



ICT Services Industry Yearbook 2013 for Smart Commerce

資訊服務產業年鑑

— 智慧商務篇 —

科技專案成果

委託單位：經濟部技術處
執行單位：財團法人資訊工業策進會



Industry &
Technology
Intelligence
Services

經濟部技術處產業技術知識服務計畫
III-102-T402-4

序

近年來全球主要市場之政府、企業，持續投入資訊科技基礎建設，預期未來在雲端服務、巨量資料與行動化等科技應用趨勢發展的帶動下，市場規模仍然深具發展潛能。台灣資通訊產業向來以硬體研發、彈性製造、品質管理等優勢競爭國際，但隨著產業價值鏈快速變化、服務導向需求增加的發展趨勢，產業除不斷提升硬體製造能力外，軟體實力也成為致勝關鍵之一。

根據資策會產業情報研究所（MIC）的分析，我國資通訊服務的市場規模，預估至2016年將成長至1,654億元新台幣，而在終端產品智慧化、網路社群活動及行動App等產業趨勢的驅動發展下，創新導向將取代傳統勞力、資本等生產要素，成為提高產業價值的主要方向之一。

展望未來，台灣資通訊產業應積極朝向創新應用服務發展，掌握關鍵議題投入資源，持續強化既有技術及服務能力，發展高值化的新興應用服務，使台灣的資通訊服務產業，能夠朝向運用知識管理，提升加值服務的軟性經濟創意者的角色發展，再提昇台灣在全球資通訊服務市場的競爭優勢。

《2013資通訊服務產業年鑑》在經濟部技術處ITIS計畫的長期支持與指導下，才能夠順利出版，今年是以套書的形式出版，共分為「雲端運算篇、行動運算篇、數位媒體篇、智慧商務篇、資訊應用篇」等五個篇章，分別剖析資通訊產業的重要應用區隔，期能提供產業前瞻趨勢資訊，洞悉市場發展動態，協助產業快速瞭解全球資通訊服務產業市場發展現況，掌握未來發展趨勢。

感謝經濟部技術處的支持及產學研各界的協助，使這套年鑑得以順利付梓，期許《2013資通訊服務產業年鑑》的出版，能成為政府及相關業界，研擬未來營運發展策略時的重要參考工具書。

以史為師，鑑往知來，更要把握當下。資通訊服務業已成為台灣競爭力提昇的關鍵。面臨全球的發展契機，盼望產官學界能一起努力，積極加強台灣的創意軟實力，鼓勵創新、創投與創業，共同肇建資服產業的新紀元。

財團法人資訊工業策進會 執行長

吳瑞北

中華民國102年8月



編者的話

《2013資通訊服務產業年鑑》，邀請資通訊服務產業相關領域之多位專業產業分析師共同撰寫，內容共分為五冊：雲端運算篇、行動運算篇、數位媒體篇、智慧商務篇、資訊應用篇，以套書之概念突顯資通訊產業各主要應用區隔。期盼本年鑑能夠提供完整的資通訊服務產業市場的發展現況與趨勢資訊，以作為企業、政府，以及學術機構相關人士決策或研究時實用的參考書籍。

《2013資通訊服務產業年鑑-智慧商務篇》首先針對目前之電子商務模式進行探討，解析各類模式之定義及方法，以各類型模式掃描台灣目前經營之電子商務平台現況及在平台上之網路商店動態，並加入主要網路購物之市場現況及網友購物行為分析，以調查及新聞解析方式點出目前網路購物新興議題。年鑑內容總共分為五章，茲將各章之內容重點分述如下：

第一章：電子商務經營模式分析。以目前台灣電子商務市場主要的銷售模式為主，針對不同銷售模式的定義、營運模式及使用者價值分別切入，分析B2B、B2C、B2B2C、C2C及O2O銷售模式。

第二章：網路購物環境分析。針對台灣網路購物環境的五種平台類型進行動態追蹤，五大經營型態分別為針對企業間交易的B2B電子商務、企業直接銷售的B2C電子商務、由開店平台作為中介的B2B2C電子商務、以拍賣型態為主供消費者互相交易的C2C電子商務，及以團體購買方式提供優惠商品的團購電子商務。每節依照不同型態挑選出部分重點廠商做為代表，主要介紹該公司經營動態及相關新聞。

第三章：網路購物市場現況。針對目前台灣網路購物最熱絡的四大主要購物市場：旅遊、書籍、服裝、3C作為主要研究專題。此四大購物品項中，旅遊為網購消費者單次購物平均金額最高、目前最多經營型態

的品項、書籍則是網購頻次超越實體書店購買的品項、服飾是網購在購買頻率和瀏覽率都最高的品項，而3C產品是目前消費者最常上網瀏覽的品項。此四大購物品項在銷售的網站數量、網站的品質及發展速度皆是最具代表的類別，故本章將就此四大類別目前經營之動態進行整理並分析其經營模式。

第四章：網友購物行為。本章以資策會MIC在2013年1月進行之網友購物行為調查為基礎，分析目前網友資訊蒐集行為、購物選擇因素、目前主要網購行為、海外網購行為、行動購物行為。同時更針對海外網購族群進行焦點訪談，由具海外購物經驗之網友提供海外購物經驗與台灣網站購買經驗，可做為台灣電子商務經營者參考。

第五章：網路購物新興議題。主要以目前台灣網路購物動態為基礎，選擇第三方支付服務及行動商務目前發展為兩大主要議題分析。

本年鑑內容涉及之產業範疇甚廣，若有疏漏或偏頗之處，懇請讀者指教，俾使後續的年鑑內容更加適切與充實。

《2013資通訊服務產業年鑑》編纂小組 謹誌
中華民國102年8月

目 錄

序	I
編者的話	III
1 章 電子商務經營模式分析	1
1.1 B2B銷售模式	1
1.2 B2C銷售模式	3
1.3 B2B2C銷售模式	5
1.4 C2C銷售模式	5
1.5 O2O銷售模式	6
2 章 網路購物環境分析	9
2.1 B2B電子商務廠商經營動態	9
2.2 B2C電子商務廠商經營動態	17
2.3 B2B2C電子商務廠商經營動態	22
2.4 C2C電子商務廠商經營動態	25
2.5 團購電子商務廠商動態	27
2.6 網路商店經營動態	28
3 章 網路購物市場現況	33
3.1 網路旅遊市場	33
3.2 網路書店市場	38
3.3 網路服裝市場	43
3.4 網路3C市場	46

4 章	網友購物行為	49
■ ■ 4.1	資訊蒐集行為	49
■ ■ 4.2	購物選擇因素	54
■ ■ 4.3	目前網購行為	58
■ ■ 4.4	海外購物行為	61
■ ■ 4.5	行動購物行為	63
■ ■ 4.6	海外網購族群研究	64
5 章	網路購物新興議題	71
■ ■ 5.1	網路第三方支付服務開辦	71
■ ■ 5.2	行動商務勤佈局，電信商為先	74

Table of Contents

1 Chapter	E-Commerce Business Models	1
■ Section 1.1	B2B Model	1
■ Section 1.2	B2C Model	3
■ Section 1.3	B2B2C Model	5
■ Section 1.4	C2C Model	5
■ Section 1.5	O2O Model	6
2 Chapter	Online Shopping Environment	9
■ Section 2.1	Status of B2B e-Commerce Vendors	9
■ Section 2.2	Status of B2C e-Commerce Vendors	17
■ Section 2.3	Status of B2B2C e-Commerce Vendors	22
■ Section 2.4	Status of C2C e-Commerce Vendors	25
■ Section 2.5	Status of Group Buy e-Commerce Vendors	27
■ Section 2.6	Status of Online Stores	28
3 Chapter	Online Shopping Markets	33
■ Section 3.1	Online Travel Market	33
■ Section 3.2	Online Book Market	38
■ Section 3.3	Online Clothing Market	43
■ Section 3.4	Online 3C Market	46

4 Chapter Online Shopping Behavior 49

- II** Section 4.1 Information Collection Behavior 49
- II** Section 4.2 Decision Making Behavior 54
- II** Section 4.3 Current Shopping Behavior 58
- II** Section 4.4 Overseas Shopping Behavior 61
- II** Section 4.5 Mobile Shopping Behavior 63
- II** Section 4.6 Research on Overseas Shoppers 64

5 Chapter Emerging Issues in Online Shopping 71

- II** Section 5.1 Launching of Online Third-Party Payment Services 71
- II** Section 5.2 Telecommunications Operators Lead Mobile Business 74

圖 目 錄

圖 1-1	電子商務經營模式	1
圖 1-2	O2O營運模式	7
圖 2-1	台灣經貿網成立之B2B線上交易平台易成網 (http://www.idealez.com/)	14
圖 2-2	阿里巴巴國際B2B平台之台灣頻道	15
圖 3-1	雄獅欣傳媒網站	34
圖 4-1	電子商務消費者性別比例、婚姻狀況、年齡比例	49
圖 4-2	產品需求媒體來源	50
圖 4-3	比較後選擇實體店面購買因素	51
圖 4-4	購物網站較實體店面重要服務	52
圖 4-5	對使用網購之意見	53
圖 4-6	最近一年網路購物行為 / 較常使用的購物方式	54
圖 4-7	影響網路購物因素	55
圖 4-8	同樣商品且價格相近的購物網站選擇因素	56
圖 4-9	對於網路購物較不放心的因素	57
圖 4-10	較常瀏覽的購物網站	58
圖 4-11	希望網路購物可改善地方	59
圖 4-12	網路上與他人進行商品合購的主要原因	60
圖 4-13	國內消費者之海外網購狀況	61
圖 4-14	影響選擇海外購物網站因素	62
圖 4-15	國內行動購物情形	63
圖 4-16	行動購物之顧慮因素	64
圖 4-17	m&m's訂製糖果頁面	70
圖 5-1	第三方支付運作模式	72
圖 5-2	台灣大哥大myfone購物平台	75
圖 5-3	亞太電信購物百事通	76

表 目 錄

表 2-1	關貿網路近年經營動態	10
表 2-2	台塑網電子交易市集近年經營動態	12
表 2-3	新蛋網近年經營動態	13
表 2-4	台灣經貿網近年經營動態	14
表 2-5	阿里巴巴台灣近年經營動態	16
表 2-6	PChome線上購物近年經營動態	17
表 2-7	Yahoo!奇摩購物中心近年經營動態	18
表 2-8	7net近年經營動態	19
表 2-9	森森購物近年經營動態	20
表 2-10	udn買東西近年經營動態	21
表 2-11	GOHAPPY近年經營動態	21
表 2-12	PChome商店街近年經營動態	23
表 2-13	Yahoo!奇摩超級商城近年經營動態	24
表 2-14	樂天市場近年經營動態	25
表 2-15	Yahoo!拍賣近年經營動態	26
表 2-16	露天拍賣近年經營動態	26
表 2-17	GOMAJI近年經營動態	27
表 2-18	Groupon近年經營動態	28
表 2-19	Liker近年經營動態	28
表 3-1	雄獅旅遊近年經營動態	35
表 3-2	可樂旅遊近年經營動態	35
表 3-3	東南旅行社近年經營動態	36
表 3-4	燦星旅遊近年經營動態	37
表 3-5	易遊網近年經營動態	37
表 3-6	博客來近年經營動態	38

表 3-7	誠品網路書城近年經營動態.....	39
表 3-8	金石堂近年經營動態.....	40
表 3-9	讀冊生活近年經營動態.....	41
表 3-10	遠流博識網近年經營動態.....	42
表 3-11	城邦讀書花園近年經營動態.....	42
表 3-12	Lativ近年經營動態.....	43
表 3-13	OB嚴選近年經營動態.....	44
表 3-14	東京著衣近年經營動態.....	45
表 3-15	NET近年經營動態.....	46
表 3-16	燦坤3C近年經營動態.....	47
表 3-17	全國電子近年經營動態.....	47
表 3-18	良興EcLife購物網近年經營動態.....	48
表 3-19	順發3C近年經營動態.....	48

第 1 章

電子商務經營模式分析

- 
- 1.1 B2B銷售模式
 - 1.2 B2C銷售模式
 - 1.3 B2B2C銷售模式
 - 1.4 C2C銷售模式
 - 1.5 O2O銷售模式

1 電子商務經營模式分析

本章由電子商務經營模式開始談起，介紹目前常見之網路銷售模式：B2B、B2C、B2B2C、C2C及由於團購網的出現而有了線上線下連結的O2O模式。

圖 1-1 電子商務經營模式



資料來源：資策會MIC經濟部ITIS計畫，2013年7月

1.1 B2B銷售模式

B2B（Business To Business）是企業與企業之間透過網路進行產品、服務及商品訊息的交流。目前企業之間透過網路所進行的電子商務以跨國貿易、供應鏈系統及金融三種主要系統為主，台灣目前主要的B2B商業平台，皆是以提供商家交易平台為主，由平台方主動邀請採購商，或以媒合的方式協助廠商將商品在平台上露出，吸引採購商進行購買。

第 2 章

網路購物環境分析

- 
- 2.1 B2B電子商務廠商經營動態
 - 2.2 B2C電子商務廠商經營動態
 - 2.3 B2B2C電子商務廠商經營動態
 - 2.4 C2C電子商務廠商經營動態
 - 2.5 團購電子商務廠商動態
 - 2.6 網路商店經營動態

2 網路購物環境分析

本章針對台灣網路購物環境的五種平台類型進行動態追蹤，五大經營型態分別為針對企業間交易的B2B電子商務、企業直接銷售的B2C電子商務、由開店平台作為中介的B2B2C電子商務、以拍賣型態為主供消費者互相交易的C2C電子商務，及以團體購買方式提供優惠商品的團購電子商務。每節依照不同型態挑選出部分重點廠商做為代表，主要介紹該公司經營動態及相關新聞。

2.1 B2B電子商務廠商經營動態

1. 關貿網路

「關貿網路」成立於1996年，由財政部及民間股東共同出資，主要業務是開發建構各項 B2B、B2G（business to government）的資訊服務，目前業務可分通關自動化業務、配合政府政策推動的業務、及電子商務B2B業務等三部分。

B2B業務主要為提供連線廠商間商務文件表單往來，特別開發了「電子市集」交易平台，集合眾多的供應商加入，提供商品議價、付款、訂補貨等服務，廠商可以降低成本和資訊的不確定因素，幫助廠商提供更有效率的流程，並獲取商業情資，也提升廠商與消費者的友好距離，不僅可以使用在於製造業上，甚至可以通路經銷商合作，代表性客戶包括台塑關係企業（台塑網電子市集平台服務<http://www.e-fpg.com.tw/j2pt/>）、富士康科技、裕隆企業集團、達裕國際科技、王品集團

第 3 章

網路購物市場現況

- 
- 3.1 網路旅遊市場
 - 3.2 網路書店市場
 - 3.3 網路服裝市場
 - 3.4 網路3C市場

3 網路購物市場現況

本章針對目前台灣網路購物最熱絡的四大主要購物市場：旅遊、書籍、服裝、3C作為主要研究專題。此四大購物品項中，旅遊為網購消費者單次購物平均金額最高、目前最多經營型態的品項、書籍則是網購頻次超越實體書店購買的品項、服飾是網購在購買頻率和瀏覽率都最高的品項，而3C產品是目前消費者最常上網瀏覽的品項。此四大購物品項在銷售的網站數量、網站的品質及發展速度皆是最具代表的類別，故本章將就此四大類別目前經營之動態進行整理並分析其經營模式。

3.1 網路旅遊市場

網路旅遊主要有三種經營型態：一是純線上經營、二是傳統的旅行社兼營線上網站、三是航空公司兼營型態，其中仍以傳統旅行社轉型線上經營為大宗。同時由於線上經營的多樣化，讓網路旅行社不僅是將過往的文書內容搬上網路即可，許多業者開始嘗試以媒體角色經營旅遊，主動創造出內容吸引消費者。利用網路工具可以了解消費者的需求及背景，讓網路旅遊可以分眾化產生不同產品提供給消費者，旅遊業這樣以提供服務為主的經營型態，現在因為網路化而讓消費者可以享受更好的服務。

1. 雄獅旅遊

第 4 章

網友購物行為

- 
- 4.1 資訊蒐集行為
 - 4.2 購物選擇因素
 - 4.3 目前網購行為
 - 4.4 海外購物行為
 - 4.5 行動購物行為
 - 4.6 海外網購族群研究

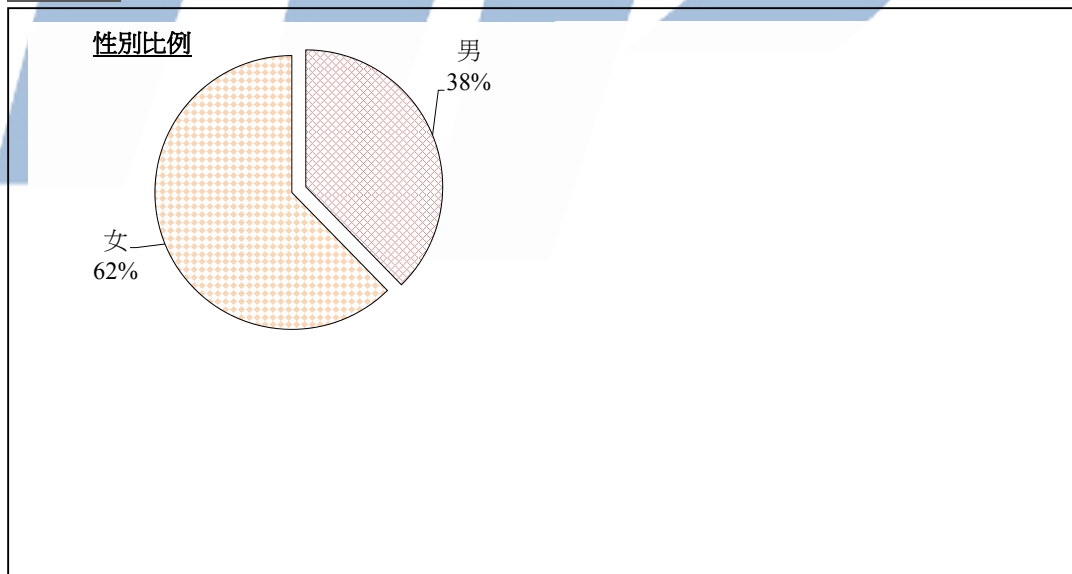
4 網友購物行為

本章以資策會MIC在2013年1月進行之網友購物行為調查為基礎，分析目前網友資訊蒐集行為、購物選擇因素、目前主要網購行為、海外網購行為、行動購物行為。該調查於2013年1月份以具管理機制的線上問卷調查方式進行。有效回收樣本數為7,685份，其中女性占49.9%、男性占50.1%。本章更針對海外網購族群進行焦點訪談，由三場焦點座談各八人參與，海外網購族之條件為在台灣利用海外網站購物每年超過三次以上，且曾利用過兩個以上不同國家的海外購物網站，同時年購買金額大於網友平均值，藉由海外購物族群的研究，可以對比台灣網站購買經驗，給相關廠商作為參考。

4.1 資訊蒐集行為

1. 小資女為電子商務主要消費族群

圖 4-1 電子商務消費者性別比例、婚姻狀況、年齡比例



資料來源：資策會MIC經濟部ITIS計畫，2013年7月

第 5 章

網路購物新興議題

- 
- 
- 5.1 網路第三方支付服務開辦
 - 5.2 行動商務勤佈局，電信商為先

5 網路購物新興議題

5.1 網路第三方支付服務開辦

過去支付工具分為現金及非現金支付工具，而非現金支付為目前在網路購物市場上常用的支付方式，包括信用卡支付及虛擬帳戶支付，而金管會於2013年3月7日正式發函開放第三方的網路交易代收／代付服務平台業者，正式鬆綁了第三方支付服務的信用卡支付限制。

由信用卡收單銀行認定「第三方支付服務業」的業務為「提供支付資訊加值及整合服務」，未來銀行將可評估風險自行決定是否與「第三方支付服務」業者簽訂特約商店合約，具有特約商店資格的業者便可依會員買家之授權，向收單銀行請款，再將貨款交付給賣家。

1. 第三方支付運作模式

第三方支付是具備一定實力和信譽保障的獨立機構，與各大銀行簽約的方式，透過與銀行支付結算系統介接，提供商家與消費者網路支付的平台服務。簡單來說，第三方支付為買賣雙方處理網路購物所產生的金流，以確保買賣雙方的權益。

在使用初期，買賣雙方都必須加入第三方支付平台的會員，透過提供個人基本資料、銀行帳號、信用卡資訊等個人資訊進行註冊。往後的網路購物款項交付則會透過第三方支付平台的帳號進行處理

2013 資通訊服務產業年鑑

-智慧商務篇

全本電子檔及各章節下載點數，請參考智網公告

電話 | 02-27326517

傳真 | 02-27329133

客服信箱 | itismembers@micmail.iii.org.tw

地址 | 10669 台北市敦化南路二段 216 號 19 樓

劃撥資訊 | 帳號：01677112

戶名：財團法人資訊工業策進會

匯款資訊 | 收款銀行：華南銀行—和平分行

(銀行代碼：008)

戶名：財團法人資訊工業策進會

收款帳號：98365050990013 (共 14 碼)

服務時間 | 星期一~星期五

am 09:00-12:30 pm13:30-18:00