

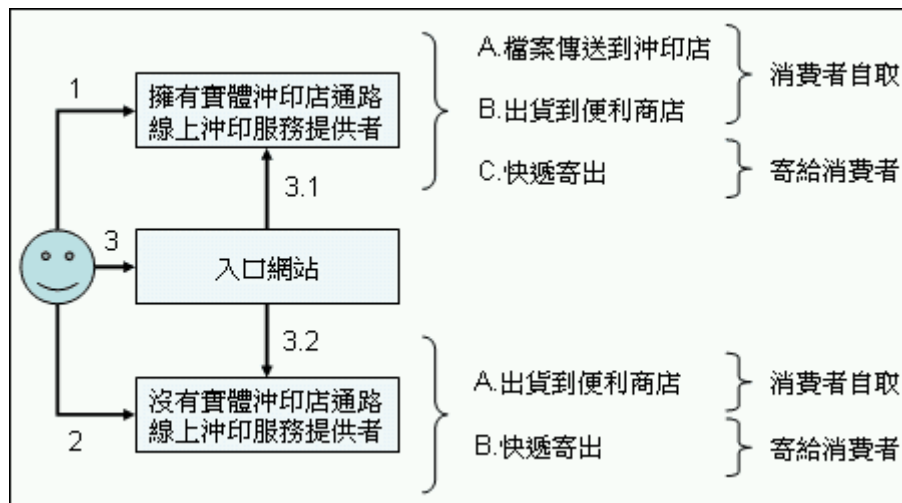
# E-Commerce Homework Assignment I

R91922001 黃振修

➔ Identify two different e-commerce companies in Taiwan and describe each of them according to items specified.

## 1. PhotoMe 造像館 (<http://www.photome.com.tw/>)

近年來數位相機的興起，數位相機的便利與彈性逐漸取代傳統相機，繼而有數位沖印市場的需求，加上網際網路的發展，台灣地區寬頻上網的普及，最後加上台灣密集的便利商店以及宅配快遞服務的良好通路網，於是線上沖印市場的商機便浮現，成為電子商務上除了“網路商店”，“網路花店”，另一項具體而典型的商業模式。



(線上沖印市場的通路分析，圖片取自“數位之牆網站” <http://www.digitalwall.com/>)

### Basic Facts

“PhotoMe 造像館”是由柯尼卡 (Konica) 公司轉投資的數位引像沖印服務網站，除了將數位沖印服務之外，也提供網路相簿服務，讓親朋好友之間分享照片更為容易。另有個性商品增值服務如將照片製作成年曆，馬克杯，紀念光碟等等個人專屬商品。

### Business Type

以B2C服務提供者為主。透過網路提供線上數位相片沖印服務。網路相簿分享服務，增值個人化商品以及電子賀卡製作等。

另外亦於線上販賣數位影像商品如數位相機，數位相機儲存卡，噴墨印相紙

等等一般性實體商品，故以 B2C E-tailer 為次要經營模式。

### **Value Proposition & Competitive Advantage**

品牌行銷：柯尼卡 (Konica) 其行銷口號 “他抓的住我” 已經在台灣深入消費者的心理印象，故對其線上沖印服務有一定程度的信任感。

傳統大廠優勢：柯尼卡與柯達等皆為傳統相機，軟片，沖印服務的大廠，商場上的經驗與資源豐富。

通路策略：其他競爭者的通路策略皆為宅配或是透過全國的便利商店，而 “PhotoMe 造像館” 另可以讓使用者選擇到全省各地柯尼卡加盟沖印點取件

策略聯盟夥伴：“PhotoMe 造像館” 與台灣第一品牌入口網站 “雅虎奇摩” 策略聯盟，存放在雅虎奇摩的網路相簿可以直接使用 “PhotoMe 造像館” 的數位沖印服務，對於其網路行銷曝光度有很大的幫助。

### **Revenue Model**

主要為 Sales Model，收取數位沖印的費用與服務費用（個人化增值商品）以及數位相機相關商品利潤，次要為 Subscription Model，對會員收取網路相簿的年費。

## 2. ezanla 易安網 (<http://www.ezanla.com/>)

易安網前身是 “ezfly 易飛網” 旗下的「易飛網保險專區」，後來另外成立子公司，與易飛網有相當程度的關係（處理旅遊網站相關的保險業務）



### **Basic Facts**

易安網是台灣第一家虛擬專業網路保險公司，以保險代理人法人型態提供網路上保險的需求，也是第一家提供線上即時刷卡投保之網站

### **Business Type**

B2C Transaction Broker 為主 (Matchmaker)，與保險公司合作提供網友即時查詢報價、迅速便利之投保流程。簡便的保險方案選擇。並針對不同族群提供不同方案的選擇（例如學生，家庭，台商，旅遊需求等等）

### **Value Proposition & Competitive Advantage**

市場先行者：第一家進入線上保險市場的廠商，具有先行者的優勢。

策略合作夥伴多：與八家保險公司合作，提供多樣的保險產品選擇

線上即時報價比價：過程方便透明，並有線上付費機制

## **Revenue Model**

Transaction Fee Model. 不過不是對顧客收費，而是對合作的保險公司每項交易收取一定比例的佣金，取代傳統保險公司的保險業務員的角色，辦理線上媒介的任務，並維護與顧客之間的關係。