

# 中国互联网协会 企业网站建设指导规范（纲要）

（2009 年 7 月 11 日发布）

## 版权声明：

《中国互联网协会企业网站建设指导规范》（纲要）由中国互联网协会制定发布，供企业网站建设及研究相关机构专业人员参考。中国互联网协会是本规范版权的所有者，中国互联网协会网络营销指南工作组负责对本规范纲要进行解释。

中国互联网协会并未授权任何单位或个人对本规范的全部或者部分内容进行编辑、出版、发行，或者通过其他媒介如互联网、光盘、磁盘、纸张、音频、视频等形式进行传播，无论这种传播是否具有商业目的，均被视为侵犯版权的行为。

中国互联网协会

官方网站：<http://www.isc.org.cn>

地址：北京市东城区赵府街 20 号 中国互联网协会 电话：010-66036137

中国互联网协会网络营销指南工作组

官方网站：<http://www.wgo.org.cn>

Email：[wgo@isc.org.cn](mailto:wgo@isc.org.cn)

深圳联络处：深圳市科技园深南花园裙楼 A201 电话：0755-26544626

说明：本文在 2007 年 5 月 26 日发布的《中国互联网协会企业网站建设指导规范》（纲要）（讨论稿）基础上，根据中国互联网协会于 2009 年 3 月 21 日召开的专家评审会集体意见及会后收集的部分专家提出的有关手机浏览规范的提议进行修订。

## 一、总则

为了提高中国企业互联网应用水平，让企业网站发挥其应有的网络营销价值，中国互联网协会与多家知名网络营销专业服务商和业界专家联合发起建立企业网站建设指导规范，在经过一年多的调研和实践检验的基础上，制定发布《中国互联网协会企业网站建设指导规范纲要》，希望对更多的企业和网站建设服务商提供参考。

《中国互联网协会企业网站建设指导规范》(纲要)(以下简称规范)以系统的网络营销思想为指导原则，对网络营销导向企业网站的一般原则、应具备的基本功能和内容、网站优化、可信度和运营维护等方面提出了系统的指导框架。经过大量实践证实，遵照本规范建设和运营的企业网站专业水平明显提升，为企业和用户带来的价值也较为显著。

## 二、规范适用范围

本规范主要适用于各种规模的企业网站。本规范所指企业网站是以网络营销为导向，以本企业信息发布、产品介绍、在线销售、顾客服务、提升品牌形象等为主要目的、具有独立顶级域名的一系列网页组合。建立在其他网站平台上的网页或者二级域名类的模版网站不属于本规范所定义的网站范畴。

由于企业网站规模、功能和形式的差异，本规范的内容并不能囊括各种企业网站的全部内容，对于规范中未涉及到的功能和服务等，可参照相关规范灵活运用。

本规范的基本思想和部分具体指标也适用于其他类型的网站，如信息服务、新闻、电子商务、娱乐等网站，由于这些网站形式和功能的多样性，本规范的相关内容仅供参考。

## 三、规范纲要的核心内容

《中国互联网协会企业网站建设指导规范》(纲要)包括 9 个方面共计 85 条内容。

### 1、企业网站所应遵循的一般原则

(1) 企业网站的系统性原则。企业网站是网络营销策略的基本组成部分，制订企业网站建设方案时应充分了解企业的营销目标、行业竞争状况、产品特征、用户需求行为以及网站推广运营等基本问题，并将这些因素融入到网站建设方案中。

(2) 企业网站的完整性原则。企业网站是企业在互联网上的经营场所，应

为用户提供完整的信息和服务：网站的基本要素应合理、完整；网站的内容应全面、有效；网站的服务和功能应适用、方便；网站建设与网站运营维护衔接应简便顺畅，并有相应的支持。

(3) 企业网站的友好性原则。网站的友好性包括三个方面：对用户友好——满足用户需求、获得用户信任；对网络环境友好——适合搜索引擎检索、便于积累网络营销资源；对经营者友好——网站便于管理维护、提高工作效率。

(4) 企业网站的简单性原则。在保证网站基本要素合理完整的前提下，尽可能减少不相关的内容、图片和多媒体文件等，使得用户以尽可能少的点击次数和尽可能短的时间获得需要的信息和服务。

(5) 企业网站的适应性原则。企业网站的结构、功能、内容、服务和表现形式等需要适应不断变化的网络营销环境，网站应具有连续性和可扩展性。

(6) 企业网站的安全性原则。企业网站应保证网站数据、用户注册信息、用户浏览等方面的安全。

## 2、企业网站建设基本流程

企业网站建设（或者升级改版）应包含下列基本流程：

(1) 制定网站规划方案：包括网站预期目标、行业竞争状况分析、网站栏目结构、用户行为分析及内容规划、网页模版设计、网站服务器技术选型、网站运营维护规范等基本内容；

(2) 网站技术开发、网页设计；

(3) 网站测试，包括功能测试、安全测试、压力测试、用户体验测试、备份及恢复测试等；

(4) 网站内容发布；

(5) 网站运营管理及维护。

## 3、网站域名及网站技术

(1) 遵守国家有关网站注册及备案等管理规定；

(2) 建议采用主流国内域名或国际域名；

(3) 一个网站对应一个主域名，如果需要多个域名访问同一网站，其他域名应指向主域名；

(4) 建议网站主域名与企业名称/品牌/核心产品一致或相关；

(5) 采用基于 XHTML 的国际 WEB 标准；

(6) 为便于用户识别和记忆，网站首页 URL 应为一级而不是多级层次，如 www.yuming.cn，不是 www.yuming.cn/cn/html/new1/index.jsp；

(7) 网站首页及各栏目和内容页面均不采用网址跳转方式，不采用过渡页/桥页等网址重定向；

(8) 合理应用静态网页与动态网页，网站栏目首页和其他重要页面采用静态网页；

(9) 网页内容页面层次不宜过多，建议不超过四个层次；

(10) 首页等重要页面无错误链接；

(11) 网站设计对主流浏览器具有兼容性。

#### 4、企业网站的基本功能和内容

作为一个能为用户提供有价值信息和服务并且考虑到网站推广运营效果的企业网站，至少应该具备下列基本功能和内容：

(1) 具有信息发布和管理功能；

(2) 具有产品发布、推荐和管理功能；

(3) 在线服务功能；

(4) 相关网站链接管理功能；

(5) 网站访问统计功能；

(6) 详细的企业介绍；

(7) 详细的联系方式；

(8) 合理的产品分类/汇总/列表；

(9) 详细的产品介绍内容；

(10) 销售及售后服务相关的联系和服务信息；

(11) 持续更新的企业动态/产品信息；

(12) 规范的网站地图。

#### 5、网站优化

网站优化的最终目的是为用户获取有价值信息提供方便，网站优化包括三个方面：对用户获取信息优化、搜索引擎优化、网站维护优化。

(1) 网站栏目结构合理，栏目设置不要过于复杂；

(2) 网站导航清晰且全站统一，通过任何一个网页可以逐级返回上一级栏目直到首页；

(3) 网页布局设计合理，网站设计符合用户浏览习惯；

(4) 重要文字信息尽可能出现在网页靠前位置；

(5) 字体清晰，CSS 风格协调一致；

- (6) 从首页最多 3 次点击可到达产品详细内容页面;
- (7) 通过网站任何一个网页不超过 3 次点击可达到站内其他任何一个网页;
- (8) 遵照搜索引擎为管理员提供的网站优化指南, 通过网站结构和内容等基本要素的优化为搜索引擎检索信息提供方便, 不采用任何被搜索引擎视为垃圾信息的方法和欺骗搜索引擎的方式(如堆砌关键词、用户不可见文本、页面跳转、复制网页、与网站内容无关的外部链接以及重复的内部链接等等);
- (9) 网站首页、栏目首页及产品内容页面均有一定的文字信息量;
- (10) 每个网页有独立的、可概括说明该网页核心内容的网页标题(而不是全站或者一个栏目共用一个网页标题);
- (11) 每个网页有独立的、与该网页内容相关的 META 标签设计(包括 description 和 keywords);
- (12) 每个网页有独立的 URL;
- (13) 产品内容页面 URL 尽可能简短且体现出产品属性;
- (14) 产品/企业新闻详细内容页面是通过浏览器正常浏览的独立网页不是弹出窗口;
- (15) 对于产品品种多的企业网站, 要有合理的产品分页方式;
- (16) 网站内容保持适当的更新周期(建议对于正常运营中的网站每月至少发布一个新网页)。

## 6、网页设计

- (1) 重要信息尽可能出现在用户最关注的位置;
- (2) 网页宽度定位适应当前主流屏幕分辨率模式;
- (3) 保持整站 CSS 风格一致;
- (4) 超级链接有下划线或颜色的明显指示;
- (5) 整个网站在浏览器新窗口打开或原窗口打开网页的规则一致;
- (6) 网站首页字节数不宜过大;
- (7) 保持网页代码简洁, 采用合理方式尽可能减少不必要的代码(如直接写入网页的 JavaScript 代码);
- (8) 多语言版本网站内容之间的切换方式设计合理。

## 7、企业网站可信度

- (1) 网站具有必须的法定证书, 如网站备案信息、特殊行业许可信息等;
- (2) 对企业基本状况的介绍真实可信;

- (3) 公布顾客服务/售后服务承诺;
- (4) 有必要的个人信息保护声明;
- (5) 网站公布的联系方式有效, 尤其是地址、固定电话和 Email 地址;
- (6) 网站公布的 Email 地址与企业网站域名后缀一致, 或者可通过网站相关信息为用户所信任 (如子公司或分支机构网站采用集团公司统一域名后缀的 Email 地址格式);
- (7) 网站主域名与企业名称/品牌/核心产品一致或相关;
- (8) 网站提供的信息准确及时;
- (9) 每个企业网站有自己独立的风格;
- (10) 网站各项功能和服务方便易用。

## 8、企业网站的手机浏览

- (1) 企业网站应考虑手机浏览者的需要, WWW 企业网站的网页内容通过手机上网至少可以正常浏览主要的文字信息;
- (2) 建议有条件者建立企业 wap 网站;
- (3) wap 网站域名设计要简短, 方便手机用户快速输入, 同时做好手机站点适配, 提供 WAP1.0 和 WAP2.0 网页版本; ;
- (4) wap 网站应兼顾智能手机和普通手机上网的浏览差异, 在主流手机中应可以实现较好的浏览效果
- (5) 因不同手机上的兼容性差异, 网页代码设计要严格、规范;
- (6) 使用简短、准确的网站导航, 页面头部及底部建议添加辅助导航;
- (7) 为保证手机浏览效果, wap 网站每个网页字数控制在 500 个以内, 页面总计大小不要超过 30K;
- (8) 可适当利用图片、视频, 应采用大部分手机都支持的 jpg 图片或 3gp 视频, 视频大小不要超过 300k;
- (9) 避免使用框架 (frames), 表格布局 (table layout) ;
- (10) 避免使用 cookies, 脚本语言以及其他网页可视化效果。

## 9、网站运营管理及维护

- (1) 建立网站内容发布审核机制, 始终保持网站内容的合法性;
- (2) 保持合理的网站内容更新频率;

- (3) 保持网站服务器正常工作，对网站访问速度等进行日常跟踪管理；
- (4) 网站内容制作符合网站优化要求；
- (5) 网站安全管理，包括网站管理密码、BBS、留言板等，重要信息（如数据库等、访问日志等）要定期备份；
- (6) 保持网站重要网页的持续可访问性，不受网站改版等原因的影响；
- (7) 对网站访问统计信息定期进行跟踪分析。

## 其他建议

由于网络营销环境和用户行为在不断发展变化，企业网站需要增强适应性，可通过改版、重建等方式进行网站升级。建议网站改版升级周期不超过一年。如果一个网站一年以上没有内容、功能等方面的更新，可以认定为死站。

## 四、规范细则及实施

《中国互联网协会企业网站建设指导规范》（纲要）细则由中国互联网协会网络营销指南工作组负责解释，工作组官方网站 <http://www.wgo.org.cn>。

各企业和网站建设服务商可在网站建设中自行参照规范实施，网站规范实施评估办法正在进一步研究中。

本规范将根据网络营销的发展不断完善和升级，欢迎业界企业和专业人士提出修订建议。

附：《中国互联网协会企业网站建设指导》（规范）（2009 修订版）网上下载：

- 网络营销指南网站：<http://www.wgo.org.cn/>