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. 四大網路購物平台

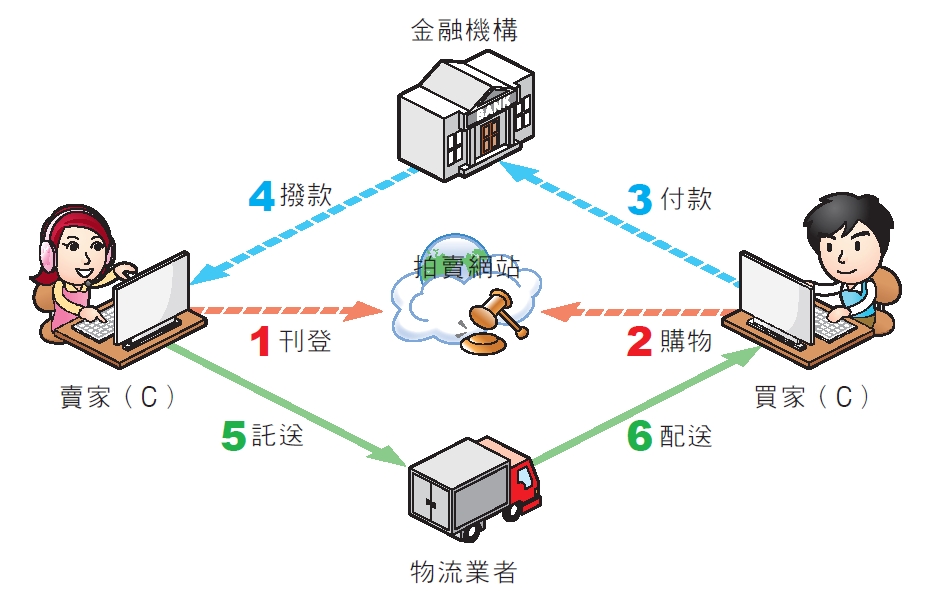


1. C2C電子商務

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。

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。