

圖目錄

圖 2- 1、電子商務的本質	3
圖 2- 2、電子商務的七流(flow)	4
圖 2- 3、中國電子商務成長趨勢	7
圖 2- 4、使用者與進階用戶成長趨勢圖	8
圖 2- 5、全球 AI 相關領域融資金額狀況	9
圖 2- 6、網路行銷架構圖	10
圖 2- 7、網路行銷示意圖	11
圖 2- 8、網路行銷計畫的步驟二、三、四	17
圖 2- 9、消費者的行為模式	20
圖 2- 10、NIKE 網站	22
圖 2- 11、ADIDAS 網站	22
圖 3- 1、E-CLOTHES 的研究流程	23
圖 3- 2、消費圓餅圖	24
圖 3- 3、獲取最新服飾消息分析長條圖	25
圖 3- 4、購買服飾管道長條圖	25
圖 3- 5、網購原因統計長條圖	26
圖 3- 6、是否有網購經驗比率圖	26
圖 3- 7、最常網購商品統計長條圖	27
圖 3- 8、網路購物平台使用長條圖	27
圖 3- 9、網購注意特點統計長條圖	28
圖 3- 10、是否喜歡網購圓餅圖	28
圖 3- 11、是否網購過服飾圓餅圖	29
圖 3- 12、最常購買服飾商品比率圖	29
圖 3- 13、偏好國家統計長條圖	30
圖 3- 14、購買服飾頻率長條圖	30
圖 3- 15、是否重視服飾品牌圓餅圖	31
圖 3- 16、購買服飾考量因素長條圖	31
圖 3- 17、是否網購過 3C 圓餅圖	32
圖 3- 18、最想購買 3C 商品圓餅圖	32
圖 3- 19、最消耗 3C 配件圓餅圖	33
圖 3- 20、為何不喜歡網購長條圖	33
圖 3- 21、性別比率圖	34
圖 3- 22、年齡比率圖	34
圖 3- 23、職業比率圖	35
圖 4- 1、聖誕抽 E 下-禮品抽不完(聖誕抽獎)活動成果	40
圖 4- 2、新年優惠--3C 新品上架活動成果	41
圖 4- 3、母親節-好禮來相送活動成果	42