

無店面產業論壇

指導單位：經濟部商業司

主辦單位：中華民國無店面零售商業同業公會

協辦單位：中華民國資訊軟體協會、台灣國際物流暨供應鏈
協會、台灣資通訊傳播協會

中華民國 106 年 7 月 19 日

無店面產業論壇

※時間：106 年 7 月 19 日 14:00~17:00

※地點：集思台大會議中心 柏拉圖廳（台北市羅斯福路四段 85 號 B1）

※議程：

時間	內容	講者
13:30 ~ 14:00	來賓報到	
14:00 ~ 14:05	主席致詞	無店面公會 廖尚文理事長
14:05 ~ 14:20	2017 防詐騙聯合宣導《業者募集發起儀式》記者會	政府及業者代表
14:20 ~ 15:10	跨境電子商務市場推動策略	經濟部商業司 李鎡司長
15:10 ~ 15:20	中場休息	
15:20 ~ 16:10	電商新南向的法律風險評估	瀛睿兩岸暨創新顧問公司 簡榮宗總經理
16:10 ~ 17:00	掌握新零售的快速變化	東森得易購公司電子商務事業部 王志仁執行長

跨境電子商務市場推動策略

經濟部商業司
106年7月19日

大綱

- 電商產業現況
- 政府電子商務推動政策
- 政府電商規定變動
- 商業司推動電商國際化的作法
 - ✓ 東協電商推動作法
 - ✓ 大陸地區電商推動作法
 - ✓ 跨境電商物流

壹、電商產業現況

3

產業現況(1/5)

一、電子商務概況

上網率

整體上網率高達84.8%，
18至30歲民眾的上網率達100%

便捷快速的物流



- 1.便捷24小時物流體系，例如電商平台PChome 24小時到貨，準時達成率達99.68%
- 2.部分主要城市已達到3小時內到貨

多元的付款方式

- 超過70%消費者使用線上信用卡

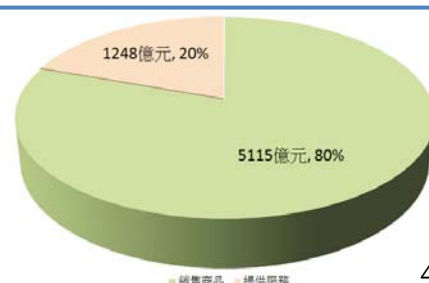


- 便利商店付款，超過10,000家的便利商店，全球密度最高



- 貨到付款/郵政劃撥 / 銀行轉帳/網路銀行付款/ ATM轉帳/行動付款

- 104 年B2C網路銷售部分為6,363 億元，其中銷售商品(製造業及批發零售業)5,115億元，提供服務(如金融及保險業等)1,248億元(依據主計總處105.12.發布電子商務統計結果)。
- 超過40,000家中小企業在網路上開店 (資策會推估)。

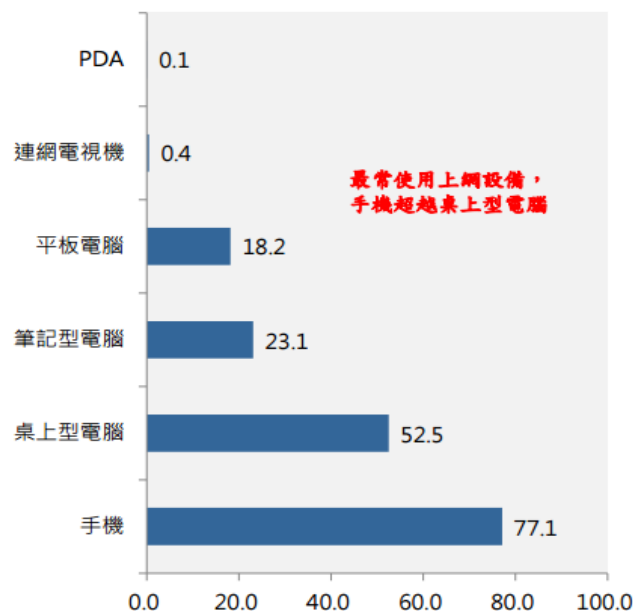
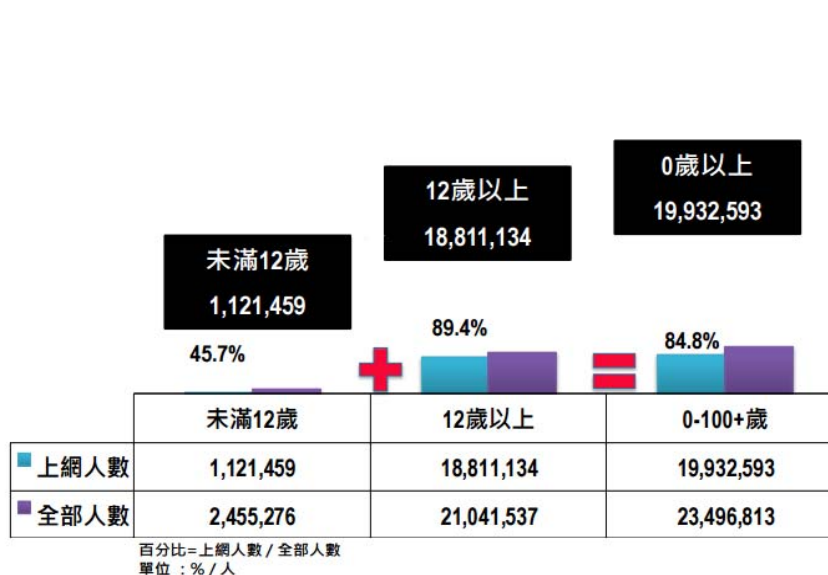


4

產業現況(2/5)

二、臺灣網路使用者現況

- 我國民眾上網率高達8成以上，12歲以上上網率接近9成。
- 網路使用者最常使用手機(77.1%)上網，已超越桌上型電腦。



資料來源：TWNIC, 2016年台灣寬頻網路使用調查，
2016年9月

5

產業現況(3/5)

三、臺灣網購行為特性

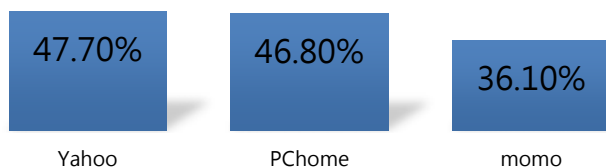
2016年網購消費平均

27,715元
佔每月消費總支出17.8%

網購主力年齡層

36歲 - 55歲

最常B2C購物網站



主要網購支付方式



最常獲取商品資訊管道

- 入口網站 (44.1%)
- Facebook (39.9%)
- 電視廣告 (38.2%)
- 部落客/網紅 (21.2%)
- Line (17.4%)
- 報章雜誌 (14.6%)

最常C2C購物網站



主要網購物流方式







資料來源：資策會產業情報研究所發布針對消費者網購行為進行調查分析,2017年3月15日

6

產業現況(4/5)

三、臺灣網購行為特性

- 近四成曾經跨境網購，84.3%有意願嘗試或繼續跨境網購
- 海外網購主要誘因：價格實惠(69.0%)、種類多元(42.2%)、折扣/促銷多(29.0%)
- 跨境網購主要商品類型：服飾配件(51.0%)、3C(43.2%)、日常用品(28.9%)

最常跨境網購國家	
	72.7%
	40.4%
	22.9%
	12.8%

最常跨境網購網站	
淘寶/天貓商城  	79.2%
樂天市場 	29.7%
Amazon 	17.4%

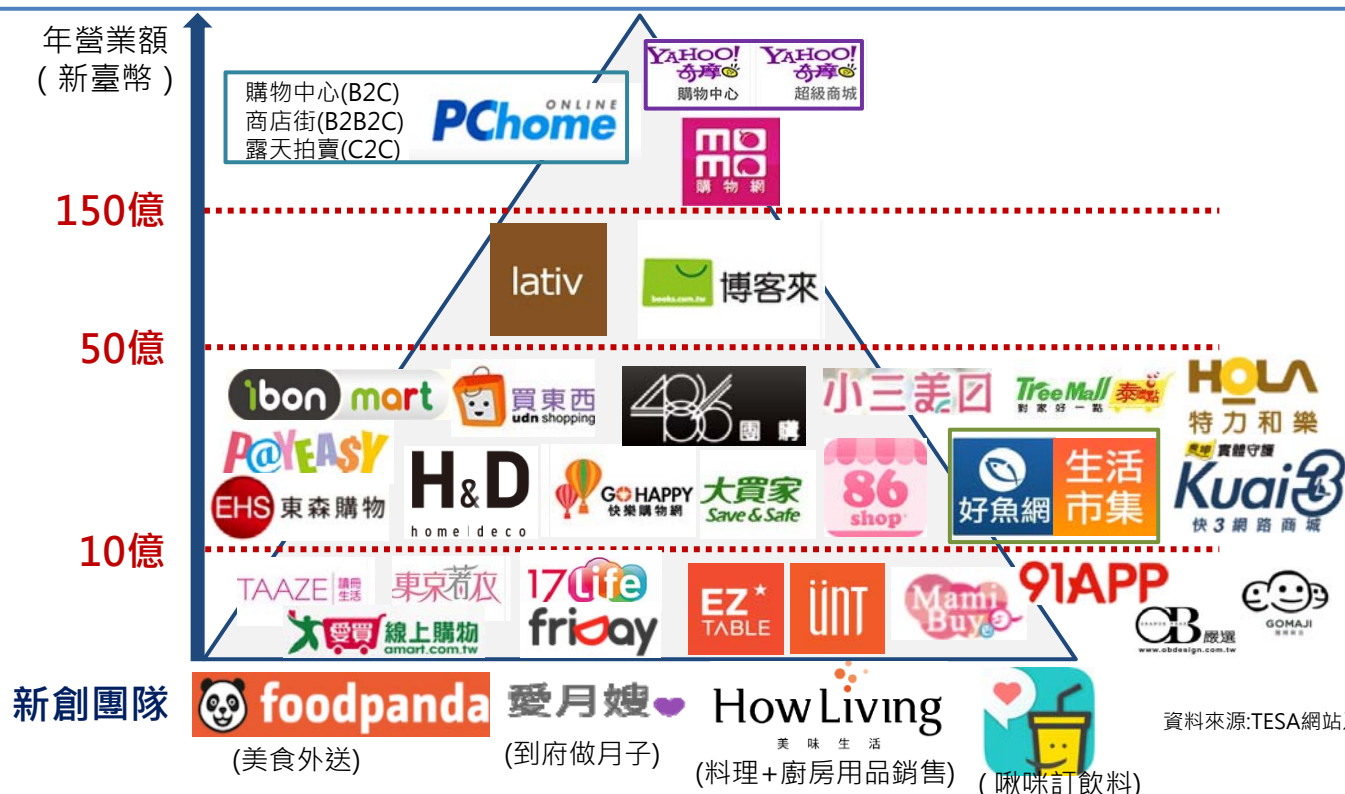
資料來源：資策會產業情報研究所發布針對消費者網購行為進行調查分析,2017年3月15日

7

產業現況(5/5)

四、電子商務(網路零售)

臺灣電商平臺以中型規模居多，平均年營業額介於50億元上下；規模較大之平臺為Yahoo、PChome、momo等，平均年營業額在百億元以上。



資料來源:TESA網站及天下雜誌

8

貳、政府電子商務推動政策

9

政府電子商務推動政策(1/5)

● 數位國家・創新經濟方案

- 行政院院會於105年11月24日通過，其中數位經濟躍升促進包含電子商務在內的數位商務及數位內容產業躍升，強化國際合作與海外拓展。



10

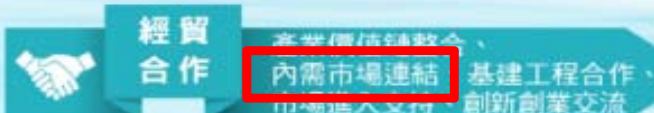
政府電子商務推動政策(2/5)

- 依據總統於105年8月16日召開對外經貿戰略會談，通過之「新南向政策」政策綱領，擬定本項推動計畫

「新南向政策推動計畫」

目標市場：東協十國、南亞六國、澳洲、紐西蘭共18國

從4大面向展開，建立「經濟共同體意識」為願景



長期深耕

多元開展

雙向互惠

推動措施

具體作法

內需市場連結

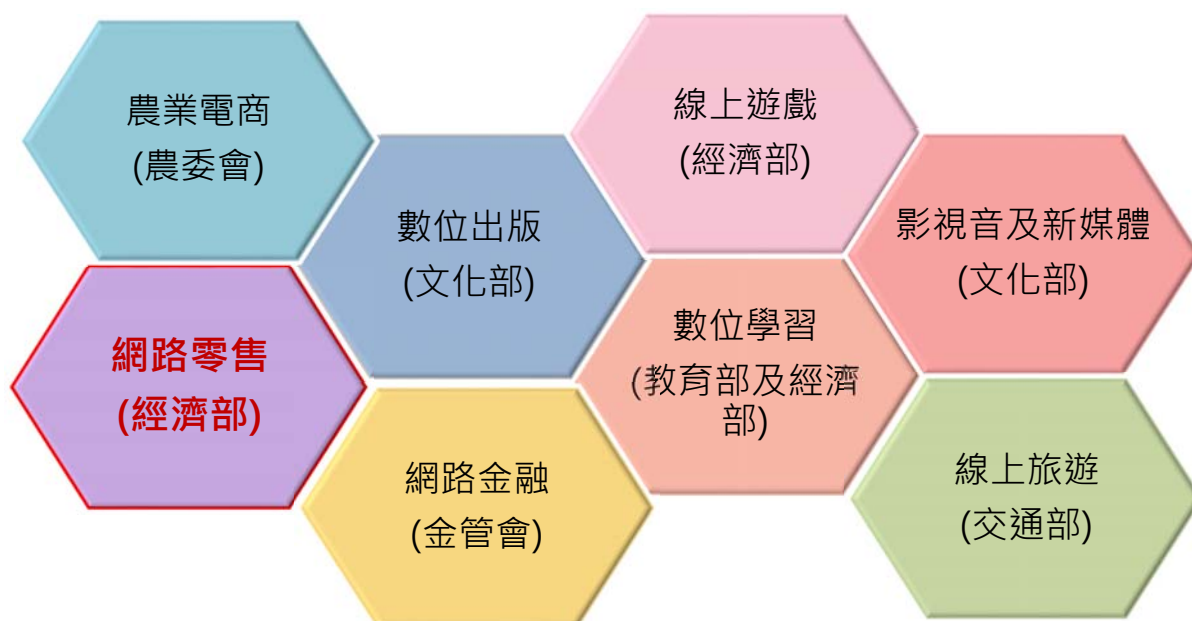
- 協助國內電商赴海外發展，與當地業者合作或落地經營，強化平臺競爭力，拓展內需消費市場商機
- 協助國內電商在當地建立金流及物流服務網



11

政府電子商務推動政策(3/5)

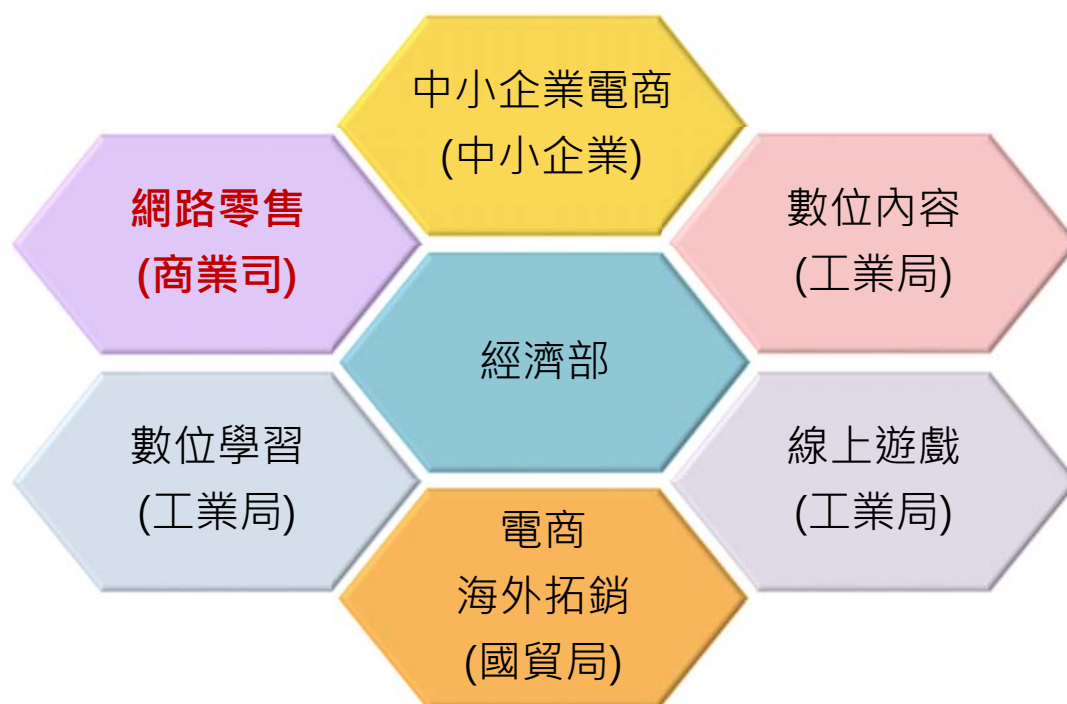
- 各部會主管電子商務推動領域



12

政府電子商務推動政策(4/5)

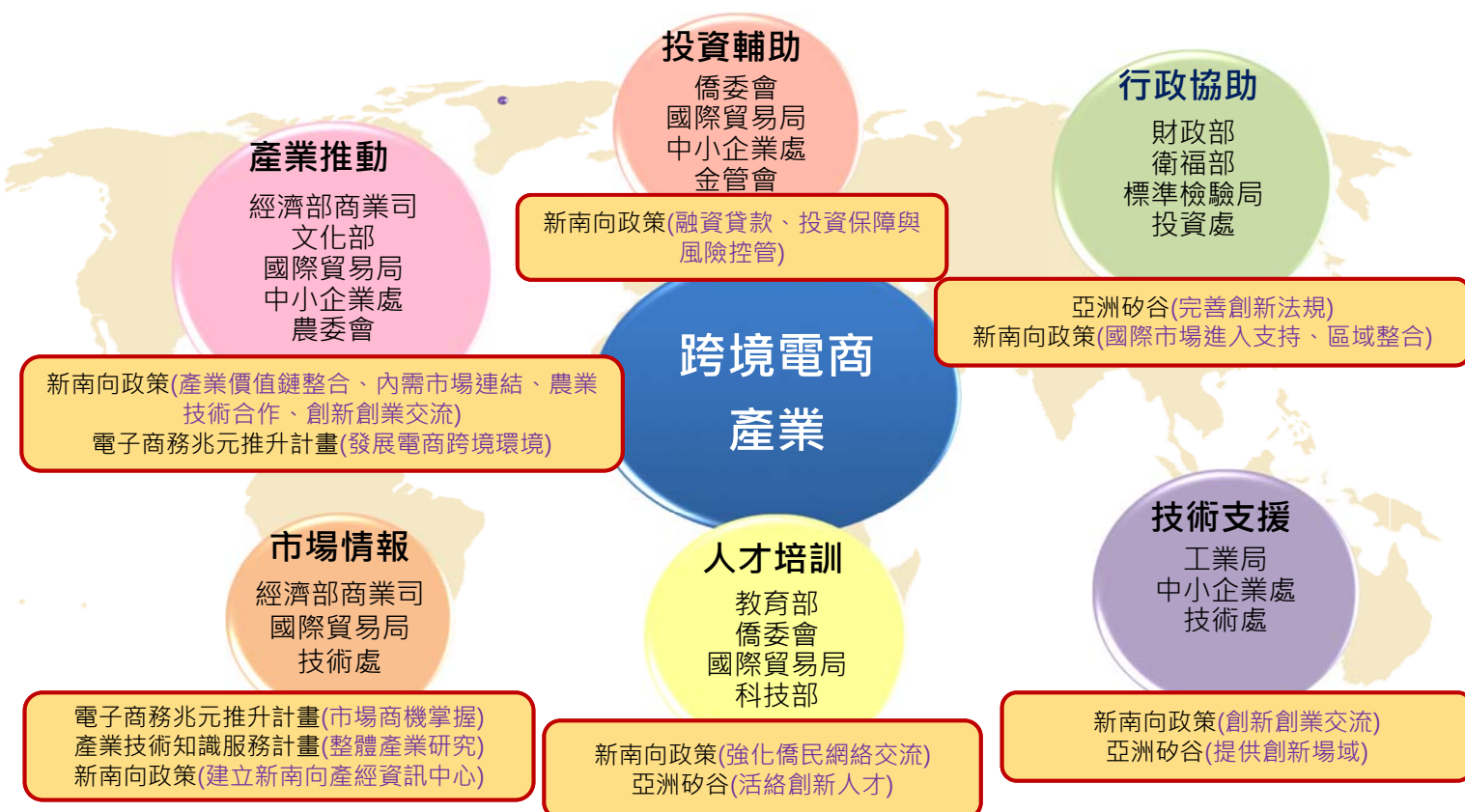
● 經濟部電子商務推動領域



13

政府電子商務推動政策(5/5)

● 現有各項政府資源



14

參、政府電商規定變動

15

政府電子商務規定變動(1/4)

● 跨境電子勞務交易課徵營業稅規範

- 實行日期：106年5月1日施行
- 背景：網路交易進口勞務或由線上下載瞬間完成(B2C)，交易訊息隱密不易課稅，我國修改相關稅法，以杜絕財稅流失。
- 對象：境外電商營業人以銷售電子勞務予境內自然人，年銷售額超過48萬元者，應申請辦理稅籍登記。
- 電子勞務定義：
 - 1.經由網際網路或其他電子經由網際網路或其他電子方式傳輸提供下載儲存至電腦設備或行動裝置（如智慧型手機或平板電腦等）使用之勞務。
 - 2.不須下載儲存於任何裝置而於網際網路或以其他電子方式使用之勞務，包括線上遊戲、廣告、視訊瀏覽、音頻廣播、資訊內容（如電影、電視劇、音樂等）、互動式溝通等數位型態使用之勞務。
 - 3.其他經由網際網路或其他電子方式提供使用之勞務，例如經由境外電商營業人之網路平台提供而於實體地點使用之勞務。

(http://gazette.nat.gov.tw/EG_FileManager/eguploadpub/eg023073/ch04/type2/gov30/num7/Eg.htm)

16

●化妝品廣告事前審查制度

➤失效日期：106年1月6日

- **背景**：源自台灣DHC公司在2010年時，在網路購物平台，刊登「DHC全效淨白防曬乳」廣告，當時台北市衛生局依「化妝品衛生管理法」第24條及30條規定，以台灣DHC未經申請核准為由裁罰新台幣3萬元，但DHC公司不服裁罰，改打行政官司，行政官司敗訴確定後就聲請釋憲，請求大法官解釋。
- **大法官會議解釋**：司法院大法官會議作成釋字第744號解釋，認定該項事前審查規定不符憲法比例原則，違反保障人民言論自由，所以裁定化粧品衛生管理條例部分事先送審相關規定失效。

(www.judicial.gov.tw/constitutionalcourt/p03_01.asp?expno=744)

17

●關稅法修正

➤次數頻繁不適用免稅(106年3月1日實施)：

- 依據關稅法第49條第2項，增訂進口次數頻繁之貨物，不適用完稅價格在財政部公告限額以下之免稅規定。進口次數頻繁之貨物為同一納稅義務人於半年度內進口貨物已適用免稅規定放行逾6次者。
- 半年度係指每年1月至6月，7月至12月為進口次數之認定點。

➤調降免稅額(預計106年9月1日實施)：

- 電商貨物以快遞方式進口享有完稅價格新台幣3,000元以下免稅優惠，為促進稅賦公平，財政部修正關稅法有關進口貨物課稅認定方式，進口貨品免稅門檻由目前3,000元降至2,000元。

(<http://law.moj.gov.tw/LawClass/LawAll.aspx?PCode=G0350001>)

18

政府電子商務規定變動(4/4)

● 跨境電子商務貨物通關制度

- 財政部關務署於105年7月27日、8月4日及8月11日分別於該署及其轄下臺中關、高雄關舉辦公聽會，召開3場公聽會及行政機關協調會議，對外說明對於跨境電子商務通關之構想，推動「跨境電子商務貨物通關制度」。
- 跨境電子商務貨物通關制度，係以源頭管理、電子商務通關服務平臺、清表通關自動彙總及簡易通關優惠措施為核心架構。
- 已完成相關關稅法及其子法修正草案，後續將召開法制溝通座談會。

19

肆、商業司推動電商國際化的作法

20

臺灣電商在東協市場現況



在台灣發展
跨境直送

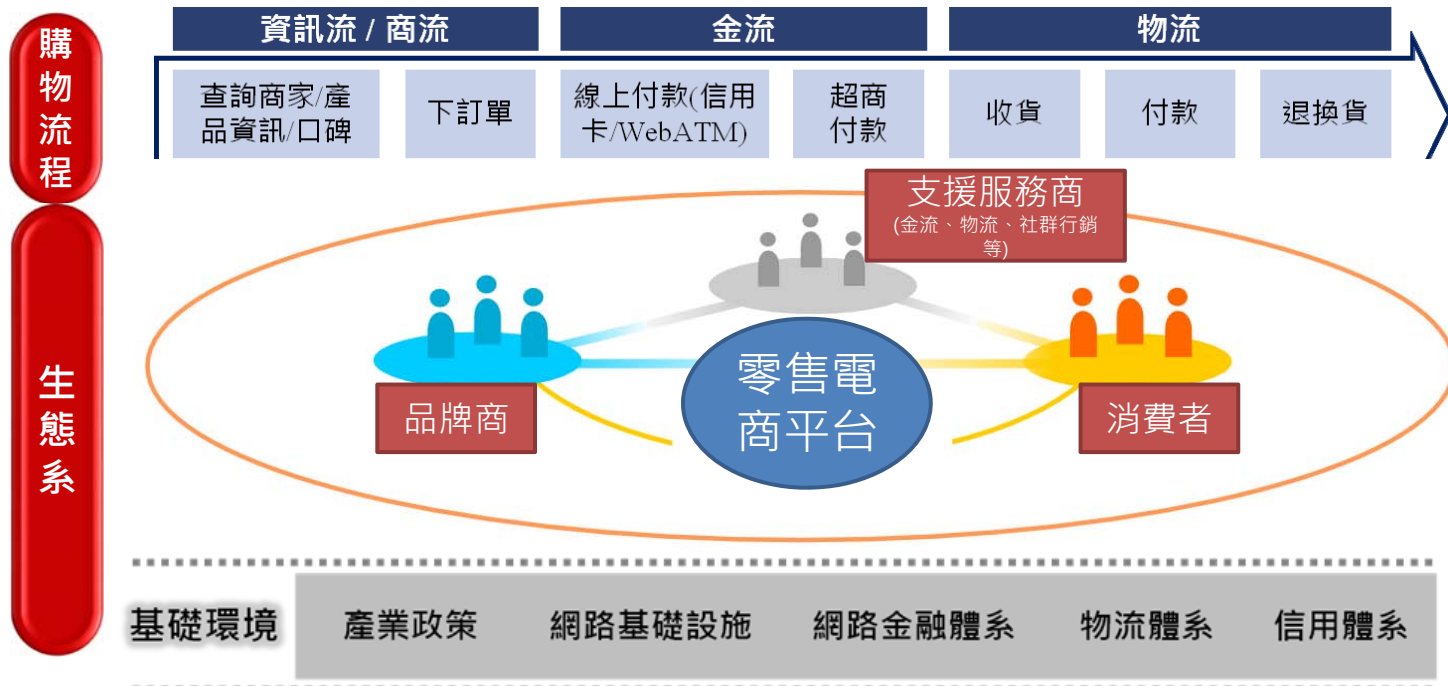
於海外平臺
開立品牌旗艦店

在海外自建
當地語言電商平臺

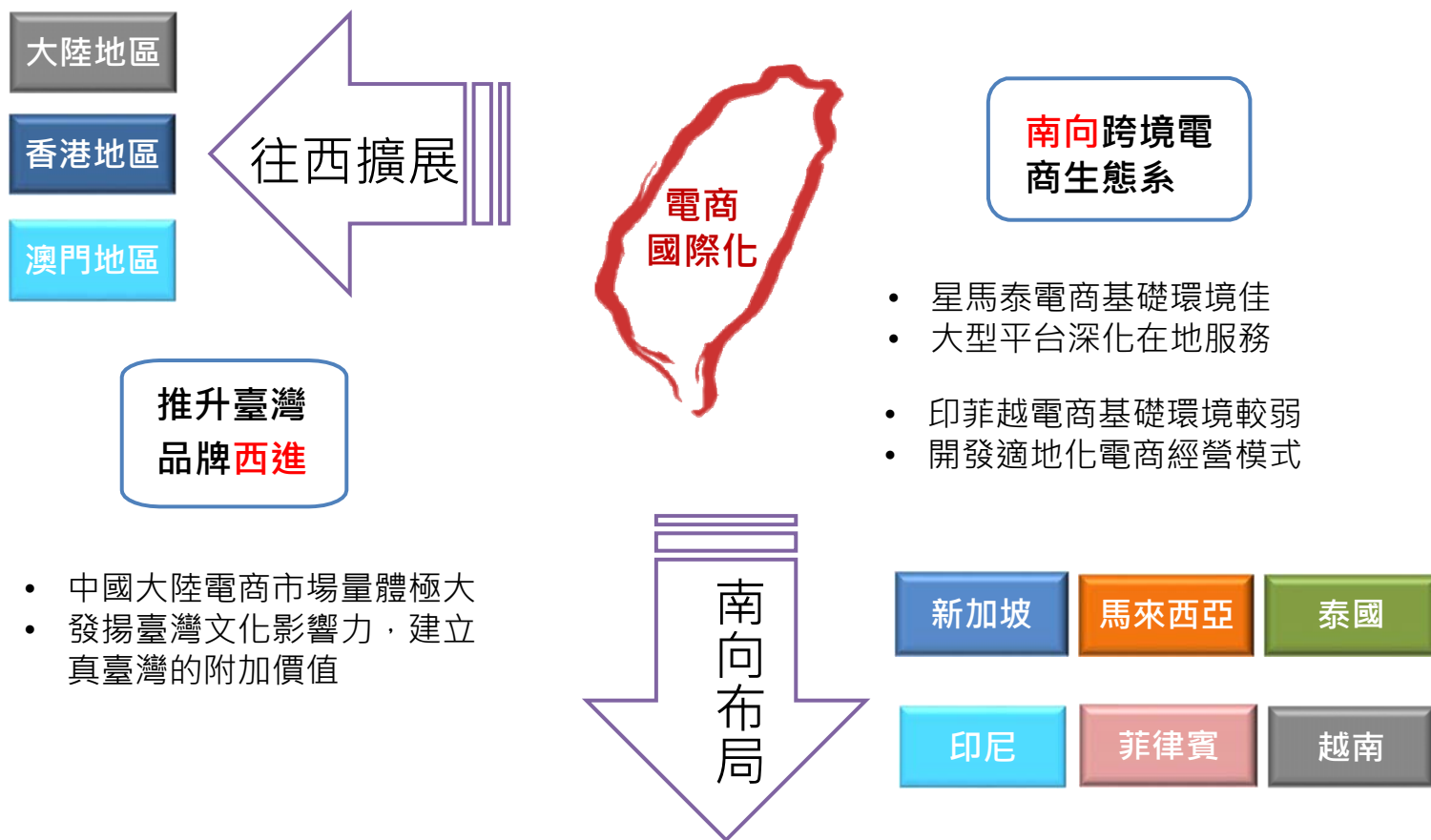
馬來西亞												
泰國												
新加坡												
印尼												
菲律賓												
越南												

21

電商零售生態系統

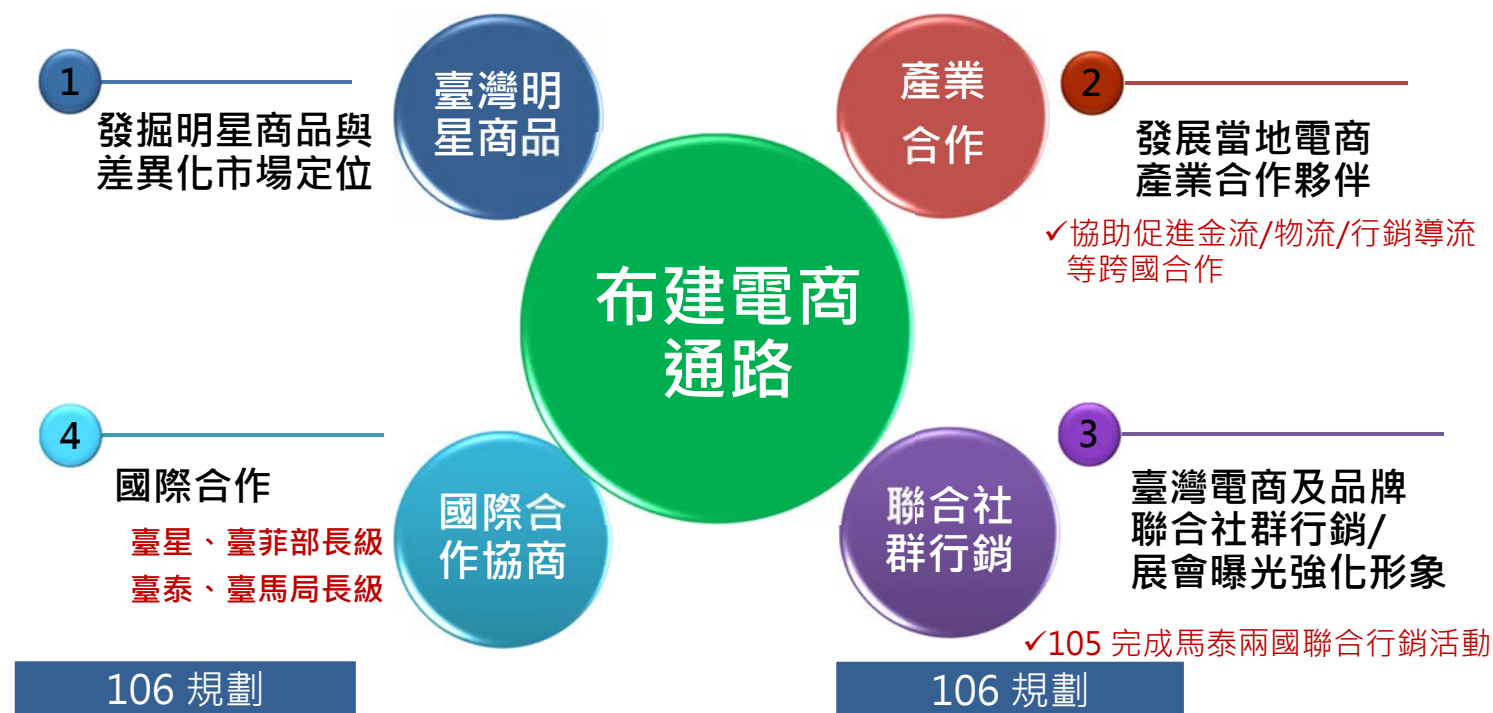


南向與西進



23

東協電商推動作法 (整體作法)



臺馬合作

- ✓9月在馬共辦電商跨海行銷活動。
- ✓9月帶業者參加馬國網購節
- ✓9/7-9/9在馬來西亞舉辦亞太電商論壇(輪辦)及馬來西亞未來商務展 Taiwan Day

- ✓擴大於星馬泰印菲等五國舉行臺灣電商及品牌聯合行銷活動
- ✓9/29-10/1菲律賓臺灣綜合形象展覽會
- ✓11月在臺辦理臺灣東協電商夥伴圈高峰論壇

24

東協當地電商市場及競爭態勢分析



主要電商平臺

研究當地最大電商平臺業者
(Lazada, WeLoveShopping,
Tokopedia)並建立背景資料

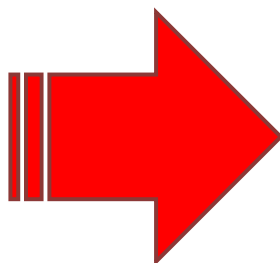
經濟部

跨境電商 服務網



特色電商企業

- 瞭解當地值得研究之電商
標竿企業(Tapp market、
Adayroi)・協助電商業者
找到對的營運模式



跨境資源整理

消費者調研報告

總經資訊

重要市場動態消息

法規資料



當地網購行為

- 協助電商業者(TVDmomo,
uitox, PChome Thai)建
立適地化經營模式

25

馬、泰公司設置及電子商務商品通關檢驗程序報告



法規彙整

- 電商法規
- 公司設立
- 稅則制度
- 通關流程

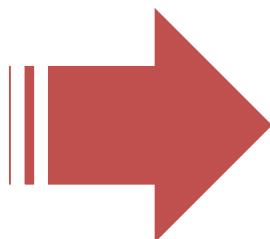
經濟部

跨境電商服務網 (106年下半年上線)



業者經驗

- 障礙盤點
- 業者訪談
- 經驗彙整
- 注意事項



跨境資源整理

1. 馬、泰消費者調研報告
2. 馬、泰總體經濟資訊
3. 馬、泰市場動態
4. 馬、泰馬泰公司法規資料

26

馬來西亞網購行為

馬國跨境交易額佔整體電商交易額40%

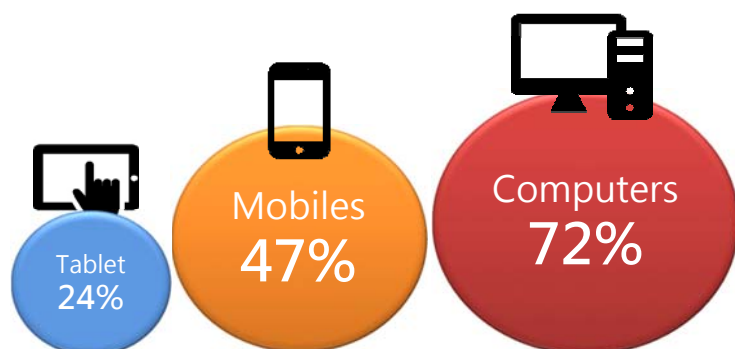
Source: Google, TNS, August 2015



網購device

重要社群平台與通訊軟體

2000 萬 1400 萬 1200 萬 900 萬



Source: Nielsen cited by The Rakyat Post, August 2014

Source: Hootsuite Jan 2017

27

馬來西亞消費偏好

大量的線上 / 線下研究
線上比價，線下體驗與諮詢

馬來人與華人在電商平台、網購品類與網購通路的偏好並無明顯差異

跨境網購時產品來源國效應偏低，但偏好有品牌、品質與服務好的國外產品

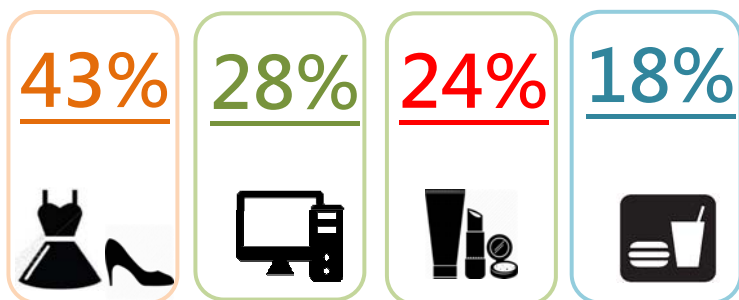


Source: CDRI Consumer Research in Malaysia, 2016

28

泰國網購行為

網購商品

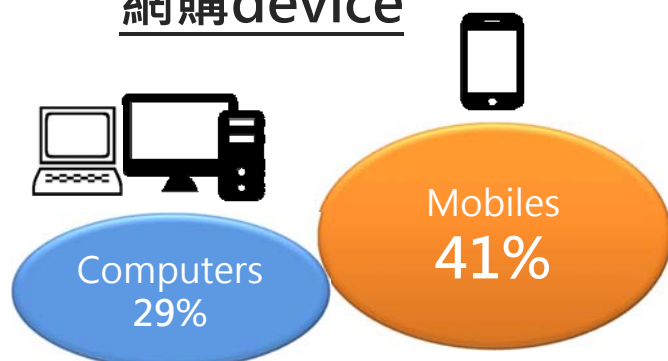


Source: ETDA, July 2015

網購平台

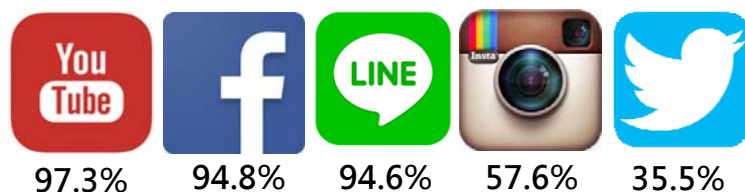
- 受限於語言障礙，37%受訪者未曾從跨境網購；多數受訪者偏好透過當地平臺購買國外產品

網購device



Source: WE Are Social, January 2017

重要社群平台與通訊軟體



Source: Thailand ETDA, 2016

29

泰國消費偏好

享受購物樂趣

重視折扣%

熱衷跨通路/ 跨網購平台/ 跨裝置比價

熱衷社群生活與社群經濟

超過一半民眾曾經透過社群平台網購商品

習慣行動網購

86% 上網者使用手機上網
平均每天6.2小時



Source: CDRI Consumer Research in Thailand, 2016

30

目前馬來西亞與泰國的網購市場前三大商品類型均類似

流行服飾

3C 產品

美妝保養品

當地較具知名度臺灣品牌



Source: CDRI Consumer Research in Malaysia, 2016

31

東協行銷推動作法

(105-106)從星馬泰擴展到星馬泰印菲等五國

聯合行銷活動



- 開設「臺灣嚴選 Taiwan Select」專區。協助超過**200個臺商**品牌、**20,000種商品**及**100,000個品項 (SKUs)**至馬來西亞三大電商平臺落地販售，大幅提升臺灣優質商品能見度與通路數，得到**4,813張訂單**。



社群行銷活動



- Facebook/ LINE廣告
- 關鍵字廣告、人氣部落客專文推薦：吸引**7,457次**及**10,003次**下載折價券。



- Facebook「招募賣家」抽臺灣機票活動
- 累積 14,000個粉絲團按讚數，整體上架商品數超過135萬件



媒體茶敘分享會



- 「Experience the Wonders of Taiwan」
- 吸引45家媒體
- 產出超過80則媒體曝光 (泰國46則與臺灣38則)



32

推動「臺灣-東協電商夥伴圈」

「由點突破」：與最具優勢、最親近友善的國家 (馬來西亞) 合作

「全面佈網」：廣邀東協各國親近認識臺灣、臺灣成為東協電商夥伴。

- MDEC和SITEC合辦「臺馬電商高峰論壇暨媒合會」及「馬臺電商投資論壇」，馬300多位、臺700多位電商人士參與
- 取得馬來西亞共識，倡議「臺灣-東協電商夥伴圈」

- 規劃「臺灣-東協電商夥伴圈」
- 透過APEC AHSGIE網路經濟特別指導小組邀請東協國家參與

- 「亞太電商論壇暨展覽」
- Taiwan Day 活動
- 臺馬跨海電商賣家聯合行銷



- 舉辦「臺灣-東協電商夥伴圈高峰論壇」

33

馬來西亞洽商團活動

- ◆活動名稱：馬來西亞電商賣家跨海行銷活動, 亞太電商論壇暨展覽、Taiwan Day
- ◆活動期程：9月7日、9月8日、9月9日
- ◆主辦單位：臺灣 - 經濟部商業司
馬來西亞 - 雪蘭莪資訊科技與電子商務理事會 (SITEC)
- ◆活動內容：

展覽

展場設立別具規模之「台灣主題館」，展演台灣各領域商務趨勢。

TaiwanDay

於活動第二日舉辦「Taiwan Day」論壇，探討台灣電商產業、並詳加介紹台灣電商各企業之規劃與遠景。

交流與試銷

第三日活動高潮「人氣賣家頒獎典禮」前，台灣團隊將有絕佳時機與馬來西亞當地企業作互動與交流，建立未來合作契機。

參訪與洽商

安排參訪大馬當地代表性電子商務平台，了解其企業內涵與營運狀況，進一步洽談合作商機。

34

招商媒合會

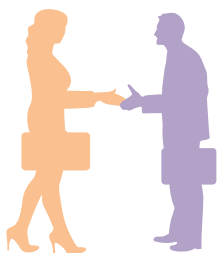


產品供應商



透過媒合機制，
組織有志南向產
品供應商，
取得與跨境平台

臺灣的平台
+
臺灣的供應商



跨境平台業者

媒合成果

- 2016年4月
PChome、momo、uitox等3家跨境平台參與招商，63家供應商報名，合計媒合189次。
- 2016年8月
uitox、賀田國際、時尚美人、陽明好好物流等4家跨境平台參與招商，38家供應商報名，合計媒合120次。
- 2017年5月
PChome、歐漾、時尚美人、大樹醫藥、uitox、華美航運、台貿、華岡、善恩、京東、賀田國際、和商等12家跨境平台參與招商，70家供應商報名，共計媒合910梯次。

35

經濟部

跨境法律諮詢服務

國內-跨境電商服務網 (7月成立) 免費諮詢服務

- 建立合格的律師、會計師顧問名單，提供免費業者諮詢服務
- 於「跨境電商服務網」
 - 填寫申請單或洽詢商研院王景弘研究員7707-4854
 - 經確認為本國登記之電商業者
 - 與顧問登記諮詢時間

海外-經濟部投資處 台商全球服務網 海外諮詢窗口

- 菲律賓窗口
楊寶玉小姐 +63 2 887-6688#150
taiwandesk-ph@kpmg.com.tw
- 緬甸窗口
廖惠清小姐 +95 9 965 151 198
taiwandesk-mm@kpmg.com.tw
- 越南窗口
阮進成先生 +84 8 3927 2833
taiwandesk-vn@kpmg.com.tw
- 印尼窗口
吳豐任先生 +62 21 525 2008#2535
taiwandesk-id@kpmg.com.tw
- 泰國窗口
劉紫銀小姐 +66 2 670 2507
taiwandesk-th@kpmg.com.tw
- 印度窗口
Ms. Akanksha Agarwal (91)11-2670-7900
taiwandesk-in@kpmg.com.tw

36

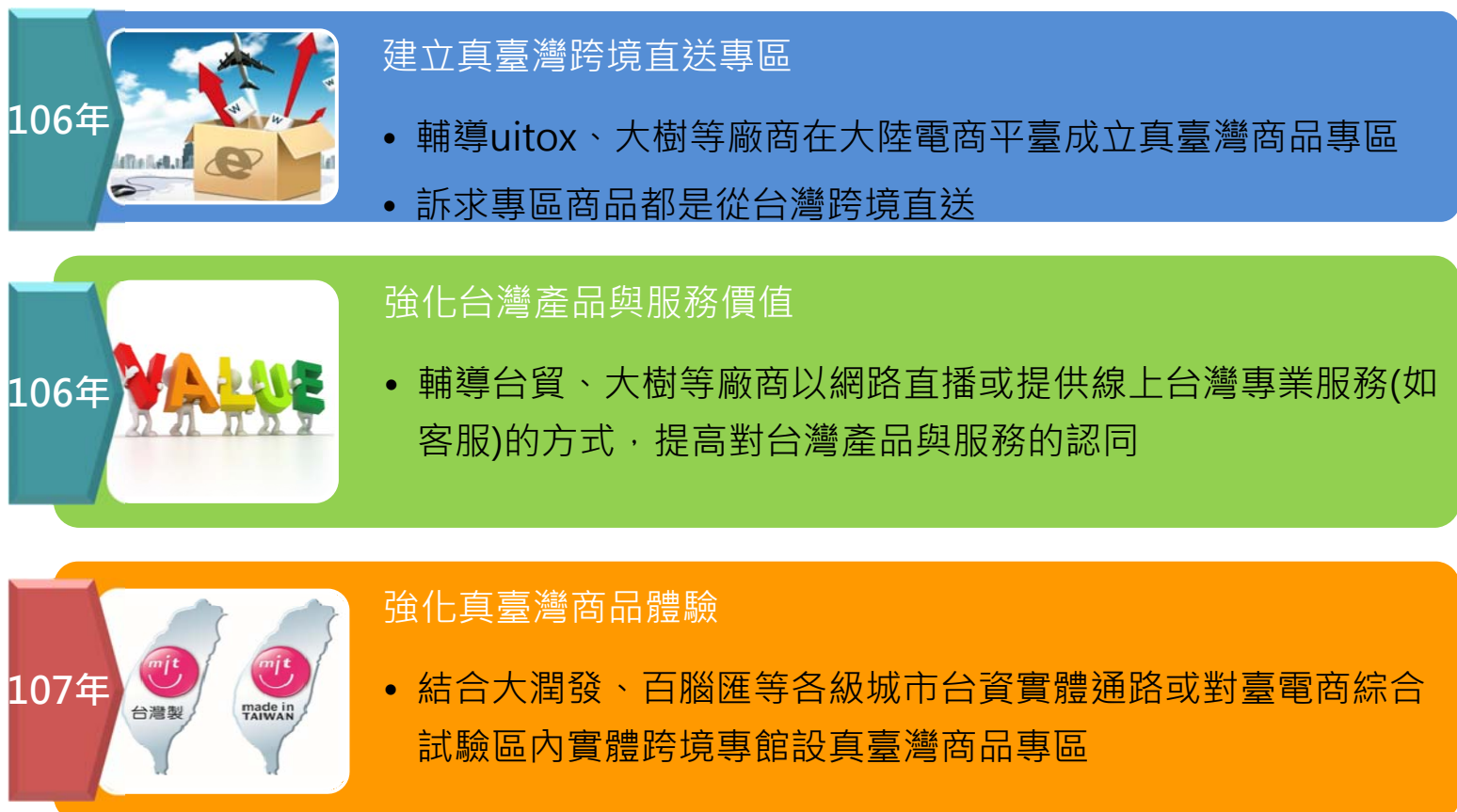
大陸市場推動

產業面 - 舉辦兩岸跨境電商論壇



37

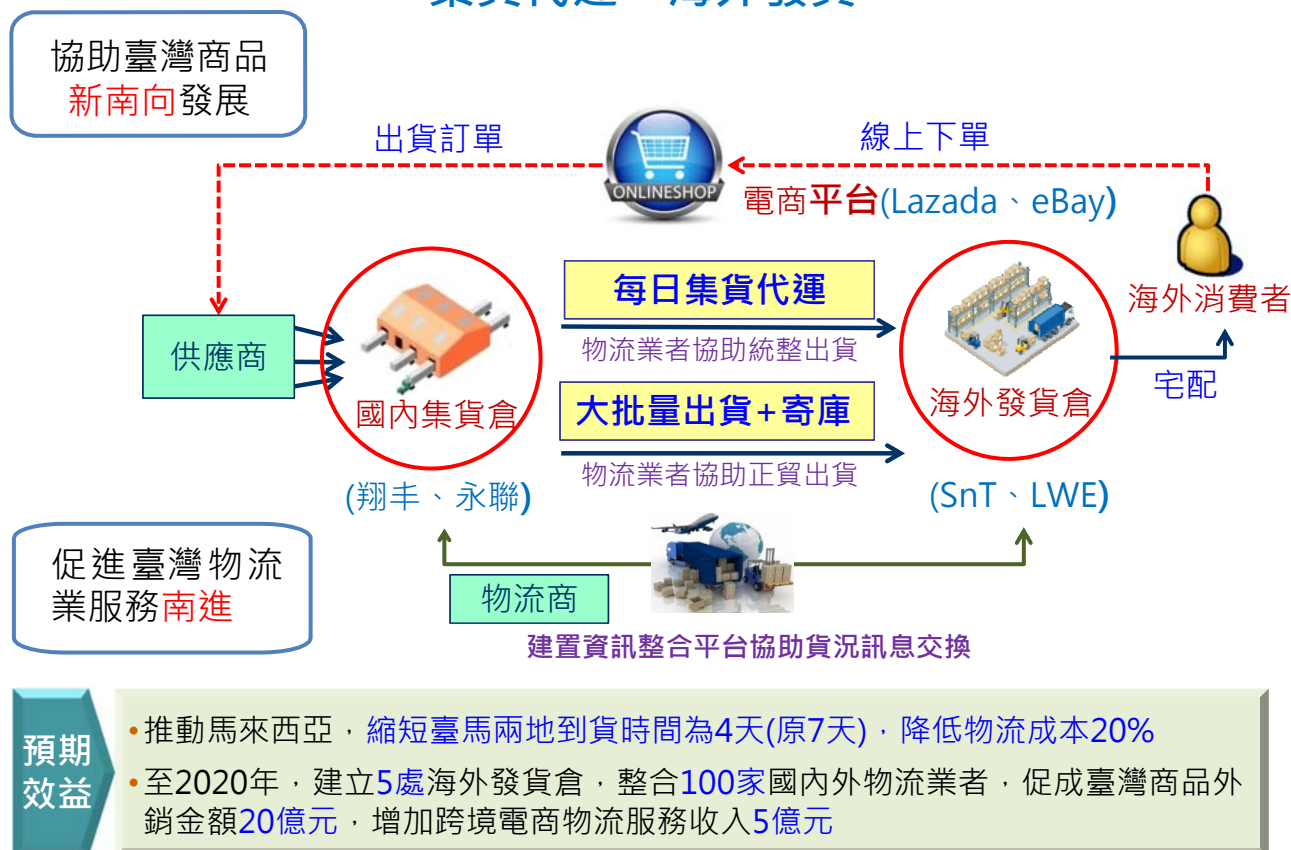
大陸地區推動作法(行銷面)



38

跨境電商物流推動作法

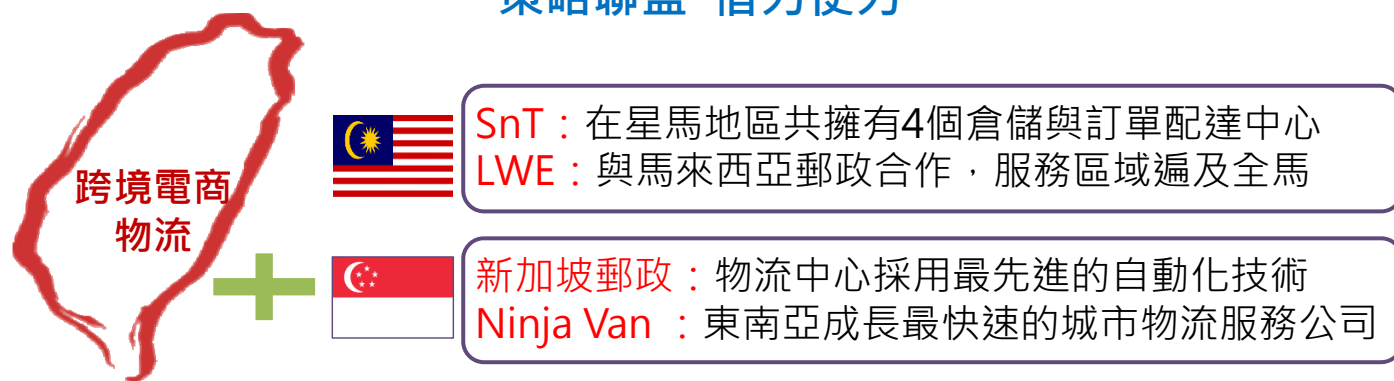
集貨代運、海外發貨



39

促進企業跨國合作

策略聯盟 借力使力



1. 促成臺灣全球運籌協會與SnT合作，未來會員均可利用SnT星馬發貨倉與車隊進行服務
2. 促成好馬吉與Ninja Van合作，共同提供電商平台一條龍物流服務
3. 整合超捷、台驊、新加坡郵政、順豐、LWE，共組跨境電商Door To Door物流團隊
4. 促成臺星相關協會合作，整合技術團隊發展國際物流訊息交換機制

40

商機媒合與交流活動

時間	地點	內容說明
7月18~21日	臺北/高雄	新加坡國際企業發展局(IE Singapore)率團來臺交流與洽談合作
9月4或5日	新加坡	1.舉辦跨境電商交流論壇 (規劃與IE Singapore合辦) 2.簽署雙邊業者合作意向書
9月7~9日	馬來西亞	參與馬來西亞SITEC舉辦之Selangor Smart City & Future Commerce Convention之會展活動
10~11月	臺灣	邀請星馬地區業者來臺舉行跨境物流模式的交流會議

41

跨境共倉共配計畫概述

計畫目標

建構跨境互聯平台及**共倉共配服務網絡**，形塑台灣成為亞太跨境電商之轉運樞紐

目的三：大帶小

透過合作實證所建立之示範體系，**募集其他中小型電商業者或品牌業者共同參加**，擴大配送商品量，藉此**降低跨境物流費用**



目的一：推聯盟

以**聯盟**的方式，輔導平台營運業者、中小型零售或品牌業者、貨櫃倉儲物流業者等，共組聯盟**推動共倉共配合作**模式

目的二：整體系

透過**合作實證的模式**，由法人整合資訊系統資源，聯合潛在業者，鎖定東協目標國推動共倉共配服務示範體系

預期效益

- 串接或設置目標國海外雲倉至少3個、國內出口集貨預備倉至少3個，提供國內業者兩地的倉儲空間，縮短產品交貨到終端顧客的時間拓銷環境。
- 透過合作實證的模式與資源，由法人聯合潛在業者，鎖定東協目標國推動共倉共配服務示範體系，建構低於市場既有物流成本3%~5%的服務網絡

42

輔導與應用示範

目標

透過合作實證所建立之示範體系，發揮以大（電商平台業者）帶小、以量（集倉共配）制價的精神，募集有意前進東協市場之電商平台業者及物流運籌業者共同組成合作聯盟，藉此擴大目標國配送的商品量，為跨境電商之物流服務，創造具成本優勢的服務通道。

內容

1中大型電商平台業者

共倉共配運籌服務公司
(以東協國家為優先)

2家中小型平台業者

相似的商品

相同(近)的跨境國

創新的模式

實證
起訖
時間

106年6月

合作實證金額
以1,000萬為原則
(團隊另須自籌1/2經費)

106年12月

附註：中大型電商平台業者係指東協地區平均月運輸量可達1,000件以上者。

43

商科所核心目標

- 協助科技產業創新及增進區域產業創新發展
- 深化科技前瞻與掌握未來趨勢動態
- 強化科技服務市場導向
- 協助電子商務及網路服務業拓展國際市場

商業科技應用研究所 副所長 暨
跨境網路商務組組長
戴凡真 博士 02-77074896
fantai@cdri.org.tw



商業發展研究院
Commerce Development
Research Institute

跨境商務組服務

跨境電商推動團隊

- 電商產業國際化政策推動
- 電商市場評估及進入模式
- 當地合作夥伴媒合洽談
- 商品適地化及導流操作
- 國際市場電商產業商情
- 國際市場網路消費行為
- 數位經濟商業模式發展

董事會
董事長

監察人

院長

副院長

副院長：北部院區1名
南部院區1名
中部院區籌備中

商業發展與政策研究所

行銷與消費行為研究所

經營模式創新研究所

商業人才發展研究所

商業科技應
用研究所

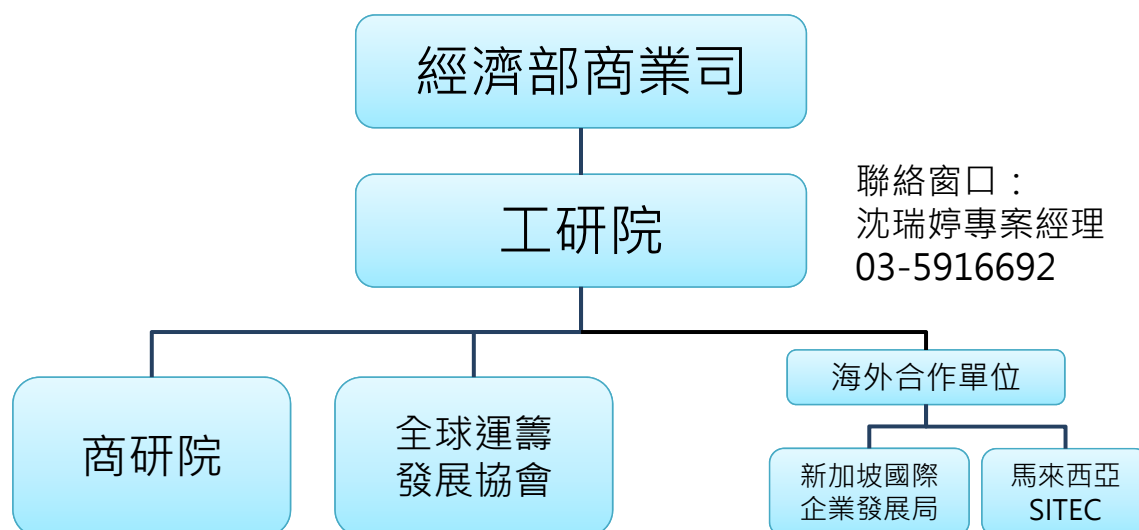
商業國際發展研究所

行政管理處

綜合企劃處

44

跨境電商物流服務團隊



45

跨境電商共倉配推動團隊

核心價值：整合實證示範案團隊，組成跨境電商共倉配聯盟，推動跨境電商新服務機制。

創新應用服務研究所
組長 王榮陞
02-66072117
cylin@iii.org.tw



資策會創新應用服務研究所



平台建構組

- 東南亞跨境電商出口資訊斷鏈解決方案
- 平台架構設計開發



聯盟推動組

- 實證機制設計
- 實證團隊徵求
- 輔導與實證效益分析



服務設計與擴散組

- 籌組跨境電商共倉配聯盟
- 跨境電商服務缺口研究
- 跨境電商新服務模式設計與擴散

46

感謝聆聽 敬請指教

並祝 樂透 樂透 再樂透



47

跨境電商相關政府資源

單位	資源	細節說明	政策/計畫
財政部	稅金	貨物稅、菸酒稅、加值型及非加值運銷海外者免徵稅	外銷品沖退稅
	通關	1.外銷品沖退稅(和工業局配合) 2.自由經濟示範區協助跨境產業 3.進出口貨品稅則稅率	外銷品沖退稅
	菸酒類	菸酒想放上網路賣，菸酒稅法第五條	菸酒免稅條例
衛福部	檢驗	行政院經貿談判辦公室：爭取雙邊或多邊認證	新南向政策
	醫療器材	醫療器材網路銷售，修正醫療器材管理辦法	
僑委會	海外信用保證	海外融資基金，最高每單位200萬美金	海外信用保證基金
	僑商培訓	培育海外僑商經貿人才	僑商政策
國發會	財經法制改革 規劃、推動	國籍法修正 加值型及非營業稅法修正 保險 證券商 公司 出入國移民 著作權 推動科學技術基本法修正 外國人投資條例	推動財經法制改革
消保處	消保法	電子商務消費者保護綱領	消費者保護基本政策
經濟部	產業推動窗口	跨境電商網站	電子商務兆元推升計畫
	檢驗	標準、檢驗及度量衡	創新產業研發
文化部	影音文創	文創事業補助計畫	拓展文化外交
農委會	檢驗	簽審通關作業平台系統，和海關連線通關，促進貿易便捷	TPP、RCEP
工業局及各單位	研發抵減	研究發展支出適用投資抵減、個人或公司研究發展支出適用加倍減除	產業創新條例
中企處及各單位	研發抵減	中小企業研究發展支出適用投資抵減	中小企業發展條例

48

單位	資源	細節說明	
國際貿易局	人才培訓	營運、經貿、語言人才之培育與媒合	新南向政策經貿合作推動計畫
	金融投資	協助申請海外投資、保險(金管會銀行局) 融資協助、信用保證(經濟部中小企業處)	新南向政策經貿合作推動計畫
	產業協助	產業媒合、輔導、行銷協助	新南向政策經貿合作推動計畫
中小企業處	地方產業發展 基金補助	地方產業發展基金補助輔導具國際化潛力 之地方特色產業	地方產業發展基金
科技部	補助投資	產學大聯盟、產學小聯盟	創新產學合作計畫
	人才	補助及延攬科技人才	創新產學合作計畫
標準檢驗局	商品檢驗	各類別商品檢驗	創新產業研發
加工出口區管 理處	出口區設立	特別區設立、保稅作業	跨部會協調機制
	貿易服務	輸出入許可、原產地證明書	創新增值服務計畫
食藥署	法規	食品、藥品、醫療器材、化妝品、藥品檢 驗法規修正	106施政計畫
金管會	金融支援	提供多重資金管道之整體金融支援	新南向政策經貿合作推動計畫
	法規	銀行、證期、保險金融法規	新南向政策經貿合作推動計畫
中央銀行	外匯相關	外匯法規、外幣結算平台協助	外幣結算平台

電商新南向的法律風險評估

2017/07/19@無店面零售商業同業公會

簡榮宗 Alan

瀛睿律師事務所 創始暨管理合夥人
台灣創新法律協會 理事長
東吳大學法律研究所 兼任助理教授
瀛睿兩岸暨創新顧問公司 總經理
上海瀛岳商務諮詢公司 首席執行官
眾睿國際智權股份有限公司 董事長
華東政法大學法學博士、台灣大學、北京
大學、復旦大學 EMBA 研究
「管理雜誌」評選為「500大企管講師」
「經理人雜誌」評選為「100大MVP經理人」



法律風險評估

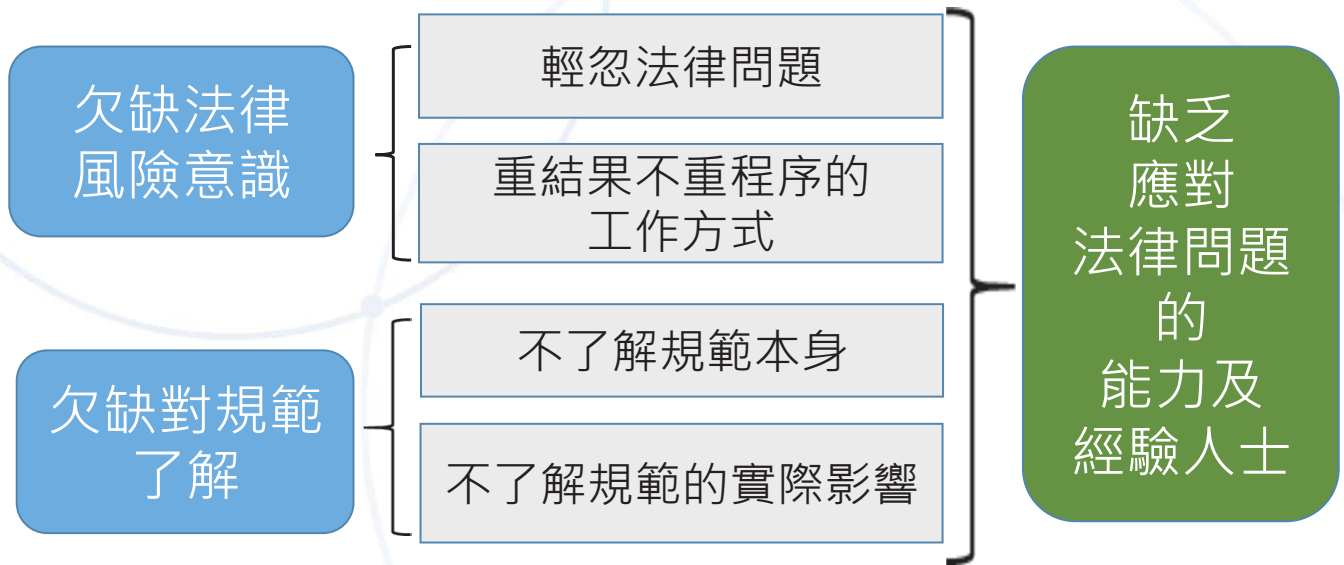
綱要

- 一、法律風險的成因及防範
- 二、項目投資風險
- 三、越南-投資環境簡介及當地法規重點
- 四、泰國-投資環境簡介及當地法規重點
- 五、印尼-投資環境簡介及當地法規重點
- 六、馬來西亞-投資環境簡介及當地法規重點

風險，是預期與未來實際結果發生差異而帶來負面後果的可能性。企業經營風險分為自然風險、運營風險、財務風險和法律風險。

企業法律風險：指由於企業外部法律環境發生變化，或由於包括企業自身在內的法律主體未按照法律規定或合約約定有效行使權利、履行義務，而對企業造成負面法律後果的可能性。

法律風險評估-法律風險的成因



「法律風險管理」，跨越了法律跟管理兩個領域。

法律風險管理分成三階段—**預防管理、爭議管理、復原管理**。

最好先做好預防管理，不要讓法律風險成真，否則風險發生之後，只能做爭議的處理（調解、和解、仲裁、訴訟）。不過，很多人忽略爭議處理完後的「復原管理」，以致爭議一再發生。

海外投資法律風險評估

- 很多台灣公司管理層缺乏跨國界的法律思維，認為法律評估不能直接產生效益，法律意見束縛了決策者的手腳，甚至認為律師或公司法務的作用僅僅是製作法律文件。
- 這種「法律後行」的理念偏差導致台灣企業在海外投資流程組織上，常常是技術隊伍先行，商務隊伍次之，最後才是律師或公司法務人員。此種方式，會讓風險伺機而動，甚至導致全盤皆輸。



海外投資常見法律風險

第一類風險：不了解投資法律環境

一般而言，法律環境調研需要從欲投資國家的法律規定的資本准入制度、投資促進政策、本土化政策、企業形式、產業開發政策、勞動法律制度、環保以及外匯管理制度等方面著手。

第二類風險：缺乏有深度的盡職調查

很多企業在進行海外投資時，輕信項目合作方的陳述，不對項目做深入的盡職調查。不做盡職調查導致的風險很大，包括所收購資產的合法性以及權屬問題，有可能收購的公司有巨大的隱藏債務或者訴訟風險，甚至公司本身已經不再合法存在。



第三類風險：不認真設計投資結構

一些台灣企業用境內的公司或以個人做為股東到被投資國設立項目公司，而不願意為這個投資項目在某個國家或者地區設立離岸公司。

這樣簡單化的結構無論是在稅務減免、投資企業責任規避、公司營收的合併，還是在投資撤出的便利性上，都可能遇到較大的問題。



第四類風險：不重視談判簽約

- 企業的海外投資有不少是跨行業投資或脫離主業投資，對於海外投資項目所涉行業並不熟悉，導致在談判和簽署合同時由於不了解相關行業細節，而出現在項目談判中忽略某些關鍵環節的問題。

第五類風險：輕視項目流程管理

- 海外投資從前期籌備、談判簽約到交割後的項目實施，是一個系統工程，必須有嚴格的項目流程管理意識。從一開始的接觸、簽署保密協議和獨家談判協議，到組織盡職調查、企業內部審批，再到交割，都必須有嚴格和周密的計劃，提高組織和決策的效率。



第六類風險：法律文件管理混亂

企業內部往往是文件和資料十分混亂，且沒有歸口管理，分布在不同的部門；更有一些企業，因資料、文件的收集、保管不善，導致重要的法律文件和資料缺失。

不重視法律文件管理的另一個嚴重後果是，一旦遇到在境外的訴訟，由於相關的證據由於沒有保管好，將面臨敗訴的風險。

第七類風險：忽視政治風險

政治風險與法律工作密切相關。

政治風險在一定程度上可以通過投保的方式來獲得救濟。例如再世界銀行下設的多邊投資擔保機構

MIGA（Multilateral Investment Guarantee Agency），這類保險機構可以給予賠償。

•

法律風險防範

1. 利用現代公司治理制度：控股公司、董事會擬訂策略、高管向董事會負責、各職能部門相制衡等制度。
2. 法律部門預先風險調查及評估。
3. 委託專業人士協助

法律風險防範

合作方
盡職調查

透過合
約防範
風險實現

法律風險防範

合作方
盡職調查

(Due Diligence Investigation)

1. 公司結構與管理
2. 財務預測與收入來源
3. 市場評估
4. 技術評估
5. 管理團隊評估
6. 公司競爭環境
7. 運營計畫
8. 訴訟或潛在爭議

法律風險防範

透過合約
防範風險
實現

初步接觸-----協商過程-----意思合致

合作方盡職調查
(Due Diligence
Investigation)

☑意向書 -1.獨家議約權
-2.有限期限
-3.提供資料與資訊
-4.保密條款
-5.費用分擔
-6.準據法&管轄法院

☑投資協議-1.防止股權轉讓
☑股東協議-2.股權轉讓優先受讓權
-3.防止股權稀釋條款
-4.公司治理
-5.退場機制

越南-電商投資環境簡介



越南-電商投資環境簡介

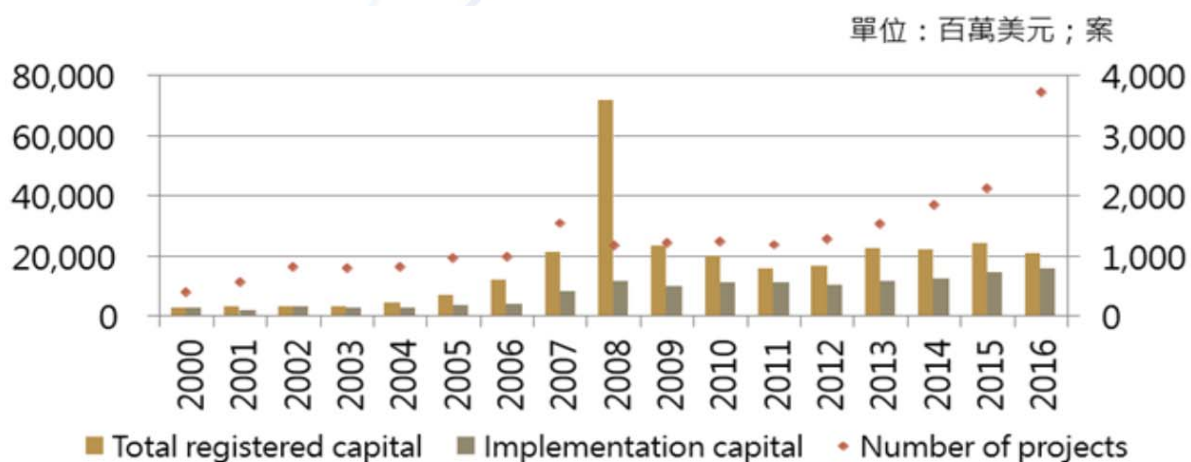
2016年越南電子商務營業額約50億美元

按照越南官方發展規劃，預計至2020年，越南電子商務營業額達100億美元。



持續吸引外資湧入

- 2015年提高外資持股比例為100%，銀行業30%
- 2016年實際到位外資達158億美元，創歷史新高
- 臺灣在當地投資案累計超過2千件，金額逾300億美元，排名第四



資料來源：越南統計局

內需市場大 消費信心足

• 尼爾森消費信心調查

	Q1		2016年	
			Q2	Q3
菲律賓	119	132	132	132
印尼	117	119	122	120
越南	109	107	107	112
泰國	105	101	108	110
新加坡	88		88	
馬來西亞	79		87	
全球	98		98	

資料來源：Neilson

未來五年家戶總支出年均成長9.2%

- 每人支出：2017年
1,197USD→2020年1,608USD
(BMI預估)

外資零售業者擴大營運規模

- Miniso & AEON

現代零售通路占1/4

- 仍有大量傳統商店、街邊店

▲ 優勢：

1. 勞動力成本相對較低：全國城鎮居民均月收入相當於中國東部地區1/3。
2. 地理位置優越：海岸線長達3260公里，港口眾多，交通便利。
3. 面向東盟：投資者可利用東盟自由貿易區優惠政策，將產品銷往東盟其他國家。

▲不利因素：

1. 宏觀經濟不穩定，通膨壓力大。
2. 勞動力素質不高，越南計5400萬勞動力，但受過良好教育和培訓的人員僅占18.4%。
3. 配套工業較落後，生產所需機械設備和原材料大部分依賴進口。
4. 嚴格且朝令夕改的法規。
5. 信用卡低使用率。

機會與挑戰兼具



越南-當地法規重點

(一) 市場准入

投資主管部門：	各省的計畫、投資局、各個工業區、出口加工區、高新技術區和經濟開發區的管理委員會。
投資法規：	2014年投資法、2014年企業法 已於2015年7月1日生效。

(二) 主要投資方式

1.	對經濟體出資，購買股份
2.	以商業合作契約的形式進行投資
3.	公私合作模式契約 (PPP)
4.	建設-運營-轉讓 (BOT)

(三) 外資企業外匯管理要求

直接投資資本	境外投資者參與出資設立越南企業或參加越南企業轉管理的行為，必須在越南有經營資格的銀行開立直接投資資本帳戶（DICA）。
間接投資資本	越南幣的間接投資資本帳戶（IICA）用於所有的間接投資行為（股票買賣、其他有價證券買賣等）。 此帳戶的錢不能被轉到儲蓄帳戶。
資本及利潤的匯出	在投資項目終止之前不能匯出已經支付的資本。 可在每個財務年度終止且通過審計、稅務申報後，匯出利潤。

泰國-電商投資環境介紹



▲優勢：

1.經商投資環境友好：

- (1) 據世界銀行發佈的營商環境報告，**泰國營商便利性**在全世界189個國家和地區中，排名：2016年第49名。
- (2) **泰國政府重視改善投資環境**，對外商投資給予稅收及政策優惠，更設有專門的**投資促進委員會 (Board of Investment , BOI)**，負責制定投資政策，並提供外商投資諮詢服務。

- 2.相對完善的法律體系
- 3. 外匯自由：無嚴格的外匯管制制度。

Thailand 4.0 政策

- 由泰國總理巴育主導, 副總理頌奇(Somkid) 負責規劃以**科技, 研發, 創新推動泰國經濟轉型升級,產業全面智慧化**
- 關鍵字: Bio Tech, Health Tech, Robotic Tech, Culture /Creativity
- 主要領域: 製造業, 農業, 食品科技, 健康醫療
- 發展數位園區 (Digital Park Thailand)
- 打造示範智慧醫院 (Rangsit Hospital)
- 發展智慧城市(smart city): 選定三大示範城市
清邁, 普吉, 北柳-春武里-羅勇



不利因素：

1. 外商投資部分行業存在限制：

《外籍人經商法》例如建築、工程建設，原則上屬於經特別批准之行業。

2. 有條件獲得土地所有權：

外國人、外籍法人經內務部部長批准可擁有土地所有權，惟原則上針對不同用途對外國人最多可擁有的土地面積有一定限制。

泰國電商平台概況



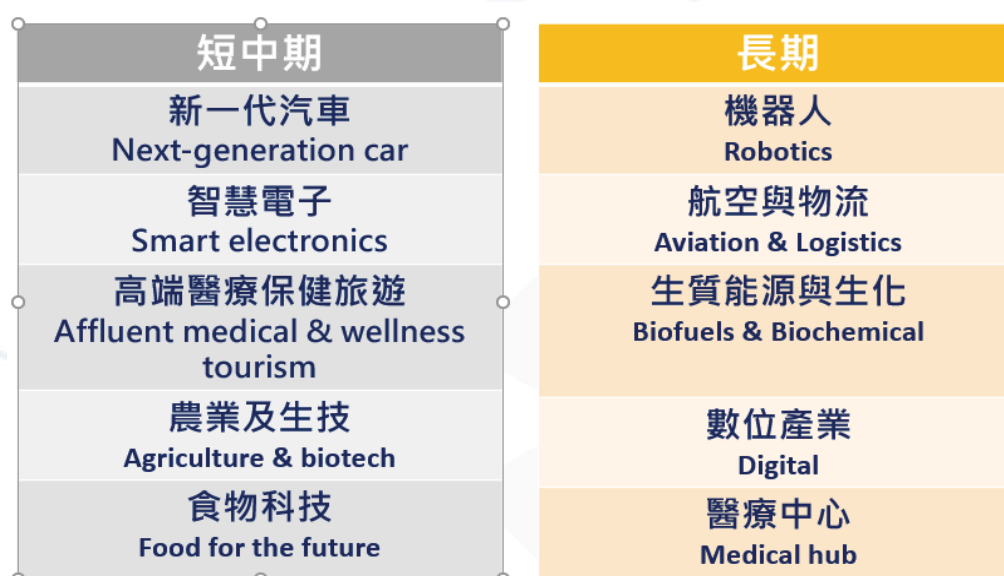


付款：最大宗還是貨到付款，約占60%。除了國家郵政及快遞，也出現因電商而生的新創公司，Lazada Express及aCommerce提供訂單履約（fulfillment），也就是當消費者上網買東西後，賣家只要將貨品寄至倉儲，後續包裝、發票、送貨、行銷、客服都由業者一手包辦。

此外，共享經濟服務如東南亞最大叫車服務Grabtaxi推出Grabbike，還有從香港發跡的Lalamove，用App即可媒合使用者幫忙送貨，適合小量訂單的個人賣家。

金流：泰國支付廠商PaySolution營運長伊卡若奇（Ekarach Salayutidech）分析，雖然信用卡普及率為20%至25%，但信用卡交易中，線上消費刷卡的交易總額只占0.5%，泰國消費者雖常常逛網站，但卻對網路購物及使用信用卡消費仍不太信任，最常使用的付款方式還是銀行轉帳。

發展十大策略產業



資料來源：泰國投資推廣廳 (Thailand Board of Investment)

泰國主要及潛力產業

汽車製造	企業總數逾2,500家, 年產量250萬輛, 小貨車及客車為主
電子資訊	硬碟、家電、數位相機、印表機、車用電子
農產食品	米(2)、橡膠(2)、糖(2)、樹薯(1)、冷凍水產(3)、加工食品
珠寶業	寶石加工、鑽石切割、貴重首飾、仿珠寶首飾
紡織成衣	第二大出口產業, 企業總數達 4,500家
替代能源	太陽能、風力發電、生質能源
服務業	文化創意、醫療觀光、會展獎旅 (MICE)、餐飲連鎖
其他	美妝產業

泰國美妝產業市場與機會

- 東協最大市場以及東協Beauty Hub; 美妝產業價值鏈完整
- 2016年市場規模達35億美元, 進口11億美元(佔32%);國內生產24億美元(佔68%), 市場競爭相當激烈, 進口關稅高
- 東協成長最快之美妝市場, 年成長率8%~10%, 國際品牌受歡迎
- 進口市場概況: 年成長率更高(16%~22%), 護膚與化妝品最有潛力
- 進口產品分析:

類別	進口及成長概況
護膚保養 (48%)	進口額5億美元, 年成長率16%
唇部化妝品(4%)	進口額4,700萬美元, 年成長率22%
眼部化妝品 (4%)	進口額4,200萬美元, 年成長率16%
蜜粉類化妝品 (4%)	進口額3,900萬美元, 年成長率6%



- 消費特性: 低階收入(本土品牌), 中高階收入 (國際品牌)
- 市場趨勢: 1. 白是美的標準 (美白, 防曬) 2. 年輕消費者 (彩妝, 抗痘) 3. 老年族群 (抗老防皺) 4. 天然有機 (草藥, 敏感肌膚)

泰國美妝產業價值鏈

美妝產業價值鏈：製造－進口－配銷－零售－終端消費者

	本地製造	進口配銷	零售通路	終端消費
1	國際品牌在泰生產 Beiersdorf (NIVEA, Eucerin); 花王 (Biore)	國際品牌子公司 (Loreal, LVMH), 與 泰商合資(資生堂, 佳麗寶)	百貨公司 (Central, The Mall, Siam Piwat); 外資JV(伊勢 丹, Tokyu)	中高收入消費 族群 人均所得5,500 美元
2	泰國當地品牌 BSC, Mistine, Giffarine, Cute Press (東, 寮, 印尼)	授權經銷商 Central Marketing Group (Clarins, H2O); Minor (Laneige)	專賣店 (Eve and Boy, KARMART, Beauty Buffet); 外資JV (Boots, Watsons)	國際觀光客 3,000萬人/年 48% 旅客採購 化妝品
3	本地OEM廠商 約 2,000家化妝品工廠, 合作生產拓銷東協	SMEs 進口商與配 銷商	便利商店 (7-Eleven, Lotus Express) 外商 JV (Family, Lawson)	美容Spa 沙龍 市場規模約14 億美元
4			電子商務 (Weloveshopping, Tarad, Central, Lazada)	

(資料來源：泰國經貿新氣象新南向商機研討會)

泰國-當地法規重點

(一)《外資企業法》-外國人的定義

1.任一不具有泰國國籍的自然人

2.任一沒有在泰國註冊的法人

3.任一在泰國註冊的法人，但

(1) 其至少1/2的股本由上述1.或2.中的人擁有或繳付；
或

(2) 由上述1.中的人作為管理合夥人或經理的有限合夥
或一般合夥企業

4.任一在泰國註冊的法人，其至少1/2的股份由上述1.2.3.
之主體所擁有或繳付。

(二) 《外商經營法》-限制外商投資項目

清單1.絕對禁止

如: 土地交易、新聞機構、水稻種植、畜牧業、林業、森林木材加工、泰國草藥提取。

清單2.原則禁止，除非獲得批准或許可

商業活動涉及國家安全、文化問題、風俗傳統、國家自然資源與環境、生產彈藥、古董貿易、甘蔗製糖等。

清單3.原則禁止，除非獲得批准或許可

此清單上的內容被認為是泰國人尚無法與外國人相競爭的商業活動。如: 所有類型的批發、所有類型的零售商品、法律服務、會計服務、酒店業務等。

瀛和律師機構

(三) 投資促進 (激勵)

1.稅收激勵

如: 免除/減少進口設備關稅、免除3~8的公司所得稅並允許將年度虧損在後續5年內分期計入支出。

2.園區項目的特殊優惠政策

如: 普通免稅期過後5年，由投資淨利潤產生的公司所得稅減除50%。

3.國家提供擔保

如: 國家壟斷與促進項目相似產品的銷售、在任何時間都給予出口許可。

4.非稅收性激勵

如: 允許擁有進行促進活動的土地。

印尼-電商投資環境介紹

- ▶ 印尼智能手機用戶超過8000萬，電商交易達51億美元，年增長率超過29%。
- ▶ 電子商務市場蓄勢待發。

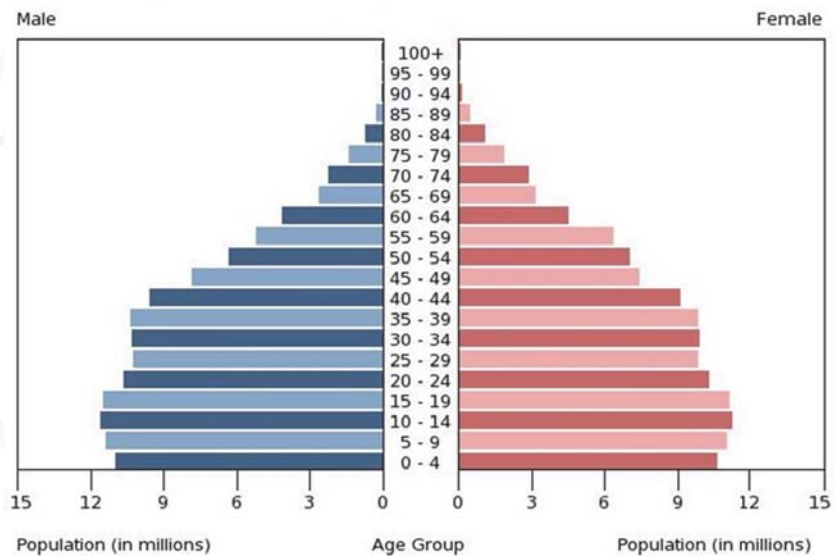


優勢：

1. 不斷增長的經濟規模：世界第十六大經濟體、
東南亞國家聯盟（ASEAN）中最大經濟體。

國內生產毛額(GDP)	US\$8,862億(2016)
平均每人國民所得	US\$3,636 (2016)
經濟成長率	5.02% (2016年) 5.1% (預計2017年)

2. 穩定的政治環境：多黨派民主共和國、三權分立。
3. 健全的法律制度：大陸法系。
4. 豐富的自然資源：包括石油、天然氣、煤炭、地熱、棕櫚油、
5. 豐富的勞動力：人口結構年輕化，30歲以下的人口超過50%。



不利因素：

外籍員工必須取得工作許可證，且工作超過六個月必須參加醫療保障計畫和社會保障計畫，無論其是否在所屬國參與類似項目。

印尼-當地法規重點

(一)市場准入

1. 投資主管部門

投資協調委員會 (BKPM) 為負責審批監管外商直接投資 (FDI) 的主要政府機構。

2. 投資行業規定

負面清單。
最大外資持股比例必須被遵守。

(二) 投資方式

1. 《投資法》對外資之定義：
 - (1) 外國實體有的資本；或
 - (2) 外國部分或全部擁有的印尼有限責任公司
2. 《投資法》要求FDI項目需依印尼法律設立並位於印尼的有限責任公司實施，除非另有規定。
3. 外國公司設立當地分支機構可從事的行業非常有限。
4. 外國企業在任何行業都可以設立代表處，但活動限於市場推廣、收集訊息、協助代理及經銷商，不能直接從事貿易或經營業務。
 - ▶ 設立代表處須經投資協調委員會 (BKPM) 批准且有效期。

(三) 投資保護

1. 《投資法》規定確保對印尼投資者公平待遇。
有意就外國投資者的權利、義務提供法律確定性的保障。
2. ▶ 《投資法》明確規定政府不得採取國有化或徵收投資
▶ 投資者財產權利的措施，除非法律另有規定。
如政府訴諸國有化或徵收必須依市場價值支付賠償。
3. 《投資法》允許外國投資者以外匯轉讓並調回，還規定投資者擁有資本、利潤、銀行權益、分紅、銷售或投資變現收益，以及銷售資產的收益。

(四) 貿易

1.貿易主管部門

印尼貿易部負責頒發進口許可證並決定限制和禁止進口的產品。

有權 (1)簽發臨時流通禁止
(2)命令召回或中斷不符合法規的產品或服務
(3)吊銷許可證
(4)阻止某些產品的交易

2.主要貿易法規

2014年第7號法律《貿易法》
1995年第10號法律《海關法》

印尼-拓銷作法

- ✓ 參加印尼相關專業展覽，尋找商機
- ✓ 實地考察、多聽多聞、少走冤枉路
- ✓ 瞭解市場及消費者需求，產品要有差異化
- ✓ 發展自有品牌，建立銷售網絡
- ✓ 運用經濟有效的電子商務平台
- ✓ 加強對大型通路及專業連鎖店拓銷
- ✓ 與印尼台商進行製造或行銷策略聯盟
- ✓ 善用印尼華僑優勢，減少拓銷文化障礙

（資料來源：印尼市場商機商情2017年3月31日雅加達台灣貿易中心）



印尼- DOs & DON'Ts

- ✓ 遵守當地法規 公司登記/工作簽證/ 依法納稅
勞工法/ 環保規定
- ✓ 充分蒐集市場資訊 審慎評估相關條件
- ✓ 能獨資就不要合資 優先考慮工業區
- ✓ 尊重回教禮俗 瞭解文化差異 入境隨俗
- ✓ 保持耐心 按部就班 合作關係從聊天開始
- ✓ 與台商社團、駐外單位互動往來 共享資訊 獲得協助
- ✓ 善用台商子弟及印尼僑生
- ✓ 經營政商關係 更要重視勞資關係

（資料來源：印尼市場商機商情2017年3月31日雅加達台灣貿易中心）

印尼- DOs & DON'Ts

- ⊘ 不談宗教 不談政治 不談膚色 不談種族
- ⊘ 勿聽信掎客謊言
- ⊘ 勿隨意批評印尼或印尼人
- ⊘ 勿以左手相握 拍打他人肩膀或摸頭
- ⊘ 不要只經營政商關係 更要建立勞資關係
- ⊘ 勿炫富 賭博 涉足風月場所
- ⊘ 不要有高高在上的優越心態 保持誠懇謙和

(資料來源：印尼市場商機商情2017年3月31日雅加達台灣貿易中心)

馬來西亞-電商投資環境介紹

The logo for Lelong.my, featuring the word "Lelong" in blue and yellow 3D-style letters, followed by ".my" in red.

No.1 E-commerce Marketplace in Malaysia.

▲優勢：

1.貿易政策：

☑進口關稅大多是從價徵收，2014年平均適用

關稅稅率3.37%。非農產品關稅介於0~50%，約76%的進口產品享有**免關稅待遇**。原材料、機械及基本食品一般都是**免徵關稅或按較低稅率徵稅**。

☑馬來西亞已**取消一系列產品的進口關稅**，包括原材料、零配件、直接在生產過程中使用的設備及機械。

2.**互聯網及智能手機滲透率高**。

3.電商市場前景廣闊：馬來西亞是東南亞最大 電商網站Lazada的主要市場，2016年底至2017年初是Lazada運營國家中發展最快的，營業額年比增長率超過100%。

4.消費者逐漸接受電子支付：馬來西亞在線支付解決供應商iPay88，2017網上交易量和銷售額翻倍成長。

▲不利因素：

基礎設施、法律法規、跨境支付和物流待加強。

馬來西亞-當地法規重點

(一)市場准入

可透過以下方式在馬來西亞設立商業運營機構:

1. 登記分支機構
2. 設立一個馬來西亞主體作為子公司或與本地合作夥伴設立一個合資企業
3. 收購一個現存的馬來西亞公司的股份。
除了金融服務、保險、石油和天然氣、通信、多媒體及經銷業此類特定產業要求本土參股以外，外國投資者在幾乎其他所有產業的投資中均可以持有100%的股權。

(二)智慧財產權法律法規

《專利法》、《商標法》、《與貿易有關的知識產權協定 (TRIPs協定) 》、《世界知識產權組織 (WIPO) 公約》。

意識到智慧財產權於國際經濟社會的重要性與日俱增，馬來西亞政府亦日益致力於提供完善、現代的法律環境，以支持和保護智慧財產權。

馬來西亞各族消費習性

馬來人

- 較不精打細算，看到喜歡就購買，不顧自身的經濟能力，購物時多採分期付款

華人

- 馬來西亞的華人祖先大都來自南洋沿海一帶
- 從商為主、重視教育、勤奮節儉、習慣儲蓄

印度人

- 階級分明，貧富差距很大
- 自認是較高階層的印度人，在馬來西亞皆為專業人士，受高等教育，例如律師、醫生等

(資料來源：吉隆坡台貿中心 蕭春雁106年3月31日)

馬來西亞市場特色

城鄉購買力
差異大

消費愈加注
重品質

休閒市場快
速成長

品牌效應興
起

量販店、超
市發展蓬勃

(資料來源：吉隆坡台貿中心 蕭春雁106年3月31日)

潛在合作項目

- 馬來西亞依賴進口，積極吸引外商直接投資，並促進高增值製造業發展，投資於該等產業，如先進電子、醫療器械、生物科技等，可獲免徵企業所得稅及稅收扣減等投資優惠
- 大馬「第11馬來西亞計畫」六大策略中包括(一)提高生產力(二)透過創新創造財富(三)推動綠色科技發展，搭配台灣優勢產業，工業4.0、IoT、生物科技、電子商務及綠色科技等五領域為具合作潛力產業

(資料來源：吉隆坡台貿中心 蕭春雁106年3月31日)

winteam500
瀛和律師機構

THANKS!

瀛睿律師事務所 服務熱線：02-2728-3777

臺灣臺北市信義區忠孝東路5段508號 家美金融大樓 5樓

Add: 5F., No.508, Sec. 5, Zhongxiao E. Rd., Xinyi Dist., Taipei City 110,
Taiwan(R.O.C) Post:11083

Tel: 02-2728-3777 Fax: 02-2728-3030 Web: www.winteam500.com

掌握新零售的快速變化

東森得易購

電子商務事業群 執行長 Jacky Wang

零售正在快速創新

- 淘寶的VR網購



- Amazon的無人智慧商店



從PC電商時代



到行動商務



數位帶來快速的變化

P C 電商

跨境電商

VR /AR
應用

行動商務

AI應用

數位支付

大數據
運用

物聯網

互聯網+

零售的趨勢

- 渠道多元化, 破碎化
- 線上線下整合
- 無國界
- 去中間化
- 大數據帶來的個人化
- 二極化的趨勢(極大vs極小, 機器vs溫度.....)



核心

- 消費者
- 消費者「體驗」
- 商品與服務符合消費者利益
- 消費者在哪？你就要能夠在哪！



Q & A

中華民國 無店面零售商業同業公會

2017 年 7 月



加入我們

※本會簡介、章程及入會相關表格資料，敬請上網下載：
<http://www.cnra.org.tw/non-store.rar>

※本會LINE ID：
@tdb8291p



※本會FB無店面產業討論區

