

致理技術學院

資訊網路技術系 實務專題報告

機車資訊購物網

指導教師：王仁群

學生：林楷奇(69634137)

陳楷文(69634133)

張珉維(69634103)

致理技術學院

資訊網路技術系 實務專題報告

機車資訊購物網

學生：林楷奇(69634137)

陳楷文(69634133)

張珉維(69634103)

本成果報告書經審查及口試合格特此證明。

指導老師：_____

中華民國 99 年 12 月

專題研究授權書

本授權書所授權之專題研究為_____

共_____人，在致理技術學院資訊網路技術系 _____學年度第_____學期完成資網實務專題。

專題名稱：_____

同意 不同意

本組同學共_____人，皆同意著作財產權之論文全文資料，授予教育部指定送繳之圖書館及本人畢業學校圖書館，為學術研究之目的以各種方法重製，或為上述目的再授權他人以各種方法重製，不限地域與時間，惟每人以一份為限。

上述授權內容均無須訂立讓與及授權契約書。依本授權之發行權為非專屬性發行權利。依本授權所為之收錄、重製、發行及學術研發利用均為無償。上述同意與不同意之欄位若未勾選，該組同學皆同意視同授權。

指導教授姓名：

專題生簽名：

學號：

中華民國 年 月 日

誌謝

感謝系上安排我們在畢業前做有關資訊網路方面的專題實務，讓我們有機會將三年來我們所學到東西加以應用，但在決定我們要做的主题後，發現我們所學的不足夠完成我們的專題實務，於是我們請教了王仁群老師，感謝老師耐心的指導我們專題執行與規劃的方向以及技術上瓶頸的突破，讓我們設計專題的時候可以在創意之下兼具建設性，不會因此偏離主题，也顧及在一定時間內我們能力可以達成的目標。

也感謝各位任課老師及導師還有家人朋友的支持與鼓勵，增加我們研究專題的動力與信心，讓我們堅持到畢業成果發表會的那一刻；感謝一起團結努力的每一個組員，互相的勉勵、一起面對問題、一起享受突破瓶頸的喜悅。

摘要

本專題的研究主題是建立一個機車資訊購物網站，希望能夠將最新的機車資訊提供給網路的消費者，讓消費者能夠藉由目前發達的網路技術快速地查詢及選購適合自己的車款，節省以往消費者親自到店面選購機車的各種不方便。不僅如此，我們也提供一個交易平台，讓買家和賣家能夠透過平台來迅速地完成交易。

網站設計的主軸上，除了能夠查詢最新的機車資訊和選購機車外，我們還提供了討論區平台，讓消費者能夠藉由平台來進行意見交流以及經驗分享；對賣家來說，能夠迅速地掌握消費者的需求；對網站管理者而言，也能夠藉由各項意見的發表及問題反應，進行第一時間的問題處理。不僅如此，我們也提供了利用信箱的方式，來做為多元化服務的另一個管道。

目錄

第一章 緒論.....	1
第一節 網際網路簡介.....	1
第二節 機車資訊購物網站簡述.....	3
(一) 電子商務的發展演進.....	3
(二) 資訊網站的定義.....	4
第三節 研究動機.....	6
(一) 機車資訊購物網平台理念.....	6
(二) 與討論區的結合.....	7
第四節 研究目的與報告書的架構.....	8
第二章 相關理論與技術探討.....	11
第一節 電子商務的理論.....	11
(一) 電子商務的定義.....	11
(二) 電子商務的架構.....	12
(三) 電子商務特性與種類.....	14
(四) 電子商務四流.....	14
第二節 技術探討.....	16
(一) My SQL 探討.....	16
(二) 考慮使用 My SQL 的原因.....	16
(三) My SQL 特點.....	17
(四) My SQL 的不足之處.....	20
(五) 觀念總整理.....	21
(六) PHP 探討.....	21
(七) Apache 探討.....	25
(八) Dreamweaver.....	29
第三節 線上拍賣網站經營策略管理之研究.....	31
(一) 拍賣網站經營環境分析.....	31
(二) 拍賣網站經營策略管理.....	34
第四節 電子商務安全.....	37
(一) 電子商務簡介.....	37
(二) 電子商務架構.....	37
(三) 交易安全.....	39
(四) 資訊保密技術.....	41
(五) 安全電子交易標準(Secure Electronic Transaction, SET).....	43
第三章 系統操作與分析.....	47

第一節 系統架構	47
(一) 網站架構	48
(二) 系統流程	50
第四章 系統操作	66
第一章 系統環境安裝	66
(一) 安裝 AppServ 套件	66
(二) AppServ 安裝成功後	74
(三) 系統操作說明	75
第五章 結論	80
第一節 結論	80
第二節 未來展望	81
參考文獻	82
(一) 中文文獻	82
(二) 英文文獻	84
附錄一 文獻探討	85
第一節 拍賣的定義	85
(一) 英式拍賣	85
(二) 荷式拍賣	86
(三) 第一秘密投標	86
(四) 第二秘密投標	86
第二節 拍賣的目的	88
(一) 協調	88
(二) 價格決定	88
(三) 資源分配	88
(四) 配銷機制	88

表目錄

表 1	MySQL，Access，以及 SQL Server 比較表	21
表 2	SWOT 分析策略方案矩陣	35
表 3	專題研究流程表	48

圖目錄

圖 1 資訊網站架構圖 資料來源: 奇摩首頁汽車機車.....	5
圖 2 專題研究流程圖.....	10
圖 3 電子商務的一般架構圖.....	38
圖 4 SET 架構圖.....	45
圖 5 網際網路付款流程.....	46
圖 6 三層式主從架構圖.....	47
圖 7 拍賣首頁.....	50
圖 8 拍賣首頁.....	51
圖 9 註冊會員填寫資料.....	52
圖 10 顯示執行結果頁面.....	53
圖 11 購買紀錄頁面.....	53
圖 12 商品上架頁面.....	54
圖 13 上架完畢頁面.....	55
圖 14 商品資訊.....	55
圖 15 商品資訊修改.....	56
圖 16 交易紀錄.....	57
圖 17 購買清單.....	58
圖 18 購物首頁.....	59
圖 19 商品資訊.....	60
圖 20 購物清單.....	61
圖 21 交易確認.....	62
圖 22 搜尋關鍵字.....	63
圖 23 搜尋結果.....	63
圖 24 留言板.....	64
圖 25 連絡我們.....	65
圖 26 安裝頁面.....	67
圖 27 選取安裝的目錄.....	68
圖 28 選取安裝項目.....	69
圖 29 設定 Http Server.....	70
圖 30 測試畫面.....	71
圖 31 設定 MySQL.....	72
圖 32 檢查 php,.....	73
圖 33 系統管理登入.....	75
圖 34 登入成功.....	75
圖 35 會員管理頁面.....	76

圖 36 廠牌管理.....	77
圖 37 留言板回覆.....	78
圖 38 最新消息.....	79

第一章 緒論

第一節 網際網路簡介

第一章起源於國防的需求，在蘇聯發射第一顆人造衛星時，美國馬上成立了先進研究計畫署簡稱為 ARPA，期待可以運用在戰略上。花費了幾年的努力，ARPA 以分封交換(packet switching)技術發展出一套通訊網路的理論，終於在 1969 年九月的時候，美國國防部開始佈署 ARPANET (NET 等於 network)，並且將第一個節點 (node) 設立在 UCLA (Univ. of California at Los Angeles)。ARPANET 剛開始僅僅只有四個節點，分別設在幾個大學研究中心，其最主要的想法就是設計一個沒有控制中心的網路系統，可以讓每台電腦的功能都一樣重要，傳送資料時可以從任何一台電腦、任何一條可用路線，如此國家防衛系統就可永不斷線。

Internet 這個字也是從 ARPA 來的，是 Internet work 的簡稱，一開始含意只在網路之間，和現在泛指網路上所有的應用，有些許的不同。當然讓每一台的電腦能透過網路相互運作，必須透過一些規則，有了這些規則定下來，大家才能夠知道從鍵盤上打下這個字代表什麼意義，電腦要做什麼事，因此就會有所謂的通訊協定出現。ARPANET 剛開始所採用的網路通訊協定是 Network Control Protocol (NCP)，1974 年開始，Transmission Control Protocol (TCP) 和 Internet Protocol (IP) 逐漸取代 NCP 的功能，1983 年成為 Internet 上標準的通訊協定。

在 1969 年開始，由於學術界的加入，也讓 ARPANET 的節點不斷增加，到了 1983 年時已經有六百個節點了。因為越來越多教育單位逐漸的加入，不免要有管理規則或一些工作小組來制定標準，而在 1987 年時，網路上的主機已經超過一萬台了。1991 年的年底，網際網路愈演愈烈，NSFNET T1 線都不敷使用。直到民營的網路公司經由 MCI 和 NSFNET 使用者互通電子郵件之後，Internet 便開始逐漸邁向商業化。

Internet 在一九九零年代上的應用則越來越廣，Wide Area Information Servers (WAIS)、Gopher、全球資訊網 (World Wide Web, WWW) 紛紛出爐。當 Internet 上不可從事商業活動的禁令解除之後，很多商業性的網際網路服務業者 (Internet Service Provider, ISP) 也因此開始逐漸成長，提供各類型的加值服務。同一時間經由企業界和媒體開始大量使用與報導 Internet。Mosaic 刮起一陣 Internet 旋風，網路使用者的人數急遽增加，在 Internet 歡慶的第 25 週年，現在網路上已經變得五光十色，也開始有了網路購物，甚至連網路銀行都有了。

雖然現今已有大部分的人都是因為瀏覽器而開始認識網際網路，但是網路的功用可不是僅僅只有全球資訊網而已。例如：電子郵件、檔案傳輸、電子佈告欄、遠端登入、Gopher 等應用，不僅已經開始影響到了政府、企業界、以及你我工作的方式，也迫使我們的生活在某些方面上已經有不少的改變。

第二節 機車資訊購物網站簡述

現今正是資訊爆炸的時代，每個人需求的是更快速的取得正確的資訊，考量網路是現今普及的資訊交流平台，開放機車資訊購物網，讓民眾能夠在該網站裡得到機車的最新資訊，分享使用心得並且討論機車相關資訊，進而透過網路交易，降低成本而快速的購得商品。

利用網路資訊的傳播增加網站瀏覽的人數，如今使用網際網路的人已不計其數，年齡層也愈來愈廣，利用網站來達到傳遞資訊的優點比起傳統方式成本較低，速度也較快，更新的方式也較方便迅速，隨著網際網路帶動資訊傳播的興起，帶領我們走向 e 世代的資訊交流模式，以下我們略述電子商務的發展及資訊網站的定義：

(一) 電子商務的發展演進

隨著時代的進步。消費行為與人類生活密不可分，從 1960 年研發出分封交換網路(ARPANET)，開啟了新的資訊傳遞方式；1970 年銀行利用原有的網路做電子資金轉換(Electronic Funds Transfer, EFT)；

1980 年在企業間電子資料轉換(Electronic Data Interchange, EDI)與電子郵件(E-mail)開始熱絡，直到 1990 全球資訊網(World Wide Web, WWW)出現，開啟了電子商務很大的發展空間，資訊網路普及的 e 世代，交易模式從店面購物，郵購型錄，電話外送等至網路購物興起，促使商業行為更具多元化、便利性和時效性。

由於現在程式語言及軟體應用不斷的推陳出新，讓許多媒體介面可以在網路上的互動式服務更加完善，除此之外，設計關於電子商務的服務平台者為了讓使用者介面更具親和力，思考創新及貼心方便的功能項目，例如:某些購物網站平台有提供數位、虛擬貨幣及電子錢包的服務。而針對電子商務發展平台的安全性，在技術上的研究及突破，更是日漸精進，另外，最大的優勢在於人不必物理性的移動，無地理位置上的局限，甚至打破商品的形式限制，讓商品的提供更多元化，例如:軟體、遊戲等數位化的商品。因此，電子商務將會是未來的世界經濟發展上的重心。

(二) 資訊網站的定義

所謂線上資訊交流平台，由網站經營團隊管理更新網站資訊，讓一般的瀏覽者(俗稱網友)到網站獲取即時資訊，進而凝結成有同一志趣的群眾，在跟廠商做配合，利用本身網路平台來發送消息，能支援或改變企業競爭策略的資訊系統。支援或改變企業競爭策略可由內、外二方面著手。對外，如向顧客或供應商提供新產品或服務；對內，則以提高員工生產力，整合內部作業流程。

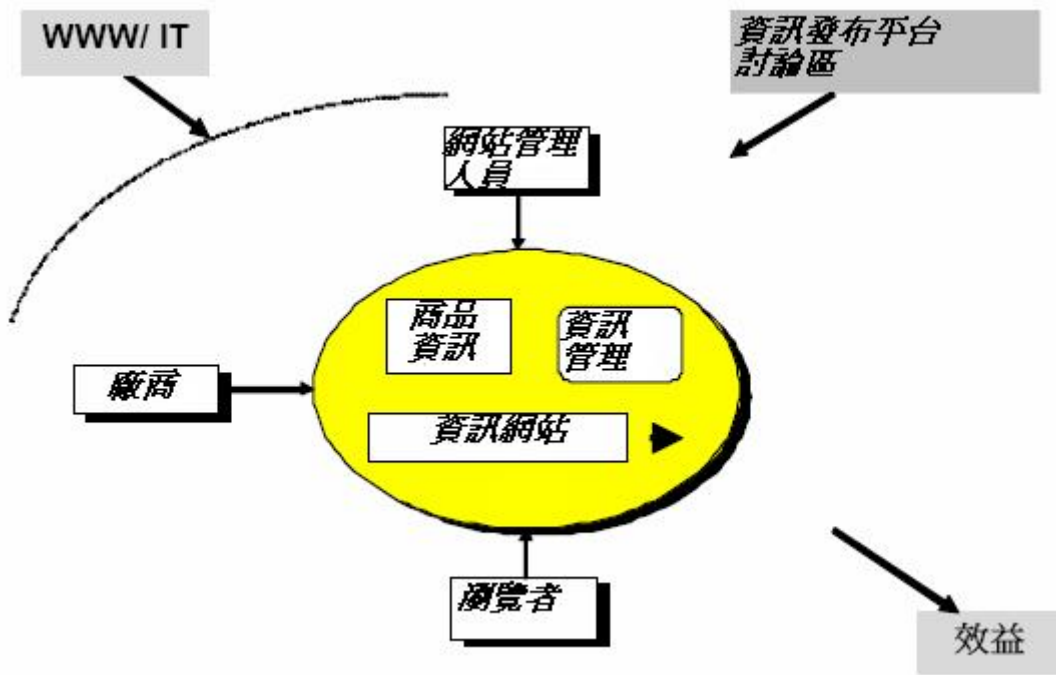


圖 1 資訊網站架構圖 資料來源: 奇摩首頁汽車機車

基本的資訊網站如上圖，奇摩以搜尋平台提供的服務為基礎，讓瀏覽者有管道能夠獲取資訊，吸引廠商到網站來配合發布廣告，進而賺取廣告利益，資訊網站本身也提供新車資訊以及汽機車新聞，網站本身可能是廠商或者是公司行號藉由這個平台來進行產品的行銷，資訊網站本身負責網站的維護管理，大部分都有提供廠商的服務品質保證，資訊網站本身只是一個資訊仲介的角色，純粹是管理廠商提供的資訊以及更新網站及維護。

第三節 研究動機

自由化的 e 世代資訊網路便利了各個瀏覽者，本次專題討論的重點有兩個地方：第一個是機車資訊購物網平台的理念，提供機車相關資訊加上拍賣購物系統，增加網路購買機車的便利性，使得消費者更容易了解及找到適合自身需求的商品。另一個是增加討論區的功能，讓消費者能夠快速地分享彼此的經驗，並且找到興趣相同的車友。結合多樣的服務平台，讓消費者縮短掌握資訊和買賣機車的時間，達到本網站方便性的素求。針對這兩點的重點分做：一、機車資訊購物網平台理念，二、與討論區結合的說明。

(一) 機車資訊購物網平台理念

交通是一般消費者最大的課題，進而有消費者想購買交通工具代步，本網站提供了機車資訊以及網路購物平台，讓不懂機車的消費者，能夠在網站中瞭解機車資訊，及機車的評價和市場的趨勢，讓有需求消費者解決此課題，並且有時效性的完成資訊的傳遞。

網路交易的優點很多，例如網路交易的便利性，一般實體商店交易所難以取代的，你只要在家裡動動滑鼠，東西自然會送來你家門口；而且網路購物比較、比價容易，不會讓你舟車勞頓、解決傳統上的奔波之苦，也解決以往各網頁切換之苦，不管您是要買還是要賣，都有方便、低廉的管道可以進行購買或是賣出。您不要的東西說不定是別人眼中的寶！這正是網路拍賣的基本精神。

(二) 與討論區的結合

對於經常使用電腦上網的民眾，虛擬網路世界儼然成為日常生活一個部份。上網求知的瀏覽者日漸增多，趕搭這波快速興起的網路資訊熱潮，回顧最早開始的網路資訊平台模式，Yahoo、PcHome、蕃薯藤等，幾乎大部分的資訊平台都以供給為導向，然而資訊的平台不應該只是單向，一般的網路資訊平台只提供廠商的資訊發布，殊不知民眾擁有相同的需求，且應該享有相同的服務。

一般資訊網站只在乎跟廠商的配合進而打廣告，但本機車購物網加入討論區，討論區中，讓彼此喜歡機車的民眾，能夠有平台進行交流，可以將寶貴意見發布，提升問題的解決速度，買家需求千奇百怪，並非所有賣家都能了解，最清楚自己需求什麼的是買家，所以我們認為將問題做有效率的處理，並開放平台來討論解決問題，兩者相輔相成，都有存在的必要性。

第四節 研究目的與報告書的架構

本篇論文是由我們設計的一個電子商店為論點，以 Dreamweaver 架站在配合 PHP+MYSQL 做資料庫的管理再以 Apache 做連結橋樑，使我們可以在此網站內做一個電子商店的交易模式，由我們來營建出一個具互動式網頁、個人化的電子商店，為我們專題研究的流程圖。

本報告書簡架構，總共分為五個部分

第一章是敘述電子商務發展演進、研究動機與目的、研究的範圍以及專題研究的流程。

第二章是針對電子商務的理論與技術做探討，包括我們在裡面所用到的一些工具和軟體介紹，其中包括有 Apache、Dreamweaver、MYSQL+PHP、Flush。

第三章則是比較著重在系統整體架構的說明解釋，系統功能的簡介與操作流程以及系統的特色與技術。

第四章是對本網站系統預期的效能、系統實際能達到的效能以及系統的相關畫面做解說。

第五章是專題的展示及各頁面的功能說明。

第六章要對本報告書做個結論以及未來可以深入研究的方向。

資訊網站的架構模式、使用介面、服務對象範圍很廣，我們研究的範圍主要針對我們的網站服務型態，了解網際網路資訊傳遞活動的分析，以自身喜愛的機車作為主要商品。

參考文獻，列出這份報告所參考的資料、出版社、作者、年份、相關網站及網址。

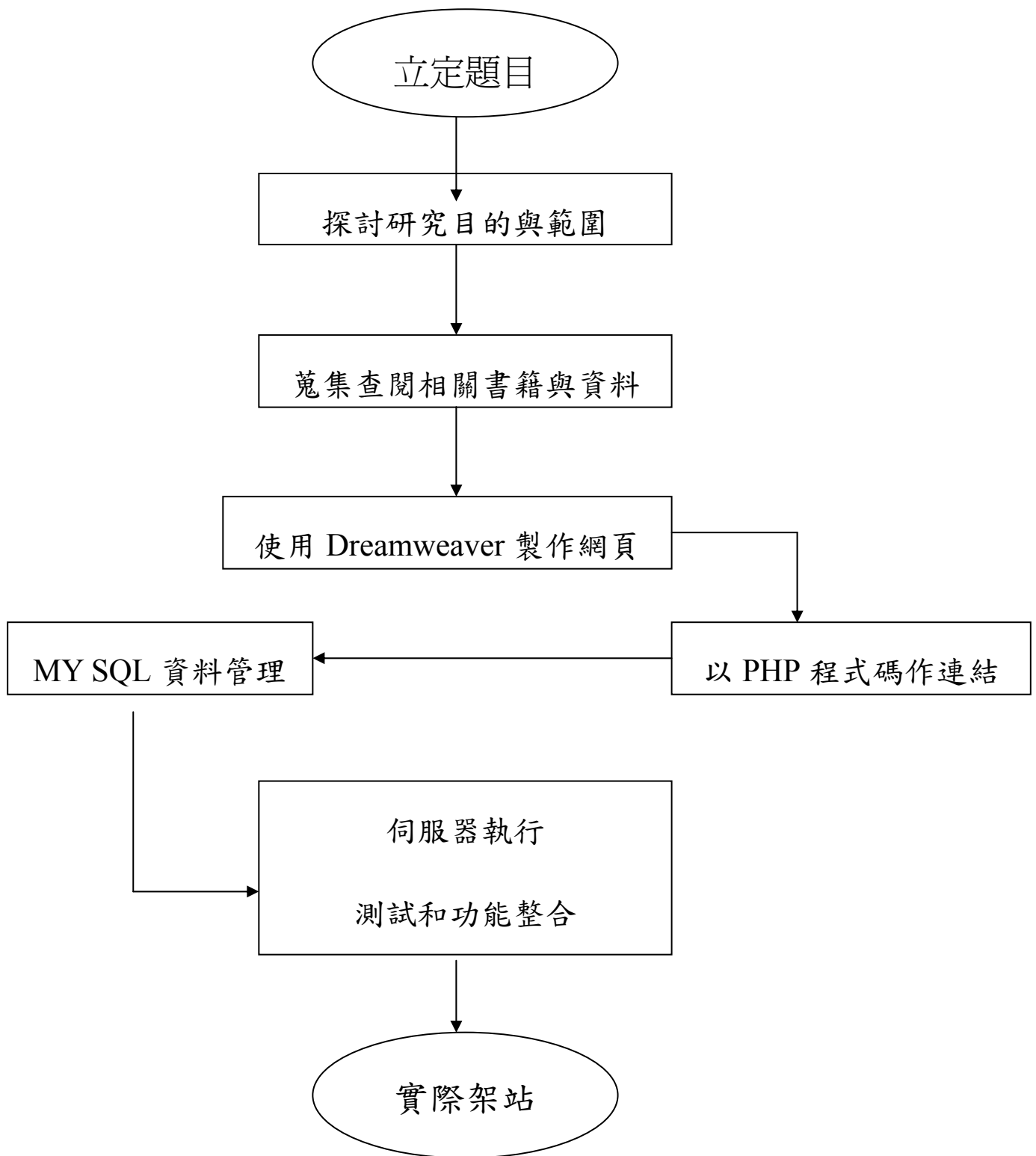


圖 2 專題研究流程圖

第二章 相關理論與技術探討

第一節 電子商務的理論

(一) 電子商務的定義

電子商務發展起源於企業為了簡化內部的作業流程、改善與客戶間的互動，以及企業和企業伙伴間資訊交換之需求。常見的應用如銀行間透過網路來做電子資金轉換，企業間的電子付款，以及連鎖企業利用網路來進行電子資料交換(EDI) 和電子郵件(e-mail) 的傳遞。

直到 1990 年代 WWW 技術出現於網際網路上，不但提供了網際網路一個多元化的資訊傳播方式，也讓電子商務的發展變得更容易。電子商務提供企業一個比較便宜的廣告行銷及交易方式，開闢了一個虛擬的電子商場[4]，而創造出更多的生意機會。利用全球性的資訊分享及廣告，可降低行銷成本並提供快速回應且低廉的客戶服務，所以大部分的企業都被電子商務所提供的經濟效益，以及廣闊而無國界的消費市場所吸引，積極進攻此網路商場以維持競爭力。我們可以說舉凡經由網際網路所進行的資訊傳送、產品行銷、服務或付款的商業行為都是電子商務的範疇。

(二) 電子商務的架構

電子商務不僅改變交易進行的方式（無實體的資訊貨物、資訊服務及電子錢），與傳統市場也有很大的差異，接下來我們將介紹電子商務的一般架構。

2-1 網路基礎架構

所謂的網路空間除了現有的資訊網路外，應該整合不同類型的傳送系統及各種形式的傳輸網路，包括區域網路、電話線路、有線電視網、無線電及衛星通訊系統，以便發展成為資訊高速公路系統。有了完整快速的資訊網之後各種多媒體資料（含文字、聲音、影像、圖形及影片的），才有可能在網路上暢行無阻。而透過彼此互相連接之不同形式的傳輸網路，我們便可以在家裡，利用 PC 經由電話撥接連上網際網路，進入到美國迪士尼公司的主機，瀏覽該公司的各類產品，或者欣賞最新的動畫電影。

2-2 多媒體內容及網路出版基礎架構

資訊高速公路是實現多媒體資料傳輸的一個傳送基礎。WWW 是目前最流行的網路出版及資源分享的技術，個人或企業可以很容易地將研究成果或產品資訊，經由超文字標示語言（Hyper Text Markup Language, 簡稱 HTML）的描述，將其出版於 Web 伺服器上面。除了 HTML 之外，目前各種視覺或物件導向語言（如 JAVA、VB）也都有支援多媒體內容及網路出版的相關技術。

2-3 訊息傳送及資訊收發基礎架構

數位化資訊在網路上傳送時，是由一連串的 0 和 1 所組成，如果沒有資料類型或格式的相關資訊就無法區別資訊原來代表的意義（可能是文字、數字、聲音或影像），所以訊息傳送方式對格式化或未格式化的資料都要提供溝通方式，而資訊收發的同時必須處理資料的解譯及轉換。而為了確保電子商務的安全起見，訊息傳送方式必須保證訊息在傳送的過程中沒有被別人偷偷地複製或篡改過。

2-4 一般的商業服務基礎架構

商業服務基礎建設主要是要解決線上付款工具的不足，以及不夠堅實的資訊安全防護。為了使線上付款能夠成功，並且保證相關資訊能安全傳遞，付款服務的基礎建設必須發展出具有密碼編碼及身分鑑別的方法，來確保資訊在網路上傳遞的安全性及防止冒名交易。所以安全交易及安全的線上付款工具（如：電子錢包）的研究發展是推展電子商務的首要工作，也是電子商務成敗的重要關鍵。

2-5 電子商務的兩大支柱

對電子商務應用及各種基礎建設的推展而言，公共政策的配合和技術標準的研究擬訂是兩大重要支柱。關於著作權、隱私權的保障、消費者的保護、非法交易的偵察、網路資訊的監督，以及交易糾紛的仲裁等，都須要制定相關的公共政策及法律條文來配合。此外，為了確保整體網路的相容性，在發展各項基礎建設及電子商務應用時，各種工具、使用者界面及傳輸協定的標準化是絕對必要的。

(三) 電子商務特性與種類

3-1 電子商店具有哪些特性？

- 1.節省交易成本
- 2.新銷售通路
- 3.更密切的顧客關係
- 4.行銷活動靈活彈性

3-2 電子商店的種類的分類為何？

- 1.依產品屬性—零售商品、數位產品、資訊產品、二手商品
- 2.依商店規模—個人、商店、百貨、商城
- 3.依行銷功能—線上店面、網際網路呈現方式、服務內容、線上大型購物中心、提供誘因的服務店、搜尋代理。

(四) 電子商務四流

4-1 何謂物流？

代表實體物品的移動，是指產品從生產者移轉到經銷商、消費者的整個流通過程。因此，從消費者或客戶在網路上訂購貨品後，將產品遞送至客戶或消費者的處理過程，包括了對貨品做裝卸、包裝、運輸，以及產品入庫、

送貨等等過程的處理，都是物流的範疇。電子商務的「物流」應該使產品的通路變成更加靈活與機動性。

4-2 何謂資訊流？

簡言之，資訊流就是網站的架構，一個好的網站架構就好比一個好的賣場，消費者可以快速的找到自己到的產品，有舒適的購物空間，各式各樣的促銷活動，有服務櫃台，產品均有詳細的說明，好的資訊流是電子商務成功的先決條件。

4-3 何謂金流？

金流是處理交易的方式，現實的購物環境也有各種不同的交易方式，有的商店要現金交易，有的可以用信用卡，有的可以記帳。是指在網路上透過安全的認證機制，作企業與企業間、個人與企業間的資金轉移，或是各種支付方式。這些方式可能包括信用卡、電子貨幣等，而線上資金的轉移、交易安全認證機制等也是屬於金流的部分。電子商務的「金流」處理應該使產品的價格在網路上實現與完成轉移的過程，把價格變成了價值。

4-4 何謂商流？代表資產所有權的移動。

是指將實體產品的策略模式移至網路上來執行與管理。商流是電子商務的後端基礎管理，包括了在網站上的商品行銷策略、賣場管理、銷售管理、進出貨管理、倉儲庫存管理等，這些都是屬於商流的範疇。但是會計運用系統又牽涉到金流問題，因而有些專家學者認為商流是金流、物流、資訊流的「共同聯繫介面」；或是說金流、物流、資訊流是商流的「延伸」。

第二節 技術探討

(一) My SQL 探討

My SQL 是一個開放源碼的小型關係型資料庫管理系統，開發者為 My SQL AB 公司。目前 My SQL 被廣泛地應用在 Internet 上的中小型網站中。由於其體積小、速度快、總體擁有成本低，尤其是開放源碼這一特點，許多中小型網站為了降低網站總體擁有成本而選擇了 My SQL 作為網站資料庫。

資料庫從最初的資料檔案的簡單集合發展到今天的大型資料庫管理系統，已經成為我們日常生活中不可缺少的組成部分。如果不借助資料庫的幫助，許多簡單的工作將變得冗長乏味，甚至難以實現。尤其是像銀行、院校和圖書館這樣的大型組織更加依靠資料庫系統實現其正常的運作。

資料庫系統本身具備了強力檢索、比對、排序、交互關聯等功能。網頁搭配資料庫，主要是用來儲存用戶端的資料，從重要的信用卡帳號，到沒有什麼用的網路角色經驗值，多留點總是能提供不時之需。這一切資料記錄的工作，就得靠資料庫系統。

現行在台灣較為風行的資料庫有 MS SQL、MS Access、Oracle、My SQL 四種。MS Access 是一定要付費的，且除了微軟自己的系統外，少有程式支援 MS Access 資料庫的連結；其餘三種都有免費試用版。

(二) 考慮使用 My SQL 的原因

如果你要找的是可靠的資料庫軟體，以便支援你網站開發的工作，那麼以下的原因說明了為什麼你應該考慮 My SQL：

1. 它便宜（通常是免費）。
2. 它的網路承載比較少。
3. 它經過高度最佳化（Highly Optimized）。
4. 應用程式透過它做起備份來比較簡單。
5. 它為各種不同的資料格式提供彈性的介面。
6. 它較好學，且操作簡單。
7. 它標榜的是，你負擔得起的客戶支援。

(三) My SQL 特點

3-1 最佳化

對於 My SQL 的最佳化，我們可以說，主要的課題在於你的硬體設定，而非 My SQL 本身。不過對於 Access，（以及其他桌面軟體）事情就不是這樣了。沒錯，Microsoft Jet Database 的確是有效率，不過它還不是最快的。如果你的資料庫設計得非常差，你的網站還是會受到影響而速度變得比較慢。資料庫結構設計也會影響到 My SQL。例如，My SQL 並不支援外來鍵（foreign key）。這個缺點會影響到你的資料庫設計以及網站的效率。對於使用 My SQL 做資料庫支援的網站，你應該著重的是，如何讓硬碟存取減少到最低，如何讓一個或多個 CPU 隨時保持在高速作業的狀態，以及支援適當的網路頻寬，而非實際上的資料庫設計以及資料查詢狀況。事實上，有些網站開發者將 My SQL 稱為目前市面上跑得最快的資料庫。不過，當你的資料

庫有很多表格需要同時在一個交易（transaction）內完成更新時，My SQL 的確跑得不怎麼樣。

3-2 備份

如果你曾經有過搶救一個毀損的 MDB 檔案的慘痛經驗，那麼你會對 My SQL 表示激賞。這是 My SQL 另一個贏過 Access 的地方。首先，mysqldump 會產生一個比 Access 好很多而且也較可靠的備份檔案。相較之下，在 Access，你只是將一個 MDB 檔拷貝起來。其次，縱使 My SQL 的備份檔有部分毀損，復原起來要比一個毀損的 MDB 檔要來得容易得多了。

3-3 可延伸性（Scalability）以及資料處理能力

套句登山者的話來說，將 Access 資料庫來跟 My SQL 相比，簡直就是像把印第安那的小山丘拿來跟科羅拉多洛磯山脈的 Pike's Peak 相比較。事實就是這麼簡單：My SQL 可以處理的檔案比 Access 所能處理的大很多。如果你硬將 Access 操到 100MB 的 MDB 檔案，你要準備好紀錄一長串的來自客戶對於網站效率的抱怨。類似的資料庫在 My SQL 上面跑，並沒有承載過重的跡象。

另外，My SQL 同時提供高度多樣性，能夠提供給很多不同的使用者介面，包括命令列客戶端操作，網頁瀏覽器，以及各式各樣的程式語言介面，例如 C++，Perl，Java，PHP，以及 Python。你可以使用事先包裝好的客戶端，或者乾脆自己寫一個合適的應用程式。My SQL 可用於 Unix，Windows，以及 OS/2 等平台，因此它可以用在個人電腦或者是伺服器上。

沒錯，Microsoft ActiveX Data Objects Library (ADO) 的確使得 Access 在外部資料市場 (foreign data market) 上能做更具彈性的運用。它能夠讓你不用管資料的所在位置而取出資料，然後在共用的介面上 (即網頁瀏覽器) 將資料顯示出來。不過，壞處是，ADO 畢竟是比較笨重 (它本身是個資源大雜燴) 而且學習它要花不少的金錢跟時間，就算你是一個能力不錯的開發工程師或者軟體工程師，也一樣。沒有人能在一天內將 ADO 學起來。

3-4 學習曲線

如果你已經熟悉資料庫技術，那麼基本上你已經沒什麼問題了。精通資料庫的人在一天之內就可以把 My SQL 學會，把這個經驗加到他的履歷表裡面去。相較之下，Access 是個複雜多的資料庫以及開發工具。即使是一個能力不錯的開發工程師，也還需要一段時間才能具備足夠的專業知識，恰當的使用這個軟體。

正如你所預期的，My SQL 支援結構化查詢語言 (Structured Query Language, SQL)。如果你已經知道某種版本的 SQL 語言，事情會好很多。具有 VB 或者是 VBA 知識背景的開發工程師會發現，他們以前所具備的 ASP 背景，能夠幫助縮短學習曲線。

3-5 客戶支援

好用又免費的客戶支援已存在，然而 My SQL 倒是提供了一些電子報群組名單供您參考。有一些是頗具技術性的，而且會員們往往互相提供最佳的客戶支援 -- 他們彼此分享經驗跟專業知識。你還可以購買具有客戶支援的版

本，包括 E-mail 支援或者電話支援的方式。大致上來說，客戶支援費率並非固定，因此我們無法提供你相關價位的資訊。

(四) My SQL 的不足之處

Access 是一個關聯性資料庫管理系統 (RDBMS)，然而 My SQL 並非在每一個層面都是如此。這表示，雖然 My SQL 很好用，它還不是最好的。以下列表記錄了目前關聯性層面以及管理層面，My SQL 尚未支援的部分：

My SQL 沒法處理複雜的關聯性資料庫功能，例如，子查詢 (subqueries)，雖然大多數的子查詢都可以改寫成 join。我們預期下一版出來時，這項功能會被加進來。

另一個 My SQL 沒有支援的管理層面功能是交易 (transaction) 以及確認 (commit) / 撤回 (rollback)。一個交易 指的是被當作一個單位來共同執行的一群或一套命令。如果一個交易沒法完成，那麼整個交易裡面沒有一個指令是真正執行下去的。對於必須處理線上訂單的商業網站來說，My SQL 沒有支援這項功能，的確讓人覺得很失望。

外來鍵 (foreign key) 以及參考整合限制 (referential integrity) 可以讓你訂定表格中資料之間的規則，然後將規則 (constraint) 加到所欲規定的資料裡面。這表示，一個有賴複雜的資料關係的應用程式並不適合使用 My SQL。當我們說 My SQL 不支援外來鍵時，我們指的就是資料庫的參考整合限制。My SQL 並沒有支援外來鍵規則，當然更沒有支援連鎖刪除效應 (cascading delete)。簡短的說，如果你需要複雜的資料關係，你還是用原來的 Access 吧。

但在 My SQL 可以找到預存程序 (stored procedure) 以及觸發 (trigger)。
 (針對這些功能，在 Access 也有提供相對的事件程序 (event procedure)。)

(五) 觀念總整理

下面這個表格讓你對於 My SQL，Access，以及 SQL Server 大致上
 比起來是怎麼樣，有個基本概念：

表 1 My SQL，Access，以及 SQL Server 比較表

	交易頻繁的網 站	複雜的資料關 聯	線上訂單處理	相容性	易於使用及操 作
My SQL	×		×*	×	×
Access	×**	×	×***	×****	
SQL Server	×	×	×	×	

* My SQL

** 資料是唯讀的話

*** 透過 Jet SQL 附加功能

**** 只因為有 ADO

(六) PHP 探討

6-1 PHP 發展進化史：

1.1994 由 RasmusLerdorf 所生，用來觀察網上得個人履歷表

被人搜索的狀況。

2.1995 Personal Home Page Tools，就是 PHP 全名的由來，為第

一版的 PHP，只是個簡單的直譯器。

3.後來發展迅速，改用專業名稱 PHP: Hypertext Preprocessor，也

有人戲稱為 Professional Home Page。

4.1995 中 PHP/FI version 2 (FI 為 Form Interpreter，此時的版本有

能力處理 HTML FORM 資料及支援 m SQL)。

5.1997 中由 Zeev Suraski 與 Andi Gutmans 重寫核心，是為 PHP。

6.2001 初 以 Zend 為核心技術，往電子商務產品開發的方向邁進。

6-2 什麼是 PHP

PHP 是一種伺服器端描述語言，用來製作動態網頁。當一個網客開啟網頁時，伺服器端便會處理 PHP 指令，然後把其處理結果送到網客的網頁瀏覽器上面。就好像 ASP 或者是 ColdFusion 一樣。然而，PHP 跟 ASP 或者是 ColdFusion 不一樣的地方在於，它是開放原始碼（Open Source）而且是跨平台的。PHP 可以在 Windows NT 以及很多不同的 Unix 版本執行，它也可以被建成一個 Apache 模組，或者是一個 CGI 的二元檔案（binary）。當被建成一個 Apache 模組時，PHP 是特別的輕巧而快速。在這種情況下，它沒有繁瑣的程序產生的負擔，因此可以很快的把結果跑出來，而且你也不需要特別為了保持伺服器會不會佔據太大的記憶體空間，而去調整 mod_perl。

除了能夠用來產生你的網頁的內容之外，PHP 也可以用來傳送 HTTP 表頭（header）。你可以設定 cookies，做授權管理，以及將使用者重新導向至新的頁面（redirect users）。它也提供了優良的資料庫連結功能（還有 ODBC 的連結功能），另外還有提供與各式各樣的外部檔案庫（library），可以讓你用來做幾乎所有的事情，上至產生 PDF 文件，下至解析 XML。

PHP 程式碼就在你的網頁中，因此你不必為它建立一個開發環境或整合性開發環境（IDE）。你用 `<?PHP` 開始一段 PHP 程式，然後以 `?>` 做結束。（你也可以將 PHP 設定成使用 ASP 形式的 `<% %>` tag 甚至是用 `<SCRIPT LANGUAGE="PHP"></SCRIPT>`。）PHP 引擎會處理 tag 之間的任何東西。

PHP 語言的語法跟 C 還有 Perl 很像。在使用變數前，你不必先宣告他們。要建立陣列 (array) 以及雜湊 (hash) 或關聯性陣列也很快。PHP 甚至還有一些基本的物件導向功能，幫助你組織以及封裝 (encapsulate) 你的程式。

6-3 PHP 能夠做些什麼？

PHP 是在伺服器端執行的程式語言，所以任何其它的 CGI 程式所能做到的，它都能做到。像是從表單中收集資料，或是產生動態的網頁內容，或者是傳送及接收 cookies 等等，PHP 都能做得到！

6-4 PHP 主要運用

伺服器端的程式語言：PHP 大多數被使用在這個地方，要運用在這個地方你必需要有三樣東西，一個是 PHP 的剖析器 (CGI 或 Server 模組)，一個是網站伺服器，還有一個則是網頁瀏覽器，如此才能透過伺服器來瀏覽 PHP 網頁。

Command line scripting：你可以使 PHP 執行在一個沒有任何伺服器或是瀏覽器的地方，你只需要使用到一個 PHP 剖析器即可。這種大多是使用 cron 指令 (在 *nix 或 Linux 系統上)，或是使用排定的工作 (Windows) 來定期的執行程式，這些程式能夠運用在簡單的文字處理工作。

撰寫用戶端 GUI 應用程式：PHP 也許不是個用來撰寫視窗應用程式最好的語言，但如果你相當的了解 PHP，你可以使用 PHP 最新的特色，那就是使

用 PHP-GTK 來撰寫用戶端的應用程式，使用 PHP-GTK 你也可以撰寫出跨平台的應用程式。

PHP 能使用在大多數的作業系統，像是 Linux、HP-UX、Solaris、OpenBSD、Microsoft Windows、Mac OS X、RISC OS 等等都能使用。PHP 也能在大多數的網站伺服器上執行，像是 Apache、Microsoft Internet Information Server、Personal Web Server、Netscape and I Planet servers、Oreilly Website Pro server、Caudium、Xitami、OmniHTTPd。在大多數的伺服器中，PHP 被編譯其中的一個模組，但 PHP 也能編譯成 CGI 模式，使 PHP 成為一個 CGI 處理程序。

4.PHP 的功用不單單只是輸出 HTML 文件而已，它的功能還包括了輸出圖形、PDF 檔、及 Flash 檔。你當然也可以讓它輸出一些文字，像是 XHTML 及任何其它的 XML 檔，PHP 可以產生出以上這些檔案，並且將它們儲存在伺服器上。PHP 也提供了相當多的協定，像是 LDAP、IMAP、SNMP、NNTP、POP3、HTTP、COM 等等，還有其它相當多的擴充模組可以使用。

(七) Apache 探討

7-1 Apache Server 簡介

Internet 成為最近這幾年很熱門的話題，形成這股潮流的原要原因是 World Wide Web (以下簡稱 WWW or Web) 的訊息。現在世界上有大多數的人會將自己的 Web Page 的製作的網頁放到網路上，由於網路無國界的方式

可以讓所有其他國家的人觀看，經由這樣互動，現在的 Internet 猶如一個龐大的資料庫，我們都可以在 Internet 上找到各式各類我們自己想要的各類資訊。

要如何去建立一個網站呢？除了必須要有主機和作業系統與使用者所製作的網頁外，我們還必須去安裝一套能將網頁放到網路上好讓其它人來存取的軟體，也就是所謂的 Web Server。Web Server 比較有名的有免費的 Apache，Microsoft 的 Internet Information Server，Netscape 的 Enterprise Server 等等。

剛開始的 Apache 也不過只是個 Netscape 網頁伺服器（現在是 Sun ONE）之外的開放原始碼選擇。漸漸的，它的功能和速度開始超越其它建構於 Unix 的 HTTP 伺服器。從 1996 年 4 月開始，Apache 一直是 Internet 上最流行的 HTTP 伺服器：1999 年 5 月它在 57% 的網頁伺服器上運用；到了 2005 年 7 月這個比例上升到了 69%。

然而作者宣稱，因為這個名字非常的好記，才命名為它，在伺服器官方網站的 FAQ 中是說：「『Apache』這個名字是為了紀念名為 Apache（印地語）的美洲印第安人土著。不管如何，Apache 2.x 分支已經不包含任何 NCSA 的代碼。

7-2 Apache Server 架設

由 Windows 系統配合使用 Apache + PHP + My SQL 的方式來進行 Apache Server 架設方法如下：

7-3 Apache server 的啟動/停止

理論上在安裝完成之後，下次重新開機，Apache Server 就會自己自動啟動了，但可以在 Windows 介面下，依循下列步驟進行修改設定：開始→所有程式→App Server→Manual Control Server 選擇 start or stop。或是在控制台中的服務功能選擇手動或是自動：開始→控制台→系統管理工具→服務→Apache→內容（右鍵）→啟動類型；可以選擇手動、自動、停用這三項。

7-4 Apache Server 的移除/更新

在某些情形下，我們可能會希望要移除舊的 apache server，（比如更新版本），此時可以透過下列步驟進行修改設定：開始→所有程式→App Server→Service Command→Apache Uninstall Service。

以上操作皆為 windows XP Home & Professional 下執行。

7-5 Apache 與 IIS 的比較

由於 Apache 比較重於跨平台 Linux & windows 且融合彈性大，且能修改參數值多，穩定性方面 Apache 也比 IIS 來的穩定許多，但是單單於使用者的上手學習性；IIS（圖形化介面）就比 Apache 高出很多，外加 IIS 主要是在配合微軟自家的 ASP 程式使用，總而言之，這兩套軟體各自擁有各自的優缺點，就要看使用者的角度來進行自己所需的比較和選擇了。

7-6 Apache 的評價

Apache 是微軟最頭痛的對象。而微軟執行長 Steve Ballmer 竟然在奧地利公開承認：「這是我們自己的錯，如果我們不能提供足夠的特點配上我們伺

伺服器軟體的價位。當談到在同一伺服器上同時提供數個網站時，Apache 就是比較好！（Apache is simply better）。」

其實上在 Linux（或其他 UNIX-Like 的 OS 中），有好幾個不錯的網頁伺服器，如 Apache、Zeus、Netscape（Sun ONE）...等。其中，Apache 最受外界矚目。

當「PC Magazine」2004 年 8 月評出了近 30 年以來的 10 款最佳軟體產品。他們是有過最輝煌的歷史，或者是最具創意。其對 Apache 的評價是：第三名：Apache（阿帕奇，1995 年推出）Apache 目前已經演變成了「LAMP」，即 Linux、Apache、MySQL 和 PHP 的聯合體。這是一個開放原始碼軟體項目，已經對微軟的「.NET」戰略構成嚴重威脅。尤其是 Apache 網路伺服器，讓用戶充分體驗到開發源碼軟體的穩定性、可靠性。

然而在 Apple.com 評價 Apache 時說：Apache 是伺服器軟體始終不斷進化的大塊部件，它不但免費且又是個無價之寶。Apache 是在資源開放運動中出現的絕對珍品，因為不屬於個人專利而是對公共免費。一旦擁有這些程式碼，程式設計師能夠自由完成自己所想程式。經由上面的推薦證明了 Apache 的評價是最好的，而且是免費的。微軟執行長說：Apache 就是比較好。且數字會說話，Apache 市占率也超過百分之 75%，遠遠的超出 IIS 甚多。

(八) Dreamweaver

Macromedia Dreamweaver 允許我們在視覺化的情形下製作和編輯網頁，而無須理會 HTML 原代碼。但我們還是能夠在 Dreamweaver 上對 HTML 進行編輯，提供了更強的控制能力來對網頁進行修改和處理網頁問題。

另外利用 Dreamweaver 的視覺化編輯能力及其代碼視圖（或代碼檢視面板）來瞭解 HTML 的功能不失為一條良好的途徑。我們可以拿 HTML 和視圖來進行對比，便能清楚語法和視圖之間的對應關係。Dreamweaver 提供了各種查詢 HTML 代碼的途徑，它們是代碼視圖（Code view）、代碼檢視面板（Code inspector）以及快速標籤編輯器（Quick Tag Editor），瞭解和編寫 HTML 代碼時需要幫助的話，可以使用 Dreamweaver 的 Reference 面板。

Dreamweaver 也為我們提供了打開在別的軟體中編寫的 HTML 檔，同樣無須擔心原有的代碼會被更改。即使我們在 Dreamweaver 與外部的 HTML 編輯器之間來回切換，Dreamweaver 應用可自由導入導出的 HTML（Roundtrip HTML）來保障我們的 HTML 內容和結構不會改變。另外，我們還可以用 Dreamweaver 來清理那些包含凌亂或是不可讀代碼的 HTML 檔變得簡潔乾淨，更加容易，透過使用者自訂函數，執行運算作業。

(九) Adobe Flash Player

探索全新的創意可能，採用全新 Adobe® Pixel Bender™技術和原生的 3D 變形與動畫建立自訂濾鏡和效果，提供創新和如同電影般效果的使用體

驗，以吸引使用者。將高品質的印刷出版帶入網路，並採用高階的文字引擎、排版控制以及全新的排版選項，建立全新的出版類型。

製作令人驚歎的媒體使用體驗運用進階的 Flash Player 音訊和視訊功能製作令人驚歎的媒體使用體驗。

在強大的執行時期上部署動態網路應用程式，擴充 Flash Player 10 的執行時期功能，在瀏覽器上建立前所未有的使用體驗。存取低階 API 可讓開發人員建立自己的文字元件和特效。運用全新多執行序 Pixel Bender just-in-time (JIT) 編譯器進行其他進階計算，例如聲音產生，或透過可在高效能 Action Script Virtual Machine 2 (AVM2) 上執行的 Action Script

建立新應用程式功能，與網路和系統資源交互操作建立可與瀏覽器順利整合的應用程式，運用本機系統資源並為使用者提供安全的使用體驗。讓使用者可以使用讀取/寫入剪貼簿、上傳和本機儲存檔案，並使用網路攝影機/麥克風連線。輕鬆讓殘障人士也能存取應用程式。

第三節 線上拍賣網站經營策略管理之研究

(一) 拍賣網站經營環境分析

學者 Michael Porter 麥克波特認為產業結構的要素，包含五種競爭力量，即潛在競爭者、同業競爭者、替代品威脅、消費者議價能力、供應商議價能力等決定產業獲利能力，本研究以 Porter 五種競爭力量分析台灣目前拍賣競價網站產業結構。

1-1 潛在競爭者 (1)

從 1998 年底開始，顧客透過拍賣網站購物的行為，一直呈現向上成長的趨勢，目前拍賣競價網站之總營業額約達 20 億元，如此市場的成長吸引了潛在進入者企圖進入市場分一杯羹，潛在進入者威脅的大小要看市場進入障礙 (entry barrier) 的高低，進入的障礙主要有：

-規模經濟

拍賣競價網站的規模經濟主要來自於，虛擬社群的大小和品牌知名度的高低，就積極投入拍賣網站企業，大致上有兩類；一為純粹線上購物網站，一為互動式拍賣競價網站，無論是那一類都可以在很短時間內，透過知名入口網站合作成功架設網站供消費者進行採購，不過要突破進入的障礙，得先克服電子流量多寡，此類網站有先入為主優勢，顧客較放心有品牌的網站購物產品，品牌形成其進入障礙偏高。

-產品服務

銷售服務上並無太大顯著差異，不過在於產品品質和退貨處理方面需要取得顧客信任的程度方面值得關切。多數的拍賣網站在訂單處理、顧客關係管理、出貨管理、物流配送能力方面，較缺乏專業管理能力。其中讓線上購物最詬病的即是物流配送服務—運送成本過高、處理訂單的負擔及退貨成本以及產品交期不準、包裝不良和無法簽收等問題，唯有透過本身與各知名廠商合作形成供應鏈上的一環使可降低此一風險，因此這方面的進入障礙有顯著增高，進而造成新加入者卻步。

-資本需求

一般進入障礙還有「網站建構與維護」與「金流安全」，就拍賣網站而言，架設和維護的術與資金門檻並不會很高，且商品透過網路傳輸方式進行競標，幾乎沒有互動上障礙，但需注意保障金流安全傳輸，交易加密認證過程可以提升消費保障，提高顧客忠誠度，這方面障礙相對低於傳統產業。

由此可知，在拍賣競標網站產業中，能建立有效進入障礙，來嚇阻其他中介電子交易平台廠商的入，除非欲加入產業內拍賣競價網站之新進入者必須具有以上三項優勢，始可在此一產業內生存。

1-2 同業競爭者（2）

影響產業內現存企業間的敵對競爭程度主要有因素有：

-競爭結構

拍賣網站在產業需求與獲利增加，加上人的智力潛能和工作要求提高的情形下，不斷的吸引新的加入者，台灣拍賣競價電子平台已逾 10 家，包括酷必得、拍賣王、非常拍賣、大買賣等數十家較具規模網站，其中虛擬網路企業扮演電子交易平台的中介角色，將使產業內的競爭生態趨於緊張。而拍賣競價網站所提供的產品，不但很難進行異質化而且容易被複製，新加入者不斷增加的結果是價格戰開打，壓低產業內企業的利潤，使產業內競爭情形更加惡劣；另外，品牌知名度高低很容易影響消費者參觀流量的高低。

-需求條件

由於對網路購物需求持續成長，產生了較大擴張空間，短期內緩和競爭激烈，但新網站快速投入，未來將超過需求成長速度，如台灣蕃薯藤結合拍賣王網站成立購物競標內容，其餘數家拍賣競標網站也陸續與亞太地區最大入口網的聯盟，終將使市場成熟，激烈的競爭情勢必隨之而起。

綜言之，拍賣競價網站的競爭狀況屬於激烈，雖然拍賣網站的數量沒有多到令人眼花撩亂地步，宥於市場容量、消費者偏好問題，使得市場已經趨近於成熟階段，所以廠商競爭激烈，不過由於網站內所拍賣產品型錄、品質有所差異，所以一旦有好的產品、好的服務品質，便可有較高的參觀流量，進而創造較高的利潤。

1-3 替代品威脅（3）

由於台灣地小人稠，便利商店、百貨公司與零售商四處林立，購物極為方便，這使得台灣拍賣網站市場難以短期達到規模經濟。因此拍賣網站的主要替代品就是傳統的購物管道，但是替代力卻在逐漸下降中，其主要原因為：1.網路的效率較高及資訊的流通速度較快。2.拍賣價格較低。3.產品多樣。因此現階段而言，拍賣網路的替代品威脅較強。

1-4 消費者議價能力（4）

網際網路本身的互動性、即時性、與跨地理限制等特性，首先造成網際網路的發達使得顧客收集資訊的能力上升；其次，使得拍賣網站不僅可以藉由多人上線競價的方式(搶標)共同決定商品的價格。另外，藉由群體議價使買賣雙方的互動造成價格有所調整，一般而言，此可再區分為「階梯式定價」與「平滑式曲線定價」。上列兩項原理皆因愈多人登記就可以取得愈優惠的價格，都是以量取價。因此就拍賣網站而言，可說是把價格發球權交由顧客投擲，造成的五力分析中最具代表性的一環，這也是拍賣網站所欲營造的規模經濟。

1-5 供應商議價能力（5）

供應商參與拍賣的動機主要有以下三點原因：1.存貨出清的考量，當過氣的物品無法從正常管道出售時，利用低價拍賣方式尋找買主是很好的方法。2.價格決定，當有心商品將推出市場時，可利用拍賣方式來決定未來商品推出市場時的定價與生產計劃。3.增加行銷通路及品牌知名度。在此三點原因中，以第一點原因---存貨出清的考量為主因，使得供應商的議價能力低。此外，使得供應商議價能力低的另一原因，在於參與拍賣類似商品的供應商多。整體而言，在網路拍賣產業中供應商議價能力弱。

根據五種競爭力分析所得到的結果，歸納出拍賣競價網站產業內，三個較具威脅的競爭力，首先產業內網站拍賣的產品獨特性低，造成商品易於其他通路採購，因此「替代品威脅性最具殺傷力」，其次拍賣競價網站進入障礙顯著，能有效地阻止競爭者的進入，形成「產業外潛在的競爭壓力」，第三；在整個拍賣過程中，顧客擁有較高的主導權，使得「顧客擁有較高的議價能力」，形成對目前拍賣競價網站第三股強大的競爭力。而拍賣競價仲介網站在如此的產業結構中，必須盡快的設法取得產業中競爭的優勢，抓住顧客忠誠度，否則隨著產業供給的增加，造成合作廠商解約，勢必在激烈的競爭下被淘汰出局。

(二) 拍賣網站經營策略管理

2-1 競爭分析

Bid 拍賣王在過去幾年中秉持力傳資訊 (NeoCom) 的理念—致力建立起客戶滿意至上的商務模式，以革新創意和 3C (Communication、Community 與 Commerce) 出發，不斷地推出符合虛擬社群需求的網站，因此一直都是網友拍賣競價的不二選擇和潛在競爭者的指標，更因隨著網站間互相策略聯盟，如 Bid 拍賣王與知名入口網站奇摩站、蕃薯藤 (iRate 調查分居第一、二名) 互相聯盟，也就塑造後來居上的 Bid 拍賣王。但不可小歛的競爭者酷必得—號稱台灣 EC 世界的第一品牌，有許多先佔優勢，使得 Bid 拍賣王鎖定其為首當其衝的目標。

2-2 SWOT 策略分析

根據之前拍賣網站產業環境與競爭分析的結果，進一步對拍賣網站作 SWOT 探究，以下針對拍賣王之內部的優勢和劣勢，外部的機會和威脅加以分析。

2-3 內部優勢 (Strength)

相關優勢為：1.拍賣王首開國內網路拍賣先河，品牌知名度高，使得後進者進入市場難度高。2.良好的網路經營與執行能力。由於拍賣王進入市場早，其所累積的網站豐富經營經驗與執行能力更是其他後進者難以望其項背。3.電腦自動化能力。從開站以來，拍賣王就很重視電腦自動化系統，從供應商訂單到物流配送的整個流程，以及顧客管理等，皆進行電腦化處理；而資料庫的規模也有考慮網站未來，當初在平台架設時，就預留較大硬體空間。4.擁有小型倉庫。基於美國最大拍賣網站 eBay 在 1999 年耶誕節線上購物熱潮，許多網路零售商空有訂單，卻苦於貨源不足，拍賣王鑒於此，於是自建小型倉庫，以達到保證不缺貨，如期交貨的良好服務。5.與知名入口網站蕃薯藤、奇摩等合作，進行策略聯盟，增加新的行銷通路及網站知名度。6.獨有的營運特色---樂透，讓購物者享有更多樂趣。

2-4 內部劣勢 (Weakness)

相關劣勢為：1.相較於最大競爭者（酷必得），行銷活動較少。2.營運模式易被對手模仿。3.專業媒體的報導少。4.只服務於台灣地區，市場較小。

2-5 外部機會（Opportunity）

相關機會為：1.1999年台灣網上零售市場規模只有16億元，所佔比率不到千分之一，因此台灣未來的線上購物絕對有相當大的發展空間。2.利用網路技術強大的通訊與即時能力，降低了拍賣過程中買賣雙方的互動成本，使拍賣交易模式突破了實體限制，達到交易目的的買賣雙方依各接觸機會，加速許多交易的進行與市場的暢通。因此拍賣機制與網際網路的結合，變成了電子商務中最具獲利潛力的商業模式。3.電子商務的興起，將造更多的新商機。4.拍賣競價網站進入障礙顯著，能有效地阻止競爭者的進入。

2-6 外部威脅（Threat）

相關威脅為：1.仍有新網站持續投入，將壓縮產業內個別網站的成長。2.產業內網站拍賣的產品獨特性低，造成商品易於其他通路採購，因此「替代品威脅性最具殺傷力」。

3.原有的競爭者強勢。

表 2 SWOT 分析策略方案矩陣

<p>S（優勢）</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、網站知名度高 2、豐富的經營經驗 3、小型倉庫 4、與入口網站策略聯盟 	<p>W（劣勢）</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、營運模式易被對手模仿 2、只服務台灣地區 3、付款方式少
<p>O（機會）</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、線上購物有相當大的空間 2、線上拍賣突破地域限制 	<p>T（威脅）</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、新網站持續投入 2、商品易於在其他通路採購

在 SWOT 分析策略矩陣中，目前拍賣王擁有較多的優勢，但市場上的機會和威脅具有未來的不確定性，就現階段而言，並無法正確的判斷孰強孰弱。因此根據 SWOT 分析的策略矩陣（如表所示），拍賣王的未來策略的方向，包括機會大於威脅時的，「成長」、「市場發展」、「產品發展策略」，與威脅高於機會時的，「水平整合」、「同心圓式多角化」策略。另外，對於能創造「可維持競爭優勢」的項目，比較拍賣王的優勢與劣勢，可歸納出拍賣王的競爭武器——「品牌優勢」、「know-how」、「小型倉庫」。

2-7 未來策略取向

根據競爭分析、SWOT 分析的結果，歸納出拍賣王未來應採取「階段性的成長策略」，其主要原因有：

在經濟不景氣環境之下，穩定策略的實施雖可獲得短期績效，且風險相對較低，但以長期的觀點來看，以目前現有競爭網站而言，他們能快速模仿對手且推陳出新，在很短時間內就可能超越拍賣王之前所累積的品牌、營運模式等優勢。因此在多變的網路世界中，「成長策略」是拍賣王維持競爭優勢生存的途徑。

拍賣網站利用網際網路經營策略之技術關鍵在於多少人會上線使用，亦即需符合梅卡夫法則(Metcalf's Law)所謂技術價值與使用人數關係，渠認為當愈多人使用某項技術(如 線上拍賣)，就會變得愈有價值，而其價值增加時，會進一步吸引更多使用，導入循環如同滾雪球般。但傳統梅卡夫法則是應用在單點對單點狀況(如電話、傳真機等媒介工具)，其所獲價值等於使用人數平方 n^2 ，現今進展推動到網際網路上可以同時多點對多點方式，其網路價值將允許同一時點多人拍賣競價互動達到使用人數 n 次方即 n^n ，這是值得觀察之策略取向。

第四節 電子商務安全

(一) 電子商務簡介

首先，我們對電子商務作一簡單的介紹。電子商務發展起源於企業為了簡化內部的作業流程、改善與客戶間的互動，以及企業和企業伙伴間資訊交換之需求。常見的應用如銀行間透過網路來做電子資金轉換，企業間的電子付款，以及連鎖企業利用網路來進行電子資料交換(EDI) 和電子郵件(e-mail) 的傳遞[1, 2, 3, 4]。直到 1990 年代 WWW 技術出現於網際網路上，不但提供了網際網路一個多元化的資訊傳播方式，也讓電子商務的發展變得更容易。電子商務提供企業一個比較便宜的廣告行銷及交易方式，開闢了一個虛擬的電子商場[4]，而創造出更多的生意機會。

利用全球性的資訊分享及廣告，可降低行銷成本並提供快速回應且低廉的客戶服務，所以大部分的企業都被電子商務所提供的經濟效益，以及廣闊而無國界的消費市場所吸引，積極進攻此網路商場以維持競爭力。我們可以說舉凡經由網際網路所進行的資訊傳送、產品行銷、服務或付款的商業行為都是電子商務的範疇。

(二) 電子商務架構

電子商務不僅改變交易進行的方式（無實體的資訊貨物、資訊服務及電子錢），與傳統市場也有很大的差異，接下來我們將介紹電子商務的一般架構(如圖所示)。

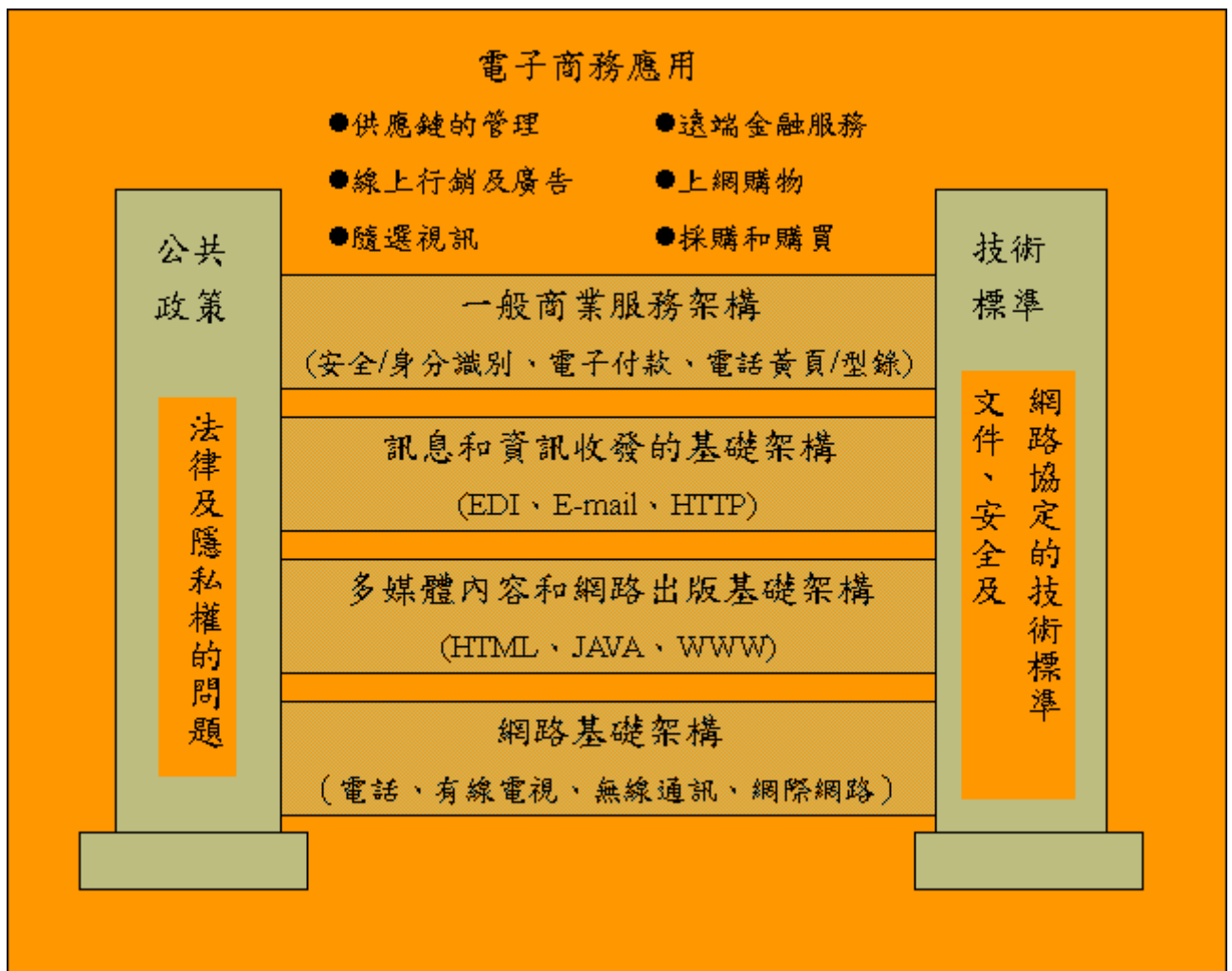


圖 3 電子商務的一般架構圖

2-1 網路基礎架構

所謂的網路空間除了現有的資訊網路外，應該整合不同類型的傳送系統及各種形式的傳輸網路，包括區域網路、電話線路、有線電視網、無線電及衛星通訊系統，以便發展成為資訊高速公路系統。有了完整快速的資訊網之後各種多媒體資料（含文字、聲音、影像、圖形及影片的），才有可能在網路上暢行無阻。而透過彼此互相連接之不同形式的傳輸網路，我們便可以在家裡，利用 PC 經由電話撥接連上網際網路，進入到美國迪士尼公司的主機，瀏覽該公司的各類產品，或者欣賞最新的動畫電影。

2-2 多媒體內容及網路出版基礎架構

資訊高速公路是實現多媒體資料傳輸的一個傳送基礎。WWW 是目前最流行的網路出版及資源分享的技術，個人或企業可以很容易地將研究成果或產品資

訊，經由超文字標示語言(Hyper Text Markup Language, 簡稱 HTML)的描述，將其出版於 Web 伺服器上面。除了 HTML 之外，目前各種視覺或物件導向語言(如 JAVA、VB)也都有支援多媒體內容及網路出版的相關技術。

2-3 訊息傳送及資訊收發基礎架構

數位化資訊在網路上傳送時，是由一連串的 0 和 1 所組成，如果沒有資料類型或格式的相關資訊就無法區別資訊原來代表的意義(可能是文字、數字、聲音或影像)，所以訊息傳送方式對格式化或未格式化的資料都要提供溝通方式，而資訊收發的同時必須處理資料的解譯及轉換。而為了確保電子商務的安全起見，訊息傳送方式必須保證訊息在傳送的過程中沒有被別人偷偷地複製或變造過。

2-4 一般的商業服務基礎架構

商業服務基礎建設主要是要解決線上付款工具的不足，以及不夠堅實的資訊安全防護。為了使線上付款能夠成功，並且保證相關資訊能安全傳遞，付款服務的基礎建設必須發展出具有密碼編碼及身分鑑別的方法，來確保資訊在網路上傳遞的安全性及防止冒名交易。所以安全交易及安全的線上付款工具(如：電子錢包)的研究發展是推展電子商務的首要工作，也是電子商務成敗的重要關鍵。

2-5 電子商務的兩大支柱

對電子商務應用及各種基礎建設的推展而言，公共政策的配合和技術標準的研擬是兩大重要支柱。關於著作權、隱私權的保障、消費者的保護、非法交易的偵察、網路資訊的監督，以及交易糾紛的仲裁等，都須要制定相關的公共政策及法律條文來配合。此外，為了確保整體網路的相容性，在發展各項基礎建設及電子商務應用時，各種工具、使用者界面及傳輸協定的標準化是絕對必要的。

(三) 交易安全

有越來越多的公司透過網際網路來提供產品及服務資訊，但是對於在公眾網路上實施線上交易仍然兢兢業業，主要原因是對於網路及交易安全仍然有所疑慮。相同的，基於交易安全的考量，許多消費者對直接在網際網路上付款也有所顧忌。目前資訊在網際網路上傳送，尚有被第三者竊取或變造的可能，特別是敏感的個人及財務重要資訊(如：帳號及密碼、信用卡卡號)；資料庫或網路資源仍有被駭客侵入，而導致資料被破壞、塗改、洩漏或濫用的可能性。

如果無法保證交易可以安全地進行，消費者就不會願意在網際網路上面提供信用卡及付款的相關資訊。而且商家為了避免發生交易糾紛，也就不敢冒然提供線上購物的服務。若要電子商務成功且蓬勃地發展，則必須提升消費者對交易可靠性的信心，以及增強公眾網路對外來非法入侵的防護措施。所以，交易安全是目前電子商務發展中，急待克服且深受矚目的問題。

3-1 交易安全的要求

一個安全交易系統需要具備下列特質：

- 隱私性：交易必須保持其不可侵犯性，經由網際網路送出及接收的訊息是不能被任何闖入者讀取、修改或攔截的。駭客入侵電腦系統之前，往往是利用網路窺視，並事先蒐集使用者在登入系統前所輸入的帳號、密碼及使用者姓名等重要訊息，再冒名侵入系統。
- 機密性：交易不能經由公共網路來追蹤，未經授權的中間人無法取得交易複本。電子商務的環境中所有的訊息交通都是保密的，訊息在成功地送達目的地之後，除了稽核資訊外，所有存在於公共環境中的相關資訊會被刪除。且訊息的儲存必須在具備完善保護的系統下進行。
- 完整性：交易一定不能被破壞或干擾。電子交易的內容在用戶端和伺服器間傳遞的過程中確認沒有被改變，也就是訊息在交易的處理過程中不能被任意地加入、刪除或修改。

因此，要確保交易的安全，必須要有堅固的網路安全防衛措施（如防火牆），以及安全的資訊保密技術（如加密技術、數位簽章及憑證）之輔助。

3-2 網路安全－防火牆

防火牆的使用是在企業內部網路（可信賴的安全網路）和外在的公眾網路（不可靠的網路環境）之間建立一道安全屏障，以阻隔外來電腦駭客的侵擾，而內部人士仍然可以對外取得整體的服務。防火牆可以說是一種安全策略的實現，只有某些合法授權或遵循特定服務規則的使用者，才可連接上企業內部受保護的網路，也就是說，防火牆強迫所有的連接都必需經由它，並讓資料可以根據既定的存取規範進行審查。

- 路由器(Router) 過濾封包(Packets)：第一代的防火牆技術是路由器過濾封包，由檢查路由器根據檢查法則來過濾通過防火牆的資訊封包，以查驗出有問題的封包。
- 代理伺服器(Proxy Server)：第二代的防火牆技術是代理伺服器，執行代理服務的主機電腦稱為應用閘道(Application Gateway)，位於公司網路和網際網路之間，對兩邊的使用者提供代理服務或中間人服務。所有進出公司網路的資訊，都必須透過此中間人代為傳送。

3-3 WWW 安全

為了進行電子商務，在不可信任的公眾網路上，客戶和伺服器之間的相互身份驗證與確認是十分重要的。一個訊息進入公開的網際網路傳送時，必須包含一些表示它的來源系統之資料。WWW 並不會將通過它的資料予以加密，任何攔截 WWW 資料傳送的人都可取用包含在裡面的資料。為了安全起見，Netscape 公司發展出 SSL (Secure Socket Layer)，用以解決 WWW 上資訊傳送的安全顧慮，使用 SSL 如果資料傳錯了目標，除了發送者及合法的接收者之外它所包含的資訊（如信用卡號碼）第三者是無法閱讀的。透過 SSL，資料在傳送出去之前就自動加密了，並會在合法的接收端被解密。對於沒有解密金鑰的人來說，所收到的資料只是一堆沒有意義的 0 和 1 而已。

(四) 資訊保密技術

電子商務是十分依賴密碼技術的，在網路上傳送的資料可採用密碼技術加以保護，加密過的訊息在網路上流通時就算被駭客竊取，他也無法將訊息還原(解密)。目前最常用的加密技術可歸類成兩種：傳統(秘密金鑰)加密法 (Private-key) 和公開金鑰(Public-key) 加密法[5, 6]。

4-1 秘密金鑰加密法(Private-key Encryption)

秘密金鑰加密法又稱對稱(Symmetric) 加密法，訊息的加密和解密採用相同的金鑰(密鑰)。所有參與者都必須完全信任且彼此瞭解，而每一位參與者都保有一把金鑰複本。傳送者和接收者在交換訊息之前，必須分享相同的金鑰。而在協調產生金鑰的過程中，任何有關金鑰產生的訊息都必須保證不會被竊聽(透過安全通道來分配)。一旦金鑰被第三者取得或算出，則訊息不保。最常被使用的秘密金鑰加密法是資料加密標準(Data Encryption Standard, 簡稱 DES)。

傳統加密法速度快，適合加密大量資料。然而，在公眾網路上通訊者之間的金鑰分配(金鑰產生、傳送和儲存)是很麻煩的。所以，秘密金鑰加密法很難直接應用於電子商務上，除非有安全金鑰分配方式。

4-2 公開金鑰加密法(Public-key Encryption)

公開金鑰加密法又稱非對稱(Asymmetric)加密法，訊息的加密和解密採用不同的金鑰，一把金鑰用來加密訊息，而用另外一把金鑰則用以將訊息還原。在網路上的通訊者，每人都擁有兩把金鑰：一把公開讓所有人知道(公鑰)，一把自己秘密保存(密鑰)。但是兩把都必須加以保護，防止被修改或竊取。假設甲方要傳送資料給乙方，則甲方先用乙方的公鑰將資料加密再送出，而乙方在接收到資料後，用自己的密鑰就可解密而取得原來的資料了。最有名的公開金鑰加密法是 RSA。

公開金鑰加密法雖然沒有金鑰分配的問題，但是加解密計算較費時間，比較適合用來加密訊息或者摘要資料。而且放於網路上的公鑰有被非法更改的可能。因此在電子商務的應用上，必須有數位憑證及可靠第三者的配合來提高安全性及可靠性，或者採用混合加密法(即採用公開金鑰加密法來分配秘密金鑰加密法的金鑰)來提升加解密之速度。

4-3 數位簽章(Digital Signature)

數位簽章是由公開金鑰加密法研發得來，用以證明一個訊息的來源和內容之真確性。在網路上通訊者之間無法彼此確認對方的身份，數位簽章[6]可被用來驗證傳送者的身份。接收者可確保某一訊息確實是由傳送者所送出，沒有被更改過，而傳送者也無法否認曾經傳送過此一訊息。

其實數位簽章就像我們的印章一樣。通常為了證明文件是我們所發出的，我們會在文件上加蓋自己的印章或親筆簽名以資證明。當傳送者要傳送文件之前先透過一個 Hash 函數將資料轉換成一段訊息摘要，再將此訊息摘要和文件一齊送出。如果中途有人修改過此文件，那麼接收者將被修過的文件經過 Hash 函數重新計算過後，將會發現算出來的摘要和傳送者送來的摘要不相吻合，這就表示傳輸的文件在中途被人動過手腳了，如此我們就能順利偵測到別人的偽造行為了。

至於如何驗證傳送者的身份呢？傳送者只要在訊息摘要送出前用自己的密鑰加密（簽章），接收方在得到加密過的摘要後如果能用傳送者的公鑰正確解密（驗證），那麼接收方就可以百分之百確信這個文件的確來自傳送方。

4-4 數位憑證(Digital Certificate)

公鑰是在公眾網路上讓別人作為傳送資料給自己的加密工具，如果公鑰被偽造散佈，那麼偽造者就可以假冒你攔截傳送給你的資料，並用對等的密鑰將資料解開。所以我們在傳送資料之前也必須先識別對方身分，確認公鑰確實是接收者的，才可將資料送出。為了做到公鑰的確認，可經由公鑰的認證來完成，此即數位憑證[2]。

在電子商務的應用上我們需要一位可信賴的第三者來做公鑰的認證工作。這個第三者就是所謂的憑證管理中心(Certificate Authority, 簡稱 CA)，而 CA 必須是可被傳送者和接收者信賴的角色，他會依據合法申請者的請求發出數位憑證，數位憑證裡面包含了申請人的辨識資料(姓名)、公鑰及 CA 對這把公鑰的簽章，有 CA 的簽章背書後，我們就可以信賴這把公鑰。在網路上只要透過 CA 的公鑰的驗證我們就可以辨識對方的身份，如此一來，不同的個體就可以在高度的信賴下進行電子商務了。

有了數位憑證的使用，我們更進一步的加強了身份的驗證，藉由使用一個共同的憑證管理中心，數位憑證對電子商務交易的參與者之間的互相信任，提供了一個既簡單又便利的方法。

(五) 安全電子交易標準(Secure Electronic Transaction, SET)

SET 是 VISA 和 MasterCard 兩大發卡組織為了確保消費者在網路上使用信用卡交易的安全與 IBM 共同發起製訂的安全電子交易標準[7, 8, 9]，讓使用者能在公眾網路上透過安全付款協定的使用，安心地使用信用卡進行交易。

5-1 SET 架構

一個標準的 SET 環境包含下列元件(如圖 2 所示[7])：

- SET 通訊協定：提供私密的付款資訊、信用卡認證資訊、商店及請款機構。

- 持卡人(Card Holder)：使用含 SET 標準的電子錢包(Electronic Wallet)，輔助持卡人至認證中心(CA)取得信用卡電子證書、產生公鑰及密鑰、儲存與管理電子證書與密鑰、電子證書更新與查詢、提供交易時所需的授權與 SET 協定、管理交易歷史資料與查詢、E-Cash，E-Check 與 Micropayment 的整合(未來)、Configuration 之設定。
- 發卡單位 (Card Issuer)：提供消費者對信用卡的申請與消費之管理，發卡單位須提供持卡人一個電子錢包，由申請人經由 WWW 或 E-mail 到認證中心認證。
- 請款機構、付款閘道(Payment Gateway)：輔助請款機構至認證中心(CA)取得信用卡電子證書、產生公鑰及密鑰、儲存與管理電子證書與密鑰、電子證書更新與查詢、與收單行交換加密公鑰、提供交易時所需的授權及 SET 協定、提供交易後請款、清算及 SET 協定、與銀行主機連線、報表與歷史資料記錄的產生、Configuration 之設定。
- 商店(Merchant Server)：輔助電子商家至認證中心(CA)取得信用卡電子證書、儲存與管理電子證書與密鑰、電子證書更新與查詢、與收單行交換加密公鑰、提供交易時所需的授權及 SET 協定、提供交易後請款與清算及 SET 協定、提供交易相關資料記錄、回傳服務、Configuration 之設定。
- 認證機構(又稱憑證管理中心)：提供持卡人、商店、付款閘道之認證服務。

SET 架構圖如圖 2 所示：

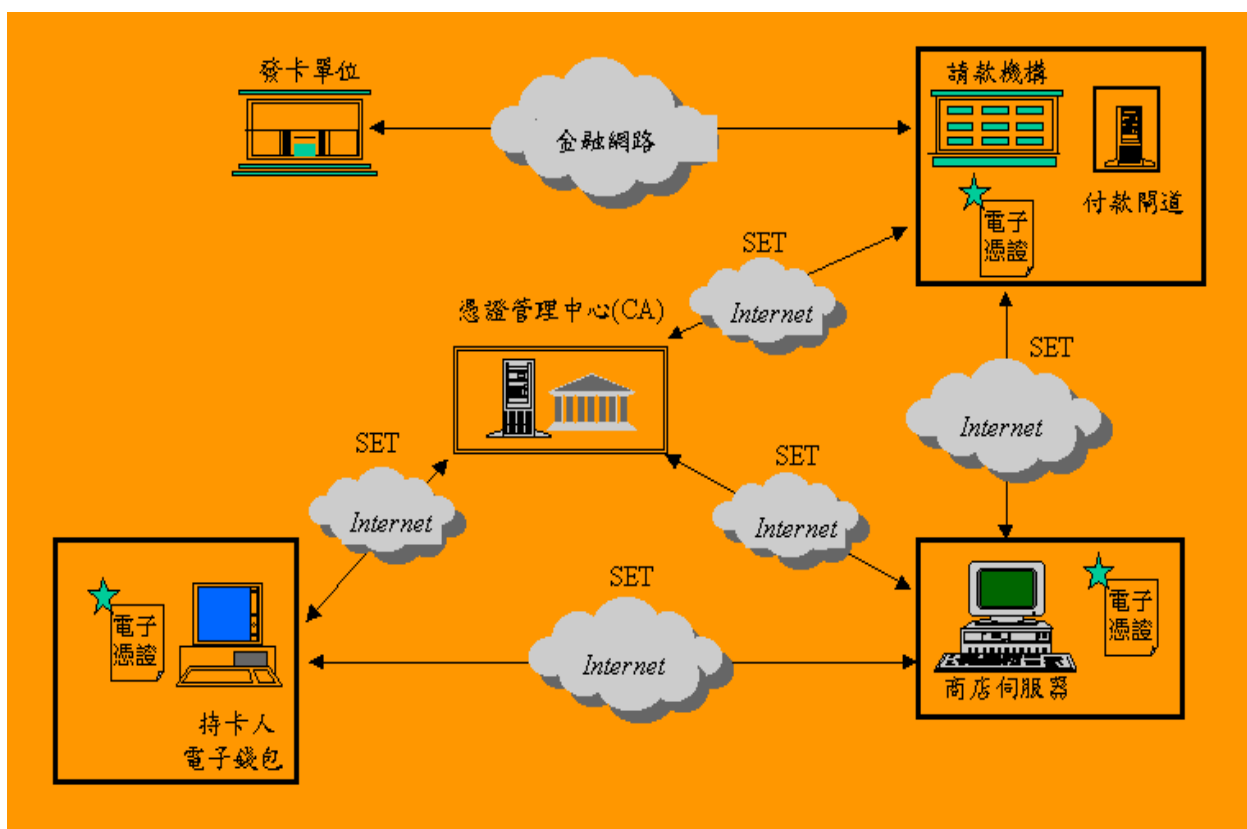


圖 4 SET 架構圖

5-2 網際網路付款

在電子交易過程中使用者是使用電子現金和商家進行交易，電子現金顧名思義就是可在網路上流通的現金，使用現金的好處在於消費者可保持隱私，也不用像信用卡交易一樣將重要的個人資料洩露出去，再加上消費者大多會在網路上交易的東西通常都是屬於較低價位的資訊類產品，這時候現金就比信用卡好用多了！而且大多數的消費者對於現金的接受程度通常都比信用卡高，所以電子現金將會逐漸成為一股新主流。

在 SET 機制中，每個想要上網消費的消費者都必須在自己的電腦裡安裝一個稱為「電子錢包」的軟體，這個電子錢包就像真實生活中的錢包一樣，負責存放消費者向銀行買來的電子現金。底下，我們列出一個完整交易之過程：

步驟 1：首先消費者先向銀行提領電子現金。

步驟 2：銀行在驗證了消費者的身份後，對消費者的真實帳戶作扣款動作，並將等值的電子現金存入消費者的電子錢包。

步驟 3：當消費者透過 WWW 瀏覽器連接到網路商店觀看商品並決定要購買某項商品時，他按下了「購買」鍵，商店端的軟體就會將此商品的訂單送給消費者的電子錢包軟體。

步驟 4：電子錢包就開始啟動管理功能，將訂單上所列的電子現金支付給商店端軟體。

步驟 5：商店端在收到消費者送來的電子現金後就會傳送到銀行去驗證這筆電子現金是否為銀行發行的合法電子現金。

步驟 6：如果驗證無誤的話銀行就會通知商店驗證成功，並將電子現金轉成相對的真實現金金額存入商店的帳戶。商店這時就可安心地將消費者所訂的貨品送出去了！這樣就完成了一筆網路交易。

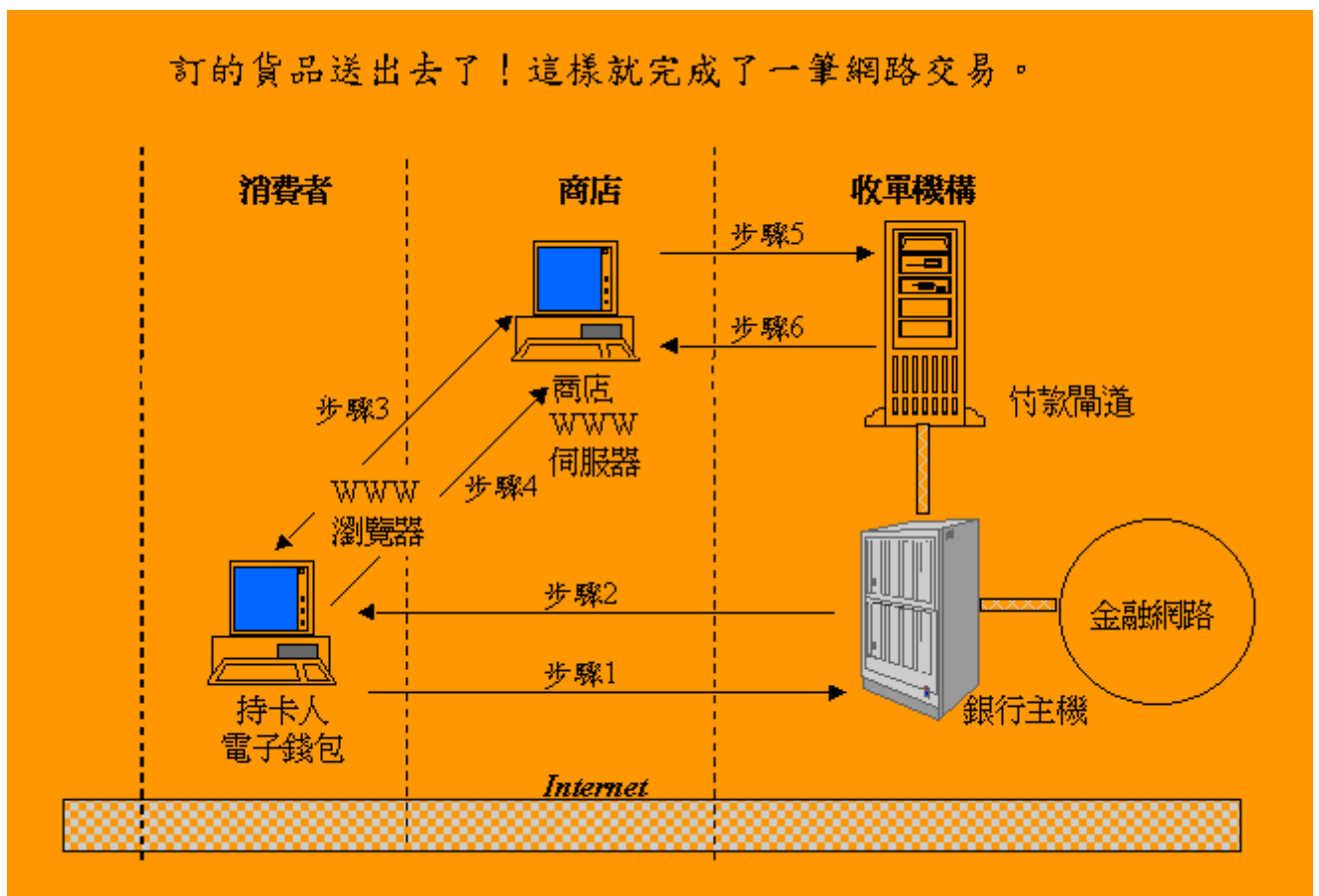


圖 5 網際網路付款流程

第三章 系統操作與分析

第一節 系統架構

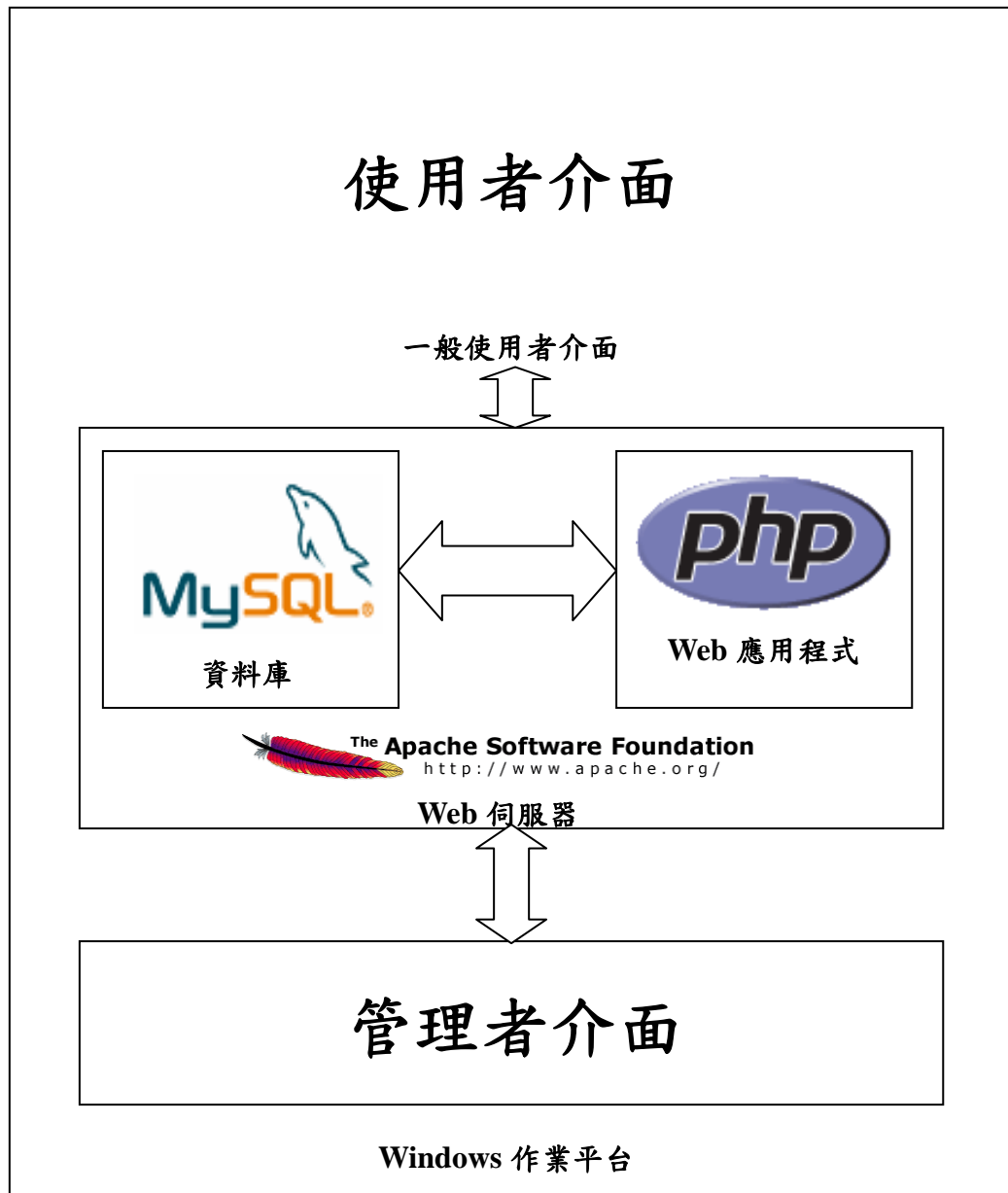
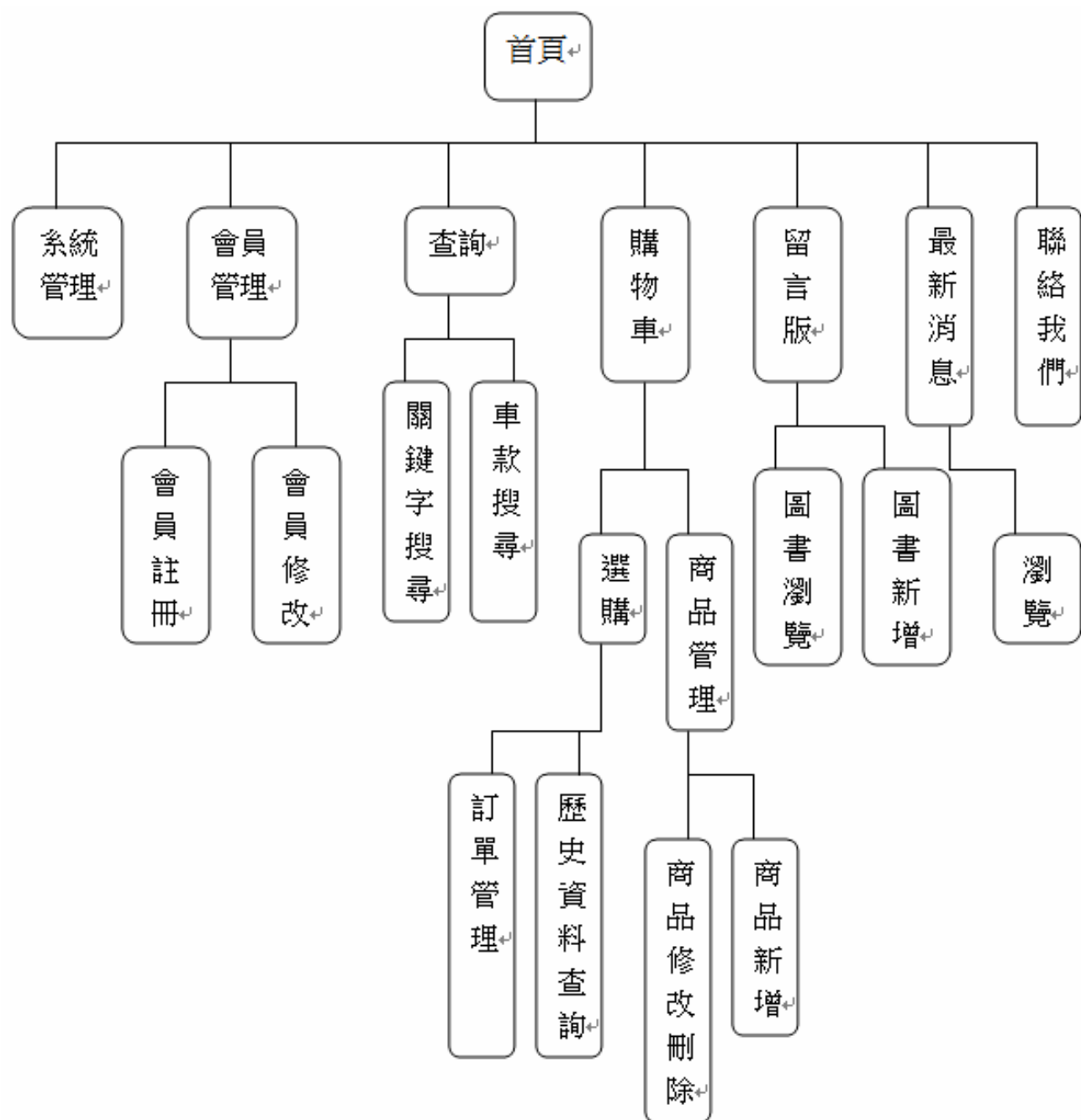


圖 6 三層式主從架構圖

(一) 網站架構

表 3 專題研究流程表



本系統的首頁是由系統管理、會員管理、查詢、購物車、留言板、最新消息、連絡我們七個主選單所建構而成,購物車又分支成選購跟管裡商品、商品新增、商品資訊修改、歷史資料查詢、

訂單管理系統功能簡介

1.會員管理：提供使用者註冊會員、商品上傳、修改會員資料

查看留言板。

2.商品瀏覽：使用者可在此瀏覽所有機車商品，已註冊的會員

可在此選購機車並跟賣家聯絡。

3.留言板：提供使用者對網站的問題發問或在此提供機車資訊

分享。

4.連絡我們：對網站有任何問題可來信至站長信箱，例如：無

法註冊或登錄會員，以致無法使用本拍賣網站時或是想匿名

舉發任何不法賣家時，皆可寄信給站長。

5.系統管理：系統管理者可在此發佈最新公告，回覆留言板，

會員資料修改，廠牌管理。

(二) 系統流程

2-1 拍賣首頁

使用者進入機車拍賣首頁後(如圖 4)，可以在網站的上方選項點選自己需要進入的選單。

[今日人次: 24 累積人次: 167]

首頁 會員管理 商品流覽 留言版 聯絡我們 系統管理

搜尋

三陽 車款搜尋
三陽RX110(精裝版) 搜尋

光陽 車款搜尋
光陽Woo100 搜尋

山葉 車款搜尋
山葉Mio哆啦A夢100 搜尋

比雅久 車款搜尋
比雅久GT125(歐熱) 搜尋

汽車活動

- ※購買首屆回 (2010/10/29)
- ※專題 (2010/10/28)
- ※機車購物網正式開幕-請大家告訴大家5 (20100826)
- ※機車購物網正式開幕-請大家告訴大家3 (20100812)
- ※機車購物網正式開幕-請大家告訴大家2 (20100811)
- ※機車購物網正式開幕-請大家告訴大家1 (20100810)
- ※機車購物網正式開幕-請大家告訴大家 (20100810)

最近流覽

圖 7 拍賣首頁

會員可以在此選購喜歡的產品並下標與賣家連絡

[\[回首頁\]](#)
歡迎來到 機車 購物中心

and1歡迎登入!		我的商品 登出 留言版
光陽 125cc 	三陽 125cc 	山葉 125cc 
產品名稱: G5 125	產品名稱: 野狼傳奇	產品名稱: 進佔125
刊登者: and1 產品資訊: 顏色:黑 排氣量:125 出廠年月:2007 備註:	刊登者: and1 產品資訊: 顏色:黑綠 排氣量:125CC 出廠年月:2008 備註:使用二到三年	刊登者: and88 產品資訊: 顏色: 排氣量: 出廠年月: 備註:
特價: 52,00	特價: 55,00	特價: 50000 [我要購買]
山葉 125cc 	山葉 125cc 	
產品名稱: B.W.S	產品名稱: 普勒戰125	
刊登者: and1 產品資訊: 顏色:藍 排氣量:125 出廠年月:97.6 備註:照片近期補上	刊登者: and1 產品資訊: 顏色:藍 排氣量:125 出廠年月:2005 備註:	
特價: 65000	特價: 45,00	

記錄1到5共5筆

[\[回首頁\]](#)

圖 8 拍賣首頁

2-2 註冊會員

使用者可以依照自己的使用者名稱，並填寫姓名、電子郵件、地址來註冊會員。

加入會員



銳利 就有征服力

型 · 動 · 力

帳號	<input type="text" value="AND2"/>
密碼	<input type="password" value="●●●●●"/>
姓名	<input type="text" value="陳凱文"/>
住址	<input type="text" value="台北市信義區忠孝東路5段"/>
電話	<input type="text" value="0980753286"/>
E-MAIL	<input type="text" value="lead2024@hotmail.com"/>
<input type="button" value="送出"/>	

[\[回首頁\]](#)

圖 9 註冊會員填寫資料

可以開始拍賣商品跟購物註冊完會員並登入之後,即可進入會員後台查詢商品銷售,上傳商品。

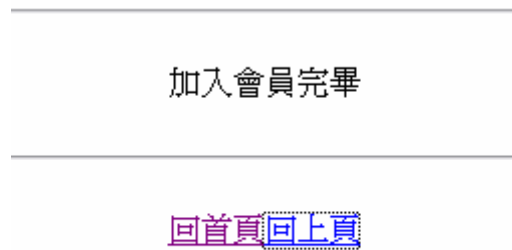


圖 10 顯示執行結果頁面

交易紀錄,修改會員資料,管理商品,查看留言板



圖 11 購買紀錄頁面

2-3 新增商品

填寫完品名及規格,在插入圖檔,即完成商品上傳

會員	and99
機車名稱	<input type="text" value="KTR150"/>
機車廠牌	光陽150cc <input type="button" value="v"/>
售價	<input type="text" value="50000"/>
機車介紹	顏色:黑 排氣量:150 出廠年月:2008 備註:
插入圖檔	<input type="text"/> <input type="button" value="瀏覽..."/>
<input type="button" value="送出"/>	

圖 12 商品上架頁面

填寫完後會顯示此畫面，已經成功新增拍賣物件。



圖 13 上架完畢頁面

新增之後管理商品選項會出現已新增成功的商品



圖 14 商品資訊

2-4 商品資訊修改

當商品資訊需要修改的時候,點選修改商品即可完成修改可換照片跟所有產品資訊。



	
<input type="text"/> <input data-bbox="928 743 1024 779" type="button" value="瀏覽..."/>	
狀態	<input checked="" type="radio"/> 上架中 <input type="radio"/> 下架
機車名稱	<input type="text" value="野狼傳奇"/>
機車廠牌	<input type="text" value="三陽 125cc"/> ▼
售價	<input type="text" value="55,00"/>
機車介紹	<input type="text" value="顏色:黑綠
排氣量:125CC
出廠年月:2008
備註:使用二到三年"/>
<input data-bbox="785 1214 858 1249" type="button" value="送出"/>	

圖 15 商品資訊修改

2-5 交易紀錄

會員完成購屋之後會在交易紀錄顯示出來,每一筆購物都會保存資料,隨時可以上去查看。

交易日期	交易編號	處理情況	
2010-11-24	1aac9ee1f		詳細資料
2010-11-24	a268b5130		詳細資料
2010-11-24	0581aceb1		詳細資料
2010-09-03	732fc546d		詳細資料
2010-09-03	7fd4dff2		詳細資料
2010-09-03	5b9726998		詳細資料
2010-09-03	b7b0fa17b		詳細資料
2010-09-03	b4e6c7f4a		詳細資料

圖 16 交易紀錄

2-6 購買清單

每一筆交易紀錄都會有購買清單,有購買者,時間,以及產品名稱。

我的商品

and99 歡迎光臨 | [回首頁](#) | [上傳商品](#) | [管理商品](#) | [交易記錄](#) | [查詢銷售](#) | [購物車查看](#) | [修改會員資料](#) | [查看留言板](#)

[購買清單]

2010-11-24

交易方式:面交
交易編號: 732fc546d
購買者: and99 購買時間:2010-09-03

產品名稱	產品 單價
山葉Mio哆啦A夢100	55000

購物完畢

[回首頁](#) | [回首頁](#)

圖 17 購買清單






2-7 購物流程

先至購物首頁選擇喜歡的車型,查看好需要的資訊之後點選我要購買。

[\[回首頁\]](#)

歡迎來到 機車 購物中心

and99歡迎登入!		我的商品 登出 留言板
------------	--	--

<p style="text-align: center;">三陽 125cc</p> <p style="text-align: center;"></p> <p style="text-align: center;">產品名稱:野狼傳奇</p> <p>刊登者:and1 產品資訊: 顏色:黑綠 排氣量:125CC 出廠年月:2008 備註:使用二到三年 特價: 55,00 [我要購買]</p>	<p style="text-align: center;">山葉 125cc</p> <p style="text-align: center;"></p> <p style="text-align: center;">產品名稱:舊勁戰125</p> <p>刊登者:and1 產品資訊: 顏色:藍 排氣量:125 出廠年月:2005 備註: 特價: 45,00 [我要購買]</p>	<p style="text-align: center;">山葉 100cc</p> <p style="text-align: center;"></p> <p style="text-align: center;">產品名稱:RS 100</p> <p>刊登者:and1 產品資訊: 顏色:黑 排氣量:100cc 出廠年月:2006/09/12 備註:車況正常,因換車所以出售 特價: 39000 [我要購買]</p>
<p style="text-align: center;">山葉 150cc</p> <p style="text-align: center;"></p> <p style="text-align: center;">產品名稱:FZ150</p> <p>刊登者:and1 產品資訊: 顏色:黑 排氣量:150cc 出廠年月:2001/03/19 備註:正常使用,定期檢查 特價: 30000 [我要購買]</p>	<p style="text-align: center;">山葉 150cc</p> <p style="text-align: center;"></p> <p style="text-align: center;">產品名稱:愛將150</p> <p>刊登者:and1 產品資訊: 顏色:黑 排氣量:150cc 出廠年月:2000/07/19 備註:車況正常 特價: 28000 [我要購買]</p>	<p style="text-align: center;">三陽 125cc</p> <p style="text-align: center;"></p> <p style="text-align: center;">產品名稱:Fighter</p> <p>刊登者:and1 產品資訊: 顏色:金 排氣量:125cc 出廠年月:2008/05/31 備註:改剛車,改裝品眾多.. 特價: 53000 [我要購買]</p>
<p style="text-align: center;">光陽 125cc</p> <p style="text-align: center;"></p> <p style="text-align: center;">產品名稱:GS 125</p> <p>刊登者:and1 產品資訊: 顏色:黑 排氣量:125 出廠年月:2007 備註: 特價: 52,00 [我要購買]</p>	<p style="text-align: center;">光陽 150cc</p> <p style="text-align: center;"></p> <p style="text-align: center;">產品名稱:KTR150</p> <p>刊登者:AND99 產品資訊: 顏色:黑 排氣量:150 出廠年月:2005 備註:化油版 特價: 38500 [我要購買]</p>	<p style="text-align: center;">山葉 125cc</p> <p style="text-align: center;"></p> <p style="text-align: center;">產品名稱:GTR125</p> <p>刊登者:and1 產品資訊: 顏色:紅 排氣量:125cc 出廠年月:2005/03/14 備註: 特價: 32000 [我要購買]</p>

記錄1到9共18筆

[前一頁](#) [最後一頁](#)

[\[回首頁\]](#)

圖 18 購物首頁

點選進去會顯示此車款的所有資訊,包括照片跟機車年份資訊等。

上架帳號:andl



光陽150cc RV150	
商品資訊	顏色:紅 排氣量:150cc 出廠年月:2006/05/08 備註:車況佳..上下班代步用
售價	41000
上傳時間	2010-11-24 00:03:22

[我要購買](#)

圖 19 商品資訊

2-8 確認出價

如果想繼續觀看別的商品可以直接回首頁繼續選購,商品會站在購物車查看裡面。

我的商品

and99 歡迎光臨 | [回首頁](#) | [上傳商品](#) | [管理商品](#) | [交易記錄](#) | [查詢銷售](#) | [購物車查看](#) | [修改會員資料](#) | [查看留言板](#)

2011-01-04

交易編號: 4cfe0d723	
購買會員: and99	
產品名稱	單價
野狼傳奇	35000

聯絡人	
姓名	張珉維
電話	0910926419
地址	台北市AAAA

交易方式: 面交 郵寄 電話詳談

[\[清空商品\]](#)

[回首頁](#)

圖 20 購物清單

按下確認及選擇交易方式及完成交易。

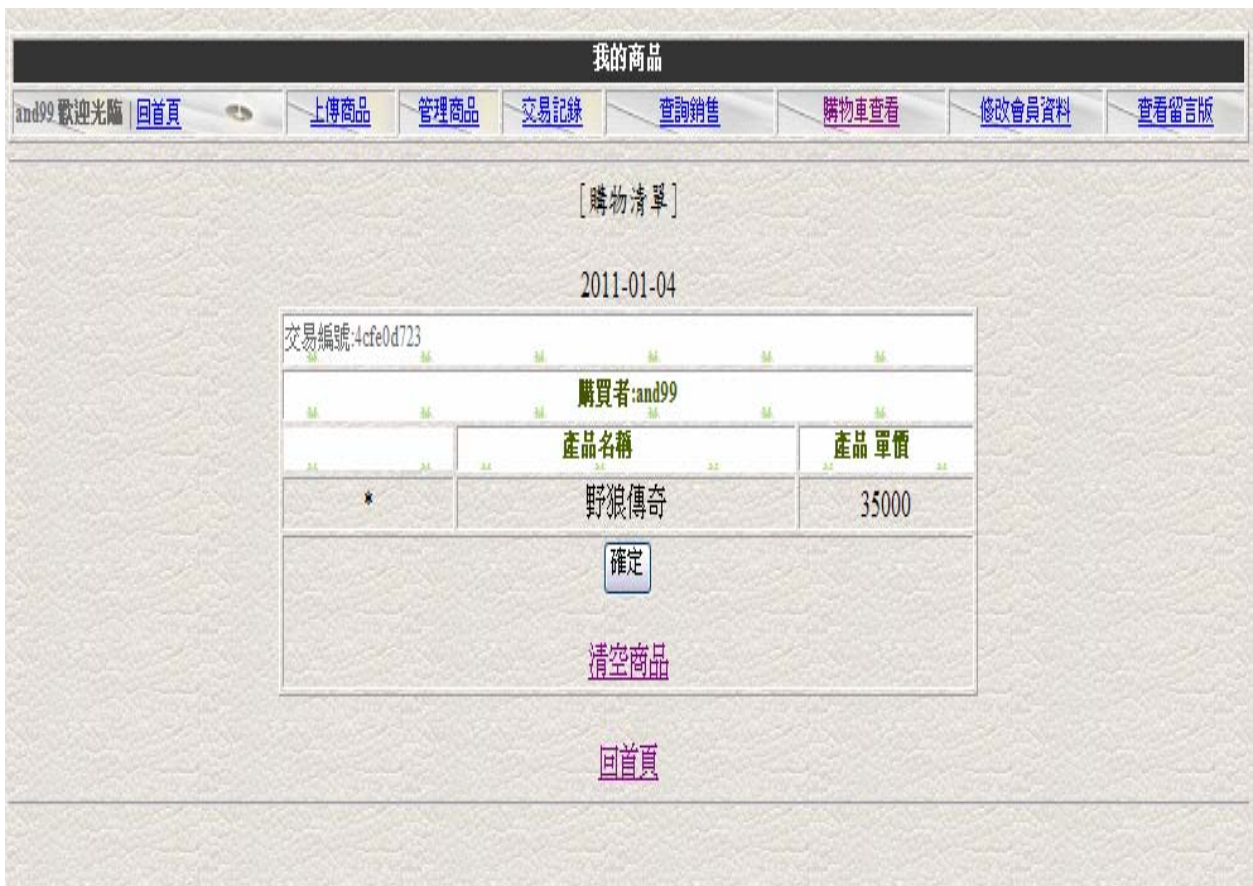


圖 21 交易確認

2-9 搜尋商品

首頁提供關鍵字搜尋功能,供使用者快速查詢想瀏覽的車種。



圖 22 搜尋關鍵字



圖 23 搜尋結果

2-10 留言板

註冊成功之會員可以使用留言板,發起討論來針對網站問題發問。

[留言版]
[關閉本視窗](#)

新留言

日期	2010-11-24 PM 06:05:36
姓名	陳楷文
內容	

日期	2010-10-29 P
姓名	hfg
內容	hfgfg

管理者回應

圖 24 留言板

2-11 連絡我們

網站首頁提供站長信箱連結,有任何網站問題都可以點選連絡我們寄信給站長。

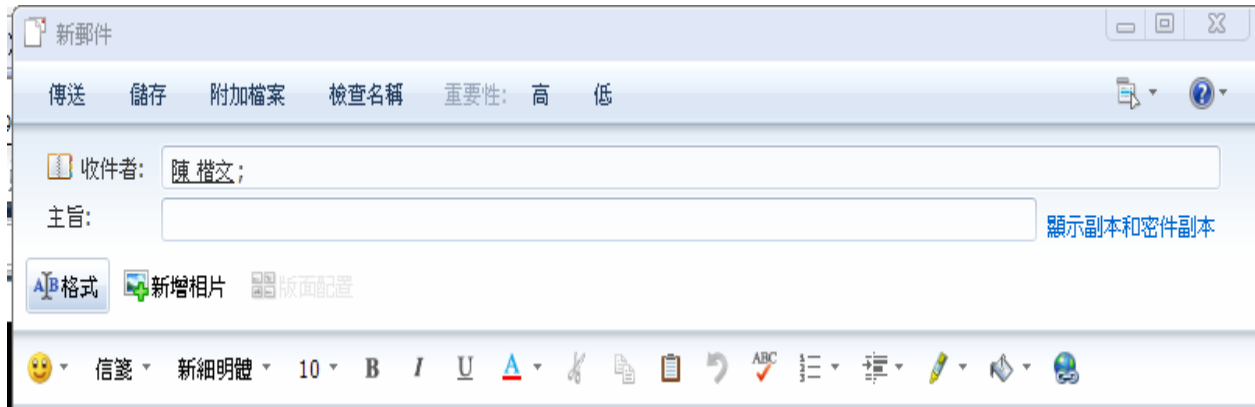


圖 25 連絡我們

第四章 系統操作

第一章 系統環境安裝

(一) 安裝 AppServ 套件

AppServ 是一種，Apache+PHP+MySQL+phpMyAdmin 的融合體。Apache 是一款免費又強大的網站伺服器軟體，能跨平台使用，比 Windows 的 IIS 還要更強大！PHP 是 Hypertext Preprocessor 的簡稱，是伺服器端的程式語言，嵌入 HTML 語法中，讓伺服器能與使用者互動。MySQL 是 SQL 資料庫伺服器，網站的資料都儲存在這裡。phpMyAdmin 是一種網頁程式，能讓使用者方便管理 MySQL。

1-1 安裝

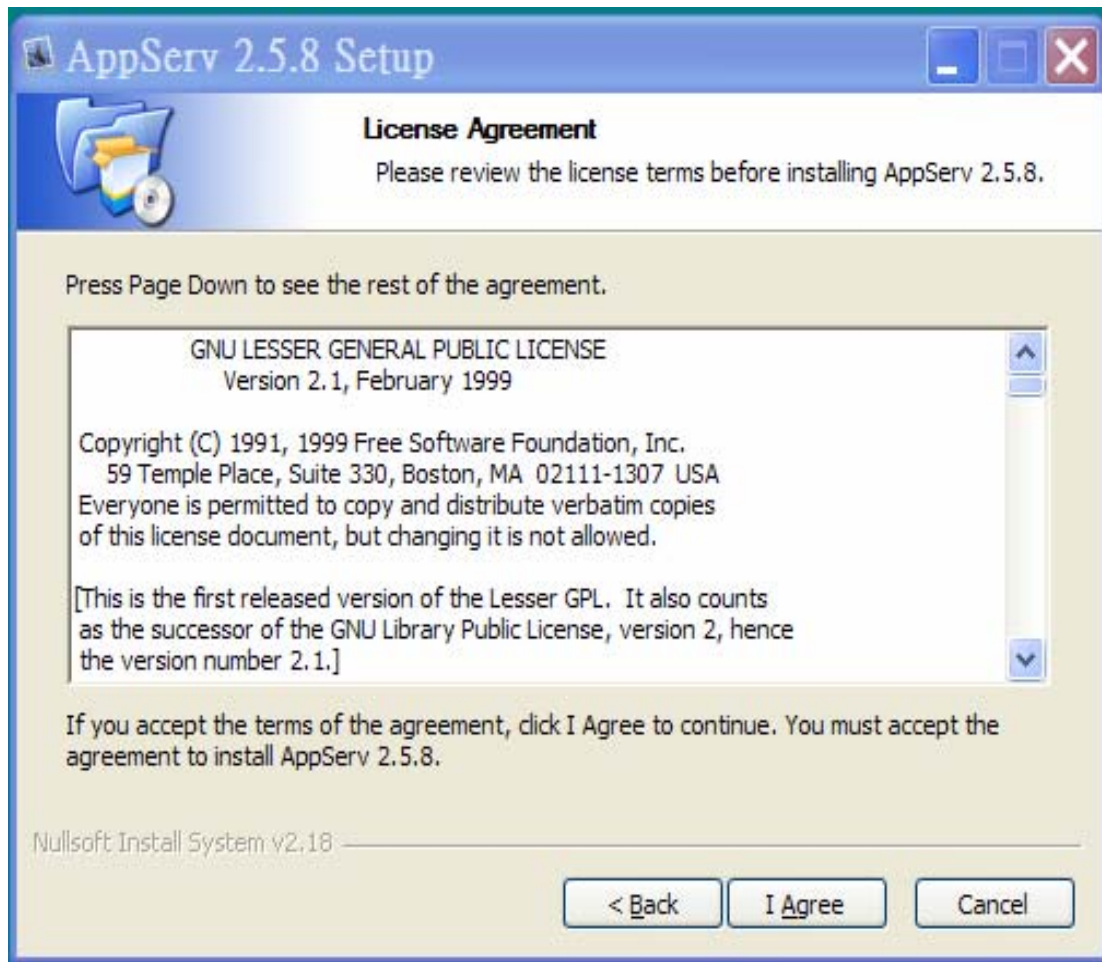


圖 26 安裝頁面

1-2 選取安裝的目錄

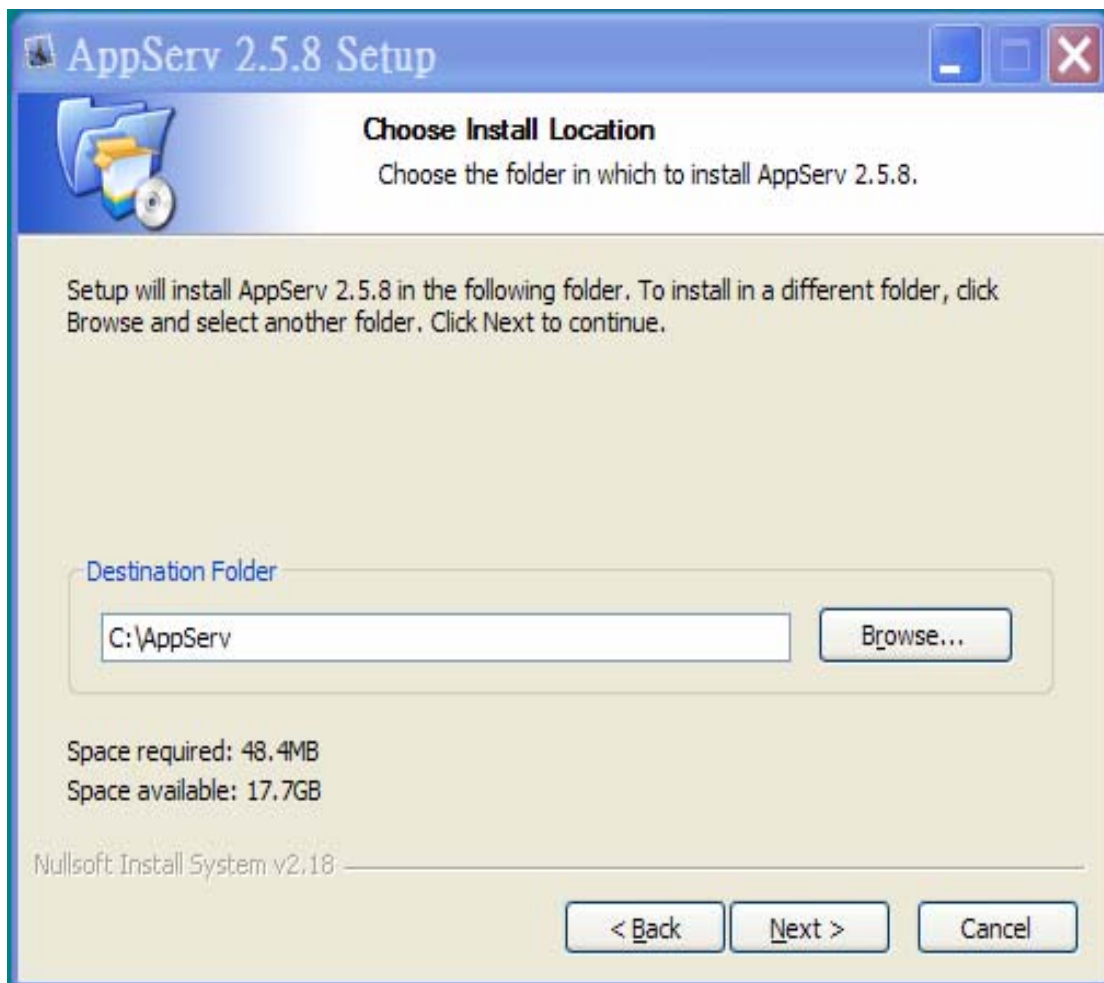


圖 27 選取安裝的目錄

1-3 選取安裝項目



圖 28 選取安裝項目

1-4 設定 Http Server 的伺服器資訊

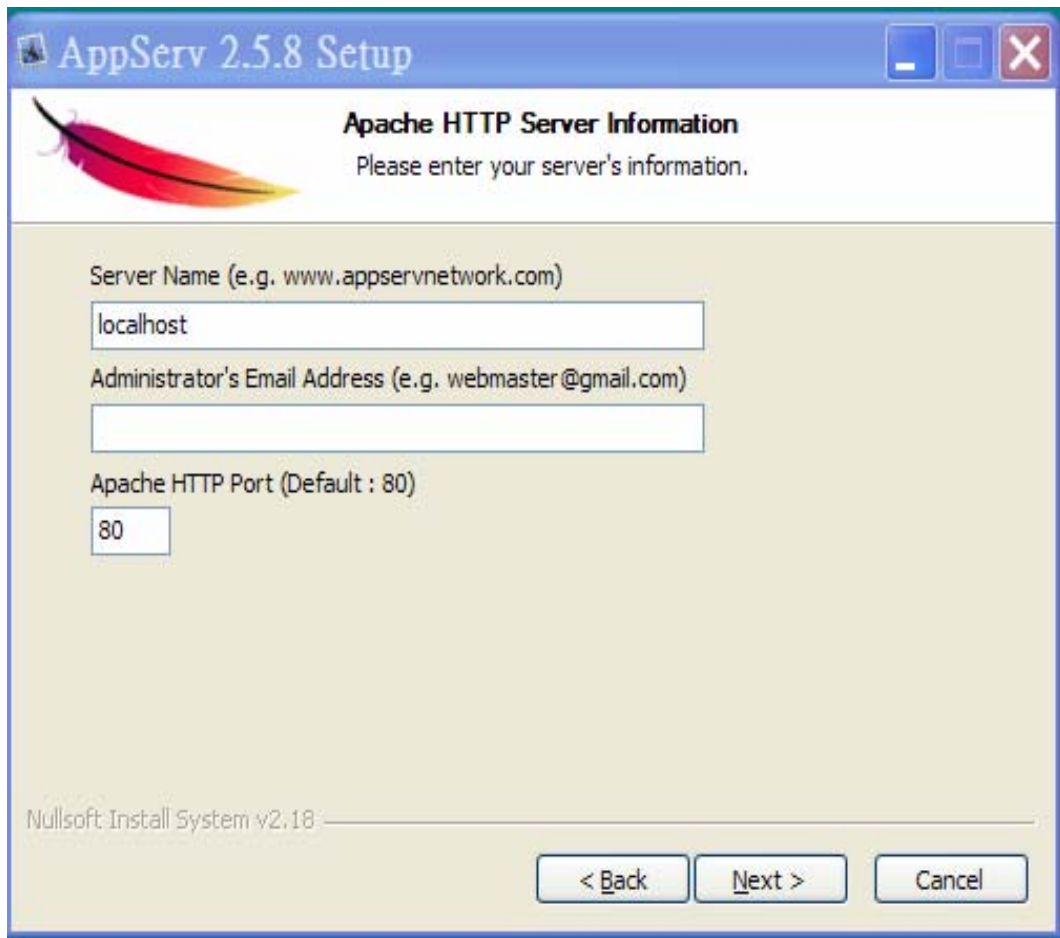


圖 29 設定 Http Server

1-5 檢查安裝

開啟瀏覽器於網址列輸入『http://127.0.0.1』看看是否正常！

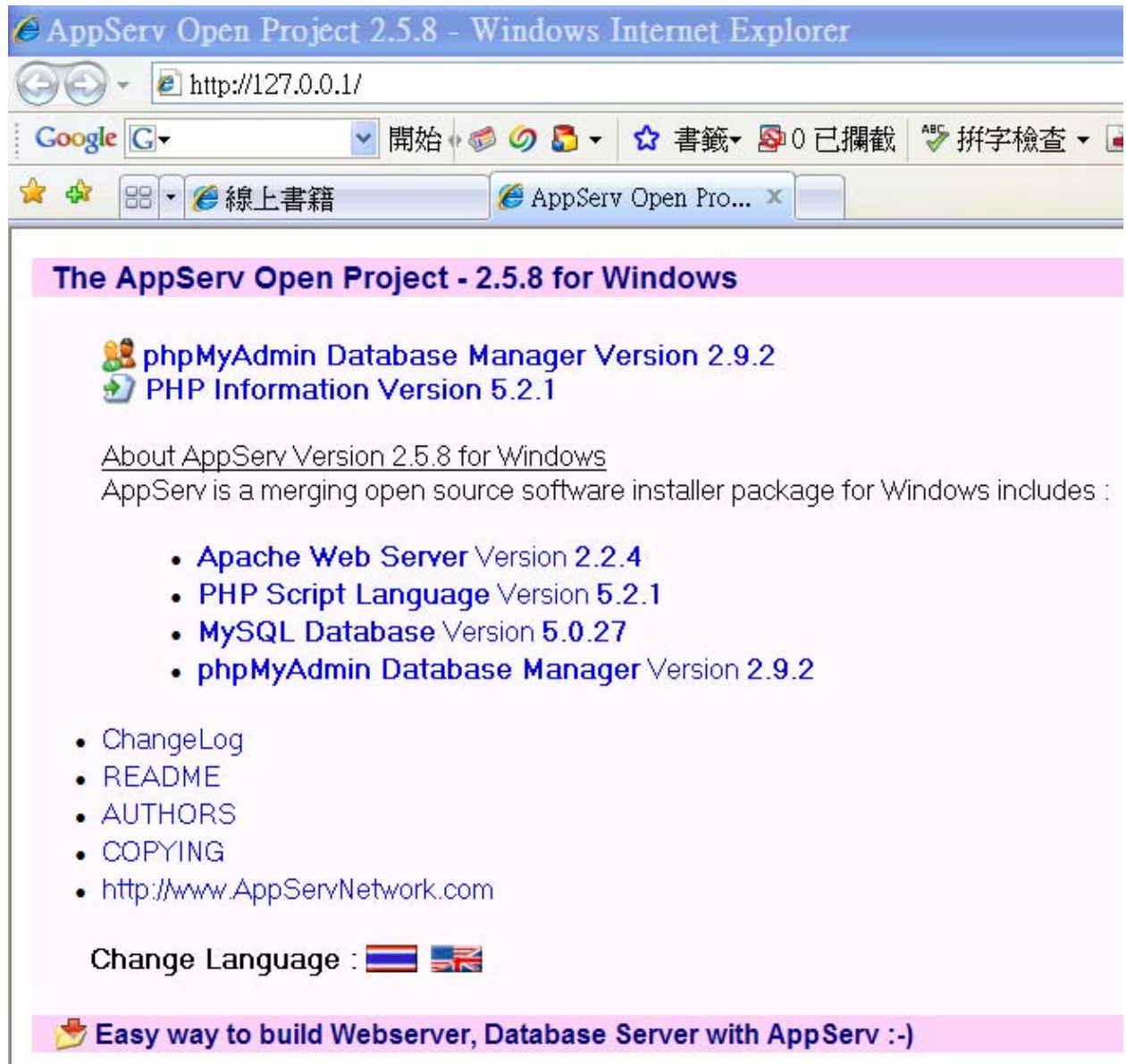


圖 30 測試畫面

1-6 設定 MySQL 伺服器設定



圖 31 設定 MySQL

1-7 檢查 php

查看 PHP 是否正常，連結首頁上的『PHP Information Version 5.2.1』

PHP Version 5.2.1	
System	Windows NT PC284311394614 5.1 build 2600
Build Date	Feb 7 2007 23:10:31
Configure Command	cscript /nologo configure.js "--enable-snapshot-build" "--with-gd=shared"
Server API	Apache 2.0 Handler
Virtual Directory Support	enabled
Configuration File (php.ini) Path	C:\WINDOWS\php.ini
PHP API	20041225
PHP Extension	20060613
Zend Extension	220060519
Debug Build	no
Thread Safety	enabled
Zend Memory Manager	enabled
IPv6 Support	enabled
Registered PHP Streams	php, file, data, http, ftp, compress.zlib

圖 32 檢查 php，

(二) AppServ 安裝成功後

Apache Server 與 My SQL 伺服器即會自動啟動，可於瀏覽器網址處輸入伺服器名稱 (<http://localhost/>) 測試是否安裝成功，安裝成功系統即會產生四個目錄：

2-1 WWW 網頁資料夾：

存放 WWW 網頁的資料夾，所有製作好的 HTML 或 PHP 網頁皆須放置到此資料夾中，即可透過瀏覽器瀏覽網頁。

2-2 Apache 資料夾：

Apache 系統相關程式存放目錄，包括下列重要的子目錄：

conf：相關設定檔案。

logs：網頁讀取或錯誤紀錄。

error：錯誤訊息的網頁。

2-3 MySQL 資料夾：

MySQL 資料庫系統相關程式存放的地方。

2-4 PHP 資料夾：

PHP 相關程式套件存放的地方。

(三) 系統操作說明

3-1 管理者登入 具有管理權限的使用者準備登入系統,如圖 30



系統管理登入

帳號

密碼

送出

[回首頁](#)

圖 33 系統管理登入



圖 34 登入成功

3-2 會員管理

管理者可修改所有會員的資料。



帳號	密碼	姓名	住址	電話	E-MAIL	
1	1234	陳楷文	台北市信義區	0910926419	lead2024@hotmail.com	修改 刪除
1234	1234	11	11	11	11	修改 刪除
9	9	9	9	9	12@.com	修改 刪除
a	a	a	a	1	a	修改 刪除
aa	aa	aaa	aaa	09	09	修改 刪除
AAA789	AAA789	一二三	台北縣	0980	maybe_just_love@hotm	修改 刪除
and1	202424	陳楷文	台北市信義區忠孝東路5段790巷57弄10號4樓	0987730602	lead2024@hotamil.com	修改 刪除
and88	202424	kevin	台北市信義區	0910926419	ai_76ers@yahoo.com. t	修改 刪除
AND99	202424	陳楷文	台北市南港區忠孝東路七段五八六號三樓	0987730602	lead2024@hotamil.com	修改 刪除
kevin2024	202424	陳楷文	台北市信義區忠孝東路5段790巷57弄10號4樓	0987730602	lead2024@hotamil.com	修改 刪除
kk	kk	kk	kk	4324	kk	修改 刪除
test	test	test	test	test	test@test	修改 刪除

圖 35 會員管理頁面

3-3 廠牌管理

為了方便使用者上傳機車分類,管理員可新增廠牌種類以及 CC 數

方便會員上傳產品分類。

機車廠牌管理

送出

廠牌	刪除
三陽 100cc	刪除
三陽 125cc	刪除
三陽 150cc	刪除
光陽 100cc	刪除
光陽 125cc	刪除
光陽 150cc	刪除
哈特佛 150cc	刪除
山葉 100cc	刪除
山葉 125cc	刪除
山葉 150cc	刪除
比雅久 100cc	刪除
比雅久 125cc	刪除
鈴木 125cc	刪除

回上頁

圖 36 廠牌管理

3-4 留言板回覆

管理員可以針對每位會員的問題進行回覆。



The screenshot displays a forum interface. On the left is a vertical sidebar with navigation links: 會員管理, 廠牌管理, 留言板, 最新公告, 更改密碼, 回首頁, and 登出. The main content area is titled [查看留言板] and contains a table with four columns: 刪除, 查看, 留言者, 日期, 詢問問題, and 系統管理者回應. The table lists four messages with their respective details. Below the table, it indicates '記錄 1 到 4 共 4'.

刪除	查看	留言者	日期	詢問問題	系統管理者回應
刪除	查看	hfgh	2010-10-29 P	hfghfg	
刪除	查看	kevin	2010-10-29 P	你好	
刪除	查看	9	2010-09-18 A	9	
刪除	查看	1	2010-08-10 P	25252	

記錄 1 到 4 共 4

圖 37 留言板回覆

3-5 最新消息發布

管理者可以不定時發布有關於網站內外的資訊。



- [會員管理](#)
- [廠牌管理](#)
- [留言板](#)
- [最新公告](#)
- [更改密碼](#)
- [回首頁](#)
- [登出](#)

[最新消息]

日期

標題

*標題限30字

內容

↑
↓

圖片上傳

瀏覽... (限上傳jpg bmp png gif)

	圖片	標題	內容	時間
修改 刪除		購買背景圖	網頁背景要改掉	2010/10/29
修改 刪除		專題		2010/10/28
修改 刪除		機車購物網正式開幕 請大家告訴大家5	機車購物網正式開幕5	20100826
修改 刪除		機車購物網正式開幕 請大家告訴大家3	機車購物網正式開幕3	20100812
		機車購物網正式開幕 請大家告訴大家		

圖 38 最新消息

第五章 結論

第一節 結論

本次專題製作網站目標為設計與製作一個不論是在校內學生或是校外上班族可以有個良好的機車交易平台網站，可以讓所有加入會員的學生或是想買或想賣機車的人可以以快速的方式閱覽經本網站，搜尋找到屬於自己所適合的機車，不論是校內或是校外，都可以快速方便的進行買賣，為本網站的特點，也算是架設本網站的初衷。

在製作專題網頁過程中，遇到了很多自己之前都沒學過的軟體程式，不懂跑去請教老師或是網路上的知識家去找，多去看看許多機車拍賣所做的網頁，以簡單方便的形式呈現出來，網頁是用 PHP 程式和 FLASH 動畫軟體讓整體及整個網頁美化，裡面加入了一些 HTML 的語法來做支援。

看似簡單的機車網路拍賣，其實一開始連個規劃也都沒有，參考許多了許多機車網站，終於有了點基本的架構，原來做一個機車購物網的系統，不單只把圖片給上傳就好，而是管理者和使用者的一堆專屬的功能與應用。

在整個機車購物網架構上，雖然僅可提供一些系統讓每位使用者能在網站中有所交換商品而已，不像一些知名的機車網站如此的完善，不過希望可以營造出一個專屬於使用者機車購物交流的拍賣網。

第二節 未來展望

為了能夠使得「機車購物網」系統能夠更可以貼近我們所追求的目標，目前的系統架構，還是有許多的功能必須一一加以改善，以下是我們對於機車購物網未來的展望：

上傳圖片：除了可以直接正常上傳使用者想買賣的機車圖片外，並且在照片上能夠有多樣性多張的選擇，能使想買機車的使用者能夠多了解想賣車者的使用狀況。

商品的分類：由於目前只提供機車購物的買賣，對於使用者來說只買賣機車對於機車的相關商品只能有少許的選擇，所以一來是希望可以加上機車商品種類如：後照鏡、把手、輪框、輪胎、制動系統、燈泡、大鎖、避震系統、傳動系統等等，來做加以區分，使的使用者能夠在機車網站上能夠有夠多的選擇方式可以參考。

多元的交易平台：未來希望不單單只是一定要上傳圖片才可以進行交易和機車買賣，在留言版或是聊天室也能夠成為一個交易平台。

參考文獻

(一) 中文文獻

1. Adobe Creative Team 著；【跟 Adobe 徹底研究 Flash CS4(台灣繁體版)】；上奇科技，<http://tw.page.bid.yahoo.com/tw/auction/e39959372>
2. 林梓涵 著【網頁程式設計與資料庫--最新 PHP + My SQL 綜合範例書(台灣繁體版)】 碁峰出版 <http://tw.page.bid.yahoo.com/tw/auction/1208340686>
3. 周書華，2004，拍賣仲介者經營拍賣網站之關鍵成功因素－基於使用者觀點，義守大學資訊管理研究所碩士論文。
4. 宋志揚、程家玲，線上拍賣網站市場分析與經營策略之研究，中國技術學院資訊工程系學士論文。
5. 張真誠、江季翰，電子商務安全技術與應用，國立中正大學資訊工程研究所博士生論文。
6. H.M.Deitel,P.J.Deitel,K.Steinbuhler；台大資管 AIS 實驗室，2002，電子商務之經營管理，初版，全華科技圖書股份有限公司。
7. 輕鬆學 Dreamweaver CS3 網頁設計達人；松崗電腦圖書有限公司。
8. PHP&MySQL 程式設計實例講座，作者:陳惠貞、陳俊榮，學貫行銷股份有限公司。
9. 版面參考:奇摩首頁中的汽車機車分頁 <http://tw.autos.yahoo.com/>
10. 資策會 FIND (Focus On Internet News & Data) 網站。
11. ebay (拍賣王) 網站：<http://www.bid.com.tw>。
12. YAHOO!奇摩拍賣網。
13. 蕃薯藤購物網。
14. 橘子連鎖網。

15. HotBook 拍賣網。
16. 一元拍賣網。
17. 經濟部網際網路商業應用網站，
URL： <http://www.ec.org.tw/> 。
18. 果芸(1997)：電子商務時代企業的新面貌，
URL： <http://www.ec.org.tw/info/others/ectime.htm> 。
19. 果芸(1998)：電子商務帶來的機會與挑戰，資訊與電腦，2 月號，pp. 22-25 。
20. 張真誠(1990)：電腦密碼學與資訊安全，松崗電腦圖書資料有限公司，
1990 年十月第二版。
21. 賴溪松、韓亮與張真誠(1995)：近代密碼學及其應用，松崗電腦圖書資料
有限公司，1997 年五月第二版。
22. 連維禮(1998)：電子商業—安全交易架構，Fortune News，12 月號，pp.
11-16 。

(二) 英文文獻

1. Beam Carrie, Arie Segev (1998), "Auctions on the Internet: A FieldStudy," CITM Working Paper 98 WP 1032, Nov, Hass School of Business , Univ. of California Berkeley CA 94720.
2. Boote , A.S. (1981), "Market Segmentation by Personal Value and Salient Product Attributes," Journal of Advertising Research, Vol.21, No.1, pp.29-35.
3. Dickson, P.R. (1982), "Person-situation: Segmentation Missing Link," Journal of Marketing, Vol.46, No.4, pp.56-64.
4. Dickson, P.R. and Ginter, J.L. (1987), "Market Segmentation Product Differentiation and Marketing Strategy," Journal of Marketing, Vol.5, No.2, pp.1-10.
5. Heck, E. V. & Ribbers, P. M. (1997), "Experiences with Electronic Auctions in the Dutch Flower Industry," Electronic Markets, Vol. 7, No. 4, pp. 29-34.
6. Kotler, P. (1992), "Marketing Management: Analysis Planning, Implementation and Control," 7d ed. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
7. Kumar, Manoj & Stuart I. Feldman (1999), "Internet Auction, IBM Research Division," T. J. Watson Research Center Yorktown Heights, NY 10598.
8. McCarthy, J.E. (1981), "Basic Marketing: A Managerial Approach, Haomewood," Illionis : Richatd D. Irwin.
9. Smith , W.R. (1996), "Product Differentiation and Market Segmentation as Alternatives Marketing Strategies," Journal of Marketing, Vol.21, No.3, pp.3-8.
10. Warren, D. R., "The E-Marketplace Strategies for Success in B2B Ecommerce," NY: McGraw-Hill, 2001.
11. Yankelouich, D. (1964), "New Criteria for Market Segmentation," Harvard Business Review, Vol.42, No.2, pp.83-90.
12. Chui, L. and Zwick, R. (1999), "Auction on the Internet—A Preliminary Study," Available online URL: http://home.ust.hk/mkzwick/Internet_Aucrion.html

附錄一 文獻探討

第一節 拍賣的定義

拍賣的定義，拍賣 (Auction) 源自拉丁文的『Auctus』，代表「增加」的意思，其意義主要是指一個提供商品販賣者對該物品有興趣的潛在購買家在公開的環境下出售該物品的所有權 (Bell & Schleifer, 1999)。誠如古典經濟學理論所主張，「拍賣形式將產生完美價格，因為物品會正好在供需平衡點上賣出」。從歷史上來看，自遠古以來就已經有利用拍賣的方式來販賣各式各樣商品的記錄，早在西元前 500 年前的巴比倫，即有拍賣行為的出現；古羅馬時期亦有商品的拍賣活動，當時的拍賣流程已呈現嚴謹的組織結構。相傳在西元 1595 年時，拍賣即已流傳到大不列顛群島，當時的拍賣通常在酒店、咖啡屋進行，而且也有拍賣目錄的出現，拍賣的商品主要為藝術品。直到近十年來，拍賣已由實體移植為線上，拍賣所涉及的層面已越來越廣泛，逐漸區分成高價的古董、藝術品、稀有珍藏品市場或一般日常生活用品市場。

因為拍賣數目、種類以及拍賣目的的不同，因而產生各式不同的拍賣形式及規則 (Huhns & Vidal, 1999)。以下為目前常見的拍賣種類 (Wurman, Wellman & Walsh, 1998；謝昭熠, 1992)：

(一) 英式拍賣

最常見的英式拍賣有古董、藝術品市場以及法院抵押品的拍賣，也是日常最常被使用的拍賣形式。在拍賣會當天所有參與投標的競標者在同一時間同一地點公開進行競標，該拍賣物由一低價開始叫價，隨著喊價的過程價格逐漸升高，直到剩下一位競標者出價，不再有人出價與其競爭，此時拍賣結束，

最後一位競標者勝出。由於英式拍賣的規則簡單且容易明瞭，據統計有高達96% 拍賣網站都採用此種方法 (Chui & Zwick, 1999) 。

(二) 荷式拍賣

荷式拍賣最早因在荷蘭花市使用而聞名，其拍賣方式大致和英式拍賣相同，唯一不同的是叫價方式。在拍賣會當天所有參與投標的競標者在同一時間同一地點公開進行競標，該拍賣物設定一相當高的起標價格，競標過中此價格不斷向下調整，直到有競標者叫價願意購買時，整個拍賣即停止，此時第一叫價的人為得標者。著名的例子有荷蘭的花市、以色列的魚市以及加拿大的菸草等等，以大量有時間性的農漁牧拍賣品為主。不過由於實施不便，所以實務上採用荷式拍賣網站大約只有少數 1%(Chui & Zwick, 1999)。

(三) 第一秘密投標

第一秘密投標的拍賣方式的例子有美國政府土地礦權拍賣、政府機構採購合同及營繕工程招標等等。公告開標日期後，在開標前某一期間內接受各競標者所投之秘密標價，下標者僅能提出一次標價，無法修正。開標當天公開所有投標者標價，最高者以其叫價得標。此拍賣方法透明度較低，無法觀察其它競標者的出價意向，較常使用在金額大的拍賣。

(四) 第二秘密投標

又稱 Vickrey auction，Vickrey(1961)提出，他認為最高得標者只要付第二得標者的叫價，才能真正反應真正的市場價格。因此，其方法和第一秘密投標大致相同，第一秘密投標之得標價格為最高得標者之叫價，第二秘密投標

之得標價為第二最高得標者之叫價。這樣的拍賣制度在實務上較罕見，在美國有些郵票、相片及一些公司在買回股票時，曾採取這樣的制度。

綜合以上拍賣模式做個結論，我們網站屬於 C to C 服務模式，一般而言，以 C to C 為主的線上拍賣網站，主要都以英式拍賣為主，有些網站會提供荷式拍賣，但因為使用習性及拍賣規則的不同，目前仍極少被採用，第一秘密投標拍賣供賣方便用第二秘密投標拍賣則仍只被使用於傳統拍賣上，在線上拍賣的實行上仍有難度。

第二節 拍賣的目的

拍賣的主要目的，有以下四點 Klein(1997)：

(一) 協調

通常由智慧型代理人軟體自動協調，不透過人力作業，以達到價格平衡的目的。

(二) 價格決定

是使用在特殊性、稀少性或一些無法確定價值的商品，例如：買方人數較少且較有隱性，此時價格很難藉由傳統市場成形，而利用拍賣可以引出潛在顧客的注意，藉由買方展現購買意願，進而促進市場流通，且決定市場價格。

(三) 資源分配

對於一些無法從現存管道中銷售的商品但仍有剩餘價值的商品，例如公司存貨、瑕疵商品或某些具有時間限制的商品等，以低於市價的方式拍賣，使資源分配更有效率。

(四) 配銷機制

拍賣目的就是引起大眾的注意，藉由提供低價、限量或稀有商品的拍賣，吸引喜歡物美價廉或競標活動的參與者從中追求物質上的滿足，另外，在慈善義賣活動也可採用拍賣方式達成吸引群眾及宣傳的效果。