

# 致理技術學院

## 資訊網路技術系 實務專題報告

### 電子商務實作-eZ 樂活團購網

指導老師：劉爵至

學生：原國銘 69434129

何勝露 69434132

林君益 69434143

呂秉彬 69434151

中華民國 97 年 11 月

# 致理技術學院

## 資訊網路技術系 實務專題報告

### 電子商務實作-eZ 樂活團購網

指導老師：劉爵至

學生：原國銘 69434129

何勝露 69434132

林君益 69434143

呂秉彬 69434151

本成果報告書經審查及口試合格特此證明。

指導教師：\_\_\_\_\_

中華民國 97 年 11 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。

指導教師姓名：

專題學生簽名：

(親筆正楷)

學號：

(務必填寫)

中華民國      年      月      日

## 誌 謝

本專題得以順利完成，必須感謝指導老師劉爵至老師，讓我們有機會可以發揮個人所長，逐步完成這個專題。劉爵至老師總是能夠諄諄教誨、協助我們找出專題的方向，使我們不至於迷失在茫茫的書海中，讓我們全組組員能同心協力的完成專題。

我們記得在剛開始時，大家真的有如迷途的羔羊一樣，手足無措，都不知道該如何完成這個專題，但是由於有劉爵至老師的幫助，從最基本撰寫專題的方式一一向我們大家解說，不論是資料庫、ASP.NET 或是其他專題用得到的相關技術全都傾囊相授，真的使我們全組組員感覺到學無止盡。劉老師還常常犧牲他的休假，來學校教導我們技巧及方法。甚至整個暑假，劉老師也是義不容辭，每晚都來學校指導我們專題，使我們學習到許多知識及技術，我們相信劉老師現在教我們的一切技術，一定會使我們在畢業之後更具有競爭力。所以我們全組組員真的非常感謝劉爵至老師的指導。

這份專題可以完成，除了感謝劉老師之外，也還必須感謝全組組員的認真學習與努力，每位組員都非常配合劉老師的教導，跟著劉老師的意見與建議來慢慢修改專題程式，使我們的專題可以順利完成。也非常感謝組員們願意犧牲寶貴的假期，甚至是犧牲睡眠就是為了要完成專

題，大家都不遺餘力。最後也要感謝過去三年所有指導過我們的老師，由衷的感謝。

# 摘要

隨著大環境景氣的日益嚴峻，能省一分即是賺到一分，要度過景氣的嚴寒，除了開源之外，節流更是刻不容緩，如何不因節流而影響到生活品質，即是本專題的重點。要如何利用有限的資源創造出最大的效益，最簡單的就是將個別的有限資源集合起來，團結即是力量，這就是團購的目的，而本專題就是希望將這樣的概念予以電子商務化。

本專題之目的，即在分析目前網路上之合(團)購網站之合購模式與網站經營模式，針對其優缺點作探討，並使用 ASP.NET、Visual Studio 2005 以及 SQL Server 2005 等相關技術，架設出一互動、方便且具個人化特性的合購網站，利用團體共同大量採購單一商品或服務，並經由與廠商以議價方式壓低價格，不但可用低於市售價格取得所需，更可獲得同樣的品質享受，不僅僅是消費者得利，而廠商也能確保一定的銷售量，維持獲利。

關鍵字：電子商務、團購、ASP.NET、SQL Server 2005、Visual Studio 2005

# 目 錄

專題研究授權書 .....	III
誌 謝 .....	IV
摘 要 .....	VI
目 錄 .....	VII
圖 目 錄 .....	X
表 目 錄 .....	XVIII
第一章 緒論 .....	1
第一節 研究目的與動機 .....	1
第二節 研究範圍及論文架構 .....	3
第二章 文獻探討 .....	5
第一節 線上合購模式 .....	5
(一) 合購與線上合購的定義 .....	5
(二) 線上合購議價網站的特色 .....	7
(三) 合購模式運作實務 .....	8

(四) 合購網站互動性 .....	18
第二節 電子商務 .....	19
(一) 電子商務的定義 .....	19
(二) 電子商務的特性 .....	19
(三) 電子商務的四流 .....	21
(四) 電子商務之優勢 .....	22
(五) 電子商務的概況 .....	22
第三節 .NET技術概論 .....	24
(一) Microsoft .NET技術 .....	24
(二) ASP .NET技術 .....	28
(三) 小結 .....	31
第四節 資料庫系統 .....	32
(一) 資料庫系統簡介 .....	32
(二) SQL Server 2005 概觀 .....	35
第三章 EZ樂活團購網 .....	37
第一節 系統架構 .....	37
(一) 一般使用者介面 .....	46
(二) 會員介面 .....	47



(三) 廠商介面 .....	48
(四) 管理者介面 .....	49
第三節 系統操作流程 .....	51
(一) 安裝 Visual Studio 2005 套件 .....	51
(二) 啟動 SQL Server 2005 .....	51
第四節 系統特色與技術 .....	75
第四章 系統呈現 .....	77
第一節 系統預期效能 .....	77
第二節 系統實際效能 .....	79
(一) 一般使用者 .....	79
(二) 會員 .....	80
(三) 廠商 .....	82
(四) 管理者 .....	83
第三節 系統畫面 .....	85
第五章 結論 .....	114
第一節 結論 .....	114
第二節 未來展望 .....	115

# 圖 目 錄

圖 1-1、專題研究流程圖 .....	4
圖 2-1、合購與線上合購流程圖 .....	6
圖 2-2、批踢踢實業坊合購板首頁 .....	9
圖 2-3、合購板標題目錄圖 .....	10
圖 2-4、合購內文(有主購).....	10
圖 2-5、合購內文 2(無主購) .....	11
圖 2-6、IHERGO合購標準流程 .....	12
圖 2-7、IHERGO首頁 .....	12
圖 2-8、合購商品目錄(商店).....	13
圖 2-9、商店合購商品 .....	13
圖 2-10、合購商品目錄(家族).....	14
圖 2-11、合購家族之內文介紹 .....	14
圖 2-12、團購王JOEKIN商品訂購流程 .....	15
圖 2-13、團購王JOEKIN首頁 .....	16

圖 2-14、團購商品目錄 .....	16
圖 2-15、註冊須知 .....	17
圖 2-16、註冊所需資料欄位 .....	17
圖 2-17、網路行銷溝通模式圖 .....	21
圖 2-18、.NET FRAMEWORK 架構圖 .....	27
圖 2-19、ASP.NET 流程圖 .....	28
圖 3-1、EZ樂活團購網系統架 .....	37
圖 3-2、EZ團購網流程關係圖 .....	40
圖 3-3、EZ團購網購買流程圖 .....	42
圖 3-4、EZ團購網廠商流程圖 .....	44
圖 3-5、安裝VISUAL STUDIO2005 .....	52
圖 3-6、VISUAL STUDIO2005 載入元件中 .....	52
圖 3-7、載入完成進入下一步 .....	53
圖 3-8、進入序號輸入畫面 .....	53
圖 3-9、安裝路徑設定 .....	54
圖 3-10、點選自訂模式 .....	54

圖 3-11、左方全部勾選，再選取路徑執行安裝 .....	55
圖 3-12、驗證安裝順序 .....	55
圖 3-13、安裝MICROSOFT DOCUMENT EXPLORER 2005 .....	56
圖 3-14、安裝繁體中文套件 .....	56
圖 3-15、安裝MICROSOFT VISUAL STUDIO 2005 .....	57
圖 3-16、更換光碟片 .....	57
圖 3-17、第二片光碟執行安裝中 .....	58
圖 3-18、安裝 .NET FRAMEWORK 1.0 SP3 .....	58
圖 3-19、安裝MICROSOFT VISUAL J# 2.0 .....	59
圖 3-20、安裝SQL SERVER 2005 MOBILE EDITION .....	59
圖 3-21、安裝MICROSOFT DEVICE EMULATOR 1.0 .....	60
圖 3-22、安裝完成 .....	60
圖 3-23、安裝MSDN .....	61
圖 3-24、點選程式集執行SQL SERVER 組態管理員 .....	61
圖 3-25、確認SQL SERVER執行狀態 .....	62
圖 3-27、點選確定 .....	63

圖 3-28、TCP/IP 點選右鍵啟用 .....	63
圖 3-29、點選確定 .....	63
圖 3-30、重新啟動 SQL SERVER .....	64
圖 3-31、停止服務 .....	64
圖 3-32、重新啟動 .....	64
圖 3-33、安裝 SQL SERVER MANAGEMENT STUDIO EXPRESS .....	65
圖 3-34、點選接受授權合約條款 .....	65
圖 3-35、輸入註冊資訊 .....	66
圖 3-36、安裝路徑選擇 .....	66
圖 3-37、點選「安裝」 .....	67
圖 3-38、SQL SERVER MANAGEMENT STUDIO EXPRESS 安裝中 .....	67
圖 3-39、完成安裝 .....	68
圖 3-40、再一次確認完成 .....	68
圖 3-41、點選 SQL SERVER MANAGEMENT STUDIO EXPRESS .....	69
圖 3-42、連接伺服器 .....	69
圖 3-43、開啟 SQL SERVER MANAGEMENT STUDIO EXPRESS .....	70

圖 3-44、在伺服器名稱上按「右鍵」點選屬性 .....	70
圖 3-45、點選安全性 .....	71
圖 3-46、在安全性上做設定按確定 .....	72
圖 3-47、按下確認 .....	72
圖 3-48、重新開啟SQL SERVER 組態管理員 .....	73
圖 3-49、在SQL SERVER 按下重新啟動即可 .....	73
圖 3-50 停止服務 .....	74
圖 3-51 啟動服務 .....	74
圖 4-1、一般使用者首頁 .....	85
圖 4-2、關於EZ .....	86
圖 4-3、免費會員註冊 .....	86
圖 4-4、商品情報 .....	87
圖 4-5、連絡EZ .....	87
圖 4-6、付款方式 .....	88
圖 4-7、團購流程 .....	88
圖 4-8、廠商首頁 .....	90

圖 4-9、廠商資料管理-修改 .....	90
圖 4-10、商品資料管理-新增 .....	91
圖 4-11、商品資料管理-查詢 .....	91
圖 4-12、商品資料管理-修改 .....	92
圖 4-13、商品資料管理-刪除 .....	92
圖 4-14、銷售商品管理-新增 .....	93
圖 4-15、銷售商品管理-查詢 .....	93
圖 4-16、訂單查詢-查詢 .....	94
圖 4-17、訂單查詢-新增 .....	94
圖 4-18、廠商會員密碼修改 .....	95
圖 4-19、廠商登出 .....	95
圖 4-20、管理者首頁 .....	97
圖 4-21、會員帳號管理-新增 .....	98
圖 4-22、會員帳號管理-查詢 .....	98
圖 4-23、會員帳號管理-修改 .....	99
圖 4-24、會員帳號管理-刪除 .....	99

圖 4-25、廠商資料管理-新增 .....	100
圖 4-26、廠商資料管理-查詢 .....	100
圖 4-27、廠商資料管理-修改 .....	101
圖 4-28、廠商資料管理-刪除 .....	101
圖 4-29、商品資料管理-新增 .....	102
圖 4-30、商品資料管理-查詢 .....	102
圖 4-31、商品資料管理-刪除 .....	103
圖 4-32、訂單查詢-查詢 .....	103
圖 4-33、訂單查詢-新增 .....	104
圖 4-34、銷售商品管理-新增 .....	104
圖 4-35、銷售商品管理-查詢 .....	105
圖 4-36、銷售商品管理-修改 .....	105
圖 4-37、銷售商品管理-刪除 .....	106
圖 4-38、最新消息-新增 .....	106
圖 4-39、最新消息-查詢 .....	107
圖 4-40、最新消息-修改 .....	107



圖 4-41、最新消息-刪除 .....	108
圖 4-42、管理者會員密碼修改 .....	108
圖 4-43、管理者登出 .....	109
圖 4-44、熱銷商品_1 .....	110
圖 4-45、熱銷商品_2 .....	111
圖 4-46、購物車_1 .....	111
圖 4-47、購物車_2 .....	112
圖 4-48、購物車_3 .....	112
圖 4-49、購物車_4 .....	113
圖 4-50、購物車_5 .....	113

# 表 目 錄

表 2-1：WEB服務業界標準 .....	30
表 3-1：使用者功能列表 .....	39

# 第一章 緒論

## 第一節 研究目的與動機

在不景氣的年代裡，物價飛漲，薪水卻不跟著漲，因此如何節省生活開銷，對所有人來說，可說是當務之急，更重要的是要如何在不影響到生活品質的情況下，卻又能夠達到節省的目的，於是在這網路資訊發達的年代，網路上出現了一種新的商業行為：「合(團)購」。

「合(團)購」：利用團體共同大量採購單一商品或服務，並經由與廠商以議價方式壓低價格，不但可用低於市售價格取得所需，更可獲得同樣的品質享受，不僅僅是消費者得利，而廠商也能確保一定的銷售量，維持獲利；嚴格來說合(團)購其實並不是近期才出現的商業行為，只是以往的合(團)購是出現在職場同事之間或是親朋好友之間的口耳相傳，也就是僅侷限於個人生活圈週遭，但是網路上的合(團)購則是由網友所發起與分享，在無遠弗屆的網路上，也因此其規模、成效與合(團)購內容的多樣性更能超越傳統的合(團)購模式。

網路合(團)購是從最早期的BBS(電子佈告欄系統)，到近期的WEB(網頁)，從原本的純文字介面演進到使用大量圖片及文字訊息，甚至是多媒體互動，在操作介面與功能上都有相當的進步，同樣地，合購的內容也

日益的多樣化，因此本專題之目的，即在分析目前網路上之合(團)購網站之合購模式與網站經營模式，針對其優缺點作探討，並使用 ASP.NET 及 SQL Server 2005 等相關技術，架設出一互動、方便且具個人化特性的合購網站。

## 第二節 研究範圍及論文架構

本論文之研究範圍包含：傳統合購與線上合購的分析，線上合購的優勢，以及就電子商務的角度來分析線上合購的未來優勢；本次的使用開發軟體.NET 的優缺點的分析及使用的原因，及資料庫管理程式 SQL Server 2005 與其他資料庫管理程式的比較及使用的原因。

本論文之架構，第一章緒論將會分析本次的研究目的與動機，第二章文獻探討第一節部份就合購與線上合購的定義，分析傳統合購與線上合購的差異，第二節為電子商務與線上合購的分析，第三節則是網站的開發軟體.NET 技術的架構、簡介、特性與優點的概述，第四節為資料庫系統的簡介、定義、架構與模型的概述，以及 SQL Server 2005 的概述，圖 1-1 為本專題流程。

## 專題研究流程

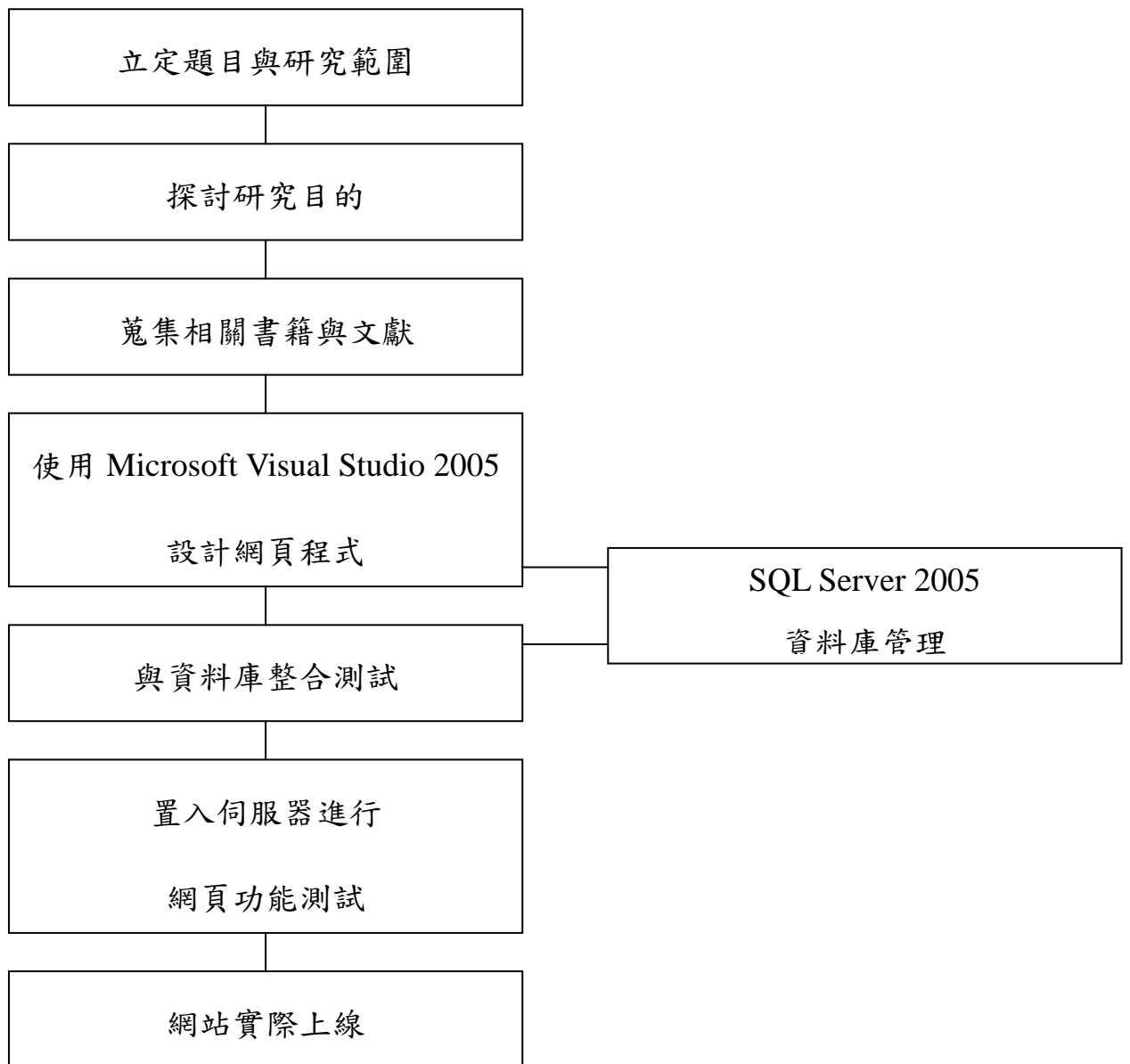


圖 1-1、專題研究流程圖

## 第二章 文獻探討

### 第一節 線上合購模式

#### (一) 合購與線上合購的定義

「合購」即一群消費者利用共同採購相當數量之商品或服務，藉以取得較具影響之議價能力，與廠商議價採購，即能以低於一般之市售價格取得等值之商品或服務。

「線上合購」則是利用網路無遠弗界的特性，將傳統的「合購」發揮的更淋漓盡致，利用網路上豐富的資訊，網友彼此分享訊息，使得「合購」的內容更多樣化、規模也更甚於傳統的「合購」。合購與線上合購之流程比較如圖 2-1 所示。

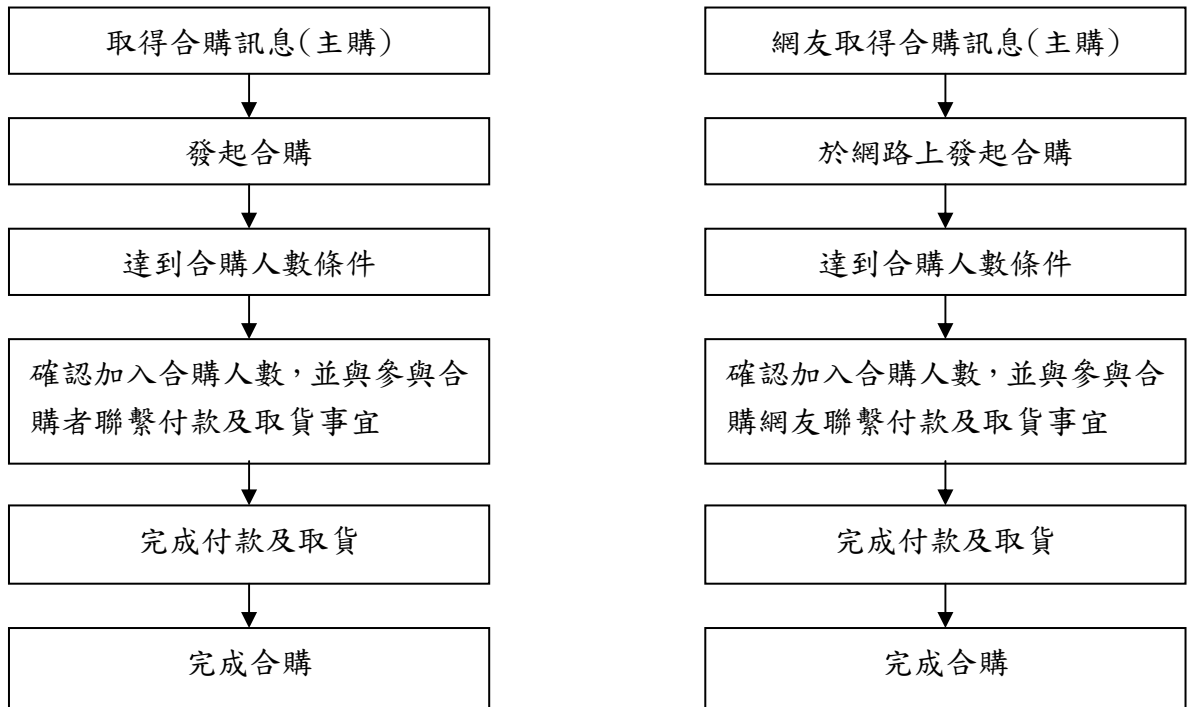


圖 2-1、合購與線上合購流程圖



## (二) 線上合購議價網站的特色

網路上較具知名與規模的合(團)購網站有批踢踢實業坊合購板(<telnet://ptt.cc/>)、ihergo(<http://www.ihergo.com/>)以及團購王 JoeKin (<http://www.joekin.com.tw/>)..等，以下分別對合(團)購網站的特色與營運模式作說明。

### 1. 批踢踢實業坊合購板

批踢踢實業坊合購板是批踢踢實業坊眾多討論版中的一個討論板，由於批踢踢實業坊是學術性質電子佈告欄系統(BBS)，因此其使用者多為在學學生，使用者的年齡層相較起來較為年輕，所以對於網路上的訊息更新是最為敏銳與迅速，因此批踢踢實業坊合購板的資訊流通速度與多樣性可說是線上合購中數一數二；另外其合購範圍不只侷限於國內，也會有網友發起海外的合購，以滿足不同的消費需求；因此批踢踢實業坊合購板的合購項目可說是包羅萬象。

### 2. ihergo

ihergo 也是由網友發起團(合)購，不同點在於該網站是屬於營利性質，是由顆粒科技股份有限公司 ihergo 電子商務事業群所開發營運，其

經營模式則類似入口網站，是以廣告刊登的方式來維持其營運，其合購則有分為商店與家族，將於 1.3 節介紹；ihergo 的合購項目則是以美食分享為最大宗。

### 3. 團購王 JoeKin

團購王 JoeKin 則是經由先與廠商議價取得商品數量與價格，再於網頁中刊登商品內容供網友團(合)購，獲利來源應是與廠商議價之價格與實際銷售價之價差；團購王 JoeKin 的合購項目則是以 3C 產品為最大宗。

#### (三) 合購模式運作實務

##### 1. 批踢踢實業坊合購板

批踢踢實業坊合購板之合購皆由網友所分享與發起，因此在標題目錄上會註明合購(圖 2-4)或無主(圖 2-5)，「合購」是指由網友發起合購並擔任招集人，負責與廠商接洽，如商品議價、數量確認與商品訂購，以及與參與合購的網友聯絡付款及取貨事宜。「無主」則是指由網友得知商品合購的相關優惠資訊，並且於合購板分享，及徵求網友發起合購或是自行擔任主購。相關合購流程可參考圖 2-2。

下列為合購內文格式：

- (1) 購買物品介紹、網址
- (2) 截止日期/欲徵數量
- (3) 付款方式
- (4) 主辦人連絡方式
- (5) 拿貨面交地點/時間
- (6) 運費的分擔方式
- (7) 雜費收取方式 & 用途
- (8) 滿額禮/贈品/禮券/紅利點數之內容與分配方式
- (9) 其他注意事項

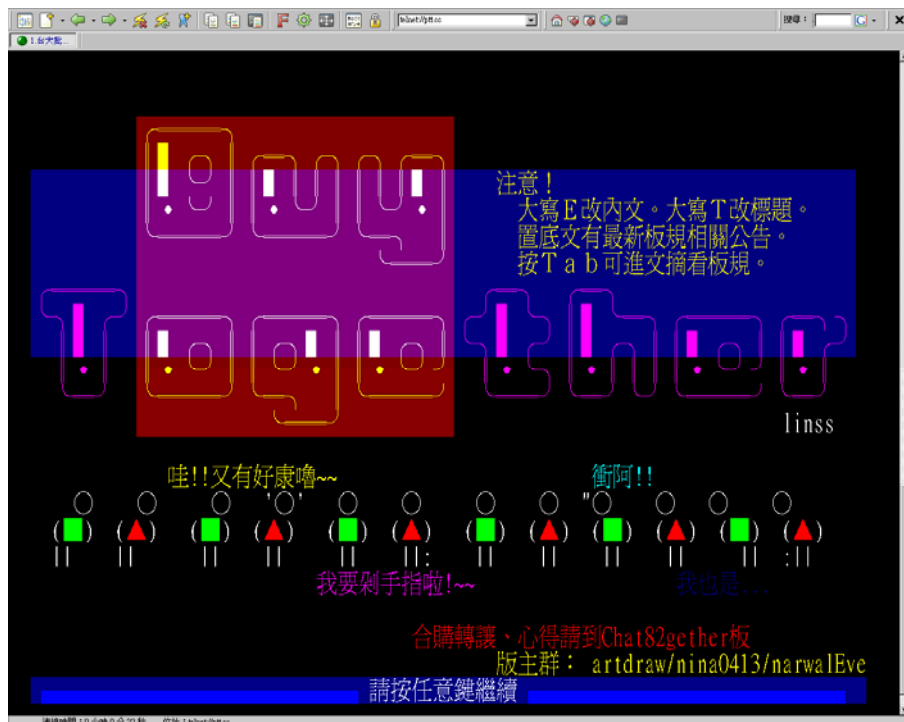


圖 2-2、批踢踢實業坊合購板首頁

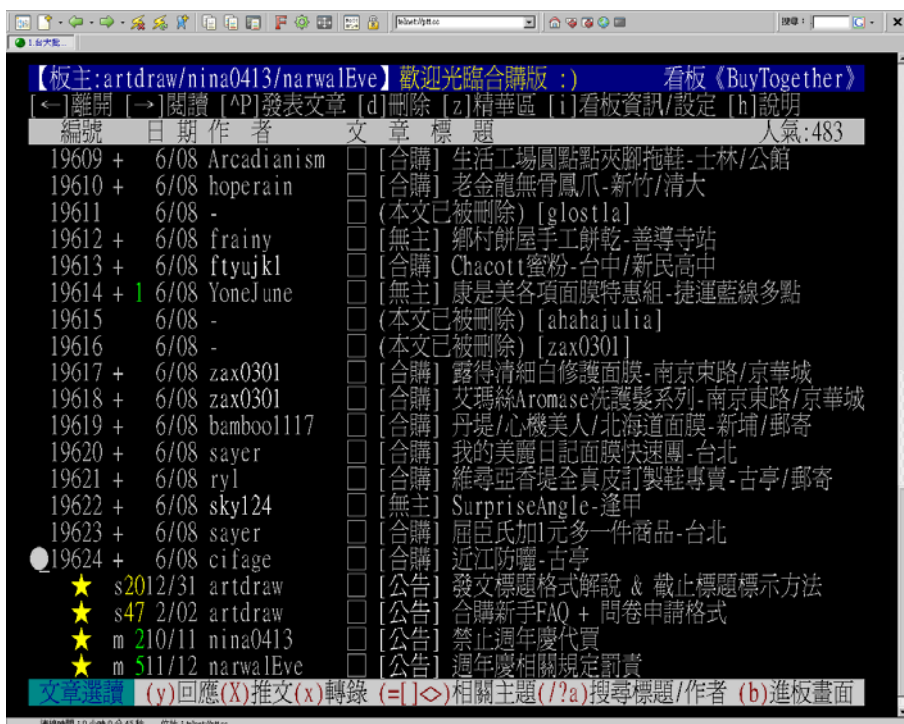


圖 2-3、合購板標題目錄圖



圖 2-4、合購內文(有主購)

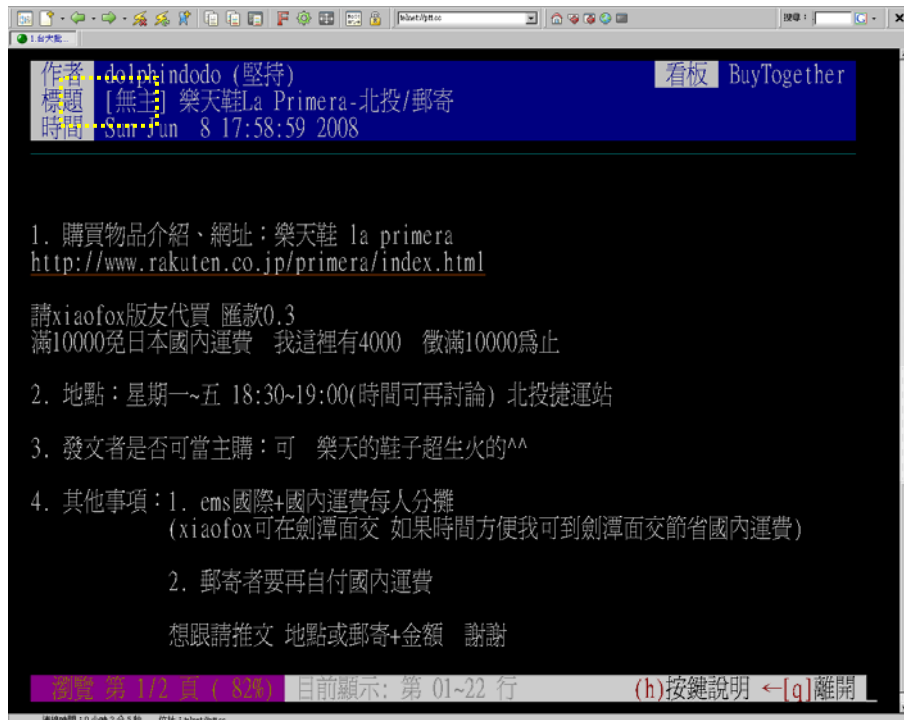


圖 2-5、合購內文 2(無主購)

## 2. ihergo

ihergo 之合購模式類似於批踢踢實業坊合購板，都是提供一個平台給予網友分享合購的資訊，不同點在於 ihergo 所提供的是文字與圖片的 WEB 介面，相較於批踢踢實業坊合購板的 BBS 純文字介面 更讓一般大眾覺得容易親近與接受，使用上也較為簡便。ihergo 之合購又分為商店合購(圖 2-8)與家族合購(圖 2-10)：

(1)商店合購：是由網友所推薦之合購商家，圖 2-9 為商店合購之合購商品介紹，如商店名稱、合購優惠、網址及目前開放中的合購商品內容。

(2) 家族合購：則是由網友所組織而成的社群，圖 2-11 為家族合購之家族介紹，如首頁部分有家族帳號、家族名稱、簡介及家長，另外還有家族合購的紀錄及家族討論區。



圖 2-6、ihergo 合購標準流程



圖 2-7、ihergo 首頁



圖 2-8、合購商品目錄(商店)



圖 2-9、商店合購商品



圖 2-10、合購商品目錄(家族)



圖 2-11、合購家族之內文介紹



### 3. 團購王 JoeKin

團購王 JoeKin 之合購模式頗類似於一般的網路購物，和上述介紹的批踢踢實業坊合購板及 ihergo 相對比較起來差異相當的大，可以說從網頁外觀看起來就是一般的購物網站，因為主購是由團購王 JoeKin 的經營團隊所擔任，所以就合購的腳色來看消費者的身分就等同於是參與合購的團員，因此可說是享受到等同於購物網站的服務，及以優惠的合購價格消費。

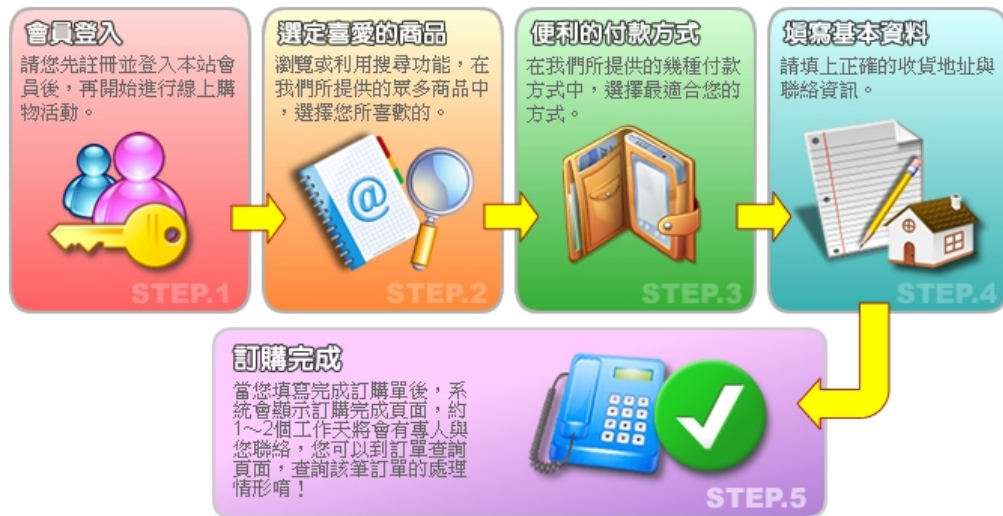


圖 2-12、團購王 JoeKin 商品訂購流程



圖 2-13、團購王 JoeKin 首頁



圖 2-14、團購商品目錄



圖 2-15、註冊須知



圖 2-16、註冊所需資料欄位

#### (四) 合購網站互動性

合購網網站的互動性除了討論版或留言版的架設之外，還有如 ihergo 家族合購的社群服務，及優質商店的推荐分享，除了增加互動之外，更重要的是社群的營造，家族的成員可以說是等同於固定的支持者，對於網站的永續營運，可說是極為重要。

## 第二節 電子商務

### (一) 電子商務的定義

以目前來說電子商務的基本概念有兩層含義，有分為狹義的電子商務和廣義的電子商務[1]。狹義的電子商務一般指數據，可以是聲音、圖像的處理和傳輸通過開放網絡(INTERNET)進行商業交易，包括企業對企業、企業對消費者、企業對政府之間的交易活動。廣義的電子商務涉及內聯網 (INTRANET) 和 INTERNET 等領域。它是一種全新的商業模式，利用前所未有的網絡方式將顧客、銷售商、供應商和企業員工聯繫在一起，將有價值的信息傳遞給需要的人們。

### (二) 電子商務的特性

電子商務組成要素，必須包括兩方面，一是電子方式，二是商務活動，即必須用電子方式或電子信息技術來進行商務活動，其目的是提高商務活動的效率[2]。

「商務電子化」是指在商務活動中應用電子工具來實現各個環節。電子工具包括從初級電報、電話、條碼、圖像處理、智能卡、傳真以及聲像技術到目前最新的電子郵件等技術。

而電子商務則是指在電子技術、信息技術，高度發達的現代社會裡，人們通過掌握信息技術和商務規則，系統化地運用電子方式或電子信息

技術，特別是 INTERNET，來進行高效率，低成本的商品交換為中心的各種活動全過程，包括消費者通過網絡購買商品，企業之間利用公共信息網為企業的商品供、銷進行網上交易等 [3]。

由此可見，商務電子化強調的是原始人工系統的電子化改造過程，而電子商務突出的其所處的狀態和應用達到的效果，強調從系統的觀點出發，人在整個系統中佔據了支配性的中心地位。可見電子商務的定義中，人、電子工具和勞動對象全部被聯繫起來作為整個系統的基本核心。

電子商務另一項技術 E. D. I. (ELECTRONIC DATA INTERCHANGE) 電子數據交換是一項涉及面廣，影響極為深遠，正在世界範圍內蓬勃發展的電子應用技術，形成了湧動全球的無紙貿易的衝擊。如今 EDI (ELECTRONIC DATA INTERCHANGE) 應用水平已經成為衡量一個企業在國際國內市場競爭能力大小的重要標誌，在未來國際大環境中，誰擁有 EDI 手段，誰才有資格成為貿易伙伴，誰擁有 EDI 手段，誰就能掌握競爭的優勢。所以商業界流傳：誰沒有 EDI 誰就沒有訂單。

EDI 技術應用，將導致一場貿易方式的變革。千百年來，人們所建立和完善的貿易體制，將因此而發生改變，這將是一場貿易領域的變革。這場革命對企業的影響是深遠的。實施 EDI 必然引起企業內部結構的運行機制的改變，它將改變企業的採購、生產、規則、會計、運輸等功能，

使貿易伙伴間的各项業務環節更加協調一致，從而在促進資金流動，減少庫存，降低成本和提高質量等方面獲得更大的改善。

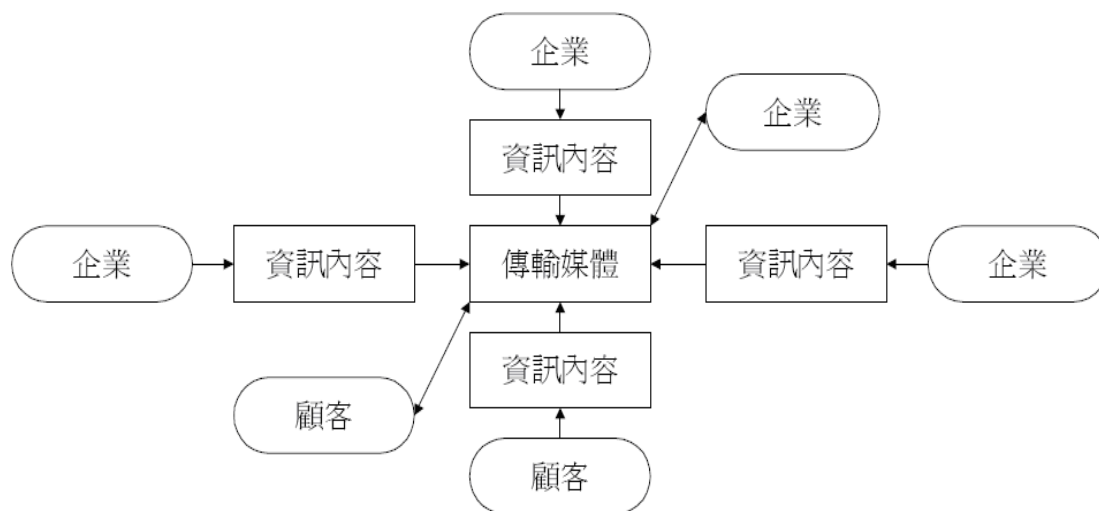


圖 2-17、網路行銷溝通模式圖

### (三) 電子商務的四流

以電子商務來說，物流、資訊流、金流、商流，這四流是電子商務很重要的流程 [4]。

1. 物流是指產品從生產者移轉到經銷商、消費者的整個流通過程。
2. 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想要的產品，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。

3. 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。
4. 商流是指將實體產品的策略模式移至網路上來執行與管理。

#### (四) 電子商務之優勢

1. 降低成本：減少固定成本、流動成本、節省開發廣告費用。
2. 增加效率：縮短交易流程、搜集情報容易、24 小時開放。
3. 拓展市場：全球行銷、直接開發目標市場、增加產品通路。
4. 以小博大：成本低廉、商機無限、網路之上人人平等。
5. 免費資源：免費查詢全球貿易相關資訊、晉身資訊前線。
6. 直接互動：直接聯繫客戶、線上售後服務、掌握客戶資訊[5]。

#### (五) 電子商務的概況

1. 網路與電子商務的最大特色就是藉由網路的傳遞，使得各種資訊與經濟活動不再受到空間距離影響，真正達到天涯若比鄰的境界。
2. 電子商務提供了消費者或企業各種所需要的資訊，使得各類的資訊完全透明化，企業無法再利用空間或廣告等方式進行其競爭優勢。
3. 企業在面對電子商務使得資訊透明化的新經濟體系時，必須快速選擇



- 與調整企業體質，否則將在競爭更為激烈的電子商務市場中被取代。
4. 在電子商務中，由於強調消費者主權，故企業在設計相關電子商務網頁時，應注重與消費者的互動性（interconnections），以爭取消費者的認同，如此才能在競爭激烈的電子商務中建立品牌差異，進而區隔出其他潛在的進入者，並獲得更多利潤。
  5. 電子商務為首的新經濟也改變了許多人文精神，其中最重要的是企業員工的忠誠度。
  6. 電子商務並不是一種新的產業，但它所帶來卻是一種全新的經濟模式。
  7. 電子商務本身的利基在於無形的資訊流通與產業的效率革新，因此在面對新經濟時，應當不要過份陷入傳統的數字迷思，而應進一步瞭解電子商務等新經濟的運作、內容、及其利基所在，如此才能在快速演進的新經濟中，掌握到最多優勢與先機[6]。

### 第三節 .NET 技術概論

#### (一) Microsoft.NET 技術

##### 1. Microsoft.NET 平台架構與簡介

ASP.NET 伺服器必須至少是 Windows 2000 且安裝 Service Pack1，若未安裝後者，則只可以使用 IIS 5.0 中的 ASP 3.0，Windows NT 4.0 亦可，也可在 NT 安裝 ASP.NET SDK，完成後即可開發或瀏覽 ASP.NET 的網頁。

後端執行的網頁應用程式由 ASP 至 ASP.NET，特性皆是在伺服器後端執行，再將結果傳遞至前端瀏覽器，瀏覽器在此時是作為終端機的角色，於網頁環境中為加強網頁應用，在技術上程式可以置於前端或後端執行，ASP 及 ASP.NET 即為後端執行。在前端執行之程式則為 DHTML，但前後端執行程式有個差異，前端執行程式是在要瀏覽網頁的主機上執行，後端程式則是伺服器執行，再傳回執行結果，若是每天有非常多的人瀏覽，伺服器速度就必需要強大，才能應付龐大的程式運算；前端執行就沒有什麼關係，因為是在瀏覽端執行，伺服器只需提供程式碼，瀏覽端自己執行，不會用到伺服器資源 [7]。

關於檔案類型，ASP 的網頁檔案只有一種副檔名就是 .asp，但在 ASP.NET 中相關網頁種類很多，在以下作說明：Global.asax ASP.NET 環

境的系統設定檔，等於 ASP 中的 Global.asa .asax 內含 asp 程式碼的檔案，如同過去的 asp. 瀏覽器可執行此類檔案向伺服器提出瀏覽請求、.asmx 制作 Web Service 的原始檔、.vb 或 .cs 以 Basic 或 C#開發的原始檔、.aspx 可以重複使用在多個 .aspx 的範本檔，此檔內含有控制項、.ascx 內含 User Control 的檔案，可內含在多個 .aspx。

## 2. NET Framework 概述

.NET Framework 是支援生成和運行下一代應用程式和 XML Web Services 的內部 Windows 元件。.NET Framework 在實現下列目標：[8]

- (1) 提供一致的物件導向程式設計環境。
- (2) 提供一個將軟體部署和版本控制衝突最小化的程式執行環境。
- (3) 提供一個可提高程式（包括由未知的或不完全受信任的協力廠商創的程式）執行安全性的執行環境。
- (4) 提供一個可消除腳本環境或解釋環境性能問題的程式執行環境。

使開發人員的經驗在面對類型大不相同的應用程式（如基於 Windows 的應用程式和基於 Web 的應用程式）時保持一致。

.NET Framework 具有兩個主要元件：共通語言執行環境和 .NET Framework 類別庫[9]。共通語言執行環境是 .NET Framework 的基礎。可以將執行環境看作一個在執行時管理程式的代理，它提供記憶體管理、執行緒管理和遠端處理等核心服務，並且還強制實施嚴格的類型安全以及可提高安全性和可靠性的其他形式的程式準確性。.NET Framework 的另一個主要元件是類別庫，它是一個綜合性的物件導向的可重用類型集合，可以使用它開發多種應用程式，這些應用程式包括傳統的命令列或圖形化使用者介面（GUI）應用程式，也包括基於 ASP.NET 所提供的最新創新的應用程式（如 Web 表單和 XML Web Services）。.NET Framework 可由非託管元件承載，這些元件將共通語言執行環境載入到它們的進程中並啟動託管程式的執行，從而創建一個可以同時利用託管和非託管功能的軟體環境。

.NET Framework 不但提供若干個運行庫宿主，而且還支援協力廠商運行庫宿主的開發。例如，ASP.NET 承載運行庫來託管程式，提供一個彈性大的伺服器端執行環境。ASP.NET 直接使用運行庫以啟用 ASP.NET 應用程式和 XML Web Services Internet Explorer 是承載運行庫（以 MIME 類型擴展的形式）的非託管應用程式的一個示例。使用 Internet Explorer 承載運行庫能夠在 HTML 文檔中嵌入託管元件或 Windows 表單控制項。以這種方式承載運行庫使得託管移動程式（類似於

MicrosoftR ActiveXR 控制項) 成為可能，不過它需要進行重大改進(如不完全受信任的執行和獨立的檔存儲)，而這種改進只有託管程式才能提供。下圖顯示共通語言執行環境和類別庫與應用程式之間以及與整個系統之間的關係。

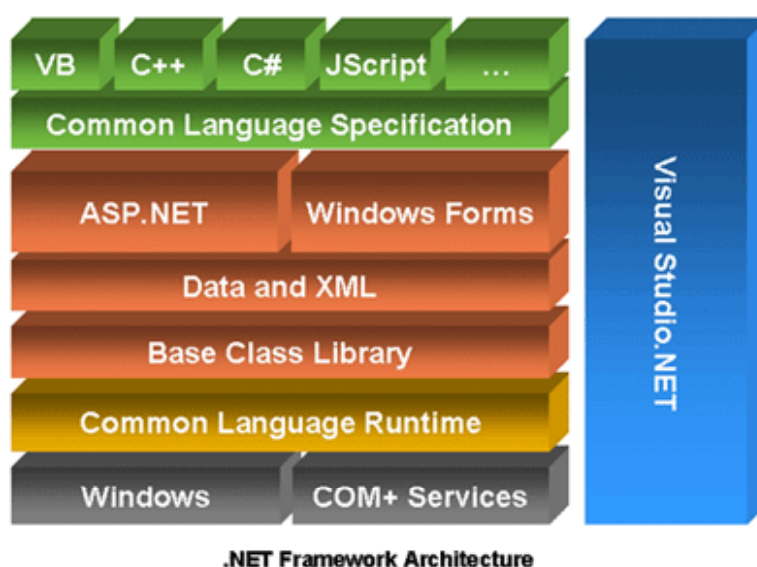


圖 2-18、.NET Framework 架構圖

Microsoft.NET Framework2.0，是一個新版本的物件導向程式開發環境，可以開發各式各樣的應用程式，如命令模式下的主控制台應用程式、具有圖形介面的 GUI 應用程式或是網站應用程式、Web Service…等等。在.NET Framework 的架構中，要寫出一支程式是透過很多的元件所組成起來的，程式設計師根據所要撰寫的程式內容而利用.NET Framework 中的元件來組合以完成。

## (二) ASP.NET 技術

### 1. ASP.NET 架構與簡介

ASP.NET 網站運用多個 ASP.NET 的網頁組成，了解 ASP.NET 的運作方式，對於一個網站開發人員而言是十分重要的，圖 2-20 為 ASP.NET 的流程圖[10]。

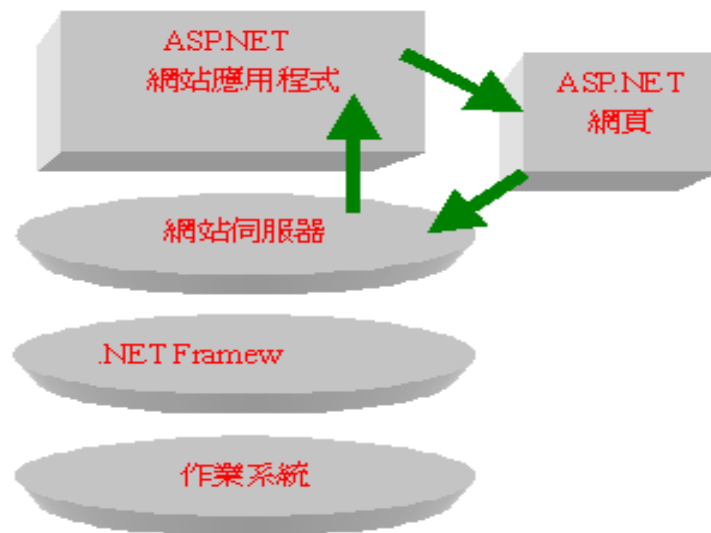


圖 2-19、ASP.NET 流程圖

### 2. ASP.NET 的特性與優點

ASP.NET 可使用熟悉的程式語言建構，例如方法、基本型別和使用者定義的複雜型別，來建置及發行 Web 服務。.NET Framework 也包含基礎結構和工具，以建立可呼叫任何符合標準的 Web 服務的 Web 服務用戶端。

使用 ASP.NET，可以建置實作使用業界標準的 Web 服務。由於 Web 服務是在業界標準上建置，因此可跨網路使用符合標準的任何平台上的任何用戶端，來與 Web 服務進行通訊。Web 服務會特別運用下表中列出的業界標準。

表 2-1、Web 服務業界標準

業界標準	用於使用 ASP.NET 建立的 Web 服務
XML	使用 SOAP 通訊協定與 Web 服務通訊時，使用的文字格式。使用 HTTP-GET 和 HTTP-POST 通訊協定與 Web 服務通訊時，則會使用 XML 來編碼回應。
SOAP	用於 Web 服務及其用戶端通訊的 XML 訊息交換通訊協定。
Web 服務描述語言 (WSDL)	描述訊息合約，與 Web 服務用戶端通訊時，Web 服務會解譯訊息合約。
XSD	提供通用型別系統，允許跨平台定義及傳遞資料型別。針對 Web 服務，XSD 會定義 Web 服務所接收及傳送 SOAP 訊息中封裝的 XML 的結構和資料型別。
application/x-www-form-urlencoded	MIME 型別，用於編碼 URL 上的參數。使用 HTTP-GET 和 HTTP-POST 通訊協定時，會使用這個編碼方式來編碼 Web 服務的要求參數。



使用 Web 服務，可以利用 ASP.NET 的功能來建置符合業界標準的 Web 服務。特別是 ASP.NET 不僅會利用 .NET Framework 和 Common Language Runtime 中的功能來提升效能，而且其設計也會提供對 ASP 和其他 Web 開發平台的效能顯著改進。所有 ASP.NET 程式碼都會被編譯，而非解譯，因此允許早期繫結、強式型別和 Just-in-Time (JIT) 編譯為機器碼。此外，ASP.NET 也提供開發人員可以輕鬆地移除與開發應用程式無關的模組[11][12]。

### (三) 小結

很多人不清楚 .NET 平台究竟所指為何。從應用程式的觀點來看，.NET 平台是一個應用程式的執行環境，負責提供應用程式執行時需要使用的功能，並會對應用程式實施安全管制，所以 .NET 平台的應用程式具有高度的安全性，可以禁止應用程式執行不安全的動作；而從程式開發的觀點來看，.NET 平台是一組提供應用程式使用的類別 (class)，以支援應用程式所需要的功能[13][14]。

## 第四節 資料庫系統

### (一) 資料庫系統簡介

#### 1. 資料庫的定義

資料庫是一種資料儲存單位，一些經過組織的資料集合。它通用的定義為：資料庫是一個儲存資料的電子文件檔案櫃。這是一個儲存結構化、相關聯、共享、和可控制的檔案櫃。

#### 2. 資料庫系統處理架構

##### (1) 集中式處理架構

可以有一台大主機，使用多個終端機與主機進行溝通。這個架構可以集中管理使用者的資料、減少資料重複、容易維護資料保密和安全問題。

##### (2) 分散式處理架構

使用多台個人電腦和工作站透過網路分開在個電腦執行所分擔的工作，稱為分散式處理架構[15]。

#### 3. 資料庫模型

「資料模型」是使用一組整合觀念來描述資料與資料間的關係和資料限制條件。以資料庫來說，資料庫模型適用來描述資料庫中資料的特性，基本的資料庫模型有以下三種：

### (1) 階層式資料庫模型(Hierarchical Database Model)

這是以樹狀結構來組織資料，紀錄資料間是以父子關係來建立連接，子紀錄只能擁有一個父紀錄。這種資料結構一定有一個樹根(Root)，然後使用「父子關聯性」(Parent-child Relationships)來連接記錄集合，再將資料建立成階層的樹狀結構。因此這種紀錄型態屬於一對多關聯性，不好描述多對多。

### (2) 網路式資料庫模式 (Network Database Model)

網路資料庫模型是將資料連接成網路狀圖形，資源多對多關聯性，而且資料間的連接可以有迴圈。不過，不論是階層式結構或網路式結構，記錄之間都是以鏈結方式串連在一起，因此在撰寫應用程式時，必須要牽就鏈結之間的結構狀態，使得撰寫應用程式與資料間的結構方式有很大的依存關係。

### (3) 關聯式資料庫模式 (Relational Database Model)

關聯式資料庫模式 (Relational Database Model)是 1970 年由 IBM 研究員 E. F. Codd 博士開發的資料庫模型。主要是以「資料值」(Data Structures)來建立關聯性，支援一對一、一對多和多對多關聯性。強調應用程式不應與資料的內部結構有任何的依存關係，也就是所謂的「資料獨立」(Data Independence) 概念。

## 4. 伺服器架構

### (1) 單機架構

是由同一部電腦包辦所有資料庫系統的工作，包括保存資料、處理資料、管理及使用資料庫系統... 等等。適合使用者少、資料量也不多的資料庫系統使用，如小公司或個人使用者所建立的資料庫系統。通常用 Access、FoxPro 所設計的資料庫系統多採用這種架構。

### (2) 大型主機/終端機架構

是由一部大型主機負責儲存及處理龐大的資料，使用者則透過終端機與大型主機連線，以存取資料庫的內容。這種架構的缺點在於，當多人同時使用時，由於所有的工作都要由大型主機來處理，因此會非常忙碌，易造成回應緩慢的問題。目前除了一些大型機構外，已比較少使用這一類的架構了，而且此類的大型主機價格都相當昂貴，一般中小企業可能負擔不起。

### (3) 主從式架構

由於個人電腦的價格低廉，運算速度也不錯，利用網路互相連接之後，作為用戶端 (Client) 的各台電腦只要連結到做為資料庫伺服器端 (Server) 的電腦，就可以存取資料庫，而且部份的工

作可由用戶端電腦來處理，分散資料庫伺服器的負荷，這就是主從式架構的佈署方式，同時也是目前一般公司中最普遍採用的方式。若採用主從式架構，通常還會另外撰寫用戶端程式，以提供使用者易學易用的操作介面。

#### (4) 分散式架構

分散式架構是由數台資料庫伺服器所組成，使用者在存取資料時，資料可以來自於不同的伺服器中，如此在存取的效率上會比較好。其資料存取方式和主從式架構類似，只不過是多了幾台資料庫伺服器而已[16]。

### (二) SQL Server 2005 概觀

今日的組織面臨許多資料難題，例如需要做出更快速、更符合資料導向的決策，需要提升開發人員的生產力和彈性，還面臨了減少整體資訊科技 (IT) 預算、同時又得調整基礎結構以滿足不斷增加的需求。

SQL Server 2005 正是為了幫助企業處理這些難題而設計。這個新一代的資料管理和分析解決方案，為企業資料和分析應用程式提供更高的安全性、延展性和可用性，同時使它們更容易建置、部署和管理。

SQL Server 2005 延伸了 SQL Server 2000 的優點，提供整合式資料管理和分析解決方案，可幫助任何規模的組織執行下列工作：

- 建置、部署和管理更安全、可延展又可靠的企業應用程式。
- 簡化開發及支援資料庫應用程式的工作，以達到最高的 IT 生產力。
- 跨多個平台、應用程式和裝置共用資料，以便連接內部和外部系統。
- 控制成本，同時兼顧效能、可用性、延展性和安全性[17]。

# 第三章 eZ 樂活團購網

## 第一節 系統架構

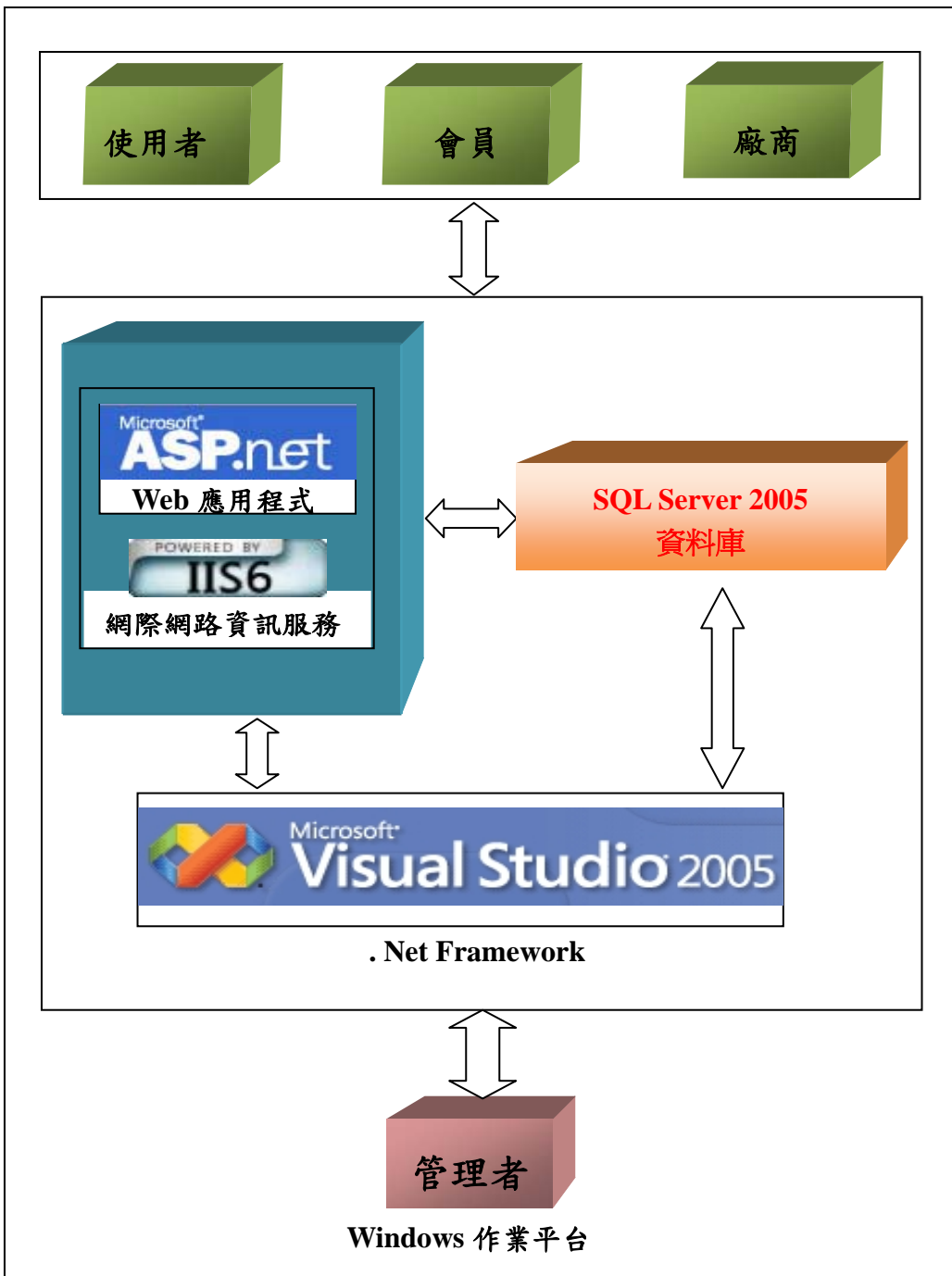


圖 3-1、eZ 樂活團購網系統架構圖

本系統是架設在 Windows Server 2003 作業平台上，於作業系統上安裝 .NET Framework，將整個環境升級成 .NET 平台，.NET 平台目前已經成為業界的主流平台，於財星(Fortune)前 100 大的企業中，已超過 96% 企業採用 Microsoft.Net 技術，故本專題將整個網站架設於 .NET 平台上。

本專題使用的開發工具為 Visual Studio 2005，Visual Studio 2005 是微軟公司為 .NET 程式設計者所提供的整合式開發環境軟體，支援多種程式語言、具備統一的開發介面，不論開發桌面應用程式、ASP.NET 網頁程式、XML Web Service 或是行動裝置應用程式，都可以在相同的環境與介面下完成。

本專題使用 ASP.NET 網站應用程式，利用 Visual Basic 2005 語法進行開發，而 Web 伺服器是使用 IIS 6.0 (Internet Information Services 6.0)，所使用的資料庫為 SQL Server 2005 資料庫，詳見表 3-1。系統提供的功能，詳見下表：



表 3-1、使用者功能列表

一般使用者	商品情報、熱銷商品、加入會員、連絡 eZ、常見問題
會員	會員登入、會員帳號管理、訂單查詢、瀏覽產品資訊、商品情報、熱銷商品、廠商資料查詢、團購流程、購物車、連絡 eZ、常見問題、使用者登出。
廠商	會員登入、廠商資料管理、商品資料管理、訂單查詢、使用者登出。
管理者	商品資料管理、訂單查詢、會員帳號管理、最新消息、廠商資料管理、銷售商品管理、管理者會員、密碼管理、管理者登出。

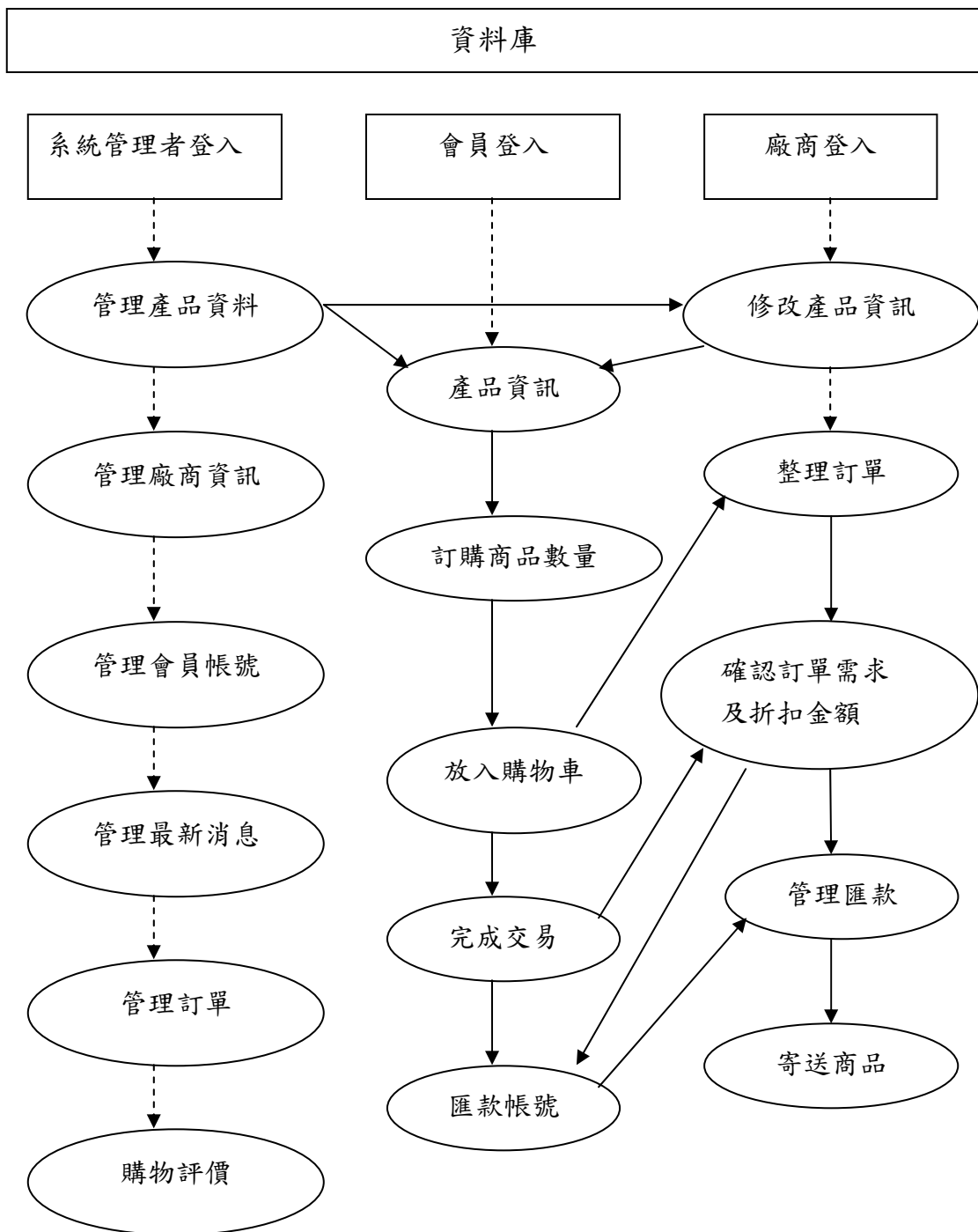


圖 3-2、eZ 團購網流程關係圖

虛線代表只有該登入者才可以直接看得到的權限。

實線代表整個購物關係流程，在這裡將說明實線的流程。

整個系統實際上在運作有系統管理者、會員和廠商。這三各是最重要的部份。當會員登入時可以看到廠商放上去的商品資訊，接著直接訂購商品及數量，然後確認並將所有選擇商品放入購物車。放入購物車時，廠商將會收到訂單並且確認訂單需求，確認後將會在通知會員折扣後的售價，這時會員只要確認金額並且匯款給廠商，廠商將會寄送商品給會員。

以系統管理員來說，可以修改任何的物件，像管理產品資料、管理廠商資訊、管理會員帳號、管理最新消息、管理訂單、購物評價等。但是真正在交易買賣卻是只有廠商跟顧客。

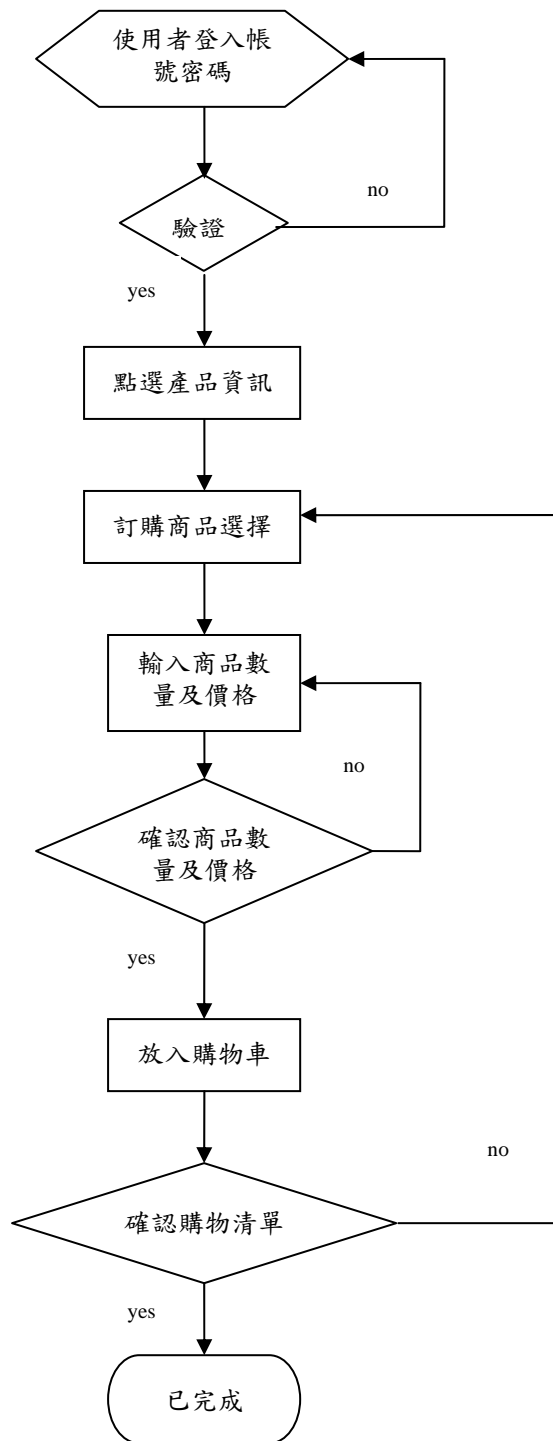


圖 3-3、eZ 團購網購買流程圖

會員必須輸入帳號密碼進行登入，此時系統將會判斷所輸入之帳號密碼是否正確，登入正確即會進入會員使用畫面，登入錯誤系統將會出現未加入會員或帳號密碼錯誤。進入新品資訊畫面後，可以開始選購商品，點選商品在輸入要選購的數量，按確認後，就可以放入購物車，全部物品都放入購物車後，最後必須確認所有購買的商品，如果有買錯就按否，系統將會回到訂購商品選擇畫面，不然確認後就完成交易流程了。

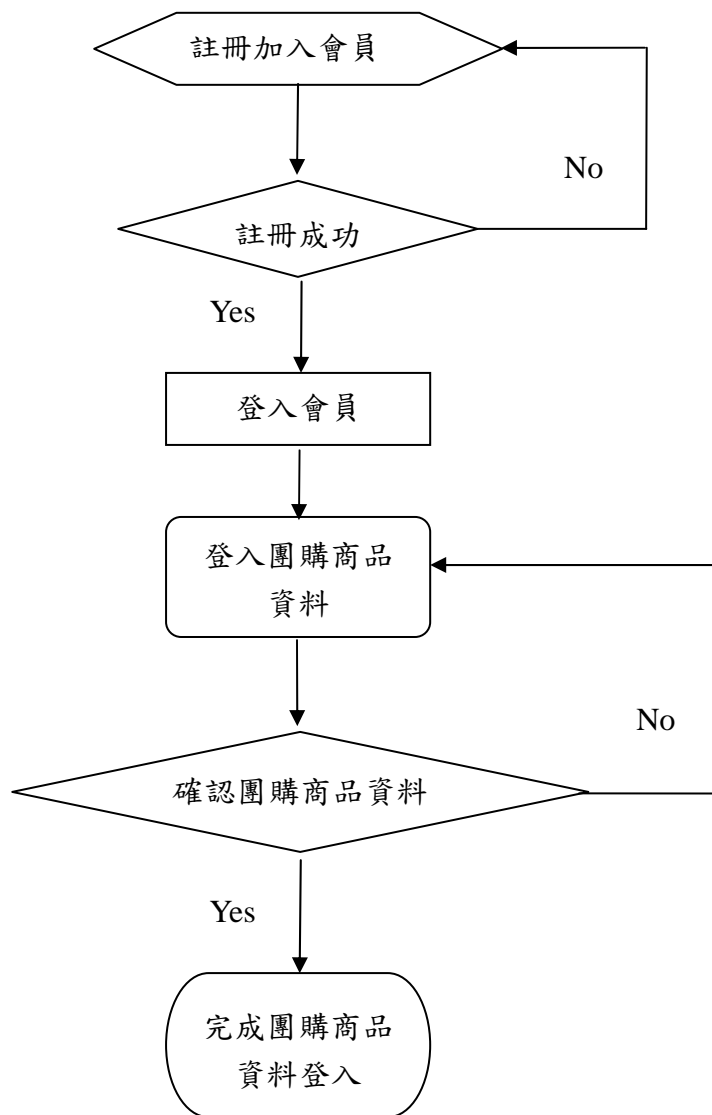


圖 3-4、eZ 團購網廠商流程圖

- 1：必須先註冊為會員
- 2：註冊成功後在登入會員
- 3：登入會員就可以登入團購商品資料
- 4：在來確認團購商品資料按否則須重登團購商品資料
- 5：按是即完成團購商品資料登入

## 第二節系統功能簡介

eZ 樂活團購網，主要分成「一般使用者介面」、「會員介面」、「廠商介面」以及「管理者介面」，功能說明如下：

### (一) 一般使用者介面

一般使用者可以透過網站首頁免費註冊而成為會員，其功能如下：

1. eZ 首頁：點選此功能可以回到首頁畫面。
2. 關於 eZ：一般使用者點選此項，可以看到本網站的成立目的與宗旨。
3. 會員登入：一般使用者需先註冊帳號才有效。
4. 免費註冊：提供一般使用者進入網站可以免費註冊功能，功能項目中包含會員編號、會員密碼、會員名稱、啟用狀態（預設為否，須由管理者審核後啟動）、會員 E-mail、會員群組（由使用者選擇為會員或廠商）、銀行帳號、地址。
5. 商品情報：一般使用者點選商品情報這項目，可以觀看商品之詳細描述與規格。
6. 熱銷商品：一般使用者登入首頁時，點選此欄是無效果，須先註冊會員此項目方可使用。



7. 購物車：一般使用者登入首頁時，點選此欄是無效果，須先註冊會員此項目方可使用。
8. 連絡 eZ：點選連絡 eZ，使用者可以觀看本公司的住址、電話、傳真、服務信箱。
9. 付款方式：一般使用者點選此選項，可以觀看付款的方式。
10. 團購流程：點選團購流程，可以觀看 eZ 樂活團購網的購物方式。
11. 常見問題：提供 Q&A 功能。

## (二) 會員介面

會員指透過註冊程序成為會員的使用者，所擁有的功能下：

1. 會員登入：使用者透過首頁進行登入的動作，鍵入帳號密碼即可登入，若忘記帳號密碼，可以利用聯絡 eZ 來跟管理者做溝通。
2. 會員帳號管理：可以查看、修改、管理與會員有關的各項資料。
3. 商品情報：會員可以利用商品情報查詢所有商品之詳細描述與規格。
4. 熱銷商品：可以透過熱銷產品了解會員最常訂閱的商品。
5. 團購流程：可以讓使用者瞭解整個 eZ 樂活團購網團購的流程及程序以及訂貨方式、取貨方式、進貨方式等。
6. 購物車：可以把欲購買的商品加入購物車中，若要結束購物，則可直

接進入結帳功能，購物流成為：確認購物明細→選擇付款方式→最後確認→完成訂購。

7. 連絡 eZ：可以利用連絡 eZ 來和網站管理者做溝通，即 eZ 樂活團購網的客服中心。
8. 常見問題：提供 Q&A 功能。
9. 使用者登出：登出 eZ 樂活團購網。

### （三）廠商介面

eZ 樂活團購網的廠商，必須經過註冊程序成為廠商會員，廠商會員的註冊程序為：先填寫廠商基本資料，經管理者核定無誤後，即可成為廠商會員；廠商進入首頁之後，當輸入廠商帳號密碼，及自動掉入廠商系統介面；廠商會員擁有的功能下：

1. 廠商資料管理：管理廠商本身相關資料，例如：聯絡電話、傳真號碼、廠商聯絡人、廠商地址、電子郵件信箱。
2. 商品資料管理：管理廠商本身相關商品資料，例如：商品編號、商品名稱、價格、商品敘述、可購數量、廠商代號。
3. 銷售商品管理：廠商透過銷售商品管理選項，可以對於廠商本身商品做銷售商品新增、銷售商品查詢。

4. 訂單查詢：查詢廠商相關訂單資料，例如：訂單號碼、會員編號、商品編號、數量、價格、訂單時間、收件時間。
5. 密碼修改：廠商可以自行修改更換密碼。
6. 使用者登出：登出 eZ 樂活團購網。

#### (四) 管理者介面

1. 會員帳號管理：會員帳號最大權限審核者，例如：會員帳號管理新增、會員帳號管理修改、會員帳號管理查詢、會員帳號管理刪除。
2. 廠商資料管理：管理者擁有最高權限更改所有廠商資料相關訊息，例如：廠商資料管理新增、廠商資料管理修改、廠商資料管理查詢、廠商資料管理刪除。
3. 商品資料管理：管理者為最大權限可以控管商品介面，例如：商品資料管理新增、商品資料管理查詢、商品資料管理刪除；避免混亂的狀況，則不增加商品修改功能。
4. 訂單查詢：關於訂單相關部分，例如：訂單查詢新增、訂單查詢修改、訂單查詢。
5. 銷售商品管理：管理者擁有最高權限觀看所有出售商品相關訊息，例如：銷售商品管理新增、銷售商品管理修改、銷售商品管理查詢、銷售商品管理刪除。

6. 最新消息：eZ 樂活團購網最新的消息：最新消息新增、最新消息修改、最新消息查詢、最新消息刪除。
7. 管理者會員密碼管理：管理者密碼修改。
8. 管理者登出：登出 eZ 樂活團購網。

### 第三節 系統操作流程

#### (一) 安裝 Visual Studio 2005 套件

Visual Studio 2005 為本團購網主要的操作工具之一，透過(圖 3-4)至(圖 3-22)安裝順序，可以完整了解 Visual Studio 2005 安裝，並且在安裝步驟裡可以清楚了解安裝的操作流程，跟著操作流程即可以。

#### (二) 啟動 SQL Server 2005

利用(圖 3-23)至(圖 3-50)，安裝 SQL Server Management Studio Express，可以完成 SQL Server 2005 的完整操作。



圖 3-5、安裝 Visual Studio2005



圖 3-6、Visual Studio2005 載入元件中



圖 3-7、載入完成進入下一步

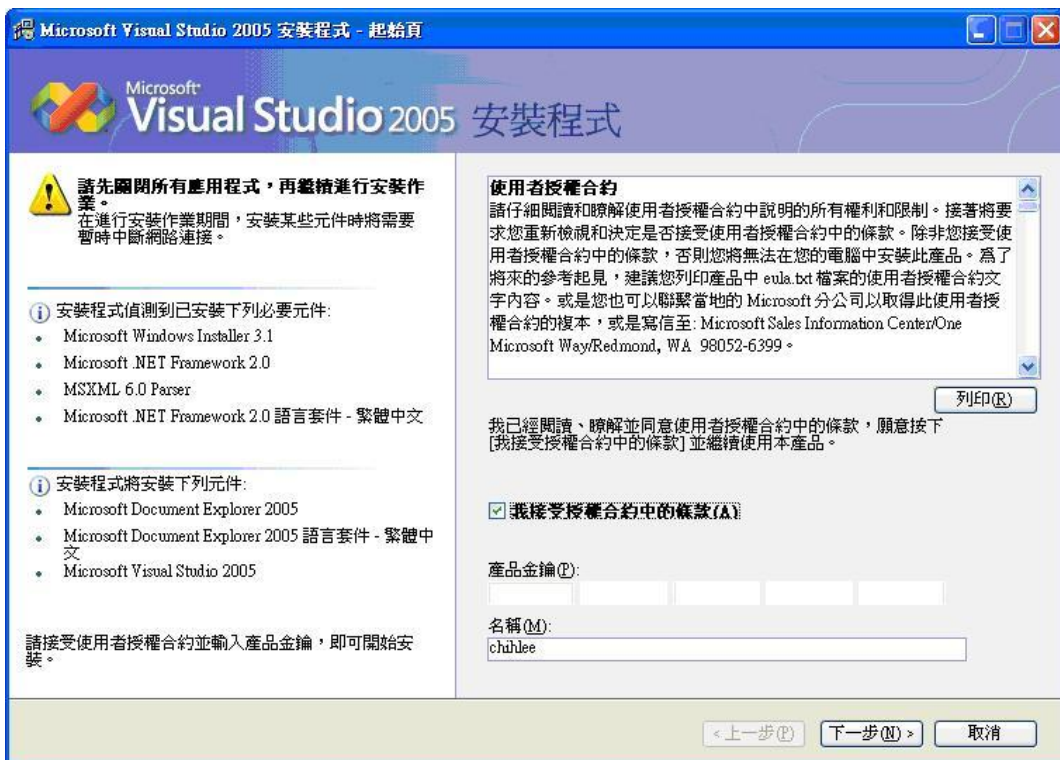


圖 3-8、進入序號輸入畫面

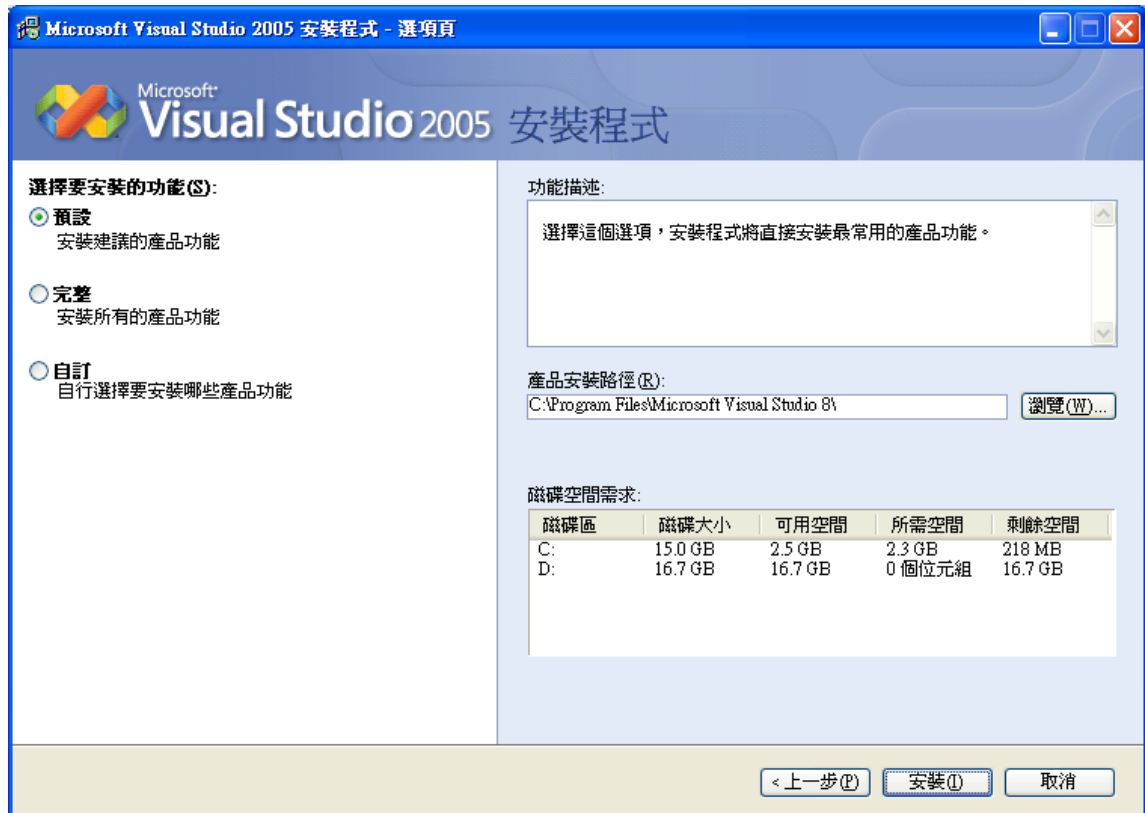


圖 3-9、安裝路徑設定



圖 3-10、點選自訂模式



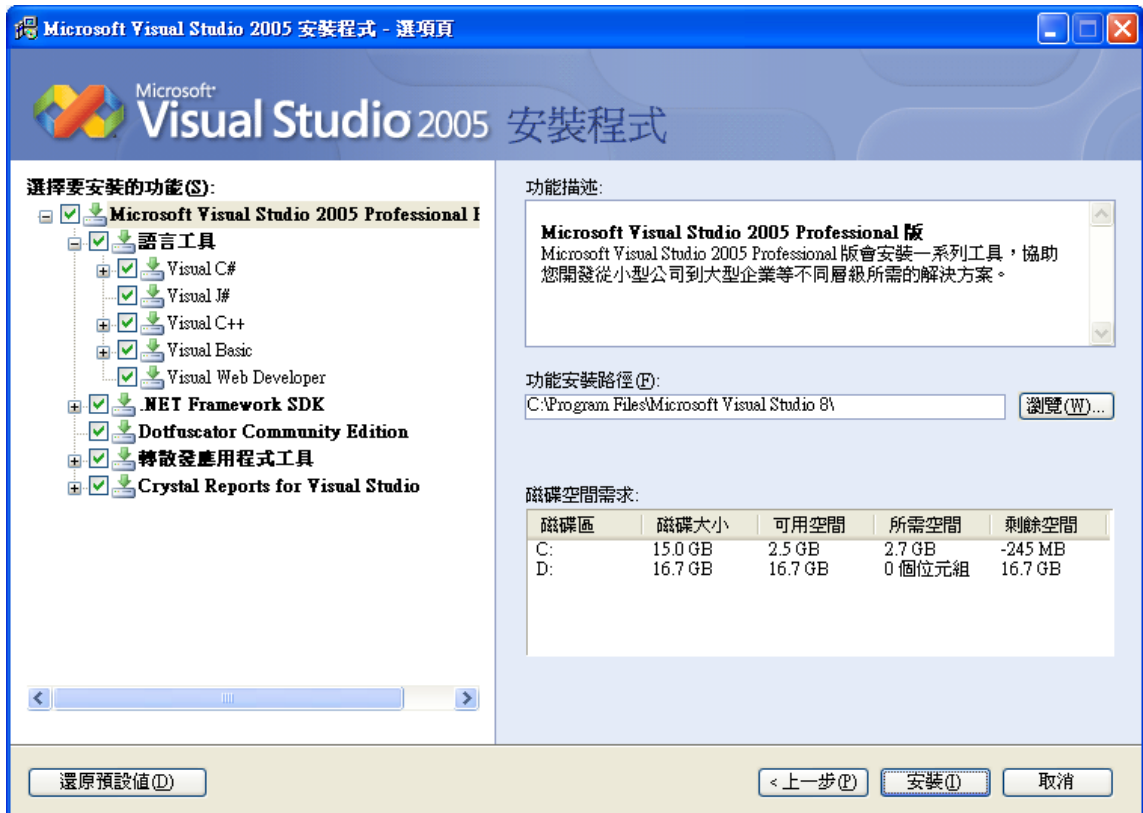


圖 3-11、左方全部勾選，再選取路徑執行安裝



圖 3-12、驗證安裝順序



圖 3-13、安裝 Microsoft Document Explorer 2005



圖 3-14、安裝繁體中文套件



圖 3-15、安裝 Microsoft Visual Studio 2005



圖 3-16、更換光碟片



圖 3-17、第二片光碟執行安裝中



圖 3-18、安裝 .NET Framework 1.0 SP3



圖 3-19、安裝 Microsoft Visual J# 2.0



圖 3-20、安裝 SQL Server 2005 Mobile Edition



圖 3-21、安裝 Microsoft Device Emulator 1.0



圖 3-22、安裝完成



圖 3-23、安裝 msdn

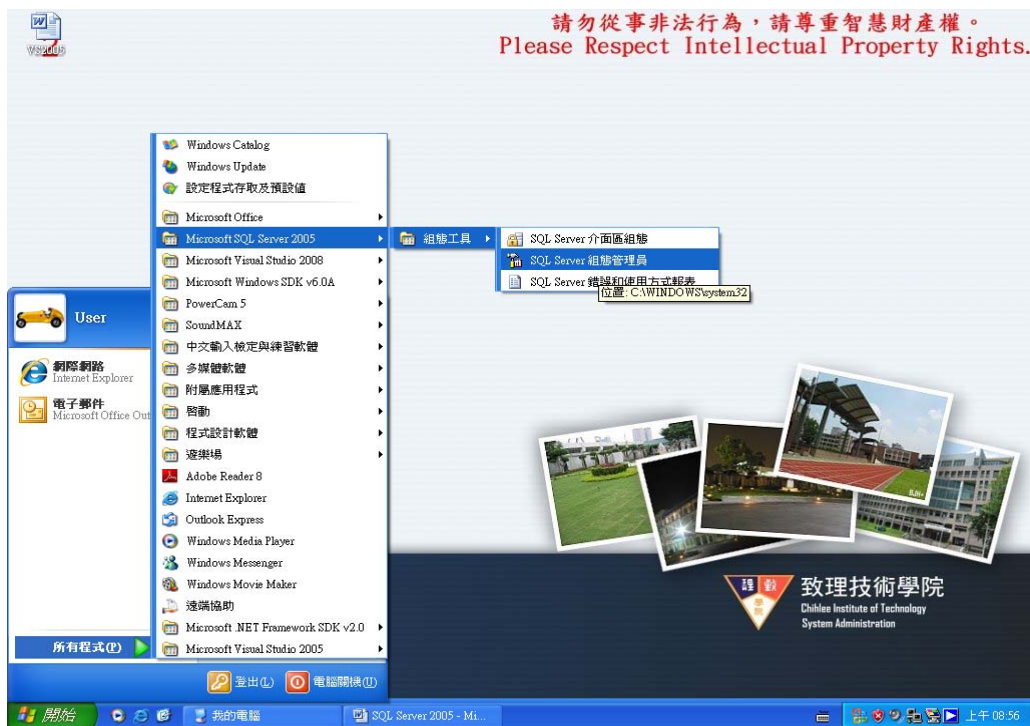


圖 3-24、點選程式集執行 SQL Server 組態管理員

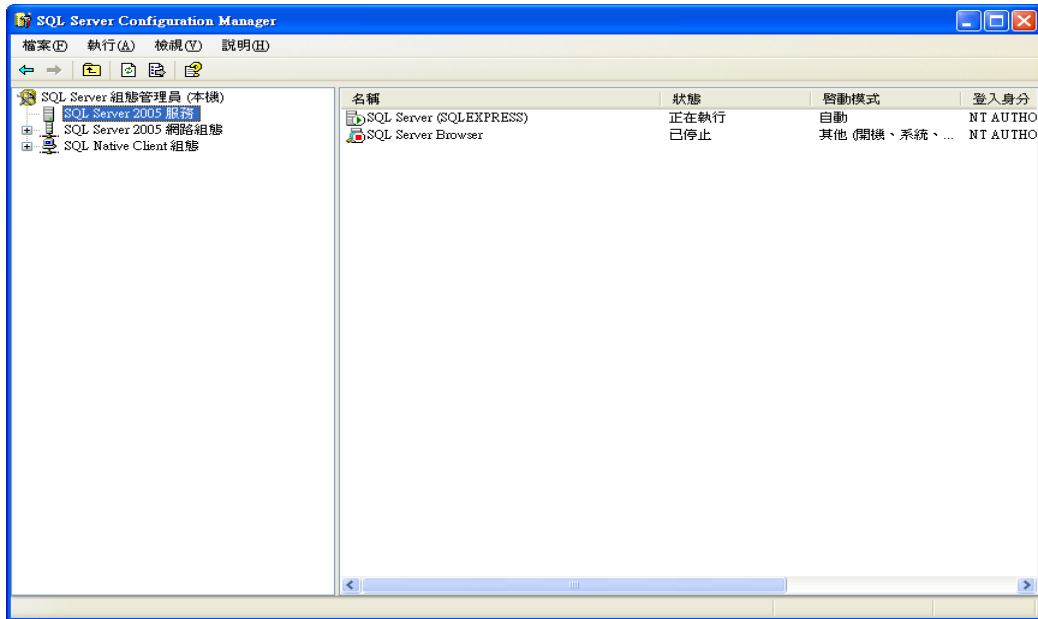


圖 3-25、確認 SQL Server 執行狀態

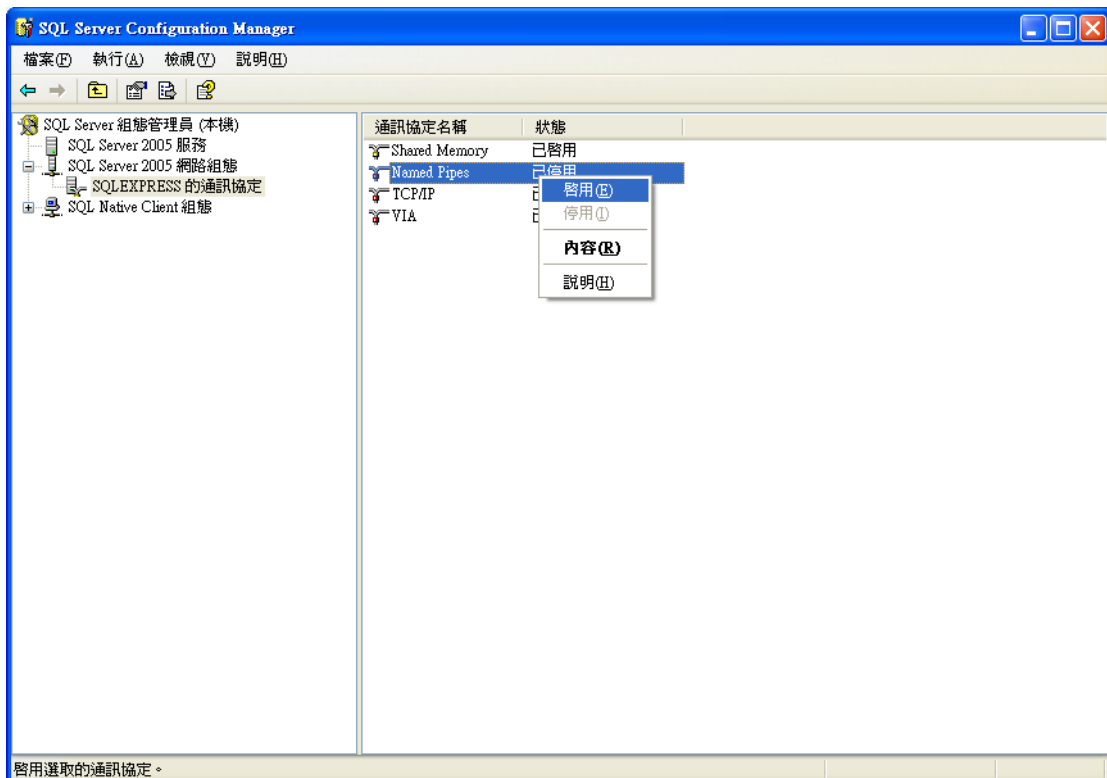


圖 3-26、啟用 SQLEXPRESS 通訊協定



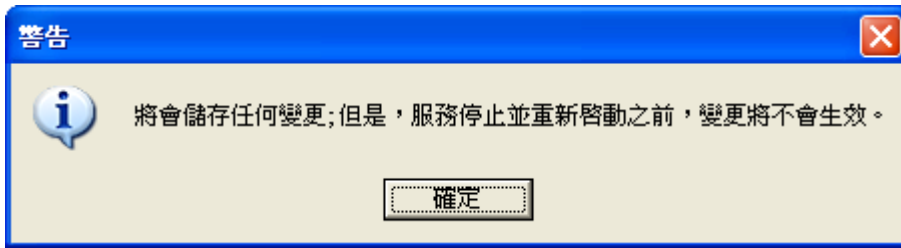


圖 3-27、點選確定

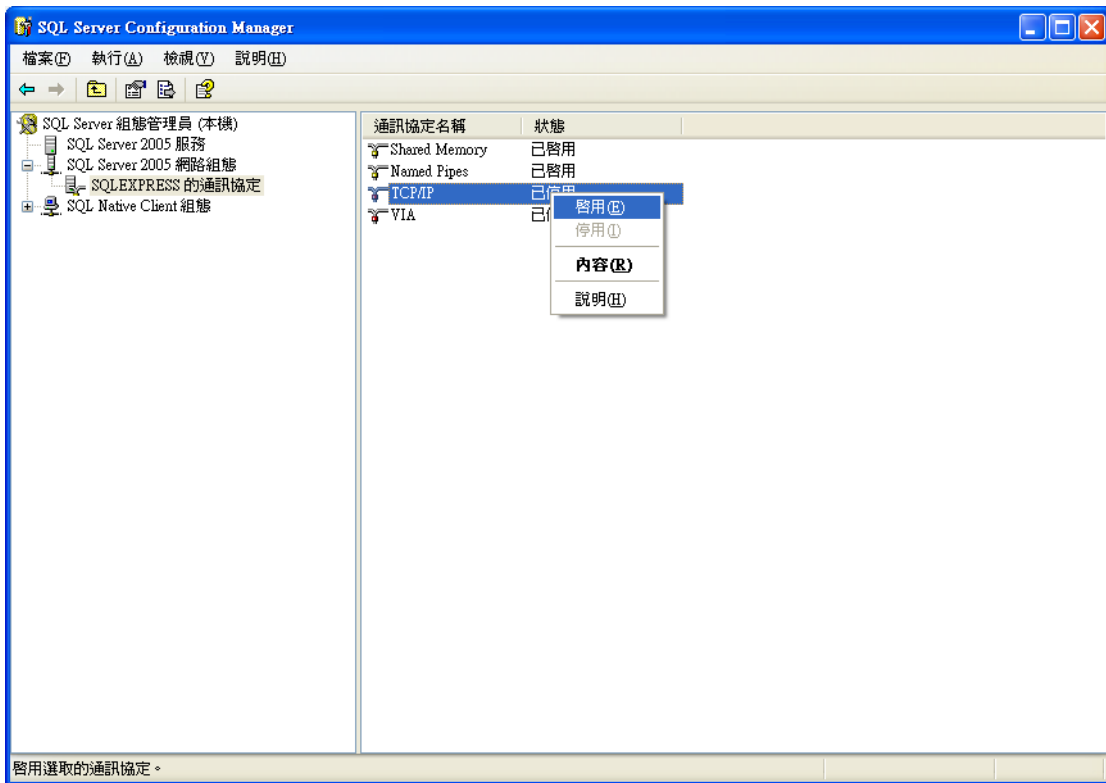


圖 3-28、TCP/IP 點選右鍵啟用

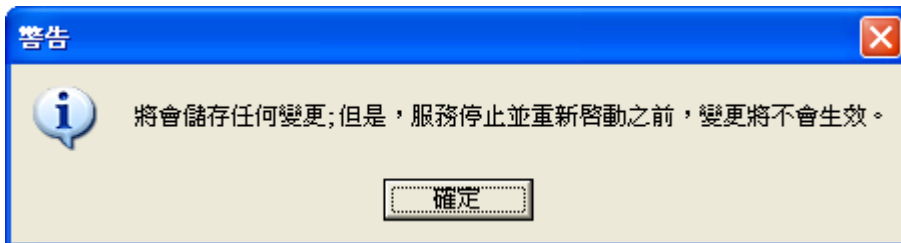


圖 3-29、點選確定

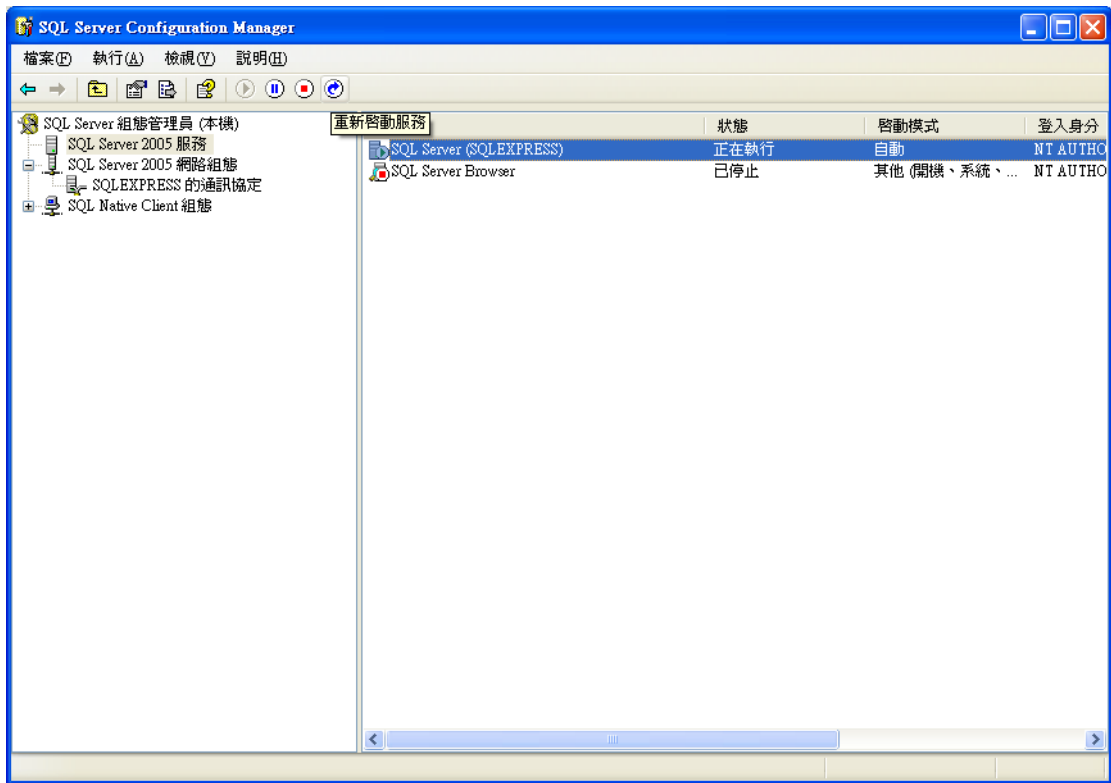


圖 3-30、重新啟動 SQL Server

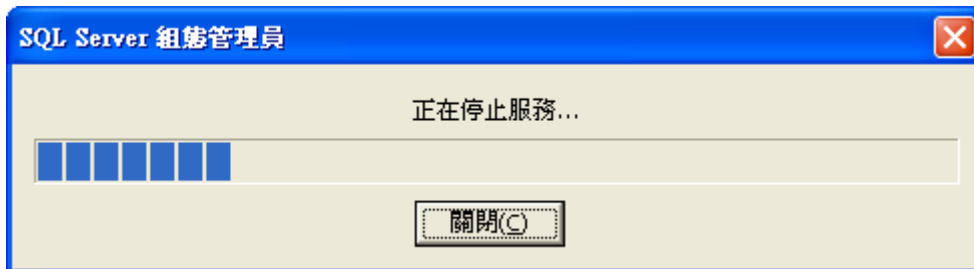


圖 3-31、停止服務

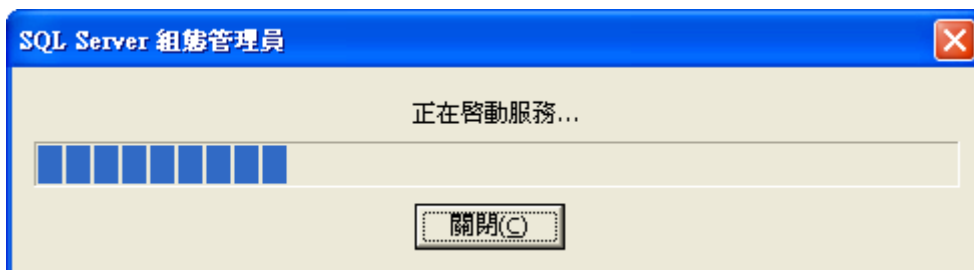


圖 3-32、重新啟動

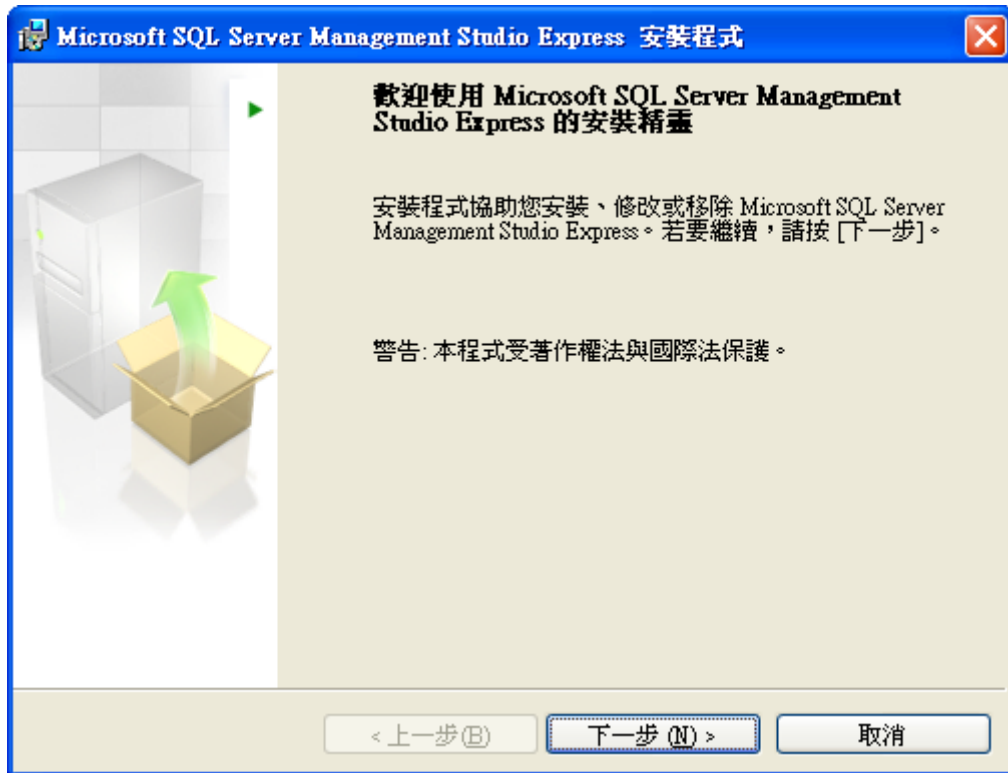


圖 3-33、安裝 SQL Server Management Studio Express



圖 3-34、點選接受授權合約條款

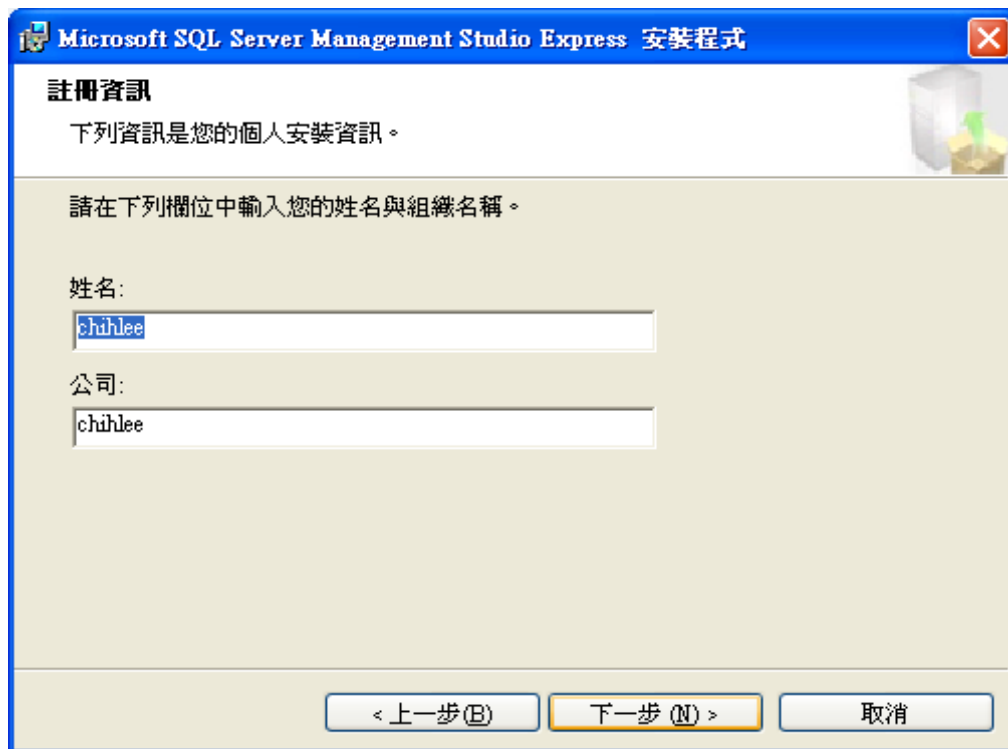


圖 3-35、輸入註冊資訊

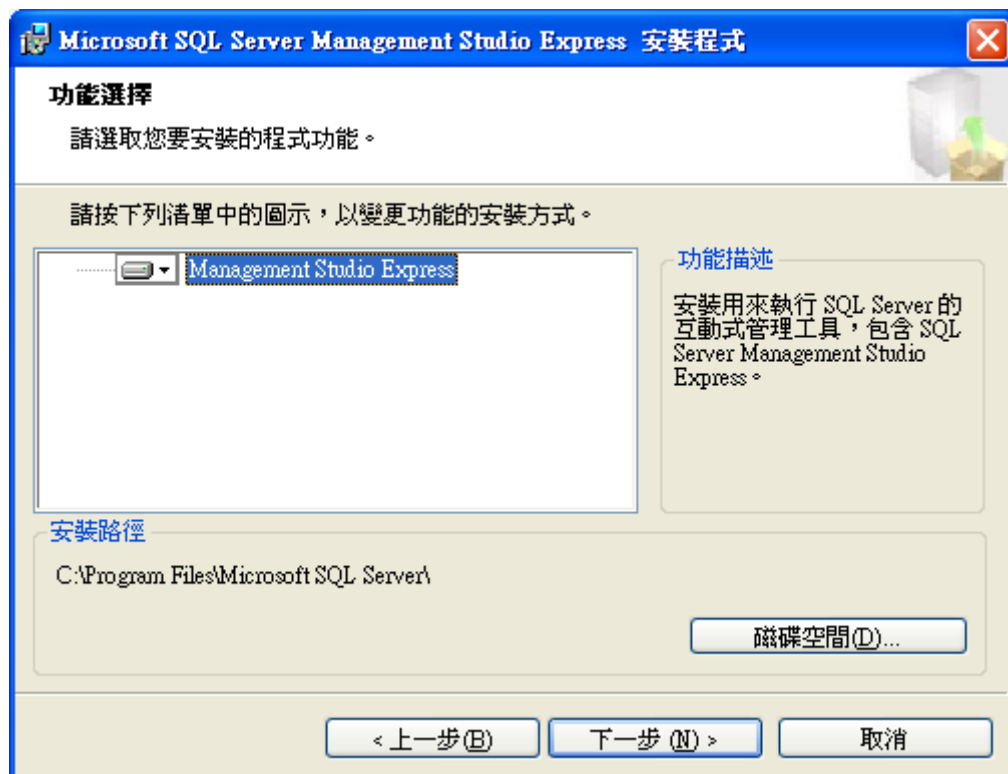


圖 3-36、安裝路徑選擇

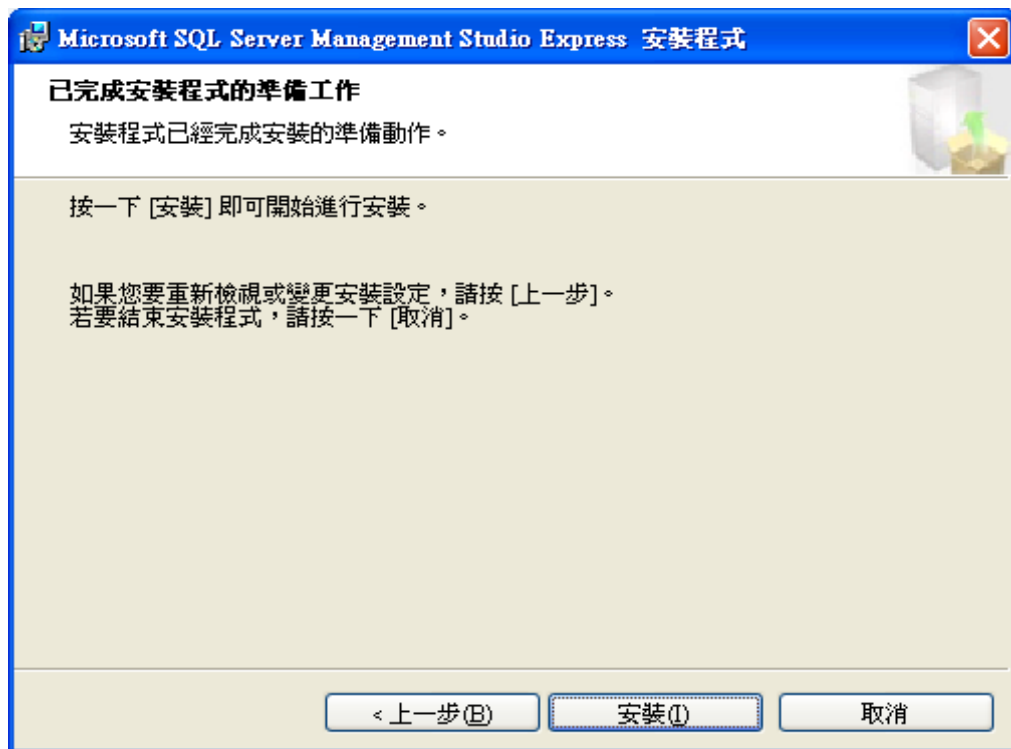


圖 3-37、點選「安裝」

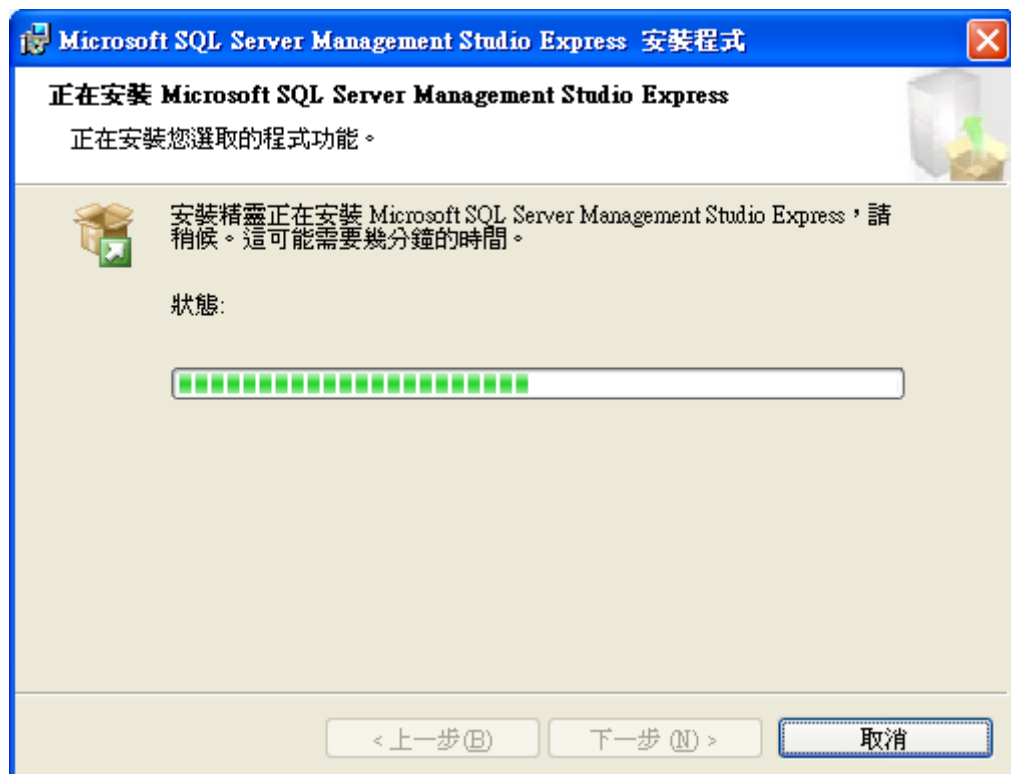


圖 3-38、SQL Server Management Studio Express 安裝中



圖 3-39、完成安裝



圖 3-40、再一次確認完成

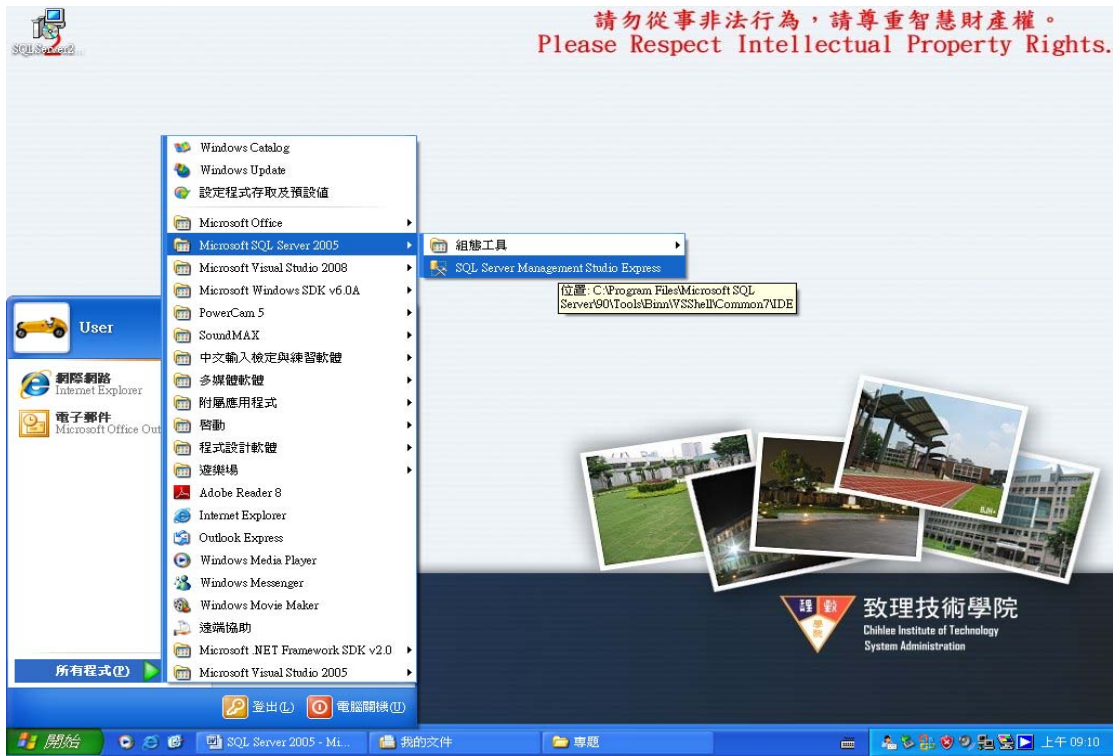


圖 3-41、點選 SQL Server Management Studio Express



圖 3-42、連接伺服器

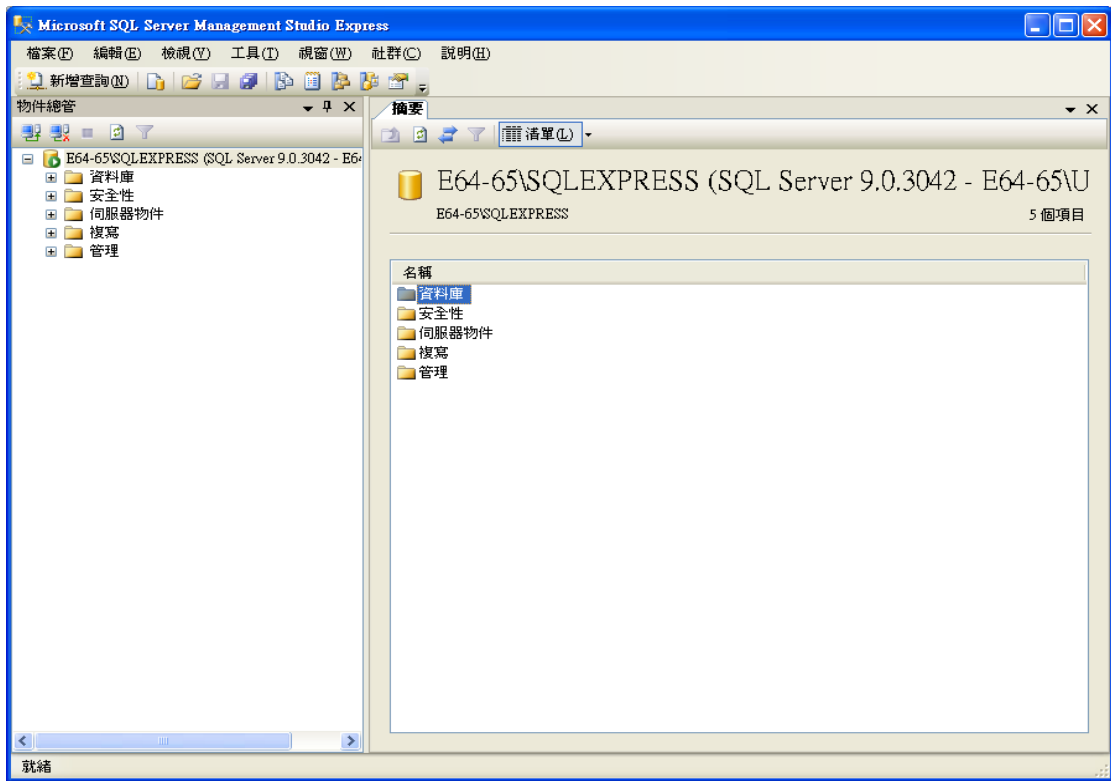


圖 3-43、開啟 SQL Server Management Studio Express

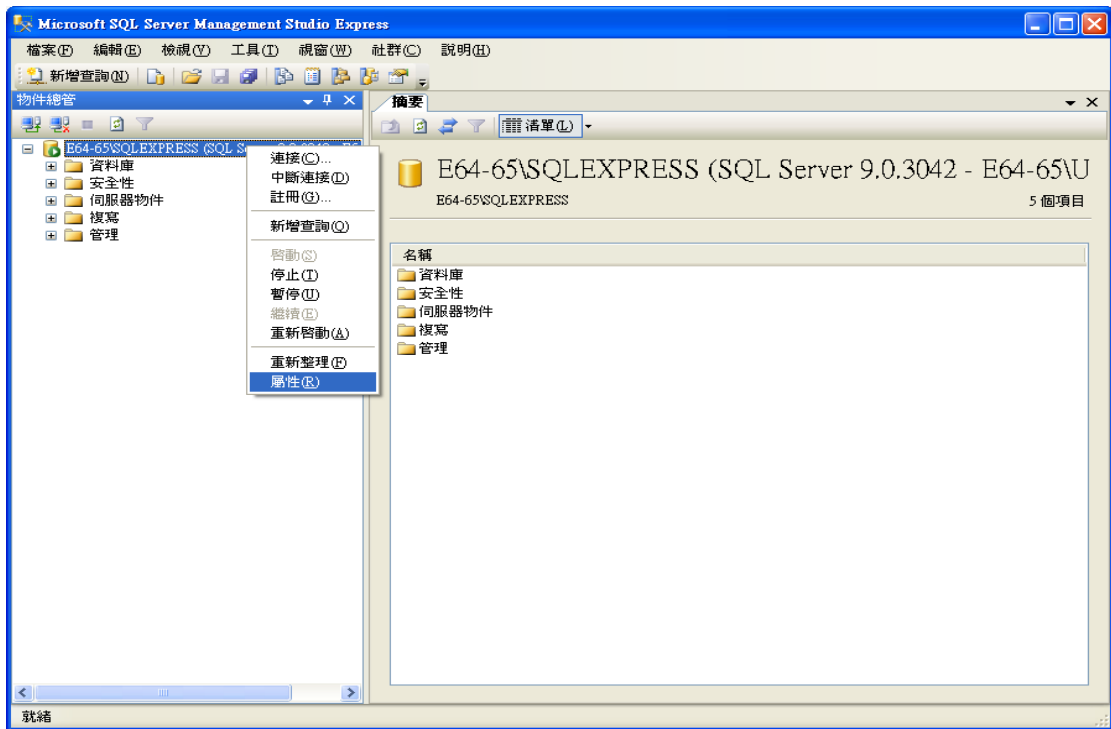


圖 3-44、在伺服器名稱上按「右鍵」點選屬性



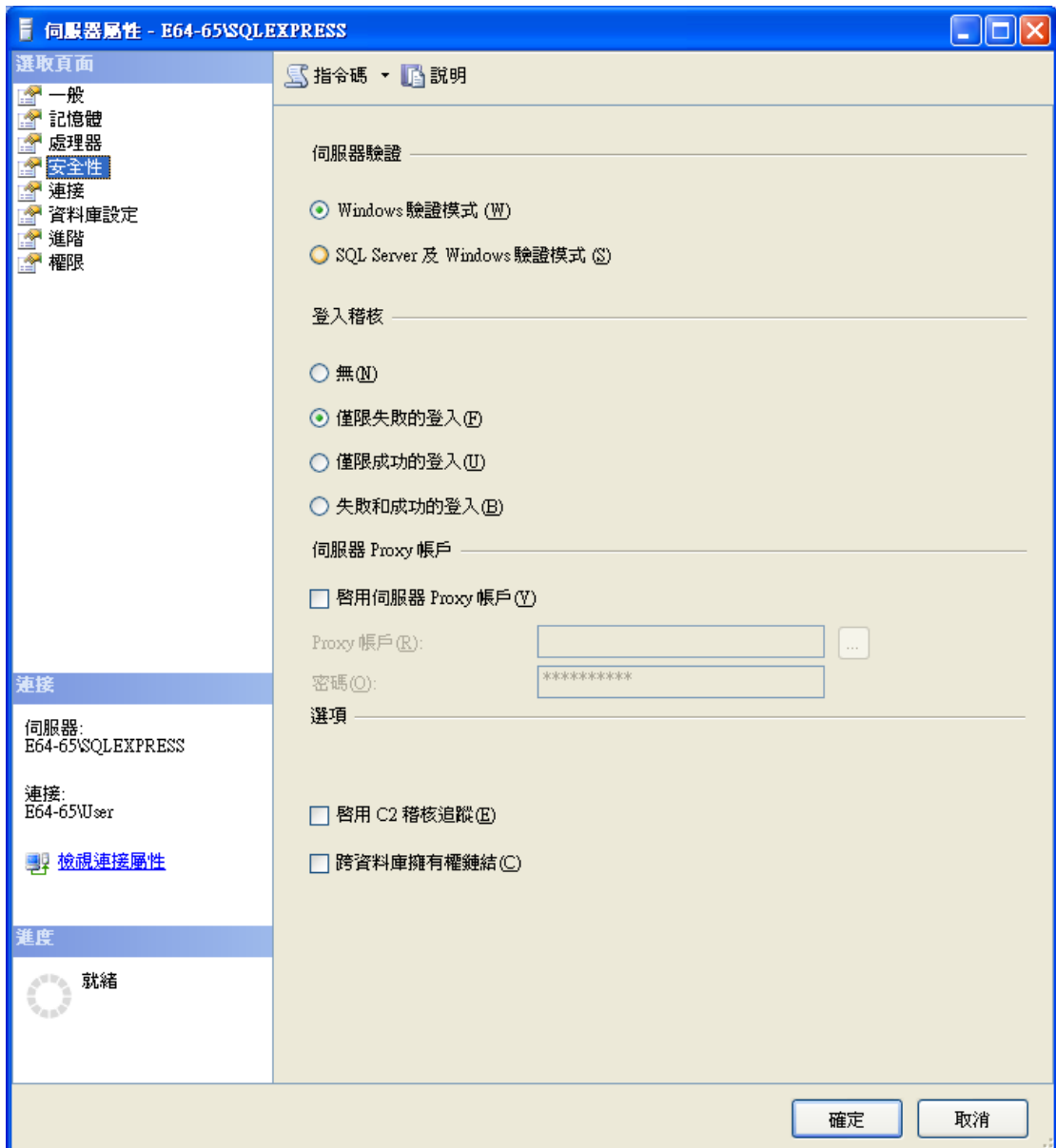


圖 3-45、點選安全性

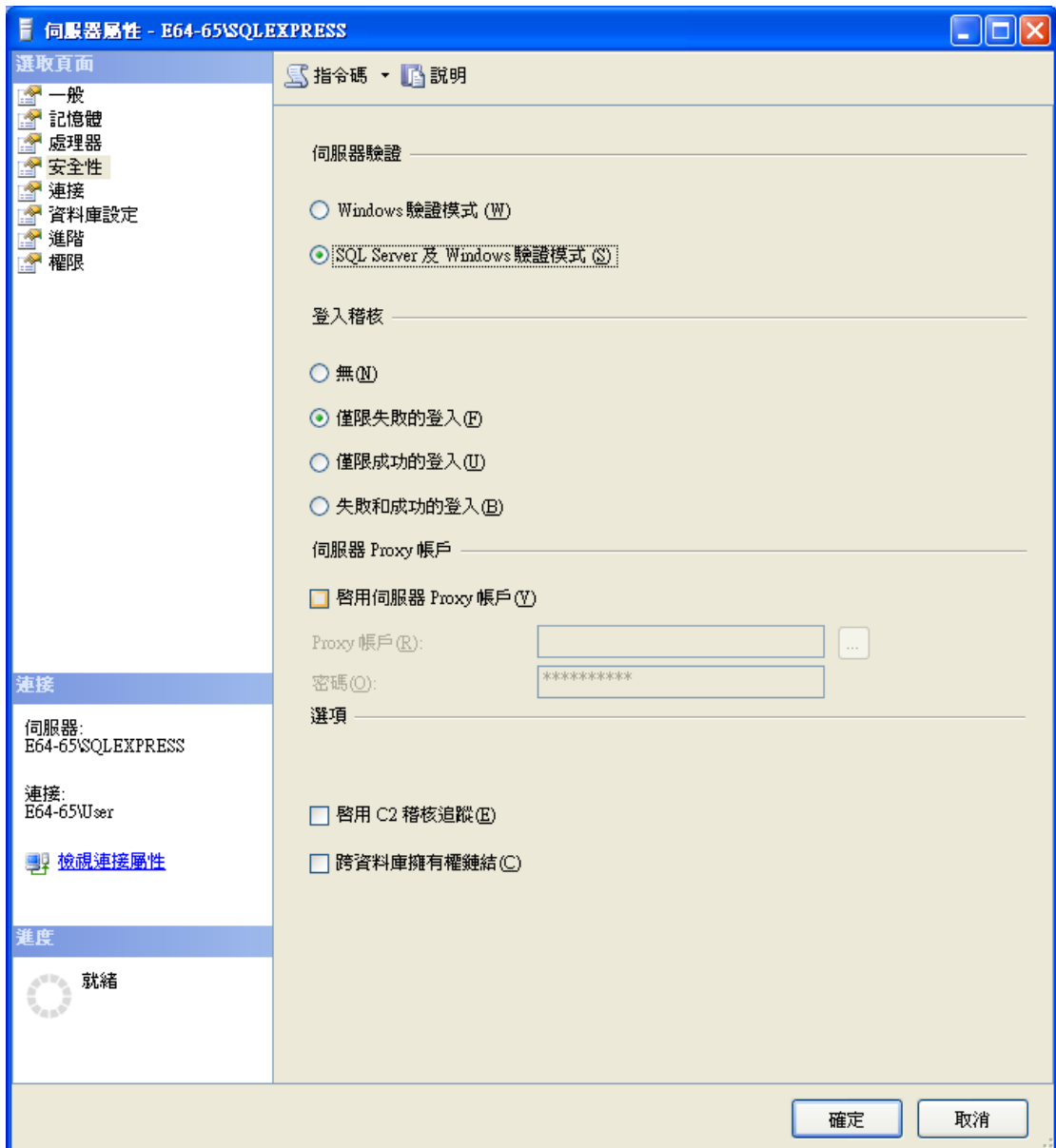


圖 3-46、在安全性上做設定按確定



圖 3-47、按下確認

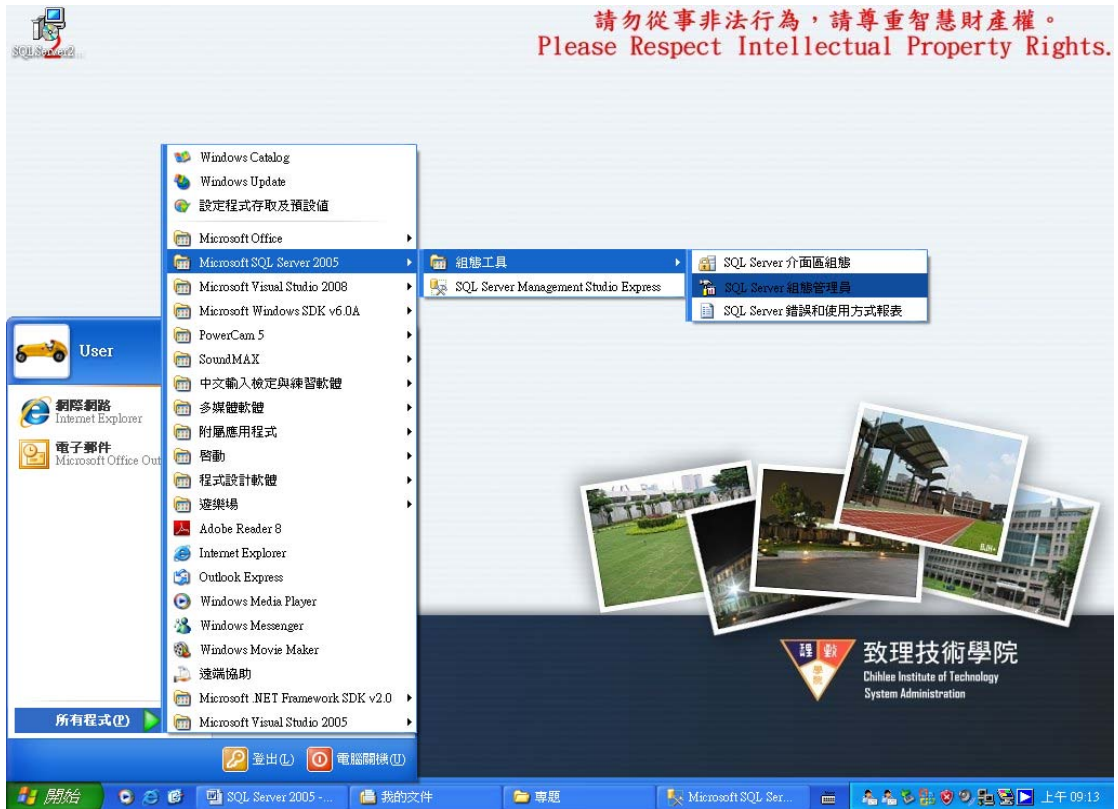


圖 3-48、重新開啟 SQL Server 組態管理員

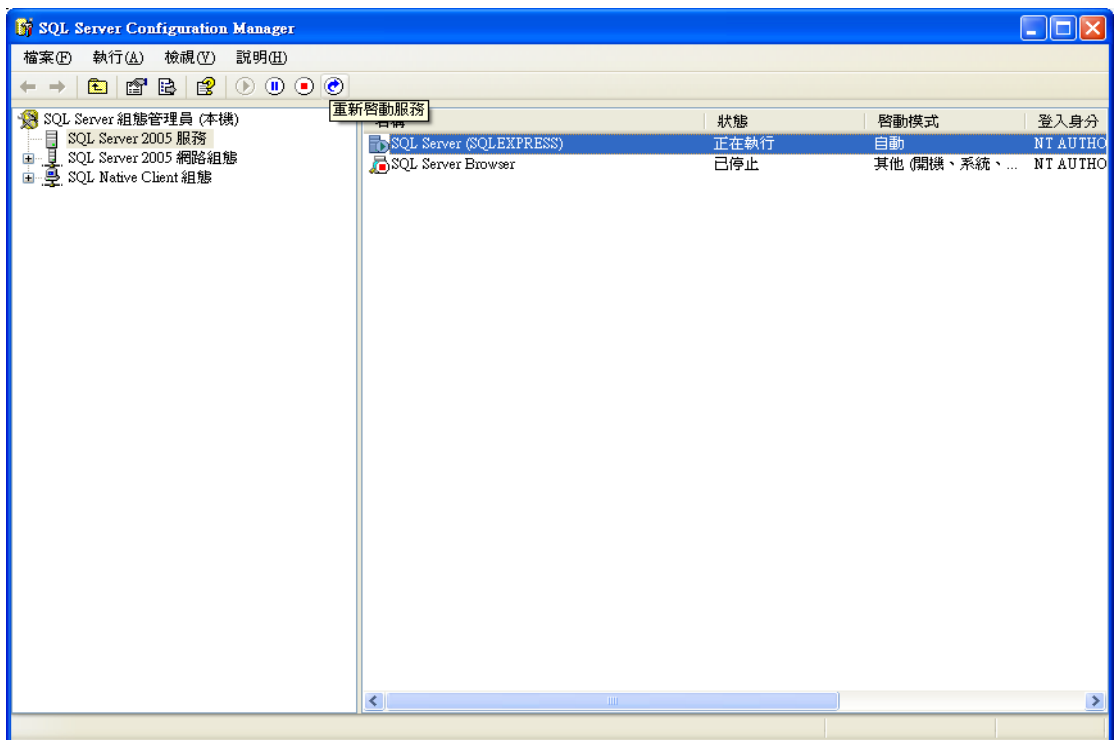


圖 3-49、在 SQL Server 按下重新啟動即可

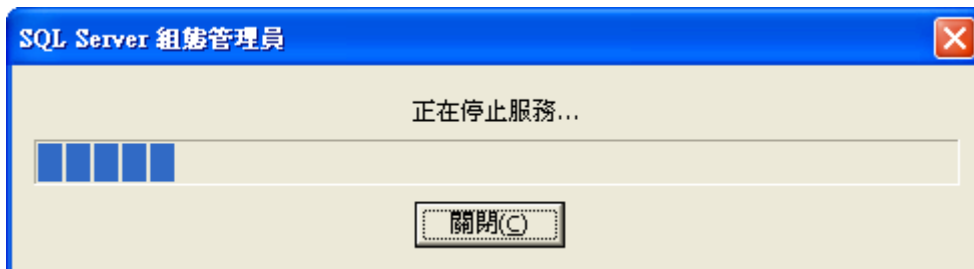


圖 3-50 停止服務

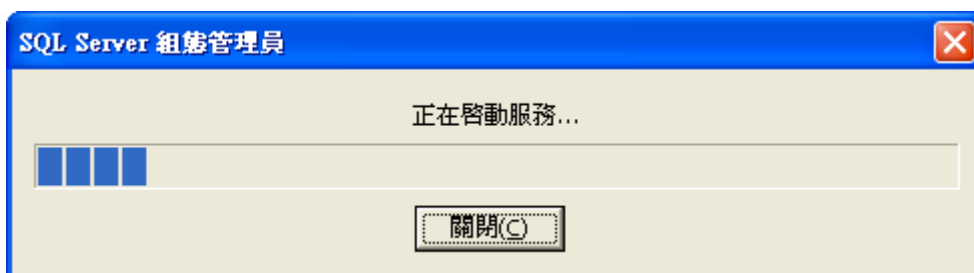


圖 3-51 啓動服務

## 第四節 系統特色與技術

### 1. 都會生活網路化：

目前購物行為已經與高度發展的網路緊密的結合，現代人生活忙碌，而網路購物不但省時便捷，更提供方便的貨送到家服務，如同某購物網站的廣告所言：甘唔賣高麗菜？

網路購物逐漸取代傳統購物行為，成為近年來最發展至為迅速的熱門商機。

### 2. 個人創業門檻低：

網路購物的商家不需要實體店面，只要擁有完善電腦硬體與系統的協助，所節省下來的昂貴店面租金及人事費用，可直接反應在價格上，較便宜的價格就是另外吸引顧客下單的重要因素；而我們所使用的資料庫系統 SQL Server 非常適合小型創業者所使用。

### 3. 即時銷售零時差：

網際網路是動態的，系統隨時可更新。即使新產品剛發表，也能透過線上訊息告知消費者，並讓消費者搶鮮訂購使用，而不用耐心地等待宣傳上架後才可以買到。另一方面，具規模的網路團購有產品資料庫，具檢索功能，只要輸入查詢所需要的項目，便可輕易尋找自己的商品，這可說是運用網路方便性的一大利器。

我們利用 ASP.NET 的技術來架構使用者介面；以人性化的功能頁面與明快的商品展示、優惠的價格來刺激消費者以及有興趣的業者進駐。

#### 4. 多元經營國際化：

網路購物有一天 24 小時，一年 365 天的營業時間，同時打破國界限制，消費者也可透過網際網路向國外買到任何想到的商品或服務，我們目前提供的服務則以本土特色商品以及針對上班族集體消費需求來設置商品品項。

## 第四章 系統呈現

### 第一節 系統預期效能

本專題研究之目的，是希望架設出一互動、方便且具個人化特性的合購網站，利用團體共同大量採購單一商品或服務，並經由與廠商以議價方式壓低價格，不但可用低於市售價格取得所需，更可獲得同樣的品質享受，不僅僅是消費者得利，而廠商也能確保一定的銷售量，維持獲利。

eZ 樂活合購網，就如同其名字一樣，eZ 就是要 Easy，就是希望能提供一個平台，讓使用者可以方便地操作，快速地找尋需要的商品，並以較優惠的價格購買，具體來說，可以從「一般使用者」、「會員」、「廠商」及「管理者」四方面來做說明。

一般使用者：

此類使用者僅此觀看網站為主，網站權限為最低權限，在未加入會員裡無法做任何動作。

會員：

一般使用者經註冊後，即可成為會員。會員除了擁有一般使用者的權限外，也可做線上購物，即時觀看產品內容、產品規格、產品價格以

及觀看團購資訊。

廠商：

要成為廠商會員，須經過管理者的審核，審核通過後，即成為廠商會員。廠商會員可於網上登錄相關商品資訊，供會員團購，也可觀看訂閱產品人數。

管理者：

系統最高權限使用者，可以管理會員、廠商帳號密碼，以及維護所有站務相關事宜，也可透過「關於 eZ」來和其他使用者做溝通。



## 第二節 系統實際效能

### (一)一般使用者

	功能	系統實作成效
一般使用者	eZ 首頁	點選此功能可以回到首頁畫面。
	關於 eZ	一般使用者點選此項，可以看到本網站的成立目的與宗旨。
	會員登入	一般使用者需先註冊帳號才有效。
	免費註冊	提供一般使用者進入網站可以免費註冊功能，功能項目中包含會員編號、會員密碼、會員名稱、啟用狀態、會員 E-mail、會員群組、銀行帳號、地址。
	商品情報	一般使用者點選商品情報這項目，可以查詢所有商品之詳細描述與規格。
	熱銷商品	一般使用者登入首頁時，點選此欄是無效果，須先註冊會員此項目方可使用。
	購物車	一般使用者登入首頁時，點選此欄是無效果，須先註冊會員此項目方可使用。
		連絡 eZ

		電話、傳真、服務信箱。
	付款方式	一般使用者點選此選項，可以觀看付款的方式。
	團購流程	點選團購流程，可以觀看 eZ 樂活團購網的購物方式。
	常見問題	提供 Q&A 功能。

## (二)會員

	功能	系統實作成效
會員	會員登入	使用者透過首頁進行登入的動作，鍵入帳號密碼即可登入，若忘記帳號密碼，可以利用聯絡 eZ 來跟管理者做溝通。
	會員帳號管理	可以查看、修改、管理與會員有關的各項資料。
	訂單查詢	查詢會員的訂單資料。
	瀏覽產品資訊	瀏覽 eZ 樂活團購網所有的產品資訊。
	商品情報	會員可以利用商品情報來查詢所有商品之詳細描述與規格。

熱銷商品	可以透過熱銷產品了解會員最常訂閱的商品。
購物車	可以把欲購買的商品加入購物車中，若要結束購物，則可直接進入結帳功能，購物流成為： 確認購物明細→選擇付款方式→最後確認→完成訂購。
連絡 eZ	可以利用連絡 eZ 來和網站管理者做溝通，即 eZ 樂活團購網的客服中心。
常見問題	提供 Q&A 功能。
使用者登出	登出 eZ 樂活團購網。

### (三)廠商

	功能	系統實作成效
廠商	廠商資料管理	管理廠商本身相關資料，例如：聯絡電話、傳真號碼、廠商聯絡人、廠商地址、電子郵件信箱。
	商品資料管理	管理廠商本身相關商品資料，例如：商品編號、商品名稱、價格、商品敘述、可購數量、廠商代號。
	銷售商品管理	廠商透過銷售商品管理選項，可以對於廠商本身商品做銷售商品新增、銷售商品查詢。
	訂單查詢	訂單查詢：查詢廠商相關訂單資料，例如：訂單號碼、會員編號、商品編號、數量、價格、訂單時間、收件時間。
	密碼修改	廠商可以自行修改更換密碼。
	使用者登出	登出 eZ 樂活團購網。

(四) 管理者

	功能	系統實作成效
管 理 者	會員帳號管理	<p>管理者擁有最高權限更改所有會員帳號資料： 會員帳號管理新增、會員帳號管理修改、會員 帳號管理查詢、會員帳號管理刪除。</p>
	廠商資料管理	<p>管理者擁有最高權限更改所有廠商資料相關訊 息其功能有：廠商資料管理新增、廠商資料管 理修改、廠商資料管理查詢、廠商資料管理刪 除。</p>
	商品資料管理	<p>管理者為最高權限可以控管商品介面，例如： 商品資料管理新增、商品資料管理查詢、商品 資料管理刪除；避免混亂的狀況，則不增加商 品修改功能。</p>
	訂單查詢	<p>關於訂單相關部分，例如：訂單查詢新增、訂 單查詢修改、訂單查詢。</p>
	銷售商品管理	<p>管理者擁有最高權限觀看所有出售商品相關訊</p>

息，例如：銷售商品管理新增、銷售商品管理

	修改、銷售商品管理查詢、銷售商品管理刪除。
最新消息	eZ 樂活團購網最新的消息：最新消息新增、最新消息修改、最新消息查詢、最新消息刪除。
管理者會員密碼 管理	管理者密碼修改。
管理者登出	登出 eZ 樂活團購網。

### 第三節 系統畫面

一般使用者進入網站，在尚未登入或尚未註冊時所看到的畫面(圖 4-1)，點選關於 eZ (圖 4-2)可以看到本網站的宗旨，進入免費註冊會員畫面(圖 4-3)申請成為會員，並且一般使用者透過商品情報(圖 4-4)可以觀看最新的新品訊息，若有任何問題可以使用連絡 eZ(圖 4-5)來直接詢問，一般使用者不能夠完成交易的動作，但是可以透過選項付款方式(圖 4-6)來了解付款方式；對於團購流程有任何不熟悉，可以使用團購流程(圖 4-7)觀看裡面的加入辦法。



圖 4-1、一般使用者首頁



圖 4-2、關於 eZ



圖 4-3、免費會員註冊





圖 4-4、商品情報



圖 4-5、連絡 eZ

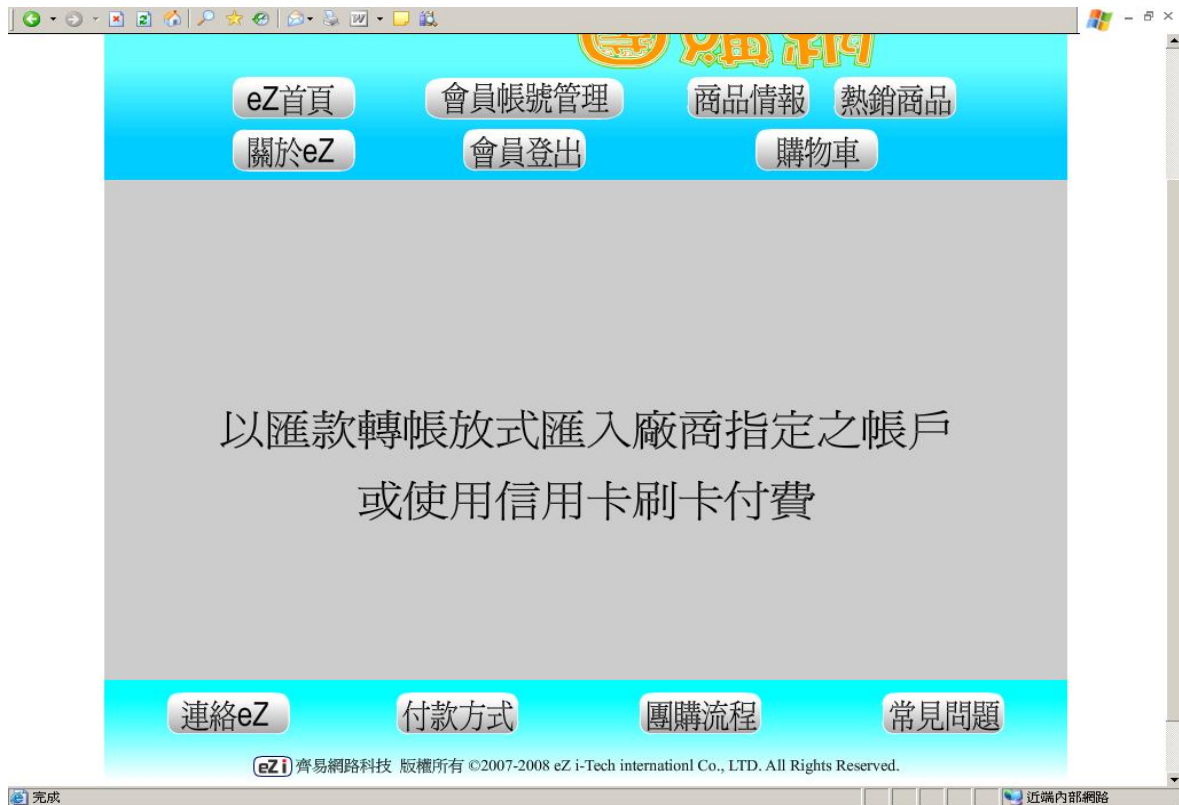


圖 4-6、付款方式



圖 4-7、團購流程

廠商在註冊完成之後，利用網站登入，網站確認為廠商登入時，自動進入的廠商專屬頁面(圖 4-8)，點選左上的廠商資料管理(圖 4-9)，廠商可以更改資料，若更改完成可以點選儲存離開；廠商若有商品要新增，則可以點選商品資料管理(圖 4-10)，來完成商品的新增動作，商品也可以在商品資料管理的介面來進行查詢的功能(圖 4-11)，商品如果在上傳網路後發現錯誤，則可以利用商品資料管理(圖 4-12)，做好修改的動作，如果要刪除此商品(圖 4-13)也可以從這裡做去除的動作；廠商若有商品要拍賣，可以利用選項銷售商品的方式(圖 4-14)新增商品，除此之外廠商可以透過查詢(圖 4-15)的方式來尋找商品；廠商可以透過訂單查詢(圖 4-16)知道訂單的號碼、哪位會員訂購、商品編號、發售日期、截止日期……等；透過商品訂單新增可以有效的新增商品的訂單(圖 4-17)；廠商在作業中，為了安全的考量，廠商可以在密碼修改(圖 4-18)的地方，更換廠商密碼；廠商在結束作業的時候，可以利用廠商登出(圖 4-19)來做登出。



圖 4-8、廠商首頁



圖 4-9、廠商資料管理-修改



圖 4-10、商品資料管理-新增



圖 4-11、商品資料管理-查詢



圖 4-12、商品資料管理-修改



圖 4-13、商品資料管理-刪除



圖 4-14、銷售商品管理-新增



圖 4-15、銷售商品管理-查詢



圖 4-16、訂單查詢-查詢



圖 4-17、訂單查詢-新增





圖 4-18、廠商會員密碼修改



圖 4-19、廠商登出

管理者專區的權限是最多的功能，也是網站的主要核心之一，當網站輸入了管理者的號密碼後，就可以進入管理者首頁(圖 4-20)；管理者可以在會員帳號管理(圖 4-21)中做新增，若是帳號有任何問題時，可以直接進入會員帳號裡(圖 4-22)，點選按鍵修改圖樣即可以做修改動作(圖 4-23)，若是要刪除資料，只要在查詢到需要刪除的廠商或是會員，點選刪除資料(圖 4-24)，跳出視窗確認是否刪除，若是確認之後就可以完成刪除動作；管理者也可以運用廠商資料管理中的新增(圖 4-25)來完成加入廠商，也可以利用查詢(圖 4-26)來尋找廠商的資料，找到廠商資料時，可以點選「修改」鍵來進行修改的動作(圖 4-27)，若是要刪除廠商資料時(圖 4-28)，只要先進入變更廠商資料，再去點選「刪除資料」按鍵，點選確認即可以完成刪除動作；因為管理者全縣最高的關係，所以在點選商品資料管理時，也可以做新增的動作(圖 4-29)，也可以利用查詢功能來尋找商品(圖 4-30)若是要刪除則先進入變更商品資料，再去點選「刪除資料」按鍵，點選確認即可以完成刪除動作(圖 4-31)；訂單查詢功能(圖 4-32)顧名思義就是擁有查詢的功用在，而管理者更是擁有可以幫會員增加訂單(圖 4-33)透過銷售商品管理的強大功能(圖 4-34)，；輸入銷售編號，透過銷售商品管理(圖 4-35)，可以即刻查詢到銷售商品中的廠商編號、商品編號、發售日期、截止日期、以銷售數量、銷售價格、總銷售

數量，也可利用管理者權限，在銷售商品管理中進行修改(圖 4-36)，或是在進入之後，可以運用銷售商品管理選項裡做刪除的動作(圖 4-37)；管理者可以使用最新消息裡的新增(圖 4-38)來增加最新的訊息，這也是管理者自己本身才擁有的功能之一，也可以使用查詢方式找現在的最新消息(圖 4-39)，若輸入最新消息，發佈在網站上時，發現錯誤的話，也可以進行修改的動作(圖 4-40)，或是可以進行刪除的作用(圖 4-41)；管理者也有變更密碼的選項(圖 4-42)，以確保安全；最後可以透過登出的功能來登出畫面(圖 4-43)。



圖 4-20、管理者首頁



圖 4-21、會員帳號管理-新增



圖 4-22、會員帳號管理-查詢



圖 4-23、會員帳號管理-修改



圖 4-24、會員帳號管理-刪除



圖 4-25、廠商資料管理-新增



圖 4-26、廠商資料管理-查詢



圖 4-27、廠商資料管理-修改



圖 4-28、廠商資料管理-刪除



圖 4-29、商品資料管理-新增



圖 4-30、商品資料管理-查詢





圖 4-31、商品資料管理-刪除



圖 4-32、訂單查詢-查詢



圖 4-33、訂單查詢-新增



圖 4-34、銷售商品管理-新增

熱銷商品維護(查詢)

查詢:  查詢 (ALT+q) 0 共11筆 新增資料(ALT+a)

查詢明細:

	銷售編號	廠商編號	商品編號	發售日期	截止日期	目前團購數量	銷售價格	折扣目標數量	商品圖片	
1	修改	20081101	ASUS	A0000001	20080101	20080201	14	30000	50	Ez.web\images\last\3a.jpg
2	修改	20081102	giga	A0000002	20080202	20080301	22	6000	40	Ez.web\images\last\ep45.jpg
3	修改	20081103	msi	A0000003	20080202	20080301	20	5000	30	Ez.web\images\last\p45.jpg
4	修改	20081104	giga	A0000004	20080401	20080501	27	6000	45	Ez.web\images\last\ep45c.jpg
5	修改	20081105	asus	A0000005	20080401	20080415	10	20000	25	Ez.web\images\last\eeepc.jpg
6	修改	20081106	acer	A0000006	20080501	20080601	20	20000	25	Ez.web\images\last\apo.jpg
7	修改	20081107	asus	A0000007	20080701	20080715	7	25000	10	Ez.web\images\last\r2b90000.jpg
8	修改	20081108	intel	A0000008	20080901	20080909	19	8000	30	Ez.web\images\last\Q9400.jpg
9	修改	20081109	amd	A0000009	20080907	20080930	20	5000	30	Ez.web\images\last\9850.jpg

圖 4-35、銷售商品管理-查詢

熱銷商品維護(修改)

銷售編號: 20081101

廠商編號: ASUS

商品編號: A0000001

發售日期: 20080101

截止日期: 20080201

目前團購數量: 14

銷售價格: 30000

折扣目標數量: 50

商品圖片: Ez.web\images\last\3a.jpg

儲存修改(ALT+s) 回查詢畫面(ALT+b) 刪除資料(ALT+d)

圖 4-36、銷售商品管理-修改



圖 4-37、銷售商品管理-刪除



圖 4-38、最新消息-新增

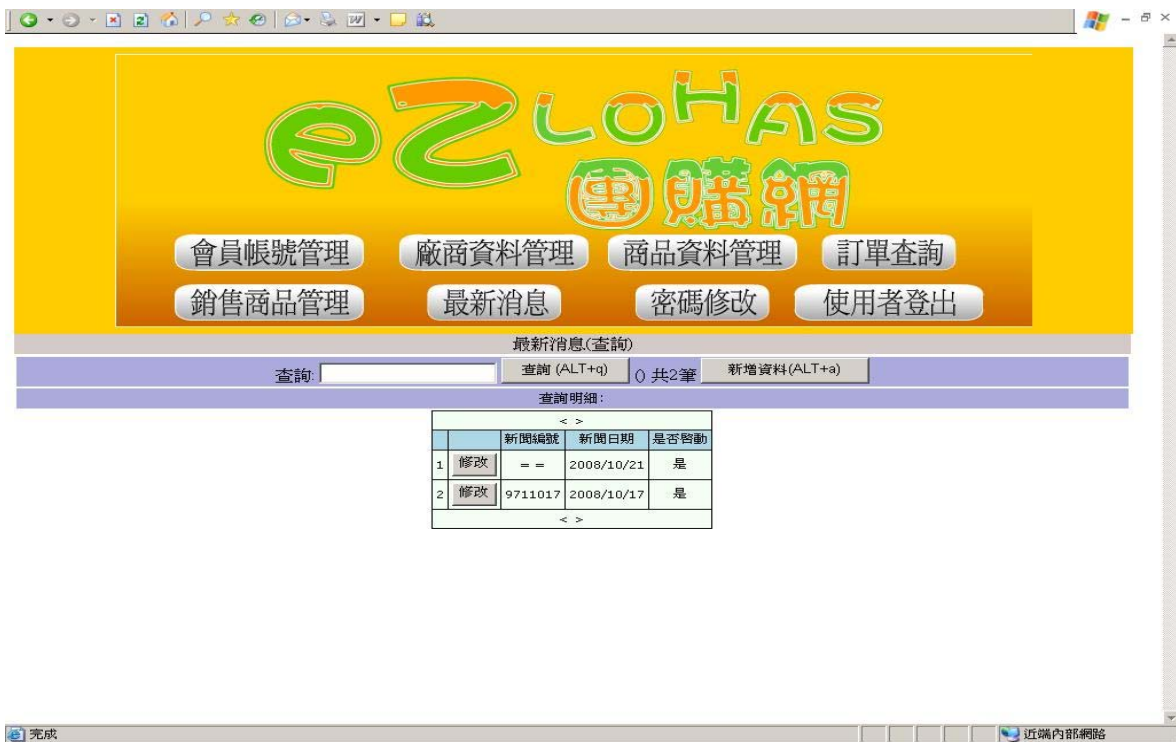


圖 4-39、最新消息-查詢



圖 4-40、最新消息-修改



圖 4-41、最新消息-刪除



圖 4-42、管理者會員密碼修改



圖 4-43、管理者登出

一般使用者透過會員註冊完成後，可以成為會員使用者，透過熱銷商品(圖 4-44)熱銷商品\_1、(圖 4-45)熱銷商品\_2，可以觀看最賣座的物品，在點選「加入購物車」，可以將要購買的商品先放入購物的系統裡，若點選完畢則可以到購物車(圖 4-46)裡觀看，並且可以點選數量，確定完成即可以輸入資料並且選擇付款方式(圖 4-47)，點選送出訂單就可以完成交易方式(圖 4-48)，記得注意匯款時間和轉帳的帳號即可；若是沒有商品加入購物車，點選購物車時會顯示無商品(圖 4-49)；若完成訂單會顯示訂單編號，並且可以在按文字回到產品頁面(圖 4-50)。



圖 4-44、熱銷商品\_1





圖 4-45、熱銷商品\_2



圖 4-46、購物車\_1



圖 4-47、購物車\_2



圖 4-48、購物車\_3



圖 4-49、購物車\_4



圖 4-50、購物車\_5

## 第五章 結論

### 第一節 結論

近期在全球經濟不景氣的衝擊之下，消費者紛紛看緊自己的荷包，在大環境消費指數不理想的狀況下，我們利用團購的優惠價格來打動消費者的心以及荷包；開放供應商價格自訂的方式來提供給消費者更多的優惠，並且更以以量制價的方式壓低供應商進貨價格。

而透過團體購物網站對供應商而言可以直接的節省實體商鋪成本、減低庫存壓力，我們也可以透過網站流量資料來分析現在的流行商品趨勢，提供給供應商作為生產品參考。消費者則可透過網站來交流商品意見；當然網站的主要功用可以讓平常有上網消費的網友或者上班族能以更加優惠的價格順利購得商品。

因此我們透過網購加團購這個方式，可壓低價格，且方便安全。團購的方式已經廣為消費者所接受，商品的總類也越來越多，從最基本的減少支出節省成本進而壓低售價以刺激消費市場，也是我們所要表達的最高宗旨。

## 第二節 未來展望

網站建置後，除了本身網站的功能之外還會想再增加其他功能，以增加網站的功能性，並且對網站增加其便利性、實用性、安全性：

- (1) 增加網誌功能。
- (2) 在網站上增加地圖顯示功能可以確定交貨地點。
- (3) 可以利用此網站訂閱一些新聞消息。
- (4) 利用網站可以自行組團來進行團購；最大的目標是在若有需要團購需求時，則會想到使用本網站作為團購的交易平台。
- (5) 運用團購時也為了避免出門的麻煩，而在安全防範中也是最主要的關鍵之一，現今網路的詐騙手法日新月異，網路上所聽到的詐騙事件層出不窮，所以我們在網路中除了會留意商家的信譽外，也更需要防範電腦中的資料外流出去，所以我們在建構上將更積極去對於安全問題多加考量。
- (6) 網站建置後更希望能達到全球性；也因此需要增加多國語言並且在商品上面可以更豐富多元化。

## 參考文獻

- [1] 蔡俊平著，2004，電子商務概要，文魁資訊出版。
- [2] 梁定澎著，2000，電子商務：理論與實務，華泰文化出版。
- [3] 王志平著，2004，電子商務導論，知城數位科出版。
- [4] 楊聰仁、張德祥著，2004，電子商務的經營模式與策略，新文京開發出版。
- [5] 林祝興著，2004，電子商務安全技術與應用，旗標出版。
- [6] 邱文山著，2003，電子商務與企業電子化，金禾資訊出版。
- [7] 鄭淑芬著，2006，ASP.NET 2.0 網站開發學習講座，悅知文化出版。
- [8] 諾森柏、韋德慕特、賴安、王懿婉、NorthrupTony、WildermuthShawn、RyanBill 著，2007，Microsoft .NET framework 2.0：應用程式開發基礎，精誠資訊出版。
- [9] 陳冠軍著，2007，ASP.NET 2.0 Ajax 開發技術詳解，上奇科技出版。
- [10] 于還莒、陳世訓著，2007，ASP.NET 2.0：由初學邁向程式設計，金禾資訊出版。
- [11] 高明仁著，2006，ASP.NET 2.0 網頁開發高手入門，儒林出版。
- [12] 吳權威著，2007，ASP.NET 2.0 動態網頁入門與應用，網奕資訊科技出版。

- [13]陳會安著，2006，ASP.NET 2.0 網頁設計範例教本，學貫出版社。
- [14]楊居易著，2006，ASP.NET 2.0 程式設計實務：使用 VB.NET+SQL Server 2005，文魁資訊出版。
- [15]陳會安著，2005，SQL Server 2005 資料庫安全系統設計與開發實務，學貫行銷股份有限公司。
- [16]李勁著，2007，資料庫程式設計與系統管理：SQL Server 2005 Express，學貫行銷出版。
- [17]趙松濤著，2007，SQL Server 2005 系統管理應用指南，電腦人文化出版：城邦文化發行。