

# 112 北門農工電子商務科特色招生

## 試題說明

- 1.參考圖檔位於 [112 特色招生] 資料夾
- 2.考試結果,請存在[112 特色招生]資料夾中,檔案名稱為 [准考證號碼.pptx ]

### 壹、試題配分:

1. 簡報內容:50%
2. 圖文編排:30%
3. 創意性:20%

### 貳、試題說明:

電子商務是現今發展的主流，請你詳細閱讀參考資料及所有附件檔案，以「全民電商時代來臨」為主題，摘要重點，以精簡的文字、表格、圖片方式呈現，利用電腦軟體 PowerPoint 製作一份 10 頁簡報。

1. 簡報不得出現姓名，請在第一張投影片呈現出准考證號碼。
2. 可使用參考資料之文字、圖片。
3. 至少使用參考資料圖片 5 張。
4. 可自行設計投影片動畫等效果。
5. 請注意校對相關中文、英文、數據，若有錯誤，將依情形酌予扣 1-20 分。
6. 簡報總頁數以 10 頁基準，得以增減 2 頁，因此控制 8 至 12 頁，簡報總頁數如未控制在 8-12 頁，每多出或少於 1 頁，酌以扣 2 分。
7. 請以准考證號碼為檔名，存檔在 112 特色招生資料夾中

### 參、參考資料

#### 一、電子商務的起源:

電子商務，簡稱電商(EC)，源於英文 Electronic Commerce，也就是在網路上進行商業交易活動。隨著 1990 年代電商巨頭 eBay、Amazon、樂天、阿里巴巴相繼成立，電子商務也逐漸被視為零售業的發展趨勢。

## 二、電子商務的優勢:

### (一)不受時間 / 地域限制

運用電商銷售，就像請了一位 24 小時不休息的接單人員，不受門市開店 / 打烊時間限制，只要有客戶上門，就能賣出商品。此外，網路無國界，只要商家的物流能夠支援，無論消費者在世界上任何地方，都能透過網路下單。

### (二)省去店面成本

電商銷售不像實體銷售必須選定店面，並投入裝潢、水電及租金等成本，可幫助創業者在前期省下大量資金，將心力放在找到精確客群和顧客溝通上。

### (三)數據導向，即時調整

可以透過更精確的銷售分析，了解實體店面難以量化的數據，如訂單數、客單價、熱門商品組合等。

三、根據銷售方與銷售對象的不同，可區分為以下四種不同的模式：

### (一)B2B (Business to Business)

銷售方與銷售對象都是企業，例如：批發商對零售商、原廠對代理商、原料商對品牌商等。知名 B2B 的電商通路包括 阿里巴巴、Amazon Business。

### (二)B2C (Business to Consumer)

企業銷售方直接賣給終端消費者，例如：消費者上 Apple 官網 訂購 iPhone、上 Uniqlo 網路商店 購買衣服。

### (三)B2B2C (Business to Business to Consumer)

通常這樣的銷售模式會有一個「平台商」作為中介，企業銷售方將產品進駐在平台，而終端消費者再透過平台來下單消費，例如：PChome、momo。

### (四)C2C (Consumer to Consumer)

消費者對消費者，屬於個人對個人的銷售形式，例如早期的露天拍賣、或是 FB Marketplace 等。

然而根據工商時報在 2022 年 5 月 13 日報導，全民電商時代來了，九成消費者愛網購。內容指出資策會產業情報研究所 (MIC) 針對 2021 年台灣消費者的電商消費行為，台灣有逾 9 成 (92%) 的消費者，常在綜合型電商平台進行網購，已超越實體零售網購通路 (35%) 與第三方外送平台 (28%)。而針對綜合型電商的調查發現，消費者常用前五大 B2C 平台，由近年來才切入 B2C 電商的蝦皮 24h (61%) 拿下

第一名，打敗 momo ( 59% )、PChome 24h 購物 ( 43% )，第四與第五名分別為 Yahoo 購物中心 ( 23% ) 與東森購物 ( 12% )。

MIC 產業分析師表示，未來電商勝出關鍵包含品牌品項獨家性、良好逛店體驗，如介面設計與搜尋精準度、便利快速的結帳流程、物流配送穩定度、商品庫存充足度、有感的促銷手法等。

而數位科技與服務興起，對電商平台的使用體驗及業務，也產生影響，MIC 調查，電子支付、跨平台比價系統對於網購平台的影響最大，接下來，依序才是產品 3D 瀏覽、以圖搜圖、個人化推薦系統、即時客服等。

### 附錄 圖檔



