

投稿類別:商業類

篇名:

「蝦」子也能懂得蝦皮

作者:

楊子皚。國立東港高級海事水產職業學校。航運管理科二年甲班  
許尊欽。國立東港高級海事水產職業學校。航運管理科二年甲班  
林恩瑄。國立東港高級海事水產職業學校。航運管理科二年甲班

指導老師:

李桂雲老師

## 壹、前言

### 一、研究動機

我們發現在我們這樣年紀的學生，基本上利用網路購物的情況還蠻普遍的，尤其是蝦皮幾乎是每個學生會去使用或是聽過這個軟體，對於我們學生來說能夠使用少少錢去買自己喜歡或是需要的東西，並且會有想要繼續使用網路購物的心態會更高，所以我們才會想為何蝦皮最近這幾年能夠迅速地吸引我們的注意力?以及他的功能方面的使用技巧為何這麼簡單方便?

- (一) 因為蝦皮拍賣提供了免運費以及眾多商品來與台灣的其他拍賣平台做競爭，使消費者對免運費特別的關注，使得蝦皮拍賣在短時間內吸引了許多消費者。
- (二) 因為他們的 app 平台的規劃很好 例如：會將幾乎一樣的商品歸納成一類，好讓消費者搜尋時還可以貨比三家，讓消費者們能快速找到想要的東西。

### 二、研究目的

- (一) 瞭解蝦皮拍賣的經營理念
- (二) 瞭解蝦皮拍賣的行銷策略
- (三) 探討蝦皮拍賣的經營成功因素
- (四) 分析蝦皮拍賣 SWOT

### 三、研究流程



圖一 研究流程圖

## 貳、正文

### 一、起源及現況

蝦皮購物(Shopee)是新加坡遊戲(Garena)與跨境電商公司 SEA 集團旗下的一個拍賣與購物商城平台，在東南亞各國（包含新加坡）以及台灣均有設立公司，並負責相應所在國家與地區的營運。蝦皮拍賣成立 2015 年 3 月 4 號，總部在於新加坡。而在 2015 年 10 月進入台灣的網路購物界，而在 2016 年 7 月 14 日不到 1 年的時間蝦皮就宣布他的的 APP 下載量已突破

「蝦」子也能懂得蝦皮

300 萬人點閱下載了，並且單月商品成交量是 1000 件，在台灣打破了所有的拍賣平台的佳績了。2016 年 9 月 9 日，蝦皮拍賣首次聯合東南亞各國舉辦「蝦皮 99 行動購物節」創下銷售佳績，台灣地區單日訂單量激增 4 倍之多，創下了最高紀錄 1 分鐘內破萬件商品成交的銷售佳績。2017 年 8 月 24 日，蝦皮拍賣舉行品牌升級記者會，宣布 App 下載量已突破 1000 萬、單月訂單突破 800 萬、商品物件數高達 2.4 億件；正式升級為蝦皮購物。

## 二、經營策略及理念

### 1. 經營策略

#### (1) 擁有直效行銷和直接銷售的蝦皮

蝦皮拍賣的買賣方式是由買賣雙方協定價格之後，由賣方進行郵寄，在買方確定拿到貨物之後由蝦皮拍賣官方撥款給官方，因而少了中間廠商的剝削，減少不必要的成本，消費者可以買到價格更低的產品，例如蝦皮拍賣網站上甚至可以買到 1 元的衣服，發揮了直接銷售的優勢。而內建的聊天軟體不僅可以與賣家商討價格，賣家也可以藉此「搏感情」，進一步將買家變成自己的忠實客戶，更加活用直接銷售的技巧。如果買家對賣家商品感興趣的話可以加入我的最愛，只要賣家貼出新商品就可以第一時間知道，消除直接行銷只能透過自家品牌作為廣告的直效行銷手法。藉著兩個行銷的巨大優點，創造商機。

#### (2) 第三方支付

蝦皮拍賣在平台上推出了第三方支付，使得更多消費者能更安全的付帳。並且為了保障買賣雙方的權益，須等到買家收到商品確認完畢之後才會將錢匯給賣家。

#### (3) 線上物流追蹤

蝦皮拍賣讓所有已下單的消費者可以清楚的知道訂單商品的所在位置、購買日期、出貨時間及付款時間，使消費者不用怕自己的訂單商品遺失或者是沒出貨。

### 2. 經營理念

蝦皮拍賣創立初期，主要是先以廣告的方式增加知名度及曝光率，接著推出免運費、免手續費及免上架費吸引眾多消費者目光，進而增加對蝦皮拍賣的忠誠度。蝦皮拍賣的理念主要是想先以增加顧客、擴大市場佔有率為首要目標，短期內暫無獲利的打算，未來將提供更多服務來獲利。與其設定企業各種規則或詳細的標準作業程序，蝦皮傾向幫組織設定高的標準和方向，明確地向每一個人清楚表達工作目的和成效表現，並協助導引方向，讓團隊成員找到解決的方法。做錯事了沒關係，不斷調整往正確的方向前進。

## 三、蝦皮拍賣 SWOT 分析

SWOT 分別是優勢(Strengths)、劣勢(Weakness)、機會(Opportunities)、威脅(Threats)的縮寫。瞭解上述四者可幫助訂定行銷策略，同時清楚對自己的劣勢和威脅。蝦皮拍賣雖然以眾多的行銷策略，在市場上有舉足輕重的地位，但是仍有不足的地方。

▼表 1 SWOT 分析

內部優勢(S)	內部劣勢(W)
<ol style="list-style-type: none"><li>1. 推出聊聊功能，可促進與消費者的互動。</li><li>2. 提供消費滿 100 元可拿到 1 蝦幣折價商品價格。</li><li>3. 提供第三方支付。</li><li>4. 提供物流追蹤，可查詢商品運送資訊。</li><li>5. 滿額免運費以及折扣活動。</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. 無法保證商品品質。</li><li>2. 不能合併寄送(在同一買家裡分開下單，會收到多件包裹)。</li><li>3. APP 會有閃退的問題。</li><li>4. 出貨的時間不穩定。</li><li>5. 退貨率極高。</li></ol>
外部機會(O)	外部威脅(T)
<ol style="list-style-type: none"><li>1. 電子商務逐漸發達，使得消費者購買商品的頻率增加。</li><li>2. 宣傳效果極佳，使人注意。</li><li>3. 吸引年輕人市場前往購買。</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. 容易買到仿冒品。</li><li>2. 同業競爭者過多。</li><li>3. 特定節日出貨量極大，造成阻塞。</li></ol>

(由本組分析製作)

#### 四、蝦皮和露天的分析比較

在這裡本組使用了台灣內小有名氣的購物平台「露天拍賣」來跟本組研究主題「蝦皮拍賣」做比較。

露天拍賣是由 PChome Online 網路家庭及 eBay 合資成立的網路拍賣網站，目標市場為台灣，位居台灣 C2C 網路交易平台龍頭，以「簡單、好玩、免費、安全」的口號打響名號。露天拍賣擁有 1 億 4,000 萬的豐富物件數，也讓台灣成為全球「國民人均物件數密度最高」的國家。「露天」一名發想於「露天市集」(Bazaar)，即俗稱的「跳蚤市場」

「蝦」子也能懂得蝦皮

▼表 2 蝦皮、露天比較表

商家 比較項目	蝦皮拍賣	露天拍賣
商家標誌		
子公司	Garena	PChome
運費	限時免運	賣家自訂
APP 搜尋商品	極差 (商品集中一起，不容易搜尋)	良好 (商品分類明確，容易搜尋)
價格	一般	偏高
APP 操作介面	簡單容易操作，但還不算是完全容易操作	不好操作
主打	年輕人在家也可以做買賣	自訂賣場分類管理

(由本組分析製作)

## 五、使用蝦皮的人數

使用蝦皮的人數越來越多人，2015 年時使用人數達到 50 多萬人、2016 年使用人數達到 300 多萬人、2017 年使用人數則達到 800 多萬人，訂單也是節節上升完全沒有下降。

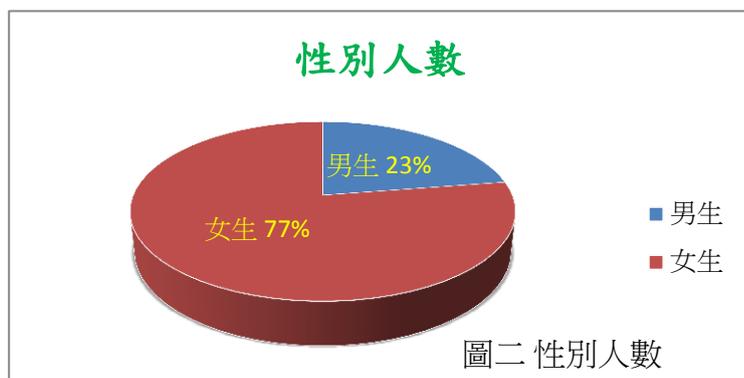
▼表 3 使用蝦皮的人數

	時間	主要驅動力	使用者人數
第一階段	2015.6~10	數位廣告	達 50 萬
第二階段	2015. 10~12	黑貓宅急便免運	達 100 萬
第三階段	2016. 1~5	超商免運費	達 300 萬
第四階段	2016. 6~3	公關/線上線下活動,提高知名度和好感度	達 300+萬
第五階段	2017. 4~	透過各種手段,如免運.促銷.免交易手續費	達 800+萬

(由本組分析製作)

## 六、問卷調查

「蝦皮拍賣」問卷分析 本研究對於探討蝦皮拍賣的成功因素而進行問卷調查，由本組編制「蝦皮拍賣 消費者滿意度及偏好之問卷調查」線上填寫人數為 222 人，有效問卷 201 份，無效問卷 21 份。



我們在線上發放問卷，所填寫此問卷的人數，如左圖所示。

男生佔此人數的 23%，而女生佔此人數的 77%。

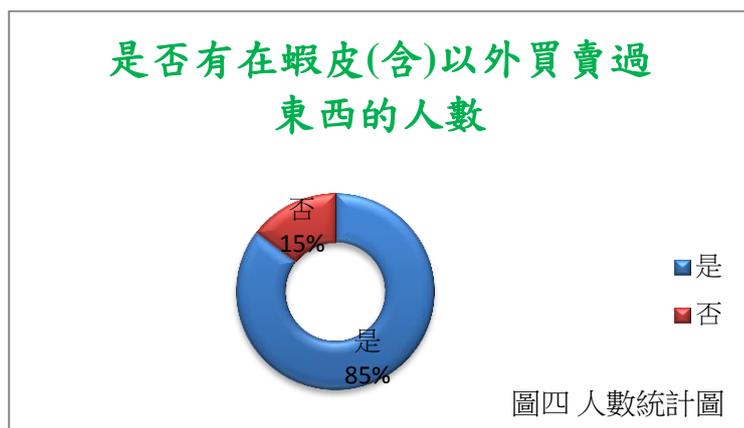
由此圖可知填寫問卷的女生居多。



我們在線上發放問卷，所填寫問卷裡的是否用過蝦皮拍賣的人數，如左圖所示。

是的人數佔 201 個人，否的人數佔 21 個人。

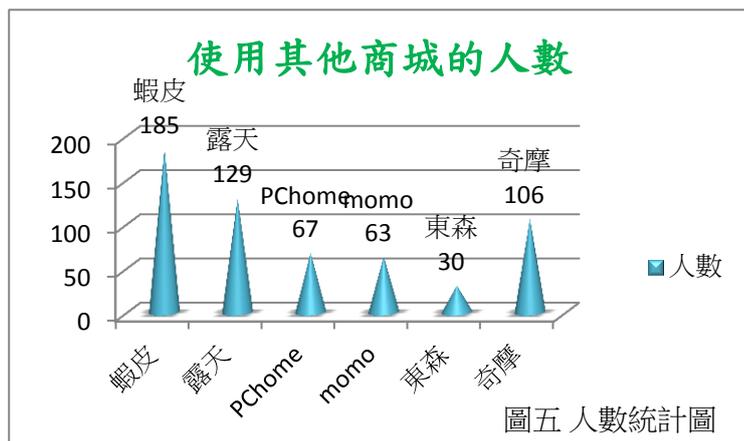
由此圖可知使用過蝦皮拍賣的人，也是很多人。



我們在線上發放問卷，所填寫是否有在蝦皮拍賣以外買賣過東西的人數，如左圖所示。

是的人數佔此 85%，否的人數佔此 15%。

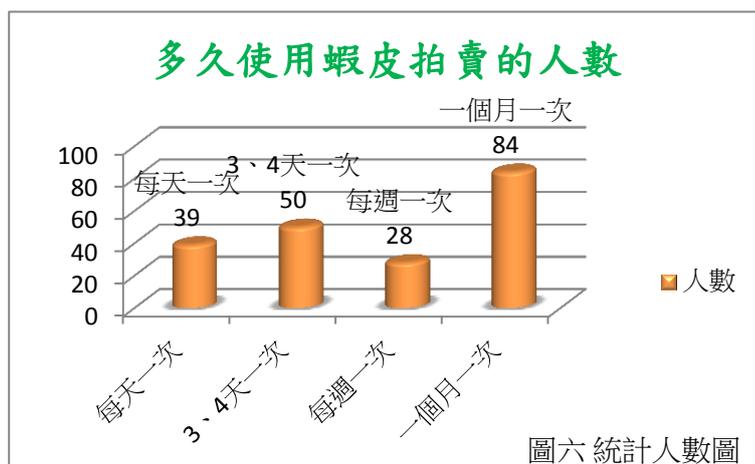
由此圖可知在商城買賣過東西的人也是很多。



我們在線上發放問卷，所填寫是否使用過其他商城的人數，如左圖所示。

使用蝦皮的人數佔 185 人、露天的人數佔 129 人、PChome 的人數佔 67 人、momo 的人數佔 63 人、東森的人數佔 30 人、奇摩的人數佔 106 人。

由此圖可知道露天的使用人數也

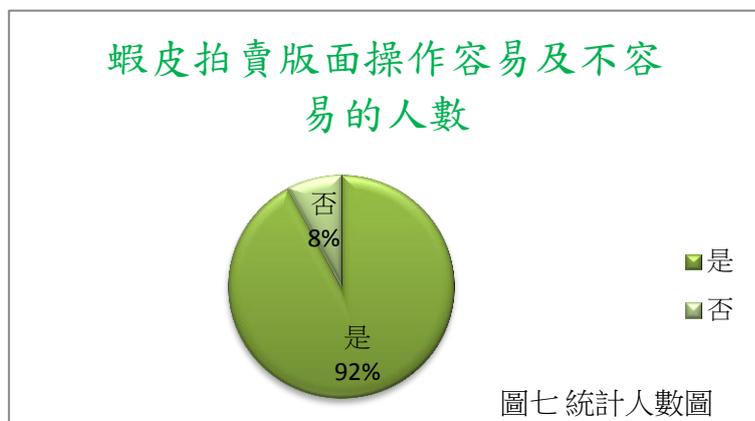


我們在線上發放問卷，所填寫多久使用蝦皮拍賣的人數，如左圖所示。

每天一次佔 39 人、3、4 天一次佔 50 人、每週一次 28 人、一個月一次佔 84 人。

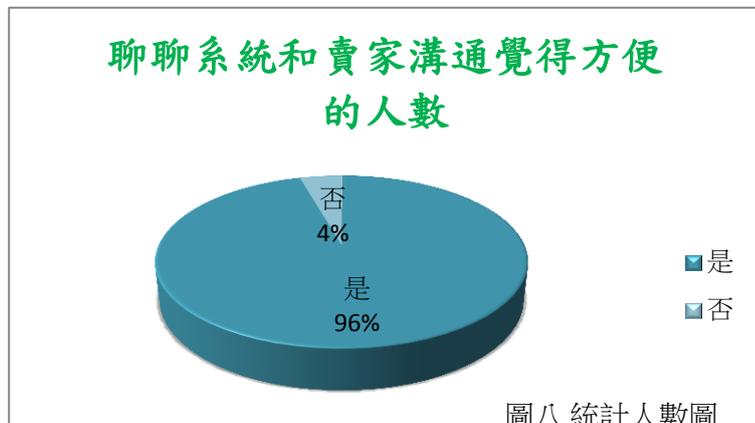
由此圖可知一個月用一次的人是

最多的。



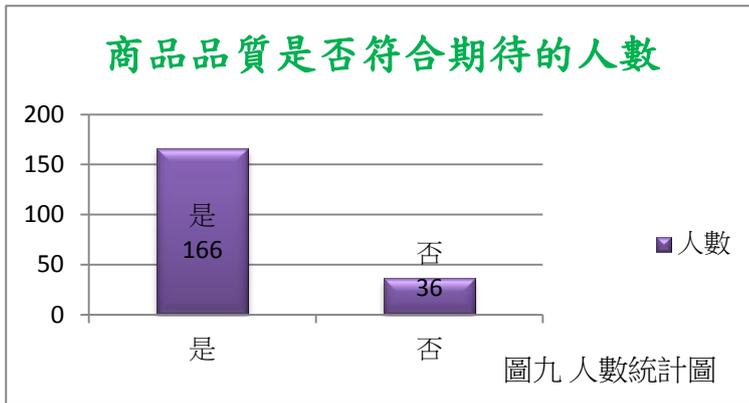
我們在線上發放問卷，所填寫蝦皮拍賣版面操作容易及不容易的人數，如左圖所示。

是的人數佔 92%，否的人數佔 8%。由此圖可知蝦皮拍賣的操作是讓人懂得操作的。



我們在線上發放問卷，所填寫聊聊系統和賣家溝通覺得方便的人數，如左圖所示。

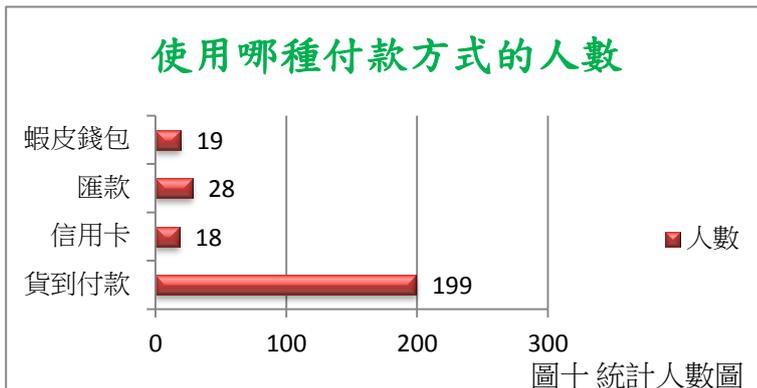
是的人數佔 96%，否的人數佔 4%。由此圖可知蝦皮拍賣所製作的聊聊系統真的很方便。



我們在線上發放問卷，所填寫商品品質是否符合期待的人數，如左圖所示。

是的人數佔 166 人，否的人數佔 36 人。

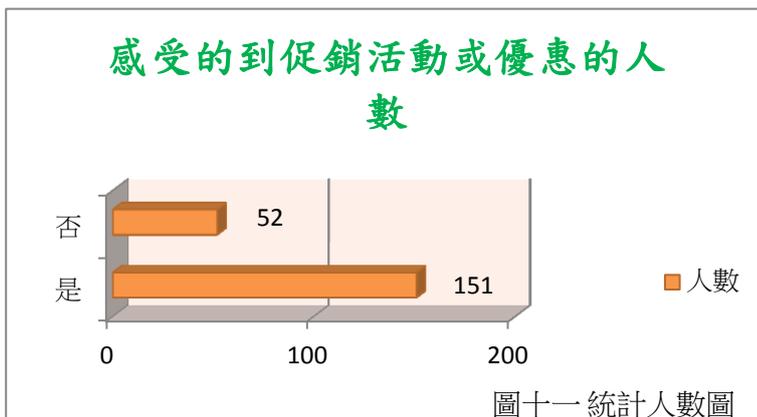
由此圖可知蝦皮拍賣的商品的品質不是全部都是最好的，但是好的還是居多。



我們在線上發放問卷，所填寫使用哪種付款方式的人數，如左圖所示。

貨到付款佔 199 人、信用卡佔 18 人、匯款佔 28 人、蝦皮錢包佔 19 人。

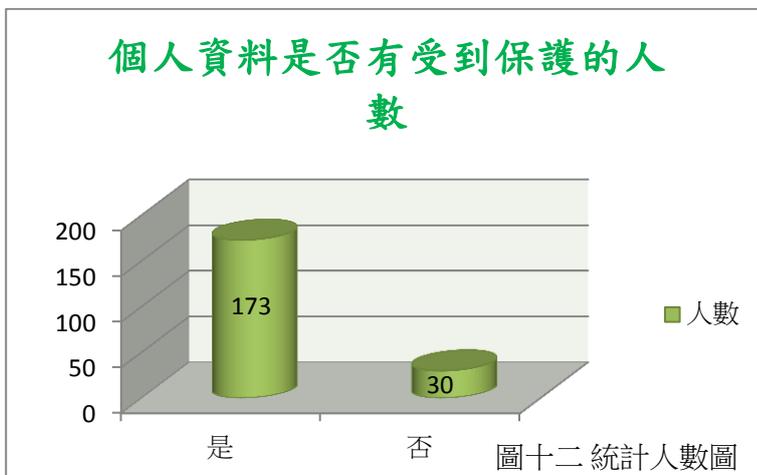
由此圖可知貨到付款是最多人使用的方式。



我們在線上發放問卷，所填寫感受的到促銷活動或優惠的人數，如左圖所示。

是的人數佔 151 人，否的人數佔 52 人。

由此圖可知蝦皮拍賣的優惠不是百分之百得讓人覺得實惠的。

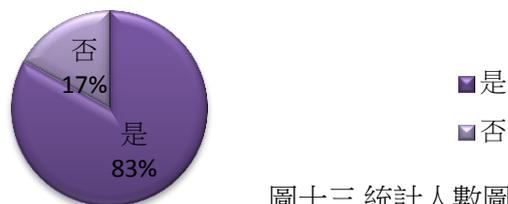


我們在線上發放問卷，所填寫個人資料是否有受到保護的人數，如左圖所示。

是的人數佔 173 人，否的人數佔 30 人。

由此圖可知蝦皮拍賣在保護個人資料這塊是非常完美的，但是有些人還是覺得不夠完美。

### 五星評價是否能給好的賣家的人數



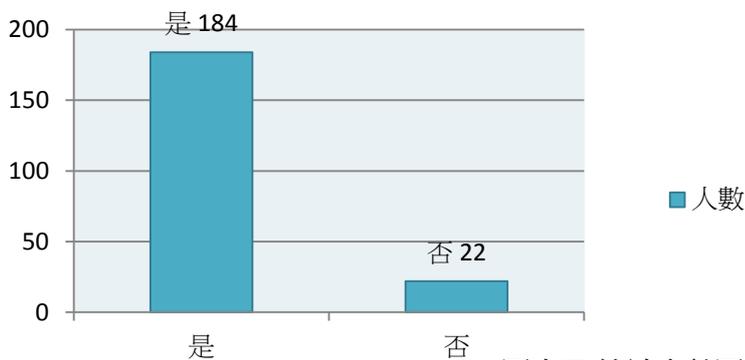
圖十三 統計人數圖

我們在線上發放問卷，所填寫五星評價是否能給好的賣家的人數，如左圖所示。

是的人數佔 83%，否的人數佔 17%。

由此圖可知蝦皮拍賣內的五星評價是能給好的賣家的，但少數人還是不這麼覺得。

### 是否有被詐騙過的人數



圖十四 統計人數圖

我們在線上發放問卷，所填寫是否有被詐騙過的人數，如左圖所示。是的人數佔 184 人，否的人數佔 22 人。

由此圖可知被詐騙的人非常少了，但還是有些人還是被詐騙。

## 參、結論

### 一、網路購物的吸引力與平台的選擇

據網路上我們找的資料可以明顯看出購物方便跟便宜是消費者購物的主因。雖然蝦皮拍賣比其他網購出現的還要晚，但它們憑著免運政策跟線上聊聊系統在這三年來吸引了不少的消費者，每年幾乎都以倍數增加，所以他們的政策方案是對於消費者有吸引力的。

### 二、網路購物的消費頻率

在我們的問卷中得知，這些使用蝦皮的使用者購買的頻率大約都是一個月一次，換算下來一年大概會有 12 次，另外我們在問卷發現蝦皮的人數佔 185 人、露天的人數佔 129 人相比較蝦皮拍賣的使用率略勝一籌。

## 肆、引註資料

- 旗立出版社(105)。商業概論課本 I。台北市:旗立出版社
- 啟芳出版社(105)。商業概論課本 II。台北市:啟芳出版社
- TechOrange 科技報橘 <https://buzzorange.com/techorange/2017/06/30/shopee-pchome/>

「蝦」子也能懂得蝦皮

- 表格、文章圖片 <https://www.inside.com.tw/2016/07/12/shopee-3-million-users>
- 鉅亨網新聞 <https://m.cnyes.com/news/id/3634190>
- 數位時代  
<https://www.bnext.com.tw/article/41885/shopee-changed-the-way-we-purchased-on-the-internet>
- 蝦皮購物 <https://shopee.tw/communityRules/>
- 經濟日報 <https://money.udn.com/money/story/6709/2453057>

您好！目前因小論文製作課程，需設計問卷進行調查。本組的研究主題為「蝦皮拍賣」，想探討您對蝦皮拍賣的使用行為，需耽誤您一些時間，請您協助填寫此份問卷。此份問卷採不記名填寫，您所回答的各項資料，僅做小論文製作(研究)之用，請放心作答。您所提供的寶貴意見，對我們的小論文製作(研究)將會有所助益，再次感謝您撥空填寫這份問卷

1. 性別?

男 女

2.年齡?

15 歲以下 15~25 歲 25~35 歲 35 歲以上

3.是否使用過蝦皮?(如果沒使用過,請直接提交問卷,感謝您的配合,謝謝)

是 否

4.你有在蝦皮(含)以外拍賣網站上買賣過東西嗎?(複選)ex:奇摩拍賣.露天

是 否

是的話分別是那些: 蝦皮 露天 PChome momo 東森 奇摩

5.多常使用蝦皮?

每天一次 3、4 天一次 每週一次 一個月一次

6.覺得蝦皮的版面設計清楚完整容易操作嗎?

是 否

7.覺得蝦皮的聊聊可以和賣家溝通或詢問,方便嗎?

是 否

8.蝦皮的商品品質是否符合自己的期待?

是 否

9.蝦皮的商品運送的時間,有在你理想之內嗎?

是 否

10.使用的付款方式為何?(複選)

貨到付款 信用卡 匯款 蝦皮錢包

11.蝦皮的促銷活動或是優惠是否真正讓你覺得實惠?

是 否

12.覺得在蝦皮上的個人資料有受到保護嗎?

是 否

13.覺得評價五顆星能否給你好的商品品質或賣家呢?

是 否

14.網路詐騙盛行,你是否有被詐騙過?

是 否