

udn 買東西購物中心



聯合報股份有限公司 / 電子商務部

孫志華總經理

2014/11/18

內容電商平台udn買東西發展歷程



- 2014.08：台灣各網購平台商品數排行榜，udn買東西成長率奪冠。
- 2014.07：有.設計 uDesign 上線。
- 2014.03：聯合售票網上線。
- 2014.02：udn 買東西購物中心 pad 版上線，
為全國第一專為平板電腦開發的購物網站介面。
- 2012.05：《經濟部》2012年『新網路時代電子商務發展計畫』
營運創新示範輔導補助最高金額。行動 App 上線。
- 2012.02：推廣 OCOP (一鄉一特產) 與社會企業《17support》及
各大公益機構合作。為台灣在地特色、社會公益盡力。
- 2011.11：榮獲《資策會》2011年(第11屆)金網獎金質獎。
- 2011.05：正式營運記者會，單日營業額突破 100 萬。
- 2011.04：通過《ISO/IEC27001》認證，提供國際級資安購物環境。
- 2011.04：電子商務網站【udn 買東西】成立，開始試營運。
- 2010.09：聯合報電子商務部成立。

內容電商平台udn買東西的整合服務架構

- 提供穩健金流、物流、資訊流
- 百萬項商品、數十萬會員行為記錄
- 內容電商平台
- 四大介面累積使用體驗



- 展演內容資訊宣傳
- 票券販售平台
- 持續導入更獲好評的文化展演

- 文創資訊內容宣傳及商品販售
- 募資預購資助設計團隊
- 代領台灣設計走向國際



- 行為記錄資料大，適合發展 Big Data
- 傳統媒體轉型網路新媒體

- 新聞閱讀與商品購買的關連模組
- CRM 精準名單行銷及商品推薦

聯合報 聯合晚報
經濟日報 upaper

- 傳統紙媒
- 60 年品牌聲望

聯合新聞網
聯經數位

- 新聞及內容網站
- 出版及內容事業

udn tv
展演活動

- 多媒體 / 新媒體內容
- 實體展演 /

內容電商平台udn買東西的策略發展

網站內部優勢提升

網站外部優勢建立

成功經驗跨境複製

網站覆蓋提升

導流
社群經營

供應鏈
優化

用戶體驗
為核心

操作流程
優化

Big data
CRM 優化
效益

網站產值提升

全網
通路策略

- 移動商務 (手機、平板)
- IPTV、MOD
- O2O (連鎖通路、百貨)

跨產業
整合策略

- 店內集點卡
- 文創及健康產業結盟

網站價值
細分策略

- 垂直電商
- 冷鏈電商
- C2B 制定

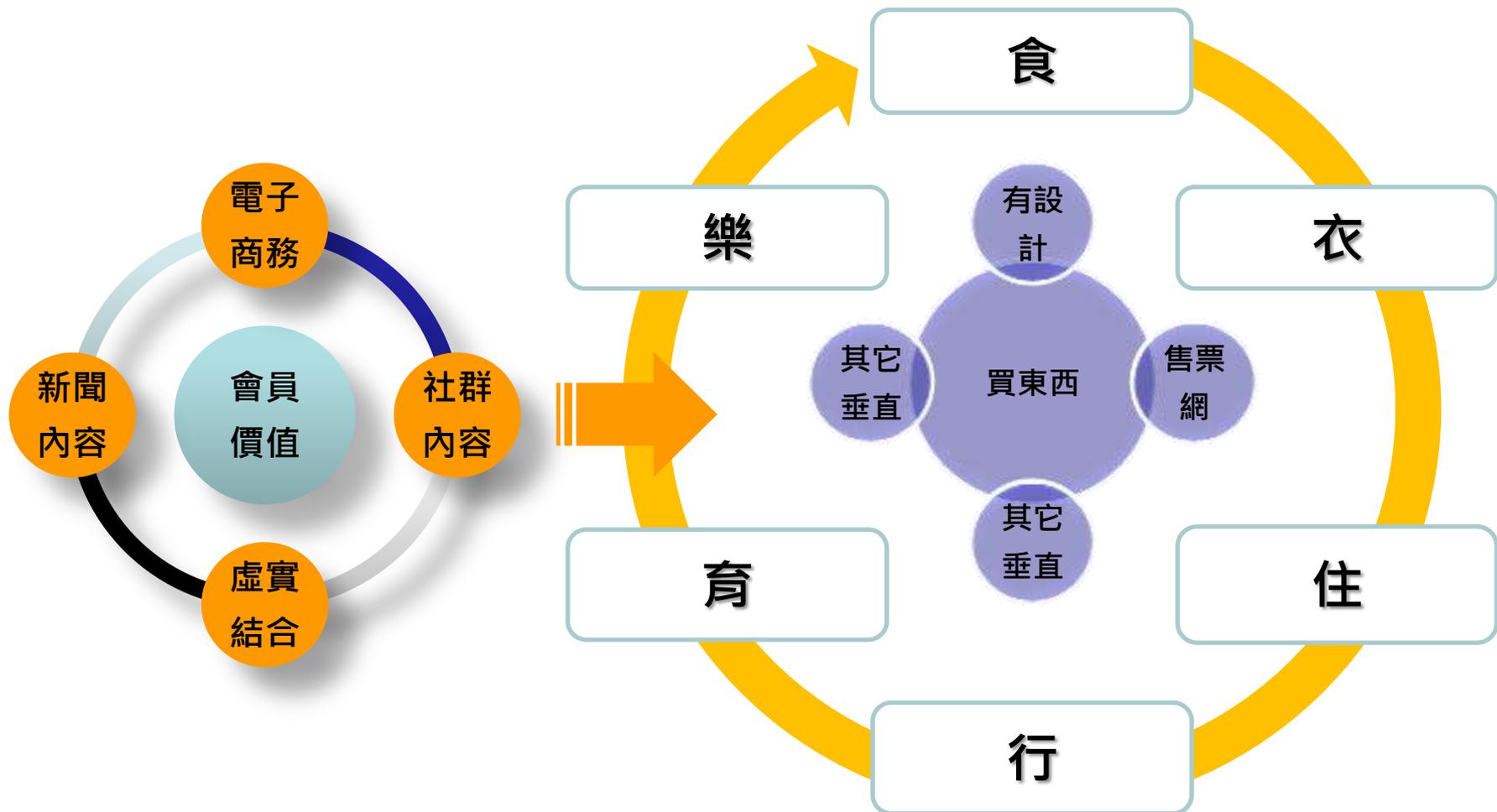
兩岸電商



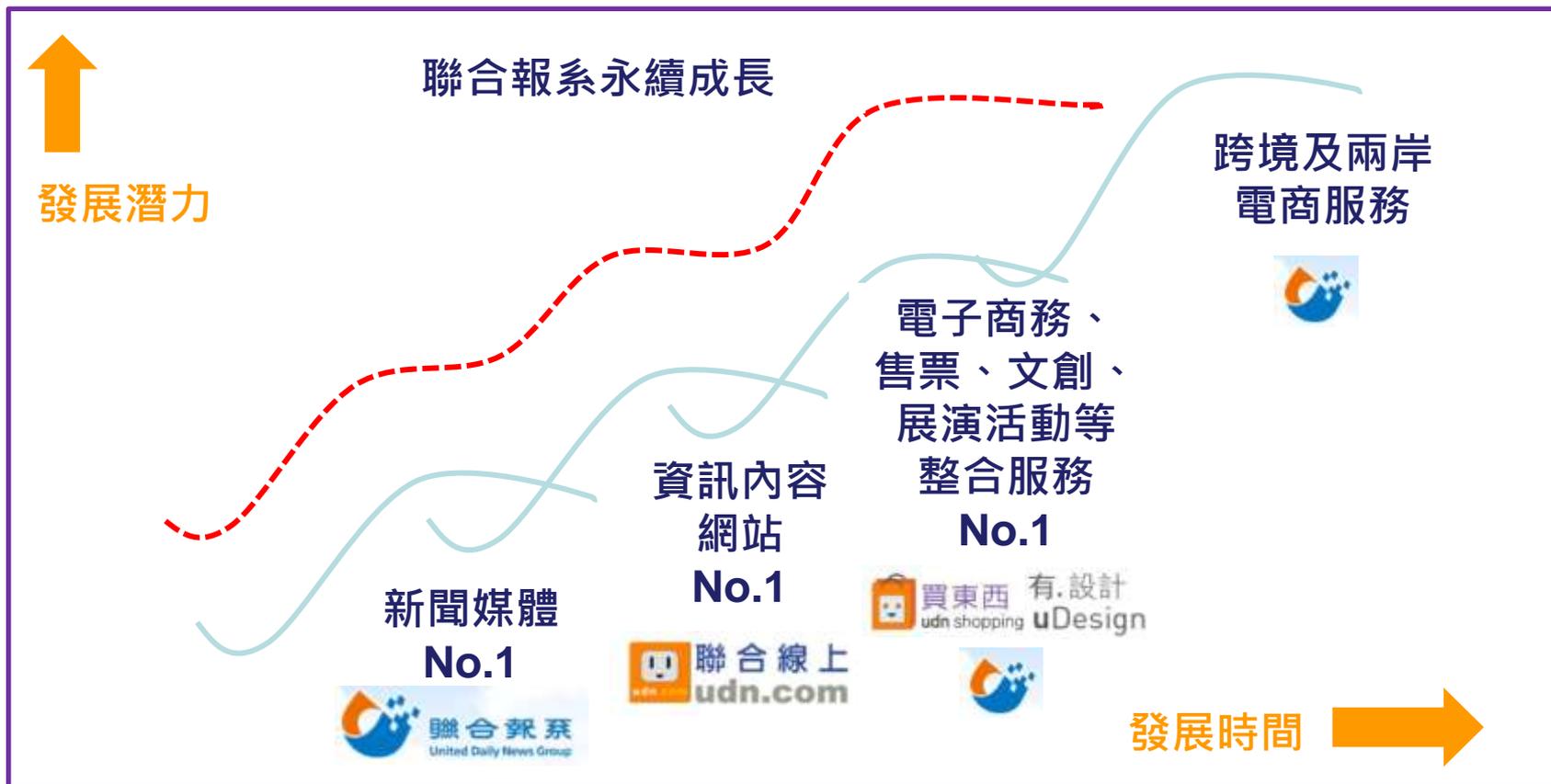
跨境電商



內容電商平台udn買東西的戰略規劃



內容電商平台udn買東西的未來發展潛力



掌握 EC 成長契機，超越內部成長，實現報系永續成長

簡報完畢
謝謝
Q&A