1. 電子商務的特性

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、搜集情報容易、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

1. 商務類型

B2B — 企業對企業交易模式 (Business to Business)

B2C — 企業對消費者交易模式 (Business to Consumer)

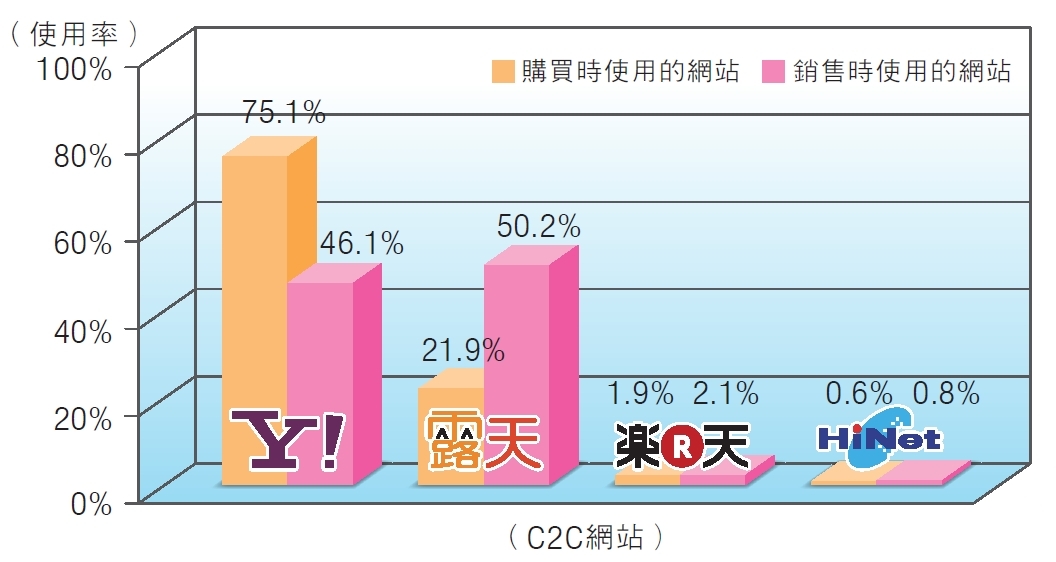
C2C — 消費者對消費者交易模式 (Consumer to Consumer)

C2B — 消費者對企業交易模式 (Consumer to Business)

1. C2C電子商務

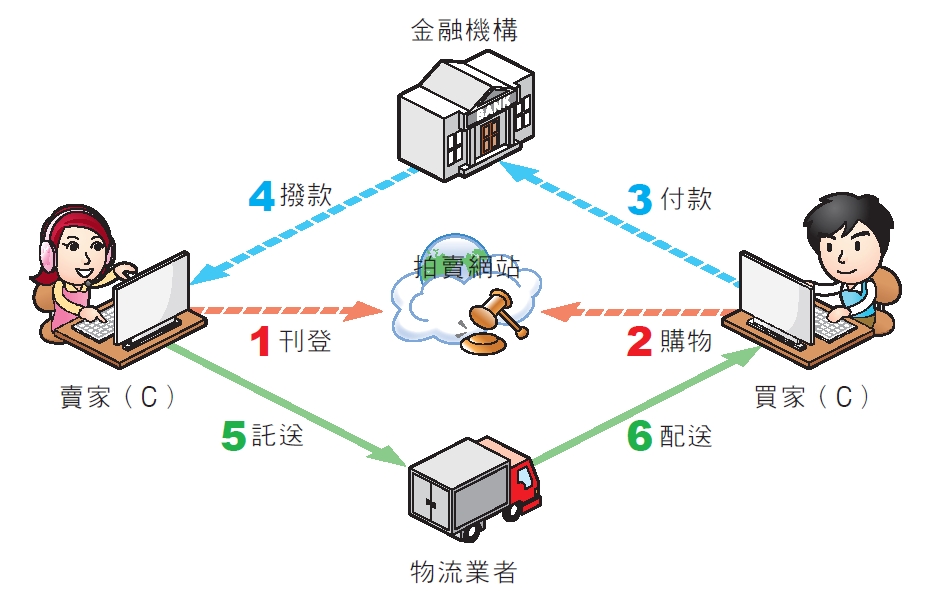
C2C是指消費者之間透過網際網路，買賣或交換物品的一種商業活動。這種電子商務類型可讓消費者參與競標或直接購買物品。例如消費者透過拍賣網站來購買商品，或在BBS刊登銷售資訊來出售物品。

較具知名度的C2C網站有『Yahoo!奇摩拍賣』、『露天拍賣』、『HiNet拍賣網』、『eBay』等。下圖為國內較知名度的C2C網站之使用率比較。



1. C2C交易架構

此種電子商務的類型是透過C2C網站讓賣家刊登物品，再由買家來購買。下圖為C2C電子商務的交易架構（以『拍賣網站』為例）。



1 刊登商品 → 2 瀏覽並訂購商品 → 3 付款 → 4 撥款 → 5 商品託送 → 6 商品配送

1. C2C經營模式

C2C網站最具代表性的經營模式是網路拍賣，它的主要營收來源是商品的刊登費、交易手續費、廣告費等。例如在『露天拍賣』網站中，當賣家成功賣出商品後，網站會向賣家收取結標金額的1.5%，來作為交易手續費。

1. C2C成功案例探討－Yahoo!奇摩拍賣

Yahoo!奇摩拍賣網站的成功因素如下：

* + 實施交易安全保障與會員信用評等制度  
    Yahoo!奇摩拍賣實施會員身分認證、會員信用評等、及拍賣安全補償保障等制度，有效建立買賣雙方對拍賣交易的信心。
  + 偵查違規拍賣商品，維持良好賣場秩序  
    Yahoo!奇摩拍賣在其網站上詳列禁止出售的商品（如毒品）、以及違反刊登規則的行為（如刊登不雅的圖文），並成立「商品巡邏團隊」，每天主動偵查賣場商品的合法性；當發現違規商品時，該團隊會採取適當的措施與處分，以維持良好的賣場秩序。
  + 提供公益拍賣服務，建立良好品牌形象  
    Yahoo!奇摩拍賣設置公益拍賣專區，提供拍賣「義賣商品」的服務。Yahoo!奇摩拍賣對這項服務不但不收取任何費用，還會在網站加強義賣活動的宣傳，以吸引會員前往競標購買。
  + 深耕拍賣社群，強化會員對Yahoo!奇摩拍賣的忠誠度  
    Yahoo!奇摩拍賣設置「買賣意見交流」、「同好意見交流」等社群討論區，讓會員進行拍賣經驗的交流與分享；並成立了一組「小管家團隊」，由團隊的成員每天在社群討論區與會員進行互動，以即時提供必要的協助。
  + 廣納會員建議，提供符合會員需求的網拍平台功能  
    Yahoo!奇摩拍賣經常透過社群討論區、客服來信等管道，蒐集會員的使用意見與改善建議，以強化拍賣系統的功能或設計符合會員需求的新功能，例如：「賣家自訂優惠組合」便是參考會員建議所設計出來的新功能；這項功能可讓賣家針對熟客自訂優惠方案，以回饋經常交易往來的買家。