

科技部補助

大專學生參與專題研究計畫研究成果報告

* ***** ***** *
* 計 畫 *
* : 360 度蕾絲產品瀏覽及試穿效果檢視平台 *
* 名 稱 *
* ***** ***** *

執行計畫學生：張心慧
學生計畫編號：NSC 102-2815-C-041-004-H
研究期間：102年07月01日至103年02月28日止，計8個月
指導教授：廖奕雯

處理方式：本計畫涉及專利或其他智慧財產權，2年後可公開查詢

執行單位：嘉藥學校財團法人嘉南藥理大學資訊管理系

中華民國 103年03月14日

行政院國家科學委員會補助
大專學生參與專題研究計畫研究成果報告

* 計畫 *
* :美麗的誘惑：結合配色系統與 360 瀏覽之緯泓公司 *
* 蕾絲產品平台 *
* 名稱 *

執行計畫學生：張心慧

學生計畫編號：NSC -2815-C-041-004 -H

研究期間：102年7月1日至103年2月底止，計8個月

指導教授：廖奕雯 老師

處理方式(請勾選)：立即公開查詢

涉及專利或其他智慧財產權，一年二年後可公開查詢

執行單位：嘉南藥理科技大學 資訊管理系

中華民國 103年 3月 14日

壹、前言

財團法人台灣網路資訊中心自 2002 年起持續進行「台灣寬頻網路使用調查」，2012 年「台灣寬頻網路使用調查」報告，截至 2012 年 5 月 27 日為止，全國地區上網人口約有 1,753 萬，上網率達 75.44%。民在個人網路服務使用狀況的調查發現，網路購物服務使用之比例為 59.62%，意指每 2 人中即至少有 1 人曾使用以上的網路服務。消費者只要上網訂購好生活所需用品，下班後就可從容回家，因為訂購的物品早已送達指定地點。如此便利的消費模式，不僅消費者受惠，對業者而言更是充滿了無限商機。

拜網路科技所賜，電子商務替中小企業創造了機會，使得他們有機會將商品銷售給數以百萬的潛在消費者(Gregory, Huoy & Detmar, 1999)，能夠與資源雄厚的跨國公司在平等的技術基礎上競爭。對於傳統紡織貿易公司而言則是因為新競爭者所帶來的競爭壓力，以及大環境商業模式的變遷，全球紡織產業之競爭勢必更加劇烈。

在流行速度多元的紡織業，企業首要之務為確定每個目標市場客戶的需求和特徵，瞭解消費者的消費行為及影響其網路購物之關鍵因素，才能擬定合宜的行銷策略及組合合適的產品，目前消費者購物有大部分消費行為來自網路購物，因此公司是否可以透過資訊科技來加快產品之瀏覽，以提升消費者網路購物之意願，也是公司能力的關鍵指標，加入 360 瀏覽可以提供以往靜態瀏覽型態之外讓產品以具有臨場感的 360 瀏覽呈現方式，讓消費者突破平面的限制進而跟產品產生互動，產品能更清楚的傳遞產品的特性和優點。提供客戶更完善之服務，並延伸價值鏈之價值活動，以建構更強有力的競爭優勢。

貳、創意描述

藉由公司網站來達到宣傳公司品牌脫離傳統宣傳模式，並設計簡單的網站操作環境幫助顧客快速的查詢公司網站內的資訊、聯絡方式。設計網站產品調色盤幫公司使客戶在訂購產品後快速選取理想中產品各部位顏色後將檔案送回公司進行產品製造解決早期產品往返公司與客戶之間的時間。

為了達到讓緯泓公司的網頁能簡單的讓客戶了解公司產品的介紹，我們使用了 jQuery 網頁幻燈片效果。jQuery 一個快速又簡潔的 JavaScript 程式庫，簡化了在 HTML 文件裡面尋找 DOM 物件、處理事件、製作動畫和處理 Ajax 互動的過程，並且 jQuery 支援各個瀏覽器的程式碼編排以達到幻燈片的效果。

在競爭激烈的社會如果產品不吸引客戶的話那公司是很難維持下去的，所以要讓緯泓公司的網頁能夠讓客戶熟知道，使用緯泓實業股份有限公司生產的布料製作成不同的產品擁有哪些樣貌、布對產品有甚麼樣的效果、質感等…直接讓客戶看見所以我們決定使用 360 的效果來呈現。

參、系統功能簡介

架設網站：

幫助緯泓實業股份有限公司架設網站提供多樣化的資訊〈公司的基本介紹、公司產品介紹、公司聯絡方式…等〉讓客戶瀏覽緯泓實業股份有限公司的網站就從任何地方了解公司的介紹，脫離以往為了瞭解該公司運作模式而實際走訪探勘的問題。

1. 設計產品調色盤：

早期緯泓實業股份有限公司與廠商作交易時都必須將厚厚的產品目錄拿給廠商作翻閱選定想要的布料圖式與顏色，緯泓公司須將廠商所選圖式、顏色帶回工廠研發生產後，約一個禮拜的時間再與廠商見面將所完成的產品給予觀看審查，如符合廠商需求緯泓公司就開始進行生產作業，不符合廠商需求的話就送回工廠在製造出符合廠商心目中的產品一直反覆到廠商滿意為止。為了解決早期繁雜的客戶面對面交易，客戶只要使用從緯泓公司的電腦調色盤，選擇產品與產品特定部位的顏色，選擇完畢後瀏覽確定選擇的是否符合客戶需求產品再進行生產以解決早期產品往返公司與客戶之間的時間。

2. jQuery 網頁幻燈片：

通過使用 jQuery 的幻燈片，可以創造出驚人的 HTML 幻燈片花俏的內容元素，因為它們並不會占用大量的空間，使用 jQuery 則可以製作很多真正美麗的動態效果，只須寫幾行程式碼，而無須添加專有的插件，如：Flash。

3. 360 度產品展示功能：

這個功能強調能讓使用者可以看見商品的全貌，對於早期緯泓實業股份有限公司的布料生產出來的商品(例：內衣、內褲等等…)給客戶做觀看，這裡所花費的對談時間能夠使用 360 功能來縮短，只要上網瀏覽緯泓實業股份有限公司的網頁就能使用 360 度的系統瀏覽用緯泓產品製成商品的樣貌，讓客戶可以在面對面交易之前對緯泓實業股份有限公司的產品有一定的了解，進而縮短面交的時間達到幫緯泓實業股份有限公司節省時間。

肆、系統特色

1. 產品顏色挑選

使用者可以透過按鈕選擇不同產品，進行試穿效果檢視，透過模特兒試穿自己喜愛的商品，觀看其效果。除了產品試穿外，也可以選擇不同的產品顏色，如圖1、2所示。

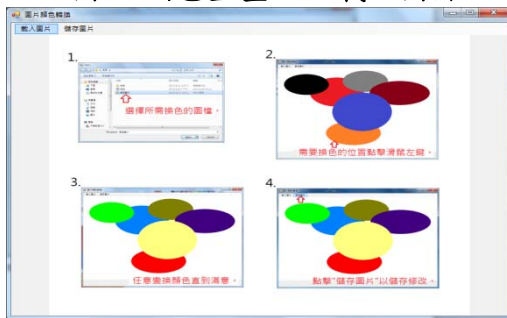


圖 1 產品 360 瀏覽

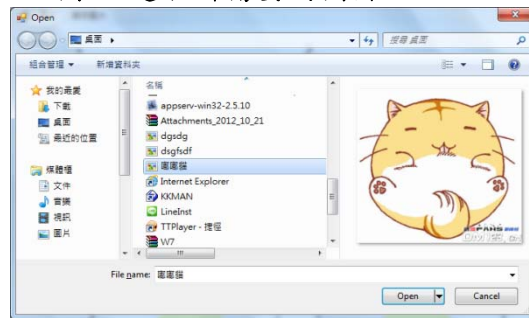
圖 2 產品顏色挑選

2. 調色盤系統設計

● 圖 3 調色盤畫面—載入圖片



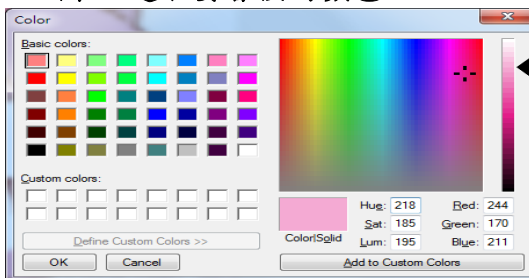
● 圖 4 選取所需要的圖片



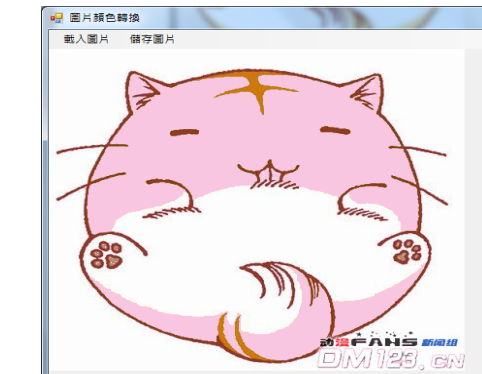
● 圖 5 點選要變換顏色的區域



● 圖 6 選取要替換的顏色



● 圖 7 儲存圖片



伍、系統開發工具與技術

首先網站，我們先參考客戶給予我們三家對手廠商的網站做參考，並希望能夠仿造對手公司網站的優點並補足缺點。觀察三家公司網站後，決定大概了網站的製作方向，並試做網站與其各項功能。使用 Adobe Dreamweaver CS5 來製作網頁，首先建立基本網頁介面將一般網站架構完成，並使用 CSS 功能來製作網頁框的框架與其他圖示框架，使用 Photoshop CS5 製作網頁按鈕元件，匯入 Adobe Dreamweaver CS5 並將按鈕放入 CSS 框架來完成網頁按鈕元件。我們使用 Visua Basic 來進行試做，首先我們先將客戶給予我們的蕾絲圖文載入 Visua Basic 後，我們採用點對點的方式來嘗試抓蕾絲上的圖案並將它劃分成三大色塊，並且以 X 與 Y 軸再決定改變顏色的區域已達到目的。360 度產品展示首先先將展示人偶穿上產品後進行 360 度每 10 度拍攝後，使用 Flash CS5 動畫影格的功能與每個場景的變換圖片來完成影格動畫，並且完成轉動的程式碼來達成讓使用者可以隨自己喜歡的角度任意選轉產品的功能。

使用軟體	
文書部分	
書面製作	Microsoft Office Word 2010
軟體部分	
網站設計	Adobe Dreamweaver CS6
網頁元件設計	Adobe Photoshop CS6
360 度產品	Adobe Flash Professional CS6
資料庫架設	MySQL
調色盤製作	Visual Basic 2010

圖 8 使用軟體

陸、系統使用對象

全球化競爭的問題，B2B 網路交易模式已成了現在各種產業必須重視的議題，建立一個屬於公司的專用網站作為企業與企業之間資訊交流平台的方式，使公司間能夠協同作業，以提供使用者能輕鬆掌握公司與公司之間的即時資訊，B2B 網路交易模式不僅提供快速的交易環境更能使交易模式便得更為精簡化，為了因應社會有彈性且迅速的市場變化與市場需求。

台灣紡織業進入企業電子化後，大部分紡織業都有建立自己的公司網站來為應付 B2B 的全球網路交易模式，為了緯泓實業股份有限公司在 B2B 網路交易的市場中能生存下去，分析其他紡織企業的公司網站幫助緯泓實業股份有限公司設計 B2B 的專屬網站以達到企業電子化。

柒、系統使用環境

藉由公司網站來達到宣傳公司品牌脫離傳統宣傳模式，設計簡單的網站操作環境幫助顧客快速的查詢公司網站內的資訊、聯絡方式(如圖 10)。設計網站產品調色盤幫公司使客戶在訂購產品後快速選取理想中產品各部位顏色後將檔案送回公司(如圖 12)。設計簡單的 360 度產品展示效果讓客戶能夠在網頁上觀看特定商品 360 的樣貌提升視覺上的效果(如圖 13)。



● 圖 13 360 度產品展示效果



捌、商業價值

網路憑藉本身具有無時間及空間限制、互動性高、即時回應、成本低廉以及進入障礙低等特性，吸引了全球不斷增加的上網人口。進行網路購物的消費者，其購買行為比傳統購物行為較複雜，故更需要進一步研究在其決策過程中，影響購買金額、產品、網站及購買頻率等因素為何？此即為本研究瞭解消費購物習慣改變所要探討的問題：(1)探討網路消費者人口特徵及使用行為；(2)研究影響路購行為因素中何者影響最大；(3)影響網購行為構面組成因素之顯著性分析。

面臨紡織貿易自由化之時代來臨，全球紡織產業之競爭勢必更加劇烈，通路商與品牌商之議價能力也將逐漸增強，相對而言，製造廠商勢必在成本、交期、品質與配銷上更需符合客戶需求，則可加強產品網站之瀏覽功能，以提供客戶更完善之瀏覽服務，並延伸價值鏈之價值活動，以建構更強有力的競爭優勢。

目前內衣購物網站都以靜態展示，且沒有模特兒試穿效果，沒有為顧客量身訂做的服務，因此本研究與緯泓實業有限公司合作，開發出具備客製化內衣配色系統、360 產品瀏覽效果以及模特兒試穿等功能的蕾絲產品購物網站，並在網站開發完成後，透過瀏覽體驗模式評估網站之體驗價值，包含使用者滿意度、忠誠度及再瀏覽意願等，期望藉由此平台可以開創未來購物網站具備更切合消費者功能，讓消費者在網站上購物可以與實體購物之體驗效果更為接近，提高其購物意願也是公司能力的關鍵指標。以提供客戶更完善之服務，並延伸價值鏈之價值活動，以建構更強有力的競爭優勢。

玖、結語

線上購物讓消費者只要壓下按鍵即可購買全世界的商品，也讓整個世界透過按鍵產生了消費連結。商機無限的線上購物市場更因為近幾年智慧型手機的興起以及消費者強大的購買能力，衍生出更多樣化的消費模式。

針對個人使用網路進行調查外，每年亦針對全國地區的家庭上網戶數及比例進行調查，2012 年全國地區家戶上網比例達到 80.99%。民眾對多數網路服務已有一定的依賴程度，有近 5 成的受訪者同意會因網路購物而減少在實體商店消費的次數。整體來說，個人網路服務對於民眾的社交溝通聯絡及現實生活中之消費行為已經產生一定的影響力，未來是否會改變人類溝通及生活的型態值得密切注意。依年齡而論，有網路購物經驗之比例近似常態分佈，以 20~44 歲之比例最高，使用網路購物的主要原因為「免出門」及「價格優惠」，單次購買的金額以「2,001~5,000 元」最多，占了 28%。在針對性別對於使用網路服務項目之差異的調查中發現，在網路社群服務及網路購物服務使用中皆呈現女性多於男性的現象。電子商務產生新的電子市集，該參與者、商

品及過程都有著重大的改變(Choi et al., 1997)。在網路上的購物情境有別於傳統的購物情境，而不同的購物情境對消費購物行為將有不同的影響。

參考文獻

1. 王皓正(2009/02/19)，台灣上網人口突破 1580 萬，聯合新聞網，
http://mag.udn.com/mag/digital/storypage.jsp?f_ART_ID=178678
2. 張聿超(2004/01/07)，紡織業流行行銷B2B 經營模式之研究-以電子商務化傳銷業個案研究途徑，國立政治大學經營管理碩士學程資訊管理組，
<http://nccur.lib.nccu.edu.tw/bitstream/140.119/35314/1/93210501.pdf>
3. 瞿宛文(2008/03)，重看臺灣棉紡織業早期的發展，新史學十九卷，一期
<http://idv.sinica.edu.tw/wwchu/9703%20New%20History.pdf>