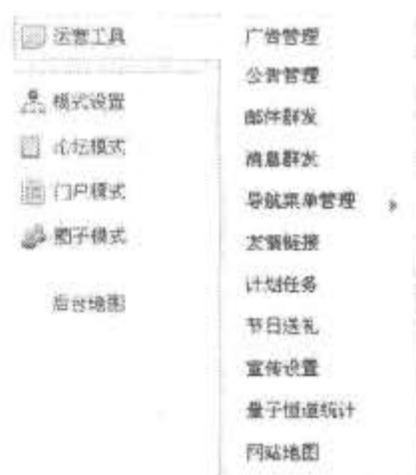


图11-23 运营工具页面

(6) 管理论坛模式

在后台左侧的控制面板中单击【论坛模式】按钮，可以对论坛的界面、风格等模板进行相关设置，如图11-24所示。可以进行首页细节设置、帖子列表页设置、帖子阅读页设置以及JS调用设置等。

 **注：**JS调用功能允许在网站首页或其他地方调用站点的内容，phpwind中的JS是属于服务器端的脚本。

在对phpwind论坛程序进行管理时，可以随时使用后台管理页面顶部的【全站搜索】功能，根据关键字来寻找一些帮助和提示。



图11-24 管理论坛模式

11.4 博客管理型CMS之WordPress

WordPress 是一个注重美学、易用性和网络标准的个人信息发布平台。



WordPress虽为免费的开源软件，但其价值是无法用金钱来衡量的。使用WordPress可以搭建功能强大的网络信息发布平台，但更多的是将它应用于个性化的博客。针对博客的应用，WordPress能让您减少对后台技术的担心，集中精力做好网站的内容。

11.4.1 WordPress介绍

WordPress是一种使用PHP语言开发的博客平台，用户可以在支持PHP和MySQL数据库的服务器上架设自己的网络日志。也可以把WordPress当做一个内容管理系统（CMS）来使用。WordPress是一个免费的开源项目，在GNU通用公共许可证下授权发布。

WordPress的插件众多，扩充功能很强大，安装和使用都非常方便。

11.4.2 WordPress安装和配置

本节以最新版本的WordPress2.9为例，讲解如何对WordPress进行安装和配置。

1) 安装WordPress网站程序前，需要手动在MySQL数据库新建一个用于存放WordPress网站程序的数据库。然后将WordPress网站程序上传到网站空间中，在浏览器中输入网站域名。在打开的页面中会提示“没有wp-config.php文件”，如图11-25所示。

看起来似乎没有 wp-config.php 文件。我们需要这个文件来让一切开始，可以查看更多帮助。那么现在您可以通过这个 Web 界面创建一个 wp-config.php 文件，但并非所有主机都支持，安全的做法是手动创建。

试试创建一个配置文件 ← 单击

图11-25 报错提示

2) 单击【试试创建一个配置文件】按钮创建配置文件，进入创建配置文件向导页面，浏览提示信息后单击【开始】按钮进入详细配置页面。填写好已建立的数据库名称、数据库用户名、数据库密码以及数据库地址，数据表前缀可以自定义也可以使用默认的“wp_”，如图11-26所示。

 **提示：**可以通过手动修改根目录下的wp-config-sample.php文件来设置数据库信息，具体的配置信息在打开文件后会有很详细的说明，配置好后将文件重命名为wp-config.php就完成了数据库信息的配置。





图11-26 填写数据库信息

3) 确定所填信息后单击【提交】按钮进入安装页面，如图11-27所示。

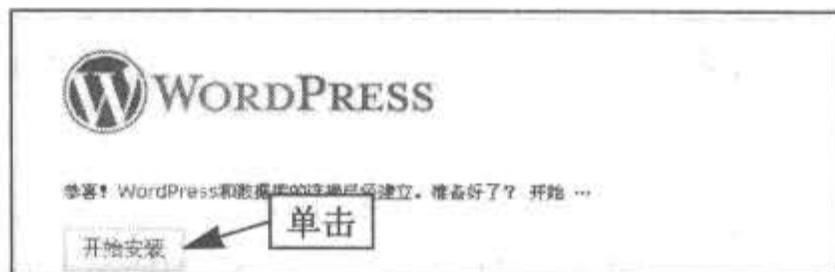


图11-27 安装WordPress页面

4) 单击【开始安装】按钮，进入填写博客信息页面，可以自定义博客的标题、电子邮件，还可以选择博客是否允许被搜索引擎收录，如图11-28所示。



图11-28 填写博客信息



5) 填写完信息后单击【安装WordPress】按钮。安装完成后会自转到完成页面。在此页面中有两条重要信息：用户名和随机产生的密码，如图11-29所示。



图11-29 完成WordPress程序安装

6) 记录好这些信息后，可以选择马上登录后台也可以登录到网站首页查看安装好后默认的效果。

WordPress的安装工作到此已经顺利完成，图11-30为WordPress安装完成后的网站首页。

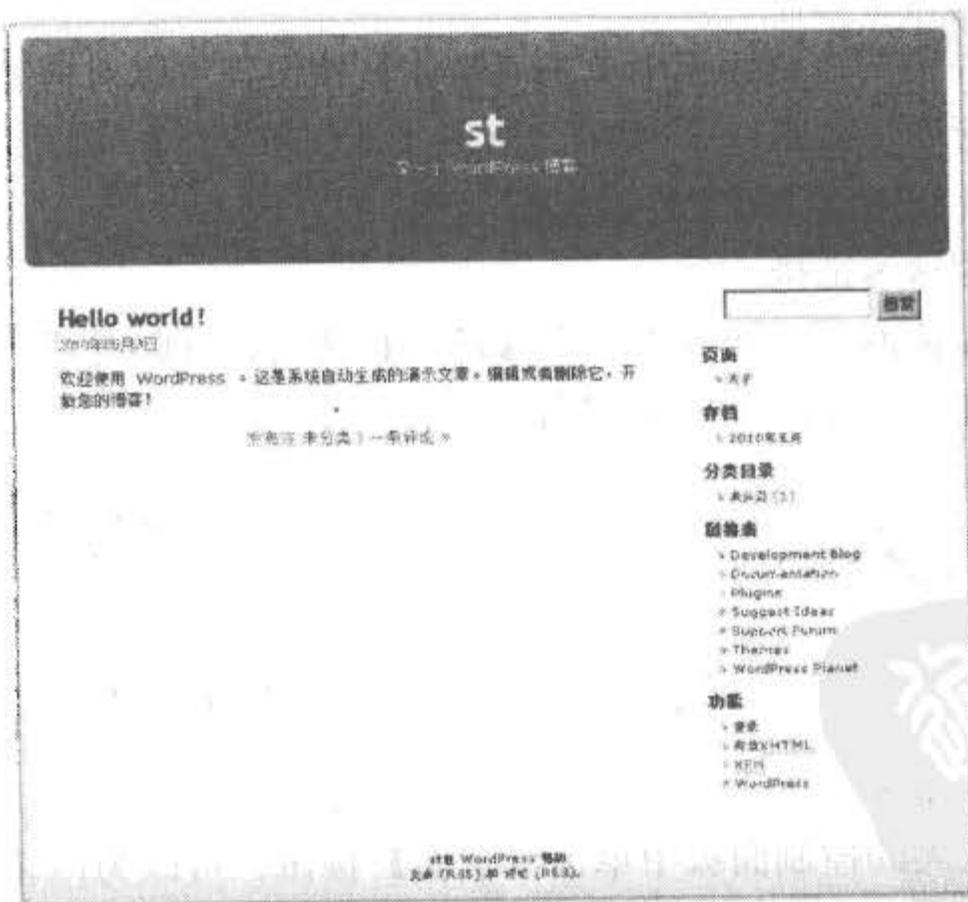


图11-30 WordPress 网站首页 (st是虚拟博客标题名)



11.4.3 WordPress后期维护和更新

完成WordPress的安装后,可以选择进入后台管理,也可以登录默认的后台管理地址http:// 网站域名(路径)/wp-admin。如图11-31所示为后台管理页面的控制面板。

(1) 管理博客文章

在后台左侧的控制面板中单击【文章】按钮,可以对文章、标签以及分类目录等进行管理,如图11-32所示。



图11-31 WordPress后台管理控制面板

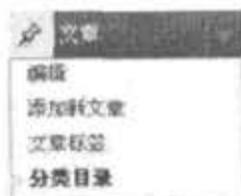


图11-32 管理博客文章

(2) 管理博客媒体

在后台左侧的控制面板中单击【媒体】按钮,可以对博客中有关媒体的内容进行管理,如图11-33所示。使用【添加新媒体】可以添加附件、图片、音乐以及应用程序等文件。

(3) 管理博客链接

在后台左侧的控制面板中单击【链接】按钮,可以对博客的链接、链接分类目录进行管理,如图11-34所示。

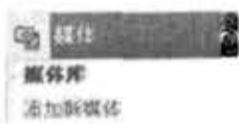


图11-33 管理博客媒体

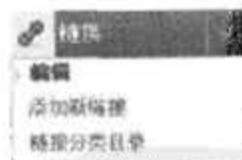


图11-34 管理博客链接

(4) 管理博客页面

在后台左侧的控制面板中单击【页面】按钮,可以为博客添加、删除页面。此处的页面指的是一个博客中的一个分类。

(5) 管理博客评论

在后台左侧的控制面板中单击【评论】按钮,可以对博客中的评论进

行驳回、回复、编辑以及删除等操作。

(6) 管理博客外观

在后台左侧的控制面板中单击【外观】按钮，可以管理博客主题、博客头部主题以及小工具等信息。其中小工具中包含了许多实用的功能，如RSS订阅、日历、搜索以及标签云等，如图11-35所示。

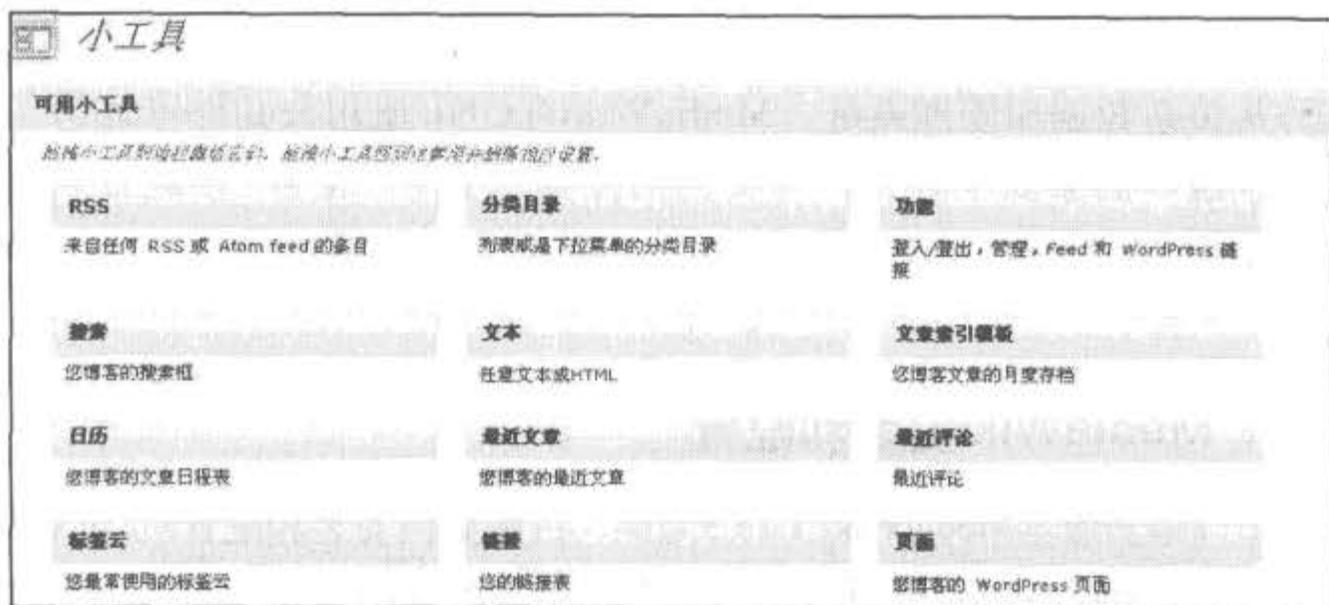


图11-35 WordPress小工具

(7) 管理博客插件

在后台左侧的控制面板中单击【插件】按钮，可以从本地或在线安装WordPress插件。

(8) 管理博客用户

在后台左侧的控制面板中单击【用户】按钮，可以为博客添加用户、删除用户以及编辑用户等。

(9) 博客设置

在后台左侧的控制面板中单击【设置】按钮，可以对博客进行系统设置，包括：博客标题、博客地址、日期格式，以及对文章、评论等功能进行设置。

11.5 Wiki管理型CMS之MediaWiki

Wiki是一种多人协作的写作工具。Wiki站点可以有多人（包括任何访问者）维护，每个人都可以发表自己的意见，或者对共同的主题进行扩展或者探讨。

Wiki也是一种超文本系统。这种超文本系统支持面向社群的协作式写作，同时也包括一组支持这种写作的辅助工具。



11.5.1 MediaWiki介绍

MediaWiki是一套基于网络的Wiki引擎，维基媒体基金会的所有项目乃至众多Wiki网站皆采用了这一软件。MediaWiki软件最初是为自由内容百科全书维基百科所开发的，如今已被一些公司和机构部署为内部的知识管理和内容管理系统。

MediaWiki采用PHP编程语言写成，并可使用MySQL或PostgreSQL之一作为其关系数据库管理系统。MediaWiki在GNU通用公共许可证第二版及其后续版本的条款下分发，其文档则按知识共享-署名-相同方式共享3.0版协议释出，部分文档还被释入了公有领域，这使其成为了自由开源的软件。

11.5.2 MediaWiki安装和配置

本节以最新版本MediaWiki 1.15.3为例，讲解如何安装和配置MediaWiki。

1) 安装MediaWiki网站程序。将MediaWiki源程序上传到网站空间中，然后在浏览器中输入网站域名，进入MediaWiki程序安装初始页面，如图11-36所示。

2) 单击【Set up the wiki】按钮进入安装配置页面。配置页面一共分为4部分，分别为安装环境检查、站点设置、邮箱验证设置以及数据库设置。

- 安装环境检查。仔细阅读MediaWiki对安装环境的要求，确定已做好MediaWiki安装前的准备工作。
- 站点设置。站点设置中包括Wiki名称、联系邮箱、网站语言、版权信息、管理员用户名和密码以及网站的高速缓存设置。
- 邮箱验证设置。邮箱验证设置中包括邮件功能（全局）、用户到用户的邮件设置、邮件通知以及邮箱地址验证。
- 数据库设置。数据库设置包括数据库类型、数据库主机、数据库名称、数据库用户名和密码、超级用户名和密码以及数据库特殊选项。

将以上的信息按照实际情况全部填写好后单击页面底部的【Install MediaWiki】按钮。经过一段时间的安装过程后将弹出成功安装的页面，如图11-37所示。

3) 根据安装完后的提示，将网站config目录下的LocalSettings.php文件移动至网站根目录。然后在浏览器中重新输入网站域名，即可看到MediaWiki网站程序安装完成后的前台初始页面，如图11-38所示。





图11-36 Media Wiki初始安装页面

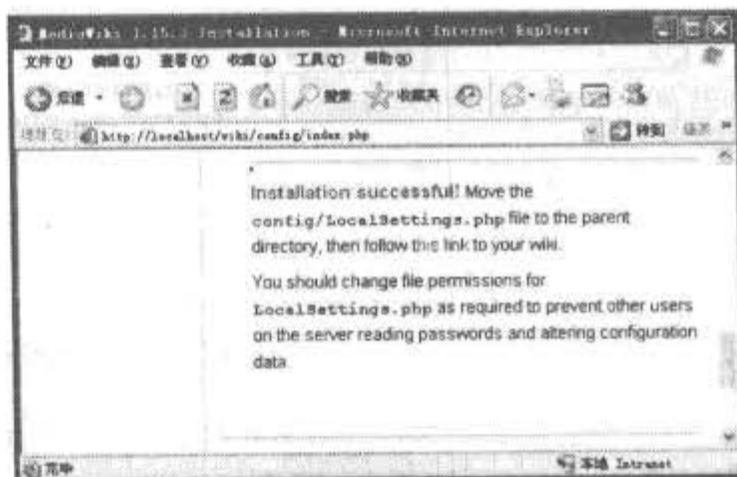


图11-37 成功安装MediaWiki网站程序



图11-38 MediaWiki网站初始页面

11.5.3 MediaWiki后期维护和更新

完成MediaWiki的安装后，在浏览器中输入地址http:// 网站域名（路径），然后使用安装网站程序时设定的管理员账号登录即可。管理控制面板页面如图11-39所示。

 **提示：**与其他网站程序不同，MediaWiki的管理权限是依靠账号来区别的，所以网站程序本身并无后台管理。

1) 编辑页面

在管理页面单击【页面】按钮，可以看到一些Wiki中默认的信息。同时，也可以单击右侧的编辑来对页面进行编辑，如图11-40所示。





图11-39 MediaWiki管理页面

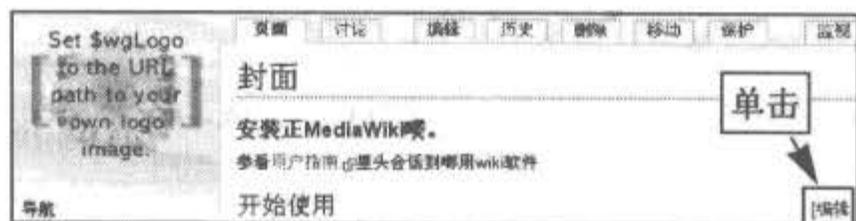


图11-40 编辑Wiki封面

(2) 创建讨论项目

在管理页面中单击【讨论】按钮，可以在Wiki创建新的讨论项目。当项目创建完成后，可以通过单击上方的【保护】按钮来对项目设置权限，如图11-41所示。

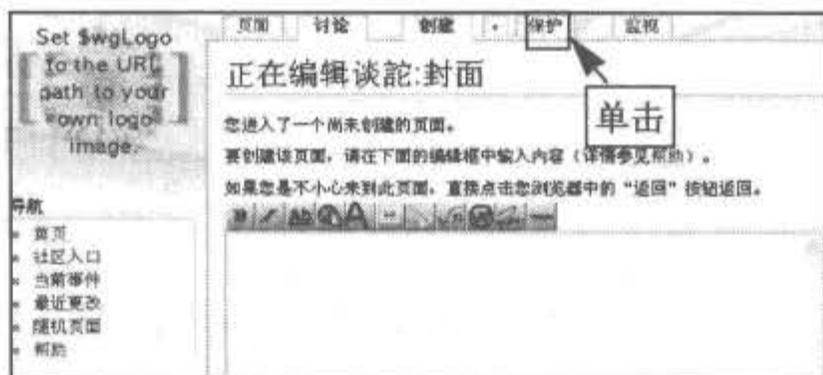


图11-41 创建讨论项目

(3) 查看词条历史版本

在管理页面中单击【历史】按钮，可以查看相关词条的历史版本，也可以对修订版本进行比较，如图11-42所示。

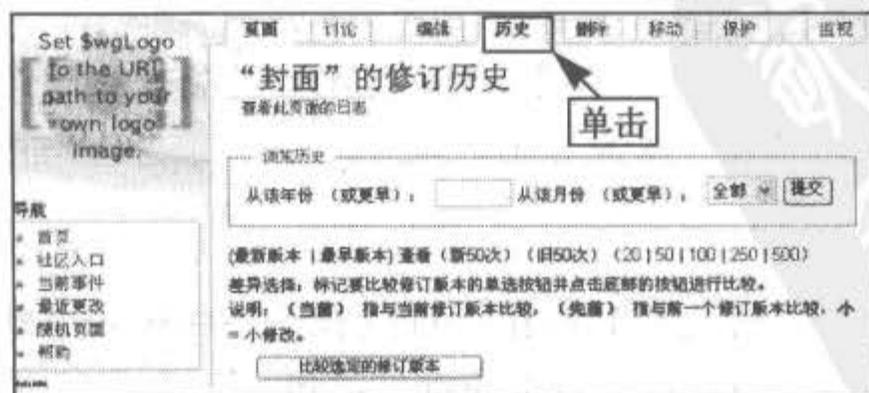


图11-42 查看词条历史版本



(4) 删除词条

在管理页面中单击【删除】按钮，可以删除相关的词条，在删除词条时需选择删除原因和其他附加的理由，如图11-43所示。

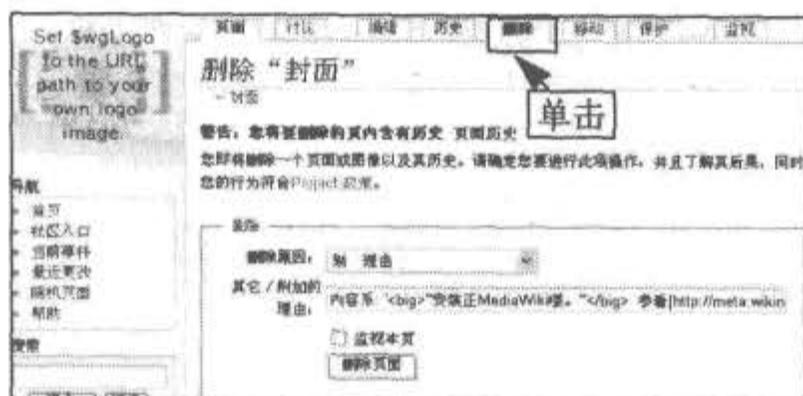


图11-43 删除词条

(5) 移动词条

在管理页面中单击【移动】按钮，将打开【特殊页面】窗口，可以将相关的词条移动到指定位置，写明标题和原因即可，如图11-44所示。

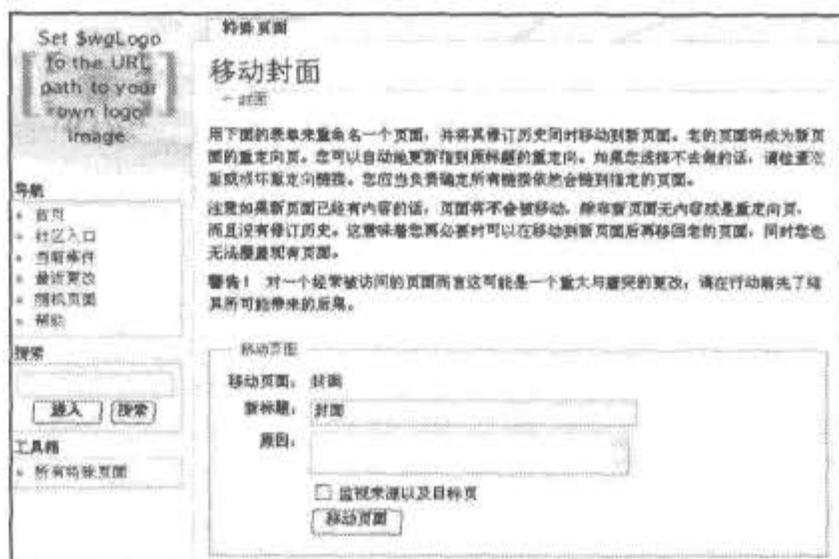


图11-44 移动词条

(6) 个人参数设置

每一个MediaWiki的注册用户都可以对个人参数进行设置。成功登录Wiki后，单击页面上方的【我的参数设置】按钮，进入参数设置页面。在参数设置页面，可以设置有关于用户资料、皮肤、文件以及搜索等，包括添加用户真实姓名、选择MediaWiki皮肤、限制图片大小以及添加编辑功能等，如图11-45所示。

除了以上提到的对MediaWiki的设置方法外，还可以通过修改MediaWiki网站程序根目录中的【LocalSettings】文件对MediaWiki进行更高级的设置，当然，这些操作需要对MediaWiki程序有深一步的了解，同时还需要拥有一定的英语水平。



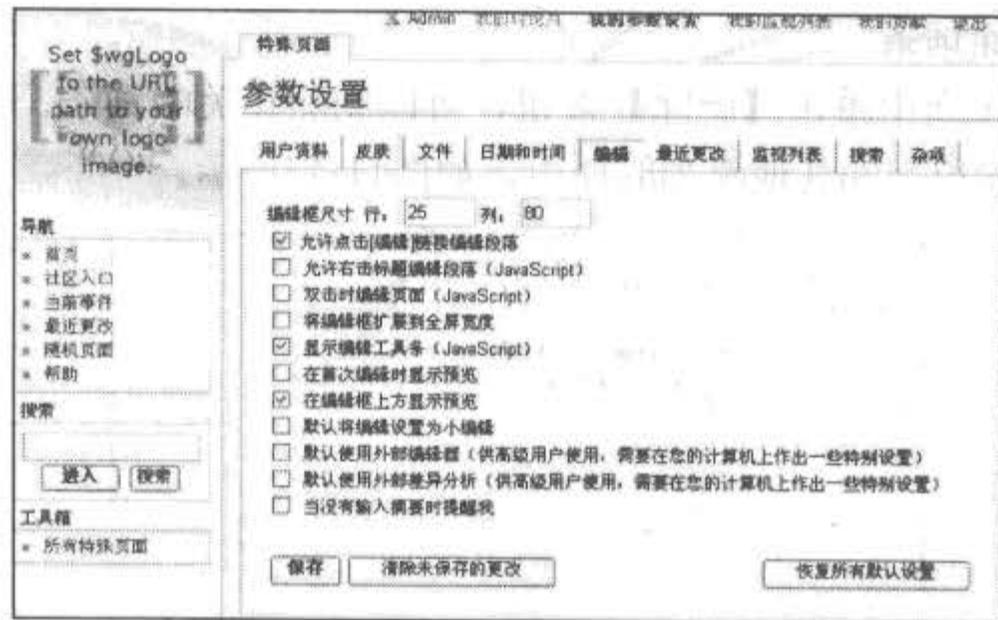


图11-45 个人参数设置



有效的网站推广，能够全面提升网站知名度。有效的网站推广，需要优秀网站推广方案的支持。

内容导航

- 认识网站推广
- 网站推广方法
- 网站推广常用技巧
- 搜索引擎推广和网站链接推广
- 网站推广实例

12.1 认识网站推广

我们身处信息化的新世纪，只有掌握了高价值的商业信息，并进行宣传和推广，才能达到获利的目标。而在众多的宣传和推广手段中，属网络推广最有前景，而网站又是网络推广的重要前提之一，所以对网站进行推广成为重中之重。

12.1.1 什么是网站推广

所谓网站推广就是让尽可能多的潜在用户了解并访问网站，并通过网站获得有关产品和服务的信息，为最终形成购买决策提供支持。

如今，网上开店或者为自己的公司建立一个网站不只是一种追求时髦的手段，更是一种有效地增加销售额的方法。随着互联网的普及，通过网络进行交流与购物的人也随之增加。网站推广正是在这个大前提下发展起来的。通过网站推广能够达到4个层层递进的目的：找到目标用户、让目标用户知道、让用户登录网站、让用户认可网站，如图12-1所示。

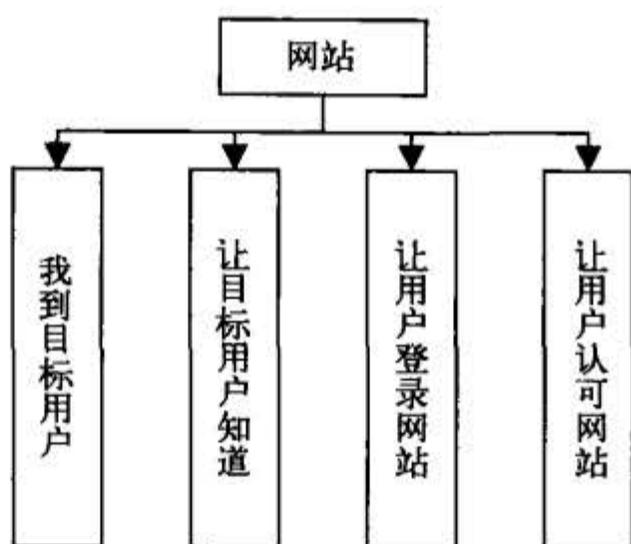


图12-1 网站推广的目的

12.1.2 网站推广的方案

在知道网站推广的概念后，接着就可以着手学习网站推广了。要进行网站推广，并且要使网站推广能够达到一个好效果，就要对整个工作制定一个计划。一般来说，计划可以包括下述内容：

- 确定推广方案的阶段目标。
- 在不同阶段所采取的推广方法。
- 对于推广策略的控制以及效果的评价。

下面是一家公司详细的网站推广计划，包括时间、要实现的目标、分阶段的具体安排以及费用，读者可以从中领略网站推广的任务，通过参考和借鉴来制定自己的推广计划。

2010年网站推广工作计划

根据本行业特性、网络发展现状、竞争对手以及公司的实际情况，结合今年公司战略方向，为了更好地进行推广，特制定此方案。

一、时间

1月1日~12月31日

二、目标

1. 建立网站，在完成后随时进行相关的信息更新和网站改版。
2. 实现网上监控代码的安装，对主要的流量数据（如流量）实现有效的监控、分析和优化。
3. 对网站随时进行诊断和优化，以达到增强用户体验和运营推广的目的。
4. 努力提高网站访问量，实现访问量50万人、行业论坛帖子浏览量

150万人、行业网站相关软文转载500余次。

5. 完成一定量的点击率，实现新闻报道超过30个行业网站以上的20篇，新闻报道超过20个行业网站以上的15篇，社区论坛的帖子浏览量超过5万人的20篇，帖子浏览量超过1万人的帖子500篇，浏览量超过5000人的帖子1000篇。

6. 针对行业淡旺季不同的点击率，分别进行调控。实现行业的淡季日访问量大于1000人，行业的旺季日访问量大于1300人，其间对相应的客户转化进行有效跟踪和统计。

7. 合理选择并运用各种网站推广方法。通过社会热点事件来炒作，结合不同传播手段，尽量避免与竞争者冲突的状况发生。用不断加大网络宣传覆盖面的方法，给企业战略方向以支持，以提高品牌的正面形象。

8. 对于相关推广费用的控制，讲求推广的精准性，不发生费用过多的浪费现象，在选择推广方法时尽量让非付费广告点击比例高一些。

9. 执行公司临时安排的其他事务。

10. 预先做好节假日的相关推广计划。

三、具体安排

网站推广分成四个阶段，每一季度为一个阶段。

第一阶段（一季度）：

1. 用一个月时间建成网站。同时，对于公司的相关内容应该整合并添加完毕，使网站能够推出，并达到可用的效果。

2. 在可用的基础上，逐步实现优化效果。优化主要针对搜索引擎（如百度），实现本企业相关的搜索关键词排名位于前面的位置。

3. 对喜欢上网的人进行详细了解，对付费这一块搜索“关键词”进行整合，最终选择出不同阶段推广的关键词，完善相关的推广内容，达到宣传效果。

4. 结合企业的战略规划，选择影响力高、针对新闻的网络宣传平台，制定出一段时期的软文方案。

5. 选择有影响力的论坛社区平台50个，根据这些论坛的具体情况，制定出相关的宣传方案。

6. 对相关专栏的内容进行充实和完善，同时发展与其他网络媒体之间的免费合作平台。

7. 对付费广告、新闻发布、帖子撰写与发布等相关内容做到随时跟进。收集、分析和掌握潜在客户、目标客户以及竞争对手的各项信息，并对网



络的相关侵权行为和不利报道及时跟进和处理。

8. 本阶段实现网站访问量5万人，论坛发帖300篇以上，浏览人数20万人次，新闻报道80篇，实现alexa网综合排名在100万内，PR值保持为5，网站跳出率低于30%，网站转化率高于2%。同时，认真做好每日、每周、每月的相关总结，主要是对企业网站推广效果进行分析和评估，并制定合理且有效的改进方案。

第二阶段（二季度）：

1. 继续针对搜索引擎进行优化，使“关键词”排在前面位置。
2. 制定本季度的相关新闻和论坛发帖的规划，并实现该目标。
3. 对相关新闻进行整合处理，每周撰写帖子不少于15篇，并完成在网络媒体的发布和更新。

4. 合理利用双休及五一假期，制定相应的推广计划，制作主题鲜明的宣传首页，策划有效且合理的推广活动，实现加大网络宣传力度的目的。

5. 对付费广告、新闻发布、帖子撰写与发布等相关内容做到随时跟进。收集、分析和掌握潜在客户、目标客户以及竞争对手的各项信息，并对网络的相关侵权行为和不利报道及时跟进和处理。

6. 结合企业的战略规划，选择影响力高且针对新闻的网络宣传平台，制定出一段时期的软文方案。

7. 对付费广告进行调整及优化，同时继续发展与其他网络媒体的免费合作平台，充实、完善相关专栏的内容。

8. 本阶段实现网站访问量10万人，论坛发帖500篇以上，浏览人数30万人次，新闻报道100篇，实现alexa网综合排名在80万内，PR值保持为5，网站跳出率低于28%，网站转化率高于2%。同时，认真做好每日、每周、每月的相关总结，主要是对企业网络推广效果进行分析和评估，并制定合理且有效的改进方案。

第三阶段（三季度）：

1. 认真完成更新和发布工作，对相关资源进行整合，制定本季度的工作规划。完成一定量的帖子撰写，每周不少于10篇。

2. 对付费广告、新闻发布、帖子撰写与发布等相关内容做到随时跟进。收集、分析和掌握潜在客户、目标客户以及竞争对手的各项信息，并对网络的相关侵权行为和不利报道及时跟进和处理。

3. 做好十一国庆节的推广工作安排。

4. 对付费广告进行调整及优化，同时继续发展与其他网络媒体的免费



合作平台，充实、完善相关专栏的内容。

5. 本阶段实现网站访问量15万人，论坛发帖1000篇以上，浏览人数50万人次，新闻报道1500篇，实现alexa网综合排名在60万内，PR值保持为5，网站跳出率低于25%，网站转化率高于2%。同时，认真做好每日、每周、每月的相关总结，主要是对企业网络推广效果进行分析和评估，并制定合理且有效的改进方案。

6. 在完成必要工作的同时，努力提高推广绩效。

第四阶段（四季度）：

1. 认真完成更新和发布工作，对相关资源进行整合，制定本季度的工作规划。完成一定量的帖子撰写，每周不少于10篇。

2. 加大十一国庆节的宣传推广力度。

3. 对付费广告、新闻发布、帖子撰写和发布等相关内容做到随时跟进。收集、分析和掌握潜在客户、目标客户以及竞争对手的各项信息，并对网络的相关侵权行为和不利报道及时跟进和处理。

4. 对付费广告进行调整及优化，同时继续发展与其他网络媒体的免费合作平台，充实、完善相关专栏的内容。

5. 本阶段实现网站访问量20万人，论坛发帖1500篇以上，浏览人数60万人次，新闻报道2000篇，实现alexa网综合排名在40万内，PR值保持为5，网站跳出率低于22%，网站转化率高于2%。同时，认真做好每日、每周、每月的相关总结，主要是对企业网络推广效果进行分析和评估，并制定合理且有效的改进方案。

6. 在完成必要工作的同时，在原有基础上努力提高推广绩效。

四、资金投入安排

网站建设：约1万元

中文站国内虚拟服务器空间费用：约5000元/年

英文站美国虚拟服务器空间费用：约10000元/年

新闻发布：约25万元

具体安排：

行业淡季（3月、4月、7月、8月、11月、12月）

门户网站、行业网站软文发布

每个网站发布一次价格约法10元/篇

6个月预计：约10万元

行业旺季（1月、2月、5月、6月、9月、10月）



门户网站、行业网站软文发布
每个网站发布一次价格约20元/篇

6个月预计：约15万元

关键词优化：约3万元

百度：约15万元

具体安排：

行业淡季（3月、4月、7月、8月、11月、12月）

百度预算约100元/天

预计：约5万元

行业旺季（1月、2月、5月、6月、9月、10月）

百度预算：约200元/天

预计：约10万

阿里巴巴出口通会员费：约3000元

阿里巴巴诚信通会员费：约3000元

行业网VIP会员费用：约2000元

其他费用：约7000元

总共预计：约47万元

12.2 网站推广方法

有了一个合理的工作计划之后，需要对网站推广的方法进行选择与整合，最终达到事半功倍的目的。推广有两种方法可选择，可以选择免费的网站推广方法，也可以选择付费的网站推广方法。选择什么样的推广方法，需要根据个人或公司的实际情况来决定。

比如，你刚建立了一家网店，就可以选择免费推广的方式，这是降低经营风险的方法。当你的网店有了一定的顾客量的时候，也就是说销售额有了保证，就可以选择付费推广的方式。

网站推广的方法有很多种，需要根据公司或个人的具体推广方案来选择。现在比较常用的有以下几种方法。

1. 利用工具推广

MSN、QQ、邮箱、博客等是我们进行网上交流与沟通的工具。在网站推广中，一定不能少了它们。读者应该有过这样的经历：你的邮箱中经常收到一些信息，这些信息大都是推广宣传的广告。



在QQ中通过QQ好友或者群成员的消息，会收到一些链接信息，打开一看才知道是有关某网站的相关内容。这种消息都是一些网站或个人为了提高网站的知名度和点击率所进行的一种网络推广手段。如图12-2所示是一封来自易趣网的相关产品信息的邮件。

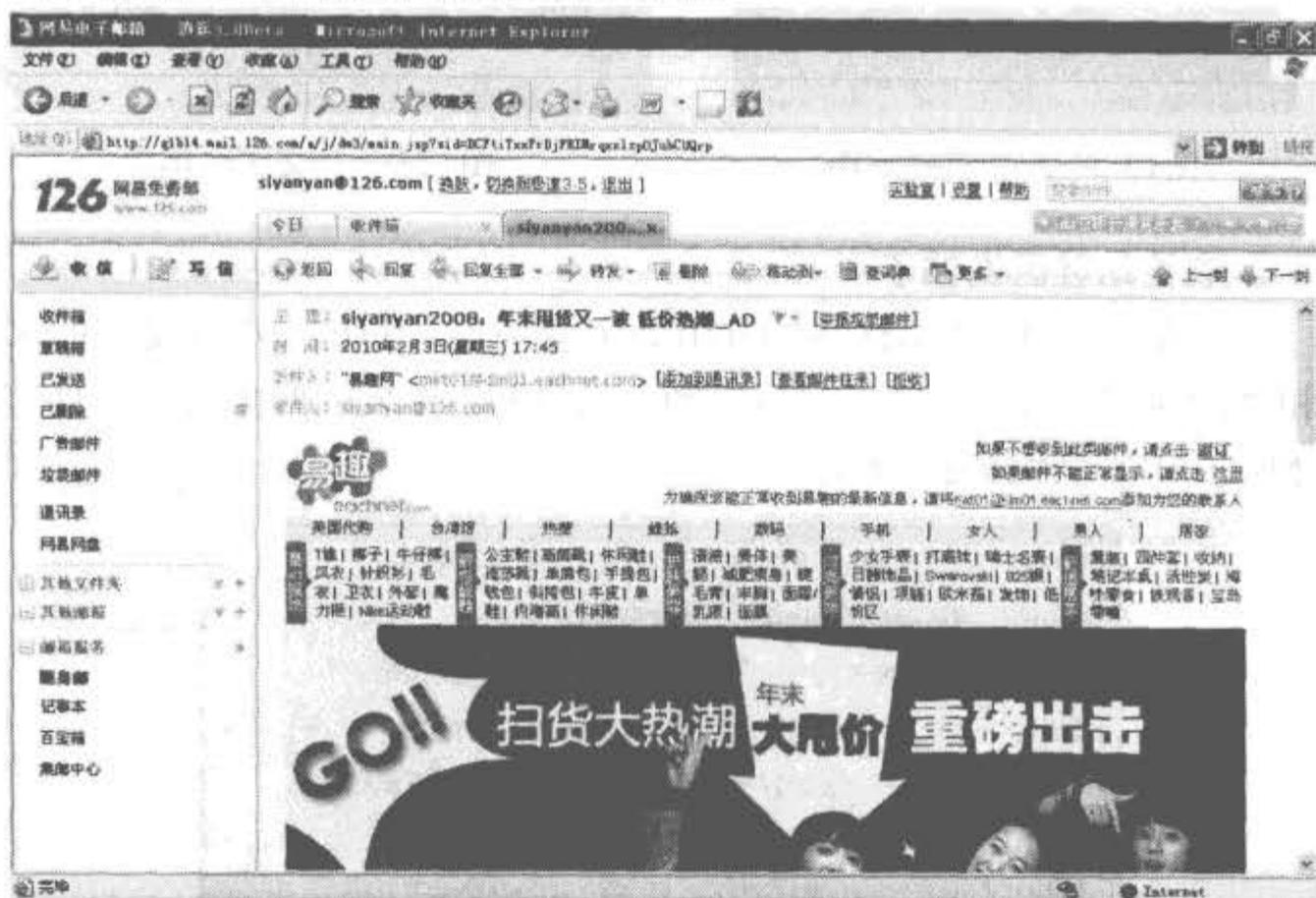


图12-2 邮件推广

2. 精美软文

软文是否精美不在于用词的华丽和字数的多少。一篇好的推广软文只需将要推广的产品信息言简意赅地描述清楚，做到重点突出，基本也就可以了。所谓“平平淡淡才是真”就是最好的印证。

在进行推广文章的写作时，需要注意以下几方面：

- 图文并茂，有图有真相。
- 内容的真实性。因为假的总会有被揭穿的时候，所以一定不能为了眼前小利而影响长久利益。
- 注重包装，对文章要进行美化与编排，重点不突出的文字是不能引起读者兴趣的。不要图一时的省心，而放弃可能会有的更好效果。不要将未经编排的文章拿出来进行产品的推广，那样做人家会觉得你非常没有诚意。

如图12-3和图12-4所示分别是未经过文字修饰和经过文字修饰的图片，由此可以看出，经过文字修饰的图片更具有推广作用。





图12-3 无文字修饰图

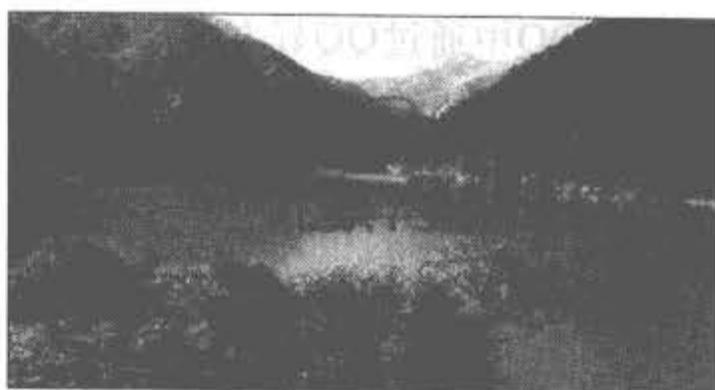


图12-4 有文字修饰图

3. 在论坛社区发帖子

可以在天涯及其他浏览量高的论坛社区发帖，目的是要让更多的人看到相关的内容，最终达到发展目标顾客的目的。在发帖时要有针对性，图12-5所示内容可作为发帖参考。

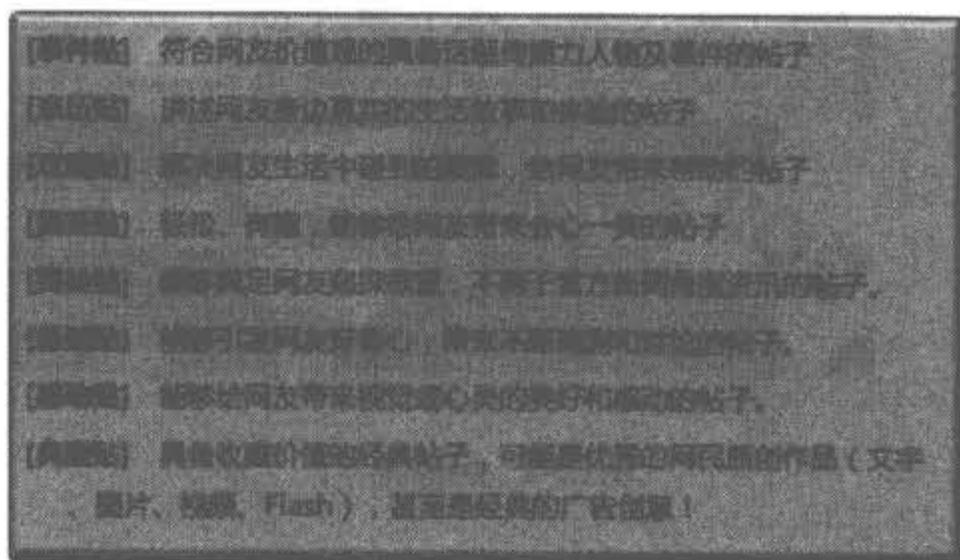


图12-5 各类帖子要点

4. 在知名网站发布信息

通过在人力资源方面的招聘网站（如智联招聘）发布招聘信息的方式，可达到宣传的目的，最终实现推广效果。

5. 网络炒作

现在从事网络炒作方面的公司非常多，比如用于提高艺人的人气等。

12.3 网站推广常用技巧

不同的网站推广方式都有其不同的技巧，在进行网站推广时，读者必须把握它们不同的特点，以使选择最有效的推广方式。

12.3.1 不同推广方法的具体步骤

前面我们已经了解到，推广方法有很多种，这里选择了较常用的三种，对它们的流程步骤进行详细讲解。这三种包括论坛推广、提问回答方式的推广、QQ群推广。相对于高费用的推广方式，上述三种方式基本可以做到免费，并且效果也非常不错。通过这三种推广方法的介绍，可使读者触类旁通，学会其他的推广方法。

1. 论坛推广的具体步骤

1) 文案准备，该文案具有广告效应。

2) 以人气为标准选择知名度高的论坛。目标客户群的确立是选择的前提，注册多个账号是实现推广目标的条件。

3) 让帖子保持在首页，不要沉了，条件许可的情况下尽量往前推。此时，为了不让管理员删除你的帖子，初次发帖时，仔细了解网站发帖规则以及注意事项。

4) 及时清除Cookies，并且做到频繁更换IP。

5) 掌握刷屏时间，及时对自己的帖子进行跟进，经常用其他ID进行回帖。

2. 提问回答方式的推广步骤

1) 确立目标客户群，选择平台（比如雅虎的“知识堂”、百度的“知道”、腾讯的“问问”等）。需要根据具体要求进行平台的选择。

2) 注册账号，尽量多注册一些。将其中一个账号作为主号，用来提问，尽可能地提升等级。

3) 注意关键字的选择，出现关键词两次以上，并采纳该答案。

4) 添加链接，选择最佳答案。

5) 持续提出问题，循环进行。有选择性地回答别人的提问，尽量争取被采纳为最佳答案，同时在答案中植入关键字以及链接。

3. QQ群推广步骤

1) 进行QQ号注册。在腾讯的官网可以免费下载最新的QQ软件，进行安装后，就可以注册QQ号。根据相应提示，完成注册，实现QQ的正常工作，如图12-6所示。

2) QQ群添加。QQ有“查找”功能，用来查找联系人。单击该按钮，在打开的对话框中输入关键字，查找目标客户群。如图12-7所示为进行目标QQ群查找的界面。





图12-6 腾讯QQ

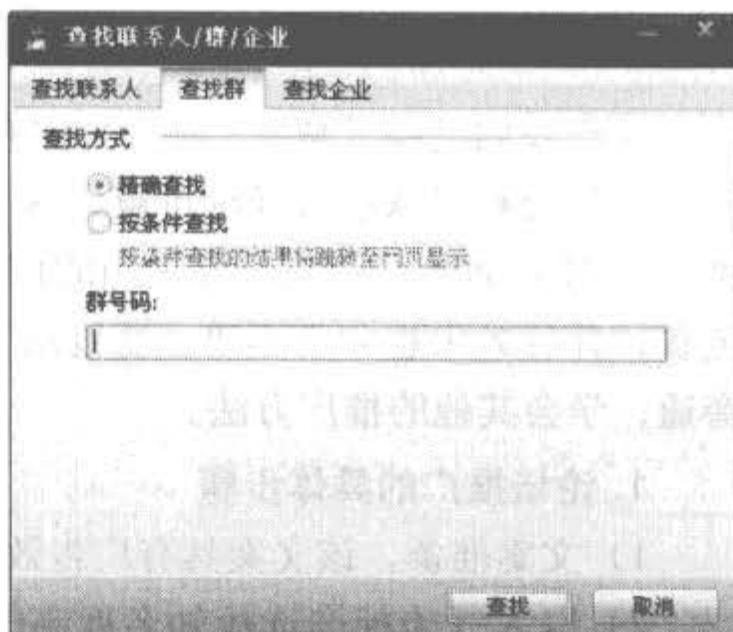


图12-7 查找目标QQ群

3) 在群员中收集他们的QQ邮箱，进行邮件或群消息的发送，如图12-8所示。

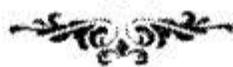


图12-8 QQ群消息发送

4) 邮件和群消息的内容要做到主题鲜明，以达到最终的宣传作用。

12.3.2 推广技巧

推广是为营销打基础，推广的到位与否将直接影响营销业绩。掌握推广技巧，可以帮助你更好地进行该项工作，也有助于为营销打下扎实的基础。推广的技巧是一门学问，博大而精深，需要我们从方方面面面对相关内容进行收集与整合。对于推广，需要注意以下几点：



1) 目的明确, 内容具体。这里所说的具体是指: 推广的目的要具体, 比如要让一定时期浏览量达到20万人次, 或者发送帖子的数量达到10万篇等。也就是说, 先定下一个可实现的目标, 然后通过不断努力, 给自己一定的时间, 争取提前实现它, 至少是按时实现。目标客户所接触的对应内容, 一定要是那种让人愿意去看、对人有吸引力和说服力的文字或其他内容。

2) 对于推广方式的选择, 以到位为准则。推广方式有很多种, 在选择的时候, 需要注意适合自己的为好。例如, 那些付费的且高收费性的推广方式, 一定不适合于刚开始运营的网店。

3) 推广点的选择与整合。想要很好地进行推广, 对推广点的选择与整合非常重要。因为只有明确了需要推广的物品的优缺点, 尽量将好的一面展示给目标群, 才能达到一个非常好的推广效果, 所以一定要对推广点有一个明确的选择和整合。

12.4 搜索引擎推广和网站链接推广

网站的搜索引擎优化 (Search Engine Optimization, SEO) 是近年来较为流行的网络营销方式, 也是较好的网站推广方式, 主要目的是增加特定关键字的曝光率来增加网站的能见度, 进而增加销售的机会。SEO主要是通过了解各类搜索引擎如何抓取互联网页面、如何进行索引以及如何确定对某一特定关键词的搜索结果排名等技术, 来对网页进行相关的优化, 使其提高搜索引擎排名, 从而提高网站访问量, 最终提升网站的销售能力或宣传能力。

12.4.1 搜索引擎推广的原理

对于经常上网的用户来说, 相信都对百度不会陌生。当你需要在网上找一些有用的资料时, 主要通过搜索引擎的相关网站, 利用关键文字来搜索所需要的内容。如图12-9所示就是搜索引擎推广的一种表现形式。

为了更好地利用搜索引擎, 需要对“关键字”有一个准确把握。例如, 需要搜索如下资料: 在2010年, 中国各个经过排名的网站情况。此时, 可以提炼出“2010经过排名网站”或“网站排名”等关键字。当需要的资料不多时, 可以利用增加或减少关键字字数的方式, 达到最好的搜索效果。可当你需要的资料多、没有太多时间去进行优化时, 就要求你对关键字有



一个精确的把握。如图12-10所示是搜索引擎的工作流程，掌握了它可以帮助你更好地了解 and 利用搜索引擎。

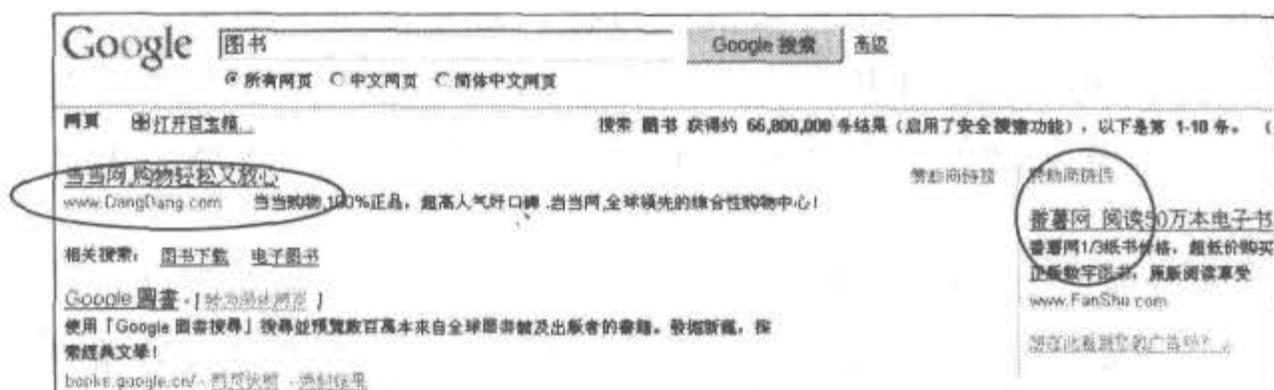


图12-9 搜索引擎推广

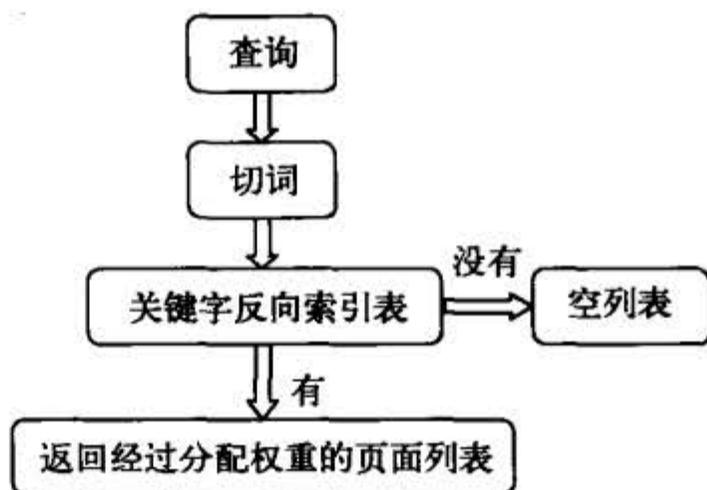


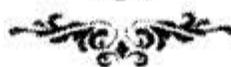
图12-10 搜索引擎工作流程图

对于搜索引擎的推广方式，可按照企业的实际情况进行选择。例如，百度公司按照点击来收取费用，计价标准是按后台给定的每个关键字价格，关键字越靠前价格越高。相对地，它比较适合那些资金雄厚的企业，不太适合个人。谷歌公司按照每月或每年进行收费，计价标准与点击率有关，随着网站点击率在短期内的增长，排名也不断向前。相对地，它比较适合那些技术型网站的推广。

利用搜索引擎进行推广，是很好的宣传方式。如果在选择时不考虑自身企业的实际情况以及定位，它就有可能带来资金的浪费和品牌上不利于企业发展的灾难性影响，在选择的时候需要认真衡量，仔细推敲。

12.4.2 开源目录推广方法

因为搜索引擎优化的概念过于宽泛，需要学习和探讨的东西也很多，下面以登录公共开源目录为例，讲解如何提交自己的网站到公共开源目录，最后达到通过开源目录推广网站的目的。



1. 如何提交网站到亚马逊分类目录

亚马逊分类目录 (<http://www.dmoz.org>) 是世界知名的分类目录收录网站, 相应地, 新发布的网站提交到dmoz分类目录也就成为网站推广的重要工作内容之一。本书以提交一个计算机安全类型论坛的网站到dmoz为例, 讲解如何提交网站到亚马逊分类目录。

1) 登录到dmoz中文站界面http://www.dmoz.org/World/Chinese_Simplified/, 如图12-11所示。单击【计算机】→【安全】→【聊天与论坛】。

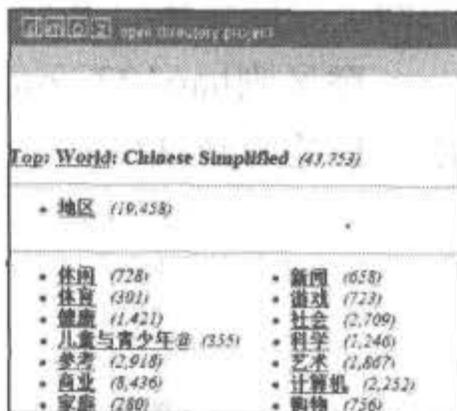


图12-11 dmoz中文站界面

2) 进入【聊天与论坛】页面后, 在页面的右上角单击【登录网址】按钮, 如图12-12所示。

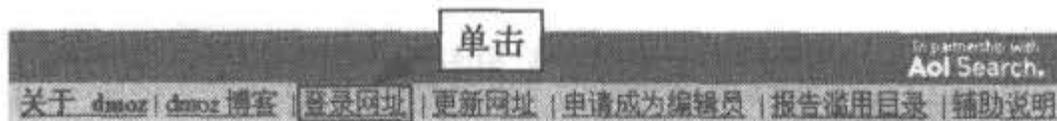


图12-12 登录网址

3) 进入登录网站界面后, 要求填写网站的相关信息。以下是填写选项的说明。

- 网址: 需要提交的网站的网址, “http://” 在文本框中已填写, 链接方式使用默认的规则即可。
- 网站标题: 所提交网站的网站标题, 提供一个简短又合适的网站标题。
- 网站说明: 提供一个少于150字的网站说明, 一个具体又客观的说明会加快你的网站登录的处理程序。
- 电子邮件地址: 填写自己真实的电子邮件地址, 网站被dmoz审核通过后会发送通知邮件到电子邮件地址。
- 用户核查: 填写图片中的验证码以确定填写的内容。

4) 在申请dmoz收录时, 其他需要注意的事项如下:

- 网站要有内容, 而且和登录的目录要相符合。
- 站上的联系方式, 如E-mail, 最好和登录dmoz时填的一样, 甚至可以写上具体的联系方式, 这样编辑会认为这个网站很可靠。
- 登录时切记不要用“最好”和“最大”这样的词, 最好如实描述网站。
- 保证你的网站可以打开, dmoz编辑中程序会对网站进行定期的检查, 如果无法访问, 会在编辑区提示“错误网站”, 然后自动把网站从dmoz上去掉。



2. 如何提交网站到hao123.com

hao123网址之家是一个专业权威的上网导航。它及时收录音乐、视频、小说以及游戏等热门分类的优秀网站，与搜索完美结合，提供最简单便捷的网上导航服务，是众多网民的上网主页。

登录到hao123.com网站提交页面http://221.12.147.30/url_submit.php，填写相关的网站信息，然后单击【提交】即可，如图12-13所示。

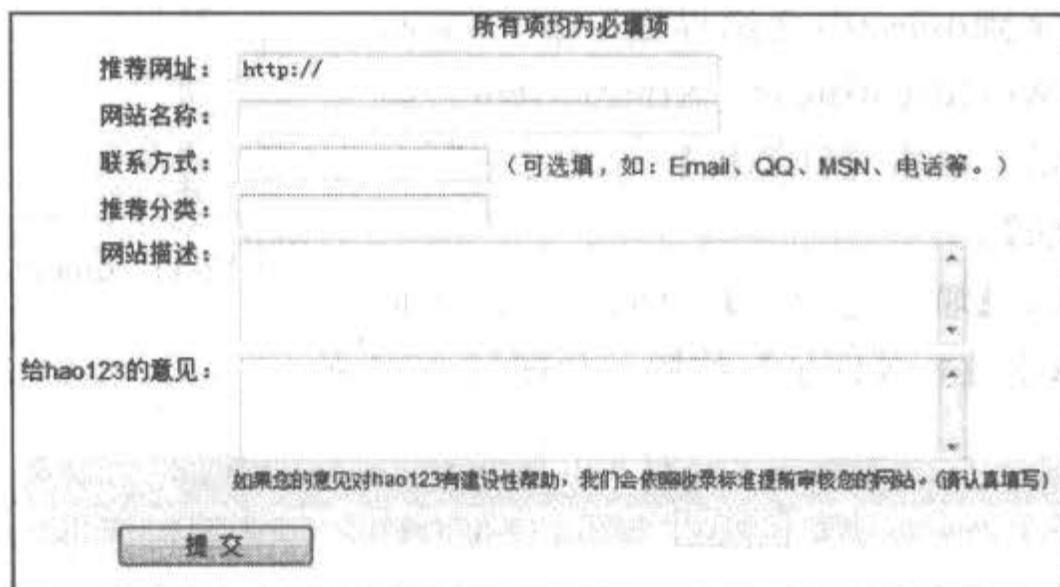


图12-13 填写网站的相关信息

- 推荐网址：填写需要登录的网址。
- 网站名称：填写登录网站的名称。
- 联系方式：选填项，可根据实际情况填写。
- 推荐分类：先在hao123的网站上查看自己的网站属于哪种类型，然后填写在此处。
- 网站描述：填写自己网站的描述信息，使用户从描述中就可看出网站的性质。

3. 如何提交网站到265.com

登录到265.com网站提交页面<http://www.265.com/submit.html>，填写相关的网站信息，然后单击【提交】即可，如图12-14所示。

265.com和hao123.com所需填写的网站信息类似，只是265.com不要求填写联系方式。

除了上述3个分类目录网站外，国外还有许多分类目录网站，读者可以酌情选择一些比较知名的开源目录提交自己的网站。



图12-14 填写网站的相关信息

12.4.3 网站链接推广

建立网站的工作完成后，做好它的链接是必不可少的步骤。与网络上相互需要和相互支持的网站建立链接非常重要，这可以获得合作伙伴的认知与认可，又能很好地体现网站品牌价值。

下面我们具体来了解几种增强网站链接推广策略有效性的途径。

1. 改变链接形式

通常情况下，我们可以利用网站名字同需要建立链接网站的名字进行交换并链接到各自网站的首页。因为网站交换链接效果的递减效应，随着链接完成时间的推移其效果会变得越来越大，所以需要选择多种不同的链接形式。特别是在网站发布一段时间之后才链接，同时对有吸引力的栏目或者其他内容进行链接。这样不但能增加用户了解网站的渠道，而且能增加被搜索引擎发现的概率。

2. 积极建立链接

在建立链接过程中，常常会因为对合作方的了解不够或过程的漫长，而导致效率低下、效果无法预期的结果。为自己建立网站链接的方法有很多，比较常见的方式如在信息发布平台和论坛发布网站信息等，然而它们的效果不一定理想。现在最热门的微博为建立链接提供了积极主动的便利方式，而且容易被各大搜索引擎发现并收录。它所带来的最明显效果就是，阅读微博文章的人越来越多。比起仅仅将网站名称在网站某个角落进行交



换链接，新的链接效果更加明显。越来越多的人开通了微博，可以想象其流量会有多大。

3. 建立单向链接

单向链接是指链接的其他网站而不要求对方链接自己的网站，表面看起来损失大，其实价值还是很高的。如果被链接的网站含有非常重要的关键词，那么对增加搜索引擎的可见性有价值，对丰富自己网站的关键词也有价值。单向链接的不足之处在于，当被链接网页的URL变更或者服务器关闭时，会造成死链接。此时，就会影响网站的质量，这就要求我们在进行单向链接时必须选择那些有较高知名度并且长期保持稳定的网站。

4. 站内网页的链接

虽然无法确定网站被链接数量增多与搜索引擎排名的价值间的联系，但是被链接数量对于网站内部链接的推广作用绝对有效。它可以创造让更多的网页收录的机会，当网站收录的网页数不断增加时，搜索引擎的可见性也将随之增加。当你的网页是动态的时候，就更加需要重视了。

一个网站中，美观的网页能吸引人，但有时吸引大家浏览的不一定是网页，因为只有打开网站，才能看到一个网站的页面效果。所以与其他的网站建立链接，是进行网站推广的一个重要手段。如图12-15所示是一个网站的链接界面。



图12-15 网站链接界面

12.5 网站推广实例——淘宝店铺推广策略与技巧

淘宝网是一个非常大的买场和卖场，这里每天进行着数以亿计的资金

流通。在网上购物、网店不断发展的今天，为什么它能这样吸引人呢？这些离不开淘宝网中卖家对自己网站的推广与用心经营。如果你想在淘宝网开店，或者你想建立自己的网站，可以选择下面这些效果比较好的推广方式来进行运用。下面就让我们一起来了解有关淘宝网的推广策略。

12.5.1 合理把握宝贝上架时间

对于淘宝网的店铺，可以靠物品来吸引人们的眼球，让人想进一步了解，最终转变为店铺的买家。通过这种方法来提高网店排名，提高店铺的浏览量，是第一个要实现的目标。例如，服装类的店铺，要从价格便宜或质量非常好等这些最基本的方面来吸引顾客，就需要提高被买家看到的概率。然而，怎样才能被更多的买家看到呢？其中一个方法就是合理利用宝贝的上架时间。

淘宝网的宝贝上架时刻和下架时刻是相同的，举个例子，如果你的宝贝上架时间是中午12点，你选择的下架时间是7天，那么你的宝贝下架时间将是7天后的12点。而越接近下架的产品，它的排名越靠前，因为宝贝快要下架时会被排在前几页。这时你抓准人气最旺时间，就能使你的店铺被更多人看到。这也就意味着，能大幅度增加目标客户的浏览量。

选择合理的上架时间是很关键的，这里的建议是将宝贝上架时间、宝贝下架时间和人气最旺的时间同步。你可以将宝贝的发布时间定在网站流量最大的时段。

网站上午9点到晚上10点是人气最旺的时候，可以将发布的时间定在上午的12点、下午的5点或者晚上10点。如果宝贝数量太多，就需要将它们在这些时间段内分3次进行合理安排与发布，这样排名就会在宝贝下架时靠前。你可以从下面几点来执行：

- 更改时间。选择发布期为7天，如果选择了14天，就会少一次发布机会。
- 对目标客户进行分析，最终统计出他们上网购物的时间段。
- 分析网站的浏览量，争取利用最佳时间段让客户了解店铺、收藏店铺网址或者增加成交量。
- 合理选择时间。如果你是一个兼职卖家，在线的时间受到限制，那么需要选择在线时间段进行商品的发布。因为买家在看到商品时你在线，会便于他对商品信息进一步咨询，从而增加交易的可能性。在网站浏览人最多的时候，进行商品发布，在7天期限快要到时，此时商品快要下架，就会让更多的人看到。经过权威统计，淘宝网用



户喜欢网购的时间为周一至周五的晚上8点至12点，周末的中午12点至凌晨2点。你根据这些就可以合理安排时间，进行分批次发布。

- 合理安排商品上架。假如买家觉得你的店铺每天有新商品，他就会比较关注。

12.5.2 合理运用橱窗推荐功能

淘宝会经常用到的橱窗功能，可能会有数量限制，只有5个左右。这时，你就需要通过优中选优的原则来进行层层选择，力求选出来的那些商品必须是最优。因为橱窗就像是店铺的名片，它的作用是吸引目标客户到店铺浏览，所以放在橱窗中的宝贝需要经过卖家仔细斟酌才能确定。简单说，橱窗推荐就是把宝贝进行展示的一种专属于淘宝网的工具。

可以从下面几点来执行：

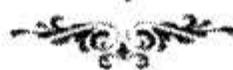
- 对推荐的宝贝质量进行严格筛选。因为时间、价格、人气高的商品永远是大家搜索的关键词。
- 对宝贝的排序进行合理安排，达到环环相扣的效果。
- 此方法优点是可以让您任意选择想推荐的宝贝，但不足之处是推荐数量会受到限制。

12.5.3 合理运用搜索引擎进行推广

搜索引擎优化主要是通过对各类搜索引擎如何抓取互联网页面、如何进行索引以及如何确定其对某一特定关键词的搜索结果排名等技术，来对网页进行相关的优化，使其提高搜索引擎排名，从而提高网站访问量，最终促进网店的销售能力。

对于此方法的推广，可以从下面几点来执行：

- 提高外链的效果，优化效率最好的是文字链接，图片连接也有助于销售商品。
- 积极加入各上网商联盟。网店服务提供商ShopEx里就有较为成熟的网盟体系，通过结识网店店长，达到互帮互助互惠互利的双赢局面。
- 积极进行网站的推广。
- 选择搜索关键字也需要技巧，具体有以下几方面需要注意：
- 在不违反关键字准则的前提下，进行标题的自拟。您可以通过产品品牌、产品名称、产品人气、店铺信誉、促销信息等作为标题的组成部分。



- 在不违反关键字准则的前提下，使用淘宝网首推关键字。
- 在不违反关键字准则的前提下，巧妙地使用高搜索关键字，比如：高跟鞋、裙子等。
- 如果宝贝的属性不明确，这不能让人一目了然。
- 充分利用30字空间，不要因为名字太短而影响相应的推广。
- 没有设置热门关键字的网店是很难被买家发现的。
- 没有店铺名或品牌名，就没有对顾客的提示作用。

此种推广方法具有不受限制进行关键字设定的优点，不足的是要做到专业搜索引擎是非常困难的。

12.5.4 论坛、贴吧推广

对于此方法的推广，可以从下面几点来执行：

- 选择论坛——锁定潜在客户。因为人气太旺的论坛帖子就会沉得很快，所以要选择人气不是特别旺的论坛。利用论坛的签名功能，可以在签名中加入宝贝图片等广告信息，而链接功能和可修改功能也是必不可少的。
- 拟定标题——吸引力最重要。可以用一些取巧性的标题，或者会让人有想看欲望的标题，作为吸引客户眼球的宝剑，这样才能达到事半功倍的效果。
- 内容丰富——有极强的争议性。比如用热播的电视剧来配合讨论相应的演员服装等，这样就能吸引目标客户的眼球。不但让人觉得亲切，也能提升买家的购买欲。
- 借力打力——借助于他人的热帖。要让一个帖子有很多的人看，并不是一件容易的事。在推广者没有热贴的情况下，你可以借助于那些回帖率高且内容适宜的帖子，来进行回复和宣传。
- 长帖短发——巧妙插入广告。2010年春晚的广告植入相信大家一定不陌生，但是它带给我们议论的同时，不得不让人关注广告背后那可观的收入。鉴于这种方法，你可以将一篇完整的内容，通过几次跟帖来进行完整发送，而不是一贴全发。在长帖变短帖的过程中，可以借鉴电视连续剧的那种吊人胃口的方式进行。这样不但增加帖子的浏览量，同时它将有可能变成可观的收入。

12.5.5 积极进行友情链接

在网站的下方对一些网站进行链接显示，是比较实用的推广方式。这



样不但可以让大家第一时间看到店铺，而且可以增加店铺的浏览量。

对于此方法的推广，可以从下面几点来执行：

- 与朋友或熟人交换链接。因为相互知道，彼此交换链接，不但可以增加店铺的人气，也可以减少相应的支出。这里需要注意的是，店铺所交易的物品最好是相同类型的，至少是有关联的。只有这样，链接才不会做费时的无用功。
- 选择链接的对象的级别要比自己店铺高。比如你是钻石级的店铺，在同等情况下，请选择皇冠级的店铺好友进行链接。他们经历过你这个级别，此时已经累积了相当多的经验，这对于你来说是相当有用的。
- 建立同级别的链接。和自己同样级别的店铺，大家交流起来比较有共同话题，对双方都是有好处的。
- 乐于助人。人与人是相互协作的，在你帮助人的同时，自己也会受益。
- 积极响应合作伙伴。合作伙伴的店一定要彼此关注，积极进行链接、沟通与交流，增进日常的交互。

在进行链接时，需要注意以下几方面：

- 将店铺的友情链接，全部进行添加。
- 在交换链接的同时，买家的信息进行了共享，这样不但可以提高浏览量，而且可以提高成交量。
- 链接有PR值的店铺，这样对搜索排名占有绝对的优势，自然可以便捷地带来目标客户的增加。

总之，链接店铺你不会有损失，不这样做就有可能减少成交量。

12.5.6 积极参加站内的各项活动

对于此方法的推广，可以从下面几点来执行：

- 价格适中的促销品是吸引买家访问的砝码。在经营许可的范围内，商品的优惠越多，点击的人越多。
- 对参加活动的宝贝进行详细描述。卖家可以尽可能多地展示该商品信息，前提是有利于吸引买家。事先对促销活动中可能发生的情况，制定一套详细的方案，有备无患总是好的。
- 将旺旺状态信息和自动回复的内容设置为相关的活动信息。你需要考虑到，一旦活动成功，销售量变大，就会因为忙不过来发生怠慢的事。这样最终会得不偿失的。自动回复可以帮你减少部分咨询活



动的工作量。

- 认真做好每一项记录。好记性不及烂笔头。为了避免错寄或漏寄等情况的发生，在进行每一次交易时，一定要及时记录相关的内容。
- 仔细进行封装和邮递工作。将客户购买的物品进行封装和填写快递单的工作量相当大，容易出错，需要格外小心。
- 选择一些价格适中的商品进行包邮的促销。在包邮的情况下，买家有可能会多买一些。同时还可以搞一些其他活动，目的是为了高浏览量，让更多的买家知道店铺。也就是所谓的“吸引回头客”。

运用此方法，可以带来的好处如下：

- 通过参加活动可以认识不少淘宝网友，可以与他们进行经验的相互交流与沟通，您将发现这样做好处颇多。
- 因为参与活动的人相对较多，所以只要执行，就能被他人关注并起到宣传的作用。

12.5.7 邮件群发

每一种模式都有其特点，它们有各自的独特战略运用、资源需求、成本和回复功能。对于此方法的推广，可以从下面几点来执行：

- 邮件具有管理服务功能，选择合适项执行。
- 及时统计与分析定时回访的数据。
- 通过发送邮件与客户联系。
- 为特殊时间等内容设置提醒。

通过邮件进行信息的群发，必须满足两个条件：其一，必须具备发邮件用的邮箱地址；其二，需要准备系列的邮件内容。您发出去的邮件要想不被别人认为是垃圾邮件，就需要对用户的邮箱地址进行一定时间的积累，只有具备了一定量的邮箱地址列表，才能有更多的人看到包含这些宣传信息的相关邮件。拥有的电子邮件地址越多，推广的主页将被人所访问就会越多。在发邮件时要做到标题简单、吸引人和真实；内容用HTML格式；排版做到清晰、美观和简洁。

12.5.8 利用促销推广

促销最有效的方式，就是用淘宝网的VIP卡，该卡是由淘宝网设定的优惠卡，买家用它购买支持淘宝VIP卡的商品时，能够得到一定折扣的优惠。VIP卡分三个等级，分别是金卡、白金卡和钻石卡。不同的等级意味



着享有不同的折扣，同一等级的VIP卡购买不同属性商品，也有可能享受不同的折扣优惠。

进行VIP设置的操作方法如下：

1) 单击【我的淘宝】→【出售中的宝贝】，勾选您想要设置的任意宝贝，设置促销，并填写合适的折扣力度。相反的，要取消设置操作，用相同方法取消勾选就可以了。

2) 勾选支持淘宝会员卡，并且设定折扣力度，折扣力度必须高于规定的最低折扣标准。

3) 保存设置成功后，您的宝贝在各个相关页面都会附上支持淘宝VIP的图标。在搜索列表里，宝贝将出现在淘宝首页的【VIP专区】里，如图12-16所示。在搜索列表里，你的宝贝可以通过勾选VIP复选框的形式出现，如图12-17所示。在宝贝详情页面，将有如图12-18所示的专属VIP的打折后金额的显示。

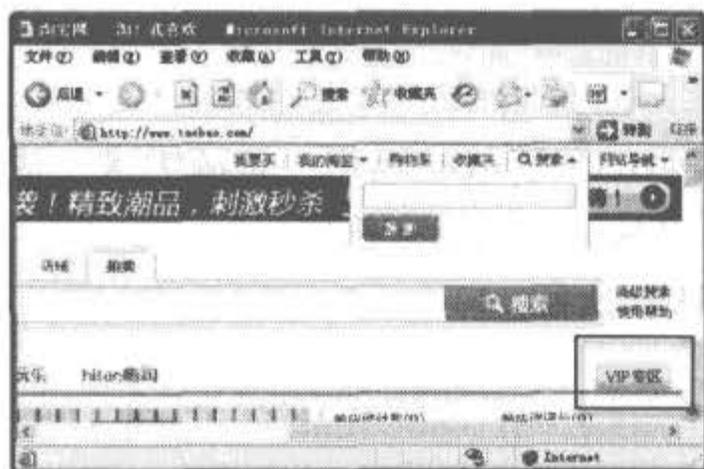


图12-16 VIP专区

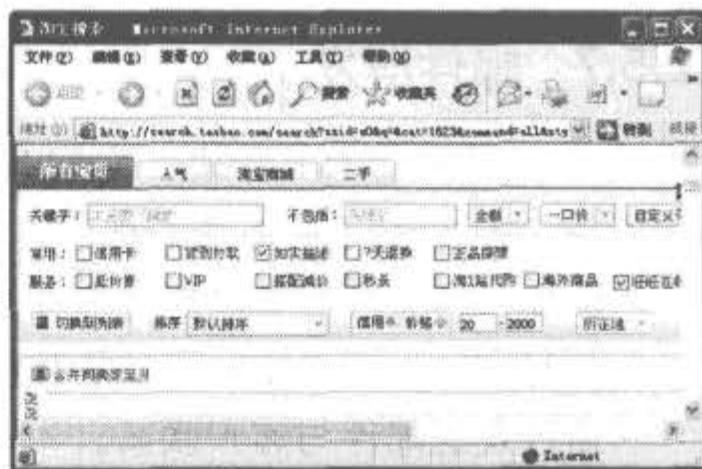


图12-17 VIP选择



图12-18 VIP价格

12.5.9 巧用QQ、旺旺等交流工具

在使用QQ、旺旺进行推广时需要注意，避免让潜在买家产生厌烦心理。如果发生了这样的事，就算你再怎么认真努力推广发布，也只会让情

况越来越严重，走入误区。

进行QQ推广时，可以借助于它特有的功能如下：

- QQ聊天工具。
- QQ群。
- 开通QQ空间。
- 在QQ社区中进行宣传推广。
- 加入QQ交友，成为QQ交友用户。
- 在QQ家园中进行推广。
- 利用QQ相册进行推广。

进行旺旺推广时，可以通过它的相应设置来进行。步骤如下：

- 1) 更改并上传有宣传推广作用的旺旺头像。
- 2) 进行签名添加。如“十一促销”等具有吸引力的签名是很有效的。
- 3) 设置自动回复功能。在自动回复功能中，添加合理的商品信息。

12.5.10 积极响应和发起团购

网络团购就是通过互联网平台，由专业团购机构将具有相同购买意向的零散消费者集合起来，向厂商进行大批量购买的行为。也可由消费者在团购网站上发布商品团购信息，自行发起并组织团购。

网络团购具有两个特点：第一，降低了交易成本，所以能够在质量与服务有保障的前提下，得到一个较低的价格。第二，能有效扭转因为市场不透明与信息不对称所产生的不利处境，最终使消费者购买到性价比高的商品。

在执行时，需要注意以下几点：

- 发布的商品必须是性价比最好的。
- 对于发布的商品，展示细节方面要求尽量详细。
- 在团购交易不成功之前，主动联系参加团购的买家。因为需要参加团购，该卖家一定是非常具有销售能力，通过周到细致的努力，离成功也就近得多。
- 为包装内需要邮寄的商品，添一张宣传单，并在宣传单上加入卖单淘宝的ID号。

以上这些是对淘宝网的相应商品进行推广的常用且实用的推广方式，并且这些方式你可以免费使用。为了使商品有更好的推广效果，淘宝网还推出了一系列的付费推广方式，目的是为那些已经具有高销售和高收入的



店铺提供推广。这些推广方式往往比较省心，但高额的推广费用也是我们所需要考量与规划的。

12.5.11 加入保障

随着网民消费观念的不断提高，淘宝网对消费者的权益保护方面进行了详细的划分。买家可以通过具体的保障要求，在浏览店铺前选择条件时，勾选相应的消费保障内容，对店铺认识和了解。

可以说加入消费保障是必须的。消费保障是淘宝网为了保护消费者权益而推出的措施。因为网购具有特殊性，买家与卖家不直接进行交易，增加了买卖风险，所以为了让买家无顾虑，一定要加入消费保障。

对于消费保障，可从以下几方面来了解它：

1) 现在淘宝推出的保障有如实描述、7天退换、假一赔三和正品保障这几项内容，如图12-19所示。主要针对商品的品质，以及商品的真实信息等方面来约束的。

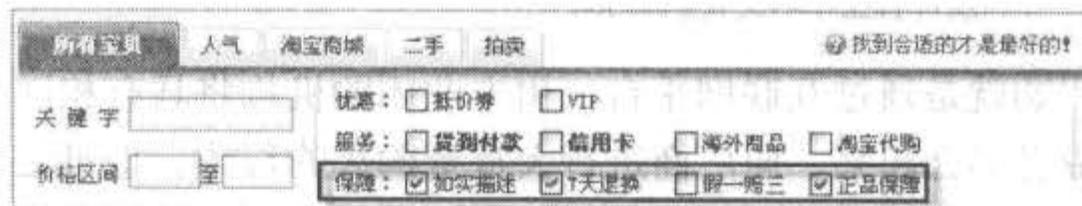


图12-19 保障内容

2) 商家加入了相应的消费保障内容后，店铺的导航栏将出现相应的标识。如图12-20所示是某一店铺的消费保障内容。

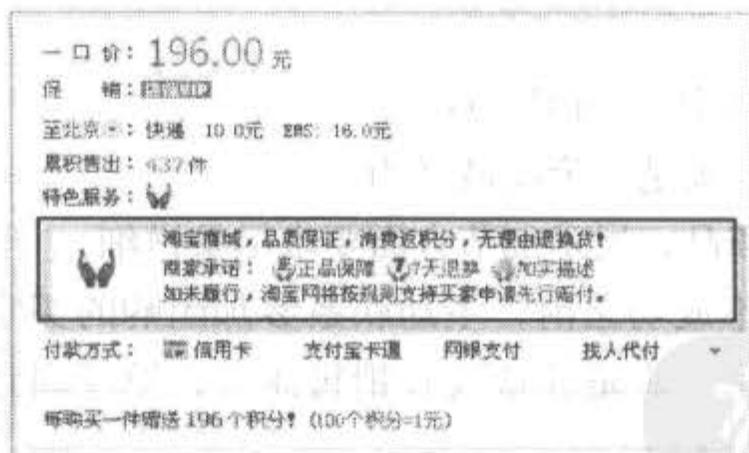


图12-20 消费保障内容

3) 加入消费保障需要保证金。在该项内容有效后，相应的保证金会被冻结在支付宝中。一旦发生违约行为，淘宝网将根据相应制度进行处理。

对刚开店的掌柜来说，加入消费保障的保证金不是一笔小数目。但是，越来越多的人选择在淘宝网开店，后面的费用会是怎样一个走势值得关注。



12.5.12 加入淘宝商城

这是淘宝网为那些已经具有一定的销售量与众多买家的店铺所准备的，通过相应的旗舰店、专卖店以及专营店三种方式，来帮助卖家提高销售的目标。当然，此方式需要付出保证金与服务费。在使用该推广方式之前，需要权衡一下，自己的店铺有没有必要进行这项功能的申请。具体如图12-21所示。



图12-21 淘宝商城

12.5.13 网络广告

现在的网络广告可以用泛滥成灾来形容。随便进入一个网站，都能在醒目的位置看到广告的影子，如图12-22所示为淘宝网的首页。



图12-22 网络广告



在通过网络广告进行推广的过程中，需要注意如下几点：首先，顾名思义，广告起着广而告之的作用，但是在想让更多的人知道广告的前提下，一定要注意方式和方法的选择与运用。其次，不能让观众有厌烦心理。比如，视频、音频网站的用户在看视频或听音乐过程中，突然蹦出来一条广告，打断了用户的收看或收听，相信这条广告的效果不但不能起作用，反而有可能为以后留下难以抹去的坏印象。最后，必须选择能吸引人的广告内容。



网站策划师成长之路

——网站策划与设计实战

- 从网站整体建设出发，详细介绍网站的设计、制作、发布、推广、维护。
- 以实例为线索和支撑，剖析网站建设的各个环节。
- 提供一个完整案例，详解网站从策划到实施的全部过程。
- 适合网站建设各环节的人员阅读。

作者简介



刘志，微软认证系统工程师，知名技术网站Exchange中文站负责人，帽子网(emaenzi.com)创始人，中国邮箱网Exchange方向专家。目前供职于创新工场IT部门，从事技术支持、服务器运维及网络管理工作。



佟晓，硕士学历。m120医疗网站美工设计人，健康咨询网站策划设计人，国家精品课程美工设计人。目前从事ADOBE资格认证筹划工作。

客服热线:(010) 88378991, 88361066
购书热线:(010) 68326294, 88379649, 68995259
投稿热线:(010) 88379604
读者信箱:hzjsj@hzbook.com

华章网站 <http://www.hzbook.com>

网上购书: www.china-pub.com

封面设计 范华明



上架指导: 计算机·Web开发

ISBN 978-7-111-34867-2



9 787111 348672

定价: 39.00元