

資訊管理系

月

4

東台糧倉網站架設

指	導	教	授	•	陳健忠	教授	
組	員	名	單	•	廖柏荀	A88B	6024
					朱嘉緯	A88E	8013
					葉妙琳	A88E	8053

中

華 民

國 1 1 2 年 0



資訊管理系專題口試委員審定書

東台糧倉網站架設

指導教授:	陳健忠 教授
組員名單:	廖柏荀 A88B024
	朱嘉緯 A88B013
	葉妙琳 A88B053

指導教授:_____ 口試委員:_____

中華民國112年04月

謝 誌

本專題報告得以順利完成,首先要感謝陳健忠老師細心引導我們, 及耐心協助我們,克服在研究過程中所面臨的困難,給予我們最大的協 助,使這次專題能夠順利完成。

研究報告口試期間,感謝黃光宇老師、陳志明、張志華老師不辭辛 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熱心指導,增進商業管理知識範疇,在此一併致上最高謝意。

朱嘉緯

廖柏荀 謹誌

葉妙琳

中華民國112年04月於嶺東

摘要

自古以來米對於我們來說就是相當重要的存在,近幾年因生活型 態之改變,許多人們的飲食習慣漸漸改變,雖然促進許多新興產業的 發展,卻也為台灣在地的米農帶來危機。

本專題計畫將與在地米廠合作製作其專屬網頁,並藉由規劃問卷 理解民眾對於網站的意見以及米食的想法,以協助我們用來建置東台 糧倉網站,一方面為東台提高知名度,一方面能為消費者建立更方便 購買優質好米的選購通路,另外我們也盼能盡一份微薄心力促進台灣 在地產業發展。

關鍵字:東台、優質好米、在地米農、網站行銷

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	
1.2研究目的	
第貳章文獻回顧與探討	2
21 製作網站所使用的軟體	2
2.1.1 Dreamweaver.	2
2.1.2 Canva	2
2.1.3 Excel	3
2.1.4 Google 表單	3
2.1.5 Adobe Illustrator	3
2.2台灣米廠網站探討	
2.2.1 中興米廠網站	
2.2.2 大倉米舖網站	
2.2.3 三好米網站	4
2.2.4 東台糧倉臉書粉絲團	5
第參章 研究方法	7
3.1研究步驟	7
3.2設計及發放問卷	7
3.2.1 基本資料敘述統計	7
3.2.2 是否購買米之種類調查	
3.2.3 满意度分析	9
3.2.4 購買米之通路	9
3.2.5 是否認識東台糧倉	
3.2.6 從何處得知此品牌	
3.2.7 對於東台資訊接收意願	
3.3規劃:	
3.4分析:	15
3.5設計:	
3.6建置:	
3.7甘特圖	

第肆章 成果展示	
4.1成果展示	
4.2東台糧倉進駐之市場	
第伍章 結論與未來展望	
5.1 結論	
5.2 未來目標	
參考文獻	
附錄	

表目錄

表2.1競爭者網站分析	6
表3.1基本資料敘述統計	7
表3.2是否購買米之種類調查	8
表3.3满意度分析	9
表3.4對於東台資訊接收意願	11
表3.5功能需求分析	15
表3.6商品資料表	
表3.7訂單資料表	
表3.8購物車資料表	23

圖1.1國人食米量表	1
圖2.1Dreamweaver	2
圖 2.2Canva	2
圖2.3Excel	3
圖2.4Googl 表單	3
圖 2.5Adobe Illustrator	3
圖2.6中興米廠網站	4
圖2.7大倉米舖網站	4
圖2.8三好米網站	4
圖2.9東台糧倉臉書粉絲團	5
圖3.1研究步驟流程圖	7
圖3.2購買米之種類調查	8
圖3.3購買米之通路	9
圖3.4是否認識東台糧倉	10
圖3.5從何處得知此品牌	10
圖3.6網站架構圖	12
圖3.7購物車流程圖	13
圖3.8歡迎頁設計	17
圖3.9實體販售地點頁設計	17
圖3.10聯絡我們設計	18
圖3.11特價訊息設計	18
圖3.12料理食譜設計	19
圖3.13料理食譜	19
圖3.14網頁背景設計	20
圖3.15商品圖設計	20
圖3.16購物車實體關聯圖	21
圖3.17甘特圖	24
圖4.1歡迎頁	26
圖4.2下拉式選單	26
圖4.3首頁	27
圖4.4商品圖	28
圖4.5購物清單	28
圖4.6如何保存	29
圖4.7如何烹飪	30
圖4.8東台技術	31
圖4.9東台實體販售通路北、中部	32

圖目錄

圖4.10東台實體販售通路南部	
圖4.11聯絡我們	
圖4.12進駐全聯之商品	34
圖4.13進駐家樂福之商品	34
圖4.14進駐大買家之商品	34
圖4.15進駐大潤發之商品	35
圖4.16東台北中南販售地點	35

第壹章 緒論

1.1 研究動機

自古以來米是我們的主食,孕育了五千年的悠久歷史,傳承了中華文化的民族鄉情。常 常聽到一句話「人是鐵,飯是鋼」,由此可知,米飯對於我們來說是相當重要的存在。

在查找資料時發現,民國70年到98年間每人每年平均的食米量從98公斤下降到約48公斤 [1],2020年9月的食米量更是來到了歷史新低的44.1公斤[2]。對於米的食用量日漸下降,其 中最主要的原因就是生活型態改變,此一舉雖促進許多新興之產業發展,卻對在地農民的打 擊不容小覷[3]。



圖1.1國人食米量表

尋找資料的我們在因緣際會下得知了東台糧倉[4],東台糧倉位在台東縣鹿野鄉,擁有 得天獨厚的生態環境,是一間地理條件非常優秀的米廠,我們在溝通後了解到對方因為知名 度不足,非常希望可以擁有自己的官方網站做宣傳,我們認為東台這樣一間優秀的米廠,沒 有屬於自己的官方網站非常可惜,在討論後我們決定以幫東台糧倉製作網頁作為我們這次專 題的題目。

1.2 研究目的

透過此網站建立與使用,達成以下目的:

- (1) 提高東台知名度
- (2) 幫東台做官方網站
- (3) 更快速了解當前東台糧倉所舉辦的活動
- (4) 更快速尋找全台各地的販售地點
- (5) 讓使用者建立更方便的購物渠道

第貳章 文獻回顧與探討

2.1 製作網站所使用的軟體

2.1.1 Dreamweaver



圖 2.1Dreamweaver LOGO

Adobe Dreamweaver (前稱 Macromedia Dreamweaver) 是 Adobe 公司的網站開發軟 體。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。

MX 版本開始使用 Opera 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[7]。

2.1.2 Canva



圖 2.2 Canva LOGO

Canva,是可用於建立社群媒體圖形、簡報、海報、文件和其他視覺內容的平面設計平台,提供設計模板予使用者使用,該平台為免費使用,但同時提供 Canva for Enterprise 和 Canva Pro 等付費訂閱方案以開通額外功能,使用者亦可付費列印和運輸實物產品。 2.1.3 Excel



圖2.3 Excel LOGO

Microsoft Excel 是 Microsoft 為使用 Windows 和 Apple Macintosh 作業系統的電 腦編寫的一款試算表軟體。直觀的介面、出色的計算功能和圖表工具,再加上成功的市 場行銷,使 Excel 成為最流行的個人電腦資料處理軟體。在1993年,作為 Microsoft Office 的組件發布了5.0版之後, Excel 就開始成為所適用操作平台上的電子製表軟體 的霸主。

2.1.4 Google 表單



圖2.4 Google 表單 LOGO

Google Forms 是 Google 推出的一個調查管理應用程式,用戶可以通過 Google Forms 調查和蒐集他人資訊,也可以用來考試和充當報名表,然後蒐集到的資訊和測驗結果將自動傳輸到電子表格上。

2.1.5 Adobe Illustrator



圖 2.5 Adobe Illustrator LOGO

Adobe Illustrator,簡稱「AI」,是 Adobe 系統公司推出的基於向量的圖形製作軟 體。最初是1986年為蘋果公司麥金塔電腦設計開發的,1987年1月發布,在此之前它只 是 Adobe 內部的字型開發和 PostScript 編輯軟體。

2.2 台灣米廠網站探討

2.2.1 中興米廠網站



圖2.6中興米廠網站

2.2.2 大倉米舖網站



圖2.7大倉米舖網站

2.2.3 三好米網站



圖2.8三好米網站

2.2.4 東台糧倉臉書粉絲團



圖2.9東台糧倉臉書粉絲團

	東台糧倉	中興米	三好米	大倉米舖
Logo		最好吃的米	米食專家	大 方 名米 新
產品		以注	长為主	
銷售通路	蝦皮、全聯、家 樂福、大潤發、 大買家	PChome、 蝦 皮、momo 東森 購物、全聯、 家樂福。	PChome、momo 東森購物、全 聯、家樂福、7- 11、愛買、好市 多。	蝦皮、全聯、家 樂福、大潤發
賣家資訊	位於台東鹿野	位於彰化彰水	位於新北泰山	位於南投草屯
網站的優缺點	網站正在努力中	優點:網站設 有基金會,公 開的工藝資訊 缺點:無法線 上購買、網站 較樸素	優點:網站設有 米的使用方法和 知識、網站會辦 抽獎 缺點:無法線上 購買	優點:技術功名公開 ,有生產履歷 可查 ,有生產履歷 可查 , 一 , 一 氣 一 氣 一 氣 一 氣 一 氣 一 之 , 二 , 二 , 二 , 二 , 二 , 二 , 二 , 二 , 二 ,
市場占有率	台灣。	台灣、日本。	台灣、日本、中 國香港、新加 坡、南非、荷 亞。	台灣。
其他	每年皆有募款活 動,集合大家的 愛心,將愛傳下 去。	有台灣穀保觀 光作創意 了 了 基 金 有 基 金 育 式 新 之 。 令 二 劇 之 、 、 、 、 、 、 、 、 、 、 、 、 、 、 、 、 、 、	有客製化服務(企 業和個人),結婚 喜慶貝有三人員要 業要的包裝。	有回春神米,網 頁有生產履歷可 以查詢米一包米 的生產方式。

表2.1 競爭者網站分析

由上圖可知東台雖位處台灣東部擁有天然的地理優勢,但相較於其他三家,市場占 有率低且沒有自己的官方網站,銷售通路除了稍多大倉米舖一些,總體來說也偏少 [10][11][12]。

第参章 研究方法

3.1 研究步驟



圖3.1 研究步驟流程圖

3.2設計及發放問卷

本研究將以網路問卷的方式進行調查,發放的方式為在親友間隨機發放,目標對象為 18~65歲平時會買米之大眾,主要探討的問題如下:

- 1. 大眾對於米的種類、優先購買條件及購買用途。
- 2. 大眾對於米的需求量、平時購買渠道、希望及對其方便之購買渠道的了解。
- 3. 大眾對於東台糧倉的認知及商品使用後的滿意度。

問卷統計與分析

- 實際收回300份
- 有效問卷有269份

3.2.1基本資料敘述統計 N=269

變數	選項	人數	百分比			
平常是否購買米?	是	180	66.9%			
	否	89	33.1%			

表3.1 基本資料敘述統計

根據上列表格得知以下結論:

1. 填寫問卷者大多為平時有購買米之民眾。

3.2.2是否購買米之種類調查

	以下為會	購買米之	以下為不會購買米之		
	選擇種類		假設買米的選擇種類		
	N=180		N=89		
	人數	百分比	人數	百分比	
白米	157	87.2%	73	82%	
五穀米	36	20%	34	38.2%	
黑米(紫米)	36	20%	26	29.2%	
壽司米	16	8.9%	12	13.5%	
香米	37	20.6%	15	16.9%	
糙米	48	26.7%	22	24.7%	





圖3.2 購買米之種類調查

根據上列表格得知,在是否購買米之選擇種類中可以發現不管平時有沒有買米習慣,需 要購買米時大多數人會選擇白米。

3.2.3 满意度分析 N=54

	最小值	最大值	平均值
價格	1	5	4.38
外觀	1	5	4.42
品質	1	5	4.62
購買通路便利性	1	5	4.09
使用後	1	5	4.57
活動資訊接收	1	5	4.29

表3.3 满意度分析

	满意	氢(4)	非常浓	梼意(5)
	數量	百分比	數量	百分比
購買通路便利性	14	25.9%	23	42.6%
活動資訊接收	16	29.6%	27	50%

數值:	5=非常滿意	、4=滿意	、3=普通	、2=不滿意	、1=非常不滿意

根據上列表格得知,品質部分較為滿意,購買通路便利性部分較不滿意,因此需在通路 上做加強。



3.2.4購買米之通路

圖3.3購買米之通路

根據上列圖表得知,不管平常是否購買米之民眾,大多都選擇自大賣場購買;而選擇網購的民眾較少,因此我們幫東台做網站。

3.2.5是否認識東台糧倉



圖3.4 是否認識東台糧倉

根據上列表格得知填寫問卷之民眾大多數為沒有使用過東台糧倉之商品。



3.2.6從何處得知此品牌

根據上列圖表得知由親友介紹得知東台的民眾較多,而官方粉專得知東台糧倉的民眾較 少,由此可知官方粉專需加強經營及宣傳。

圖3.5從何處得知此品牌

	是/否	人數	百分比
是否願意收到	是	130	48.3%
東台糧倉資訊	否	139	51.7%
是否願意加入	是	89	33.1%
官方 Line?	否	180	66.9%
是否願意追蹤	是	103	38.3%
FB官方網站?	否	166	67.1%
假如未來有網	是	200	74.3%
站是否願意點 進去瀏覽?	否	69	25.7%

表3.4對於東台資訊接收意願

根據上列表格得知願意瀏覽網站的民眾佔多數,因此製作網頁有機會能夠使東台糧倉被 更多民眾認識。

綜合問卷統計分析,我們發現認識東台糧倉此品牌的民眾並不多,有關購買通路便 利性之滿意度為68.5%,推測主要原因係多數民眾希望能夠以網路代替馬路,節省民眾 奔波時間;及活動資訊接收之滿意度為79.6%,由此可知活動資訊接收的方式和更新程 度需加強;而據意願度來看大多民眾還是願意以瀏覽網站的方式來了解東台糧倉,因此 想透過架設網站來推廣、讓更多人認識東台糧倉。

3.3規劃: (1)網站架構圖



圖3.6網站架構圖

從網站架構圖中可以理解進入東台糧倉的官網後會最先抵達入口網頁,也稱作歡迎頁, 之後將進入首頁。首頁上方有商品、米的知識、關於我們等按鈕可點選,以下將依次說明。

商品:點擊按鈕進入商品頁面後中間會顯示所有商品,即可在所有商品內進行購物。 點選想要的商品可以直接進行購物,「購物清單」會在「所有商品」的下方,可在購物 清單內「修改訂單」,修改完成後又下方有「結帳」按鈕,按下後即可結帳。

米的知識:為下拉式選單,其中包含如何烹飪及如何保存的按鈕選項。

點選「如何烹飪」跳轉至該網頁,網頁內會有料理成品展示圖,點擊喜愛的圖片後會跳 出該料理的烹飪食譜;點選「如何保存」則會跳轉至寫有保存方法的網頁。

關於我們:為下拉式選單,選單包含東台技術、實體通路、聯絡我們。

點選「東台技術」跳轉至該網頁後,頁面會顯示東台糧倉製作米的過程及其技術特色之 圖片,點擊各圖片後會跳出相關的文字說明圖;點選「實體通路」後會跳轉網頁,該頁面顯 示東台於台灣各地的販售地點;點選「聯絡我們」跳轉至該網頁後,頁面將顯示東台的電話、 地址、官方 LINE 及臉書粉絲團等聯絡資訊,使消費者可以直接與東台糧倉聯絡。



圖3.7購物車流程圖

購物流程圖說明:

將商品加入購物車後進入購物清單,查看是否需要新增或刪除,檢查完畢後,系統將詢問是否繼續購物,是→跳回選取商品;否→進行結帳。

進入結帳階段,系統轉移頁面,請使用者填寫基本資料(訂購人、收件人及發票資訊)、 選擇運送方式、選擇付款方式,全部填寫完畢後將跳出對話框請使用者再次確認基本資料是 否正確,不正確→跳回訂購人資料重新填寫;正確→點選下單購買,最後完成訂單。 3.4分析:

表3.5功能需求分析

項目	製作內容
入口網站	按下 Enter 鍵即可進入首頁。
首頁版面	1. 首頁區塊:
	A 區塊 (輪播):最新消息、最新商品、品牌口號、工廠外觀
	圖 。
	B區塊:熱門商品、品牌精神、環境介紹影片。
	C區塊:米廠地址、連絡電話。
	2. 主導覽列:商品、米的知識、關於我們。
	3. 次層導覽列:如何烹飪、如何保存、東台技術、實體通路、
	聯絡我們。
商品說明介紹	商品頁面其內容包含商品名稱、商品圖片、價格、加入購物
	車、結帳。
購物車	1. 選擇所需要的商品,將欲購買之商品放入購物車內。
	2. 確認購物明細後,填寫收件人基本資料,即付款方式(目前
	只支援貨到付款)。
	3. 確認無誤,即完成訂購。
收件人基本資料流程	收件人姓名、電話、電子郵件、收貨地址。
購物車結帳流程	1. 購物流程分為四大步驟:加入購物車、確認購物明細、選擇
	付款方式、完成訂購。
	2. 加入購物車:點選加入購物車後,進入商品購物頁面。
	商品明細:顯示商品圖、商品名稱。
	選取:可選取購物車裡將要購買之商品,有全選可以快速選
	取購物車所有商品。
	數量:可在輸入訂購數量。
	單價:顯示特價的價錢,若沒有特價的價錢會顯示原價。
	小計:價錢*數量。
	删除:删除購物車內不需要的商品。
	幣值:目前設定為台幣。
	消費明細:顯示總共的商品、共計多少錢、運費多少錢、總
	計金額。
	選擇付款方式按鈕:點選結帳後的下一個步驟。
	3. 選擇付款方式:選擇付款方式,並填寫收件人資訊。
	預設款方式:貨到付款。
	收件人資訊:收件人姓名、聯絡電話、手機號碼、電子郵
	件、收件地址。
	後臺管理系統
首頁廣告管理	1.後端管理者可進行新增、編輯、刪除。
	2. 操作輸入欄位包含:圖片上傳、廣告、狀態。
購物車系統	1. 當產品被點選加入購物車時,系統會自動將該項產品放入購
	物車中。
	2. 加入購物車後,頁面進入購物車頁面可更改數量,並可選擇
	繼續購物、重新計費、結帳付款。
	3. 顧客所購買產品的品項、數量存入資料庫,確認購買後,系
	統將傳送相關購資訊傳送給後台並存入資料庫記錄。

	4. 訂單編號由指定編號規則方式。
	5. 結帳時顧客可選擇結帳方式,並依商品數量有不同的費用,
	費用需在運費規則中設定。
商品管理	1. 分為兩層架構,可由後端管理系統新增商品圖片與詳細說
	明。需求數量不足將發佈訊息至指定信箱,後臺管理者登入
	後,系統將會提醒告知。
	2. 商品編輯頁面包含:商品名稱、商品編號、商品價格、商品
	說明。
	3. 商品價格,分為原價與優惠價,優惠價可設定開始日期與結
	束日期。
訂單管理	1. 訂單管理系統分為未處理訂單、全部訂單管理。
	2. 新訂單將歸類到未處理訂單,後端管理者可瀏覽訂單編號、
	訂購日期、訂購明細、收件人、寄送地址、電話、電子郵
	件、付款方式、狀態、出貨日期、物流公司等資訊。
	3. 運費規則設定:物流公司、運費、免運費設定說明。

3.5設計:

本網站的所有圖片是使用 canva 和 Adobe Illustrator 來設計,並參考東台的 FB 粉絲團裡的貼文來獲取靈感。



圖3.8歡迎頁設計



圖3.9實體販售地點頁設計



圖3.10聯絡我們設計



圖3.11特價訊息設計



圖3.12料理食譜設計



圖3.13料理食譜



圖3.14網頁背景設計



圖3.15商品圖設計

3.6建置:

(1)購物車實體關聯圖



圖3.16購物車實體關聯圖

購物車實體關聯圖說明:

顧客在購物車系統進行購物作業,選擇想要購買的商品後,確認購買商品點選結帳進入 結帳頁面填寫資料,結帳完成後,會進入訂單頁面,此頁面包含訂單詳細資料,輸入顧客基 本資料後加入購物車後由員工處理訂單,系統將出現訂單明細,訂單明細會顯示訂單編號、 日期和數量。 (2)資料表

	农5:06的的具有农	
欄位名稱	型態	註解
Pd_id	int(10)	商品编號(pk)
Pd_name	varchar(100)	商品名稱
Pd_description	text	商品描述
Pd_price	decimal(9,2)	價格
Pd_image	varchar(200)	圖片路徑

表3.6商品資料表

表3.7訂單資料表

欄位名稱	型態	註解
od_id	int(10)	訂單編號(pk)
od_date	datetime	訂單日期
od_name	varchar(50)	顧客姓名
unitprice	int(11)	單價
quantity	int(11)	數量
Pd_name	varchar(254)	商品名稱

表3.8購物車資料表

欄位名稱	型態	註解
orderid	int(11)	訂單
total	int(11)	總價
deliverfee	int(11)	運費
grandtotal	int(11)	合計
customername	varchar(100)	顧客名稱
customeremail	varchar(100)	顧客郵件
customeraddress	varchar(100)	地址
customerphone	varchar(100)	電話

3.7甘特圖

月份	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5
項目	月	月	月	月	月	月	月	月	月	月	月	月	月	月	月
据定并碳立主题															
城 人业 ^加 推业工成															
文獻收集與探討															
設計問卷															
發放問卷															
問卷統計與分析															
規劃															
分析															
設計															
建置															
測試網站															



📃 已完成目標

📕 預計完成目標

第肆章 成果展示

4.1成果展示

網址: http://dongtai.ueuo.com



按Enter鍵進入首頁

圖4.1歡迎頁





型東台糧倉 DONG TAI GRAIN HOUSE 955台東縣鹿野鄉瑞源村瑞井路二段195之1號 NO.195-1,Sec.2,Ruijing Rd.,Luye Township, Taitung County 955,Taiwan

客服電話:+886-89-580279

圖4.3首頁



圖4.4商品圖

全選	商品名稱	單價	數量	小計	刪除
E	黑米	175元	- 2	+ 350元	×
	鹿野町香米	220元	- 1	+ 220元	×
			合計	350元	去結算
					1
		圖4.5購物清-	單	購物清單	内可修改訂單





可以放入冰箱內冷藏,以低溫方式保持新鮮度。 但請注意,不能放在出風口的位置喔! 米也是會凍傷的!



2. 放入米桶或密封盒中(有加蓋),隔絕空氣,減少氧化,保有口感。

東台糧倉|台灣好米

台灣生產 MADE IN TAIWAN

首頁 商品 米的知識 ~ 關於我們 ~	
會東台灶咖	
「「「「「「「「」」」」」	
前式泡菜海鮮煎餅	 料理步驟 煎餅: 將韭菜或蔥、胡蘿蔔切成5cm, 泡菜、洋蔥切丁,海鮮切成易入 口大小備用 先將蛋液與東台好米拌勻,再把 其餘食材及高湯粉、鹽一同加 入攪拌備用
準備材料 *2人份 東台好米 /300g 雞蛋 /3顆 韓式泡菜 /適量切丁 洋葱/4分之1顆切丁 韭菜或蔥 /適量(切5cm長) 鹽 /少許 花枝或蝦 /適量 沾醬 胡蘿蔔 /適量(切5cm長) 辣椒絲 /適量 高湯粉 /2小匙 醬油 /20c.c. 香油 /1大匙 醋 /10c.c.	 鍋中加入少許香油,將拌好的餅 糊放入平底鍋中,煎至金黃焦香 即可起鍋享用 沾醬: 將辣椒切絲,並加入醬油及醋 稍微攪拌即調製完成
Contraction of the second seco	料理步驟 將雞蛋放入水中煮至喜歡的熟度。(*5分鐘半熟*7分鐘全熟) 將番茄醬與白飯攪拌均勻備用
酥炸起司蛋飯糰 準備材料 *1顆份量	 • 放入水煮蛋並撒上少許胡椒粒 • 再放上1片起司和滴量的飯,然
 東台好米 /1碗(隔夜飯也可以唷!) 起司片 /適量 水煮蛋 /1顆 番茄醬 /2湯匙 蛋液 /1顆 麵包粉 /適量(能裹滿表面為主) 麵粉 /適量 	後捏成圓球狀備用 • 使用中火熱一鍋油,並把捏好 的飯糰依序沾裹麵粉、蛋液與 麵包粉,下鍋油炸至金黃色即 可起鍋享用

圖4.7如何烹飪



圖4.8東台技術



北部地區

▲ ●大潤發 ()

御香素品股份限司 台北市士林區福林路273號

新北市泰山鄉中港南路169-9號

新北市北區境福街178號

馬力有限公司

萬鈞行

合泰雜糧行 台北市萬華區和平西路3段202號 點點商行 新北市三重區雙園街57巷5號

文宏米行 新北市新莊區五工六路12巷9號

峻鼎米行 北市樹林區佳園路一段78號

金隆興碾米廠 新北市土城工業區自強街31-1號 利倉米店 新北市土城區興城路555號

新北市汐止區南陽街236號

新北市新店區安康路一段359

銧隆行銷有限公司

萬霖雜糧行

之11號

茂松米加工廠 桃園市桃園區中正五街116號

億豐米行 桃園市龍潭區中正路195號 隆福行(米大王糧行) 桃園市中壢區元化路242號 勤益碾米加工廠 桃園市桃園區健行路35號

榮泰碾米工廠 新竹市延平路一段180號 金山面米行 新竹市光復路一段163巷7號

吉順行 新竹市牛埔東路195號



中部地區

●大潤發 $\langle \boldsymbol{\Omega} \rangle$

台中市鳥日區三和里中山路三段

榮裕米行

242號

大廟口食品有限公司 台中市烏日區太明路成豐巷102號

新豐田米行 台中市北屯區平興里興安

穗成行 台中市健行路766巷53號

台中銷售部門 聯絡人:陳s 聯絡電話:0984-297961

金振興 台中市南屯區大墩17街60號

圖4.9東台實體販售通路北、中部

路二段142巷52號1樓



南部地區



內環米行 雲林縣斗六市內環路560號 上昇糧食有限公司 嘉義縣溪口鄉坪頂村下坪18號

嘉義市農會

家和商行 台南市安南區本原街一段97巷 230號

慶成發 台南永康區崑山街63巷2號

鴻糧米行 高雄市前鎮區后安路91號 嘉南米行 高雄市三民區義利街31號 勝豐米行 高雄市前鎮區瑞和路65號

高雄銷售部門 聯絡人:謝s 連絡電話:0972-799623



圖4.10東台實體販售通路南部



4.2東台糧倉進駐之市場



圖4.12進駐全聯之商品



圖4.13進駐家樂福之商品





圖4.14進駐大買家之商品





圖4.15進駐大潤發之商品

東台糧倉北中南販售地點

()司夕孫(小如地厚)				
	い言	1夕瑶	(十) 部 十地区	夏)

御香素食食品股份有限公司

1

4

8

2 合泰雜糧行

馬力有限公司

萬霖雜糧行

3 點點商號

6 文宏米行

9 峻鼎米行

11 利倉米店

13 億豐米行

10 金隆興碾米廠

12 茂松選米加工廠

14 隆福行(米大王糧行)

15 勤益碾米加工廠

16 榮泰碾米工廠

17 金山面米行

18 吉順行

7 萬約行

公司地址 台北市士林區福林路273號 台北市萬華區和平西路3段202號 新北市三重區雙圜街57巷5號 新北市泰山鄉中港南路169-9號 新北市汐止區南陽街236號 新北市新莊區五工六路12巷9號 新北市北區境福街178號 新北市新店區安康路一段359之11號 新北市樹林區佳園路一段78號 新北市土城工業區自強街31-1號 新北市土城區興城路555號 桃園市桃園區中正五街116號 桃園市龍潭區中正路195號 桃園市中壢區元化路242號 桃園市桃園區健行路35號 新竹市延平路一段180號 新竹市光復路一段163巷7號 新竹市牛埔東路195號

	公司名稱(中部地區)	公司地址
1	大廟口食品有限公司	台中市烏日區太明路成豐巷102號
2	榮裕米行	台中市烏日區三和里中山路三段242號
3	穗成行	台中市健行路766巷53號
4	金振興	台中市南屯區大墩17街60號
5	新豐田米行	台中市北屯區平興里興安路二段142巷52號1樓
6	台中銷售部門	台中地區 聯絡人:陳's,聯絡電話:0984-297961
	公司名稱(南部地區)	公司地址
1	內環米行	雲林縣斗六市內環路560號
2	上昇糧食有限公司	嘉義縣溪口鄉坪頂村下坪18號
3	嘉義市農會	
4	家和商行	台南市安南區本原街一段97巷230號
5	慶成發	台南永康區崑山街63巷2號
6	勝豐米行	高雄市前鎮區瑞和路65號
7	鴻糧米行	高雄市前鎮區后安路91號
8	嘉南米行	高雄市三民區義利街31號
9	高雄銷售部門	高雄地區

市三民區義利街31號 高雄地區 聯絡人:謝's,聯絡電話:0972-799623



圖4.16東台北中南販售地點

第伍章 結論與未來展望

5.1 結論

近年來,隨著網際網路的蓬勃發展,現今大多數人花在網路上的時間逐年增加,也因應現代社會人講求便利的消費方式,出現了許多網購平台。

在製作網站之前我們有發放問卷詢問身邊親朋好友是否認識或聽過東台,但大部分都不認識。因此本專題決定為東台糧倉建立屬於他們的官方網站,希望藉由這個網站讓更多人認 識東台糧倉,也可以在網站上直接購買東台的產品。

經過這次的專題,我們利用這四年來在課堂所學到的以及靠自我補修課程、網路搜尋、圖書 館翻書找尋方法去解決,成功製作出屬於東台糧倉的官方網站。

5.2 未來目標

我們希望未來能增加後台作業,幫客人修改資料或訂單,也方便東台日後的作業。

参考文獻

- [1] 農傳媒。食米量僅20年前一半!國產稻米與小麥食用量 驚現死亡交叉。 檢自: <u>https://www.agriharvest.tw/archives/11577</u> (2019.12.28)
- [2] 上下游記者林怡均 AND 上下游記者蔡佳珊。2020統計》糧食自給率和食米量雙下 跌!肉類攝取量超過米麵總和,成台灣人「主食」。 檢自: https://www.newsmarket.com.tw/blog/159589/ (2021.10.01)
- [3] 飲食習慣重大轉折:台灣民眾如何從「唯米是糧」到「米麵共食」? 檢自:<u>https://www.thenewslens.com/amparticle/128306</u>(2020.01.07)
- [4] 東台糧倉臉書粉絲團。檢自: <u>https://www.facebook.com/DONGTAI.GrainHouse</u>
- [5] 維基百科。Adobe Dreamweaver。 檢自: <u>https://zh.wikipedia.org/zh-tw/Adobe_Dreamweaver</u>
- [6] 維基百科。Canva。檢自: <u>https://zh.wikipedia.org/zh-tw/Canva</u>
- [7] 維基百科。Microsoft Excel。檢自: <u>https://zh.wikipedia.org/zh-tw/Microsoft Excel</u>
- [8] 維基百科。Google 表單。檢自: <u>https://zh.wikipedia.org/zh-</u> tw/Google%E8%A1%A8%E5%96%AE
- [9] 維基百科。Adobe Illustrator。檢自: <u>https://zh.wikipedia.org/zh-tw/Adobe_Illustrator</u>
- [10] 中興米官網。檢自: <u>https://www.unionrice.com.tw/Brand?type1_id=15</u>
- [11] 大倉米舖官網。檢自: <u>https://www.okrice.com.tw/index.php</u>
- [12] 天生好米官網。檢自: <u>https://naturalrice.com.tw/shop/</u>

附錄





月份

Г

學年度第 學期

教師綜合輔導紀錄表

填表日期: 111年11月 (0日

教	教師姓名 陳健忠		忠	所屬系所	資言	資訊管理系	
1	韓	博導課程	學生簽名	班級 輔導日期		期 輔導時間(分)	
***	實務專題(二)		朱嘉靖	資管四日	3 [1]年[1月]()日 共 90時30分	
項目	■ 專題		個人工作進度問卷討	個人工作進度回報與任務指派:問卷討論與低改內容			
2	輔導課程		學生簽名	班級	輔導日	期 輔導時間(分)	
土井 :営	實務	5專題(こ)	愿柏荀	費管回图	, 川年(1月10	日 共 0 時) 分	
期 夺 項目	■ 專題		個人工作進度 定 割書 -	個人工作進度回報與任務指派: 定劃書 - 糸統分析與設計探討			
3	輔導課程		學生簽名	班級	輔導日非	期 輔導時間(分)	
	實務	實務專題(二) 葉竹环 登览回马 (1)年11月10日		日共時分			
輔導項目	■ 專題		個人工作進度問卷內容	個人工作進度回報與任務指派:問卷內容設計			
輔 導 項目	■ 專題		個人工作進度	個人工作進度回報與任務指派: 言 □			
輔導	學生人次合	計 2	人 輔導時間合	計時	30分 教師簽名	観と	

備註:

'm 起, 一、本表以月為單位。任課教師請於次月 5 日前將本表繳交至系(所)辦彙整,由系(所)辦彙整統計表後擲交教學發展中心。

二、本表留存各系評鑑備查,並請受輔導學生於專題複審前至系辦領回影本,放至專題報告書附錄之中。

三、學生簽名欄,由受輔導學生簽名。



月份

Г

學年度第 學期

教師綜合輔導紀錄表

填表日期: 111年12月13日

教	教師姓名 陳健忠			所屬系所	資訊	資訊管理系	
1	庫	甫導課程	學生簽名	班級	輔導日非	期 輔導時間(分)	
	實務	务專題(と)	朱嘉緯	資管4B 11年12月13		3日 共 時45分	
輔導 項目	■ 專題		個人工作進度回報與任務指派: 企劃書與 PPT 探討			討論結果: □1.缺席 □2.分數:	
2	輔導課程		學生簽名	班級	輔導日期	朝 輔導時間(分)	
	實務	§專題(2)	原柏荷	資管的 11年1月13日		日 共 時分分	
頼 寻 項目	■ 專題		個人工作進度日	回報與任務指問卷結果	討論結果: □1.缺席 □2.分數:		
3	輔導課程		學生簽名	班級	輔導日其	用 輔導時間(分)	
	實務	事題(ン)	莱姆琳	寶管4B 11年12月13日		日共時45分	
輔導 項目	■ 專題		個人工作進度回報與任務指派: PPT 製作		討論結果: ↓21.缺席 □2.分數:		
辅 寺 項目	■ 專題		個人工作進度回	回報與任務指	派:	討論結果: □1.缺席 □2.分数:	
輔導	學生人次合	計レ人	輔導時間合言	┝ 時」	45分 教師簽名	建成党	

備註:

(所正,
 一、本表以月為單位。任課教師請於次月 5 日前將本表繳交至系(所)辦彙整,由系(所)辦彙整統計表後擲交教學發展中
 心。

二、本表留存各系評鑑備查,並請受輔導學生於專題複審前至系辦領回影本,放至專題報告書附錄之中。 三、學生簽名欄,由受輔導學生簽名。



4月份

學年度第 學期

教師綜合輔導紀錄表

填表日期:112年4月20日

教	教師姓名 陳健忠		5	所屬系所	資訊行	資訊管理系	
1	車	輔導課程 學生簽名 班級 輔導日		& 輔導日期	輔導時間(分)		
1	實務	§專題(3)	4嘉建	賀管4B (12年)		共 時 分	
辅導項目	■ 專題		個人工作進度回報與任務指派: 製作 ppt.			討論結果: □1.缺席 □2.分数:	
9	輔導課程		學生簽名	班級	& 輔導日期	輔導時間(分)	
2	實務專題(5)		廖柏荀	貨管4B 1/2年4月20日		共 時 分	
輔導 項目	■ 専題		個人工作進度 修改網站。	回報與任務:	指派:	討論結果: □1.缺席 ☑2.分數:	
3	庫	博導課程	學生簽名	班級	輔導日期	輔導時間(分)	
0) 實務專題(3)		莱坎琳	资管AB 112年4月20日		共 時 分	
輔導項目	■ 專題		個人工作進度 修改正劃書	回報與任務:	指派:	討論結果: □1.缺席 ☑2.分數:	
輔 導項目	■ 專題		個人工作進度回報與任務指派:			討論結果: □1.缺席 □2.分數:	
輔導	學生人次合	計 ろ /	林 轉導時間合計	計 R	序 分 教師簽名	越去	

備註:

一、本表以月為單位。任課教師請於次月 5 日前將本表繳交至系(所)辦彙整,由系(所)辦彙整統計表後擲交教學發展中 100

二、本表留存各系評鑑備查,並請受輔導學生於專題複審前至系辦領回影本,放至專題報告書附錄之中。 三、學生簽名欄,由受輔導學生簽名。

111
學
主
十
度
嶺東科技大學
資訊管理系
東台糧倉網站架設