

致理科技大學國際貿易系
國貿實務專題

後疫情時代跨境電商發展與趨勢—以
B2B 跨境電商大賽為例

指導老師：鄧旭茹教授

學生：黃啟豪、郭馥民、胡証滄、陳奕翰
、林新展

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 郭護民, 黃啟豪, 胡証清, 陳奕翰, 林新展
共 5 人, 在致理科技大學國際貿易系 112 學年度第 2 學期完成國貿實務
專題。

國貿實務專題名稱: 後疫情時代跨境電商發展趨勢—以B2B跨境電商大賣場為例

同意 不同意

本組同學共 5 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: (親筆正楷)

鄧旭芬

專題學生簽名: (親筆正楷)

學號: (務必填寫)

郭護民

10901205

黃啟豪

10901202

胡証清

10901218

陳奕翰

1090209

林新展

1090249

中華民國 112 年 11 月 1 日

*本授權書請裝訂於書名頁之次頁以黑筆撰寫親筆簽名。(請自行刪除)

致 謝

非常感謝本組的專題指導老師，提供了很多資訊以及撰寫的方向，儘管過程中遇到了挫折與困難，但老師都會即時的給我們非常專業的資訊，而老師在撰寫的階段，也充分的參與過程，在我們遇到困難時，立即提供協助來助於我們完成本次的專題。

接著，感謝我們本次的競賽合作廠商，提供了許多有關電商經營，以及平台操作的方式，幫助了我們更深入的瞭解了電子業商務的應用以及實作，幫助本組能夠更順利撰寫出有關電商方面的專題。

在本次的專題中，感謝組員們在這段時間的辛勞與付出，一同撥出時間、以及提供想法，本篇專題才能順利的撰寫完成。

最後，感謝評審老師以及所有參與本專題研究之老師同學們，有您的參與，本次專題才能順利的撰寫完成，您們提供的寶貴意見及想法，都是本組進步的動力，再次感謝對本專題付出的評審、老師及同學們！

摘要

本組研究主要探討阿里巴巴平台對於跨境電商之應用。電商平台在近幾年蓬勃發展，又因為面臨疫情導致許多店家轉行，陸續投奔電商平台。也因此廣大的網路功能，使得各行各業進入市場門檻低，導致市場動盪。

因此，本研究透過阿里巴巴電商大賽與詩宴之野公司合作，將自家的運動手錶行業投入到電商市場中，為詩宴之野公司因疫情時代所受到的影響，透過阿里巴巴電商平台能夠帶來甚麼轉變。

本組應用的平台是阿里巴巴，合作廠商是位於台北市大安區的詩宴之野公司，是一間透過分析數據以及設計運動手錶的電子消費性產品公司，因應這次後疫情時代，許多家庭有擔心染疫而出現缺氧的症狀，此時運動手錶可以進行實時監測長者或家人的狀況，故此詩宴之野公司想透過此次大賽能夠將產品推銷到各國，希望我們能夠為產品重新定位並且上架，能夠吸引更多客戶。

關鍵詞：跨境電商、阿里巴巴平台、詩宴之野、運動手錶、後疫情時代、電商市場

目 錄

第壹章 緒論	1
第一節 研究背景與動機	1
第二節 研究問題與目的	1
第三節 研究對象	1
第四節 研究架構與流程	1
第貳章、產業介紹	3
第一節 穿戴式裝置的興起	3
第二節 疫情對全球 B2B 跨境電商的影響	5
第參章、文獻探討	8
第一節 何謂跨境電商	8
第二節 跨境電商的優缺點	11
第三節 跨境電商的應用領域	15
第肆章、研究方法	17
第一節 個案研究法	18
第二節 SWOT 分析	18

第三節 研究實作分析	19
第四節 資料分析與結果	24
第伍章、研究結論與建議	27
第一節 結論與建議	27
第二節 管理實務及內涵	28
第三節 後續研究之建議	29
第陸章、參考文獻	31

圖 目 錄

圖 1-1 研究架構	2
圖 1-2 研究流程圖	2
圖 2-1 B2B 公司在與對手交易過程中，交易型態的改變	5
圖 2-2 傳統與數位方式對客戶吸引力之比較	6
圖 2-3 B2B 跨境電商平台歷年銷售總額與分析	7
圖 4-1 幫助詩宴之野拍攝產品圖	19
圖 4-2 阿里巴巴操作平台	19
圖 4-3 後臺數據	20
圖 4-4 分析上架關鍵字	20
圖 4-5 實際進行詢價	21
圖 4-6 至詩宴之野公司與公司執行長訪談	21
圖 4-7 與詩宴之野執行長討論發品事宜	22
圖 4-8 詩宴之野公司圖標	23
圖 4-9 用 PS 幫產品文宣照片進行修正	23

圖 4-10 參賽證明	25
圖 4-11 詢盤獎佳作	25
圖 4-12 參賽組員大合照	26

表 目 錄

表 2-1 電商平台歷年成長率	7
表 4-1 SWOT 分析	18

第壹章 緒論

第一節 研究背景與動機

一、研究背景

在這網路快速發展的時代，跨境電商固然成為各國的貿易往來的主要手段之一。線上購物打破了時間地點的藩籬，不管在何時何地都可以上網進行瀏覽商品，並且透過各種國際物流傳輸到買家所在地。近年來，跨境電商發展的速度極為迅速，已經成為經濟活動與國際貿易的新引擎，各種購物活動伴隨著電商的效應促進著經濟發展，在 2021 年的雙 11 購物節，天貓購物網成交額衝破台幣 2.32 兆的業績，由此可見擁有一個各國商品的購物網站以及打折力度的促使下，會吸引更多的消費者進行購物。

從商品的可得性來看：在購物網上不管甚麼產品，沒有你買不到只有你想不到，比起花時間逛許多實體店，在這緊湊的社會模式下，更多人希望的是在下班後躺在沙發上滑滑手機就能買到自己需要的商品。而在商店品質上消費者往往會看其他購買者的評論以及店鋪買賣量來衡量自己要不要買這間商店的產品，並且會到其他店鋪進行比價。故此一個合格的跨境電商店鋪是需要時刻衡量自己的商品價格和各大消費者的評論，不只賣的是優良產品，對於售後服務也是需要專業知識以及應答來回復消費者，相關的退換貨流程也需要與各大物流管理來配合，跨境電商牽動了各種產業發展，進行買賣商品帶動了大、中、零售商的銷量以及物流業的流量，這些都使自己國家經濟產生正成長的流量。

二、研究動機

在參賽 B2B 跨境電商的比賽也符合本系國際貿易系的相關知識與機會練習，對於學到國貿的相關理論及原理都可以運用在此比賽中，且不是單單對於消費者 B2C 的型態，B2B 的型態獲得的金流量是碩大的。跨境電商已然成為全球民眾熟悉的購物方式，從耳熟能詳的「Amazon」、「阿里巴巴」、「淘寶網」等都是跨境電商的案例，但要如何在各種購物網上脫穎而出，吸引消費者或廠商到自己的店鋪消費，是各個商家需要思考的問題，從店鋪的設計到產品的標題以及關鍵字下標，網站本身的廣告推送這都是一門學問，透過比賽實際操作一家店鋪，能夠讓本組了解到跨境電商的流程以及竅門，這些是在學校課堂中學不到的事情。本組認為這是在大專院校內能夠獲得貿易實務經驗的一大機會，在這龐大貿易市場中如何吸引到最多消費者，並且改造店鋪增加訪問量，這些都是本組想要探討的問題。

第二節 研究問題與目的

電商時代的崛起，各大知名電商平台也利用更簡單且快速的方式來加速全世界的貿易，相比一些大企業的傳統貿易，中小型企業反而更容易上手來操作電商平台，本組的研究目的是探討在阿里巴巴平台上的商家在商店後台是如何操控前台的，並且如何運用商家現有的資源，來增加商家在阿里巴巴平台上的知名度及曝光度，提升自己的價值來在這個時代佔有一席之地。本組彙整了三個問題來當作研究目的

- (一) 傳統貿易跟跨境電商最大的差別在於？
- (二) 對於剛加入阿里巴巴平台的新星公司所面臨到的問題？
- (三) 如何更有效率地提升商店的品牌知名度？

第三節 研究對象

本組研究對象是位於台北市大安區的詩宴之野有限公司，公司主要是生產智能產品，其中最為熱銷的就是他們的智慧手錶，相比其他大廠牌 apple、小米等等，詩宴的價位可算是再者兩個大廠中間，屬於中價位。在這次的實作當中，我們是以業務員及操作員的子帳號身份來操作詩宴在阿里巴巴的後台，以實作的方式來學習如何詢盤、發品、關鍵字的運用，甚至也接觸到如何運用 ps 來設計廣告圖來提升自家的曝光度。

第四節 研究架構與流程

本研究主要研究對象是阿里巴巴平台的 B2B 跨境電商大賽實作經驗作為出發點，研究穿戴式裝置的廠商如何在後疫時代運用跨境電商平台所做的行銷策略作為研究，因本研究對象單一、樣本數少，且屬於以實作性來當作研究基礎。所以我們會以「個案研究法」為本研究主要的方法，透過蒐集、統整完整的個案資料，分析其營運模式，再透過量化分析績效目標，實施擬訂計畫，執行研究，並進行意見回饋，供應廠商作為日後在 B2B 跨境電商貿易時的策略參考

三、研究架構

本組主要探討智能穿戴裝置產業透過阿里巴巴電商平台後，分析該產業是否有提升目標績效，來達到公司所需，並統整研究資料。如圖 1-1 所示。

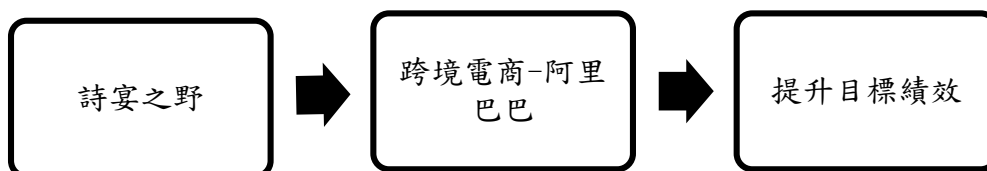


圖 1-1 研究架構

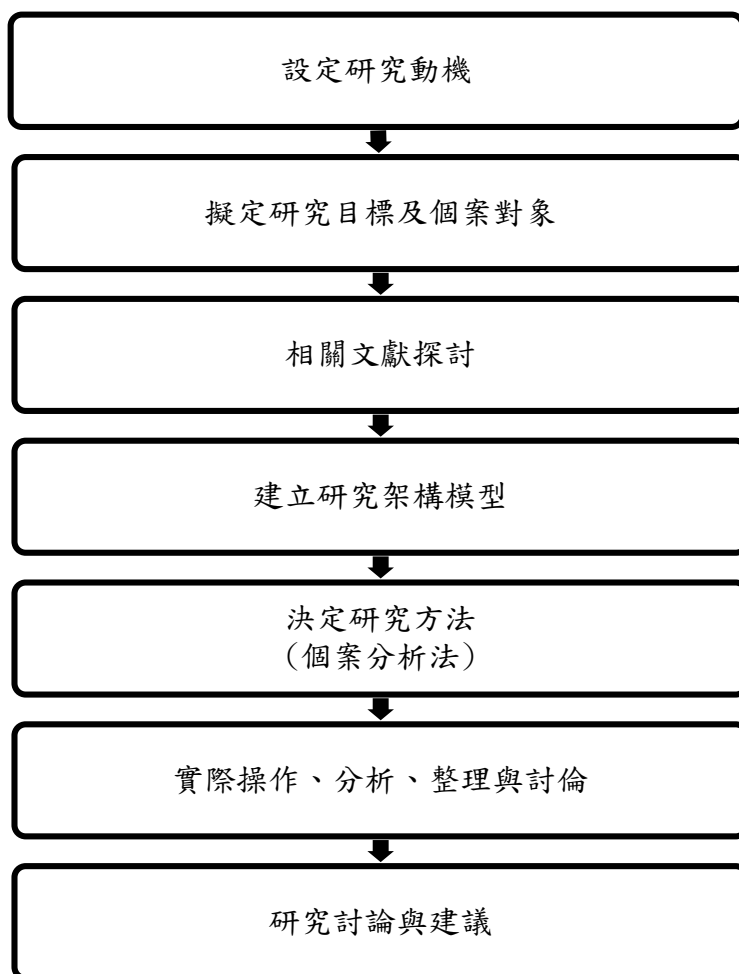


圖 1-2 研究流程圖

第貳章、產業介紹

第一節 穿戴式裝置的興起

一、穿戴式裝置介紹

「穿戴式裝置(Wearable Devices)」發展可以追溯到 20 世紀 60 年代，當時美國宇航局開始研發搭載在太空飛行員身上的生命支持系統。自那時以來，穿戴式裝置在各種應用中不斷發展，例如軍事、醫療、運動等。隨著智能手機和可穿戴技術的快速發展，穿戴式裝置在近年來變得更加普及和廣泛應用。

穿戴式裝置是指一系列可佩戴於身體的電子裝置，這些裝置通常採用輕量化和簡潔的設計風格，因此可以輕易地佩戴在手腕、眼鏡、耳機、鞋子、衣服等多個位置，並且具有可穿戴性、耐用性和舒適性等特點。

裝置透過計算各種生理、周遭環境及健康數據等數據，將數據轉換為具參考價值的資料，使人們能隨時掌握自身的身體狀況。如健身手環、智能手錶等；而另一種穿戴式裝置則是用於娛樂，如 VR 虛擬實境所使用的頭盔，便是娛樂性穿戴式裝置常見的應用。

現今科技的進步及研發技術的創新下，這些裝置通常具有小巧輕便、配戴舒適、智能互聯等特點，可實現健康監測、運動追蹤、通知、語音助手、支付和音樂播放等多種功能，為使用者提供更加便利、高效和智能化的生活體驗。多數的廠商在研發穿戴式裝置時，都會增加更多的功能並且將體積縮小，提升便攜性。

二、穿戴式裝置的應用

穿戴式裝置的應用範圍可分為醫療性及消費性，醫療性的穿戴式裝置通常用於醫療院所及病患所使用，常用於偵測病患的身體數據，例如血糖，血壓，睡眠，藥物管理，康復治療，等等。提供精密的監測數據供病人及醫療院所使用，通常醫療性的穿戴式裝置除了價格較高昂之外，有些具有特定功能的裝置是管制品，在取得上較為不易。

穿戴式心率監測裝置可以通過檢測患者的心跳速率、心律等指標來評估患者的心臟健康狀況，幫助醫護人員及時發現和處理可能的問題，穿戴式血壓監測裝置可以幫助醫護人員實時監測患者的血壓狀況，及時調整治療方案，避免因血壓波動引起的各種疾病，穿戴式睡眠監測裝置可以通過監測患者的睡眠質量、睡眠時間等指標來評估患者的睡眠狀況，幫助醫護人員設計更加合理的治療方案。

穿戴式藥物管理裝置可以幫助患者及時服藥，同時還可以通過記錄患者的用藥情況，幫助醫護人員更好地了解患者的病情狀況，及時調整治療方案。而消費性的穿戴式裝置，不論是在價格、取得上也較醫療性裝置來得更加便利，常見的消費性穿戴式裝置可分為以下兩種用途：偵測生理機能、娛樂等用於偵測生理機能的裝置例如 Fitbit、Apple Watch、Garmin 等品牌的產品，透過光學傳感器或 ECG 技術來測量心率。或是例如 Dexcom、Abbott 等品牌的產品，透過連續葡萄糖監測技術來測量血糖。消費者能用利用合理的價格來購買這些消費型穿戴裝置產品已能夠隨時監控自己的生理狀況，除了能夠監測使用者的生理狀態，也能夠用於查看訊手機訊息、通話等，讓實用性近一步提升，滿足使用者的日常需求；而娛樂性的裝置如 VR 虛擬實境頭盔，藉由頭戴式的頭盔將畫面在使用者面前播放，讓使用者有身歷其境般的感受，大大提升其娛樂品質。

三、詩宴之野公司介紹

本次本組合作的廠商為詩宴之野，詩宴之野創立於 2018 年。主要的業務項目為人工智慧、電腦視覺、語言處理、資料庫及網站建置、以及其他相關資訊軟體開發顧問諮詢。

此外，詩宴之野也從事穿戴式裝置製造，主打的穿戴式產品為智慧手錶。以國外為主要的銷售市場。故使用阿里巴巴平台和外國廠商進行接洽以及交易

第二節 疫情對全球 B2B 跨境電商的影響

一、疫情對全球 B2B 跨境電商的影響

Most B2B seller interactions have moved to remote or digital ...

... and that's exactly what customers want.

Current way of interacting with suppliers' sales reps during different stages^{1,3}

% of respondents



of B2B decision makers prefer remote human interactions or digital self-service^{2,3}

Why?

- Ease of scheduling
- Savings on travel expenses
- Safety

¹Q: "How would you currently interact with sales reps from your company's suppliers during the following stages of interactions?"

²Q: "How would you prefer to interact with sales reps from your company's suppliers during the following stages of interactions?"

³Figures may not sum to 100% because of rounding.

McKinsey & Company

圖 2-1 B2B 公司在與對手交易過程中，交易型態的改變

資料來源：麥肯錫公司(2020)

根據上圖麥肯錫公司的研究，自疫情開始之後，從事 B2B 交易的賣方變得更傾向於使用遠端或是數位自助服務的方式來代替傳統交易。

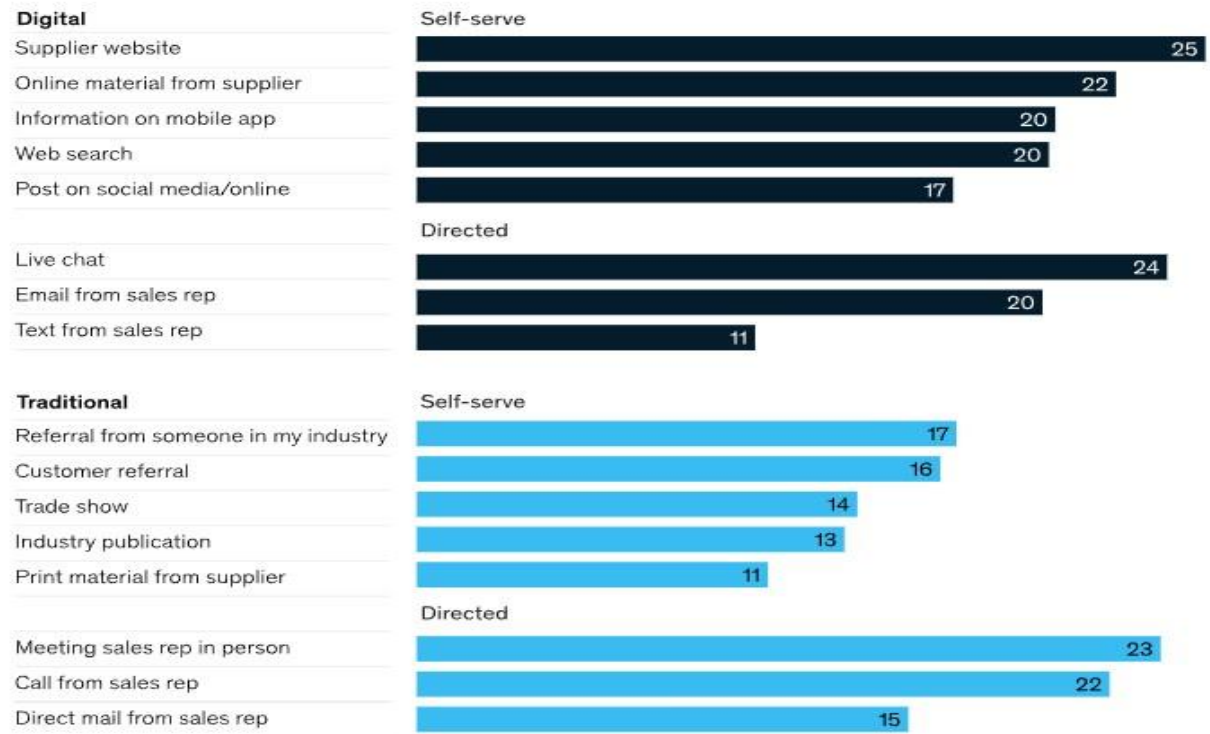
由上圖可知，從尋找、評估廠商，再到下訂以及二次訂購等交易流程，傳統的面對面銷售模式所占的比率已經漸漸降低，逐步被遠端以及數位自助服務所取代。

這樣一來除了能夠避免傳染的風險、降低人員的差旅成本以及展覽等支出之外，也歸功於數位化的服務能夠讓交易透明化，讓買賣雙方除了能更容易獲取資訊進行比較，如價格、數量等。此外，使用數位化的方式也能夠在安排出貨、討論交易細節等流程能夠更加順利的進行。

二、 B2B 交易時對客戶吸引力的改變

Survey respondents now believe digital channels are most valuable when researching suppliers.

Most beneficial supplier interactions for researching/considering suppliers,¹
 % of respondents ranking in top 3



¹Question: What ways of interacting with a supplier would be most beneficial to you when researching/considering suppliers going forward? Rank up to 3 that would be most beneficial. A free-response option was given, but 0% of respondents filled it out in 2020.
 Source: McKinsey COVID-19 B2B Decision-Maker Pulse #1, 3/30-4/9/2020 (n = 3,619)

McKinsey
& Company

圖 2-2 傳統與數位方式對客戶吸引力之比較

資料來源：麥肯錫公司(2020)

由上圖，將媒合客戶的方式分為：傳統被動方式、傳統主動方式、數位被動方式、數位主動方式。

一、傳統被動方式：公司內部人士的推薦、推薦行銷、會展行銷、企業刊物、企業的紙本傳單、目錄等。

二、傳統主動方式：與對方業務代表面對面洽談、與對方公司通話、發信給對方公司。

三、數位被動方式：公司網站、企業的線上刊物、行動應用程式的資訊、搜尋網頁、社群媒體的貼文及動態。

四、數位主動方式：在線對話、電子郵件、簡訊。

三、B2B 跨境電商平台歷年銷售總額與分析

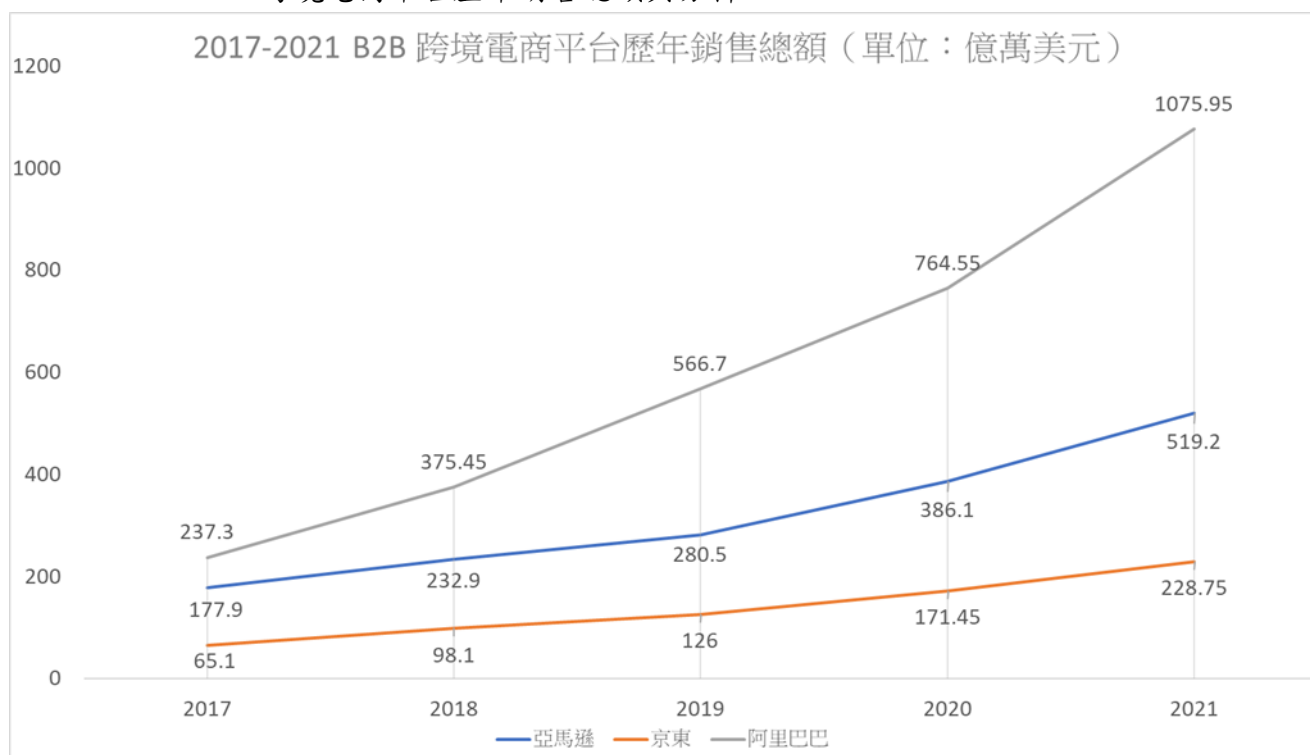


圖 2-3 B2B 跨境電商平台歷年銷售總額與分析

資料來源:本組自公開資料進行彙整

表 2-1 電商平台歷年成長率

2017 年-2019 歷年成長率		2019 年-2021 歷年成長率	
阿里 巴巴	237.3 增長至 566.7(增加 329.4 億萬美元，成長幅度 139%)	阿里 巴巴	566.7 增長至 1075.95(增長 509.25 億萬美元，成長幅度 90%)
亞馬 遜	177.9 增長至 280.5 (增加 102.6 億萬美元，成長幅度 58%)	亞馬 遜	280.5 增長至 519.2 (增長 238.7 億萬美元，成長幅度 85%)
京東	65.1 增長至 126 (增加 60.9 億萬美元，成長幅度 94%)	京東	126 增長至 228.75 (增長 102.75 億萬美元，成長幅度 82%)

由此可見，在 2019 年末 Covid-19 疫情爆發，對於 B2B 跨境電商是很重大的分水嶺，疫情的流行，造成了許多產業改變了交易的方式，由傳統的人員宣傳、接洽、實體展場等，漸漸轉為線上的遠端視訊、虛擬展場等，也使得許多廠商紛紛轉型使用跨境電商平台以因應交易型態的改變，也讓跨境電商的熱潮，再度達到新的高點。

第參章、文獻探討

第一節 何謂跨境電商

一、跨境電商介紹

跨境電商的全名為跨境電子商務（Cross Border E-Commerce），在定義上，與跨境零售相似，皆是藉由不同關鍵的交易主體，透過電子商務（網路平台）完成進出口貿易裡面所有的展示、洽談、金流、資訊流、交易等環節，藉由物流送達商品，完成商品交付的國際商業活動。簡單來說，是指一種「發生地點在網路上」的國際貿易，即從國外網路平台下單，把所需物品買回來。

一、跨境電商盛行的原因：

1. 讓時間不再成為阻礙

跨境電商等於擁有一家全球型的 24 小時超商，就算你已經休息了，地球另一端的美國依舊人在運作，也可以照常下單

2. 減少中間代理商的抽成

從前的海外購物，都是由國內外的代理商批貨過來當地販賣，過程中還轉手無數個中間商，所以海外商品度過關稅和幾次轉手後，最終到消費者的手上必定昂貴許多，所以透過跨境電商，賣家與買家可以直接交易，減少了中間商的抽成，兩方都能獲得更滿意的價格。

3. 減少大量成本

買賣交易可以直接接觸，不只減少了溝通時間，無論是收貨、時間或是處理問題的時間都能大量減少，而人力成本在電商裡面也減少了許多。

二、跨境電商與傳統貿易的區別

(一) 消費者體驗

在消費者體驗方面，跨境電商可以在展示區、離線商務模式（O2O）、實體店家體驗產品，相較於傳統的國際貿易單一實體店家體驗，多了更多的管道可以了解產品，並且進行體驗的動作，讓消費者對於產品擁有更多信任感。

(二) 產品價格

跨境電商因為是直接面對海外賣家，所以不像傳統的國際貿易上會有分銷商分潤的問題，產品價格相對較便宜，你可以想像買國外偶像周邊，自己購買就不需要被代購抽取服務費，自然會比較便宜，在跨境電商的運作上也是相同的道理

(三) 物流配送

物流的部分在跨境電商，貨物可以在保稅區暫存，再透過當地快遞7天內送達，物流配送費也相對便宜，但傳統的國際貿易就只能實體購買，因此以便利性、效率性來看跨境電商的模式更加符合現代人的喜好。

(四) 退換服務

退換服務也是因為跨境電商的貨物能夠在保稅區暫存，因此會有一批暫存貨源可以滿足退換貨的需求，傳統的國際貿易因為是實體據點，所以退換貨只要拿到實體據點都能夠協處理，跨境電商及傳統的國際貿易在退換貨方面都十分的方便。

(五) 品質保證

跨境電商與傳統的國際貿易都會依法在入境的時候檢驗，以確保產品的品質，讓消費者在產品的使用上也較有保障。跨境電商跟傳統的國際貿易運作上比會增加產品源頭管理，對於正品的把控非常嚴謹。

三、跨境電商平台商業模式

(一) B2B 模式 (Business to Business)

讓供應商可以展示自己的產品給其他企業，方便上下游的廠商聯繫，創造更透明且穩定的交易模式。

(二) B2C 模式 (Business to Consumer)

平台直接販售商品或提供服務給消費者。

(三) C2B 模式 (Consumers to Business)

並非指消費者販售商品給企業，而是由消費者提出商品或服務的需求給企業，再由企業提供產品滿足消費者的逆向交易模式。

(四) C2C 模式 (Consumer to Consumer)

電商平台，類似二手跳蚤市場的形式，讓消費者可以在平台上販賣商品給另外一位消費者。

(五) B2B2C 模式 (Business to Business to Consumer)

在 B2B2C 與 B2C 最大的不同就是「庫存地點」，消費者在平台訂購商品後，是由供應商負責處理訂單和物流寄送。

第二節 跨境電商的優缺點

一、 跨境電商之優點

(一) 增加市場：

跨境貿易可以讓企業進入新的市場，接觸到更多的潛在客戶，擴大市場規模，增加銷售額。這不僅可以提高企業的收益，還可以幫助企業降低對單一市場的依賴，減少經濟風險。

(二) 多元化：

通過跨境貿易，企業可以提供更多元化的產品和服務，以滿足不同市場的需求。這可以增加企業的競爭力，提高市場份額，並促進企業的增長和發展。

(三) 獲得成本優勢：

企業可以通過跨境貿易利用不同國家的資源和優勢，降低採購成本和生產成本，提高生產效率和盈利能力。

(四) 風險分散：

跨境貿易可以幫助企業降低市場和政治風險，減少對單一市場的依賴。這可以提高企業的抗風險能力，保護企業的資產和投資。

(五) 增加品牌認知度：

通過跨境貿易，企業可以擴大市場份額，增加品牌知名度和認知度。這可以提高企業的品牌價值和市場份額，增強企業的競爭力。

(六) 掌握新技術：

跨境貿易可以讓企業接觸到其他國家的新技術和先進製造技術，提高企業的技術水平和競爭力。這可以幫助企業開發新產品和服務，提高生產效率和產品質量。

(七) 提高創新能力：

跨境貿易可以讓企業在不同市場環境中獲得不同的經驗和啟發，從而增強企業的創新能力。這可以促進企業不斷創新，提高產品競爭力，增強市場佔有率。

(八) 實現規模經濟：

通過跨境貿易，企業可以將生產和銷售分散到多個市場，實現規模經濟，降低成本，提高效率。這可以幫助企業提高生產能力和市場佔有率，增加利潤和企業價值。

(九) 降低稅負：

透過在多個國家開展業務，企業可以更好地規避稅收風險，降低稅負。這可以幫助企業降低成本，增加收益，並提高企業的盈利能力。

(十) 促進全球化：

跨境貿易有助於促進全球化進程，擴大國際交流和合作，推動經濟和社會的發展。跨境貿易可以促進國際間的經濟合作和交流，促進各國之間的經濟發展和貿易合作。這不僅可以幫助企業拓展市場，還可以促進各國之間的文化交流、經驗分享和技術創新，推動全球化進程。

結論之，跨境貿易對企業的優點多樣，不僅可以幫助企業拓展市場、降低成本、增加收益，還可以提高企業的競爭力和創新能力，促進全球化進程，推動經濟和社會的發展。

二、跨境電商之缺點

(一) 法律法規限制：

跨境電商面臨不同國家和地區的法律法規的限制，這可能會導致一些商品無法通過海關，或者需要繳納高額的關稅和稅費，從而增加企業的成本和風險。另外，不同國家和地區的知識產權保護和消費者權益保護法律也有所不同，企業需要了解當地的法規並製定相應的合法策略，以避免法律風險和法律糾紛。

(二) 物流問題：

跨境電商的物流環節相對複雜，需要涉及多個國家和地區的物流渠道和政策，包括清關、貨運和配送等環節。由於不同國家和地區的物流服務水平和質量也有所不同，可能會導致貨物損壞、延誤或丟失。對於企業而言，需要選擇可靠的物流服務提供商，並且合理規劃物流路線和時間，以降低物流風險和成本。

(三) 支付問題：

跨境電商的支付環節也比較複雜，需要涉及多個國家和地區的貨幣和支付方式，這會增加支付風險和成本。同時，跨境電商支付可能會涉及到貨幣匯率問題，這也會給企業帶來不確定性和風險。為了避免支付問題，企業需要選擇可靠的支付服務提供商，並且了解當地的貨幣匯率和支付方式。

(四) 文化差異：

不同國家和地區的文化背景和消費習慣也有很大的差異，這會給企業的市場開拓帶來一定的挑戰。企業需要了解和適應當地的文化和消費習慣，否則可能會影響銷售和客戶體驗。為了適應不同國家和地區的文化差異，企業需要開展市場研究和消費者調查，並且制定相應的營銷策略和產品策略。

(五) 競爭激烈：

跨境電商市場競爭激烈，來自全球各地的企業都在競爭同一個市場，這會導致價格壓力和利潤率下降。同時，大型電商平台也會對小型企業構成威脅，因為大型平台擁有更多的廠商，而不同廠商能夠提供的產品和價格皆不相同，大型的廠商可以更好的滿足客戶需求。而資源較少的中小型企業在面臨大型企業的價格優勢，其利潤空間將會被壓縮。

(六) 語言障礙：

不同國家和地區的語言和文化習慣也會給跨境電商帶來困難。企業需要提供多語言的產品信息和客戶服務，並且了解當地的文化和消費習慣，以提高客戶體驗和滿意度。

(七) 產品質量和安全：

跨境電商商品的質量和安全也是一個重要問題。不同國家和地區的產品標準和安全要求也有所不同，企業需要了解當地的產品標準和安全法規，並且遵守當地的法規，以保證產品質量和安全。同時，消費者也對產品的質量和安全有較高的要求，企業需要建立良好的品牌信譽和聲譽，以提高客戶的信任和忠誠度。

(八) 風險管理：

跨境電商面臨的風險包括市場風險、物流風險、支付風險、法律風險等。企業需要製定相應的風險管理策略，以降低風險和損失。同時，跨境電商也需要面對一些非經濟因素的風險，如政治風險、自然災害等，這些因素也可能對企業的運營帶來重大影響。

(九) 戰略調整：

由於跨境電商面臨的風險和不確定性較高，企業需要隨時調整戰略和業務模式，以應對市場和環境變化。企業需要密切關注市場動態和競爭情況，並且及時採取相應的措施，以保持競爭優勢和穩定發展。

綜上所述，跨境電商雖然具有很多優點，但同時也面臨著諸多挑戰和風險。企業需要全面考慮各種因素，制定合理的戰略和管理措施，才能在跨境電商市場中取得

第三節 跨境電商的應用領域

一、跨境電商的主要通路：

(一) 線上零售：

跨境電商的線上零售平台可以讓消費者方便地購買跨境商品，如服裝、家居用品等。在線上零售領域中，Amazon、eBay、AliExpress 等國際平台均在台灣有消費者使用。另外，台灣的 PChome、Momo、博客來等公司也提供跨境購物平台。

(二) 線上批發：

線上批發平台為小型和大型企業提供了購買跨境商品的機會，可透過該平台以較低的價格採購商品，進而降低成本也能夠達到節省時間提高效率的目的。在線上批發領域中，Alibaba、DHgate、Made-in-China 等跨境批發平台是由中國開發，也在台灣市場有一定的使用量。

(三) 線上服務：

跨境電商的線上服務可以為企業提供一系列的服務，包括翻譯、物流、金融支付、市場經營等。在線上服務領域中，台灣的 Gogolook、綠界等公司皆有提供線上電商服務。

(四) 線上廣告：

跨境電商的線上廣告可以幫助企業推廣其產品或服務，吸引更多的消費者。在線上廣告領域中，Google、Facebook、Instagram 等跨國社群平台在台灣的使用量相當高。專門從事跨境電商廣告公司如 MADJOR、WISEKEY。而台灣的公司 ADK 也提供跨境電商廣告服務。

二、跨境電商的商業應用：

(一) 跨境電商平台：

跨境電商平台是一個讓企業和消費者進行跨國貿易的線上平台。可分為 B2B（企業對企業）B2C（企業對消費者）C2C（消費者對消費者）例如：阿里巴巴國際站、蝦皮購物、Amazon 等跨境電商平台。

(二) 跨境物流：

跨境電商需要將商品從國內運送到國外，因此需要跨境物流。例如，UP、FedEx 等國際物流公司提供的跨境物流服務。

(三) 關務通關：

跨境電商涉及國際貿易，需要進行海關申報、報關、稅金等手續。例如，財政部關務署所開發的EZ WAY，使貿易過程更加便捷。

(四) 支付結算：

跨境電商需要實現國際支付結算，需要支持不同貨幣的結算和國際信用卡支付。例如，PayPal、Stripe等國際支付平台。

三、跨境電商對於製造商、批發商、消費者的影響

從製造商的角度來看，跨境電商可以幫助他們擴大海外市場，提高銷售量和品牌知名度。

從批發商的角度來看，跨境電商可以幫助他們將產品推向更廣闊的市場，降低成本、提高效率。

從消費者的角度來看，跨境電商可以讓他們選擇更多、更便宜的產品，還可以體驗到全球化帶來的多樣性和文化融合。

跨境電商對世界貿易的影響是正向的，它可以促進全球化和貿易自由化，打破地域和文化隔閡，推動全球經濟的發展。對於台灣進出口貿易的助益也是很大的，因為跨境電商可以讓台灣製造的產品進入到更多的市場，拓展海外銷售管道。

如果貿易商想要在跨境電商的活動取得優勢，可以採取以下行動：

- 一、提高商品品質和品牌知名度，以增加消費者的信任度
- 二、建立穩定的物流配送體系，以保證貨物的安全、準時到達
- 三、採用最新的科技，以提高營銷效率和創新能力。

第肆章 研究方法

本組主要結合阿里巴巴店商平台的實際運營經驗，探討後疫情時代店商平台對於人類生活中的影響，因本研究之研究對象單一、樣本數少，研究問題以實務為基礎，且屬於探索性的研究，問卷調查無法提供深入資料，故採用「個案研究法」為本研究之研究方法，透過蒐集、彙整完整的個案資料，了解其營運模式與行銷策略，再透過訂立績效目標，實施擬訂之計畫，執行具體的研究此外，再搭配 SWOT 分析與研究實作分析，進而作為整個研究的資料收集及分析基礎，因此，本章在內容的規劃上，茲將詳細內容分為下列三節。

第一節 個案研究法

個案研究法是認定研究對象中的某一特定對象，加以調查分析，弄清其特點及其形成過程的一種研究方法。前期透過阿里巴巴店商平台之操作，進行關鍵字之分析加以更改、調整現有產品的曝光度、更新產品實拍圖、大規模進行詢盤，後期透過以上操作，觀察平台前後流量並分析效益。

第二節 SWOT 分析

表 4-1 SWOT 分析

S 優勢	W 劣勢
<p>1. 在相對競爭的穿戴式電子產品中，詩宴之野公司之產品具相對價格較低且多功能的智慧型手表等消費性電子產品。</p> <p>2. 如買家有需要樣品參考時，會立即的將產品寄至買家手上，縮短交易時間。</p>	<p>1. 因公司人力有限，沒多餘的人力來經營阿里巴巴平台，故 RFQ 詢問度雖高，但沒辦法及時回覆買家訊息。</p> <p>2. 公司主要銷售方式為 B2B，沒辦法直接讓消費者體驗，且買家的消費性電子產品廠商選項太多，會導致購買欲降低。</p>
O 機會	T 威脅
<p>1. 可透過除了認真經營阿里巴巴平台，也可以開發其他產品銷售通路，例如：亞馬遜、eBay、沃爾瑪等等，不僅經營給廠商，也將產品交售給零星消費者。</p> <p>2. 開發實體店面，將產品更貼近消費者而打入市場，雖然品牌無法跟國際大牌相比，但可以透過價格及多元的產品功能吸引消費者購買。</p>	<p>1. 在國際上大廠牌的市占率及品牌太強大，且手錶類可用於對應的手機品牌，故消費者會有品牌迷思及強大的功能，而選擇具有國際大廠牌且可連接自己手機的產品。</p> <p>2. 競爭廠商的數量太多，且電子類產品不斷的進步，故要更快的比其他廠商開發出更吸引消費者多功能電子產品。</p>

第三節 研究實作分析

本組分為兩點來進行研究分析，敘述在阿里巴巴平台上進行實際操作是否對於詩宴之野產生實際差異，如：點擊量提高或降低、評價度提升或下降

一、為幫助詩宴之野操作阿里巴巴使用平台，透過後臺數據進行詞分析，並且幫助現有產品重新進行修改上架，並實際操用詢盤詢價為詩宴之野開拓新客源。



圖 4-1 幫助詩宴之野拍攝產品圖

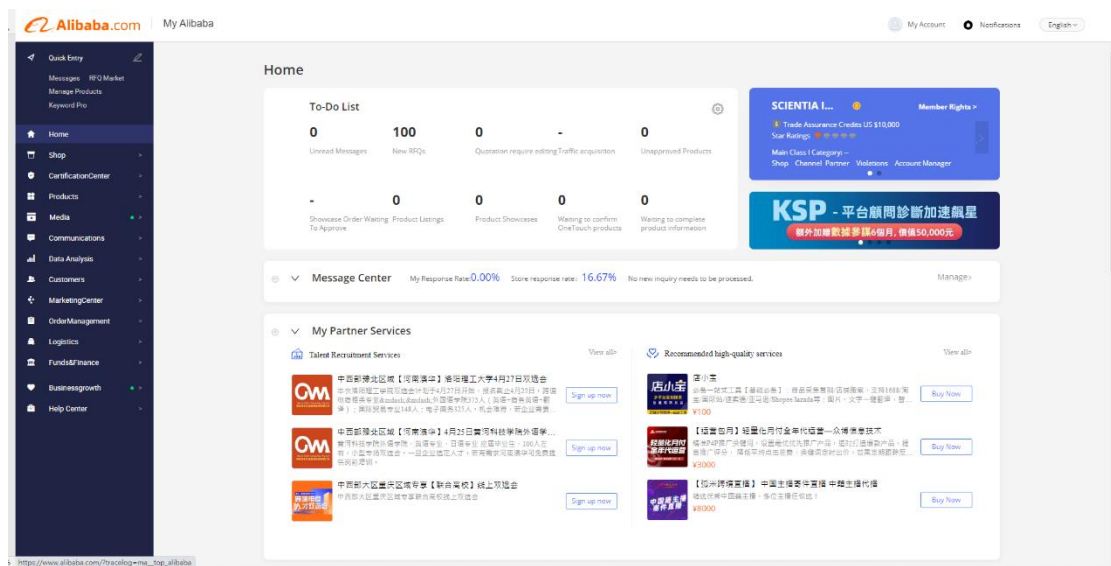


圖 4-2 阿里巴巴操作平台

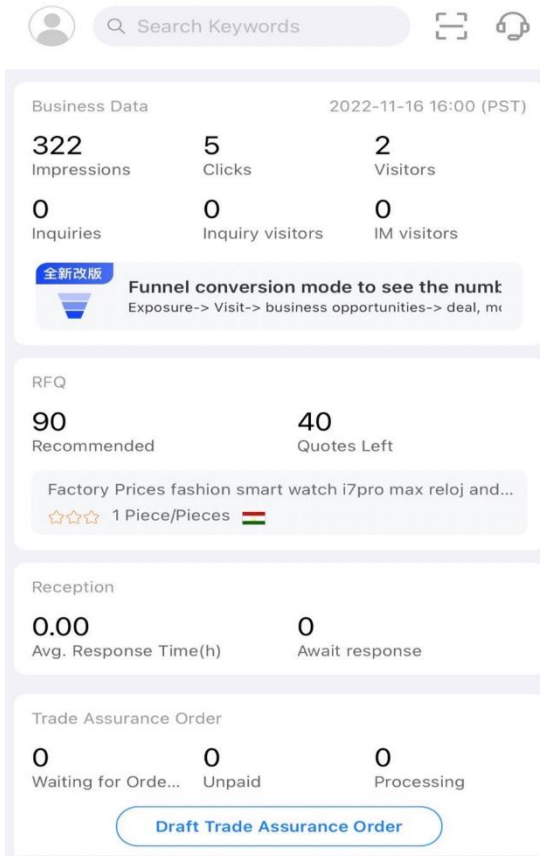


圖 4-3 後臺數據

上架名稱	上架標題	sw020	Full Touch Screen SmartWatch for Android and iOS Phone have Fitness Tracker with Heart Rate,Sleep,Blood Oxygen
sw002	Elegant refinement blood pressure monitor smart watch	sw020	Full Touch Screen SmartWatch for Android and iOS Phone have Fitness Tracker with Heart Rate,Sleep,Blood Oxygen
sw002	Elegant refinement blood pressure monitor smart watch	sw020	Large screen waterproof and multifunctional smart watch
sw002	Elegant refinement blood pressure monitor smart watch	sw020	Large screen waterproof and multifunctional smart watch
sw002	Health management multiple styles smart Watch	sw020	Large screen waterproof and multifunctional smart watch
sw002	Health management multiple styles smart Watch	sw017	Heart rate sleep monitoring and mp3 playback smart multi-function watch
sw002	Health management multiple styles smart Watch	sw017	Heart rate sleep monitoring and mp3 playback smart multi-function watch
sw002	Health tracking ladies waterproof Smart Watch	sw017	Heart rate sleep monitoring and mp3 playback smart multi-function watch
sw002	Health tracking ladies waterproof Smart Watch	sw017	2022 Large battery capacity Gesture control Multiple languages smart sport watch
sw002	Health tracking ladies waterproof Smart Watch	sw017	2022 Large battery capacity Gesture control Multiple languages smart sport watch
sw002	2022 Hot selling women's Zinc alloy sport smart Watch	sw017	2022 Large battery capacity Gesture control Multiple languages smart sport watch
sw002	2022 Hot selling women's Zinc alloy sport smart Watch	sw017	Fashionable design Message reminder and Fitness smart sport watch
sw002	2022 Hot selling women's Zinc alloy sport smart Watch	sw017	Fashionable design Message reminder and Fitness smart sport watch
sw002	Activity tracker touch screen multi-lingual Smart Watch	sw017	Fashionable design Message reminder and Fitness smart sport watch
sw002	Activity tracker touch screen multi-lingual Smart Watch	sw017	Fashionable full touch screen with heart rate tracker and ECG monitoring smart watch
sw002	Activity tracker touch screen multi-lingual Smart Watch	sw017	Fashionable full touch screen with heart rate tracker and ECG monitoring smart watch
sw002	Heart rate monitoring high cost performance ratio Smart Watch	sw017	Fashionable full touch screen with heart rate tracker and ECG monitoring smart watch
sw002	Heart rate monitoring high cost performance ratio Smart Watch	sw017	2022 latest multiple functions sleep tracker and blood oxygen monitor smart watch
sw002	Heart rate monitoring high cost performance ratio Smart Watch	sw017	2022 latest multiple functions sleep tracker and blood oxygen monitor smart watch
sw002	Heart rate monitoring high cost performance ratio Smart Watch	sw017	2022 latest multiple functions sleep tracker and blood oxygen monitor smart watch
sw002	Heart rate smartphone notifications message Previews Smart Watch	sw017	2022 latest multiple functions sleep tracker and blood oxygen monitor smart watch
sw002	Heart rate smartphone notifications message Previews Smart Watch	sw017	2022 Winter The Most Popular Lightweight Multifunctional Smartwatches
sw002	Heart rate smartphone notifications message Previews Smart Watch	sw017	2022 Winter The Most Popular Lightweight Multifunctional Smartwatches
sw002	Fitness Tracker Digital for Android and iOS Phones Smart Watch	sw017	2022 Winter The Most Popular Lightweight Multifunctional Smartwatches
sw002	Fitness Tracker Digital for Android and iOS Phones Smart Watch	sw017	Unisex Multifunctional IP68 Waterproof Smart Sports Watch
sw002	Fitness Tracker Digital for Android and iOS Phones Smart Watch	sw017	Unisex Multifunctional IP68 Waterproof Smart Sports Watch
sw002	Call receive touch screen waterproof swimming hybrid smartwatch	sw017	Unisex Multifunctional IP68 Waterproof Smart Sports Watch
sw002	Call receive touch screen waterproof swimming hybrid smartwatch	sw017	2022 Payment Speed measurement and sleep monitoring smart multifunctional watch
sw002	Call receive touch screen waterproof swimming hybrid smartwatch	sw017	2022 Payment Speed measurement and sleep monitoring smart multifunctional watch
sw002	Activity tracker full touch color screen fashion fitness tracker smart watch	sw017	2022 Payment Speed measurement and sleep monitoring smart multifunctional watch
sw002	Activity tracker full touch color screen fashion fitness tracker smart watch	sw017	2022 brand new series full day battery with ip68 waterproof smartwatch
sw002	Activity tracker full touch color screen fashion fitness tracker smart watch	sw017	2022 brand new series full day battery with ip68 waterproof smartwatch
sw003	Body function monitoring new design Smart Watch	sw017	2022 brand new series full day battery with ip68 waterproof smartwatch
sw003	Body function monitoring new design Smart Watch	sw017	2022 Winter Best Selling High Quality Multifunctional Smart Watches
sw003	Body function monitoring new design Smart Watch	sw017	2022 Winter Best Selling High Quality Multifunctional Smart Watches
sw003	2022 The Most Innovative Large Screen smart watch	sw017	2022 Winter Best Selling High Quality Multifunctional Smart Watches
sw003	2022 The Most Innovative Large Screen smart watch	sw018	2022 wireless charging with IP68 waterproof sport smart watch
sw003	2022 The Most Innovative Large Screen smart watch	sw018	2022 wireless charging with IP68 waterproof sport smart watch
sw003	Fitness tracker 1.65" touch screen fitness watch with heart rate sleep monitor Smart watch	sw018	2022 wireless charging with IP68 waterproof sport smart watch
sw003	Fitness tracker 1.65" touch screen fitness watch with heart rate sleep monitor Smart watch	sw018	2022 heart rate and sleeping tracker with message reminder sport smart watch
sw003	Fitness tracker 1.65" touch screen fitness watch with heart rate sleep monitor Smart watch	sw018	2022 heart rate and sleeping tracker with message reminder sport smart watch
sw003	2022 the most cost-effective smart sports watch	sw018	2022 heart rate and sleeping tracker with message reminder sport smart watch
sw003	2022 the most cost-effective smart sports watch	sw018	100+ Dial market with multiple professional sports modes sport smart watch
sw003	2022 the most cost-effective smart sports watch	sw018	100+ Dial market with multiple professional sports modes sport smart watch
sw003	Unisex-wearable-multifunctional-smart-fitness-watch	sw018	100+ Dial market with multiple professional sports modes sport smart watch
sw003	Unisex-wearable-multifunctional-smart-fitness-watch	sw018	High quality with Smart alerts Speed measurement and Large battery capacity smart sport watch

圖 4-4 分析上架關鍵字

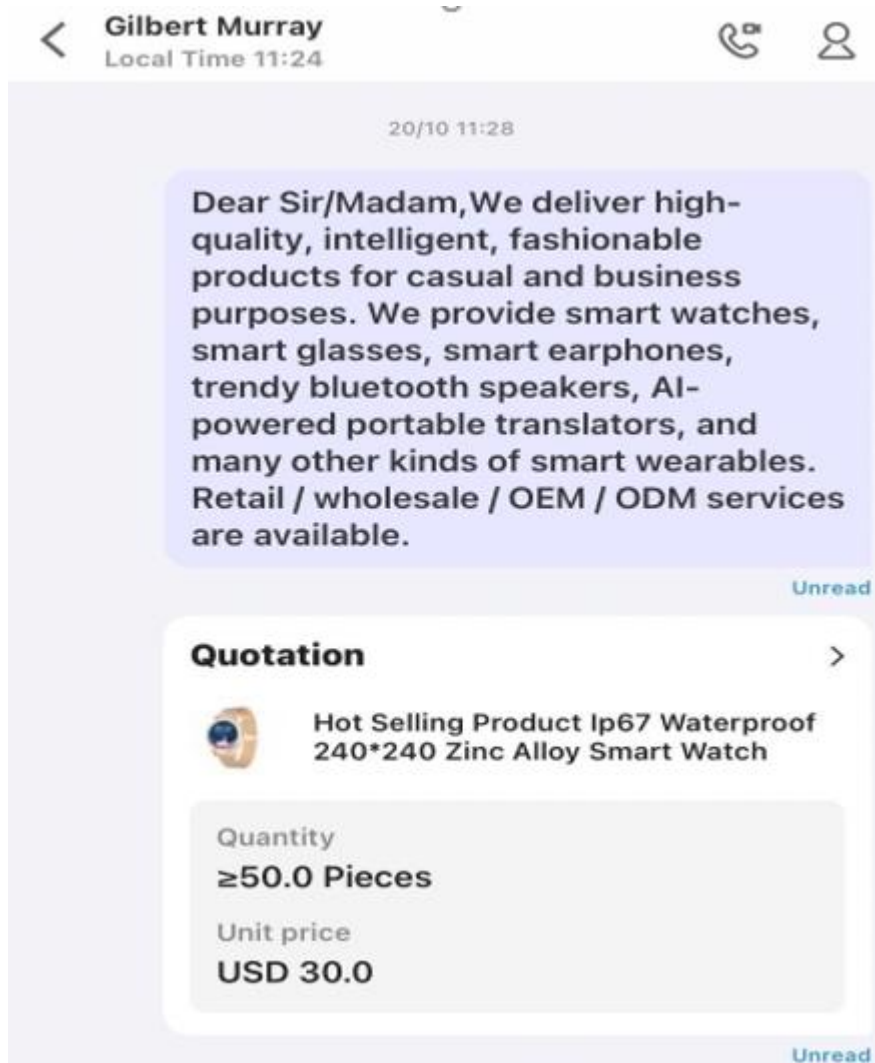


圖 4-5 實際進行詢價



圖 4-6 至詩宴之野公司與公司執行長訪談



圖 4-7 與詩宴之野執行長討論發品事宜



圖 4-8 詩宴之野公司圖標

Building a bridge for world communication

Intelligent language translator

Communication barrier-free world zero distance

106 languages translation/offline translation/photo translation/AI assistant/speaking learning

WiFi networking

Language playback

Shopping

Diet

Product parameters

Product parameters
size: 128.9*53.4*12.8MM
LCD specifications: 2.4 inch HD screen
TP specification: capacitive touch screen
Number of buttons: 5 physical buttons
Battery capacity: 1500MA battery
Data line: 5pin micro USB
Hardware platform: smart language chip
RAM: 1GB/4GB
Wi - Fi : IEEE 802.11 b/g/n
USB Interface: 5pin Micro USB, 2.0 speed
Speaker: Speaker
Photo translation: support photo translation (optional)
MIC: High noise reduction dual MIC
software platform: Android5.1
interface style: Google
Translation time: 60 seconds
How to use: use independently
Networking method: WiFi networking
Accuracy: 98% or more

圖 4-9 用 PS 幫產品文宣照片進行修正

第四節 資料分析與結果

本組透過阿里巴巴平台負責為詩宴之野在平台上之產品進行關鍵字精準定位，為求出主要的目標客群精準行銷，多次利用平台每個月釋出的詢盤流量，找尋更多新客戶，並且實拍樣品，為商品頁面增添樣式。

而在最後的成果發表，本組獲得了詢盤獎佳作

本研究根據此次的實務操作經驗，得出了以下幾點能夠讓企業的產品更加具有競爭力的結論：

- 一、設置關鍵字
- 二、善用平台之詢盤流量
- 三、商品頁面之優化
- 四、迅速回饋買家問題
- 五、商品介紹清晰簡短
- 六、價格要有競爭力
- 七、做好顧客管理



圖 4-10 參賽證明



圖 4-11 詢盤獎佳作



圖 4-12 參賽組員大合照

第伍章 研究結論與建議

第一節 結論與建議

一、結論

詩宴之野公司能夠透過阿里巴巴進行銷售，透過電商平台降低銷售成本及增加產品及公司曝光度。另外，由於阿里巴巴為 B2B 電商平台，平台上的買家都是公司行號，所以交易數量與金額較零售大。

阿里巴巴的詢價功能能夠讓商家和潛在客戶對話，回應客戶對於產品規格、功能、價格甚至到交貨、付款方式等等問題，使用戶能夠進一步了解產品的特性以及商談好交貨、付款等條件。

二、建議

本組在參加本次跨境電商比賽，對於詩宴之野公司有以下建議，分述如下：

(一)、針對產品頁面

建議詩宴之野公司在刊登商品時，除了能夠使用較為精美的圖片之外，也能夠拍攝商品的實際照片以及實際的操作影片，讓買家能夠確認產品實物的樣式及功能是否與說明一致，提升買家的信任度及購買意願

(二)、提升詢盤量

可以增加詢盤量，藉由提升產品的詢價次數，營造出產品的熱度，增加買方的購買意

(三)、關鍵字的選用

可以增加具有關聯性的詞彙，例如針對智慧穿戴式裝置功能，可以增加的詞彙如：睡眠偵測、GPS 定位、運動功能等，針對產品特有的功能設定關鍵字。又或者是利用某些能夠美化產品的形容詞例如：功能強大、物美價廉等，讓有需要的客戶能夠更快速的找到該公司的產品。

第二節 管理實務及內涵

從管理角度來看，企業使用跨境電商平台可以帶來多方面的助益。首先，這種平台提供了更廣闊的市場，使企業能夠觸及國際客戶，擴大其銷售範圍。這種擴展有助於減輕市場地域風險，因為企業可以減少對單一市場的依賴，跨境電商平台使企業更容易進行市場分析和研究。透過平台提供的數據和分析工具，企業可以深入了解不同地區的消費者行為、需求和趨勢，從而調整其產品和銷售策略。這有助於提高市場反應速度，更好地迎合消費者的期望。

在實務層面，跨境電商平台為企業帶來了更簡便的國際業務運營方式。通過平台，企業可以輕鬆處理國際物流、關稅和支付等問題，降低了進入國際市場的進入壁壘。這也意味著企業可以更有效地管理全球供應鏈，提高庫存管理和運籌效率。

此外，跨境電商平台還有助於品牌的國際化。透過平台，企業可以將其品牌價值和故事傳遞給全球消費者，提升品牌知名度。這在現今競爭激烈的市場中尤為重要，有助於建立長期的品牌忠誠度。

總結，企業使用跨境電商平台可以帶來管理上的便利和多方面的實務助益，包括擴大市場、市場分析改善、國際業務運營的簡化，以及品牌國際化的推進。然而，值得注意的是，成功利用這些平台仍需要適應新的挑戰和市場變化。

第三節 後續研究之建議

本次的研究限制：

本次針對跨境電商應用分析僅針對詩宴之野公司使用阿里巴巴平台從事銷售進行分析，其分析結果不確定能否適用於其他企業，因此推斷出了以下結論

一、增加研究對象數量及產業：

若要進行較完整的跨境電商應用之研究，本組認為可以增加研究的企業，以及增加不同的產業類別，藉由提升樣本數以及增加不同群體的方式，能夠得出：

(一)、競爭者分析

在單一產業下，不同公司使用同一跨境電商平台對公司營收的影響，並以此進行比較，可以得出在單一產業下，不同公司在同一平台的銷售競爭力。

(二)、產業面分析

分析不同產業使用跨境電商平台對於整體產業營收的影響，可以得出跨境電商平台對何種產業的助益較大，可以作為該產業內企業如何進行銷售的參考依據。

二、增加跨境電商平台研究數量：

增加不同的跨境電商平台進行研究，例如同質的跨境電商平台比較、以及和異質電商平台進行交叉比較。

(一)、廠商適合的銷售平台、面臨的客群為何

比較單一廠商在不同平台的營收、交易量、最高交易量之產品等，可以得出該公司的主要客群為消費者還是公司、以及何種產品適合在何種平台進行銷售可以獲取最大化之銷售量。

(二)、在同類別的跨境電商平台中，哪一個平台具有較高的競爭力

比較相同性質跨境電商的使用量、交易量及營收等，能夠推論出在相同性質的環境下，哪一個跨境電商平台的競爭力較大及營收較高。

(一) 在不同類別的跨境平台中，哪一個平台具有較高的競爭力

比較相異性質的跨境電商平台的使用量、交易量及營收等，可以得出何種性質的跨境電商平台具較高的競爭性。

在完成以上的分析之後，可以得出較完整性且全面性的跨境電商研究

可以給單一廠商的資訊如：

- 一、廠商在平台上面臨的競爭者多寡？
- 二、廠商所屬的產業別適合使用何種跨境電商平台？
- 三、廠商的產品適合在何種跨境電商平台進行銷售？
- 四、廠商的主要客群為何？

總體面：

- 一、同一類別下，不同跨境電商平台的使用量為何？
- 二、不同類別下，何種類別的電商平台有較高的競爭力？
- 三、何種交易模式為現今跨境電商的主流？

第陸章、參考文獻

中文文獻

- 1、Dhgate 官網。2023 年 2 月 19 日，取自：<https://www.dhgate.com/>
- 2、Made in China 官網。2023 年 2 月 19 日，取自：
<https://3g.made-in-china.com/catalog/.html>
- 3、Madjor 官網。2023 年 2 月 19 日，取自：<http://www.madjor.com/en>
- 4、WISEKEY 官網。2023 年 2 月 19 日，取自：<https://www.wisekey.com/#>
- 5、ADK 官網。2023 年 2 月 19 日，取自：<https://www.adk.com.tw/>
- 6、快遞收貨人實名認證 - 財政部關務署。2023 年 2 月 19 日，取自：
https://web.customs.gov.tw/singlehtml/3150?cntId=cus1_3150_3150_1471
- 7、PayPal 支付官網。2023 年 2 月 19 日，取自：<https://www.paypal.com/tw/home>
- 8、Stripe 支付官網。2023 年 2 月 19 日，取自：<https://stripe.com/>
- 9、周功建 (2020)。大數據時代中小企業發展跨境電子商務策略研究。商業創新期刊。2020 年 4 月第 2 卷第 2 期。2023 年 2 月 19 日，取自：
<http://www.ccidanpo.org/sites/default/files/26636204.2020.04.10.pdf>
- 10、朱訓麒 (2020)。台灣跨境電商生態大調查。台北市商業進出口同業公會。2023 年 2 月 19 日，取自：
<https://www.ieatpe.org.tw/upload/%E5%8F%B0%E7%81%A3%E8%B7%A8%E5%A2%83%E9%9B%BB%E5%95%86%E7%94%9F%E6%85%8B%E5%A4%A7%E8%AA%BF%E6%9F%A5.pdf>
- 11、朱雲漢 (2019) 雙 11 用上區塊鏈！中國電商驚奇，世界銀行也認證。天下雜誌 687 期。2023 年 2 月 19 日，取自：<https://www.cw.com.tw/article/5097940>

英文文獻

一、阿里巴巴財務報表：

2020 年：Alibaba Group. (2021). Alibaba Group Announces March Quarter 2021 and Full Fiscal Year 2021 Results. Retrieved from

<https://ali-home-data.oss-cn-hangzhou.aliyuncs.com/ecms-files/886023430/d2dd70d6-63f2-4ad5-8707-e78df4181769.pdf>

二、亞馬遜財務報表

2020 年：Amazon.com, Inc. (2021). Annual Report 2020. Retrieved from https://s2.q4cdn.com/299287126/files/doc_financials/2022/ar/Amazon-2021-Annual-Report.pdf

三、京東財務報表：

2020 年：JD.com, Inc. (2021). JD.com Announces Fourth Quarter and Full Year 2020 Results. Retrieved from

<https://ir.jd.com/static-files/e5d705b1-3089-4247-8b12-a4fb69fc025a>

四、Stefano redaelli (Ed.). (2020, July 20). A Post – COVID-19 Commercial-Recovery Strategy for B2B Companies. Mckinsey &Company. <https://www.mckinsey.com/industries/industrials-and-electronics/our-insights/a-post-covid-19-commercial-recovery-strategy-for-b2b-companies>

五、Arnau bages-amat (Ed.). (2020, October 14). These Eight Charts Show How COVID-19 Has Changed B2B Sales Forever. Mckinsey &Company. <https://www.mckinsey.com/capabilities/growth-marketing-and-sales/our-insights/these-eight-charts-show-how-covid-19-has-changed-b2b-sales-forever>