

篇名：

探討台灣地區網路拍賣發展之研究--以奇摩站為例

作者：

何雅臻。國立基隆商工。綜合高中三年三班

林芸如。國立基隆商工。綜合高中三年三班

溫慧雯。國立基隆商工。綜合高中三年三班

「壹●前言」

去年暑假去澎湖旅遊，回來後一直對澎湖的紫菜酥念念不忘，真想再次尝尝紫菜酥的味道。想了想還有新竹的貢丸、淡水的阿給.....。

在這網路發達的時代有什麼方法能快速解決我的口腹之慾呢？
想了想，目前正 " 夯(ㄉㄤ) " 的網路購物或許能幫上忙。

於是我們就到電腦桌前，開始上網購買我們想吃的東西。一看我們只能驚呼，因為有太多太多的東西可以選擇！原來只要有網路購物，所以東西都可以克服地域的限制。藉此讓我們了解到網路發達的威力，進而激發我們想去探究網路購物發展的情形。想知道網路購物為什麼這麼發達，是怎麼發明出這種無店鋪的購物方式？真是太了不起了。這一種購物方式，讓本害怕人群的我們，不僅可以讓我們享受購物的美好，而且也可節省購物的時間，免出門就可購物的樂趣了！我們想藉此次的研究機會，讓我們增加對網路購物的認識，以作為我們今後參與網路購物的參考。從台灣網路拍賣的資料搜尋結果，以奇摩網路拍賣的效果最為顯著。
(註一)

「貳●正文」

一. 文獻探討

(一). 網路拍賣的源起(註二)

1995 年，英國的電腦程式設計師——皮耶·歐米迪亞（Pierre Omidyar），有著即將步入禮堂的女友，她對蒐集按玩偶頭就會彈出糖果玩具非常喜歡。兩人在某一天討論著，女友對歐米迪亞說：「如果能得到更多這種玩偶糖果玩具，且能互相和大家交流切磋，那不知道該有多好啊！」為了實現心愛女友的夢想，也想試試自己的程式設計能力，歐米迪亞利用勞動節的連續假期架設網站，這就造成拍賣網站的誕生。萬萬沒有想到開站後，加入的成員天天增加，最後竟然變成為全球最大的網路拍賣網站。女友的一席話讓歐米迪亞意外地在 1995 年創造了eBay的網路拍賣，不但實現了心愛女友的夢想，進而創造了一個全球的人都交換尋得寶物的交易市場，更架設了一個聚集全世界各地好友的真誠社群。藉此讓我們再次驗證道～「任何的發明(財貨的提供)皆是來自人們的慾望」

(二). 台灣網路拍賣的歷史沿革

奇摩在2001 年才開闢出專屬的拍賣，第一個月上架的拍賣商品只有2000 件左

右，不過到現在奇摩已經號稱每個月擁有三百萬件刊登物件，其間的變化頗大。根據創市際ARO 網路測量研究發現，全台近一千多萬上網人口中，截至2005年八月份為止，已有55%的人造訪過拍賣類型網站。

Yahoo!奇摩電子商務事業部總監洪小玲指出，網路拍賣已讓網友養成在家購物的習慣，不僅尋覓實體通路無法提供商品時的選擇，也是消費者選購商品的比價指標。網路賣家從拍賣二手商品到專職經營，沒落的實體店舖因為網拍起死回生，或是拍賣副業讓家庭主婦重拾信心、為失業族找到事業的第二春等，都是網拍對台灣社會的影響。

2004 年網路拍賣賣家成為台灣第361 行，交易安全及收費制也持續是網路拍賣的焦點話題，Yahoo!奇摩拍賣嚴格推出的全面強制確認手機號碼會員認證，年中並提升交易安全與會員措施，創立買家及賣家保障方案。洪小玲指出，向賣家收取刊登後，商品上架數從原本的400 萬降至200 萬件，但成交率卻呈三倍成長，並杜絕浮濫刊登，拍賣收費制已經奠定良好的基礎。(註二)

(三) 網路拍賣的現況(註三)

1、怎麼加入成為網路拍賣的賣方？

在 Yahoo!奇摩拍賣刊登拍賣商品之前，您必須先成為拍賣會員，再通過賣家的認證（詳見會員註冊確認程序），才能夠刊登商品。以下是刊登商品的步驟：

1. 點選拍賣首頁右上角「我要賣東西」。
2. 選擇商品刊登的類別，您可以先瀏覽分類的分層類目。
3. 如果您已註冊過「自動扣款」，此時會請您輸入您登記「自動扣款」的信用卡號，以保障帳號的安全。(這個動作只須進行一次)
4. 上傳商品照片與填寫相關資訊（詳見新手上路：如何賣）。
5. 預覽刊登內容及費用明細（詳見Yahoo!奇摩拍賣有哪些費用項目？），再次確認資料是否正確。
6. 刊登完成。



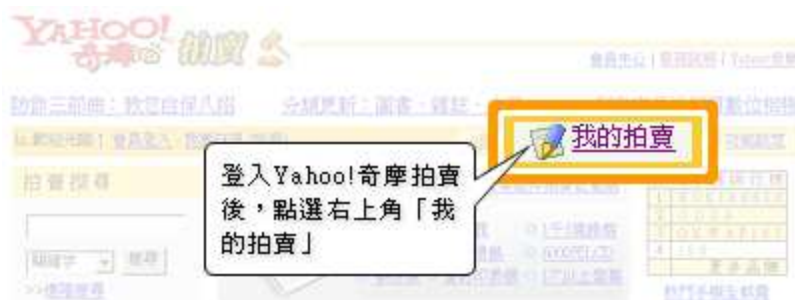
拍賣前：拍照與刊登—清楚照片有助銷售

商品附上照片，能吸引更多買方點選觀看，增加賣出的機會。

真實呈現商品原貌，可以避免買方在拿到商品後，嫌說商品有瑕疵，引起糾紛。

拍照以「清楚」為首要目標，光源充足明亮、商品居中擺放得當、選擇單一顏色背景、按下快門時手不要抖……照出商品清楚真實的原貌就OK了！（[技巧教學：簡單輕鬆拍照片](#)）另外，針對需要特別強調的地方（比方說：精品正品獨特縫線、手機上的小刮痕），再來幾張特寫，刊登商品時加上文字說明，買家一定會覺得您是位誠實用心的好賣家！

拍賣中：查看與管理—查看拍賣狀況



進到商品資料頁後，有2 個地方要特別注意，才能讓商品賣的又快又好：

第一步：商品買氣知多少。

第二步：商品人氣好不好？

您是賣方：

本頁瀏覽次數： 37

寄給朋友次數： 5

加入追蹤清單次數： 11

[管理拍賣商品](#)

拍賣檔案

目前出價： 300 元

剩餘時間： 6 天 23 小時 (倒時器)

最高出價者： cocorico(38)

商品數量： 1

出價次數： 41(出價紀錄)

第一步：商品買氣知多少？

「目前出價」超出起標價格愈多、「出價次數」愈頻繁，表示您的商品非常受到大家的注意及喜愛！

第二步：商品人氣好不好？

您可以看看「加入追蹤清單次數」、以及「本頁瀏覽次數」，就知道有多少網友注意到你的拍賣商品，了解商品人氣指數喔。

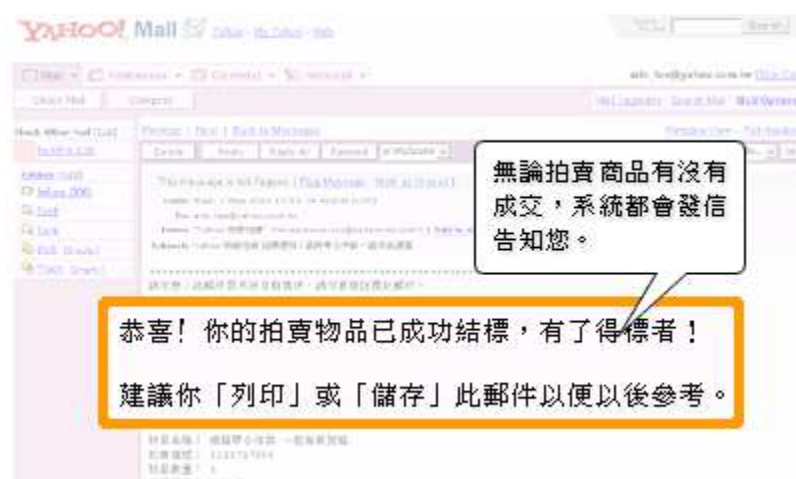
如何提高買氣跟人氣～使用管理拍賣

您可用些法子吸引買方注意、或吸引追蹤您商品的潛在買方下標。例如：檢查商

品分類是否正確、換個更吸引人的標題、將起標價格放軟一些、補充動人、詳細的商品說明.....或以「付費廣告」來吸引買方注意。

結標後：聯絡與寄送—查看結標結果

當到了拍賣的結束時間時，拍賣活動將會劃下句點——這就所謂的「結標」。拍賣一結標，系統會馬上發出「結標通知信」，告知您拍賣商品的拍賣結果。



除此之外，您也可以利用「我的拍賣」，查看到底哪些商品賣出去了。



Yahoo!奇摩拍賣提供了「結帳通」功能，讓買家可以藉得標後的「結帳通知」，溝通後續付款、出貨事宜。您也可以從「我的拍賣 > 結帳管理」查看買家是否已主動結帳。 >> [「結帳通」新手上路](#)

	寸、針織衫、皮帶、毛衣、手套、圍巾/手帕、胸章/胸針、等...
運動、戶外與休閒	例如：休閒/旅遊票券、戶外休閒用品、男運動鞋、女運動鞋、男運動服、女運動服、樂器體育紀念品、等...
手錶與飾品配件	例如：男錶、女錶、古董錶、對錶、兒童錶懷錶、項鍊、耳環、戒指、髮飾、吊飾、墜子、其他隨身配件、裸石等...
嬰幼兒與孕婦	例如：嬰幼兒(2 歲以下)、女童裝、男童裝、兒童包鞋配件、孕婦裝與用品、哺育用品、幼兒安全用品、兒童玩具等...
圖書與雜誌	例如：漫畫書、雜誌期刊、小說、文學、社會科學、美食/餐飲、語言學習、教育/考試用書、少年童書、西文書、等...
寵物用品與園藝	例如：狗用品、貓用品、鳥用品、水族用品、兩棲/爬蟲類用品、昆蟲用品、花盆/花器園藝用品等...

(四) 參與網拍（買方與賣方）的感受(註四)

網路賣方經驗談

網路拍賣的賣家要重視什麼？顧客需求及顧客種類！以前我經營的店店內有近上萬商品，每天該補充的商品是什麼？季節轉換該進什麼？什麼物品的數量要維持一定的量？開一家店的成本絕對是比虛擬的網拍來的多太多，也因此網拍的個人小團體數量會很多，但懂得掌握顧客心態需求的可能不多吧！很多人問我業績為什麼做的好？我只用「將心比心」四個字告訴他，我看一件商品我不只用專業的眼光看待，還站在買方的立場，以不同的角度去思考一件商品。

網拍商品有分幾個顧客需求特點（多元化）、（時間性）、（趣味性）、（無店舖）、（隱密性）、（撿便宜）、（參考性）、（空間性）這幾種主要類別

因為商品沒辦法馬上摸到，所以我會常常強調要將商品活起來，透過圖片及文字的表達，一定要以買方的立場去設計，不論是用詞遣字或者是圖片的角度，都是商品是否賣的出去最主要關鍵（除了售價以外）。

網路買方經驗談

第一次網路購物經驗是在奇摩拍賣買了 250 元的耳環，當時奇摩拍賣正開始不久，存著隨便上去晃晃的心情，因為家人很少在網路上購物，他們覺得非常沒保障，也會一直勸說我，別再上網購物了。

有時買賣家的個性，較龜毛或者不積極者的人，是會影響到整個交易速度的，當然買家或賣家交易不滿意的話，自然對整個拍賣也失去信心了。

我覺得第一次網路購物最困難的是註冊合熟悉新系統的使用，還有買賣的寄送和付款，都是較麻煩的，其他和逛街購物一樣沒什麼兩樣的。

因為我以前沒有玩過網購，選物金額較保守，但交易非常滿意，我下一次網購後，自然對拍賣很信任，選東西更是放心了，也更常在拍賣上挑選東西。

「參●結論與建議」

本研究旨在對台灣地區網路拍賣發展的經營作瞭解與分析。經參考文獻，網路搜尋資料、訪問賣家與賣家對奇摩拍賣的感想，藉以了解網路拍賣在台灣網路上造成的商機，並將調查資料彙整，獲得下列結論，從而據以試提建議，供作進一步研究之參考。

一. 結論

綜觀上述的研究結果，我們可以得到以下的結論：

(一) 在消費者方面：網路拍賣是個方便又多樣化的選擇，比自己出門購物好的太多了，整體上覺得網路拍賣是個不錯的購物方式。

(二) 在網路拍賣賣家方面：網路拍賣是個做副業很好的經營方式，不僅僅減少店租，而且也更貼近不出門的現代人。

二. 建議

我們對此研究的建議方法，讓我們更近一步的探討。

1. 本研究從網路摘取資料，並加以修改，未做問卷問其他消費者的意見，應該做以問卷，了解消費者的想法。

2. 調查時間所受開學以及中學生網站論文截稿日的限制，所以研究時間不夠長，未能真正了解網路拍賣對消費者的影響。
3. 對進一步研究的方法，受限於時間與財力，因故宜進行長期探討研究網路拍賣，並以交談、了解等方法，來獲得更切確的研究結論。

「肆●引註資料」

註一、奇摩知識家：網路拍賣的源起

<http://tw.knowledge.yahoo.com/question/question?qid=1305091005927>

註二、奇摩知識家：台灣網路拍賣的歷史沿革

<http://www.ctitv.com.tw/new/news/news02.html?id=5&cno=3&sno=96085>

註三、奇摩知識家：網路拍賣經驗分享

<http://tw.knowledge.yahoo.com/question/question?qid=1206041803486>

註四、奇摩賣家經驗談

<http://tw.myblog.yahoo.com/jw!WbG0EUOVGRmUHJyWoTD3YA--/article?mid=1729>