

貿易業智慧大調查 精華版

109.9.26

根據台北市進出口商業同業公會(IEAT)發布的台灣貿易業數位化程度調查指出，台灣貿易業的數位化程度劃分為 1.0-4.0，有 52.5%的貿易商位於數位化 2.0(成長期)-數位化 3.0(深化期)的程度，顯示數位化已漸成為貿易商重視的轉型策略。不過值得注意的是，達到數位化 4.0(智慧化萌芽期)的貿易商僅佔 17.4%，顯示僅有少數貿易商能夠跟隨數位化科技應用的腳步。但令人憂心的則是仍然有 30.1%的貿易商停留在數位化 1.0 的程度，顯示其數位化程度偏低，不利於現今貿易業科技化營運的型態。該調查研究並提供貿易業智慧化四大路徑為：1.解決貿易業數位化落差、2.創造貿易業數位化環境、3.打造 B2B 電商環境以及 4.智慧化捷徑三箭(雲端應用、機器人學習、大數據運用)。

本次研究由 IEAT 委託專業機構中華徵信所(CRIF)進行調查研究，目前貿易業正面對六大挑戰，包括美中貿易戰延燒、美國主導去中國化全球供應鏈重組、長期三角貿易模式改變、5G 改變貿易模式、數位貿易快速崛起，以及新冠病毒 (COVID-19)擴散全球影響跨國交易。其中，前三者是不可控的客觀環境，後三者屬於運用數位化轉型可控的主觀改變，但是政府政策長期關注在製造業，較缺乏貿易業相關研究，這也是 IEAT 首次邀請專業調查機構 CRIF 聯手針對台灣貿易業所做的數位化程度調查的重要原因。

*調查方法及定義簡要說明：

1. 本調查對象以台北市進出口同業公會會員為主，其他全國進出口業者為輔，實際受訪對象為企業進出口相關部門主管、專責人員或熟悉進出口事務之高階主管為主。
2. 本次調查共回收 402 份有效問卷。
3. 以 15 項新興技術(如下)針對受訪企業導入比率，以四分位法進行數位化 1.0-4.0 定義。

四分位	新興技術類型			
後 25% 業者 (數位化 1.0)	1.企業網站 71.70%	2.ERP 42.50%	3.遠端視訊 31.00%	
25%-50% 業者 (數位化 2.0)	4.資訊專責人員或部門 14.2%→60.4%	5.供應商管理系統 22.1%→63.7%	6.電子採購系統 12.4%→37.4%	
50%-75% 業者 (數位化 3.0)	7.CRM 17.6%→44.0%	8.雲端儲存系統 42.9%→65.6%	9.各式新媒體 35.2%→52.0%	
前 25% 業者 (數位化 4.0)	10.大數據 28.8%→64.4%	11.行動辦公室 28.0%→61.6%	12.電子商務銷售 29.6%→75.3%	
4.0 以上 (因業態不同,可能不全然適用之技術)	13.多元支付 前 25% 業者僅 49.3% 導入	14.行動 APP 前 25% 業者僅 37.0% 導入	15.人工智慧 前 25% 業者僅 26.0% 導入	
符合條件(且有導入任一相對應分類之新興技術別)				
新興科技導入數量 ¹	<=4	5~6	7~9	>=10
	數位化 1.0	數位化 2.0	數位化 3.0	數位化 4.0

該調查研究進一步分析，若區分大中小型貿易商(詳見附註本研究大中小型貿易商分類定義)，則發現數位化 1.0 貿易商中有 58.2% 為小型貿易商，相對在數位化 4.0 的貿易商中有 74.3% 為大型貿易商，足以顯見大型貿易與小型貿易商在數位化程度上的落差。

另外，若以大中小型貿易商各自在數位化 1.0-數位化 4.0 的程度比較，則會發現，大型貿易商中有 25.9% 已達數位化 4.0，若加計數位化 3.0 則達到 62.7% 的占比，相對數位化程度高。中型貿易商則在數位化 2.0 及 3.0 合計占比也接近 60%，但小型貿易商中則有 52.3% 仍位於數位化 1.0 程度，依舊突顯小型貿易商

¹ 新興科技導入數量之計算仍納入多元支付、行動 APP 與人工智慧。

和中大型貿易商在數位化程度上的落差。不過，也有 8.5% 的小型貿易商已達數位化 4.0 的程度，屬於超前部署的情況。

再以專業貿易商與複合式貿易商在數位化 1.0-4.0 的比較來看(編按：專業貿易商指台灣無工業局登記的工廠，僅以進出口買賣(含代理經銷)為主要業務的貿易商。複合式貿易商則為非以進出口為主要業務，而以製造生產或其他業務為主要業務，但公司設有貿易部門公司為自有產品或原料零組件進出口買賣的貿易商)，專業貿易商位於數位化 1.0 的占比為 36.4% 高於複合式貿易商(25.6%) 多達 10 個百分點之多，而數位化 4.0 的占比僅 14.9% 則低於複合式貿易商 18.3%。主因複合式貿易因多屬於製造商兼貿易商，因配合生產自動化，因此數位化程度高於專業貿易商。

進一步比較專業貿易商中的大中小型貿易商在數位化 1.0 至 4.0 的占比，則會發現專業大型貿易商在數位 3.0 及數位化的合計占比仍達 60% 的水準，顯示大型貿易商無論是專業貿易或複合式貿易商在高數位化程度上並沒有顯著差異；但中小型貿易商在數位化 1.0 的則占比都超過 55%，仍然呈現與複合式貿易商在數位化程度上的明顯差異。這也說明中小型專業貿易商更要關注其在數位化落差的問題。

就上述的分析 IEAT 指出，有三類業者最要加速數位轉型，第一類型是大型貿易商中有 15.4% 仍位於數位化 1.0 程度，這些大型貿易商屬於有能力數位化轉型，但卻漠視數位化的重要性。第二類型是小型貿易商中有 52.3% 仍位於數位化 1.0 程度，尤其是小型專業貿易商中更有 58.1% 屬於數位化 1.0。這些小型貿易商可能對數位化缺乏基本概念，屬於想要數位化但完全找不到途徑的貿易商。第三類型是達到數位化 3.0 貿易商屬於應當有能力進一步深化至 4.0，但尚沒有繼續深化動作的貿易商。

同時該研究也統計分析，貿易商在數位化轉型的 5 低，分別是電商應用程度低、公司已開始擬定未來相關數據分析與加值之策略比重低、公司多數部門已熟悉數位化目標與方向，並主動尋

找發展機會程度低、提升內部管理程度低，以及導入技術滿意程度低。

該調查研究也特別針對較小型貿易商(資本額 \leq 1000 萬元)的貿易商進行分析，也仍然發現在這個較小型貿易商族群中仍有逾半的貿易商數位化程度位於數位化 1.0，與整體小型貿易商的數位化相當，但僅 7.7%達到數位化 4.0 程度，則更低於整體小型貿易商的 8.5%，顯示較小型貿易商的在數位化型中因資金、資源及資訊不對稱情況下處於弱勢。

IETA 分析較小型貿易商在數位化轉型中有四個目標不明確，以及一個平台認知知度低的困難。四個目標不明確分別是營運數據分析與增值狀態不明確、數位化的目標與方向不明確、必須導入的資訊技術不明確、未來要強化哪些數位化能力不明確。

依據較小型貿易商在數位化轉型的六大需求則包括，政府補助、與合作夥伴在技術上接軌、媒合數位化技術廠商、教育/技能訓練服務、協助建構願景與發展策略、提升或強化對數位轉型重要性的認知。

在本次抽樣調查中顯示，今年疫情影響下，86%的貿易商營運受到影響。其中極具影響的占近三成的 27.6%，有造成影響的占 28.4%，合計較有影響的貿易商占了 56%之多。由數位化 1.0-數位化 4.0 有受影響的程度分析，數位化 1.0 的貿易受影響程度最大，數位化 4.0 的貿易商受影響程度最小，顯示數位化程度越高的貿易商影響越小。疫情後，貿易商數位化意識之提升程度上，也以數位化 3.0 及 4.0 的貿易商提升程度較高，數位化 1.0 及數位化 2.0 的貿易商在數位化意識的提升上警覺性則遠不如前兩者。至於本次抽樣調查中貿易商自行評估未來貿易業最需要強化的前五大數位化能力依序分別為：1.加強網路頻寬、雲端儲存空間與資安限制。2.加強公司人員遠端視訊能力。3.提升 ERP 作業流程、績效管理簽核系統數位化。4.投注資源於虛擬或電商通路。5.添購遠端視訊軟體，這與貿易商智慧化的走向將形成關聯。

不過值得注意的是，本次抽樣調查貿易商對於未來五年與近五年的營收表現估計差異上，認為營收會再提升的僅 26.1%，認為營收持平的占比高達近四成的 38.8%，認為會衰退的也占 22.6%，無法估評及無法作答的合計占 12.4%，顯見未來五年貿易商對營運評估相當保守。若再就未來五年營收預估表現與新冠肺炎疫情影响程度來看，營收表現較好的貿易商對未來展望較樂觀，對外在突發因素衝擊也較有抵抗力，對營收的衝擊相對其他數位化較低的業者來得小。顯見提升數位化的度與未來五年的貿易營運具有關鍵地位。

依據本次調查研究結果，IEAT 對貿易業數位化及智慧化提出相關建議。

***給貿易業者的建議：**

一、認識數位化的 5 個重要性

1. 找到投入數位化的驅動力的重要性
2. 找最切實際的數位化項目重要性
3. 建立數位文化的重要性
4. 認知數位經濟的未來性的重要性
5. 數位貿易的前瞻布署的重要性

二、跨入數位轉型的 5 個起手式

1. 建構小型私有雲與利用公有雲
2. 大數據的小型建庫及場域運用
3. 建立(供應商端與客戶端的)順向與逆向數位服務
4. 從機器人學習開始進入 AI 領域
5. 利用數位化建立數位商業模式

***給政府的建議：**

- 一、補助獎勵部份：供專款專用的輔導補貼→給予專屬貿易商數位化軟硬體建置的設備獎勵(含專建置屬資訊部門及 IT 人員)

1. 大規模數位化基礎及進階開課，每一次進階申請補貼金額都會提高
2. 成立「貿易業數位化輔導顧問團」
3. 針對貿易商數位化檢定團，篩選特定規模以上貿易商，進行輔導，選出種子貿易商分梯次進行北中南數位化巡迴說明

二、法令鬆綁及政策落實：

1. 零售業多元化支付法規鬆綁
2. 關貿網路、AEO 企優質業

三、資源整合

1. 提供政府數位資源整合運用→財團法人產業智庫數位化及智慧化技術落地民間貿易商的即時性
2. 盤點及統合政府財團法人產業研究智庫的技術，提供單一申請窗口
3. 系統商媒合

四、數位平台部份

1. 建構中小企業貿易商數位化及智慧化入門公版系統
2. 數位商機媒合
3. 黑名單共享平台

五、培育數位人才

1. 儘速在大專院校培育智慧化人才
2. 中小型貿易商數位及跨業人才媒合

IEAT 指出，政府政策是有所選擇的。不同的優先目標就有不同的政策，想要貿易商數位化普及化-免費課程及診斷，給予提出計劃者人員投入檢核者補貼。想要優化有能力的貿易商—補助獎勵。想要針對前沿型貿易商實現智慧化-政策工具/法令鬆綁。想要數位貿易突破領先國際-媒合智庫與大型業者實驗結盟合作。但這都需要智庫更進一步去深入評估，並形成最佳政策。(版權所有：台北市進出口商業同業公會)