

逢甲大學學生報告 ePaper

報告題名：

Favoris 3D 立體電子賀卡網

Favoris 3D e-card

作者：蔡丹卉、蕭荃元、蔣佳俐、林凱倩、程銓芳

系級：企業管理學系三甲

學號：D9725857、D9781557、D9782030、D9711758、D9781588

開課老師：陳建文 教授

課程名稱：電子商務

開課系所：企業管理學系

開課學年：99 學年度第 2 學期

## 中文摘要

因為傳統賀卡郵寄數量大幅減少，再加上現代人經常更換住處，常常無法以地址聯繫感情。但是資訊社會的來臨，以及智慧型載具的出現，讓電子郵件、電子賀卡都能很容易的傳送到對方的眼前。因此我們希望建立一個電子賀卡網站，除了提供大量不同風格素材，也有影像處理功能，還能與智慧型手機結合，讓收發賀卡不受時間地點的限制。再加上超商付款的多元化，能讓我們在電子賀卡市場更具競爭力。

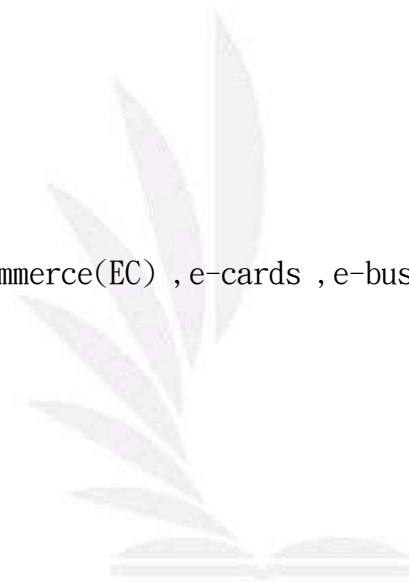
**關鍵字：**電子商務、電子賀卡、電子名片。



## Abstract

The dramatic decreasing utility rate of traditional letters and the increasing frequency of changing residence show that human beings today are hard to maintain the relationship via addresses. Nevertheless, with the coming of informational society and the appearance of downloading tools, e-mails and e-cards can be easily delivered. Hence, we hope we could build a website of e-cards, which can not only provide different homepage materials and the function of graphic processing. Besides, the website combines with smart-phones, eliminating the limitation of time and places to receive e-cards. Furthermore, the diversification of paying in convenience stores makes the e-cards more competitive on the market.

Keyword : Electronic commerce(EC) , e-cards , e-business cards.



## 目次

壹、前言	1
貳、創新簡介	1
一、 動機與目的	1
二、 創新性	1
參、環境分析	3
一、 市場分析	3
二、 SWOT 分析	6
三、 7C 分析	7
四、 STP 分析	8
五、 4P 分析	9
六、 五力分析	10
肆、促銷策略	11
一、 市場地位	11
二、 行銷策略	12
伍、模擬財務分析	13
一、 預測創站成本	13
二、 預測損益表	13
三、 預測現金流量表	14
四、 預測資產負債表	14
五、 預測股東權益報酬表	15
陸、人力資源規劃	15
柒、結論與建議	16
捌、參考資料	16

## 壹、前言

每當逢年過節，我們想要寄張卡片給好久不見的老朋友或是遠在他鄉的親人，但卻總是因為不知道地址或是錯過時間而無法順利將祝福及思念傳達給他們嗎？

2010年6月中華郵政統計，台灣現在一年郵件處理量約二十六億件，限時佔一成。而傳統賀卡多以平信形式投遞，一封郵資5元。我們可以推測在網路普及、上網人口密度高的環境下，電子賀卡有廣大的潛在市場，再加上智慧型手機問世，未來電子賀卡收發將不受地點、形式的約束，將有無限商機。

## 貳、創新簡介

### 一、動機與目的

現代社會資訊科技快速成長，大部分的傳統紙張表格、書信、檔案都已被電子化，再加上網路及時通訊、電子郵件的廣大流行，電子賀卡也順勢出現了。雖然這種電子賀卡早在以各種型式出現在各個網站上，但大部分都是附加的服務，卡片內容大同小異，無法讓消費者寄送專屬的祝福，也並非該網站的主要獲利來源。

因此我們想要以此為主題，建立一個創新網站-Favoris♥3D電子賀卡網，並以新站馬拉松介紹的HowdyCard立體電子賀卡為目標網站。

### 二、創新性

Favoris♥3D電子賀卡，有別於其他電子賀卡網站，我們增加數種不同畫風、特效及種類，讓使用者有更多呈現的選擇，並定期新增內容以維持使用者的使用次數，並期待能夠獲得顧客長期的肯定及依賴。以下介紹六項創新內容：

(一)、除了商業電子賀卡外，增加電子名片、電子喜帖服務。



圖 1:分類選項。(來源：媚喜名片王 <http://www.e-meisi.com.tw/show.asp>)



圖 2:名片範本，圖案及文字為 3D 立體動畫。圖片也可改成個人大頭照。

(來源：媚喜名片王 <http://www.e-meisi.com.tw/show.asp>)

(二)、增加「影像處理服務」，影像編輯、相片合成、製作大頭貼一站包辦。



圖 3：相片可與街景合成、相片效果有多種選擇。

(來源：Amazer 影像處理網 <http://www.amazer.com.tw/composite.aspx>)

(三)、不怕賀卡不夠創意，可自行上傳背景、圖片、影音檔。



圖 4:背景音樂、圖片可自行上傳。也可自行設定發送時間。

(來源：伊卡島電子賀卡 <http://e-card.com.tw/>)

(四)、智慧型載具隨時隨地收發賀卡。

(五)、提供網路插圖部落客的人氣素材，不用再浪費時間搜尋。



(圖 5：網路插圖部落客織織 <http://www.wretch.cc/blog/innermi>)

(六)、接受郵局匯款、銀行轉帳付款外，也可使用統一超商的 i bon 付款。

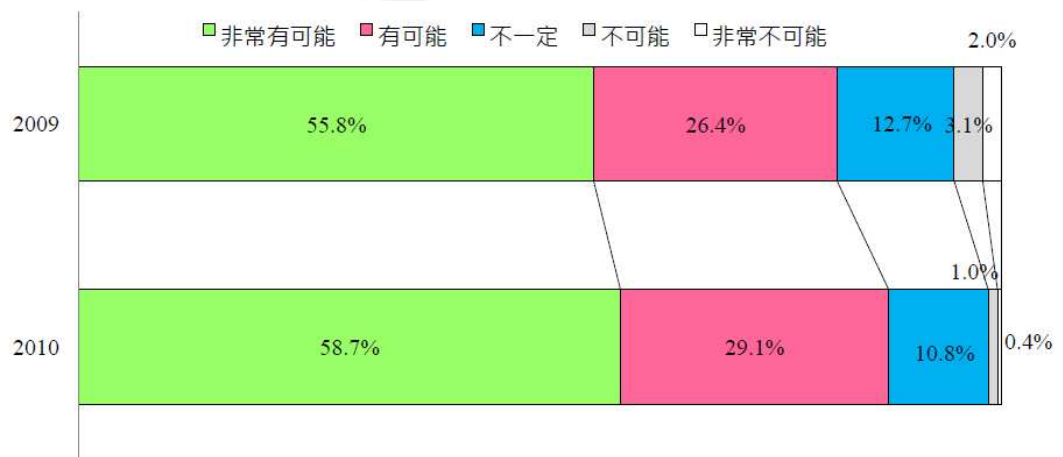


圖 6：(來源：奇摩拍賣輕鬆付 <http://tw.page.bid.yahoo.com/tw>)

## 參、環境分析

### 一、市場分析

(一) 網友回購可能性提高。 網友試用或加入會員後，再續用的可能性高。



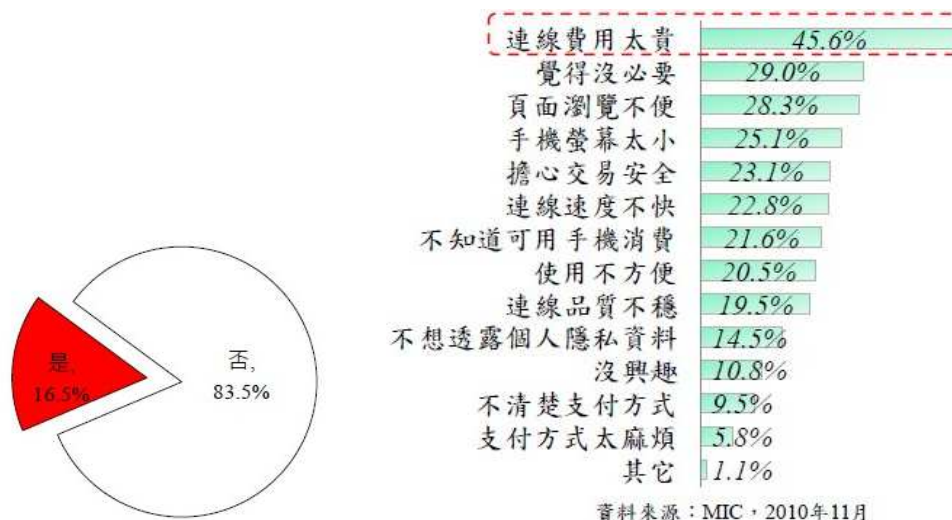
資料來源：MIC，2010年11月



圖 7：未來手機購物潛在客戶增加(2009-2010 網友未來手機購物意願)



(二) 16.5%網有認為改善連線問題為發展手機購物的首要任務。並且有45.6%網友認為連線費用太貴是未使用手機購物的主因。

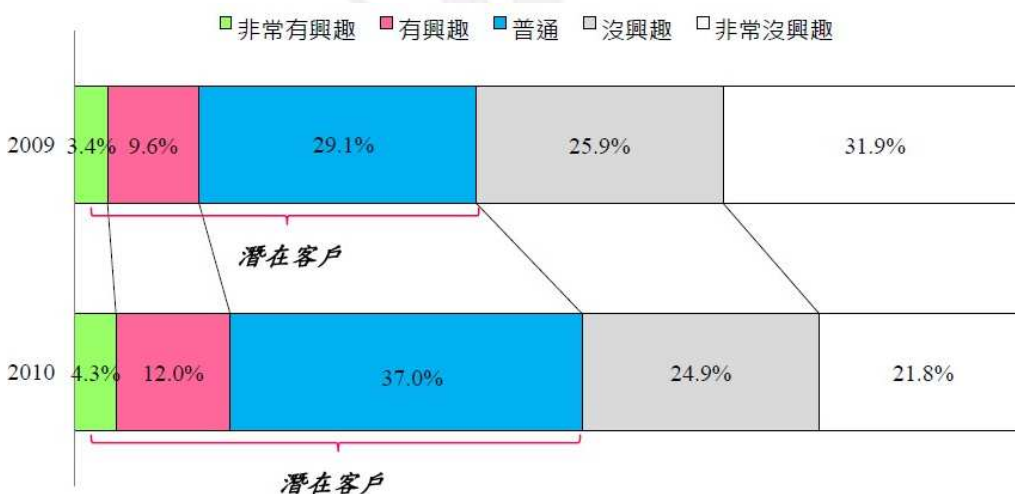


資料來源：MIC，2010年11月

圖 8(左)：網友認為改善手機連線問題為發展手機購物的首要任務

圖 9(右)：網友未使用手機購物之原因

(三) 未來手機購物潛在客戶增加。



資料來源：MIC，2010年11月



圖 10：未來手機購物潛在客戶增加(2009-2010 網友未來手機購物意願)

(四) 智慧型手機，搶攻購物商機

研究機構 Forsee Results 於 2011 年紐約零售展(National Retail Federation Show)所發佈的最新研究報告顯示，已經有越來越多的消費者使用智慧型手機輔助其購物行為。這份針對 10,000 名消費者進行調查的報告顯示，將近三分之一(32%)的消費者已經使用智慧型手機的網路瀏覽或應用軟體功能到訪零售商的行動版網頁，另外也有 32%消費者預期未來將會使用



智慧型手機造訪零售商網站，這些數據比起以往已經高出許多。

這份報告發現，雖然消費者對於以手機直接進行購物的行為尚未成熟，但對於以手機「輔助消費」的需求正逐步升溫中。行動網路與桌上電腦的網際網路最大的差別，在於其攜帶方便，能夠提供消費者即時、即地的服務，因此無論是商店或商品的搜尋、比價、折扣，都可透過手機進行。

(五) 資策會 FIND 於 2010 年 5/24 至 2010 年 6/2 針對國內 12 歲以上民眾(不含離島地區)展開市場調查，訪問國內 1,071 位民眾對行動上網與服務的採用現況與未來需求。

1、 消費者未來使用行動上網意願強烈，行動服務市場成長可期。

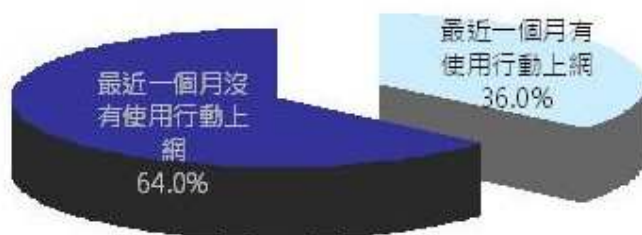


圖 11:最近一個月是否使用行動上網。

2、 「價格」影響手機行動上網意願；手機連網「速度」為最不滿意的使用經驗。



圖 12:網友未使用手機購物的原因。






## 二、SWOT 分析

<p>內部環境</p> <p>外部環境</p>	<p>優勢(S)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 增加電子名片、喜帖。</li> <li>2. 客製化服務。</li> <li>3. 提供影像處理功能。</li> <li>4. 付款方式多元。</li> </ol>	<p>劣勢(W)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 創立初期名氣不高。</li> </ol>
<p>機會(O)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 智慧型載具流行。</li> <li>2. 連線速度加快、價格降低是未來趨勢。</li> <li>3. 環保概念興起。</li> <li>4. 插圖部落客人氣高。</li> </ol>	<p>SO</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 手機版專用網頁，輕鬆編輯相片、設計賀卡。</li> <li>2. 提倡環保，鼓勵使用電子賀卡、名片。</li> <li>3. 推出人氣部落客的節日限定版插圖。</li> </ol>	<p>WO</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 舉辦以人氣插圖為主題的賀卡設計比賽，吸引人氣。</li> </ol>
<p>威脅(T)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 電腦病毒。</li> <li>2. 電信業者簡訊服務。</li> </ol>	<p>ST</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 利用差異化競爭，立體畫面、影像處理服務。</li> </ol>	<p>WT</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 因為初期知名度不高，收信人容易因為收到病毒而失去信心。</li> <li>2. 一旦電信業者簡訊服務更升級或降價，可能造成會員流失。</li> </ol>



### 三、7C 分析

	HowdyCard 的缺點	Favoris 的改善
情境	網站設計單調，文字說明不明顯且不足。	將網頁內的操作搭配圖片步驟說明，以不同的顏色區塊清楚分類。 
內容	<ol style="list-style-type: none"> <li>可供消費者選擇的圖片及其他素材太少。</li> <li>網站內並未提供詳細付款流程說明。</li> <li>單一電子賀卡服務。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>增加數種畫風(EX:漫畫、Q版人物……等)及特效。   </li> <li>付款方式以步驟詳細說明。   </li> <li>增加電子名片和喜帖，還有影像處理功能。</li> </ol>
社群	沒有設置留言板或討論空間。	<ol style="list-style-type: none"> <li>新增 Q&amp;A，提供常見問題及解決。   </li> <li>新增討論區，顧客可在此分享使用心得。</li> </ol>
客製化	背景可自行上傳照片，但是內容的插圖、音樂選擇少。	<ol style="list-style-type: none"> <li>背景、插圖、影音檔皆可自行上傳。</li> <li>檔案上傳後可選擇是否與其他使用者分享。</li> </ol>
溝通	在操作上有任何問題或建議，可以傳電子郵件或是撥打國際電話，但是無法得到即時的回覆	<ol style="list-style-type: none"> <li>客服電話，有專人處理顧客意見及建議。</li> <li>每日回覆電子郵件。</li> </ol>

連結	只有 Google 的廣告，沒有與其他網站的正式連結	提供版面讓相關網站刊登廣告並建立正式連結
商務	未說明付款方式。	設有多種付款方式：網路 ATM、郵局及銀行匯款轉帳、i bon 付款。  付款方式：  網路 ATM、  實體 ATM、  虛擬帳戶、  信用卡 ● 郵局匯款、轉帳 ● 7-11 超商 i bon

## 四、STP 分析

### (一) 選擇區隔變數

1. 性別：女性與男性
2. 年齡：12 歲以下/12 歲到 65 歲/65 歲以上
3. 職業：專業技術人員、經理人、公務員、教師、軍人、行銷人員、操作員、農民、學生、家庭主婦及其他。
4. 家庭生命週期：未婚/已婚。(電子喜帖)

性別	女性			男性		
	12歲以下	12歲到65歲	65歲以上	12歲以下	12歲到65歲	65歲以上
職業	專業技術人員 公務員 軍人 操作員	學生 教師 經理人 行銷人員	農民 家庭主婦 其他	專業技術人員 公務員 軍人 操作員	學生 教師 經理人 行銷人員	農民 家庭主婦 其他
家庭生命週期	未婚		已婚	未婚	已婚	

### (二) 選定目標市場

1. 性別：女性。網路對於女性而言是另一個享受喜愛事物的管道，如購物血拼、聊天和維持親友關係。也喜歡寄送賀卡和購買禮物。
2. 年齡：12 歲到 65 歲。就個人上網部份來看，台灣地區 12 歲以上民眾有 70.58% 曾經使用寬頻上網，35.88% 曾經使用無線上網，18.82% 曾經使用過行動上網。
3. 職業：經理人、教師、行銷人員、學生。根據資策會調查發現，使用電子賀卡的網友結構，女性網友的偏好程度相對較男性高，學生更占了四成五以上。
4. 家庭生命週期：未婚。(電子喜帖)

性別	女性			男性		
年齡	12歲以下	12歲到65歲	65歲以上	12歲以下	12歲到65歲	65歲以上
職業	專業技術人員 公務員 軍人 操作員	學生 教師 經理人 行銷人員	農民 家庭主婦 其他	專業技術人員 公務員 軍人 操作員	學生 教師 經理人 行銷人員	農民 家庭主婦 其他
家庭生命週期	未婚		已婚	未婚		已婚

(三) 網站定位

- 1、成為第一個電子賀卡結合影像處理功能的網站。給人方便又快速的好印象。
- 2、成為網路人氣插圖部落客素材的聚集地，多元風格的圖庫，讓消費者節省上網找圖的時間。
- 3、成為第一個提供 3D 電子名片的網站，愛護地球減少用紙。
- 4、成為實踐電子喜帖的網站。

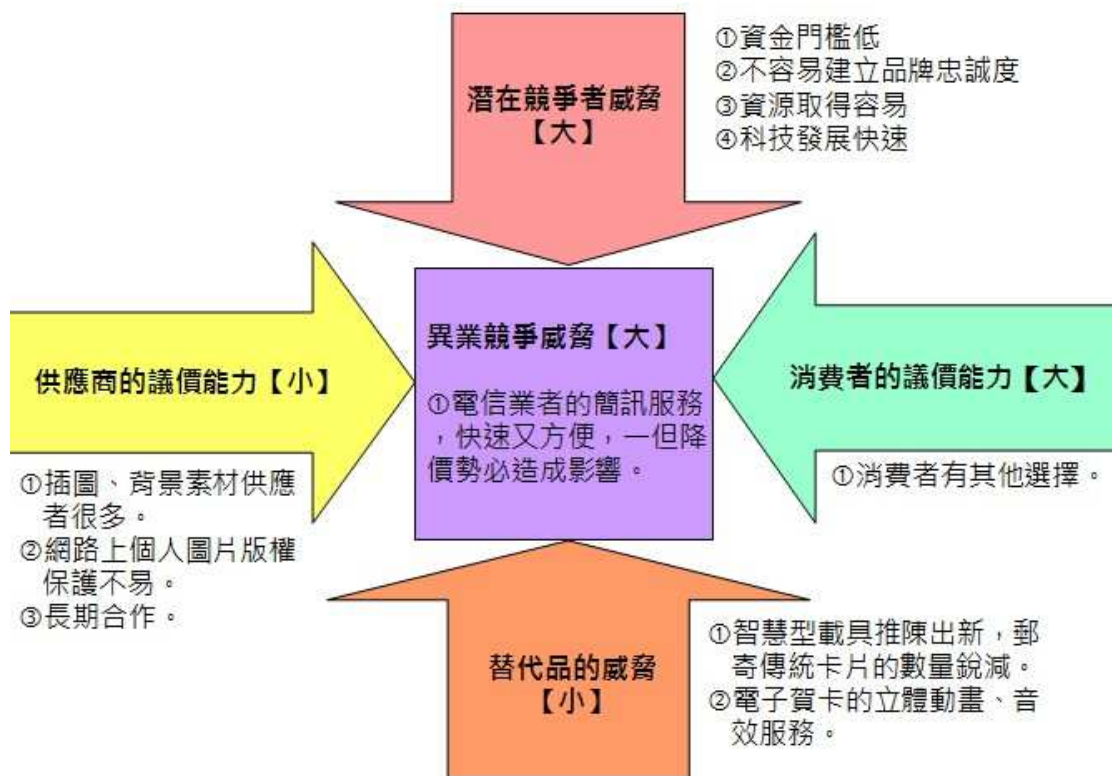
五、4P 分析

產品決策 (Product)	1) 商業電子賀卡、電子喜帖。 2) 免費立體電子名片服務。 3) 相關網站刊登廣告。
價格決策 (Price)	1) 商業電子賀卡。 2) 電子喜帖。 3) 廣告刊登。
通路決策 (Place)	1) 可上網的載具皆可，例如：筆電、智慧型手機等。 2) 郵局、銀行、ibon皆可付款。
推廣決策 (Promotion)	1) 節日限定版素材、喜帖送影片免費製作服務。 2) 賀卡設計比賽，吸引更多消費者注意。

一般會員	銀卡會員	金卡會員	白金會員
120張/年 NT599	360張/年 NT999	600張/年 NT1499	1200張/年 NT1999



## 六、五力分析



### (一)、潛在競爭者威脅【大】

因為進入電子賀卡產業需要的資金門檻低、不容易建立品牌忠誠度、資源取得容易、科技發展快速。因此要進入電子賀卡產業的阻礙不高。因應策略是以電子名片和喜帖當作進入障礙。

### (二)、異業競爭威脅【大】

因為電信業者的簡訊服務，快速又方便，一旦價格調降對電子賀卡網站產生的威脅一定很大。資策會調查顯示，每門號每月使用 21.3 則文字簡訊。在手機文字簡訊 (SMS) 則數方面，2010 年第 4 季文字簡訊總量約 17.8 億則，較去年同季增加 24.5%，平均單月簡訊則數為 5.9 億則；本季每個門號平均使用 63.9 則簡訊，相當於每個門號每月使用 21.3 則簡訊。因應對策是差異化競爭，以影像處理服務和 3D 立體畫面作為差異。



圖 13：台灣行動通訊文字簡訊則數

### (三)、供應商議價能力【小】

因為網路上插圖、背景素材供應者很多，供應商較難對我們產生高的議價能力。再加上網路上個人圖片版權保護不易，使得工應商供應素材的意願提高。也可配合長期合作來降低其議價能力。

### (四)、消費者議價能力【大】

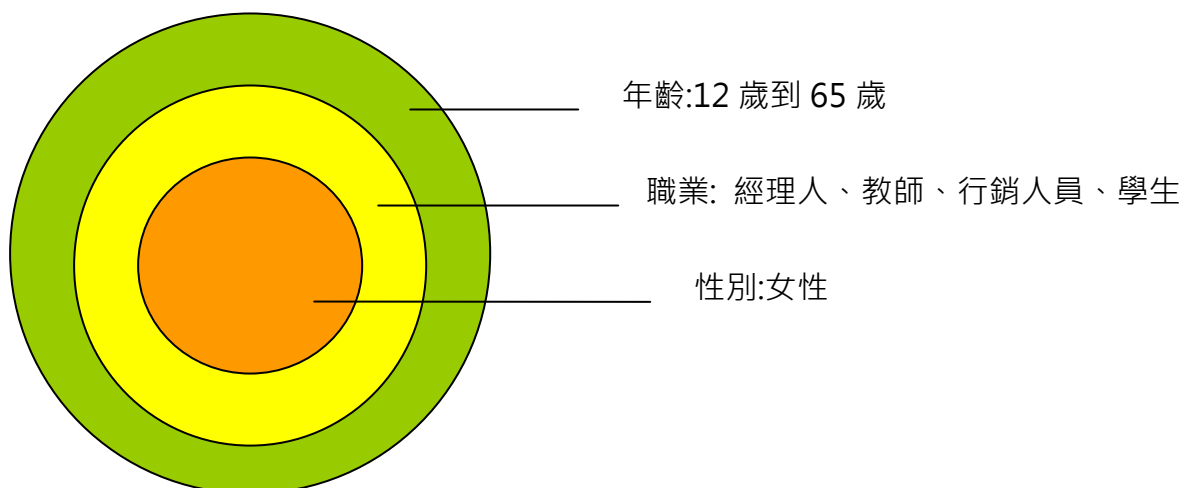
因為消費者有其他很多選擇，像各大入口網站提供的免費賀卡，例如：奇摩及 PChome 等，還有其他可傳遞文字的工具，例如：簡訊、電子郵件等。因應對策是增加更多畫風素材、特效，提供更多顧客可能需要的服務。

### (五)、替代品的威脅【小】

智慧型載具推陳出新，再加上電子賀卡的立體動畫、音效服務，使郵寄傳統卡片的數量銳減，威脅小。

## 肆、促銷策略

### 一、市場定位





## 二、行銷策略

- (一)、提供新加入會員免費製作電子名片的服務。
- (二)、新人製作喜帖，附贈影片免費製作的服務。
- (三)、在特定的節日，推出節日限定版素材供會員下載使用。



圖 14：彎彎人氣插圖。

- (四)、不定時舉辦賀卡設計比賽，吸引對設計方面有興趣的人前來參加，藉此打響知名度。
- (五)、透過註冊會員及參加網路上活動等方式，提供抽獎機會。



圖 15：利用發送新服務訊息，提供抽獎機會。

- (六)、在其他網站上發佈廣告，吸引網路消費者，當顧客有意或無意的點擊後，會引導顧客瀏覽我們的網頁，那我們就達到了宣傳廣告促銷的目的。

## 伍、 模擬財務分析

### 一、 預測創站成本

項目	金額
網站架設費	25,000
虛擬主機費	60,000
插圖使用費	50,000
辦公設備	75,000
雜項支出	5,000
合計	215,000

### 二、 預測損益表

項目	每月	每年
員工薪資(註1)	72,000	864,000
每月租金	6,000	72,000
電費	1,500	18,000
雜費支出	2,000	24,000
折舊	1,250	15,000
合計	115,750	1,389,000

註1：客服 21,000\*1(人)+營運 24,000\*1(人)+會計 27,000\*1(人)=72,000

假設每年營業收入成長：2012=2011\*1.05，2013=2011\*1.2，2014=2011\*1.25

	2011	2012	2013	2014
營業收入	1,408,080	1,478,484	1,689,686	1,760,100
營業成本	110,000	110,000	170,000	170,000
營業毛利	1,298,080	1,368,484	1,519,696	1,590,100
營業費用	1,389,000	1,389,000	1,389,000	1,389,000
網站架設費	25,000			
雜費支出	5,000			
營業淨利	-120,920	-20,516	130,696	201,100
稅前淨利	-120,920	-20,516	130,696	201,100
所得稅費用	0	0	32,674	50,275
本期稅後淨利	-120,920	-20,516	98,022	150,825

所得稅率0.25

## 三、預測現金流量表

預測現金流量表4				
	2011	2012	2013	2014
投資金額	400,000			
期初現金	400,000	94,080	73,564	171,576
流入				
營業收入	1,408,080	1,478,484	1,689,686	1,760,100
流出				
營業成本	110,000	110,000	170,000	170,000
營業費用(不含折舊)	1,389,000	1,389,000	1,389,000	1,389,000
創站費用	215,000			
所得稅費用	0	0	32,674	50,275
淨現金流量	-90,920	-20,516	98,012	150,825
期末現金	94,080	73,564	171,576	322,401

## 四、預測資產負債表

預測資產負債表5					
	2011年初	2011年	2012年	2013年	2014年
資產					
現金	325,000	219,080	213,564	326,586	357,411
辦公設備	75,000	60,000	45,000	30,000	15,000
資產總額	400,000	279,080	258,564	356,586	507,411
負債					
長期負債	0	0	0	0	0
股東及業主權益					
股東投資	400,000	400,000	279,080	258,564	356,586
保留盈餘	0	-120,920	-20,516	98,022	150,825
股東及業主權益總額	400,000	279,080	258,564	356,586	507,411
負債及股東總額	400,000	279,080	258,564	356,586	507,411

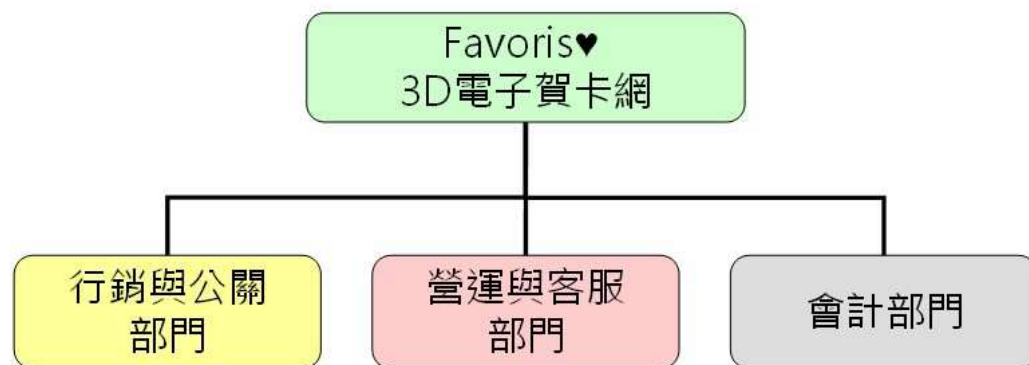
## 五、預測股東權益報酬表

股東權益報酬率表6				
	2011年	2012年	2013年	2014年
稅前淨利	-120,920	-20,516	98,022	150,825
股東權益	279,080	258,564	356,586	507,411
股東權益報酬率	-43.33%	-7.93%	27.49%	29.72%

公式：股東權益報酬率=稅後淨利/股東權益

## 陸、人力資源規劃

### 一、組織架構



### 二、部門工作說明

- (一) 行銷與公關部門：  
負責行銷企劃、活動設計、宣傳等。
- (二) 營運與客服部門：  
負責管理網站內容更新、修正異常。處理顧客意見及回報建議。
- (三) 會計部門：  
負責內部管理財務及記帳。

## 柒、 結論與建議

今日電子賀卡的使用習慣已建立，但電子賀卡市場是否具商機，付費制的運作仍待觀察。特別目前仍有免費管道提供網友豐富選擇，要能成功吸引網友使用，除了適時配合節慶的題材運用、提供豐富的卡片選擇，網友是否願意付費使用，更是付費機制經營的最大挑戰。(資策會, 台灣電子賀卡市場)

因此我們增加了電子名片、電子喜帖，也結合影像編輯的服務，可以讓會員自行合成及上傳自己想要的圖片，更結合了智慧型手機可以上網收發賀卡，在收費方面增加超商付款方式，以達到便民的效果。希望能夠在眾多電子賀卡網站中脫穎而出。

## 捌、 參考資料

- 一、 「台灣網友網路購物消費行為分析」資策會產業情報研究所，黃玫瑄，2011. 01. 25
- 二、 「科技化服務價值鏈研究與推動計畫」資策會經濟部技術處，2011. 04. 27
- 三、 創新行銷企劃書-藝術格子
- 四、 「智慧型手機 搶攻購物商機！」2011. 01. 14
- 五、 「英國兩性網路使用者行為」資策會  
<http://www.find.org.tw/find/home.aspx?page=news&id=5015>
- 六、 「台灣電子賀卡市場」資策會  
<http://www.find.org.tw/find/home.aspx?page=news&id=2955>
- 七、 「2011 年台灣地區上網人口增加 73 萬人創歷年新高」TWNIC  
<http://www.twNIC.net.tw/NEWS/1684.pdf>
- 八、 Amazer 影像處理網  
<http://www.amazer.com.tw/composite.aspx>
- 九、 HowdyCard 立體賀卡  
<http://www.howdycard.com>