



嶺東科技大學
LING TUNG UNIVERSITY

資訊管理系

霖亞輕鋼架工程有限公司官方網站

指導教授： 賴東彥 教授

組員名單： 彭家祥 A28C013

賀天辰 A28C022

曾冠綸 A28C031

王彥皓 A28C041

張致增 A28C180

中 華 民 國 一 〇 六 年 五 月

嶺東科技大學

資訊管理系

霖亞輕鋼架工程有限公司官方網站

中華民國一〇六年五月



嶺東科技大學
LING TUNG UNIVERSITY

資訊管理系專題口試委員審定書

霖亞輕鋼架工程有限公司官方網站

指導教授： 賴東彥 教授

組員名單： 彭家祥 A28C013

王彥皓 A28C041

曾冠綸 A28C031

賀天辰 A28C022

張致增 A28C180

指導教授： _____

口試委員： _____

中華民國 106 年 5 月 1 日

謝 誌

本次專題報告得以順利完成，首先要感謝的是指導老師賴東彥老師不辭辛勞的指導與鼓勵，並適時的給予建議及提醒，使我們能夠立即調整內容，謹致上我們最誠摯的謝意，感謝老師的帶領使得本專題順利完成。

研究報告口試期間，感謝陳建忠老師、馮曼琳老師不辭辛勞的細心審閱，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加完善，在此由衷的感謝。

最後，感謝系上諸位老師在各學科領域的細心指導，增進資訊管理知識範疇，在此一併致上最高謝意。

彭家祥

王彥皓

曾冠綸

賀天辰

張致增

謹誌

中華民國105年5月於嶺東

摘要

現今的網際發達，手機也從掌上型變成智慧型，宣傳單也變成網路廣告，人們獲取資訊的管道都是透過網路或者 3 C 產品，換言之能在網路行銷的部分大量曝光，即有機會吸引客群，而增加企業知名度及收入。

霖亞輕鋼架是一間專門承包室內裝潢工程的公司，面對網路時代的來襲，也曾經請網站架設人架設網站，但網站內容太過陽春、簡樸，且無法詳細將公司理念及施作內容完善傳達，也無法明確了解消費者的需求，本專題將協助霖亞輕鋼架設計一全新網站。

本次專題根據其他輕鋼架網站作分析，針對現在社會需求，設計專屬霖亞輕鋼架網站，使企業能有效率的進行操作、掌握工作進度及建立嚴謹的工具機產業流程制度。

關鍵字：網路行銷、輕鋼架、公司理念

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	1
第貳章文獻回顧與探討	2
2.1 文獻探討	2
2.2 霖亞輕鋼架介紹	2
2.3 霖亞輕鋼架優劣勢分析	2
2.4 霖亞輕鋼架需求分析	3
2.4.1 輕鋼架建材優勢與劣勢	4
2.5 輕鋼架產業景氣	4
2.6 相關網站探討	5
2.6.1 龍樊裝潢工程有限公司	5
2.6.2 上豪輕鋼架裝潢行	5
2.7 網站差異分析	6
2.8 霖亞輕鋼架網站的不足點	7
2.9 網路行銷	8
2.10 電子商務	8
2.11 網路消費者行為	9
2.11.1 網路文化的影響	10
2.11.2 個人因素的影響	10
2.11.3 網路零售商店氣氛設計的影響	10
第參章研究方法	12
3.1 研究流程	12
3.2 開發軟體	13

3.3 ER model.....	15
3.4 資料庫關聯圖.....	15
3.5 網頁架構圖.....	16
第肆章 系統操作.....	17
4.1 網站首頁.....	17
4.2 公司簡介.....	17
4.3 最新消息.....	18
4.4 營業項目.....	18
4.5 聯絡我們.....	19
4.6 會員登入.....	19
4.7 購物車.....	20
第伍章結論與未來展望.....	21
參考文獻.....	22

表目錄

表一：霖亞輕鋼架SWOT分析圖.....	3
表二：需求分析表.....	3
表三：網站優劣分析表.....	7

圖目錄

圖 1 龍樊裝潢工程有限公司網站.....	5
圖 2 上豪輕鋼架裝潢行網站.....	6
圖 3 霖亞輕鋼架工程有限公司網站.....	7
圖 4 2008~2015 年台灣電子商務產值.....	9
圖 5 研究流程.....	12
圖 6 ER model 圖.....	15
圖 7 資料庫關聯圖.....	15
圖 8 網頁架構圖.....	16
圖 9 網站首頁.....	17
圖 10 公司簡介.....	17
圖 11 最新消息.....	18
圖 12 營業項目.....	18
圖 13 聯絡我們.....	19
圖 14 會員登入.....	19
圖 15 購物車.....	20

第壹章緒論

1.1 研究動機

輕鋼架裝修、室內輕隔間、浴廁搗擺、企口鋁板施作等項目，皆已不是什麼嶄新的施作項目或新技術，這樣的傳統產業在需求量而言並未有衰退的情況發生，想踏入這塊領域分食大餅亦不在少數，但公司行號與消費者大部分皆會挑選成立較久的施工單位，能於如此競爭之市場屹立不搖必有其獨到之處。

現今消費者習慣先上網查詢地方上知名施作單位後再查詢其施作品質與風評，他們相信知名度高與風評佳的施作單位更能滿足他們的施作需求，所以此類傳統產業也正式踏入了網路時代的新行銷觀念，各地的室內設計與室內裝修網站如雨後春筍四處竄立。

霖亞輕鋼架成立於民國八十一年，董事長於公司成立前已有逾十年之工作經驗，近三十年來於桃園地區持續深耕，迄今已是大桃園地區非營造公司的輕鋼架工程公司首屈一指的選擇，但其大多為企業間口耳相傳的風評，對於未接觸過此類產業的消費者來說吸引力有限，我們希望建置一個能塑造專業形象與良好施工品質的正面形象，並將此元素融合於整體網站內，讓有所需要的顧客更能將霖亞輕鋼架是為第一選擇。

1.2 研究目的

對於行銷模式的快速變遷，我們希望能輔助霖亞輕鋼架此一傳統產業能更快的與網際網路潮流接軌，並以簡單的解說使顧客能清楚了解所需施作項目與其實際需求。

本網站將提供聯絡方式、施作品項介紹與所使用之建材資訊，目的在於使消費者明白公司提供的施作項目與各種建材之間的差異性，及自身需求為何，提供最完整的資訊供消費者作為參考之用，同時加入購物商城等系統，讓消費者能更便利的與我們或其他消費者互動，打造一個輕鋼架交流平台，同時能在線上商城選購自身所需要的輕鋼架零組件或自行更換之天花板，提供一個方便且功能性全面又不失人情味的網站。

第貳章文獻回顧與探討

2.1 文獻探討

約莫四十多年前，當年的天花板稱為「天棚」，使用的骨料是木角材釘成的木架，再將貼皮木板直接釘上去，可是此類工法一來耗時、二來重量不均久了容易變形、第三點則是容易受潮濕腐朽或蛀蟲蛀蝕，在建材不斷的演進，輕鋼架成為現代建築的新寵兒，它具有質輕，施工快速，防火隔熱，且價格便宜的多種優點，所以不管是新屋或舊房裝修，都是最佳選擇。

各種金屬天花板輕鋼架隔間，又分乾式輕隔間、濕式輕隔間，一般家庭內部大都採用乾式輕隔間，乾式輕隔間在於質輕、施工快速、不帶泥水、防火、隔音，且強度優於木作，不怕白蟻侵襲，表面可油漆或貼壁紙，瓷磚。而濕式輕隔間大都用於大樓隔戶的分間牆。

現在市面上常見的輕鋼架天花板與輕鋼架隔間牆是由美國人發明，而後輾轉流行至全世界，現今大多可在辦公室、醫院、工廠等地看到這些施作項目，具有施工快速、不易毀損等優點。

2.2 霖亞輕鋼架介紹

霖亞輕鋼架自民國八十一年創立以來即以堅持品質為最高原則，施作地點遍布桃園內大小政府機關、民營企業、公私立教育機構及眾多廠房，風評皆是物美價廉品質實在，而後施作項目加入了浴廁搗擺、木地板施作、水電配置等承包項目，即是希望將施作項目的周圍項目一併做到最好，提供給消費者最好的施作體驗，施作足跡甚至踏足台北、新北、新竹縣市、苗栗縣市、台中縣市等，日前還曾經接獲來自嘉義台南一帶的諮詢電話，霖亞輕鋼架對於品質的堅持可說是有目共睹、聲名遠播。

2.3 霖亞輕鋼架優劣勢分析

為了更有效協助霖亞輕鋼架研擬策略。我們實際與霖亞輕鋼架的老闆面談，經詳談後我們大致上已經了解霖亞輕鋼架所具有的優劣勢，因此我們整理了一張SWOT分析表，如下表。

表一：霖亞輕鋼架 SWOT 分析圖

	優勢	劣勢
內部組織	1. 工程經驗豐富 2. 可將成本壓低	1. 沒有培養新進員工 2. 組織成員老化
外部環境	1. 長期配合廠商多，具合作默契 2. 已有一定名聲基礎	1. 同業競爭者眾多 2. 外包廠商品質控管不易

2.4 霖亞輕鋼架需求分析

綜合以上所述，我們可以得知霖亞輕鋼架主要面臨內部環境之問題為員工結構老化與無新進人員；在外部環境中則是時下競爭者為數眾多，同時因為工程外包而無法統一控管施作品質，我們認為上述劣勢為霖亞輕鋼架眼下必須解決之最急迫問題，我們希望能透過此次網站設計協助解決劣勢，因此以需求製作了一張需求分析表，如下表。

表二：需求分析表

	營運現況	網站需求
內部劣勢	員工老化 無後進人員	發布招募訊息，並置於網站首頁 常駐跑馬燈與廣告招募
外部劣勢	競爭者眾多 控制品質不易	設計偏向簡約，以做出特色為前提 吸引顧客 設立討論區以與顧客能有更多 施工溝通
內部優勢	工程經驗豐富、成本較低	於網站中陳列工程施作結果， 創造口耳相傳行銷
外部優勢	配合廠商眾多、已有一定名聲	將平常合作的建材公司於網站上 公布。於網站中加以宣傳顧客 口碑，同時增加社群網站宣傳， 進行社會網路行銷

2.4.1 輕鋼架建材優勢與劣勢

所謂輕鋼架隔間牆，內部使用 C 型鋼骨架，樑的最上方或地板部以上下槽打底穩固，每 40 公分以直立式放入立柱，再以橫式加入加強橫支、單面封板，骨架中可放入吸音岩棉(加強隔音功能)，內部管線預先配管固定作業，完成另一側封板作業後，表面即可修繕處理(批土.油漆.壁紙.磁磚皆可)。

輕鋼架天花板則是使用鋼架骨料，擇定需求高度後於施工範圍牆面釘入收邊料，於施工位置正上方每 90~105cm 處打入鐵絲吊筋，先將大 T 架上收邊料並以鐵絲吊筋網綁固定，再架上 4 尺與 2 尺骨料後即可放上所擇之天花板，一般來說輕鋼架主要使用材料如以下幾種；

(1) 石膏板：

優點：防火、隔音、隔熱效果佳。

缺點：抗潮性差(建議使用於乾燥處)

(2) 矽酸鈣板：

優點：防火、防潮、隔音、隔熱、不易變形、價格適中。

缺點：施作時容易造成大量粉塵

(3) 水泥纖維板：

優點：防火、防潮、隔音、隔熱、不易變形

缺點：因屬於濕式灌漿隔間牆、施工程序複雜價格較高、(適用於潮溼處、如衛浴設備、廚房等)。

(4) 避免使用「氧化鎂板」，因材質屬於吸水性材質，不適用於台灣潮濕國家；此外，含鎂成分易導致內部五金骨架腐蝕而造成天花板塌下或牆倒塌的後果。

2.5 輕鋼架產業景氣

此類之傳統勞力產業的人力需求量一直是持續且穩定成長的，每年的辦公室、工業廠房與家庭浴廁的天花板裝修工程需求也都維持在接近應顧不暇的中上，在民國八十年代輕鋼架與輕鋼架隔間算是一門新型裝修工程，又因需求量大而施工價位隨之水漲船高，可說是輕鋼架工程界的黃金年代。但此一產業之高價位隨之

萌生出許多問題：例如輕鋼架工程學徒技藝未精則提早離職另立門戶導致「半桶師」橫行，且因其常以低於市場之價格搶單而破壞市場行情水準，因為不精純的施工技藝普遍導致施作品質低劣。如此惡性循環下，現今的輕鋼架工程產業已是競爭相當激烈且難以存活的戰場，時常都能見到新的輕鋼架公司成立與倒閉，但最後只有工程營造公司與成立較久且口碑優良的輕鋼架工程公司能矗立浪頭。

2.6 相關網站探討

我們發現同業之間仍有數個網站可供參考之用，因此收集以下兩個同性質網站進行分析與探討。

2.6.1 龍樊裝潢工程有限公司

此網美觀生動，創新活潑，由此首頁豐富度便可以知道該公司活動極為頻繁，內容豐富，重大活動以廣告牆方式做輪播，吸引訪客的注目。但是此網站並未設立留言版，導致缺乏網上互動交流機會，內容堪稱豐富但排版過於複雜，眾多消息混雜於同一頁面上，在一般使用者瀏覽上來書非常吃力，同時未建置相簿或影音專區，顧客無從得知施作範例或實際施作情況，無法凸顯該公司專業的一面。



圖1 龍樊裝潢工程有限公司網站

2.6.2 上豪輕鋼架裝潢行

此網站排版簡潔，外觀基本樸素，功能一目了然可以快速上手，並整合了所有該公司的活動資訊以供瀏覽者快速查閱，建置了會員機制，提供會員在該網站

上的服務；討論版的功能，可供會員與會員之間的交流，並且建置了影音專區，凸顯該公司風氣活躍，但是網站美工過於簡陋，無法吸引注意。



圖2上豪輕鋼架裝潢行網站

2.7 網站差異分析

龍樊裝潢工程有限公司網站並未設置會員機制與留言版，介面華麗，資料豐富，善用配色營造出活潑生動的形象，吸引學生的目光，但排版過於雜亂、繁瑣，導致訪客進入網站後不知道從何瀏覽起，提供服務過少，幾乎是零互動性的網站。

上豪輕鋼架裝潢行網站，有會員制度，並且提供該網站會員許多服務，整合該公司商品資訊以便瀏覽網站時藉機宣傳，建製影音專區展現該公司生動的一面，不過網站配色過於單調，無法吸引顧客的目光，因此收集以下兩個網站作為網站未來設計方向之參考樣本，並製作比較表格讓各網站之間優劣一目了然，經截長補短後讓網站整體製作達到最佳化。

表三：網站優劣分析表

	龍樊裝潢工程 有限公司網站	上豪輕鋼架 裝潢行網站	霖亞輕鋼架工程 有限公司(計畫)
會員制度	無	有	有
影音專區/相簿	無	有	有
網站編排	複雜	簡潔	簡約
網站美觀	美觀	簡陋	具設計感
留言版	無	有	有
網站互動性	低	高	高

2.8 霖亞輕鋼架網站的不足點



圖3 霖亞輕鋼架工程有限公司網站

首先進入霖亞輕鋼架網站，便發現不明顯的標題和過於簡單的版面排版設計，左邊是各經營項目連結，下方框框分別是公司簡介、經營項目、最新消息、聯絡我們。

該網頁版面設計過於簡單並同時缺乏創意和分類性，網頁背景亦有待加強，

純色調打底卻完全沒有搭配任何物件，缺乏設計感。方框公司簡介、經營項目、最新消息、聯絡我們的延伸閱讀顯得多餘，點擊後只是將字體放大並沒有其他更深入的內容。最新消息僅有一句手機即拍即上，網站資訊一手掌握，足顯該網站內容空洞不足，左方的經營項目連結和下方的經營項目連結是一樣的，以此看來商品分類的連結顯得雞肋，最重要是上方的標題段畫圖是 2011 的消息，更清楚瞭解到該網站並未注重於持續更新。

2.9 網路行銷

網路行銷，亦稱線上行銷或者電子行銷，指的是一種利用網際網路的行銷型態。網際網路為行銷帶來了許多獨特的便利，網際網路互動媒體的特性，可以提供企業在線上進行互動行銷，做為一個和消費者溝通的管道，同時，企業在網際網路上也可以提供商品、服務給消費者。

利用數位化的訊息和網路媒體的互動性來輔助行銷標的實作的一種新型的市場行銷方式。簡單的說，網路行銷就是以網際網路為主要手段進行的，為達到一定行銷目的的行銷活動。

網路行銷本身和網際網路的創意與技術層面息息相關，這包括設計、開發、廣告與銷售。網路行銷方法包括了：搜尋引擎行銷、顯示廣告行銷、電子郵件行銷、會員行銷、互動式行銷與病毒式行銷、論壇行銷、web2.0 行銷、視訊行銷、部落格行銷、微博行銷、口碑行銷、社會網路行銷等很多種方法。

目前網路商店線上交易形式認為，消費者上網購買包括線上訂購線上付款、線上訂購離線付款以及離線訂購離線付款等形式，只要是企業經由網路商店接受消費者訂購產品或服務，即為網路購物[2]。

網路行銷是一種利用網際網路發展並宣傳企業的過程，並非單單只有「建立網站」或者「廣告網站」，也包括線上行銷產品、服務與網站等層面，我們希望以此為方向帶領老企業走入新時代，將霖亞輕鋼架導入網路行銷的新紀元之中。

2.10 電子商務

電子商務 (Electronic Commerce) 是指透過電腦與資訊網路來達到交換商品相關資訊及完成商品交易的活動。電子商務包含兩個層面的意涵：一是在技術層面，電子商務可以通過網路與電子通訊方式來完成資訊的交換，主要是在網際網路 (Internet) 上進行的。二是商務活動層面，指生產、流通、分配、交換和消費等

環節中連接生產和消費的活動。例如：當有人想找尋輕鋼架工程商家時，來到二輕鋼架公司網站，輸入資料得到資訊，又或者是，當有人疑問想提問時，也能夠迅速的替他解答。而對於想要的商品也可以加入購物車.....等，進行商務層面。

電子商務是透過網路上進行，因此有以下的特色：資訊與交易無時間或地域限制，買賣雙方資訊對稱性增加（低資訊成本），消費者選擇權增加，買賣雙方點對點的接觸（高行銷成本），低網路進入成本，無限網路擴充性，低消費者轉換成本[4]。於是網站即時更新、功能性增加、美觀吸引、提高知名度，都是我們必須加強考慮的部分。



圖4 2008~2015年台灣電子商務產值

電子商務產值近幾年來不斷攀升，顯示市場需求量及交易量不斷增加，[5]。消費者藉由網路購物的消費行為也正持續改變中，如此更凸顯出本專題替霖亞輕鋼架公司架設網站的重要性與急迫性。

2.11 網路消費者行為

消費者就是從佔有和使用商品的過程中獲得價值的最終用戶隨著生活水平的提高、生活節奏的加快，消費者的購物行為發生了極大的變化，時間因素已經成為現代消費者最關切的問題，因此節省消費者的時間和精力是現代零售商店吸引消費者、創造財富的最佳武器，提高購物效率和方便程度也成為現代零售業的競爭戰略之一。

電子商務正是迎合了現代消費者和零售商的這種要求，因而得到了快速、蓬勃地發展。然而電子商務市場與傳統實體市場有著很大的不同，諸如文化和環境上的差異，導致了網路消費者的購買行為與傳統的消費者購買行為存在著較大的

不同。網路消費者是指通過網路在電子商務市場中進行消費和購物等活動的消費者人群。

電子商務環境下網路消費者購買行為所產生的較大的變化，使網路零售商不得不重新尋找適合網路銷售和銷售工具，都應基於對網路消費者購買行為的認識和分析研究的基礎上作出，不然如果僅僅將傳統的銷售戰略或銷售工具照搬到網路銷售中，網路零售商的決策可能會發生重大的偏差或失誤。

消費者購買行為主要受外部因素和個人因素的影響，我們參閱了一部份資料後列出網路文化、網路消費者個人因素和網路零售商店氣氛設計三個部分，試圖對網路消費者購買行為進行分析：

2.11.1 網路文化的影響

文化可以被定義為某個人群共同具有的關於價值、信仰、偏好和品味等的一套整體觀念，它對消費者購買行為具有最廣泛和最深遠的影響。不同的國家和民族有著不同的文化，具有不同文化背景的消費者將形成各自不同的價值觀、信仰、審美觀念、生活方式等等，從而也就導致了千差萬別的消費行為，網路的出現和發展，形成了獨具特色的網路族群和網路文化。

2.11.2 個人因素的影響

網路消費者的行為或購買決策不僅會受到網路文化的影響，而且也會受其個人特征的影響，諸如性別、所處年齡階段、受教育程度、經濟收入、個性以及使用互聯網的熟練程度等方面都會對此產生一定的作用。

2.11.3 網路零售商店氣氛設計的影響

在電子商務市場中，網路零售商店由於沒有如同傳統零售商店那樣的實體，因此很多經營者會忽視商店氣氛營造的問題，但實際上這一問題對網路零售商店依然重要。

在傳統實體市場中，由於消費者認知的機會成本非常高，因此消費者的購物決策往往是選擇基本符合自己需要和偏好的商品；在電子商務市場中，通過使用網路商店自有的搜索引擎或第三方比較購物代理等一些智能化的工具，極大地節省了購物所花費的時間和精力，網路消費者認知的機會成本顯著降低，從而能夠作出更符合自己需要和偏好的購物決策，提高了購物決策的質量和效率。

例如在消費者搜尋信息階段，比較購物代理會根據用戶註冊的個人信息尋找符合其偏好的產品，使消費者可以直接進入對選擇品牌組進行評價和比較的過程，而不必經歷對全部品牌組、知曉品牌組和考慮品牌組的搜尋過程。消費者購物的總成本是商品價格和其機會成本的總和[4]。

消費者購買行為即消費者受到銷售和環境的刺激影響而產生需求，到最後作出購買決策的整個過程。消費者購買行為會因網路文化的影響、個人因素的影響、網路零售商店氣氛設計的影響等而作出偏好的購物決策，因此在未來網站設計部分我們也將著重於整體美術設計與氣氛營造，同時樹立企業精神標竿與經營理念，以內外兼具的方式打入消費者的心。

第參章研究方法

本研究首先在確認動機與目的後，開始進行初步的網站規劃，規劃時先確認傢俱業者對品牌形象的建立和網站的需求後開始設計，再進一步瀏覽市面上各室內裝修公司網站了解其特點及不足之處並加以分析改善，隨後進行網站實作和網站測試，目的為的是開發設計出一個為「霖亞輕鋼架工程有限公司」量身訂做最具效果的公司網站。

本網站將使用Dreamweaver網頁編輯軟體來設計及撰寫，Dreamweaver提供更簡易更直覺性的網頁設計平台，協助開發者簡化網頁程式語言外也讓網站的視覺效果可以用最快的速度呈現出來方便開發者做調整，必定能做出最符合廠商所要求吸引人的網站。

資料庫則採用SQL來儲存商品資訊以及瀏覽者使用紀錄，以藉此找出熱門商品及不足之處加以完善整個網站。

3.1 研究流程

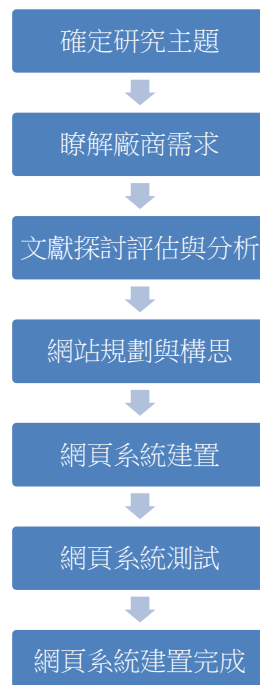


圖5研究流程

3.2 開發軟體

MY SQL

MySQL 是一個開放原始碼的關聯式資料庫管理系統，原開發者為瑞典的 MySQL AB 公司，該公司於 2008 年被昇陽微系統 (Sun Microsystems) 收購。2009 年，甲骨文公司 (Oracle) 收購昇陽微系統公司，MySQL 成為 Oracle 旗下產品。

MySQL 在過去由於效能高、成本低、可靠性好，已經成為最流行的開源資料庫，因此被廣泛地應用在 Internet 上的中小型網站中。隨著 MySQL 的不斷成熟，它也逐漸用於更多大規模網站和應用，比如維基百科、Google 和 Facebook 等網站。非常流行的開源軟體組合 LAMP 中的「M」指的就是 MySQL。

與其他的大型資料庫例如 Oracle、IBM DB2、MS SQL 等相比，MySQL 自有它的不足之處，如規模小、功能有限等，但是這絲毫也沒有減少它受歡迎的程度。對於一般的個人使用者和中小型企業來說，MySQL 提供的功能已經綽綽有餘，而且由於 MySQL 是開放原始碼軟體，因此可以大大降低總體擁有成本。

目前 Internet 上流行的網站構架方式是 LAMP (Linux Apache MySQL PHP)，即是用 Linux 作為操作系統，Apache 作為 Web 服務器，MySQL 作為資料庫，PHP (部分網站也使用 Perl 或 Python) 作為服務器端腳本解釋器。由於這四個軟體都是開放原始碼軟體，因此使用這種方式不用花一分錢就可以建立起一個穩定、免費的網站系統。[6]。

Adobe Dreamweaver

Adobe Dreamweaver(前稱 Macromedia Dreamweaver)是 Adobe 公司的著名網站開發工具。它使用所見即所得的介面，亦有 HTML 編輯的功能。它現在有 Mac 和 Windows 系統的版本。原本由 Macromedia 公司所開發。

Dreamweaver 是收購 Macromedia 公司所得的產品。Dreamweaver 8 是 Macromedia 被收購前的最後版本。收購後由 Adobe 繼續發展 Dreamweaver，由版本 9 起改以 CS3 (Creative Suite) 命名，並併入當時的 CS3 套裝。以 CS3 開始命名而非 CS1，相信是為了與其他 Adobe CS 產品版本看齊，避免混淆。

Dreamweaver 由 MX 版本開始使用 Opera 軟體公司的排版引擎「Presto」作為網頁預覽。由 CS4 版本開始，則轉用 WebKit 排版引擎 (亦即 Google Chrome 和 Apple Safari 瀏覽器所用的排版引擎) 作為網頁預覽。

Dreamweaver 可以用最快速的方式將 Fireworks，FreeHand，或 Photoshop 等檔案移至網頁上。使用檢色吸管工具選擇螢幕上的顏色可設定最接近的網頁安全色。對於選單，快捷鍵與格式控制，都只要一個簡單步驟便可完成。

Dreamweaver 能與您喜愛的設計工具，如 Playback Flash，Shockwave 和外掛模組等搭配，不需離開 Dreamweaver 便可完成，整體運用流程自然順暢。除此之外，只要單擊便可使 Dreamweaver 自動開啟 Firework 或 Photoshop 來進行編輯與設定圖檔的最佳化[7]。

Dreamweaver 是唯一提供 Roundtrip HTML、視覺化編輯與原始碼編輯同步的設計工具。它包含 HomeSite 和 BBEdit 等主流文字編輯器。幀(frames)和表格的製作速度快的令您無法想像。進階表格編輯功能使您簡單的選擇單格、行、欄或作未連續之選取。甚至可以排序或格式化表格群組，Dreamweaver 支援精確定位，利用可輕易轉換成表格的圖層以拖拉置放的方式進行版面配置。[8]。

PHP：Hypertext Preprocessor

PHP（全稱：PHP：Hypertext Preprocessor，即「PHP：超文字預處理器」）是一種開源的通用電腦手稿語言，尤其適用於網路開發並可嵌入 HTML 中使用。PHP 的語法借鑑吸收 C 語言、Java 和 Perl 等流行電腦語言的特點，易於一般程式設計師學習。PHP 的主要目標是允許網路開發人員快速編寫動態頁面，但 PHP 也被用於其他很多領域。

PHP 最初是由勒多夫在 1995 年開始開發的；現在 PHP 的標準由 the PHP Group 維護。PHP 以 PHP License 作為許可協議，不過因為這個協議限制了 PHP 名稱的使用，所以和開放原始碼許可協議 GPL 不相容。

PHP 的應用範圍相當廣泛，尤其是在網頁程式的開發上。一般來說 PHP 大多執行在網頁伺服器上，透過執行 PHP 程式碼來產生使用者瀏覽的網頁。PHP 可以在多數的伺服器和作業系統上執行，而且使用 PHP 完全是免費的。根據 2013 年 4 月的統計資料，PHP 已經被安裝在超過 2 億 4400 萬個網站和 210 萬台伺服器上。

3.3 ERmodel

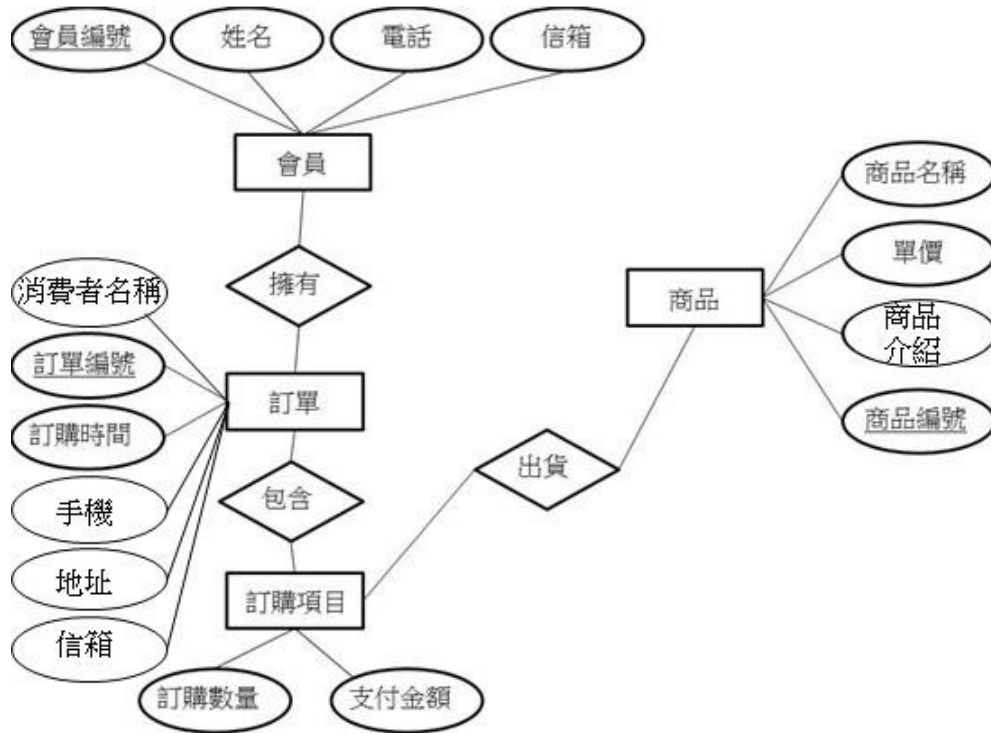


圖6 ER model圖

3.4 資料庫關聯圖

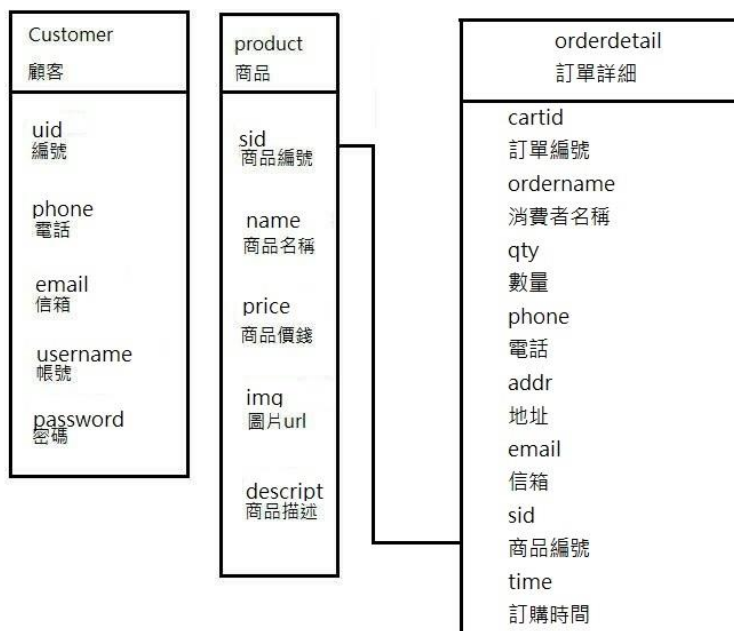


圖7資料庫關聯圖

3.5 網頁架構圖

以下是我們依據店家需求所製作的網頁架構圖：

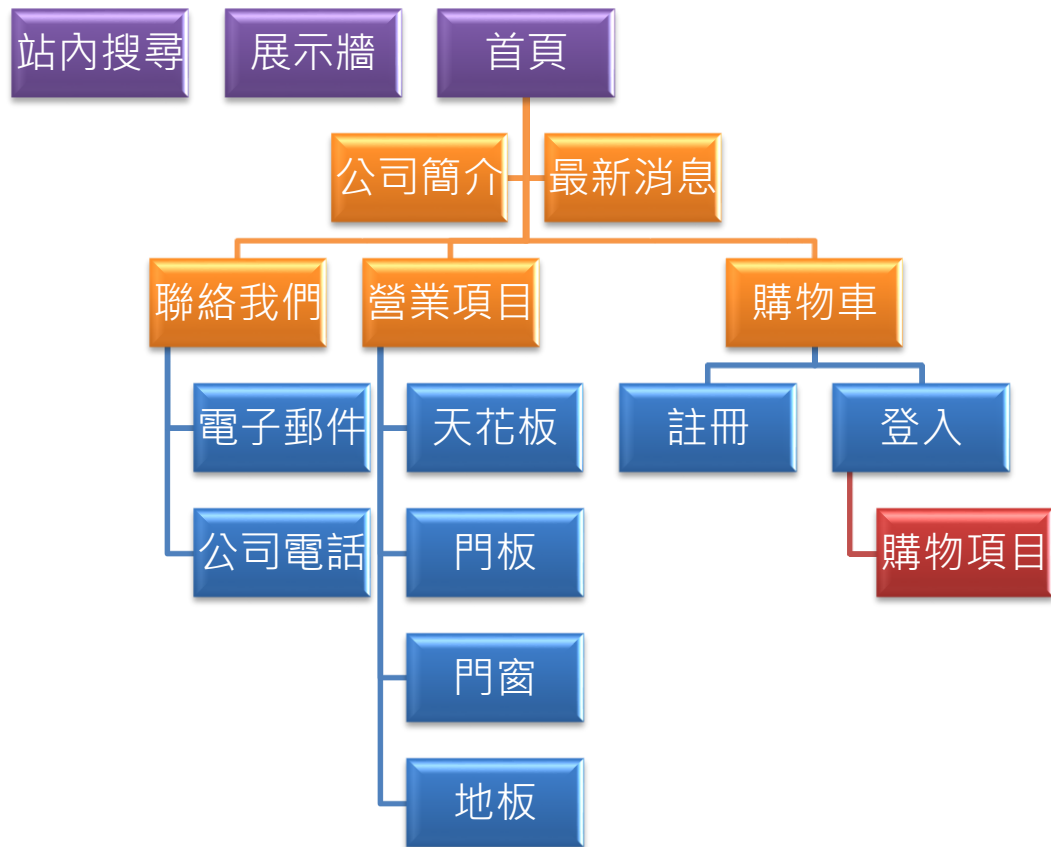


圖8網頁架構圖

第肆章 系統操作

4.1 網站首頁

進入網站最先看到的是位於網站上方的公司 LOGO 及名稱，下方功能列有首頁、公司簡介、最新消息、營業項目以及連絡我們，功能列右方則有登入以及註冊的選項。



圖9網站首頁

4.2 公司簡介

簡單扼要介紹公司歷史及理念，期望能夠帶給顧客更好的服務。



圖10公司簡介

4.3 最新消息

公司施作工程最新消息。



圖11 最新消息

4.4 營業項目

在此可以觀看所有施作項目。



圖 12 營業項目

4.5 聯絡我們

顧客若想了解更多關於工程以及價格問題，可以留下個人資料以及問題內容，管理員看到後便會連絡顧客解決問題。



圖13聯絡我們

4.6 會員登入

顧客如果要享受更多網站提供之功能，可以加入本網站會員並持續收到最新消息。



圖14會員登入

4.7 購物車

顧客可以更方便的直接在網站上進行購物並送出訂單。



圖 15 購物車

第五章 結論與未來展望

霖亞輕鋼架工程有限公司網站，原網站基礎功能配置較為簡單，版面設計部分則未考量整風格進行設計，歷經為期一年多的組員間相互扶持、努力後，針對原有網站缺漏之處做了不少修補及改善，不僅在網站外觀上更為美觀，同時也新增更多系統功能，並新增加了實體購物上的細節，使消費者能體驗更加流暢的購物流程，並間接提升了消費者對於本網站之消費意願，也更能和廠商做更為直接的接觸與交流。

本專題研究方向與內容皆為盡全力配合廠商所提的需求，在後台的管理與購物流程的改善、系統建置等等，我們都以近乎人性化的操作方式呈現，使顧客使用網站時皆能直覺式的方便使用，藉此鞏固消費群及提升購買意願，進而增加廠商營業額。

對於未來畢業後發展而言，雖然本專題對於組員來說亦只是其中一門畢業門檻，但我們於專題完畢後將持續與廠商合作，將此網站架構進行後續的延伸與完成，並將網站成果全部交由原廠商自由運用，不讓該網站於專題課程完結後就此結束。此外，本網站尚有許多改進空間，我們也將持續和廠商再做更進一步的討論，希望此網站未來能夠為廠商帶來更大的營收獲益。

參考文獻

中文文獻

[1] 維基百科-網際網路

<http://zh.wikipedia.org/wiki/%E7%B6%B2%E9%9A%9B%E7%B6%B2%E8%B7%AF>

[2] 維基百科-網路行銷

<http://zh.wikipedia.org/wiki/%E7%B6%B2%E8%B7%AF%E8%A1%8C%E9%8A%B7>

[3] 線上購物之現況與未來趨勢商業發展研究院/楊璧瑜

<http://ciis.cdri.org.tw/files/attachment/0C194614908977601850/%E7%B7%9A%E4%B8%8A%E8%B3%BC%E7%89%A9%E4%B9%8B%E7%8F%BE%E6%B3%81%E8%88%87%E6%9C%AA%E4%BE%86%E8%B6%A8%E5%8B%A2.pdf>

[4] 網路消費者行為 MBA

<http://wiki.mbalib.com/zh-tw/%E6%B6%88%E8%B4%B9%E8%80%85%E8%B4%AD%E4%B9%B0%E8%A1%8C%E4%B8%BA%E5%88%86%E6%9E%90>

[5] 電子商務

<http://www.chinatimes.com/newspapers/20140331000042-260202>

[6] 維基百科-MY SQL

<http://zh.wikipedia.org/wiki/MySQL>

[7] 維基百科-Adobe Dreamweaver

http://zh.wikipedia.org/wiki/Adobe_Dreamweaver

[8] 百度-AdobeDreamweaver

<http://baike.baidu.com/view/1319787.htm?fromtitle=DREAMWEAVER&fromid>