

第2章 企业网站分析与策划



本章导读

本章从企业网站设计流程入手,主要介绍了建立企业网站的网站目标及可行性分析、需求分析的方法、步骤和内容;介绍企业网站的效果图设计,以及栏目和布局设计;在此基础上,针对企业网站站点的特征,做出企业网站站点分析、策划,并给出解决方案。



本章要点

- 企业网站设计流程
- 企业网站建站目标及可行性分析
- 企业网站的需求分析
- 企业网站效果图设计
- 企业网站栏目设计
- 企业网站布局设计
- 企业网站色彩设计
- 企业网站站点分析

2.1 企业网站设计流程

一个网站的成功与否与网站制作者的规划有着极为重要的关系。为使网站能够达到预期的目的,满足用户要求,不仅需要在网站建设过程中与用户方进行良好的沟通与交流,更重要的是要遵循网站建设流程,只有这样,才能做到既不浪费时间又能提高效率,并且还能保证网站的科学性、严谨性。一般将网站设计过程分为以下几个阶段:

1. 明确建站目标及可行性分析

网站建设目标说的通俗点就是网站建设的目的,即,你公司建设网站后想通过网站来得到什么好处?是展示企业形象?是提供一个与外界交流的网络窗口?还是开展公司产品的网络营销?还是其他?

可行性分析是通过对企业的主要产品服务 and 硬件条件,如市场需求、资源供应、建设规模、环境影响、资金筹措、盈利能力等,从技术、经济、工程等方面进行调查研究和比较,并对网站项目建成以后可能取得的经济效益及社会环境影响进行预测,从而提出该项目是否值得投资和如何进行建设的咨询意见。为企业网站的建立提供可行性报告。

2. 需求分析

与企业用户进行充分的交流与沟通,明确用户建设网站的目的和具体要求,全面搜集和

整理用户提供的各种资料,然后认真分析和充分理解用户的意图。如果有需要,可对企业用户和管理层进行访谈,充分了解企业的理想目标、功能要求等,还可以请企业用户提供他们所喜欢的网站实例,并在此基础上结合网站技术特点,提出网站设计方案,与企业反复商讨,以得到用户认可。

3. 根据需求设计企业网站效果图

需求分析做完之后,在正式建站前需要对网站进行总体效果设计,主要包括网站的类型选择、主题设计、风格设计等。网站的总体效果图设计完成以后要展示给企业用户,看是否符合企业用户的要求,与企业客户沟通讨论,完善总体设计效果图。网站的总体效果对网站建设起到计划和指导作用,对网站的内容和维护起到定位作用。这一环节的有无和好坏,不仅直接影响网站的整体效果,而且是网站发布后能否成功运行的主要因素。

4. 企业网站栏目规划

在完成企业网站效果图后,根据效果图以及企业业务的侧重点,结合网站定位来确定网站的栏目。开始时可能会因为栏目较多而难以确定最终需要的栏目,这就需要所有设计和开发人员在一起阐述自己的意见,一起反复比较,将确定下来的内容进行归类,形成网站栏目的树状列表用以清晰表达站点结构。

对于比较大的网站,可能还需要讨论和确定二级栏目以下的子栏目,对它进行归类,并逐一确定每个二级栏目的主页面需要放哪些具体的东西。二级栏目下面的每个小栏目需要放哪些内容,让栏目负责人能够很清楚地了解本栏目的细节。讨论完以后,就应由栏目负责人来按照讨论的结果写栏目规划书。栏目规划书要求写的详细具体,并有统一的格式,以便网站留档。这次的规划书只是第一版本,以后再制作的过程当中如果出现问题应及时修改该规划书,并且也需要留档。

5. 企业网站布局设计

设计网站页面布局主要有以下几点:

(1) 网站首页的布局设计。

网站首页是网站给浏览者的第一印象,网站页面布局要从主题、导航和内容方面着手进行页面布局分析。

1) 网站主题

在网站页面布局中,首页是网站的最核心的页面,首页的主题也就是网站的主旨,所有内容围绕着首页的主题来描述。主题主要体现在网站的标题、关键词和描述上,其中最主要的是标题,用户在搜索引擎上搜索结果就是你网站的标题和描述性内容。在首页的页面上,首页主题还体现在 logo 上,准确概括的 logo 和主题可以很好的帮助用户选择自己需要的网站。

2) 网站导航和内容

在网站页面布局中,网站导航是必不可少的,是对网站内容的分类,按照网站的内容细分,便于用户根据个人需求选择浏览页面。网站首页导航要分类清晰明了,层次分明,不要重复。同时网站首页的内容布局设计要对网站用户进行需求分析,把用户最关注的内容放置在首页栏目的最突出位置。网站首页布局还需注意页面的尺寸、网站打开速度及友情链接布置等方面。

(2) 网站内页布局设计。

1) 内页面包屑导航

为了更好的提升站内页面权重,网站页面布局时,要将网站内页设置面包屑导航。由于

网站层级页面太多,特别是大型网站,为了让网站内页获得权重,内链是个很好的方式,为内容设置面包屑导航就是最符合用户体验的内链形式。面包屑导航既可以分配页面权重也可以方便用户在页面间进行切换。

2) 网站内页模板

网站页面布局中的内页模板有两栏式和三栏式。两栏式多用于小型企业博客网站。两栏页面的中心部分是文章内容,侧面为用户互动内容,如推荐文章等。当然栏目页需要注意文章列表每页条目不要太少,会导致不便于用户浏览,也会出现网站页面层次过深的问题。三栏的内页布局 and 两栏的差不多,中间位置为文章内容,两侧方式相应的互动内容或广告。

网站页面布局是设计好网站最核心的部分,好的页面布局会给你带来别样的收获。

6. 企业网站色彩搭配

企业网站是一个企业形象的代 表,一个优秀的企业网站不仅要设计精美,具有美感,给人以美的享受,同时也要体现企业的文化,具有企业独特的风格特征。

首先企业网站的整体风格应该做到稳重、大方。在用色方面,企业网站的色彩最好控制在三种颜色之内,并且要体现出主次,可以采用对比鲜明、冲击强烈的色彩作为网站的主色调,来展现企业网站富有竞争力的特性。但是如果只用一种色调构成一个网站则显得很单一,因此可以通过另外两种颜色作为辅助色调,来搭配主色调。这样既能保持网站的主色调一致,又能让网页显得美观。切忌让企业网站太过花哨、艳丽,也不要色彩过淡,犹如个人主页。这些做好之后,可在企业网站的首页最突出位置放置企业的 logo 以及一句话的企业宣传标语,以加深访客印象。

企业网站的色彩搭配原则应该以大众的欣赏习惯为标准,同时兼顾企业的形象特点。总体而言,要用一个感觉的色彩。具体而言,蓝色、灰色常常用于工业高科技企业,给人带来理性、稳重的感觉;粉色、紫色则体现出女性的柔美,可以用于女性用品以及女性浏览较多的网站,如女装网站;绿色给人环保、健康的感觉,而在绿色中加入黄色,则有青春旺盛的意境;如果在绿色中加入较多的蓝色,则显得幽灵阴森;在黑色的基础上点缀纯红、黄、蓝、绿色可以使黑色变得透明;红色给人以激情,橙色给人以快乐和运动,可以用于商业、零售等企业网站站点。总之,选择色调要与企业网站的主题内容相呼应,衬托出企业网站的个性,让访客对你的网站印象深刻。

7. 企业网站的发布与推广

网站发布就是把网页文件传送到与因特网相连的 Web 服务器上。在网页文件编写、调试后就可以将其上传到网站空间。文件上传分为 Web 上传和 FTP 上传。Web 上传需要登录到网站的空间管理页面按要求就行上传,但是一般都不能传送较大的文件。FTP 上传则可以传送较大文件,是目前使用最为广泛的上传方式。

网站发布后,还要不断地进行宣传和推广,这样才能让更多的人认识它,提高网站的访问量和知名度。网站宣传和推广的方法有很多,常见的有传统媒介推广、网络广告推广、搜索引擎推广、合作推广、网络工具推广等等。

8. 企业网站的维护

一个好的企业网站,要进行长期、不间断地维护和更新。特别是在企业推出了新产品,或者有了新的服务项目内容等大的动作或变更的时候,都应该把企业的现有状况及时地放映出来,以便让客户和合作伙伴及时的了解详细状况,企业也可以及时得到相应的反馈信息,以便

做出合理地相应处理。

企业网站维护一般包括网站日常维护、网站安全维护、网络故障恢复、网站内容更新、网站优化维护、网络基础维护等。

2.2 企业网站目标及可行性分析

2.2.1 企业网站目标及定位

企业网站建设成功的关键在于明确建设网站的目标。企业建设网站的目的主要有以下几个：

(1) 树立良好和前卫的企业形象，扩大知名度。

建设公司网站，可以树立公司的形象，建立领先同业的战略优势。运用先进的传播扩展手段，增大公司的用户数量。建立统一的资料发送和接收系统，增强了安全性、稳定性、及时性，保证客户的利益。网站建设大大提高了商务通信速度，扩大了通道的功能。拉近了公司与客户的距离，增强了与客户的关系。公司的网络站点使双方都方便地了解到对方的最新数据，而电子数据交换则意味着公司之间的合作得到了加强。提高了服务质量，并能以一种快捷、方便的方式提供公司及其产品的信息和客户所需的服务。最大限度的达到对资源的利用和共享，提高工作效率，节省工作时间。提供了相互交换式销售渠道，我们能及时得到各种反馈信息，改进本身的工作。

有些企业的产品在互联网发展的初期阶段不适合网上销售，比如汽车、房地产、家具装修等。这类产品的特点是价位高，用户必须亲自比较和研究，才能作出购买决定。对这类产品，企业网站建设的主要目的应该是树立良好和前卫的企业形象，通过网站来宣传和尽可能详细的介绍企业的产品，为顾客提供最好的服务。

(2) 开展电子商务，扩大销售。

有些企业的产品往往是知名消费品，或者企业的产品本身非常适合网络销售，例如 IT 产品、图书音像、名牌化妆品、快速消费品、基本生活用品等等。对这类产品，企业应该最大限度的开发出网络的潜力，将企业网站的销售和电子商务的发展作为第一目标，大力开展网上电子商务的销售活动。

(3) 其他拓展功能。

企业网站建设后，通过与客户互动，可以更及时了解产品、服务、市场信息等情况，为企业提高产品质量、改进企业服务、把握市场信息、调整经营方向提供参考和依据，这些比传统营销功能实现要简单、全面的多。

另外，企业网站建设后，全国、甚至全世界都有机会看的到，可以为企业经营、发展提供更多的合作机会。

对于企业而言，追求的不是大流量，因为企业网站建设的内容比较范围较窄、局限性大，企业更应该追求高质量的 IP 量，因为高质量的流量都是企业的潜在用户。当这些潜在用户通过企业的网站链接了企业的产品和信息后，就可能成为企业的直接客户。

网站的准确定位是在策划网站之前必须认真仔细地探讨和研究的。给网站定位时，应与网站所有者的决策层人士共同讨论，以便于让企业的上层领导能对网站的发展有一个方向性的

把握。最好还能与其他相关部门的人员一起讨论，站在企业的立场上提出好的建议，并及时融入到策划中去。

2.2.2 企业网站可行性分析

企业网站（包括可以开展电子商务的企业网站）实施的可行性分析主要包括技术可行性分析、经济可行性分析和组织人员可行性分析三个方面。技术可行性分析主要指构建与运行企业网站所必需的软、硬件以及相关技术对企业业务流程的支撑分析。经济可行性分析主要指构建与运行企业网站的投入产出效益分析。组织人员可行性分析主要指保证企业网站所需要的人力资源，以及组织设计和管理制度的分析，如图 2.1 所示。

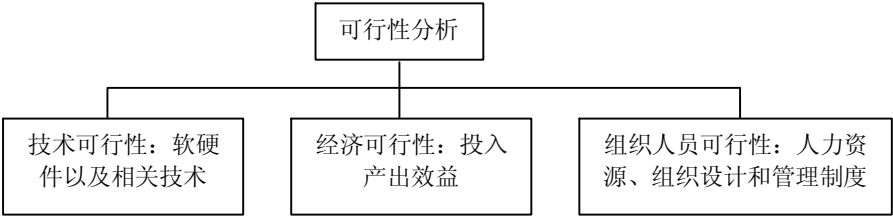


图 2.1 企业网站的可行性分析

创建企业网站的根本目的是获取更大的经济和社会效益，使企业或产品更加深入人心。企业网站前期的策划、可行性分析十分重要，可以从以下几方面入手：

- （1）当前有无建立企业网站，开展电子商务的必要（能否节约成本、提升自动化和服务能力、缓解竞争压力等）。
- （2）建立企业网站的目的是什么。
- （3）在企业网站上能开展哪些业务。
- （4）采取什么样的商业模式来取得企业电子商务的优势。
- （5）企业网站如何构建才能满足企业电子商务流程的需要。
- （6）企业对人力、技术怎样投资。
- （7）企业对网站的组织、管理怎样制定。
- （8）网络上竞争对手当前的状况如何。
- （9）企业自身在网络市场中应处于什么位置。
- （10）及时分析市场需求，保持竞争优势。

2.3 企业网站需求分析

互联网丰富多彩，这些信息大多通过网页与用户进行交互。网页的实现形式多种多样，无论是短小精悍的个人主页，还是结构清晰、信息丰富的大型网站，网站的需求分析和规划设计都要放在第一步，因为它直接关系到网站的功能是否完善，质量是否能够得到保证。

企业网站需求分析的第一步应当是与用户交流，用户的需求才是最终需求，当然开发者必须正确引导用户，将用户的实际需求用较适当的技术语言表达（或由其他相关技术人员帮助

表达),以便明确网站项目的全过程。参与人员包括网站开发项目组成员、终端用户,还有开发方的部门经理(根据项目大小而定),网站项目的管理者也应同时参与。

企业网站需求分析的第二步是做调研,这里主要是用户需求调研和市场调研。

1. 用户需求调研

在需求分析的过程中,可能会有一些不明确的用户需求,此时项目负责人需调查和分析用户的实际情况,明确用户的具体需求。这一过程通常需要用户的充分配合,而且还有可能需要对用户中的被调研对象进行必要的培训。所以调研的计划安排,如:时间、地点、参加人员、调查内容等,都需要项目负责人和用户共同商量认可。调研的形式可以采用填写需求调查表、举办需求调查座谈会或者现场调研。调研的内容主要有:

- 网站当前需求以及今后可能需要的功能。
- 网站需要采用的软硬件运行环境。
- 对网站系统性能、可靠性等的定义。
- 对网站维护的要求。
- 网站采用的整体风格、美工需求等,必要时用户可提供参考站点或由开发者向用户提供作品参考。
- 网站所需页面的数量,是否需要多种语言版本等。
- 网站的内容管理及任务分配。
- 网站是否需要不同特殊效果的页面(如 JavaScript、Flash 等),数量有多少。
- 整个项目完成时间及进度安排(可以根据所签合同确定)。
- 明确项目完成以后的维护责任。

调查结束以后,需要编写《用户调查报告》,《用户调查报告》按照调查概要说明、调查内容说明和调查资料汇集等三点内容编写。

2. 市场调研

通过市场调研,分析相类似网站的界面、性能和运行情况,可以帮助网站项目负责人更加清楚地构想出所开发网站的大体架构和样式,在总结同类网站优劣的同时,项目开发人员可以博采众长,突出所开发网站的特点和优势,开发出更合理、更优秀的站点。

但在实际的运作中,时间、经费、公司的能力都可能是有限的。市场调研覆盖的范围通常会有一定的局限性,在调研同类网站时,应尽可能多地寻找到比较出名和优秀的同类网站,仔细分析研究这些同类网站。了解和分析这些同类网站的使用环境及用户的相同点与相异点,了解它们所定义的用户详细需求。寻找竞争对手,可以根据企业所属的领域、行业、类别和性质,根据企业产品或服务确定关键词,使用搜索引擎帮助搜寻。

市场调研的重点应该放在主要竞争对手的网站作品或类似网站作品的相关信息上。市场调研主要包括以下内容:

- 确定市场中同类网站作品。
- 调研作品的使用范围和浏览网站的人群。
- 调研产品的功能设计(主要模块构成、特色功能、性能情况等)。
- 简单评价所调研的网站情况。

调研的目的是明确并且引导用户需求,对市场同类产品调研结束后,应该撰写《市场调研报告》。

网站需求分析的第三步应当是建立需求分析文档体系。在整个需求分析过程中,按照一定的规范编写需求分析相关文档,帮助开发成员将需求分析结果更加明确化,为以后的开发形成文本形式的备忘,也为开发人员日后的开发项目提供更好的保障。

需求分析中建立的主要文档有:

(1) 网站功能描述书。

代表整个需求分析活动的结果性文档,同时也是开发项目时项目成员主要可供参考的文档。其主要内容有:

- 网站具有的功能。
- 网站需要采用的软硬件运行环境。
- 网站系统需要采用的软硬件接口。
- 对网站系统性能、可靠性等的定义。
- 对网站用户界面的要求。
- 网站采用的整体风格、美工需求等,必要时用户可提供参考站点或由开发者向用户提供作品参考。
- 网站所需页面的数量,是否需要多种语言版本等。
- 网站是否需要不同特殊效果的页面(如 JavaScript、Flash 等),数量有多少。
- 网站的内容管理及任务分配。
- 对网站维护的要求。
- 确定网站系统空间租赁要求。
- 整个项目完成时间及进度安排(可以根据所签合同确定)。
- 明确项目完成以后的维护责任。

(2) 用户调查报告。

代表用户可能需求的某些特殊要求等,作为《网站功能描述书》文档的一份辅助说明。其主要内容有:

- 调查概要说明:网站项目的名称、用户单位、参与、人员,调查开始和终止的时间、调查的工作安排等。
- 调查内容说明:用户的基本情况、用户的主要业务、信息化建设现状,网站当前和将来潜在的功能需求、性能需求、可靠性需求、实际运行环境,用户对新网站的期望等。
- 调查资料汇编:将调查得到的资料分类汇总(如调查表、会议记录等)。

(3) 市场调研报告。

针对网站用户所面对的当前市场所做的调研,它也是《网站功能描述书》文档的一份辅助说明。其主要内容有:

- 调研概要说明:调研计划、网站项目名称、调研单位、参与人员、调研起止时间。
- 调研内容说明:调研的同类网站作品的名称、网址、设计公司、网站相关说明、开发背景、主要适用访问对象、功能描述、评价等。
- 被调研网站可借鉴的功能设计:功能描述、用户界面、性能需求、可采用的原因。
- 被调研网站不可借鉴的功能设计:功能描述、用户界面、性能需求、不可采用的原因。
- 同类网站作品优、劣势分析。

- 主要竞争对手产品的优劣与用户所属公司产品相对应的优、劣势分析。
- 调研资料汇编：分类汇总调研资料。

作为网站项目开发的文件，各种文档应该定有一个规范或固定的格式，以便增强其可读性，使阅读者方便、快捷地查阅和理解文档的内容。

对于在前期和用户签订的合同或者标书的约束下，项目组成员通过较为详细具体的用户调查和市场调研，依据前面给出的《用户调查报告》和《市场调研报告》文档，网站项目组负责人可以召集全组成员，对整个需求分析进行全面、认真的总结，将前期不明确、不太确定的需求给出清晰的结论，并形成一份详细明了的总结性文档，这就是《网站功能描述书(最终版)》，这份文档将作为往后整个项目开发过程中的依据。

2.4 企业网站效果图设计

企业网站效果图的设计原则为：

- 主题 突出主题和副主题，包括产品及业务范围。
- 定位 概括整个网站的整体风格，展示企业的整体形象，结合企业的实际情况，充分体现出公司规模、经营理念、主营业务及主打产品。
- 元素 企业形象（LOGO）、产品展示、经营理念、新伟动态。
- 内容 包括导航栏（首页、公司简介、产品介绍、实施方案、技术服务、联系方式）和展示区（企业形象、产品展示、用户登录界面，新闻动态、用户交互等）。

在网页效果图的设计阶段，应按照绘制结构草图，在 Fireworks 中绘制辅助线、绘制结构底图、添加内容、对效果图进行切片、对切片进行优化、输出切片刀 Dreamweaver 的顺序来依次进行。

下面将会介绍网页效果图设计中各个流程的作用。

设计网页效果图，总体可以分为以下几个步骤：

1. 创建画布，添加辅助线

在具体设计前，应当考虑到网页的布局形式，可以根据策划阶段确定下来的网页布局草图，在 Fireworks 的画布中添加辅助线，这样做的目的是为了明确页面布局形式和面积。

需要注意的是，对于布局结构比较复杂的页面，辅助线不是一次就能够全部创建好的，而是一部分内容创建一部分否则辅助线过多会使页面混乱。

2. 绘制结构底图

根据创建好的辅助线，使用 Fireworks 的工具或者是矩形选取框工具，把网页效果图中带有底色的“矩形块”依次绘制出来，形成一个整体的布局效果。

这里的“矩形块”只是一个统称，可以使任意的形状。除了得到形状以外，还可以直接对这些“矩形块”配色，或添加纹理、滤镜，从而在整体上对页面的配色方案进行控制。

3. 添加内容

结构底图绘制完毕后，就可以开始在网页效果图中添加实际的内容了，包括文字和图像，从而完成最终的效果图方案。

添加图像的时候，如何选择最合适的图像素材，如何对图像素材进行处理是非常重要的，可以说网页中图像设计的好坏，直接影响到整体的页面效果。

4. 切片

效果图制作完毕后, 首先需要进行切片。把网页比喻成一幅图, 而切片工具就像是剪刀, 使用切片工具可以把一张大图像裁剪成很多小图像。这样做目的之一是为了加快下载速度。因为 IE 浏览器是多线程的, 同一时间可以下载 3 幅图像。

切片的另外一个目的, 也是最主要的目的是为了布局的需要。很多人不知道该如何对效果图进行切片, 这是因为对布局技术不了解。同一个网页效果图, 按不同的方式布局就会得到不同的切片, 并没有说哪一个才是“标准”的, 所以要想灵活运用切片, 必须熟悉流行的布局技术。

在对效果图进行切片时应注意以下事项:

- (1) 切片一定要和所切内容保持同样的尺寸, 不能大也不能小。
- (2) 切片不能重叠。
- (3) 淡色区域不需要切片, 因为可以写代码生成同样的效果。也就是说, 凡是写代码能生成效果的地方都不需要切片。
- (4) 重复性的图像只需要切一张即可。
- (5) 多个素材重叠的时候, 需要先后进行切片。例如背景图像上有按钮, 就需要先切片按钮, 然后把按钮隐藏, 再切片背景图像。
- (6) 如果突破非常复杂, 无法布局, 那么最简单的解决方法就是切片成一张大图像即可。

例如图 2.2、图 2.3 为一些企业网站的效果图。



图 2.2 某企业网站效果图



图 2.3 某企业网站效果图

2.5 企业网站的栏目设计

网站栏目结构是一个网站的基本框架，原用来表达企业的主要信息和服务。一般来说，一个中小型企业网站的一级栏目不应超过 8 个，而栏目层次以三级以内比较合适。网站栏目要突出最有价值的内容，栏目描述意义明确，不能混淆，中英文、颜色、字体等也要统一。

下面我们以某一服饰为例来介绍栏目设计的过程。

1. 制定网站栏目设计规划表

通过企业需求分析和效果图的设计，制定如图 2.4 的企业网站栏目设计规划表。

2. 一级栏目规划内容

(1) 栏目概述。

整个网站的结构设计要体现个性化，体现消费者对服饰质量、款式和风格等要求，并方便、快捷地转入任何想去的网页。因此，设计以下几个栏目为一级栏目：公司资讯、品牌在线、产品展示、经销商专区、服饰沙龙。

(2) 各栏目介绍。

1) 公司资讯。该一级栏目主要介绍本公司的主要情况，包括公司简介、公司最新动态及联系方式等。

2) 品牌在线。该一级栏目主要介绍全球有名的服饰品牌、特色、闪光点及其产生与发展等。

一级栏目	二级栏目（内容）
公司资讯	公司简介
	最新动态
	联系方式
品牌在线	全球有名的品牌
产品展示	最新上市
	热销产品
	畅销排行榜
经销商专区	商品动态
	网上下单
	服务支持
服饰沙龙	专题论坛
	留言板
	意见反馈

图 2.4 企业网站栏目设计规划表

3) 产品展示。该一级栏目主要介绍本公司的所有产品，该一级栏目还能来连接二级栏目新品上市、热销产品、特销产品等。

4) 经销商专区。该一级栏目主要是方便经销商了解本公司的产品动态、服务支持及网上下单等。

5) 牛仔裤沙龙。该一级栏目主要为企业与消费者、消费者与消费者之间架起一座桥梁，实现信息的沟通。包括牛仔裤专题论坛、留言板、意见反馈等。

在该栏目中发挥每一个消费者的想象力和争辩力，在该栏目中可以畅所欲言，可以讨论与服饰有关的各种话题。

3. 二级栏目规划内容

(1) 栏目概述。

二级栏目需紧扣一级栏目的内容和要求，是一级栏目的扩展和延伸。二级栏目是需要具体地实现一级栏目的目标，发挥其网站的主力军作用。因此，在规划二级栏目时，着重注意到栏目的可用性、实用性、方便性和可操作性。

(2) 各栏目概述。

1) 公司简介。该二级栏目主要是介绍本公司的建立、发展及管理制度等，还提供公司的各个部分的照片及解说等。

2) 最新动态。该二级栏目主要是提供本公司的最新动态消息，比如，本公司最近所发生的大事、评奖状况和人才招聘等。

3) 联系方式。该二级栏目主要是提供本公司的电话、公司邮箱、地址等，还提供了公司一些重要领导的手机、邮箱等。便于消费者和经销商与本公司联系。

4) 最新上市。该二级栏目主要提供最新上市商品的信息，包括图片、特色、风格、颜色、价格及库存等。

5) 热销商品。该二级栏目主要提供热销商品的信息。包括图片, 牛仔裤特色、风格的解说, 颜色, 价格和库存等。

6) 商品动态。该二级栏目主要提供大批量生产的商品的信息, 包括图片、设计者、特色、风格、颜色、价格及库存等。

7) 网上下单。该二级栏目主要提供了网上订单界面, 用于经销商下订单, 可以节省交易的时间。

8) 服务支持。该二级栏目主要介绍本公司提供的服务, 以便于经销商了解本公司服务内容。

9) 专题论坛。该二级栏目主要提供消费者的聊天场所, 包括牛仔裤品牌聊天、牛仔裤文化聊天、牛仔裤市场分析等。

10) 留言板。该二级栏目主要提供界面以便于网站访问者留言。

11) 意见反馈。该二级栏目主要提供了意见反馈界面让消费者及经销商提意见, 包括牛仔裤质量意见等。

建设好一个网站, 栏目设计相当重要。栏目做得好不仅能起到网站增添光彩的作用, 而且还有可能会成为网站的牌子。因此, 在栏目设计上, 要一切围绕着客户, 以个性化服务的理念指导一切工作, 为客户着想, 为消费者购买和经销商下订单的方便性提供一切服务, 及时地听取客户的意见和反馈信息, 及时快速地将最新信息传递给客户, 留住老顾客, 吸引新顾客。

2.6 企业网站布局设计

企业网站建设的主要目的就是向访问者传递信息以及精神, 所以在页面的结构上不用太花哨, 太标新立异的设计和布局未必就适合企业网站, 企业网站更应该注重实用性和商务性的, 来突出企业的文化。

设计一个富有创意和品味高的网站, 要靠企业的文化、视觉形象和各种最新的开发技术等一系列方面的完美结合。企业网站作为企业的形象、产品和文化的另一种综合的宣传方式, 在这种全新方式的推动下, 产品的宣传才会更加的广泛, 服务也会更加到位, 企业品牌才会更加闪光。

企业网站布局设计中常用到的布局方法有以下几种:

1. 大框套小框的布局

如图 2.5 所示, 这种布局方式是最常见的布局, 按照这种布局确实可以做出漂亮的设计, 但毕竟方框限制视线的扩展, 如果客户要求做出大气的感觉, 一般不会按照这种方式来布局, 通常来讲, 大气意味着开阔视野。网站样例如图 2.6 所示。

2. 通栏布局

如图 2.7 所示, 这种布局方式让视线不再受到方框的限制, 比起上面的布局方式, 自然多了些大气、开阔的味道来。另外, 主视觉部分还可以灵活处理, 既可以向上拓展到 logo 和导航的顶部位置, 也可以向下拓展到内容区域, 这种布局方式也是非常常见的布局方式。实例如图 2.8。

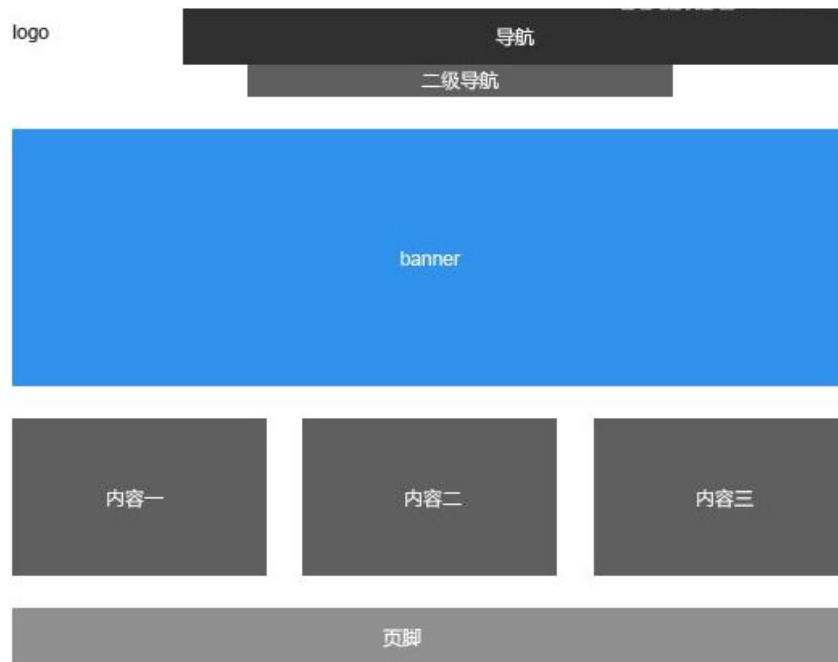


图 2.5 布局方法一



图 2.6 实例一



图 2.7 布局样式二



图 2.8 实例二

3. 导航在主视觉下方的布局

如图 2.9，这种布局方式虽然不多，但也时不时能看到，导航放在 banner 下面的好处是可以弥补 banner 中设计素材截断的缺点，让设计看上去完整、自然。所以说布局的方式受到多方面因素的影响，不仅考虑到信息内容所占据的空间，还包括现有的素材。实例如图 2.10 所示。

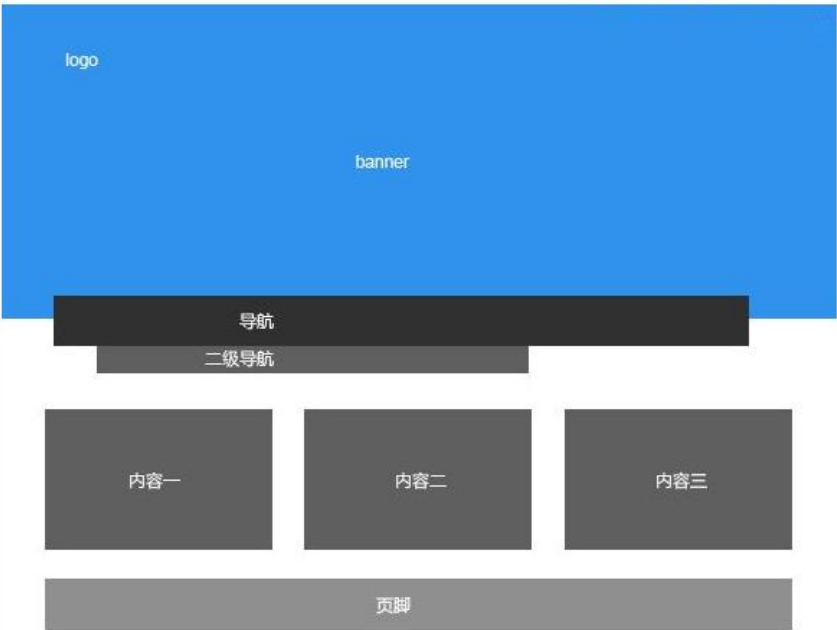


图 2.9 布局方式三



图 2.10 实例三

4. 环绕式布局

如图 2.11 所示, 这种布局方式虽然不常见到, 但却是非常富有新鲜感的布局方式, 可以更显著的突出企业的特点。实例如图 2.12 所示。

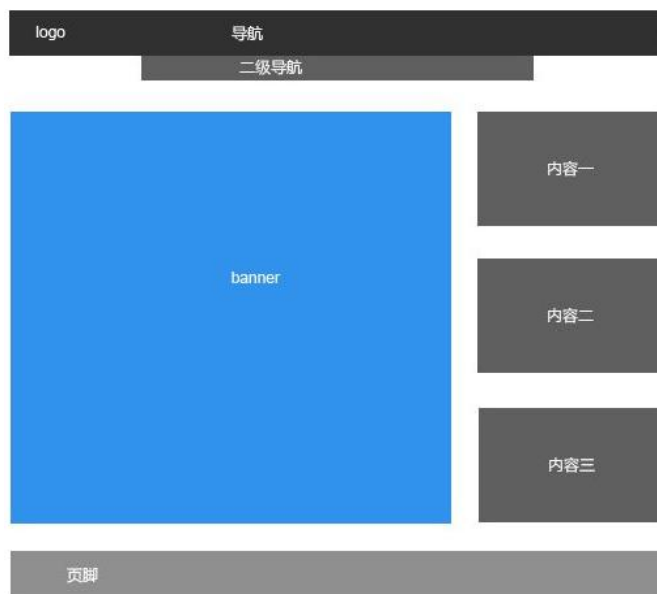


图 2.11 布局样式四



图 2.12 实例四

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。常用于时尚类站点,优点是漂亮吸引人,缺点就是速度慢,如图 2.13 所示。

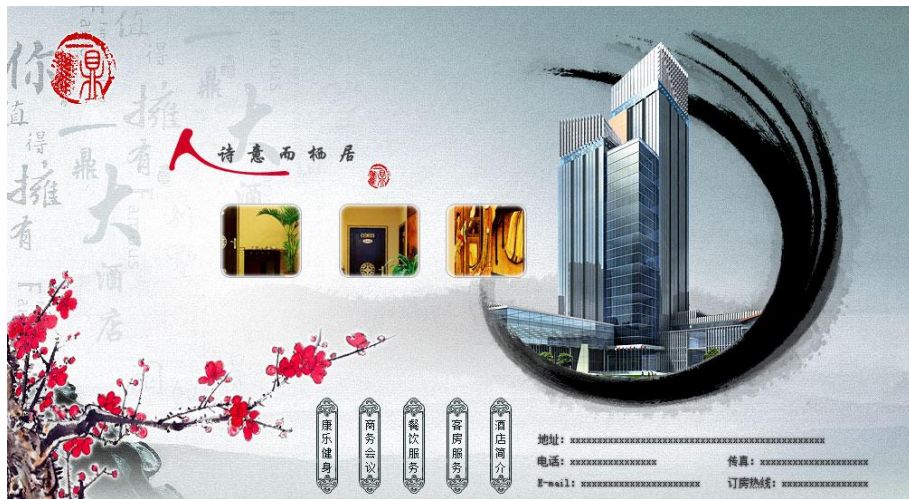


图 2.13 实例五

上面的五种布局方式只是一些常见的企业类网站页面布局,布局的方式还有更多。实际上,布局就像是摆积木,只要遵循重要信息靠左、靠上,次要信息靠右、靠下的原则即可,并没有规定一定要怎么布局,或者这种布局方式要比那种更好,只能说某种布局方式更合适某个页面而已。所以,网站开发者在做布局设计时,可以尝试一下不同的布局方式,给设计增加一些创意和新鲜感。

2.7 企业网站色彩设计

网页的色彩是树立网站形象的关键之一,企业网站色彩设计时应遵循的原则有:

(1) 特色鲜明。一个网站的用色必须要有自己独特的风格,要与表现的内容相和谐,还要考虑受众人群的年龄、层次等特点,这样才能显得个性鲜明,主题突出,和谐自然,给浏览者留下深刻的印象。

(2) 搭配合理。网页设计虽然属于平面设计的范畴,但它又与其他平面设计不同,它在遵从艺术规律的同时,还考虑人的生理特点,色彩搭配一定要合理,给人一种和谐、愉快的感觉。

(3) 讲究艺术性。网站设计也是一种艺术活动,因此它必须遵循艺术规律,在考虑到网站本身特点的同时,按照内容决定形式的原则,大胆进行艺术创新,设计出既符合网站要求,又有一定艺术特色的网站。

一般来说,色彩是和情感联系在一起的,例如:暖色能让人感觉到温暖,如红色、黄色和橙色。冷色让人联想到凉爽和寒冷,如蓝色、绿色和紫色。中性色,顾名思义,并不创造怎样的情感。像灰色和棕色就是中性色。

因此,在设计网站时,选择颜色也很重要,不能无目的地使用颜色。所选择的颜色要适合,能表达客户希望传达的信息,能符合用户在网站所获得的整体感受的期望。

如图 2.14 为常用色彩信息传达及用途。

色彩	信息传达	用途
 红色	喜庆、中国的、温暖、感性、生机;暴力、不安	制造紧迫感用于清仓
 黄色	信心、轻快、希望、光辉;招摇、挑衅	表达乐观、青春用于橱窗吸引购物者
 蓝色	舒适、自由、凉爽、真理;距离感、忧郁	常用于 3C、数码等、夏季促销
 绿色	生命、酸味的、自然、和平;太过理性、冷淡	常用于眼部放松和店铺装饰
 粉色	温馨、浪漫、温柔、和花相关;幼稚、轻佻	常用于女性促销产品
 紫色	神秘、权威、尊贵、信仰;孤独、沉寂	常用于美妆和抗衰老产品
 橘黄色	活泼、光辉、积极、进取;约束、冲突	常用于唤起行动、订购阅读
 黑色	庄重、个性、气势、神秘;不友好、死寂	常用于奢侈品

图 2.14 色彩信息传达及用途

在对企业网站色彩设计时,主要从以下几个方面进行设计:

1. 色相对比

在色彩的设计中,最为常用也是效果最为明显的就是色相对比。色相对比并不需要受众具有很高的色彩辨别能力和相关认知,就能体现出明显效果。色相对比就是利用各色相的差别而形成的对比。色相对比的强弱,也就是冲突和协调决定于色相在色环上的距离。在商品信息采集的实际应用中,不一定会精确到色相环的某一刻度,这个会受到实地场景和道具的限制。但是,总体而言还是类似,突出主题的对比,会选择颜色跨度大的,能够引起强烈冲突效果的,而表现风格的,则可选择跨度较小的。

2. 颜色质量对比

颜色质量对比,也是常用的色彩设计与应用,主要涉及明度和纯度。明度对比可以看做色彩的明暗程度的对比,也称为色彩的黑白度对比。而纯度对比,一种颜色与另一种更鲜艳的颜色相比较时,会感觉不太鲜艳,但与不鲜艳的颜色相比时,则显得鲜艳。质量对比是由一个颜色的纯色和它的渐暗色之间的对比构成的。改变纯色的办法主要就是混合白色、黑色、中性灰色。而在摄影中,曝光不足或者过度曝光,其实就相当于给画面增加黑色或者白色,从而改变画面整体的色彩平衡。任何颜色所表现出来的颜色质量都会被其周围环境的明暗度减弱或者加强。

3. 冷暖对比

冷暖对比,由于色彩感觉的冷暖差别而形成的色彩对比,这类“冷暖”温度的感觉同色彩的心理联系在一起,并不是指物理上的实际温度感觉,但和色温还是有一定联系的,更多是指视觉上和心理上相互体验并相互关联的一种感觉。冷暖对比从属于明暗对比、色相对比等色彩对比的范畴,可以使画面效果非常清晰并在画面中占绝对主导,主要用于突出主题效果。

4. 面积对比

面积对比,也可称为数量对比,是指各种色彩在构图中占据色彩效果的对比。色彩在画

面中取得最佳和谐效果取决于色彩所占区域的面积大小,但不是所有色彩所占面积为 1:1 关系时才能达到相同视觉比重,而是和色彩的亮度值有关,基本成反比,亮度值越高则达到相同视觉比重所需的面积越小。在商品信息采集中,为了突出主题,则更多的是去打破这种平衡,当色彩的数量面积有大小之差时,就会产生视觉张力,如常说的“万绿丛中一点红”。

下面是几个不同风格的企业网站案例:

(1) 蓝色为主,展示活力。

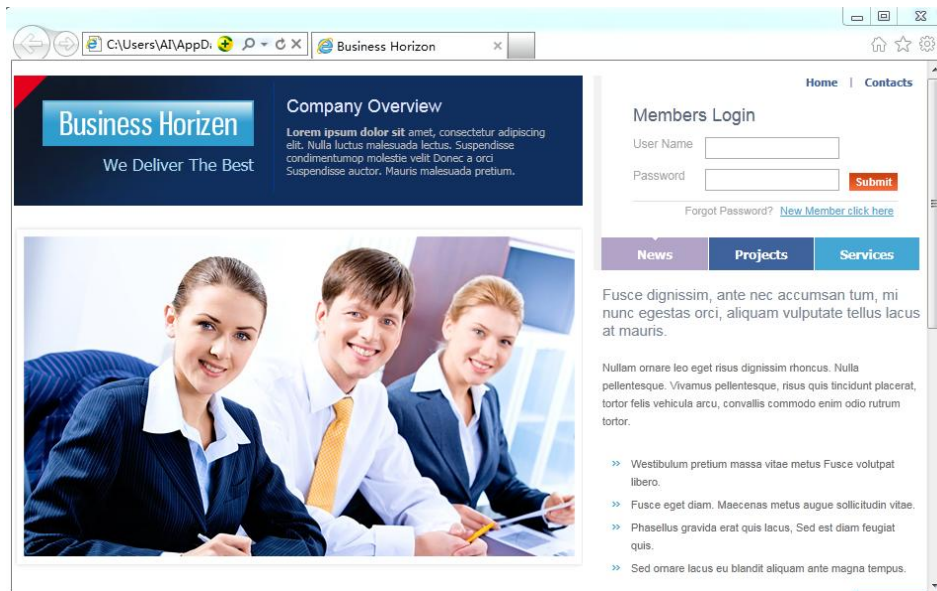


图 2.15 色彩实例一

(2) 黄绿搭配,耳目一新。

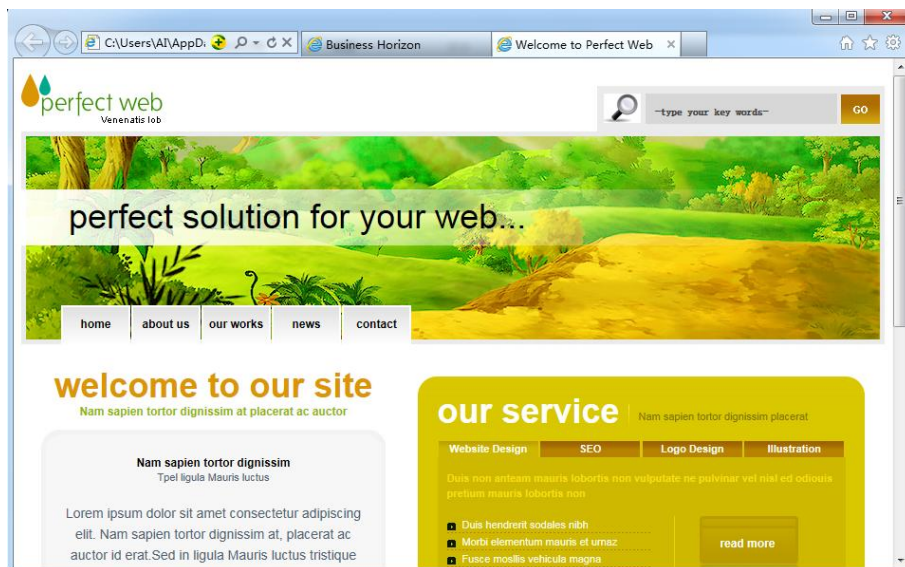


图 2.16 色彩实例二

(3) 黑红搭配, 彰显个性。

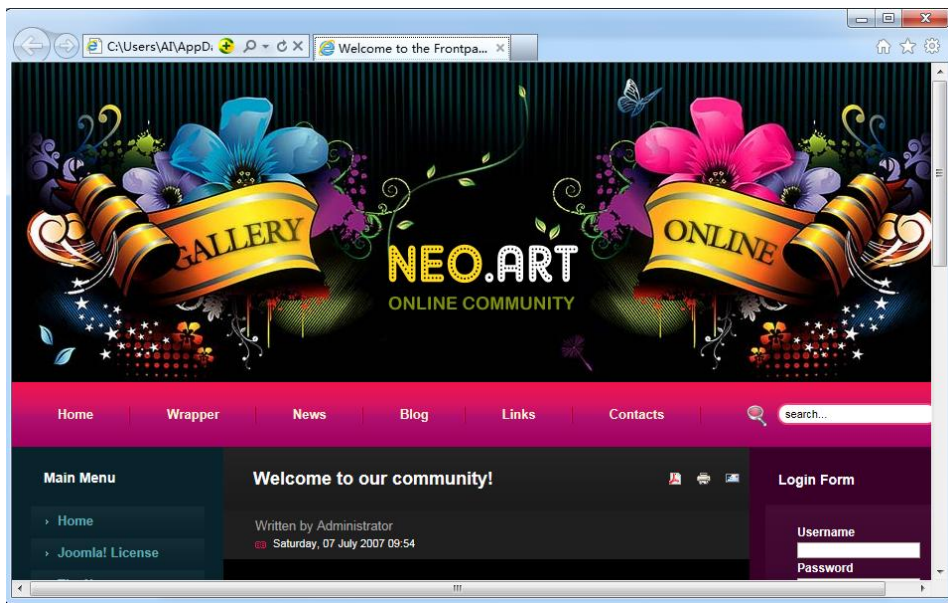


图 2.17 色彩实例三

2.8 企业网站站点分析

企业拥有自己的网站不仅为自身提供了一个虚拟的全球性贸易环境, 同时, 还为企业拓展业务渠道、树立企业形象开辟了新的途径。一般说来, 企业网站系统的主要服务对象是企业的客户或贸易伙伴。通过网站, 客户或贸易伙伴可以及时了解企业的经营范围、最新动态、商品及价格, 并可通过企业网站系统提供的客户咨询服务与企业相关部门进行在线的信息交流, 获取快捷的服务、及时的帮助, 同时企业可以获得最直接的用户需求、意见和建议, 提高企业的应变能力和竞争力度。

2.8.1 企业网站特征

企业网站应具有鲜明的企业特色、企业理念、企业文化、企业能力。它们分别表示所属网站企业在所属行业内的行业特征、地位、企业的性质, 企业给人们的文化性印象和感觉, 展示文化价值, 以及企业的品位、格调、业绩、规模和企业的成长动力、安定性、开发能力等综合机能。

企业网站与电子商务网站在主导业务、商业模式, 可能还有营销方式 (因为企业主要是做 B2B, 而电子商务网站则可能包括 B2B、B2C 等多种模式) 等方面的不同, 其他方面, 如网站的开发建设、数据的管理、应用, 以及安全维护上基本相同。作为一个网站, 它们没有什么本质上的差别。企业网站建设和一般网站建设相比较, 有如下主要特征:

- (1) 宣传企业形象, 发布企业动态。
- (2) 公布产品目录, 发布、展示新产品。

(3) 订单或 ERP (Enterprise Resource Planning)、CRM (Customer Relationship Management) 系统。

(4) 易用性、及时性、稳定性要求高。

(5) 企业形象展示与提升。

2.8.2 企业网站站点策划

企业的种类成千上万,不同的企业有不同的企业理念、不同的性质、不同的要求。一个好的企业网站应该是以该企业的行业特色为页面主题,突出企业的核心部分。例如汽车贸易网站,其主页突出的是该企业在汽车贸易营销行业中的特色,以各种、各类汽车以及其相关的信息、服务为基础,设置页面的栏目、内容等。

企业网站系统通常包括企业信息管理系统(内含公告、企业简介、部门简介、最新动态、新产品推荐等)、产品信息管理系统(内含产品介绍、价格、图片、演示、评价内容等)、在线服务系统、营销管理系统、订单支付系统、客户管理系统、合同管理系统以及网站管理系统等管理模块。企业在建站初期,特别是中、小企业在建站初期,切不可贪大求全,投入过多的资金,因为企业网站在开展电子商务的初期收益是十分有限的。电子商务的运作依赖于真实经济,体现真实经济并促进真实经济的发展,它是集信息流、物流、资金流于一体的完整的电子交易系统。

下面就以一个汽车贸易公司的网站为例,介绍网站站点的策划。

1. 网站总体介绍

介绍企业在本行业内的能力,品牌、经验、技术和资源优势,体现企业建站的目的,展示企业形象、企业理念、企业文化等;介绍与各银行之间的联系,与各合作伙伴的关系;介绍在线支付方式、离线支付方式,第三方采购、物流、专业服务。

2. 网站服务项目

建立以消费者为主的信息库,提供以其为核心的信息服务平台;针对不同人群的网上销售系统;订单、合同管理系统,销售统计、结算系统;提供 Internet 搜索引擎和在线支付方式;客户、业主关系管理系统;强大的技术应用能力和网络安全系统。

3. 网站赢利模式分析

企业网站的赢利模式分析包括品牌经营收益,服务收益(包括支付、物流、广告、产品推介、网络营销等),还可以通过电子商务的直接效益和间接效益评估网站赢利。

4. 网站优势分析

优势分析可以包括品牌、经验、技术和资源优势,物流与支付系统优势,新品推广速度等方面。

企业依托自己建立的网站开展网络营销、电子商务等,可以帮助企业在第一时间将最新的信息,以图文并茂的形式发布给浏览者,高效实时地处理信息,提高销售合同的签订率。客户在任何地方通过 Internet 均可以了解企业的各种信息,可以完成预定或者签订购车合同,预付定金等操作。

这里需要提醒的是,企业建设网站往往是重视建站,忽略维护、管理。企业的领导层应该重视对网站的管理,不要单纯地认为网站开通就万事大吉,其更为重要的是长期的网站维护,一个“死”网站是没人愿意光顾的。有很多的企业对网站的维护意识与当初申请域名和开通网

站时的超前意识相比都显得较逊色。一些企业建站后常常在那里守株待兔，不去管理也极少更新，这种做法是绝对错误的。网站不及时更新，就不能正确地反映企业的最新信息和动态，这样不但不能达到宣传企业的目的，还会给企业带来负面影响，不利于企业的发展。

2.8.3 解决方案

建设企业网站除了认真仔细地做好分析、策划，对 ISP（Internet Service Provider，互联网服务提供商）和 ICP（Internet Content Provider，互联网内容提供商）考评也相当重要。在选择 ISP 时，最好能了解 ISP 具有的服务能力和服务环境等内容，如：

- （1）服务器的硬件配置（包括服务器的类型、CPU、硬盘速度、内存大小、网卡速度等）。
- （2）服务器所在的网内环境与速度。
- （3）服务器所在的网络环境与 Internet 骨干网相连的速率。
- （4）ChinaNet 的国际出口速率。
- （5）ISP 与 ChinaNet 之间的专线速率。
- （6）ISP 向客户端开放的端口接入速率。
- （7）用户自己的计算机配置、网速、接入线路的质量等。

直接利用互联网开展电子商务，是企业上网的一个理想目标，一些大型企业、公司已经实现了这一目标。这些企业已经尝到了电子商务带来的巨大好处，如内部信息数据交换快捷、瞬间沟通，人员之间的联系日趋紧密，开展业务的效率加快、国际化的成分日益增加，可以削减大量的长驻和分支机构、节省资金投入等。搭建电子商务平台的代价和风险都是相当大的，所以一般中、小企业应当特别谨慎，做好前期的策划和可行性分析，尽可能地降低风险。

企业网站的解决方案有多种，其中主要有：

1. 采用虚拟主机

虚拟主机又称为虚拟服务器或共享服务器，它依托于一台实际的服务器，多个用户共享这台服务器的资源（硬盘空间、处理器周期以及内存空间等）。虚拟主机是使用特殊的软、硬件技术，把一台运行在互联网上的物理服务器主机“分解”成多个虚拟的主机。被分解开的每一台虚拟主机都设置有独立的域名和 IP 地址，具有完整的 Internet 服务器（WWW、FTP、Email 等）功能，各个虚拟主机之间完全独立，用户可自行管理。对虚拟主机的访问与对独立主机的访问完全一样，用户看不出虚拟主机与一台独立的主机有什么不同。

企业或个人在互联网上建立网站通常需要有 24 小时接入互联网的专业服务器，并要求有专业人员维护，而在互联网上的专用服务器以及网络接入的费用都比较昂贵，一般中、小企业或个人不会选用。但如果是几十个企业或个人共用一台这种专用的服务器，并由专业的网络服务公司人员来维护，那么这比建立一个采用虚拟主机服务的网站费用低得多。所以中、小企业或个人采用虚拟主机方案可以节约投资、节约维护费用，由于服务器有专业人员维护，使得系统运行更加稳定、更加安全。

2. 采用主机托管

主机托管是指用户（企业、公司）自行采购主机服务器，并安装相应的系统软件和应用软件，以实现用户独享专用的服务器，完成 Web+FTP+Mail+DNS 全部的网络服务功能，主机由 ISP 管理，一般放置在数据中心（信息港）的机房，服务器由用户或其他签约人维护。用户采用主机托管可以节省专线接入、网络设备等高昂的费用。

3. 采用主机租用

主机租用是由数据中心提供服务器,只能有一个用户或者网站通过租用方式使用它,并且由 Internet 数据中心替用户进行管理维护。用户可以得到从设备、环境到维护的一整套服务。

主机托管与主机租用相比,主机租用在成本和服务方面优势更加明显。它使得用户初期的电子商务投入大大减少,综合性价比也很高,而且对后期的建设有很好的扩展性,与此同时用户还可以选择不同的服务器品牌和操作系统。

主机系统选定之后,可以选取一些相关的应用服务,如网站功能部分(论坛系统、聊天室系统、新闻发布系统、广告发布系统、网上调查系统、邮件列表系统)、数字证书、邮件系统等。当然,这些内容也可以与 ICP 协商定制。

为企业开展电子商务寻求解决方案必须从企业服务客户的角度出发,从起始、过程到最后成功统一综合考虑。企业开展电子商务解决方案最重要的,也是最终目的,就是建立一个有赢利能力的企业电子商务系统。



本章小结

策划网站的重要性在于该企业网站能否为企业赢得利润,是否真正达到了宣传企业的目的。

在策划过程中还要兼顾网站所有者的未来发展计划、产品营销理念等,以便更加完整地突出网站所有者所处行业的特点和自身的特色。

网站架构的组成应该是以网站所有者为核心的主题层次、内容分类、页面顺序等。企业网站主题突出的是一种服务,是网站所有者为客户定制的、体贴客户的人性化设计。

网站应该体现网站所有者的精神面貌、理念以及文化特征,这些都是一个企业 CIS (Corporate Identity System, 企业识别系统) 的组成部分。

网站的内容一定要精炼、准确,不应该有错字,篇幅也不要过长,应保证浏览者在较短时间内了解到网站的核心内容。

为提高网站的档次、访问率,建立企业的行业权威形象。在内容分类中可适当添加与行业性质有关的科普、教育知识,以丰富网站的内容。

精心设计企业网站的首页,在第一时间吸引浏览者,使之转化为企业的客户或产品的宣传者。

及时更新网站内容,并加以延伸扩展。最新动态、重大活动、最新服务举措、优惠价格调整等信息立即上传。维护、管理、更新网站,使之永葆“青春”,这样的网站才有可能成为行业的楷模。



综合练习2

1. 规划任务的主要流程可以划分为_____、_____、_____、_____、_____。
2. 网站项目需求分析中建立的主要文档是_____、_____、_____。
3. 用户调查报告的主要内容是_____、_____、_____。
4. 市场调研报告的主要内容是_____、_____、_____、_____、_____。

- _____、_____、_____。
5. 网站调查分析的内容一般包括_____、_____、_____、_____。
 6. 企业开展电子商务的最终目的是_____。
 7. 企业网站建设和一般网站建设相比，其主要特征是_____、_____、
_____、_____、_____。
 8. 企业网站实施的可行性分析主要包括_____、_____、_____。
 9. 网站建设服务流程包括哪些内容？
 10. 怎样做好网站的需求分析？
 11. 网站项目管理者有哪些主要职责？
 12. 网站项目需求分析和竞争对手主要比较什么？
 13. 企业网站的策划需经哪些步骤？请详细说明。
 14. 怎样为企业的电子商务网站做可行性分析？
 15. ISP 和 ICP 主要提供什么服务？
 16. 什么是虚拟主机？什么是主机托管？什么是主机租用？
 17. 主机托管与主机租用有何区别？各有什么优缺点？
 18. 企业网站的解决方案主要解决什么问题？