



**中華民國無店面零售商業同業公會**  
**Chinese Non-Store Retailer Association**

## **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、資策會產業情報研究所(MIC)-ITIS 研究團隊、社團法人台灣全球運籌發展協會、台灣資通訊傳播協會

中華民國 106 年 8 月 30 日

## 無店面產業論壇

※時間：106 年 8 月 30 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	分鐘	內容	講者
13:30 ~ 14:00	30	來賓報到	
14:00 ~ 14:05	5	主辦單位致詞	無店面公會 廖尚文理事長
14:05 ~ 14:15	10	跨境電商資訊整合與產業推動	商研院商業科技應用研究所 王景弘研究員
14:15 ~ 14:55	40	國際電商發展趨勢與展望	資策會產業情報研究所 張筱祺資深產業分析師
14:55 ~ 16:05	70	LINE 的行動商務	LINE 許嘉真業務企劃總監 LINE 吳秉昕廣告事業部總監
16:05 ~ 16:15	10	中場休息	
16:15 ~ 16:55	40	數位經濟暨網路虛擬貨幣 最新法制趨勢	資策會科技法律研究所 郭戎晉副主任
16:55 ~ 17:15	20	聲聯網-用聲音串連全世界	聲聯網 楊俊雄策略長

# 跨境電商資訊整合與產業推動

商業科技應用研究所

王景弘 研究員

106年8月29日

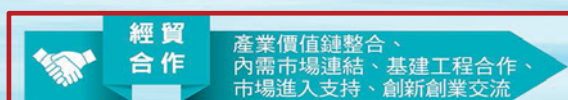
## 行政院「新南向政策推動計畫」

### 推動新南向 創造互利共贏

#### 「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



人才交流

教育深耕、產業人力、  
新住民力量發揮



資源共享

醫療、文化、觀光、  
科技、農業、中小企業



區域鏈結

區域整合、協商對話、  
策略聯盟、僑民網絡



#### ● 善用跨境電商搭配實體通路作為行銷通路

- 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

## 跨境電商計畫介紹

推動目標

- 在數位世界裡布建屬於臺灣的產品通路、服務通路，乃至「人心」通路(如愛情公寓、愛料理、cacaFLY)，擴大臺灣對全球網路消費生活的影響力。

推動方式

### 環境強化

強化國內跨境電商環境與國際市場接軌

### 產業發展

發展國際市場導向的跨境電商產業

### 國際市場

與重點市場建立國家及產業的合作管道

產出成果

### 東協市場資訊

1. 消費者調研報告
2. 競爭者調查報告
3. 馬來西亞公司設立報告
4. 提供政府跨境電商政策建議

### 產業協助

1. 東協市場律師會計師諮詢服務。
2. 廠商業務推廣與商機媒合。
3. 跨境電商人才媒合。

### 國際交流

1. 海外通路拓展。
2. 海外聯合行銷活動。
3. 國際交流媒合會。
4. 雙方政府國際合作。

## 跨境電商服務網

(九月底正式上線服務)

### 對政府

發布官方資訊與了解產業的管道

### 對電商

提供免費資訊曝光及媒合的機會



# 跨境電商服務網-產官資訊彙整

回首頁 最新訊息 電商產業資訊 產業供需媒合 跨境服務資訊 會員專區 相關連結 討論版

二 首頁 / 最新訊息 / All

All 經濟部訊息 政令與資源 跨境電商產業 電商新南向



網路購物提高智慧 小撇步防詐騙  
網路購物的興盛，也成為不法之徒覬覦的目標。按照警政署165反詐騙專線提供的資料，經濟部更提醒消費者，一般常見的網路購物詐騙特徵

更多



IDEAS Show @ APEC Innovation 匯聚全球創意 放閃亞太市場  
「2017 IDEAS Show @ APEC Innovation」於7月25日至26日在臺大醫學院國際會議中心舉辦，今年已邁入第10年的IDEAS Show，除了作為臺灣規模最大的新創網路服務發表平台，也與APEC(Asia-Pacific Economic Cooperation亞太經濟合作)

更多



「2017 IDEAS Show @ APEC Innovation」IDEAS Show 發表未來新創之星  
經濟部發展司主辦「2017 IDEAS Show @ APEC Innovation」一系列論壇、展覽、競賽等活動，經過25日的論壇和演講，今(26)日上場的焦點是每年新創界最矚目的6分鐘DEMO競賽。



公告「第16屆新創事業獎」申請須知  
新創事業獎為企業發展上唯一以成立5年內新創企業為標準之國家獎項，自91年起開辦至今已執行15屆，獲獎企業達208家。

更多



最新跨境電商產業訊息

官方政令與資源公布

國際市場電商環境資訊

東協律師會計師諮詢



<http://www.globalec.tw/>

# 跨境電商服務網-商機與人才媒合

回首頁 最新訊息 電商產業資訊 產業供需媒合 跨境服務資訊 會員專區 相關連結 討論版

二 首頁 / 電商產業資訊 / 廠商介紹

All 官方活動資訊 產業活動資訊 公協會活動資訊 廠商介紹



智慧創新  
物流、行銷、客運、服務一次解決，您安全快捷，輕鬆跨海與歐美大網購平台，透過跨境電商，縮短您與消費者之間的距離，擺脫對中間商的依賴，並獲得整合式的協助。

更多



KEYPO大數據智慧引擎  
在進行任何行銷之前，需了解網民的喜好，討論趨勢進行有效廣告投放；在網路輿論形成不利局勢之前，需評估風向轉轉與輿論避免踩到網路地雷；在危機處理分秒必爭的時刻，需立即明確操作成效，確保訊息傳遞正確。

更多



優質航運集團  
UCF益美集團，以國際物流起家，總代理日商OCS國際快遞之台灣區業務，累積近半世紀的豐富實戰經驗，不僅擴及門到門海運業務並設立美國分公司、成立國際物流，華美航運以孔實的物流網絡為基石，發展出 SPEXSHOP美國/日本集貨代運網。

更多



時尚美人Beauty88  
Beauty88時尚美人網路購物商城創立於2006年7月，為台灣首創網路購物綜合全方位創業平台的公司，提供創業客功能齊備的線上開店系統，免囤貨，免壓成，不用操心金流物流，上萬種商品後台勾選立即上架。

更多



台灣利威國際物流



大樹藥局

廠商背景及產品介紹

廠商招商訊息公布

最新產品訊息免費發布

跨境電商人才媒合



<http://www.globalec.tw/>

回首頁 最新訊息 電商產業資訊 產業供需媒合 跨境服務資訊 會員專區 相關連結 討論版

討論版



請問有人知道2017年底大陸跨境電商新政的風聲了嗎?...



想知道不同的B2B平台各有那些優勢?...



想做跨境電商,需要懂那些知識?...



2017-08-14  
Yahoo-e-Commerce  
Backend Engin...



2017-08-14  
Yahoo-購物中心短期巡迴展...  
展/行銷/設計助理...

更多

熱門議題

- 網路購物提高警覺 小撇步防詐騙...
- IDEAS Show @ APEC Innovation 匯...
- 「2017 IDEAS Show @ APEC Innova...
- 公告「第16屆新創事業獎」申請通知...
- 海關簡化貿易單一窗口提供進口貨品通關時間查詢,提升通關透明度...

更多

臉書社群



You like this

跨境產業官  
方活動推廣

產業活動訊  
息發布

國際活動推  
廣與介紹

廠商經營實  
務討論交流



<http://www.globalec.tw/>

## 謝謝各位聆聽

與跨境電商服務網合作

商業發展研究院

王景弘 研究員

Line ID: mystory1212

Email: TimWang@cdri.org.tw



跨境電商服務網

加入跨境電商服務網  
Line好友



<http://www.globalec.tw/>

# 國際電商發展趨勢 與展望

張筱祺 資深產業分析師  
產業情報研究所(MIC)  
財團法人資訊工業策進會

[rosachang@micmail.iii.org.tw](mailto:rosachang@micmail.iii.org.tw) | 2017.08.29

© Institute for Information Industry

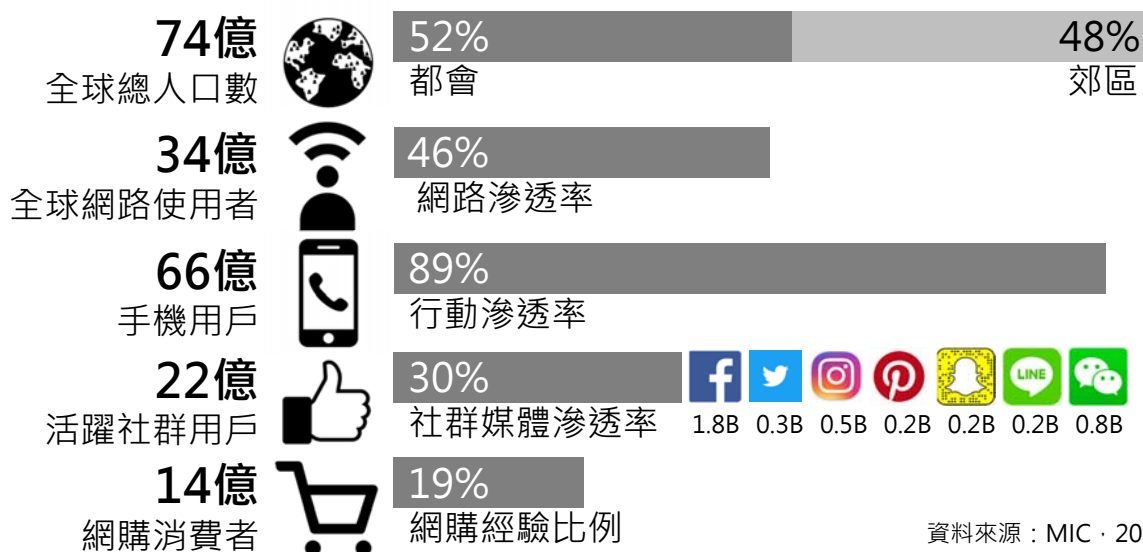
## 簡報大綱

- 整體環境掃描
- 國際業者動態
- 國內電商現況
- 未來展望

# 整體環境掃描

2

## 網路基礎環境



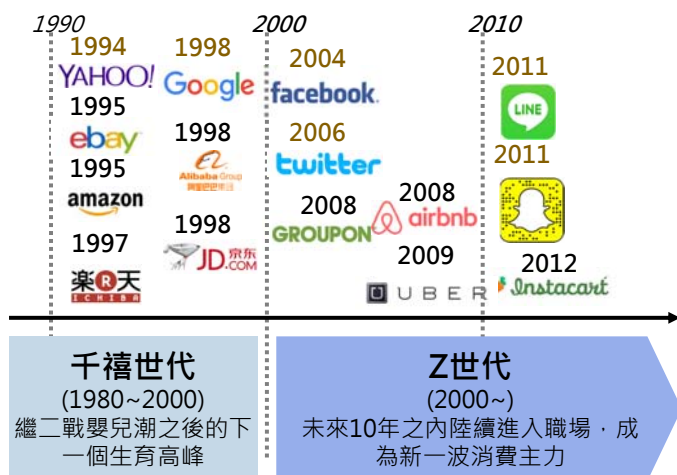
- ◆ 新經濟下的基礎環境：網路環境改善、行動裝置普及、社群與網購行為活躍
- ◆ 新經濟下的基礎環境較以往健全與多元，消費者更能夠藉由「跨裝置」、「跨平台」隨時隨地接收全球資訊

3

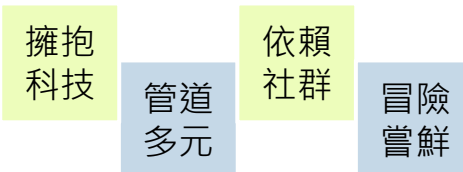


## 新興消費族群

### 新世代消費族群之成長背景



### 新世代消費族群之消費特徵



52% 64%

過去一年內有跨境網購之經驗

不介意產品產地來源或輸出國

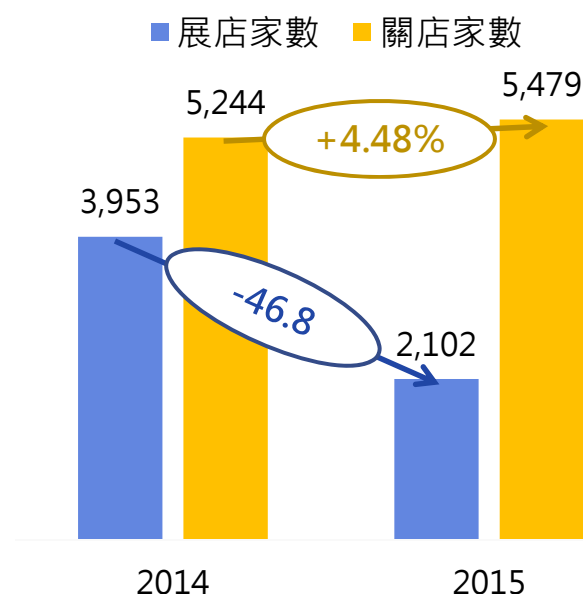
資料來源：Internet Retailer(2016/5)、MIC · 2017年8月

- ◆ 新經濟下的新興消費族群：36歲以下之族群
- ◆ 在新經濟環境中成長之千禧世代與Z世代，其消費習性與傳統世代有很大的差異，對網購行為接受度較高，是新經濟服務業者必須積極耕耘的關鍵族群

4

## 線下消費場景

### 美國實體零售展店與關店變化



### 零售大廠關店情形

- RadioShack**: 美國電子產品連鎖店RadioShack於2015年2月申請破產
- Staples**: 美國辦公室用品連鎖店Staples於2014、2015年陸續關閉170、225間店
- Barnes & Noble**: 美國最大連鎖書店Barnes & Noble於2015年關閉223間店
- Target**: 美國百貨公司Target於2015年關閉133間店

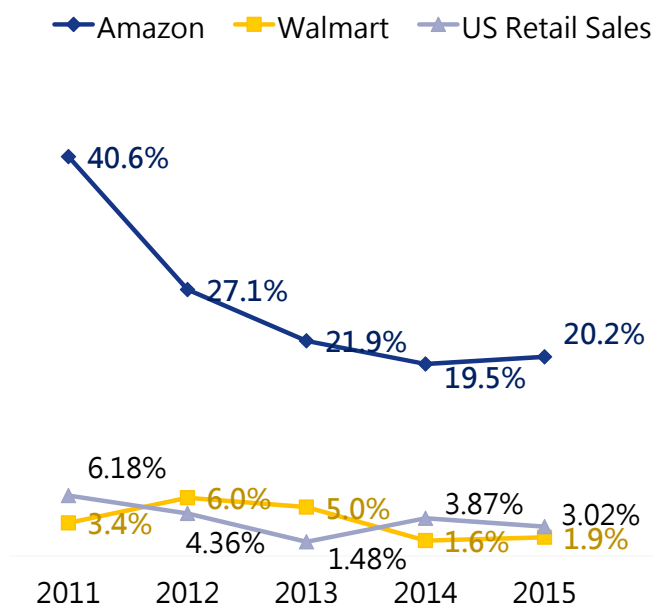
- ◆ 近年網路購物已成為消費者日常生活中的重要管道之一，實體零售經營也受到影響，不僅展店速度趨緩，閉店的情形更時有所聞，未來線下消費場景將不若以往熱絡

備註：上述數據為本研究針對美國295個實體零售業者之展店與關店情形進行盤點蒐集之結果  
資料來源：MIC · 2017年8月

5

## 實體業者經營

Amazon、Walmart歷年營收成長率變化



零售大廠在EC投資情形

**Walmart**

**Target.**

**macy's**

**jcpenny**

**THE HOME DEPOT**

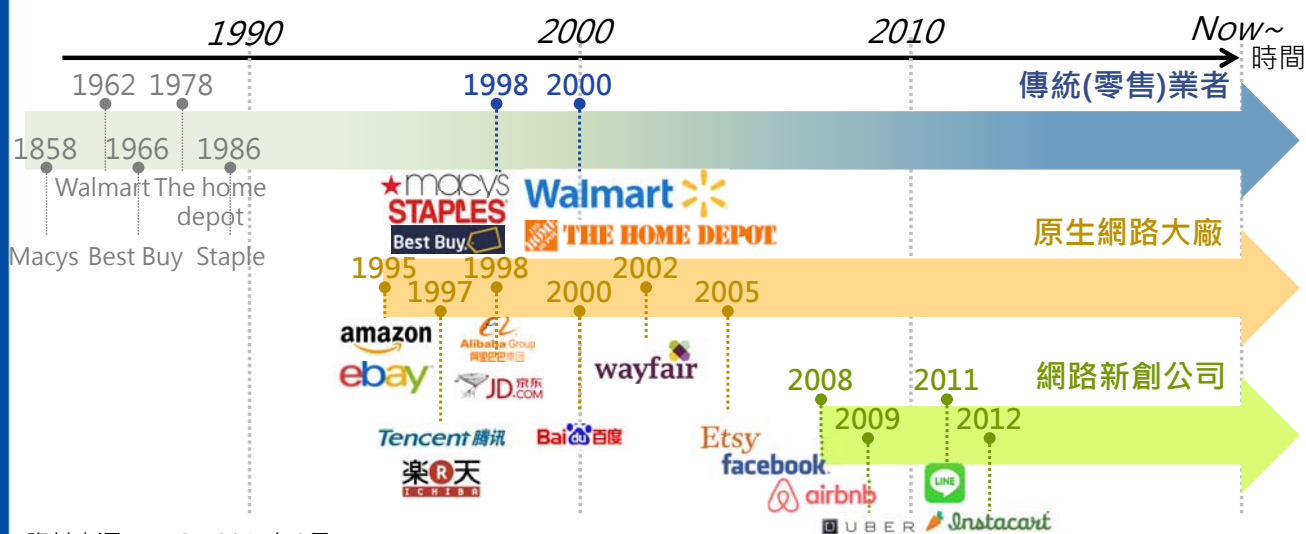
Walmart 在 2015、2016 投資 US\$20 億於電商基礎建設  
Target 計畫在 2017 年投資 US\$52 億於科技設備  
Macy's 在 2015 年投資 US\$1,600 萬於智慧試衣間、當日送達服務  
Jcpenny 在 2015 年將資本支出的 30% 用於科技設備  
The Home Depot 近年投資 US\$3 億打造電商運籌體系

◆ 面對電商業者的崛起與競爭，實體零售業者不再只固守線下業務，近年也開始調整營經營策略與營運體質，積極布局電商事業

資料來源：Amazon、Walmart 歷年財報、美國商務部、MIC 整理，2016 年 6 月

6

## 電商產業競爭現況



資料來源：MIC，2017 年 8 月

- ◆ 原生網路企業、實體零售業者、網路新創公司為電商產業三股勢力，共同影響線上線下商務環境
- 原生網路企業：1995~2000 年主要電商大廠陸續誕生，如 Amazon、eBay、阿里巴巴等
  - 實體零售業者：1850~1980 年代成立，1998 年開始嘗試跨入電商業務經營
  - 網路新創公司：在雲端化、行動化趨勢帶動下，2008 年起許多 O2O 新創服務陸續出現

7

# 國際業者動態

## -網路大廠

8

## Amazon

領域		相關產品與服務		目標市場
軟體	電子商務	<ul style="list-style-type: none"> <li>Amazon Marketplace</li> <li>Fulfillment by Amazon</li> <li>Amazon Prime Air</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Prime Fresh</li> <li>Prime Now</li> <li>Amazon Go</li> <li>Amazon Elements</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>一般消費者</li> <li>第三方賣家</li> </ul>
	雲端運算	<ul style="list-style-type: none"> <li>Amazon Web Service</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>新創業者</li> <li>中小企業</li> </ul>
	數位內容與媒體	<ul style="list-style-type: none"> <li>Amazon Appstore</li> <li>Prime Video</li> <li>Prime Music</li> <li>Prime Photos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Prime Reading</li> <li>Amazon Publishing</li> <li>Amazon Studios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>終端使用者</li> <li>軟體開發者</li> <li>作者</li> <li>一般觀眾</li> </ul>
	數位生活	<ul style="list-style-type: none"> <li>Amazon Restaurants</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>一般消費者</li> </ul>
	網路廣告	<ul style="list-style-type: none"> <li>Amazon Display Ads</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>品牌商 / 賣家</li> </ul>
	線上支付	<ul style="list-style-type: none"> <li>Amazon Pay</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>電商平台</li> </ul>
	創新創業	<ul style="list-style-type: none"> <li>Amazon Launchpad</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>新創業者</li> </ul>
硬體	電子產品	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kindle</li> <li>Kindle Fire</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fire Tablet</li> <li>Fire TV</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>終端使用者</li> <li>軟體開發者</li> </ul>
	智慧裝置	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dash Button</li> <li>Echo</li> <li>Echo Dot</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Amazon Tap</li> <li>Echo look</li> <li>Echo Show</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>一般消費者</li> <li>軟體開發者</li> <li>智慧製造商</li> </ul>

## Amazon

### 語音控制

透過語音助理Alexa，Echo可以撥放音樂、建立購物清單、叫Uber等...

### 雲端運算

具Wifi連線功能，並透過雲端資訊的接收與演算，快速處理複雜查詢與隨機問題

### API S

對外開放 Alexa 開發工具 (Alexa Skills Kit)與AVS(Alexa Voice Service)給第三方開發商



## Amazon Echo

### 家電/裝置業者

- 智慧開關
- 智慧照明
- Smart Home hubs
- 智慧溫控器
- 智慧音響

### 服務平台業者

- 音樂平台 Spotify、Pandora...
- 訂餐平台Yelp
- 叫車平台Uber
- 旅遊平台Kayk

### Amazon Echo

### 車廠

- Ford
- BMW
- Hyundai

### 實體業者

- Domino's

### 穿戴業者

- CoWatch
- Pebble Core

資料來源：MIC，2017年6月

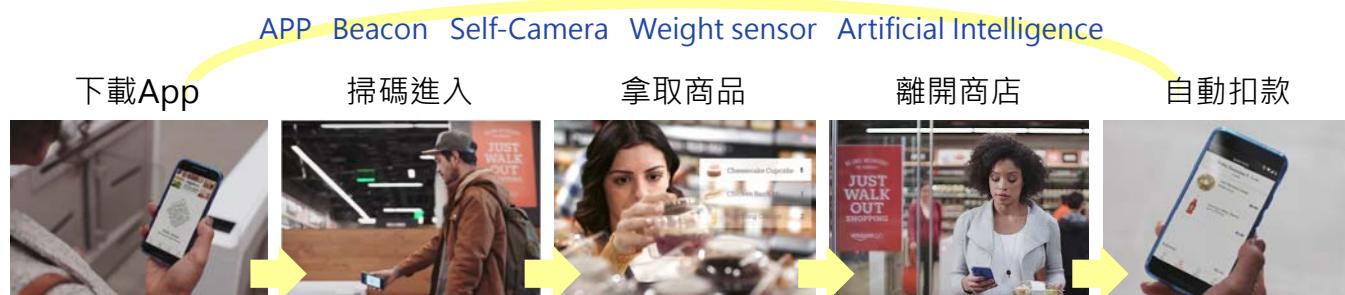
10

## Amazon GO

### Online Shopping Process



### Amazon Go Process

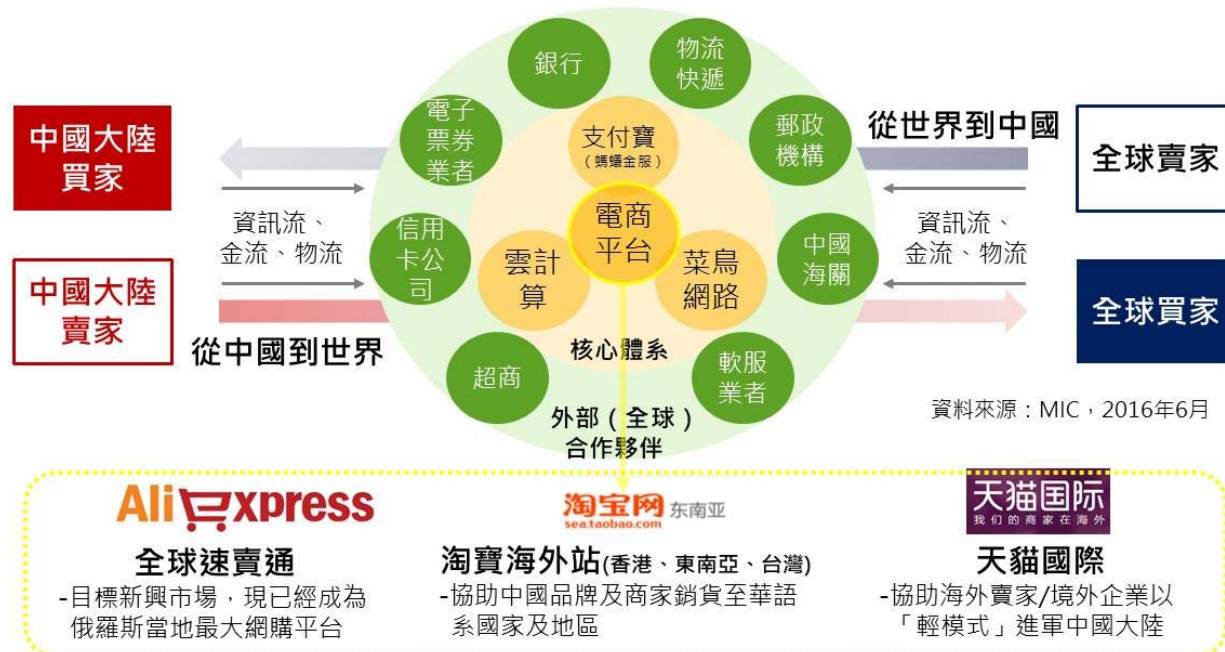


資料來源：MIC，2017年8月

11



# 阿里巴巴



資料來源：MIC，2017年8月

12

## 盒馬鮮生：用數據打造生鮮超市新店型

### Online：電商+外賣

- 電商主打快速配送：手機下單、門市發貨，五公里內最快可30分到貨，配送時間8：30-21：00
- 外賣靠中央廚房：上海、北京約數10家廚房，目標白領客群，客單價約台幣200元

銷售  
賣場  
娛樂  
場所  
發貨  
中心

### Offline：零售+餐飲

- 生鮮零售產品標準化：食品80%、生鮮20%，中高價格，標準化分類與包裝，便於線上訂單之撿貨出貨
- 現購加工、現場用餐：選購生鮮產品後可現場烹調食用，增加線下體驗與停留時間



盒馬App

線上線下體驗一致



支付寶

統一付款工具



電子標籤

線上線下價格同步



自動化倉儲

支援線上快速出貨

中高端族群之日常消費數據



大數據分析



創造廣告、行銷價值

資料來源：MIC，2017年8月

13



# 國際業者動態 - 實體零售

14

## 實體零售之O2O策略：綜合量販Walmart

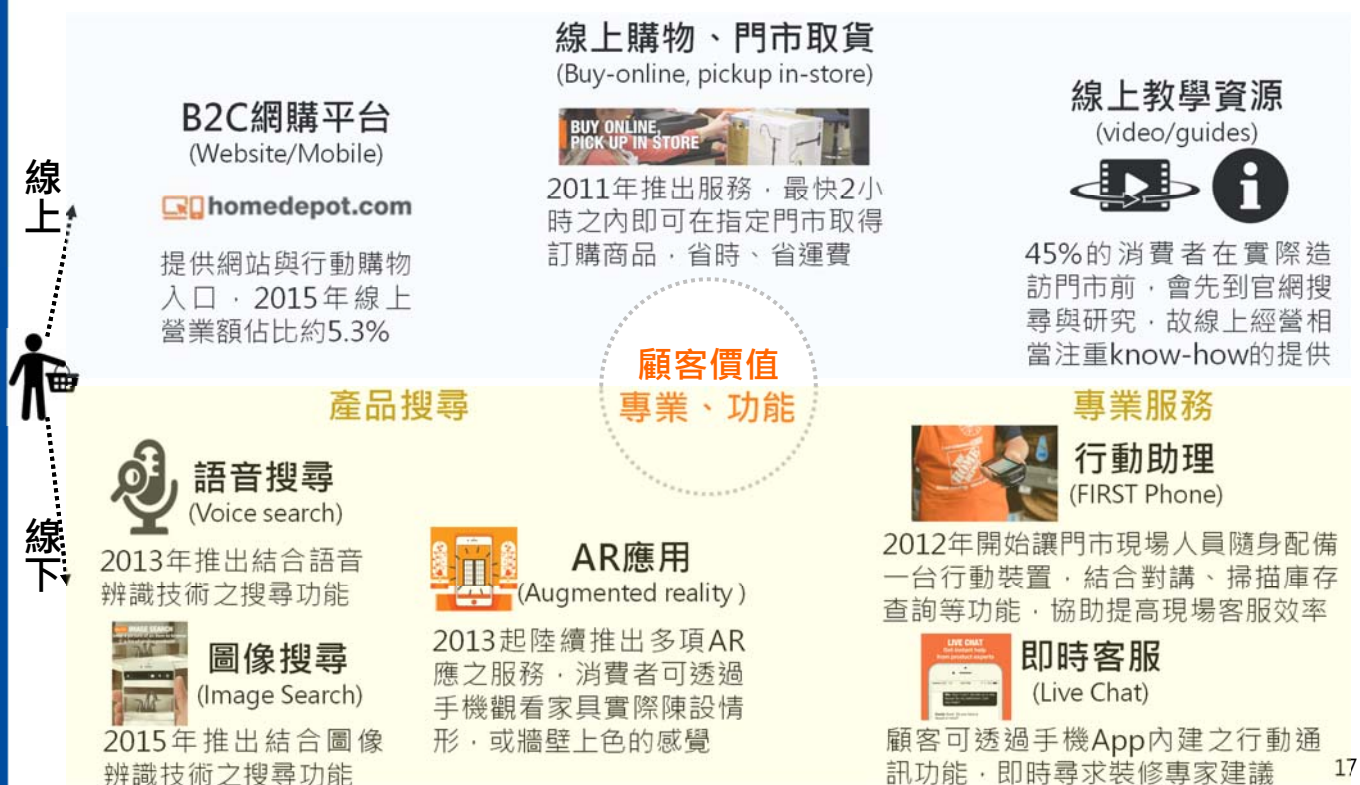


15

## 實體零售之O2O策略：連鎖百貨Macy's



## 實體零售之O2O策略：家具裝修The Home Depot



## 廠商策略比較

		Walmart -省錢、便利	Macy's -時尚、有趣	The Home Depot -專業、功能
線上	商品資訊	商品、折扣資訊	商品資訊	強調知識性、教學性的資訊提供
	購物平台	B2C平台、B2B2C平台	B2C平台	B2C平台
	取貨/配送	提供到店取貨、定點取貨服務	提供到店取貨、當日配送服務	提供到店取貨服務
線下	搜尋工具	一般檢索功能	圖像搜尋、產品定位	語音搜尋、圖像搜尋、AR應用
	感官體驗	一般行動應用	Beacon應用、3C販賣機、虛擬試衣、虛擬試妝	一般行動應用
	支付創新	自有行動支付工具、自助結帳、比價工具	推出數位錢包、與Apple Pay合作行動支付	一般支付服務
	專業服務	無特殊現場專業服務	無特殊現場專業服務	行動助理、即時客服
O2O策略		<ul style="list-style-type: none"> <li>線上提供多樣產品，線下利用數位工具強化便利性、省錢價值</li> <li>以實體門市作為電商業務之發貨後盾</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>線上提供購物入口、線下打造數位體驗場景</li> <li>以實體門市作為電商業務之發貨後盾</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>線上提供專業知識、線下提供專業服務</li> <li>以實體門市作為電商業務之發貨後盾</li> </ul>

資料來源：MIC，2016年6月

18

## 國際業者動態 -新創服務

19

## 服務電商範疇

食	住	行	樂	其他
餐飲外送	家務清潔/維修	叫車服務	美容保養	快遞服務
				
食材/生鮮配送	搬家服務	租車服務	鮮花配送	任務外包
				
點心/酒飲配送	洗衣服務	停車服務	托狗服務	托嬰服務
				

備註：上述隨選服務業者皆已獲創投投資（多數至少已完成A輪以上之融資）  
資料來源：MIC，2016年5月

20

## 生鮮電商：Instacart

### 一小時送達的生鮮配送平台

- 2012年6月成立，總部設於美國舊金山
- 創辦人Apoorva Mehta曾於Amazon擔任供應鏈工程師，認為當時Amazon的倉儲及物流系統已不符行動化的時代趨勢，故希望以O2O模式，讓消費者能夠在網路上選購各大超市的生活必需品，並由私人採購員代買，快速配送至消費者手中

累計創業基金

\$274.8M

 Instacart

服務城市覆蓋數

15個

（全美）

市場估值

\$2B

（獨角獸俱樂部）

21



## 生鮮電商：Instacart

利用個人採購員代買的服務模式，以收取配送費為主要營收來源



### 目標客群

- 忙碌的人（如職業婦女）
- 行動不便者（如老年人）

### 顧客價值

- 用金錢換取時間
- 用金錢換取便利

### 個人採購員



22

## 家務電商：Handy

### 家務清潔與修繕預訂平台

- 2012年1月成立，總部設於美國紐約
- 創辦人認為尋找可信賴且專業的家務服務人員已成為現代忙碌社會、老年化社會的共通問題，因此希望能夠為有需求的家戶及專業工作者（如水電技師、家務清潔人員）搭起一座連結的橋樑

累計創業基金

\$110.7M



服務城市覆蓋數

37個

(美、加、英)

市場估值

\$500M

23



## 家務電商：Handy

為家務市場的供需雙方搭建媒合平台，以交易抽成為主要營收來源



### 目標客群

- 忙碌的人 (如都會人士)
- 行動不便者 (如老年人)
- 懶人經濟

### 顧客價值

- 用金錢換取代勞服務
- 更快速便利找到專業的家務工作者

### 家務工作者



24

## 國內電商現況

25

## 產業競爭面：國內電商平台

業者類型		相關業者	
國內本土平台	上市	網路家庭(8044)、商店街(4965)、富邦媒(8454)、東森(2614)、夠麻吉(8472)、創業家兄弟(8477)、雄獅旅遊(2731)、易飛網(2734)、燦星旅(2719)等	
	未上市	綜合	博客來、17Life、ASAP、Udn買東西、Tree Mall、ibon mart、Gohappy、Myfone購物、加倍奉還網、Friday購物、Friday加購、全家行動購物、KKTown、樂趣買、SOLDA拍賣等
		服飾	Lative、東京著衣、Life 8、OB嚴選、Uniqlo、mydress、Anden Hud、Pazzo、aPure、Wstyle等
		3C/家電	燦坤快3、EcLife良興購物網、e-Payless百利市購物中心、「e同購」線上購物網、大買家網路量販店、大潤發網路購物、愛買線上購物、特力屋購物網等
		美妝	Payeasy、86小舖、小三美日、UNT、屈臣氏、康是美等
		農產/生鮮	吉甲地、好魚網、生鮮市集、海鮮王、i3Fresh、台灣好農、鄰鄉良食、一籃子、田田蔬、果物配、上下游市集等
	其他	Pinkoi、瑪黑家居選物、Umade、早餐吃麥片等	
外商網購平台		Yahoo!拍賣/購物中心/超級商城、樂天(台日合資)、新蛋網(美)、家樂福線上購物網(法)、旋轉拍賣Carousell(新)、蝦皮拍賣(新)、Honestbee(新)、HappyFresh(印)、Costco線上購物(美)、樂趣買(日)、Zara(西)、GU(日)、迪卡儂(法)等	
跨境網購平台		淘寶/天貓(中)、Amazon(美)、Amazon.jp(日)、eBay(美)、ASOS(英)、Shopbop(美)、樂天(日)、Gmarket(韓)、Zalora(新)、iHerb(美)等	

備註：藍色字體為2015年後上線之平台，灰色刪除字體為結束營業之平台  
資料來源：MIC，2017年3月

26

## 產業競爭面：跨境電商平台

### 提供跨境送台之國外電商平台



### 第三方跨境配送/轉運服務公司

#### 美：Borderfree

成立於1999年，2014年在美IPO，目前主要服務為提供美國各零售商拓展跨境業務所需之各項支援如跨國支付、當地物流管理等。客戶包含Nordstrom、Macy's、Under Armour等

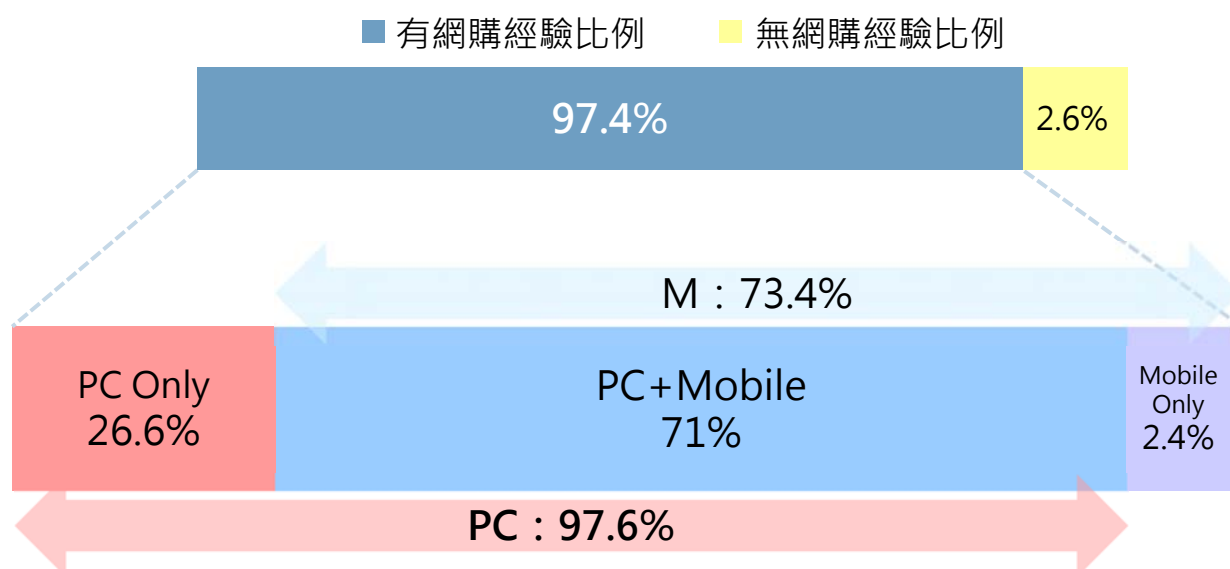
#### 日：Tenso

成立於2008年，為日本轉送業者的先驅，亦為知名度最大的轉送公司，主要是在日本提供代客收包裹並且寄送至海外的服務。客戶包含日本樂天、Amazon.jp等

- ◆ 許多國外電商平台雖未在台設立營運據點，然藉由多語網站介面的建置、第三方跨境配送/轉運公司協助全球配送，亦能為台灣消費者提供購物服務

27

## 消費行為面：網購經驗比例



原始題目：您的網路購物經驗為何（以最後下單完成交易動作為準）？

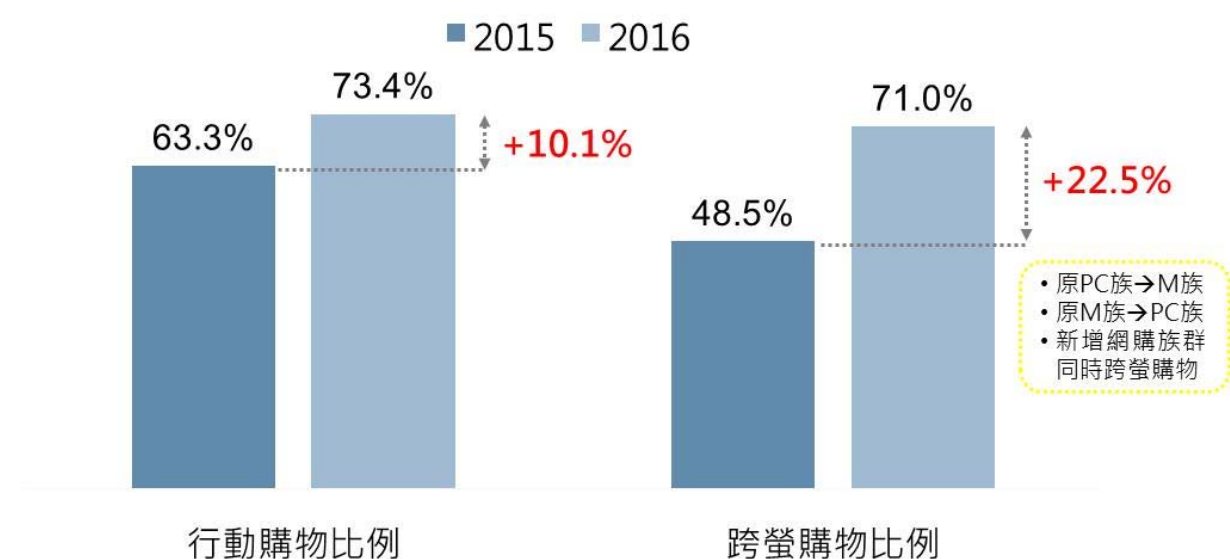
備註：複選題，有效樣本1,068份

資料來源：MIC，2017年3月

- ◆ 台灣網購經驗普及，顯示網購已成為消費者購物的重要管道，將使各方業者積極思索線上通路之經營，「無電不商」、「無商不電」的產業情境會加速實現

28

## 消費行為面：行動與跨螢趨勢



備註：有效樣本1,068份(2016)

資料來源：MIC，2017年3月

- ◆ 儘管目前PC網購仍占多數，但行動網購與跨螢購物都有成長的態勢，尤其是跨螢購物，顯示跨裝置購物的移轉不適應或陣痛情形降低，跨螢消費現象逐漸普及

29

## 消費行為面：每月網購支出占比

	2014	2015	2016
每月可支配所得 (MIC調查數據)	22,009	20,548	19,836
每月總消費支出 (可支配所得-(可支配所得*國民儲蓄率))	14,746 (2015Q4儲蓄率33%)	13,397 (2015Q4儲蓄率34.8%)	13,012 (2016Q4儲蓄率34.4%)
每月網購支出 (MIC調查數據)	1,807	2,062	2,310
網購支出比例 (每月網購支出/每月總消費支出)	12.3%	15.4%	17.8%

註1：可支配所得=所得收入總計-固定支出，可由家庭自由支配使用於消費或儲蓄

註2：單位：元(新台幣)

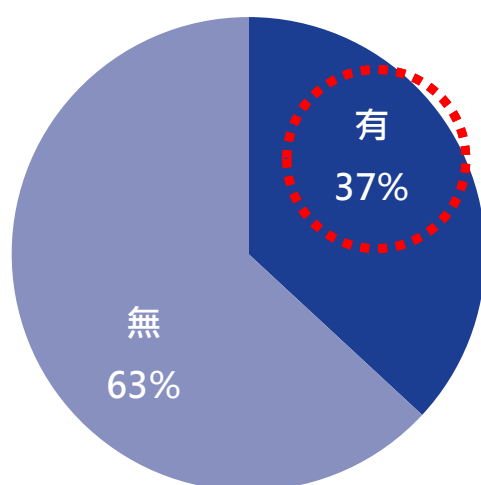
資料來源：主計處、MIC，2017年3月

- ◆ 目前網友雖仍以實體消費為主，但近3年網購支出在總消費支出之占比持續成長，顯示線上與線下消費移轉現象持續發生

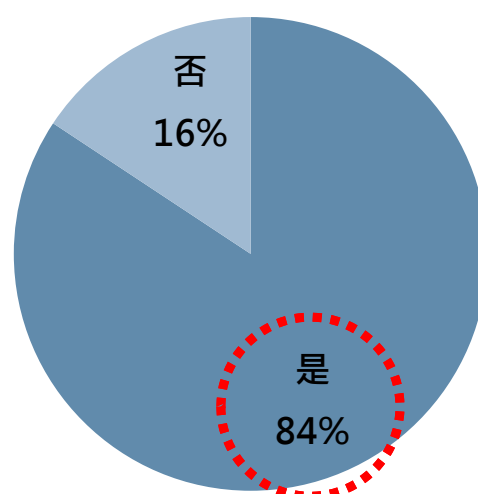
30

## 消費行為面：跨境網購經驗

目前跨境網購經驗



未來跨境意願



註1：有效樣本1,040份

註2：跨境網購定義：指自行透過境外網購平台或透過跨境代購網站、個人海外代購購買「實體產品」之行為，但透過境外旅遊平台訂購海外住宿、機票者則不在本次調查範疇中。

資料來源：MIC，2016年12月

- ◆ 37%台灣網友在過去一年內有跨境網購之經驗，84%網友表示未來有意願嘗試或繼續跨境網購，顯示台灣網友目前跨境比例雖不高，但未來對跨境網購抱持正面、開放的態度，跨境網購行為未來預期將更加活躍

31

# 未來展望

32

## 未來展望(1/2)

### 趨勢1：大廠生態系的布局將持續擴大與深化

隨著網路產業的領域分野越趨模糊，電商大廠除了持續擴大核心本業規模外，也積極拓展其他事業生態，如Amazon近年開始跨足智慧家電，生態系成員從供貨商、第三方賣家、物流夥伴擴大到獨立開發者、家電製造商，未來任何產業的業者都有與電商大廠合作的機會，也都可能面臨大廠的競爭威脅

### 趨勢2：基本購物需求將越趨倚賴線上綜合網購平台

綜合網購平台業者對規模與效率的追求相當積極，不斷擴充平台產品規模（如招攬全球第三方賣家）、布建物流網絡以提升配送效率，網購變得更加豐富、便利且快速，所有的基本購物需求都可透過網路獲得滿足，消費者對網購仰賴度將越來越深，網路零售在整體零售之占比預期將持續成長

### 趨勢3：場域體驗、專業服務將為線下實體零售之差異優勢

消費者對實際接觸、採購的需求無法完全被網購給取代，未來實體零售空間不再只是單純的交易場所，如何透過數位工具打造更有趣的購物體驗（如虛擬試衣）、優化購物流程（如自助結帳、行動支付），及提供現場專業諮詢服務將是實體零售業者發揮差異優勢之所在

33



## 未來展望(2/2)

### 趨勢4：服務互補，開啟傳統與新創的合作空間

O2O的出現雖然對某些線下、傳統行業造成負面衝擊，但在某些領域中，雙方的服務卻是彼此互補，如生鮮代購與實體零售、代客泊車與車商等，新創業者需要透過合作拓展服務規模，而線下業者也能夠藉此為顧客提供加值服務，隨著合作實例的累積，未來新舊勢力看待彼此的角度將逐漸由對立面轉為合作面

### 趨勢5：網購無國界，國際挑戰不分內外貿市場

跨境電商已成業界共識，國際平台業者透過國際分站、海外投資、跨境直送開發海外市場，國際供貨賣家藉平台之力走出去，不僅跨境電商業者在國際市場會面臨來自全球的挑戰，國內市場也躍升國際競爭格局，業者須打破安守內需心態，對外來新進同業須更提高警覺

## 智慧財產權暨引用聲明

- 本活動所提供之講義內容或其他文件資料，均受著作權法之保護，非經資策會或其他相關權利人之事前書面同意，任何人不得以任何形式為重製、轉載、傳輸或其他任何商業用途之行為
- 本講義內容所引用之各公司名稱、商標與產品示意照片之所有權皆屬各公司所有
- 本講義全部或部分內容為資策會產業情報研究所整理及分析所得，由於產業變動快速，資策會並不保證本活動所使用之研究方法及研究成果於未來或其他狀況下仍具備正確性與完整性，請台端於引用時，務必注意發布日期、立論之假設及當時情境



# 數位經濟暨網路虛擬貨幣 最新法制趨勢

資策會科技法律研究所

郭戎晉 副主任

[ronkuo@iii.org.tw](mailto:ronkuo@iii.org.tw)

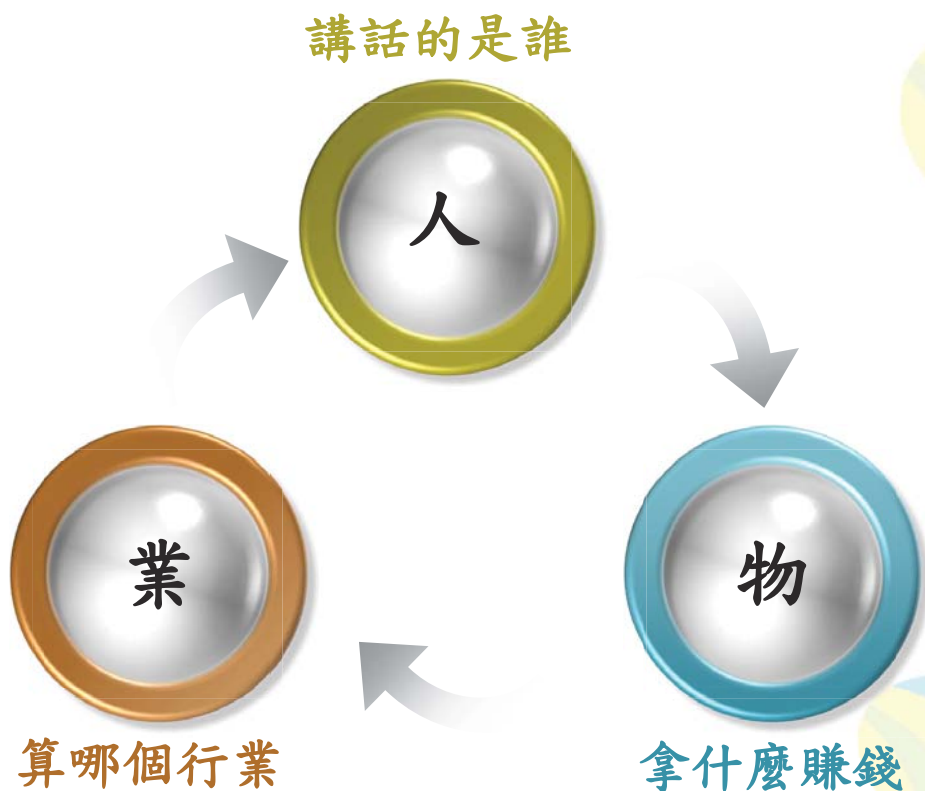
2017年8月29日



2017 © 資訊工業策進會



## 當前「數位經濟」的三大觀察面向

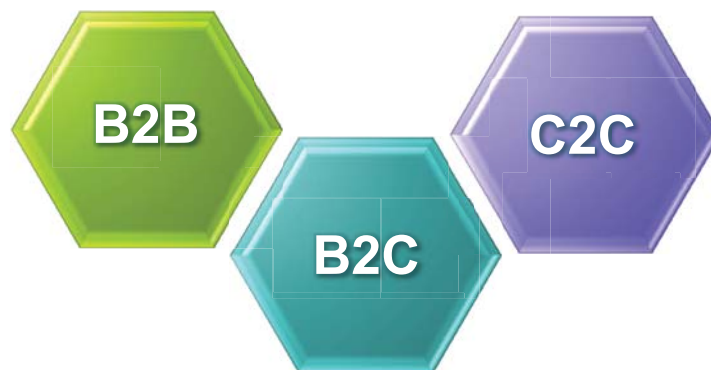




講話的是誰



## 現象：B(企業) & C(消費者)概念的模糊化



- 90年代電商發展初期，B與C分辨容易；但社群商務、微商、共享經濟等新經濟模式，讓兩者的界線模糊化
- 兩個在此一發展過程中產生適用爭議的代表法規
  - 公平交易法(B2B競爭關係)
  - 消費者保護法(B2C消費關係)



## 現象：B(企業) & C(消費者)概念的模糊化

- 國際法制政策亦受此一趨勢影響
- OECD 在1999年12月提出「電子商務消費者保護綱領」，影響各國消保立法迄今。惟OECD已於2016年3月提出「**電子商務消費者保護建議書**」(Consumer Protection in E-commerce: OECD Recommendation)，取代了1999年電子商務消費者保護綱領
- 近年OECD關注重點即包括：
  - 交易參與者角色的轉變
  - 新興載具應用帶來的改變



## 趨勢：是否仍是以“人”為本

- 伴隨電子商務興起，**電子代理人**(electronic agent)廣泛運用於電子商務實務運作；由於電子代理人運作無須人工介入處理，連帶衍生電子代理人所為意思表示的效力問題
- 傳統國際電子商務立法，並不乏電子代理人明文規定：
  - 國際組織：如聯合國「跨國契約使用電子通訊公約」
  - 主要國家：如美國「統一電子交易法」(UETA)及「聯邦電子簽章法」(ESIGN)
  - 國際組織及主要國家向明文承認電子代理人所為意思表示的有效性



## 趨勢：是否仍是以“人”為本

### Rise of the Chatbot Economy

Your customers don't want to download an app—but they just might chat with your bot.

The  
Economist

Mobile services

Bots, the next frontier



- 近期人工智慧(實體/軟體機器人)逐步運用於網路經濟，可能衍生全新的法律問題，並產生重塑法制規範的需求
  - 電子代理人：單純反映預設內容
  - AI：具主動性及學習能力



## 拿什麼賺錢



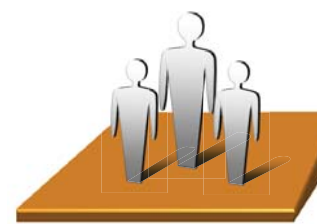




## 現象：實體商品到無形商品

### STEP 1

- 電子商務發展初期，側重於如何讓實體社會原有商品，也能在網路上販售
- 代表性法律爭議：網路銷售商品種類設有限制(如禁止網路販酒)



Mail-order  
Purchase

E-Commerce



M-Commerce



Virtual  
Economic



### STEP 2

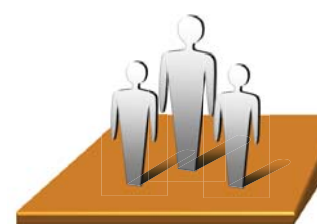
- 實體商品無形化(數位內容商品)，例如CD → MP3
- 代表性法律爭議：視為商品，或視為服務



## 趨勢：網路原生虛擬商品的持續問世

### STEP 3

- 網路原生性商品開始出現，如：貼圖、網路虛擬貨幣
- 代表性法律爭議：網路原生商品的法律定位



Mail-order  
Purchase

E-Commerce



M-Commerce



Virtual  
Economic



### STEP 4





## 算哪個行業



## 現象：共享經濟 (Sharing Economy)

- 資通訊技術的日新月異，使得行業之間的分野逐漸模糊，虛實之間的界線也正逐步消失

Not just Uber and Airbnb





## 現象：金融科技 (FinTech)

	金融機構	非金融機構
銀行	● 網路銀行 (業務網路化/去分行化)	● 第三方支付
保險	● 網路保險	×
證期	● 網路證券 ● 創櫃版	● 網路群眾募資
貨幣	● 法定貨幣數位化	● 網路虛擬貨幣(比特幣)



## 動腦時間：下列何者可稱為「法定貨幣」？





## 受惠於區塊鏈技術而快速發展的比特幣(網路虛擬貨幣)

### ● Melanie Swan — Blockchain: Blueprint for a New Economy



## 區塊鏈1.0—虛擬貨幣(比特幣)應用

### ● 比特幣 (Bitcoin)

- 化名為Satoshi Nakamoto的網路使用者在2008年提出比特幣概念，成為全球第一個數位分散式(P2P)網路虛擬貨幣
- 比特幣系統背後並不存在任何官方機構或營運商，完全由網路使用者自主共同管理與運作
- 利用密碼學來控制發行和交易，非對稱式加密模式，讓比特幣總量自始即控制在2,100萬個
- 2009年時，1美元可購得1309個比特幣，然而2017年一個比特幣單價已突破3,000美元，貴過黃金



無須透過銀行或任何中介者



無須手續費



可以於任何國家使用



使用上無任何條件或限制





## 網路虛擬貨幣(比特幣；Bitcoin)法制最新發展

### ● 成功關鍵

- 運用數位加密演算技術，使比特幣總量控制在2,100萬個，吸引網路使用者追捧
- 藉由分散式帳冊技術(Distributed Ledger Technology, DLT)，打造使所有參與者信賴的運作與交易環境

### ● 三大法律問題

- 可否視同法定貨幣 (legal tender)
- 稅捐稽徵
- 不當運用於犯罪行為

### ● 近期虛擬貨幣法制發展焦點：交易平台監管

- 2015年美國紐約州：N.Y.C.R.R (Part 200 Virtual Currencies)，提出Bitlicense制度
- 2016年日本：資金決済法修正，新設「虛擬通貨交換業」概念

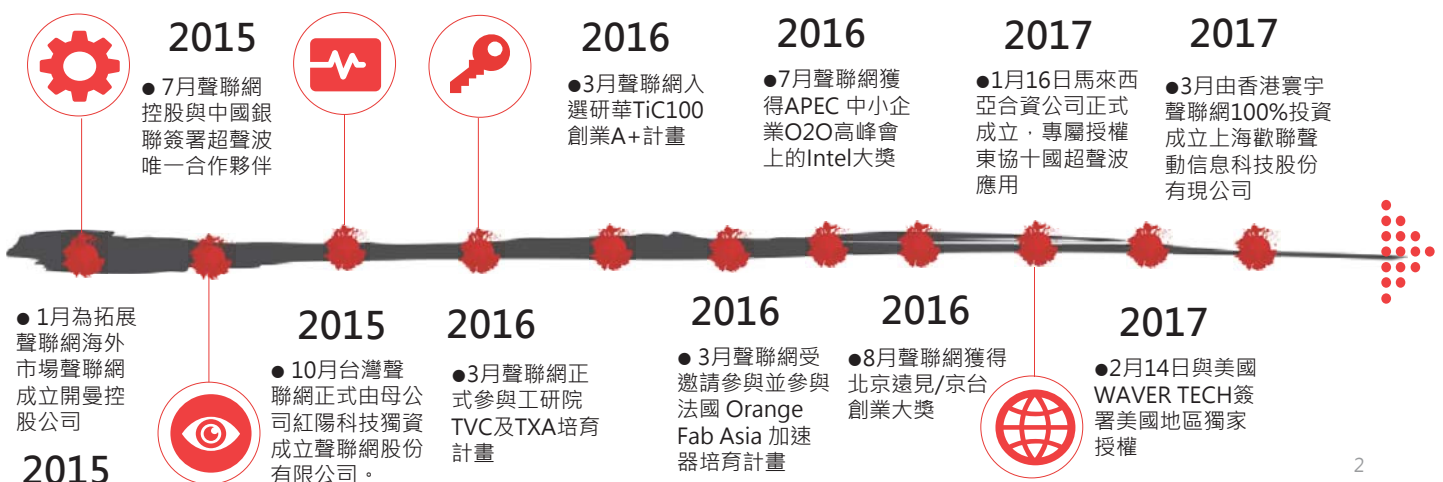




# 聲聯網

## 用聲音串連全世界

2015年開始從台灣紅陽科技股份有限公司獨立出聲聯網控股公司，全力發展超聲波技術應用。通過聲聯網聲波技術與集成移動互聯網應用形成的聲態圈商務平台，實現移動互聯的便捷生活服務模式。



# 聲音互動技術 智慧城市應用

## 『智慧城市應用』



商圈智慧導流  
商圈、商場  
折扣優惠、導流及引流



聲波智慧家居  
聲波燈泡、開鎖  
政府急難資訊推播  
管委會公告、門禁  
家居電商採買外送



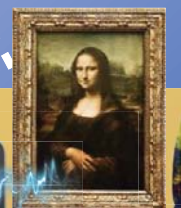
聲波智慧點餐  
預訂、排隊、取餐



聲波智慧景區  
聲波買票、  
入園、排隊



城市智慧交通  
交通路線、進站  
時間、互動廣告



聲波智慧導覽  
文創展區聲波導覽  
仿製品、電商服務





『跨屏應用』  
戲劇聲波置入性行銷  
通過電視劇情張力  
抓住明星代言商機



### 完美與聲波互補的聲紋技術

主要可透過聲紋技術辨識即時廣告、電視頻道、電影及現場聲音等  
透過聲紋辨識技術結合手機 APP 辨識出目前正在收看的電視節目





### 『景區智能導覽、導購』

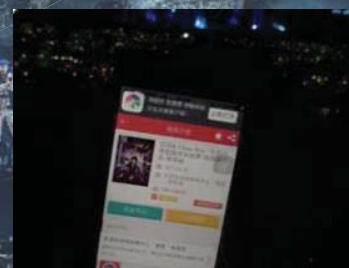
文創藝術展區可利用超聲波信號讓自己手機可以定位導覽，同時進行互動或導購，免租用導覽機、免等人、走到哪聽到哪，並可延伸至仿製品購買等等服務。



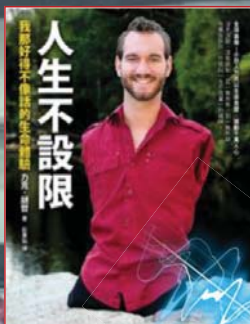
### 『萬人演唱會』

聲波遠近皆宜，要多遠有多遠，萬人活動超聲波瀰漫無死角同步接收

2015年于深圳體育館辦的孫燕姿演唱會 所使用的聲聯網應用，現場兩萬人，引爆粉絲經濟，在演唱會的當下，利用現場喇叭將訊息推送至750米以上，內容可以有偶像訊息、周邊商品以及次場購票服務。







『聲波場景-會議、演講、論壇』  
會議或演講在原本播音設備載入“超聲波”信號，即時臺上與台下間互動，可傳送影音/檔/資料…等。  
力克胡哲在南港演說會當中，即時傳輸Facebook粉絲專頁讓現場民眾主動於網站提問，主講人現場回答，達到互動與收集粉絲會員，同時可販售商品。

『跨屏應用』1/N  
戲劇置人性行銷  
通過電視劇情張力  
抓住明星代言商機



立即購買

加入購物車



## 『跨屏應用』

### 讓廣告變電商

傳統電視廣告只能告訴觀眾，在哪裡買得到商品？  
現在載入『聲聯網』服務  
讓您瞬間通過別人的廣告  
賣自己的商品！



立即購買

加入购物车

## 『跨屏應用』

### 電影與周邊商品商機

聲波互動應用在電影開播前、中、後除了票房收入外，還有龐大的周邊商品商機，更隱藏著帶動院線附近商圈『引流與導流』的龐大商機。



新光影城  
SHIN KONG CINEMAS







### 『跨屏應用』

創意無限的互動體驗

讓所有固定、移動、室內、  
戶外的媒體，立馬變成  
O2O引流、導流的互動商機

Soundnet  
用聲音串聯全世界

### 聲聯網結合手游的三項應用達成影遊聯動 手機遊戲與聲聯網技術應用合作開發

無須GPS定位，無需走出戶外，比起Pokemon go！更能製造新話題，吸引新客群

聲聯網擁有全球唯一整合聲波及聲紋SDK(軟件開發包)的技術與專利，聲波亦可觸發APP的啟動(即靜默啟動，藍牙無法達成)，對於室內外場景無任何限制，再結合有趣的遊戲內容或IP，將可開創前所未有的新商業模





# 智慧觀光(SmartTouring)-大稻埕(Dadaocheng)

**背景:** 大稻埕充滿清末、日據歷史文化資產，無論在經濟、社會或文化活動上，過去這裡不僅是商業活動頻繁的高消費區，也是人文薈萃之地，在台北市歷史上占有重要的一席之地。



## 商圈整體面

如: AR景點導覽、資源串聯整合

## 個別店家面

如: 優惠推播、聯名特色商品開發

## 節慶活動面

如: 活動站集點兌換、報到認證



• 水幕/浮空投影



• AR景點互動



• 遊客自製視頻結合廣告置入行銷



• 景點客製化數位導遊APP



• 導遊手環結合互動與代幣儲值機制

Innovation, Compassion, Effectiveness

© 2016 Institute for Information Industry



## Sponsors & Partners



ITRI  
INCUBATOR  
工研院創業育成中心

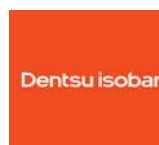
OPENLAB  
工研院開放實驗室

ITRI  
TechVenture Club  
工研院科技創新俱樂部

TAA  
Roadshow



Asia-Pacific  
Economic Cooperation



Posterscope

Pioneering  
Out-of-Home

Orange Fab Asia  
In Tokyo, Seoul, Taipei



NORTON ROSE FULBRIGHT





# Why UltraSound ?



UltraSound  
NFC/iBeacon  
QRCode



- Infrastructure ready
- To provide instant & secure wireless mobile connectivity using the always "on" audio interface
- Play silently or mix with audio
- CPU/Battery Efficiency
- Low cost, no extra hardware upgrade (Speaker/Microphone)
- Both short range (NFC-like) connectivity, as well as long range (iBeacon/Bluetooth-like) connectivity

**SOUNDNET**  
**CONNECTING THE WORLD**

**Come join us!**

[www.soundnet168.com](http://www.soundnet168.com)