

致理科技大學國際貿易系
國貿實務專題

數位 DNA 之個案分析-以 E 設計公司為
例

指導老師：林郁芬 老師

學生：田佳靈、李妮璿、許詠晴、
許詠涵

中華民國一一一年十二月

國貿實務專題研究授權書

本授權書所授權之國貿實務專題研究為 田佳靈、李妮瑾、許詠晴、許詠涵 共 4 人，在致理科技大學國際貿易系 112 學年度第 1 學期完成國貿實務專題。

國貿實務專題名稱：數位DNA之個案分析-以E設計公司為例

同意 不同意

本組同學共 4 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：

專題學生簽名：

學號：

中華民國 年 月 日

誌 謝

在這次專題學習中，時光流逝，深刻的承載了我們的辛酸血淚，成為我們人生路途中一段美好卻又艱難的時光。在完成專題的同時，過程中遇到的種種困境、組員間的意見分歧與挑戰彷彿歷歷在目，然而在指導老師、組員及同儕間的幫助與支持讓我們順利渡過這段美好而悲喜參雜的過程。同時，我們衷心的感謝學校，以及在這段時間給予我們幫助和指導的師長、家人、同學、朋友。有你們的幫助和支持，讓我們能夠勇敢面對不同的挑戰。從一開始專題的訂定研究題目，經過了四次的進度追蹤，甚至也將專題論文以簡報形式上臺報告，至今我們將此次專題論文做了最後的討論與修改，不論是學業上的艱辛還是生活中的曲折，都將會在我們的成長過程中扮演了重要的角色。

最後，我們感謝彼此，日以繼夜的共同完成這項挑戰，我們給予彼此的擔當和陪伴讓彼此深感溫暖。這段歷程雖然充滿了挑戰，但也因為有我們共同的努力不懈，得以完成這段學術歷程，並在其中茁壯成長。讓它成為我們人生中難忘而有價值的一頁。再次感謝大家，願我們在未來的人生旅途中繼續攜手前行，共同迎接更多的挑戰與美好。

摘要

隨著數位科技的迅速發展，數位化已經深刻改變了商業環境，尤其對於電子商務產業產生了深遠影響。阿里巴巴作為目前全球最大的 B2B 電商平臺之一，一直站在數位化革命的前沿。本研究透過參與由嘉業科技舉辦的全國大專院校 B2B 跨境電商競賽，與阿里巴巴的合作夥伴『E 設計公司』進行深入合作和觀察，以深入探討阿里巴巴如何在數位化浪潮中運用其平臺優勢，實現商業價值的最大化。

本研究中，研究團隊透過與『E 設計公司』的合作，實際運營電商業務，整理數據並進行深度分析。『E 設計公司』作為新創企業，敢於選擇全數位化通過阿里巴巴平臺進行銷售，最終獲得顯著的營利成果。研究以該公司為個案，深入剖析其成功之道，並關注在同類型公司中如何脫穎而出。

透過本研究，我們瞭解到數位化對於電子商務行業的重要性不斷增加。阿里巴巴作為數位化的先驅，透過其龐大的 B2B 平臺，為中小企業提供了無限商機。『E 設計公司』的成功經驗告訴我們，全數位化經營是未來的趨勢。數據分析、電子支付、社交媒體整合等將成為電商發展的重要驅動力。

未來的研究方向將包括但不限於深入分析不同行業的數位化趨勢，以及不同規模企業在數位化轉型過程中所面臨的挑戰和機遇。同時，也可進一步研究消費者行為和心理在數位化環境下的變化，以期提供更多的策略性建議，推動電子商務行業的健康發展。

關鍵詞：數位網路架構、阿里巴巴、數位化、B2B、電商經營、數位轉型

目 錄

第壹章 緒論

第一節 研究背景、動機與目標.....	1
---------------------	---

第二節 研究問題與目的.....	1
------------------	---

第貳章 文獻探討

第一節 企業數位化定義.....	3
------------------	---

第二節 數位化流程.....	4
----------------	---

第三節 數位化決策.....	5
----------------	---

第四節 數位化效益與困境.....	6
-------------------	---

第五節 數位原生企業.....	8
-----------------	---

第參章 研究方法

第一節 研究架構.....	12
---------------	----

第二節 實驗對象.....	12
---------------	----

第三節 研究設計.....	13
---------------	----

第四節 個案訪談大綱設計.....	13
-------------------	----

第肆章 訪談結果與分析

第一節 訪談內容與討論.....	15
------------------	----

第二節 訪談結論.....	19
---------------	----

第伍章 研究結論與建議

第一節 研究發現與未來研究.....	20
--------------------	----

第二節 研究建議與總結.....	21
------------------	----

參考文獻.....	23
-----------	----

圖 目 錄

圖 2-1 阿里巴巴營業利益圖.....	2
圖 3-1 研究架構圖.....	12
圖 4-1 阿里巴巴在中國電商市佔率.....	16

表 目 錄

表 3-1 訪談大綱.....	13
表 4-1 數位平台發展構面問題與回答.....	15
表 4-2 行銷策略構面問題與回答.....	16
表 4-3 挑戰與解決構面問題與回答.....	17
表 4-4 組織分配構面問題與回答.....	18
表 4-5 未來發展構面問題與回答.....	18

第壹章 緒論

第一節 研究背景、動機與目標

一、研究背景

數位 DNA 意指數位網絡架構，現今社會逐漸使科技與業務共生協作，並搭配與外部數位生態圈合作組成數位網路架構，整個商業架構因科技的發展有巨大的變化，所謂危機就是轉機，近年來由於新冠肺炎對經濟帶來的衝擊，也使得產業市場不得不重新盤整，進而更帶動「宅經濟」的熱潮，也讓許多企業品牌認知到「跨境電商」是一條值得拓展的路。

二、研究動機

由於 E 設計公司的主要客群皆分佈於世界各地，公司內部產品類型眾多，更能深入研究公司進入數位化的流程，包括行銷策略、組織分配.....等。而其在阿里巴巴電商平台的銷售狀況及市場表現十分優異，因此我們選擇該公司為研究對象。

三、預計達到的目標

從與我們合作的廠商設立的電商平台中去研究平台操作方式、平台的功能設定、廠商從平台中得到的效益.....等，研究具備全球性、且具有擴大經營市場範圍的阿里巴巴電商平台，研究學習的過程中，也能更進一步優化廠商原有的網頁設計，深入瞭解平台操作後也能夠提供想法及創意讓廠商做參考。

¹ 請參考鋼管人建構全局數位 DNA 資訊技術智助醫護防疫 (2021)、史貝斯空間 疫情經濟不倒翁 「宅經濟」創造賺錢新趨勢 (2021)

第二節 研究問題與目的

在現今全球數位化高度發展的背景下，為應對消費者購物習慣的不斷變化，越來越多的業者開始選擇經營網路商店、電商平台，甚至建立品牌官網。特別是在台灣市場相對有限的情況下，跨境電商模式已成為企業擴大市場規模和滿足消費者多樣化需求的重要途徑。

本研究旨在透過訪談和個案研究的方式，深入探討跨境電商平台的應用以及企業數位轉型的重要性。研究將分析跨境電商對企業帶來的好處以及可能面臨的挑戰。總結來說，本研究的主要目的可以歸納為以下三點：

一、瞭解企業數位轉型的必要性

深入瞭解企業數位轉型在當前高度數位化發展環境下的重要性，並分析數位轉型對企業競爭力和生存能力的影響。

二、分析跨境電商的優勢和挑戰

分析跨境電商在企業運營中的優勢，同時深入探討可能涉及的挑戰和障礙，使企業可以更好地利用跨境電商平台。

三、評估個案在使用電商平台時所獲得的績效

以阿里巴巴電商平台為例，提供具體的問答與經驗分享，以評估該平台對個案企業的影響，包括優勢和劣勢。

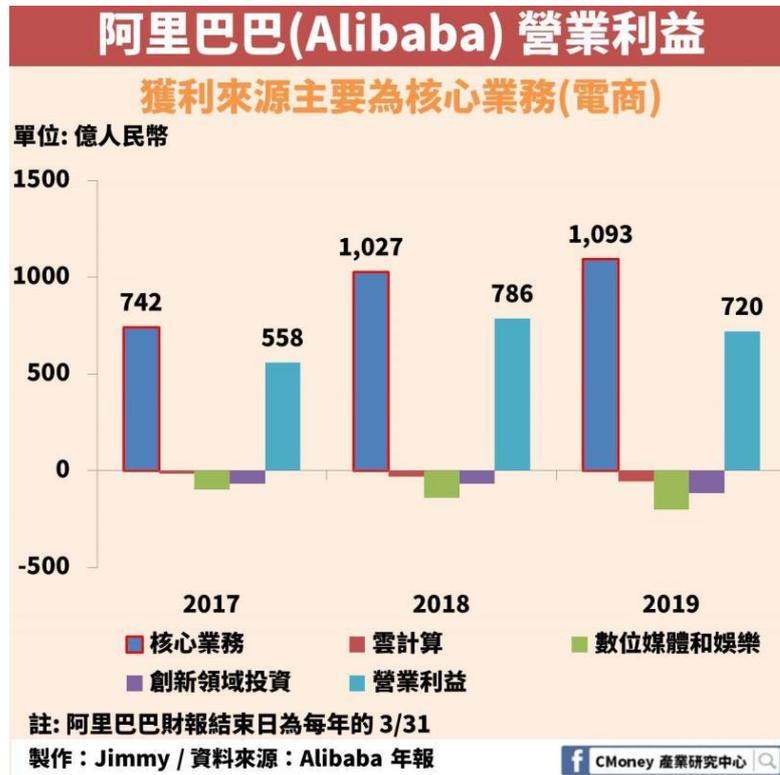


圖 2-1 阿里巴巴營業利益

參考網站:理財寶 (2019)

² 參考 CYBERBIZ 為什麼要拓展電子商務? 5 大優點一次看! (2023)、CYBERBIZ 國外電商平台怎麼選? 淺談跨境電商的重要性、類型及其優點。

第貳章 文獻探討

第一節 企業數位化定義

為了瞭解品牌商選擇電商平台的關鍵因素，藉由文獻探討瞭解品牌商與電商平台之間關聯性、垂直整合的重要性，分別從電商的供給角度及消費者的需求角度來看對於網路購物電商平台選擇之衡量準則。最後再針對個案公司做個案企業概述。

一、數位化定義

很多人會將數位化（Digitization）誤以為就是數位轉型，所謂數位化指的是將傳統的文字、圖片或客戶資料等轉化成電子檔，並儲存於電腦或雲端中，簡言之，就是資料數位化或作業電腦化。數位化只是數位轉型的一部分，也可說是數位轉型的前置作業。（AWS 數位轉型定義為何？，2006）這種轉變可以涵蓋多個層面，包括業務流程、資訊技術基礎設施、產品和服務提供方式，以及與顧客和合作夥伴的互動，並且企業數位化也是綜合性的策略，其運用現代數位技術來改進業務的各個方面，以達到更高的效率、更好的客戶體驗和更好的競爭優勢，以幫助企業在不斷變化的市場中保持競爭力，而下列為企業數位化的必要條件：

（一）數位技術的應用

企業的數位化包括使用各種數位技術，如大數據分析、人工智慧、機器學習、物聯網、關鍵字和區塊鏈等，來改進業務運營和提供更好的產品和服務。

（二）數位轉型

這是一個新穎的轉型過程，它涵蓋了組織的文化、流程和技術的變革，以適應數位化環境。數位轉型不僅是技術上的改變，還包括組織內部的思維方式和結構調整。

（三）增進客戶體驗

企業數位化的一個主要目標是提供更好的客戶體驗。這可以包括在線購物、自助服務、個性化建議、快速滿足客戶需求等。

（四）提升效率和生產力

數位化可以改進業務流程，自動化重複性任務，提高生產力，降低成本，提供更快的決策支援。

(五) 創新和競爭優勢

透過數位技術的應用，企業可以創造新的產品和服務，並在市場上獲得競爭優勢。

第二節 數位化流程

一、數位化流程定義

數位化流程是指將傳統產業的一些非數位資訊以及媒體轉換為數位形式的一個過程。這個過程包括將紙本文件、圖像、音頻、視頻、物理物件等轉換為數位檔案或數位數據，以便於儲存、處理、傳播、共享和管理。數位化流程通常涉及使用數位設備（如掃描器、數位相機、音訊轉換器等）將物理資訊轉換成數位格式，然後儲存在電腦或其他數位儲存媒體中，數位化流程本身可能包含手動步驟，但不一定是自動化。

數位流程自動化整合了整個組織的人員、應用程式、設備和資訊，從而創建了一個高度靈活的數位化組織。通常被稱為業務流程管理（BPM）的下一代或演進版本，數位流程自動化與 BPM 類似，專注於改進和數位化組織中的流程。然而，數位流程自動化更進一步，使整個組織能夠構建智慧應用程式，並將所有流程轉化為數位形式，以提供更引人入勝的數位體驗給客戶。

簡而言之，數位化流程是一個更廣泛的概念，指的是使用數位技術來處理流程和資訊，而數位流程自動化則是在這個框架下更具體的行動，強調自動化和最佳化流程，減少了人為干預。因此，數位流程自動化可以視為數位流程中的一個子集，旨在實現高度自動化的流程管理。

二、數位化流程目標

(一) 保存以及保護重要資訊

通過數位化，可以將資訊永久保存在數位媒體中，從而減少紙本文件的風險，例如損毀、丟失或老化。

(二) 提高資訊存取性

使資訊變得易於檢索和共享，無需物理上的移動和共享，使

用者 只需透過網路就可以取得資訊。

（三）提高工作效率

數位文件可以通過電子方式管理和處理，從而提高工作效率和自 動化流程，也使遠程工作和協作變得更容易，允許團隊成員在不同地點之間共同工作並訪問所需資訊。

（四）支援數位數據分析與數位創新

數位數據透過網路更容易進行分析和挖掘，以獲得有價值的洞察，透過數位技術和資訊科技的基礎上，造新的商業模式、產品、服務或流程，以滿足現代社會和市場需求。

（五）數位合規性和追蹤

透過自動化，組織可以更容易地跟蹤和記錄流程的執行，以確保合規性和監督。

³ 請參考 Adobe 透過數位工作流程將重要程序自動化，藉此坐收事半功倍之效、TIBCO 什麼是數位流程自動化？

第三節 數位化決策

數位化決策（Digital Decision-Making）是指組織或個人在制定決策和解決問題時，其目標是提高決策的質量、速度和效率，降低風險，並在不斷變化的環境中更好地應對挑戰。這種方法在企業管理、政府機構、醫療保健、金融服務等各個領域都有廣泛應用。通過利用數位技術和數據分析，可以幫助企業團隊及個人更好地應對數據龐大和快速變化的挑戰，以做出更明智和具有競爭優勢的決策。而通常在利用數位技術和數據分析來支援和優化決策過程的方法和實踐，以提高決策的效率、準確性和效果，會涉及以下幾個方面：

一、數據收集和分析

數位化決策依賴於數據的收集、儲存和分析。可以從各種來源獲取數據，包括內部系統、外部數據供應商、社交媒體等，然後使用數據分析工具來提取有價值的信息和洞察。

二、預測分析

預測分析是一種重要的數位決策工具，可以幫助預測未來的趨勢、模式和事件。以至於可以更好地規劃和做出決策，以應對可

能出現的情況。

三、機器學習和人工智慧

機器學習和人工智慧技術可以用於自動化決策過程，並提供自動建議和建議。這些技術可以處理大量數據，並識別模式，以改進決策的準確性和效率。

四、可視化和報告工具

可視化工具可以將數據轉化為易於理解的圖形和圖表，以幫助決策者更好地理解信息。報告工具可以生成定制的報告，以分享決策和洞察。

五、協作和共享

數位化決策也包括協作和共享工具，以便多個決策者能夠共同參與決策過程，共享信息，並確保溝通流暢。

六、即時性

數位化決策的優勢是可以實現即時性。可以隨時根據最新的數據和信息做出決策，以應對快速變化的環境。

七、數位安全

數位化決策也需要關注數位安全性，確保數據和信息的保護，以免受到未經授權的訪問或數據泄露的風險。

⁴請參考 IBM 2020 數位轉型觀點：「數位扎根，認知為王」的時代來臨（2020）

第四節 數位化效益與困境

在當今迅速發展的數位時代，數位轉型已成為企業和組織的核心議題之一。數位化不僅改變了我們的日常生活方式，還重塑了企業的商業模式、工作流程和客戶體驗。無論是小型企業或是跨國商業巨頭，數位轉型都已成為保持競爭力的關鍵。

這個時代的數位轉型不僅關乎採用新的技術，還關乎我們思考、創新和運營的方式。然而，隨著數位轉型的演進，我們也面臨著一系列複雜的問題和不確定性，因此我們將深入探討數位轉型的效益及困境。

一、數位化效益

在數位轉型的過程中，企業和組織除了能夠獲得不同方面帶來的實質價值，這些效益在提高運營效率、節省成本、改善資訊存取以及開創商業機會方面發揮了關鍵作用，以此曾競爭力，其中效益的方面包括：

（一）效率提升

數位化自動化了許多重複性的任務，使得工作效率大幅提升，能夠更快更精準地完成工作及任務。

（二）成本節省

透過減少紙張、印刷、人力成本，數位化有助於企業降低公司運營成本，對於盈利能力具有正向的影響。

（三）資訊存取改善

透過數位化不僅能加速決策制定的流程，許多文書庶務工作透過數位化後，公司單位更能快速、便捷的得到需要的資訊，加速公司運作。

（四）商業機會

數位化提供了新的商業機會和市場，其中包含數位產品和服務的開發，並且能夠提供更個性化、便捷和有效的客戶服務增強客戶的忠誠度和滿意度。

二、數位化困境

儘管數位化轉型帶來了豐富的效益，但也伴隨著一系列挑戰和困境，不過若企業透過適當的策略、技術投資和培訓，仍然可以克服這些挑戰，實現數位轉型的潛在效益，而企業在面對困境時可能會遇到的困難如下：

（一）數據安全風險

隨著數位化的擴展，數位化程度越高的公司將面臨越大的數據安全威脅。駭客攻擊、數據外洩和惡意軟件將成為持續的風險，而一旦發生類似事件，公司將面臨巨大的損失。

（二）隱私問題

數位化意味著大規模的數據收集和分析，這牽扯到了個人隱私及合規性問題，而組織必須遵守相關的隱私法規，才能確保個人數據的保護。

（三）技術依賴性

高度依賴數位化的組織可能會面臨技術故障或單點故障的風險，而當系統發生故障時，及可能造成工作生產中斷和業務損失。

（四）文化變革

數位轉型對於舊形企業來說需要組織文化的變革，員工需要適應新的工作方式和數位工具，而這可能會面臨抵制和適應期的挑戰。

第五節 數位原生企業

因為多數文獻都聚焦於傳統產業或大企業的數位轉型，然而台灣的企業型態中卻是以中小企業為大宗，年輕企業的數位導入也不適用「數位轉型」，故本節文獻將針對「數位原生企業」進行說明。

一、數位原生企業定義

近年來，數位原生公司對投資者來說變得極具吸引力(Broitman, et al., October 27, 2021) 但是，數位原生企業其實沒有很正式的定義，許多人認為是使用數位技術管理大部分業務營運的組織並了解客戶更喜歡個人化、同理心的服務，且數位原住民是根據數位體驗來決定對品牌的看法，傳統企業感受到來自數位轉型壓力，但僅存在線上或擁有線上商店並不意味企業可以被視為 DNB，DNB 是採用數據驅動決策，真正理解和利用從客戶數據中收集的有價值的見解(Tzanakakis, angelique . (2020). What Is a Digital Native Business)。這使他們能夠利用數據確保在快節奏的數位經濟中保持競爭力和創新能力。

二、數位原生企業遇到的問題

數位原生企業是指那些在數位技術的普及和發展之下成立、運營和成長起來的企業。通常擁有強大的數位基礎設施和數位化思維。

這些企業在其成立初期或在其業務運營過程中，就將數位技術和數位化策略作為核心元素，以實現競爭優勢、提供更好的用戶體驗以及加速業務增長。但同時這些企業也會面臨一些問題和挑戰，這些問題可能包括：

（一）數據隱私和安全

處理和保護大量客戶數據是一個關鍵問題，數位原生企業必須投入大量資源來確保數據的安全性和隱私。

（二）技術創新：

快速發展的數位技術和新興技術如人工智慧、區塊鏈、物聯網等要求企業不斷跟上以保持市場份額和客戶忠誠度，這需要不斷的學習和更新技術基礎設施。

（三）高度競爭：

數位原生企業通常處於高度競爭的市場中，必須不斷創新和優化他們的數位產品和服務，以保持競爭優勢。

（四）人才培訓：

找到和保留具備數位技能的人才對數位原生企業至關重要。培訓員工以應對新技術和工作方式也將成為一個問題。

三、數位工具的運用及效益

數位轉型工具眾多，包括雲端平台、應用程式、網路工具、人工智慧、通訊行動技術等都是數位轉型工具的其中一環，可從各方面找到合適的系統協助針對需求進行計劃。數位工具的運用及效益，在現在數位化的時代裡，有許多數位工具幫助企業轉型，以下列出了三大類數位工具：

（一）網站架設平台

網站可說是在後續數位轉型中的重要基石，無論是想增加企業形象或是在線上銷售商品，都需要一個接觸網路世界的”媒介”來進行溝通。以下將舉例兩種架設網站的數位工具以及得到的效益：

1. WordPress

主要提供網站設計，是一個以 PHP 和 MySQL 為平台的自由開源和獨立運作的免費軟體，能夠擁有完整的網站自主權，同時還能掌握所有的網站數據。

2. Wix

提供使用者直覺式的網站體驗，無須使用程式碼，只透過網站編輯器拖移的方式就能架設出一個功能簡單且美觀的

形象網站對於個人用戶來說十分夠用且便利，但由於網站綁在 Wix 平台內，因此也大大減少用戶的網站自主權，對於規劃長期經營的企業較不合適。

（二）社群行銷

對於已經擁有網站的業者，下一步需要開始將網站盡可能獲得最大化曝光，以下將以廣告為主舉例社群行銷的數位工具及得到的效益：

1. Google Ads

全球超過 90% 以上的人口都是使用 Google 搜尋引擎，因此在 Google 投放廣告將能觸及廣大的潛在消費者。Google Ads 的優點，他可以指定投放廣告目標，例如：關鍵字、廣告投放位置等，皆可依照行銷目標自行設定。自由控制廣告預算，不會被每月每季固定預算壓著跑。擁有完整的廣告投放數據，可以透過數據制定廣告投放策略或是改善廣告成效。

2. Facebook Ads

全球每月活躍用戶超過 20 億人，現今人人都在使用社群媒體，而 Facebook 廣告也是企業、品牌商最常用於品牌行銷、電商銷售中的其中一項工具。使用 Facebook Ads 的好處，Facebook 提供廣告主在刊登廣告時，有多種刊登方式，例如：圖片、影片、精選集等方式與用戶的創意互動廣告，並選擇最符合自身品牌、行銷目標的方式進行。擁有完整的後台數據，並且能鎖定特定受眾進行廣告投放，而非像傳統廣告亂槍打鳥的形式，另外，廣告主可自由設定受眾的年齡、性別、興趣、行為，讓看到廣告的用戶，很大機率都是對品牌服務有興趣或是曾經接觸過，大大提升投放廣告的效益。

（三）SEO 優化工具

我們稱為關鍵字行銷或搜尋引擎優化。主要是透過瞭解 Google 演算法來優化網站架構。許多網站經營者會使用 SEO 關鍵字工具，他具備了查找相關關鍵字、分析競爭的功能，借助關鍵字工具幫助，可以方便找到並使用相關且轉化率高的關鍵字。以下我們舉例兩款 SEO 軟體：

1. Google Trends

由於免付費且介面簡潔好懂，非常適合剛入門接觸行銷

相關工作的人。他可以依照年份、自行調整時間區間分析最熱門的搜尋關鍵字趨勢。但 Google Trends 主要用 0~100 的區間來判斷該關鍵字被搜索的相對值，因此 Google Trends 只適合用來分析趨勢及開發相關關鍵字，無法明確知道關鍵字正確搜索量。

2. Ahrefs

對於專業行銷相關人士都不陌生，是一款可以查詢反向連結(Backlinks)聞名的軟體，還包含關鍵字研究、競爭對手分析、排名追蹤監測和網站審核的工具。他屬於綜合性 SEO 工具，功能很多。Ahrefs 是需要額外付費的 SEO 軟體，會根據付費分類等級，有些功能會因等級不同而無法使用。Ahrefs 針對 SEO 相關的功能還有非常多，除了關鍵字工具以外，也可以多加利用於分析競爭對手網站功能，知己知彼，才能有機會提升自身網站的排名。

想要成功轉型，擁有專業的數位轉型工具都是每家企業不可或缺的要素之一，同時也是現今行銷人員必須掌握的重要技能。在未來幾年，隨著科技的日益發達以及先前疫情的影響，數位轉型的腳步只會愈來愈快，因此企業應早做好準備，面對未來趨勢才是主要目標。

⁵ 參考 14 個數位轉型工具 | 幫助企業成功轉型的得力助手. (2022).

LEADER.

四、數位原生企業結論

數位原生企業的優勢在於其能夠迅速運用數位技術提供創新性解決方案，以應對市場變革並提供最適合市場的產品與服務。然而，隨著技術的不斷發展，這些企業也面臨著市場競爭激烈、技術變革和安全性問題等挑戰。為了適應未來的競爭環境，企業必須持續精進數位發展能力，透過改進策略、投資新技術，確保能夠應對未來的不確定性。在這樣的背景下，數位原生企業應該著眼於以下方面以提升其競爭力，持續學習並應用最新的數位技術，如人工智慧、機器學習等，善用數位工具，以提供更先進的解決方案。再來則是加強風險管理和安全性措施，確保客戶數據和業務信息的安全。同時，建立強大的數位文化，鼓勵員工參與創新，並將數位轉型視為整體組織變革的一部分。

⁶ 參考企業數位轉型是什麼？從企業數位轉型案例掌握數位轉型 3 大策略、步驟 (2021, August 26) CloudMile.、專題報告：網路原生品牌，從線上賣到線下. (2019, February 4). 凱絡媒體週報.

第參章 研究方法

第一節 研究架構

本研究旨在深入探討企業在選擇和實施行銷數位化策略時所考慮的決策因素，了解企業在數位化轉型過程中所面臨的挑戰、所追求的目標、獲得的效益以及其背後的決策機制，對於成功推動數位化策略、提高市場競爭力具有重要意義。

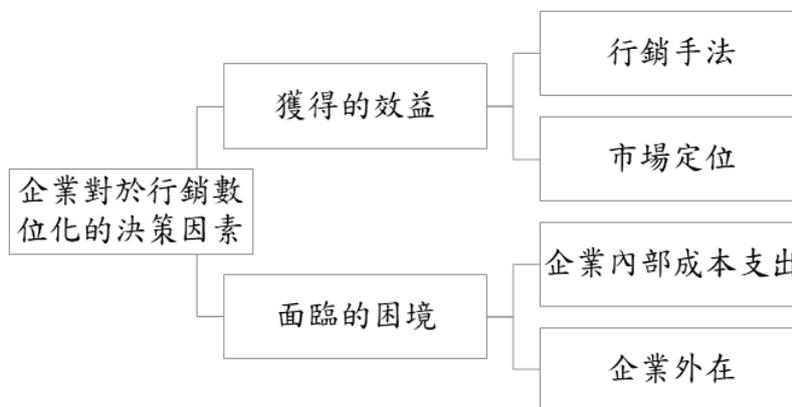


圖 3-1 研究架構圖

第二節 實驗對象

一、實驗對象介紹：

本次實驗對象為「E 設計公司」其於 2016 年在深圳創立第一間公司，並於 2020 年進駐台北。專注於生產及販售各種紙箱和包裝材料之設計，並提供一站式服務解決企業所需要的所有包材問題。

E 設計公司產品特色為高品質及高度客製化，主要於各式電商平台以 B2B 的方式進行銷售，並在逐漸飽和的包材市場中，有著持續成長的訂單量及銷售額，顯示其在市場上的競爭優勢和潛力。

E 設計公司品牌設計理念為「Professional 專業的」、「Trustworthy 執得信賴」及「Altruistic 無私的」，其客戶來自不同行業和不同規模的企業，願景是成為設計領域中最受尊敬和具有影響力的品牌之一，並且公司創始人及團隊成員皆來自不同設計領域的專業人士。

第三節 研究設計

本研究主要的流程及步驟詳情如下：

一、確認研究目的

依據過往經歷及針對本系的貿易專業進行數位發展的延伸與探索，並與指導老師進行學術研究的探討，共同擬定研究目的及方向。

二、相關文獻探討

為了理解企業選擇數位銷售的營運模式，藉由文獻探討蒐集企業對跨境電商的認知及信賴度，並分析其企業的成功因素做為本研究的基礎理論與訪談實驗對象大綱的研究依據。

三、進行個案實驗調查

選取出符合研究調查對象並進行研究，以實際拜訪實驗對象獲取該公司的企業方針及行銷族群，利用面對面的訪談方式充分了解。

第四節 個案訪談大綱設計

本研究對象為E公司管理階層人員及設計部門員工、並且根據研究目的與相關文獻擬定了相關研究之訪談大綱。透過訪談，我們可以深入探索其挑戰、成功、發展過程及相關議題，提供有價值的洞見與瞭解。本個案訪談旨在深入研究特定案例，以豐富我們對特定議題的理解，進而貢獻於相關研究及應用之發展。以下是訪談大綱的設計，一共分為五個構面來去做探討，以作為深入討論的框架及方向。

表 3-1 訪談大綱

探討構面	訪談問題
數位平台發展	1. 為何選擇阿里巴巴電商平台作為主要的販售通路？
行銷策略	1. 加入電商平台前、後的行銷策略差異？
挑戰與解決	1. 剛開始使用電商平台遇到最大的挫折是什麼？解決方案為何？ 2. 如何完善首頁內容？ 3. 以貴公司過去的經驗與觀點您認為是如何在同行之中脫穎而出？

組織分配	<ol style="list-style-type: none">1. 公司產品種類眾多，如何有效處理顧客訂單以及規劃？2. 貴司方針走的是設計包材，那整個產品的工作流程以及人力是如何分配？
未來發展	<ol style="list-style-type: none">1. 未來是否培養網頁設計人才？2. 未來是否加入其他電商通路？

第肆章 訪談結果與分析

本研究透過與 E 設計公司的訪談內容為分析主軸，這些訪談提供了對於電商平台應用與面臨的挑戰以及未來展望的深入洞察。透過與 E 設計公司人資部高階主管的對話，我們獲得了多層次、多維度的資訊，這將讓我們對於數位化平台的理解提供寶貴洞見。

在這一章節中，我們將總結訪談的特點和範圍、介紹主要訪談問題，這些代表了我們在訪談過程中尋求回答的重要問題。最後，我們將呈現訪談結果的摘要、進行深入的分析，以釐清訪談結果對於案例的意義，並探討這些發現對於相關研究和應用的影響。

這些訪談結果與分析將有助於我們深入了解案例所處環境中數位化應用的現狀、挑戰和發展方向，進而為未來的研究和實踐提供有價值的建議和指南。

第一節 訪談內容與討論

一、訪談問題及結果

(一) 數位平台發展

表 4-1 數位平台發展構面問題與回答

訪談問題	訪談摘要
Q1：為何選擇阿里巴巴電商平台作為主要的販售通路？	A1：阿里巴巴電商平台提供了一個全球化的商業機會，使用阿里巴巴能夠擴大業務，輕鬆進入國際市場，建立信譽，也能更好地理解 and 滿足客戶需求，且阿里巴巴提供數據分析工具，可以更了解市場趨勢、客戶需求和競爭情況。

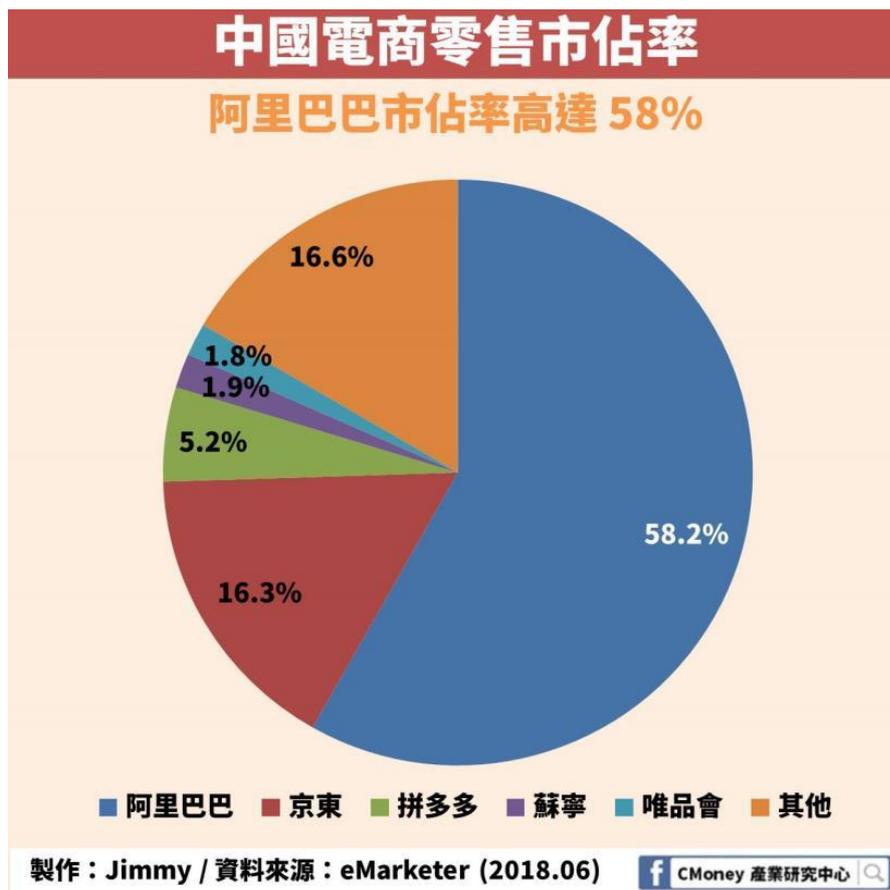


圖 4-1 阿里巴巴在中國電商市佔率
參考網站:理財寶 (2019)

(二) 行銷策略

表 4-2 行銷策略構面問題與回答

訪談問題	訪談摘要
Q1：加入電商平台前、後的行銷策略差異？	A1：過去的行銷手法主要著重於拍攝商品照片並展示於官網，供顧客參考。隨著網路平台的普及，我們逐漸採用新的行銷方式，如拍攝短片、結合重要節日製作特別設計等。在平台上除了展示產品的色卡照片，我們也在各大平台上製作短片，詳細介紹各種顏色的搭配。此外，對於主要產品「紙袋」，我們進行了 Bag fatigue test (袋子疲勞測試) 並製作相關短片，向消費者證明材質的優良品質。

(三) 挑戰與解決

表 4-3 挑戰與解決構面問題與回答

訪談問題	訪談摘要
Q1：剛開始使用電商平台遇到最大的挫折是什麼？解決方案為何？	A1：剛開始儘速電商平台由於包材市場逐漸飽和，因此曝光度及流量有些許不足，而由於我們公司目前工廠設立在中國，辦公室在中國及台灣兩地，但主要銷售對象是以歐美國家為主，因此後期我們主要面對的困難是等待時間過長及包材市場競爭激烈，那我們目前採取的策略是利用精緻化服務取勝，拍攝相關影片放置社群平台，利用多元關鍵字增加觸及率及流量，並且預計在未來夠在越南及美國設立分公司解決遠端操作的問題。
Q2：如何完善首頁內容	A2：一開始我們在製作商品頁面並不是先考慮美觀問題，而是先確定要販賣的商品種類及目標客群，並且先預設對方希望在我們公司看到什麼資訊、服務及資源，進而歸納客戶會希望看到的大方向，再針對小方向去精進精修。目前我們自己的首頁內容雖然已經足夠完整，但由於資訊過於攏長容易使客戶無法吸收資訊，因此未來我們還是會持續修改。
Q3：以貴公司過去的經驗與觀點您認為是如何在同行之中脫穎而出？	A3：我們擁有一個半多元化的團隊，我們在台北的大多數員工具有不同的文化背景，例如美國、加拿大、英國、紐西蘭等。我們會說英語、普通話和日語，我們的業務也已發展到 100 多個國家。而我們的每位業務員都獨立負責一個或以上的產品，我們的產品都是一站式包裝，代表我們是全方位為客戶考

	量、思考，且我們合作過的廠商也都是家喻戶曉的，有良好的口碑。
--	--------------------------------

(四) 組織分配

表 4-4 組織分配構面問題與回答

訪談問題	訪談摘要
Q1：公司產品種類眾多，如何有效處理顧客訂單以及規劃？	A1：如同上個問題所述，我們的業務員都是獨立負責一個項目的產品，以至於更清楚顧客的訂單，因為都是大量的訂單加上一站式服務，有效與顧客溝通是最重要的。
Q2：貴司方針走的是設計包材，那想請問整個產品的工作流程以及產品模板是如何找尋的？	A2：在客戶一開始詢問時，我們會安排專門的業務員來與其接洽與討論，隨後確認需求及客戶構思後，業務員會將訂單轉交由專門的建模團隊以及設計團隊為客戶進行架構與設計，雙方確認好產品規格與設計之後，則會透過工廠打樣、印刷、塗層、膜切等來進行產品處理，產品模板則會通過合作過的廠商樣品以及日常生活中會採集到的樣本做為參考。

(五) 未來發展

表 4-5 未來發展構面 問題與回答

訪談問題	訪談摘要
Q1：未來是否培養網頁設計人才？	A1：是的，培養網頁設計人才在未來仍然是重要且有需求的。隨著數位化和網路科技的快速發展，網頁設計成為企業和組織展示品牌形象、產品和服務的重要工具之一。公司對招募網頁設計

	人才需求，需要具備創意、技術、用戶體驗和設計思維等多方面的能力。
Q2：未來是否加入其他電商通路？	A2：未來是否加入其他通路的話需要仔細考量市場研究、成本效益分析、管理與營運能力等方面的因素以及評估公司人力是否充足。目前除了阿里巴巴平台以外，我們還有透過 Marketing 公司將 Facebook、Instagram、Twitter、Youtube 等社群平台來作為尋找潛在客戶以及客戶詢盤的另一通路。

第二節 訪談結論

作為已經數位化的企業，E 設計公司已利用數位技術改進業務運營和市場行銷，其中包含加入電子商務平台、制定未來發展計畫並且找到面臨困難時的解決方案。全球擴展帶來了新的商業機會，同時也帶來了挑戰。通過數位平台，企業可以跨足國際市場，建立信譽和品牌聲譽變得至關重要 (Czinkota, M. R., & Ronkainen, I. A. (2018).)。在經營電子商務平台時，除了能讓企業全球拓展業務建立信譽，同時還提供了平台數據分析工具，以更好地了解市場趨勢及客戶需求。而數位化過程中伴隨著一系列挑戰，但企業通過創新的解決方法應對，以 Westerman (2014) 透過精細化服務、社交媒體推廣和全球分公司的建立都是應對挑戰的有效方法。

在行銷策略方面，傳統的商品展示方式過於侷限，因此企業採用了更多的數位策略，以吸引客戶的興趣，並在未來發展的策略中同時該公司也不斷改進計劃未來在全球設立分公司已解決遠程操作問題，並在未來將持續排養網頁設計人才，以因應不斷變化的數位需求，同時計劃加入其他電子商務通路以此達到訪談中強調的創新、多元化和持續學習的重要性，獲得競爭優勢。

第五章 研究結論與建議

第一節 研究發現與未來研究

一、主要發現

經過以上的研究與討論，我們可以明顯看到數位 DNA 正逐漸改變商業環境。在現代社會中，它促使科技和業務之間建立了密切的協作關係。未來，企業將越來越依賴數位化來改進運營方式，以提供更優質的產品和服務，以適應數位時代的需求並保持競爭力。

與此同時，電商平台的興起也帶來了重大變革。新的商業模式如共享經濟、訂閱模式、線上購物和區塊鏈技術等得以實現，並創造了眾多就業機會，包括網站開發、數據分析、線上銷售和數位營銷等領域。

阿里巴巴作為一個全球性影響力巨大的電商平台，使企業能夠擴展其市場範圍，實現與世界各地供應商和客戶的無縫合作，以建立完美的供應鏈。同時，在充滿挑戰的疫情危機時期，我們的研究個案中的 E 設計公司也巧妙地利用了「宅經濟」電商平台的優勢，成功在其行業中站穩腳跟，取得優異的成績。

數位時代提供了無限機會，但也帶來了挑戰。因此，在持續創新的同時，我們必須不斷適應並警覺風險的存在。只有如此，我們才能在這個不斷變化的數位世界中茁壯成長。

二、未來研究方向

數位化已成為企業在當今商業環境中無法忽視的重要趨勢，對於數位化後續影響的深遠研究，其方向可歸納為下列三點：

（一）消費者行為與數位化決策

更深入的研究消費者在面對數位化環境下的行為模式、偏好以及消費決策影響的因素，透過行為分析、社群媒體互動、購物喜好等方法，探討消費者如何受到數位化行銷策略的影響，並探索企業應如何適應和構思消費者的行為。

（二）技術發展與數位化決策

考察最新數位科技對行銷數位化決策的影響，針對企業的數

位策略制定與執行進行深入剖析，包括人工智慧、大數據分析、虛擬實境等。研究這些技術如何改變行銷策略、優化客戶體驗，以及如何在企業內部進行有效整合和應用。

（三）數位文化的鞏固與創新

未來研究可以深入探討企業內部的數位文化，包括價值觀、溝通方式、工作態度等。研究可以尋找數位文化的鞏固方法，並著重於如何創新數位文化以適應快速變化的數位環境。此外，也可以探討不同文化背景下的數位化策略，以促進全球企業間的跨文化交流和經驗分享。

第二節 研究建議與總結

一、結論總結

依據上述之研究得出以下結果，經由文獻探討、個案研究等方法歸納整理後將行銷數位化的決策因素、企業數位化的重要性及跨境電商的優劣勢以條列式呈現：

（一）行銷數位化的決策因素

1. 透過提供高品質的產品或服務，以及創新的行銷策略，企業能夠引起消費者興趣，激發其購買意願。而注重顧客互動和回饋，建立良好的顧客關係，也能有效提高購買慾。
2. 降低行銷廣告成本企業必須考慮的問題。在數位化時代，網路廣告、社交媒體宣傳、電子郵件行銷等成為經濟、高效的選擇。透過精準的數據分析和定位，企業能夠選擇最適合目標客戶的廣告投放方式，達到最大曝光，同時最大程度地節省行銷成本。
3. 利用數位化的工具和平台，使企業能夠精準定位潛在客戶，分析其需求和行為，並針對性地進行行銷活動，提高客戶轉換率。

（二）企業數位化的重要性

1. 數位化可以顯著提高業務效率，節省時間和資源。這使企業更具競爭力，能夠在市場中處於優勢地位，更好地滿足客戶需求。
2. 通過線上互動和即時反饋，不僅可以提高客戶滿意度亦

保持客戶忠誠度。若企業能夠收集和分析數據，從中獲取寶貴的見解，就可以做出更明智的決策，改進產品和服務。

3. 企業數位化的創新，可幫助企業應對快速變化的市場，應對危機並建立可持續的業務模型，有助於企業在未來保持競爭優勢並實現長期成功。

（三）跨境電商的優劣勢

1. 跨境電商使企業能夠擴大其客戶基礎，等同於擴展了銷售機會，使企業能夠進入全球市場，滿足更廣泛的需求。
2. 透過跨境電商，企業可以從全球各地的供應商購買商品，有助於多元化供應鏈，減少風險，並確保供應穩定。
3. 跨境電商所需的成本包括運輸和物流可能相對較高，可能影響到產品的定價和利潤。

二、研究建議

有鑑於本研究，當企業經營開始於數位發展規模已非常成熟的時代，恐面臨來自傳統產業的轉型壓力並且需思考如何在眾多電商企業中嶄露頭角，根據劉又豪（2021）研究，其認為企業進行數位轉型要有效果，必須有效地搭配人力培訓策略以及企業經營策略相結合。而本研究以中小企業個案分析為例，並帶入學生立場，進一步探討其成功建議為：

（一）教育方面

探討有效結合實務專業與學術知識的學習課程，以培養學生具備應用的專業能力，並結合實際案例進行應用，以激發學生的創意思維和解決能力，同時也可以通過邀請行業專家參與教學、校企合作等方式實現，以利於找尋適合的人才。

（二）政府補助策略

提供資源和補助以利於鼓勵中小企業推動數位技能培訓，並且加強制定數位安全法規，保障企業和消費者的數位資產和隱私安全，並提供培訓和諮詢服務，以幫助企業建立強健的數位安全體系。

(三) 企業獎勵

鼓勵員工提出創新想法並且設立獎勵制度，建立開放的創新環境，推動企業內部的創新文化，增加員工的向心力。

參考文獻

中文文獻

A. 書籍

林本炫 (2007)。不同質性研究方法的資料分析比較。

周平、楊弘任 (主編)，質性研究方法的眾聲喧嘩 (127-150)。高雄市：高雄復文。

Ranjit Kumar (2000)。研究方法:步驟化學習指南。胡龍騰、黃瑋瑩、潘中道 (譯) (130)。台北市，學富文學。

B. 碩博士論文

王琪撰 (2021)。以策略行銷分析架構探討數位轉型的成功案例。政治大學企業管理研究所碩士學位論文，台北市。

林雪如 (2023)。數位轉型趨勢對傳統製造業人力資源管理之影響研究-以 C 公司為例。逢甲大學商學專業碩士在職學位學程碩士論文，台中市。

陳姿妤 (2019)。中小企業運用 B2B 跨境電商平台成功因素之研究-以阿里巴巴平台營運為例。國立台北科技大學，台北市。

楊玉山，朱博湧 (2013)。現代台灣中小企業的策略轉型與精實創業之研究-以 J 公司為例。國立交通大學管理學院高階主管管理碩士學程，新竹。

劉又豪 (2021)。數字轉型與人才培育策略之研究—以 X 公司為探討物件。國立台灣大學，台北市。

C. 網站

14 個數位轉型工具 | 幫助企業成功轉型的得力助手. (2022). LEADER. <https://leaderweb.com.tw/digital-transformation-tools/#SEO%E5%84%AA%E5%8C%96%E5%B7%A5%E5%85%B7%EF%B8%B1%E7%B6%B2%E7%AB%99%E5%BF%85%E5%82%99%E6%95%B8%E4%BD%8D%E8%BD%89%E5%9E%8B%E5%B7%A5%E5%85%B7>

14 個數位轉型工具 | 幫助企業成功轉型的得力助手. (2022). LEADER. <https://leaderweb.com.tw/digital-transformation-tools/#SEO%E5%84%AA%E5%8C%96%E5%B7%A5%E5%85%B7%EF%B8%B1%E7%B6%B2%E7%AB%99%E5%BF%85%E5%82%99%E6%95%B8%E4%BD%8D%E8%BD%89%E5%9E%8B%E5%B7%A5%E5%85%B7>

什麼是數位流程自動化?. (n.d.). TIBCO. <https://www.tibco.com/zh-hant/reference-center/what-is-digital-process-automation#:~:text=%E6%95%B8%E4%BD%8D%E6%B5%81%E7%A8%8B%E8%87%AA%E5%8B%95%E5%8C%96%E5%B0%87%E6%95%B4%E5%80%8B,%E9%80%B2%E8%A1%8C%E6%94%B9%E9%80%B2%E5%92%8C%E6%95%B8%E4%BD%8D%E5%8C%96%>

企業數位轉型是什麼? 從企業數位轉型案例掌握數位轉型 3 大策略、步驟. (2021, August 26). CloudMile. https://mile.cloud/zh/resources/blog/anti-epidemic-accelerate-Digital-Transformation-control-enterprise-five-phases-three-strategies_356

余采霏. (2021, October 4). 科技、資料與醫療融合成利器 法規鬆綁加速創新實現 建構全局數位 DNA 資訊技術智助醫護防疫. 網管人. <https://www.netadmin.com.tw/netadmin/zhtw/trend/B92695C3F9764043AD21272819414568>

疫情經濟不倒翁 「宅經濟」創造賺錢新趨勢. (2021, Spring 6). 史貝斯空間. <https://slasherspace.com/the-rise-of-stay-at-home-economy/>

專題報告：網路原生品牌，從線上賣到線下. (2019, February 4). 凱絡媒體週報. <https://twncarat.wordpress.com/2019/02/04/%E5%B0%88%E9%A1%8C%E5%A0%B1%E5%91%8A%EF%BC%9A%E7%B6%B2%E8%B7%AF%E5%8E%>

9F%E7%94%9F%E5%93%81%E7%89%8C%EF%BC%8C%E5%BE%9E%E7%
%B7%9A%E4%B8%8A%E8%B3%A3%E5%88%B0%E7%B7%9A%E4%B8%
%8B-2/

透過數位工作流程將重要程序自動化，藉此坐收事半功倍之效。(n.d.).

Adobe. <https://www.adobe.com/tw/acrobat/resources/what-is-a-digital-workflow.html>

游復興.(2020, April 27). IBM 2020 數位轉型觀點：「數位扎根，認知為

王」的時代來臨. IBM. [https://www.ibm.com/blogs/think/tw-](https://www.ibm.com/blogs/think/tw-zh/2020/04/27/ibm-)

[zh/2020/04/27/ibm-](https://www.ibm.com/blogs/think/tw-zh/2020/04/27/ibm-)

[2020%E6%95%B8%E4%BD%8D%E8%BD%89%E5%9E%8B%E8%A7%80%E9%BB%9E%EF%BC%9A%E3%80%8C%E6%95%B8%E4%BD%8D%E6%89%8E%E6%A0%B9%EF%BC%8C%E8%AA%8D%E7%9F%A5%E7%82%BA%E7%8E%8B%E3%80%8D-%E7%9A%84%E6%99%82%E4%BB%A3/](https://www.ibm.com/blogs/think/tw-zh/2020/04/27/ibm-2020%E6%95%B8%E4%BD%8D%E8%BD%89%E5%9E%8B%E8%A7%80%E9%BB%9E%EF%BC%9A%E3%80%8C%E6%95%B8%E4%BD%8D%E6%89%8E%E6%A0%B9%EF%BC%8C%E8%AA%8D%E7%9F%A5%E7%82%BA%E7%8E%8B%E3%80%8D-%E7%9A%84%E6%99%82%E4%BB%A3/)

溫紹群 (2019)。企業注入數位 DNA 擁抱數位轉型與創新。工商時報。

檢自：<https://readers.ctee.com.tw/cm/20190717/a06aa6/994354/share>

點點簽 (2023)。數位轉型是什麼？從 4 個成功案例看數位轉型步驟、目的！檢自：[數位轉型是什麼？CYBERBIZ 平台 \(2023\)](#)。國外電商平台怎麼選？淺談跨境電商的重要性、類型及其優點

檢自：<https://www.cyberbiz.io/blog/國外電商平台/#跨境電商的重要性>

CYBERBIZ 平台 (2023)。國外電商平台怎麼選？淺談跨境電商的重要性、類型及其優點

檢自：<https://www.cyberbiz.io/blog/國外電商平台/#跨境電商的重要性>

CYBERBIZ 平台 (2023)。為什麼要拓展電子商務？5 大優點一次看！檢

自：<https://www.cyberbiz.io/blog/電子商務-3>

Jimmy. (2019, August 28). 「阿里巴巴 (BABA)」：電商、雲端運算業務看俏，3 年內 EPS 高速成長 100%。CMoney.

<https://www.cmoney.tw/notes/note-detail.aspx?nid=176047>

英文文獻

Broitman. (2021, October 27). How Digital Natives Achieve a Competitive Edge over Incumbent Enterprises. <https://softwaresim.com/blog/how-digital-natives-achieve-a-competitive-edge-over-incumbent-enterprises/>

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.

Tzanakakis, angelique . (2020). What Is a Digital Native Business <https://blog.dotmodus.com/what-is-a-digital-native-business/amp/>

Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2014). *Leading digital: Turning technology into business transformation*. Harvard Business Review Press.