

批發零售式行動商務案例探討：以蝦皮拍賣為平台

Case Study of Wholesale and Retail Business: Shopee Auction Platform

吳睿哲
臺北城市科技大學
電子商務研究所
m0404108@im.tpcu.tw

林慶昌
臺北城市科技大學
資訊管理系
cclin@im.tpcu.edu.tw

洪慧芬
臺北城市科技大學
資訊管理系
hfhung@tpcu.edu.tw

楊宗誌*
臺北城市科技大學
電子商務研究所
charles@twbts.com

摘要

隨著行動通訊技術的成熟，持有智慧型手機的人口急遽攀升，擁有智慧型手機者，其手機亦擁有行動上網之通訊能力；電子商務依伴網際網路而生，當具有網路通訊能力的智慧型手機日益普及時，相對地造就了行動商務的無限潛能。相對於利用個人電腦、行動電腦的固定式、受局限的網路購物方式，透過智慧型手機進行無時間、空間的自由移動購物，讓消費者的閒置時間完全轉換為購物消費時間，這種以智慧手機進行自由購物的習慣已然完全融入消費者的生活型態。

當今網路通訊、行動上網普及化，利用智慧型手機進行購物消費取代了傳統的商店採購與固定式的電腦網路購物，購物平台軟體App的數量如雨後春筍快速衝高。本研究將探討如何以現有的行動商務平台(網路拍賣平台)進行商品拍賣銷售，進而達到創業之可能性。

關鍵詞：行動商務、智慧型手機、App、網路創業

Abstract

Due to the mobile communication technology growing more mature, the number of people owning smart phones increase rapidly. Since smart phones come with internet services, E-commerce turns out to be very popular. While it becomes more common for people to have smart phone, it develops the potential opportunity of E-commerce.

Customers are not limited to personal computer and laptop anymore. Smart phone can be used anytime and anywhere, therefore, people have the option to shop online during the idle time. The habit of shopping online assimilates into customer's daily life gradually.

Internet had become more and more common in normal civilians' life. Therefore, using a mobile device for shopping replaces the traditional shopping methods. This research is going to discuss: How to use the current mobile business (online shopping) platform for merchandise auction and increase the possibility of pioneer.

Keywords: E-commerce, smart phone, App, pioneer

1. 前言

「網路拍賣」，顧名思義就是利用當今已臻成熟的網路通訊所進行的一種物品拍賣交易方式。「網路拍賣」的優點在其不受時間地點的限制，只要電腦可以連接網路就能實現交易行為[8]，這種透過電腦連接網路所進行的交易，雖不受時間地點的限制，但卻受限於連接上網進行交易的裝置，例如，在等候公車的空間時間，消費者是否可能透過行動電腦連結網際網路進行消費購物？即使行動電腦可以無線上網，但是在公車站牌下、短暫的空間時間，試問消費者是否願意抱著體積猶嫌龐大的行動

電腦進行商品選購？

智慧型手機是指具有獨立的行動作業系統，可透過安裝應用軟體、遊戲等程式來擴充功能的手機，其運算能力及功能均優於傳統功能型手機[9]。智慧型手機透過安裝 App 的新應用功能可以讓生活更便利、更快速地滿足資訊需求，不但無時間、地域的限制，特別是智慧型電話體積小，便於隨身攜帶與使用，讓消費者藉由智慧型手機進行購物的消費市場日益蓬勃。

行動商務(Mobile commerce)基本的定義，簡單來說即是：使用者以行動化的終端設備透過行動通訊網路來進行商業交易活動，只要是人們由透過行動化網路來使用的服務與應用，都可以被定義在行動商務的範疇內[7]。因此，若是消費者使用智慧型手機透過網路拍賣平台所提供的 App 進行購物消費，此種商業交易活動即可稱為行動商務。

2. 研究背景

2.1 網路創業

自己開店創業當老闆是一個絕大部分人心中的理想，但創業的風險遠高於在企業、雇主的羽翼下工作來的安穩，這也是大多數人不敢輕易離開舒適圈而踏出創業步伐的主要原因之一。不過，拜網路科技發達之賜，有心創業者再也不用擔心創業失敗的後遺症，隨時可在為企業、雇主工作的同時，於正當工作時間之外、利用自己可調控的時間為自己的未來創業。

一般開店創業可概分為實體商店和網路商店。在早期，網路商店的經營都是由實體商店跨入網路經營，例如以販賣電子零件起家的良興電子，良興電子 1973 年發跡於台北光華商場，從實體門市出發，在 2005 年因應電子商務趨勢轉型、成立 EcLife 良興購物網，2013 年再擴大發展行動商務，是第一家打造 APP 的

3C 通路業者[6]，圖 1 為 EcLife 良興購物網網站首頁畫面。



圖 1. 良興購物網網站首頁

相對於網路新興初期，現在的電子商務市場卻是相反的，很多網路經營者在網路商店成功獲利後，為了品牌形象、服務、循環銷售等目的，方才著手再開設實體店面，亞馬遜公司(Amazon)就是最佳案例，亞馬遜公司是一家總部位於美國西雅圖的跨國電子商務企業，以網路販售書籍起家，如今卻反其道而行開設實體書店。亞馬遜公司目前是全球最大的網際網路線上零售商之一，也是美國《財富》雜誌 2015 年評選的全球最大 500 家公司的排行榜中的第 88 名[10]。圖 2 為亞馬遜網站為實體書店所做的宣傳內容。



圖 2. 亞馬遜網站之實體書店介紹頁面

公司企業在網路開店進行的是商家對消費者的貿易銷售行為稱之 Business to Consumer (B2C)；相對於普羅大眾在網路開店是個人對

個人的交易行為稱之 Consumer to Consumer (C2C)，例如網路拍賣就是一種個人對個人的 C2C 交易行為。最早提供網路拍賣市集的平台是 eBay，於 1995 年 9 月 3 日在美國加利福尼亞州聖荷西創立；台灣的拍賣市集平台則由 Yahoo!奇摩於 2002 年 10 月正式推出拍賣網站，如圖 3 所示，隨著 Yahoo!奇摩拍賣平台的誕生，讓更多台灣想嘗試在網路創業者開始有機會透過網路競標和拍賣一圓創業理想。



圖 3. Yahoo!奇摩拍賣網站首頁

2.2 行動商務的近況

行動商務 (Mobile Commerce, m-Commerce) 是電子商務發展最新的趨勢，2015 年，智慧型手機已全面普及，致使應用行動商務的使用者人數呈現猛爆性成長，依據《YAHOO!奇摩 2015 電子商務紫皮書》中調查發現，使用行動裝置網購的台灣民眾 2015 年增加至八成，如圖 4 所示，行動購物變成常態。每年都在創消費新紀錄的雙十一購物節，在 2015 年的雙十一當天，以智慧型手機下單購物的消費者也已經達到七成多[1]。



圖 4. 台灣民眾行動裝置網購比率，圖片來源：YAHOO!奇摩 2015 電子商務紫皮書

Yahoo 奇摩 2015 年電子商務紫皮書數據顯示，行動購物消費方式已滲透至各年齡層，不僅帶來行為轉變，也促使線上交易頻率增加。其中，五十歲以上的黃金世代消費潛力更是驚人，調查中發現 21% 的黃金世代會使用行動購物，遠高於 2014 年的 8%，黃金世代的消費行為顛覆了「網路購物只屬於年輕族群消費方式」的觀念，也發掘了黃金世代的新商機[2]。

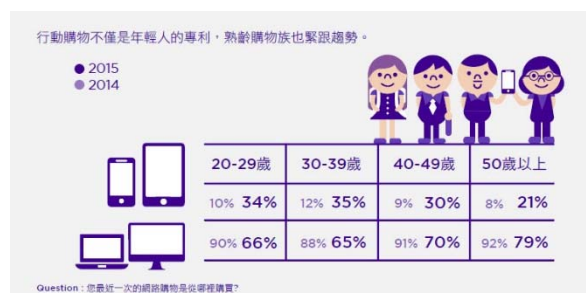


圖 5. 消費平台改變，行動購物大幅成長，圖片來源：YAHOO!奇摩 2015 電子商務紫皮書

2.3 行動商務拍賣平台

在台灣電子商務市場中，除了 B2C 模式有一定規模外，C2C 拍賣的規模也不容小覷。隨著智慧型行動裝置的普及化，擴充行動裝置功能的應用程式 App 大量被發表與使用，已然成為台灣使用者不可或缺的應用工具。因此，電子商務市場已不再只局限於 PC 時代普遍流行的傳統電商網站，如今，由行動裝置上的 App 平台所產生的行動商務正逐漸瓜分電子商務這塊肥美市場。

雖然行動商務應用程式 App 是提升行動商

務效率與效益的重要利器，不過，App 安全漏洞與缺失造成的危害與損失是難以預估的，可能衝擊個人、組織與社會的安全，如何提升行動商務 App 的安全性，成為一項值得探討議題[11]，因此慎選提供行動商務 App 的拍賣平台是維護行動商務的第一要點。

目前，台灣主要的行動拍賣 App 為「Yahoo！奇摩拍賣」、「蝦皮拍賣(Shopee)」與「Carousell—旋轉拍賣」，市場新勢力崛起，牽動新的競爭局勢。「Yahoo！奇摩拍賣」是老字號的拍賣平台，主要訴求：「私訊議價，即時留言通知，快編修圖，刊登不用錢，輕鬆付款，購物超安心。全民一起當賣家，為你的二手商品找新家！」，手機安裝與開啟 App 畫面如圖 6 所示：



圖 6. Yahoo！奇摩拍賣 App

「蝦皮拍賣(Shopee)」是後起之秀，主要訴求：「全民賣家時代來臨！隨時隨地，隨拍即賣！讓拍賣就像 PO 文一樣簡單！」，手機安裝與開啟 App 畫面如圖 7 所示：

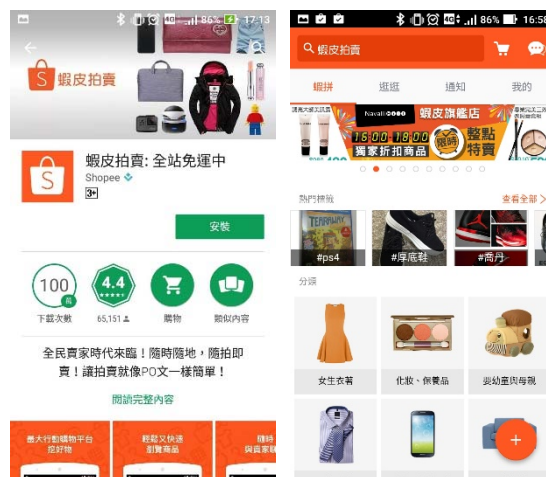


圖 7. 蝦皮拍賣 App

「Carousell—旋轉拍賣」強調免費、簡單、超輕鬆的方式直接在手機上買賣，主要訴求：「找新貨或二手品？拍照即賣，私訊即買。大家必備的免費二手拍賣 App! 手機就是移動的時尚櫥窗！」，手機安裝與開啟 App 畫面如圖 8 所示：



圖 8. 旋轉拍賣 App

蝦皮拍賣於 2015 年 6 月在台灣登陸，品牌名聲遠不如長期深耕台灣的 Yahoo 奇摩拍賣，其行動拍賣 App 推出的時間又比旋轉拍賣的行動拍賣 App 晚，但蝦皮拍賣卻以極短的時間擄獲台灣消費者的芳心，原因在於蝦皮拍賣透過以下五個特點，用破壞市場的優勢切入行動商務市場：30 秒上架的「隨拍即賣」、「物流免

費」、「上架/成交免費」、與富邦銀行合作第三方支付「蝦皮承諾」保障、即時通訊「聊聊功能」。

蝦皮拍賣成立迄今已逾一年，目前台灣市場已經有 600 萬會員（App 下載量突破 600 萬次），每個月訂單量 400 萬，占整體（東南亞七國）營業額的 4 成以上。台灣市場已經是蝦皮拍賣表現最佳的市場之一[3]，這正是本研究案例探討採用蝦皮拍賣平台的主要原因。

2.4 上架商品貨源與商品選擇

由於利用網路拍賣平台創業開店當老闆的門檻低，有心創業者紛紛在拍賣平台註冊帳號進行開店準備做生意。當選擇以網路拍賣作為創業後，當思考要販賣那些商品、從哪些管道獲得要販售的商品。

在網路上開店創業，尤其是利用低門檻的拍賣平台開店創業，創業者通常都不具備生產欲上架商品的能力。因此，批貨就是當然的上架貨品來源管道，一旦創業者使用批貨的方式作為上架商品的來源，則創業者就須預備一筆筆「創業基金」作為批貨資金，一旦上架商品銷售不良抑或滯銷，則可能導致創業者經營失敗。若有創業者配合之產品批貨商願意以寄賣方式讓創業者進行銷售，則創業者將可免去庫存商品的資金壓力，將可用資金轉做行銷宣傳費用，則可以提高成功創業之機率。

咖啡和茶是目前全世界消耗量最大的兩種飲品，因此本研究案例探討之販售商品亦以咖啡和茶作為銷售商品。台灣民眾愛喝咖啡，龐大的咖啡經濟正在發酵，依財政部海關統計，我國咖啡進口量逐年激增，如圖 9 所示，前三大咖啡進口國家為印尼、巴西、瓜地馬拉。光 2016 年 10 月台灣單月進口咖啡數量為 2774 公噸（不論是否焙製或去咖啡鹼者；咖啡莢殼與莢皮；含任何咖啡成分之咖啡代替品），價值高達新台幣 493184 千元。

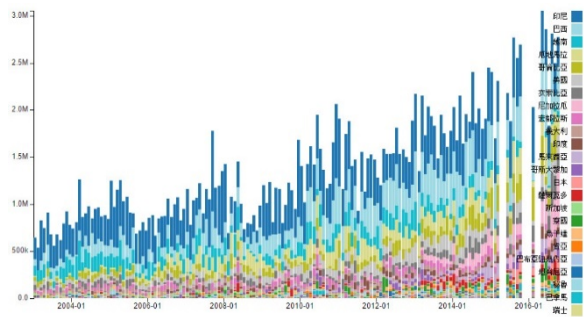


圖 9. 台灣咖啡進口量逐年激增

台中榮民總醫院家庭醫學部醫師朱為民等人，曾在「家庭醫學與基層醫療期刊」發表研究指出，咖啡含豐富抗氧化物，如咖啡酸、綠原酸等多酚類，可避免腫瘤抑制基因及 DNA 修復酵素變少[4]；也有研究指出，喝咖啡可減低體內發炎及胰島素抗性，降低死亡率。因此，咖啡並不是有害健康的飲品。

近年來，台灣茶葉的產量減少許多，據經濟部工業產品群調查結果顯示，台灣茶葉 2015 年生產量僅剩 1991 年的 35%，究其原因不外是近幾年國外進口的低等茶葉大量充斥，打擊台灣原產的農業銷售市場，致使茶農生產意願降低而減產。雖茶葉生產量雖然減少，但產值卻成長為 1991 年的 140%，內銷比例也越來越高，此乃因台灣茶農為提升茶葉競爭力，陸續進行茶園有機栽培的改良耕種，根據農委會的定義：「有機農業是遵守自然資源循環永續利用原則，不允許使用合成化學物質，強調水土資源保育與生態平衡之管理系統，並達到生產自然安全農產品目標之農業。」[5]。

有機茶認證條件如下[5]：

1. 生產過程經由茶改場技術指導及調查，確認係依照農林廳訂定之農作物有機栽培實施準則及田間管理方法栽培，並有完整之管理記錄者。
2. 採收茶葉成品由茶改場各地區負責人依規定至試作農戶抽樣，送交農藥所或相關

單位檢驗，確認無農藥殘留，並附有檢驗報告資料者。

3. 產品符合有機農產品之規格者。

茶園有機栽培之經營者應作各項栽培管理作業之記錄，並參加有關機關或團體之認證作業，獲得有關「有機茶葉」產品之標誌（如圖 10 所示），以利產品之銷售。因此，透過有機耕作，避免使用農藥與化學肥料來生產茶葉，此舉提升了有別於低劣進口茶葉的安全性，進而維護耕作者及消費者的健康，因此消費者願以較高的價格購買台灣原產的有機茶葉。



圖 10. 獲得有機標章之茶葉製品

3. 研究方法

本研究以實作驗證方式建立批發零售式行動商務商場：「桂啡茗人」。於「蝦皮拍賣（Shopee）」行動商務網路拍賣平台註冊帳號成為賣家，選定目前台灣消耗量最大的兩種飲品：咖啡和茶，販售「耳掛式咖啡」與「有機包種茶包」為主商品並搭配「手工牛軋餅」作為附屬銷售商品。

3.1 商場商品與商場名稱

由於本研究對象「桂啡茗人」商場為實驗性商場，故選定須預備經營資金進行批貨的「耳掛式咖啡」、「手工牛軋餅」作為上架的商品品項，此二品項須於批貨廠商交貨時即以現金付清貨款。另為顧及商場商品多樣性，另加入同為批貨式商品，但不需先行付款之寄賣商品

「有機包種茶包」。

「耳掛式咖啡」商品向批貨商訂貨後，正常製作日需 7 天才能交貨，且保存期限只有六個月，到貨後還需後製包裝，為了給消費者最新鮮的咖啡與經營成本考量，只能預備少量庫存。「手工牛軋餅」食品保鮮期只有七天，商品到貨即須付清貨款，因此不予備貨庫存。

「有機包種茶包」商品的來源管道為研究團隊之親友，經協商後願意提供一定數量之茶製品以寄賣方式上架，當商品順利售出後才進行貨款結清。

商場之主力銷售商品為「耳掛式咖啡」、「有機包種茶包」，結合名稱寓意將商場名稱定為「桂啡茗人」，英文名稱定為「tastelife」。

3.2 商場註冊與商品上架

本研究對象「桂啡茗人」商場選定「蝦皮拍賣（Shopee）」行動商務網路拍賣作為創業平台，其商場設立商品上架順序簡列如下，以桌面版網頁為例：

1. 開設帳號，畫面如圖 11 所示，填寫相關基本訊息開立帳戶，帳戶開立後即具有消費者（買家）與商家（賣家）雙重身分。

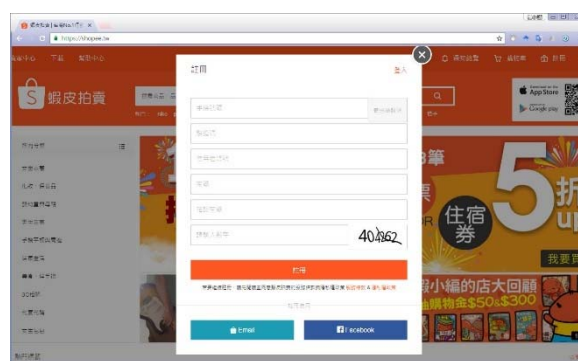


圖 11. 註冊拍賣平台帳號

2. 登入賣家（商場）後台管理，蝦皮拍賣提供的賣家後端管理工具包括：我的商品、我的賣場分類、我的銷售、我的行銷活動、我的進帳、我的錢包、賣場設定等七項，賣家後台管理功能相當齊全，如圖 12 所示。



圖 12. 賣家（商場）後台管理

3. 進入賣家(商場)後台管理的「我的商品」功能單元後，即可查看、修改、刪除現有上架商品。新增商品畫面如圖 13 所示，需先新增商品圖片才能繼續後續的商品名稱、商品描述、類別、口味…等細部資訊設定。



圖 13. 新增商場的上架商品

4. 依序完成商場所有上架商品設定後，在後台管理的「我的商品」功能單元畫面中即出現商場全部的上架商品項目，如圖 14 所示，點選商品圖即可進行該商品之細部資訊修訂。

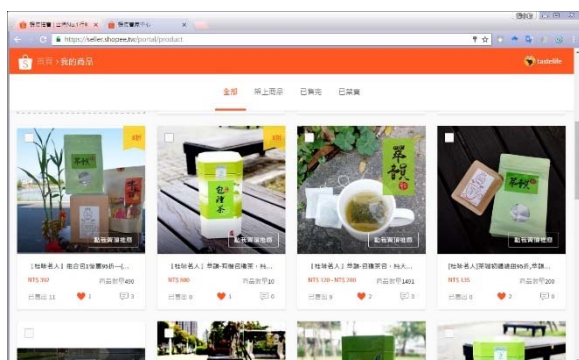


圖 14. 表列商場上架商品

3.3 商場開幕

本研究對象「桂啡茗人」商場於「蝦皮拍賣（Shopee）」行動商務網路拍賣註冊成立商場並完成商場商品上架，但在拍賣平台前端卻無法以消費者身分搜尋到商場或是商場上架商品的相關資訊，其原因在於未完成註冊帳號的電話（行動電話號碼）認證。當完成相關帳號認證後，在拍賣平台前端就可以消費者身分搜尋到商場或是商場上架商品的相關資訊，如圖 15 所示。



圖 15. 「桂啡茗人」商場桌面版網頁畫面

由於「蝦皮拍賣（Shopee）」網路拍賣平台是以行動商務為主力經營方向，因此其桌面版網站網頁未臻完善，主要功能仍是以商場管理者後台應用為主；若以商場行動商務經營、以消費者角度審視，透過智慧型手機安裝 App 來瀏覽商場資訊與上架商品應較為客觀，如圖 16 所示，

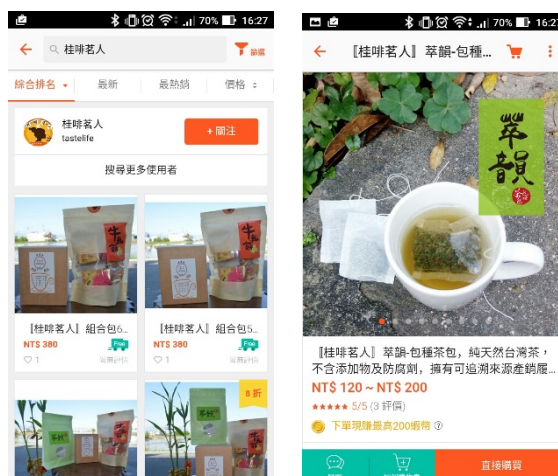


圖 16. 商場與商品的智慧型手機 App 畫面

4. 研究結果

本研究經實作驗證方式於「蝦皮拍賣 (Shopee)」行動商務網路拍賣平台註冊帳號創立批發零售式行動商務商場：「桂啡茗人」，其時間期程分析如圖 17 所示。

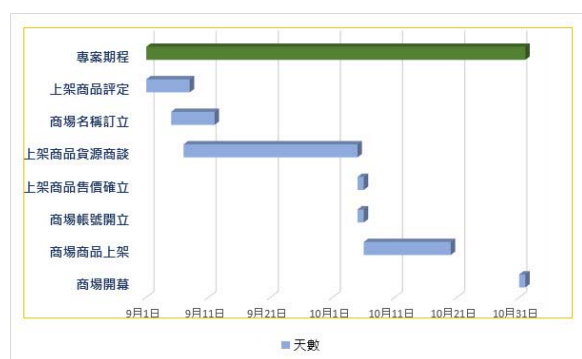


圖 17. 本研究之行動商務商場創立時程

商場帳號創立至完整商場商品上架，包含商品圖片拍攝、商品描述撰寫，本研究花費之時程不超過三個星期。商場於行動商務網路拍賣平台註冊帳號所需時間在圖 17 中雖為 1 日，但實際上的操作時間不超過 5 分鐘。

本研究整個行動商務商場創立時程中，當屬上架商品貨源商談所花費的時間最長，其次則是商品上架的時程次之。

本研究所採用之「蝦皮拍賣 (Shopee)」網路拍賣平台為例，在過程上只要商家透過後台以智慧型手機拍照上傳、簡易商品描述、設定售價，30 秒就可以快速完成商品上架，上架完成的商品可立即分享至個人的社群網路平台，藉此增加上架商品的曝光機會。

5. 結論與討論

本研究結果顯示：在行動商務網路拍賣平台註冊帳號創立批發零售式行動商務商場非常簡易，且由於各家行動商務網路拍賣平台競爭激烈，進而提供商家（賣家）更多且便於使用的後台管理工具，要成功開立商店並完成商品上架並不困難。

要在網路開店創業當老闆，軟體平台有眾

多選擇，實際操作也簡便容易，網路開店最大的難題在於發掘具有商機的商品。本研究從上架商品評定、商品貨源商談到商品售價確立的時程超過整個行動商務商場創立時程一半以上，由此可知商品才是網路開店創業最大的考驗。

本研究僅探討在行動商務網路拍賣平台開店創業之實施可能性，但商店設立後最大的考驗才開始，如何進行商店、商品的宣傳行銷，獲利資金該如何運用、如何增加新客源、如何做好回頭客的生意，雖未在本研究中探討，但這些議題都是在行動商務網路拍賣平台開店後所必須面對的問題，值得後續追蹤探討與研究。

參考文獻

- [1] SmartM 電子商務。電商新戰場，行動商務的 3 大重要趨勢。民 105 年 11 月 30 日，取自：
<https://www.smartm.com.tw/article/32303235cea3>
- [2] Yahoo 奇摩網路行銷 (2016)。Yahoo 奇摩 2015 年電子商務紫皮書。民 105 年 11 月 30 日，取自：<http://yahoo-emarketing.tumblr.com/post/131676678506/purplebook>
- [3] 中時電子報 (2016)。蝦皮拍賣 領台灣電商進軍東南亞。民 105 年 12 月 1 日，取自：
<http://www.chinatimes.com/newspapers/20161201000126-260204>
- [4] 朱為民、方姿喬、劉夷生、林綺詩 (民 104)。由實證醫學探討咖啡對死亡率之影響。家庭醫學與基層醫療期刊，第三十卷第六期，173-182。
- [5] 有機農業全球資訊網 (2016)。有機農業

簡介。民 105 年 12 月 2 日，取自：

<http://info.organic.org.tw/supergood/front/bin/ptlist.phtml?Category=100981>

- [6] 黃翊琪 (2016)。賴志達 (良興電子總經理)：3 階段虛實整合，實體通路電商轉型。民 105 年 11 月 30 日，取自：

<https://www.smartm.com.tw/article/32373530cea3>

- [7] 維基百科 (2016)。行動商務。民 105 年 11 月 29 日，取自：

<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E6%99%BA%E8%83%BD%E6%89%8B%E6%9C%BA>

- [8] 維基百科 (2016)。網路拍賣。民 105 年 11 月 29 日，取自：

<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E7%BD%91%E4%B8%8A%E6%8B%8D%E5%8D%96>

- [9] 維基百科 (2016)。智慧型手機。民 105 年 11 月 29 日，取自：

<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E6%99%BA%E8%83%BD%E6%89%8B%E6%9C%BA>

- [10] 維基百科 (2016)。亞馬遜公司。民 105 年 11 月 30 日，取自：

<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E4%BA%9E%E9%A6%AC%E9%81%9C%E5%85%AC%E5%8F%B8>

- [11] 賴森堂、崔詠捷。(2016)。結合持續整合之敏捷開發模式提升行動商務 App 安全性。**電腦稽核**，33，87-101。維基百科 (2016)。網路拍賣。民 105 年 11 月 29 日，取自：

<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E7%BD%91%E4%B8%8A%E6%8B%8D%E5%8D%96>