

# 大真飾品的訂購與客製化設計資訊系統

陳俊諺、黃昱翰、蘇煌盛、鄭聚賦

南華學資訊管理系

陳仁義

zychen@mail.nhu.edu.tw

南華學資訊管理系

## 摘要

該公司屬於傳統製造商，本專題試圖將該公司進行初步的 e 化，利用資訊科技來整合傳統的製造商，設計一個網站可給予產品有便捷的發表平台，透過網路的行銷方式開拓出不同於以往的客源。另一方面，為了讓使用者有個人化設計的便利性，我們提供了簡易的動畫功能，讓潛在的客戶能夠及時創造出自己想要的飾品原稿，以作為客製化商品的構圖，進而增進交易的效率。

## 壹、緒論

大真飾品股份有限公司為台灣飾品製造商，主要的銷售對象為歐美地區的飾品代理商，其推廣產品手法，主要是參與各製造商每年兩季所聯合發行產品型錄，透過此種管道找到買方並以電話或傳真方式完成傳統銷售；傳統銷售模式最主要受限於產品不能及時且大量的發佈，可見傳統銷售模式已明顯不符企業拓展消費族群所用。換言之，為此公司設計一套專屬的資訊系統，讓資訊科技結合傳統製造業，利用網路效應以加值其服務內容。

目前，在作業流程上的控制仍為傳統手工紀錄，日積月累下易產生資料遺失、搜尋不便與修改不易等問題，因此需要以數位化的方式來取代傳統手工紀錄，以降低此詬病與不便進而增加效率。而網站可以提供更多的聯絡方式，可以增加客戶與本公司聯絡的成效。在產品展示與傳播方面，以往只有親自來訪、傳真、寄紙本目錄與電話下單等傳統方式，

並沒有數位化，因此在傳播產品方面效率很低，故藉由資訊科技的優點，將改善傳播與購買產品方面等缺點。

## 貳、相關文獻探討

### 一、內涵面

電子商務定義：

Kalakota&Whinston：

電子商務之定義乃藉由電腦網路將購買、銷售、產品、服務等商業活動結合在一起，經由此方式可以滿足組織、商品與消費者的需要，進而改善產品、服務與增加傳送速度服務的品質，並達成降低成本的要求；簡言之便是企業透過網際網路來從事商業活動。

電子商務對象：

大真公司以往都是經由傳真、電話等管道來下訂單。自公司開創至今品質上的追求在同業間已成翹楚，生產出的產品全數經由企業對企業的銷售；隨網際網路的發展，單一消費者也可能從網路上將企業所

販售之商品購入，並且自行搭配組裝後轉賣到網路上或者是藉由其他管道銷售。有鑑於企業與電子商務做結合已經成為趨勢，大真公司在網路上也有架設該公司之商品型錄的網站，但並未在網路上做實體的銷售的功能。專題發展方向預計架構出的購物頻平台針對：

「企業對企業間」(Business to Business)

「企業對消費者」(Business to Consumer)

預計將原有交易往來之企業透過網際網路達成交易，並透過：

Portal(入口網站)

Virtual Communities(虛擬社群)

Transaction on Aggregators(電子商務)

Advertising Network(線上廣告)

網羅新的消費族群。

## 二、技術面

### (一) 建立資料庫：

由於大真公司在產品研發上的追求，我們必須架構出資料庫來分類所有的商品而不是把一堆資料數入電腦中上傳到網路上；透過關聯式資料表的整合消費者能快速搜尋想購買的商品，並下達加入購物車的指令。我們將以會員以及管理者賦予不同權限：

會員前端介面：指一般的電腦操縱人員坐在顯示器前查詢、設計、購買商品。

管理者後端介面：對整個資料庫進行新增、刪除、修改資料。

## 參、系統功能簡介

### 1.0 使用者系統：

包含會員專區、公司簡介、產品資訊、設計專區、購物車、留言板。

#### 1.1 會員專區子系統：

五個子項目，讓使用者可以在此專區註冊成為會員、並可以查詢密碼及修改會員資料，以及觀看現有訂單跟歷史訂單。

### 1.2 公司簡介：

方便會員及瀏覽者觀看我們公司的營運目標及公司歷史，並有公司地圖給予觀看，還提供聯絡方式給會員聯絡公司。

### 1.3 產品資訊子系統：

讓每一個會員可以很輕鬆就可以選擇瀏覽他們想要的主體商品，並可觀看商品排行榜，以及把商品加入購物車的功能。

### 1.4 產品設計子系統：

提供此系統給予會員，方便製作原稿，展現自己獨特風格的商品，除了有功能說明，已可以把製成的商品加入購物車。

### 1.5 購物車子系統：

此為會員加入購物車後，方便瀏覽自己加入的商品，並已確定自己所需的商品，並送出訂單。

### 1.6 留言版子系統：

是為針對會員及非會員對產品或網頁自由提問或建議的空間

### 2.0 管理者系統：

包含產品管理、訂單管理、會員管理、設計管理、公告管理、留言管理。

#### 2.1 產品管理子系統：

四個子項目，讓管理者方便新增、修改及刪除商品，並提供查詢功能去了解自己公司的產品

#### 2.2 訂單管理子系統：

讓管理者了解會員所下的現有訂單及過去和逾期的訂單列表。也可以在此區將訂單作廢

#### 2.3 會員管理子系統：

可以觀看會員基本資料，修改及刪除已無來往及使用不當的會員。

#### 2.4 公告管理子系統：

給予管理者對外發表公司目前的狀況及平台的消息。

#### 2.5 留言管理子系統：

使管理者可以修改及刪除不當發言的

留言內容。

#### 肆、系統特色

建構資料庫全面性儲存線上購物商品之資訊：

利用系統上的功能來輔助公司的管理，包含訂單、出貨、會員、溝通、聯絡與產品資訊等

設計網站，方便顧客瀏覽產品與訂購：架設網站後，顧客更容易找尋他們所需的產品，最重要的是可以在電話傳真訂購與面談訂購方式的訂購方式之外，再增加一銷售管道；此一管道，使買方容易找尋產品與購買，其次，賣方亦容易管理訂單情況，使整個買賣流程更加順暢。

透過會員模組區別出使用者權限：

加入會員模組之後，買方可以使用部分非會員所無法使用之功能。此外賣方可掌握買方之資訊。

#### 伍、研究方法（系統開發工具與技術）

作業系統：Windows Professional XP SP2

程式語言：C#

網頁製作：Microsoft Visual Web Developer 2008 Express Edition

Adobe Flash CS4 Professional

資料庫：Microsoft SQL Server 2008

#### 陸、系統使用對象

以網路使用者為主要對象，功能劃分為一般使用者與管理者部分，適用於製造商與消費者。

#### 柒、系統使用環境

1. Microsoft Windows 95/98/ME/2000/XP
2. 系統記憶體 256MB 以上
3. Pentium II 350 以上或與其 100% 相容之機種
4. 具網路連線功能

#### 捌、研究結論及未來發展

傳統製造業者與資訊系統結合後，不僅是增加了產品的行銷方式，給予產品的報價與詢問網頁，並加入了個人化設計功能，網站給予不同的飾品元件，令使用者依自己的想法自行設計自己所想的產品，再交由大真公司製造，就是此研究之目標。

#### 參考文獻

- 【1】 吳仁和、林信惠，系統分析與設計：理論與實務應用 貝塔/智勝出版社 2004-02-01
- 【2】 黃三益，資料庫的核心理論與實務 前程文化出版社 2008.06 第四版
- 【3】 顏春煌，系統分析與設計 松崗出版社 2007/05/30