



瞄準中國大陸近2兆元人民幣網路零售市場

宅勢力夯！跨境電商交易活絡

中國大陸電子商務網路零售市場已達1.85兆元人民幣，此一趨勢下的龐大商機，讓中國大陸成為台商布局跨境線上交易的關鍵市場。不同於境內網路交易，目前的跨境網路交易商務模式多元，相關的金流、物流、稅務非常複雜，台商應深入了解各個交易環節，才能成功發展跨境交易。

◎撰文／林啟恩 圖片提供／達志影像

儘管電子商務發展已經相當多年，但過去台灣在電子商務的發展，B2C多侷限於境內交易，屬於跨境交易的電子商務營運多屬於B2B業務。然而，近年來在世界各國網路購物浪潮蓬勃發展，以及我國金管會持續放寬跨境支付相關法令的各種因素之下，B2C與C2C模式的跨境交易

浪潮掀起，台灣企業也正加速投入跨境交易經營領域，其中又以規模最大的中國大陸網路零售市場，最受台商矚目，並成為台商進行跨境交易營運的首發之地。

中國為最大網購交易市場

中國大陸已成為全球最大網路零售市場，商機不容小覷。

2014年5月底，中國商務部在中國大陸電子商務大會上公布的《2013中國電子商務報告》內容指出，2013年中國大陸電子商務交易總額已超過10兆元人民幣，其中B2C與C2C的網路零售交易額超過1.85兆元人民幣，占中國大陸總體社會消費品零售總額的7.8%，成為全球最大網路零售市場。

從《2013中國電子商務報告》提出的各項數據可以看出，1.85兆元人民幣僅占中國大陸零售總額的7.8%，未來的成長空間非常大，風起雲湧的中國大陸網路零售市場，將展現驚人商機，在此一趨勢下，中國大陸已成為台商布局跨境交易的關鍵市場。根據《2013年我國B2C網路商店經營及調查報告》顯示，目前在海外經營跨境線上購物的商家，高達88.9%以中國大陸市場為主，其次為香港及澳門。

不過，不同於一般境內網路交易，跨境網路交易不僅商務模式多元，就連金流、物流、稅務也都很複雜，台商若要在中國大陸成功經營網路銷售，必須對各個環節有深入掌握，才能排除障礙、順利開設網店，且透過完整金、物流機制，站穩市場腳步。

5大網路零售商務模式

資策會MIC的調查顯示，目前台商在中國大陸的跨境線上交易發展，正面臨部分問題，例如：中國大陸網友如何尋找到商品、如何讓買家順利下單並將錢交付給台灣賣家、商品如何透過國際物流運送至消費者手中等。由此可見，包括資訊流、金流與物流等各項業務的無縫串接，是目前台商布局中國大陸線上購物市場時，必須考量的面向。

資策會分析，大抵上現階

段台商在中國大陸線上購物的布局，可採取5大模式，這5種模式都有各自需注意的重點，台商可依照營運狀況，找出適合的模式，與正確建置金、物流機制，然後循序漸進贏得中國大陸龐大的網路零售商機。

模式1》台灣網店直接跨境銷售

網路具有無國界特性，想當然耳台灣商家可直接利用架設在台灣的網路商店，向中國大陸消費者銷售商品。針對此一模式，由於一如PC Home Online或Yahoo!等入口網站都內含新聞性資訊，在中國大陸可能會被限制，因此如果商家要用台灣網店直接進行跨境銷售，通常是利用自家建立的官方網站為管道。

開店123網路科技公司總經理安晨好指出，由於近年來台灣開放中國大陸來台旅遊，台灣商家可藉由陸客來台觀光消費時，

以優質產品吸引目光，遊客回到中國大陸若想再購買產品時，即可直接到店家的網站購買。不過此方式的前提是商家必須建置專屬的購物官網。採用此一模式，過去較大的問題在於金流。

一般來說，各國買家在進行跨境線上交易時，多以信用卡或第三方支付工具如PayPal付款，不過這兩種工具在中國大陸的可行性不高，一來是中國大陸消費者較少使用信用卡，再來則是中國大陸消費者不能使用國際版的PayPal。

在金流問題未解決之前，台灣網店直接跨境銷售模式的可行性較低，不過，隨著玉山銀行、藍新科技、網勁科技等業者陸續串接中國大陸第三方支付工具，如今此一跨境交易模式已變得相當可行。金流支付解決方案提供商藍新科技副總經理劉雲輝指出，2009年藍新



隨著中國大陸跨境網路零售交易的蓬勃發展，龐大的商品運送需求，讓物流成為兩岸商家必須克服的問題之一。

科技與支付寶合作推出「支付寶」整合收款服務，即讓中國大陸消費者可以透過支付寶付款，在台灣網站購物。又或者，玉山銀行與支付寶所推出的「兩岸支付通」服務，除了提供金流服務，同時也建立兩岸電子商務的行銷、物流與金流整合服務，讓具台灣美食、嬰兒用品、彩妝保養、服飾配件、文化創意等商家，都可直接運用官網對中國大陸消費者進行銷售。

台灣百年食品老店玉珍齋總經理黃一彬指出，從2000年玉珍齋就開始利用官網進行境內電子商務銷售，目前也正積極評估透過官網進行跨境銷售的可能性，不過由於跨境線上交易要考量、評估的面向非常多，玉珍齋要更緊密規畫相關事宜。

模式2》交由代理或代營運商經營

直接透過官網銷售之外，

隨著市場上出現愈來愈多電子商務代營運商，台商也可透過此一管道，拓展中國大陸線上購物市場。通常代營運商主要提供包括總體線上商店營運規畫、客服接單、數據分析、品牌推廣、產品拍攝等服務，為商家解決不諳電子商務銷售模式的困擾，包括淘拍檔、淘金信息科技等軟體業者，都有經營代營運服務，協助台灣商家前往中國大陸的電子商務平台開店。

淘金信息科技總經理王明山以該公司的代營運服務為例指出，台灣的企業與供應商可透過其昆山福產流通的寄倉轉運服務，進而將商品上架到淘寶網、天貓與京東商城等中國大陸電子商務平台，依照合作服務的差異，台灣企業每年大約需支付人民幣5~12萬元。

由中國大陸代營運商委託處理外，台商也可考慮透過台灣的代理商，統籌所有跨境電子商務事務，例如，以線上金流服務起家的藍新科技，近年來就積極耕耘電子商務代理業務。藍新科技總經理詹聖生指出，目前藍新科技已與中國大陸兩大網路購物平台「京東商城」與「天貓國際」合作，在這兩個平台成立台灣精品館，台灣商家可將商品交由藍新科技代理，進行上架銷售。

詹聖生強調，透過藍新科技的代理服務，藍新科技提供從通關、倉儲、退貨、收款的一條龍服務，台灣商家只要發貨到藍新科技在台灣的倉庫，再由藍新科技集貨出口到該公司中國大陸的倉庫，或是集貨到平台業者的倉庫，再搭配藍新科技的金流服務，即可順利切入跨境交易營運。

劉雲輝補充說明，目前藍新科技的代理營運又可分成兩種模式，一種是藍新科技直接向商家買斷產品，另一種則是代銷售，根據業務模式的不同，藍新科技與商家會洽談不同的商品價格折數。

模式3》商家到對岸電商平台開店

當然，商家也可直接前進中國大陸電子商務平台開設網店。採用此一模式的商家，首先要先對各種平台進行評估，一般來說，商家必須掌握自己的商務模式，如果是C2C，較大型平台業者包括淘寶、拍拍網、易趣等；如



台灣電子商務代營運商藍新科技，積極耕耘電子商務代理業務，目前與中國大陸兩大知名購物平台「京東商城」及「天貓國際」合作。

果是B2B2C，則以天貓與QQ網購為兩大平台；如果是B2C，包括京東商城、1號店、卓越亞馬遜等為重要平台。

另外，台商也必須評估是要採用何種身分在平台上開店。以淘寶網為例，開店賣家，必須先申請其金融工具支付寶的實名認證，方可順利開店並銷售商品，一般來說，支付寶實名認證分為個人與商家兩種，不同的身分可能衍生後續不同的稅務責任。

資誠會計師事務所稅務法律服務會計師段士良指出，以個人身分在中國大陸經營線上交易，必須繳交3%的增值稅，進銷不可互抵；如果是以商家身分在銷售商品，則在進銷可互抵的狀況下，必須支付17%的營利事業所得稅。另外台商必須注意的是，由於中國大陸《公司法》不允許外資公司進行線上交易買賣，因此如果以企業身分在中國大陸電商平台開店，企業必須在中國大陸完成公司登記以及稅務登記。

當然，透過此一模式經營跨境線上交易，商家也要評估可行的物流運作。以新竹物流的兩岸跨境電子商務解決方案為例，目前台灣商家銷售貨品到中國大陸市場，大致上可選擇的跨境物流模式有3種：第1種為一般貿易正式報關；第2種是經由小三通，這種類型通常3天可清關，清關之後隔日完成中國大陸內陸運送；第3

種是包括兩岸倉儲轉運到理貨、改包的完整物流解決方案。

當然，進出口商品也要注意關稅問題，段士良表示，根據中國大陸法令規定，海外人士運送商品入關，只有人民幣50元以下的商品才能享受免稅，其他皆得依照實際情況進行報關。另外，企業要謹記大量進口報關可以節稅、充足的存貨可讓商品快速送到買家手中，這些都是提升物流機制與服務的重點。

模式4》到對岸開設電子商務平台

如果是規模較大的企業，則可以採取在中國大陸電子商務平台的方式，搶攻中國大陸網路零售商機。例如，由鴻海集團轉投資的電子商務網站「飛虎樂購」，就是以B2C平台的角色，切入市場。

近1年來，隨著「兩岸服務貿易協議」的洽談，中國大陸承諾開放台資企業在中國大陸境內成立網路服務提供商（ICP）公司，持股比例可超過55%，加深PCHome Online在中國大陸成立公司開設網路購物平台的意願，PCHome Online董事長詹宏志也多次透露，正在密切關注布局中國大陸市場的可能性。不過，由於「兩岸服務貿易協議」仍處於卡關的狀況下，PCHome Online是否會如預期般開設公司，仍有待觀察。

模式5》從實體轉戰虛擬

當然，目前已經在中國大陸

經營的台商企業也不排除從實體轉戰虛擬的可能性。2011年昆山成立「台灣商品交易中心」之際，台灣老字號食品大廠義美食品就成為進駐廠商，並且在交易中心成立「MIT精品館」，招攬其他台灣商品共同行銷、推廣。

2013年，義美食品在取得昆山商貿示範區雲端商務平台合作案之後，進一步成立義美聯合電子商務公司（昆山巨力盈公司），積極從實體通路轉進虛擬通路，將「台灣商品交易中心—MIT精品館」打造成為網路商店，搶攻中國大陸龐大網路零售市場。由於從實體轉戰虛擬的企業，在中國大陸早就都做好公司登記、稅務、倉庫設置等事務，因此，未來轉戰虛擬通路，最重要的工作是尋找供應商夥伴與加速行銷推廣，對此，巨力盈公司展銷部經理雷克表示，目前正積極透過展會尋找更多的合作夥伴，在行銷上則著重在MIT精品形象，吸引中國大陸網路購物族群的青睞。

綜觀來看，隨著中國大陸網路零售市場不斷擴大，再加上兩岸交流趨於緊密，我國政府法令持續放寬之下，台商都在思考如何透過跨境線上購物營運的方式，擴大銷售市場，只是如何在複雜且多元的跨境交易模式中，發展最適合的商務模式，正考驗著所有台商的智慧。■