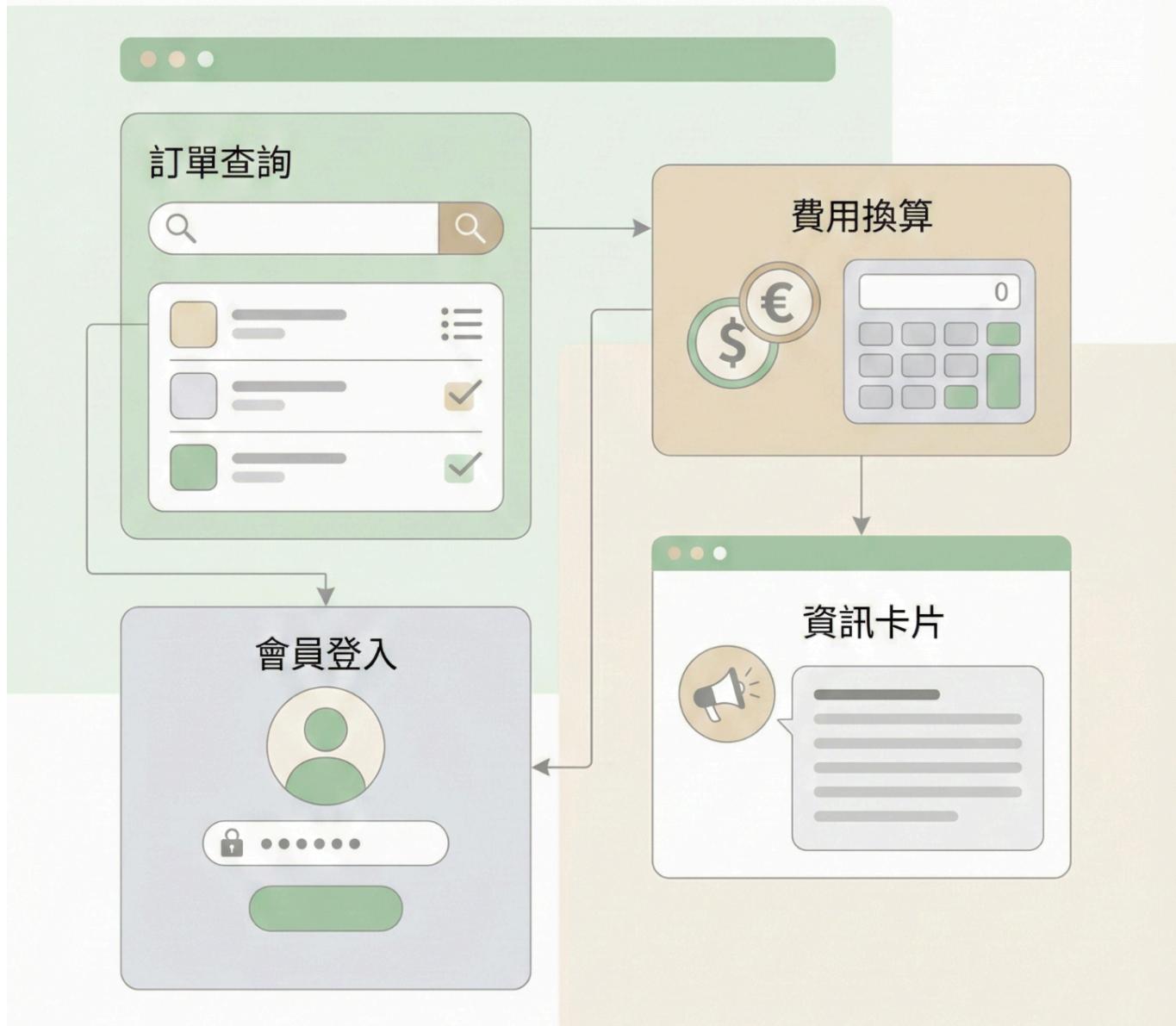


# 跨境代購服務網站企劃提案

提升查詢效率 | 建立信任機制 | 整合會員與金流



提案人：劉思榆

# 一、專案背景與建置目的

## 1. 專案背景

本專案為跨境代購服務之官方網站建置規劃。

目前代購市場競爭激烈，單純以價格作為競爭策略已不具長期優勢，因此本專案目標在於：

- 建立清楚、可信任的服務流程
- 降低人工溝通與重複詢問成本
- 透過網站系統化管理訂單與顧客資料
- 強化資安、付款安全與品牌信賴感

## 2. 建站核心目標

- 提供顧客「可自行查詢」的訂單狀態系統
  - 建立會員機制，集中管理交易與資訊
  - 透過設計與功能建立差異化，而非價格競爭
- 

# 二、目標使用者與需求分析

## 1. 目標使用者

- 有跨境購物需求但不熟悉境外平台操作者
- 重視交易安全、資訊透明的顧客
- 不希望反覆詢問客服訂單進度的使用者

## 2. 使用者核心需求

- 快速查詢訂單狀態
  - 清楚了解代購流程與風險
  - 安全的付款與個資保護機制
-

### 三、網站功能需求 (Functional Requirements)

#### A. 前台功能(顧客端)

功能	說明
會員註冊／登入	Email 註冊 + Google 登入
訂單狀態查詢	登入後可查看個人訂單
代購流程說明	圖像化流程呈現
風險與免責說明	清楚列示於下單前
常見問題 FAQ	降低人工詢問

#### B. 後台功能(管理端)

功能	說明
會員管理	基本會員資料
訂單管理	新增、更新、狀態切換
物流資訊	境外物流、集運、返台
訂單備註	僅內部可見
資料匯出	Excel / CSV

### 四、資安與金流規劃 (Security & Payment)

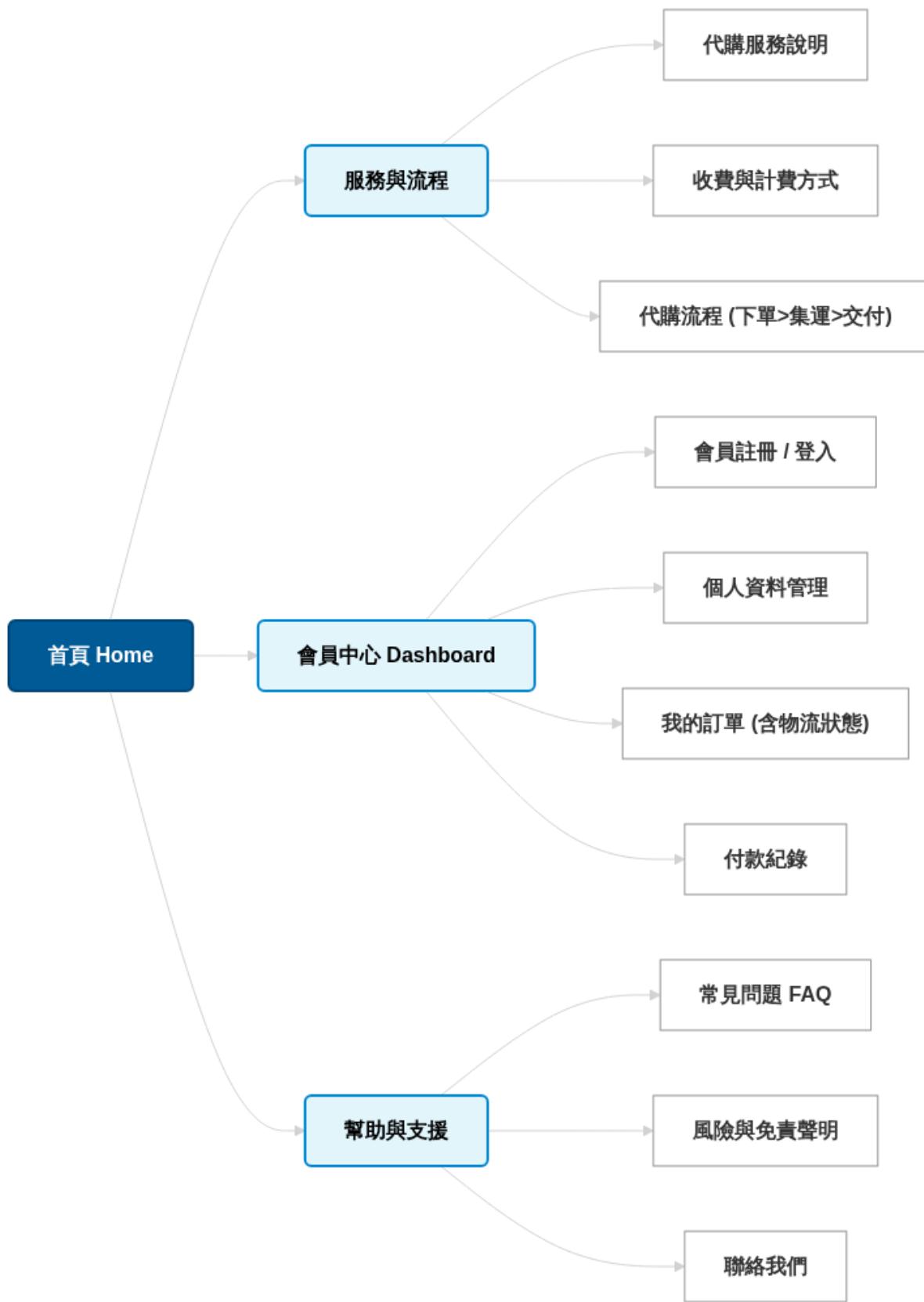
#### 1. 資安意識設計

- HTTPS 全站加密
- 會員資料分層存取
- 不儲存完整付款資訊
- 管理後台權限控管

#### 2. 金流設計原則

- 串接第三方安全金流
- 支援信用卡／第三方支付
- 降低第三方詐騙風險
- 付款狀態自動同步訂單狀態

## 五、網站結構(Sitemap)



## 六、頁面配置與功能說明

### 1. 首頁

- 品牌視覺主視覺
- 服務重點摘要
- CTA: 登入查詢訂單

### 2. 訂單查詢頁(核心頁)

- 訂單狀態時間軸(文字+圖示)
- 狀態說明(避免誤解)

---

## 七、網頁視覺設計規劃

### 1. 視覺設計目標

本網站為具交易與會員機制之代購／購物型網站，視覺設計需在「購物體驗」、「資訊清楚度」與「品牌信任感」之間取得平衡，整體視覺規劃目標如下：

- 建立可被信任的交易環境  
透過清楚的版面結構、穩定的視覺語言與一致的介面設計，降低使用者在金流、訂單與個資上的不安感。
- 降低使用者在操作與理解上的負擔  
將重要資訊(如匯率、費用說明、訂單狀態)以清楚區塊與層級呈現，使使用者能快速理解目前狀態與下一步行動。
- 以資訊與功能為設計核心  
視覺設計不以裝飾為主，而是服務於功能與流程，避免過度設計影響閱讀與操作效率。

---

### 2. 提供多組視覺方向供選擇

視覺提案 A | 清新信任型(購物平台導向)

設計定位

以一般購物平台的清楚結構為基礎，結合代購服務所需的信任感與資訊透明度，屬於穩定、安全、接受度高的視覺方向。

視覺與版面特徵

- 版面結構清楚，功能與內容區塊劃分明確
- 匯率、費用換算、公告等資訊以模組化方式呈現
- 操作流程直觀，降低首次使用者的理解成本

## 色彩方向

- 主色：淺色系（米白、淺灰）
- 輔色：柔和綠、淡藍
- 重點操作以低飽和色強調，避免視覺壓力

## 適用情境

- 以交易安全、資訊透明為核心的代購網站
- 需要兼顧新手與一般使用者的服務型平台

## 視覺風格方向示意 (Visual Direction)

- 以下示意圖為視覺風格方向參考，用於討論整體氛圍與版面配置概念。



---

## 視覺提案 B | 品牌親和型(形象與情感連結)

### 設計定位

透過較鮮明且具識別度的視覺語言，建立品牌形象與親和力，讓網站不僅是交易平台，而是具有記憶點的品牌入口。

### 視覺與版面特徵

- 品牌視覺元素（角色、插圖或識別圖像）佔有一定比例
- 資訊仍維持清楚層級，避免因視覺風格影響使用性
- 公告與商品資訊以卡片或區塊方式呈現，增加親近感

## 色彩方向

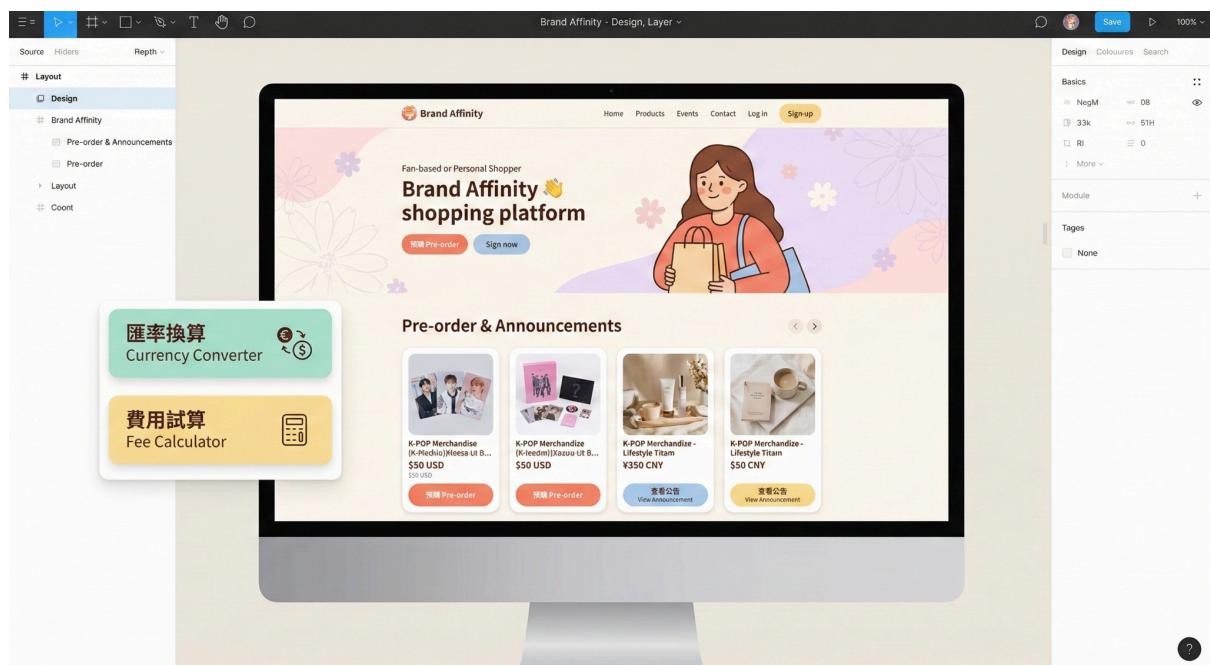
- 主色：淺色系延伸（米白、淡粉、淡紫）
- 輔色：薄荷綠、淡黃
- 整體色彩活潑但控制飽和度，維持閱讀舒適度

### 適用情境

- 粉絲向、社群導向或希望建立長期顧客關係的代購品牌
- 已具備基本品牌識別，欲加強情感連結者

### 視覺風格方向示意 (Visual Direction)

- 以下示意圖為視覺風格方向參考，用於討論整體氛圍與版面配置概念。



### 視覺提案 C | 資訊效率型 (功能整合導向)

#### 設計定位

以資訊整合與操作效率為主軸，適合需要頻繁查詢訂單、費用與狀態的使用者，強調功能導向與清楚層級。

#### 視覺與版面特徵

- 功能區與內容區分明確，避免資訊混雜
- 常用功能集中配置，降低操作步驟
- 以版面層級與圖示輔助資訊辨識，而非依賴大量裝飾

#### 色彩方向

- 主色：白、淺灰
- 輔色：淺藍、綠色系

- 色彩主要用於區分資訊層級與狀態提示

### 適用情境

- 重度使用者或訂單量較高的代購服務
- 重視效率與資訊掌握的使用族群

### 視覺風格方向示意 (Visual Direction)

- 以下示意圖為視覺風格方向參考，用於討論整體氛圍與版面配置概念。

The screenshot displays the GlobalCart Pro mobile application's user interface. At the top left is the logo and name "GlobalCart Pro". At the top right is a user profile icon with the text "Hi, Alex Chang" and a search bar with a magnifying glass icon. Below the header, there are two main sections: "匯率換算" (Currency Converter) and "費用試算" (Fee Calculator). The "匯率換算" section shows fields for "USD/TWD" and "JPY/TWD" with dropdown menus for "USD" and "TWD". The "費用試算" section includes fields for "價格" (Price), "重量" (Weight), and "mn" (Unit), along with a dropdown menu for "運費方式 (野田鵝)" (Delivery Method). On the left side, a vertical sidebar lists navigation options: "儀表板 Dashboard", "我的訂單 My Orders", "代購申請 New Request", "訊息中心 Messages", and "個人設定 Settings". The main content area is titled "儀表板" (Dashboard). It features three cards: "進行中訂單 Active Orders: 5" (with a blue icon), "待付款 To Pay: 2" (with a green icon), and "待收貨 To Receive: 3" (with a grey icon). Below these cards is a section titled "最近訂單概覽 Recent Orders Overview" which lists seven recent orders with columns for Order ID, Item Summary, Status, Amount, and Action. Each order row includes a small preview of the item and its status (e.g., "已採購 Purchased", "運送中 Shipping").

## 八、設計理念與視覺元素

### 設計理念

- 清楚 > 華麗
- 信任 > 行銷話術
- 功能導向設計

### 視覺元素

- 扁平化 icon
- 易讀字體
- 清楚留白

## 九、資料結構(簡化)

欄位	說明
User ID	會員識別
Order ID	訂單編號
Status	訂單狀態
Tracking No.	物流單號
Update Time	更新時間

## 十、製作時程(估)

階段	時間
需求確認	1 週
視覺提案	1–2 週
前後端開發	3–4 週
測試上線	1 週