

电子商务站点的组成：主页 PDF转换可能丢失图片或格式，
建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/61/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_61622.htm

主页 主页也称为首页，是访问者访问企业站点时浏览的第一个页面。访问者对于企业站点的第一印象就是由主页造成的，因此主页是企业的形象页面，企业必须对主页的设计给以重视。目前，主页的设计有两种风格：导航型和内容展示型。导航型主要是为访问者提供企业站点结构信息，按信息类型和内容的不同，将站点分为若干较大部分，如新闻页面、产品页面、参考页面等等，在主页上为它们做链接，如东南大学的主页上提供校园信息、学校概况、人才培养、科学研究、公共服务、合作交流、网络中心七大部分的导航，其网站结构比较清晰。而海尔的主页则属于内容展示型，以比较大的页面空间展示海尔在线销售的产品目录，并为访问者提供直接到达目的信息的链接，这两种主页设计风格各有优点。导航型有助于为访问者提供较为简洁清晰的站点结构，同时由于页面空间较为简洁，企业可以借助图像树立企业的网上形象，传统的大企业拓展网上业务时常常选择这种风格，以便与企业以往的CIS风格紧密结合。而内容展示型显然为访问者查询所需信息提供了直接、快捷的链接方式，可以一步到位而无须层层点击，节省了访问时间，因此具有大量分散商业信息的网上拍卖、商店基本采用这种风格。但不论导航型和内容展示型的风格有多大的不同，一般来说，主页应包括如下内容：企业名称、标志、网站图标(Logo)等CIS要素；企业站点的网址.企业站点的导航系统；企业产品和/或服务最新的信息、有关新闻；企业的联系

方式，如E-mail、电话、传真等；相关站点的链接。另外，就主页设计的视觉效果来看，又可以分为文本型与图片型两种。文本型是指主要使用HTML语言编制的、通过HTML语言的标准元素达到预定效果的方式。文本型的最主要的优点是形成的页面空间不大，下载速度较快。许多访问量比较大的商务站点采用这种方式编制主页。图片型是指整个主页页面由一张或多张图片形成，通过在图片上设置热区建立链接，达到与文本型类似的效果，优点是可以显示企业站点与众不同的形象，给访问者深刻印象，缺点是占用的空间一般较文本型大，下载速度慢，要达到相同的访问速度，需要熟练的图形制作、压缩技巧。当然，这样分类的界限并不明显。文本型主页中为了达到形象生动的效果，常常插入比较小的图片；而图片型页面设计方式也主要运用在主页上，其他页面绝大多数使用文本型，毕竟，在互联网上速度是决定一切的因素！

100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com