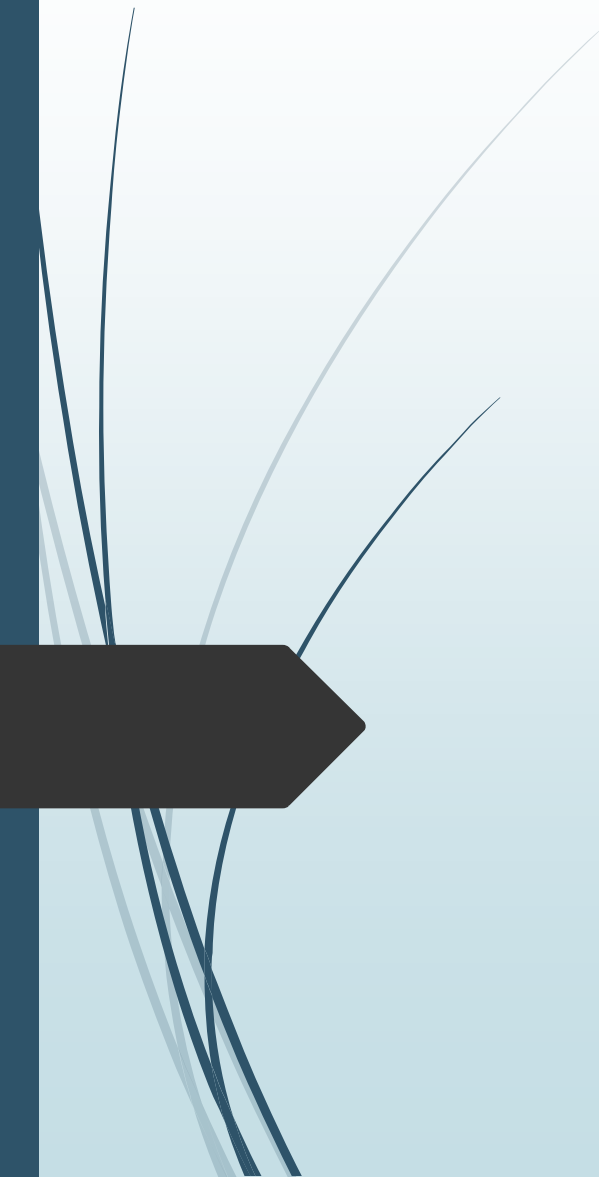


電子商務商業模式



電子商務商業模式

- 電子商務的經濟思維與新興議題
- 電子商務的商業模式
- 商業模式的分類

電子商務的經濟思維與新興議題

■ 宅經濟

■ 宅經濟是一個經濟學和商業領域的術語，指的是在家中進行的各種經濟活動和消費行為，這些活動可以包括在家辦公、在家工作、在家學習、在家購物、在家娛樂等。

■ 宅經濟特徵：

- 在家工作
- 在家學習
- 在家購物
- 在家娛樂

電子商務的經濟思維與新興議題

■ 共享經濟

■ 共享經濟，也稱為共享型經濟、共享型消費，是一種經濟模式，通過共享資源和服務，讓個人或組織能夠更有效地利用現有的資產，從而實現更高程度的資源共享和經濟效益。共享經濟的核心思想是將閒置的資產或技能分享給其他人，以實現互惠互利的目標。

■ 共享經濟特性：

- 資源共享
- 在線平台
- 創造性利用
- 社群和信任
- 彈性與節省成本

電子商務的經濟思維與新興議題

■ 零工經濟與微工作

- 零工經濟和微工作是現代經濟中的兩個相關但不完全相同的概念，它們都涉及到短期、靈活性和非傳統的工作安排，但在某些方面有些不同。

電子商務的經濟思維與新興議題

■ 零工經濟

- 零工經濟是一種經濟體系，其中工人通常被聘請來完成短期的任務、項目或工作，而不是傳統的長期雇傭關係。
- 零工經濟通常包括自由職業者、獨立承包商、兼職工作者和臨時工等，他們經常在項目之間進行跳躍式的工作。
- 零工經濟的工作可以非常多樣，包括網絡設計、娛樂表演、載客服務（如Uber和Lyft）以及許多其他短期工作。
- 工人通常透過網上平台或應用程式找到這些工作，並且可以根據需求自主選擇工作。

電子商務的經濟思維與新興議題

■ 微工作

- 微工作是一種工作形式，其中工人完成非常小的任務或任務集合，這些任務通常可以在幾分鐘或幾小時內完成，並且通常要求較低的技能水平。
- 微工作通常在線上平台上提供，這些平台允許人們接受和完成微工作，例如數據輸入、圖像標記、語音識別等。
- 微工作的支付通常很低，因為每個任務的價值很小，但可以在短時間內完成多個任務，因此對某些人來說，微工作可以成為一種額外的收入來源。

電子商務的經濟思維與新興議題

■ 互聯網+

- 互聯網+是將互聯網作為一種生產要素或基礎設施，如水、電、瓦斯一樣，深度融合於經濟社會產業各領域中，提高創新力及生產力，形成全新的生活方式及商業模式。

■ 互聯網+交通

- 「滴滴打車」、「Uber」等叫車APP，幫助乘客與司機進行有效的匹配，避免司機空車等人，也方便民眾叫得到車子。

■ 互聯網+醫療：

- 互聯網與醫療業結合，可以解決民眾在醫院看病時時常遇到排隊時間長、看病時間長、結帳時間長等問題。

■ 互聯網+零售：

- 網路購物作為物聯網+的切入口，帶動了傳統零售、物流快遞、生產製造等行業的數位升級轉型。

電子商務的經濟思維與新興議題

➡ 物聯網掀起工業4.0與工業5.0革命

➡ 工業4.0

- ➡ 工業4.0是指第四次工業革命，它強調了數字化和自動化技術在製造業中的應用。
- ➡ 這一概念強調製造業的數字轉型，包括物聯網（IoT）、大數據、人工智慧、機器學習和自動化等技術的應用，這些技術使製造過程更加智能化和自動化。
- ➡ 工業4.0旨在提高生產效率、降低生產成本、提高生產質量，並實現高度定制化的製品生產。
- ➡ 典型的應用包括智能工廠、自動化生產線、智能供應鏈管理等。

電子商務的經濟思維與新興議題

➡ 物聯網掀起工業4.0與工業5.0革命

➡ 工業5.0

- ➡ 工業5.0是工業4.0的自然延伸，它強調了人和機器之間的合作和共同工作。
- ➡ 提倡在製造業中加強人機互動，強調人類工人的重要性，尤其是在具有創造力、複雜性和感性的任務中。
- ➡ 工業5.0旨在實現人機合作和協作，並通過使用機器來完成繁瑣的、危險的、重複性的任務，從而提高工作效率和安全性。
- ➡ 概念的核心理念是在工業生產過程中將機器的能力和人類的智慧結合起來，以實現更靈活和智能的生產。

電子商務的商業模式

- ➡ 商業模式的八個主要成份
- ➡ 價值主張
- ➡ 收益模式
- ➡ 市場機會
- ➡ 競爭環境
- ➡ 競爭優勢
- ➡ 市場策略
- ➡ 組織發展
- ➡ 管理團隊

電子商務的商業模式

➡ 價值主張

- ➡ 指企業提供給客戶的價值，即產品或服務的特點和優勢。價值主張應該強調為客戶解決的問題、滿足的需求以及提供的獨特價值。
- ➡ 由消費者的角度來看，成功的電子商務價值主張包括：產品的個人化與客製化、產品搜尋成本的降低、價格發現成本的降低、可視的交貨運送流程、簡化交易流程等。

電子商務的商業模式

➡ 收益模式

- ➡ 廣告收益模式
- ➡ 訂閱收益模式
- ➡ 手續費收益模式
- ➡ 銷售收益模式
- ➡ 合作收益模式

- ➡ 商情媒介模式
- ➡ 經紀模式
- ➡ 經銷商模式
- ➡ 製造商模式
- ➡ 社群模式

電子商務的商業模式

➡ 市場機會

- ➡ 市場機會代表企業企圖進入的交易空間，以及從這個交易空間中獲取的潛在利潤機會。
- ➡ 交易空間代表一個具有真實或潛在商業價值的領域，實際的市場機會則是以企業與競爭者對每個市場利基的收益潛力。

電子商務的商業模式

➡ 競爭環境

➡ 慾望競爭者

- ➡ 消費者希望立刻滿足其他慾望。
- ➡ 例如：同樣一筆錢，消費者可用來「買一輛工具」、「一組電腦」、「到國外旅遊」，這三者之間存在所謂的慾望競爭。

電子商務的商業模式

➡ 競爭環境

➡ 產品類競爭者

- ➡ 消費者可藉以滿足相同慾望或其他基本方式。
- ➡ 例如：消費者想買一輛交通工具，消費者可選「汽車」、「機車」、「自行車」，這三種產品類的廠商彼此可視為產品競爭者。

電子商務的商業模式

➡ 競爭環境

➡ 產品型式競爭者

- ➡ 消費者可以藉以滿足相同慾望之其他產品型式。
- ➡ 例如：消費者已經選好要汽車，就會在選擇「休旅車」、「轎車」、「旅行車」等，提供這些型號的廠商可視為產品型式競爭者。

電子商務的商業模式

➡ 競爭環境

➡ 品牌競爭者

- ➡ 消費者藉以滿足相同慾望之其他品牌。
- ➡ 例如：汽車的品牌有Honda、Toyota、現代等。

電子商務的商業模式

➡ 競爭優勢

- ➡ 企業在特定市場或行業中相對於競爭對手的優越地位或表現。這種優勢使企業能夠在市場中實現更高的銷售、利潤、市場份額或其他商業目標，並維持這種優勢長期。
- ➡ 主要分成五種類型：
 - ➡ 成本領先優勢
 - ➡ 差異化優勢
 - ➡ 專注市場優勢
 - ➡ 創新優勢
 - ➡ 網絡效應優勢

電子商務的商業模式

➡ 市場策略

➡ 企業或組織用來實現其商業目標、滿足客戶需求並在市場中取得競爭優勢的綜合計劃和方法。市場策略通常涉及企業如何定位自己、如何營銷和推廣產品或服務，以及如何在市場上與競爭對手競爭。

➡ 主要分成七種策略：

➡ 定位策略

➡ 價格策略

➡ 產品策略

➡ 營銷策略

➡ 銷售策略

➡ 分佈策略

➡ 競爭策略

電子商務的商業模式

■ 組織發展

■ 是一個綜合性的管理領域，旨在改進和提升組織的效能、效率和適應能力。組織發展通常涉及多方面的工作，以幫助組織更好地應對變化、解決問題、實現目標，並增強組織的整體健康和發展。

■ 主要分成七種目標與活動：

■ 組織文化和價值觀的塑造和改進

■ 組織結構和流程的優化

■ 導和管理發展

■ 團隊建設

■ 解決組織問題

■ 變革管理

■ 績效管理和評估

電子商務的商業模式

➡ 管理團隊

➡ 是一個組織或企業中的高級管理人員的集合，負責制定和執行組織的戰略、政策和運營決策。管理團隊通常由多個高層管理者和主管組成，他們協同工作以實現組織的目標，確保組織正常運作，並提供領導和方向。

➡ 管理團隊成員有九個：

➡ 執行長(CEO)

➡ 運營長(COO)

➡ 財務長(CFO)

➡ 市場長(CMO)

➡ 技術長(CTO)

➡ 人力資源主管

➡ 法務長(CLO)

➡ 訊息長(CIO)

➡ 其他高階主管

商業模式的分類

■ 企業對消費者(B2C)

■ 是企業透過網際網路對消費者提供商業行為或服務，這是最早的電子商務經營模式。

■ Ex:線上購物、證券下單、線上資料庫查詢等

■ B2C具備十個特點：

■ 在線產品目錄

■ 安全的數位支付

■ 個人化推薦

■ 評價和評論系統

■ 購物車和結帳功能

■ 客服和聯絡方式

■ 配送和物流選項

■ 退換貨政策

■ 促銷和折扣

■ 支援多裝置設備

商業模式的分類

■ 企業對企業(B2B)

■ 指的是一家企業與其他企業進行交易、合作和交流的過程。

■ B2B具備八個特點：

■ 企業間交易

■ 大規模採購

■ 長期合作

■ 客製化需求

■ 複雜的定價結構

■ 專業化內容和訊息

■ 電子商務平台

■ 供應鏈管理

商業模式的分類

■ 消費者對消費者(C2C)

■ 指的是個人消費者之間直接進行商品或服務的交易和互動，而不涉及企業。在C2C模式下，個人消費者可以作為賣家和買家參與交易，通常透過線上平台或市場來實現這些交易，例如網上Yahoo拍賣、露天拍賣。

■ C2C具備六個特點：

■ 個人對個人

■ 平台中介

■ 二手市場

■ 個人品牌和創意銷售

■ 評價和信譽

■ 競價和議價

商業模式的分類

■ 點對點(P2P)

- 指的是一種特定類型的交易模式，稱為C2C或P2P電子商務。這種模式允許個人消費者直接與其他個人消費者進行商品或服務的交易，而無需中間商或企業參與。例如：二手商品銷售、租賃服務、技術交換。
- C2C具備三個特點：
 - 支付
 - 平台
 - 共享經濟