

美麗知識分享團購網

林俊男、趙研秀、曾于修、許雅卿
南華大學資訊管理系
尤國任助理教授
graham@mail.nhu.edu.tw
南華大學資訊管理系

摘要

現今人們的生活品質提升，越來越多人注重自己的外表打扮，希望自己的外表亮麗凸出，可以進而展現個人的自我魅力與個性，因為如此，化妝和保養則是現代人所最為重視的一環。然而化妝品的品牌及各類型的保養品琳瑯滿目，到底該如何從中去挑選合適自己的產品呢？隨著網際網路的發達，多數人也會透過網路來與大家分享討論或搜尋網友們的使用心得做為購買產品前的依據。基於這個原因，我們決定做一個以美妝知識分享為導向，輔以網路行銷，以低價為誘因來鼓勵會員們進行團購商品的平台。

關鍵詞：電子商務、知識分享、團購

壹、緒論

隨著女性消費意識的抬頭，各樣針對女性的產業蒸蒸日上，特別是對於美妝保養等；不只女性，男性也在此方面所能夠參考的資訊頗為缺乏。然而市場之大，眾家商品爭鳴，不時傳出許多無用且沒有功效的產品，讓消費者花了錢卻買到了不適合自己的商品。

由於網際網路的蓬勃發展，使民眾想要購買產品更為之方便，不出門便可購得天下物，但卻無法確切知道哪些東西才是真正適合自己的，況且使用者所接收到的資訊瞬息萬變，快速的使人無法辨別什麼是真、什麼是假。美容美體的產品價錢又不便宜，為了讓愛美的民眾們可以對美妝相關知識更加的瞭解，並可以購買到更物美價廉的產品，所以我們決心設計一個美容美體相關知識分享及提供團購的平台，

讓消費者不只購買到適合自己的商品，還可以節省荷包。

透過與特約廠商的合作，提供商品資訊和特定產品的促銷團購。會員可以團體購買獲取低價，另外，透過知識的分享機制，會員可以發表對於各產品的使用心得，讓會員們和廠商可以透過其他會員心得的分享，從中了解產品的缺點、使用者的需求。廠商也可由此收集關於使用者的需求、偏好、使用後感想等第一手資訊，以此為基準來研發新的產品，創造新的趨勢；不僅僅減少研發成本與廣告費用，更可清楚該廠商產品的未來走向，另一方面透過本網站的平面廣告也可增加產品的曝光率，以達到廠商與會員們共同獲利，製造雙贏的局面。

貳、相關文獻探討

網路的發達讓電子商務和知識分享都越來越蓬勃發展，知識分享最著名的例子就是維基百科。維基百科有“web2.0的兩大特點”——“知識和分享”，知識在豐富的文字、圖片、影音中發揮最大的傳播效果。而因為是使用者主動提供資訊，所以可以吸引龐大的網路使用者一起投入知識分享的行列，投入的人越多，網站資源也就越完整，產生雙贏的局面。而如果要讓企業的電子商務在眾多競爭者脫穎而出，加入這個特點是非常重要的，不但可以淡化商業氣息，對於產品也可以增加曝光率功能上也更有說服力。電子商務中海爾是一個很鮮明的例子，也是很早就投入電子商務的企業，而海爾的重點放在“提高 B to C 的個性化需求方面的創新。”不在是不停推建產品給顧客而是去了解顧客要什麼。而我們要做的是以“美”為特點的分享網站，如果結合知識分享和電子商家，使用者提供他們的關點，網站將這些訊息整理成資訊或是知識，對於廠商可以更貼近使用者需求、對於使用者可以得到更客觀更服合自己需要的，對於網站也可以基於以上的優點提高瀏覽人數，知識分享加上網路行銷是一個趨勢，也是企業成功的要鍵。個人化行銷

參、系統功能簡介



我們的網站系統共包含 6 個子系統，其說明如下：

1.0 使用者管理子系統：使用者包含了會員、廠商和管理者。提供新增、修改和刪除使用者。

2.0 討論版管理子系統：提供會員參與討論美容方面的問題或分享各種美麗資訊，其中討論主題還提供上傳影片及圖片的功能。

3.0 銷售管理子系統：提供一個線上團購的平台，透過團體的力量來獲取更優惠的商品價格。由廠商來發起團購並訂定折扣，採團購時間結束時的參與人數而非商品銷售量來換算最終折扣，會員在該商品團購時間結束前，都還可以選擇退出，當時間結束後才將其視為一筆訂單。

4.0 商品管理子系統：提供新增、修改、查詢和刪除商品的資訊、類別、品牌、系列和折扣。

5.0 心得管理子系統：提供會員針對商品分享使用後的心得。慾望清單讓會員將會讓自己有購買衝動之商品加入至自己的慾望清單中，除了讓會員擁有一個屬於自己喜好商品的清單之外，也藉此讓還未使用過該商品的會員透過慾望清單人數評估商品被喜好的程度，也可讓廠商了解商品的人氣，藉此來評估及擬定不同的改進方針及銷售策略。藉由會員分享的心得及商品被加入慾望清單的總數，讓會員對商品有更深一層的認識，每則心得上也都會列出該會員註冊時所選

擇的膚質為何，讓會員藉此了解該則心得是否也適用於自己。

6.0 新消息管理：提供管理者發表網站訊息。

肆、系統特色

在討論區會員可以透過互相的交流，學習及獲得更多的美容知識及資訊，輔以影音功能可使得文字難以表達的內容，透過上傳影片的方式來幫助大家理解。在商品方面除了提供完整的商品資訊外，透過會員分享對商品的使用心得及會員將會讓自己有購買慾望的商品加入慾望清單，就可以讓沒有使用過的人，了解商品效果好不好，是否受到大家的推崇，對商品有更進一步的認識；廠商也可透過使用心得來了解商品在市場上的反應狀況為何，透過本網站平台的廣告增加知名度。另外，團購商品由廠商發起及訂定折扣，由會員們參與的熱烈與否來決定最終的售價，讓想以低價購買商品的會員，即使身邊想一起購買該商品的朋友不多，也能夠透過線上團購的功能，來達成目的。

伍、研究方法（系統開發工具與技術）

作業系統：Microsoft Windows XP

程式語言：JSP, JAVA

開發工具：Macromedia Dreamweaver 8

Apache Tomcat 5.5

Macromedia Flash 8

Eclipse

資料庫：MySQL Server

陸、系統使用對象

(一)會員部份

1.0 使用者管理子系統：提供新增、修改個人資料，查詢密碼。

2.0 討論版管理子系統：提供發表、修改討論主題及回覆討論的文章和查詢文章。

3.0 銷售管理子系統：提供參與、退出團購及查詢訂單。

4.0 商品管理子系統：提供查詢商品資訊及將商品加入自己的慾望清單。

5.0 心得管理子系統：提供分享、修改和查詢商品的使用心得。

6.0 新消息管理：提供查詢最新消息。

(二)廠商部份

1.0 使用者管理子系統：提供新增、修改更改廠商資料，查詢密碼。

3.0 銷售管理子系統：提供修改訂單的處理狀態、查詢訂單和刪除訂單。對目前沒有被發起團購的商品發起團購及在沒有人下訂單的狀況下可刪除團購。

4.0 商品管理子系統：提供新增、修改、查詢和刪除商品的資訊、品牌及系列。

5.0 心得管理子系統：提供查詢商品的使用心得。

6.0 新消息管理：新增、修改最新商品訊息及瀏覽最新消息。

(三)管理者部份

1.0 使用者管理子系統：提供新增管理者，提升審核成功的廠商權限，還有修改和查詢使用者的部分資料。

2.0 討論版管理子系統：提供新增、修改(僅限自己發起的)和刪除討論主題、回和查詢文章。

4.0 商品管理子系統：提供查詢商品資訊。

5.0 心得管理子系統：查詢及刪除商品的使用心得。

6.0 新消息管理：新增、修改和刪除最新消息。

柒、研究結論及未來發展

網路的發達對很多事情的模式都轉變了，不管是生活的必需或者是知識的獲取，漸漸的在”網路”這個通路發展的越來越健全，雖然不完全取代，但是大家也越來越能接受一切都能在”網路”解決。速度快效率又高，因此企業想要掌握客戶當然最首先要注重的就是這一環。但是比起實際的接觸，介由虛幻摸不著邊的網路，如何能讓消費者體驗到真實、不管是產品的好壞或企業形象，能讓使用者自己提供分享心得是最貼切的，因為對消費者而言，對於產品的要求才是最貼切的。網路可以減短人與人之間的距離，更能讓企業對於消費者的期望更具體的了解。所以我們的結論是，如果網路是一個通路，他最大的功能應該就是讓所有人得到他們自己想要的。

這個系統可以幫助廠商與顧客互相交流。透過心得分享的方式，得知產品的使用群和消費者對產品的需求是什麼。再針對使用群，改善產品。客戶與客戶間的互動(討論版)，廠商可以快速掌握顧客需求和流行的未來趨勢，比如什麼產品很熱門，而熱門產

品的共通點是什麼，就此研發新的產品並持續了解客戶需求，而在顧客間的你來我往，可以炒熱商品，不但可以替廠商省下很多的廣告費用，也可以省下知識挖掘的時間，直接看到消費者要的是什麼。使用得到的資訊分析，廠商可以擬定適合的行銷策略在網站上發行團購的服務，廠商省下來的廣告費用，用以減低價格，給予顧客優惠，越多人參與就越優惠的方式，達到回饋客戶，提高客戶的忠誠度，使雙方產生良好的互動關係。

參考文獻

- 【1】吳仁和、林信惠編著，「系統分析與設計：理論實務與應用」，智勝，台北，2006
- 【2】康廷數位工作坊編著，「Dreamweaver 8 與 JSP 實戰演繹」，松崗，台北，2006
- 【3】溫惠美編著，「Dreamweaver 8 for JSP 與 MySQL 動態資料庫網頁」，金禾，台北，2006
- 【4】呂文達編著，「JSP 動態網頁技術 第三版」，博碩文化，台北，2006
- 【5】李勁編著，「MySQL 設計與管理之奧祕探索」，文魁，台北，2005
- 【6】林上傑、林康司編著，「JSP2.0 技術手冊」，碁峰，台北，2004
- 【7】鄧郁文編著，「JSP 商業網站架設」，學貫，台北，2003
- 【8】普悠瑪數位科技編著，「JSP 動態網頁新技術」，博碩文化，台北，2001
- 【9】陳會安編著，「JSP2.0 網業設計範例教本」，學貫，台北，2005
- 【10】金允基編著，「Flash 網頁設計與動畫製作」，PCuSER 電腦人文化，台北，2006