

目錄

中文摘要	2
第一章、序論	
第一節 研究背景	3
第二節 研究動機	3
第三節 研究目的	3
第四節 研究範圍	3
第二章、文獻探討	
第一節 相關文獻	4
第二節 相關網站	14
第三章、系統研究方法	
第一節 系統研究流程	15
第二節 SWOT 分析	16
第三節 系統功能	17
第四節 系統特色	18
第五節 使用對象	18
第四章、預期研究結果	
第一節 開發工具	19
第五章、分工執掌和進度表	
第一節 分工執掌	20
第二節 進度表	20
附件一、參考資料出處	21

中文摘要

台灣機車產業歷經半個世紀的發展，由早期倚賴進口裝配、技術導入，進而自創品牌、擴展整車零組件外銷，逐漸邁向技術研發並於海外投資設廠、積極開拓國際市場，目前已在全球機車產業佔有一席之地。若要繼續維持機車王國美譽，必須排除種種不利因素，以優良的品質或提升產值技術，才能避免走向夕陽工業。

台灣由於地狹人稠，都會區人口集中，交通日益繁雜，機車因具備輕巧便宜、停車便利、不受擁擠塞車影響等優勢，儼然已成為國人必備的交通工具。有鑑於此，本研究希望透過文獻資料分析，了解台灣機車產業之歷史演進，進一步瞭解都會區使用者之喜好與業者經營之困境，具體提供建議作為未來選購及研發走向之參考。

台灣經濟起飛，國民所得大幅提昇，但因地狹人稠，多數人口集中，使得都會區交通日益繁雜。機車因其輕巧便宜、停車便利、不受擁擠塞車影響等優勢，使得此項運輸科技廣受大眾使用，成為都會區多數國人必備的交通工具。不論是學生、上班族、家庭主婦等，遊走大街小巷完全靠它，平均每個家庭中都有 2~3 輛左右。因此，機車製造業者皆極力改造創新，藉由日新月異的技術配合精益求精的開發態度，為的就是提供使用者完美的滿足與服務。

由於傳統產業的行銷方式，不外乎廣告傳單、報章雜誌以及街坊鄰居口耳相傳來達到宣傳效果，但在這日新月異的資訊爆炸時代，導致傳統機車行因地域的限制，受到嚴重影響，所以我們想要改變傳統機車行的行銷模式，與現代科技結合，不會再因地域限制的關係，來增加業績及來客數。

第一章、序論

本章節將介紹研究背景、研究動機、研究目的、研究範圍

第一節、研究背景

由於本小組工作成員中有一名成員目前從事於機車改裝相關產業，並且擁有一間專屬機車保養工作室，但目前想把工作室和網路科技作結合，產生另外一種多方面的行銷手段，例如從前的機車行都是因由朋友之間的口耳相傳才會知道，所以我們改由從網路資訊傳播的途徑來達成宣傳的效果。

第二節、研究動機

想把傳統產業融合現代資訊科技，因此提升來客數及營業收入，以及增加知名度的遠播；也為了服務其他外縣市不克前來的廣大車友，所以我們想要開發相關資訊平台網站。

第三節、研究目的

本研究提出下列兩項目的作為此專題研究依據：

目的一、方便機車使用者尋找零件及相關改裝品之價格，快速查詢到使用者所需相關產品的介紹，以達到使用者不用出門疲於奔波的找尋產品。

目的二、由於油價上漲，開車的人逐年減少，很多小資男孩女孩，都選擇騎車當作平常交通工具，停車及保養方便，上下班尖峰時刻穿梭於市區能不被車陣所干擾，導致騎車的人數逐年遞增，所以機車的相關零件及保養物品需求大增，於是各家機車廠商興起，造成零件市場價格不一，所以我們要做一個讓使用者參考零件的平台。

第四節、研究範圍

本研究的研究範圍為傳統產業以及現在科技的行銷方式，製作機車購物網站，利用網路購物比價以及線上預約保養的功能，讓本廠商達到增加知名度及來客數，也可提升業績

第二章、文獻探討

第一節 相關文獻

一、機車科技發展背景與歷程

要瞭解台灣機車史，就必須先回顧人類運輸工具的演進。人類最早的運輸工具應該是出自生活所需，本能的使用雙手（載貨運輸的馱運者）與雙腳（載貨運輸的馱運工具）。爾後為了減輕自身的工作量、提高運輸效能或是解決困難，開始取用自然界的替代物品，諸如：樹枝、木棍、平板、動物獸力……等等。那時，人類使用的運輸工具通常是經由直觀、試誤、經驗與知識累積，不斷的改進使用的方法與材料，由單人拿、抱、提、背、扛演變到多人合作；由單人或多人拖拉演變到加上工具拖拉、滑動、滾動；接著「圓形的輪子」正式加入人類運輸工具的歷史頁扉後，獨輪、兩輪、三輪、四輪……等運輸工具繽紛雜沓，接踵而至。無論是人力車或是獸力車，都是我們運輸的好幫手。

運輸科技的演進之路是漫長的智慧結晶，在車輛的發展趨勢裡，都是先有腳踏車，再改良演變成為機車，最後才有汽車的誕生。世界機車的發源地是在歐洲的德國、法國、義大利等國，以及北美洲的美國等國家。世上第一部機車在西元 1769 年，由法人庫鈕(Nicholas Cugnot)使用蒸氣引擎組成，1883 年德國工程師戴姆勒(Gottlieb Daimler)，將一具四衝程的汽油引擎裝在腳踏車上，接著，賓士(Karl Benz)又為其裝配電力點火栓以點燃油料。在西方，很多汽車製造業先驅，都是從產製機車開始。由此印證，在運輸工具的車輛史裡，最先出現的是腳踏車、再改良製造成為機車、最後進入汽車階段。

至於臺灣機車史，回溯機車引進臺灣的歲月，應該是從日據時期昭和年間開始，當時先在腳踏車的骨架「頂桿」裝上「汽油箱」，在「踏板」、「鏈輪」之上加裝「馬達」引擎，馬達(motor)是外來語，譯成「摩托」，後來把用「馬達帶動」的車子就稱為摩托車，現在也有人叫機車，兩者通用。

二、台灣的機車發展史

根據林淑貞(1998)台灣機車史一書指出，台灣的機車從萌芽到成長約可分為四期，茲簡述各時期的概況及當時的政府政策：

(一)、萌芽期：日據時代到民國 50 年

民國/ 年代	重要事蹟
30 年 代	• 台灣已經開始進口機車，但因價格昂貴，主要購買者為當時的醫生、建築師、貿易商等金字塔頂端少數消費階層，可是因為市場需求殷切，利潤優厚，加入生產機車者眾多
40 年 代	• 進口車大量叩關，諸多的貿易商加入機車進口 • 機車進口廠牌眾多 • 市況混亂、倒風四起
41 年	• 政府鑑於外匯短缺，禁止機車整車進口，貿易商就改採進口零件後再組裝成車銷售
42 年	• 政府實施第一期經建計劃，獎勵國人發展本土工業。
43 年	• 國內第一家磨電燈製造廠（三陽電機廠）成立
45 年 左右	• 進口零件裝配場約 20 餘家
47 年	• 本田 Honda Cub C110 問世，銷售 9 萬輛
48 年	• 本田 Honda Cub C110 打破預定銷售輛 41 萬輛 • 鑒於省內組裝機車品質不穩，政府再度開放整車進口
50 年	• 台灣國民所得已達 142 美元，各行各業逐漸興起，機車漸漸成為重要交通工具，整體需求擴大。 • 政府惟因外匯仍然短缺，乃鼓勵業者投資本土機車工業，並訂定自製率，且逐年提高，以節省外匯。整車又列為管制進口項目。 • 國內第一家機車製造公司（三陽工業股份有限公司）成立。 • 開始統計國內機車生產量，政府發佈：年生產量為 17 萬輛。 • 國內機車零件進口值 146 萬美元

(二)、戰國時期：民國 51 年到民國 63 年

此階段市場需求殷切，利潤可觀，廠商導入國外各種相關技術，政府頒佈相關政策，機車產業多頭並行。

民國/ 年代	重要事蹟
51 年	• 國內機車零件進口值 178 萬美元 • 政府提出機車自製率 30%之規定 • 頒布「華僑回國及外國人投資條例釋示事項」獎勵機動車輛工業 • 台灣區車輛工業同業公會成立機車製造委員會 • 台隆貿易借用伍順車行板橋廠開始組車
52 年	• 修訂「華僑回國及外國人投資條例釋示事項」，將適用範圍擴及國人設立之機、電製造廠

	<ul style="list-style-type: none"> • 此自製計劃主要包括：1. 新產品之國內自製率第一年為 40% ，以後逐年增加 10% 至達 70% 以上。2. 國內已生產之產品，新申請製造者，其在國內製造部分，應不低於已有工廠中最高之百分比。3. 重要零件應廠內自製，其他零件可由廠外供應，國內已有製造之同類零件不准進口。 • 光陽工業股份有限公司正式成立 • 台隆工業股份有限公司創立 • 鈴木工業股份有限公司創立 • 裕隆汽車公司推出 175cc 蘭美達機車 • 功學社開始組裝機車
53 年	<ul style="list-style-type: none"> • 光陽正式營業，推出 HONDA C200 機車 • 功學社的蘆洲廠挪為生產車台並組裝機車的工廠 • 羽田機械股份有限公司創立 • 台隆工業股份有限公司開始營業 • 政府規定 50cc 以上重型機車之駕駛人須戴安全帽，附載人須跨坐，不得側坐，禁止 50cc 以下輕型機車載人
54 年	<ul style="list-style-type: none"> • 政府頒布「工業輔導準則」取消設廠限制，明訂自製計畫之主管機關為經濟部。 • 台灣偉士伯股份有限公司成立。 • 台隆開始生產石橋機車 • 發布施行「機械電氣製造工業分年達成自製率計畫施行辦法」 • 成立「機械及電機製品工業分年達成自製小組」 • 明訂自製率達成計劃，規定機車廠於本廠中自製之零件項目中包含車架、氣缸、活連梢及曲軸等四項。
55 年	<ul style="list-style-type: none"> • 功學社總行改組為功學社貿易公司，並與山葉簽訂技術合約 • 永豐與日本川崎重工業株式會社技術合作，引進新技術，製造 250cc、500cc。輕重型機車，供應國內市場 • 三陽首開廠辦合一風氣之先 • 羽田機械開始進口機車引擎，自行裝配「敏耐力」機車供應市場 • 至年底，向政府登記之機車工廠，多達 40 餘家；年銷售量 7.5 萬輛 • 國內產量已達 74,919 輛，進口機車總數為 14,902 輛，達內銷數量之 30%
56 年	<ul style="list-style-type: none"> • 機車生產達 10 萬輛 • 政府宣布禁止以旅客行李名義攜帶機車進口，進口量銳減至 4,202 輛 • 第一次修正自製零件項目，增列曲軸及外殼為自製零件項目，取消須於本廠自製之規定 • 功學社中壢廠完成，生產山葉機車 • 裕隆汽車公司推出 100cc 蘭美達機車
57 年	<ul style="list-style-type: none"> • 全年共銷售 14 萬 6 千輛，達初期高峰，銷售額近新台幣 20 億元

	<ul style="list-style-type: none"> • 機車使用量增加過速，各方未能即時配合，致使交通混亂。政府加強管理機車行車安全，推出各種機車政策限制機車的成長 • 課徵機車 20%貨物稅，機車售價提高 • 政府規定 50cc 以上機車須持有駕照 • 機車發展初期的第一個考驗使不健全工廠無法生存 • 日益蓬勃的機車市場因政府規定而萎縮 • 台隆工業新莊廠落成，專門生產 135cc、110 cc、100cc 男用機車 • 台灣偉士伯建廠完成生產第一輛偉士牌速克達，推出 90cc 及 150cc 兩種機車 • • 羽田機械推出第一部自力開發製造的機車「羽田 50」
58 年	<ul style="list-style-type: none"> • 增列輪圈、輪幅、輪殼及軔板連軔履四項為必要之自製項目，累計規定自製項目總共為 9 項，同年自製率提高到 70% • 政府公布「機械電器製造工業自製計畫實施辦法」將機車納入自製計畫產品。 • 羽田機械增置機械設備，自行開發製造「羽田 90cc 及「羽田 100cc」機車 • 機車銷售較民國 57 年負成長 14%，全年僅銷售 12 萬 6 仟輛 • 只剩 18 家營運廠商 • 各型機車進口量 101 輛
59 年	<ul style="list-style-type: none"> • 經濟部工業發展局成立，自製率主管機關改為由「工業指導委員會機械工業小組」審議，「工業發展局」負責執行 • 光陽第一工廠擴建落成使用 • 三陽為實踐「利潤分享員工」的經營理念，員工開始持有股份 • 台隆工業生產之「石橋 100T」機車上市 • 機車銷售較民國 58 年降低 8%，全年總計銷售 11 萬 6 仟輛 • 只剩 15 家機車製造廠商 • 自製生產零組件出口所獲之外匯淨值可充抵自製率，但最高不得超過 20%
60 年	<ul style="list-style-type: none"> • 各型機車進口量 36 輛 • 機車工業已達自行生產階段
61 年	<ul style="list-style-type: none"> • 台灣比雅久股份有限公司創立
62 年	<ul style="list-style-type: none"> • 台灣偉士伯建廠完成開始生產，第一輛偉士牌速克達製造完成，此為我國第一輛自製之速克達機車；台灣比雅久股份有限公司創立，與義大利 Vespa-Piaggio 技術合作生產高級速克達。以比雅久速克達品牌創造了銷售的空前佳績。 • 機車自製率提高到 80% • 羽田第一部速克達「比雅久 (Piaggio) 125 上市
63 年	<ul style="list-style-type: none"> • 機車自製率提高到 90%

- 台鈴工業股份有限公司創立
- 三陽工業推出野狼 125cc 機車
- 美國本田汽車開始投資三陽工業，持股比例 13%
- 功學社配合政策自創品牌，開始用「KHS」商標，邁出自立的第一步
- 國內機車產量突破 30 萬台（內銷 28 萬多輛，外銷 2 萬多輛）

(三)、成長茁壯期：民國 64 年到民國 79 年

此階段機車銷售量成長 1 倍以上，是國內機車銷售之高度成長期，機車經銷商回憶時，開懷地說：婦產科醫師願意合夥賣車。

民國/ 重要事蹟
年代

- | | |
|------|---|
| 64 年 | <ul style="list-style-type: none"> • 為配合 90%自製率的規定，功學社決定自製齒輪 • 羽田機械為提昇自製率，設立「大葉重工業股份有限公司」及「新力鋁壓鑄股份有限公司」，生產工具機、鋁壓鑄品及各式零件 |
| 65 年 | <ul style="list-style-type: none"> • 三陽工業自行開發「史帝田鐵」合金汽缸，開始外銷汽缸頭至日本 • 台灣偉士伯設立橋頭分廠，生產 180cc 速克達，9 月併購環球鑄造(股)公司 • 功學社與日本山葉的技術合約中止，為了公司獨力發展，特別設立開發部門 |
| 66 年 | <ul style="list-style-type: none"> • 原功學社部份經銷商、共同集資創立萬山機械有限公司 |
| 67 | <ul style="list-style-type: none"> • 三陽工業於湖口工業區購地，做為新竹建廠之用 • 台隆工業推出蘭蒂 50 女性專用車，整體業績較 66 年成長 97.1% |
| 68 | <ul style="list-style-type: none"> • 萬山於 9 月正式與日本 YAMAHA 技術合作，共同推出 RX 系列機車 • 台隆工業銷售量較 67 年成長 44%，市場佔有率達 3.6%，首度超越鈴木 • 交通部頒布「汽、機車領牌前委託檢驗辦法」 • 政府禁止 150cc 以上之機車在國內領照行駛，但仍可生產外銷 • 台灣地區機車年產量達到 74 萬 6 千輛的歷史性高峰 |
| 69 年 | <ul style="list-style-type: none"> • 萬山的 RX125 的銷售量高達三萬輛，僅次於三陽的野狼 125 • 三陽新竹廠加入生產行列 • 環保署首次訂定交通工具空氣污染物排放標準 • 能源危機及經濟不景氣使機車產量連續三年呈現負成長 • 台灣地區機車年產量呈現 3.04%的負成長 • 年輕型速克達機車開始在國內流行 |
| 70 年 | <ul style="list-style-type: none"> • 萬山推出跑速樂 50 輕型速克達，銷售量再成長 1.5 倍，創下二十二億六千萬元的業績 • 台灣地區機車年產量呈現 3.8%的負成長，產量降至 69 萬 5 仟輛 • 三陽推出電動啟動速克達「超級達可達 50cc」 |
| 71 年 | <ul style="list-style-type: none"> • 台灣地區機車年產量近 60 萬輛，負成長 13.8% |

	<ul style="list-style-type: none"> • 三陽機車首次整台外銷多明尼加共和國 • 台鈴工業成立各縣市銷售公司新通路 • 光陽工業推出國內第一部有微電腦液晶數字顯示板的機車
72 年	<ul style="list-style-type: none"> • 三陽工業鋁鑄廠及鐵鑄廠開工 • 三陽工業推出領導 90cc 機車 • 羽田自己研發，進入日系速克達的領域
73 年	<ul style="list-style-type: none"> • 台鈴工業正式與日本 SUZUKI 自動車工業株式會社投資合作
74 年	<ul style="list-style-type: none"> • 環保署訂定機動車輛噪音管制標準 • 經濟部能委會頒佈「汽機車能源耗用標準」 • 比雅久機車自行開發之速克達機車外銷加拿大且通過加拿大、美國環境保護署檢驗及道路安全規定 • 萬山工業及百吉發工業先後停工、跳票
75 年	<ul style="list-style-type: none"> • 羽田推出自行研發的「金祥瑞」，並試銷義大利、美國、加拿大、新加坡以及南美等各國 • 實施「汽機車能源耗用標準」 • 功學社機車改組為台灣山葉機車，日本山葉持股 51%，台灣山葉持股 49%，生產山葉機車 • 羽田機械自行開發「金祥瑞 50」、「黑豹 125」，另建廠大量生產汽、機車模具
76 年	<ul style="list-style-type: none"> • 修訂「汽機車能源耗用標準」 • 交通部變更機動車輛使用牌照，產生 250 萬輛的報廢機車 • 台灣山葉機車工業股份有限公司成立，新竹工廠成立推出「兜風 50」機車休閒功能
77 年	<ul style="list-style-type: none"> • 機車進口關稅由 65%調低到 55%，零組件平均關稅降到 35% • 政府開始實施機車第一期空氣污染物排放標準及第一期容許耗用能源標準 • 政府調低機車進口關稅到 40%，零組件平均關稅降到 35% • 國內機車銷售突破 100 萬輛，外銷大幅成長超越 6 萬輛 • 台鈴工業生產全國第一台輕型水冷式路跑車 RG50r • 三陽工業成立國內第一座安全駕駛教育訓練中心 • 羽田機械轉移機車事業至「台灣比雅久股份有限公司」
78 年	<ul style="list-style-type: none"> • 修定「機動車輛噪音管制標準」，分三期實施 • 機車進口關稅降低 30% • 大陸發生「天安門事件」，影響國內機車外銷大陸。我國機車外銷量衰退 31% • 財團法人山葉機車成立崇學基金會
79 年	<ul style="list-style-type: none"> • 鈴木宣布退出國產機車廠行列，被台鈴購併，走入歷史 • 政府公布「貨物稅條例」規定機車貨物稅 17%，電動機車稅率減半徵

收

- 光陽工業推出豪邁 125 暢銷車種
 - 台灣山葉機車首度外銷「凌風 R」、「兜風」車種至義大利及日本，並推出「世界宣言」
 - 三陽工業規畫國內首座標準輕跑車競賽場正式啟用
-

60 年代雖因能源危機及經濟不景氣，使機車產量連續三年呈現負成長，但是年輕型速克達機車開始在國內市場流行，而且機車外銷量大幅成長；63 年政府規定機車自製率 90%，對產業是嚴酷的考驗，但是對部分與外商技術合作的廠商卻帶來了契機，挾著品牌、技術、行銷等的種種優勢，多數技術合作廠商在這一段時期不斷的成長茁壯；77 年由於世界性經濟景氣，加上國內出口暢旺，經濟繁榮，國民所得遽增，使機車銷售量又告復甦且大幅成長；至於國內市場的需求型態也有顯著的改變，傳統式重型機車逐漸被淘汰；輕便、易操作以做為上班、購物、代步的輕型速克達機車迅速普及。此外，產品的壽命週期也大幅縮短，昔日同型機車銷售四、五年而不改型的情況已不復見，廠商在一、二年之內勢需改型或推出全新車種，否則必然無法維持市場佔有率。民國 79 年時，國內機車保有率已由民國 63 年之每 11 人保有 1 台機車提升至約每 3 人即擁有一部機車，機車保有率躍登全球之冠。此時期國內機車產業仍以內需為導向，至民國 79 年機車外銷比例僅 6%，真正處於對外擴張初期。

(四)、跨上國際舞台：民國 80 年以後

進入八十年代，機車銷售量穩定成長，每年二位數以上的外銷成長，是過去轉口貿易全盛時期所無法比擬的，這是機車發展史上非常重要的一刻，代表台灣的機車製造業，已成功轉型賺取外匯，成為潛力無窮的明星產業。

此時期光陽自創 KYMCO 品牌、訂立國際元年；三陽國際品牌 SYM 誕生；兩家公司分赴大陸、越南投資。台灣山葉推出世界宣言；日本鈴木宣佈將台鈴納入全球產銷網中，種種跡象顯示，發展了三十年的機車工業起飛了。

民國/ 重要事蹟
年代

- 80 年
- 光陽工業全國第一座機車綜合測試場落成使用
 - 機車整車進口關稅降低至 25%，零件平均關稅降至 15%
 - 政府開始實施第一期噪音管制及第二期空氣污染排放標準
-

- 81 年
- 三陽工業「卡吉百機車」外銷義大利
 - 三陽工業首度對中國大陸、金門地區作機車巡迴服務
-

- 82 年
- 國人自製電動機車領牌上市
 - 光陽工業訂立國際元年，開始海外設廠評估
 - 三陽工業風梭 110SR 機車榮獲第一屆國家產品形象獎
 - 三陽工業超級迪奧新機種上市發表
 - 台灣山葉機車推出 FZR、JOG、迅光 FR，榮獲國家優良設計獎
 - 台灣山葉機車取得 ISO9002 國際品質認證
-

	<ul style="list-style-type: none"> • 光陽工業「湖南光南摩托車有限公司」(合資廠)成立海外設廠)
83 年	<ul style="list-style-type: none"> • 台灣山葉機車首創國內機車業界「全車系一年不限里程服務保證」 • 政府核准業者間接赴大陸投資設立機車廠 • 國內單一機車廠產輛突破 50 萬輛 • 光陽工業 ISO9001 品質保證系統授證，紀念車及勁 150 機種發表 • 羽田堅持自行研發推出丸 Scooter--Cross 型式之 HOT--50D 以「大輪胎」的特性抓住年輕人的心，大受歡迎 • 以比雅久為首的其他小型機車廠逐漸在台灣機車市場出頭 • 大陸取消「一大件三小件優惠關稅」，對我國機車出口大陸衝擊甚大 • 比雅久 HOT--50D 機種榮獲全國工業總會頒發開發新產品績優廠商 • 行政院環保署公佈機車第三期排放標準草案 • 光陽成立海外部，規劃海外業務運作 • 三陽工業辦理現金增資，實施員工入股
84 年	<ul style="list-style-type: none"> • 環保署修訂「交通工具空氣污染排放標準」 • 台灣機車外銷輛逾 50 萬輛，外銷區域仍以亞洲為最大宗 • 光陽工業國家級實驗室 CNLA 認證通過 • 大陸核准慶豐集團廈杏機車廠投資案 • 統雄工業停工並資遣員工，結束機車生產事業 • 三陽工業取得機車 ISO9001 國際品質認證 • 比雅久機車以 HOT-50D 參加義大利杯越野年賽，在五站之越野及 RALLY 賽總積分榮獲冠、亞軍 • 光陽工業「常州光陽摩托車公司」(合資廠)成立 • 立法院三讀通過「使用牌照稅法」，取消 150cc 以下機車使用牌照稅 • 三陽工業國際品牌 SYM 正式誕生 • 三陽工業獲台灣證券交易所審議通過股票上市申請 • 比雅久機車通過商品檢驗局 ISO9001 之驗證認可 • 燁隆集團接掌台灣偉士伯張、呂兩家股權
85 年	<ul style="list-style-type: none"> • 環保署制定並實施全世界最嚴格的排放管制標準與「機車排氣定期檢驗制度」 • 日本鈴木集團提高對台鈴工業持股比例，從目前的 20%增至 40% • 光陽工業印尼「光陽力寶摩托車公司」(合資廠)成立 • 三陽工業股票於台灣證券交易所掛牌上市 • 台鈴工業取得產品品質國際標準化 ISO9002 之合格認證 • 三陽、光陽兩家機車廠，與工研院共同簽署機車類國有專利授權合約 • 光陽工業榮獲第七屆國家品質獎 • 「台灣農林股份有限公司」投入比雅久公司經營行列，正式跨足機車業，並更名為「摩特動力工業股份有限公司」

-
- 86 年
- 台灣山葉發動機研究開發中心股份有限公司成立
 - 台灣山葉機車興建大型機車安全駕駛訓練場
 - 台灣全省同步實施騎乘機車應戴安全帽，違規者處駕駛人罰款
 - 光陽工業與日本本田技研工業結束 33 年的技術合作關係
 - 台灣偉士伯公司與歐洲最大機車廠義大利 PIAGGIO 公司簽訂生產技術合約，將重返台灣機車市場
 - 政府實施新修訂的「交通工具排放空氣污染物罰鍰標準」
-

三、電子商務之定義

電子商務其實是『企業透過網路來從事商業活動』，而他的對象與範圍則包含了任何經濟單位(企業間、政府部門、自然人、法人)以及消費者。電子商務英文全名為 Electronic Commerce，簡稱 EC。

就 EC 的定義而言，是指各種交易行為均需透過網路來進行產品、服務、與資訊的溝通、交易及其他作業之過程與結果，亦即意指所有的交易行為，透過電腦間連線的電子化方式來進行所有的商業行為，即可透過電腦與網路，結合各種通信技術來完成交易行為。

四、電子商務發展史

電子商務的發展分為三個時期：

準備期：電子商務發展的最早階段，是關於人員、商業、公共基礎建設及經濟等整體的準備就緒已進行電子商務活動。

擴張期：第二個階段是有關於資訊與通訊技術在一個國家裡被使用情形的擴張，並從事於電子商務活動範圍的延伸

影響期：這是電子商務發展最後的時期，在此時期，電子商務開始對於一個國家裡的國家經濟以及商業活動產生影響。

五、從事電子商務有何好處

降低成本：減少固定成本、流動成本、節省開發廣告費用

增加效率：縮短交易流程、蒐集情報容易、24 小時開放

拓展市場：全球行銷、直接開發目標市場、增加產品通路

以小博大：成本低廉、商機無限、網路之上人人平等

免費資源：免費查詢全球貿易相關資訊、晉身資訊前線

直接互動：直接聯繫客戶、線上售後服務、掌握客戶資訊

第二節 相關網站

以下兩個網站是我們參考的對象

原價屋 <http://www.coolpc.com.tw/evaluate.php>

The screenshot shows the '原價屋' website interface. At the top, there's a navigation bar with various links. Below that, a large banner advertises '原價屋' with a focus on original prices and factory warranties. The main content is a table listing computer parts. The table has columns for item name, quantity, and price. The items listed include CPUs, motherboards, RAM, hard drives, and other peripherals. The table is titled '2012年3月27日 18:54更新'.

序	品名	共有商品	熱賣	圖片	討論	價格異動	數量	現貨	小計
1	NB筆記型電腦+散熱墊	共有商品 49 樣	熱賣 11	圖片 49			1		
2	Pad 平板電腦+配件	共有商品 57 樣	熱賣 15	圖片 57	價格異動 1		1		
3	福利品出清 + 內行組合	共有商品 66 樣	熱賣 9	圖片 66	討論 22	價格異動 2	1		
4	處理器 CPU	共有商品 46 樣	熱賣 8	圖片 46	討論 13		1		
5	主機板 MB	共有商品 168 樣	熱賣 32	圖片 168	討論 2	價格異動 5	1		
6	記憶體 RAM	共有商品 66 樣	熱賣 14	圖片 66	討論 4	價格異動 7	1		
7	內接硬碟HDD/固態SSD	共有商品 95 樣	熱賣 16	圖片 95	討論 25	價格異動 30	1		
8	外接硬碟+隨身碟+記憶卡	共有商品 159 樣	熱賣 21	圖片 159	討論 13	價格異動 79	1		
9	USB/固態+硬碟盒	共有商品 70 樣	熱賣 9	圖片 70	討論 13		1		
10	各式散熱零件+散熱膏	共有商品 71 樣	熱賣 17	圖片 71	討論 9		1		
11	燒錄器 CD/DVD/BD	共有商品 30 樣	熱賣 9	圖片 30	價格異動 6		1		
12	顯示卡VGA+3D零件	共有商品 208 樣	熱賣 22	圖片 207	討論 18	價格異動 2	1		
13	螢幕+改裝組件+框框	共有商品 102 樣	熱賣 19	圖片 102	討論 6	價格異動 3	1		
14	CASE 機殼+電源	共有商品 272 樣	熱賣 38	圖片 272	討論 28		1		
15	電源供應	共有商品 272 樣	熱賣 38	圖片 272	討論 28		1		
16	電源供應	共有商品 272 樣	熱賣 38	圖片 272	討論 28		1		

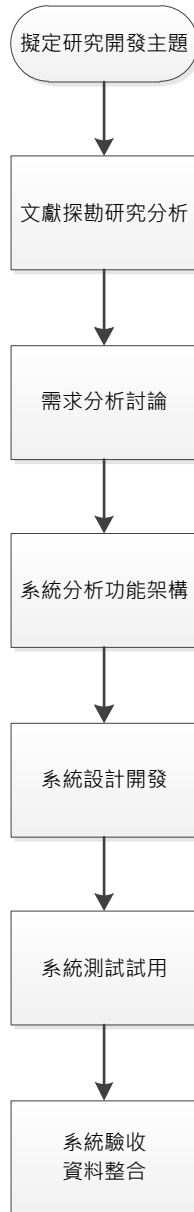
德安機車行 <http://www.takonmoto.com/product/list.php?id=7&page=3>

The screenshot shows the '德安機車行' website interface. At the top, there's a navigation bar with various links. Below that, a large banner advertises '德安機車行' with a focus on motorcycle parts. The main content is a grid of motorcycle parts. The grid is titled '產品介紹 PRODUCTS' and includes categories like '鋁合金類', '避震器類', '剎車系統', '碟剎類', '排氣管類', '引擎類', '傳動系統', '鋁合金類', '電器類', '精品類', and '其它類'. The grid displays various motorcycle parts such as wheels, suspension, and other components.

第三章、系統研究方法

在本章節將介紹系統開發流程、SWOT 分析、系統功能、系統特色、使用對象。

第一節、系統開發流程



圖(十)：系統開發流程圖

第二節、SWOT 分析

以下是我們討論出 我們的程式的優勢、劣勢、機會和威脅並以 SWOT 分析圖呈現。

	好影響	壞影響
內部環境	<p>Strength 優勢：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 線上零件比價的功能 2. 透過網路就可以訂貨，省時又方便 3. 機車相關零件介紹 4. 簡單又容易上手的介面 5. 不定期的更新系統使它更加完善 	<p>Weakness 劣勢：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 相關零件種類繁雜，無法一一詳細介紹 2. 無法第一時間掌握最新資訊 3. 特殊品牌須得到授權才能拍賣 4. 售價可能會因各地車行工資而有所誤差
外部環境	<p>Opportunity 機會：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 騎乘機車的人數日益增加 2. 每個人都想價格透明化 3. 線上預約保養維修 5. 不定期舉辦促銷活動 	<p>Threats 威脅：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 曝光率較難迅速提高 2. 無法以各大機車廠商結合 3. 未來同業會相繼模仿此模式行銷並改良

第三節、系統功能

前台

1. 商家公司簡介
2. 商品介紹及商品評論
3. 會員機制功能
4. 估價及購物車功能
5. 簡潔的結帳手續
6. 可使用 SSL 安全交易機制
7. 線上問與答討論區
8. 線上預約保養功能
9. 新商品及優惠訊息電子報功能

後台

1. 友善的管理系統
2. 可新增/編輯/移除
商品分類、商品、廠商、會員、商品評論、客戶訂單

第四節、系統特色

訪客特色

1. 讓使用者知道適合他騎乘車種的改裝品及試用報告
2. 依照使用者需求，客製化改裝
3. 使用者利用估價系統在有限預算下可以選購最佳的商品
4. 使用者利用預約保養系統，免去現場等待的時間
5. 使用者可在問與答發問，免去現場或致電去店家詢問產品相關問題

管理者特色

1. 淺顯易懂的管理系統
2. 方便管理者做新增修改刪除任何資料資訊
3. 會員管理系統可輸出表單
4. 管理者可以用可攜式裝置瀏覽後台管理介面

第五節、使用對象

1. 一般維修消費者
2. DIY 改裝消費者
3. 零件需求者

第四章、預期研究結果

第一節、開發工具

項 目	開發工具
作業系統	Windows 7
網站架構	Adobe Dreamweaver CS5
影像後製處理	PhotoImpact X3 Adobe Photoshop CS3
程式語言	SQL、PHP

第五章 分工執掌和進度表

第一節、分工執掌

姓名	學號	工作分配
陳宇宸	69810201	購物商城管理
謝濬遠	69810204	FB 粉絲團更新
程勁捷	69810214	網站設計
林同慶	69810215	分配工作、檢查網站
陳昱宏	69810216	圖片、影片編輯
彭啟成	69810236	圖片編輯

第二節、進度表

專案實施進度表																
專題執行之具體項目	101 年												102 年			
	1 月	2 月	3 月	4 月	5 月	6 月	7 月	8 月	9 月	10 月	11 月	12 月	1 月	2 月	3 月	4 月
尋找已經確認專題題目	■	■														
文獻探討		■	■													
研究分析		■	■													
收集資料				■												
初步系統分析				■	■	■	■									
系統設計開發							■	■	■	■						
系統測試										■	■	■	■	■	■	■
系統驗收整合										■	■	■	■	■	■	■

附件一 參考資料出處

相關文獻：

林淑貞 (1998) 台灣機車史

李宛穎, (1999), 線上銷售考量因素之研究, 中山大學企業管理研究所未出版碩士論文。

李雙華, (1998), 網路購物消費者降低知覺風險之研究, 私立大葉大學, 碩士論文。

吳惠君, (1998), 網路商店之商店印象與消費者購買行為之研究, 國立臺灣大學, 碩士論文。

林挺生、王嘉珮、陳年興, (1997), 電子商務之網路商店功能需求與設計, 第八屆國際資訊管理學術研討會論文集 (二), 台北。

林夏萍, (1998), 台灣地區網際網路消費者購物資訊搜尋行為之初探, 中正大學電訊傳播研究所碩士論文。

官振華, (1997), WWW使用者運用電子購物意願之研究以人格特質、購買涉入與網路使用行為探討, 國立中央大學, 碩士論文。

黃富松, (1991), 消費者知覺非顯對價格意識及自有品牌產品購買意願之研究, 淡江大學, 碩士論文。

喻正翔, (1998), 國內網路購物消費者行為之調查研究, 私立淡江大學, 碩士論文。

鄭力嘉, (1998), 影響網路使用者採行線上購物因素之研究, 國立屏東科技大學, 碩士論文。