

蝦皮如何脫穎而出



系級:心理二
姓名:余若安

公司背景

創辦人背景

- 母公司(冬海集團) 創辦人：李小冬
- 李小冬創業理念:以行動裝置為核心，打造結合娛樂、電商與金融的數位生態系。
- 台灣區創始代表：劉靜芳，主要負責導入在地營運與物流系統。

蝦皮在 2024 年的全年營收為新台幣 3,900 億元成長率約50%，同時momo的年營收 1,125.6 億元成長率約3%、PChome是375.63 億元成長率約-9%

掌握金流——不斷推層新政策-遠大眼光

被動式 C2C 模式 → 積極介入、達成雙贏

- 被動式 C2C（2020-2022年）

僅提供個人對個人（C2C）賣家上下架功能，平台不做賣家資質審核、物流管控或客服介入，造成買家信任度偏低、退貨糾紛偏多。

- B2B2C 模式（2023 推行）
 - 與品牌／商家簽訂合作合約，改以「品牌→平台→消費者」方式出貨。
 - 平台強化賣家資格審核、價格管控、物流整合與客服介入，實施更嚴謹的服務品質監控。
 - 成效：商品瑕疵率降低 15%、平台滿意度評分提升 12%。



C2C → B2B2C

• 初期為個人對個人（C2C）交易平台
轉型為品牌/賣家 → 平台 → 消費者（B2B2C）模式，強化平台管理與體驗。

- B2B2C 模式實施更嚴謹的賣家管理與服務品質監控。這種策略有助於強化公司治理、平台規範與品牌信任度。

績效管理

不斷推出新政策

倉儲與物流布局

- 多地自營倉建設
 - 2024 年起，蝦皮陸續在台灣北中南（台北、台中、高雄）三大都會區設立自營倉庫。
- 蓋物流倉庫
 - 與第三方物流業者（如黑貓、順豐、7-11 取貨）合作，在全台 60 多個地點設置「蓋物流倉庫」，作為「最後一哩」配送集貨中心。
 - 訂單在「母倉 → 蓋倉 → 配送中心」三段流程中，最佳化配送路線，達成「全台隔日到貨」覆蓋率 85%。
- 隔日到貨與當日到貨試營運
 - 隔日到貨：目前已在台北、新竹重點區域完成隔日到貨服務，確保下午 4 點前下單，隔日午前提達。
 - 當日到貨試營運：在台北部分行政區域試營運「當日到貨」服務，針對「同市縣賣家」與「自營倉庫商品」，實現 6 小時內送達。
- 物流成本與效能優化
 - 透過「倉到倉搬運自動化」2024 年度整體物流成本相較 2023 年下降 12%。
 - 定期與物流合作夥伴協商「運費折扣」，並依據賣家「出貨量級」提供分級優惠，成功降低中小賣家約 8-10% 的平均運費負擔。

賣家經營

蝦皮大學——不只是交易平台

金流透明，信任機制更優於同業
露天、Yahoo 拍賣僅提供平台場地，僅收取手續費、不主動介入金流與交易保障，蝦皮則採取高度整合的金流控管機制：

- 平台代收代付制度：商品確認收貨後才撥款給賣家，降低詐騙與爭議風險。
- 快速結帳週期：賣家可於交易完成後快速取得資金，減少資金壓力。
- 與博客來對比明顯：博客來作為圖書銷售平台，有延遲半年才撥款給書商的現象，對中小型出版商極不友善。
- 成功經驗賣家分享

直播輔導

- 數位行銷、直播銷售、廣告投放等技能
- 協助賣家提升曝光率與銷售成績
- 建立賣家「自我效能感」
- 增加對蝦皮平台的依賴與忠誠
- 結合互動與促銷活動，增加商品成交機會



	蝦皮	露天	Yahoo
金流透明度	平台代收代付 - 買家付款後由蝦皮代管 - 賣家需待買家確認收貨後，蝦皮才撥款 - 有效降低詐騙與交易爭議風險	- 僅提供平台場地，買家付款後直接匯給賣家 - 不主動介入金流流程	- 拍賣成交後，款項由買家直接匯給賣家 - 平台不設代收代付機制
交易保障	賣家通過 KYC（實名認證）才能提領款項 - 蝦皮客服介入處理爭議，有自動化爭議判定機制 - 理賠流程最快 3 日內完成，降低交易風險	- 無統一爭議調解機制 - 若發生爭議，賣家需自行與買家協商解決	提供「賣家爭議申訴」系統，但無金流托管 - 賣家若遇退貨／帳號異常，需自行與買家或客服協調
賣家成功經驗分享	- 直播輔導：資深賣家分享「直播帶貨」、短影音製作技巧 - 數位行銷工作坊：社群行銷、蝦皮廣告中心操作教學 - 蝦皮商家大會：邀請暢銷賣家分享經驗 - 建立賣家「自我效能感」，提升對平台忠誠度	基本社群討論區供賣家互相交流	主要依賴「賣家後台說明中心」與文字教學 • 缺乏系統化影音課程，線上講座較少
撥款時間	快速結帳週期 - 若無爭議，買家確認收貨後即時撥款給賣家 - 撥款速度 1-3 工作天內完成，大幅減少資金壓力	交易成功後，款項直接進入賣家指定帳戶，無額外代收流程 - 賣家自行注意帳戶狀態與提領時機	拍賣成交後，款項直接匯入賣家帳戶； 若使用「Yahoo 購物中心」，則款項由平台代收後 7-14 天撥款

買家經營——尊重消費者需求

無條件退貨政策

- 七天鑑賞期：根據《消費者保護法》第19條，自2011年1月1日起，台灣的網路購物消費者享有七天鑑賞期的權利。
- 蝦皮政策：蝦皮購物平台提供七天鑑賞期，允許消費者在收到商品後七天內申請退貨。

無所不在的增強

- 定時增強-每日簽到送蝦幣
- 不定時增強-突然出現的限時活動抽蝦幣
- 不定比增強-活動期間留言／分享可能獲得蝦幣
- 定比增強-每消費滿一定金額送蝦幣，有各種方式可以拿到蝦幣



蝦皮即時免費網路電話客服與售後保障

- 多管道文字客服（Chat）
- 蝦皮 App／網頁內建「聊聊」功能，用戶可隨時以文字訊息方式聯繫官方客服，並可同步查看歷史對話與進度。
- 免市話網路電話客服
- 購物流程、退款爭議等問題，消費者可透過 App 內「網路電話」直撥客服，完全免費且手機／市話均可使用，無須額外負擔通話費。
- 真人文字客服
- 若「聊聊」AI 回覆不足，消費者可選擇立刻轉由真人客服接手，解決訂單異常、商品瑕疵等複雜問題，並提供截圖或多媒體資料上傳輔助。
- 快速處理退款與理賠
- 退貨申請通過審核後，平台 3-5 個工作天內完成退款；若涉及客服理賠，最快 3 日內做出判定並執行退回。

與同業對比：更完善的買家體驗

退貨鑑賞期

蝦皮：提供 7 天無條件鑑賞期，退款流程簡便、蝦皮代收款項全自動處理。

PChome / momo / 露天：同樣遵循七天鑑賞期，退貨流程需自行聯絡賣家／客服，賣家常訂額外條件。

客服管道

蝦皮：「聊聊」文字＋App 內網路電話＋真人客服三合一，回覆時間短、流程完整。

PChome / momo / 露天：雖有市話客服，但僅限市話撥打；App 文字客服多由 AI 回覆，人工客服需申請且回覆速度較慢。

資金到帳時效

蝦皮：買家確認收貨後，1-3 個工作天內撥款給賣家，快速回收資金。

PChome / momo：使用平台代收則需等待 7-14 天；若賣家自行收款（露天、拍賣），則由賣家自行安排，無法即時到帳。

購物回饋與互動

蝦皮：每日簽到、限時抽蝦幣、活動留言送蝦幣、滿額送蝦幣等多種方式，有遊戲化元素。

PChome / momo / 露天：偶有「滿額折扣」「折價券」，較少即時回饋機制，互動性與趣味性不足。

退款理賠時效

蝦皮：退貨申請通過後，3-5 個工作天內完成退款與理賠流程。

PChome / momo / 露天：多數同業需先退款給買家，平台再向賣家請款，流程繁瑣，理賠時效平均 7-14 天；若爭議複雜則更久。