



致理科技大學

資訊管理系專題報告

致由 store—品牌代購

專題生：(10410337)楊軒承
(10410338)劉 恩
(10410351)周澤銘
(10410353)林鴻嘉

中華民國 107 年 6 月

致理科技大學 專題報告審核書

本校 資管 系(所)

楊軒承，劉恩，周澤銘，林鴻嘉

等君所提論文

經本委員會審定通過，特此證明。

口試委員會

委員：

指導教授：

系主任：

中華民國 107 年 6 月



致理科技大學 授權書

本授權書所授權之專題報告在致理科技大學

106 學年度第 2 學期所撰寫。

專題名稱：致由 store-品牌代購

本人具有著作財產權之論文或專題提要，授予致理科技大學，得重製成電子資料檔後收錄於該單位之網路，並與台灣學術網路及科技網路連線，得不限地域時間與次數以光碟或紙本重製發行。

本人具有著作財產權之論文或專題全文資料，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，不限時間與地域，惟每人以一份為限。並可為該圖書館館藏之一。

本論文或專題因涉及專利等智慧財產權之申請，請將本論文或專題全文延至民國 108 年 5 月 15 日後再公開。

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, 本人同意視同授權)

同意 不同意

學生簽名：
(親筆正楷簽名)

指導老師姓名：
(親筆正楷簽名)

中華民國 107 年 月 日

摘要

專題報告名稱：致由 store-品牌代購

頁數：88

校系別：致理科技大學資訊管理系

完成時間：106 學年度第 2 學期

專題生：楊軒承、劉恩、周澤銘、林鴻嘉

指導教授：曲莉莉 老師

關鍵詞：電子商務、網路行銷、服飾

現今生活趨勢與網路的關係密不可分，網路商店的崛起，琳瑯滿目的商品，電子商務的出現提供了一套嶄新的購物模式，使得消費者擁有更多管道進行購物。

此研究針對服飾業電子商務的經營、了解網路平台銷售模式及其現況，並以此分析結果作為架設網路平台的依據。透過與廠商的洽談，初步了解服飾業的經營型態後，於知名購物平台中開始營運，充分理解到符合此研究的經營模式，實際架設網路平台，經過版面配置、簡易的操作程序、商品內容完整呈現等細節將會使得網站獲得更大的發展。



ABSTRACT

Thesis Title : The free store

Pages : 88

University : Chihlee University of Technology

Graduate School : Department of Information Management

Date : June, 2018

Degree : Bachelor

Researcher : En Liu 、 Tse-Ming Chou 、 Hsuan-Cheng Yang 、 Hong-Jia Lin

Advisor : Li-Li Chu

Keywords : e-commerce, clothes, Internet Marketing

In this modern society, Internet plays an inseparable role with our life trend. With the emergence of online shops as well as the e-commerce, a variety kind of products can be provided by a brand new way of purchasing. Thus, consumers get to obtain much more options. As the rapid speed which Internet delivers, consumers may get access of all kinds of informations more efficiently.

This research is aimed at the accordance of apparel industry, via discussing with the dealers, we initially became familiar with the life form of the apparel industry, then fully understood how e-commerce truly works along with its sales mode and status through some reputable online shopping platforms. With these resources, we analyzed the results and applied it on our online platform to make in accordance with our research. By setting up the online platform practicaly, clarify the typesettings, operate it easily and simplify the product contents...etc. Those merits may definitely create much more developments for the website.

誌謝

本專題能夠順利的完成，首先要感謝我們的專題老師曲莉莉，曲老師在本專題的各個製作階段中都充分參與，提供給我們寶貴的建議與指導，本專題才能以較完整的風貌展現。還有學校所提供的場所，供我們作專題的場地在這段期間中的協助本專題的研究與討論，才使得本專題能夠如期完成。

最後還要謝謝各位同學及組員們的配合，才能順利的完成專題製作，雖然還有很多要學習的地方要去努力，但還是謝謝專題老師還有組員們，也讓我們知道”專題”是大家一起齊心努力的，沒有努力是沒有成果的。

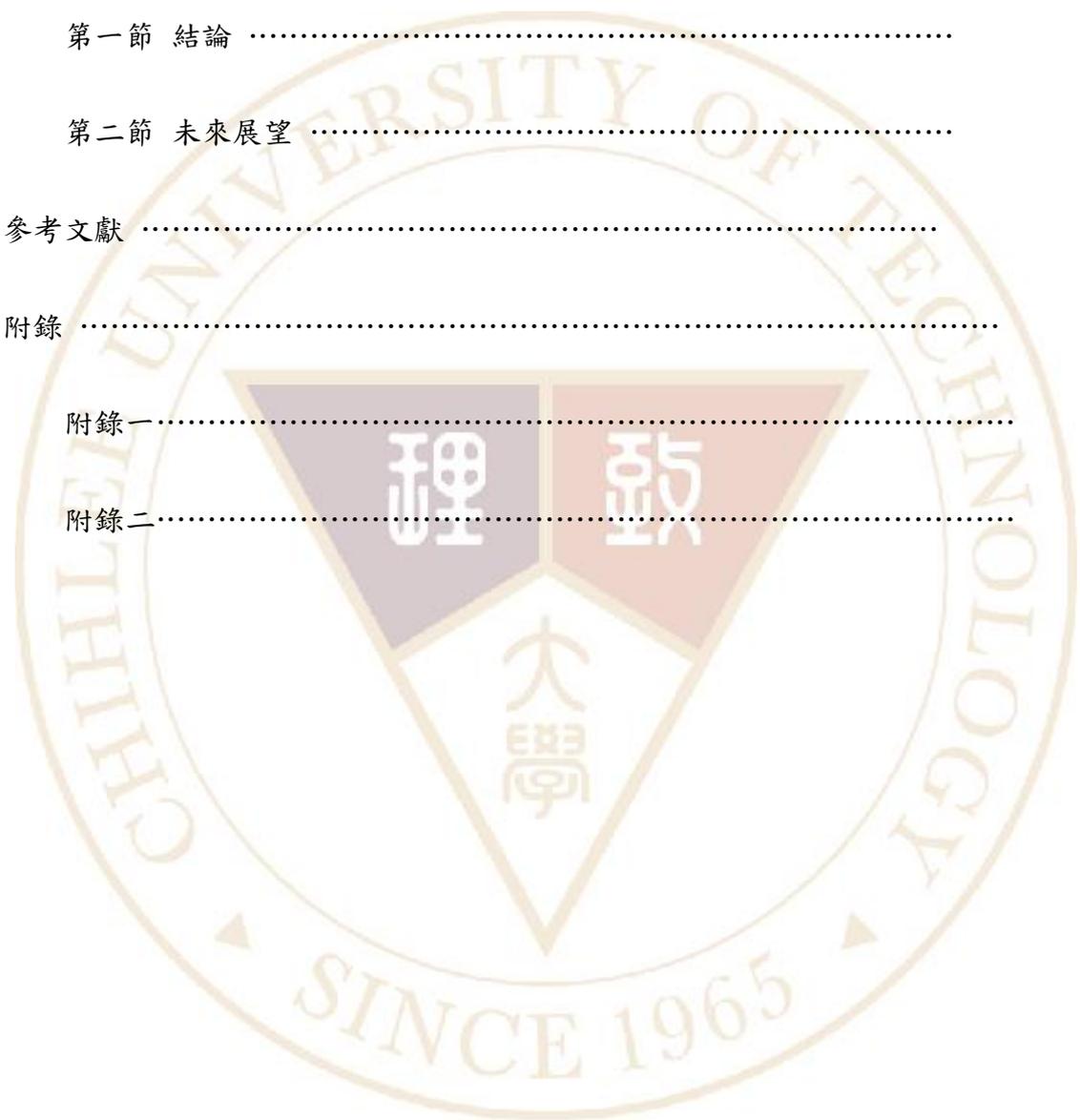
所有組員：劉恩、周澤銘、林鴻嘉、楊軒承 謹致
致理科技大學 資訊管理 學士班
中華民國 108 年 6 月



目錄

目錄	2
圖目錄	4
第壹章 緒論	11
第一節 研究背景	11
第二節 研究動機	12
第三節 研究目的	12
第貳章 文獻回顧與探討	13
第一節 電子商務起源與定義	13
第二節 電子商務的優缺點與風險	14
第三節 電子商務的應用特性與成功要件	15
第四節 電子商務的 6C 與三流	16
第五節 平台選擇	17
第參章 研究內容與方法	18
第一節 研究流程	18
第二節 研究方法(問卷).....	19
第三節 SWOT 分析	26
第肆章 研究結果分析與討論	27
第一節 產業現況分析	27
第二節 研究結果與分析	28

第三節 網站設計	32
第四節 網路行銷活動	33
第五章 結論與未來展望.....	34
第一節 結論	34
第二節 未來展望	34
參考文獻	35
附錄	36
附錄一	37
附錄二	77



圖目錄

圖 2-1 蝦皮購物網站	11
圖 3-1 研究流程	12
圖 3-2 性別	13
圖 3-3 年齡	13
圖 3-4 是否有網購經驗	14
圖 3-5 曾聽過的購物平台	14
圖 3-6 曾使用過的購物平台	15
圖 3-7 網路購物的主要原因	15
圖 3-8 選擇購物平台的因素	16
圖 3-9 使用的付款方式	16
圖 3-10 影響購物意願	17
圖 3-11 近期網購的時間	17
圖 3-12 使用購物平台的頻率	18
圖 3-13 平均消費金額	18
圖 3-14 嘗試網購的意願	19
圖 3-15 想嘗試網購或不想的原因	19
圖 4-1 賣場首頁	22
圖 4-2 賣場展示	22
圖 4-3 商品呈現	23
圖 4-4 網站	23
圖 4-5 網站	23
圖 4-6 粉絲專頁	24
圖 4-7 粉絲專頁	24
圖 4-8 營運結果呈現	25
圖 4-9 網站設計	26
圖 4-10 網站設計	26

表目錄

圖 3-1 網路購物研究之SWOT分析表

21



第一章 緒論

在資訊高度發展的年代，現代人生活與手機電腦關係密切，「一機在手 天長地久」的現象促使網路成為現今人與人之間不可或缺的交流工具，現代人疲於工作，以致於沒有多餘時間採買所需品，近年來電子商務興起，讓大眾有了更多通路能夠取得所需品。而非單單透過實體店面，然而也有少數的實體店面漸漸將商品與電子商務做結合，透過網路行銷使商品有更多銷售管道，發展電子商務是未來各項商業活動必須重視的一環。

電子商務逐漸影響傳統商務模式的運作，對企業的營銷理念、營銷區域和營銷方式產生了巨大的改變。20 世紀以來，資訊技術廣泛的應用在人們的生活，對生活機能等各方面都帶來革命性的變革。不斷創造令人耳目一新的新技術，迫使傳統行銷改變。電子商務崛起的速度飛快，顛覆許多傳統商務的運作方式。電子商務越來越廣泛的運用於企業間的經濟貿易領域。長遠來看，電子商務的發展性無可限量。

第一節、研究背景

電子商務的崛起絕非一朝一夕所能成就的，透過網路的普及滲透日常生活，人們開始了解網路的運作，許多企業看準網路市場的發展性造就了電子商務今日的發展，網路購物打破傳統只能到實體店面購買商品的思維，運用網路上的平台購物，除了能夠買到本地的商品外，還能買到各國的商品，商品行銷範圍不受地域限制，電子商務的優勢不只是單方面的對客戶有利，對企業而言也能將傳統的行銷策略與其做結合，將商品推銷至更廣的地域。

電子商務利用網路進行交易，發展出與傳統企業不同的銷售方式、管道，若以銷售對象做區分的話，常見的大概有 B2B、B2C、C2C、C2B 幾種模式，本專題主要是採用 C2C 與 B2C 的交易模式來運作，C2C 使用的平台為蝦皮拍賣、FB 社團等等，而 B2C 則是架設自家網站去做販售，網站架設以及平台販售最需要的是知名度或是曝光度，如何在偌大的電商圈脫穎而出為本專題探討的重點之一。

對於中小企業來說，電子商務能更容易直接與客戶相互接觸，利用網際網路發展跨國行銷及交易相較傳統商業模式，效果更顯著。對許多想嘗試創業的新鮮人而言，電子商務不需店面和員工等開銷成本，大大降低了創業的資金門檻，因此，電子商務成為許多人嘗試創業的熱門首選。投入網路產業，是許多年輕人認為不錯的生涯選擇。網路產業成長快、機會多，年輕人相較前幾個世代更熟悉數位世界的變化，能將創新的想法在網路產業中發揮出來，對於數位世界的變化有敏銳的觀察力，電子商務平台成為未來年輕人展現創意的新管道。

第二節、研究動機

依照多數人做網路行銷及代購的具體作法來做學術研究，以及這個時代對於網路購物普及的接受度或使用網路購物遇到的問題來做探討，透過實體操作進行更正經營模式和研究，規劃行銷活動和粉絲專頁的文案，創造網路銷售的最大效益。具體而言本專題研究動機有三：

動機一

與廠商洽談了解銷售的流程和電子商務模式：於販售商品前找到供應商，供應商需能夠提供穩定的貨源，在洽談合作期間主動詢問關於商品的銷售與流程，詢問前輩們的經驗讓銷售變得更完整外，觀摩國內外人氣較熱門的電商平台的網站介面、物流程序等等，作為往後架設獨立購物網站時的參考依據，並且探討關於行銷觀念的大方向，瞭解短時間內應該完成哪些事前準備，賣場行銷需要的文案以及在短時間內累積粉絲的追蹤人數為本專題研究初期的目標。

1. 動機二

藉由 C2C 了解消費者消費習慣：傳統的銷售，由於非全天候作業，無法無時無刻進行交易程序，因此許多實體店家以建立粉絲團的方式作為行銷的新手法，而購物平台則是給予產品供應者與需求者一個媒介，網路商店全天候 24 小時不打烊，可以應付不同作息的消費者在網路購物，只需要簡單的步驟消費者即可選購，也可在網路上付款，商品則透過物流公司運送到府或便利商店。

2. 動機三

挑選品質好的商品販售回饋消費者：許多人喜愛於網路平台購物原因在於除了能快速搜尋商品外，價格相較實體店面優惠許多。但也因此，一些不肖業者製造仿冒品，以超優惠價格做販售，從中賺取暴利。許多以價格取向購物的消費者，可能因此受騙，因此本專題的商品秉持著絕不為節省成本而販售仿冒品，商品一律以經過挑選的正規管道進貨為原則，為消費者把關，並以優惠但不破壞市場行情為原則的價格回饋消費者。

第三節、研究目的

近期電子商務蓬勃發展，利用本專題藉此了解其中之所以成就的意義和電商普及於日常生活的原因，以及未來電子商務的趨勢。具體而言本專題研究目的有三：

目的一、了解電子商務運作模式。

目的二、了解各類型的消費者需求。

目的三、實際架設網站，並優化網站設計。

第二章 文獻回顧與探討

在本章將介紹電子商務起源與定義、電子商務優缺點與風險、電子商務的特徵與應用特性…。

第一節、電子商務起源與定義

一、電子商務起源

電子商務最早產生於 60 年代，發展於 90 年代，其產生和發展的重要條件主要是：

1. 計算機的廣泛應用：

近 30 年來，計算機的處理速度越來越快，處理能力越來越強，價格越來越低，應用越來越廣泛，為電子商務的應用提供了基礎。

2. 網路的普及和成熟：

由於網路逐漸成為全球通訊與交易的媒介，全球上網用戶呈急速增長趨勢，快捷、安全、低成本的特點為電子商務的發展提供了應用條件。

3. 信用卡的普及應用：

信用卡以其方便、快捷、安全等優點而成為人們消費支付的重要手段，並由此形成了完善的全球性信用卡計算機網路支付與結算系統，同時也為電子商務中的網上支付提供重要的管道。

4. 電子安全交易協議的制定：

1997 年 5 月 31 日，由美國 VISA 和 Mastercard 國際組織等聯合指定的 SET (Secure Electronic Transfer Protocol) 即電子安全交易協議，該協議得到大多數廠商的認可和支持，為在開發網路上的電子商務提供了一個關鍵的安全環境。

5. 政府的支持與推動：

自 1997 年歐盟發佈了歐洲電子商務協議，美國也隨後發佈「全球電子商務綱要」以後，電子商務受到世界各國政府的重視，許多國家的政府開始嘗試透過網路採購，這為電子商務的發展提供了有利的支持。

二、電子商務定義

電子商務就是把傳統的商業活動搬到網際網路上來進行。也因此經濟部商業公司將電子商務定義為：「電子商務是指任何經由電子化形式所進行的商業交易活動」。所謂的電子商務，是指利用網際網路進行購買、銷售或交換產品與服務。主要功能在降低成本、減低產品的生命週期、加速得到顧客的反應，及增加服務的品質。電子商務是個人與企業管理線上金融交易的流程，其中包括了企業對消費者(B2C)及企業與企業(B2B)之間的交易。而從不同層面看電子商務的定義也會有所不同。從通訊層面來看，電子商務是利用電話線、電腦網路來傳遞資訊或產品銷售及服務。從技術層面來看，電子商務是透過中間媒介將數位的輸入轉換成增值輸出的處理過程。從企業層面來看，電子商務是商業交易及工作流程自動化的技術應用，從消費者層面來看，電子商務提供了在網路上的購買與銷售商品的能力，讓消費者有更多選擇。

第二節、電子商務的優缺點與風險

電子商務的快速發展，使企業間的連結更加密切，也讓企業與客戶間擁有更多的交流管道，電子商務發展的同時，擁有了更多以往傳統商業活動沒有的優勢，相對的也存在許多缺點。

一、電子商務優點

1. 節省物流成本。
2. 增加客戶和供貨方的聯繫。電子商務系統網路站點使客戶和供貨方均能瞭解對方的最新數據。
3. 提高服務質量，能以快捷方便的方式提供企業與其客戶所需。
4. 互動式的銷售管道。商家能及時獲得市場反饋。
5. 不受時間限制，每年 365 天，每天 24 小時的服務。
6. 交易範圍不因地理位置受限。
7. 企業間透過電商開發更多銷售管道，進而提升彼此競爭力。

二、電子商務缺點

1. 電子商務較無法確保交易過程間資料隱私的安全性。
2. 電子商務是商家透過網路提供商品資訊，客戶無法實際接觸產品。
3. 電子商務的應用變化快速，舊型軟／硬件可能有相容性的問題。
4. 電子商務發展快速，低開發國家網路發展有限，可能無法確實運作。

三、電子商務的風險

1. 安全風險

電子商務活動交易的過程安全性常受到挑戰，如何保護顧客的個人資料、防止交易資訊外泄是企業最重要去應對的問題，包括交易安全、認證安全和資料加密等，涉及交易帳號的安全性、交易資金的安全性和流通性等。

2. 信譽風險

信譽風險包括產品品質和服務品質風險。在電子商務交易過程中，一般難以與客戶相互見面來建立傳統交易那樣的信任關係，線上客服、電話客服的建立建設非常重要，如果在及時性、態度、回答問題方面不能令人滿意，或物流與售後退換服務不到位，就有可能使客戶失去對企業的信心。

3. 模式同質化風險

隨著電子商務的不斷深化，這種 B2B、B2C、C2C 三種模式顯然不能適應消費者對個性化、多元化的需要，因而企業在實施電子商務時要力求體現個性化，避免同質化，否則難以提升企業的競爭優勢。

4. 專案管理者的能力不足

管理者管理能力和經驗不足的情況下，而與團隊間發生認知的差距，造成e化的結果非出資者所需，導致資源、資金、時間、人力的過度浪費。

5. 經驗的一貫性

在於專案執行的進度中，若當中出現主管的替換時，將會造成經驗傳承的中斷，使得e化專案的執行受到很大的變化。

6. 公司員工的支援

e化系統，只是支援營運作業的眾多工具之一，倘若公司內部的員工抗拒e化，會使斥資幾十萬，導致於數千萬的系統閒置不用，而造成計畫實行不順利。E化的關鍵之一也就在於公司本身的作業流程和習慣調適。

7. 大環境因素

平台如果失敗，也有可能最主要的原因並不在於技術上無法克服，而是整體的環境不利於電子商務的維持，要能夠成功，其必定要有一群龐大的消費群在電子商務的環境中流動。

第三節、電子商務的特徵與應用特性

一、電子商務的特徵

1. 普遍性：電子商務作為一種全新的交易方式，將企業與消費者和政府帶入網路經濟。使企業、消費者及政府將普遍的面對電子商務的環境。
2. 便捷性：所有消費者不在受地域、時間限制讓企業與客戶間得以將以往複雜的交易程序加以簡化。
3. 整體性：將人工作業和資訊流做為密不可分整體，不僅能增加人力和物力的利用，同時也提高系統嚴密性。
4. 安全性：電子商務之間透過匯款、取貨付款及退貨機制抵制非友善銷售端。
5. 協調性：銷售的每階段得以立即針對消費者問題進行改善，使其完善。
6. 互動性：藉由與使用者互動來運作，消費者在網路上互動、對話，動態的調適個人體驗，讓消費者成為幫助產品推銷至市場上的參與者。

二、電子商務的應用特性

1. 全球化：全世界的網民都是電子商務裡的潛在客戶，規模遍及世界。
2. 數位化：透過伺服器網際網路即可設立虛擬商城。
3. 標準化：不同瀏覽器或系統平台皆可使用的網際網路第三方支付工具，可降低企業進入市場的成本。
4. 快速化：透過客服專線與線上服務即時的與消費者進行溝通。
5. 互動化：透過消費者的反饋提供平台後台資訊，分析消費者的消費習慣。
6. 市場性：實體店面結合網路商城共同運作，擴展其營銷範圍。

第四節、電子商務的 6C 與 3 流

一、 電子商務 6C

1. 顧客滿足度戰略：按照客戶對產品的個別需求進行客制化行銷。藉此了解顧客需求的趨向、記錄、習慣。
2. 社群戰略：提高用戶忠誠度而使用主動性的社群活動，形成穩定客源。
3. 內容戰略：為用戶提供的內容和情報資訊。透過網路提供的有附加價值的情報，網頁的主要評價要素有 2 個特性：
設計特性：利用便利的構成方式；有趣的設計；單一的風格。
技術特性：便利的檢索功能；個人化數據構建；用戶關聯的情報。
4. 營銷戰略：透過營銷機制建置、營銷專案管理、品牌策略管理等服務穩定客源。
5. 合作戰略：通過網頁，郵件等方式，了解顧客們的意見及看法，給顧客傳遞專業的資訊，提供顧客專業知識，加深對企業的瞭解。
6. 溝通戰略：使顧客與企業有多方面連結，有利於收入多樣化。

二、 電子商務 3 流

1. 資訊流

資訊流在電子商務中具有一定的影響力。資訊在企業經營的過程中成為企業與客戶的橋樑，讓公司短時間內聽到顧客需求藉此改善公司體制，甚至是交流的方法與態度，與傳統之間相比更加立即反映在公司的處理模式使公司得以永續經營。

2. 金流

指在企業與客戶間隨著交易商品及其所有權的轉移而發生的資金往來流程。

3. 物流

物流是因人們的商品交易行為而形成的物質實體的移動過程，物流是一套具有時間和空間效用的經濟活動流程，物流包含包裝、裝卸、儲存、運輸、配送等多項活動。

4. 3 流之間的關係

以資訊流為依據，通過金流實現商品的價值，通過物流實現商品的使用價值。物流應是金流的前提與條件，金流應是物流的託付及價值擔保，並為適應物流的變化而不斷進行調整，資訊流對金流和物流的活動扮演著指導和控制作用，並為金流和物流活動提供決策的依據，直接影響商品流通中各個環節的運作效率。

第五節、平台選擇

電子商務發展迅速，許多電商平台迅速崛起，為了瞭解主要消費群對各類型 app 的喜好程度，本專題經過會議討論後，最終選擇使用蝦皮購物來做販售，如圖 1-1。

一、蝦皮購物



圖 2-1 蝦皮購物網站

蝦皮購物以用戶為主的經營理念，兩年間，下載用戶數已突破 1000 萬，單月訂單突破 800 萬筆，總商品物件數達 2.4 億件。是台灣目前使用量最高的銷售平台，蝦皮購物也推出三大保證，包括 15 天鑑賞期、退貨無負擔、假一賠二，滿足消費者對品質和服務的多元需求。

第三章 研究內容與方法

以下將介紹本專題的研究流程，如圖 3-1。

第一節 研究流程

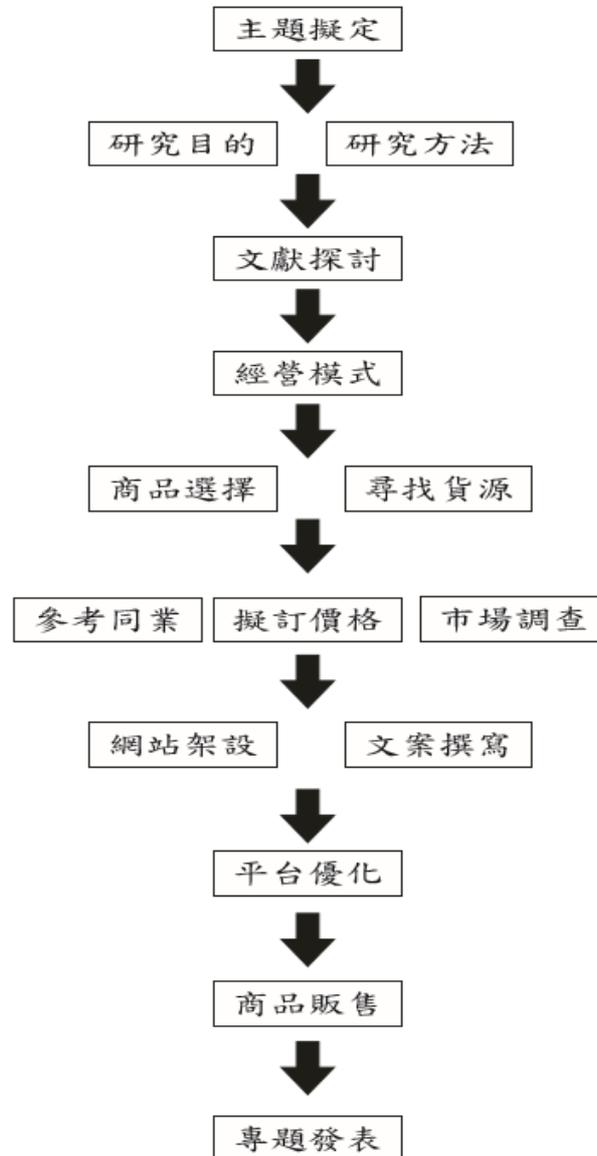


圖 3-1 研究流程

本專題題目訂定後，著手討論研究目的和研究方法，透過文獻資料的輔助加以修改，確認經營模式後，選擇商品進貨的品牌種類和尋找可靠的貨源，並進行市場調查了解台灣官方售價後，與國外官方價格和進貨的價格三者做出折衷擬定出賣場商品的售價，同時架設獨立的銷售平台，待商品到貨後上架，一方面發布商品資訊至粉專增加賣場曝光度，一方面規劃促銷活動增加民眾購買意願，並著手製作文案，待六月中旬發表研究成果。

第二節、研究方法（問卷調查）

此問卷試問有關網路行銷之經驗，分為下列兩個部份，一共發放 208 份問卷，有效問卷 208 份。

1. 基本資料

性別

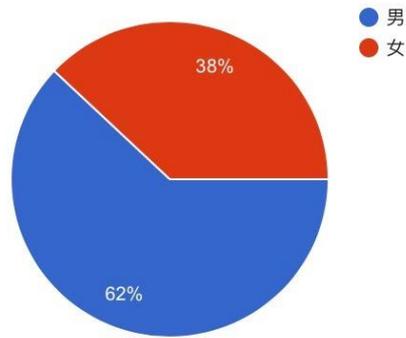


圖 3-2 性別

年齡

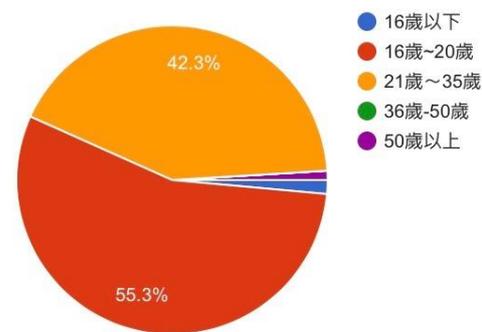


圖 3-3 年齡

由圖 3-2、3-3 可得知，本次接受調查的樣本，男性 62% 女性 38%，分別為 129 人和 79 人。年齡以 16~20 歲共 115 人最高，其次是 21~35 歲共 88 人，共占樣本總數 97.6%，顯示此次接受採樣的樣本以學生為主要受測對象，其次是社會人士。

2. 網路購物之經驗

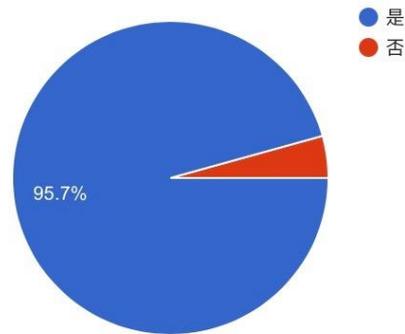


圖 3-4 是否有網購經驗

由圖 3-4 顯示，大多數的樣本都有網路購物的經驗，由此可得知，網購的使用率相當高。只有極少數沒有網路購物經驗。

3. 消費者對各平台瞭解度

曾聽過的購物平台

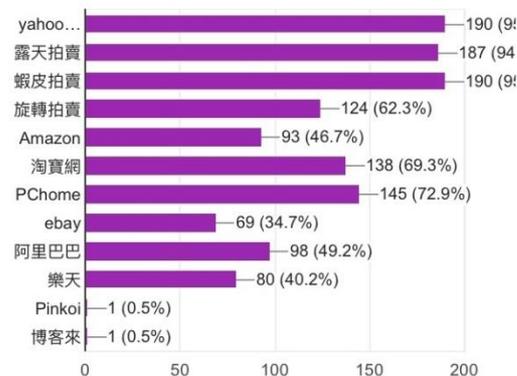


圖 3-5 曾聽過的購物平台

由圖 3-5 顯示分別以 yahoo 拍賣、蝦皮拍賣和露天拍賣這三種平台相較其他平台有知名度，其次為淘寶網、PChome 等等。

4. 曾使用過的購物平台

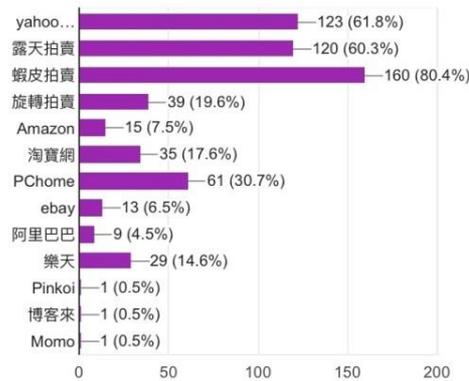


圖 3-6 曾使用過的購物平台

yahoo 拍賣、蝦皮拍賣和露天拍賣雖然知名度較高，但由圖 3-6 顯示出，以知名度和真正使用率折衷來做分析，可觀察出其實三者的知名度差距極小，但以真正使用率來看，蝦皮拍賣與其他兩者相比下，使用率明顯較高，由此得知蝦皮拍賣較受到消費者信賴。

5. 消費者使用網路購物的習慣

選擇網路購物的主要原因

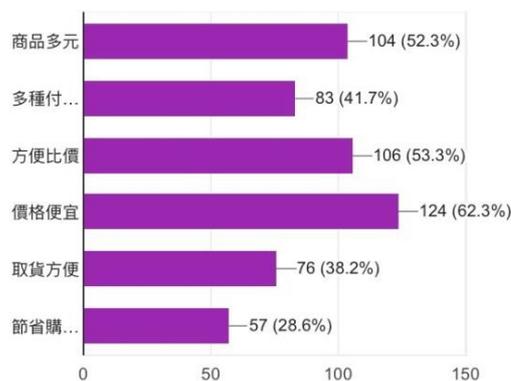


圖 3-7 網路購物的主要原因

圖 3-7 顯示，消費者會使用網路購物的原因，最大比例有 129 人認為價格便宜為主要原因佔 62.3%和方便比價有 106 人，佔 53.3%，其次為商品多元、多種付款方式、取貨方便...，由此可得知，消費者在網路購物時主要考量還是以價格為主。

6. 依據哪些因素選擇購物平台

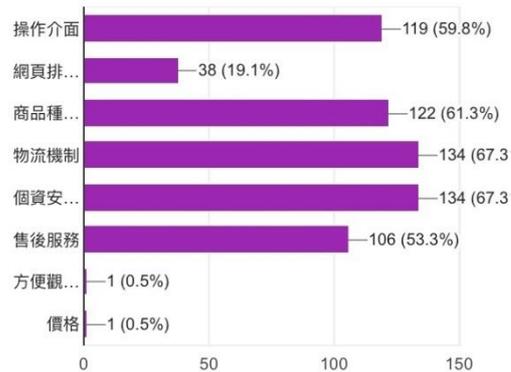


圖 3-8 選擇購物平台的因素

由圖 3-8 顯示，消費者選擇購物平台主要依據個資安全和物流為重要考量，兩者都佔 67.3%，其次商品種類多寡和操作介面也分別佔 61.9%和 59.8%，由此可知，消費者對於個資安全和物流把關的重視程度，此外，能快速上手的操作介面對於消費者來說也是很重要的考量。

7. 最常使用的付款方式

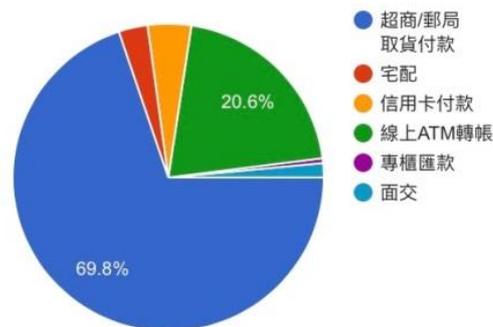


圖 3-9 使用的付款方式

由圖 3-9 顯示，消費者使用取貨付款的比例相較其他種付款方式高出許多，佔樣本總數 69.8%，其次是轉帳，佔 20.6%，由此可知，消費者對於取貨付款的方式較為信賴，不用擔心款項匯出後遲遲未收到商品的疑慮。

8. 影響購物意願的主要因素

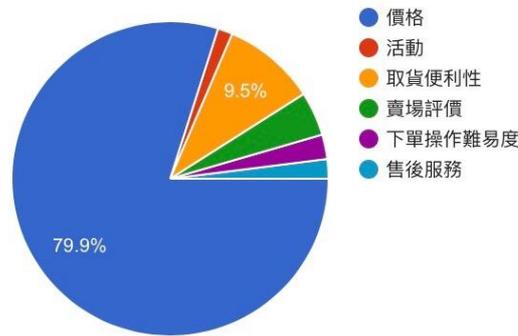


圖 3-10 影響購物意願

由圖 3-10 顯示出影響消費者的購物意願，價格佔了極高比例，佔 79.9%，第二高比例以取貨便利性 9.5%，與其餘因素比例差距不大，由此得知，價格的考量對於消費者來說，是影響最大的一項因素。

9. 最近一次使用網購的時間

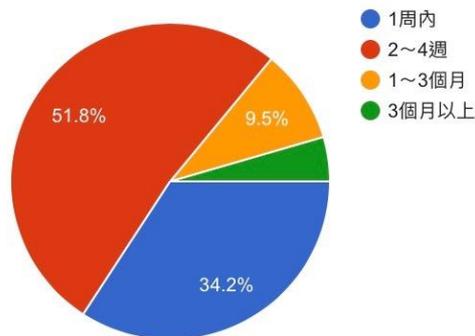


圖 3-11 近期網購的時間

圖 3-11 顯示，此次受測樣本有 103 人於 2~4 週期間有使用網路購物，佔 51.8%，其次有 68 人一週內有使用網路購物，佔 34.2%，由此圖可得知，消費者一個月內使用網路購物的頻率不在少數。

10. 每月使用購物平台搜尋商品或購物的頻率

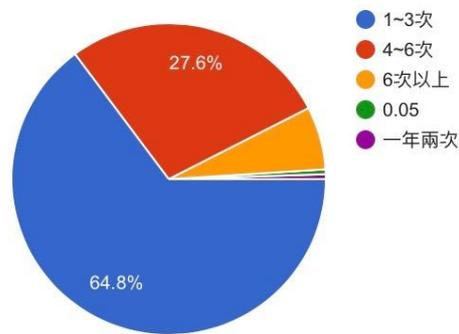


圖 3-12 使用購物平台的頻率

由圖 3-12 顯示出消費者此次受測者每月使用購物平台搜尋商品或購物的頻率，以每月 1~3 次的有 129 人為最高比例，佔 64.8%，第二高比例為 4~6 次也有 55 人，佔總比例 27.6%，由此可得知平均每月消費者搜尋商品頻率主要為 1~3 次居多。

11. 平均一筆消費金額

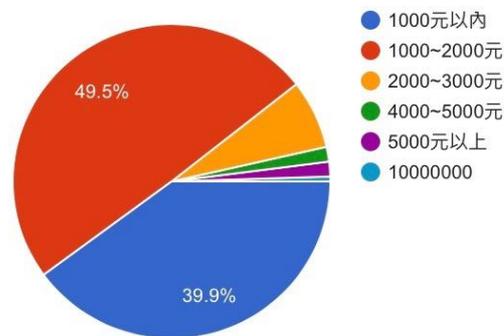


圖 3-13 平均消費金額

由圖 3-13 顯示出消費者平均消費金額，以 1000 元內 39.9%和 1000~2000 元 49.5% 為高比例，2000 元以上的比例明顯降低，由此可得知，消費金額以 2000 元為分水嶺，透過這個圖表能分析以 1000 元內如短 T 等低消費商品消費者的消費頻率可能較高，2000 元以上如鞋類的商品，消費者購買頻率可能相對較低。

未使用網購的消費者對網購的看法

12. 是否有嘗試網購的意願

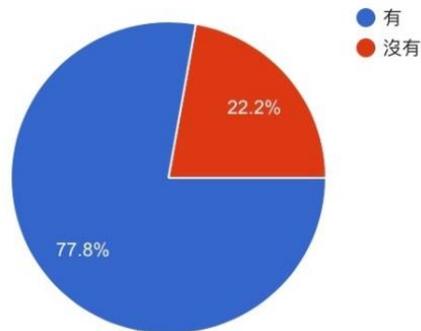


圖 3-14 嘗試網購的意願

由圖 3-4 可得知，未使用網路購物的樣本數有 9 位，而圖 3-14 將 9 位樣本做區隔，瞭解在這少數未使用網購的消費者中，有意願使用的人數比例，由圖中可看出有意願者高達 77.8%，9 人中有 7 人是有意願使用網購，由此可得知，網購的吸引力尚未飽和。

13. 承上題，想或不想的原因

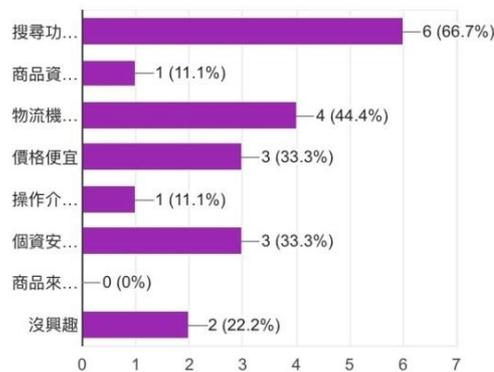


圖 3-15 想嘗試網購或不想的原因

由圖 3-15 將 9 位樣本的使用意願的原因做統計，有意願的原因以搜尋功能為主要，其次為物流機制便利，價格便宜...，反之，除了沒有興趣外，主要疑慮在於網路世界一直存在著個資安全問題，從上述統計觀察，網路購物快速、價格實惠，確實非常有吸引力。

第三節、SWOT 分析

在本研究中，我們進行 SWOT 分析，藉以明瞭本研究之優勢所產生之機會，以及因為劣勢所可能產生之威脅。如表 3-1 所示。

優勢 1. 無須開設實體店面 2. 擁有多家品牌商品販售 3. 了解流行趨勢 4. 商店設有搜尋系統	劣勢 1. 商品價位浮動大 2. 匯差影響大
機會 1. 智慧手機使用率高 2. 節省人力及物流成本 3. 網路購物盛行	威脅 1. 價格易受競爭對手影響 2. 假貨猖獗（原創商品亦被模仿） 3. 供應貨源不穩定

表 3-1 網路購物研究之 SWOT 分析表

無須開設實體店面為電子商務最大的優勢，然而有些店家販售品牌較單一，消費者沒有多種選擇，因此，品牌多樣化能使其創造更多商機。劣勢方面，相較國內尋找廠商進貨，從國外網站進貨，商品的成本容易受到幣值的波動而有影響，因此，進貨的時機點須隨時掌握。而電商發展迅速的契機在於現代人智慧型手機使用率高、網購盛行等。電商的威脅，上述提及競爭者價格影響及假貨猖獗，我們經由檢討和分析，改善了出貨速度及嚴格挑選商品貨源，與其他競爭者做出差異性，當日下單無須等 2 到 3 甚至更長工作天，半天內即可出貨，商品貨源尋找可信率高的國外網站，藉由高效率的出貨速度及嚴格把關商品品質，與消費者建立信任。

第四章 研究結果分析與討論

本章節將說明產業現況分析、研究結果分析、網站設計、網路行銷活動。

第一節、產業現況分析

電子商務崛起因素在於以便利省時為主，不必透過實體店面即可進行交易，因此，商家的信譽是目前電商面臨的一大考驗，除了延長鑑賞期限，許多消費者會以網站評價為依據決定購買意願。增加人氣累積顧客量，提升出貨速度成為商家必須重視的問題，因此廣告行銷在電商是一項重要課題。

一、 產業定義與市場區隔分析

所謂電子商務即是把傳統的商業活動搬至網路上進行；藉由傳播媒介來運行提供產品及服務，傳遞商品資訊和提供網路使用者更多的購買訊息，電子商務市場區隔是企業將市場分割成幾個不同的購買群體，如書籍、服飾、家具等等，每個購買群體對於個別的產品或行銷組合感到興趣。以達到企業及消費者利潤最大化，不再是靠短期的利潤而是放大成效，長期累積達到雙方都覺得合理的範疇，以企業體利潤為對應，顧客的利潤最大化做為出發，以此根基。相較傳統企業行銷又是另外一項挑戰，因此網路電子商務已經成為一項跨時代的突破藉此成為互利的水平，不單單只受惠於廠商和供應商，也同時以顧客的利潤作為長久下來企業業績的基礎根基。

二、 產業成功關鍵的要素分析

如同前言所提，行銷及誠信是經營電子商務成功的重要因素，需要累積忠實客戶，藉由轉介紹及廣告行銷的推廣建立自身價值，因此需要時間堆積絕非短時間能夠完成，消費者是電子商成功的最重要因素，藉由廣告推廣，朋友間口耳相傳建立穩定的顧客群，在粉絲量龐大的情況下粉專對於銷貨的速度上確實相較粉絲少的一方銷量大，但消費者群龐大，相對可能囤積的貨物也會隨之增量，在資本有限下確實偏向吃虧，因此前期要做的即是累積一定粉絲數量，網路行銷產業能夠成功，粉專推廣方式極其重要。

三、 產業上下游的價值鏈分析

在網路高度普及化之下，上下游的供應是一種利益且具有利潤的關係，中間的過程中其實省去很多繁複的程序，對於中間供應商而言是一種衝擊，而價值鏈即是指公司的各種活動，能增加顧客對於產品或服務的價值，少了中間的供應商最直接的即是上游對於下游的形成去中間化，使許多供應店家的盈餘利潤是連年虧損，導致實體店面的淨利更是每況愈下。

四、 產業未來發展的趨勢分析

如今網路的發展已勢不可擋，明顯在日常生活中有著不同的定義及觀念，它正處於一種生活模式，人手一機的情況可說是電子商務的優點藉此達到移動化的最佳效果，隨時隨地的參訪網站或是購物平台促進大數據加以及時兌現你我生活中個性的統計藉此分析出各式各樣的族群來細分，平台間使人與人之間擁有更直接的溝通，通常向賣家詢問價錢的消費者都是有意願購買商品的，對於買賣方而言，透過溝通能避免買賣糾紛的發生，這就是平台提供的服務，促使雙方達到利益最大化的行銷；未來的日子，電子商務的影響可為人們帶來富足滿意的生活。

第二節、研究結果與分析

賣場首頁

賣場首頁會顯示私訊的回應率、回應速度、評價或出貨速度等等，這些數據使賣場的運作效率透明化，許多消費者會以此做消費考量，因此，賣場需時常注意這些細節。

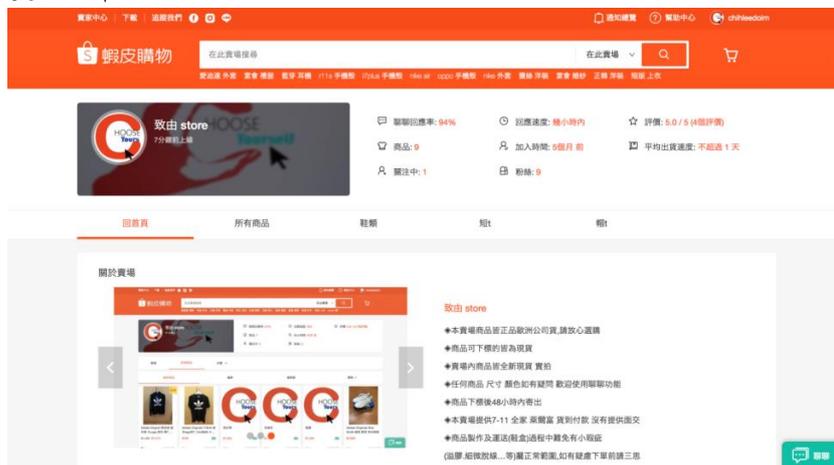


圖 4-1 賣場首頁

賣場展示

賣場右下角蝦皮本身提供聊聊功能方便消費者與賣家溝通，左方賣家可自行設定商品分類，消費者能透過賣場分類快速找到想要的商品。

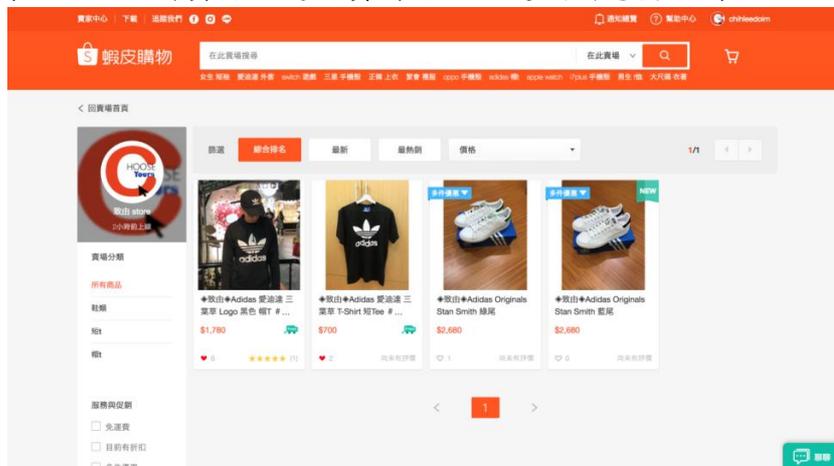


圖 4-2 賣場展示

商品呈現

商品皆提供穿搭照和使用實體商品拍攝，讓消費者能看到實體商品的包裝和款式，並顯示運費費用和各尺寸的庫存數量。

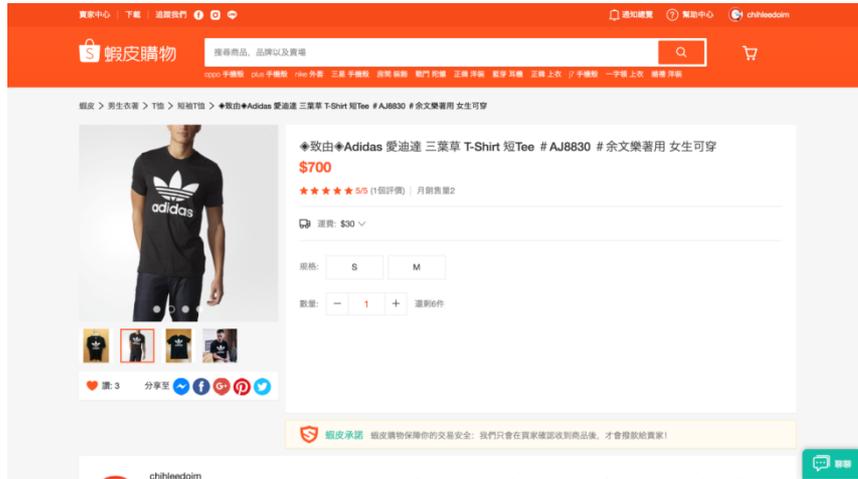


圖 4-3 商品呈現

2. 網站

本次架設網站沒有使用較花俏的介面設計，採用淺而易懂的介面使消費者能快速瀏覽商品和瞭解賣場資訊，右上角設置捷徑列可連結賣場的粉絲團和相關的社群網站。

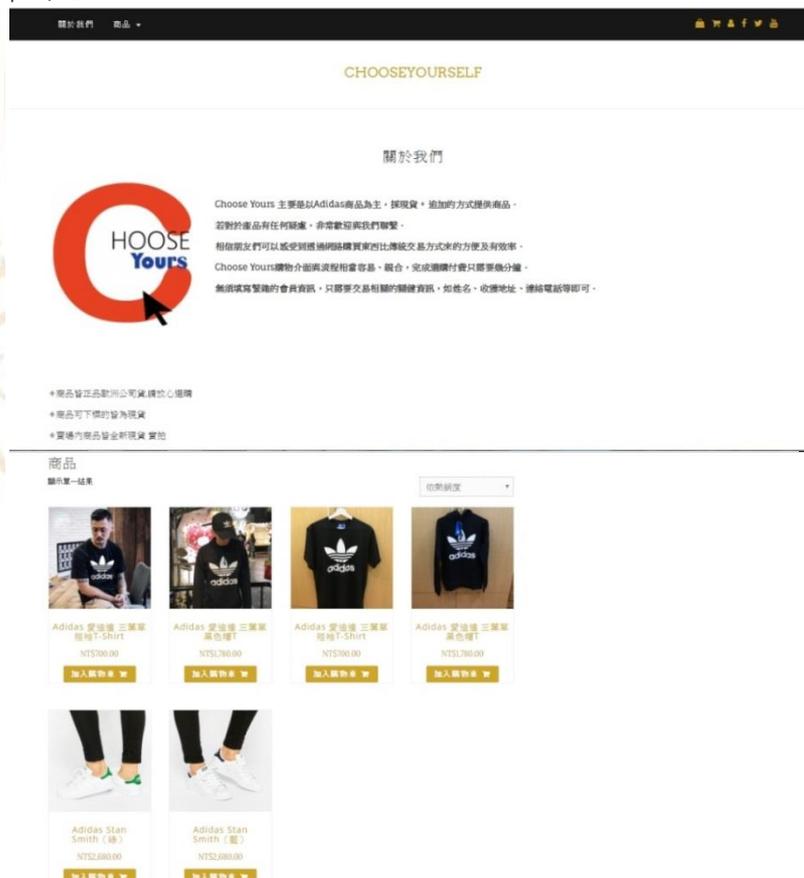


圖 4-4、4-5 網站

3. FB 粉絲專頁

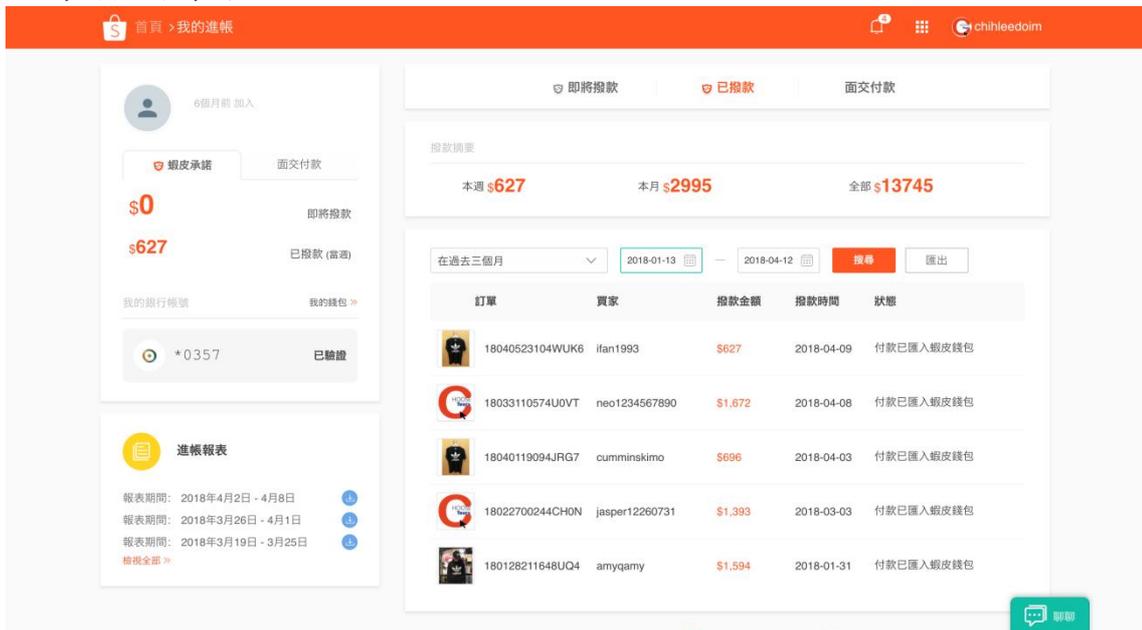
FB 粉絲專頁作為重要的行銷管道，需時常更新貼文，維持曝光度，適時張貼商品資訊，並規劃行銷活動和粉絲做互動，並分析洞察報告來調整文案內容和發佈時間等細節，藉此鞏固粉絲數和增加其對於粉專的好感度。



圖 4-6、4-7FB 粉絲專頁

營運結果呈現

透過蝦皮賣場的後台資訊了解每一筆銷售資料的撥款金額和時間，左下角為進帳的時間。



The screenshot displays the Shopee seller dashboard. At the top, there are navigation tabs for '即將撥款' (Upcoming Payouts), '已撥款' (Paid Payouts), and '面交付款' (Cash Payment). The '已撥款' tab is selected, showing a summary of payments: '本週 \$627', '本月 \$2995', and '全部 \$13745'. Below this, there is a date range selector set to '2018-01-13' to '2018-04-12' with a '搜尋' (Search) button. A table lists the following orders:

訂單	買家	撥款金額	撥款時間	狀態
18040523104WUK6	ifan1993	\$627	2018-04-09	付款已匯入蝦皮錢包
18033110574U0VT	neo1234567890	\$1,672	2018-04-08	付款已匯入蝦皮錢包
18040119094JRG7	cumminsimo	\$696	2018-04-03	付款已匯入蝦皮錢包
18022700244CH0N	jasper12260731	\$1,393	2018-03-03	付款已匯入蝦皮錢包
180128211648UQ4	amyqamy	\$1,594	2018-01-31	付款已匯入蝦皮錢包

On the left side, there are sections for '蝦皮承諾' (Shopee Promise) with a balance of '\$0', '我的銀行帳號' (My Bank Account) with a masked number '*0357', and '進帳報表' (Payment Statement) with a list of reporting periods: '2018年4月2日 - 4月8日', '2018年3月26日 - 4月1日', and '2018年3月19日 - 3月25日'.

圖 4-8 營運結果呈現

第三節、網站設計

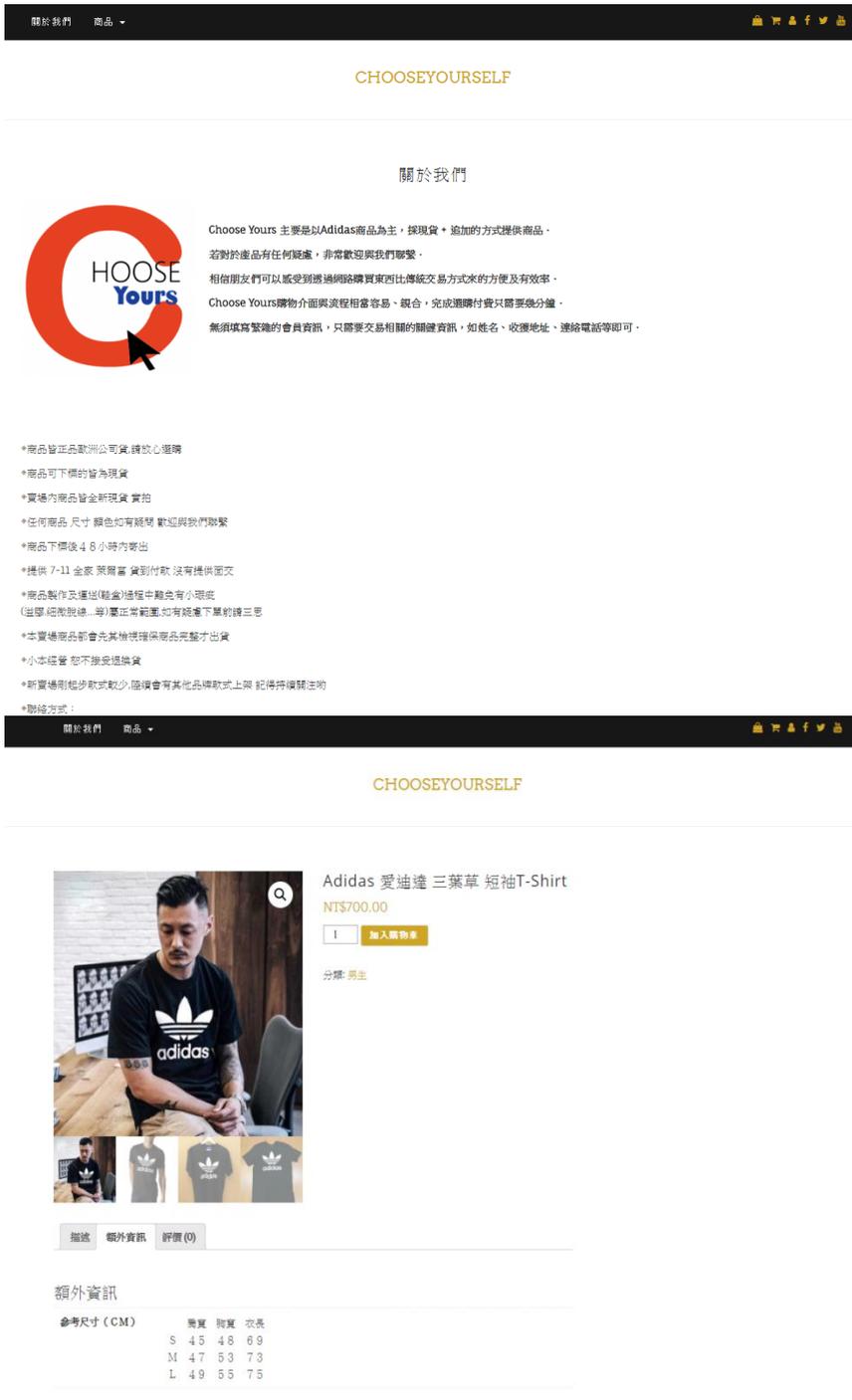


圖 4-9 4-10 網站設計

第四節、網路行銷活動

在粉絲專頁中推廣活動之文案，藉由分享按讚抽獎活動，藉此吸引消費者透過平台分享粉絲專頁，大眾傳播的影響達到推廣的目的。

一、活動一說明

粉絲專頁初期只能透過親友宣傳，因此必須藉由投放廣告來推廣獲得更多關注，同時報名蝦皮官方定期舉辦的主題活動，使粉絲購買商品的同時，也更瞭解平台提供的服務。

二、活動二說明

藉由節慶推出限時優惠做推廣，情人節購買兩件優惠等活動以薄利多銷方式增加銷售量，以及推出特定商品限時折扣，限時折扣活動的文案需能快速的吸引消費者目光，主打限時優惠使消費者增加搶購的慾望。此外，平台能透過後台的數據統計針對顧客在限時活動期間採買的進帳中分析客人偏愛的款式，調整往後進出貨款式的數量尺寸配置，透過後台數據分析改善銷貨方式，使每一批新進的商品能以快速的效率銷售完罄。



第五章 結論與未來展望

經過這一段專題研究後，對此次專題有許多的收穫與更多新想法，本章敘述著這一段研究過程中的結論與未來想法。

第一節、結論

從最初的規劃該如何經營網路代購，到中間遇到許多問題，到決定把握這次的機會全力以赴完成最初的目標，如今，已經有著蝦皮商店與自己的網路商城，也成功的製造出一定的營業額。

近年來行銷型態的改變，從實體店面逐漸地轉移到網路店面，從需出門採購，到使用網路購物使用蝦皮，將衣服收進購物車內，使用網路下單，透過物流送達住宅。

網路行銷正在蓬勃發展中，本專題也將持續認真經營，希望能透過本次專題瞭解更多網路行銷的新知識。

第二節、未來展望

未來希望利用更多不同國內外平台，製造更多的商機，擴大銷售範圍，也計劃增加商品種類，不單單只有幾種的品牌，藉此發展不同類型的顧客群。

往後也希望提供的服務能夠更優化，使顧客可以更加瞭解本專題架設的平台與其差異性，並且找出平台專有特色，在眾多的競爭者中推穎而出，使消費者增加購買意願。

參考文獻

劉文良，2004，網路行銷理論與實務。台北市：金禾資訊。

劉文良，2012，電子商務與網路行銷，碁峰。

林俊毅，1997，網路行銷的現況與迷思，0&1 BYTE 科技雜誌。

邱莉玲，2011，今年網路廣告挑戰百億元，工商時報，B3版。

網路資料

資策會產業情報研究所 2013 年台灣網購行為-使用行動裝置消費額大幅成長取

自：https://mic.iii.org.tw/IndustryObservations_PressRelease02.aspx?sqno=353

蝦皮搶當店商龍頭「拍賣」升級「購物」取自：

<http://news.ltn.com.tw/news/business/paper/1129786>

「店到店」取貨券，超商變電商取自：

<https://finance.technews.tw/2018/01/21/tw-store-to-store-so-hot/>

網路行銷與網站價值-鞋業品牌個案及研究比較

https：

[//ndltd.ncl.edu.tw/cgi-bin/gs32/gswweb.cgi/login?o=dnc1cdr&s=id=%2101STUT8121027%22.&searchmode=basic](https://ndltd.ncl.edu.tw/cgi-bin/gs32/gswweb.cgi/login?o=dnc1cdr&s=id=%2101STUT8121027%22.&searchmode=basic)

消費者之網路購物資訊環境態度、購買涉入、網路使用行為對網路購物意願之影響探討----以國立大學學生為例

擷取自 [http：](http://140.113.39.130/cgibin/gs32/tugsweb.cgi?o=dntucdr&s=id=%22NT870457056%22.&searchmode=basic)

[//140.113.39.130/cgibin/gs32/tugsweb.cgi?o=dntucdr&s=id=%22NT870457056%22.&searchmode=basic](http://140.113.39.130/cgibin/gs32/tugsweb.cgi?o=dntucdr&s=id=%22NT870457056%22.&searchmode=basic)

消費者之網路購物資訊環境態度、購買涉入、網路使用行為對網路購物意願之影響探討----以國立大學學生為例

擷取自 [http：](http://140.113.39.130/cgibin/gs32/tugsweb.cgi?o=dntucdr&s=id=%22NT870457056%22.&searchmode=basic)

[//140.113.39.130/cgibin/gs32/tugsweb.cgi?o=dntucdr&s=id=%22NT870457056%22.&searchmode=basic](http://140.113.39.130/cgibin/gs32/tugsweb.cgi?o=dntucdr&s=id=%22NT870457056%22.&searchmode=basic)

附錄





附錄一、畢業專題 系統操作手冊

【專題執行計畫表】

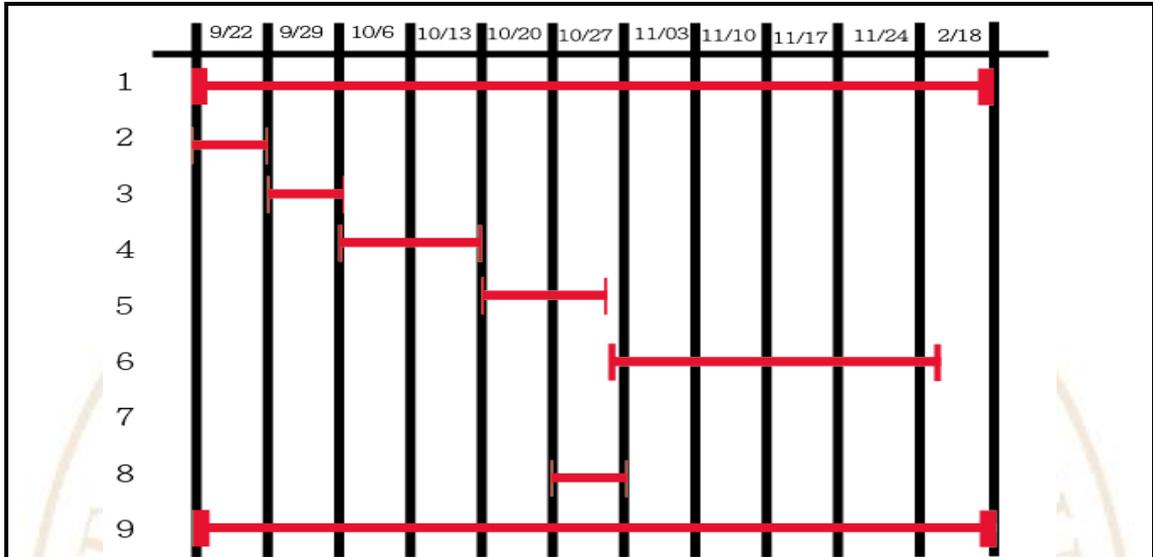
組名	致由 store-品牌代購		
組員	班級	學號	姓名
	資三 C	10410337	楊軒承
	資三 C	10410338	劉恩
	資三 C	10410350	林鴻嘉
	資三 C	10410353	周澤銘
選定合作單位	名稱	無	
	負責人	無	聯絡人 無
	電話	無	電話 無
	地址	無	
	本專題無合作單位		
專題名稱	致由 store-品牌代購		
<p>由國外引進知名品牌服飾並以蝦皮拍賣作為主要的銷售平台，體驗並了解在電子商務下的商場是如何運作，商品管理和銷售、行銷文案撰寫。於蝦皮賣場配合時事節慶舉辦促銷活動，並利用 FB 粉絲專業推廣即時資訊，藉此打響知名度。</p> <p>建立網站販售品牌服飾，網站後台功能有商品管理、庫存管理、購物車功能、訂單處理、會員管理、付款功能、客戶服務等各種內部功能，主要是在處理產品交易的部分，而外部功能有最新產品資訊、優惠活動、所有產品、熱門商品等各種介紹產品和活動的資訊提供給消費者參考，我們也會將產品上架至指定網購平台行銷，並將產品細項、訂單明細存至我們建置的資料庫中，再透過銷售情況來對網站的銷售狀況進行分析。</p>			
指導老師簽名		日期	2017 年 12 月 18 日
備註			

【專題工作分配表】

組名	致由 store-品牌代購		填寫人	周澤銘	
專題名稱	致由 store-品牌代購		填寫日期	2018年1月8日	
組員	楊軒承	劉恩	周澤銘	林鴻嘉	
分工					
蒐集資料	V	V	V	V	
制定問卷內容	V	V	V	V	
修訂問卷	V	V	V	V	
問卷調查	V	V	V	V	
數據調查分析	V	V	V	V	
文案撰寫	V	V	V	V	
專題製作	V	V	V	V	
進貨源頭	V	X	X	X	
粉專賣場管理	V	X	X	X	
網站架設	X	V	V	X	
網站美編	X	V	V	X	

【GANTT 圖】

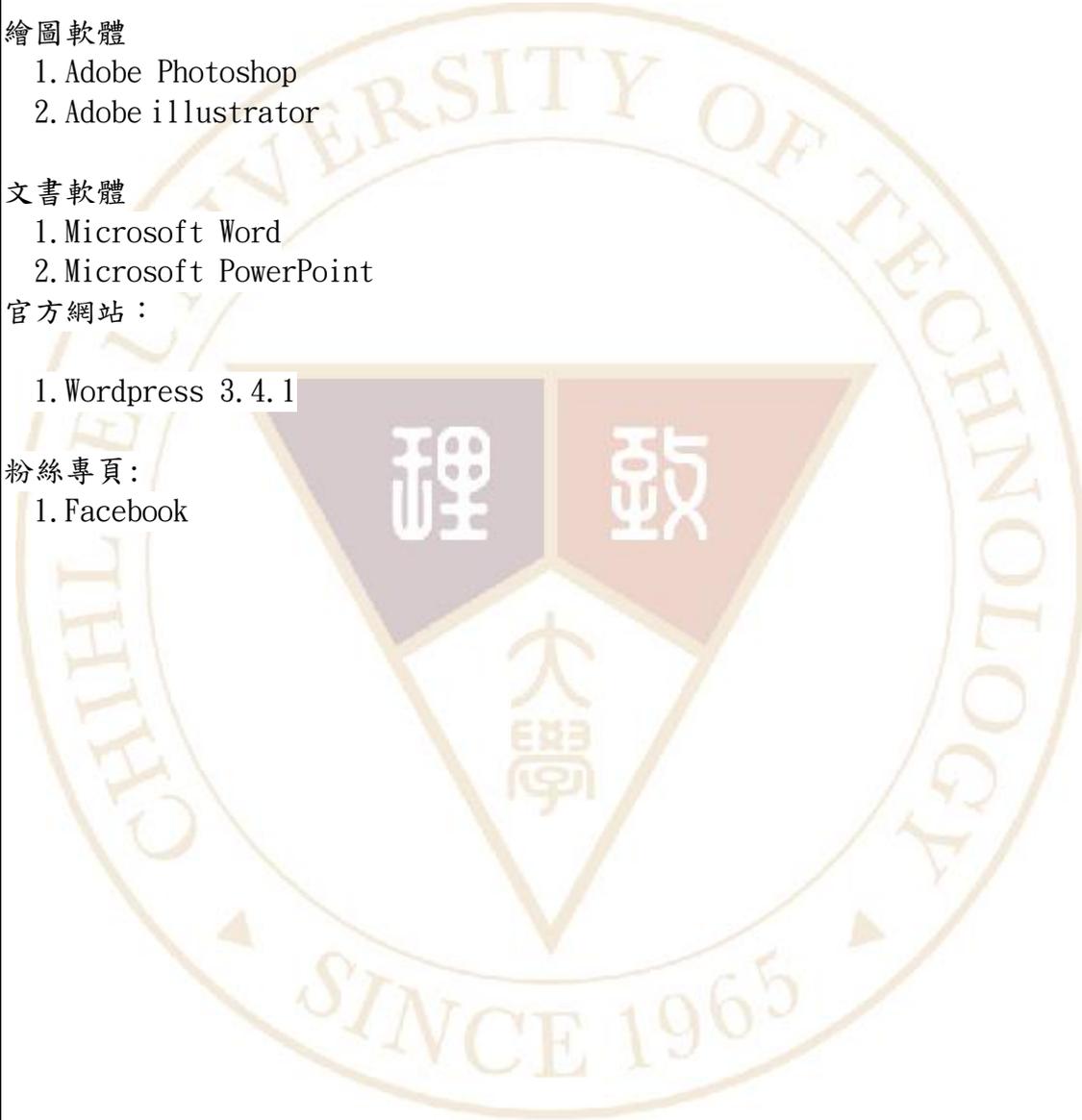
組名	致由 store-品牌代購	填寫人	周澤銘
專題名稱	致由 store-品牌代購	填寫日期	2018 年 1 月 8 日



	天數	前置
1. 蒐集資料	150	無
2. 制定問卷內容	7	1
3. 修訂問卷	7	2
4. 問卷調查	14	3
5. 數據調查分析	14	4
6. 文案撰寫	12	5
7. 專題製作	30	6
8. 進貨源頭	7	無
9. 粉專賣場管理	150	無

【開發工具清單】

組名	致由 store-品牌代購	填寫人	劉恩
專題名稱	致由 store-品牌代購	填寫日期	2018 年 3 月 12 日
拍賣平台： 1. 蝦皮拍賣			
繪圖軟體 1. Adobe Photoshop 2. Adobe illustrator			
文書軟體 1. Microsoft Word 2. Microsoft PowerPoint			
官方網站： 1. Wordpress 3.4.1			
粉絲專頁： 1. Facebook			



【需求訪談計畫表】

組名	致由 store-品牌代購	填寫人	劉恩
專題名稱	致由 store-品牌代購	填寫日期	2017 年 11 月 27 日

第一部分 基本資料

1. 您的性別？

男

女

2. 您的年齡？

16 歲以下 16-20 歲

21-35 歲 36-50 歲

50 歲以上



【需求訪談計畫表】

組名	致由 store-品牌代購	填寫人	劉恩
專題名稱	致由 store-品牌代購	填寫日期	2017 年 11 月 27 日

第二部分 網路購物經驗

1. 是否有使用網路購物過?

是
否

2. 您曾經聽過的購物平台?

yahoo 拍賣 露天拍賣
蝦皮拍賣 旋轉拍賣
Amazon 淘寶網
Pchome ebay
阿里巴巴 樂天購物
其他_____

3. 您曾經使用過的購物平台?

yahoo 拍賣 露天拍賣
蝦皮拍賣 旋轉拍賣
Amazon 淘寶網
Pchome ebay
阿里巴巴 樂天購物
其他_____

5. 您選擇網路購物的主要原因?(至多 3 種)

您曾經聽過的購物平台?

商品多元化 多種付款方式
方便比價 價格便宜
取貨方便 節省購物時間
其他_____

【需求訪談計畫表】

組名	致由 store-品牌代購	填寫人	劉恩
專題名稱	致由 store-品牌代購	填寫日期	2017 年 11 月 27 日

6. 您會依據那些因素選擇購物平台?

操作介面 網頁排版美觀
物流機制 商品中類多寡
售後服務 個資安全機制
其他_____

7. 您最常使用的付款方式?

超商/郵局 取貨付款 宅配
信用卡支付 線上 ATM 轉帳
專櫃匯款 面交
其他_____

8. 影響您購物意願的主要因素?

價格 活動
取貨便利性 賣場評價
下單操作難易度 售後服務

9. 您最常使用平台購買哪些類別的商品?

服飾 鞋子、配件
家電 食物
汽機車零件 美妝用品
家具 手錶、手飾
收藏 3C 產品
書籍、票券 其他_____

【需求訪談計畫表】

組名	致由 store-品牌代購	填寫人	劉恩
專題名稱	致由 store-品牌代購	填寫日期	2017 年 11 月 27 日

10. 您最近一次使用網購的時間?

1 週內 2-4 週
1-3 個月 3 個月以上
其他____

11. 您每個月使用購物平台搜尋商品或購物的頻率?

1-3 次 4-6 次
6 次以上 其他____

12. 您平均一筆的消費金額?

1000 元以內 1000-2000 元
2000-3000 元 4000-5000 元
5000 元以上 其他____

13. 您曾購買過下列那些品牌的產品?

Nike Adidas
Vans Puma
Converse 其他____

12. 承上題，最常購買這些商品的哪兩種商品?

衣服 褲子
帽子 鞋子
襪子 背包
運動用品 其他____

【需求訪談紀錄表】

組名	致由 store-品牌代購	填寫人	劉恩
專題名稱	致由 store-品牌代購	填寫日期	2017 年 11 月 27 日

性別

208 則回應

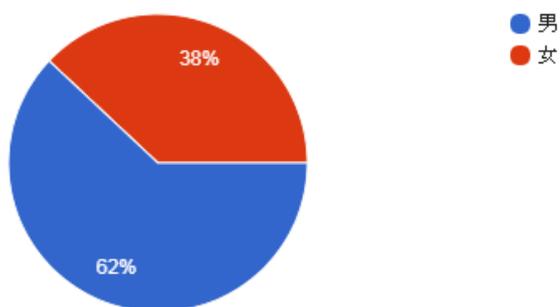


圖 3-2、性別

年齡

208 則回應

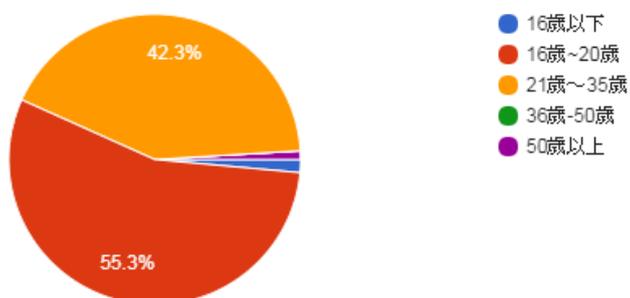


圖 3-3、年齡

【需求訪談紀錄表】

組名	致由 store-品牌代購	填寫人	劉恩
專題名稱	致由 store-品牌代購	填寫日期	2017 年 11 月 27 日

第二部分：網路購物之經驗

是否有使用網路購物過

208 則回應

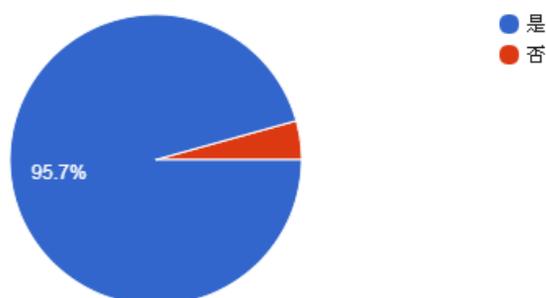


圖 3-4 是否有網購經驗

曾聽過的購物平台

199 則回應

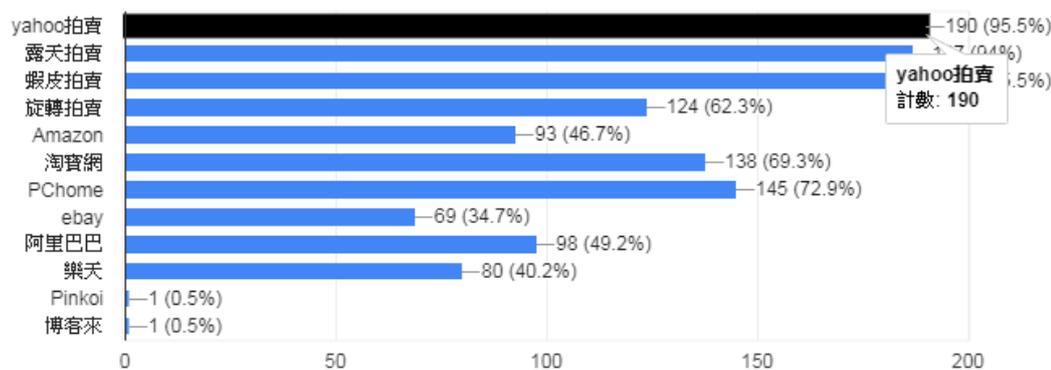


圖 3-5 曾聽過的購物平台

【需求訪談紀錄表】

組名	致由 store-品牌代購	填寫人	劉恩
專題名稱	致由 store-品牌代購	填寫日期	2017 年 11 月 27 日

曾使用過的購物平台

199 則回應

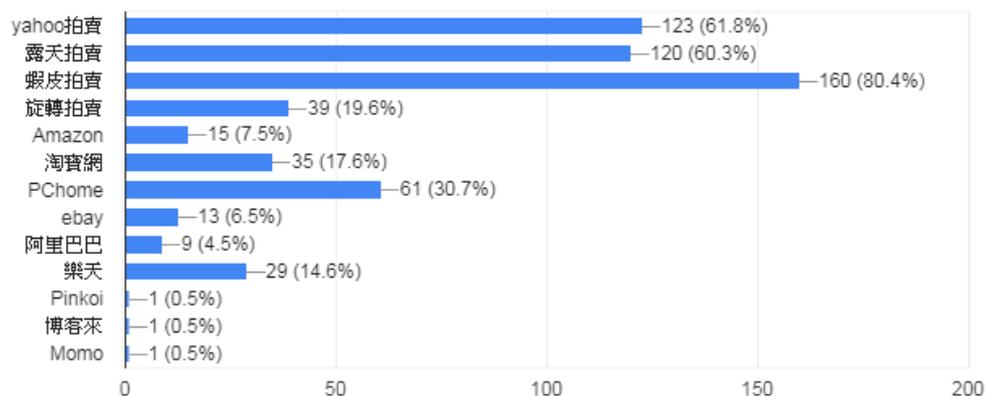


圖 3-6 曾使用過的購物平台

選擇網路購物的主要原因(至多三種)

199 則回應

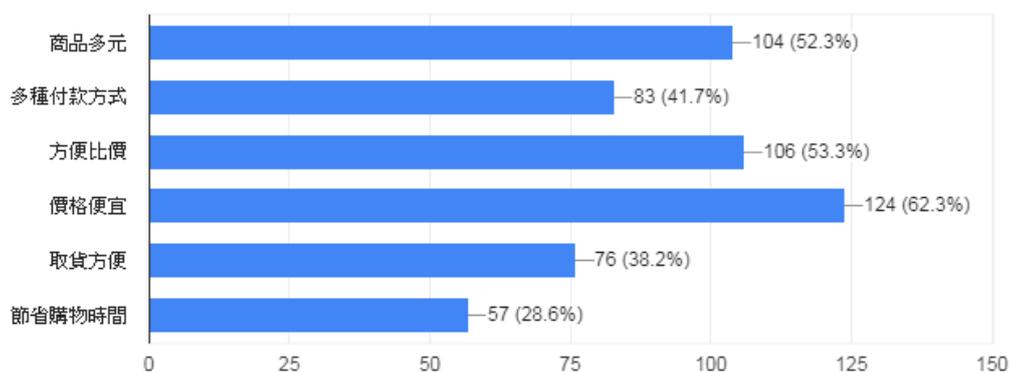


圖 3-7 網路購物的主要原因

【需求訪談紀錄表】

組名	致由 store-品牌代購	填寫人	劉恩
專題名稱	致由 store-品牌代購	填寫日期	2017 年 11 月 27 日

會依據哪些因素選擇購物平台

199 則回應

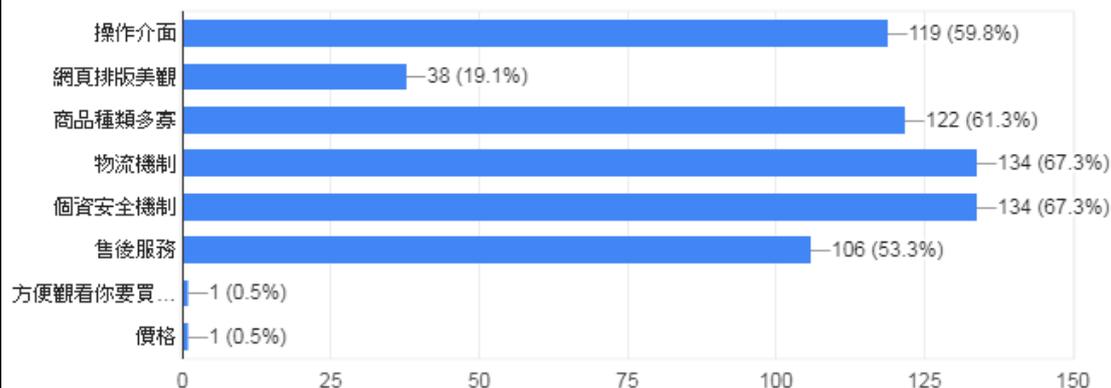


圖 3-8 選擇購物平台的因素

最常使用的付款方式

199 則回應

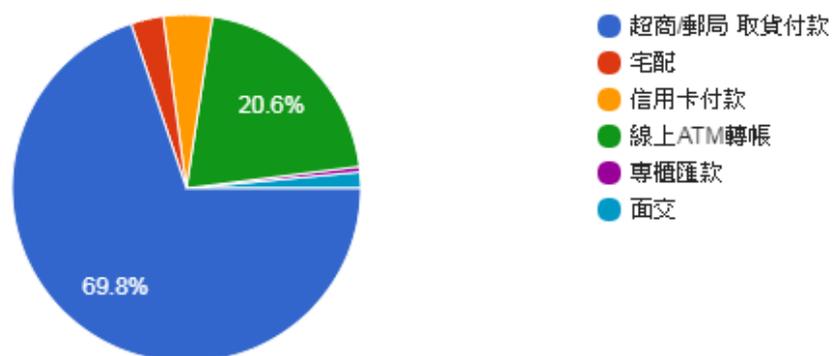


圖 3-9 使用的付款方式

【需求訪談紀錄表】

組名	致由 store-品牌代購	填寫人	劉恩
專題名稱	致由 store-品牌代購	填寫日期	2017 年 11 月 27 日

影響您購物意願的主要因素

199 則回應

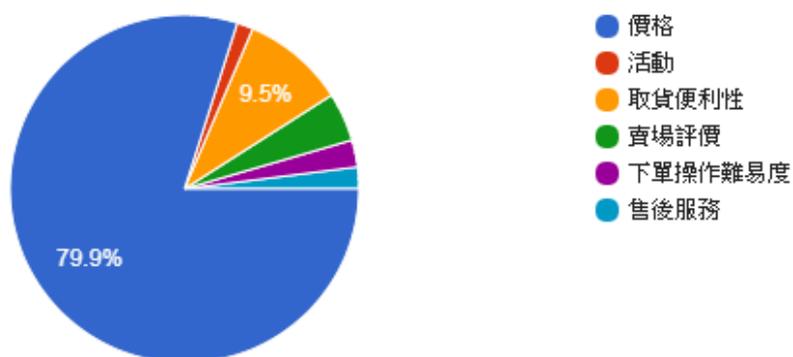


圖 3-10 影響購物意願

最近一次使用網購的時間

199 則回應

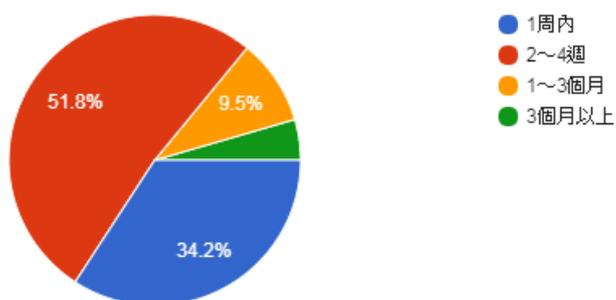


圖 3-11 近期網購的時間

【需求訪談紀錄表】

組名	致由 store-品牌代購	填寫人	劉恩
專題名稱	致由 store-品牌代購	填寫日期	2017 年 11 月 27 日

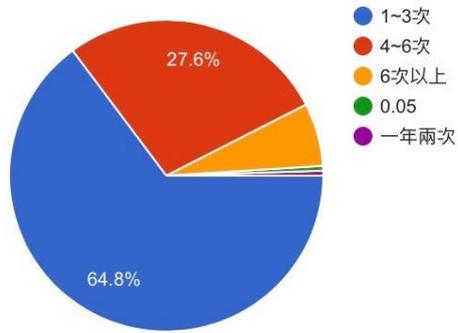


圖 3-12 使用購物平台的頻率

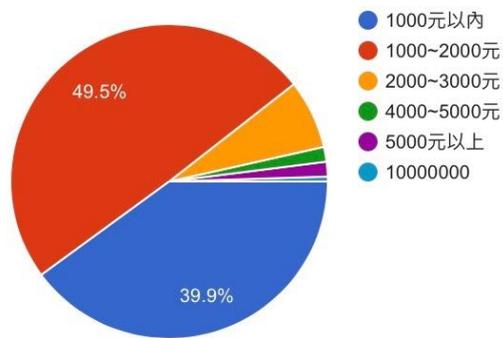


圖 3-13 平均消費金額

【需求訪談紀錄表】

組名	致由 store-品牌代購	填寫人	劉恩
專題名稱	致由 store-品牌代購	填寫日期	2017 年 11 月 27 日

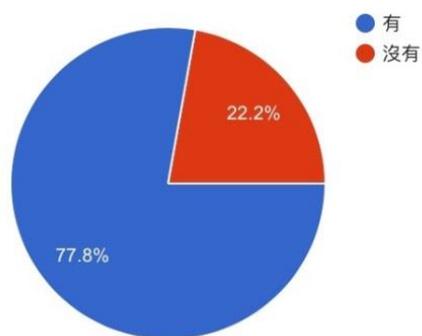


圖 3-14 嘗試網購的意願

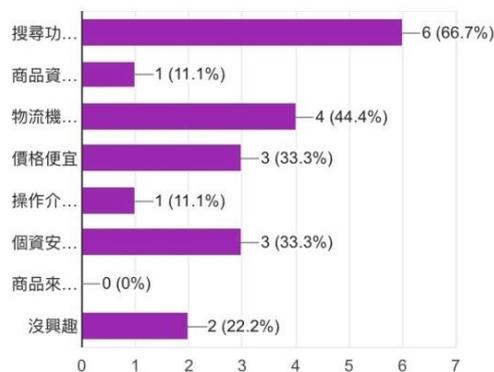
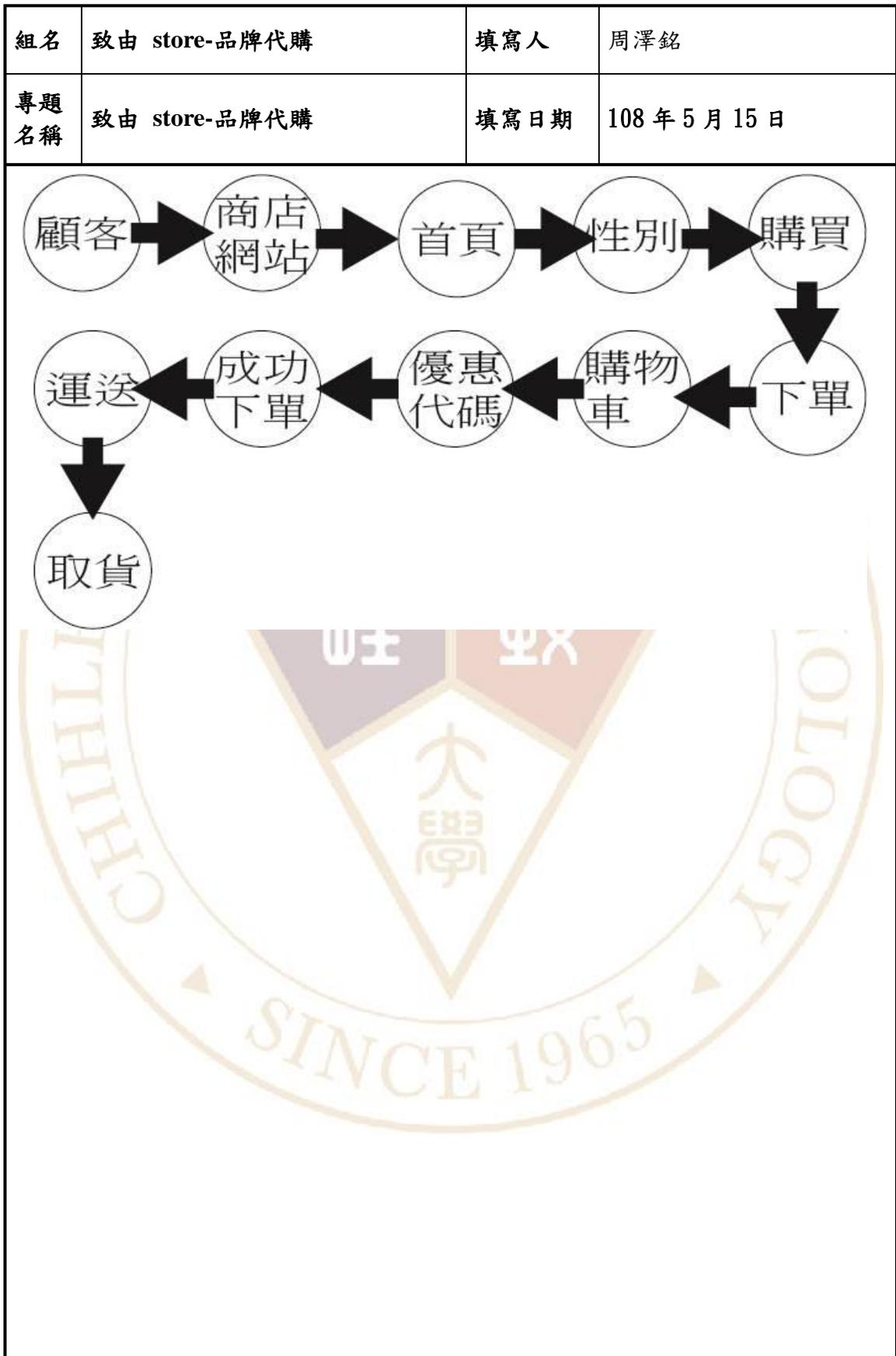


圖 3-15 想嘗試網購或不想的原因

【使用個案圖】



【藍圖】

組名	致由 store-品牌代購	填寫人	周澤銘
專題名稱	致由 store-品牌代購	填寫日期	108年5月15日
<p>搜尋 首頁 商品 登入 註冊 購物車 關於我們</p>			
圖片		商品資訊	
熱門商品		尺寸	
		數量	

【資料詞彙】

組名	致由 store-品牌代購	填寫人	楊軒承
專題名稱	致由 store-品牌代購	填寫日期	108年5月15日
<p>電子商務:e-commerce 網路購物:Internet Marketing 衣服:Clothes 網站:Website 顧客:Customer 企業:Business 政府:Goverment</p> 			

【活動圖】

組名	致由 store-品牌代購	填寫人	劉恩
專題名稱	致由 store-品牌代購	填寫日期	2018年4月2日

🛒 首頁 > 我的行銷活動 > 我的折扣活動 > 折扣活動細節
🔔 🏠 chihleedoim

← 跨年優惠
🏷️

過去的活動

類型 折扣

折扣活動期間 2017-12-26 22:30 - 2017-12-31 23:30

報名商品 你已報名2個商品

商品名稱	商品選項	原價	售價	購買限制
◆致由◆Adidas 愛迪達 三葉草 Logo 黑色 帽T...	黑色XS	\$1,780	\$1,513	8.5折
	黑色S	\$1,780	\$1,513	8.5折
	黑色M	\$1,780	\$1,602	9折
◆致由◆Adidas Originals Stan Smith 綠尾 藍尾	綠尾23.5cm	\$2,680	\$2,412	9折
	藍尾23.5cm	\$2,680	\$2,412	9折

上一頁 1 下一頁 訂單頁 1

聊

蝦拼盛宴 3~8折

下殺3折起

1/16~1/19 注目度★★★★★

1/16~1/19 蝦拼盛宴 下殺3折起

想讓您的商品登上蝦皮 首頁專區 嗎? 機會來囉~ 蝦皮推出「蝦拼盛宴」活動專區! 以下為我們篩選商品的優先考量條件: ...

📅 主題活動期是 2018年1月16日 12:00到2018年1月19日 11:59 已通過 2

🕒 報名已截止 等待審核中 2

我的主題活動

現在報名主題活動, 讓業績一路起飛吧! [主題活動報名細節](#)

接下來的活動
進行中的活動
過去的活動

跨年行頭 4折UP

主題活動已結束

12/22~12/26 注目度★★★★★

12/22~12/26 跨年行頭關鍵字 4折UP

想讓您的商品登上蝦皮 首頁專區 嗎? 機會來囉~ 蝦皮推出「跨年行頭關鍵字 4折UP」活動專區! 符合的商品: 後背包、...

🕒 主題活動結束時間: 2017年12月26日

上一頁 1 下一頁 訂單頁 1

報名商品

在 5個商品中, 你已報名1個商品

商品名稱	商品選項	原價	售價	狀態
◆致由◆Adidas Originals Stan Smith 綠尾 藍尾	綠尾23.5cm	\$2,680	\$2,278	8.5折 ● 已通過

【活動圖】

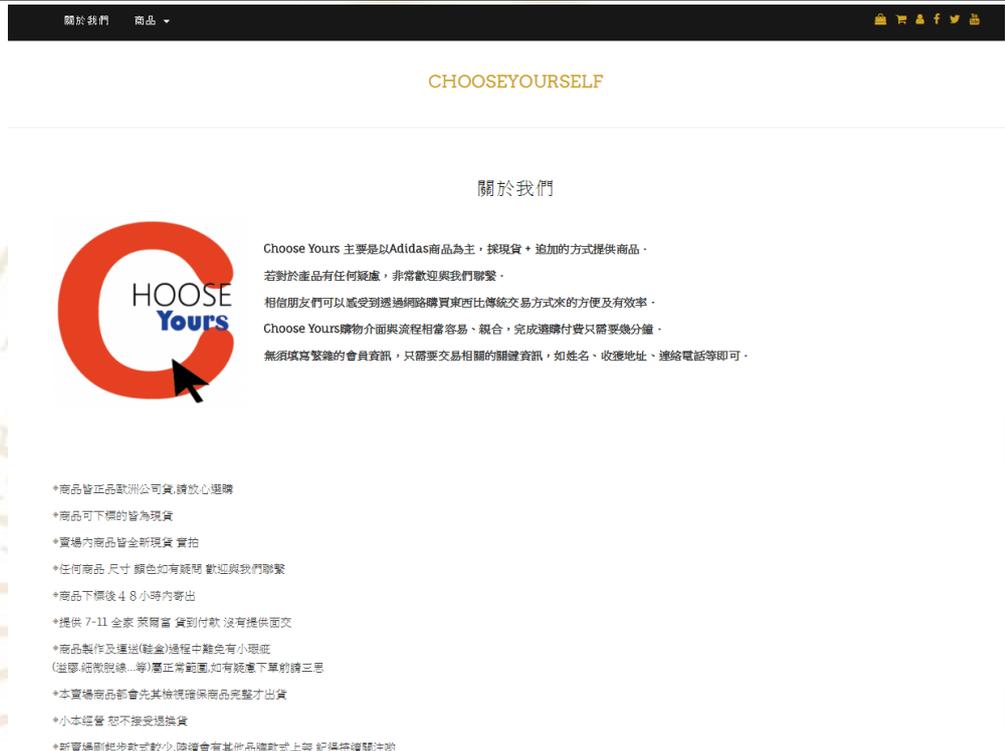
組名	致由 store-品牌代購	填寫人	劉恩
專題名稱	致由 store-品牌代購	填寫日期	2018年4月2日

寒流來襲購衣優惠 <small>過去的活動</small>		2018-01-09 19:30 2018-01-16 20:30	查看詳情
新年優惠折扣 <small>過去的活動</small>		2018-01-02 17:00 2018-01-09 18:00	查看詳情
跨年優惠 <small>過去的活動</small>		2017-12-26 22:30 2017-12-31 23:30	查看詳情
帽丁限時折扣 <small>過去的活動</small>		2017-12-12 19:00 2017-12-17 20:00	查看詳情
			
開學季折扣 <small>過去的活動</small>		2018-02-23 16:30 2018-02-28 17:30	查看詳情
過年回饋 <small>過去的活動</small>		2018-02-10 02:00 2018-02-17 03:00	查看詳情
鞋子出清折扣 <small>過去的活動</small>		2018-02-02 14:30 2018-02-23 15:30	查看詳情
寒流購衣折扣 <small>過去的活動</small>		2018-01-31 21:00 2018-02-07 22:00	查看詳情
寒假折扣 <small>過去的活動</small>		2018-01-24 17:30 2018-01-31 18:30	查看詳情
寒假折扣 <small>過去的活動</small>		2018-01-22 10:30 2018-01-22 11:30	查看詳情
			
鞋子折扣 <small>過去的活動</small>		2018-04-15 18:00 2018-04-29 19:00	查看詳情
兒童節優惠 <small>過去的活動</small>		2018-04-03 13:00 2018-04-07 14:00	查看詳情
換季出清折扣 <small>過去的活動</small>		2018-03-15 22:00 2018-03-31 23:00	查看詳情
3月初折扣 <small>過去的活動</small>		2018-03-01 00:00 2018-03-08 23:00	查看詳情
			

【使用者操作手冊】

組名	致由 store-品牌代購	填寫人	劉恩
專題名稱	致由 store-品牌代購	填寫日期	2018 年 4 月 30 日

畫面編號	01	畫面名稱	首頁
-------------	----	-------------	----

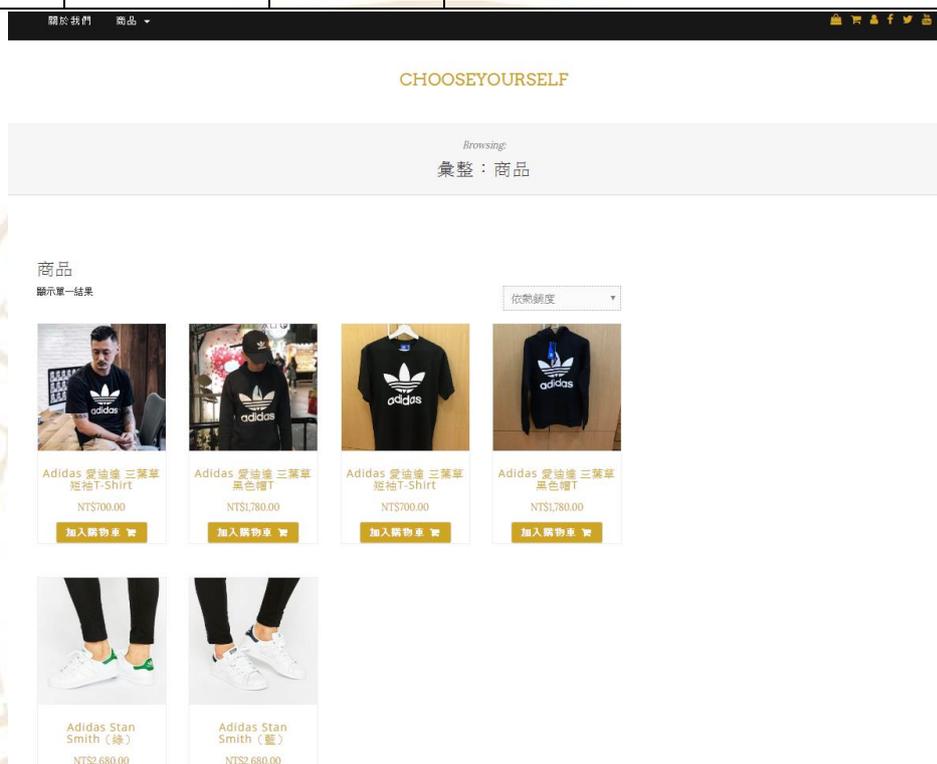
系統畫面	
操作說明	

【使用者操作手冊】

組名	致由 store-品牌代購	填寫人	劉恩
專題名稱	致由 store-品牌代購	填寫日期	2018 年 4 月 30 日

畫面編號	02	畫面名稱	商品頁面
------	----	------	------

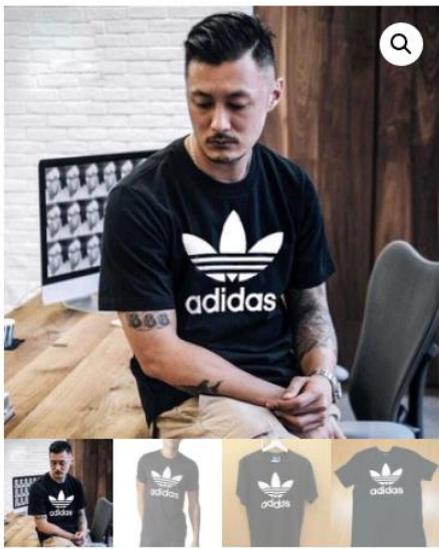
系統畫面



操作說明

1. 可依據商品的熱銷程度、價格高低及上架時間來排序商品。
2. 加入購物車的按鈕可以將想購買的產品放入清單中，最後可以至購物車的地方一次購買剛剛所選取的產品。

【使用者操作手冊】

組名	致由 store-品牌代購	填寫人	劉恩
專題名稱	致由 store-品牌代購	填寫日期	2018 年 4 月 30 日
畫面編號	03	畫面名稱	商品選擇(上)
系統畫面			
操作說明	<ol style="list-style-type: none"> 1. 進入商品頁面，即可看到穿搭照和使用實體商品拍攝，讓消費者能看到實體商品的包裝和款式。 2. 圖片右方可以看到商品單價、購物車按鈕。 3. 將網頁下滑便可看到商品描述。 		

【使用者操作手冊】

組名	致由 store-品牌代購	填寫人	劉恩
專題名稱	致由 store-品牌代購	填寫日期	2018 年 4 月 30 日
畫面編號	04	畫面名稱	商品選擇(中)
系統畫面	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <div style="display: flex; justify-content: space-between; border-bottom: 1px solid black; margin-bottom: 5px;"> 描述 額外資訊 評價 (0) </div> <p>描述</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆商品可下標的皆為現貨 ◆賣場內商品皆全新現貨 ◆任何商品 尺寸 顏色如有疑問 歡迎與我們聯繫 ◆商品下標後 4-8 小時內寄出 ◆提供 7-11 全家 萊爾富 貨到付款 沒有提供面交 ◆商品製作及運送(鞋盒)過程中難免有小瑕疵 (溢膠.細微脫線...等)屬正常範圍.如有疑慮下單前請三思 ◆本賣場商品都會先其檢視確保商品完整才出貨 ◆小本經營 恕不接受退换货 ◆聯絡方式 : <p>臉書粉絲團：致由-store 蝦皮：致由-Store</p> <hr/> <p>相關商品</p> <div style="text-align: center;">  <p>Adidas 愛迪達 三葉草 黑色帽T</p> <p>NT\$1,780.00</p> <p style="background-color: orange; color: white; padding: 2px 5px;">加入購物車</p> </div> </div>		
操作說明	<ol style="list-style-type: none"> 1. 點選額外資訊可獲得商品尺寸。 2. 最下方可以看到相關的商品的資訊。 		

【使用者操作手冊】

組名	致由 store-品牌代購	填寫人	劉恩
專題名稱	致由 store-品牌代購	填寫日期	2018 年 4 月 30 日
畫面編號	05	畫面名稱	商品選擇(下)
系統畫面			
操作說明	<ol style="list-style-type: none"> 1. 當點選加入購物車，頁面上方則會顯示是否將商品加入購物車。 2. 查看購物車即可看到所有加入購物車的商品及總金額。 		

【使用者操作手冊】

組名	致由 store-品牌代購	填寫人	劉恩
專題名稱	致由 store-品牌代購	填寫日期	2018 年 4 月 30 日

畫面編號	06	畫面名稱	購物車頁面
------	----	------	-------

系統畫面	<div style="text-align: center;"> <p>購物車</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 20%;">商品</th> <th style="width: 30%;">價格</th> <th style="width: 10%;">數量</th> <th style="width: 40%;">總計</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;"> × Adidas 愛迪達 三葉草 短袖T-Shirt </td> <td style="text-align: center;">NT\$700.00</td> <td style="text-align: center;">1</td> <td style="text-align: center;">NT\$700.00</td> </tr> </tbody> </table> <div style="display: flex; justify-content: space-between; margin-top: 5px;"> 折價券 使用折價券 更新購物車 </div> <div style="margin-top: 20px;"> <p>購物車總計</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 60%;">小計</td> <td style="text-align: right;">NT\$700.00</td> </tr> <tr> <td>運送方式1</td> <td style="text-align: right;">單一費率: NT\$60.00 計算運費</td> </tr> <tr> <td>總計</td> <td style="text-align: right;">NT\$760.00</td> </tr> </table> <div style="text-align: center; margin-top: 10px;"> 前往結帳 </div> </div> </div>	商品	價格	數量	總計	× Adidas 愛迪達 三葉草 短袖T-Shirt	NT\$700.00	1	NT\$700.00	小計	NT\$700.00	運送方式1	單一費率: NT\$60.00 計算運費	總計	NT\$760.00
商品	價格	數量	總計												
× Adidas 愛迪達 三葉草 短袖T-Shirt	NT\$700.00	1	NT\$700.00												
小計	NT\$700.00														
運送方式1	單一費率: NT\$60.00 計算運費														
總計	NT\$760.00														

操作說明	<ol style="list-style-type: none"> 1. 查看購物車內可新增或減少商品數量，也可將不需要的商品直接刪除。 2. 確認商品和總金額無誤後，點選前往結帳，進入結帳頁面。
------	---

【使用者操作手冊】

組名	致由 store-品牌代購	填寫人	劉恩
專題名稱	致由 store-品牌代購	填寫日期	2018 年 4 月 30 日

畫面編號	07	畫面名稱	結帳頁面(上)
------	----	------	---------

系統畫面

帳單資訊

名字 *	姓氏 *
<input type="text"/>	<input type="text"/>
公司名稱	
<input type="text"/>	
國家 *	
<input type="text" value="台灣"/>	
街道地址 *	
<input type="text" value="門牌號碼與街道名稱"/>	
<input type="text" value="公寓, 套房, 單位等(選填)"/>	
鄉鎮市 *	
<input type="text"/>	
縣 / 市	
<input type="text"/>	
郵遞區號 *	
<input type="text"/>	
聯絡電話	
<input type="text"/>	
電子郵件 *	
<input type="text"/>	

操作說明

1. 填寫基本資訊

【使用者操作手冊】

組名	致由 store-品牌代購	填寫人	劉恩
專題名稱	致由 store-品牌代購	填寫日期	2018 年 4 月 30 日

畫面編號	08	畫面名稱	結帳頁面(下)
------	----	------	---------

系統畫面

您的訂單

商品	總計
Adidas 愛迪達 三葉草 卷袖T-Shirt x 1	NT\$700.00
小計	NT\$700.00
運送方式1	單一費率: NT\$60.00
總計	NT\$760.00

銀行轉帳

將您的款項直接匯入我們的銀行帳號。請使用您的訂單編號作為付款參考。您的訂單在還沒有確認收到款項之前不會出貨。

支票付款

貨到付款

PayPal Express Checkout 

下單購買

操作說明

1. 將基本資料填寫完後，將網頁下滑便可看到結帳明細，並選擇本次的付費方式。
2. 點選右下方下單購買，即完成這次的購買。

【專案結案報告】

組名	致由 store-品牌代購	填寫人	楊軒承
專題名稱	致由 store-品牌代購	填寫日期	108年5月15日

經過這一段專題研究後，對此次專題有許多的收穫與更多新想法，本章敘述著這一段研究過程中的結論與未來想法。

從最初的規劃該如何經營網路代購，到中間遇到許多問題，到決定把握這次的機會全力以赴完成最初的目標，如今，已經有著蝦皮商店與自己的網路商城，也成功的製造出一定的營業額。

近年來行銷型態的改變，從實體店面逐漸地轉移到網路店面，從需出門採購，到使用網路購物使用蝦皮，將衣服收進購物車內，使用網路下單，透過物流送達住宅。

網路行銷正在蓬勃發展中，本專題也將持續認真經營，希望能透過本次專題瞭解更多網路行銷的新知識。

未來希望利用更多不同國內外平台，製造更多的商機，擴大銷售範圍，也計劃增加商品種類，不單單只有幾種的品牌，藉此發展不同類型的顧客群。

往後也希望提供的服務能夠更優化，使顧客可以更加瞭解本專題架設的平台與其差異性，並且找出平台專有特色，在眾多的競爭者中推穎而出，使消費者增加購買意願。

【會議記錄】

專題名稱	致由 store-品牌代購					
會議編號	01	召集人兼主席	林鴻嘉	紀錄者	劉恩	
討論主題	主題與商品訂定			會議時間	2017年9月21日	
				會議地點	丹堤咖啡	
上次會議	決議事項		執行狀況			
	初次會議		初次會議			
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員	
	5%		擬定本次專題主題		全體組員	
本次會議內容	主題討論。					
決議事項 (與主席裁示)						
主題擬定將透過網路平台販售運動品牌服飾。						
請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	
下次會議	召集人	林鴻嘉	紀錄者	劉恩	時間	2017年9月28日
					地點	Panos 咖啡
預定討論主題	組員工作分配					
指導老師意見						

【會議記錄】

專題名稱	致由 store-品牌代購					
會議編號	02	召集人兼主席	林鴻嘉	紀錄者	劉恩	
討論主題	組員工作分配			會議時間	2017年9月28日	
				會議地點	Panos 咖啡	
上次會議	決議事項		執行狀況			
	擬定主題		已完成			
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員	
	10%		組員工作分配		全體組員	
本次會議內容	擬定工作分配內容。					
決議事項 (與主席裁示)						
商品進貨：楊軒承 文案撰寫：全體組員 網站架設：周澤銘 劉恩 賣場經營：楊軒承 Facebook 經營：林鴻嘉						
請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	
下次會議	召集人	林鴻嘉	紀錄者	劉恩	時間	2017年10月5日
					地點	Panos 咖啡
預定討論主題	撰寫專題文件之研究背景					
指導老師意見						

【會議記錄】

專題名稱	致由 store-品牌代購					
會議編號	03	召集人兼主席	林鴻嘉	紀錄者	劉恩	
討論主題	研究背景、研究動機			會議時間	2017年10月5日	
				會議地點	Panos 咖啡	
上次會議	決議事項		執行狀況			
	工作內容分配		已完成			
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員	
	15%		專題文件撰寫		全體組員	
本次會議內容	撰寫研究背景、研究動機。					
決議事項 (與主席裁示)						
完成研究背景、研究動機						
請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	
下次會議	召集人	林鴻嘉	紀錄者	劉恩	時間	2017年10月12日
					地點	Panos 咖啡
預定討論主題	蒐集文獻資料					
指導老師意見						

【會議記錄】

專題名稱	致由 store-品牌代購					
會議編號	04	召集人兼主席	林鴻嘉	紀錄者	劉恩	
討論主題	蒐集文獻資料			會議時間	2017年10月12日	
				會議地點	Panos 咖啡	
上次會議	決議事項		執行狀況			
	完成研究背景、研究動機		已完成			
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員	
	18%		蒐集專題文獻		全體組員	
本次會議內容	蒐集第二章文獻資料。					
決議事項 (與主席裁示)						
文獻探討資料蒐集						
請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	
下次會議	召集人	林鴻嘉	紀錄者	劉恩	時間	2017年10月19日
					地點	Panos 咖啡
預定討論主題	文獻資料、擬定研究流程					
指導老師意見						

【會議記錄】

專題名稱	致由 store-品牌代購					
會議編號	05	召集人兼主席	林鴻嘉	紀錄者	劉恩	
討論主題	文獻資料、研究流程、討論經營模式			會議時間	2017年10月19日	
				會議地點	Panos 咖啡	
上次會議	決議事項		執行狀況			
	蒐集文獻資料		進行中			
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員	
	25%		文獻資料、研究流程		全體組員	
本次會議內容	蒐集文獻資料、撰寫研究流程。					
決議事項 (與主席裁示)						
文獻資料蒐集完畢、計畫與廠商聯絡洽談合作						
請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	
下次會議	召集人	林鴻嘉	紀錄者	劉恩	時間	2017年10月26日
					地點	Panos 咖啡
預定討論主題	廠商洽談					
指導老師意見						

【會議記錄】

專題名稱	致由 store-品牌代購					
會議編號	06	召集人兼主席	林鴻嘉	紀錄者	劉恩	
討論主題	廠商洽談			會議時間	2017年10月26日	
				會議地點	Panos 咖啡	
上次會議	決議事項		執行狀況			
	文獻資料蒐集完畢 計畫與廠商聯絡洽談合作		進行中			
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員	
	25%		與廠商洽談		全體組員	
本次會議內容	與廠商洽談合作模式、合作內容及行銷活動規劃。					
決議事項 (與主席裁示)						
與廠商洽談後，雙方無達成共識，尋找新的進貨管道						
請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	
下次會議	召集人	林鴻嘉	紀錄者	劉恩	時間	2017年11月3日
					地點	Panos 咖啡
預定討論主題	設計問卷					
指導老師意見						

【會議記錄】

專題名稱	致由 store-品牌代購					
會議編號	07	召集人兼主席	林鴻嘉	紀錄者	劉恩	
討論主題	設計問卷、建立蝦皮賣場			會議時間	2017年11月3日	
				會議地點	Panos 咖啡	
上次會議	決議事項		執行狀況			
	與廠商洽談後，雙方無達成共識，尋找新的進貨管道		已完成			
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員	
	35%		擬定問卷內容、建立蝦皮賣場		全體組員	
本次會議內容	基本資料、網路購物經驗、未使用網購的消費者對於網路購物的看法 建立蝦皮賣場、撰寫賣場簡介、設定賣場付款方式等……。					
決議事項（與主席裁示）						
訂定問卷題目、完成蝦皮賣場建立						
請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	
下次會議	召集人	楊軒承	紀錄者	劉恩	時間	2017年11月17日
					地點	Panos 咖啡
預定討論主題	設計 logo、商品上架					
指導老師意見						

【會議記錄】

專題名稱	致由 store-品牌代購					
會議編號	08	召集人兼主席	楊軒承	紀錄者	劉恩	
討論主題	設計 logo、擬定商品價格/上架 修改專題文件內容			會議時間	2017 年 11 月 17 日	
				會議地點	Panos 咖啡	
上次會議	決議事項		執行狀況			
	訂定問卷題目、完成蝦皮賣場建立		已完成			
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員	
	45%		設計 logo、商品上架 修改專題文件		楊軒承 劉恩 周澤銘	
本次會議內容	設計 logo、修改研究背景與動機、增加文獻資料、擬定商品價格/上架。					
決議事項 (與主席裁示)						
專題文件持續修改、logo 設計完成、商品上架完成						
請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	
下次會議	召集人	林鴻嘉	紀錄者	劉恩	時間	2017 年 12 月 1 日
					地點	Panos 咖啡
預定討論主題	專題文件修改					
指導老師意見	補足文件內容、修改文件排版					

【會議記錄】

專題名稱	致由 store-品牌代購					
會議編號	09	召集人兼主席	林鴻嘉	紀錄者	劉恩	
討論主題	專題文件修改、建立臉書粉絲專頁			會議時間	2017年12月1日	
				會議地點	Panos 咖啡	
上次會議	決議事項		執行狀況			
	專題文件持續修改 logo 設計、商品上架完成		進行中			
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員	
	50%		專題文件修改、建立粉專		全體組員	
本次會議內容	修改第三章問卷分析、撰寫 swot 分析、建立臉書粉絲專頁。					
決議事項 (與主席裁示)						
專題文件持續修改、粉絲專頁建立完成						
請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	
下次會議	召集人	林鴻嘉	紀錄者	劉恩	時間	2017年12月8日
					地點	Panos 咖啡
預定討論主題	專題文件修改、商品行銷					
指導老師意見						

【會議記錄】

專題名稱	致由 store-品牌代購					
會議編號	10	召集人兼主席	林鴻嘉	紀錄者	劉恩	
討論主題	專題文件修改、商品行銷			會議時間	2017年12月8日	
				會議地點	Panos 咖啡	
上次會議	決議事項		執行狀況			
	專題文件持續修改 粉絲專頁建立完成		進行中/已完成			
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員	
	55%		專題文件修改、商品行銷		全體組員	
本次會議內容	修改第三章 swot 分析、專題文件排版、發想粉絲專頁文案、報名蝦皮主題活動。					
決議事項 (與主席裁示)						
粉絲專頁開始經營、修改專題文件						
請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	
下次會議	召集人	林鴻嘉	紀錄者	劉恩	時間	2018年3月1日
					地點	505 教室
預定討論主題	專題文案修改					
指導老師意見	專題文案內容補足、排版排列整齊					

【會議記錄】

專題名稱	致由 store-品牌代購					
會議編號	11	召集人兼主席	林鴻嘉	紀錄者	劉恩	
討論主題	專題文件修改、商品採買			會議時間	2017年3月1日	
				會議地點	505 教室	
上次會議	決議事項		執行狀況			
	粉絲專頁開始經營、修改專題文件		進行中			
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員	
	60%		專題文件修改、商品採買		全體組員	
本次會議內容	專題文件修改、第二批商品採買。					
決議事項 (與主席裁示)						
確定採買第二批商品、專題文案內容修正						
請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	
下次會議	召集人	林鴻嘉	紀錄者	劉恩	時間	2018年3月11日
					地點	Panos 咖啡
預定討論主題	架設網站、粉專賣場行銷					
指導老師意見						

【會議記錄】

專題名稱	致由 store-品牌代購					
會議編號	12	召集人兼主席	林鴻嘉	紀錄者	劉恩	
討論主題	架設網站、粉專賣場行銷			會議時間	2018年3月11日	
				會議地點	Panos 咖啡	
上次會議	決議事項		執行狀況			
	確定採買第二批商品 專題文案內容修正		進行中			
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員	
	70%		推廣粉專與賣場、架設網站		全體組員	
本次會議內容	報名蝦皮主題活動、撰寫粉專文案、設立網站首頁。					
決議事項 (與主席裁示)						
修改專題文件、設立網站、討論商品促銷活動						
請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	
下次會議	召集人	林鴻嘉	紀錄者	劉恩	時間	2018年4月8日
					地點	Panos 咖啡
預定討論主題	製作研討會文件					
指導老師意見						

【會議記錄】

專題名稱	致由 store-品牌代購					
會議編號	13	召集人兼主席	林鴻嘉	紀錄者	劉恩	
討論主題	製作研討會文件/網站優化			會議時間	2018年4月8日	
				會議地點	Panos 咖啡	
上次會議	決議事項		執行狀況			
	修改專題文件、設立網站 討論商品促銷活動		進行中			
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員	
	75%		製作專題比賽文件/網站優化		全體組員	
本次會議內容	製作研討會文件/建立購物車與各平台連結、張貼商品資訊。					
決議事項 (與主席裁示)						
研討會文件持續修改/網站張貼商品資訊						
請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	
下次會議	召集人	林鴻嘉	紀錄者	劉恩	時間	2018年4月16日
					地點	505 教室
預定討論主題	簡報製作					
指導老師意見						

【會議記錄】

專題名稱	致由 store-品牌代購					
會議編號	14	召集人兼主席	林鴻嘉	紀錄者	劉恩	
討論主題	製作專題簡報			會議時間	2018年4月16日	
				會議地點	505教室	
上次會議	決議事項		執行狀況			
	研討會文件持續修改 網站張貼商品資訊		進行中			
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員	
	85%		簡報設計、商品行銷		全體組員	
本次會議內容	製作專題簡報。					
決議事項 (與主席裁示)						
擬定簡報內容、調整簡報設計與排版						
請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	
下次會議	召集人	林鴻嘉	紀錄者	劉恩	時間	2018年5月11日
					地點	505教室
預定討論主題	簡報內容修改與演練					
指導老師意見						

【會議記錄】

專題名稱	致由 store-品牌代購					
會議編號	15	召集人兼主席	林鴻嘉	紀錄者	劉恩	
討論主題	簡報內容修改、報告演練/結算營收			會議時間	2018年5月11日	
				會議地點	505教室	
上次會議	決議事項		執行狀況			
	擬定簡報內容 調整簡報設計與排版		已完成			
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員	
	95%		簡報內容修改、報告演練/結算營收		全體組員	
本次會議內容	修改專題文件排版、簡報內容，結算營收共 13745 元。					
決議事項（與主席裁示）						
熟悉簡報報告方式與內容、結算營收						
請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	
下次會議	召集人	林鴻嘉	紀錄者	劉恩	時間	2018年5月14日
					地點	505教室
預定討論主題	簡報內容修改/演練					
指導老師意見						

【會議記錄】

專題名稱	致由 store-品牌代購					
會議編號	16	召集人兼主席	林鴻嘉	紀錄者	楊軒承	
討論主題	簡報內容修改/演練			會議時間	2018年5月14日	
				會議地點	505教室	
上次會議	決議事項		執行狀況			
	熟悉簡報報告方式與內容 結算營收		已完成			
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員	
	100%		簡報內容修改/演練		全體組員	
本次會議內容	專題文件完成。熟悉簡報報告流程。					
決議事項（與主席裁示）						
熟悉簡報流程						
請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	
下次會議	召集人	林鴻嘉	紀錄者	楊軒承	時間	2018年5月21日
					地點	505教室
預定討論主題	簡報演練					
指導老師意見						

【會議記錄】

專題名稱	致由 store-品牌代購					
會議編號	17	召集人兼主席	林鴻嘉	紀錄者	楊軒承	
討論主題	簡報內容修改/演練			會議時間	2018年5月21日	
				會議地點	505教室	
上次會議	決議事項		執行狀況			
	熟悉簡報流程		進行中			
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員	
	100%		簡報演練		全體組員	
本次會議內容	完成演練簡報報告流程					
決議事項 (與主席裁示)						
熟悉簡報控制報告時間						
請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	
下次會議	召集人	林鴻嘉	紀錄者	楊軒承	時間	2018年5月28日
					地點	505教室
預定討論主題	簡報演練					

【會議記錄】

專題名稱	致由 store-品牌代購					
會議編號	18	召集人兼主席	林鴻嘉	紀錄者	楊軒承	
討論主題	專題文件完成、簡報演練			會議時間	2018年5月28日	
				會議地點	505教室	
上次會議	決議事項		執行狀況			
	熟悉簡報流程		進行中			
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員	
	100%		簡報演練		全體組員	
本次會議內容	演練簡報報告流程					
決議事項 (與主席裁示)						
熟悉簡報控制報告時間						
請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	
下次會議	召集人	林鴻嘉	紀錄者	楊軒承	時間	2018年6月4日
					地點	505教室
預定討論主題	簡報演練					

【會議記錄】

專題名稱	致由 store-品牌代購					
會議編號	19	召集人兼主席	林鴻嘉	紀錄者	楊軒承	
討論主題	專題文件完成、簡報演練			會議時間	2018年6月4日	
				會議地點	505教室	
上次會議	決議事項		執行狀況			
	熟悉簡報流程		進行中			
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員	
	100%		簡報演練		全體組員	
本次會議內容	演練簡報報告流程					
決議事項 (與主席裁示)						
熟悉簡報控制報告時間						
請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	
下次會議	召集人	林鴻嘉	紀錄者	楊軒承	時間	2018年6月4日
					地點	505教室
預定討論主題	簡報演練					

附錄二、問卷

親愛的受訪者 您好：

我們是致理科大資管系三年級的學生，這是一份關於『網路購物』的問卷，受訪者所提供的資料僅供實務專題數據分析使用，非商業用途受訪者提供的資料將完全保密請放心填寫，視個人情況填寫 感謝您撥空填寫。

本問卷僅需花費您五分鐘來完成填答，所有問題並無標準答案或對錯考量，回答時請依您的感受直覺作答，謝謝！

敬祝

身體健康，心想事成！

致理科技大學資訊管理
系 指導教授：曲莉莉 老師

專題生：致由一Store 全體成員

第一部分 關於網路購物

1	請問是否有使用過網路購物	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否
2	請問您曾聽過的購物平台？ (複選)	<input type="checkbox"/> 奇摩拍賣 <input type="checkbox"/> 露天拍賣 <input type="checkbox"/> 蝦皮拍賣 <input type="checkbox"/> 旋轉拍賣 <input type="checkbox"/> Amazon <input type="checkbox"/> 淘寶網 <input type="checkbox"/> PChome <input type="checkbox"/> ebay <input type="checkbox"/> 阿里巴巴
3	請問您曾使用過的購物平台？ (複選)	<input type="checkbox"/> 奇摩拍賣 <input type="checkbox"/> 露天拍賣 <input type="checkbox"/> 蝦皮拍賣 <input type="checkbox"/> 旋轉拍賣 <input type="checkbox"/> Amazon <input type="checkbox"/> 淘寶網 <input type="checkbox"/> PChome <input type="checkbox"/> ebay <input type="checkbox"/> 阿里巴巴 <input type="checkbox"/> 其他 _____
4	請問您透過哪些管道得知這些購物平台？ (複選)	<input type="checkbox"/> 電視廣告 <input type="checkbox"/> 社群網站 <input type="checkbox"/> 報章雜誌 <input type="checkbox"/> 行銷活動 <input type="checkbox"/> 廣告信件 <input type="checkbox"/> 電視廣告 <input type="checkbox"/> 家人朋友 <input type="checkbox"/> 其他 _____
5	請問您選擇網路購物的主要原因？ (至多3項)	<input type="checkbox"/> 商品多元 <input type="checkbox"/> 付費方法多樣 <input type="checkbox"/> 方便比價 <input type="checkbox"/> 取貨方便 <input type="checkbox"/> 節省購物時間 <input type="checkbox"/> 其他 _____

6	請問是會依據哪些因素選擇購物平台？ (複選)	<input type="checkbox"/> 操作介面 <input type="checkbox"/> 網頁排版 <input type="checkbox"/> 商品種類 <input type="checkbox"/> 價格 <input type="checkbox"/> 安全機制 <input type="checkbox"/> 售後服務 <input type="checkbox"/> 其他_____
7	請問您最常使用的付款方式？	<input type="checkbox"/> 超商/郵局 取貨付款 <input type="checkbox"/> 宅配 <input type="checkbox"/> 信用卡付款 <input type="checkbox"/> 線上 ATM 轉帳 <input type="checkbox"/> 安全機制 <input type="checkbox"/> 專櫃匯款 <input type="checkbox"/> 面交

1	請問影響您購物意願的主要因素？	<input type="checkbox"/> 價格 <input type="checkbox"/> 活動 <input type="checkbox"/> 取貨便利性 <input type="checkbox"/> 賣場評價 <input type="checkbox"/> 操作難易度 <input type="checkbox"/> 售後服務
2	請問您最常使用平台購買哪些類別的商品(至多三種)？	<input type="checkbox"/> 服飾 <input type="checkbox"/> 鞋子、配件 <input type="checkbox"/> 家電 <input type="checkbox"/> 食物 <input type="checkbox"/> 汽機車零件 <input type="checkbox"/> 美妝用品 <input type="checkbox"/> 家具 <input type="checkbox"/> 手錶、手飾 <input type="checkbox"/> 書籍、票券 <input type="checkbox"/> 3C 產品 <input type="checkbox"/> 其他_____
3	請問您最近一次使用網購的時間？	<input type="checkbox"/> 一周內 <input type="checkbox"/> 2-4 周 <input type="checkbox"/> 1-3 個月 <input type="checkbox"/> 3 個月以上
4	假設您每月使用購物平台搜尋商品或購物的頻率？(複選)	<input type="checkbox"/> 1-3 次 <input type="checkbox"/> 4-6 次 <input type="checkbox"/> 6 次以上 <input type="checkbox"/> 其他_____
5	請問您平均一筆消費金額？ (複選)	<input type="checkbox"/> 1000 元以內 <input type="checkbox"/> 1000-2000 元 <input type="checkbox"/> 2000-3000 元 <input type="checkbox"/> 3000-4000 元 <input type="checkbox"/> 3000-4000 元 <input type="checkbox"/> 5000 元以上
6	請問您曾購買過下列哪些品牌的產品？(複選)	<input type="checkbox"/> Nike <input type="checkbox"/> Adidas <input type="checkbox"/> Vans <input type="checkbox"/> Puma <input type="checkbox"/> Converse <input type="checkbox"/> 其他_____

7	承上題，最常購買這些品牌的哪兩種商品？	<input type="checkbox"/> 衣服 <input type="checkbox"/> 褲子 <input type="checkbox"/> 鞋子 <input type="checkbox"/> 襪子 <input type="checkbox"/> 背包 <input type="checkbox"/> 運動用品 <input type="checkbox"/> 其他 _____
8	請問您有想要嘗試網購的意願嗎？	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否
8	承上題，想或不想的原因為何？	<input type="checkbox"/> 搜尋功能快速 <input type="checkbox"/> 商品資訊透明 <input type="checkbox"/> 物流機制方便 <input type="checkbox"/> 價格便宜 <input type="checkbox"/> 操作介面複雜 <input type="checkbox"/> 個資安全疑慮 <input type="checkbox"/> 商品來源 <input type="checkbox"/> 沒興趣 <input type="checkbox"/> 其他 _____

第三部分 基本資料

1	您的性別為？	<input type="checkbox"/> 男 <input type="checkbox"/> 女
2	您的年齡？	<input type="checkbox"/> 16 歲以下 <input type="checkbox"/> 16~20 歲 <input type="checkbox"/> 21~35 歲 <input type="checkbox"/> 35~50 歲 <input type="checkbox"/> 50 歲以上
3	目前職業？	<input type="checkbox"/> 農林漁牧礦業 <input type="checkbox"/> 軍公教 <input type="checkbox"/> 工業 <input type="checkbox"/> 商業 <input type="checkbox"/> 大眾傳播業 <input type="checkbox"/> 資訊科技業 <input type="checkbox"/> 金融業 <input type="checkbox"/> 醫療業 <input type="checkbox"/> 自由業 <input type="checkbox"/> 其他 _____
4	請問您最高的教育程度（包含目前在學）	<input type="checkbox"/> 小學以下 <input type="checkbox"/> 小學 <input type="checkbox"/> 中學 <input type="checkbox"/> 高中職/專校 <input type="checkbox"/> 大學 <input type="checkbox"/> 碩博士

本問卷到此全部結束，非常感謝您的大力協助，煩請您再次檢查問卷內容，以確定沒有任何遺漏。如需本研究的成果摘要，煩請提供您的聯絡方式，我們非常樂意於研究結束後，將成果 e-mail 給您。

姓名：___（可不填）；

電子信箱：___