

# 第一章 序論

此章節介紹研究背景、研究動機、研究目的。

## 第一節 研究背景

豆腐是中國傳統美食，據說駐顏有術的慈禧太后每天都要吃一道豆腐料理。除了東方人酷愛豆腐，注重養生與健康的西方人也開始迷上豆腐。

豆腐的營養成分中，40%是蛋白質，25%是碳水化合物，20%是油脂，而且多元不飽和脂肪酸高達61%，加上各種礦物質、維生素，營養成分不輸肉類，又不含膽固醇，在二次大戰時，還有「田裡的牛肉」的美稱，也是素食者的最愛。談到豆腐美食，大家不約而同想到深坑老街，傳統製作有點焦味的深坑豆腐遠近馳名，但石碇的豆腐也不遑多讓，文仙茗茶黑豆腐店內的黑豆腐與黑豆花製作費工，更顯珍貴。吃膩了山珍海味嗎？來嚐塊豆腐吧！

到石碇文仙茗茶黑豆腐品清茶、吃野菜，點上幾道新鮮的黑豆腐，喝酒、喝茶，多麼讓人感覺新鮮。大家都只知道深坑豆腐有名，此處的黑豆花和黑豆腐也非常獨特。坐在屋內細細品嚐老闆手工製作的黑豆腐料理，吃完所有的餐點，喜歡喝茶的老闆，可能會邀您一起坐下來品茗一番。

文仙的黑豆花，質地細膩，加上祖傳冰水，風味獨特。因黑豆腐需純手工製作，經過浸泡、磨製、煮沸、過濾、攪鹽滷、入模壓縮等過程，製作耗時無法大量生產，和傳統豆腐的作法不同，來到文仙不妨嚐嚐獨特的黑豆腐料理。

文仙除了有綿密的黑豆花可以吃，屋內陳設先人務農的器具，非常齊全。目前陳列在館四周牆上及外圍，讓遊客邊吃豆花，邊回憶過往。

## 第二節 研究動機

吃是人每天必做的事情，豆腐既養生又好吃，尤其是對於真的有口碑的店家，更是覺得應該推薦。

但由於路途遙遠與資訊不發達的關係，大多數的人們也沒聽過產品的名稱，使得常常想吃東西卻吃不到。而目前這間文仙茗茶店家也無完備的資訊服務，使得對於顧客的聯絡方式與資料無法確實獲得，因此我們希望能發展成電子商務，望能在網路上促進商業機會，讓許多人能更多知道這家店的訊息，獲取更多利益，此為本系統研究動機一。

而現今社會人們對於吃愈來愈講究，也愈來愈追求營養高、無負擔又新鮮的食物，而且最好是足不出戶就能享受到美味的食物，為此我們覺得可以利用現有的交通便利方式，透過網路的訂單與流通，讓店家結合有效的宅配，將美味的食品送到顧客手中，達到每個顧客的需求。此為本系統研究動機二。

未來網路會愈來愈普及，到處都有設定無線網路供人使用，而我們就對於這一點，開發此系統，讓所有人不必經過繁雜的介面以及系統設定，直接透過一些簡單的流程即可達到需求。

### 第三節 研究目的

自從網路的發達之後，各大行業紛紛使用網路的資訊，在市場引起許多顧客的討論以及注意。本企畫開發利用網際網路所擁有的便利性、影音傳輸等強大功能，讓消費者了解店家的產品與特色。

黑豆腐企業電子化開發之目的在於能使我們的消費者能擁有一個空間，供分享資訊、了解店家、產品介紹、即時聯繫、訂購產品、留言討論等，以其拉進店家和顧客間的距離，這樣我們就能更快速的了解顧客的需求所在，提出更好的對策，對顧客有許多的貢獻與服務，也提供店家顧客的資訊，達到最大的效益。

而針對店家的需求，或面對較遠無法來真正吃到美味的產品，也提供線上宅配的服務，使得這開發電子商務系統能更加方便，增加顧客的回流度與滿意度，也利用網頁增加客源，加的被顧客肯定，感受到這家店家的服務與良好的態度。

本企劃就將黑豆腐的優勢結合網際網路，發展成電子商務，將黑豆腐的資訊能在台灣中推廣開來，以達到傳播與商業利益和創再新的商機。

## 第二章 文獻探討

此章節借由尋找個方面的文獻與資訊，來探討各層面的問題。

### 第一節 網路平台

此節對於網路平台介紹、網路平台應用，討論了三種軟體的功能實用性。

#### 2-1-1 網路平台介紹

網路是有一點抽象的東西，有人在網路上面提供一些空間(如果架設的好的話，你可以叫他做"平台")，可以讓其他使用者在上面做某些用途(如開店、架站、部落格)。就像是有人騰出一塊空地，可以讓人在裡面停車、開店面、逛街。而網路消費平台就是以購物為主的網路交易。

網路開店服務提供一個專業及操作簡便的平台讓有意在網路上開店之企業或個人使用。在網路上開設店面，將傳統的商業交易放在網路上來進行，藉以開發更多的客源，是網路開店的最大好處。網路開店特色是，使用自己的專屬網址輕鬆架設購物網站成立店面、銷售自己的商品創造商機及利潤，只要具備了這套功能健全的網路開店服務系統，即可透過一台可上網的電腦成立自己可隨時操作的商品店面。不需擔心其它問題，不用自己購買主機或申請專線及聘請專業技術人員來維護您的網站；不需要自己製作網頁，任何時間隨時上下架您的產品，降低開店成本及管理費用，網路開店輕鬆愉快，不再大費周章。

#### 2-1-2 網路平台應用

網路平台應用部分，其實就是利用程式設計、各種應用程式與電子商務的結合而成。因著本組主要使用下列的方式建設網路平台，所以介紹這幾種。

##### 1. MySQL

MySQL 是一個開放源碼的小型關聯式資料庫管理系統，開發者為瑞典 MySQL AB 公司。目前 MySQL 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 MySQL 作為網站資料庫。

特性是使用 C 和 C++ 編寫，並使用了多種編譯器進行測試，保證原始碼的可移植性、支持 AIX、BSDi、FreeBSD、HP-UX、Linux、Mac OS、Novell Netware、NetBSD、OpenBSD、OS/2 Wrap、Solaris、SunOS、Windows 等多種作業系統、

為多種程式語言提供了 API，這些程式語言包括 C、C++、C#、Delphi、Eiffel、Java、Perl、PHP、Python、Ruby 和 Tcl 等、支持多執行緒，充分利用 CPU 資源，支持多用戶、優化的 SQL 查詢演算法，有效地提高查詢速度、既能夠作為一個單獨的應用程序應用在客戶端伺服器網路環境中，也能夠作為一個庫而嵌入到其他的軟體中、提供多語言支持，常見的編碼如中文的 GB 2312、BIG5，日文的 Shift\_JIS 等都可以用作數據表名和數據列名、提供 TCP/IP、ODBC 和 JDBC 等多種資料庫連接途徑、提供用於管理、檢查、優化資料庫操作的管理工具。

可以處理擁有上千萬條記錄的大型資料庫等。而與其他的大型資料庫例如 Oracle、DB2、SQL Server 等相比，MySQL 自有它的不足之處，如規模小、功能有限等，但是這絲毫也沒有減少它受歡迎的程度。對於一般的個人使用者和中小型企業來說，MySQL 提供的功能已經綽綽有餘，而且由於 MySQL 是開放源碼軟體，因此可以大大降低總體擁有成本。

目前 Internet 上流行的網站構架方式是 LAMP (Linux+Apache+MySQL+PHP)，即使用 Linux 作為作業系統，Apache 作為 Web 伺服器，MySQL 作為資料庫，PHP (部分網站也使用 Perl 或 Python) 作為伺服器端腳本解釋器。由於這四個軟體都是遵循 GPL 的開放源碼軟體，因此使用這種方式不用花一分錢就可以建立起一個穩定、免費的網站系統。MySQL 加 PHP 的配對在網際網路上的應用相比 LAMP 來說更為常見，並獲得了「動態配對」(Dynamic Duo) 的雅號，大部分 Blog 網站基於的 WordPress 系統主要運用 MySQL 加 PHP 的配對。除了 LAMP 之外，用於 Windows 和 Mac 上的網站構架也分別被稱為 WAMP 和 MAMP。

## 2. Web2.0

Web 2.0，是一個新生的術語，它的應用可以讓人了解目前全球資訊網正在進行的一種改變——從一系列網站到一個成熟的為最終用戶提供網路應用的服務平臺。這種概念的支持者期望 Web 2.0 服務將在很多用途上最終取代桌面電腦應用。Web 2.0 並不是一個技術標準，不過它包含了技術架構及應用軟體。它的特點是鼓勵作為資訊最終利用者透過分享，使到可供

分享的資源變得更豐盛；相反的，過去各種網上分享方式則顯得支離破碎。

Web 2.0 是網路運用的新時代，網路成為了新的平臺，內容因為每位使用者的參與（Participation）而產生，參與所產生的個人化（Personalization）內容，藉由人與人（P2P）的分享（Share），形成了現在 Web 2.0 的世界。

Web（在這裡，指代「Web 1.0」）最早的概念包括不常更新（甚至不更新）的靜態 HTML 頁面。而.com時代的成功則是依靠一個更加動態的 Web（指代「Web 1.5」），其中 CMS（內容管理系統）可以從不斷變化的內容資料庫中即時生成動態 HTML 頁面。從這兩種意義上來說，所謂的眼球效應則被認為是固有的 Web 感受，也因此頁面點擊率和外觀成為了重要因素。Web 2.0 的支持者認為 Web 的使用正日漸以交互性和未來的社會性網路為導向，所提供的服務內容，通過或不通過創建一個可視的、交互的網頁來充分挖掘網路效應。某種觀點認為，和傳統網站相比，Web 2.0 的網站更多表現為 Point of presence 或者是依賴用戶的門戶網站。

而由 Web 2.0 帶來的指數級增長的業務的原因，可歸結為以人為本的消費和以電腦為本的消費的區別。對於價值的鑒定和消費的過程中無需不同人為參與，由於 Web 2.0 的出現，也是完全可能的事情了。各個組織會不斷使用諸如 RSS/Atom/RDF 之類的聯合格式來聯合他們的價值提案。除了價值的聯合外，Web 服務終點發佈將簡化聯合的價值的消費過程。事實上，至今沒有人能給 Web2.0 下一個明確的定義。每個人眼中的 Web2.0 都有不同的表述。技術研究者眼中的 Web2.0 是 SNS、BLOG 等社會性軟體的興起； 博客們則認為 Web2.0 是人與人之間更為便捷的互動； 在風險投資商眼中，Web2.0 又代表了新的商業機會和行業遊戲規則。而從行銷者的角度來看，Web2.0 則至少意味著三個方面的內容： 一種創新的媒介形式、一個集中的社群環境，以及一種全新行銷理念。

像目前逐漸盛行的 BLOG 行銷被認為是 Web2.0 行銷的典型形式之一。早期的網路行銷不外乎是透過電子郵件發送、彈出式視窗、橫幅式廣告等幾種手法。最常見的例子就是入口網站將其網頁上的廣告空間待價而沽，等到廣告商上門之後，入口網站再依點選率或是擺放時間的長短來收取費用。這樣的缺點是，廣告商永遠無法知道你所擺放的廣告是不是真的接觸到你的目標客戶，還是只是在茫茫的網海中找尋一兩個真正有需求的消費者。就像是 Tim O'Reilly 所說的一樣，如果 Web 1.0 的代表者是 Netscape，那 Web 2.0 的代表就是 Google。

Google 一改以往廣告商尋找消費者的思考模式，而改以消費者自行查詢廣告的思維模式來經營。Google 將首頁保持乾淨，但在關鍵字搜尋的時候提供你想要查找資訊的相關廣告，不但確保每一個點選進網站的瀏覽者都是對該資訊有興趣的潛在消費者，也一併解決了消費者對廣告視窗擾人的困擾。而前一陣子 Google 推出的 Google Page 也有異曲同工之妙，利用免費提供部落格服務的形式，從中蒐集更多消費者的習性，其中的用意就是要為消費者量身訂做一個個人化的 Google。

### 3. PHP

PHP (PHP: Hypertext Preprocessor) 是一種電腦上的腳本語言，主要是設計成處理動態網頁，用於伺服器端腳本處理，不過也可以以命令列執行，或者產生獨立的圖形使用者介面程式。PHP 最早由 Rasmus Lerdorf 在 1995 年發明，現在 PHP 的標準由 PHP Group 和社群維護。PHP 以 PHP License 作為許可協議，也是自由軟體基金會所認可的自由軟體。PHP 多數被用於伺服器端腳本語言，是在伺服器上執行 PHP 程式碼，輸出網頁讓使用者瀏覽的方式。PHP 可以在許多的平臺上執行，而且都是免費的。PHP 已經被安裝在超過 2 千萬個網站、1 百萬台伺服器上，不過這個統計數字自從 2005 年 8 月後就沒有更新過了。

### 4. Apache

Apache HTTP Server(簡稱 Apache)是 Apache 軟體基金會的一個開放源碼的網頁伺服器，可以在大多數電腦作業系統中運行，由於其多平臺和安全性被廣泛使用，是最流行的 Web 伺服器端軟體之一。它快速、可靠並且可通過簡單的 API 擴展，將 Perl/Python 等解釋器編譯到伺服器中。

## 第二節 網路銷售與行銷

此節探討網路銷售與行銷的定義、其經營模式、趨勢、對消費者的助益、對企業的助益。

### 2-2-1 網路銷售的定義

銷售是以滿足消費者需求為核心，以經銷商獲取利潤為主題，以生產者企業獲取利潤為基礎產品貨幣轉化過程。

根據 Oberhaus[1993]與蔡迎聖[1997]對銷售的定義，網路銷售是將產品在網路上進行訂

購，由廠商傳送至消費者手中的程序，其過程包含產品的訂購、付款以及運送等三個程序。

### 2-2-2 網路銷售經營模式

由於傳統的經營模式裡，我們都知道同行相忌，但在網路的世界裡，由於加入網路拍賣的門檻不高，不要說貨比三家，有可能貨比百家甚至千家，所以我們不能閉門造車，知己知彼才能百戰百勝。如下表 1 所示。

表 1. 網路銷售流程

網路銷售	
營業時間	24 小時
銷售地點	無遠弗界
人力	店長本身
物力	電腦、上網線路 ( ADSL 、 CABLE )
空間	只要增加硬碟空間，可陳列的商品數量不限
固定支出	系統承租費用
庫存控管	資訊代替庫存
銷售流程	<p style="text-align: center;">物品網路上架</p> <p style="text-align: center;">↓</p> <p style="text-align: center;">消費者上網選購</p> <p style="text-align: center;">↓</p> <p style="text-align: center;">線上刷卡付費 ( 或者小額付款 )</p> <p style="text-align: center;">↓</p> <p style="text-align: center;">將商品送至消費者指定地點</p> <p style="text-align: center;">↓</p> <p style="text-align: center;">交易完成</p>



網路行銷中，行銷經理人除了要注意產品 4P 外，尚須注意 4C，此 4C 分別為：

- 顧客經驗(Customer Experience)
- 顧客關係(Customer Relationship)
- 溝通(Communication)
- 社群(Community)。

### 2-2-3 網路銷售的趨勢

對於網路銷售的趨勢，我們整合了三大重點：

- 無論個人或企業，網路開店已經走向國際。
- 網路開店與競標拍賣的熱潮，更引爆 3 個新現象：「跨國交易」、「清庫存、賺價差」，以及「延伸性服務」的興起。
- 未來的網路消費模式就是自己加盟網路商城，加盟後自己是經營者同時也是消費者，當然，歡迎親朋好友或網友來消費，代購，送禮都可以。

### 2-2-4 網路行銷對消費者的助益

對於網路行銷對消費者的助益，我們整合了四大重點：

- 不受時間限制的消費方式：網際網路提供 24 小時的消費環境，消費者可以在任何時間進行消費。
- 不受地點限制的消費方式：網際網路提供全球化的消費環境，消費者可以在任何地點，只要能夠上網都可以進行消費。
- 資訊充足。在一個交易行為中，參與者對相關市場上的資訊取得，立於不平等的地位稱為資訊不對稱(information asymmetry)。而網際網路可以提供更為充足的資訊，以平衡買方或賣方的資訊不對稱。
- 不受廣告及銷售人員的影響：在網際網路上，不同於傳統的行銷，消費者不會接受到傳統電視廣告，更沒有接觸銷售人員，因此，並不受廣告及銷售人員的影響。

### 2-2-5 網路行銷對企業的助益

對於網路行銷對企業的助益，我們整合了四大重點：

- 市場得以延伸：網際網路提供全球化的特質，任何網路上的企業基本上都是全球化的企業，因此市場沒有國別之分。
- 不需透過配銷商就可以降低通路成本：網際網路的去中間化特質，提供企業不需透過配銷商就可以直接接觸消費者的機會，可以降低通路成本。
- 能迅速反應市場需求，增加產品或改變行銷規劃：網際網路提供的是電子距離，這不同於傳統上的實體距離，網路上的每一位消費者與企業的距離是 1 秒鐘的電子距離，因此企業能迅速反應市場需求，增加產品或改變行銷規劃。
- 能與消費者建立應對式的互動對話：網際網路虛擬化、互動化的特質，有助於企業建立線上應對式的互動對話。

### 2-2-6 網路行銷也為「企業」帶來兩方面的效益

對於網路行銷對企業的助益，我們整合了二大重點：

- 以改善為基礎的效益：屬於間接性效益，係藉由網路行銷以改善企業體質，導致企業形象改善、內部節約、消費者態度改變(更高的顧客忠誠度或更多的消費)等效益，如思科(Cisco)與英特爾(Intel)。
- 以利潤為基礎的效益：屬於直接性效益，係藉由直接在網路上經營事業獲取利潤，尤其是那些純電子商務企業，如電子海灣(eBay)與雅虎(Yahoo!)。

### 第三節 行銷探討

此節將探討行銷的定義、行銷組合、行銷推廣策略。

#### 2-3-1 行銷的定義

「什麼是行銷？」就字面上來說，「行銷」的英文是「Marketing」，若把 Marketing 這個字拆成 Market（市場）與 ing（英文的現在進行式表示方法）這兩個部分，那行銷可以用「市場的現在進行式」來表達產品、價格、促銷、通路的變動性導致供需雙方的微妙關係。

規劃與執行有關觀念、產品、服務的構思（conception）、訂價（pricing）、推廣（promotion）和配銷（distribution）的過程，以促成交易，來滿足個別消費者、組織的目的（美國行銷協會），如下圖 1 所示。

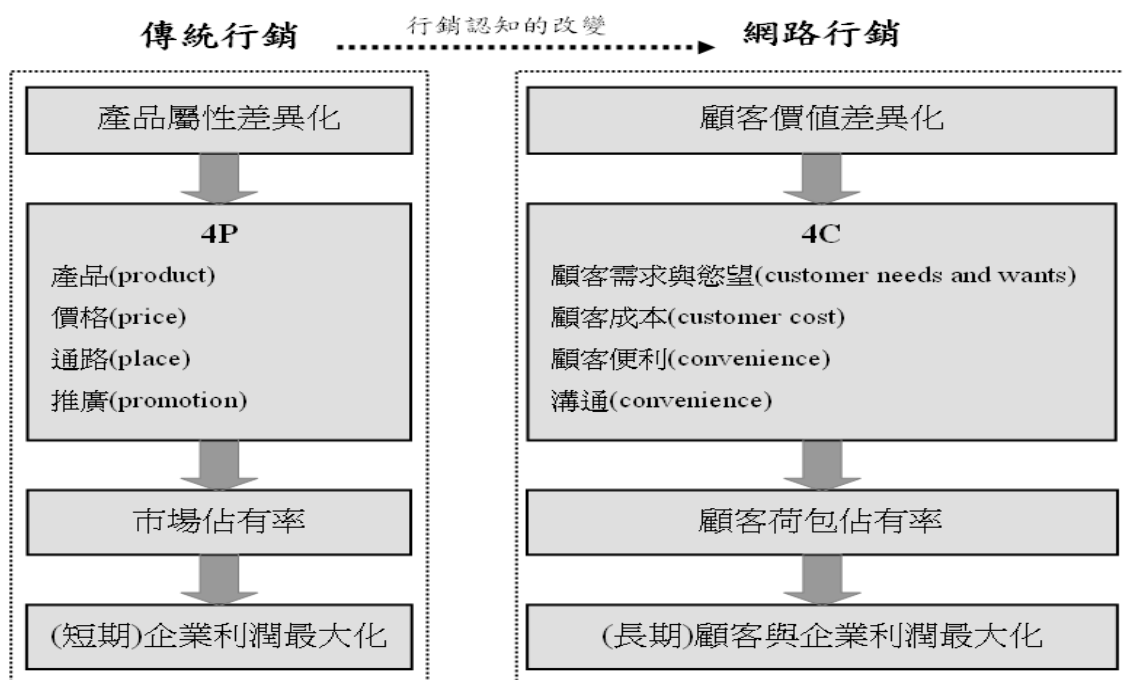


圖 1. 傳統行銷與網路行銷比較

#### 2-3-2 行銷組合

一般而言，行銷包括三階段：

- 環境分析階段（environmental scanning）
- 行銷策略規劃階段（marketing strategy）

- 行銷組合階段 ( marketing mix )。

環境分析即是要瞭解行銷產品與服務所處的整體環境，由大到小，由全球到企業等

行銷策略規劃階段的完成是以有沒有找到企業本身的產品與服務定位論，因此最終市場定位的釐清與擬定為本階段重要查核工作。

產品行銷組合 ( marketing mix ) 即是進一步 ( 細部 ) 的行銷策略規劃，有點像策略規劃過程中的執行方針 ( Action plan ) 擬定，傳統上常聽到的行銷 4P、行銷 7P 或是行銷 4C 即是對應行銷組合分析的相關專有名詞。

價格 ( price ) 與定價 ( pricing ) 與行銷 4P 中重要環節之一，定價太低利潤變差，定價太高市場競爭力降低，如何訂定一個好的價格，或是建立一個優質定價策略為一重要議題，如下表 2、表 3 所示。

表 2. 網路行銷組合 4P 的構成要素

產品(Product)	價格(Price)	通路(Place)	推廣(Promotion)
網路產品決策	網路產品動態定價	去中介化與新中介化	網路廣告
網路產品定位決策	線上議價	逆物流處理	網路人員銷售
網路產品組合決策	網路拍賣	第三方物流	網路促銷
數位內容決策	免費—禮物經濟	電子距離 vs 實體距離	網路公共關係
網路品牌決策	網路搭售	線上安裝、線上更新	網路直效行銷
網路 CIS 決策		線上配送	

表 3. 行銷 4R、4C 與 4P

行銷 4R	行銷 4C	行銷 4P
良好的顧客關係 (relationships)	顧客需求 (customer needs)	產品 (product)
提供豐富資訊減少顧客不便 (retrenchment)	便利 (convenience)	通路 (place)
專精服務項目建立專業形象 (relevancy)	溝通 (communication)	推廣 (promotion)
給予忠誠顧客附帶的獎賞 (reward)	成本 (cost)	價格 (price)

### 2-3-3 行銷推廣策略

行銷推廣策略的方式有很多種，如下列各種行銷策略來一一介紹：

**口碑行銷：**口碑應用在生活的哪裡，其實平常以吃的例子來舉的話，其實還蠻常的。像是問同學，哪家的餐廳比較好吃，什麼東西比較好用，這就是口碑的一環。

**聯合行銷：**聯合行銷策略是企業界經常使用的行銷策略之一，其目的除了增加市場佔有率、提高公司利潤外，亦可以增加品牌的知名度。

**事件行銷：**它是指企業整合本身的資源，透過具有企劃力和創意性的活動或事件，使之成為大眾關心的話題、議題，因而吸引媒體的報導與消費者的參與，進而達到提升企業形象，以及銷售商品的目的。

**社會行銷：**社會行銷是有計畫地改變公眾行為、改進生活品質，引起社會變遷的行動。狹義的是指非營利機構的行銷。

**服務行銷：**在服務行銷裡，行銷的目標對象不僅應包括付費的最終顧客（「外部顧客」），還應包括服務企業的員工（「內部顧客」）。針對外部顧客的行銷運作，我們稱之為「外部行銷」；針對內部顧客的行銷運作，則稱之為「內部行銷」。

**網路行銷：**網路行銷即是在網路上使用行銷方法,也是行銷的一種。一個注重行銷的公司，是會採用各種不同的方法來行銷自己的產品。所以網路行銷應根源於整個公司的整體行銷策略，在進一步思考網路上的行銷策略,最後才是制定出自己網站的走向。與其在整體行銷中的定位。

**病毒式行銷：**利用龐大的網路族群，在「好東西要與好朋友」分享的心理下，搭配適當的包裝，讓大家將資料分送給各自的朋友。

**游擊行銷：**游擊行銷的綱領是，透過非傳統的行銷方法，達到傳統行銷的目標。通常光把概念具體寫下來是不夠的，落實計畫才更重要。只要投入精力、熱情和熱忱，持續努力，動手去做就對了。

**置入性行銷：**「置入式行銷」說穿了是一種隱喻式的「廣告」手法。是試圖在觀眾不經意、低涉入的情況下，建構意識知覺（subliminal perception），減低觀眾對廣告的抗拒心理，常見的手法是節目當中包裝商品，或著是將公關行銷包裝成新聞事件，比方說在電視連續劇中的一段劇情刻意強調、融入某件商品，讓觀眾在收看節目時，同時達到廣告宣傳的效果。

## 第四節 青仁黑豆

此節介紹青仁黑豆的營養成份、特殊功效及附加價值

### 2-4-1 青仁黑豆的營養成份

黑豆是一種天然的防老抗衰食物，具有醫療食療特殊功能。我國自古以來就有用黑豆保健養生的傳統。

黑豆的蛋白質含量高達百分之三十六至四十，相當於肉類含量的兩倍、雞蛋的三倍、牛奶的十二倍；黑豆的十八種氨基酸含量豐富，特別是人體必須的八種氨基酸含量，較美國 FDA 規定的高級蛋白質標準還高。黑豆含有百分之十九的油脂，其中不飽和脂肪酸達百分之八十，吸收率高達九成五以上，除了能滿足人體對脂肪的需求外，還有降低血液中膽固醇的作用。

膽固醇是許多老年性疾病的罪魁禍首，而黑豆即是扮演著不含膽固醇，只含一種植物固醇，具有抑制人體吸收膽固醇，降低血液中膽固醇含量的角色。對於老年人而言，能軟化血管、滋潤皮膚延緩老化，特別是對高血壓、心臟病、肝臟、動脈硬化等老年性疾病大有益處。

根據中醫理論，豆乃腎之谷，黑色屬水，水走腎，所以黑豆入腎功能多，人的衰老往往先從腎機能顯現，想要延年益壽、防老抗衰，增強活力、精力，必須首重補腎。在中醫，黑豆入藥，黃豆不入藥，凸顯黑豆不同於黃豆特殊的祛疾保健功能。

黑豆中約含百分之二的蛋黃素，能健腦益智，防止大腦因老化而遲鈍。日本科學家發現，黑豆中還有一種能提高強化腦細胞功能的物質。黑豆含有豐富的微量元素，每一百公克黑豆中，含鈣三百七十毫克，磷五百七十七毫克、鐵十二毫克，其他如鋅、銅、鎂、鉬、碘、氟等含量都不低，這些元素能滿足大腦的需求而延緩腦機體衰老，能降低血液粘滯度，保持身體功能完整。

古代很多重要藥典都記載黑豆可駐顏、明目、烏髮，使皮膚變白嫩；宋朝文學家蘇東坡，曾記述當時京城汴梁宮廷內外，少男少女為了美容而服食黑豆的情景；古代著名的美容藥品七寶美髯丹，主要成份就是黑豆。為什麼黑豆有助美容養顏？因為黑豆含有豐富的維生素，尤其是維生素 E 和 B 族維生素含量甚高，其中維生素 E 的含量較肉類高五至七倍，維生素 E 是人類發現的最好的保持青春健美，延長生命的物質。

黑豆中粗纖維素的含量達百分之四，超過黃豆很多，粗纖維素具有良好的通便作用，便秘是中老年人普遍的問題，現代人飲食過於講求精緻，以致粗纖維素攝入過少，加重了腸道負擔，容易產生便秘，會引起痔瘡、腸癌的發生。因此，每天吃點黑豆，增加粗纖維素，就可以有效預防便秘發生。

黑豆最大的優點是易得、廉價，每人每天只要吃上三十公克，持之以恆，既能滿足人體對蛋白質的需求，又可保健身體、防老抗衰、延年益壽。

#### 2-4-2 青仁黑豆的特殊功效

黑豆的功效：可預骨質疏鬆、貧血、大腦老化，具有美容養顏的功效，能促進腸胃蠕動，減少便秘..等。黑豆的主要成分：鈣、磷、鐵、銅、鎂、維生素E及B群、纖維素、蛋白質、卵磷脂等。

生的黑豆，具有補腎的功能。腎就是掌管人體成長、發育、生殖之處。當腎功能減退時，會出現耳鳴、頭昏眼花、站立不穩等現象。生的黑豆，對這些症狀有效。

炒黑豆時具有利尿、排泄水分、活血、促進血液循環、通絡、使生命能量流通的道路，經絡流通順暢等作用。風濕性關節痛或老人性關節痛等；疼痛時使用。

豆芽的部分，具有極高的利尿效果，在罹患膀胱炎和出現嚴重的浮腫現象。能清熱、解毒，可治風濕性關節疼。

黑豆葉搗爛外敷可治蛇咬傷

黑豆花能治目翳。

青仁部份，可提高肝臟機能、預防肝硬化、肝炎、明目。

黑豆皮，具有強力的增血作用，在補血、貧血、頭昏眼花、促進血液循環、防老抗氧化方面、亦有極大功效。

唐代陳藏器的《本草拾遺》記載，黑豆能「明目鎮心，溫補。久服，好顏色，變白不老。」明代李時珍所著的《本草綱目》也有「李守愚每晨水吞黑豆二七枚，到老不衰」的記載。



事實上，最新的研究也證實，黑豆的確具有降血脂、抗氧化、養顏美容的效果。此外，生黑豆中的胰蛋白酶抑制劑，會降低蛋白質吸收、利用；血球凝集素則會抑制生長；甲狀腺腫素會降低碘的吸收，造成甲狀腺機能不全與腫大。而這些成分只要經過加熱烹煮，都會被破壞掉，因此最好還是熟食，或吃磨粉、加工品。

由於整顆生黑豆很難被消化、吸收，所以大家都是將整顆黑豆排出體外。黑豆一般煮熟食之或配藥，煮熟食之能治病，但不易消化。故中滿者或消化不良者宜慎食之。黑豆若炒熟食之，則其性極熱，易生熱性疾病

### 2-4-3 青仁黑豆的附加價值

生吞黑豆的風氣，曾經席捲全台；究竟黑豆對人體健康有何影響？又該如何吃？吃過日本料理的人，幾乎都很難忘懷那一小盤甜黑豆的滋味，忍不住再叫一盤。談及黑豆，在中國古老的觀念中，認為具有抗衰、防老、養顏美容的功能。唐代陳藏器的《本草拾遺》記載，黑豆能「明目鎮心，溫補。久服，好顏色，變白不老。」明代李時珍所著的《本草綱目》也有「李守愚每晨水吞黑豆二七枚，到老不衰」的記載。事實上，最新的研究也證實，黑豆的確具有降血脂、抗氧化、養顏美容的效果。降血脂，預防心血管疾病 黑豆含有 15% 的油脂中，以不飽和脂肪酸為主，可促進膽固醇的代謝、降低血脂。文化大學食品營養系教授趙璧玉、中央研究院植物所副研究員楊棋明，最新的研究也初步證實，黑豆可以抑制血液中的低密度脂蛋白氧化速度，有效降低三酸甘油脂的濃度，減少心血管疾病的威脅。而且，無論是身體健康的人，或是動脈粥狀硬化的病人，黑豆都顯現出降血脂的效果。在動物實驗上，則是吃了維生素 E 的高血脂兔子，沒有動脈粥狀硬化病變，黑豆組效果次之，吃黃豆和一般飼料的兔子血管堵塞最嚴重。「令人驚訝的是，在降低動脈血管硬化、預防血管堵塞的效果上，黑豆竟然比黃豆好，」趙璧玉樂觀地表示。抗氧化，延緩老化 黑豆也含有許多的抗氧化成分，最特別的是異黃酮素、花青素。

《本草綱目》中記載，黑豆有延年益壽、返老還童的效果。楊棋明推測，應該與黑豆中

的抗氧化成分如異黃酮素、花青素有關，所以能延緩老化。根據中興大學食品科學系教授顏國欽的研究，黑豆的異黃酮素含量高於黃豆。楊棋明也研究證實，對於身體健康和動脈粥狀硬化的人，「黑豆的抗氧化能力都比黃豆強。」一般來說，種皮只要是深紫紅色或黑色，就含有花青素，例如黑豆、葡萄皮、桑椹。花青素是很好的抗氧化劑來源，能消除體內的自由基，尤其是在酸性環境如胃中，抗氧化效果更好。養顏美容，增加腸胃蠕動 黑豆還含有豐富的抗氧化劑——維生素E，能清除體內的自由基，減少皮膚皺紋，達到養顏美容、保持青春的目的。

在古代很多藥典中，都記載黑豆可以「駐顏、明目、烏髮、使皮膚變白嫩」。宋朝著名文學家蘇東坡就曾記述，當時京城內外，少男少女都為了養顏美容而服食黑豆。此外，三軍總醫院營養部主任金惠民也指出，黑豆含有5%的纖維質，可促進腸胃蠕動，預防便秘。過去，曾有青春痘患者在食用黑豆一段時間後，情況好轉。「這應該是因為黑豆中的纖維質含量高，吃了一段時間後，自然會加強腸道的排毒作用，」金惠民解釋說。宜煮熟，而非生吞 前衛生署中醫藥委員會執行秘書張步桃每天都吞生黑豆，而這股流行風潮也曾經席捲台灣。但是，成大醫院營養部主任彭巧珍對此則持保留態度，因為除了沒有吸收到任何營養素，「這就像吞一顆小石頭，頂多會刺激一下腸道，但對腸胃不好的人，生硬的黑豆反而更容易造成腸阻塞，」彭巧珍特別提醒危險性。

為了要了解吞生黑豆的保健功效，楊棋明也曾親身試驗，並問過周遭親友的經驗。他發現，由於整顆生黑豆很難被消化、吸收，所以大家都是將整顆黑豆排出體外。趙璧玉也特別提醒，生黑豆的缺點還包括，所含的寡糖容易造成脹氣，尤其是胃不好的人，生吞更會覺得不舒服。此外，生黑豆中的胰蛋白酵素抑制劑，會降低蛋白質吸收、利用；血球凝集素則會抑制生長；甲狀腺腫素會降低碘的吸收，造成甲狀腺機能不全與腫大。而這些成分只要經過加熱烹煮，都會被破壞掉，因此最好還是熟食，或吃磨粉、加工品。最好搭配正餐食用 此外，已經習慣生吞黑豆的人，「最好與正餐一起食用，」金惠民建議。因為空腹吃，生硬的黑豆在胃中單獨被研磨，對胃炎患者可能產生不適、疼痛的感覺。而且，與正餐一起食用，纖維質可增加食物的粘稠度，在胃中停留的時間加長，增加飽足感。衛生署建議每天4份的蛋豆魚肉類，其中有一份來自豆類製品如黑豆、黃豆，確實是個不錯的替代選擇。（審稿專家：成大醫院營養部主任彭巧珍）作者：陳雅莉

### 第三章 系統研究方法

此章節介紹研究流程、SWOT 分析。

#### 第一節 研究流程

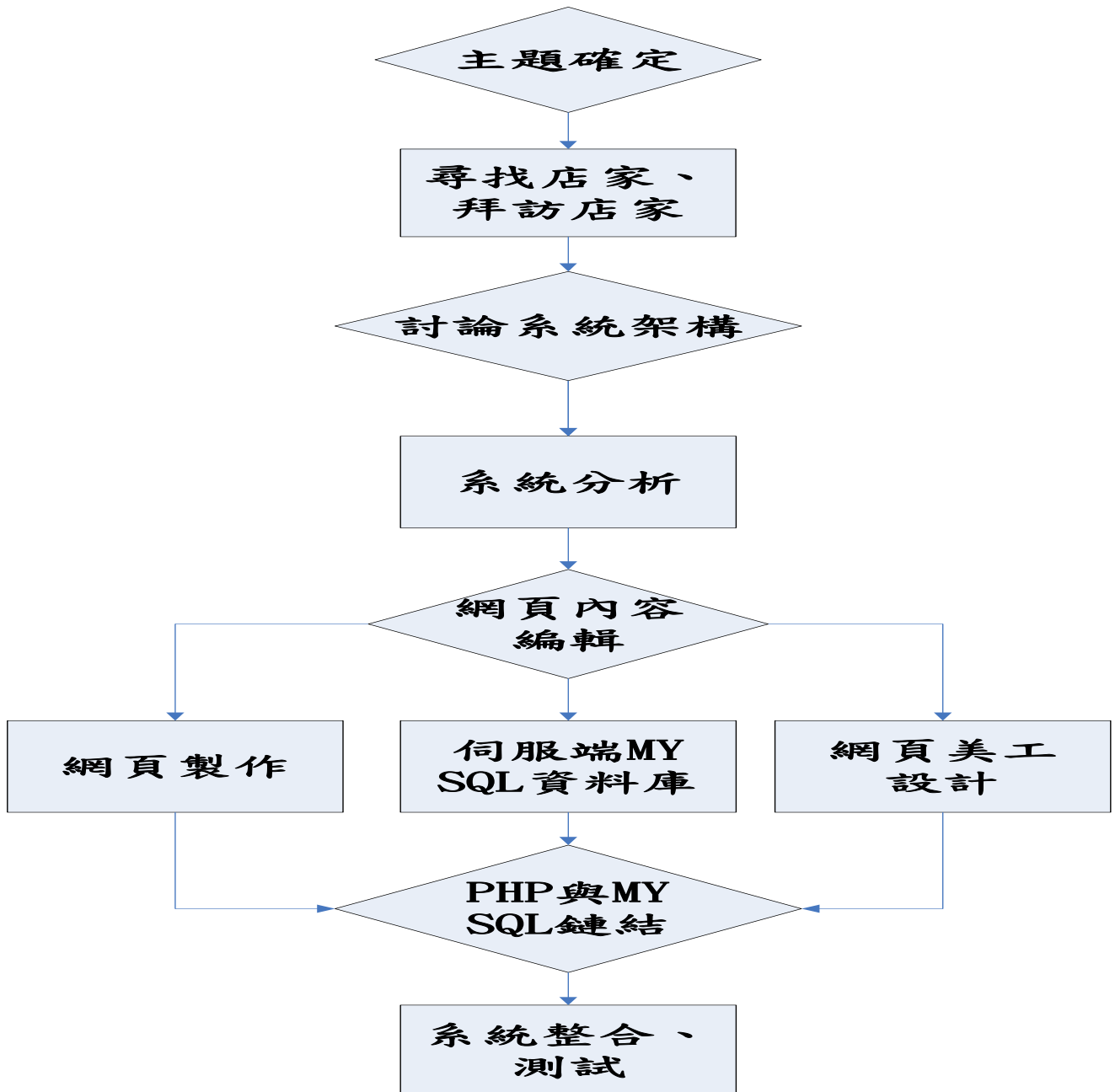


圖 2.研究流程圖

## 第二節 SWOT 分析

表 4.SWOT 分析

S(優勢)	W(劣勢)
<ul style="list-style-type: none"><li>◎ 具產品創新性</li><li>◎ 具方便性</li><li>◎ 具即時性</li><li>◎ 更新容易</li><li>◎ 增進顧客與店家間的互動</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>◎ 店內座位不足</li><li>◎ 交通不便利</li></ul>
O(機會)	T(威脅)
<ul style="list-style-type: none"><li>◎ 打高知名度</li><li>◎ 加強運送管道</li><li>◎ 創造電子商務更大的商機</li><li>◎ 各種資訊可藉由此平台傳遞資訊</li><li>◎ 推廣副產品，增加額外利潤</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>◎ 技術日新月異需要一直更新設備</li><li>◎ 出現同質性商品</li></ul>

## 第四章 預期研究成果

此章節介紹系統功能、系統特色、使用對象、使用環境

### 第一節 系統功能

#### 一、最新消息

##### 1.最新消息

提供最新資訊，讓顧客們知道有無最新活動與資訊。

##### 2.促銷活動

告知顧客有什麼促銷的活動，提供他們產品促銷的最新資訊。

#### 二、關於店家

##### 1.文仙故事

提供顧客了解店家的簡介與附近景點。

##### 2.報章雜誌

提供顧客電視、平面媒體報導的時間及訊息。

##### 3.活動花絮

讓顧客看見店內的活動照片、影片等。

#### 三、產品資訊

##### 1.產品介紹

提供顧客產品的價格、樣品的展示，或了解到最新的產品資訊以及產品的介紹等等。

##### 2.購物流程說明

##### 3.訂單查詢

提供顧客查詢已訂購的東西、是否出貨、價錢及日期。

##### 4.付款方式說明

#### 四、會員專區

##### 1.會員資料修改

##### 2.登入與註冊

提供顧客能夠利用申請會員，留下聯絡方式以及相關資料，可獲得電子報得到最新特價資訊與折扣優惠。

##### 3.購物車

從購物車購買店內產品。

#### 六、線上 Q&A

提供最常出現的問題解決方案。

#### 七、關於我們

##### 1.E-mail 連結

##### 2.聯絡電話

使顧客能夠提供我們改進的意見，以及聯絡方式。

##### 3.網際網路電子地圖

讓顧客知道店家所在位置，與附近交通概況。

## 第二節 系統特色

### 一、方便查詢

對於顧客而言，每個顧客都可利用此系統功能連結到此網站，查詢是否有新的消費方式或者最新資訊以求在第一時間內吸收最豐富完整的資訊。

### 二、訂購迅速

現在的人都講求效率，人們都想用最短的時間達到最大的目的，當顧客使用此系統時，能夠享受一指在手、萬用無窮，只要你透過電腦連上網際網路，再透過簡單的流程，即可訂購，這樣也不用擔心是否會佔用其等待的時間。

### 三、管理方便

透過會員系統，我們店家可以很清楚的了解到各個顧客的喜好，像是過年過節有  
哪些顧客較易訂購大量的產品，或者哪個產品易得到大眾的喜好等等，一方面可  
以跟顧客有互動，一方面顧客源也比較不會流失。

### 四、容易更新

透過網路的管理，使我們能夠做線上即時更新，再藉由 E-mail 傳達給各個顧客，  
讓資訊不落人後，而且這樣也不用擔心人力過於使用，只需 1.2 人即可達成。

### 五、多元應用交換

由於此系統是使用 PHP 語言撰寫，所以日後也可以轉換給其他各行各業，只要稍  
稍修改內容就可以展現新的面貌和風格。

## 第三節 使用對象

使用對象我們區分內部與外部使用者

### 內部使用者

- 內部人員管理使用

### 外部使用者

- 現代家庭主婦
- 有健康概念的人們
- 餐廳店家使用
- 大量定購者

## 第四節 使用環境

對於此系統功能，我們提供三種使用環境：

- **IE 瀏覽器**
- **Firefox**
- **KKman**



## 第五節 開發工具

### Windows Xp

Windows XP Professional, 包含 Windows XP Home Edition 的所有功能再加上其他進階功能, 是為各種大小型企業和在家中需要更強電腦經驗的使用者而量身訂做的。主要領域在於：商業網路、管理、安全性、企業部署工具和技術、多語系支援、行動電腦、授權和支援程式。

### MySQL

開放源碼的小型關聯式資料庫管理系統, 開發者為瑞典 MySQL AB 公司。目前 MySQL 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 MySQL 作為網站資料庫。

### Adobe Photoshop

Adobe® Photoshop® CS3 是您創造完美影像不可或缺的軟體, 現在還提供提高生產力和工作流程的增強功能、強大的全新編輯工具, 以及突破性的複合功能。

### Adobe Dreamweaver

原本由 Macromedia 公司所開發的著名網站開發工具。它使用所見即所得的介面, 亦有 HTML 編輯的功能。它現在有 Mac 和 Windows 系統的版本。隨 Macromedia 被 Adobe 收購後, Adobe 也開始計畫開發 Linux 版本的 Dreamweaver 了。Dreamweaver 自 MX 版本開始, 使用了 Opera 的排版引擎 "Presto" 作為網頁預覽。

### Apache

全世界幾乎大型的 Web Site 都是採用 Apache 作為 WWW Server, 無論是 Uinx、Sun Solaris、Free BSD、Linux ... 系統清一色都是以 Apache 架設 Web Server, 甚至 NT 系統也有不少以 Apache 架設而成的 Web Server。

## PHP

PHP 是一種伺服器端(server-side)，跨平台(cross-platform)，簡單易學的 HTML 嵌入式非編譯性語言(HTML embedded scripting language)。它通倣 H 模組(module)的形式和 Apache 伺服器結合，提供多種連結資料庫的介面，如 MySQL，mSQL，PostgreSQL，Sybase，Informix，InterBase 等

## 第五節 系統平台架構

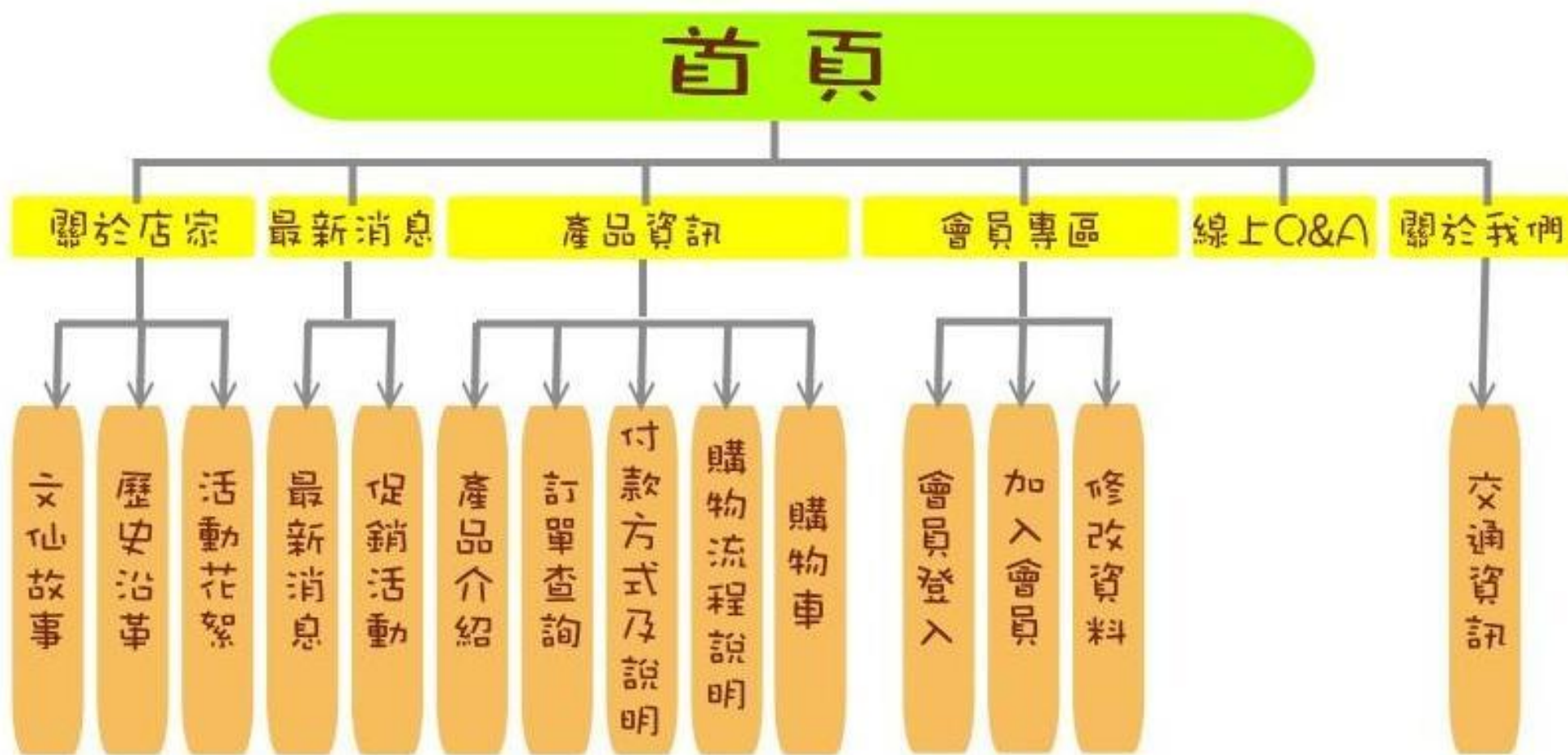


圖 3.系統架構圖

## 第五章 結論

此章節對於此功能系統，討論出預期研究效益與預期研究限制的結論。

### 第一節 預期研究效益

目前此系統所擁有的功能有以下預期效益

- 取代人工訂購
- 加速訂單處理速度
- 可分析產品銷售量以便決策

### 第二節 預期研究限制

開發此系統，可能遇到的研究限制

- 軟體技術更新  
解決方案：軟體設計人員需經常學習或是使用替代性軟體。
- 網站資訊不夠豐富  
解決方案：不定時增加各種新資訊，以便顧客觀看。

## 第六章 分工執掌和進度表

### 第一節 分工執掌

組員共計 6 名主要工作分配如下：

PHP 網頁製作	3 名	廖哲皓、高御鈞、戴宜信
多媒體製作	2 名	林雅慧、周思柔
文書編輯	2 名	林雅慧、戴宜信
網頁美工設計	2 名	林雅慧、周思柔
PHP 與 MY SQL 鏈結	6 名	全組
伺服器端 MYSQL 資料庫	3 名	孫斯源、廖哲皓、高御鈞

細部工作分配如下表 5 所示

表 5.工作細部表

全組	討論系統架構、資料庫分析、會員資料分析、活動資料分析、系統整合、系統測試、系統維護。
PHP 網頁製作	網站首頁、網站介面、最新資訊、關於店家、產品資訊、會員專區、產品訂單查詢、交通資訊、聯絡我們。
多媒體製作	
文書編輯	
網頁美工設計	
伺服器端 MYSQL 資料庫	
PHP 與 MY SQL 鏈結	

## 第二節 工作進度表

編號	工作名稱	開始	完成	期間	三月2008			四月2008			五月2008				六月2008				七月2008				八月2008				九月2008				十月2008				十一月2008				十二月2008			
					163	233	303	64	134	204	274	45	115	185	255	16	86	156	226	296	67	137	207	277	38	108	178	248	318	79	149	219	289	519	1219	1919	2619	271	911	1611	2311	3011
1	主題確定	2008/3/13	2008/3/14	.4w	■																																					
2	尋找店家	2008/3/14	2008/3/26	1.8w	■																																					
3	編製網頁內容	2008/3/26	2008/4/1	1w	■																																					
4	討論系統架構	2008/4/1	2008/4/14	2w	■																																					
5	系統分析	2008/4/16	2008/5/21	5.2w	■																																					
6	網頁內容編輯	2008/5/21	2008/7/1	6w	■																																					
7	PHP網頁製作	2008/7/1	2008/11/20	20.6w	■																																					
8	網頁美工設計	2008/8/15	2008/12/11	17w	■																																					
9	伺服器MySQL資料庫	2008/7/1	2008/11/20	20.6w	■																																					
10	PHP與MySQL連結	2008/8/15	2008/11/10	12.4w	■																																					
11	系統整合測試	2008/9/29	2008/11/20	7.8w	■																																					
12	系統維護	2008/11/20	2009/1/2	6.4w	■																																					

圖 4.甘特圖

## 參考文獻

1. 黑豆凝集素分離純化及理化特性探討
2. (審稿專家：成大醫院營養部主任彭巧珍) 作者：陳雅莉
3. 連大進，1995b。台灣黑豆的利用與生產展望。農業世界
4. 郭士榮。1998。黑豆豆腐及豆漿加工中抗氧化力與異黃酮之變化。私立文化大學生活應用研究所碩士論文。
5. 戴文禎。1997。黑豆萃取物之抗氧化效用。私立文化大學生活應用研究所碩士論文。
6. 黃宗雄。2003。以動物模式研究黑豆腐豆清對於免疫調節反應及降血魯作用之影響。國立屏東科技大學食品科學研究所碩士論文。
7. 蔡迎聖，消費性產品特性對網際網路行銷活動發展性之影響，國立中山大學企業管理研究所碩士論文，民國 86 年 6 月
8. 周祺鈞，高生理活性黑豆及豆渣納豆最適加工條件之探討，中國文化大學，生活應用科學研究所
9. (電子商務網站經營模式之研究) 銘傳大學 洪千琇
10. 蘇漢良，(2000)，〈工作流程管理系統之設計與建構〉碩士論文，國立臺灣大學。
11. 陳清耀、劉政德，2002，網路行銷與傳統行銷模式結構之差異探討，樹德科技大學學報，第四卷，第一期
12. 楊恒馨，經營模式與行銷組合對消費者評價與購買意願影響之研究，大同大學，事業經營研究所
13. 藍粒璋，網路行銷廣告模式與消費者訊息搜尋對購買決策影響之研究，中國文化大學，國際企業管理研究所
14. 徐立斐，經營模式與行銷組合策略對消費者創新採用意願影響之研究，中原大學，企業管理研究所
15. 柯曼慈，網路銷售模式之建立，臺灣大學，會計學研究所，碩士論文

16. 李宗錡，推廣策略企劃架構建立之研究，國立中興大，企業管理研究所
17. 戴光輝，產品類型與行銷組合之關係研究，大同工學院，事業經營學系
18. 何中成，2002，選擇性行銷組合要素對品牌權益影響之研究，大同大學事業經營研究所碩士論文。
19. 林依初，黑豆對於高膽固醇血症之紐西蘭白兔抗致粥狀性的影響，中國文化大學，生活應用科學研究所
20. 張暄輝，黑豆對於高膽固醇血症白兔之低密度脂蛋白氧化敏感性與血管致粥狀性的影響，中國文化大學，生活應用科學研究所
21. 黃俊英，行銷學的世界，天下文化，2003（第二版）
22. 洪順慶(1999)，行銷管理，台北：新陸書局。
23. 戴久永，1994，品質管理，三民書局。
24. 魏啟林，1993，策略行銷，時報文化出版。
25. 蔡迎聖，消費性產品特性對網際網路行銷活動發展性之影響(國立中山大學企業管理研究所碩士論文，民國 86 年 6 月)
26. Stern L.W., El-Ansary, A. and Coughlan, A.T., 2002，行銷通路，翁景民，胡同來譯，華泰文化出版。
27. Schultz, D., Tannenbaum, S., and Lauterborn, R., 1994，整合行銷傳播，吳怡國、錢大慧、林建宏譯，滾石文化出版。
28. Percy, L., 2000，整合行銷傳播策略：從企劃、廣告、促銷、通路到媒體整合，王鐳、洪敏莉譯，遠流出版。
29. McCarthy, E.J. and Perreault, W., 1999，行銷學，第六版，余佩珊譯，滄海出版。
30. Dalrymple, D.J. and Parson, L.J., 2001，行銷管理，第七版，張峻源譯，台灣西書出版。
31. Belch and Belch, 1999，廣告與促銷，第四版，吳真偉譯，台灣西書出版。



32. <http://tw.knowledge.yahoo.com/question/question?qid=1105062003674>(何謂網路消費平台)
33. Oliveira SRM, Nascimento AE, Lima MEP, Leite YFMM, Benevides NMB. 2002. Purification and characterization of a lectin from the red marine alga *Pterocladia capillacea* Santel and Hommers. *Revista Brasil Bot.*
34. Peumans WJ, Damme E, 1996. Prevalence, biological activity and genetic manipulation of lectins in food. *Trends in Food Science and Technology.*
35. Newman RA, Klein PJ, Rudland PS. 1979. binding of peanut lectin to breast epithelium, human carcinoma and cultured rat mammary atem cells: Use of the lectins as a marker of mammary differentiation. *Journal of the National Cancer Institute.*
36. Dorland L, Halbeek H, Vliegthart JFG, Lis H, Sharon N. 1981. Primary structure of the carbohydrate chain of soybean agglutinin: a reinvestigation by high resolution  $^1\text{H}$  NMR spectroscopy. *Journal of Biological Chemistry.*
37. Strang, R.A., Harris, B.F. and Hernandez, A.L., 1979, "Consumer Trial of Generic Products in Supermarkets: An Exploratory Study", in Beckwith, N. et al.(Eds.), *Educators` Conference Proceedings*, American Marketing Association, Chicago.