

出國報告（出國類別：觀摩與參訪）

跨境電子商務星馬拓商論壇暨媒合 參訪團

服務機關：經濟部商業司

姓名職稱：李司長鎂、張專門委員峯源

派赴國家：新加坡、馬來西亞

出國期間：105年5月18日至5月23日

報告日期：105年7月

摘要

為使我國電商平台與品牌業者及支援服務商在東協市場建立生態體系，以擴充體系成員及強化運作機制，行銷我國網路產業並協助業者進軍東南亞，本司邀集網路暨電子商務業者組團赴新加坡與馬來西亞與當地業者進行實質交流，分別在兩國舉辦跨國商業論壇、媒合洽商等國際交流活動，深度走訪當地企業，提升我國網路暨電子商務產業在新加坡與馬來西亞的曝光度。透過舉辦媒合洽商活動，期待發掘更多品牌商與電商平台合作進軍東協市場。

為能與新加坡、馬來西亞當地第一線業者結盟，本司邀集我國網路暨電子商務產業發展協會榮譽理事長詹宏志先生、理事長林之晨(即 AppWorks 共同創辦人)、創業家兄弟、康太數位(17Life)、優達斯(Uitox)、美合國際(86 小舖)、中華優購等 30 家電子商務暨網路服務業者組團，在新加坡與「新加坡企業發展局」共同主辦「臺星電子商務論壇暨交流媒合會」，另在馬來西亞與 SITEC 以「臺馬電子商務跨境商機論壇暨媒合會」進行合作，並參訪當地重要電商企業 Lazada，與當地電子商務及新創團隊進行交流，以促成未來長期交流的合作可能。

目次

壹、目的.....	1
貳、過程	1
參、心得及建議.....	8
附錄 1 本次參訪廠商簡介.....	9
附錄 2 相關照片集錦.....	11

壹、目的

為促進我國電子商務發展，提升產業國際競爭力，在行政院電子商務發展綱領中，係以打造臺灣成為亞太電子商務創新及集資基地，並以電子商務產業作為臺灣進軍國際市場的動力為目標。鑒於此，目前東南亞電子商務消費族群人口逐漸提升，具高度發展潛力，是臺灣發展海外電子商務市場的重要基地。本司可以協助我國網購平臺業者前進東協市場，輔導平臺建立跨境營運模式，從「平臺合作」到「落地經營」形成電商生態體系，以發揮平臺帶動臺灣品牌出口之效益。

貳、過程

一、參訪對象及工作重點

本次參訪內容包含在新加坡與新加坡企業發展局共同主辦「臺星電子商務論壇暨交流媒合會」，另在馬來西亞與 SITEC 以「臺馬電子商務跨境商機論壇暨媒合會」進行合作，並參訪當地重要電商企業 Lazada、與當地電子商務及新創團隊進行交流，以促成未來長期交流的合作可能。

- (一) 參加「**臺星電子商務論壇**」:本次活動由 IE Singapore 邀集新加坡在地物流、金流、線上市集、網路服務等業者，以論壇的形式與我國團員進行交流，本活動藉此論壇除向當地網路業暨相關金、物流業者推介我國網路產業外，會議中也按我國團員之媒合意願，安排業者於第二天進行洽商，促成企業合作意向。
- (二) 參加「**臺星電子商務媒合會**」:本次媒合會臺灣電商團員包含網家集團(PChome Online)、美和國際(86 小舖)、康太數位(17Life)、優達斯(uitox)、聖洋科技(cacaFly)等 16 家具代表性之電子商務與網路業者，與新加坡業者進行一對一洽商，提供臺灣電商產業朝向國際發展的機會。

- (三) 參加「**臺馬網路及電子商務跨境商機論壇媒合會**」:本司與馬來西亞雪蘭莪州資訊科技與電子商務理事會、財團法人商業發展研究院以及我國網路暨電子商務產業發展協會(TiEA)，共同舉辦「**臺馬網路及電子商務跨境商機論壇及媒合會**」，並在媒合會中簽署 5 份合作備忘錄。
- (四) 參訪「**馬來西亞電商平台 Lazada**」:深度參訪馬來西亞電商平台業者 **Lazada**，並了解馬來西亞外國投資、設立公司、海關等法規環境，俾利本司未來推動跨境電商之參考。

二、參訪內容說明

(一) 「**臺星電子商務論壇暨電子商務媒合會**」:

為協助臺灣電子商務暨網路服務業者進入東南亞市場，串起在東南亞的相關網絡，為臺灣網路產業找尋合作及互補的機會。本活動由本司與新加坡國際企業發展局(International Enterprise Singapore，簡稱企發局或 IE Singapore)合作舉辦電子商務論壇暨交流媒合會。IE Singapore 隸屬於新加坡貿易與工業部的國家法定機構，其前身是成立于 1983 年的新加坡貿易發展局（貿發局），其組織任務主要聚焦於促進新加坡企業開展海外經濟合作，協助新加坡企業國際化。

5 月 19 日所舉行的「**臺星電子商務高峰論壇**」，由本司與新加坡國際企業發展局生活時尚產業司司長共同開場致詞。本次論壇由臺星雙方電商平臺、金流、物流、資訊服務、創投等業者分享電商經營經驗，以論壇的形式與我方團員進行交流，並藉此論壇向當地網路業暨相關金、物流業者推介臺灣網路產業外，會議中也按所屬團員之媒合意願，安排業者於第二天進行洽商，促成雙方企業合作。藉由本次活動除提升臺灣電商平臺、品牌業者在當地的知名度外，並以協助媒合合作夥伴，共同開拓東協市場新商機為主要目的。

本司於致詞時說明，過去臺灣不僅與新加坡的的經貿關係往來密切，也相當重視雙邊的合作關係，期望雙方在電子商務的合作模式能夠成為二國經貿合作的最佳典範，並從電子商務延伸擴展到實體零售、餐飲、旅遊、物流等產業，全方位提升二國的商務交流。

過去我國不僅與新加坡的的經貿關係往來密切，也相當重視雙邊的合作關係，期望雙方在電子商務的合作模式能夠成為兩國經貿合作的最佳典範，並從電子商務延伸擴展到實體零售、餐飲、旅遊、物流等產業，全方位提升兩國的商務交流。我國電商有各式各樣的產品，充滿創新的營運模式，新加坡由於經濟發展的獨特性，現階段和我國有互補之處。因此，我國在電商領域能和新加坡進行合作，由我國提供商品、營運模式，新加坡則有很強的物流系統、金融系統，兩者相加可以在東南亞取得一席之地。

5 月 20 日所舉辦「臺星商機媒合活動」，由新加坡工商聯合總會 (Singapore Business Federation, SBF) 協助辦理。SBF 是新加坡最大的商會，會員公司超過 1 萬 5 千家。本次媒合活動除邀請新加坡 25 家電商業者與臺灣 15 家業者進行媒合外，本司另與新加坡國際企業發展局洽談臺星未來合作方向，我方提及未來盼與新加坡共同合作進行跨國資源整合以開拓東協市場，星國則表示目前政府極力培養電商周邊服務業者，建議我方與新加坡當地例如物流及金流業者合作，以提供相關支援服務。

雙方均肯定本次活動為未來合作之基礎，並選定未來合作方向包括金融、物流、新創事業、創投經驗分享等為未來雙方合作之首要議題。

(三) 「臺馬網路及電子商務跨境商機論壇媒合會」：

本司於「臺馬網路及電子商務跨境商機論壇媒合會」開幕致詞時指出，臺灣 2300 萬人口中，上網人口近 1800 萬，而 18 至 30 歲的上網人口更接近 100%，電子商務潛力無限，透過電子商務可擴大市場及拉近商家與消費者的距離。馬來西亞政府和民間團體對電子商務展現高度興趣，特別是具有創意及理想的年輕人，未來雙方應可互相合作及交流，共同發展電子商

務。

另馬來西亞雪蘭莪州高級行政議員 Y.B.鄧章欽拿督致詞時表示，雖然馬來西亞只有 3000 萬人口，但馬來西亞人口結構年輕化、網路滲透率高達 70%，手機普及率達 136%，中產階級逐漸增長，基礎設施良好，加上政府的多方面鼓勵，電子商務發展不遺餘力，憑藉著馬來西亞的優勢，可以讓馬來西亞的電子商務發展蓬勃，更成為外企進軍國際的平臺。雪州資訊科技與電子商務理事會（SITEC）在馬來西亞電子商務發展扮演重要角色，其培訓中小型企業及新創企業進軍全球經濟的新領域，是進一步促進馬來西亞電子商務快速增長的關鍵。目前馬來西亞即將成為跨太平洋夥伴關係協定（TPPA）和區域全面經濟夥伴關係（RCEP）成員國，同時與中東清真市場密切關係，任何企業選擇在馬來西亞投資，就如同投資在東盟、亞洲甚至全世界市場。

另本次論壇活動，由網路暨電子商務產業發展協會(TiEA)理事長林之晨以《東南亞互聯網+臺灣》為主題，向東南亞國家介紹我國優良的電商平臺、我國品牌商品及網路服務業者；此外優達斯(uitox)集團、康太數位(17Life)及優愛德(urAD)分別以跨境電商、O2O 虛實整合以及數位廣告為主題，提供目前電子商務跨境合作布局之新商機；隨後並舉辦大型商機媒合會，協助台灣電商業者與馬來西亞電商及媒體業者進行媒合。臺灣共有 35 家電商及網路業者組團，當地馬來西亞超過 400 人參加論壇，56 家企業參與媒合洽談，現場共媒合臺馬雙邊企業超過 350 家次。

在馬臺網路及電子商務跨境商機記者會中，由本司、台灣網路暨電子商務產業發展協會(TiEA)與馬來西亞雪蘭莪州高級行政議員 Y.B.鄧章欽拿督、馬來西亞數碼經濟機構電子商務部、駐馬來西亞臺北經濟文化辦事處、及雪州資訊科技與電子商務理事會 SITEC 等見證雙方業者簽署 5 份合作備忘錄。包括臺灣 Uitox 和馬國 Lazada、11 Street、Gemfive；臺灣塔圖資訊和馬國 FG Media；臺灣 SmartM 和馬國 Wofollow。

另在本次活動記者會中，優達斯 (uitox)更啟動「臺灣嚴選」活動，於三大馬來西亞電商平台 11Street、Lazada 以及 GemFive 上開設「臺灣嚴選」(Taiwan Select)優良產品專區，透過本次行銷活動增加我國電商平臺及品牌業者曝光度，亦提升臺灣商品的品牌形象。

本司並於記者會後接受中央社駐馬來西亞特派員及馬來西亞 FG MEDIA 傳播媒體集團記者專訪表示，隨著科技崛起，跨境電商成為業者必備的能力之一，並且是國內企業升級轉型的重要契機。目前馬來西亞政府與民間都紛紛投入資源推動電商產業，由於馬來西亞因網路普及率的提升，電商市場規模的持續擴大，成為臺商跨境電子商務的東協首選國家。本次由臺灣政府組團前來馬來西亞，透過舉辦電商高峰論壇暨商機媒合會，將創造雙方更多跨境的合作商機。

(四) 參訪馬來西亞電商-Lazada:

Lazada 由德國創業孵化器 Rocket Internet 於 2012 年孵化創立，目前是東南亞地區最大的線上購物網站之一，總部設在新加坡，最初是以自營的電商模式設立，2013 年開始轉型，學習亞馬遜(amazon)向小商家和零售商打造銷售平臺，並建立下單和配送的流程系統。

由於沒有海外送貨服務，Lazada 目前在新加坡、馬來西亞、泰國、菲律賓、印尼和越南皆設有專屬的網購網站。在交流的過程中，Lazada 分析，以年輕族群占消費人口比率來看，東南亞地區約 34%、中國約 32%、美國約 28%。因東南亞地區逐漸興起的年輕族群、中產階級，大量使用行動、線上購物，是支持電子商務成長的主要關鍵。

東南亞地區的幾個國家中，除了新加坡以外，馬來西亞是智慧手機普及率最高的地區，今年 Lazada 首次成為馬來西亞最受歡迎的購物網站名單，目前在生活中相關、嬰幼兒產品、美妝流行商品等領域已有漂亮的成績值得參考。

參、心得及建議

一、參訪心得

(一) 結合既有政策，整合跨境資源，推動業者積極參與全球網路生態鏈:

新加坡國際化程度高，加上極高的跨境貿易比例，以及其作為國際重要轉運港與金融中心，新加坡和其他地區市場緊密相連的基礎，相當適合作為發展亞太地區電子商務的前哨站，是東南亞地區發展基礎最穩固的電子商務市場。新加坡物流系統的建置與通訊網絡聯繫的便利性在亞洲名列前茅，是電商業者進軍亞太市場的理想入口。近年來，受惠於政府的支持與豐富的金融經驗，新加坡已成為發展金融科技（Fintech）的沃土。

雖然東南亞的電商占實體零售比率仍低，但是東南亞各個國家，卻是積極發展網路產業。在全世界各國重視網路、電子商務與數位經濟之浪潮下，全球網路生態已經形成各種大型產業生態鏈。本活動籌組「星馬電子商務」拓商團，實地走訪星馬兩國，與當地業者、媒體、社會推薦我國多元而優秀的網路服務業以及創新營運模式，協助業者在東南亞找尋與其可能合作及互補的機會，使我國的產業能夠進一步參與在全球網路生態體系中。

(二) 凝聚網路產業攜手共進東南亞，重新串起當地華人網絡、民間團體及各大商會：

長久以來，我國的經濟型態，以中小企業居多，優點是彈性高、速度快，缺點則是各家廠商資源有限，要與國際廠商進行大規模競爭並不易。目前東協電商剛起步，亞馬遜、eBay 在地服務不夠，區域性平台如淘寶天貓、日本樂天、韓國 G-Market 等剛進入市場，本地平台 Lazada 的技術服務則尚未到位，我國電商業者擁有優質技術和服務，再結合優良臺灣商品，是進軍東南亞市場的好時機。

本次組團之成員包含電商零售平台、品牌電商，以及數位行銷、O2O等相關網路服務業者，一同進軍東協市場，重新串起在新加坡、馬來西亞的華人網絡以及商會，透過「結盟」的合作共識，可望搶先布局尚未成熟的東協電商市場，我國的網路公司有機會從我國出發，發展至東南亞，甚至擴大成為區域的大型企業。

(三) 網商業者逐步擴大東南亞布局：

本活動走訪星、馬兩國，本司並與當地的官方組織、產業團體進行交流，從兩國政府的政策方向與策略性佈局可以想見，東南亞網路市場將呈現大幅度的成長。我國網路業者的發展經驗與精緻細膩的服務，目前在東南亞市場尚具優勢，可提前搶先布局。本次活動成員包含旅遊電商 KKDay、資廚 iChef POS、美妝電商 86 小舖等均規劃近期在東南亞擴大布局規模。KKDay 希望在星、馬及其他地區設立據點；iChef 則以一年內在我國、東南亞等海外市場建立 3,000 個客戶為目標。此外，針對是否進入第三個東南亞國家發展，大家則看好泰國、菲律賓、印尼等 GDP 快速成長的地區，其中最為看好泰國市場潛力，可為本司政策推動之參考。

二、建議

(一) 促進我國電商產業與東協市場對接合作：

未來持續將促進我國電商產業與東協市場對接合作，透過參與雙邊合作會議，如臺菲、臺馬、臺星、臺泰經濟合作會議，及多邊如 APEC、TiSA 等經貿合作組織，提出雙方電商領域合作議題，協助臺灣業者開拓東協市場，出口拓銷拚經濟。

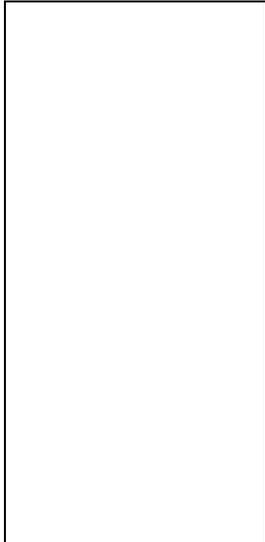
(二) 針對東南亞不同國家擬定策略：

東南亞市場，除了人口龐大，目前尚未有主導性的電子商務平台，且個別市場仍有相當大的差異。例如，新加坡及馬來西亞當地華商比較多，對我國廠商而言，比較容易了解對方文化及找到合作夥伴，而泰國及印尼則是當地中產階級崛起迅速，GDP 也成長快速，擁有人口紅利，具高度發展潛力。

新加坡在地理位置與金物流服務上具有相當的優勢，馬來西亞則是消費族群的多元，透過交流與互動，促成臺星、臺馬網路暨電子商務業者之合作，進而拓展東南亞市場，未來將採取此模式，根據當地經濟環境特性，擬定相關策略並與其他東協國家進行交流合作，協助我國業者順利落地，並強化我國業者開拓東協市場之能量以促成雙方未來長期的合作可能。

附錄 1 本次參訪廠商簡介

單位名稱	介紹
IE Singapore	<p>※ 新加坡是東南亞地區發展基礎最穩固的電子商務市場，台灣電子商務及網路產業不但多元而蓬勃，不但以數位化、電子化的商務行為普及、成熟，同時是由多種模型、多種平台跟多種形態的商業模式共通組成完成，其中還有許多成功的典範，卻不為國際熟悉。我國經濟部商業司與新加坡國際企業發展局(IE Singapore)擬於 2016 年 5 月 19 日(四)於 IE Singapore Office Tower 舉辦產業論壇，為共同行銷我國網路產業、向東南亞訴說台灣網路產業之故事，由本會與商業發展研究院共同籌組拓商團共同與會推派兩名業者代表擔任論壇講師。</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">   </div>
馬來西亞網路聯盟 (Internet Alliance Malaysia)	<p>※ 馬來西亞網路聯盟 (Internet Alliance Malaysia)是所有網際網路服務供應商，如數據中心，網路託管服務商，網頁設計或其他解決方案提供商等廠商合組的聯盟。它是由一些最顯著的業者代表組成網路委員會，提供許多重要領域的信息和服務，例如尋求政府的幫助/關注，定義法律框架，以保障產業的廠商，拓展馬來西亞市場，並主動教育網站和網路使用習慣。</p>



附錄 2 相關照片集錦



圖 1：本司司長李鏞代表我國主辦方致詞



圖 2：網家集團董事長詹宏志先生論壇上說明我國多元的電商經驗



圖 3：uitox 新加坡分公司總經理 Robert Van 在論壇上分享



圖 4：左起為新加坡國際企業發展局北亞/太平洋司處長葉偉達、ShopBack 執行長 Joel Leong、TiEA 榮譽理事長(即網家董事長)詹宏志、新加坡郵政副總 Kim Meng Yeo、優達斯新加坡分公司總經理 Robert Van



圖 5：與新加坡業者一對一商務媒合會洽商



圖 6：於馬來西亞與當地業者進行一對一之媒合



圖 7：為我國與馬來西亞業者簽署合作備忘錄

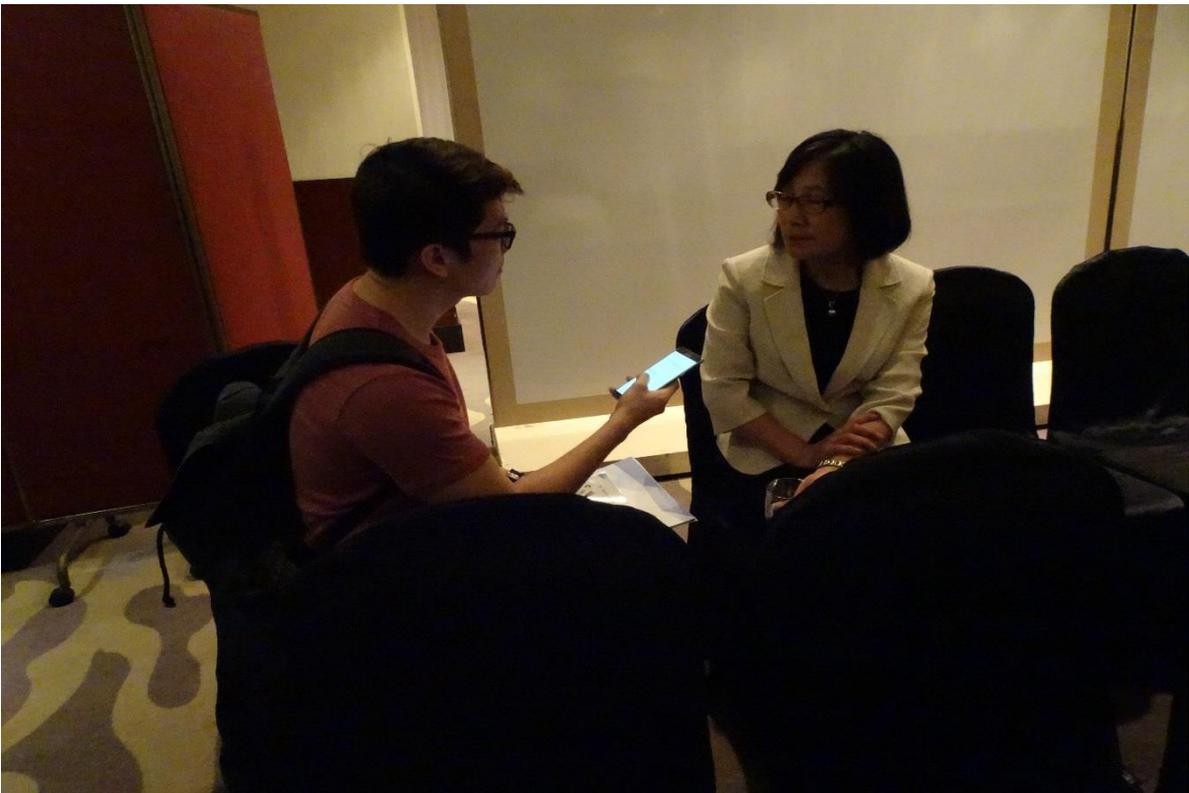


圖 8：本司於記者會後接受中央社駐馬來西亞特派員專訪



圖 9：本司於記者會後接受馬來西亞傳播媒體集團 FG MEDIA 專訪



圖 10：馬來西亞媒體大幅版面報導



圖 11：本活動拓商團於臺馬網路及電子商務跨境商機論壇媒合會集體合影



圖 12：拓商團團員於 Lazada 馬來西亞分部合影