

# 致理科技大學國際貿易系 國貿實務專題

珍珠大小事-X公司的數位化成效研究

指導老師： 老師

學生：陳映安、鄧依庭、王湘怡、張祐甄

中華民國一一一年十一月

# 國貿實務專題研究授權書

本授權書所授權之國貿實務專題研究為 陳映安、  
鄧依庭、王湘怡、張祐甄 共 4 人，在致  
理科技大學國際貿易系 112 學年度第 1  
學期完成國貿實務專題。

國貿實務專題名稱：珍珠大小事-X公司的數位化成效研究

同意  不同意

本組同學共 4 人，皆同意著作財產權之論  
文全文資料，授予教育部指定送繳之圖書館及  
本人畢業學校圖書館，為學術研究之目的以  
各種方法重製，或為上述目的再授權他人以  
各種方法重製，不限地域與時間，惟每人以  
一份為限。

上述授權內容均無須訂立讓與及授權契約書。  
依本授權之發行權為非專屬性發行權利。依本授權所為  
之收錄、重製、發行及學術研發利用均為無償。上述同  
意與不同意之欄位若未勾選，該組同學皆同意視同  
授權。

指導教授姓名：

專題學生簽名：

學號：

中華民國 年 月 日

---

## 摘要

這項研究主要關注在探索阿里巴巴電商平台的應用，進一步評估平台在數位轉型中的效果。隨著網路普及，眾多企業轉向數位行銷，而阿里巴巴電商平台較為廣泛且全球皆可購買，以此模式銷售的競爭者也相應增加，競爭日益激烈。在這樣的情境下，如何在阿里巴巴平台上脫穎而出呢？

因此，研究的焦點在於探討如何善用阿里巴巴平台，將珍珠奶茶這項產品推向全球市場。考量到珍珠奶茶的普及程度，我們計劃利用這個趨勢來宣傳台灣知名的飲品，讓全世界看到我們台灣的特色，讓他們也能享受到台灣的美食，同時評估在阿里巴巴平台上的應用效果，進而去得知是否有所成功。

在研究中，我們選擇使用阿里巴巴平台，並與X公司合作，後者是一家主要販售珍珠奶茶及其他飲品的公司。除了銷售產品外，該公司還提供線上課程，讓消費者更深入了解製作過程，且提供開店課程，讓加盟者能學習到如何開設飲品店，因此，我們的目標是找出提高這種大眾產品曝光度和銷售量的方法，在這大眾的產品贏的頭銜。

關鍵詞：跨境電商、阿里巴巴平台、X公司、珍珠奶茶、電子商務平台、數位行銷

# 目 錄

## 第壹章 緒論

第一節 研究背景與動機 .....	1
第二節 研究問題與目的 .....	1
第三節 研究對象與限制 .....	2
第四節 研究流程 .....	3

## 第貳章 產業介紹

## 第參章 文獻探討

第一節 電子商務 .....	7
第二節 數位行銷 .....	8
第三節 電子商務個案介紹-阿里巴巴平台 .....	10

## 第肆章 研究方法

第一節 研究架構 .....	11
第二節 個案研究法-X 公司介紹 .....	11
第三節 個案公司策略分析 .....	12
第四節 企業訪談內容設計 .....	13

## 第伍章 訪談分析與結果

第一節 訪談內容與結果 .....	14
第二節 訪談結論 .....	17

第陸章 研究結論與建議

參考文獻..... 19

## 圖 目 錄

圖 1-1 研究流程圖.....	3
圖 2-1 珍珠奶茶市場分佈圖.....	5
圖 4-1 研究架構圖.....	11
圖 5-1 發品操作圖.....	15
圖 5-2 發品優化圖.....	15
圖 5-3 開店流程圖.....	15
圖 5-4 課程流程圖.....	16
圖 5-5 現場直播圖.....	16

## 表 目 錄

表 4-1 SWOT 分析表.....	12
表 4-2 五力分析表.....	12
表 4-3 訪談內容設計表.....	13

# 第壹章 緒論

## 第一節 研究背景與動機

近幾年受到 COVID-19 的影響，加速了企業數位化、全球宅經濟快速發展，數位化的轉型已成為企業實現競爭優勢和持續增長的重要策略之一。數位工具和技術的快速發展為企業帶來了前所未有的機會，同時也帶來了挑戰。在這樣的背景下，我們選擇以 X 公司作為研究對象，探討其數位化的成效和影響，

在台灣，珍珠奶茶市場一直以來都充滿了激烈的競爭。此飲品的受歡迎程度促使許多企業加入市場，以滿足不斷變化的消費者需求。在這種競爭環境下使企業必須不斷創新、改進，以保持競爭力，此為本研究的背景之一。

然而，近年來，全球的數位化趨勢已經改變了商業運作的方式。這種趨勢在各個行業中得到了廣泛的應用，包括飲品業。這也引起了我們對於珍珠奶茶產業如何應對數位化趨勢的關注，以及這種轉型是否會影響其企業效益，此為本研究背景。

在這樣的背景下，我們特別關注 X 公司，這家公司是台灣珍珠奶茶產業中的一個重要參與者。X 公司的數位化策略和實施可能對整個行業產生影響。因此，我們對該公司數位化轉型的細節和成效感到興趣，希望了解其是否為企業帶來競爭優勢。

最後，這項研究的價值不僅在於深入研究 X 公司的案例，還在於為學術界和業界提供有實際價值的見解。數位轉型已經成為企業成功的關鍵，因此我們的研究將揭示這種轉型對企業業務的實際影響，並提供實用的建議，以因應不斷變化的商業環境。

## 第二節 研究問題與目的

我們的研究目的在於深入探討電子商務平台對珍珠奶茶產業的影響，以及它是否有助於提升競爭力和擴展國際市場，並嘗試說明 X 公司公司的狀況以及阿里巴巴平台操作對於台灣銷售珍珠相關產業的公司所可能產生的影響。本小組彙整出下列兩項研究目的：

- 一、珍珠奶茶產業如何運用電子商務平台來拓展市場，特別是國際市場？

二、電子商務平台是否提供了更多數據洞察，有助於探討珍珠奶茶產業在電商平台的效益？

### 第三節 研究對象與限制

本組的研究對象為X國際有限公司，該公司是台灣珍珠奶茶產業的代表性企業之一，主要於阿里巴巴電子商務平台上提供珍珠奶茶、泡沫飲料粉、黑糖珍珠等相關產品與服務。我們將深入研究該公司的數位化策略、數位行銷工具及銷售成長分析，由於本組於阿里巴巴電子商務平台之操作權限僅為銷售員，因此部分詳細數據可能屬於商業機密，不易取得，此為本研究限制之一；數位化的成效可能受到外部環境的影響，例如市場競爭、經濟狀況或政策改革等，這些變化皆是難以掌握的，此為本研究限制之二；因本研究對象僅有X國際有限公司，無法代表所有珍珠奶茶產業，此為本研究限制之三。

## 第四節 研究流程

在明確的研究背景後，我們釐清了本研究所探討的問題，並形成了研究問題，進而明確的瞭解本研究的研究目的。透過文獻資料的收集，我們進一步建立了本研究的研究流程。如圖 1-1 所示。

### 一、研究流程圖

以下為本組研究流程圖：

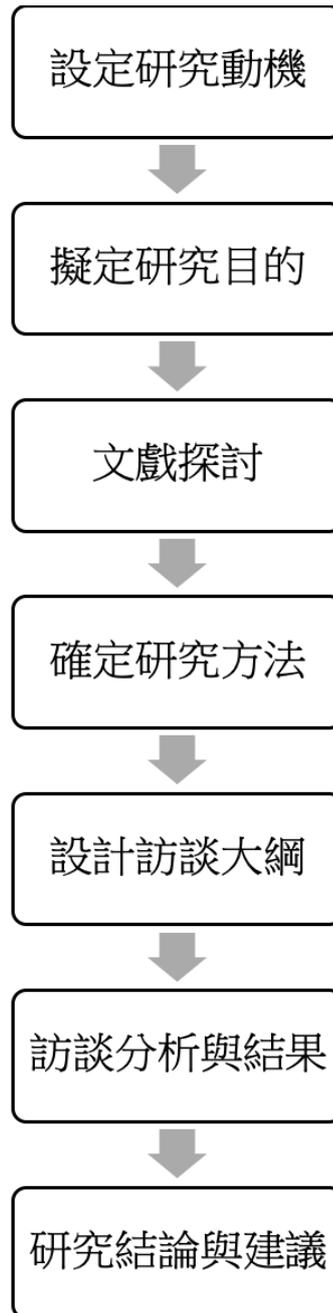


圖 1-1 研究流程圖

## 第貳章 產業介紹

### 第一節 珍珠奶茶起源

珍珠奶茶，又被戲稱為波霸奶茶，起源於 1980 年代的臺灣，是一種特色茶飲。這款飲料將木薯粉或地瓜粉製成的珍珠加入奶茶中，奶茶則可以是使用奶精或鮮乳混合而成。品味珍珠奶茶的過程充滿層次感：一開始，你會感受到奶茶的滑順和濃厚，茶葉風味與奶的柔滑口感交融。接著，咀嚼珍珠的瞬間，外層柔軟，內部嫩滑，帶有微妙的嚼勁。這種風靡一時的飲料還演變出了不同變化，如珍珠紅（綠）茶和珍珠奶綠等，成為臺灣最具代表性的手搖飲料之一，並流傳至全球各地。

臺灣有兩家店家聲稱是珍珠奶茶的發明者，分別是春水堂位於台中市和翰林茶館位於台南市。這兩家店因此爭端長達 10 年。春水堂創辦人劉漢介表示，1983 年在台中四維街開設的「陽羨茶行」是春水堂的前身，而在 1987 年，店長林秀慧意外地將粉圓加入奶茶，創造出了「珍珠奶茶」。

然而，翰林茶館創辦人涂宗和則表示，他在 1986 年於台南開店後，受到鴨母寮菜市場賣的粉圓啟發，成功將其融入奶茶中，形成了類似珍珠的煮過粉圓，最終將這款飲料命名為「珍珠奶茶」。法院最終裁定，由於年代久遠且珍珠奶茶屬於新型飲料，並非專利產品，因此任何店家都有權製作。

#### 一、早期的珍珠奶茶推廣：引領風潮卻伴隨負面印象

當珍珠奶茶首次展露頭角，距今已有二十多年的歷史。然而，真正的全球珍珠奶茶熱潮是在最近的十年內開始興起的。當時市場上既有那些積極經營品牌的人，也有那些只專注在販賣珍珠奶茶原材料的人。當時一些人對臺灣的珍珠奶茶有負面觀感，認為它們以前曾經嘗試進入市場但未成功，並且可能品質不佳所以才導致之前的失敗。

2009 年，六角集團以「日出茶太」品牌進軍國際市場，董事長王耀輝表示，儘管珍珠奶茶的先行者們當初只提供了原材料，但他們的努力在當地推廣了這個概念。儘管後來他們的品牌消失了，但人們仍然可以看到很多地方在販售珍珠奶茶。這使得新品牌不必重新讓消費者熟悉珍珠奶茶這項產品。

#### 二、讓珍珠奶茶走向世界：產業鏈品牌化拓展全球市場

臺灣的珍珠奶茶席捲全球，驅動了整個珍奶產業的蓬勃發展。不同於過去只專注販賣原材料，現在許多臺灣企業以「品牌發展」為核心，將品牌概念視為長期投資，而不僅僅追求短期利潤。

為了積極提升整體價值，臺灣的珍珠奶茶產業已經採取了多重策略。

首先，業者們累積忠誠度並發展原物料品牌，不僅僅提供原材料，還提供一條龍的解決方案。這種全面服務的方法使潛在的創業者能夠在短時間內學會經營一家珍珠奶茶店，建立品牌鑑別度和客戶忠誠度。

同時，台灣茶飲連鎖企業也利用自身的優勢，提升連鎖品牌的價值，進一步擴展了市場版圖。這種模式下，台灣的珍珠奶茶品牌在國際市場上能夠維持一致的品牌精神。

總體來說，台灣的珍珠奶茶產業通過累積忠誠度、發展原物料品牌、發揮優勢和提升連鎖品牌價值，既強化了原物料品牌的發展，又提升了連鎖品牌的價值，為珍珠奶茶的全球興起創造了更多機會。

## 第二節 珍珠奶茶市場分佈

珍珠奶茶是一種源自台灣的飲品，已經成功走向全球，並在不同國家和地區取得了廣泛的市佔率。以下是珍珠奶茶全球市場分佈的一些重要地區：

- 一、亞洲地區：中國、香港、日本、韓國、泰國、馬來西亞、新加坡等國家
- 二、北美地區：美國、加拿大
- 三、澳洲：澳大利亞、新西蘭
- 四、歐洲：英國、法國、荷蘭、德國等國家
- 五、中東和非洲：已逐漸擴展

以下為珍珠奶茶全球市場分佈圖：

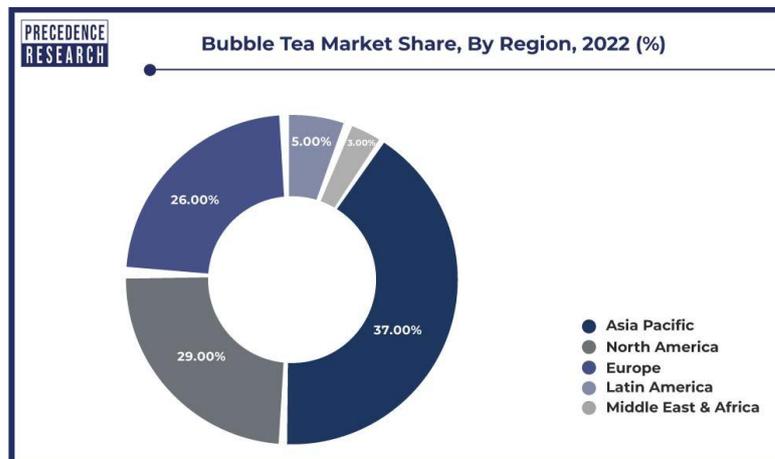


圖 2-1 珍珠奶茶市場分佈圖

參考網站：Precedence Research. (2023)

### 第三節 珍珠奶茶供應鏈

方文章（2018）的研究顯示以珍珠奶茶為核心的臺灣茶飲（以下泛稱珍奶），近年來之所以能在國際市場熠熠生輝並迅速擴展，除了仰靠本土品牌連鎖店在海外的開疆拓土之外，系統整合商透過「整店輸出」的服務型態協助國內外投資者自創品牌，無疑也居功厥偉。而品牌連鎖店或系統整合商的背後，則是一群由原物料、機械設備與器材、耗材供應商等上、中、下游串成的完整供應鏈。一條條供應鏈所提供的創意支援，以及在機械設備自動化與智慧化的持續創新，為臺灣珍奶提供堅實的後盾。兼具原物料供應與系統整合雙重角色的承恩食品與玖旺食品兩家老牌企業，既是臺灣珍奶原物料供應商的典型，也是原物料供應商向系統整合升級的成功範例。此外，台灣智能機器人科技公司在珍奶自動化進階調製上的突破成果，也為臺灣珍奶提供如虎添翼的拓銷實力。

遠見雜誌（2018）研究指出珍奶在連鎖品牌、供應鏈廠商的努力，這一顆顆的「珍珠」，已變成台灣產業桂冠上的寶石，不僅讓台商蛻變為大企業家，也串起原物料（包括茶葉、粉圓、鮮果等）、食品機械設備、包裝材料、整店輸出、連鎖品牌等五大產業。

根據經濟部（2018）統計，台灣本土每年可賣出 10.2 億杯茶飲，平均每人每年喝 44 杯，營收達 500 億元。加上海外加盟、直營及其他相關產業，初估商機有 3000 億，而依附生活的人更達數十萬，還隱藏外界不知道的隱形冠軍們。

台灣經濟貿網的研究表示台灣的珍奶原料供應商就有 29 家之多 隨著珍奶全球化，供應商也需全球化，而全球化的選項之一即是利用跨境電商平台開拓台灣以外的市場，可採取包括：

- 一、市場研究地位
- 二、品牌推廣
- 三、安全標章及認證
- 四、物流
- 五、價格競爭力

透過以上方式，珍珠奶茶供應商可以利用跨境電商平台成功拓展台灣以外的市場，實現全球化的目標。

# 第參章 文獻探討

## 第一節 電子商務

### 一、電子商務定義

電子商務，簡稱電商，是透過互聯網和電子通信技術進行商業活動的一種模式。它涵蓋了在線上進行的各種商務活動，包括但不限於網上購物、數位支付、電子市場、網上拍賣、數據交換等。電子商務的發展使得企業和消費者之間能夠更迅速、方便地進行交流和交易，並推動了商業模式的多元化和全球化趨勢。

### 二、電子商務分類

我們也能進一步的將電商細分為兩種對象，2C（對消費者）、2B（對企業）以及兩種營運模式，自營電商及第三方平台，而這也是許多業者評估市場的主要劃分方式。以下為電子商務之種類做簡易介紹（Welly SEO,2023）

#### （一）B2B 電子商務

B2B 電子商務模式是 Business to Business 的意思，企業之間進行的電子商務交易，通常涉及大宗商品、批發和供應鏈。

舉例來說，SEO 服務商、網站設計公司或是物流公司都是提供服務給不同的企業，是現在常見且典型的 B2B 電子商務。

#### （二）B2C 電子商務

B2C 電子商務是指 Business to Consumer，企業直接向消費者銷售商品或提供服務的模式。此為最為常見的電子商務模式，像是 Apple 賣手機、電腦給消費者或是 IKEA 賣傢俱給顧客等，都是非常常見的例子。

#### （三）B2B2C 電子商務

B2B2C 電子商務全名為 Business to Business to Consumer，可以把這樣的企業想像成中介商，其他企業將商品交給中介平台，再由中介平台販售給終端消費者，因此 B2B2C 電子商務除了要和企業合作，還需要思考如何行銷、販售給消費者。

常見的電商平台都屬於此類，像是 momo 購物網和 PChome。

#### （四）C2C 電子商務

C2C 電子商務是 Consumer to Consumer，消費者直接與其他消費

者進行交易，平台提供交易場所和支付機制。舉例來說：線上拍賣平台（例如 eBay）、分享經濟平台（例如 Airbnb）。

#### (五) C2B 電子商務

C2B 電子商務是 Consumer to Business 消費者對企業的商務種類，這樣的商務模式是將主動權交給消費者，主要由消費者去和企業議價和討論，也就是說是由消費者主導整個商業行動，並非消費者賣商品給企業，而常見的像是團購合作的洽談等等。

## 第二節 數位行銷

### 一、數位行銷定義

林杰銘（2023）數位行銷泛指任何使用電子設備的行銷方式，是一種包含線上與線下媒體整合的行銷策略，包含：網路影片、展示廣告、搜尋引擎、社群媒體、電子廣告看板和電視...等等。從本質上來說，如果行銷活動涉及到數位設備，那麼就是數位行銷。雖然數位行銷這個名詞大約是 2000 年初才開始出現，不過實際上數位行銷存在了更長的時間。

### 二、數位行銷工具應用與類型（Oracle（2023））

- (一) 社交媒體管理工具：用於管理和計劃社交媒體帖子，例如 Hootsuite 和 Buffer。
- (二) 搜索引擎優化（SEO）工具：幫助優化網站以提高在搜索引擎中的排名，例如 Google Analytics 和 SEMrush。
- (三) 內容管理系統（CMS）：用於創建、編輯和管理網站內容的工具，例如 WordPress 和 Drupal。
- (四) 電子郵件營銷平台：用於設計、發送和追蹤電子郵件營銷活動的工具，例如 Mailchimp 和 HubSpot。
- (五) 網絡分析工具：用於追蹤網站流量、用戶行為和轉換率的工具，例如 Google Analytics 和 Adobe Analytics。
- (六) 廣告平台：用於線上廣告投放和管理，例如 Google Ads 和 Facebook Ads。

(七) 電子商務平台：用於建立和管理線上商店的工具，例如 Shopify 和 Magento。

(八) 內容創建工具：幫助創建多媒體內容，包括圖像、視頻和博客文章，例如 Canva 和 Adobe Creative Cloud。

(九) 社交媒體監測工具：用於監測品牌在社交媒體上的提及和受眾互動，例如 Brandwatch 和 Sprout Social。

### 三、數位行銷趨勢

數位行銷領域一直處於迅速變化之中，受到技術、消費者行為和市場需求等多種因素的影響。了解當前的數位行銷趨勢至關重要，因為它們可以幫助企業保持競爭力，建立更強大的在線存在並與目標受眾互動。在接下來的內容中，我們將探討一些當前引領數位行銷世界的趨勢，這些趨勢對於成功的數位行銷策略至關重要。以下為 2021 年八大數位行銷的趨勢。(OOSGA,2022)：

(一) 業務導向轉為品牌導向

(二) 顧客旅程與接觸點分析

(三) 行銷科技的成熟

(四) 資安與網路安全

(五) 真實性與誠性

(六) 採用全渠道

(七) 漏斗角色的轉變

(八) 客戶體驗

### 四、對於中小企業效益

在現代的商業環境中，數位行銷已成為品牌推廣和客戶獲取的主要利益。特別對於中小企業而言，數位行銷提供了一個獨特的機會，使他能夠與大企業競爭。透過利用自媒體以及其他數位渠道，中小企業能夠更有效地接觸到他們的目標客群，同時也能夠建立起更強大的品牌忠誠度。根據 Vocus-DFP 領袖學苑 (2023) 的研究，以下為數位行銷對中小企業的重要性：

(一) 成本效益：相對於傳統的廣告方式，數位行銷通常更加經濟高效，特別是在自媒體平台上。

(二) 精確目標客群：數位行銷工具可以幫助企業更明確的定位目標客群，來提高轉化率。

- (三) 增進品牌曝光：透過電商平台和其他數位管道，中小企業可以擴大品牌曝光，並達到更廣泛的客群。
- (四) 建立品牌與客戶連接：電商平台允許企業與客戶建立更深層的互動和連接，竟而增強客戶的忠誠度。
- (五) 數據驅動的決策：數位行銷提供了大量的數據和分析工具，幫助企業做出更明智的行銷決策。

### 第三節 電子商務個案介紹-阿里巴巴平台

阿里巴巴集團成立於 1999 年，是一家綜合企業集團，主要提供網際網路服務，目前實行雙總部制度，分別位於杭州、上海和北京。

阿里巴巴網絡有限公司是阿里巴巴集團的前身，成立於 1999 年，由馬雲和其他 18 名合夥人創辦。該公司最初專注於 B2B（企業對企業）網上貿易平台，服務小企業。如今，它是全球領先的小企業電子商務公司，擁有眾多用戶。

阿里巴巴目前經營著四個網上交易市場，包括全球進出口商的國際交易市場、中國內部貿易的中國交易市場、日本外銷及內銷的日本交易市場，以及為小買家設計的全球批發交易平台「全球速賣通」。截至 2011 年三月，這四個市場共擁有超過 6,500 萬註冊用戶。

此外，阿里巴巴還為中國內地企業提供商務管理軟體、網際網路基礎設施服務、出口相關服務和貸款服務。同時，通過旗下的阿里學院，提供管理人員和電子商務專才培訓服務。

## 第肆章 研究方法

本研究主要在探討珍珠奶茶產業數位化轉型方面的策略研究，透過電商平台-阿里巴巴，是否能有效提升企業效益，並且關注於它們如何應用電商平台，由於研究的焦點集中在特定的研究對象上，並且研究問題是基於實際情境操作，因此這項研究可以被視為探索性研究，以問卷調查的方式無法呈現明確資料，故採用「個案研究法」為本研究方式，透過收集和整理詳盡的個案資料，進行 SWOT 分析和五力分析，以作為整個研究的資料收集和分析基礎，以便執行具體的研究工作。

### 第一節 研究架構

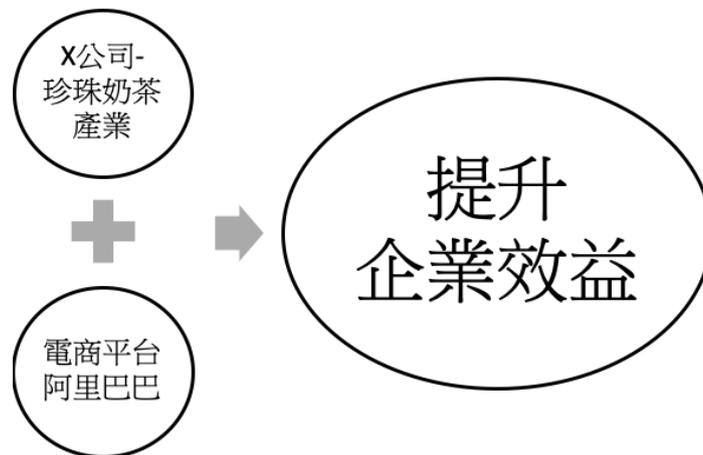


圖 4-1 研究架構圖

### 第二節 個案研究法-X公司介紹

X 公司是一家位於雲林縣臺西鄉主要從事出口的公司，該公司的產品包括即溶珍珠、珍珠、布丁果凍粉、冰淇淋粉、泡沫飲料粉等。該公司提供一站式服務，從原材料、與客戶的討論、研發，再到製造都涵蓋其中。產品大多都是出口到歐洲、美國和東南亞，如加拿大、英國、德國、澳大利亞、新加坡、馬來西亞等國家。

X 公司秉持「誠信、創新、國際化」的理念，嚴格要求品質，為客戶的誠信和承諾而努力。對於產品，勇於創新，並將與國際客戶合作，推廣台灣的產品到全世界作為一個原則。

同時，也致力於履行企業社會責任，並持續遵循聯合國的可持續發展目標（SDGs）第 12 項目標“促進綠色經濟，確保永續消費及生產模式”，為了保證資源有效利用、提升能源效率，且建立可持續的基礎設施，以確保更好的生活品質。同時，也與 SDG 17“加強執行手段，重振永續發展的全球夥伴關係。有所關聯，強化實施手段，振興全球可持續發展的全球夥伴關係。

### 第三節 個案公司策略分析

#### 一、SWOT 分析

表 4-1 SWOT 分析表

S 優勢	W 劣勢
1.透過影片做行銷，進而讓產品使用方法更加清楚明瞭。 2.安排製作課程體驗，讓消費者更能瞭解其過程。	1.宣傳影片、照片能更加精美，來吸引消費者的目光。
O 機會	T 威脅
1.外銷平台盛行，網際網路普及。 2.外國人喜愛珍珠奶茶，適合透過外銷平台銷售。	1.同行業的廠商利用其他方式吸引消費者。 2.銷售商品較廣泛，較容易被比價。

#### 二、五力分析

表 4-2 五力分析表

買方的議價能力	低	珍珠奶茶較為廣泛的產品，同業競爭者居多，消費者傾向於比價產品。
供應商的議價能力	低	原物料需求量較大、大量批貨，供應商較不會提高價錢。
潛在進入者的威脅	高	珍珠奶茶全球化，許多企業看準這個商機並投入。
替代品的威脅	低	珍珠奶茶成為全球化的商品，相似產品仍無法取代它。
現有競爭者的威脅	高	競爭企業數量眾多，且競爭者營銷方式新穎且多元、產品價格較低。

## 第四節 企業訪談內容設計

本研究按照研究目的及相關文獻的基礎，精心設計了幾項訪談問題，透過訪談來深入探索企業發展過程的相關議題，以提供有價值的見解和深入瞭解。這次個案訪談的主要目標是深入研究特定案例，並為相關研究和實務應用的進一步發展做出貢獻。以下是訪談問題的設計，主要分為四項探討構面。

表 4-3 訪談內容設計表

探討構面	訪談問題
企業商業模式	Q1：為何選擇從事珍珠奶茶產業？
	Q2：主要客群為何？
行銷策略	Q1：在電商平台上販售採用了哪些數位化措施與項目？
	Q2：如何有效優化店鋪網頁內容？
競爭優勢	Q1：面對市場國內外的競爭者，是否有較明顯的企業優勢？
未來展望	Q1：未來的數位化策略是什麼？
	Q2：有什麼具體的計劃或目標嗎？

## 第五章 訪談分析與結果

本研究透過對X公司的訪談，深入分析電商平台應用、挑戰和展望。此次訪談，為我們提供了許多該企業的資訊，也豐富了我們對數位化平台的理解。

在本章中，我們將總結訪談中的特點、主要問題，並加以呈現訪談結果摘要，這些訪談結果和分析有助於我們深入了解個案公司數位化應用的成效及未來發展，並為未來的研究和實踐提供有價值的建議和指引。

### 第一節 訪談內容與結果

#### 一、企業商業模式

##### (一)

Q1: 為何選擇從事珍珠奶茶產業？

A1: 主要原因是因為珍珠奶茶在國外是非常受歡迎的飲品，擁有廣泛的消費者基礎。還有因為珍珠奶茶非常具有台灣文化特色，代表著台灣的獨特風味和飲食文化。使得供應商參與這個產業可以參與和傳承台灣的文化。

##### (二)

Q2: 主要客群為何？

A2: 飲料店或咖啡店，批發商、珍珠奶茶批發商、代理商、飲料店的人

#### 二、行銷策略

Q1: 在電商平台上販售採用了哪些數位化措施與項目？

A1:

- (一) 改善發品的品質來提高成效
- (二) 優化旺鋪網頁
- (三) 製作開店流程圖&課程流程圖
- (四) 線上直播
- (五) 拍攝產品操作影片

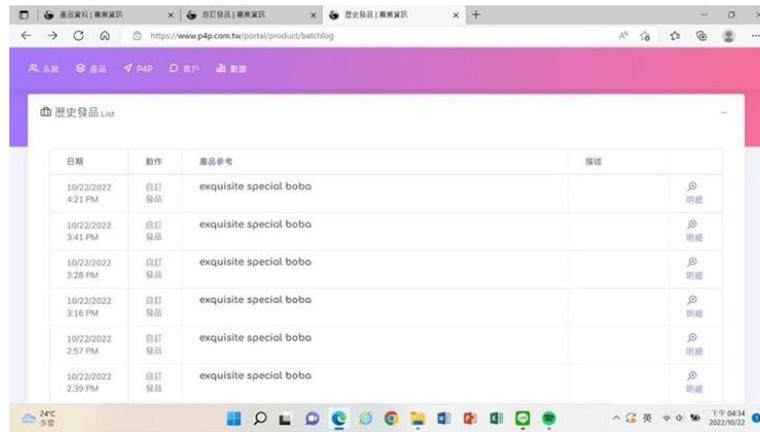


圖 5-1 發品操作圖

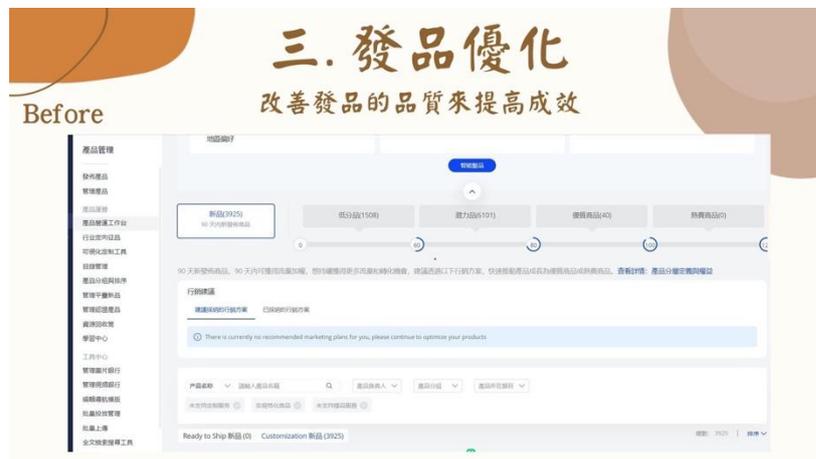


圖 5-2 發品優化圖



圖 5-3 開店流程圖



圖 5-4 課程流程圖



圖 5-5 線上直播圖

### 三、競爭優勢

Q1：面對市場國內外的競爭者，是否有較明顯的企業優勢？

A1：商品具有國際上的認證，在物流方面擁有快速出貨的優勢，使消費者在較短的時間內收到產品。另外，還有提供客製化服務，滿足不同消費者的需求。

### 四、未來展望

(一)

Q1：未來的數位化策略是什麼？

A1：我們計劃繼續投資於數位化技術，包括更多的數據分析工具、擴展在線銷售渠道，以及提供更多的個性化服務。我們的目標是不斷提升客戶體驗，擴大市場的佔率，並保持競爭優勢。

(二)

Q2：有什麼具體的計劃或目標嗎？

A2：我們打算使用社交媒體來宣傳，特別是利用短影音平台分享自家的產品提高曝光度。再來我們將計畫設立一些線下體驗活動讓消費者在線下也可以體驗到我們的產品。

## 第二節 訪談結論

台灣珍珠奶茶在全世界掀起風潮，也帶動整個珍奶產業鏈的興盛(葉惟禎 2019)。在選擇從事珍珠奶茶產業方面，主要原因包括其在國外的廣泛受歡迎和台灣文化的獨特代表性。主要客群包括飲料店、咖啡店、批發商、代理商等。

社群熱度和網路聲量能為品牌進入新市場時關徑、吸引嚐鮮人潮，然而如何持續討論熱度與增加正面聲譽是品牌長久經營的課題。(蔡博安 2019)。在數位化措施方面，採取了改善產品品質、優化電商網頁、製作教學流程圖、線上直播和產品操作影片等策略。

近年來，因電商的發展，消費者也越來越習慣「網路購物」模式，對於在電商購物信任度和依賴度也越來越高(鼎新 2019)。電商銷售數據每年都在突破新高。因此電商行業內競爭越來越高，X公司優勢包括商品國際認證、快速物流、客製化服務，這些優勢有助於在國內外市場中脫穎而出。

根據 PwC Taiwan 《2022 臺灣中小企業轉型現況及需求調查》，有 9 成企業已經投入數位轉型，在企業紛紛投入的同時，如何規劃數位轉型，也是企業面臨的重要挑戰之一，因此我們將會持續運用現今社會主流的自媒體，例如：抖音短視頻、社群媒體等，增加珍奶產業在市場的優勢。

## 第陸章 研究結論與建議

依據上述之研究方法得出以下結果，將阿里巴巴平台對珍奶產業的效益結果以條列式呈現：

- 一、在這數位時代，比起出門購物現代人更傾向於網路購物，加上近期短影音的興起，使得必須拍攝更加精美的照片和影片以此吸引消費者的目光。另外熱門關鍵字的使用，可以有效提升產品曝光率，進而提高銷售量。
- 二、比起其他家供應商可以增加更多服務項目，提供出像是客製化的服務來讓消費者買到更符合自己需求的產品或是增加物流的速度使消費者增加購買意願。
- 三、除了販賣商品本身之外，還解決了消費者的潛在問題，像是可以提供如何調製飲品的課程和飲料店的開店流程，提供這些服務可以幫助消費者解決一些困惑，讓他們在實踐目標的過程中更加順利。
- 四、為了與消費者加深聯繫，可以透過現場直播的方式，與消費者互動的過程中更加了解商品的使用方式，讓消費者對X公司有一定的信任感，也可以促使消費者的回購率提高。
- 五、因為產品不只是販賣給一般消費者也有販售給實體店面銷售，所以有提供開店的課程，來幫助剛起步的店家讓他們更快可以上手。
- 六、與飲料店建立穩固的合作關係，聆聽他們的反饋，不斷改進產品和服務，提升自身的競爭力。也有更多機會進入新的市場或擴大現有市場份額。這種協作可以帶來更廣泛的曝光和機會。
- 七、與飲料店建立長期的合作夥伴關係，共同成長並分享成功，進而分析營業方面的利與弊。總體而言，與飲料店建立長期的合作夥伴關係需要仔細平衡和管理，以確保雙方在合作中獲益最大化，同時降低潛在的風險。建議建立清晰的合作協議，並保持雙方之間的開放溝通，以應對潛在的挑戰並促進共同成功。

# 參考文獻

## 中文文獻

### A、書籍

TechNavio (2022) 市場調查報告書-手搖茶飲的全球市場 2023-2027

### B、碩博士論文：

劉子瑄 (2023) 飄香國際的臺灣好味道-全球珍珠奶茶的下一步。國立臺灣師範大學運動休閒與餐旅管理研究所碩士論文，台北市。

### C、網頁：

方文章. (2018, August 1). 《原物料篇》整合創新 珍奶供應鏈好犀利. 經貿透視雙週刊. <https://www.trademag.org.tw/page/itemsd/?id=730734&no=21>

自媒體圖書館. (2023, September 8). 數位行銷對於中小企業的重要性. VOCUS. <https://vocus.cc/article/64f57e37fd89780001e99301>

社群策略是電子商務成功的關鍵. (n.d.). Astral Web. <https://www.astralweb.com.tw/e-commerce-social-media-strategy-is-a-key-driver-of-success/>

珍珠奶茶. (n.d.). 維基百科. [https://tw.taiwantrade.com/products/search.html?word=\\*&cate=141734&type=product&style=gallery&cateName=%E7%B2%89%E5%9C%93%E5%8F%8A%E7%8F%8D%E7%8F%A0](https://tw.taiwantrade.com/products/search.html?word=*&cate=141734&type=product&style=gallery&cateName=%E7%B2%89%E5%9C%93%E5%8F%8A%E7%8F%8D%E7%8F%A0)

郭恩孝. (2017, November 15). 專攻國際！外貿協會籌組「珍奶行銷聯盟」. Yahoo 新聞. <https://tw.news.yahoo.com/%E5%B0%88%E6%94%BB%E5%9C%8B%E9%A%9B-%E5%A4%96%E8%B2%BF%E5%8D%94%E6%9C%83%E7%B1%8C%E7%B5%84-%E8%87%BA%E7%81%A3%E7%8F%8D%E5%A5%B6%E8%A1%8C%E9%8A%B7%E8%81%AF%E7%9B%9F-122900830.html?guccounter=1>

葉惟禎. (n.d.). 征服世界 延續珍奶火熱競爭力. 台北市進出口商業同業

公會. <https://www.ieatpe.org.tw/magazine/ebook334/storypage01.html>

電子商務. (n.d.). 維基百科.

<https://zh.m.wikipedia.org/zh-tw/%E7%94%B5%E5%AD%90%E5%95%86%E5%8A%A1>

電子商務市場 2023 年的發展如何？有哪些重要的趨勢？. (2023, February 1). OOSGA. <https://zh.oosga.com/e-commerce/>

電子商務是什麼？B2C 平台怎麼分？電子商務 7 大類總整理！. (2023, September 20). Welly. <https://zh.oosga.com/e-commerce/>

聚焦數位行銷與跨境電商領域，為臺灣中小企業植入數位 DNA，拓展國際貿易商機。.(n.d.). 電位電商基地. <https://gd.taiwantrade.com/about>

銀河互動網路領航員. (2021, October 8). 電商平台差異知多少？數位行銷不只上線賣貨 還須導流分眾定勝負. Yahoo 股市.

<https://tw.stock.yahoo.com/news/%E9%9B%BB%E5%95%86%E5%B9%B3%E5%8F%B0%E5%B7%AE%E7%95%B0%E7%9F%A5%E5%A4%9A%E5%B0%91%EF%BC%9F-%E6%95%B8%E4%BD%8D%E8%A1%8C%E9%8A%B7%E4%B8%8D%E5%8F%AA%E4%B8%8A%E7%B7%9A%E8%B3%A3%E8%B2%A8-%E9%82%84%E9%A0%88%E5%B0%8E%E6%B5%81%E5%88%86%E7%9C%BE%E5%AE%9A%E5%8B%9D%E8%B2%A0-070527542.html>

臺灣珍奶 進軍全球【封面故事-經貿透視】. (2018, August 5). Hami 書城.

[https://blog.hamibook.com.tw/%E5%B0%81%E9%9D%A2%E6%95%85%E4%BA%8B/%E5%BF%AB%E8%AE%80\\_%E3%80%8A%E7%B6%93%E8%B2%BF%E9%80%8F%E8%A6%96%E3%80%8B%E9%9B%99%E5%91%A8%E5%88%8A498%E6%9C%9F\\_%E3%80%90%E5%B0%81%E9%9D%A2%E6%95%85%E4%BA%8B%E3%80%91/?p=34835](https://blog.hamibook.com.tw/%E5%B0%81%E9%9D%A2%E6%95%85%E4%BA%8B/%E5%BF%AB%E8%AE%80_%E3%80%8A%E7%B6%93%E8%B2%BF%E9%80%8F%E8%A6%96%E3%80%8B%E9%9B%99%E5%91%A8%E5%88%8A498%E6%9C%9F_%E3%80%90%E5%B0%81%E9%9D%A2%E6%95%85%E4%BA%8B%E3%80%91/?p=34835)

數位行銷的定義為何？當前的重要趨勢有哪些？. (2022, November 14). OOSGA.

<https://zh.oosga.com/docs/digital-marketing/>

盧志浩 . (n.d.) . 數位轉型策略如何規劃？4 個數位轉型訂定方向，帶您脫穎而出！. Pwc.

<https://www.pwc.tw/zh/focus/digital-transformation/insights/digital-transformation-strategy.html>

蔡博安. (2019, December 24) . 珍珠奶茶紅遍全球的獨門祕訣！2020 品牌經營不能不知的三大重點. Meet 創業小聚.

<https://blog.hamibook.com.tw/%E5%B0%81%E9%9D%A2%E6%95%85%E4%BA%8B/%E5%BF%AB%E8%AE%80%E3%80%8A%E7%B6%93%E8%B2%BF%E9%80%8F%E8%A6%96%E3%80%8B%E9%9B%99%E5%91%A8%E5%88%8A498%E6%9C%9F%E3%80%90%E5%B0%81%E9%9D%A2%E6%95%85%E4%BA%8B%E3%80%91/?p=34835>

Lalamove taipei. (2021, April 20) . 電子商務是什麼？做電商前的關鍵考量與成功要件. Blog Lalamove Taiwan.

<https://www.lalamove.com/zh-tw/blog/%E9%9B%BB%E5%AD%90%E5%95%86%E5%8B%99%E6%98%AF%E4%BB%80%E9%BA%BC%E5%81%9A%E9%9B%BB%E5%95%86%E5%89%8D%E7%9A%84%E9%97%9C%E9%8D%B5%E8%80%83%E9%87%8F%E8%88%87%E6%88%90%E5%8A%9F%E8%A6%81%E4%BB%B6>

Shu. (2022, September 16) . 「珍珠奶茶的專家」整合手搖飲產業供應鏈，以大中和品牌征戰海外，讓我們一同探究手搖店的財富密碼！. 銷售力.

<https://salespower.com.tw/4825/%E7%8F%8D%E7%8F%A0%E5%A5%B6%E8%8C%B6%E7%9A%84%E5%B0%88%E5%AE%B6-%E6%89%BF%E6%81%A9%E9%A3%9F%E5%93%81/>

## 英文文獻

Bubble Tea Market ( By Product: Black Tea, Green Tea, Oolong Tea, White Tea; By Component: Liquid, Flavor, Creamer, Sweetener, Others ) - Global Industry Analysis, Size, Share, Growth, Trends, Regional Outlook, and Forecast 2023-2032. ( 2023, March ) . Precedence Research.

<https://www.precedenceresearch.com/bubble-tea-market>

Mellow International Co.,Ltd. ( n.d. ) . Alibaba.

[https://mics1314.en.alibaba.com/company\\_profile.html?spm=a2700.shop\\_index.88.18](https://mics1314.en.alibaba.com/company_profile.html?spm=a2700.shop_index.88.18)