

# 演唱會門票販售交流－TicketCool

張景濡

## 摘要

常常有搶到票而有事無法前往的歌迷欲販售二手票，但往往因可販售的平台及社群軟體眾多，導致販售效果不如欲販售票卷之歌迷的預期。期望透過此平台整合販售演唱會門票之平台已達到販售成交量最大化。

## 1. 研究動機與目的

消費者於購買演唱會門票時往往因售票系統問題或手速不夠快，導致其無法順利搶購到演唱會門票，也造成了很多人的遺憾。但隨著時間越來越接近演唱會日期，開始會有已購買到演唱會門票之消費者因急事而無法到場參與，而其往往透過 Facebook、PPT 等演唱會相關討論區公開販售演唱會門票；然而，Facebook、PPT 等演唱會相關討論區無統一之販售位置，也進而導致欲購買演唱會門票之消費者無法有效搜尋到欲購買之演唱會門票。

因此，為解決此狀況，我們希望透過開發一個線上平台來整合所有販售演唱會門票之平台，欲購買二手演唱會門票之消費者只需來我們所開發之平台即可瀏覽各討論區之票源，不僅節省時間也不再因為買不到門票而留下遺憾。

## 2. 文獻回顧

### 2.1 演唱會趨勢

對於演唱會未來的發展趨勢，田京泉認為「一定是多元化的」。「近幾年，除了演唱會之外，我們看到的小劇場演出也逐漸地火爆起來。戲劇演出、小劇場演出以及音樂節，在數量和質量上都發展得很快。同時，一些演出項目還引入了網絡和自媒體直播；以前的拼盤演唱會都在朝『品牌演唱會』的方向發展。這些現象都說明，整個演出市場越來越繁榮、豐富和多元化。未來幾年，整個演出市場還是會逐步增長，多元化的趨勢不會改變。」對於演唱會未來的發展趨勢，田京泉認為「一定是多元化的」。「近幾年，除了演唱會之外，我們看到的小劇場演出也逐漸地火爆起來。戲劇演出、小劇場演出以及音樂節，在數量和質量上都發展得很快。同時，一些演出項目還引入了網絡和自媒體直播；以前的拼盤演唱會都在朝『品牌演唱會』的方向發展。這些現象都說明，整個演出市場越來越繁榮、豐富和多元化。未來幾年，整個演出市場還是會逐步增長，多元化的趨勢不會改變。」

## 2.2 電商平台

前年蝦皮上線，以免費行銷、行動原生的友善介面，每三周更新使用介面與功能，快速打進台灣市場，報導下載用戶數目前在台灣已突破 1200 萬，單月商品銷售件數突破 1500 萬件，如果由競爭的角度，給了 PChome 莫大的壓力，也開始了燒錢競賽，彼此做一樣的事，搶奪一樣的客戶。但是如果由互補品的角度，蝦皮的進入，為台灣電商注入活水，讓許多年沒有更新改版的平台紛紛尋求進化，也如果讓許多原本不用電商的人也用了電商，就是擴大了這張餅，台灣的電商的市

場原本就不如大陸或美國普及，如果有越來越多電商業者加入，反而有利於台灣電商人口的普及，有了市場數量，就會吸引更多種類的電商營運模式。重點不只是搶奪客戶，而是在擴大的電子商務這張餅中，電商業者應該找到自己的特色，產生新的經營模式。蝦皮似乎重複的亞馬遜的路徑，以補貼行銷形式吸引用戶嘗試新服務，快速從 C2C 市集拍賣、B2B2C 商城，三年進化到 B2C 自營電商商城，一個帳號通行三大服務，以用戶出發，「互補」滿足了消費者從速度、服務、價格到多元性的不同需求，一個新生代的一站式電商齒輪似乎已經轉動起來，這個轉動勢必帶給台灣更多的電商人口以及大數據，這個人口與大數據，是否會帶來更多 O2O 實體店的應用、金流 Fintech 的應用、或是如美團或大眾點評等生活應用還不可知，我們可以確定的是，蝦皮對於台灣，帶來的不是競爭，而是互補，當電商市場擴大之後，我們的互補品在哪裡才是重點，而蝦皮帶來的動能與電商人口，勢必產生更多的創新模式，進而健全台灣電商的生態。蝦皮的下一步，令人期待。

### 3. 研究方法

本研究欲透過建立一電商平台以整合不同社群媒體之討論區，於網路上建立一電商平台可自動取得不同社群軟體之不同演唱會門票販售交流討論區的票源，並將不同的演唱歌手、日期、場次等資訊整理清楚，使消費者於瀏覽該電商平台時可依據不同歌手、日期、場次等資訊快速尋找欲購買之演唱會場次。另外透過新增商品欄位，使消費者可於該電商平台新增屬於自己的演唱會門票，並進行管理。

## 4. 網頁呈現

下列各圖為本研究呈現之結果，如圖 1、2、3、4、5、6、7、8 所示：

圖 1、登入畫面

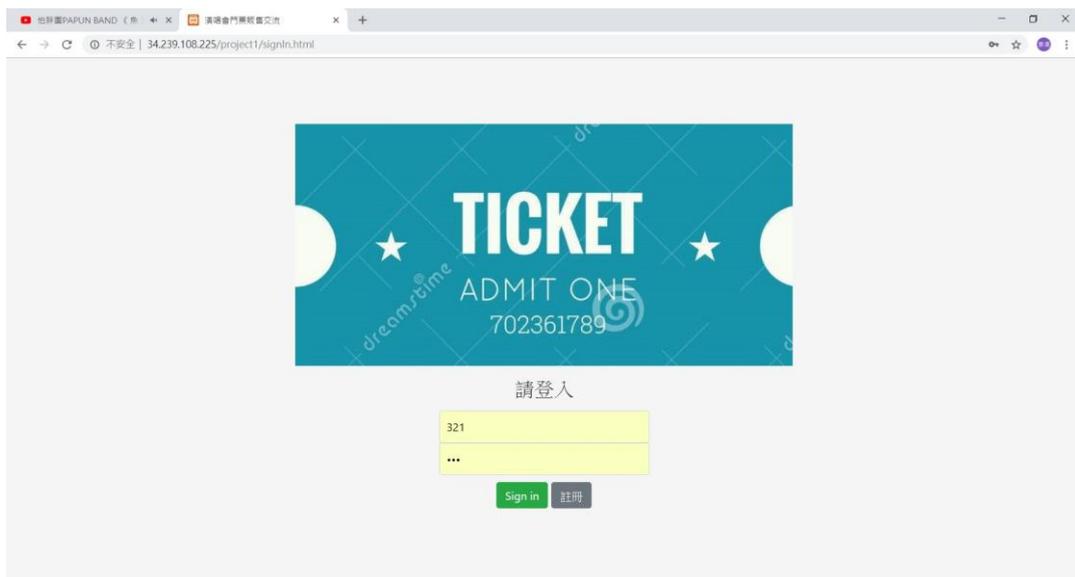


圖 2、註冊畫面

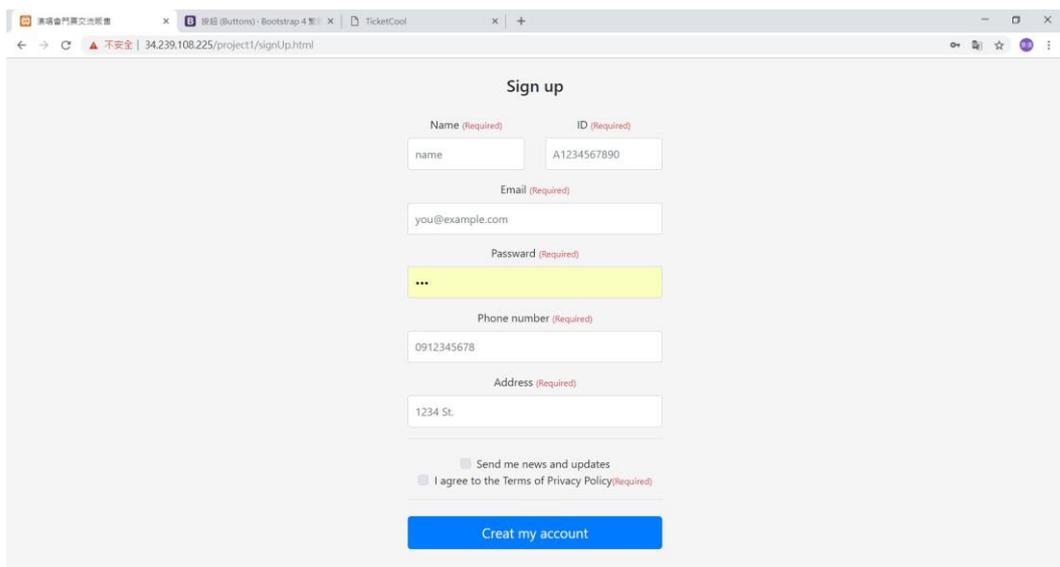


圖 3、首頁

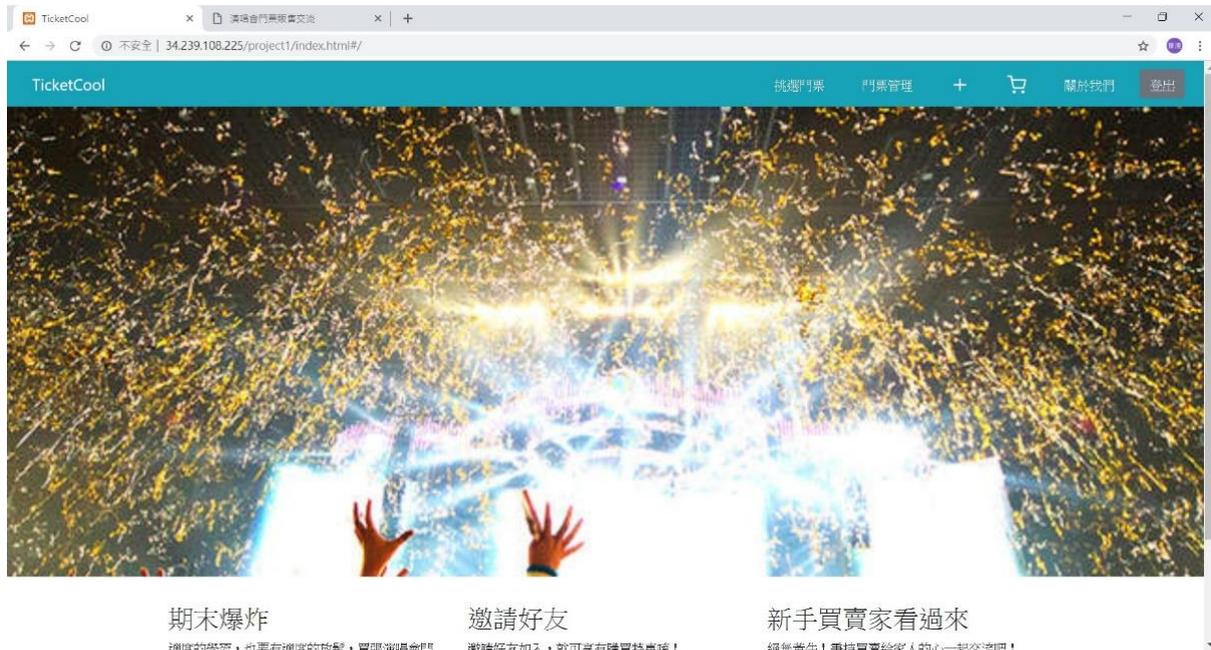


圖 4、商品頁面

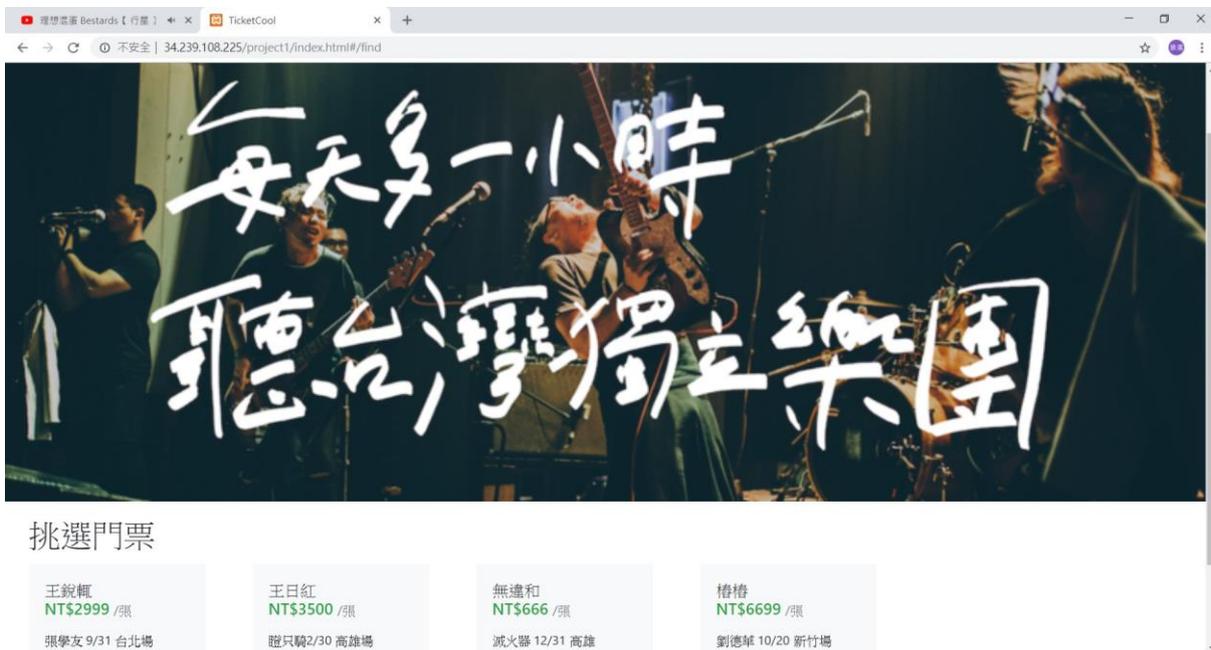


圖 5、新增商品

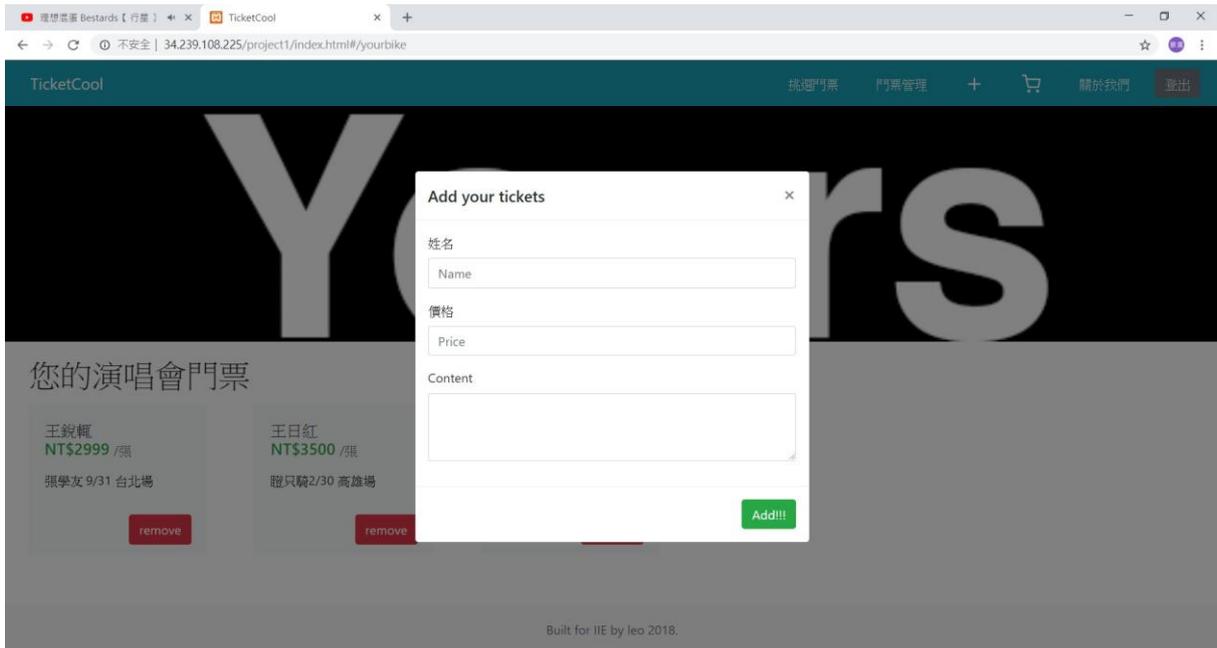


圖 6、管理商品區

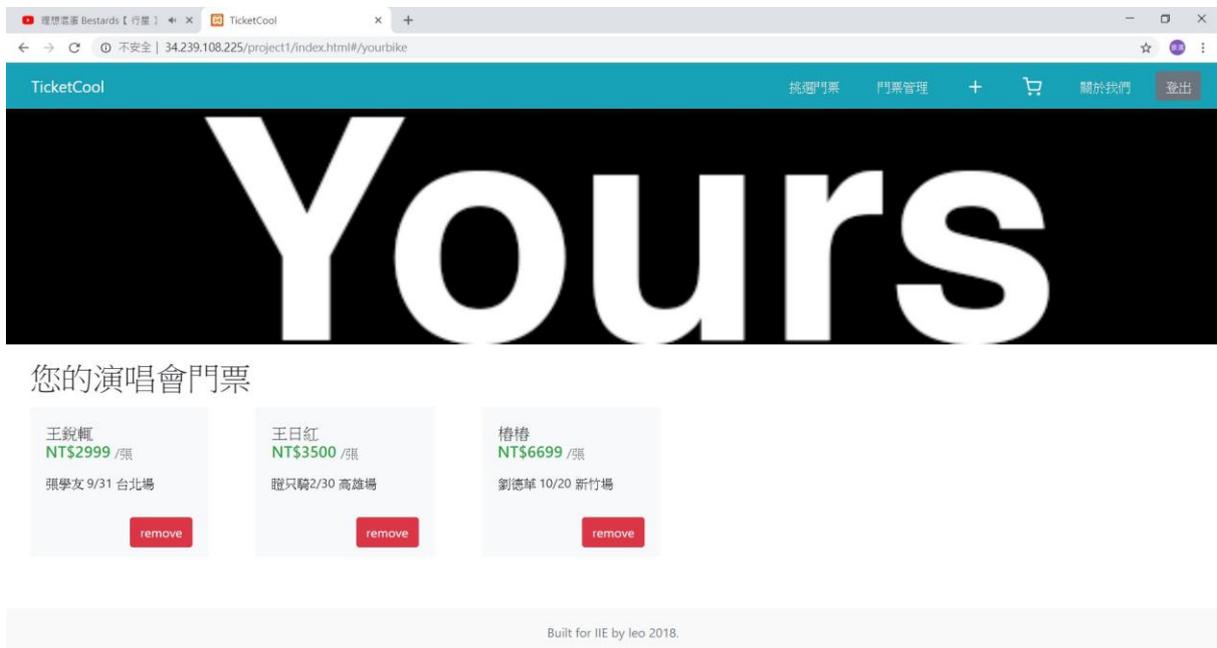


圖 7、購物車

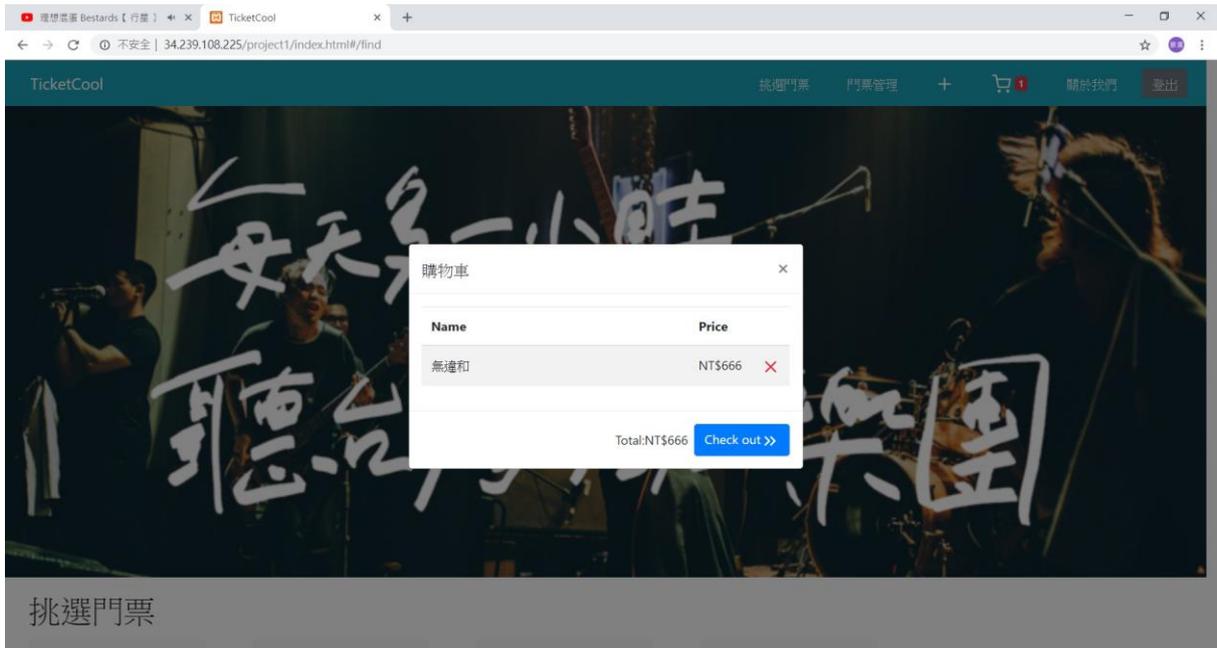
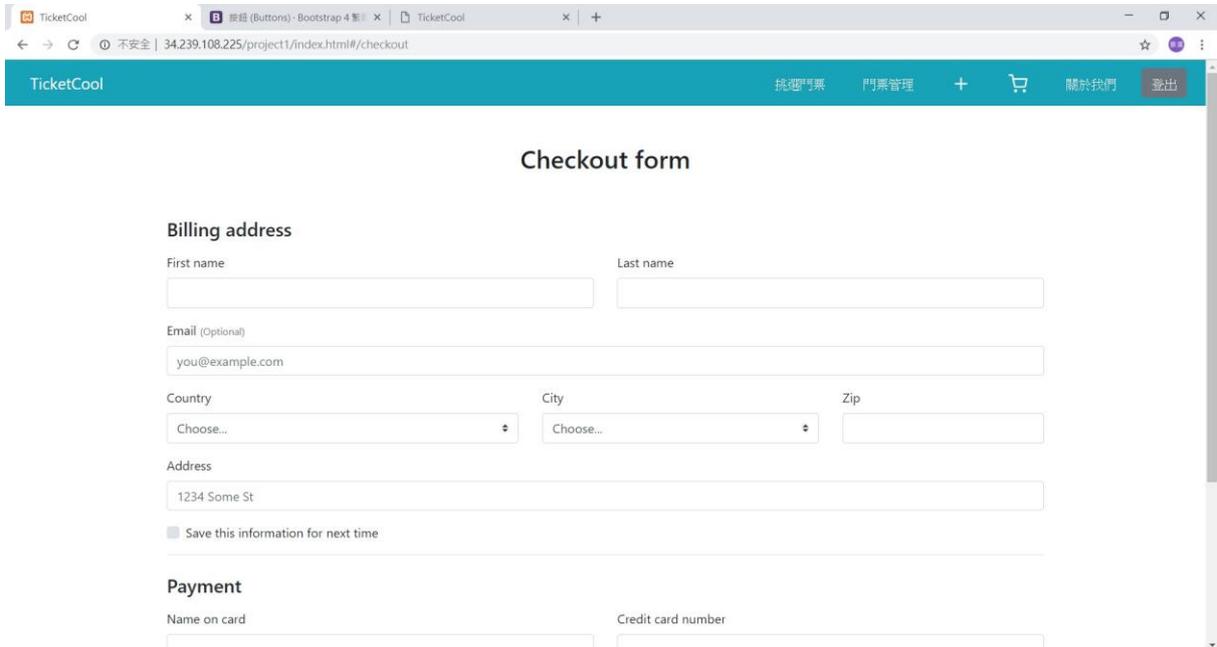


圖 8、結帳頁面



## 5. 結論

## 5.1 發展限制

為了成為演唱會門票販售界的 trivago，我們需要取得各大平台討論區的販售資訊，但並非所有平台都開放權限供我們擷取他們的資料，因此，無法取得各平台的權限為我們的發展限制。

## 5.2 未來發展

我們期許 TicketCool 可以成為第一個演唱會門票販售界的 trivago，因此除了可以整合不同社群軟體之不同討論區的票源外，我們西外還可以做到票卷追蹤、回報系統以及完善的安全機制。票卷追蹤為當一筆交易成立後，若票卷為實體票卷，消費者可清楚知道目前票卷的位置，如配送中、尚未寄出...等；回報系統為消費者若在本平台尚未找到符合需求的票卷，其可根據自己的需求預約欲購買之票卷，待其他販售者將該票卷刊登於本平台後立即通知已預約者，可讓消費者得知欲購買票卷的第一手消息；完善的安全機制為每個平台所需要的，可與第三方金流公司合作，待消費者確認收到之票卷後再將錢轉交給販售者，如此可保障雙方的權利。

## 參考文獻

<https://buzzorange.com/techorange/2018/05/09/shopee-next-step/>

<https://kknews.cc/zh-tw/entertainment/9p8goj.html>