



嶺東科技大學
LING TUNG UNIVERSITY

資訊管理系

建置行動商務平台

指導教授： 陳健忠 教授

組員名單： 洪祥益 學號 A18J013

陳玉緣 學號 A18C038

陳詩璇 學號 A18C041

林茹萍 學號 A18C113

中 華 民 國 一 零 五 年 五 月

嶺東科技大學

資訊管理系

建置行動商務平台

中華民國一〇五年五月



嶺東科技大學
LING TUNG UNIVERSITY

資訊管理系專題口試委員審定書

建置行動商務平台

指導教授：陳健忠 教授

組員名單：洪祥益 學號 A18J013

陳玉緣 學號 A18C038

陳詩璇 學號 A18C041

林茹萍 學號 A18C113

指導教授：_____

口試委員：_____

中 華 民 國 一 零 五 年 五 月

謝 誌

感謝指導老師陳健忠老師細心指導，耐心糾正我們的研究疏失，不厭其煩與我們討論本專題的研究細節，給予我們建議，使本專題的結果能完整的呈現，並且感謝真理公司提供手工皂素材，使我們的網頁更加豐富。

研究報告口試期間，感謝賴東彥老師、陳碧茵老師不辭辛勞細心審閱，不僅給予我們指導，並且提供寶貴的建議，使我們的專題內容更臻完善，在此由衷感謝。

洪祥益、陳玉緣

謹誌

陳詩璇、林茹萍

中華民國一〇五年五月於嶺東

摘要

隨著網路交易普遍化，一般傳統製造業與資訊相互結合已成為一種趨勢。本專題是以「手工肥皂工廠」為例，利用 Dreamweaver CS6 設計行動商務平台及 PhpMyadmin 建立資料庫，使廠商能透過後台系統獲得顧客資訊及商品的庫存數、銷售狀況，作為行銷及網站管理的依據，以利增加曝光率及銷售額。而顧客可透過行動商務平台快速的瀏覽商品資訊，也能透過留言板給廠商意見回饋，協助廠商管理網站，達到廠商及顧客雙贏的成效。

本專題與廠商討論包裝提袋等設計，使用 Illustrator CS6 與 PhotoShop CS6 設計商品包裝和修飾圖片，協助廠商包裝、設計、改良和行銷規劃。

透過架設行動商務平台，以介紹商品與行銷為目的，讓顧客利用此平台在短時間內挑選適合的商品，進而提高購買意願及銷售率，達成廠商與顧客的需求。

關鍵字:行動商務平台、手工肥皂工廠

目錄

摘要.....	I
目錄.....	II
表目錄.....	IV
圖目錄.....	V
第壹章 緒論.....	1
1.1 研究動機.....	1
1.2 研究目的.....	2
第貳章 文獻探討與回顧.....	3
2.1 肥皂起源.....	3
2.2 手工肥皂的流行.....	3
2.3 手工肥皂特點.....	4
2.4 手工肥皂 SWOT 分析.....	5
2.5 手工肥皂產業現況敘述.....	6
2.6 肥皂市場規模.....	6
2.7 電子商務概況.....	7
第參章 研究架構.....	9
3.1 研究流程.....	9
3.2 研究方法.....	10

3.3 應用軟體介紹	11
3.4 網站架構	13
3.4.1 需求分析	13
3.4.2 網站比較	14
3.4.3 網站架構圖	15
3.5 系統流程圖介紹	16
3.5.1 購物車系統圖	16
3.5.2 廠商端訂單系統圖	17
3.5.3 商品上架流程圖	18
3.5.4 會員註冊流程圖	19
3.5.5 會員登入流程圖	20
3.5.6 留言板流程圖	21
3.6 管理者實體關聯圖	22
3.7 資料庫圖表	23
第肆章 系統操作	26
4.1 前台系統	26
4.1.1 首頁	26
4.1.2 最新消息	27
4.1.3 初沫由來	29
4.1.4 初沫肥皂	30

4.1.5 購買車	32
4.1.6 購買須知	33
4.1.7 聯絡我們	34
4.1.8 常見問題	34
4.1.9 分享專區	35
4.2 後台系統	36
4.2.1 登入頁面	36
4.2.2 首頁	36
4.2.3 留言版管理	37
4.2.4 使用者管理	38
4.2.5 商品管理	39
4.2.6 最新消息管理	40
4.2.7 後台訂單查詢	41
第五章 結論與未來展望	42
參考文獻	43
附錄	45
附錄一 甘特圖	45

表目錄

表 2.4 手工皂 SWOT 分析表	5
表 2.6 市場規模表	6
表 3.3 應用軟體圖表.....	11
表 3.7.1 最新消息資料表	23
表 3.7.2 商品資料表	23
表 3.7.3 Q&A 資料表.....	23
表 3.7.4 會員資料表.....	24
表 3.7.5 管理者資料表.....	24
表 3.7.6 訂單資料表	24
表 3.7.7 輪播牆資料表.....	24
表 3.7.8 留言板資料表.....	25
圖 3.7.9 訂單細節資料表	25

圖目錄

圖 1.1 B2C 年成長產值圖	1
圖 2.3 手工肥皂特點圖	4
圖 2.7 電子商務概況圖	8
圖 3.1 研究流程圖	9
圖 3.4.1 網站需求分析圖	13
圖 3.4.3 網路架構圖	15
圖 3.5.1 購物車系統圖	16
圖 3.5.2 廠商端訂單系統圖	17
圖 3.5.3 商品上架流程圖	18
圖 3.5.4 會員註冊流程圖	19
圖 3.5.5 會員登入流程圖	20
圖 3.5.6 留言板流程圖	21
圖 3.6 管理者實體關聯圖	22
圖 4.1.1 首頁	26
圖 4.1.2-1 最新消息	27
圖 4.1.2-2 活動快報	27
圖 4.1.2-3 會員專區	28
圖 4.1.3-1 初沫由來	29

圖 4.1.3-2 公司理念	29
圖 4.1.4-1 最新系列	30
圖 4.1.4-2 全部系列	30
圖 4.1.4-3 花香系列	31
圖 4.1.4-4 木本系列	31
圖 4.1.4-5 草本系列	32
圖 4.1.5-1 購物車清單	32
圖 4.1.5-2 確認清單	33
圖 4.1.6 購物須知	33
圖 4.1.7 聯絡我們	34
圖 4.1.8 常見問題	34
圖 4.1.9 分享專區	35
圖 4.2.1 登入頁面	36
圖 4.2.2 首頁	36
圖 4.2.3-1 留言板管理	37
圖 4.2.3-2 留言板新增	37
圖 4.2.4-1 使用者管理	38
圖 4.2.4-2 使用者新增	38
圖 4.2.5-1 商品管理	39
圖 4.2.5-2 後台商品新增	39

圖 4.2.6-1 最新消息管理	40
圖 4.2.6-2 最新消息新增	40
圖 4.2.7-1 訂單管理	41
圖 4.2.7-2 訂單查詢頁面	41

第壹章 緒論

1.1 研究動機

隨著網際網路普遍化，現今網路交易已成為主流的趨勢，許多產業紛紛轉型與資訊開始結合，拓展新的通路。根據國際知名機構 eMarketer 預測，2015 年 B2C 電子商務全球交易額將達到 1.7 兆美元，較 2014 年成長 15.6%，而亞太地區將取代北美，成為全球最大的 B2C 電子商務區域市場，交易額將占全球的 33.4%。同時亞太地區藉著人口紅利的優勢，上網人口比例不斷攀升，未來發展商機龐大。

下圖(1.1)為台灣每年 B2C 每年產值成長圖：由台灣經濟部統計電子商務業績年成長逾二成。[1]

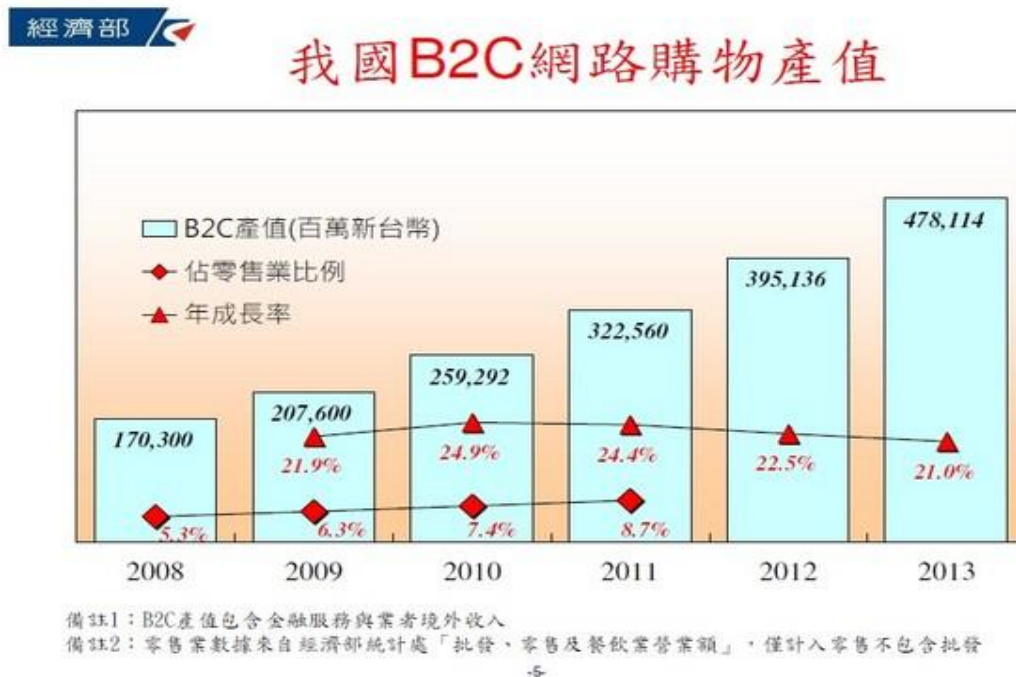


圖 1.1 B2C 年成長產值圖

本專題以「手工肥皂工廠」為例，將廠商所生產的商品與主流資訊設備做結合，建置行動商務平台。利用目前的行動裝置(例：電腦、手機)讓廠商將商品最新消息在短時間內傳達給消費者，以利消費者快速選購，成為消費者理想品牌。

1.2 研究目的

本專題將實體商店建立線上虛擬商店，結合廠商及顧客的需求，依照廠商需求完成前端網站頁面架構與後端管理資料庫，建置完整行動商務平台。廠商藉由此行動商務平台將實體通路的手工肥皂推廣，利用網路的便捷，接收的訊息快速，透過各大搜尋網站輸入關鍵字即可搜尋，運用這樣的便利功能，完成行銷效果，而顧客不需花費時間到實體商店購買，只要使用行動網路就可購買所需的商品。

第貳章 文獻探討與回顧

2.1 肥皂起源

肥皂的起源可追溯到西元 4000 年前古希臘，根據歷史上記載有一個叫薩佛 (Sappho, aponification) 的女詩人，記載了一個叫勒斯波斯的小島。當地人用動物祭天，由於焚燒動物時要用木材，木材的灰燼和動物脂肪混合產生了肥皂樣的黃色物質。大雨把這些東西沖刷到當地婦女經常洗衣的河流中，她們發現因此衣服洗的更乾淨。

在還沒有發明肥皂以前，中國北方的人都用豬的胰臟、板油以及鹼，搗一搗，放著曬乾幾天就可以拿來洗東西了，稱作「胰子」。也有人們用清水來浸草木灰，過濾以後，用這種物質來洗衣服。之外還使用含有皂苷的植物提取物，如皂角等。另外古時候的人們用水和木屑來擦洗皮膚，然後再抹油在滋潤受摩擦的皮膚，這是他們用來洗澡的成分。古代不管是東西方，最早的洗滌成分不外乎都是碳酸鈉和碳酸鉀。[2]

2.2 手工肥皂的流行

現代社會黑心商品氾濫，消費者逐漸開始轉向天然商品的市場，手工肥皂則是目前消費者相中天然商品之一，因手工肥皂的素材大部分使用天然原料，製作手工肥皂手續並不繁雜，因這樣的特性開始掀起一股手作風潮。

手工肥皂製作逐漸開始流行，許多人開始陸續從網路資源及社會資源接收相關訊息，開始學習製作手工肥皂，讓自己的周邊生活日常用品由天然商品逐漸取代一般化學香料清潔商品。手工肥皂擁有許多與一般市售化學皂不同之處，例：擁有不傷手、皮膚不乾澀的特性，卻與一般市售肥皂擁有相同清潔性，因而提升民眾購買天然商品的意願。

2.3 手工肥皂特點

手工肥皂成分天然，大多萃取植物精油及天然草本精華，無化學添加物，而成分透明可查詢。在自然方面，比常見市售肥皂較為環保。對肌膚而言，手工肥皂因無化學藥物，對皮膚刺激性較少。在形狀方面，手工肥皂較多樣化造型，跳脫方型及橢圓的形狀，使商品活潑多樣化。(圖 2.3)

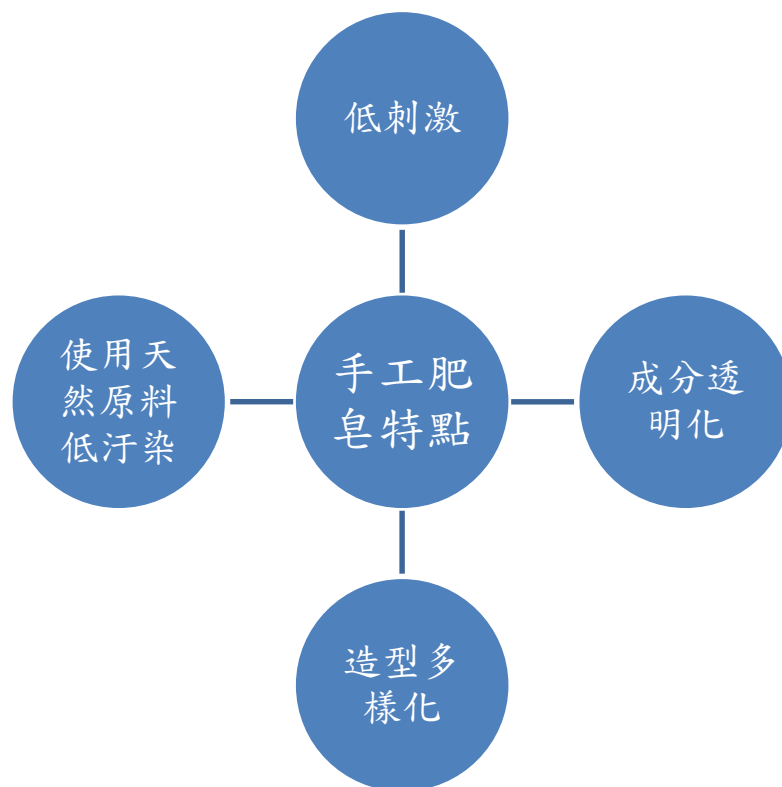


圖 2.3 手工肥皂特點圖

2.4 手工肥皂 SWOT 分析

市售肥皂原料大都以化學香精製作，而手工肥皂原料以天然植物為主，採手工方式製作，導致無法大量生產。本專題為瞭解目前手工肥皂競爭力如何，針對手工肥皂做 SWOT 分析，分析結果說明如下:(表 2.4)

表 2.4 手工肥皂 SWOT 分析表

S 優勢	W 劣勢
1. 原料取材皆自給自足，品質和價格較不受其他廠商影響，可自行控制。 2. 採用純天然植物萃取精華為原料較環保低污染。 3. 造型多樣化，使商品更加活潑。	1. 製作過程與取材方面所需成本較高，以致於產品價格比同業高，一般消費者購買意願低。 2. 無法調整生產週期，短時間內無法大量生產。
O 機會	T 威脅
1. 隨著環保意識的提高，手工肥皂的特點(圖 2.3)逐漸受一般消費者肯定。 2. 聯合相關企業組織，積極向國外拓展，以增加營業據點。	1. 現代人為圖便利，較不使用肥皂，改用沐浴乳、洗手精等替代商品。 2. 經濟不景氣時，低價位的肥皂購買意願比較高。 3. 濕紙巾與乾洗液等衛生用品普及，使得肥皂需求降低。

經由上表分析出結論：

優勢(S):原物料自給自足，採用純天然植物萃取製作手工肥皂，可降低大自然的危害及減少肌膚上的過敏，且外觀造型多樣化。

機會(O): 有機會更加積極拓展至國外，打響知名度。

劣勢(W): 因手工肥皂製作過程與取材方面成本較高，短時間內無法大量生產，導致一般消費者購買意願低。

威脅(T):手工肥皂替代品種類多樣化，價格較便宜，經濟不景氣時，相對手工肥皂購買慾下降，使顧客在選購中感到猶豫。

2.5 手工肥皂產業現況敘述

手工肥皂在目前市場通路鋪點越來越廣泛，商品能見度正逐漸上升，但目前推廣手工肥皂最大困難點是在價格方面，手工肥皂原料大多取自於天然素材，成本並無法壓低，進而顯示在商品價格上，而一般市售肥皂都是以化學合成香料，以及防腐劑防止肥皂變質，市售肥皂工廠也因成本考量選擇低價的化學合成原料來製皂。

然而黑心商品逐漸氾濫，使得消費者的天然意識抬頭，選購天然商品儼然成為趨勢，隨著目前趨勢從日常生活用品開始做起，是消費者所面臨的共同議題。

2.6 肥皂市場規模

目前手工皂市場規模缺乏官方或民間研究機構系統性的統計數據或調查資料，手工肥皂是香皂的一種，根據表 2.6 經濟部的統計資料，102 年度的香皂生產值為 5 億 9 千萬元，相較於 101 年度的 4 億 5 千萬元，年增率為 4.72%，而 102 年度的生產值為 5 億 9 千萬元，相較於 103 年度的 6 億九千萬元，年增率為 7.72%。注意的是香皂的直接外銷值 102 年起開始成長，103 年度的直接外銷值為 1 億 2 千萬元，相較於 102 年度的 1 億元，增長了 21.04%。(圖 2.6) [3]

表 2.6 市場規模表

項目別	生產量	生產值	銷售量	銷售值	內銷量	內銷值	直接外	直接外	存貨量	存貨值
		(千元)		(千元)		(千元)	銷量	銷值		(千元)
	香皂	香皂	香皂	香皂	香皂	香皂	香皂	香皂	香皂	香皂
	(公噸)	(公噸)	(公噸)	(公噸)	(公噸)	(公噸)	(公噸)	(公噸)	(公噸)	(公噸)
100 年	4,283	373,862	5,391	492,056	5,184	425,826	207	66,230	242	23,666
101 年	3,967	451,505	6,145	745,851	5,887	659,903	258	85,948	305	41,420
102 年	4,259	594,331	6,714	974,540	6,412	874,580	302	99,960	232	48,873
103 年	4,588	688,711	5,513	819,394	5,149	698,402	364	120,992	223	53,653

[4]

在市場的競爭下，手工肥皂業者除了與同業比較，也與一般市售肥皂相比，產品除了要同中求異，更需開發出多種多元化商品及通路，符合消費者多面向的需求，以利增加銷售量及銷售值。

2.7 電子商務概況

受惠於亞太地區的寬頻網路快速普及，帶動電子商務和行動商機，從全球電子商務規模來看，亞洲已經超過美國，率先突破 1 兆美元市場，雖然主力是來自中國大陸，但是亞洲電商發展仍非常樂觀，未來將維持高度成長。

去年全球電子商務市場規模為 1.5 兆美元，預期 2016 年達到 2 兆美元，2018 年更將達到 2.5 兆美元，屆時電子商務將成為全球第五大經濟體，2020 年全球市場規模上看 7.5 兆美元，甚至可能更高。[5]

根據凱度消費者指數所發布的研究報告，2014 年全球民生消費品網路購物為 350 億美元，預測 2016 年可以達到 530 億美元，成長幅度高達 47%，比 2014 年多出 170 億美元。在 2025 年將上看 1,300 億美元，更指出在電子商務先進的市場中，民生消費品的網購市佔率將在未來 10 年內增加一倍。臺灣的民生消費品電子商務市場不斷擴張，2014 年家戶普及率高達 39%，排名全球第二，數位化生活將成為家庭的新興消費趨勢。[6][7] (圖 2.7)

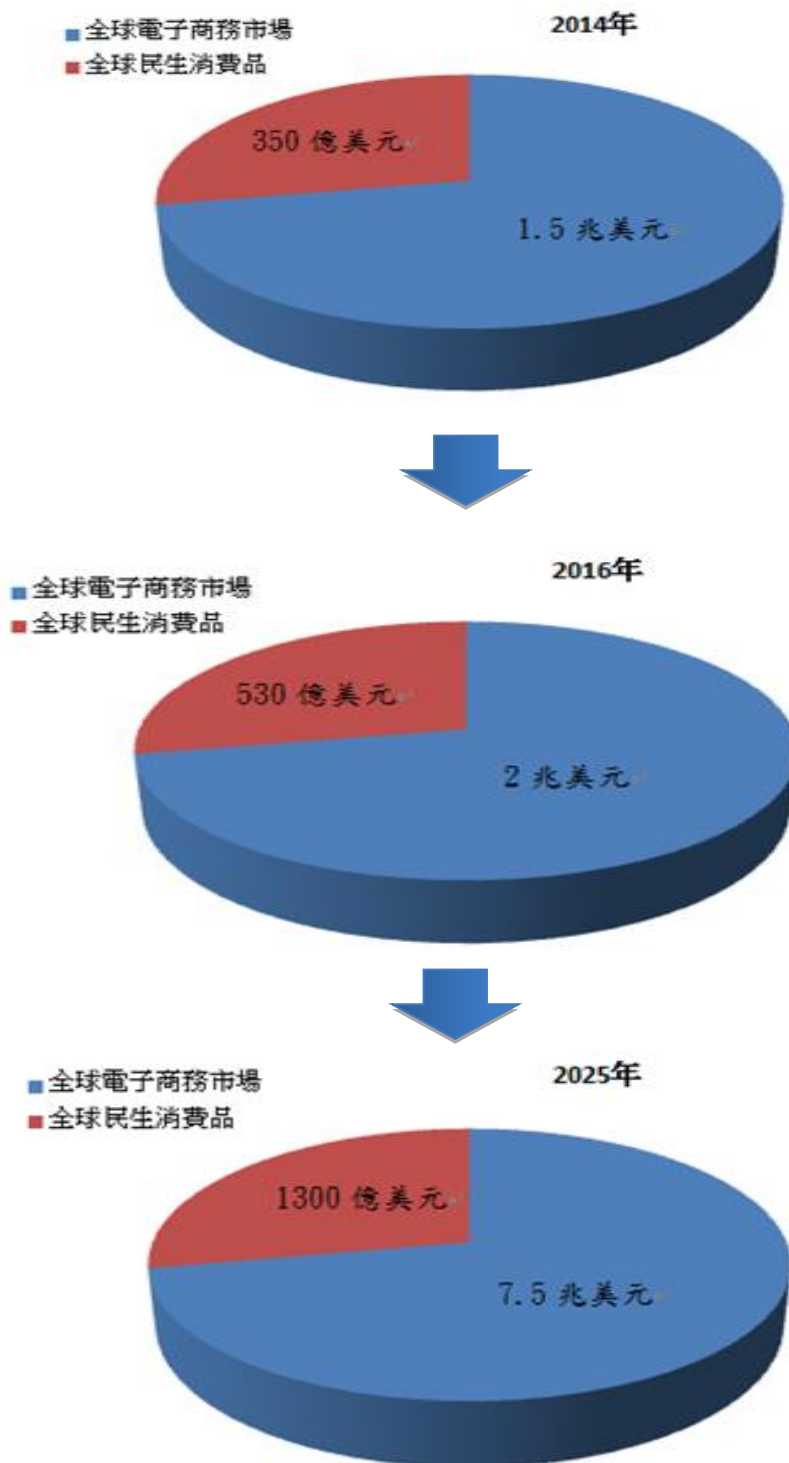


圖 2.7 電子商務概況圖

綜合以上所述，電子商務市場日趨提升，亞洲的交易量已佔據全球第一，2014 年子商務市場規模為 1.5 兆美元，2016 年更將會達到 2 兆美元，在台灣方面，民生消費品電子商務已排名全球第二，更凸顯出傳統產業與虛擬線上商店結合所帶來的龐大利益。

第參章 研究架構

3.1 研究流程

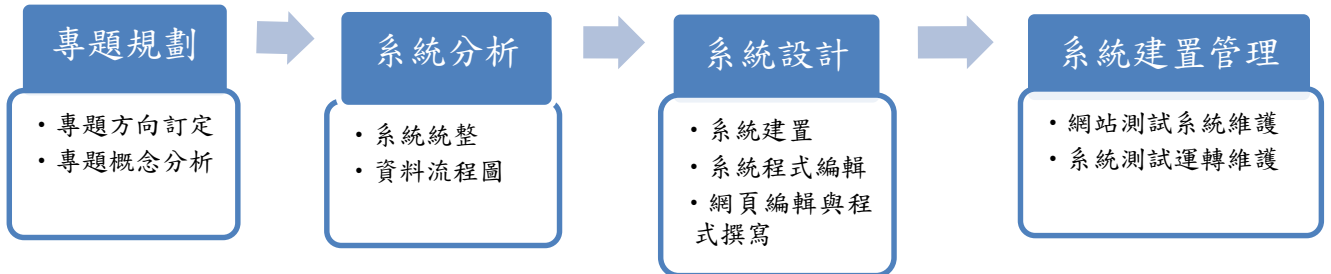


圖 3.1 研究流程圖

本專題分成四大主軸進行：

1. 第一部分為專題規劃，其內容分成兩項進行，第一項為規劃專題方向，擬定專題主題為「建置行動商務平台」；第二項為專題概念分析，經由文獻探討及瀏覽各網站，作為分析來源，且開始著手專題訂定主軸。
2. 第二部分為系統分析，其內容分成兩項進行，第一項為收集各網站資料(例：茶山房、阿原肥皂)加以整理歸納；第二項將所蒐集到的資料繪製塑模圖，將文字轉製圖形增加運作效率。
3. 第三部分為系統設計，設計前端網站頁面與後端管理系統，將商品陳列於網站，並完成每筆訂單交易。
4. 第四部系統建置管理，系統大致建置完成，實施系統上線，運轉測試，完成該系統實際上線運轉，展現出網站新風貌。

3.2 研究方法

本專題將使用 Dreamweaver CS6 建置形象網站並運用網頁程式語言建置留言板以及會員系統；利用 Draw.io 劃出各種系統流程圖；運用 Illustrator CS6 與 PhotoShop CS6 修飾商品照片與設計公司商標以及設計商品外包裝；資料庫部分則是使用 PhpMyAdmin，來建置網站後端資料庫，讓廠商方便掌控商品銷售以及顧客資料。

3.3 應用軟體介紹

本專題所使用之應用軟體包括以下六種: Dreamweaver、MySQL 管理工具 (phpMyAdmin)、Draw.io、Adobe Illustrator。分別說明如下:(表 3.3)

表 3.3 應用軟體圖表

Dreamweaver		
軟體示意圖	軟體簡介與規劃	軟體達成目標
	<p>Dreamweaver 是一套具全方位功能且介面人性化的網頁編輯軟體，能與網際網路的多媒體化及動態資料庫相互整合。</p> <p>將運用 Dreamweaver 進行前端網頁介面設計及後端管理介面設計。</p>	<p>前端、後端平台建置</p>
MySQL 管理工具 (phpMyAdmin)		
軟體示意圖	軟體簡介與規劃	軟體達成目標
	<p>MySQL 為開放原始碼的資料庫軟體，可用以處理資料庫(Database)，由 PHP 寫成，所有資料庫管理、備份、回存、SQL 操作都可以由此工具完成。</p> <p>建置後台資料庫以提供廠商掌握顧客意見回覆資料收集，使銷售平台達到最佳狀況。</p>	<p>後端資料庫建置</p>

Draw.io		
軟體示意圖	軟體簡介與規劃	軟體達成目標
	<p>Draw.io 是一套線上繪製流程圖軟體，能設計出各種類型的流程圖(例:UML、E-R model 圖等...)。</p> <p>將運用 Draw.io 完成各流程圖(例:會員登入、留言板流程等...), 一系列流程圖規劃。</p>	設計流程圖
Adobe Illustrator		
軟體示意圖	軟體簡介與規劃	軟體達成目標
	<p>簡稱「AI」，是一套視覺設計的向量繪圖軟體，適用於插畫、海報、型錄、書籍、網頁、視訊等設計。</p> <p>將運用 Illustrator 進行商品設計(例如:商品外盒設計、標籤設計、商標設計、提袋設計等...), 完成一系列商品設計規劃。</p>	Logo 建置、照片修圖編輯、包裝外觀設計。

3.4 網站架構

3.4.1 需求分析

首先，以廠商的角度，上架自己的商品，網站上線開始運轉後，廠商將陸續開發新商品讓顧客有更多的選擇，並與管理者共同維護系統運作狀況，針對自己的頁面做微調以維持運轉順利。廠商開設粉絲頁面，能與顧客能即時對談，縮短與顧客距離，最後針對顧客購買後對商品有任何疑問也可利用電話及電子郵件洽詢，讓廠商提供完整與即時性的服務。

再以顧客的角度瀏覽網站，將進行商品瀏覽挑選出符合自己想嘗試或使用過的商品，選購完商品後，並且填寫資料、付款方式以完成交易，收到商品並使用後，可將商品意見回饋給廠商也可讓廠商知道顧客對於商品的所消費狀況。綜合以上敘述依據而繪製下圖：(圖 3.4.1)

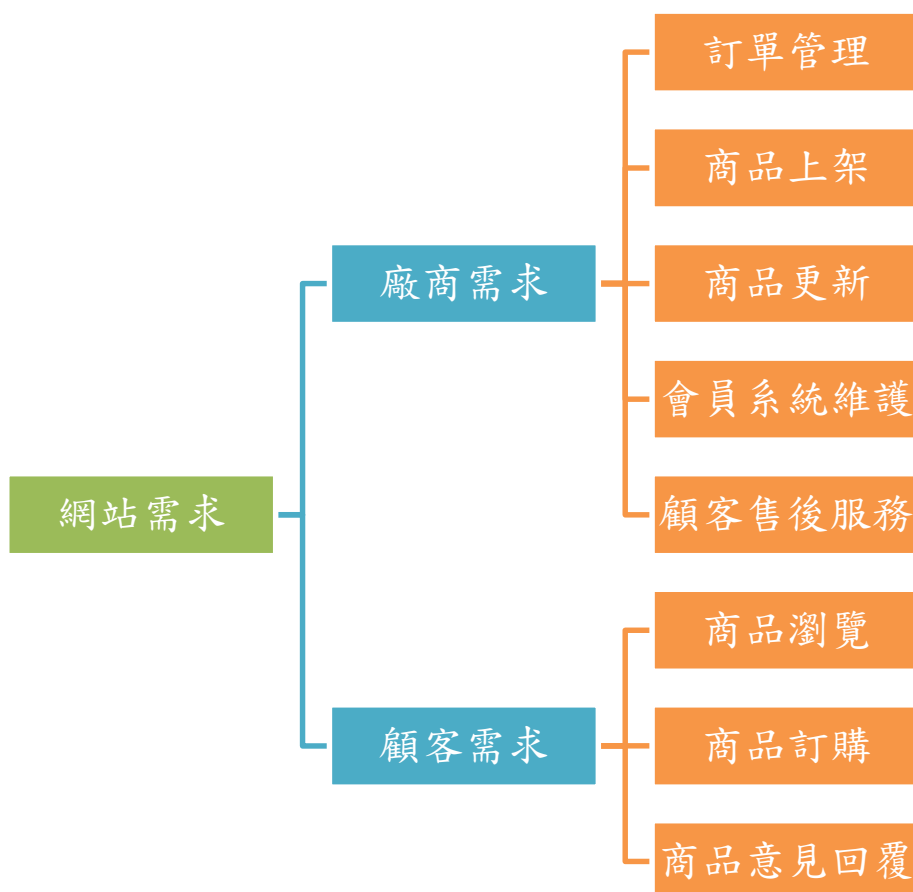


圖 3.4.1 網站需求分析圖

3.4.2 網站比較

在網路上搜尋與肥皂相關的網站，以此做為架設網站的參考，設計出貼近顧客需求的行動商務平台。下表為各網站比較表，以茶山房、阿原肥皂、樂活造世界為例(表 3.4.2)。

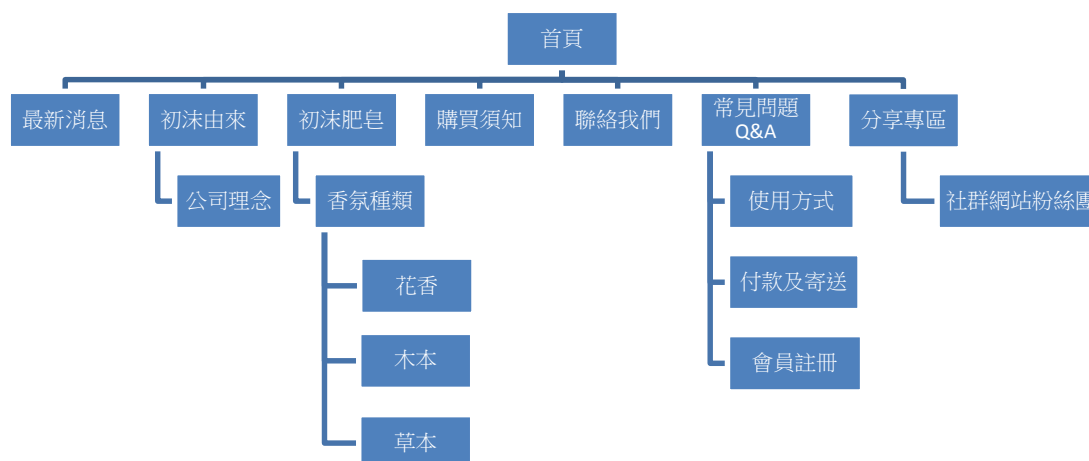
表 3.4.2 網站比較表

	茶山房	阿原肥皂	樂活皂世界
首頁廣告設計	圖像式橫幅輪播	單一廣告投影片切換	文字篇幅
首頁版面設計	三欄式版型	三欄式版型	兩欄式版型(倒L型)
商品陳列	以節慶活動與肌膚性質及熱銷商品分類	依用途商品分類	依用途商品分類

總結以上各網站架設的比較結果，以圖像式設計首頁廣告比其他兩者較佳，顧客點進首頁就可以直接瀏覽到商品及活動資訊，能使商品曝光率及購買率增加。首頁版面以三欄式版型呈現居多，讓頁面整體顯現較為整齊，而商品陳列方式都是依用途及性質分類，使顧客可以依自身的需求點選相關的商品。本專題將綜合以上結論，設計出最符合顧客需求的商務平台。

3.4.3 網站架構圖

經由網站需求分析圖及網站比較表，統整與討論，來繪製本網站功能架構圖，如圖(3.4.3)所示：



3.5 系統流程圖介紹

3.5.1 購物車系統圖

會員登入購物商城系統，瀏覽商品(商品資料庫將連結至商城系統)，選擇欲購買商品，點選加入購物車的按鈕，若購物完畢需結帳時，則點選前往結帳按鈕，修改商品訂單、數量，確認送出，填寫訂購者資料後確認訂單，確認訂單成功(yes)，成立訂單資料，將顯示訂購完成，訂單成功；若確認訂單失敗(no)，則顯示訂單錯誤訊息，將跳回修改商品訂單資料，重新修改輸入。

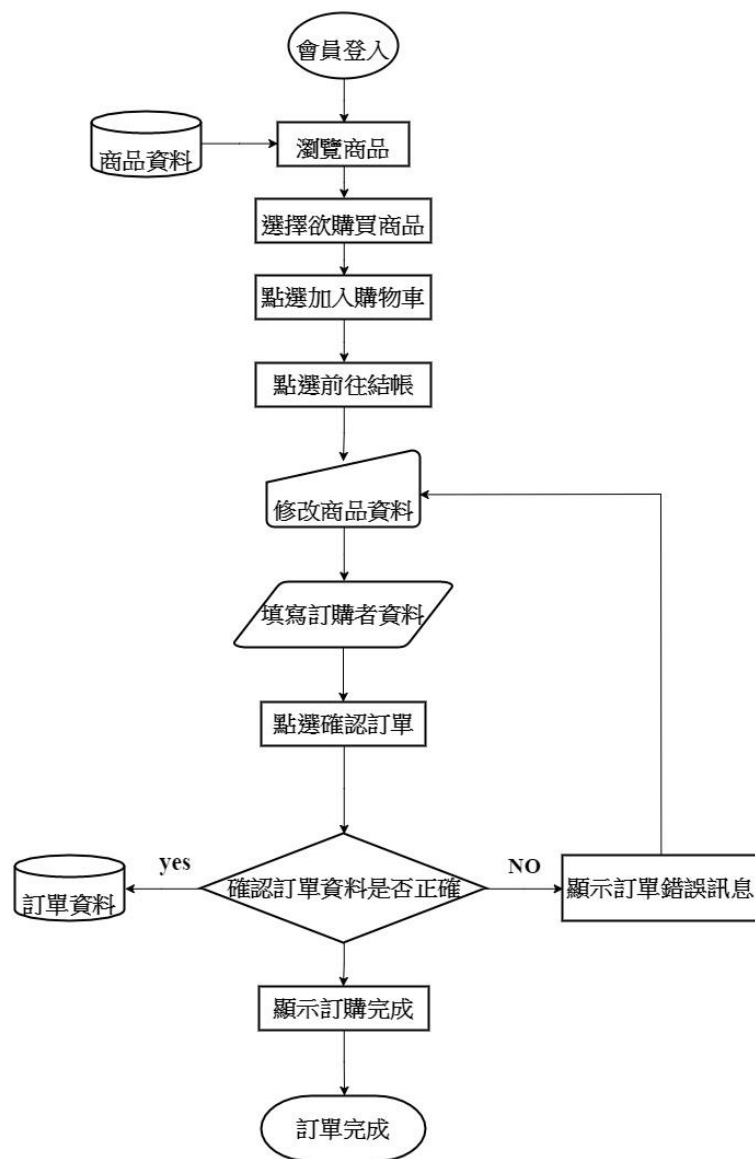


圖 3.5.1 購物車系統流程圖

3.5.2 廠商端訂單系統圖

當廠商接受訂單，系統將會自動顯示訂單並作通知，廠商進入系統審核訂單，訂單成立(yes)成為一筆訂單資料，訂單失敗(no)則會顯示訂單失敗的訊息，將重新回到接收訂單做訂單修正。

成立訂單後，系統會接續要求填寫出貨單，確認出貨成功(yes)產生出貨單資料即可列印出貨單，表示訂貨成功；若顯示出貨單錯誤訊息，則資料填寫錯誤，將會回到成立訂單並重新要求填寫出貨單。

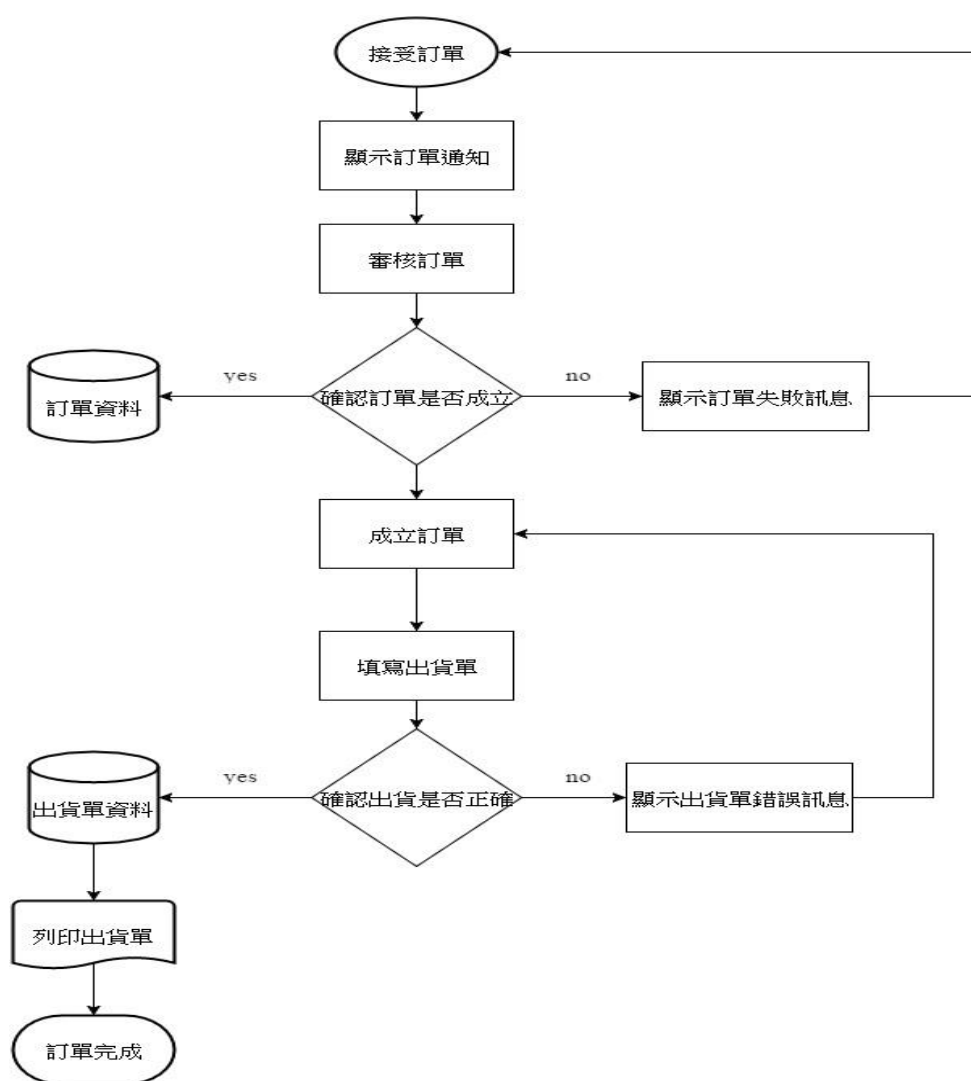


圖 3.5.2 廠商端訂單系統流程圖

3.5.3 商品上架流程圖

廠商若要進行商品新增、修改、刪除，則必須進入上架商品系統，點選準備上架商品資料，輸入價格以及商品資訊，確定開始上架販售(yes)，商品資料則會自動新增至商品資料庫，即可開始上架販售，若要不確定上架販售(no)，則會進入調整商品點選新增、修改、刪除，確認後將再評估是否開始上架販售(yes)，調整完商品資料即可開始上架販售。

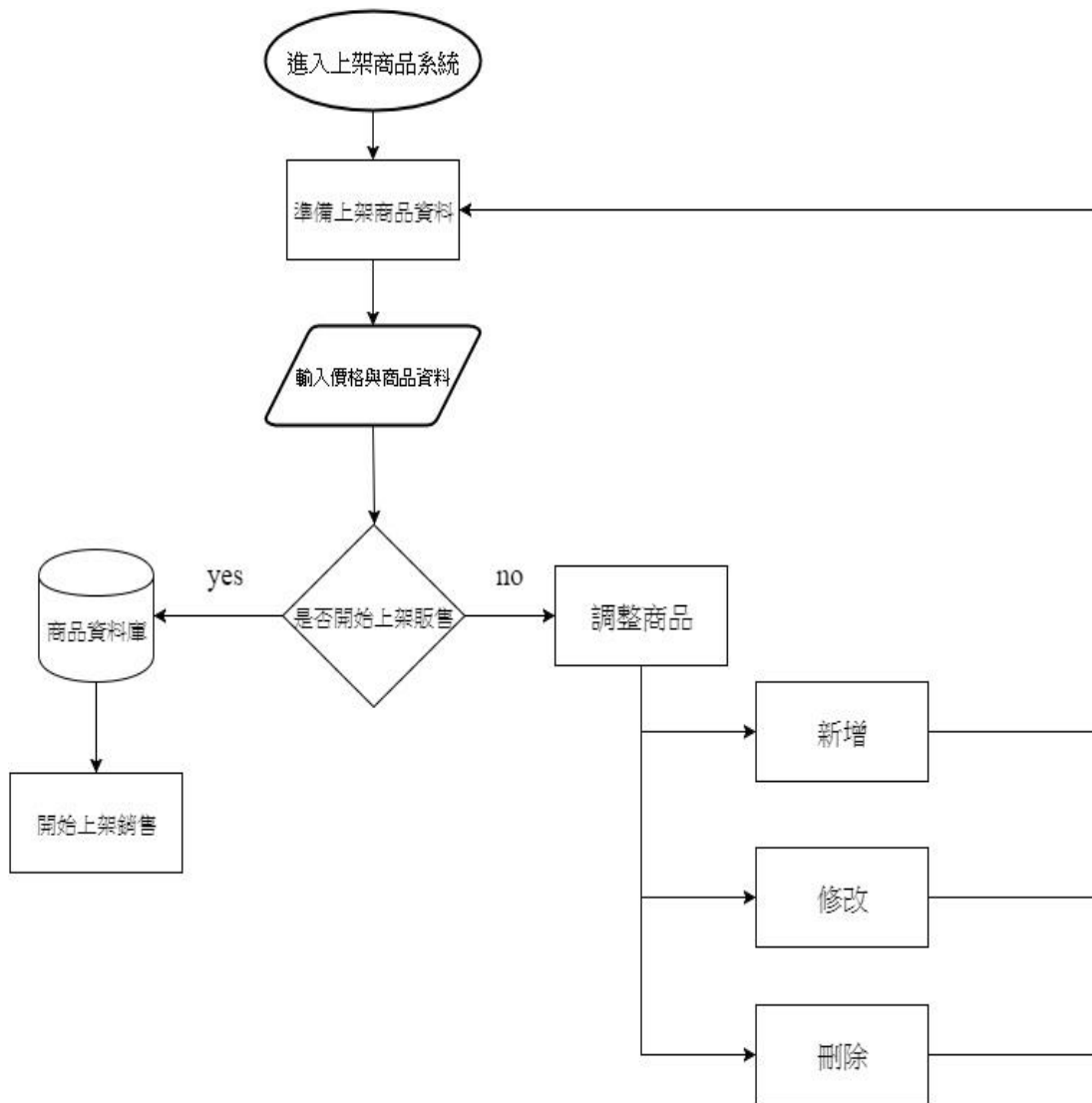


圖 3.5.3 商品上架流程圖

3.5.4 會員註冊流程圖

申辦會員資料，點選會員系統的會員申請註冊，填寫會員申請資料，資料送出，系統將會確定資料是否有誤，會員資料建置成功(yes)則會新增至會員資料庫，即可完成註冊；若是出現顯示錯誤通知，則表示會員申請資料填寫有誤，將回到會員申請註冊頁面，重新提出會員申請資料填寫。

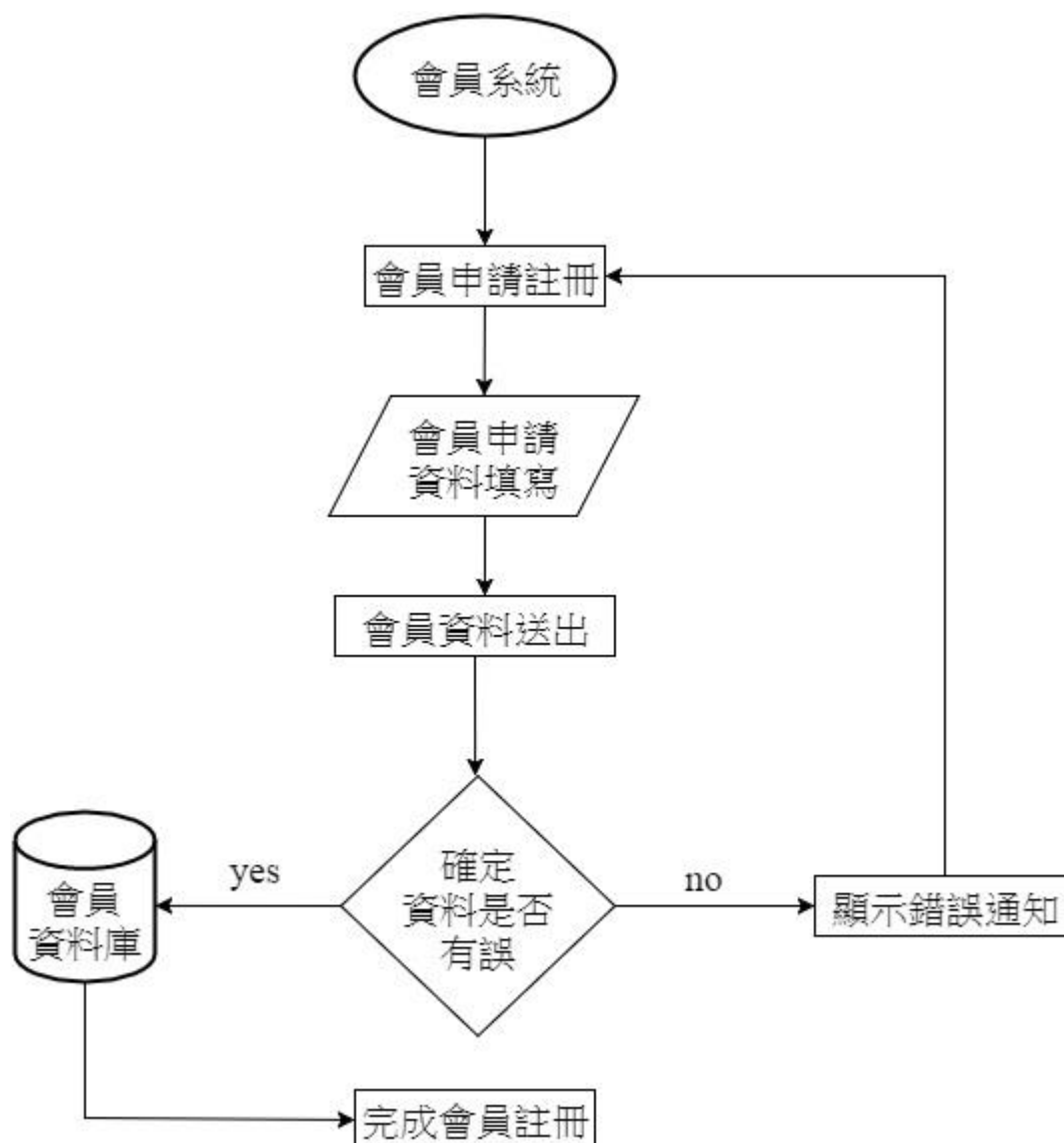


圖 3.5.4 會員註冊流程圖

3.5.5 會員登入流程圖

登入會員系統，選擇會員登入，輸入帳號密碼，登入成功(yes)，即可進入會員系統，若登入失敗(no)，將回到登入系統並要求重新輸入帳號密碼。

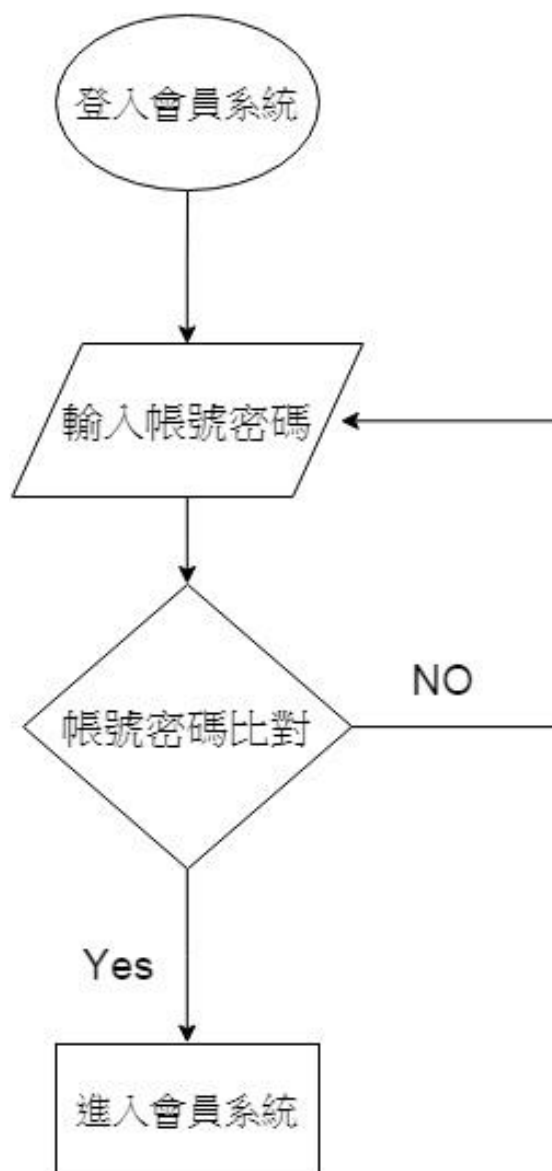


圖 3.5.5 會員登入流程圖

3.5.6 留言板流程圖

進入系統，選擇留言板，進入留言板畫面，新增留言後加以儲存，結束留言。

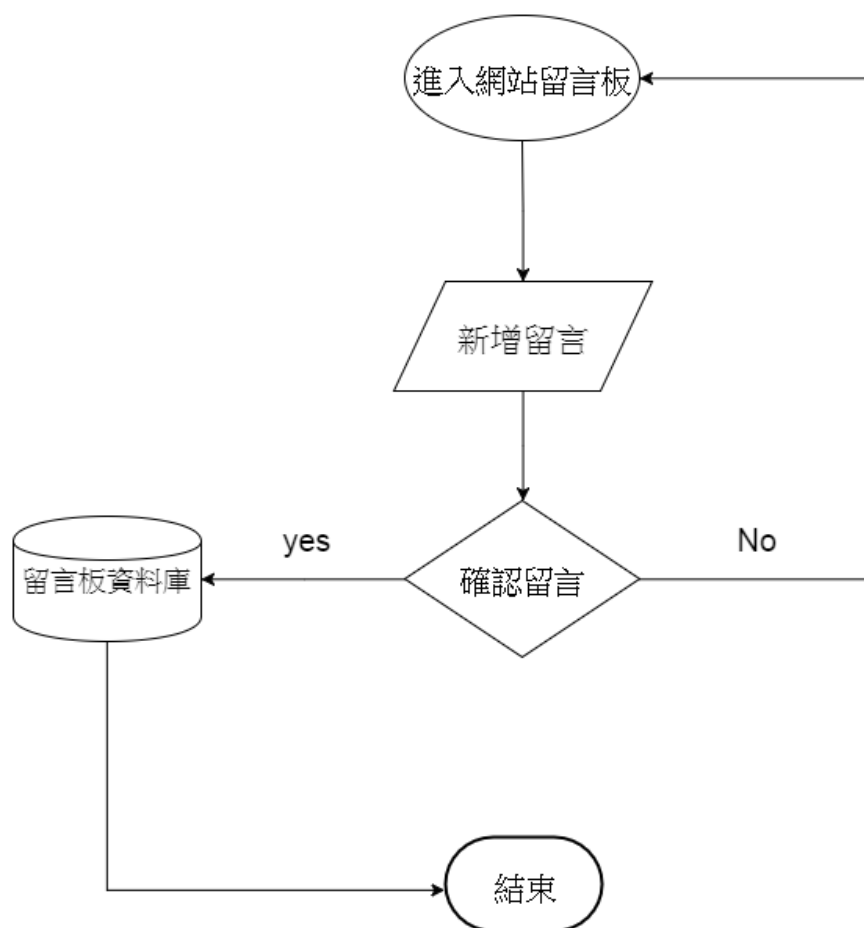


圖 3.5.6 留言板流程圖

3.6 管理者實體關聯圖

本專題實體關聯圖規劃四個實體，分別為管理者(廠商)、客戶(會員)、訂單、商品，再依各個實體，個別細分子實體，在實體與實體之間規劃出相對關係。

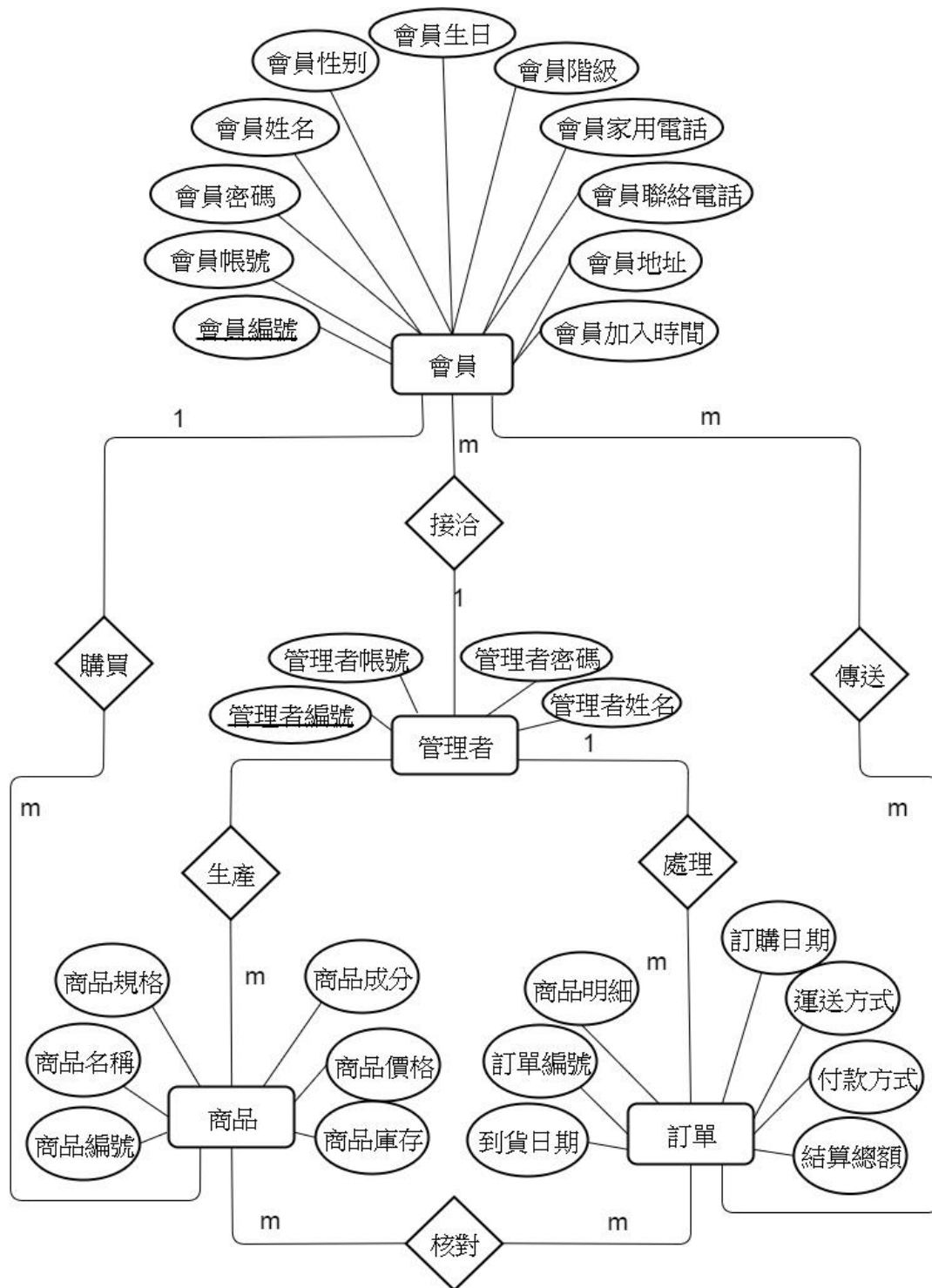


圖 3.6 管理者實體關聯圖

3.7 資料庫圖表

表 3.7.1 最新消息資料表

欄位	中文對照	型態	NULL
nID	最新消息編號	Int(11)	否
nType	最新消息類型	Varchar(20)	否
nDate	最新消息日期	date	否
nTitle	最新消息標題	Varchar(100)	否
nContent	最新消息內容	text	是
nEditor	最新消息編輯者	Varchar(100)	是
nOK	最新消息是否顯示	enum('yes','no')	否

表 3.7.2 商品資料表

欄位	中文對照	型態	NULL
proPid	商品編號	Int(5)	否
proCidname	商品類別名稱	varchar(15)	否
proName	商品名稱	varchar(10)	否
proPrice	商品價格	varchar(20)	否
proSpecification	商品規格	varchar(20)	否
proImg	商品圖片	varchar(200)	否
proContent	商品說明	varchar(200)	是
proElement	商品成分	varchar(200)	否
proApply	商品使用說明	varchar(200)	否
proNew	是否為最新商品	Enum('Yes', 'No')	Yes

表 3.7.3 Q&A 資料表

欄位	中文對照	型態	NULL
qID	問題編號	Int(3)	否
qPID	問題類別編號	Int(3)	否
qTitle	問題標題	Varchar(40)	否
qContent	問題內容	Varchar(200)	否
qOp	問題分類選項	Enum('一般問題',' 使用方式','付款及 寄送','會員註冊')	否

表 3.7.4 會員資料表

欄位	中文對照	型態	NULL
memID	會員編號	Int(10)	否
memUsername	會員帳號	varchar(40)	是
memPs	會員密碼	varchar(30)	是
memName	會員姓名	varchar(20)	是
memGender	會員性別	varchar(20)	是
memBirthday	會員生日	date	是
memLevel	會員階級	varchar(20)	否
memCel	會員家用電話	varchar(100)	是
memTel	會員聯絡電話	varchar(100)	是
memAddress	會員地址	varchar(60)	否
memJointime	會員加入時間	dateime	是

表 3.7.5 管理者資料表

欄位	中文對照	型態	NULL
mrId	管理者編號	Int(5)	無
mrAcc	管理者帳號	varchar(30)	否
mrPs	管理者密碼	varchar(20)	否
mrName	管理者姓名	varchar(20)	否

表 3.7.6 訂單資料表

欄位	中文對照	型態	NULL
orderID	訂單編號	int(5)	無
ordSubtotal	商品小計	int(11)	是
paytype	付款方式	varchar(50)	是
ordGrandtotal	商品總計	int(11)	是
ordCustomername	顧客名稱	varchar(100)	是
ordCustomeremail	顧客信箱	varchar(100)	是
ordCustomeradd	顧客地址	varchar(100)	是
ordCustomertel	顧客電話	varchar(100)	是
ordCustomerfive	銀行後五碼	int(11)	是
orddate	訂單日期	date	否

表 3.7.7 輪播牆資料表

欄位	中文對照	型態	NULL
Adid	編號	int(5)	否
Adlmg	圖檔名稱	varchar(20)	否

表 3.7.8 留言板資料表

欄位	中文對照	型態	NULL
bdID	留言板編號	int(5)	否
bdName	留言板姓名	Varchar(20)	否
bdTel	留言板電話	Varchar(20)	否
bdTitle	留言板標題	Varchar(20)	否
bdEmail	留言板信箱	Varchar(60)	否
bdContent	留言板內容	Varchar(200)	否
bdDate	留言板日期	date	否
bdAdd	留言板地址	Varchar(40)	是
Security_code	留言板安全碼	Varchar(20)	否

表 3.7.9 訂單細節資料表

欄位	中文對照	型態	NULL
orderDetail	編號	Int(11)	無
orderID	訂單編號	Int(11)	是
proPid	商品編號	Int(11)	是
proName	商品名稱	varchar(20)	是
UnitPrice	商品單價	Int(11)	是
Quantity	商品數量	Int(11)	是
proCheck	商品確認	Enum('確認中','已收到','已出貨')	否

第肆章 系統操作

4.1 前台系統

4.1.1 首頁

首頁以人性化操作為主的設計風格，顧客使用起來更便利，也能增加購買意願，且透過粉絲團的分享，提升商品的曝光率。



圖 4.1.1 首頁

4.1.2 最新消息

使用者可以透過最新消息，直接瀏覽最新的優惠活動或新上線的商品。



圖 4.1.2-1 最新消息



圖 4.1.2-2 活動快報

最新消息

[首頁](#)>[最新活動](#)>[會員專區](#)

活動快報

愚人節快樂!!

2016-04-01

[>more](#)

[會員專區](#)

[下一頁](#)

初沫 最佳解析度1024*768
Original Bubble 義理事業股份有限公司 OriginalBubble 客戶服務電話:+886-4-23214082
地址:台灣台中市西區忠誠街90號
製造商:家碩國際股份有限公司
工廠字號:99-720674-00

圖 4.1.2-3 會員專區

4.1.3 初沫由來

介紹肥皂的由來及公司理念，讓使用者更了解商品。

初沫

Original Bubble

購物清單 登入

最新消息 News 初沫由來 Story 初沫肥皂 Product 購買須知 Note 聯絡我們 Contact us 常見問題 Q&A 分享專區 Share

初沫由來

初沫由來

公司理念

首頁>初沫由來>初沫由來

初沫由來

本品牌創立於2015年6月，精油手工皂使用天然特性原料和無化學成分精油製作，使用時細緻綿密的泡沫，讓消費者使用更加安心、對環境盡一份心力。

初沫從四季為出發點，一年之初為春、之末為冬，象徵從開始以及結束過程，有始有終，誕生出初末這個詞，並將「末」轉成肥皂泡沫的「沫」字，創造出此一初沫品牌。



英文名稱運用手工皂最原始泡沫的特性，以原創Original為發想，當作是原始的解釋，加上手工皂獨特細緻泡沫感覺，給消費者最原始的觸感，再以泡泡直接翻譯Bubble，成為一個原創的品牌—Original Bubble。

初沫 最佳解析度 1024*768
真理事業股份有限公司 OriginalBubble 客戶服務電話:+886-4-23214082
Original Bubble 地址:台灣台中市西區忠誠街90號
製造商:家碩國際股份有限公司
工廠字號:99-720674-00

圖 4.1.3-1 初沫由來

初沫

Original Bubble

購物清單 登入

最新消息 News 初沫由來 Story 初沫肥皂 Product 購買須知 Note 聯絡我們 Contact us 常見問題 Q&A 分享專區 Share

初沫由來

初沫由來

公司理念

首頁>初沫由來>公司理念

公司簡介

真理事業股份有限公司成立於2006年，主要從事花藝設計，婚禮設計，精油手工皂等相關產品。本公司負責人由陳真理老師帶領團隊組成。

陳老師具有"日本真美花藝設計學院講師"、"草月流花藝講師"。對精緻藝術有特別的喜好，近幾年更沉浸於花藝和各種手工藝術，特別和家碩代工廠合作，以專業製造技術和精油調香專業製作高品質的精油皂。

主要業務為:

可為公司/行號/個人，量身訂做專屬的客製化精油皂，品質一流，外觀精美大方！
擁有美麗精細的花紋、漂亮的色澤和芬芳迷人的香味，並且量產的實力！
歡迎各界公司/行號/企業洽詢，我們將提供最大的優惠及協助！

真理事業股份有限公司之優勢:

- 1.品質穩定:具標準作業流程(SOP)，品質穩定可靠。
- 2.代客設計:可依據貴公司的需求，設計、製作外形及香味均一流的手工皂。
- 3.可量產:精美的精油手工皂，與一般市售
- 4.合法經營:本公司擁有合法營利事業登記證，可開立具統一編號的收據。符合政府法令規定。
- 5.國際條碼:每款皂均有國際條碼，銷售更方便，消費者更有保障。
- 6.SGS檢驗合格:本公司販售之各類精油，經SGS檢驗，四大重金屬及生菌數"零檢出"，符合衛生標準，品質安全可靠。

初沫 最佳解析度 1024*768
真理事業股份有限公司 OriginalBubble 客戶服務電話:+886-4-23214082
Original Bubble 地址:台灣台中市西區忠誠街90號
製造商:家碩國際股份有限公司
工廠字號:99-720674-00

圖 4.1.3-2 公司理念

4.1.4 初沫肥皂

點選肥皂商品後，會出現商品的系列分類，讓使用者可以快速選擇需要的商品，點選喜愛的手工皂產品，進入瀏覽這項商品資訊與價格，進行購買流程。



圖 4.1.4-1 最新系列



圖 4.1.4-2 全部系列

初沫肥皂

- 最新系列
- 全部系列
- 花香系列
- 木本系列
- 草本系列

首頁 > 初沫肥皂 > 花香系列



[薰衣草舒緩精油皂 1500](#)
[迷迭香心曠神怡精油皂 1990](#)

初沫 最佳解析度 / 024*768
 真理事業股份有限公司 OriginalBubble 客戶服務電話: +886-4-23214082
 地址: 台灣台中市西區忠誠街90號
 製造商: 家碩國際股份有限公司
 工廠字號: 99-720674-00

圖 4.1.4-3 花香系列

初沫肥皂

- 最新系列
- 全部系列
- 花香系列
- 木本系列
- 草本系列

首頁 > 初沫肥皂 > 木本系列



[尤加利潔淨精油皂 600](#)
[紅櫚清新精油皂 2500](#)
[茶樹淨化精油皂 2200](#)

初沫 最佳解析度 / 024*768
 真理事業股份有限公司 OriginalBubble 客戶服務電話: +886-4-23214082
 地址: 台灣台中市西區忠誠街90號
 製造商: 家碩國際股份有限公司
 工廠字號: 99-720674-00

圖 4.1.4-4 木本系列

初沫肥皂

首頁 > 初沫肥皂 > 草本系列

- 最新系列
- 全部系列
- 花香系列
- 木本系列
- 草本系列



檸檬草精油皂
660

初沫 最佳解析度 1024*768
 真理事業股份有限公司 OriginalBubble 客戶服務電話:+886-4-23214082
 地址:台灣台中市西區忠誠街90號
 製造商:家碩國際股份有限公司
 工廠字號:99-720674-00

圖 4.1.4-5 草本系列

4.1.5 購物車

使用者可以將欲購買商品放置購物車預選，等候結帳。

初沫肥皂

首頁 > 初沫肥皂 > 購物清單

- 最新系列
- 全部系列
- 花香系列
- 木本系列
- 草本系列

購物清單

商品名稱	商品價格	商品數量	商品全額	取消
尤加利潔淨精油皂 小計	NT\$600	1	NT\$600	刪除
總計			NT\$600	

繼續購物

更新數量

清空購物清單

我要結帳

初沫 最佳解析度 1024*768
 真理事業股份有限公司 OriginalBubble 客戶服務電話:+886-4-23214082
 地址:台灣台中市西區忠誠街90號
 製造商:家碩國際股份有限公司
 工廠字號:99-720674-00

圖 4.1.5-1 購物清單

- 最新系列
- 全部系列
- 花香系列
- 木本系列
- 草本系列

確認訂單

商品名稱	商品價格	數量	金額
尤加利潔淨精油皂	\$600	1	\$600
小計			\$600
總計			\$600

聯絡資料

姓名

電話

住址

電子郵件

付款方式 銀行轉帳 ATM轉帳

匯款後五碼

送出

初沫 最佳解析度 1024*768
Original Bubble 真珠事業股份有限公司 OriginalBubble 客戶服務電話:+886-4-23214082
地址:台灣台中市西區忠誠街90號
製造商:家頓國際股份有限公司
工廠字號:99-720674-00

圖 4.1.5-2 確認訂單

4.1.6 購買須知

講解使用者購買商品所需要注意的事項及付款方式。

購物須知

訂購方式:

- A. 線上購物下單
- B. Email - 線上客服系統訂購
- C. 電話客服訂購:+886-4-2321408

電話訂購客戶請準備以下資料，以便作業流程。

- 1. 購買人姓名：
- 2. 聯絡電話：
- 3. 訂購商品名稱 & 數量：
- 4. 寄送地址：
- 5. 欲轉帳後五碼 (以利對帳)：

*如有任何疑問歡迎來電客服部:+886-4-2321408或是於首頁右上方『聯絡我們』填寫相關訂購資訊，我們將有專人為您服務。謝謝！

圖 4.1.6 購物須知

4.1.7 聯絡我們

使用者可以透過聯絡我們，留下對於商品的疑問或是意見回饋。

初沫 Original Bubble

最新消息 News 初沫由來 Story 初沫肥皂 Product 購買須知 Note 聯絡我們 Contact us 常見問題 Q&A 分享專區 Share

聯絡我們

首頁>聯絡我們>聯絡我們

初沫客服中心

如有本網站產品有任何疑問，請在下方留言給我們，我們會盡速給予回覆。

服務專線(Tel): +886-4-23214028
傳真(Fax): +886-4-23280907
專人線上時段: 9:00 am ~ 9:00 pm
信件服務: chenli950601@gmail.com
melody12300@hotmail.com

姓名
電話
日期
住址
E-mail
信箱
諮詢內容

驗證碼

最佳解析度 1024*768
真理專業股份有限公司 OriginalBubble 客戶服務電話:+886-4-23214082
地址:台灣台中市西區忠誠街90號
製造商:家碩國際股份有限公司
工廠字號:99-720674-00

圖 4.1.7 聯絡我們

4.1.8 常見問題

將使用者對肥皂使用上的疑問或網頁使用上的問題加以解答。

初沫 Original Bubble

最新消息 News 初沫由來 Story 初沫肥皂 Product 購買須知 Note 聯絡我們 Contact us 常見問題 Q&A 分享專區 Share

常見問題

首頁>常見問題>一般問題

一般問題

使用方式

付款及寄送

會員註冊

Q1、同樣是標榜手工皂，為何價格的差異這麼大？
手工皂的價差在於油品等級以及製作手續繁多，手工與機器製作時程差將近兩倍，皂在熟成期間的反覆擦拭、晾皂與不斷修整。皂的熟成的時間長短從一個月到三個月長短分別，以至於皂的空氣度也大大不同，都是不同的所在。

Q2、為什麼初沫一定要等到三個月才可出貨？
冷製皂製作完成後，手工皂內含的水分和鹼質相當高，並無法立即使用，需經過一段熟成期，等皂成功項下降至PH8~9即可使用。

Q3、手工皂能夠從頭洗到腳嗎？
初沫所生產的手工皂所使用油品以及配方屬相當溫和，手工皂質地細緻，對於臉部清潔和身體沐浴皆可使用，但對於頭皮清潔較為不同。由於頭皮分泌油脂分泌較為旺盛，需頭皮較強的清潔力，可選購針對油脂加強調理皂款，讓頭皮毛孔清潔不堵塞。

Q4、手工皂適合所有膚質的人嗎？
初沫所生產手工皂對人體屬於溫和和低刺激性，經衛生檢驗合格，對於有膚質疑慮消費者可以安心使用。

Q5、手工皂使用有沒有使用上的注意？
使用時避開眼睛周圍以及嘴巴周圍，以防造成刺激，如誤入眼睛裡請以大量清水輕輕請洗眼睛周圍，手工皂所屬弱鹼清潔商品，以不要進到身體裡為主，如有清潔上的不適請立即使用。

初沫 Original Bubble

最佳解析度 1024*768
真理專業股份有限公司 OriginalBubble 客戶服務電話:+886-4-23214082
地址:台灣台中市西區忠誠街90號
製造商:家碩國際股份有限公司
工廠字號:99-720674-00

圖 4.1.8 常見問題

4.1.9 分享專區

運用目前社群網站(Facebook)粉絲團建立功能，為產品創立專屬粉絲團，增加曝光機率，使消費者在個人臉書動態也能瀏覽到產品與活動最新資訊。



圖 4.1.9 分享專區

4.2 後台系統

4.2.1 登入頁面

廠商頁面登入，登入廠商使用者帳號與密碼即可使用本頁面功能。

初沫 後端管理平台



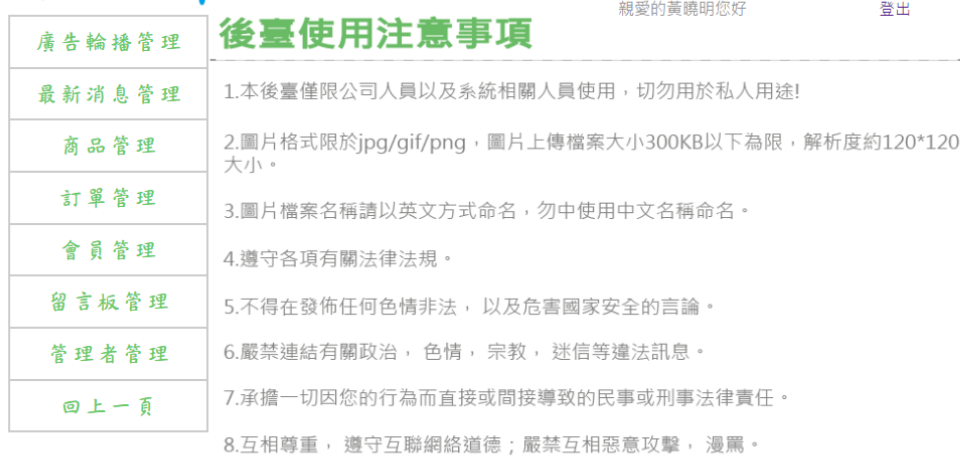
帳號:
密碼:

圖 4.2.1 登入頁面

4.2.2 首頁

進入後台主頁將可使用後台七項功能管理，包含廣告輪播、最新消息、商品管理、訂單管理、會員管理、留言板管理、管理者管理。

初沫 後端管理平台



廣告輪播管理
最新消息管理
商品管理
訂單管理
會員管理
留言板管理
管理者管理
回上一頁

後臺使用注意事項

親愛的黃曉明您好 [登出](#)

- 1.本後臺僅限公司人員以及系統相關人員使用，切勿用於私人用途!
- 2.圖片格式限於jpg/gif/png，圖片上傳檔案大小300KB以下為限，解析度約120*120大小。
- 3.圖片檔案名稱請以英文方式命名，勿中使用中文名稱命名。
- 4.遵守各項有關法律法規。
- 5.不得在發佈任何色情非法，以及危害國家安全的言論。
- 6.嚴禁連結有關政治，色情，宗教，迷信等違法訊息。
- 7.承擔一切因您的行為而直接或間接導致的民事或刑事法律責任。
- 8.互相尊重，遵守互聯網絡道德；嚴禁互相惡意攻擊，漫罵。

圖 4.2.2 首頁

4.2.3 留言版管理

廠商點選留言板管理系統，系統會顯示出留言標題、時間、顧客反映姓名、電子郵件，廠商欲查看該名顧客反映意見內容將可點選查看鈕進行該名顧客意見內容查看。

初沫 後端管理平台

親愛的黃曉明您好 [登出](#)

廣告輪播管理	新增最新消息				
最新消息管理	標題				
	發佈人				
商品管理	類別	活動			
訂單管理	日期				
會員管理	是否公布	<input checked="" type="radio"/> yes <input type="radio"/> No			
留言板管理	內容				
管理者管理					

富文本編輯器工具欄：剪貼、複製、貼上、撤銷、重做、加粗、斜體、下劃線、字體顏色、背景顏色、列表、無格式、右對齊、樣式、格式、幫助、原始碼

內容輸入區

儲存 清除

圖 4.2.3-1 留言板管理

初沫 後端管理平台

親愛的黃曉明您好 [登出](#)

廣告輪播管理	留言板管理				
最新消息管理	標題	時間	留言者	E-mail	
商品管理	ffweew		陳玉緣	monster6143@yahoo.com.tw	查看
訂單管理					
會員管理					
留言板管理					
管理者管理					

圖 4.2.3-2 留言板新增

4.2.4 使用者管理

廠商點選新增管理者帳號/密碼管理功能，進行修改管理者帳號/密碼。

初沫 後端管理平台

親愛的陳三您好 [登出](#)

廣告輪播管理	使用者管理				
最新消息管理	姓名	帳號	密碼	備註	
商品管理	陳三	a1234	b12345678		修改 刪除
訂單管理	黃曉明	admin	passwd		修改 刪除
會員管理					
留言板管理					
使用者管理					
登出					

圖 4.2.4-1 使用者管理

初沫 後端管理平台

親愛的黃曉明您好 [登出](#)

廣告輪播管理	新增管理者帳號/密碼				
最新消息管理	姓名	<input type="text" value="請輸入姓名"/>			
商品管理	帳號	<input type="text" value="請輸入帳號"/> *			
訂單管理	密碼	<input type="text" value="請輸入密碼"/> * (請輸入8-16個字元的英文及數字)			
會員管理	重複密碼	<input type="text" value="請再次輸入密碼"/>			
留言板管理	備註	<input type="text"/>			
管理者管理					<input type="button" value="送出"/> <input type="button" value="清除"/>
回上一頁					
登出					

圖 4.2.4-2 使用者新增

4.2.5 商品管理

廠商點選商品管理功能，可在後台新增、修改、刪除已上架產品。

初沫 後端管理平台

親愛的黃曉明您好 [登出](#)

廣告輪播管理	商品管理					
	商品編號	商品分類	商品圖片	商品名稱	商品價格	
最新消息管理	2	草本肥皂		檸檬淨白精油皂	990	修改 刪除
商品管理	3	花香肥皂		薰衣草舒緩精油皂	1500	修改 刪除
訂單管理	4	草本肥皂		檸檬馬告滋潤精油皂	1700	修改 刪除
會員管理						
留言板管理						
管理者管理						

圖 4.2.5-1 商品管理

初沫 後端管理平台

親愛的黃曉明您好 [登出](#)

廣告輪播管理	商品新增	
	最新消息管理	商品名稱
商品管理	商品類別	花香肥皂 ▾
	商品價格	<input type="text"/>
訂單管理	商品規格	<input type="text"/>
會員管理	商品內容	<input type="text"/>
留言板管理	商品成分	<input type="text"/>
管理者管理	商品使用說明	<input type="text"/>

圖 4.2.5-2 後台商品新增

4.2.6 最新消息管理

廠商點選新增最新消息，可為網站前台新增手工皂產品的最新資訊。

初沫 後端管理平台

親愛的黃曉明您好 [登出](#)

廣告輪播管理	最新消息			
最新消息管理	類型	標題	發佈人	日期
商品管理	活動	慶祝網站順利開幕	老闆	2016-04-14
訂單管理	vip	愚人節快樂!!	小編	2016-04-01
會員管理	活動	母親節的體貼呵護 Happy Mother's Day Special Offer	小編	2016-04-23
留言板管理	共有3 筆訊息,目前檢視第1筆至第3筆。			
管理者管理	下一頁			

圖 4.2.6-1 最新消息管理

初沫 後端管理平台

親愛的黃曉明您好 [登出](#)

廣告輪播管理	新增最新消息	
最新消息管理	標題	<input type="text"/>
商品管理	發佈人	<input type="text"/>
訂單管理	類別	活動 ▾
會員管理	日期	<input type="text"/>
留言板管理	是否公布	<input checked="" type="radio"/> yes <input type="radio"/> No
管理者管理	內容	<div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px;"><p>富文本編輯器工具欄：剪貼、複製、貼上、撤銷、重做、加粗、斜體、下劃線、文字顏色、背景顏色、列表、縮進、右對齊、左對齊、樣式、格式、幫助、原始碼。</p><div style="border: 1px solid #ccc; height: 150px; width: 100%;"></div></div>
		<input type="button" value="儲存"/> <input type="button" value="清除"/>

圖 4.2.6-2 最新消息新增

4.2.7 後台訂單查詢

廠商點遠訂單查詢功能，進行顧客下訂商品訂單管理。



圖 4.2.7-1 訂單管理



圖 4.2.7-2 訂單查詢頁面

第五章 結論與未來展望

本專題為建置行動商務平台，以提升商品曝光率及銷售率，讓廠商能因應現代商店科技之潮流，實際達到實體店鋪與虛擬通路的同步運行，建置簡單後端管理系統使管理者能方便維護前端網站頁面，以低成本達到最大效益。

管理者藉由簡單後端管理系統，將商品上架至前端網站頁面，提供顧客完整購物瀏覽，了解顧客購買的想法，替顧客找尋所需的商品，增加顧客線上購物的意願，使廠商能有經營利器在市場上與他廠競爭。

本網站完成前端網站架設及後端管理系統，前端網站頁面規劃品牌故事、最新消息、肥皂商品、會員專區、聯絡我們以及常見問題。並將前端網站頁面，與後端管理系統結合，完成網站商務平台，讓廠商能夠更加便利使用這套系統。

未來網站將定期更新商品，提供促銷優惠，讓客戶能夠以自身的需求來購買商品，客戶若有任何問題都可以直接聯絡廠商，而廠商可以第一時間接收到客戶的需求，讓這套系統可以便利廠商並了解客戶需求。

參考文獻

網站文獻

- (1)財團法人資訊工業策進會-亞太電商高峰會 吸引逾千名業者與會 助我國業者拓展 6 大海外市場 帶動電子商務兆元產業發展:http://www.iii.org.tw/service/3_1_1_c.aspx?id=1529
- (2)肥皂的起源: <https://zh.wikipedia.org/wiki/%E8%82%A5%E7%9A%82>
- (3)國立臺灣科技大學管理研究所 EMBA 碩士在職專班碩士學位論文:http://pc01.lib.ntust.edu.tw/ETD-db/ETD-search/view_etd?URN=etd-0620114-164526
- (4)經濟部統計處: <http://dmz9.moea.gov.tw/gmweb/investigate/InvestigateDA.aspx>
- (5)電子商務:
<http://www.appledaily.com.tw/realtimenews/article/new/20150720/651761/>
- (6)凱度消費者指數: <http://tesa.today/article/244>
- (7)中央通訊社:凱度消費者指數:全球民生消費品電子商務市值將於兩年內颯破 500 億美元 <http://www.cna.com.tw/postwrite/Detail/150684.aspx#.Vnzn0fl97c>
- (8)茶山房: <https://www.teasoap.com.tw/>
- (9)阿原肥皂: <http://www.taiwansoap.com.tw/>
- (10)greencount: <http://www.greenconut.com/>
- (11)MySQL 管理工具(PHPMyAdmin): <https://www.phpmyadmin.net/downloads/>
- (12) Google 表單系統: <https://www.google.com.tw/intl/zh-TW/forms/about/>
- (13)AdobePhotoshop:
<https://helpx.adobe.com/photoshop/how-to/photoshop-creative-cloud-libraries.html>
- (14) Adobe Illustrator: <http://www.adobe.com/tw/products/illustrator/features.html>
- (15)Draw.io: <https://www.draw.io/>

書籍文獻

- (1)蘇世榮,Dreamweaver CS6 創意 X 學習趣,臺北市,松崗資產管理股份有限公司,2013 年 2 月
- (2)陳芸麗,Dreamweaver CS6 易學教本,臺北市,上奇資訊股份有限公司,2012 年 9 月
- (3)大藤幹,最新詳解 HTML&XHTML&CSS 參考辭典,臺北縣,博碩文化股份有限公司,2006 年 3 月
- (4)陳會安,HTML5 · CSS3 · Javascript 程式設計到 JQuery · PhoneGap Android,臺北市,旗標出版股份有限公司,2013 年 3 月
- (5)劉文良,電子商務與網路行銷,臺北市,基峯資訊股份有限公司,2005 年 7 月
- (6)上原善二、陳亦苓,Photoshop 相片修色寶典:表現色彩,打造質感,攝影&設計師一定要知道的 97 個技法,臺北市,基峯資訊股份有限公司,2012 年 11 月
- (7)張家盛,Illustrator CS6 創意視覺設計點子王,臺北市,上奇資訊股份有限公司,2012 年 8 月
- (8)史杜爾、陳亦苓,The Adobe Illustrator CS6 WOW! Book 中文版,臺北市,基峯資訊股份有限公司,2013 年 4 月
- (9)張光煜,速效!Photoshop 照片修圖 112+技巧集,臺北市,電腦人文化事業股份有限公司,2012 年 12 月
- (10)Gary B.Shelly,harry J. Rosenblatt 、粟四維,系統分析與設計第八版,186 頁~221 頁、239 頁~273 頁,臺北市,歐亞書局有限公司、學銘圖書有限公司,2010 年 6 月
- (11)Alannah Moore、吳姿穎,WordPress 七天速成班:打造吸睛的風格化網站與部落格,果禾文化,2013 年 12 月
- (12) 陳源謙,PHP&MySQL 程式設計實務:立即擁有專案開發能力的 16 堂課(附 DVD),博碩,2012 年 8 月

工作時程表

		三下			四上			四下								
		預定時程			預定時程			預定時程								
工作項目		2015			2016			2016								
工作內容		2月	3月	4月	5月	6月	9月	10月	11月	12月	元月	2月	3月	4月	5月	6月
規劃	專題方向訂定															
	專題概念分析與討論															
	專題資料收集															
分析	資料統整															
	資料流程圖															
	系統建置															
設計	系統程式編輯															
	網頁編輯與程式撰寫															
	網頁測試與運轉維護															
實測	系統測試與運轉維護															
	完成書面報告															
		2015 實際時程			2016 實際時程			2016 實際時程								
規劃	專題方向訂定															
	專題概念分析與討論															
	專題資料收集															
分析	資料統整															
	資料流程圖															
	系統建置															
設計	系統程式編輯															
	網頁編輯與程式撰寫															
	網頁測試與運轉維護															
實測	系統測試與運轉維護															
	完成書面報告															

附錄

附錄一 甘特圖