



文章题目 英国商务部门门户网站建设的特点

发表日期 2006-12-14 14:43:46

内 容

作者：刘辉 曾晨 文章来源：商务部驻英国使馆经商处

一、英国商务部门网站基本情况

(一) 英国贸易工业部网站 (Department for Trade and Industry, DTI)

英国贸易工业部 (以下简称贸工部) 是英国主要经济管理部门之一, 全面负责管理工业和贸易、科技、国际贸易政策和促进进出口政策等, 其主要职能包括: 国内贸易、对外贸易、双边投资、区域经济合作、对外谈判、知识产权保护、市场秩序维护以及欧盟内部政策谈判与协调和欧盟外部的多双边政策谈判协调等。

1、网站目标定位及内容结构

贸工部政府网站 (<http://www.dti.gov.uk>) 致力于构建权威的贸易及工业相关政策、法规、咨询、公告以及发展规划等信息网络平台, 其主要目标包括: 一是整合贸工部各部门资源, 构建统一的网络平台, 突出“一个贸工部”的精神; 二是发挥互联网和信息技术的优势, 高效、快捷地为公众和企业提供有关信息和服务。

贸工部政府网站的主要用户包括: 社会公众、企业、科研人员、新闻记者等。针对其不同需求, 网站内部设立了就业、能源、科技、创新、商业政策与法规、消费政策、欧盟和世界贸易、区域经济发展、企业部门等栏目。

2、网站的管理机构

网站由中央信息通讯组 (Central eCommunications Team) 负责管理, 其主要职能包括四个方面: 一是组建、管理和协调各子站工作组 (由各子站编辑组成的CMS, C...); 二是负责对各网站的编辑进行培训; 三是编制网站内容发布手册; 四是及时与技术支持单位进行沟通, 确保网站的正常运转。目前, 该小组有6名成员。

3、网站的内容发布与技术支持

网站的内容发布和更新工作被分解到贸工部各下属部门, 目前有30名编辑人员负责各网站栏目的内容管理和编辑, 其原始材料由相关职能部门的官员提供。

富士通公司 (Fujitsu) 为网站提供技术支持。

4、网站的“网上办事”与“网上互动”

目前, 贸工部政府网站提供有关表格下载和网上填报以及一些数据查询服务, 尚无网上审批功能。

关于“网上互动”, 通过点击网站开始页面的“联系我们”链接发送有关投诉或咨询, 由中央信息通讯组负责处理, 如针对技术问题, 则中央信息通讯组直接进行答复, 如果涉及有关具体业务, 则中央信息通讯组将转发给相应人员。

5、网站预算

贸工部政府网站无统一预算, 每个下属部门根据自己的实际情况, 单独对网站子栏目进行预算。

(二) 英国贸易投资总署 (UK Trade & Investment, UKTI) 网站

英国贸易投资总署 (以下简称UKTI) 设在贸工部, 但又相对独立, 主要负责贸易投资工作的具体协调, 其职能更为贴近企业, 主要包括制定对外贸易促进政策、创造公平贸易环境, 提供投资信息咨询、财务协助等。

1、网站的目标定位和内容结构

UKTI 政府网站 (<http://www.uktradelinvest.gov.uk>) 的主要目标有两个：一是引导UKTI驻各地分支机构的工作，并通过统一风格和整合资源，提升UKTI品牌形象。二是帮助用户迅速准确查询所需信息，帮助英国企业在国外发展，吸引外国直接投资。具体来说，包括四个方面：一是通过提供科学分类和高效搜索以及用户自我定制功能，提供及时准确的信息和咨询服务；二是自动答复常见咨询，以提高效率；三是确保无法自动答复的咨询能够被转发给相关负责人员；四是帮助UKTI与英国公司建立和维持良好关系。

网站的主要服务对象为英国公司，也为外国公司投资英国提供咨询和帮助。目前，网站有12000名注册用户，平均月点击量约25万次。

网站的主要内容包括：国外市场信息、特定产业信息和投资英国指南，并为注册用户提供更详尽、并经过整合的信息服务（例如特定国别和特定领域的商业机会等）。

2、网站的管理机构、内容发布以及技术支持

网站由UKTI的信息化工作组（E-Transformation Group）负责管理，目前有8名成员，具体职能包括：网站日常维护、客户咨询处理以及对UKTI员工进行培训等。

网站内容由UKTI各部门的人员具体负责编辑更新。针对每一具体领域，网站设置一名信息主管，负责对本领域信息进行管理，其下设若干编辑和校对人员。目前，UKTI共有300名内容编辑和校对。

网站技术支持单位为富士通公司（Fujitsu）。

3、网站的“网上办事”与“网上互动”

用户可以在任何页面通过点击相关按钮进行网上咨询或投诉，这些咨询或投诉将直接转发给相关部门，并通过电子邮件答复咨询者。

4、网站预算

根据UKTI与富士通公司签订的五年合同，每年的运行费用约为230万英镑。

二、英国商务部门网站的主要特点

（一）以用户需求为导向，网站结构设置较合理。

纵观DTI和UKTI的网站，逻辑结构都是按照用户需求设置。例如UKTI的网站，按照英国公司需求（海外发展）和国外公司需求（投资英国）来进行区分，下面再根据部门和国家进行细分，较为方便用户逐级查询信息。

（二）具有较强的索引和帮助功能，便于用户找到所需信息。

在DTI和UKTI的网站中，几乎进入每个页面都有“介绍”，告诉用户本页面的主要功能。并且在稍复杂的页面上都有“帮助”和“索引”，告诉用户如何使用以及如何按照关键词进行信息查找。例如DTI网站初始页面有全站索引，用户可以根据待查信息的主题词（例如“Petrol”等）直接找到相关内容。

（三）信息整合程度较高，节省用户时间。

对网络用户来说，如何过滤无关内容、集中有用信息十分重要。DTI和UKTI网站都提供了较好的信息整合服务，体现在三个方面：一是科学分类，使用户可以根据分类快速查找信息。例如DTI网站有Publication页面，用户可在其中找到DTI发布的所有公告、法规、政策等（也可在相应领域找到）。二是提供相关链接。在每个页面，既集中显示本领域信息，又提供可能有用的相关信息链接，从而帮助用户快速整合信息。三是提供定制服务。例如在用户选择所需信息种类后，UKTI网站可直接发送相关信息到用户邮箱，从而直接过滤无关信息。

（四）具备方便的“网上互动”功能，便于双向沟通

用户可在任何页面进行咨询或者投诉，而且此类投诉将跨过技术支持人员，直接发送给相应负责人员。同时，答复意见将以电子邮件形式进行，用户不必再登陆到网站上寻找答复意见。这也部分体现了不追求点击量，而侧重便利用户、提高服务质量的思维。

（五）提供增值服务，帮助用户抓住商业机会

UKTI的网站为用户提供商业机会报告（某一特定领域在某一国家的法律法规、目前市场状况、目前机会、注意事项、有关刊物、重大事件、潜在交易对手联系列表等）以及电子邮件预警（告知用户感兴趣的信息以及更新内容中有关重要信息）。这种信息增值服务对用户的帮助非常大。

三、对我国商务部网站建设的一些建议

商务部网站在服务企业和社会公众方面成绩卓著，其内容、结构和版式等都非常出色，特别是具有很丰富的外文版，对于国外企业查询有关信息十分方便，我驻外经商机构在答复咨询时从中获益不少。结合本次调研，我们对我部网站建设提出如下建议，仅供参考：

（一）关于网站的开始页面

由于我部涉及业务范围较广，因此网站的开始页面信息量较大，初次使用者往往需花费较多时间熟悉。能否对开始界面进一步分类和简化，或根据不同客户需求设置初始页面，可考虑企业、公众、媒体、政府部门等类型的入口。

(二) 加强信息搜寻及支持功能


可在较复杂页面上设置帮助功能，也可考虑设置页面索引。

(三) 加快信息更新速度

网站内不同栏目的信息更新速度有差别，一些栏目的信息更新不是很快，能否有所加强。

(四) 增强网上互动和增值服务功能

可在各个较重要页面上提供咨询链接，并考虑使用电子邮件形式回复咨询。也可考虑提供部分信息增值服务功能，满足用户对信息的更高要求。

 [回到目录](#)

▲ 上篇文章	德国信息资源开发利用的思考	2006-12-16 21:51:51
▼ 下篇文章	欧洲电子政务正惠及全民	2006-12-14 14:40:27
