

# 我國網路拍賣網站之經營策略:以 yahoo! 奇摩為例

江欣書、羅世輝

E-mail: 9607668@mail.dyu.edu.tw

## 摘要

本研究主要探討的是Yahoo! 奇摩經營策略中過程背後的動態結構，首先利用擅長分析整體動態發展的系統思考 (systems thinking) 為工具，並藉由文獻探討與彙整，找出拍賣網站經營背後動態結構及關鍵變數之間的因果關係。整合拍賣網站主要經營策略與Yahoo! 奇摩從2001年進入台灣網拍市場的拍賣網站經營模式，並利用系統思考(systems thinking)找出其變數相關性，進而分析描繪Yahoo! 奇摩拍賣的成長動態。

關鍵詞：系統思考；網路外部性；網路拍賣

## 目錄

內容目錄 中文摘要	iii	英文摘要	iii
iv 誌謝辭		v 內容目錄	
vi 表目錄		viii 圖目錄	
ix 第一章 緒論	1	第一節 研究背景與動機	1
1 第二節 研究目的	3	第三節 研究流程	4
4 第二章 文獻探討	5	第一節 拍賣制度與探討	5
5 第二節 線上拍賣	8	第三節 網路外部性	11
11 第四節 關鍵因素成功	15	第五節 網路拍賣之相關文獻	19
19 第三章 研究方法		第一節 研究概念圖	26
26 第一節 研究概念圖	26	第二節 個案研究法	26
26 第三節 系統思考	27	第四章 產業概述及分析	
27 第一節 拍賣網站產業概況：關鍵因素分析	32	第二節 Yahoo! 奇摩拍賣經營策略分析	38
38 第五章 結論與建議	50	第一節 研究成果與發現	50
50 第一節 管理意涵	51	第三節 未來研究建議	52
52 參考文獻	53		

## 參考文獻

- 一、中文部份 Bell, D. E., & Schleifer, A. J. (1999), 不確定情況下的決策(李茂興, 劉原彰譯), 弘智文化出版, (原文於1995年出版)。 Kelly, K. (1999), NET & TEN(趙學信譯), 台北:大塊文化出版社, (原文於1998年出版)。 O'Connor, J., & McDermott, I. (1999), 系統思考實用手冊: 第五項修練完全攻略本(王承豪譯), 臺北:世茂出版社, (原文於1996年出版)。 Senge, P. M. (1994), 第五項修練-學習型組織的藝術與實務(郭進隆譯), 台北:天下遠見出版社, (原文於1990年出版)。 Seybold, P. B. (2000), 謝偉勳譯, e網打盡, 台北:藍鯨出版社, (原文於1998年出版)。 Shapior, C., & Varian, H. R. (1999), 資訊經營法則(張美惠譯), 台北:時報出版社, (原文於1998年出版)。 Shy, O. (2004), 邱永和譯, 網路資訊經濟學, 雙葉書廊有限公司出版, (原文於2001年出版)。 小池良次(2001), 探索欣的網路經濟模式-網路商店的經營策略(郭永富譯), 台北:博誌文化, (原文於2000年出版)。 白錦門(1994), 個案法之研究, 教育研究方法論文集, 台北:台灣書店, 43-44,。 石崇蕾(2004), C2C拍賣網站經營決策因素之分析-以兩岸主要拍賣網站為例, 私立淡江大學國際商學所未出版之碩士論文。 江保慶(2004), 網路效應對廠商競爭地位影響之研究-以台灣拍賣網站為例, 私立朝陽科技大學企管研究所未出版之碩士論文。 吳孟真(2004), 線上拍賣交易模式法律關係之研究, 國立成功大學法律所未出版之碩士論文。 李世珍(2001), 以系統思考研究組織啟動變革之歷程-以北高戶政事務所為例, 國立中山大學企業管理學研究所未出版之碩士論文。 李明軒(2005), 網路賣方拍賣制度之制定, 私立朝陽科技大學工業工程與管理學研究所未出版之碩士論文。 周立德(2005), 以系統思考針對品牌與代工角色之互動關係探討台灣筆記型電腦代工業者毛利率持續壓縮問題, 國立中山大學企業管理研究所未出版之碩士論文。 周書華(2004), 拍賣仲介者經營拍賣網站之關鍵成功因素-基於使用者觀點, 私立義守大學資訊管理學研究所未出版之碩士論文。 林志隆(2004), 台灣B2C電子商務經營與成功模式分析, 國立台灣大學國際企業學研究所未出版之碩士論文。 林政瑩(1999), 影響拍賣網站使用者到拍賣網站購物意願因素之研究, 國立中山大學企業管理學研究所未出版之碩士論文。 林俊宏(2001), 電子商務對第三者物流的影響及其因應策略, 私立朝陽科技大學企業管理學研究所未出版之碩士論文。 洪芳芷(2000), 線上拍賣網站市場分析與經營策略之研究, 國立臺灣大學資訊管理研究所未出版之碩士論文。 胡佳玲(2004), 以系統思考探討突破惡性競爭之相關研究-以沃瑪、英特爾、奇美企業為例, 國立中山大學企業管理研究所未出版之碩士論文。

文。張紹勳(2000), 網際網路行銷之成功模式, 中華管理評論, 3(2), 17-38。張紹勳(2002), 電子商務, 台中:滄海書局。梁釗?(2002), 線上拍賣機制之探究, 私立南華大學亞洲太平洋研究所未出版之碩士論文。梁高榮(1996, October 1), 拍賣理論簡介, 機械工業雜誌, (163) 257-264。許乾訓(2005), 拍賣網站經營探討-以台灣線上拍賣為例, 私立南華大學資訊管理學研究所未出版之碩士論文。陳世運(2000), 拍賣網站經營模式與成功關鍵因素分析[線上資料], 來源: <http://www.find.org.tw/find/home.aspx?page=trend&p=2&&author=陳世運&date1=2000/01/01&date2=2000/12/31>[2000]。陳世運(2000), 電子市集之成功經營關鍵因素探討, 資策會FIND。陳世運(2000), 網際網路重要經營法則[線上資料], 來源: <http://www.find.org.tw/find/home.aspx?page=trend&date1=2000/01/01&date2=2000/12/31&p=1>[2000,]。陳世運(2001), 告別免費時代-內容網站收費之成功關鍵因素[線上資料], 來源: <http://www.find.org.tw/find/home.aspx?page=trend&kwcontext=免費&author=陳世運&date1=1998/7/1&date2=2007/6/14&p=1>[2001,]。陳佳妮(2001), 以系統思考研究組織文化對啟動變革之影響-以北高戶政革新為例, 國立中山大學企業管理學系研究所未出版之碩士論文。陳孟鴻(2004), 網路拍賣機制之研究-以台灣E-Bay拍賣網站和台灣YAHOO奇摩拍賣網站為例, 國立交通大學管理科學研究所未出版之碩士論文。陳樺誼(2005), 解讀台灣網路拍賣成功經驗[線上資料], 來源: [http://mic.iii.org.tw/intelligence/search/search\\_more.asp?tp=t&queryText=陳樺誼&shrink=no&FromYr=2000&FromMon=1&ToYr=2007&ToMon=6&mode=0&at=0&ItemNo=20&column=2&output\\_format=1](http://mic.iii.org.tw/intelligence/search/search_more.asp?tp=t&queryText=陳樺誼&shrink=no&FromYr=2000&FromMon=1&ToYr=2007&ToMon=6&mode=0&at=0&ItemNo=20&column=2&output_format=1)[2005,May 17]。陳歷鋒(2000), 網際網路拍賣機制之初探研究, 國立台灣大學商學研究所未出版之碩士論文。楊嘉麗, 周樹林(2004), 電子商店經營典範, 資策會FIND。楊碩英(1994), 組織學習核心課題之研究-提升組織對動態性複雜的了解與管理, 台北:行政院國家科科學委員會。經濟部商業司編製(2006), 中華民國電子商務年鑑, 台北:編製者發行, 270-351。葉玉玲(2006), 我國拍賣網站競爭動態之研究, 私立大葉大學未出版之碩士論文。葉怡君(2005), C2C交易信任機制之效能評估, 私立銘傳大學傳播管理研究所未出版之碩士論文。劉思治(2003), 從關鍵成功因素及資源基礎觀點探討休閒事業之競爭優勢—以西子灣休閒度假中心為例, 國立中山大學國際高階經營管理所未出版之碩士論文。鄭淑雲(2003), 什麼都賣-打造網路拍賣金店面, 台北:平安文化出版社。謝昭熠(1992), 拍賣制度之研究, 國立中山大學企業管理研究所未出版之碩士論文。羅世輝, 楊碩英(2000), 跨越市場臨界量之迷思:產業主流鎖定之研究, 科技管理學刊, 5(2), 169-192。二、英文部份 Aaker, D. A. (1984). Strategic Market Management, New York: John Wiley & Sons Inc. Alba (1997). Interactive Home Shopping: Consumer, Retailer, and Manufacturer Incentives to Participate in Electronic Marketplaces. Journal of Marketing, 61, 38-39. Allison, G., Malay, K., Carrie, O., & Matt, T., (1999). Using Stickiness to Build and Maximize Web Site Value. [Online]. Available: <http://elab.vanderbilt.edu/> Beam, C., & Segev, A. (1998). Auctions on the Internet: A Field Study, unpublished manuscript, Haas School of Business University of California, Berkeley, 1-30. Cassady, R. (1967). Auctions and Auctioneering, Berkely: University of California Press Commons, J. R. (1934). Institutional Economics: Its Place in Political Economy, Transaction Publishers. Cramton, P. (1998). Applications of Auction Thoery: Ascending Auctions. European Economic Review, 42(3-5), 745-756. Dannial, R. D. (1961). Management Information Crisis, Harvard Business Review .Setpember, 111-121. Ferguson, C. R., & Dickinson, R. (1982). Critical Success Factors for Directors In the Eighties, Business Horizons, 14-18. Forrester, J. W. (1994). " System Dynamics, Systems Thinking, and Soft OR, " System Dynamics Review, 10(2-3), 245-256. Hagel, J., & Singer, M. (1999). Net Worth—Shaping Markets When Customers Make the Rules, Harvard Business School Press. Hauthakker, H. S., & Taylor, L. C. ( 1970 ), Consumer Demand in the United States, Harvard University Press, Cambridge, MA. Hofer, C. W., & Shendel (1978). Strategic Management and Business Policy. McGraw-Hill Book Co., 99-100. Huhns, M. N., & Vidal, J. M. (1999). Agents on the Web:Online auctions, IEEE Internet Computing, 3, 103-105. Jones (2000). Trust Requirements in E-Business, Communications of the ACM, 81-87. Katz, M. L., & Shapiro, C. (1985). Network Externalities, Competition, and Compatibility, American Economic Review, 75(3), 424-440. Kim, D. H. (1995). From Event Thinking to System Thinking, The System Thinker, 6:1, Pegasus Communications, P.O. Box 1281, Cambridge, MA, 6-7. Kim, D. H. (1997). From Key Success Factors to Key Success Loops, The System Thinker, 8(5), 6-7. Klein, S. & O'Keefe, R. M. (1999). The Impact of the Web on Auctions: Some Empirical Evidence and Theoretical Considerations, International Journal of Electronic Commerce, 3, 7-20. Klein, S. (1997). Introduction to Electronic Auctions, Electronic Markets, 7(4), 3-6. Klemperer, P. (1999). Auction Theory: A Guide to the Literature, Journal of Economic Surveys, 13(3), 227-286. Kumar, M., & Feldman, S. I. (1998). Business negotiations on the Internet, IBM Research Division T. J Watson Research Center Yorktown Heights, NY 10598 Liebowitz, S. J. & Margolis, S. E. (1994). Network externality:An uncommon tragedy. Journal of Economic Perspectives, 8(2), 133-150. Lucking-Reiley, D. (2000). Auctions on the Internet: What ' s Being Auctioned, and How?, Journal of Industrial Economics, 48(3), 227-252. McAfee, R. P., & McMillan, J. (1987). Auction and bidding. Journal of Economic Literature, 25(2), 699-739. Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing, Journal of Marketing, 58(3), 20-38. Nissanoff, D. (2006). FutureShop-How the New Auction Culture Will Revolutionize the Way We Buy,Sell, and Get the Things We Really Want. Business News Publishing Ltd. Paich, M., & Serman, J. D. ( 1993 ), Boom, bust, and failures to learn in experimental markets, Management Science, 39(12), 1439-1458. Paul, M. (1989). Auctions and Bidding: A Primer, Journal of Economic Perspectives, 3, 3-22. Rohlfs, J. (1974). A Theory of Interdependent Demand for a Communications Service, The Bell Journal of Economics and Management Science, 5(1), 16-37. Schwartz, E. I. (1998) Webonomics : Nine Essential Principles for Growing Your Business on the World Wide Web, New York: Broadway Books. Shapiro, C., & Varian, H. R. (1999). Network Effects, Notes to Accompany Information Rule, September. Stake, R. E. (1995). The art of case study research. Thousand Oaks, CA: Sage. Serman, J. D. (2000). Business Dynamics - Systems Thinking and Modeling for a Complex World, Chicago: Irwin McGraw-Hill. Vickery, W. (1996). " Counter speculation, auctions, and Competitive Sealed Tenders " , Journal of Finance, 16, 8-37. Vickery, W. ( 1961 ). " Counter speculation, Auctions and Competitive Sealed Tenders, " Journal of Finance , 16(1), 8-37. Wymbs, C. (2000). " How e-commerce is Transforming and Internationalizing Service Industries " , Journal of Service Marketing, 14(6), 463-478.