

# 致理技術學院

## 資訊管理系 實務專題報告

### E-花兒

指導老師：曲莉莉

學生：李郁緣(19310118)

潘韋同(19310105)

楊士軒(19310128)

鄒奇紘(19310140)

林孟姿(19310143)

高綉汶(19310156)

中華民國 96 年 12 月

# 致理技術學院

## 資訊管理系 實務專題報告

### E-花兒

學生：李郁緣(19310118)

潘韋同(19310105)

楊士軒(19310128)

鄒奇紘(19310140)

林孟姿(19310143)

高綉汶(19310156)

本成果報告書經審查及口試合格特此證明。

指導老師：\_\_\_\_\_

中華民國 96 年 12 月

# 實務專題研究授權書

本授權書所授權之實務專題研究為 李郁緣、潘韋同、楊士軒、鄒奇紘、林孟姿、高綉汶共\_\_6\_\_人，在致理技術學院資訊管理系 \_\_96\_\_學年度第\_\_1\_\_學期完成資管實務專題。

實務專題名稱：\_\_\_\_\_E-花兒\_\_\_\_\_

同意       不同意

本組同學共\_\_6\_\_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鉤選，該組同學皆同意視同授權。

指導教授姓名:

專題生簽名:

(親筆正楷)

學號:

(務必填寫)

中華民國      年      月      日

# 誌 謝

四年前我們來自不同的地方，台北縣市或者是其它的縣市的高中、高職，利用各種管道，不管是推薦甄試或者是全國分發，我們都進入了同一個學校：致理技術學院的資訊管理系，在這個求學的過程當中，我們所得到的是滿腹的知識，在同儕間的學習也是彼此互相學習與成長，而不是只有一張畢業證書能夠取而代之。

在我們學習當中，四年來資訊管理學系裡提供我們完善的硬設備、充足的軟體、優良的師資，在資訊管理學系主任陳瑛琪博士領導下讓系上更加成長茁壯，也在這次專題期間給予我們最大支持及資源。

曲莉莉老師是我們的專題老師，在我們的專題中從無到有的所有過程當中，給予我們許許多多的幫助，不僅是技術上的指導，在精神上也給我們鼓勵與支持，內部組員有任何溝通上的問題，也給予我們任何的協助。

我們的組長李郁緣在花王花苑打工而認識花王花苑的老闆張世元，感謝張世元老闆給予我們機會幫助他做網站而做出這次的專題也十分配合製作，讓我們這次的專題能夠如期完成。

我們感謝人實在是太多了，在這次參與這次專題的組員們，還有其它給予我們協助的老師與同學們，在我們這次的專題不管是遇到任何挫折、艱辛與困難，都能夠將所有問題給克服掉，真的感謝、感謝你們讓我們完成了此次的專題。

# 摘要

由於現今網路花店快速成長，我們做網路花店是希望可以讓花王花苑除了有實體商店外另外還提供線上購物的平台，讓消費者除了在實體的花店購買花以外還可以在家裡購物。

1. 了解花王花苑的特色與精神分析做出更有特色的網站。
2. 利用 YAHOO 奇摩關鍵字廣告使花王花苑更快的打入市場。
3. 以簡單、活潑、大方的方式將網站呈現給顧客，方便顧客尋找自己想要的商品。
4. 製作 3D 的花王景觀讓照片以活潑的方式展示。

希望透過這次製作花店的網站可以使的花店知名度提高，擴大花王花苑的商圈。

**關鍵詞：**網路花店、花王花苑、電子商務。

# 目 錄

實務專題研究授權書 .....	I
誌 謝 .....	II
摘 要 .....	III
目 錄 .....	IV
圖 目 錄 .....	V
第一章 緒論 .....	1
第一節 研究背景 .....	1
第二節 研究動機 .....	1
第三節 研究目的 .....	2
第二章 文獻探討 .....	3
第一節 電腦化影響 .....	3
第二節 台灣地區網路花店經營 .....	6
第三節 網路花店比較 .....	7
第三章 系統建置 .....	9
第一節 系統功能規劃 .....	9
第二節 系統功能簡介 .....	10
第三節 使用對象 .....	12
第四章 開發工具與環境 .....	13
第五章 系統畫面 .....	14
第一節 系統首頁畫面 .....	14
第六章 結論與未來展望 .....	28
第七章 參考文獻 .....	29
附錄一 合作廠商 .....	30
附錄二 甘特圖 .....	32
附錄三 PERT 圖 .....	33
附錄四 WBS .....	34

# 圖 目 錄

圖 1 系統架構圖 .....	10
圖 2 首頁畫面說明 .....	14
圖 3 購物流程-Step1 .....	15
圖 4 購物流程-Step1 .....	15
圖 5 購物流程-Step2 .....	16
圖 6 購物流程-Step3 .....	16
圖 7 購物流程-Step4 .....	17
圖 8 購物流程 Step5 .....	17
圖 9 其他功能畫面-關於花王(花王景觀).....	18
圖 10 其他功能畫面-關於花王(花王地圖).....	18
圖 11 其他功能畫面-花藝教學(影片教學).....	19
圖 12 其他功能畫面-花藝教學(花藝教室).....	19
圖 13 其他系統功能-花言巧語(花言巧語).....	20
圖 14 其他系統功能-花言巧語(花卉知識).....	20
圖 15 其他系統功能-花言巧語(各類賀詞).....	21
圖 16 登入畫面 .....	21
圖 17 管理者登入 .....	22
圖 18 管理者首頁 .....	22
圖 19 產品管理 .....	23
圖 20 編輯、新增、刪除產品 .....	23
圖 21 訂單管理 .....	24
圖 22 訂單編輯 .....	24
圖 23 訂單資料 .....	25
圖 24 會員管理 .....	25
圖 25 最新消息管理 .....	26
圖 26 花店景觀管理 .....	26
圖 27 電子報發送 .....	27
圖 28 甘特圖 .....	32
圖 29 PERT 圖 .....	33
圖 30 WBS .....	34

# 表 目 錄

表格 1 網路花店比較表 .....	8
表格 2 系統開發工具表 .....	13
表格 3 系統開發環境 .....	13
表格 4 公司簡介 .....	30



# 第一章 緒論

## 第一節 研究背景

電子商務（Electronic Commerce；EC）的發展，運用網路特性，整合線上虛擬銷售通路，成立網站提供便利體貼的使用介面及符合網路消費族群的產品與服務，因而建立強大的品牌知名度與商業版圖，花店業者也是如此。不同於其他的產業或服務業，花店業的商品所欲傳達的是人們彼此間貼心互動之人際關係。商品容易被模仿而且趨向同質化，而且同業競爭日漸增加，唯有與顧客貼心對話，才能成功勝出。

顧客只要到網路花店消費，業者就可以馬上依照顧客的需求製作花束，並在顧客指定的日期送到受禮者手中，並且可以透過網站處理及追蹤訂單、交貨、諮詢等。其網站顧客介面設計是吸引顧客注意，評斷商品價值，進而建立信任感，影響消費者進而消費的主因。花店業者從傳統實體銷售點的人際互動，轉換到以資訊科技為主導的顧客經驗，網站介面設計即顯得特別重要，將影響與顧客的關係，甚至擴及產業的結構與 EC 的發展。

## 第二節 研究動機

由於科技日新月異，電腦的普及化及網際網路的發達，全世界各種不同的商業模式網站紛紛出現，並徹底改變了大眾的生活，舉凡學術研究、資料查詢、消費購物、求職等，都可透過 Internet 來完成，上網已成為現代人必備的「生活習慣」，也因此電子商務能如此快速的盛行，如今一般

的傳統商店已經不能滿足消費者的需求，愈來愈多的廠商運用網際網路空間創造商機，透過無國界及無營業時間限制的網路來銷售產品或提供服務。因此，網路花店的市場，擁有相當大的蓬勃發展的空間。

而實體商店的人潮，靠的是好地點，網路商店的人潮<sup>1</sup>，靠得是商品的吸引力與網路行銷。網路商店沒有實體空間的限制，可以靈活運用版面擺放商品，擴充性也較大。並且，網路商店沒有營業時間限制，可一天 24 小時，一週 7 天，全年無休的提供服務，進行交易。網路商品雖然無法實際觸摸或仔細端詳產品外觀，但可多利用照片輔以文字來敘述商品，以求讓消費者的真實感。

網路購物則提供了消費者與企業組織之間最直接的接觸，網路購物活動透過網際網路的即時、快速、無地理限制的媒體特性，在許多方面，企業都能夠提供顧客良好的購買比較環境，降低了交易成本，減少了資訊不對稱的情形發生。

### 第三節 研究目的

讓顧客在家也可以享受訂花的樂趣，即便是在忙碌的生活中，也可以有閒情逸致享受便利的資訊。不用出門，也可以在家 SHOPPING 一輩子。

讓花王花苑可以增加私人商家的名氣，打造更多的訂單。並且可以增加訂單的便利性，不需人工作業，而可以直接由電腦來了解訂單內容，可以不需浪費人力，也可以避免紙張遺失，造成訂單遺失。

---

<sup>1</sup> 台灣電子交易市集 <http://www.emarket.com.tw/>

## 第二章 文獻探討

### 第一節 電腦化影響

#### 網路服務業對社會影響

隨著資訊科技的發展，整個社會進入一波資訊革命，這一次革命比起過去得工業革命來得更快、影響更大。而要瞭解資訊革命影響的深度和廣度，首須看看帶動資訊革命的幾項動力。電子技術則無疑地是帶動資訊革命的主要動力，過去三十年來容量加大、速度加快和價格下降一直是微電子發展的三個方向。七〇年代摩爾曾提出一個預言，該預言指出：微處理機每隔十八個月，速度及容量將加大一倍而價格則下降一半。二十年來微處理機確是按摩爾的預言發展，因此摩爾的預言今天已成為摩爾定律。微電子的進步，帶動個人電腦的快速普及，根據 IDC 的估計，1996 年全球裝用的電腦已接近一億五千萬台，預測到公元 2000 年，全球將達三億台，電腦的普及運用改變了工商業經營管理方式，而微處理機應用於飛機、汽車、電話機以及家電設備等使之智慧化，更改變了工作與生活方式。帶動信息革命的另一股動力，來自多媒體、軟體工程與通信網路的結合，這三項技術促成商業電子化<sup>2</sup>，改變了交易方式，也根本改造了金融業的經營與運作。

而隨著資訊科技的蓬勃發展，網路服務業亦隨之興起，對企業、社會發展也產生了相當大的影響。

#### (一) 企業資訊化

在工業時代，受組織結構與資訊管道的限制，各功能部門如人事、會

---

<sup>2</sup>沈曉芸(2003)，「一個電子化商業交易的證據管理架構與應用於網路金融服務之研究」交通大學資訊管理研究所

計、生產、行銷與採購等部門是分工、獨立運作的。若生產與採購部門不能配合，往往會造成停工待料；而若生產與行銷部門不能配合，常則會造成存貨積壓或供不應求。企業內各部門之間無法配合，往往是造成工業化時代高存貨、高成本的主要原因。而資訊科技正可以運用來解決企業資訊管道問題，以製造業為例，公司接到一批訂單，資訊系統就可以根據標準物料表自動算出採購需求、製造排程、人力派遣與成本估算等資訊，以使各項資源作最佳的配合與運用，做到製程過程順利，從而提高生產力並降低成本。有些企業經過資訊化，內部作業予以整合後，生產力提升了，材料庫存積壓減少了。

由於資訊科技可以為企業取得競爭優勢，因此企業內部整合將是資訊化時代必然的趨勢。而企業運作亦必然要隨之進行調整、改變，而要用資訊科技做到內部整合，必須要有一個先決條件，那就是作業標準化。包括各部門間作業標準化，例如材料編號標準化、預算科目標準化、工時標準化等，這些標準化便是企業經過資訊化必須進行的準備工作。因此，企業將因資訊科技而產生改變。

## （二）跨組織資訊化／企業上下游整合

由於網際網路的快速拓展，許多企業開始與上下游夥伴連線作業，絕大多數的企業都因連線合作而獲致巨大利益。以美國為例，其中較有名的是美國通用汽車 Saturn 廠，該廠與下游銷售商連線，使供貨更靈活更快速。更重要的是從銷售商處獲得更直接更準確的市場需求趨勢，大大降低了盲目生產的風險。該廠也與二百餘家上游零組件供應商連線，將最新的生產計劃及訂單運用電子資料交換(EDI)傳交供應商，要求供應商在適時交貨。從而使材料庫存從 180 天降至 5 天，大幅降低了料件庫存成本，也節約了大批採購人力。

事實已明白顯示，未來資訊化時代上下游企業連線整合作業已是必然趨勢。而上下游連線的先決條件是企業間電子資料交換共同標準的建立、與連網設施的建立。因此，上下游企業都將因上下游企業連線整合作業而進行調整與改善，對於企業本身與整個產業的競爭力提昇必然有相當之助益。

### （三）群體工作電腦化<sup>3</sup>

縮短設計時程、提早上市時間，是現代企業競爭求勝的必要條件。美國波音公司在運用資訊技術縮短設計時程上樹立了良好範例，該公司在設計波音 777 飛機時，運用了資訊網路及群體工程技術，縮短設計時程高達一年以上。運用資訊網路與群體工程軟體，使得散處全球各地的工程設計人員，有如面對面的共處一室交換設計意見。以資訊網路傳送設計圖，取代了藍圖紙張，節省了旅行費用，這將會是未來工程設計的趨勢。許多群體工程軟體已在市場暢銷風行，有名的如 Lotus Notes，微軟的 Exchange 等。從波音 777 設計所得的教訓，是各行各業的工程師和設計人員，必須會運用資訊網路與電腦知識，因此在學校中的學生，就應能熟悉相關之資訊科技。而企業內群組合作之方式，亦必然因此受到影響與改變。

### （四）商業電子化

商業電子化已行之有年，初期由於電腦尚未普及，因此效果未能彰顯。電子商業最早是以電子資料交換(EDI)的形式出現，買賣雙方均利用電腦與網路進行交易資料包括詢價、報價、訂單、發票、付款等之自動交換。以台北農產公司與僑聚貿易公司為例，用人工作業時，自詢價至報價須歷時 14 天，改用 EDI 後，縮短為三小時，自收到訂單至送貨自七天縮短為 36

---

[1] <sup>3</sup>張凱堡、邱萬全、田如玉(2004)「數位影像輸出中心電腦化系統」，私立致理技術學院資管系畢業專題。

小時，作業時間之縮短，不僅減少了存貨積壓，節省了人力，也改善了服務品質。實施商業電子化的最重要準備工作，就是訂定 EDI 標準與發展 EDI 應用軟體。而商業運作之程序亦隨著電腦與網路之協助，因此變的更有效率與確實。

#### (五) 電子商務

自網際網路興起以來，一種新興的交易管道正在浮現，一般稱之為「虛擬商場」(virtual mall)。公司行號可以將欲販售的商品，以虛擬的方式建立在網站。網站資料頁上可以登載商品的影像、圖形或用文字敘述，這樣全球的上網人口都可以輕易由網路來瀏覽、詢價、或是洽購。成交以後也可以透過網路與銀行連線，交易雙方便可在網路上完成貨品交易。1996 年網上全球交易值僅達約五億美元，而根據 IDC 的估計，到公元 2000 年，全球將有七十億美元的生意透過網路進行。到了公元 2010 年，網路交易將成為商業活動的主流，這將是人類經濟活動的大變革。

網路商店的優點是顧客對象擴及全球，可以 24 小時全天候營業，販賣的一方並不需要店面，而金融支付電子化使得交易活動更加迅速。它的影響是使得企業進一步的國際化，徹底打破了地域與國境的限制。美國及歐盟各國在 1997 年 7 月宣佈了網路商業政策，倡導自由化，提請世界各國政府減少對網上交易的干預與限制，主張成立網上傳送商品為免稅區等。網站商業將改變商業活動的面貌，以貿易為經濟主體的台灣，對於網站商業亦開始有著應對之準備。相信未來臺灣之網路購物將日益普遍，對於人們的消費習慣與販售方式都將產生相當大的改變。<sup>4</sup>

## 第二節 台灣地區網路花店經營

---

<sup>4</sup> 資訊軟體業的特性及重要性

<http://wwwold.evta.gov.tw/employee/emp/001/008/a121/2-3b.htm>

花卉業產值約在新台幣100 億-200 億元。台灣地區花店業屬小規模經營居多，全省登記立案約3,000-4,000 家，尚未包括個人工作室。花卉商品非屬民生必需品，花卉消費是以送禮為主，占七成，家庭自用約占三成。營業淡旺季明顯，深受節日效應，情人節、母親節的營業額達平日的3-5 倍。花店業以群聚在都會區為主約占80%，其中70%在北部。花卉是屬天然、易損、且需新鮮度的商品，因此業者大多藉由同業聯盟轉單或連鎖經營拓展事業，網際網路便利了業者聯盟轉單。

花店業經營e化的型態分四種：

(1)在Yahoo 等入口網站的開店技術平台上，設店展業尚無法整合後端的作業流程，純屬通路創新革命。(2)由IT 業者或異業轉投資經營者，如純虛擬化或轉單抽佣的方式，毛利約在10-20%，較缺乏競爭能力。自營生產的話，獲利約可提升到40%的競爭力。(3)由實體兼營搶食EC利基。(4)以行銷或創業精神架設虛擬化經營網站或兼營或聯盟實體銷售點。網路花店年交易量達新台幣1億~3億元，市場成長空間大。

### 第三節 網路花店比較

#### 一、台北愛麗絲花坊

花坊的成立以商業花卉設計及花藝教學為主，服務全省台灣地區。服務內容有：花卉設計(包括盆花、花束、婚喪喜慶之花架)、蘭花造型設計、綠色植物、盆栽以及人造絲花....等，一通電話均能準時送達。提供全球花卉外送服務，並提供快速的當日送達服務 (Same day delivery service)，含美、歐、澳、大陸及東南亞.....等地之花卉遞送，供即時電話服務 (7:00 A.M.

- 10:00 P.M. 台灣時間)，以專業、品質、便利、時效等特質服務全球客戶。此花店與其他花店之不同點有：是以花卉設計為主，著重精緻包裝，注重品味與品質，專業設計師諮詢，提供正確的產品選擇，迅速的出貨能力，台北市區 3 小時送達，全球外送當日送達，網頁提供中英文雙語服務，全球化服務。

## 二、花道家 DJ 網路花店

FlowerDJ.com 是豐富實用的網路花藝禮品專賣店，讓任何人可以隨時隨地上網賞花，學習花藝或送花給遠方的親朋好友。我們提供價美物廉的禮品，安全方便的訂購系統，及各種體貼完整的顧客服務。同時針對不同的節日都會推出各項促銷活動，以吸引網友線上消費。另外也常以精良的網路技術和有創意的商品，結合各大知名品牌廠商舉辦多項市場行銷活動。

## 三、GUDY 網路花店

成立於 2002 年 1 月，旗下經營實體花店與多家網路花店，包括 GUDY 網路花店、fm247 花草便利店、kute 可艾結婚事務所。專門設計情人節花束、禮品、花籃、盆栽，還有主題婚禮佈置，提供客戶透明的商品報價，主題式的商品設計。所有產品自行設計、生產、銷售，垂直整合的組織，提供消費者所見即所得的商品品質。成立至今會員超過 72,200 多人，提供最具創意的花禮禮品選擇。<sup>5</sup>

表格 1 網路花店比較表

功能 網路花店	活動資訊	作品展示	線上教學	3D 景觀	免費客服專線
花王花苑	★	★	★	★	
台北愛麗絲	★	★	★		
花道家 DJ	★	★			★
GUDY	★	★			

[2] <sup>5</sup>台北愛麗絲花坊、GUDY、花道家及其它相關網站



# 第三章 系統建置

## 第一節 系統功能規劃

1. 清楚完整的表現出網頁所要作出的效果，使花王花苑網路化，擁有網路  
訂單系統(購物車)、產品介紹、花藝教學、關於花王、暢銷花品等互動  
式網頁。
2. 由於現在的人們都相當的忙碌，要花時間在一個網頁上過久是相當浪費  
寶貴時間的。所以簡單易懂的操作模式，去除複雜的過程、能夠增加顧  
客的使用度。
3. 以明確的 LOGO 吸引顧客，以橘、綠色系為網頁主色，整個網頁製作  
要給顧客清新、舒爽的感覺。讓顧客會想要停留在網頁上觀看。
4. 定期 mail 給會員，提醒訂花的日子。讓網路花店不再只是個單純等待  
顧客訂購，而是能夠主動的和顧客溝通的互動式網路花店。
5. 由系統統計暢銷花品，可以快速知道暢銷的花品，也可以準確的讓顧客  
知道。
6. 提供花藝教室可讓顧客免費線上學習，增加顧客對花藝的相關知識。
7. 特價區的提供可讓顧客選到便宜又滿意的價格。
8. 提供生日幸運花的資料讓顧客快速得知欲買的商品，讓欲買花而無從下  
手的顧客多一種選擇。

## 第二節 系統功能簡介

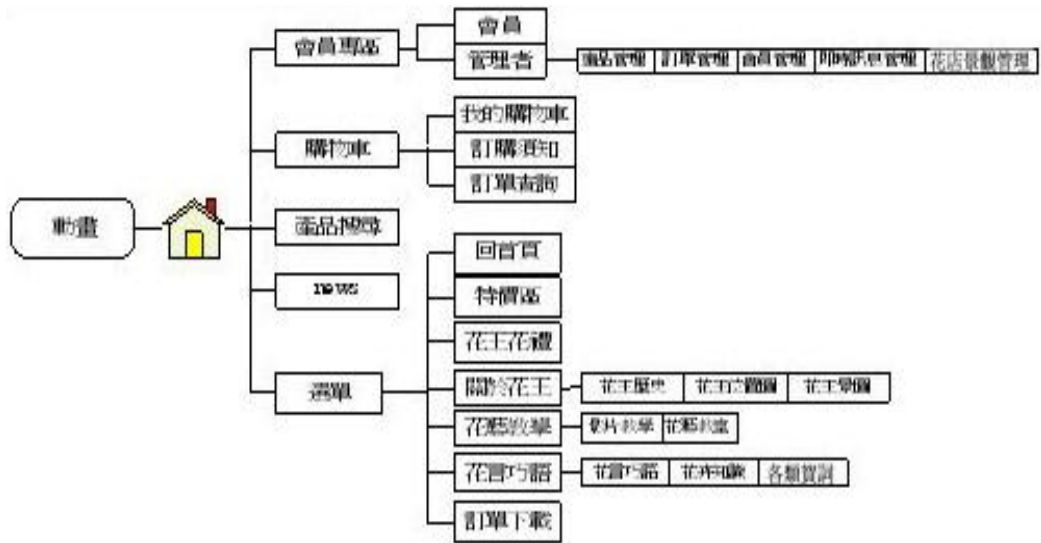


圖 1 系統架構圖

### • 動畫頁

進入首頁之前的一個 Flash 動畫，在這個動畫右下方有個 Skip 的功能，當你想跳過的時候可以使用，不管有沒有使用，動畫跑完或使用 Skip 功能都會進入首頁。

### • 首頁

首頁的頁面上有最新消息。最新消息裡面會顯示公司的重要公告，凡舉優惠消息、重要通知或者是關於消費者福利的各種消息，都會在這裡呈現出它的標題。

### • 花王花禮

展示花王花苑的產品，包括花束、小熊花束、盆景、蘭花、盆花、巧克力、會場、罐頭塔等…等。

### • 特價區

不定期的推出當季的特價產品，增加買氣。

- **關於花王**

在這裡你可以了解花王花苑的一些介紹，其中分為以下三個功能：

花王歷史：花王歷史介紹公司成立時間、經營理念。

花王景觀：使用 Cool360 所製作出來的 360 度的環繞，使得消費者在使用此服務的時候，可以了解花王花苑的周邊景觀，讓從未到過花王花苑的消費者了解實體店面的現場實景。

花王位置圖：主要是告知顧客公司實體店面的位置，當顧客進行線上下單之後，若無要求公司以郵寄的方式送件，就必須親自到本公司的店面來取件。因此顧客可以經由這個畫面，了解公司實體店面的位置，使公司可以達到同時擁有線上交易、店面服務的目標。

- **花藝教學**

花藝教室主要是提供瀏覽者一些花的知識，例用影片教學和一般的畫面更得消費者能夠在裡面獲得花的相關知識。

影片教學：提供花店教學影片供使用者能利用影片來進行自我學習。

花藝教學：若想學佈置自己的家園或插花，即可透過此海報的介紹，多一個學習管道。

- **花言巧語**

花言巧語也是提供一些花的知識、花卉小語，其中分為花言巧語、花卉知識和各類賀詞。

花言巧語：提供多種花語參考，例如：生日花語、星座花語、季節花語、玫瑰花語等等，讓民眾進行挑選時有一個選擇的依據。

- **訂單下載**

提供訂單格式下載，方便傳真下訂單的消費者使用。

- **線上訂購說明**

提供線上訂購說明，方便顧客解決訂購的相關問題及查詢。

## **第三節 使用對象**

使用對象的部份分為三個等級，詳細說明如下：

### **1. 網站管理者**

網站管理者為花王花苑之管理者，職責分為兩部份，第一為能管理網站的各項功能，第二能管理會員的功能。在網站各項功能方面，如網頁中最新的活動訊息，可做網站的各事項公告，亦可做新增修改與刪除的動作。還可不定時的新增或修正花束的照片及資訊；在管理會員功能方面，可管理各個會員，如不定期發送電子報給會員，告知花店近期的相關活動。

### **2. 內部使用者**

為花王花苑的會員，在申請會員成功之後，則可使用本網站會員專有的功能，除了提供修改會員資料外，也提供民眾查詢送貨情況，也可查詢昔日訂單資料。

### **3. 外部使用者**

為網站的非會員一般線上瀏覽者，只要是對花束有興趣的一般使用者皆能利用本網站來認識花王花苑，可利用首頁的最新消息得到相

關的花店活動訊息，也可使用本網站提供的 360 度花店景觀來欣賞花店的內部擺設，或使用本網站的花束資訊來查詢自己想要得知的花束訊息，使自己對花束可以更加了解。

## 第四章 開發工具與環境

表格 2 系統開發工具表

軟體工具	功能
Microsoft Windows XP	網站作業系統
Internet Information Services 5.0	網站伺服器
SQL Server 2005	管理資料庫工具
Internet Explorer 7.0	客戶端瀏覽器
ASP.NET2.0	網頁製作語言
Macromedia Flash 8	動態畫面編輯工具
Photoimpact11	影像美化、修改製作
Microsoft Office Visco	系統架購、系統分析
Microsoft Office Word	文書處理
Microsoft Office Excel	資料統計與試算
Microsoft Office Power Point	上台展演的投影片
肯美資訊 Xupper	圖表製作

表格 3 系統開發環境

名稱	型號
主機板	
CPU	Inter® Pentium® 4 CPU 3.20GHz 環繞
記憶體	2Giga Ram
顯示卡	WinFast PX8500GT
監視器	SyncMaster 920NW
音效卡	Legacy 音效
光碟機	
硬碟機	160G
滑鼠	Microsoft PS/2 滑鼠
鍵盤	標準 101/102 鍵 Microsoft Natural PS/2 鍵盤
網路卡	

# 第五章 系統畫面

## 第一節 系統首頁畫面

The screenshot shows the homepage of King Flower Florist. At the top, there is a navigation bar with a logo and the text 'King Flower Florist'. Below this is a horizontal menu with icons for '回首頁', '特價區', '花王花禮', '關於花王', '花藝教學', '花言巧語', and '訂單下載'. A callout box labeled '功能選單' points to this menu. The main content area features a large image of a flower shop interior with a star-shaped sign, annotated with '花店周邊景觀'. To the right is a sidebar with a '會員專區' (Member Area) section containing '登入 | 註冊', '購物車' (Shopping Cart) with '我的購物車', '購物須知', and '訂單紀錄', and a '產品搜尋' (Product Search) section with a search box and '關鍵字:' label. A callout box labeled '會員專區及產品搜尋' points to this sidebar. Below the main image is a '最新消息' (Latest News) section with a green border, containing two news items: '恭賀!!花王花苑成爲第一家加入GSP的花店' and '歡慶聖誕節~聖誕飾品全面5折'. A callout box labeled '最新消息' points to this section. Below the news is a '人氣商品' (Popular Products) section with an orange border, displaying a row of seven product images. A callout box labeled '人氣商品' points to this section. At the bottom, there is a footer with contact information: '電話: 02-2992-3138 傳真: 02-2992-8738 地址: 新莊市中正路326號'.

圖 2 首頁畫面說明

## 一、 購物流程

### Step1.選擇產品



圖 3 購物流程-Step1

選擇產品不定期的推出當季的特價產品，增加買氣。



圖 4 購物流程-Step1

花王花禮裡設計了許多分類，讓顧客可以輕易的找到他們所需的商品。

### Step2.放入購物車



圖 5 購物流程-Step2

放入購物車將產品放入購物車，若尚未登入，需先登入會員或加入會員才能夠購買產品。

### Step3.確認訂單明細

以下是您的訂購明細：

產品編號	照片	產品名稱	特價	數量	小計	刪除
2		情意	NT\$599	<input type="text" value="1"/>	599	<input type="checkbox"/>
				1	NT\$599	

[更新訂購明細](#)  
[更新明細後請按此結帳](#)

圖 6 購物流程-Step3

確認訂單明細確認訂購單後，請按結帳。



#### Step4.填寫收件人資料

請輸入收件人與送花資料：

請選擇配送日期(限3天前)：

2007年12月						
日	一	二	三	四	五	六
25	26	27	28	29	30	1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31	1	2	3	4	5

選完日期請按確認鍵

\*收件人姓名：

\*收件人電話：

\*收件人地址：

公司名稱：

收件人尊稱：

卡片內容：

送花人署名：

備註：

\*配送日期：

\*配送時間：

\*付款方式：

[下一步 >](#) [< 返回購物車](#)

圖 7 購物流程-Step4

填寫收件人資料這是花店特別要求需要三天的工作天準備產品並且限大台北地區外送，所以需當天購物的顧客必須來電訂購。

#### Step5.再次確認訂單資料及送出

請再次確認訂購明細與收件人資料：

產品編號	照片	產品名稱	特價	數量	小計
2		情意	NT\$599	1	599
				1	NT\$599

配送日期：2007/12/27  
配送時間：08:00~12:00  
付款方式：ATM轉帳  
收件人姓名：王曉蘭  
收件人電話：0936-456456  
收件人地址：台北縣板橋市文化路一段36號  
公司名稱：  
收件人尊稱：

卡片內容：

送花人署名：

備註：

[< 上一步](#) [送出訂單](#)

圖 8 購物流程 Step5

再次確認訂單及送出請確認訂單資料是否有誤，確認無誤後請送出訂單。

## 二、 其他功能畫面

### 關於花王→花王景觀



圖 9 其他功能畫面-關於花王(花王景觀)

花王景觀是以 360 度來呈現花店的週邊景觀，有分「店門外」、「展示區」、「工作區」，我們只要移動滑鼠就可以 360 度的來觀看。

如果您看不到的話，就要下載 QuickTime 這個播放程式來觀看。

### 關於花王→花王地圖



圖 10 其他功能畫面-關於花王(花王地圖)

花王地圖是讓不清楚花店位置的顧客，清楚了解花店的位置。

花藝教學→影片教學

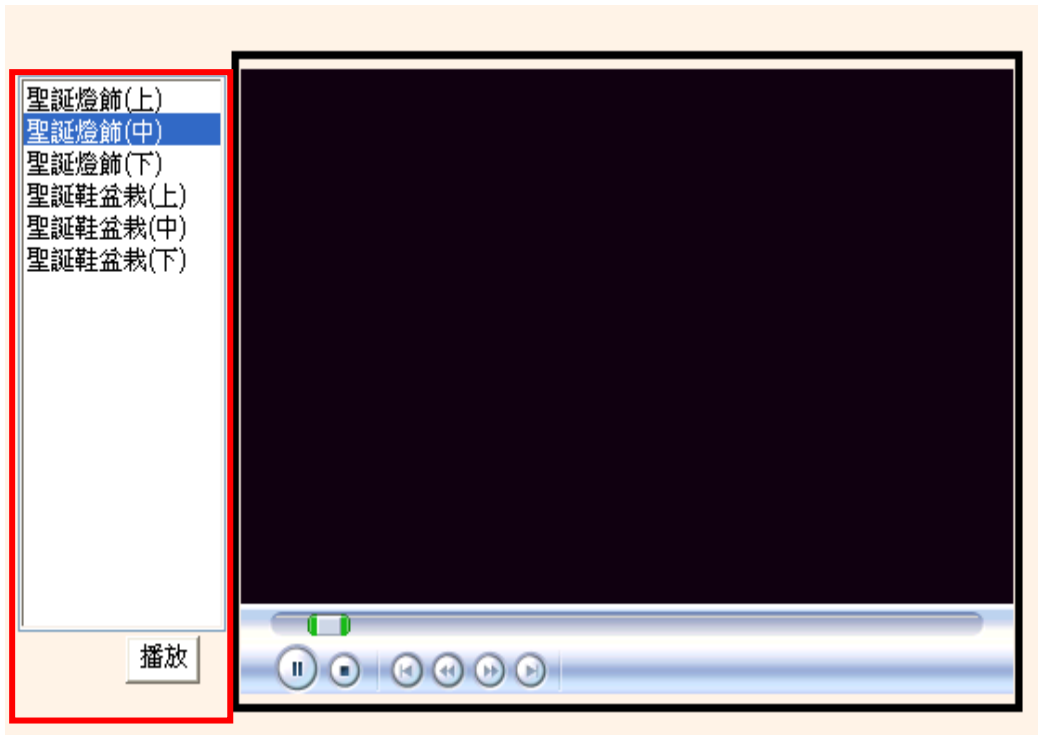


圖 11 其他功能畫面-花藝教學(影片教學)

藉由影片教學，讓一些想學習製作花藝的瀏覽者，可透過此教學，學習到更多。可點選旁邊的影片一一學習。

花藝教學→花藝教室

班別	上課時間	指導老師	學費
花藝中級班	週四晚間 6:00~7:00	詹玉燕	1200元
花藝高級班	週四晚間 7:00~8:00	詹玉燕	1400元

圖 12 其他功能畫面-花藝教學(花藝教室)

花言巧語→花言巧語

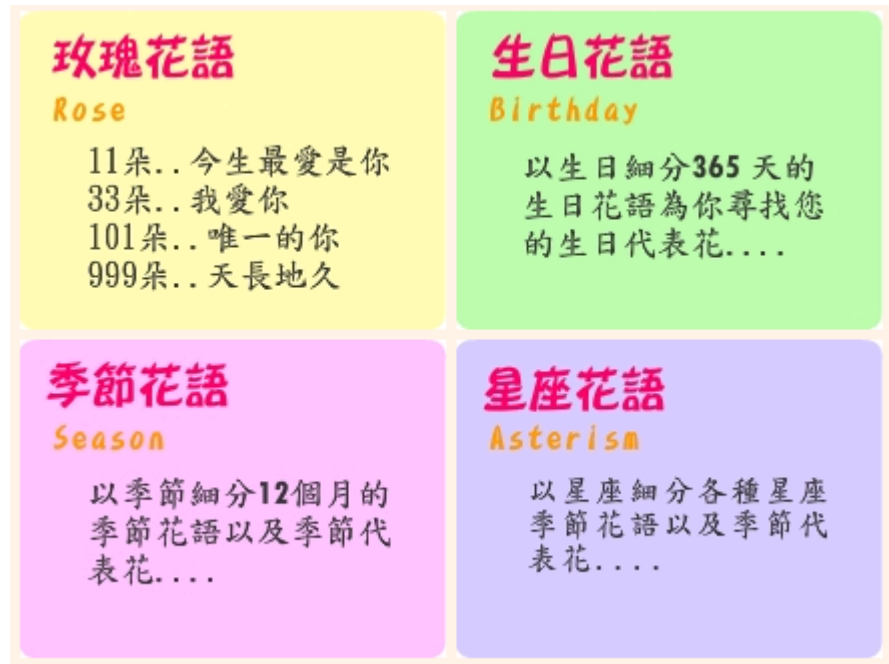


圖 13 其他系統功能-花言巧語(花言巧語)

花言巧語→花卉知識



圖 14 其他系統功能-花言巧語(花卉知識)

## 花言巧語→各類賀詞

	賀詞	備註
賀結婚	新婚之喜 (或) 燕爾之喜	男方用
	于歸之喜 (或) 添粧之敬	女方用亦可用「新婚之喜」
	聯婚之喜	聯賀男女方用
賀男方父主婚	新翁之喜	如曾作新翁則改稱「疊翁之喜」
賀男方母主婚	新姑之喜	
賀男方祖父主婚	太翁之喜	
賀男方伯叔主婚	新伯之喜 (或) 冠姪之喜	
男方兄主婚	冠弟之喜	

圖 15 其他系統功能-花言巧語(各類賀詞)

### 三、 管理者系統畫面

先登入管理者帳號

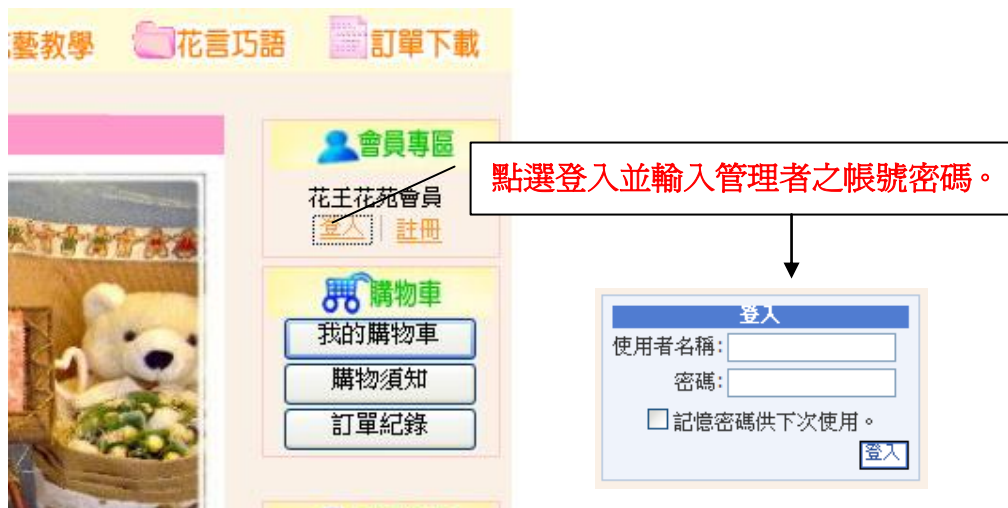


圖 16 登入畫面

登入成功後首頁會出現如圖 17 畫面，點選它正式進入管理。



圖 17 管理者登入

進入管理者頁面如圖三，左方會有一個管理清單，清單裡有：

◎.回首頁◎.產品管理◎.訂單管理◎.會員管理◎.最新消息管理◎. 花店景觀管理◎.電子報發送。

而一開始進入的畫面是產品管理如下圖圖 18

產品編號	產品名稱	產品分類	產品類別名稱	單價	庫存	照片	
選取	7	芬芳	節慶花禮	母親節花束	NT\$1,200		
選取	10	心心相印	開幕喬遷	盆花	NT\$1,100		
選取	11	紅玫99朵	特價品	特價品	NT\$2,999	6	
選取	12	金莎99朵&音樂娃娃	特價品	特價品	NT\$4,500	12	
選取	13	進口紅玫花束	節慶花禮	情人節花束	NT\$950		

圖 18 管理者首頁

(一) 產品管理

管理清單

- ◆ 回首頁
- ◆ 產品管理
- ◆ 訂單管理
- ◆ 會員管理
- ◆ 最新消息管理
- ◆ 花店景觀管理
- ◆ 電子報發送

	產品編號	產品名稱	產品分類	產品類別名稱	單價	庫存量	照片
選取	7	芬芳	節慶花禮	母親節花束	NT\$1,200		
選取	10	心心相印	開幕喬遷	盆花	NT\$1,400		
選取	11	紅玫瑰	特價品	特價品	NT\$2,800	6	
選取	12	金莎99朵&音樂娃娃	特價品	特價品	NT\$4,500	12	
選取	3	進口紅玫瑰花束	節慶花禮	情人節花束	NT\$950		

點選『選取』，下方有詳細資料可編輯刪除新增，參見圖五。

點選上列選項可以讓內容以排序的方式顯示。

產品編號	7
產品名稱	芬芳
產品類別	母親節花束
單價	NT\$1,200
照片檔名	7.jpg
產品規格	香水百合、尤加利葉、雲龍柳。
產品介紹	適用於朋友生日、探病、彌月、升遷、情人。
庫存量	
<a href="#">編輯</a> <a href="#">刪除</a> <a href="#">新增</a>	

圖 20 編輯、新增、刪除產品

## (二) 訂單管理

		訂單編號	會員帳號	訂購日期	付款方式	收件人姓名	已付款	已出貨
<a href="#">選取</a>	<a href="#">編輯</a>	10001	<a href="#">test5</a>	2007/9/17 下午 04:34:00	ATM轉帳	小美adfa	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<a href="#">選取</a>	<a href="#">編輯</a>	10002	<a href="#">test5</a>	2007/9/28 上午 09:53:00	郵局劃撥	王大明	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<a href="#">選取</a>	<a href="#">編輯</a>	10003	<a href="#">test5</a>	2006/10/1 下午 04:45:00	ATM轉帳	林小美	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
<a href="#">選取</a>	<a href="#">編輯</a>	10004	<a href="#">test7</a>	2006/10/1 下午 04:55:00	郵局劃撥	陳土信	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
<a href="#">選取</a>	<a href="#">編輯</a>	10005	<a href="#">test7</a>	2007/10/6 下午 04:44:00	ATM轉帳	胡筱芊	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

圖 21 訂單管理

點選『選取』會出現詳細資料(參見圖 22)，點選『編輯』可更改資料(參見圖 23)，點選會員帳號內的資料，可以看到會員的個人資料。

訂單資料	
訂單編號	10001
會員帳號	<a href="#">test5</a>
訂購日期	2007/9/17 下午 04:34:00
配送日期	2007/9/30
配送時間	上午8點到12點
付款方式	ATM轉帳
收件人姓名	小美adfa
收件人電話	22694567
收件人地址	台北縣板橋市...
公司名稱	123
收件人尊稱	
卡片內容	好久不見~近來好嗎? ...
送花人署名	
備註	
已付款	<input checked="" type="checkbox"/>
已出貨	<input type="checkbox"/>
<a href="#">編輯</a>	

圖 22 訂單編輯



訂單資料	
訂單編號	10001
會員帳號	test5
訂購日期	2007/9/17 下午 04:34:00
配送日期	2007/9/30
配送時間	上午8點到12點 ▾
付款方式	ATM轉帳 ▾
收件人姓名	小美adfa
收件人電話	22694567 02-22631234
收件人地址	台北縣板橋市...
公司名稱	123
收件人尊稱	
卡片內容	好久不見~近來好嗎?...
送花人署名	
備註	
已付款	<input checked="" type="checkbox"/>
已出貨	<input type="checkbox"/>
更新 取消	

圖 23 訂單資料

### (三) 會員管理

搜尋會員姓名： <input type="text"/> <input type="button" value="搜尋"/>							
會員帳號	會員姓名	性別	生日	電話	手機	地址	電子郵件
test5	小花	女	1982/10/10	22697894	0968121345	台北縣板橋市	123@yahoo.com.tw
test7	小王	男	1975/2/3	12345678	0936123789	台北縣板橋市...	123@yahoo.com.tw
test12	小王	男	1965/12/12	0222364567	0963456789	台北縣...	19310156@mail.chihlee.edu.tw
bobo	bobo	男	1986/10/13	22222222	22222222	22222222	19310105@mail.chihlee.edu.tw
dt	dt	男	1986/10/13	22222222	22222222	22222222	19310105@mail.chihlee.edu.tw
ttttttt	123123213	女	1985/10/11	12345678	12345678	55	19310118@mail.chihlee.edu.tw
a12345	lemon	女	1985/10/11	22222222	22222222	22222222	19310143@mail.chihlee.edu.tw
test77	張小美	女	1979/12/15	22567894	0968456456	123123	19310156@mail.chihlee.edu.tw
test88	123	女	1965/10/10	22222222	0965112345	456456	19310156@mail.chihlee.edu.tw
eiox5	566	女	1985/10/11	12345675	12345675	4567	19310118@mail.chihlee.edu.tw
qqqqq	lemon	女	1985/10/11	22222222	22222222	2222	lemon741011@yahoo.com.tw
888	86587	女	1985/10/11	29966875	29987556	4275375375	lemon741011@pchome.com.tw
66346	58	女	1985/10/11	63555555	54555555	545355	yu_yuan55@yahoo.com.tw
346e57	8867	女	1985/10/11	11111111	11111111	11111	yu_yuan55@yahoo.com.tw

圖 24 會員管理

讓管理者可以查詢會員的資料，並有『搜尋』的功能，讓管理者可快速找到欲得知的會員資料

#### (四) 最新消息管理

	編號	發表日期	主題
<a href="#">編輯</a> <a href="#">刪除</a>	12	2007/10/18	恭賀!!花王花苑成為第一家加入GSP的花店
<a href="#">編輯</a> <a href="#">刪除</a>	27	2007/12/2	歡慶聖誕節~聖誕飾品全面5折

圖 25 最新消息管理

可以插入新的消息，或修改、刪除舊的消息(如上圖圖 24)。

#### (五) 花店景觀管理

管理清單

- ◆ 回首頁
- ◆ 產品管理
- ◆ 訂單管理
- ◆ 會員管理
- ◆ 最新消息管理
- ◆ 花店景觀管理
- ◆ 電子報發送

照片檔名:

圖 26 花店景觀管理

如果要修改首頁的花店景觀照片，只要按下『瀏覽』並選取照片，按下『上傳照片』即可(詳見上圖圖 25)。

(六) 電子報發送

廣告郵件傳送

收件者E-Mail	由資料庫取得	
寄件者E-Mail	kingflower1@gamil.com	
主旨	<input type="text"/>	
內文	<input type="text"/>	
傳送筆數	0	<input type="button" value="傳送"/>

圖 27 電子報發送

## 第六章 結論與未來展望

### 結論

透過網際網路的呈現，讓消費者能夠不用出門就可以購買所需要的花束。透過本網站的建置，期望能推廣花藝，吸引更多消費者進入本網站購買花束。

### 未來展望

1. 一般平面 2D 的照片無法使人了解花束的整體造型，因此希望未來能採用 3D 環視圖的方式來提供客戶瀏覽產品，突破以往的技術。
2. 一般的虛擬花店僅能透過網頁購物，而無法實際觀看花材的品質，也讓許多人僅單純的動動手指，而忽略許多的購物樂趣，透過 On-Line 視訊購物能即時與銷售人員互動，告知自己理想的花束包裝方式，節省消費者的時間與金錢，享受一樣到店裡購物的樂趣，也無需擔心花束成品的品質，更能提出對購買產品時所產生的疑惑，銷售人員也能即時解答，完全透明化的展示及處理方式，讓消費者享受到安心、方便的服務。
3. 不論是商品展示、包裝、作業流程…等，都依客人的需求去配合，以達到客製化的目的。

## 第七章 參考文獻

### 中文文獻

- [1] 張凱堡、邱萬全、田如玉(2004)「數位影像輸出中心電腦化系統」，私立致理技術學院資管系畢業專題。
- [2] 沈曉芸(2003)，「一個電子化商業交易的證據管理架構與應用於網路金融服務之研究」交通大學資訊管理研究所論文
- [3] 職業訓練局 <http://www2.evta.gov.tw/evta/index.asp>
- [4] 台北愛麗絲花坊 <http://www.aliceflower.com.tw/shop/default.asp>
- [5] 采卉庭 <http://www.flowerflorist.com.tw/index/index.php>
- [6] GUDY <http://www.gudy.com.tw/>
- [7] 花意空間 <http://www.flowerpc.com.tw/home/index/main1.asp>
- [8] 花道家 <http://www.flowerdj.com/>
- [9] 台灣電子交易市集 <http://www.emarket.com.tw/>

## 附錄一 合作廠商

表格 4 公司簡介

公司名稱	花王花苑
成立日期	1969
經營理念	熱忱服務、專業經營
電腦化動機	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.使花王花苑網路化，能夠讓更多的顧客能在享受在家裡，也能夠自由自在的訂購想要產品，而不需要再花費時間親自跑一趟！</li> <li>2.使花王花苑能夠擁有自己的個人網站，為花王花苑打知名度。</li> <li>3.使花王花苑不再是個單純的花店，而是個能夠跟時代腳步的網路兼實體的花店。</li> <li>4.在現在這個競爭強烈的商場需要更多的方法，才能這個商場站穩腳步，所以花王花苑需要朝著多元化的發展，所以網路化是首要目的。</li> <li>5.網路化後，能夠和顧客有著不同的互動，可以增加與顧客的感情。</li> </ol>

花王花苑成立於1969年，創辦人是張世元，為新莊、泰山這一區域中最早成立的花店。1991年花王在新生代接班人曾長獻的帶領下，逐漸改變早期傳統的經營方式。

國際花卉電送網路的加盟，拓展了無限的花業服務視野，服務範圍遍及世界大大小小的城市。花王花苑本著以服務為宗旨，每逢小大節日，例如情人節、母親節、畢業季、聖誕節……都以最平實的價格回饋給客戶更兼持那份取

之於社會，用之於社會的溫情，每年母親節都舉辦送愛心到孤兒院義賣活動，將義賣所得全數捐贈社會福利機構，並不定期做一些社會急難救助工作，給予困難的人無限溫情協助。九二一大地震更號召同仁及親友募集了百萬元到災區中賑災，受到災民一致的好評。

花王花苑當初以喪儀花禮為主，因為時代的轉變，現今主要以婚喪喜慶、送禮為主，也順應潮流，從事空間設計，並有花藝教室教導帶領年輕學群，為花藝方面付出許多心血，不遺餘力，並且創造出許多新的想法與設計。而花王花苑更是全國第一家通過服務品質 **GSP** 認證的花店，更為花王花苑帶來不同的氣象，而以服務親切，包裝精緻，以顧客至上為宗旨。

## 附錄二 甘特圖

識別碼	工作名稱	開始	完成	三月2007			四月2007			五月2007			六月2007									
				4/3	11/3	18/3	25/3	1/4	8/4	15/4	22/4	29/4	6/5	13/5	20/5	27/5	3/6	10/6	17/6	24/6	1/7	
1	系統規劃	2007/3/7	2007/3/20																			
2	擬定專題題目與方向，及指導老師	2007/3/7	2007/3/15																			
3	擬定系統功能	2007/3/12	2007/3/20																			
4	系統分析	2007/3/15	2007/4/20																			
5	使用者需求分析	2007/3/20	2007/4/2																			
6	作業流程規劃及探討	2007/3/15	2007/4/20																			
7	系統設計	2007/4/20	2007/7/10																			
8	設計系統架構圖，網站版面配置	2007/4/20	2007/6/29																			
9	雛型確認	2007/7/2	2007/7/10																			

識別碼	工作名稱	開始	完成	七月2007			八月2007			九月2007			十月2007			十一月2007			十二月2007								
				8/7	15/7	22/7	29/7	5/8	12/8	19/8	26/8	2/9	9/9	16/9	23/9	30/9	7/10	14/10	21/10	28/10	4/11	11/11	18/11	25/11	2/12	9/12	16/12
1	系統實作	2007/7/10	2007/12/10																								
2	程式編碼、美工製作	2007/7/10	2007/12/10																								
3	系統整合	2007/8/20	2007/12/10																								
4	系統修改	2007/8/31	2007/12/10																								
5	測試維護	2007/8/20	2007/12/25																								
6	後續修改維護	2007/12/10	2007/12/25																								

圖 28 甘特圖



## 附錄三 PERT 圖

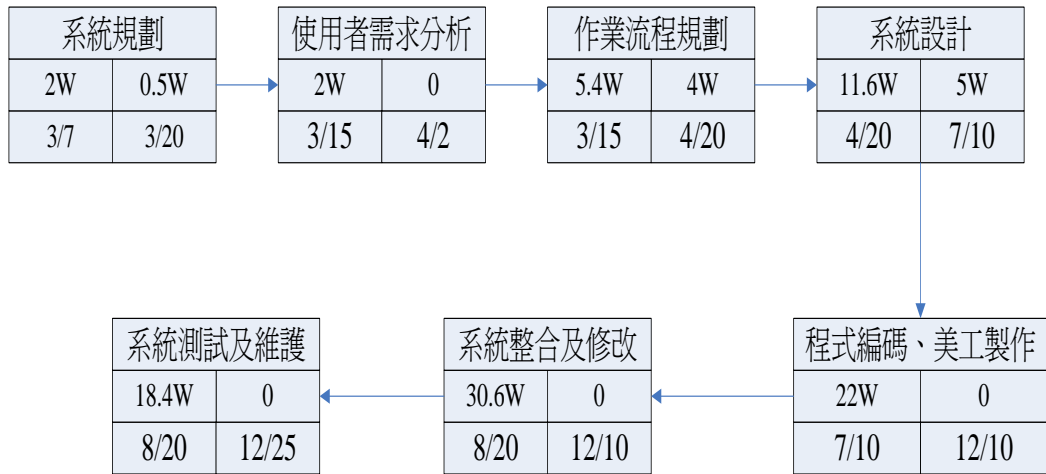


圖 29 PERT 圖

# 附錄四 WBS

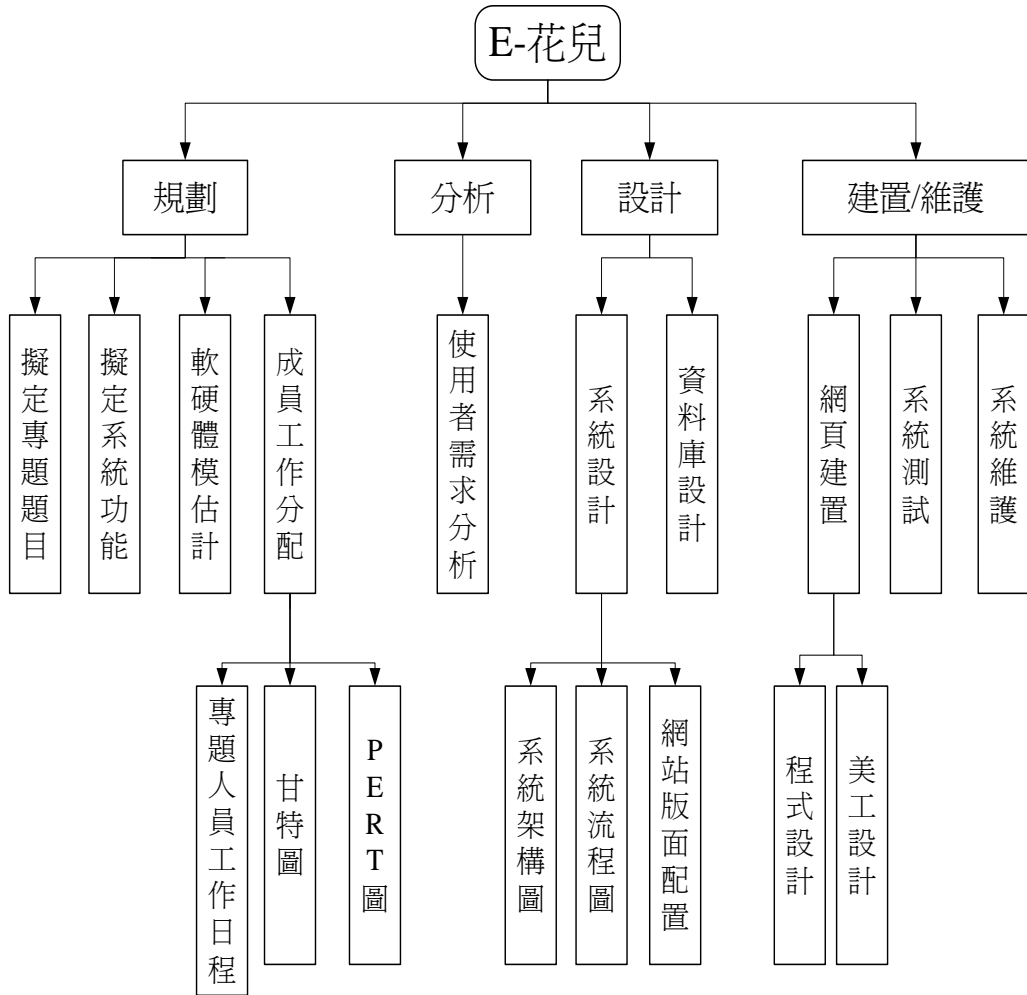


圖 30 WBS