



## 後 ECFA 時代下的兩岸經貿關係：

### 以臺灣電子商務為例\*

曾迺強

（中正大學戰略暨國際事務研究所碩士生）

趙文志

（中正大學戰略暨國際事務研究所助理教授）

#### 摘 要

電子商務（Electronic Commerce, EC）已是現代經濟的一種重要形態，在全球化浪潮中，電子商務讓企業在全球市場上具備競爭的實力，透過電子商務也讓企業接觸商機的機會達到最大，並成為二十一世紀企業生存的基礎建設之一。兩岸經濟合作架構協議（ECFA）內文中提及兩岸合作事項，「電子商務」即為兩岸經濟加強合作項目之一，秉此，本文即從兩岸電子商務環境下的分析出發，進而探討在後 ECFA 時代，兩岸如何在電子商務的合作上獲得雙贏，從而提出兩岸對於電子商務合作需改善與補足之處，最後探討兩岸如何進一步強化電子商務合作，並促進經貿合作發展。本文結論認為，兩岸在電子商務產業合作上，須仰賴政策的制定及帶領，主因在於電子商務產業合作必須仰賴兩岸政府在政策、法規上建立能夠互通的制度或平台，並讓雙方再進一步進行金流、物流與信賴機制的建立。

**關鍵詞：**兩岸經濟合作架構協議、電子商務、全球化、兩岸關係

---

\* 本文曾發表於中國政治學會 2010 年年會暨「能知的公民？民主的理想與實際」學術研討會，感謝評論人黃一祥教授提出若干需改善之處。另外也要感謝《亞太研究通訊》兩位匿名審查學者對本文提供具體的批評意見，使本文在修改過程中得到極大的助益。



**Trade and Economic Relationship  
Between Taiwan and Mainland China  
in the Post-ECFA Era:  
A Case Study of Electronic Commerce in Taiwan**

**Tseng, Nai-Chiang**

(Graduate Student, Graduate Institute of Strategic and International Affairs, National Chung Cheng University)

**Chao, Wen-Chih**

(Assistant Professor, Graduate Institute of Strategic and International Affairs, National Chung Cheng University)

## **Abstract**

Electronic Commerce (E-Commerce) is an important form of the modern economy. In the Era of Globalization, enterprises possess great competitiveness in the global market, and have unprecedented opportunities to access global market through E-Commerce. It also has become one of essential functions for business operations during 21<sup>st</sup> century. It mentioned that “E-Commerce” is one of cross-strait economic cooperation projects need to strengthen in Economic Cooperation Framework Agreement (ECFA). Accordingly, the paper analyzes the environment of cross-strait E-Commerce, and discusses how to get win-win cooperation between Taiwan and Mainland China in the post-ECFA era. Additionally, the paper proposes improvements and defects in cross-strait E-Commerce. Finally, the final section will be discussion of how to further reinforce cross-strait E-Commerce cooperation, and promote economic-trade cooperation development. The paper concludes



cross-strait cooperation in E-Commerce industry has to rely on cooperation of both side governments in policy and leadership. The main reason is that cooperation of E-Commerce industry depends on well-established policies and regulations made by both side governments, and therefore E-commerce could further create more interests for both sides.

**Keywords:** ECFA, Electronic Commerce, Globalization, Cross-Strait relations



## 壹、前言

從 1969 年到 1994 年，網際網路的使用者僅限於軍事、學術和少數公司的研究用戶，爾後美國解除了網際網路（Internet）商業應用的限制，加上全球資訊網的出現，使得電子商務（Electronic Commerce, E-Commerce）迅速成長且遍及全球，網際網路迅速加強「全球化」（Globalization）的腳步。<sup>1</sup>全球化主要表徵出原本地域性政治、社會、文化、經濟等社會組織原則將會逐漸消失，進而成為單一性的全球體系。1995 年世界貿易組織（WTO）成立則是加速此股全球化浪潮，而網際網路的發達使「電子商務」對全球經濟的衝擊已成為世界性熱門話題。

全球化所帶來的流通自由，不僅限於經貿事務，更重要的是縮短富國與窮國、以及已開發與開發中或未開發國家的差距。<sup>2</sup>換言之，就理論而言，若撤除自由貿易及各國進一步經濟整合的障礙，是有利於造福全世界的人民。我國是以出口為導向的海島型經濟體，對外貿易歷年來均在我國經濟發展上占有舉足輕重的地位，中國大陸作為臺灣的第一大出口貿易國，<sup>3</sup> 卻因特殊的情勢而無法使兩岸經貿關係朝向制度化發展。2008 年 5 月馬英九總統上任後，兩岸關係逐漸和緩，朝向以「協商代替對抗」的態勢前進。而兩岸經濟合作架構協議（Economic Cooperation Framework Agreement，以下簡稱 ECFA）的簽署，正面論者認為這在兩岸情勢上，象徵關係穩定與和平發展，並逐步透過談判與協商使臺灣進入全球市場；<sup>4</sup> 持反面論者則認為簽署 ECFA 將使臺灣

---

<sup>1</sup> U.S. Department of State, "Internationalization of E-Commerce," *An Electronic Journal*, Vol. 5, No. 2 (May 2000), p. 2.

<sup>2</sup> Francis Fukuyama, *Trust: the Social Virtues and the Creation of Prosperity* (New York: Free Press, 1995), p. 353.

<sup>3</sup> 根據國際貿易局「中華民國進出口貿易統計」資料顯示，2005 年 1 月至 2010 年 12 月底止，我國最大出口貿易國皆為中國大陸，2005 年比重 21.995%、2006 年比重 23.127%、2007 年比重 25.303%、2008 年比重 26.165%、2009 年比重 26.635%、2010 年比重 28.016%。資料來源：「中華民國進出口貿易國家（地區）名次統計」，國際貿易局，<http://cus93.trade.gov.tw/fsci/>（檢索日期：2011 年 3 月 29 日）。

<sup>4</sup> 例如學者王騰坤認為簽定 ECFA，以政治經濟理論的分析模型來看，政治的協調可以達到經濟效益的提升。資料來源：王騰坤，「洽簽 ECFA，其實是做好睦鄰工作的



貿易過度依賴中國大陸，將使中國大陸達成「以經逼政」的統一臺灣戰略。<sup>5</sup>吾人不可否認的是，ECFA 是以「制度化」的方式，藉由貿易、投資、稅賦等面向所達成的各項共識形成一個框架，兩岸今後必須針對此一框架持續協商，<sup>6</sup>將貿易壁壘與障礙降到最低，故為兩岸制度化協商與對話的重要里程碑，並有助於促進臺灣經濟與貿易成長，<sup>7</sup>因此 ECFA 簽訂所代表意涵，是兩岸關係融冰與正常化的過程，現今所必須思考的是，在兩岸經貿關係更加制度化、正常化與自由化下，如何面對臺灣在後 ECFA 時代所擁有的機會與挑戰。

ECFA 內文中提及兩岸合作事項中，「電子商務」是兩岸經濟加強

---

第一步」，**國家政策研究基金會國政分析**，<http://www.npf.org.tw/post/3/7338>（檢索日期：2011年3月29日）。學者魏艾則認為馬英九總統將 CECA 正名為 ECFA，並定調此協議非 FTA 的全面性談判協議，而是以類似「東協+1」模式、簽訂架構性的框架協定，先行就具有降稅迫切性的產業談判，而後在 10 年逐次擴及至所有的產業當中。資料來源：魏艾，「從『東協加一』談兩岸簽署 ECFA 之必要性」，**兩岸經貿月刊**，第 217 期（2010 年 1 月），頁 8-12。另外，正因為 WTO 杜哈回合多邊談判陷入僵局，世界各國始興起兩造間的雙邊貿易談判，藉由 ECFA 的架構性協定，逐步逐次的漸進式開放，此舉比在多邊體系下，有著更充分的因應與轉型時間。「兩步全球化，以 ECFA 為跳板」，**聯合報**，2010 年 4 月 29 日，版 A2。

<sup>5</sup> 例如時任民進黨主席蔡英文在報紙投書指出：「兩岸簽定重大經貿合作協定，不但涉及臺灣主權對等以及經濟自主的重大利益，也關係到臺灣每一位小老百姓的生活……中國一貫的對臺經貿戰略就是要將臺灣納入其大中國經濟圈之中，讓臺灣成為中國的經濟附庸。」資料來源：蔡英文，「看不到的代價」，**中國時報**，2009 年 2 月 17 日，版 A10。又如在 2010 年 4 月 25 日馬英九總統與民進黨蔡英文主席針對 ECFA 議題進行雙英辯論時，蔡英文主席指出，馬英九總統認為透過與中國簽訂 ECFA 的雙邊協議，繼而藉此進入東協經貿體系，並有利於和其他國家洽簽 FTA 的「由中國走向世界」，是一廂情願的思維，對此，學者童振源認為縱使臺灣與中國大陸簽訂了 ECFA，但在未來與其他國家在洽簽 FTA 的路程上，依舊會遭到來自於中國大陸的阻力。資料來源：童振源，「經濟讓利後，中國期待臺灣政治讓利」，**今周刊**，第 706 期（2010 年 7 月 5 日），頁 42-43。

<sup>6</sup> 王儷容，「不簽 ECFA，外資留不住」，**經濟日報**，2010 年 1 月 14 日，版 A4。

<sup>7</sup> 在 WTO 架構下仍為有效的區域貿易協定 (Regional Trade Agreement) 多數為 FTA。至於協定名稱多數直接用 FTA；但亦有用 FACEC (Framework Agreement on Comprehensive Economic Co-Operation) 者，例如東協與中國、東協與印度之全面經濟合作架構協定；另有用 CECA (Comprehensive Economic Cooperation Agreement) 者，例如印度與新加坡全面經濟合作協定；有用 CEPA (Closer Economic Partnership Arrangement)，例如香港、澳門與中國緊密經貿關係安排；或用 CEP 者 (Closer Economic Partnership) 紐西蘭與新加坡緊密經濟協定。資料來源：蔡宏明，「從 WTO 架構談 ECFA 的兩岸特色」，**玉山周報**，第 26 期（2009 年 12 月 7 日），<http://www.formosamedia.com.tw/?p=3641>（檢索日期：2011 年 3 月 29 日）。



合作項目之一，<sup>8</sup>國際經濟局勢變動與日遽增，資訊科技（Information Technology, IT）的進展亦一日千里，加上網際網路與電子商務應用普及化的推波助瀾，全球經營環境丕變。對產業界而言，電子商務的形成將有利於貿易便捷化，縮短交易時程，企業透過網路，可以顯著減少生產與分配財貨與勞務的交易成本，使企業能更有效的管理供應鏈（supply chains），並且讓企業與客戶或與協力廠商之間溝通更加便利，進而提升管理效率與競爭力。<sup>9</sup> 臺灣在電子商務上的發展相當迅速，相較於中國大陸有領先之優勢，隨著 ECFA 的簽署，兩岸電子商務會產生何種變化與影響，進而為兩岸經貿關係形成何種作用是本文之主要目的。秉此，本文想要探討的是，在 ECFA 效應下，臺灣電子商務的機會與挑戰為何？同時藉由兩岸電子商務的合作與發展此一面向做為瞭解兩岸經貿關係在 ECFA 效應下呈現何種發展態勢的觀察角度。

本文將以臺灣電子商務為例，去探索在電子商務上，所受 ECFA 的影響為何，進而回應本文的研究主旨：從電子商務的面向來觀察，ECFA 對兩岸經貿關係的影響與可能發展為何？本文擬透過質性研究方法，以官方及其相關附屬單位的統計資料做為對於兩岸電子商務發展的論述的主要資料來源。

本文研究流程如下：

- （一）從兩岸電子商務環境下的比較出發，先闡述在 ECFA 簽署前兩岸電子商務發展的各自現況與所受到的制約與限制。
- （二）探討在簽署 ECFA 前兩岸電子商務合作情形以及在簽署 ECFA 後，兩岸電子商務發展及所受到的影響。
- （三）探討兩岸的情形以及在電子商務的合作上的機會與限制。
- （四）針對兩岸電子商務合作進行初步評估並分析可能之影響。

---

<sup>8</sup> 根據 2010 年 6 月在重慶所簽署之《兩岸經濟合作架構協議》第三章第六條第一款指出，為強化《協議》之效益，兩岸皆同意加強電子商務、智慧財產權保護、金融、貿易促進及便利化等合作項目。資料來源：「海峽兩岸經濟合作架構協議本文」，海峽兩岸交流基金會，2010 年 6 月 29 日，<http://www.sef.org.tw/ct.asp?xItem=154882&ctNode=3810&mp=19>（檢索日期：2011 年 3 月 29 日）。

<sup>9</sup> Robert E. Litan and Alice M. Rivlin, "Projecting the economic impact of the internet," *American Economic Review*, Vol.91 (2001), pp. 313-317.



## 貳、兩岸電子商務發展環境

網際網路發達之下，所應運而生的「電子商務」是網際網路產業中一個十分複雜的領域。正如其名，電子商務等於「電子」加上「商務」，傳統型產業在「商務」的經驗累積上十分可觀，若再以「電子」整合訂單、出貨及營銷等模式，融合這兩種領域，將節省不少人力與成本。我國官方與民間機構積極輔導企業 E 化，目的即在於增加臺灣企業在國際上的競爭力，為國際貿易之電子商務化奠下良好基礎。從環境面來看，臺灣在近年的國際電子商務相關指標評比中表現相當優異，表 1 即針對瑞士洛桑國際管理學院 (International Institute for Management Development, IMD)、世界經濟論壇 (World Economic Forum, WEF) 及經濟學人 (Economist Intelligence Unit, EIU) 三大單位對於臺灣電子商務相關指標評比表現之表列整理。

電子商務的發展與推廣日益蓬勃，其影響層面幾乎涵蓋主要的管理領域及商業活動國際化、電子化及商流、物流、金流、資訊流的整合運作趨勢，加上網路作業環境的安全保護需求，引伸了各種不同層面的議題，跨國性的網際網路改變了以往封閉的生產、交換、分配過程，使個人有機會擺脫資本主義企業霸權的束縛，進而在網際網路上創造出個人價值、網路民主與經濟利益。網際網路的跨國性、資訊性與流通性，使經濟市場擴大至全球環境，直接影響各國進行國際經貿活動與經濟規模，亦使各國紛紛從事與電子商務有關的電信建設、電子認證、安全標準、隱私與消費者保護等等法制基礎環境，以謀求進入全球經貿體系的核心地位。本節將先對於「電子商務」作定義上的解釋，進而闡述兩岸電子商務環境，俾以了解目前兩岸發展電子商務環境之現況。



表 1：臺灣近年與電子商務相關之國際評比表現

項目 年份	IMD 國家競爭力排名 <sup>10</sup>	WEF 網路整備度排名 <sup>11</sup>	EIU 電子化整備度排名 <sup>12</sup>
2006	17	13	23
2007	18	17	17
2008	13	13	19
2009	23	12	16
2010	8	11	12

資料來源：經濟部商業司、財團法人資訊工業策進會，**2009 中華民國電子商務年鑑**（臺北：經濟部商業司，2009 年），頁 3-6；「世界競爭力名次大躍進 臺灣排第八」，**聯合報**，2010 年 5 月 18 日，版 A1。“Digital Economy Rankings 2010,” *Economist Intelligence Unit*, [http://graphics.eiu.com/upload/EIU\\_Digital\\_economy\\_rankings\\_2010\\_FINAL\\_WEB.pdf](http://graphics.eiu.com/upload/EIU_Digital_economy_rankings_2010_FINAL_WEB.pdf)（檢索日期：2011 年 3 月 29 日）。

<sup>10</sup> 瑞士洛桑國際管理學院（IMD）每年依據經濟表現、政府效能、企業效能及基礎建設四大構面，對全球 55 個經濟體進行評比，此評比可看出各經濟體在政府競爭力、企業競爭力及社會基礎建設、經濟發展的現況，進而歸納其在全球的競爭能力。根據 2010 年 5 月由瑞士國際管理學院發佈的《世界競爭力報告》指出，臺灣總體競爭力排名第 8 名，名次大幅躍進，創歷年最佳表現。資料來源：經濟部商業司、財團法人資訊工業策進會，**2009 中華民國電子商務年鑑**，頁 3；「世界競爭力名次大躍進 臺灣排第八」，**聯合報**，2010 年 5 月 18 日，版 A1。

<sup>11</sup> 世界經濟論壇（WEF）對全球 134 個經濟體的網路整備度（Networked Readiness Index, NRI）做評比，於受評國家中，我國排名第 11 名，較 2009 年進步一名，而全球前 5 名依序為瑞典、新加坡、美國、丹麥及瑞士，於亞洲國家排名中，我國名列第 3，已超越日本，僅次於新加坡和香港之後。資料來源：經濟部商業司、財團法人資訊工業策進會，**2009 中華民國電子商務年鑑**，頁 5。

<sup>12</sup> 經濟學人智庫（Economist Intelligence Unit, EIU）的電子化整備度評比（E-Readiness Rankings），是衡量全球主要經濟體之國家資訊及通訊技術（Information and Communication Technology, ICT）建設品質、民眾與企業 ICT 應用能力、政府 ICT 發展政策等國家資訊化程度與競爭力。2010 年結果顯示，在 70 個評比國家中，前五名依序為瑞典、丹麥、美國、芬蘭、荷蘭，而我國較 2009 年進步 4 名，於全球 70 個評比國家中位居第 12 名。資料來源：“Digital Economy Rankings 2010,” *Economist Intelligence Unit*, [http://graphics.eiu.com/upload/EIU\\_Digital\\_economy\\_rankings\\_2010\\_FINAL\\_WEB.pdf](http://graphics.eiu.com/upload/EIU_Digital_economy_rankings_2010_FINAL_WEB.pdf)（檢索日期：2011 年 3 月 29 日）





## 一、電子商務的定義

網際網路迅速發展，使企業紛紛建置專屬網站，讓使用者透過瀏覽網站瞭解企業整體形象、產品服務及促銷活動等基本資訊，達到網路行銷目的與線上交易功能。根據美國數據庫軟體商甲骨文公司(Oracle)一項針對全球調查研究中發現，電子商務將是未來競爭優勢最重要因素。<sup>13</sup>當今的電子商務可以說是網際網路與資訊技術的整合，網際網路更是推動各型電子商務不可或缺的重要角色之一，<sup>14</sup>透過電子商務廣泛地接觸消費者及以較低交易成本，都將使整個交易市場形成更透明化與開放性競爭關係。<sup>15</sup>

全球訊息基礎設施委員會(Global Information Infrastructure Commission, GIIC)<sup>16</sup>於1998年將「電子商務」定義為運用網路通訊作為工具的經濟活動，使得產品能在全世界進行交易，並提供給消費者各式各樣的選擇，形成一個突破性的交易管道。

我國則對「電子商務」一詞並未有特定之法律予以明確定義，不過經濟部將電子商務定義為：「運用先進資訊科技，同時藉由組織作業的流程改造，來達到減低組織營運的成本開支，提昇作業效率，增加客戶滿意度。廣義而言，舉凡交易雙方均以電腦(Computer)透過網路進行交易都可謂之為『電子商務』。因此如商業電子資料交換(Electronic Data Interchange, EDI)、金融電子資料交換(Financial Electronic Data Interchange, FEDI)、網路銀行、網路下單、電子購物、

<sup>13</sup> Philip Alford, "E-business models in the travel industry," *Travel & Tourism Analyst*, Vol. 3(2000), pp. 67-86.

<sup>14</sup> 郭木興，**電子商務：觀念、策略與案例研究**(台北：學貫行銷出版，2006年)，頁38。

<sup>15</sup> Paul Nunes, Diane Wilson and Ajit Kambil, "The All-in-One Market, E-procurement, Network Retailing, and More," *Harvard Business Review*, Vol.78, No.3(May- June 2000), pp. 19-20.

<sup>16</sup> 1994年9月，美國副總統高爾提出建立全球資訊基礎設施(GII)的倡議，目地在於實現全球訊息共用。1995年2月成立了「全球資訊基礎設施委員會」(GIIC)的國際民間組織，總部設於華盛頓特區戰略和國際研究中心(CSIS)。GIIC成立旨在消除產業間的地理和管理障礙，促進發展中國家資訊化進程。資料來源：*Global Information Infrastructure Commission*, <http://www.giic.org/> (檢索日期：2011年3月29日)



電子訂貨等都在此範疇。」<sup>17</sup>

在電子商務型態的分類上，根據 Kenneth C. Laudon 及 Carol Guercio Traver 在 2002 年的分類，電子商務可分下面四大類：<sup>18</sup>

- (一) Business-to-Business (B2B)：指發生在兩個組織間的電子商務交易，主要是採購商與供應商談判、訂貨、簽約等企業活動數位電子化。
- (二) Business-to-Consumer (B2C)：指企業與消費者間的交易，將傳統商店的交易移動到網際網路上，即網路商店或線上零售商。
- (三) Consumer-to-Consumer (C2C)：指所有消費者彼此間的交易，網站經營者不負責物流，而是協助市場資訊的匯集，以及建立信用評等制度。
- (四) Consumer-to-Business (C2B)：指消費者聯合組成一個採購團體與企業進行交易，消費者基於需要形成社群，透過社群強化議價的能力，將商品的主導權與先發權移轉到消費者身上，因此，C2B 類型的網站通常扮演社群發起者或經營者的角色。

電子商務已是現代經濟的一種重要形態，由於電子商務在交易模式上的創新，致使其具備了成本低、效率高、速度快、覆蓋廣的特點。臺灣在此波電子商務全球化浪潮中表現不俗，行政院經建會曾於 2003 年引述世界銀行研究報告，在亞太經濟合作組織(Asia-Pacific Economic Cooperation, APEC)會員體中，我國電子商務利用程度位居第五位，次於美國、加拿大、澳洲及新加坡。若以 APEC 亞洲地區會員體比較，我國排名第二，僅次於新加坡。<sup>19</sup>在現今網路時代中，一個國家的「E化」整備程度是國家競爭力的指標之一，而電子商務之成熟度與普及化正是予以評估標準之一，以下將對於臺灣與中國大陸之電子商務發

<sup>17</sup> 經濟部商業司、財團法人資訊工業策進會，2007 中華民國電子商務年鑑（台北：經濟部，2007 年），頁 12。

<sup>18</sup> Kenneth C. Laudon and Carol Guercio Traver, *E-commerce: Business, technology, society* (Boston: Addison Wesley, 2002), pp.10-11.

<sup>19</sup> 參考資料：行政院經濟建設委員會，<http://www.cepd.gov.tw/>（檢索日期：2011 年 3 月 29 日）。



展環境做一敘述。

## 二、臺灣電子商務發展環境

### (一) 政策面向

臺灣的電子商務發展，政府扮演著重要角色。政府在近 10 年內通過一系列計畫，有目的地推動臺灣電子商務的發展。行政院於 2001 年首先通過「國家資訊通信發展方案(2002—2006 年)」，以推動「數位臺灣(e-Taiwan)計畫」為主軸，主要的策略思維為建設資訊與通訊(ICT)基礎環境、擴大政府服務與民眾生活之資訊與通訊應用。<sup>20</sup>同時以「網路取代馬路」的施政理念，首度以公共建設經費來推動國家資通訊基礎建設與資訊與通訊技術應用。

行政院另於 2007 年 3 月通過「國家資通訊發展方案(2007—2011 年)」，以「智慧臺灣」為主軸進行修訂，就是希望在「E 化」的基礎環境上，強調應用服務之導入與推廣，打造終身學習之學習型社會，提升國家整體智慧資本，厚植國家軟實力。<sup>21</sup>另依據經濟部商業司《97 年度商業 e 化體系輔導成果彙編》指出，我國發展電子商務最終目的為「使臺灣成為全球高附加價值產品製造及服務中心」。(見圖 1)，<sup>22</sup>行政院此舉，讓臺灣在電子商務的應用服務上，可望朝向「智慧島」邁進。

---

<sup>20</sup> 經濟部商業司、財團法人資訊工業策進會，2009 中華民國電子商務年鑑(台北：經濟部，2009 年)，頁 31。

<sup>21</sup> 經濟部商業司、財團法人資訊工業策進會，2009 中華民國電子商務年鑑，頁 31-32。

<sup>22</sup> 經濟部商業司、台北市電腦商業同業公會，97 年度商業 e 化體系輔導成果彙編(台北：經濟部，2009 年)，頁 25。



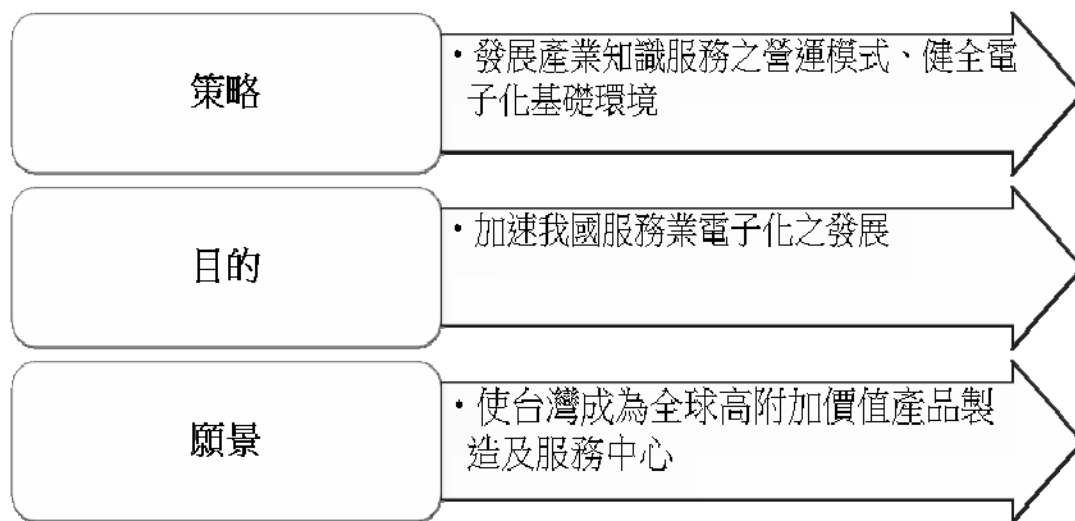


圖 1：經濟部產業電子化推動架構圖

資料來源：筆者依據經濟部商業司、臺北市電腦商業同業公會，**97 年度商業 e 化體系輔導成果彙編**（臺北：經濟部，2009 年），頁 25 整理而成。

政府接續推動「愛台十二建設（i-Taiwan）」，以 Infrastructure、Investment、Information、Innovation、Intelligent、International 等核心概念，規劃 12 項優先公共建設，其中第五分項的「智慧臺灣」是以「Intelligent」為核心，包括「人才培育」、「文化創意產業」、「建設全世界第 1 的無線寬頻國家」以及「建構智慧交通系統及智慧生活環境」等 4 個面向，<sup>23</sup>以提升發展電子商務的基本環境。

另外有鑑於國際市場整合行動電話網路及無線區域網路的趨勢，以及善用我國無線區域網路設備產量為世界第一，以及手機用戶普及率約達 106 % 的優勢機會，行政院於 2003 年於「新十大建設」中，提出「M 臺灣計畫」，期望透過寬頻網路建置，及無線寬頻網路應用之結合，帶動民間投資，落實地方建設，並整合國內道路地下繁多各類管線（管道整合已漸為先進國家趨勢，如日本、美國等國家均已在進行管道整合建設中），規劃設置寬頻管道系統及佈建無線區域網路、整合行動電話網路，經由光纖寬頻骨幹網路以結合雙網手機的運用，提升

<sup>23</sup> 經濟部商業司、財團法人資訊工業策進會，**2009 中華民國電子商務年鑑**，頁 35。



無線寬頻網路之應用服務，<sup>24</sup>以上這些措施對於推動臺灣電子商務具有重要的影響力。

此外，中華民國對外貿易發展協會（外貿協會）亦在臺灣電子商務的推動上，扮演重要的角色。其所建構的「臺灣經貿網」（<http://www.taiwantrade.com.tw>），多年來扮演著「網路貿易推廣及接單中心」角色。外貿協會並免費提供廠商刊登「企業專屬網頁」及「電子產品型錄」，服務對象不止臺灣廠商與國外買主，更擴及全球臺商，希望達到「臺灣接單、全球運籌」的策略目的。<sup>25</sup>另外由我國偕同香港、新加坡之非政府組織在2000年成立之「亞太電子商務聯盟」(Pan Asian E-Commerce Alliance, PAA) 成立的目標即是希望透過該組織制定跨國的貿易資訊流與認證機制，打造無紙化的貿易作業流程，該組織亦致力於將跨國電子商務的效率發揮至最大。<sup>26</sup>

除了基礎設施建構外，臺灣政府亦在法制面上，推動一系列電子商務法律。首先行政院在1997年國家資訊基礎建設小組（簡稱NII小組，2001年改組為國家資訊通信發展推動小組，簡稱NICI小組）指示由經建會召集相關部會組成「NII法制推動工作小組」，負責相關法規研修；1998年NII組成「數位簽章法」研擬小組，專司負責該法草案研擬的工作及落實配合新法案立法相關協調之任務。2002年「電子商務消費者保護綱領」、「電子簽章法」、「外國憑證機構許可辦法」等法則的施行，更為我國在國內與國際的電子商務環境上，增加法律保障性。2003年「消費者保護法」發布施行，網際網路購物的行為適用關於郵購買賣之規範，保障民眾之權益。2006年4月「電子簽章法」修

---

<sup>24</sup> 經濟部商業司、財團法人資訊工業策進會，2008 中華民國電子商務年鑑（台北：經濟部，2008年），頁88。

<sup>25</sup> 彭子豪，「貿易單據簡化，提升兩岸競爭力」，*經濟日報*，2010年3月20日，版D1。

<sup>26</sup> 亞太電子商務聯盟（Pan Asian e-Commerce Alliance, PAA）成立於2000年7月，由亞洲各國結盟而成，我國為三個創始國中之一，會員國包含臺灣、香港、新加坡、中國、泰國、馬來西亞、韓國貿易網路、日本、澳門、日本、澳洲及菲律賓等12個非政府組織而成。成立的目標即是希望透過該組織制定跨國的貿易資訊流與認證機制，打造無紙化的貿易作業流程，節省傳統跨國貿易作業流程繁瑣之流程，將跨國電子商務的效率發揮至最大。參考資料：*Pan Asian e-Commerce Alliance*, <http://www.paa.net/>（檢索日期：2011年3月29日）



正案報請行政院審議，此次修法之重點放在強化電子簽章及電子文件之應用並兼顧數位落差，同時為加強國內憑證機構管理及促進產業與國際接軌，提昇國內憑證信賴度。爾後，「電子發票實施作業要點」及「著作權法」的修正（見附錄一臺灣電子商務法制推動過程），在在都完善了臺灣電子商務法制環境。<sup>27</sup>

## （二）相關統計

電子商務的特質，即是將企業、消費者及政府帶入網際網路世界，使電子商務被普遍的使用於工作及日常生活中，藉由電子商務進行銷售或購物，使人們與網路的關係更為密切。在電子商務空間中，人們的互動行為如消費、行銷、分享等，不受地域的限制，透過網際網路及全球資訊網的機制，即使產品或服務需求者遠在美國，提供者仍可以無距離的與需求者互動，取得所需的資訊，並進行可能之交易行為，因此網際網路普及率對於電子商務環境是一重要的參考指標。

根據英國威爾士大學卡地夫學院（UWIC）國際競爭力中心發布「2008 年世界知識競爭力指數（World Knowledge Competitiveness Index, 簡稱 WKCI）」報告中指出，臺灣寬頻滲透率指數評比分數 157.7，在全球 145 個地區中排名第 6 位，僅次於冰島、南韓、香港、荷蘭及丹麥，優於新加坡及日本，中國大陸則位居第 26 位，顯示近年來臺灣政府持續推動資訊科技的有所進展。<sup>28</sup>截至 2010 年 6 月底止，我國網際網路連網應用普及率為 46%。<sup>29</sup>對於臺灣上網人口，財團法人臺灣網路資訊中心（TWNIC）公布 2010 年「臺灣寬頻網路使用調查」報告顯示，臺灣地區上網人口突破 1,600 萬人，民眾上網率超過 72%。並在入口網站類、新聞媒體類及購物網站類的使用率，分別為 56.24%、

<sup>27</sup> 「電子商務法制推動過程」，經濟部台日韓電子商務法制資訊網，[http://gcis.nat.gov.tw/eclaw/tjk/chinese/tjk\\_tw\\_body.asp?PageCode=tw\\_page1](http://gcis.nat.gov.tw/eclaw/tjk/chinese/tjk_tw_body.asp?PageCode=tw_page1)（檢索日期：2011 年 3 月 29 日）。

<sup>28</sup> “World Knowledge Competitiveness Index 2008,” *Centre for International Competitiveness UWIC* <http://www.cforic.org/pages/wkci2008.php>（檢索日期：2011 年 3 月 29 日）。

<sup>29</sup> 「科技化服務價值鏈研究與推動計畫：2010 年 6 月底止臺灣上網人口」，資策會 FIND，<http://www.find.org.tw/find/home.aspx?page=many&id=263>（檢索日期：2011 年 3 月 29 日）。



23.78%和 22.72%，分佔前三名。<sup>30</sup>

根據經濟部商業司「新網路時代電子商務發展計畫」的研究調查顯示，近三年 B2C 及 C2C 電子商務的發展均是持續上升。2009 年我國 B2C 電子商務市場規模達新臺幣 2,076 億元，C2C 電子商務市場規模達新臺幣 1,427 億元，總計新臺幣 3,503 億元，約合 113 億美元。<sup>31</sup>他山之石，可以攻錯。再觀察國外電子商務發展情況。根據美國商務部的資料，美國雖然 2009 年起受到金融海嘯的影響，2009 年初電子商務呈現下降後上升的走勢，但整體而言電子商務的發展仍是相當正向。在亞洲部分，日本的電子商務發展在 2009 年市場規模達到了 7 萬億日元，約合 733 億美元。<sup>32</sup>

由以上的數據，可以發現我國電子商務目前的發展是良性的，但由於臺灣面積有限，電子商務發展在未來勢必會與實體的商務相互競爭，因此電子商務國際化是必然要走的路。

### 三、中國大陸電子商務環境評估

#### (一) 政策面向

中國大陸於近年來推動電子商資訊技術標準工作上亦有進展，包括 1997 年制定《國家資訊化第九個五年規劃和 2010 年遠景目標》，將網際網路列入國家資訊基礎設施建設。2002 年推行《國民經濟和社會發展第十個五年計劃資訊化專項規劃》，確定中國大陸資訊化發展的重點包括推行電子政務、振興軟體產業、加強資訊資源開發利用、加快發展電子商務等。2006 年 3 月，中共全國人民代表大會審議通過《國

<sup>30</sup> 「2010 年臺灣寬頻網路使用狀況調查」，財團法人臺灣網路資訊中心，<http://www.twNIC.net.tw/download/200307/1001c.pdf> (檢索日期：2011 年 3 月 29 日)。

<sup>31</sup> 翁培珊，「淺談新網路時代電子商務現況、商機及未來發展方向」，經濟部新網路時代電子商務發展計畫，2010 年 5 月 4 日，[http://gcis.nat.gov.tw/ec/organize/ecc/etrust/report/list\\_report.asp](http://gcis.nat.gov.tw/ec/organize/ecc/etrust/report/list_report.asp) (檢索日期：2011 年 3 月 29 日)。

<sup>32</sup> 翁培珊，「淺談新網路時代電子商務現況、商機及未來發展方向」，經濟部新網路時代電子商務發展計畫，2010 年 5 月 4 日，[http://gcis.nat.gov.tw/ec/organize/ecc/etrust/report/list\\_report.asp](http://gcis.nat.gov.tw/ec/organize/ecc/etrust/report/list_report.asp) (檢索日期：2011 年 3 月 29 日)。



民經濟和社會發展第十一個五年規劃綱要》，提出推進電信網、廣播電視網和網際網路三網融合，構建下一代網際網路體系以加快商業化應用。2010 年 1 月，中共國務院加快推進電信網、廣播電視網和互聯網三網融合，促進資訊和文化產業發展。<sup>33</sup>2011 年 3 月所通過的《國民經濟和社會發展第十二個五年規劃綱要》更專章指出目前發展是「全面提高訊息化水平」，除了延續《十一五》的三網融合，更指出需積極發展電子商務，以有利於中小企業、及對於全社會的訊息服務、網路付款、物流配送等體系建設，並依此做為基礎，逐步推進電子政務建設、訊息共享、完善的電子監察和審計體系。<sup>34</sup>在中共政府的積極推動及明確的政策引導下，網際網路逐步走上全面、持續、快速發展之路，為中國大陸電子商務奠定基礎。

中國大陸鑑於電子商務迅速發展趨勢，已逐年強化電子商務標準的制訂步伐。在電子商務標準制訂方式上，其策略方法則有下列：<sup>35</sup>

- (一) 適應電子商務發展要求，改革標準工作管理機制，推動標準化編制部門深入研究網路經濟，有針對性地開展電子商務標準制訂工作，並建立標準維護機制。
- (二) 開放電子商務標準的制訂體制，吸引更多的企業（包括吸引外資企業）與用戶加入到標準研究與制訂工作中，增強標準的實用性與適用性。
- (三) 積極選用國外先進電子商務標準，選用時把握國際性、公共性、可測試性、安全性等原則，以提高電子商務標準的整體水準。

中國大陸推動電子商務的產業為軟體產業之發展，北京、廣東、江蘇、上海、浙江、山東等 6 省之軟體產業規模在 2007 年超過人民幣 300 億元，其中北京、廣東軟體產業規模突破人民幣千億元，成長頗高，

---

<sup>33</sup> 「中國互聯網狀況白皮書」，中華人民共和國中央人民政府網，[http://www.gov.cn/zw/gk/2010-06/08/content\\_1622866.htm](http://www.gov.cn/zw/gk/2010-06/08/content_1622866.htm)（檢索日期：2011 年 3 月 29 日）。

<sup>34</sup> 「國民經濟和社會發展第十二個五年規劃綱要全文」，中華人民共和國中央人民政府網，[http://www.gov.cn/2011lh/content\\_1825838.htm](http://www.gov.cn/2011lh/content_1825838.htm)（檢索日期：2011 年 3 月 29 日）。

<sup>35</sup> 經濟部商業司、財團法人資訊工業策進會，2009 中華民國電子商務年鑑，頁 141-142。





其電子商務服務與軟體發展所依循的政策主要為上述所提到之「十五計畫」(2001年至2006年)及「十一五計畫」(2007年至2010年),軟體產品主要包括:系統軟體和商用軟體類,其中商用軟體的成長率超過33%,<sup>36</sup>由此了解中國大陸商用軟體在政策推動下市場成長潛力相當可觀。

## (二) 相關統計

根據中國互聯網路信息中心(CNNIC)在2011年1月所發佈的《第27次中國互聯網路發展狀況統計報告》資料顯示,截至2010年底,中國大陸網路使用人口數已高達4.57億之多,較2009年底增加7,330萬人,網路普及率為34.3%。<sup>37</sup>總上網人口佔全球網路人口總數的23.2%、亞洲網路人口總數的55.4%。<sup>38</sup>

中國大陸使用網路之民眾,在網路購物、網路付款及網路銀行方面的使用率,分別為33.8%、30.5%和29.1%,用戶規模分別達到1.42億、1.28億及1.22億人次。儘管中國大陸網路商務快速發展,但仍然受到各種安全因素的困擾。CNNIC在2010年的調查中發現,僅2010年上半年,就有59.2%的網路使用人口在使用網路過程中遇到過病毒或木馬攻擊;30.9%的網路使用人口帳號或密碼曾被竊取;電子商務網站訪問者中有89.2%擔心假冒網站(釣魚網站),其中,86.9%的網路使用人口表示如果無法獲得該網站進一步的確認資訊,將會選擇退出交易。網路安全和信任問題已經成為網路商務發展的最大制約因素,因此網路商務交易型應用的發展,更極需建立更加可信、可靠的網路環境。<sup>39</sup>

整體而言,中國大陸推動電子商務及資訊服務的成效上已經朝向

<sup>36</sup> 經濟部商業司、財團法人資訊工業策進會,2009 中華民國電子商務年鑑,頁142。

<sup>37</sup> 「CNNIC 發佈《第27次中國互聯網路發展狀況統計報告》」,中國互聯網路資訊中心,[http://www.cnnic.net.cn/dtygg/dtgg/201101/t20110118\\_20250.html](http://www.cnnic.net.cn/dtygg/dtgg/201101/t20110118_20250.html) (檢索日期:2011年3月29日)。

<sup>38</sup> “World Internet Users and Population Stats,” *Internet World Stats*, <http://www.internetworldstats.com/stats.htm> (檢索日期:2011年3月29日)

<sup>39</sup> 「CNNIC 發佈《第26次中國互聯網路發展狀況統計報告》」,中國互聯網路資訊中心,<http://www.cnnic.net.cn/html/Dir/2010/07/15/5921.htm> (檢索日期:2011年3月29日)。



資訊服務業整體規模迅速擴大、關鍵技術跳躍性成長、重點發展領域成長迅速，以及產業基礎環境大幅改善等效果呈現。<sup>40</sup>隨著中國大陸網路使用人數增加，利用網路進行購物並以銀行卡付款的消費方式已漸流行，市場份額也在快速增長，電子商務逐漸成爲業界的一個焦點話題，相關的電子商務網站也層出不窮，但儘管商務應用快速發展，網路安全仍爲最大制約因素。

#### 四、小結

綜合以上對於兩岸電子商務環境概述，可以得知臺灣與中國大陸的上網人口雖有懸殊差距，但臺灣政府在致力推行資訊科技基礎的環境之下，臺灣網路普及率已高於中國大陸。由表 2 可知，兩岸政府在政策上皆致力發展資訊科技與電子商務環境，因而也讓兩岸在電子商務上創造合作機會，例如中國大陸在網際網路的前兩大類型皆是與網路購物的物流與金流有關，可見得中國大陸面積廣大，若使用電子商務來進行網路購物及付款等事項，將大大減低消費者之金錢與時間成本，若臺灣業者能將我國的經驗與中國大陸業者合作，將爲兩岸的合作創造更大商機。

表 2：臺灣與中國大陸電子商務環境比較

項目 地區	臺灣		中國大陸	
上網人口	1,600 萬人		4.57 億人	
網路普及率	46%		34.3%	
網路前三大使用類型	56.24%	入口網站	33.8%	網路購物
	23.78%	新聞媒體	30.5%	網路付款
	22.72%	購物網站	29.1%	網路銀行

<sup>40</sup> 經濟部商業司、財團法人資訊工業策進會，2009 中華民國電子商務年鑑，頁 142。



政府政策措施	2001 年國家資訊通信發展方案(2002-2006 年)	1997 年「國家資訊化九五計畫」
	2003 年於「新十大建設」中, 提出「M 臺灣計畫」	2002 年「十五計畫資訊化專項規劃」
	2007 年「國家資通訊發展方案(2007-2011 年)」	2006 年「十一五規劃」
		2011 年「十二五規劃」

資料來源：本研究整理。

由於兩岸在人口、面積和發展環境的不同，在電子商務環境方面產生了兩項問題：第一，臺灣面積有限，電子商務發展會與實體的商務相互競爭。第二，中國大陸在軟硬體上雖不遜於臺灣，但其網路安全亦成爲網路商務深層次發展的問題之一。兩岸在簽署 ECFA 後，自由化市場開放，若能將上述兩項缺點互補，對於兩岸的電子商務環境將會有很大改善空間。

## 參、ECFA 簽署後對於兩岸電子商務合作之影響

我國是以出口爲導向的海島型經濟體，對外貿易歷年來均在我國經濟發展上占有舉足輕重的地位。在發展電子商務的環境上，我國表現不俗，中國大陸近年來的電子商務市場亦漸日趨壯大，根據中國大陸國務院於 2010 年 6 月發佈《中國互聯網狀況白皮書》指出，2009 年中國大陸電子商務交易額超過人民幣 3.6 萬億元。<sup>41</sup>足見中國大陸在電子商務專業化服務體系正在形成。本節即對簽署 ECFA 前後兩岸在電子商務合作方面做一論述。

<sup>41</sup> 「中國互聯網狀況白皮書」，中華人民共和國中央人民政府網，[http://www.gov.cn/zwgk/2010-06/08/content\\_1622866.htm](http://www.gov.cn/zwgk/2010-06/08/content_1622866.htm) (檢索日期：2011 年 3 月 29 日)。



## 一、ECFA 簽署前兩岸電子商務合作狀況

兩岸網際網路行業交流與合作，並借助網際網路促進兩岸經濟發展，已成為兩岸業界共同關注的焦點。臺灣發展電子商務歷史超過 15 年，不但在各種電子商務模式：企業對消費者（B2C）、企業對企業（B2B）、企業對企業對消費者（B2B2C），以及消費者對消費者（C2C）等都有發展成功典範，在與物流宅配業者的合作模式、資訊系統與金流體系、風險控管等，都已累積豐富經驗。

根據我國財團法人資策會（MIC）統計，2010 年臺灣線上購物市場規模將近新臺幣 3,600 億元，年成長率為 21.5%。其中 B2C 市場為新臺幣 2,053 億元（57.3%），C2C 市場為新臺幣 1,530 億元（42.7%），在 2011 年的線上購物市場可望達到新臺幣 4,300 億元的規模，年成長率為 20%，主要成長驅動力來自「傳統企業佈局電子商務、多元化擴張電子商務、跨國網路購物商機、網路市場兩極化」等重要因素，<sup>42</sup>與傳統零售業飽受金融海嘯影響、成長停滯相比，可謂逆勢成長。

臺灣在電子商務的環境日趨完善與規模擴大之際，2009 年電子商店已從事跨國際經營的比例為 18.2%，計畫要開拓的海外市場，以中國大陸（60.4%）的比例最高，其次為日本（13.2%）；<sup>43</sup>2010 年對中國大陸跨區銷售的比例更高達 81.8%，<sup>44</sup>足見中國大陸之商機龐大，帶動臺灣跨國網購之風潮。但基於金流與物流等限制，兩岸在電子商務的合作上仍有待突破之處。

儘管 2008 年 11 月「大三通」中簽署有關通郵、通航等協議條款，對克服兩岸電子商務合作與物流成本降低、配送時間配送效率將大大提高，但關鍵性的金流問題尚未解決，這對中國大陸 4.57 億上網人口

<sup>42</sup> 「2010 臺灣線上購物市場規模 3,583 億元」，財團法人資策會，[http://mic.iii.org.tw/aisp/pressroom/press01\\_pop.asp?sno=225&type1=2](http://mic.iii.org.tw/aisp/pressroom/press01_pop.asp?sno=225&type1=2)（檢索日期：2011 年 3 月 29 日）。

<sup>43</sup> 「2009 年臺灣線上購物發展趨勢：區隔、互動、跨國」，財團法人資策會，[http://mic.iii.org.tw/aisp/pressroom/press01\\_pop.asp?sno=175&type1=2](http://mic.iii.org.tw/aisp/pressroom/press01_pop.asp?sno=175&type1=2)（檢索日期：2011 年 3 月 29 日）。

<sup>44</sup> 「2010 臺灣線上購物市場規模 3,583 億元」，財團法人資策會，[http://mic.iii.org.tw/aisp/pressroom/press01\\_pop.asp?sno=225&type1=2](http://mic.iii.org.tw/aisp/pressroom/press01_pop.asp?sno=225&type1=2)（檢索日期：2011 年 3 月 29 日）。



與臺灣約 1580 萬上網人口在網路進行電子商務的障礙仍是一條鴻溝。  
 45

2008 年政黨輪替後，兩岸關係解凍，經貿逐漸正常化。行政院為落實馬英九總統「開啓兩岸經貿協商新時代」及「深耕臺灣、全球連結」的施政理念，2008 年 8 月於行政院院會通過推動「搭橋專案」政策，建立「一產業一平台」，從個別產業開始，舉辦兩岸產業交流會議的方式搭建雙方交流橋樑，直至 2010 年 1 月 29 日，官方共舉辦三場產業交流會議，會議中雖簽署多項意向書以促進兩岸產業界合作（見表 3），但兩岸在電子商務上的合作仍然有限。

表 3：ECFA 簽署前兩岸電子商務合作事宜

日期	事項
2009 年 6 月 16 日	臺灣富邦 momo 購物台、ViVa 購物台、網勁科技與博客來網路書店等通路，與中國大陸網購業者淘寶網、中國互聯網絡信息中心，建立兩岸虛擬通路搭橋計畫。 <sup>46</sup>
2009 年 8 月 8 日	臺灣經濟部工業局、資訊工業策進會與中華軟協、臺北市電腦公會主辦「兩岸資訊服務產業合作及交流會議」中，資策會與中創軟件工程公司合作協議書，約定共同合作開發及營運「昆山資訊共通平台」之應用系統，建立以電子商務為主的相關應用系統。 <sup>47</sup>
2009 年 10 月 27 日	經濟部舉辦之「兩岸流通服務產業合作及交流會議」涵蓋批發零售、電子商務及物流等三大產業，並促成臺灣的中國生產力中心、資策會及臺北市電腦公

<sup>45</sup> 兩岸上網人口統計資料來源：「CNNIC 發佈《第 27 次中國互聯網路發展狀況統計報告》，中國互聯網路資訊中心，[http://www.cnnic.net.cn/dtygg/dtgg/201101/t20110118\\_20250.html](http://www.cnnic.net.cn/dtygg/dtgg/201101/t20110118_20250.html)（檢索日期：2011 年 3 月 29 日）；經濟部商業司、財團法人資訊工業策進會，2009 中華民國電子商務年鑑，頁 143。

<sup>46</sup> 「購物台，瞄準大陸 3 億網友」，*經濟日報*，2009 年 6 月 16 日，版 A13。

<sup>47</sup> 「兩岸資服務業搭橋，商機滾滾」，*經濟日報*，2009 年 8 月 8 日，版 AA3。



	會與大陸的中國連鎖經營協會、上海連鎖經營協會、中國互聯網協會，及中國國際貨運代理協會等公協會，相互簽署多份合作意向書，企業界彼此簽署的合作意向書也達十項以上。 <sup>48</sup>
2010 年 1 月 29 日	經濟部舉辦「兩岸流通服務產業合作及交流會議」，臺北市消費者電子商務協會與北京國富泰企業徵信有限公司、中華無店面零售協會與天極傳媒集團、兩岸 12 家業者簽署企業與企業的合作意向書七份；資策會亦分別與中國電子商務協會及中國互聯網協會兩個大陸重要電子商務推動簽署合作意向書，建立合作機制。 <sup>49</sup>

資料來源：本研究整理。

不過，在市場不斷成長的情況下，兩岸虛擬通路業者逐漸體認到攜手合作的必要性。例如中國大陸亞馬遜與臺灣博客來有合作共識，可以將彼此的簡、繁體書交流銷售，或是互設網路專區。根據美國研究機構「Gartner」在 2009 年 4 月公佈的研究報告亦指出，未來 4 年中國大陸仍為資訊服務需求成長最快的市場之一。因此，中國大陸是我國資訊服務廠商拓展外銷不可忽略的市場之一。<sup>50</sup>

兩岸可結合優勢，排除障礙、共同發展兩岸電子商務市場及開發其他國際電子商務市場；同時對於未來有關政策環境、法制環境、金流、支付物流、人才、服務與信賴機制等領域，每年應持續交流，逐步討論與解決相關議題與障礙，並推動法令與關稅鬆綁，營造更有利於雙方的商業環境，迎向國際競爭。

## 二、ECFA 前兩岸電子商務合作之限制

對兩岸而言，過去因為政治因素，不管是金流也好，物流也罷，

<sup>48</sup> 「兩岸交流增溫」，**聯合晚報**，2009 年 10 月 27 日，版 A4。

<sup>49</sup> 「兩岸流通服務業，合作邁大步」，**經濟日報**，2010 年 1 月 29 日，版 A21。

<sup>50</sup> 經濟部商業司、財團法人資訊工業策進會，**2009 中華民國電子商務年鑑**，頁 143。



不是缺少合法互通機制，就是互通不符經濟效益。ECFA 的簽訂讓兩岸在經濟與貿易上快速整合，然任何議題有利益有弊，過去臺灣加入 WTO 有部分產業受到衝擊，負面影響經過多年才逐漸消化，但 WTO 是「純經濟」議題，社會共識高，而今 ECFA 牽動了敏感的兩岸關係，正如筆者在前言所提到的「ECFA 是以制度化的方式，藉由貿易、投資、稅賦等面向所達成的各項共識形成一個框架」，因此臺灣如何在 ECFA 簽署後掌握機會與挑戰，開創過去的限制及突破一些實務的問題。進一步強化兩岸電子商務合作事宜將是必須思考的一件事。

網路興起，使得國與國之間資訊的交流更為密切，電子商務的發展更著重在跨國交易及合作上。如同前文所提到臺灣面積有限，難以發展大規模電子商務，而中國大陸 4.57 億上網人口便是臺灣至對岸發展電子商務的契機，透過兩岸合作，使中國大陸借鏡臺灣在網購上成功的經營模式或許能擴大兩岸合作的契機。但基於現實面，兩岸在合作上仍有以下限制：

- (一) 中國大陸政府部門的決策與分工體系錯綜複雜，難以全盤掌握，在法制方面不僅溝通困難且無法預期突破的時程。
- (二) 兩岸商品在「商務」方面的問題需要逐步解決，如在臺灣通過認證的商品到大陸仍須耗費時間、經費取得大陸認證等問題。

電子商務中的任何一筆交易，都包含「資訊流」、「商流」、「資金流」和「物流」。以商品的「物流」為例，物流是電子商務的重要組成部分，係指物質實體的流動過程，包括運輸、儲存、配送、裝卸、保管、物流資訊等各種活動。對少數商品和服務來說，可以直接透過網路傳輸方式進行運送，如各種電子出版品、訊息諮詢服務等，而對於大多數商品和服務來說，物流仍要經由實體方式傳輸，在電子商務的交易過程中，物流實際上是以商流的「後續者」和「服務者」的姿態出現，對於電子商務的實現相當重要。<sup>51</sup>因此，在物流的措施上，臺灣政府相關單位應持續協助兩岸法規障礙排除，協助臺灣電子商務廠商在中國大陸市場與在地廠商共同使用倉儲系統及共同使用配送系統

---

<sup>51</sup> 黃永康，「探討電子商務與物流管理之相關性」，*品質月刊*，第 42 卷第 8 期（2006 年 8 月），頁 12。



（共倉共配）以降低物流成本、提升物流效率。有鑑於此，為促使電子商務快速發展，我國經濟部商業司在 2010 年 8 月初建立電子商務網站採用主體身分確認機制、協助成立信賴安全聯盟、導入網路平台安全機制、建立電子商務安全通報服務中心、導入資料加密及安全付款等資訊安全技術機制、協助企業建置個人資料管理制度等。並通過「華文電子商務行動計畫」草案，打算在六年內投入新臺幣 4.5 億元的資源，將臺灣特色商品透過虛擬服務銷售到華人市場，目標是在 2015 年將電子商務打造成為兆元產業。而經濟部初步考慮是，將在中國大陸最大的入口網站「阿里巴巴」下的「淘寶網」，架設「臺灣館」，販售臺灣特色商品。至於商品將先運送至上海的「保稅倉庫」，等實際出貨後再定期結算及繳交稅額。<sup>52</sup>此舉雖部分解決物流及認證的問題，但在兩岸金流互通上仍無進展。

ECFA 的簽署為經貿關係提供制度化和正常化互動的基礎，將使兩岸經濟交流與合作進入新的發展階段。同時，在 ECFA 架構之下，兩岸將以知識產權保護與合作、金融合作、貿易促進及貿易便利化、等方向推進，這些對於電子商務合作具相當大的利基，同時推動雙方中小企業合作等為「經濟合作」重點，並逐步向其他領域拓展，顯示未來兩岸經濟與產業合作也將「深化發展」。

### 三、後 ECFA 時代兩岸電子商務合作之機會

隨著 ECFA 的正式生效，兩岸包括電子商務在內的經濟合作進入了「後 ECFA 時代」，也為兩岸展開全面、直接、雙向的經貿合作敞開大門，有利於整合雙方優勢及互補不足之處。兩岸在後 ECFA 時代合作之機會有以下四點：

第一，中國大陸商機龐大。如前所述，中國大陸目前總上網人口佔全球網路人口總數的 23.2%、佔亞洲網路人口總數的 55.4%，且網路最大使用類型為網路購物（33.8%），臺灣業者若能趁 ECFA 簽署後，在金流與物流的互通之下，將有龐大商機。

<sup>52</sup> 沈明川，「經部推動華文電子商務，MIT 拓銷大陸」，*聯合晚報*，2010 年 8 月 16 日，版 A4。





第二，臺灣產品對於中國大陸民眾有吸引力。臺灣業者不論在電子商務服務的精緻度、交易安全性以及信任機制等的水準，都較中國大陸來得高。ECFA 生效後，將陸續有 539 項貨品降至零關稅，臺灣商品的品質頗受中國大陸一般消費者肯定，在兩岸電子商務雙向開放的條件下，儘管中國大陸業者也能夠把商品販售至臺灣，但臺灣業者目前對中國大陸消費者吸引力仍較高及具有技術的領先，對於臺灣產業發展、提高民眾就業等，都具備正向影響力，是值得投入與發展的領域。

第三，臺灣競爭力優於中國大陸。臺灣在電子商務的國際競爭力優於多數已開發國家，除了與已開發國家合作之外，與擁有 4.57 億上網人口之中國大陸合作，更是拓展商機與版圖機會之一。臺灣業者在技術、創意與整合能力等各方面能力佔有優勢。臺灣業者更發展出對岸尚未實現的做法，例如：網路分期付款、紅利折抵、超商取貨付款、超商代收、晶片卡或簡訊轉帳、低溫宅配等，皆是臺灣業者不斷創新發明或引進改良下的傑作，豐富了臺灣網路購物的方便性。兩岸在網路購物方面既有共同點，又有互補性，若臺灣電子商務企業中國大陸作為跨地域行銷的重點地區，並依循 ECFA 開宗明義之目標：「促進雙方貨品和服務貿易進一步自由化，逐步建立公平、透明、便捷的投資及其保障機制」，亦是擴大兩岸經貿合作之範圍。

第四，政府協助角色增加，有助開拓商機。在 ECFA 簽署前，兩岸政府往來並不密切，許多事宜得靠企業自給自足。ECFA 簽署後，雙方政府可在經濟、商務部門上建立往來管道，在進行電子商務的合作事項時，政府擔任協助及輔導角色將更為明顯。例如我國經濟部中小企業處串連阿里巴巴、賀田國際 Asian Product、e-bay（中文譯為電子灣或電子港灣）及樂天市場等四大國際電子商務平台合作模式，協助中小企業商品上線並進軍國際市場，<sup>53</sup>即是政府協助企業整合電子商務平台，使企業在此平台上有對話、協商的空間。

第五，臺商在中國大陸經商或是與中國大陸業者合作之電子商務營運方式日漸熱絡，赴中國大陸進行貿易之電子商務營運狀況，以及

<sup>53</sup>「聯手四大國際商務電子商務平台，網住全球商機」，*經濟日報*，2010 年 6 月 10 日，版 26。



透過電子商務模式與臺灣總部資訊傳遞已是臺商的營運一環，尤其在以經濟考量下之成本效益，企業本身挹注大量「E化」方案，包括遠距視訊會議、商業智慧系統、兩地或總部與企業資訊交易系統等。兩岸海運直航、空運直航、直接通郵已全面啟動，這給兩岸物流行業帶來難得的發展契機，將極大地促進兩岸電子商務及物流配送業務的快速發展。<sup>54</sup>

## 肆、後 ECFA 時代兩岸電子商務合作預評估

網際網路加速電子化的商務活動，也因而開啓了世界經濟活動另一個新興商業模式，然而隨著電子商務活動逐漸在國際經濟市場取得領導地位，電子商務科技發展所產生之特殊法律問題不得不迫使我國政府在制定與商業相關之法令時，將之納入考量並重視之。以下即提出三點目前兩岸在電子商務合作需改善與不足之處。

### 一、兩岸電子商務合作問題

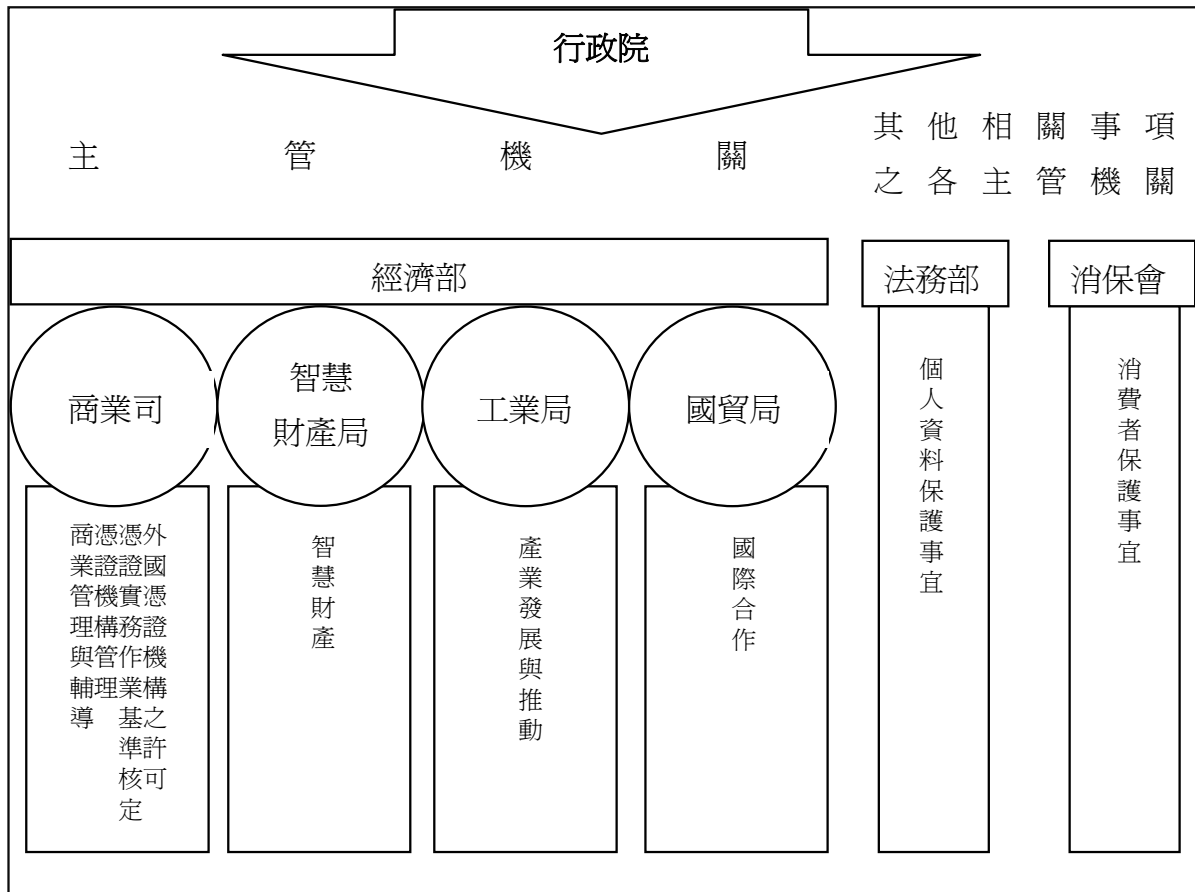
- (一) 電子商務的虛擬特性以及必須與消費者密切互動，形成議題多元化，我國電子商務產業最高指導單位雖為行政院，但轄下主管機構多元，事權不統一（見圖 2），雖然行政院在 1997 年組成「NII 法制推動工作小組」，但法令中對上網之商品限制頗多（如菸酒及醫療相關商品不可於網路上販售），對廣告之限制標準較不具體，不僅對國內電子商務發展不利，更對於兩岸間的電子商務跨區域交易產生若干限制，容易因交易方式複雜而減少交易金額。

---

<sup>54</sup> 經濟部商業司、財團法人資訊工業策進會，2009 中華民國電子商務年鑑，頁 143。



圖 2：經濟部產業電子化法制推動機構圖



資料來源：「推動電子商務之權責機構」，經濟部臺日韓電子商務法制資訊網，  
[http://gcis.nat.gov.tw/eclaw/tjk/chinese/tjk\\_tw\\_body.asp?PageCode=tw\\_page3](http://gcis.nat.gov.tw/eclaw/tjk/chinese/tjk_tw_body.asp?PageCode=tw_page3) (檢索日期：2011年3月29日)。

(二) 網路金流之於電子商務，就像支票之於商業交易一樣重要。美國 Cyber Cash 公司曾對 819 位網路交易者的調查顯示，其中 98% (804 位) 的受訪者希望能透過網路進行付款，理由是網路付款甚為方便，此項調查結果顯示網路使用者在網路購物的意願逐漸增強，而網路付款的方便性是吸引使



用者進行網路購物的一大主因。<sup>55</sup>網路付款方式的信賴度，也是網路使用者是否願意在網路購物的重要因素，金融單位過去限於風險與信用擴張控管等因素，信用卡網路收單只限於資本額與營收具有相當規模的公司才能擁有，然而現今電子商務模式發展迅速、網路創業門檻不斷降低，中小企業公司與個人對網路支付需求不斷增加，「第三方信賴支付」業者就應運而生，經濟部商業司「電子商務法制及基礎環境建構計畫」中，<sup>56</sup>將「網路信賴付款機制」列為年度工作重點，金流機制健全之重要性可見一般。外國第三方支付系統<sup>57</sup>如 PayPal、<sup>58</sup>支付寶<sup>59</sup>等已可在臺灣使用，但政府金流法制未開放，只能管控及限制國內業者，無法管理國外業者，使國內電子商務金流國際競爭力大幅降低。兩岸雖已有小規模第三方支付業者，如「藍新科技」、「網勁科技」代理「支付寶」、「臺灣里國際」代理「銀聯」，但

<sup>55</sup> 郭木興、謝東宏，「一種隱藏式附加日期的電子現金付款機制」，*電子商務學報*，第 7 卷第 1 期（2005 年 3 月），頁 77。

<sup>56</sup> 經濟部商業司於 2005 年基於分工與計畫的管理考量，遂將 2004 年度之「電子商務環境整備及企業對個人電子商務推動計畫」、「推動電子簽章法計畫」、「電子商業國際合作推動計畫」及「商業現代化雙月刊計畫」四個計畫亦合併為「電子商務法制及基礎環境建構計畫」，其目的在於建構安全且值得消費者信賴的電子商務環境。資料來源：「電子商務法制環境」，*經濟部新網路時代電子商務發展計畫*，[http://gcis.nat.gov.tw/eclaw/e28\\_Body.asp?PageCode=PN1](http://gcis.nat.gov.tw/eclaw/e28_Body.asp?PageCode=PN1)（檢索日期：2011 年 3 月 29 日）。

<sup>57</sup> 第三方支付系統，係指具備一定資產與信譽之第三方機構所提供之金流平台，該機構可為金融業者，有時亦可為資訊廠商，其藉由本身資金規模與資訊技術，連結付款人之往來銀行帳戶或信用卡，在付款指示發出時，先行介入付款流程而將價金帶為保管，待達成特定條件再將款項交付收款人，如此收款人（出賣人）即可不待成為信用卡特約商店，而仍使付款人（買受人）選擇信用卡支付款項。參考資料：蔡宗霖，「從美國 PayPal 經驗與歐盟支付服務指令論我國第三方支付服務之現狀與未來」，*科技法律透析*，第 21 卷第 10 期（2009 年 10 月），頁 48。

<sup>58</sup> PayPal 為最早出現、規模最大的美國第三方支付服務提供者。該公司成立於 1998 年，並且在 2002 年為 ebay 所併購，目前全球擁有超過 1 億 2 千多萬個使用帳戶，並能夠直接於平台上轉換 19 種不同幣別。參考資料：*PayPal*，<https://www.paypal-media.com/aboutus.cfm>（檢索日期：2011 年 3 月 29 日）。

<sup>59</sup> 支付寶是中國大陸目前最大的第三方支付平台，由阿里巴巴集團創辦，目的是為網路交易用戶提供安全的支付服務。參考資料：馮俊麗、樊迎光，「支付寶在電子商務中的應用」，*商場現代化*（中國大陸），第 568 期（2009 年 03 月），頁 167。



仍無官方同意之直接支付互通，對正規代收付業者來說，只是受到更多執行面的限制，因而無法有效開拓市場、達到經濟規模的狀況。

- (三) 隨著資訊技術日益精進與網際網路的蓬勃發展，人類社會已邁入全新的數位時代，基於對消費者、使用者隱私保護立場，落時擴大保障個人資料隱私權利是必要的。在網路上的交易過程中個人資料、金流資訊、物流資訊可能產生資料外洩、資訊截取、身分盜用等資訊安全問題，對於兩岸業者和民眾使用電子商務模式進行交易或其他網路行為甚少保障，這不單是業者的問題，更是政府需全盤預防或解決。另外，網路詐騙事件頻傳，犯罪者大多隱匿於中國大陸，對於臺灣的業者與消費者更是一個令人憂心的因素。

## 二、兩岸電子商務合作問題評估

- (一) 檢討電子商務法制，排除產業發展障礙

兩岸進行電子商務合作尚需面對商務結構的衝突議題，包括：第一、海運直航，開放通郵：物流成本降低及商品範圍擴大；第二、擴大辦理包機：經營者差旅成本降低、陸客自由行市場及陸客伴手禮市場；第三、消費者保護：信賴標章與爭議問題處理等問題亟待解決，<sup>60</sup>對此有以下建議：

1. 政府應拉高決策等級，成立跨部會專案推動協調小組，即時接受業界意見，排除相關障礙，並利用 ECFA 內文第六條第六款所提及：「推動雙方重大項目合作，協調解決雙方產業合作中出現的問題」的制度化協商平台，爭取兩岸在電子商務交易條件上的最低風險。
2. 應檢討電子商務商品之限制銷售條件，同時明訂網路廣告之規定，使兩岸有意從事電子商務之業者容易依循。

- (二) 兩岸金流支付互通及提升國內金流之國際競爭力。

<sup>60</sup> 經濟部商業司、財團法人資訊工業策進會，2009 中華民國電子商務年鑑，頁 142。



兩岸電子商務合作能否開啓與深化，其中一個關鍵即是金流支付的金融合作議題能否順利展開，兩岸雖已於2009年11月16日簽署「金融監理合作瞭解備忘錄」（金融MOU）而有了合作的路徑與監理機制可循，<sup>61</sup>但有些業務開放項目仍須配合ECFA協商進度修法，因此針對電子商務之金流部分有以下建議：

1. 國內金流法令應參考國際趨勢，在顧及金融安全監理的條件下，不斷調整成適合產業發展、方便、安全又有效的機制，在兩岸電子商務金流互通上成爲中國大陸銀行的典範。
2. 兩岸金流主管機關除了互設銀行分行之外，尚須就各項金流機制相互銜接，制訂雙方認可的方式，以便兩岸在進行電子商務交易時可以直接支付，讓金流互通更有保障。然而此又牽涉到兩岸金融業開放議題，臺灣銀行業在進軍中國大陸市場的同時，亦必須開放臺灣市場面對來自中國大陸銀行的競爭。而中國大陸目前最具規模與有意來臺設點的銀行，其規模遠超過臺灣銀行業許多，對臺灣銀行業的衝擊與競爭將不可小覷。因此兩岸在談判過程中應爭取「實質對等」，否則開放陸銀來臺，恐會增加國內金融的不穩定性，<sup>62</sup>進而影響兩岸電子商務合作的推動。

2006年10月，中國大陸通過《中華人民共和國反洗錢法》，<sup>63</sup>其中第十六條規定「金融機構應當按照規定建立客戶身份識別制度」、第十七條「通過第三方識別客戶身份，應當確保第三方已經採取符合本法要求的客戶身份識別措施」等法源基礎，因此中國大陸第三方支付系統「支付寶」採取「身份資訊識別」以及「銀行帳戶識別」，提供兩道驗證程序，使中國大陸網路購物市場所一

<sup>61</sup> 李淑慧、邱金蘭，「兩岸簽 MOU，金融市場新里程」，*經濟日報*，2009年11月17日，版 A2。

<sup>62</sup> 吳瑟致、趙文志，「ECFA 架構下展望兩岸金融業之開放與合作：以銀行業爲例」，*展望與探索*，第8卷第4期（2010年4月），頁46-48。

<sup>63</sup> 全文請詳見：「中華人民共和國反洗錢法」，*中華人民共和國中央人民政府網*，[http://www.gov.cn/jrzq/2006-10/31/content\\_429245.htm](http://www.gov.cn/jrzq/2006-10/31/content_429245.htm)（檢索日期：2011年3月29日）。



直存在金流障礙逐漸改善。

在臺灣方面，建議政府建立相關法源基礎，並積極協助國內業者建立正規的第三方支付系統，以便與中國大陸之金流系統相互接軌，使國內業者與消費者在網路購物或進行金流交易更具保障，同時也對雙邊合作形成助益。

對照兩岸政府處理新興科技與金融體系融合演化的政策作為，中國大陸似乎更有「積極開放、有效管理」的概念與眼界。反觀臺灣政府以「防弊」為主軸的思維，無形中限制了臺灣業者的生命力，主管當局應以跨部門的眼界與整合力，以鼓勵取代防堵，協助臺灣業者在電子商務保持領先的優勢。

### (三) 持續推動電子商務交易安全

我國原於 1995 年公佈之《電腦處理個人資料保護法》，因規範之主體（僅規定八大行業及經指定之非公務機關）及客體（未保護特種資料及其他間接可識別之個人資料）有限，早已無法因應日新月異之利用行為，故經有關單位多年努力及朝野協商，新版《個人資料保護法》草案在 2010 年 4 月立法院三讀通過，對於從事電子商務的業者而言，新版法案通過所面臨的衝擊包括可能需登記、取得執照後始得蒐集個人資料以及僅得於特定目的範圍內始得利用個人資料等措施，<sup>64</sup>影響不可謂不大，對此有以下建議：

1. 政府應提供業界具體遵循規範，（如國際或臺灣之認證標準）促使司法單位建立判斷與解釋的準則，以維護有意願做好個資保護、但遭駭客入侵或不慎遺失個人資料之企業。並鼓勵網站經營業者自律，主動在其網站上告知消費者在該網站的隱私權政策，同時透過宣導方式，呼籲兩岸在從事電子商務之業者務必配合相關法規，以防消費者個人資料外洩。
2. 臺灣治安單位與中國大陸相關單位聯手打擊網路詐騙犯罪。

<sup>64</sup> 「因應新版個資法，企業盤點外洩管道降低營運風險」，*經濟日報*，2010 年 5 月 20 日，版 E2。



3. 臺灣與中國大陸應成立電子商務資訊與交易安全的共同通報中心，通報資訊安全、交易安全、國外信用卡偽卡等狀況，以利業者聯合防範。

## 伍、結論

在「世界是平的」潮流下，國與國之間的競爭不再是區域性，而是全面性、全球性。如何與不同企業、國家相互合作，確保自身競爭優勢，是每一國家與企業著重的議題。有鑑於此，本文嘗試先就兩岸電子商務環境分析，進而探討臺灣於後 ECFA 時代在電子商務方面與中國大陸強化合作事項，從而加強兩岸經貿關係。

我國在網路科技上的優勢已為世界注目，應善用此一優勢，有效發展我國電子商務，以培植雄厚的競爭能力，對於政策制定與金流改善部分不可怠忽視之。再就貿易市場趨勢論，各國從早期雙邊、多邊貿易合作，乃至歐盟成立推動單一歐元支付區域，甚至是其全球單一交易市場的終極目標，其目的均為創建一個有效率的公平競爭市場而努力。

兩岸自 1949 年以來，因特殊政治情勢導致經貿關係未能制度化與透明化。一甲子過去，2010 年 ECFA 的簽署給了臺灣一個新的機會，利用未來服務貿易的談判，給予業者更大的本土市場（home market）。同時，利用兩岸經貿正常化的氛圍提供一個更寬廣的經貿平台。<sup>65</sup>當然，ECFA 只是臺灣鞏固市場的短、中期手段，絕非萬靈丹。長期而言，臺灣廠商仍需持續進行產業升級以及透過電子商務來增加競爭力，以中國大陸市場的保障來發展品牌、營運全球。以東協加一而言，從簽署後迄今，中國大陸在東協國家市場占有率逐步提升，反之，東協在中國大陸的占有率並未顯著上升，可見自由貿易協定的簽署只是手段，關鍵仍在於產業創新升級與增加競爭力才足以維持競爭優勢，爭取臺灣可長可久的利益。<sup>66</sup>

綜合本文各節的論述來看，兩岸在電子商務合作方面仍須克服：

<sup>65</sup> 王健全，「借鏡韓國，秀出文創軟實力」，*經濟日報*，2010 年 8 月 12 日，版 A4。

<sup>66</sup> 王健全，「ECFA 應許臺灣一個未來」，*經濟日報*，2009 年 12 月 17 日，版 A4。





第一、商業模式：克服 B2C、C2C 之問題及了解跨岸及內需問題；第二、金流問題：克服網路購物金流及整體成本考量；第三、資訊流問題：系統運作及資訊安全機制。除此之外，在商品的檢驗、認證、企業工商登記與商標權等事項亦要透過政府層級的法規平台建立，以提供兩岸業者更便利與可靠的經營環境。例如，在臺灣經過主管機關檢驗合格並具備許可文號的產品或企業，若取得中國大陸的直接承認，即能縮短商品在中國大陸上市的時間，這便是關係業者營運成本與效率的重要政策前提。<sup>67</sup>

兩岸在電子商務產業合作上，仍須仰賴政府政策的制定及帶領，主因在於電子商務產業合作必須依照兩岸政府在政策、法規上建立能夠互通的制度或平台，並讓雙方再進一步進行金流、物流與信賴機制的建立。舉例來說，電子商務最重要的跨區金流機制，雖然在技術與實務上不成問題，但卻需要兩岸雙邊法規的明確支持，才能定義清楚權責劃分，避免糾紛、爭議，而金融法規勢必得要政府投入才可能建立起雙邊合作規範。而兩岸金融監理備忘錄的簽訂與實施下，兩岸電子商務金流互通規範的建立，將較過去有更好的法規基礎。

在全球化浪潮中，電子商務讓企業在全球市場上具備競爭的實力，透過電子商務也讓企業接觸商機的機會達到最大，並已成為二十一世紀企業生存的基礎建設之一。在電子商務無遠弗屆的浪潮中，如何讓接收者經由電子商務所帶來迅速而正確的產品、服務和資訊，不僅是各國，亦將是我國發展電子商務合作事宜最重要的課題。

---

<sup>67</sup> 「兩岸電子商務合作商機驚人」，*中華商報*（美國），2010年3月6日，版A7。



## 參考文獻

### 一、中文部分

- 王健全，「ECFA 應許臺灣一個未來」，*經濟日報*，2009 年 12 月 17 日，版 A4。
- 王健全，「借鏡韓國，秀出文創軟實力」，*經濟日報*，2010 年 8 月 12 日，版 A4。
- 王騰坤，「洽簽 ECFA，其實是做好睦鄰工作的第一步」，*國家政策研究基金會國政分析*，<http://www.npf.org.tw/post/3/7338> (檢索日期：2011 年 3 月 29 日)。
- 王儷容，「不簽 ECFA，外資留不住」，*經濟日報*，2010 年 1 月 14 日，版 A4。
- 吳瑟致、趙文志，「ECFA 架構下展望兩岸金融業之開放與合作：以銀行業為例」，*展望與探索*，第 8 卷第 4 期(2010 年 4 月)，頁 29-51。
- 李淑慧、邱金蘭，「兩岸簽 MOU，金融市場新里程」，*經濟日報*，2009 年 11 月 17 日，版 A2。
- 沈明川，「經部推動華文電子商務，MIT 拓銷大陸」，*聯合晚報*，2010 年 8 月 16 日，版 A4。
- 翁埤珊，「淺談新網路時代電子商務現況、商機及未來發展方向」，*經濟部新網路時代電子商務發展計畫*，2010 年 5 月 4 日，[http://gcis.nat.gov.tw/ec/organize/ecc/etrust/report/list\\_report.asp](http://gcis.nat.gov.tw/ec/organize/ecc/etrust/report/list_report.asp) (檢索日期：2011 年 3 月 29 日)。
- 郭木興，*電子商務：觀念、策略與案例研究* (臺北：學貫行銷出版，2006 年)。
- 郭木興、謝東宏，「一種隱藏式附加日期的電子現金付款機制」，*電子商務學報*，第 7 卷第 1 期(2005 年 3 月)，頁 75-86。
- 彭子豪，「貿易單據簡化，提升兩岸競爭力」，*經濟日報*，2010 年 3 月 20 日，版 D1。
- 童振源，「經濟讓利後，中國期待臺灣政治讓利」，*今周刊*，第 706 期(2010 年 7 月 5 日)，頁 42-43。



- 馮俊麗、樊迎光，「支付寶在電子商務中的應用」，**商場現代化**（中國大陸），第568期（2009年3月），頁167。
- 黃永康，「探討電子商務與物流管理之相關性」，**品質月刊**，第42卷第8期（2006年8月），頁12-16。
- 經濟部商業司、財團法人資訊工業策進會，**2007 中華民國電子商務年鑑**（臺北：經濟部，2007年）。
- 經濟部商業司、財團法人資訊工業策進會，**2008 中華民國電子商務年鑑**（臺北：經濟部，2008年）。
- 經濟部商業司、財團法人資訊工業策進會，**2009 中華民國電子商務年鑑**（臺北：經濟部，2009年）。
- 經濟部商業司、臺北市電腦商業同業公會，**97 年度商業 e 化體系輔導成果彙編**（臺北：經濟部，2009年）。
- 蔡宏明，「從 WTO 架構談 ECFA 的兩岸特色」，**玉山周報**，第26期（2009年12月7日），<http://www.formosamedia.com.tw/?p=3641>（檢索日期：2011年3月29日）。
- 蔡宗霖，「從美國 PalPal 經驗與歐盟支付服務指令論我國第三方支付服務之現狀與未來」，**科技法律透析**，第21卷第10期（2009年10月），頁47-61。
- 蔡英文，「看不到的代價」，**中國時報**，2009年2月17日，版A10。
- 魏艾，「從『東協加一』談兩岸簽署 ECFA 之必要性」，**兩岸經貿月刊**，第217期（2010年1月），頁8-12。
- 行政院經濟建設委員會，<http://www.cepd.gov.tw/>（檢索日期：2011年3月29日）。
- 「2009 年臺灣線上購物發展趨勢 線上購物發展趨勢：區隔、互動、跨國」，財團法人資策會，[http://mic.iii.org.tw/aisp/pressroom/press01\\_pop.asp?sno=175&type1=2](http://mic.iii.org.tw/aisp/pressroom/press01_pop.asp?sno=175&type1=2)（檢索日期：2011年3月29日）。
- 「2010 年臺灣寬頻網路使用狀況調查」，財團法人臺灣網路資訊中心，<http://www.twnic.net.tw/download/200307/1001c.pdf>（檢索日期：2011年3月29日）。
- 「2010 臺灣線上購物市場規模 3,583 億元」，財團法人資策會，[http://mic.iii.org.tw/aisp/pressroom/press01\\_pop.asp?sno=225&type1](http://mic.iii.org.tw/aisp/pressroom/press01_pop.asp?sno=225&type1)



≡2 (檢索日期：2011 年 3 月 29 日)。

「CNNIC 發佈《第 26 次中國互聯網路發展狀況統計報告》」，中國互聯網路資訊中心，  
<http://www.cnnic.net.cn/html/Dir/2010/07/15/5921.htm> (檢索日期：2011 年 3 月 29 日)。

「CNNIC 發佈《第 27 次中國互聯網路發展狀況統計報告》」，中國互聯網路資訊中心，  
[http://www.cnnic.net.cn/dtygg/dtgg/201101/t20110118\\_20250.html](http://www.cnnic.net.cn/dtygg/dtgg/201101/t20110118_20250.html)  
(檢索日期：2011 年 3 月 29 日)。

「中國互聯網狀況白皮書」，中華人民共和國中央人民政府網，  
[http://www.gov.cn/zwgk/2010-06/08/content\\_1622866.htm](http://www.gov.cn/zwgk/2010-06/08/content_1622866.htm) (檢索日期：2011 年 3 月 29 日)。

「中華人民共和國反洗錢法」，中華人民共和國中央人民政府網，  
[http://www.gov.cn/jrzg/2006-10/31/content\\_429245.htm](http://www.gov.cn/jrzg/2006-10/31/content_429245.htm) (檢索日期：2011 年 3 月 29 日)。

「中華民國進出口貿易統計」，國際貿易局，<http://cus93.trade.gov.tw/fsci/>  
(檢索日期：2011 年 3 月 29 日)。

「世界競爭力名次大躍進 臺灣排第八」，聯合報，2010 年 5 月 18 日，版 A1。

「因應新版個資法，企業盤點外洩管道降低營運風險」，經濟日報，2010 年 5 月 20 日，版 E2。

「兩步全球化，以 ECFA 為跳板」，聯合報，2010 年 4 月 29 日，版 A2。

「兩岸交流增溫」，聯合晚報，2009 年 10 月 27 日，版 A4。

「兩岸流通服務業，合作邁大步」，經濟日報，2010 年 1 月 29 日，版 A21。

「兩岸資服務業搭橋，商機滾滾」，經濟日報，2009 年 8 月 8 日，版 AA3。

「兩岸電子商務合作商機驚人」，中華商報(美國)，2010 年 3 月 6 日，版 A7。

「科技化服務價值鏈研究與推動計畫 :2010 年 6 月底止臺灣上網人口」，資策會 FIND，



- <http://www.find.org.tw/find/home.aspx?page=many&id=263> (檢索日期：2011年3月29日)。
- 「海峽兩岸經濟合作架構協議本文」，海峽兩岸交流基金會，2010年6月29日，  
<http://www.sef.org.tw/ct.asp?xItem=154882&ctNode=3810&mp=19>  
(檢索日期：2011年3月29日)。
- 「國民經濟和社會發展第十二個五年規劃綱要全文」，中華人民共和國中央人民政府網，[http://www.gov.cn/2011lh/content\\_1825838.htm](http://www.gov.cn/2011lh/content_1825838.htm)(檢索日期：2011年3月29日)。
- 「推動電子商務之權責機構」，經濟部臺日韓電子商務法制資訊網，  
[http://gcis.nat.gov.tw/eclaw/tjk/chinese/tjk\\_tw\\_body.asp?PageCode=tw\\_page3](http://gcis.nat.gov.tw/eclaw/tjk/chinese/tjk_tw_body.asp?PageCode=tw_page3) (檢索日期：2011年3月29日)。
- 「電子商務法制推動過程」，經濟部臺日韓電子商務法制資訊網，  
[http://gcis.nat.gov.tw/eclaw/tjk/chinese/tjk\\_tw\\_body.asp?PageCode=tw\\_page1](http://gcis.nat.gov.tw/eclaw/tjk/chinese/tjk_tw_body.asp?PageCode=tw_page1) (檢索日期：2011年3月29日)。
- 「電子商務法制環境」，經濟部新網路時代電子商務發展計畫，  
[http://gcis.nat.gov.tw/eclaw/e28\\_Body.asp?PageCode=PN1](http://gcis.nat.gov.tw/eclaw/e28_Body.asp?PageCode=PN1) (檢索日期：2011年3月29日)。
- 「聯手四大國際商務電子商務平台，網住全球商機」，經濟日報，2010年6月10日，版26。
- 「購物台，瞄準大陸3億網友」，經濟日報，2009年6月16日，版A13。



## 二、英文部分

- Alford, Philip, "E-business models in the travel industry," *Travel & Tourism Analyst*, Vol. 3(2000), pp. 67-86.
- Fukuyama, Francis, *Trust: the Social Virtues and the Creation of Prosperity* (New York: Free Press, 1995), p. 353.
- Laudon, Kenneth C. and Carol Guercio Traver, *E-commerce: Business, technology, society* (Boston: Addison Wesley, 2002), pp.10-11.
- Litan, Robert E. and Alice M. Rivlin, "Projecting the economic impact of the internet," *American Economic Review*, Vol.91 (2001), pp. 313-317.
- Nunes, Paul, Diane Wilson and Ajit Kambil, "The All-in-One Market, E-procurement, Network Retailing, and More," *Harvard Business Review*, Vol.78, No.3(May- June 2000), pp. 19-20.
- U.S. Department of State, "Internationalization of E-Commerce," *An Electronic Journal*, Vol. 5, No. 2 (May 2000), p. 2.
- Global Information Infrastructure Commission, <http://www.giic.org/> (檢索日期：2011年3月29日)。
- Pan Asian E-Commerce Alliance, <http://www.paa.net/> (檢索日期：2011年3月29日)。
- PayPal, <https://www.paypal-media.com/aboutus.cfm> (檢索日期：2011年3月29日)。
- "Digital Economy Rankings 2010," *Economist Intelligence Unit*, [http://graphics.eiu.com/upload/EIU\\_Digital\\_economy\\_rankings\\_2010\\_FINAL\\_WEB.pdf](http://graphics.eiu.com/upload/EIU_Digital_economy_rankings_2010_FINAL_WEB.pdf) (檢索日期：2011年3月29日)。
- "World Internet Users and Population Stats," *Internet World Stats*, <http://www.internetworldstats.com/stats.htm> (檢索日期：2011年3月29日)。
- "World Knowledge Competitiveness Index 2008," *Centre for International Competitiveness UWIC*, <http://www.cforic.org/pages/wkci2008.php> (檢索日期：2011年3月29日)。



## 附錄一：臺灣電子商務法制推動過程

年度	事項
1997年	行政院 NII 推動小組指示由經建會召集相關部會組成「NII 法制推動工作小組」，負責相關法規研修。
1998年	NII 組成「數位簽章法」研擬小組，專司負責該法草案研擬的工作及落實配合新法案立法相關協調之任務。
1999年	經濟部商業司延續 NII 「數位簽章法」之研究規劃「推動電子簽章法計畫」。
2000年	行政院通過「建立我國通資訊基礎建設安全機制計畫」。
2001年	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 行政院「綠色矽島建設藍圖」提出：「臺灣必須改善資訊通信基礎建設，...健全電子商務相關法規」。</li> <li>2. 11月14日總統令公布「電子簽章法」全文。</li> <li>3. 行政院院會於11月5日通過訂定「電子商務消費者保護綱領」。</li> <li>4. 12月行政院第2766次院會通過「國家資訊通信發展推動方案」，由經濟部商業司負責商業自動化及電子化之整體（含法制）推動。</li> </ol>
2002年	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 1月1日起行政院推動實施「電子商務消費者保護綱領」。</li> <li>2. 4月1日「電子簽章法」起正式施行。</li> <li>3. 4月3日「外國憑證機構許可辦法」發布施行。</li> <li>4. 4月10日「電子簽章法實行細則」發布施行。</li> </ol>
2003年	1月發布施行「消費者保護法」修正條文發布施行，網際網路買賣適用關於郵購買賣之規範。
2004年	7月7日「憑證實務作業基準應載明事項準則」發布施行。
2005年	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 經濟部商業司為集中資源，遂將既有之「電子商務環境整備及企業對個人電子商務推動計畫」、「推動電子簽章法計畫」、「電子商業國際合作推動計畫」及「商業現代化雙月刊計畫」四個計畫合併為「電子商務法制及基礎環境建構計畫」，持續檢視與修增相關法令規定。</li> </ol>



	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. 3月31日「網路交易定型化契約應記載及不得記載事項指導原則」發布施行。</li> <li>3. 5月5日「網路交易課徵營業稅及所得稅規範」發布施行。</li> </ol>
2006年	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 4月「電子簽章法」修正案報請行政院審議。</li> <li>2. 7月6日電腦軟體分級辦法」發布施行。</li> <li>3. 11月16日「線上遊戲定型化契約範本」公告。</li> <li>4. 12月6日「電子發票實施作業要點」發布施行。</li> </ol>
2007年	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 4月3日召開修法方向研商會議，會議中決議將原報行政院之「電子簽章法」修正草案先行撤回，維持現有立法體例，相關議題回歸到各機關主管法規處理，「電子簽章法」則評估憑證管理需要後再重新研議。</li> <li>2. 7月11日「著作權法」修正，加入網際網路服務提供者（ISP）及點對點傳輸（P2P）業者的責任。</li> </ol>

資料來源：「電子商務法制推動過程」，經濟部臺日韓電子商務法制資訊網，  
[http://gcis.nat.gov.tw/eclaw/tjk/chinese/tjk\\_tw\\_body.asp?PageCode=tw\\_page1](http://gcis.nat.gov.tw/eclaw/tjk/chinese/tjk_tw_body.asp?PageCode=tw_page1)。

