

# 小賣店 AI 賦能 SaaS 產品設計文件 (PRD)

## 1. 產品概述

### 1.1 產品名稱

「Manus AI Shop」(暫定)

### 1.2 產品願景

賦能全球微型零售商與個人創作者，透過極簡、智能、低成本的 SaaS 平台，輕鬆開啟線上銷售，並在 AI 時代實現業績增長與品牌影響力。

### 1.3 產品定位

Manus AI Shop 是一個專為**全球微型零售商、個人創作者、社群賣家**設計的「AI 賦能、極簡化、成本效益高」的線上商店 SaaS 平台。我們旨在填補全球市場上現有電商平台對這類用戶「功能過載、費用昂貴、操作複雜」的缺口，特別關注**新興市場**的在地化需求，提供一個能讓店家「零壓力起步，隨規模成長」的解決方案。

### 1.4 核心價值主張

- 極簡操作，快速上手**：無需技術背景，5 分鐘內即可建立專屬線上商店，專注於銷售而非複雜設定。
- AI 智能賦能，營運減負**：透過 AI 自動化商品描述、智能客服、銷售預測等，大幅降低人力與時間成本，提升營運效率。
- 零風險起步，彈性成長**：創新的「Freemium + 階梯式抽成」定價模式，讓店家在零營收時無負擔，隨業績增長而享受更優費率。
- 社群整合，精準獲客**：深度整合主流社群平台，一鍵分享商品，並提供 AEO 友善的部落格工具，幫助店家在 AI 搜尋時代脫穎而出。
- 全球視野，在地支援**：初期聚焦台灣市場，未來可快速擴展至拉丁美洲、亞太等新興市場，並提供在地化的金物流與法規支援。

## 1.5 目標用戶畫像 (Target User Persona)

屬性	描述
名稱	小雅 (台灣微型服飾店主) / Leo (全球數位內容創作者) / Maria (拉丁美洲手作藝品賣家)
年齡	25-45 歲
職業	實體小店店主、個人工作室、社群團購主、手作創作者、部落客、小型農產品銷售者
痛點	<ul style="list-style-type: none"><li>- 缺乏資金與技術，害怕高額月費與複雜操作。</li><li>- 缺乏時間與人力，被日常營運瑣事（客服、文案）綁住。</li><li>- 渴望線上銷售，但現有平台功能過載、UI/UX 不佳。</li><li>- 不懂數位行銷，特別是 AI 時代的 SEO 轉型。</li><li>- 擔心被大型電商平台抽成過高，利潤被壓縮。</li><li>- 跨境物流與法規複雜性高，尤其在新興市場 [pasted_content_2.txt:28]。</li><li>- 數據管理混亂，導致 AI 應用難以落地 [pasted_content_2.txt:29]。</li></ul>
需求	<ul style="list-style-type: none"><li>- 一個極簡、易用、手機友善的線上商店。</li><li>- 能自動生成商品描述、回答常見問題的 AI 助理。</li><li>- 能輕鬆分享到 LINE/IG/FB 的社群整合功能。</li><li>- 成本透明、低風險的定價模式，最好是「賣了才付錢」。</li><li>- 有助於提升品牌曝光和內容權威性的工具。</li><li>- 簡化跨境物流與合規流程，降低國際銷售門檻 [pasted_content_2.txt:75]。</li><li>- 提供數據清洗與管理工具，提升 AI 應用效果 [pasted_content_2.txt:74]。</li></ul>
使用場景	<ul style="list-style-type: none"><li>- 實體店打烊後，在手機上快速上架新品。</li><li>- 透過 LINE/IG 貼文，一鍵導流至商店頁面。</li><li>- AI 自動回覆顧客關於商品尺寸、庫存的問題。</li><li>- 利用 AI 建議優化商品標題與描述，提升搜尋曝光。</li><li>- 撰寫產品故事或教學文章，並確保能被 AI 搜尋引擎引用。</li><li>- 利用平台提供的工具，輕鬆處理國際訂單的物流與報關。</li><li>- 透過 AI 數據分析，優化商品組合與行銷策略。</li></ul>

## 2. 核心功能模組設計

### 2.1 極簡商店管理後台 (Minimalist Store Management Backend)

目標：提供小賣店最直觀、最快速的線上商店管理體驗，降低學習曲線與操作負擔。

核心功能：

- **商品管理：**
  - **快速上架：**支援圖片上傳、基本商品資訊（名稱、價格、庫存）填寫，一鍵發布。
  - **AI 商品描述生成：**整合 AI，根據商品圖片或關鍵字自動生成多語言、多風格的商品描述，解決文案撰寫痛點 [pasted\_content.txt:42]。
  - **商品分類與標籤：**簡潔的分類系統，方便店家管理商品。
- **訂單管理：**
  - **直觀儀表板：**清晰展示待處理、已出貨、已完成訂單狀態。
  - **訂單處理：**一鍵確認、出貨、取消訂單，支援批量操作。
  - **通知系統：**自動發送訂單狀態更新通知給買家。
- **金物流串接：**
  - **台灣本土金流：**預設整合綠界、藍新等主流金流服務，確保交易順暢。
  - **多元物流選項：**支援超商店到店、宅配等台灣常用物流方式。**未來可擴展至跨境物流解決方案，簡化報關與運費計算 [pasted\_content\_2.txt:28]。**
- **商店設定：**
  - **基本資訊：**快速設定商店名稱、聯絡方式、營業時間、品牌 Logo。
  - **主題模板：**提供數款簡潔、行動優先的響應式設計模板，無需程式碼即可更換。
- **行動優先介面：**整個後台介面設計以手機操作為優先考量，確保店家隨時隨地都能管理商店。

## 2.2 AI 智能營運助理 (AI Smart Operations Assistant)

**目標：**透過 AI 自動化重複性工作，提升營運效率，讓小賣店能專注於核心業務與客戶關係。

**核心功能：**

- **AI 導購助理 (AI Shopping Assistant)：**
  - **對話式推薦：**整合至商店前台，根據顧客對話內容、瀏覽行為提供個性化商品推薦。
  - **自動問答：**針對常見商品問題、訂單查詢等提供即時自動回覆，減少客服負擔 [pasted\_content.txt:44]。

- **CPS 抽成模式**：此功能將採純抽成模式，僅在 AI 成功引導下單後收取佣金，實現與店家利益綁定 [AI導購與部落格行銷轉型專題補充.md:1.1]。
- **AI 銷售預測**：根據歷史銷售數據、季節性趨勢，提供簡單的熱銷商品預測與庫存建議，輔助店家備貨。
- **AI 數據清洗與標準化**：提供工具協助店家整理混亂的商品數據，使其更易於被 AI 應用與分析 [pasted\_content\_2.txt:29]。
- **AI 內容優化**：除了商品描述，未來可擴展至自動生成行銷文案、社群貼文建議等。

## 2.3 社群與內容行銷工具 (Social & Content Marketing Tools)

**目標**：幫助小賣店輕鬆擴展社群影響力，並在 AI 搜尋時代提升內容曝光度。

**核心功能**：

- **一鍵社群分享**：支援將商品、部落格文章一鍵分享至 LINE、Facebook、Instagram 等主流社群平台 [pasted\_content.txt:45]。
- **AEO 友善部落格系統**：
  - **結構化內容編輯器**：內建編輯器引導店家撰寫 AEO 友善內容，自動生成 FAQ Schema、Product Schema，提高被 AI 搜尋引擎引用的機率 [AI導購與部落格行銷轉型專題補充.md:2.1]。
  - **EEAT 強化工具**：提供作者檔案管理、引用來源標註等功能，幫助建立內容權威性 [AI導購與部落格行銷轉型專題補充.md:2.2]。
  - **長尾問答佈局建議**：AI 輔助分析潛在客戶的對話式搜尋意圖，建議相關內容主題。
- **直播購物整合 (未來規劃)**：考慮到直播購物在全球市場的增長趨勢 [pasted\_content\_2.txt:49]，未來可整合簡易直播帶貨功能。

## 2.4 數據洞察與報告 (Data Insights & Reporting)

**目標**：提供小賣店清晰、易懂的營運數據，幫助店家了解銷售狀況與 AI 貢獻。

**核心功能**：

- **簡潔儀表板**：核心銷售數據（總營收、訂單數、熱銷商品）一目了然。
- **AI 貢獻報告**：清晰標註由 AI 導購帶來的營業額與轉換率，量化 AI 價值 [pasted\_content.txt:46]。

- **用戶行為分析：**提供基礎的訪客來源、商品瀏覽路徑等數據，輔助店家優化行銷策略。
- **在地化數據洞察：**針對不同市場（如台灣、拉丁美洲、亞太）提供在地化的銷售趨勢與消費者偏好分析 [pasted\_content\_2.txt:73]。

### 3. 定價策略與分潤機制

**目標：**設計一個既能吸引初創店家，又能確保平台長期盈利，並鼓勵店家成長的彈性定價模型。

#### 3.1 核心定價模型：Freemium + 階梯式抽成

我們將採用「Freemium + 階梯式抽成」的混合模式，結合「月費」與「交易抽成」，讓店家能根據自身營收規模選擇最適合的方案 [初創店家定價策略與案例分析.md:3.1]。

方案名稱	月費 (NTD)	交易抽成 (%)	適用對象	備註
種子方案 (Seed)	0	5%	剛起步、營收不穩定的小賣店	零月費，消除入門門檻，鼓勵試用 [初創店家定價策略與案例分析.md:3.1]。
成長方案 (Growth)	500	1%	月營收超過 12,500 NTD 的成長型店家	當月營收達 12,500 NTD 時，此方案成本與種子方案持平，之後更划算 [初創店家定價策略與案例分析.md:3.1]。
專業方案 (Pro)	1,500	0%	營收穩定、追求更高利潤空間的成熟店家	提供完整功能，無交易抽成，提升店家利潤 [初創店家定價策略與案例分析.md:3.1]。

#### 3.2 AI 導購分潤機制

AI 導購助理將作為獨立的「增值插件」提供，其分潤模式將採用純交易抽成 (CPS)，與店家利益深度綁定 [初創店家定價策略與案例分析.md:3.2]。

- **AI 導購抽成：**2% (僅針對 AI 成功引導的訂單)
- **歸因邏輯：**透過追蹤 AI 對話與最終下單的關聯性，精準計算 AI 貢獻的營業額，確保分潤公平性 [AI導購與部落格行銷轉型專題補充.md:1.1]。

### 3.3 支付與結算

- **自動扣款**：月費與交易抽成將透過綁定的金流帳戶自動扣款。
- **透明報告**：提供清晰的費用明細報告，讓店家隨時掌握成本結構。

### 3.4 潛在擴展：加密貨幣支付與永續發展選項

考量到全球市場趨勢，未來可探索在特定地區（如亞太新興市場）整合加密貨幣支付選項 [pasted\_content\_2.txt:13]，並提供與永續發展相關的加值服務，如碳足跡計算、綠色商品標籤等，以吸引注重社會責任的消費者與品牌 [pasted\_content\_2.txt:12]。

## 4. 用戶旅程與產品路線圖

---

### 4.1 核心用戶旅程 (Core User Journey)

以下是小賣店從接觸平台到實現銷售與成長的核心旅程：

#### 1. 發現與註冊 (Discovery & Onboarding)

- **觸點**：社群廣告 (FB/IG)、電商社群推薦、政府數位轉型補助推廣、AI 搜尋引擎 (AEO 內容)。
- **行為**：透過手機點擊連結，進入產品介紹頁面，被「零月費」與「AI 賦能」吸引，完成快速註冊。
- **痛點解決**：消除入門門檻，提供清晰的價值主張。

#### 2. 商店建立與商品上架 (Store Setup & Product Listing)

- **觸點**：首次登入後台引導、新手教學。
- **行為**：選擇模板，填寫基本商店資訊，上傳商品圖片，利用 AI 生成商品描述，一鍵發布。
- **痛點解決**：極簡化後台，AI 降低文案撰寫負擔，快速擁有專業商店。

#### 3. 社群推廣與獲客 (Social Promotion & Acquisition)

- **觸點**：商品頁面、部落格文章、社群分享按鈕。
- **行為**：將商品連結分享至 LINE 群組、FB 粉絲頁、IG 限時動態，透過 AEO 部落格吸引 AI 搜尋流量。

- **痛點解決**：簡化社群分享流程，提供 AEO 工具提升內容曝光。

#### 4. 顧客互動與銷售 (Customer Interaction & Sales)

- **觸點**：商店前台、AI 導購助理、訂單通知。
- **行為**：顧客透過 AI 導購助理諮詢商品，完成下單；店家收到訂單通知，處理訂單。
- **痛點解決**：AI 導購提升轉換率，自動客服降低人力負擔。

#### 5. 營運管理與數據分析 (Operations & Data Analysis)

- **觸點**：後台儀表板、數據報告。
- **行為**：店家查看銷售數據、AI 貢獻報告，調整商品策略或行銷活動。
- **痛點解決**：提供清晰數據，量化 AI 價值，輔助決策。

#### 6. 成長與升級 (Growth & Upgrade)

- **觸點**：營收達到升級門檻通知、功能解鎖提示。
- **行為**：店家因營收增長，主動或被引導升級至「成長方案」或「專業方案」，享受更低抽成或更多功能。
- **痛點解決**：提供隨成長而優化的定價路徑，避免「成長懲罰」。

### 4.2 產品路線圖 (Product Roadmap) 建議

產品路線圖將分為三個階段，以 MVP 為核心，逐步擴展功能與市場。

階段	時間軸	核心目標	關鍵功能	潛在市場	備註
第一階段：MVP 驗證 (3-6 個月)	Q1-Q2 2026	驗證 PMF，獲取早期用戶	<ul style="list-style-type: none"><li>- 極簡商店後台 (商品、訂單、金物流)</li><li>- AI 商品描述生成</li><li>- 基礎 AI 導購助理 (對話式推薦、自動問答)</li><li>- 一鍵社群分享</li><li>- Seed &amp; Growth 定價方案</li></ul>	台灣市場 (微型零售商、個人創作者)	聚焦台灣本土痛點，快速迭代，收集用戶反饋 [pasted_content.txt:58]。
第二階段：功能擴展與市場深耕 (6-12 個月)	Q3-Q4 2026	提升用戶留存與 ARPU，擴大市場份額	<ul style="list-style-type: none"><li>- AEO 友善部落格系統 (Schema、EEAT)</li><li>- AI 銷售預測與庫存建議</li><li>- 進階數據報告 (AI 貢獻細項)</li><li>- 專業方案 (Pro) 上線</li><li>- 整合更多本土金物流/物流</li></ul>	台灣市場深度滲透	強化 AI 與內容行銷能力，提升平台價值，準備國際化。
第三階段：國際化與生態系建立 (12-24 個月)	2027	拓展國際市場，建立合作夥伴生態系	<ul style="list-style-type: none"><li>- 多語言支援</li><li>- 跨境金物流整合</li><li>- 潛在加密貨幣支付選項</li><li>- 直播購物整合</li><li>- 永續發展相關功能</li></ul>	拉丁美洲、亞太新興市場	根據市場需求進行在地化調整，建立合作夥伴關係，打造完整生態系 [pasted_content_2.txt:73]。



階段	時間軸	核心目標	關鍵功能	潛在市場	備註
			- 開放 API 串接第三方服務		

## 5. 參考資料

[1] Manus AI (2026). 《小賣店線上商店 SaaS 可行性分析報告》. [2] Manus AI (2026). 《AI 導購與部落格行銷轉型專題補充》. [3] Manus AI (2026). 《初創店家定價策略與案例分析》. [4] X Platform Discussions (2023-2026). 相關電商從業者、創業者及消費者討論串 [pasted\_content.txt:20]。 [5] Global Feasibility Report for Personalized E-Commerce SaaS Platform Targeting Small Online Sellers (2026). [pasted\_content\_2.txt:5]。