

前言

台灣電子商務由1990年代開始發展，早期由博客來、蕃薯藤與奇摩引領風潮，到了2005年則以互動分享成為電子商務的主流。進入2010年以來，因為智慧型手機、平版電腦的興起，讓電子商務的應用朝向多元化的發展（資訊工業策進會，2011）。從新聞、3C科技、旅遊、醫療、美食到美妝，台灣社群網站類型多元而豐富。一般而言，社群網站的經營型態可分為「一般社群網站」及「利基型社群網站」；前者提供部落格、相簿、交友等綜合型服務，如Myspace、Facebook；後者則基於消費者的特定興趣與嗜好發展而成，如國內知名的3C討論社群Mobile01，以及國內知名的美妝討論社群FashionGuide，這些網站的成立讓來自四面八方的網友，依據個人喜好，進入各種的網站而形成社群，在這一片「專屬」的天地，與其他共同身處其中的網友分享、討論生活大小事（林婉翎，2008）。

在網路的世界中，網路流量代表了知名度、人潮與影響力，更有人認為這是站穩市場，創造獲利的第一步（數位時代，2009）。然而有趣的是，雖然新成立的網站很多，也各有特色，但缺乏有效的商業模式，讓許多網站雖然擁有流量，卻仍舊無法改善營收，因此，如何推廣網站同時建構一套有效的商業模式，已成為許多社群網站能否存續的關鍵。

FashionGuide 在台灣的經營模式： 從社群到設櫃

1997年，三個實踐大學服裝設計系的學生——謝攸升、孫莉婷及吳健緯——決定聯手合作，從蒐集商品折扣訊息開始，以流行時尚為主軸，仿效雜誌進行資訊傳遞，從而誕生了社群網站FashionGuide (FG)（陳曼儂，2008）。

創辦人謝攸升當時以在服裝店打工的經驗，認為服裝產業非常保守，再加上對創業充滿熱情，因此下定決心透過在當時十分成熟的網路開發時尚商機，在台灣當時立基於時尚路線的網站屈指可數，透過方便友善的網頁設計與「爛店開罵」的活動，FG很快有了大批的瀏覽人潮。然而即使如此，人潮也不等於錢潮，FG空有流量卻沒有廣告收入，扣除每個月人事成本開銷後，實際上網站收入卻所剩無幾（陳曼儂，2008）。

2000年網路經濟泡沫化，公司因發不出薪水而解散，FG黯淡地退回起跑點，三個人為了維護FG網站的運作都去打零工，幫小公司做網頁，這樣的日子一直撐到2004年，廣告收入才慢慢增加，並且重新邀請在電視圈工作的大學同學張倫維回鍋擔任營運總監，並將過去由FG自行生產、提供資訊內容的型態，轉型為以消費者為主軸的網路討論區服務，朝向專業美妝網站發展，才逐漸脫離初期的營運困境（陳曼儂，2008；數位時代，2009），而廣告營收也從2005年的500萬元，成長到2009年的9,800萬元（許瓊文，2010），如圖1、表1所示。

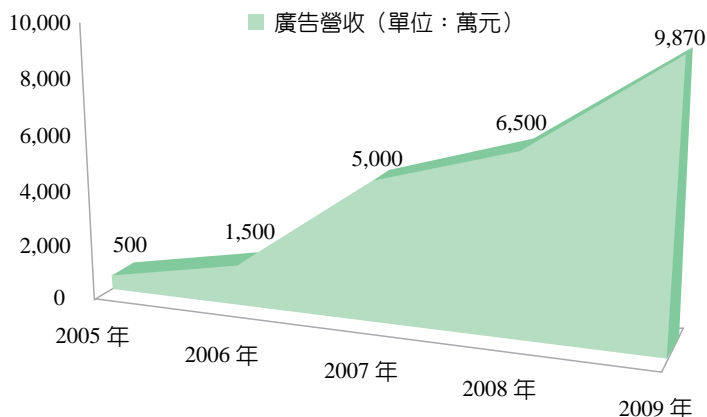


圖 1 FG 的廣告營收

資料來源：引自 CEO 實戰錄——Fashion Guide 執行長張維倫最懂得用女人言論賺錢，許瓊文，2010，Cheers 快樂工作人，123，32-37。

表 1 FashionGuide 發展歷程

時間	重要大事紀
1997 年	<ul style="list-style-type: none"> ● FashionGuide 網站成立
2000 年	<ul style="list-style-type: none"> ● FG 時尚討論區成立 ● 因網路泡沫化解散工作團隊 ● 爛店開罵上線，會員大幅成長
2001~2004 年	<ul style="list-style-type: none"> ● 調整網站經營方向，主攻網路討論區，以流行資訊與折扣情報為輔
2005 年	<ul style="list-style-type: none"> ● 推出美容商品投票服務與 FG 試用報告服務
2006 年	<ul style="list-style-type: none"> ● 千人市調大隊上線 ● FG 投票評鑑及 FG 市調大隊報告成為各大女性雜誌美容資訊 ● 出版《FG 美妝評鑑情報》雜誌
2007 年	<ul style="list-style-type: none"> ● 「FashionGuide 愛漂亮」時尚美容節目於 MTV 台開播（主持人為隋棠） ● 屈臣氏「FG 優良商品專櫃」正式設櫃 ● FG TOP 100 部落格上線 ● 「FG 影音美人教室」上線
2008 年	<ul style="list-style-type: none"> ● 進軍中國大陸市場，與湖南快樂購合作發行《FG 美妝》雜誌 ● 中國大陸「FG Lady 風尚伊人網」網站成立 ● FG 與各大通路合作 <ul style="list-style-type: none"> · 藥妝：推出屈臣氏與 FashionGuide 聯名「天王天后榜」專櫃 · 超商：與 7-11 便利超商合作預購專櫃美妝品 · 電信：FG 頻道進駐中華電信 emome、seednet、iPhone · 百貨：DM 上有「FG 特優選」推薦商品專區、專櫃上出現「FG 特優選」立牌
2009 年	<ul style="list-style-type: none"> ● 第一屆 FashionGuide 美妝評鑑大賞
2009 年	<ul style="list-style-type: none"> ● FG 自製化妝教學影片，免費授權給騰訊網、新浪網等網站使用
2010 年	<ul style="list-style-type: none"> ● FG 網站會員數達 40 萬人 ● 與湖北衛視合作電視節目——「女人我最大」