106 年度國際經貿政策研究中心計畫
（WTO 暨 RTA 中心計畫）
子計畫一：專題研究（6）

數位貿易國際規範對我國產業發展及參與多邊/區域經貿整合機制影響之研析

執行成果報告書

本報告內容係研究單位之觀點，不應引申為委託機關之意見

委託單位：經濟部國際貿易局／外交部

研究單位：中華經濟研究院（WTO 及 RTA 中心）

中華民國 106 年 12 月

106 年度國際經貿政策研究中心計畫
（WTO 暨 RTA 中心計畫）
子計畫一：專題研究（6）

數位貿易國際規範對我國產業發展及參與多邊/區域經貿整合機制影響之研析

計畫主持人：靖心慈

協同主持人：李淳

研 究 人 員：顏慧欣、陳孟君、王煜翔、彭科穎、鐘綉婷

研 究 助 理：蔡昀臻

本報告內容係研究單位之觀點，不應引申為委託機關之意見

委託單位：經濟部國際貿易局／外交部

研究單位：中華經濟研究院（WTO 及 RTA 中心）

中華民國 106 年 12 月

目次

目次 i

表次 v

圖次 vii

第一章　緒論 1

第一節　研究目的與內容 1

第二節　研究方法與章節架構 4

第二章　國際場域對數位貿易之探討 7

第一節　美國由內而外的推動過程 7

第二節　WTO 探討電子商務議題分析 12

第三節　APEC 探討數位貿易議題分析 35

第四節　數位貿易障礙分析 68

第五節　數位經濟／數位貿易之新規則 73

第六節　小結 80

第三章　WTO 探討電子商務議題之各國立場 83

第一節　支持 WTO 電子商務工作計畫之各國立場 83

第二節　WTO 電子商務工作計畫提案之各國立場 98

第三節　電子商務工作計畫-舉行電子商務專題研討會 116

第四節　第十一屆部長會議電子商務提案 120

第五節　小結 130

第四章　數位貿易統計調查文獻回顧和問卷設計 141
第一節　數位貿易統計調查文獻回顧 141
第二節　數位貿易統計調查方法論 152
第三節　我國電子商務相關統計資訊 166
第四節　我國業者從事跨境電子商務/數位貿易面臨之負擔問卷內容設計和調查結果 173
第五節　小結 242
第五章　結論與建議 249
第一節　結論 249
第二節　建議 276
參考文獻 283
附件一　網際網路經濟特別指導小組網路經濟指導原則草案（Draft APEC Internet Economy Principles） 289
附件二　CTS Thematic Seminar – Electronic Commerce 297
附件三　美國數位貿易問卷調查內容 299
附件四　歐盟執委會 2010 年對歐盟內部市場未來電子商務和電子商務指令實施（2000/31/ EC）提出公眾諮詢調查內容 309
附件五　歐盟 2015 年針對消費品和數位內容電子商務的地緣阻礙進行行業調查 317
附件六　APEC 使用跨境電子商務問卷調查 325
附件七　(問卷)業者從事跨境電子商務/數位貿易面臨之負擔調查 339
附件八　期初會議審查意見回覆表 345

附件九　期中會議審查意見回覆表 349

附件十　期末會議審查意見回覆表 361

表次

表 2-2-1　貿易步驟流程圖與貿易障礙 34

表 2-3-1　跨境隱私規則系統 43

表 2-3-2　APEC 會員體限制跨境數據流動的規範案例 49

表 2-3-3　線上與線下交易課稅比較表 60

表 2-3-4　WTO 和優惠貿易協定對於數位貿易相關議題之立場以及見解 61

表 2-3-5　網際網路生態系統多層次結構..... 65

表 2-4-1　國際經貿場域對數位貿易之主要討論議題類型及內涵 72

表 2-5-1　TPP 數位貿易新興規範及議題數性 73

表 3-5-1　2015 至 2017 年 WTO 電子商務工作計畫提案 131

表 3-5-2　WTO 電子商務部長會議決議草案 137 和 138 號提案 136

表 3-5-3　WTO 電子商務部長會議決議草案 139 和 140 號提案 137

表 3-5-4　WTO 電子商務部長會議決議草案 142 和 144 號提案 138

表 3-5-5　WTO 電子商務部長會議決議草案 149 和 150 號提案 139

表 4-1-1　美國數位貿易問卷調查 7 種數位密集型產業 143

表 4-1-2　APEC 工作計畫表 151

表 4-3-1　我國電子商務線上銷售交易概況－按行業別分 166

表 4-3-2　我國 2011 年電子商務線上銷售交易前 43 項子行業 167

表 4-3-3　我國 2010 年主要行業之資訊人員、經費等數據..... 169

表 4-3-4　我國 2010 年主要行業之資訊人員、經費等數據百分比排名... 170

表 4-3-5　我國 2010 年主要行業每家平均資訊經費等數據..... 171

表 4-3-6　我國 2010 年主要行業每家平均資訊經費等數據百分比排名... 172

表 4-4-1　我國業者從事跨境電子商務/數位貿易面臨之負擔調查清單.... 174

圖次

圖 1-1　研究架構圖 6

圖 2-1　美國推動數位貿易進程 7

圖 2-2　網際網路價值鏈 57

第一章　緒論

第一節　研究目的與內容

一、研究目的

近年來，以網際網路為媒介之交易模式已逐漸成為經濟活動的主流類型。由於無需跨國投資，也較容易解決語言、文化乃至於銷售管道之問題，因此數位貿易無論在有形或無形成本上門檻都顯著低於傳統貿易模式，故對於擴大新創企業或中小企業參與國際貿易特別有利。

許多國家在政策制定上更重視推動數位貿易，視為可以帶動經濟成長和就業增加的方向與動能，有利多數中小企業和潛在創新自然人的發展，有效釋放一國潛在生產力和降低消費者交易成本，創造更多的數位貿易。

然而，數位貿易在快速發展的同時也面對許多新的貿易障礙、消費者隱私和網路安全及犯罪問題。對此，我國除對國際場域有關數位貿易規則之發展方向應有所掌握外，更須進一步瞭解我國產業從事數位貿易及面對之障礙類型，以作為貿易政策擬訂之依據。

本計畫研究目標就是參考國際數位貿易規則之發展，及美國數位貿易之策略規畫和產業調查方法，進而知道我國業者進行跨境電子商務/數位貿易會遭遇的障礙及困難，以及國際談判涉及的跨境電子商務/數位貿易看法，以作為我國研擬政策立場之基礎。

二、研究內容

本計畫首先掌握國際場域對數位貿易之規範和探討，先瞭解美國由內而外的推動過程、WTO 探討數位貿易議題分析、APEC 探討數位貿易議題分析，進而檢視數位貿易障礙以及數位經濟／數位貿易新規則。其次，針對WTO 探討數位貿易議題之各國立場，包含支持 WTO 電子商務工作計畫之各國立場、WTO 電子商務工作計畫提案之各國立場、電子商務工作計畫-舉行電子商務專題研討會、第十一屆部長會議電子商務提案及討論。

再者，本計畫從美國、歐盟、APEC 近期從事問卷調查經驗，進行數位貿易統計調查文獻回顧和問卷設計，作為我國研擬提出國內和國際場域數位貿易政策建言之基礎。

網路技術及其使用方式快速發展，難以建立數位貿易標準定義。不同的組織或政府利用「電子商務」，「網路經濟」或「資訊經濟」等術語定義不同部分。網際網路價值鏈認為數位貿易不等於電子商務，因為根據上圖分類，電子商務其中一環。此外，數位產品可能因為尺寸大小，無法使用公開網路，例如大多數 3D 列印設計可能不會使用公共網路，而是使用專用網路或其他外部硬碟以獲得更好的智慧財產權保障。因此數位市場比網際網路市場更大，其包括在交易過程中可能不會使用網路的數位產品。

聯合國貿易暨發展會議（UNCTAD）將電子商務定義為「透過電腦網路進行購買和銷售，使用多種格式和裝置，包括網路和電子數據交換（EDI），使用個人化電腦、筆記型電腦、平板電腦和各種手機。」電子商務可能涉及可以數位交付的實體商品以及無形（數位）產品和服務。[1]

至於貿易協定中提到的電子商務用語，也依不同締約國有不同定義。但

[1] United Nations Conference on Trade and Development （UNCTAD）（2015）. Information Economy Report 2015 – Unlocking the Potential of E-commerce for Developing Countries. New York and Geneva: United Nations. Available at http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ier2015_en.pdf

同理，數位貿易或數位產品貿易的定義和範圍，將是基於經濟體驗和技術演變所得之談判結果。目前業界對於數位貿易尚無普遍接受的定義。[2]

隨著對數位經濟貿易理解之進化，政策倡導者已經使用各種術語來界定，包括電子貿易（e-trade）、電子商務（e-commerce）、數位貿易（digital trade）等等。WTO 總理事會在 1998 年建立電子商務工作計畫決議(WT/L/274)中，將電子商務（electronic commerce，簡稱 e-commerce）一詞定義為廣泛涵蓋所有這些概念，亦即「透過電子方式製作、配銷、行銷、販售或交付貨物和服務」。

為鎖定現行國際經貿主要討論障礙議題，本調查參考美國、歐盟和 APEC 調查問卷問項後、尋找適合我國產業現況的調查方式。由於我國目的是要知道我國業者進行跨境電子商務/數位貿易會遭遇的障礙及困難，以及國際談判涉及的跨境電子商務/數位貿易看法，因此，調查對象就必須是其業務性質涉及國際事務的企業，故我們選擇網際網路價值鏈上提供線上服務和加值技術服務業者為主進行個案分析。線上服務包含：電子商務零售和旅遊（如 Amazon、eBay、Alibaba、Groupon、Meituan、Carousell 、Expedia、Agoda、Kayak、Uber、Didi、Grab、Airbnb）、娛樂（出版、遊戲、博弈、影音）、社群服務（如 Facebook、Google+、LinkedIn、Blogger、WordPress、Tumblr、Twitter）、通訊服務、雲端服務、其他服務（學習、經紀、Apps）、搜尋引擎（如 Yahoo、Google、Safari）、資料庫服務（如 Google Maps、Wikipedia）。加值技術服務包含：支援技術（網站設計、管理、開發、內容傳送、M2M 機器與機器間的資料交換）、支付平台（如 Paypal、Alipay）、廣告。

[2] APEC Policy Support Unit（2017）, Facilitating Digital Trade for Inclusive Growth Key Issues in Promoting Digital Trade in APEC, ISSUES PAPER No. 12. Available at http://publications.apec.org/publication-detail.php?pub_id=1839.

第二節　研究方法與章節架構

一、研究方法

本計畫採取之研究方法包括如下：

1. 國內外網站與資料庫中進行文獻蒐集與回顧：掌握在世界貿易組織（WTO）、亞洲太平洋經濟合作組織（APEC）、TPP 等國際場域對數位貿易之規範和探討，並針對 WTO 探討數位貿易議題之各國立場。

2. 針對美國數位貿易之發展背景、相關內國法規與策略規畫，透過次級資料進行整理分析。至於，美國在國際場域之挑戰，透過彙整方式進行解析。

3. 拜會及諮詢我國產官學界先進，積極參與國內相關之會議，掌握即時重要發展動態和趨勢，以發揮串聯的效果。經與台灣服務業聯盟以及 2 家業者代表先期訪談後，根據國外對數位貿易之調查方法和經驗，研究適合我國之數位產業分類、調查問項和調查方式，進行問卷調查工作，以利提出我國在國內方案和國際場域之數位貿易建言。由於業者均相當忙碌，採取訪談為主，問卷為輔之方式進行調查。調查對象清單如下所示：

類型	我國業者
線上服務（Online Services）	
電子商務：e-retail(如 Amazon、eBay、Alibaba、Groupon、Meituan、Carousell)	A 公司(調查訪談+問卷) B 公司(調查訪談+問卷) C 公司(調查訪談+問卷) D 公司(調查訪談+問卷) E 公司(調查訪談+問卷) F 公司(調查訪談) G 公司(調查訪談) H 公司(調查訪談) I 公司(問卷)
電子商務：e-travel(如 Expedia、Agoda、Kayak、Uber、Didi、Grab、Airbnb)	J 公司(先期訪談+調查訪談+問卷)

類型	我國業者
娛樂：e-Publishing、Gaming、video、movie(如 Netflix、Apple store)	K 公司(調查訪談)
社群服務(如 Facebook、Google+、LinkedIn、Blogger、WordPress、Tumblr、Twitter)和通訊服務(如 Skype、LINE)	L 公司(調查訪談+問卷) M 公司(問卷)
雲端服務和其他服務-e-learning、e-brokerage、paid apps	N 公司(調查訪談+問卷)
加值技術服務（Enabling Technology/Services）	
支援技術：網站設計、管理、開發、內容傳送、M2M 機器與機器間資料交換(如 Rocket internet)	O 公司(調查訪談+問卷) P 公司(調查訪談) Q 公司(問卷)
支付平台(如 Paypal、Alipay、ApplePay、SamsungPay)	R 公司(問卷) S 公司(問卷)
廣告	T 公司(先期訪談)

二、研究架構

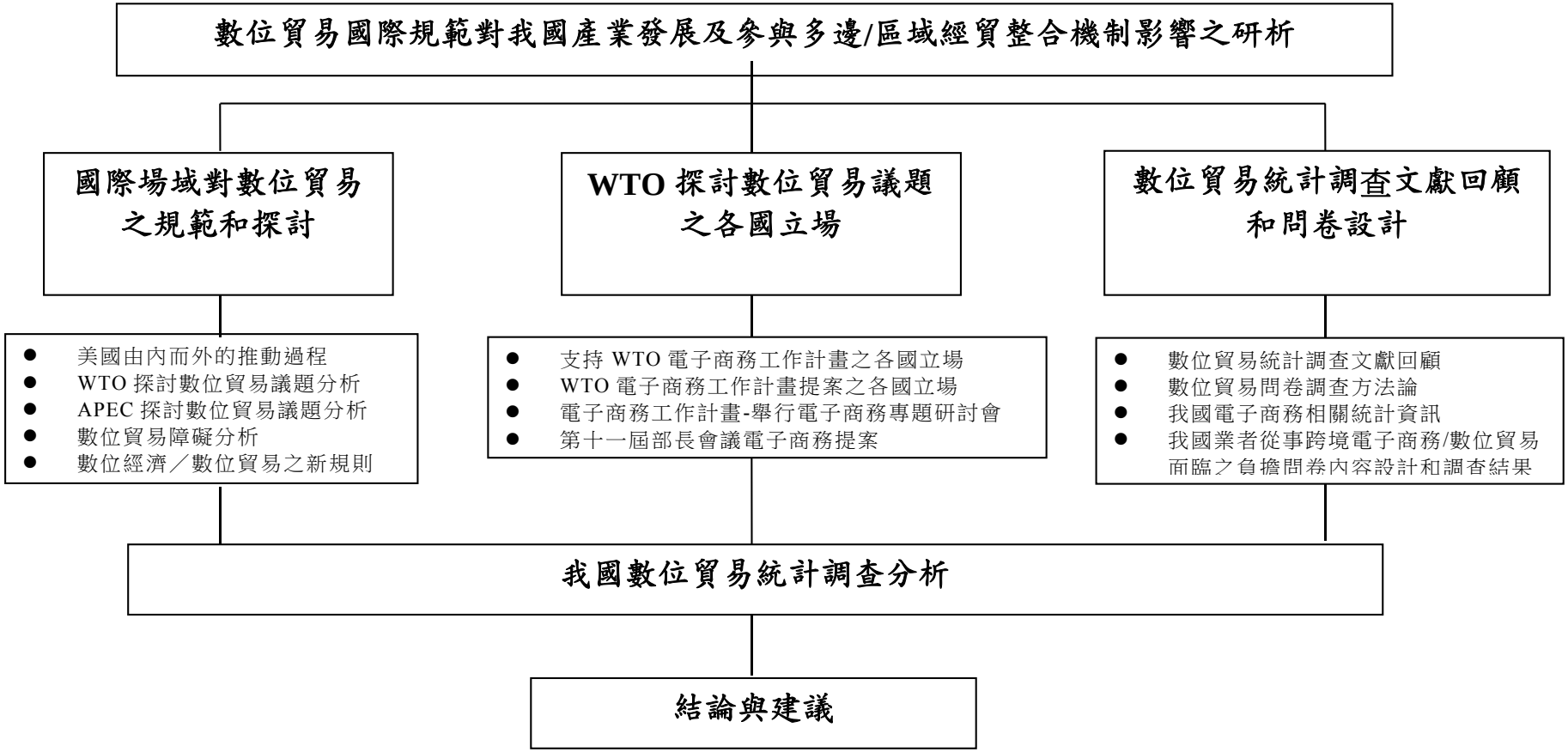


圖 1-1　研究架構圖

第二章　國際場域對數位貿易之探討

第一節　美國由內而外的推動過程[3]

美國由內而外的推動過程，請見圖 2-1，詳情如下。

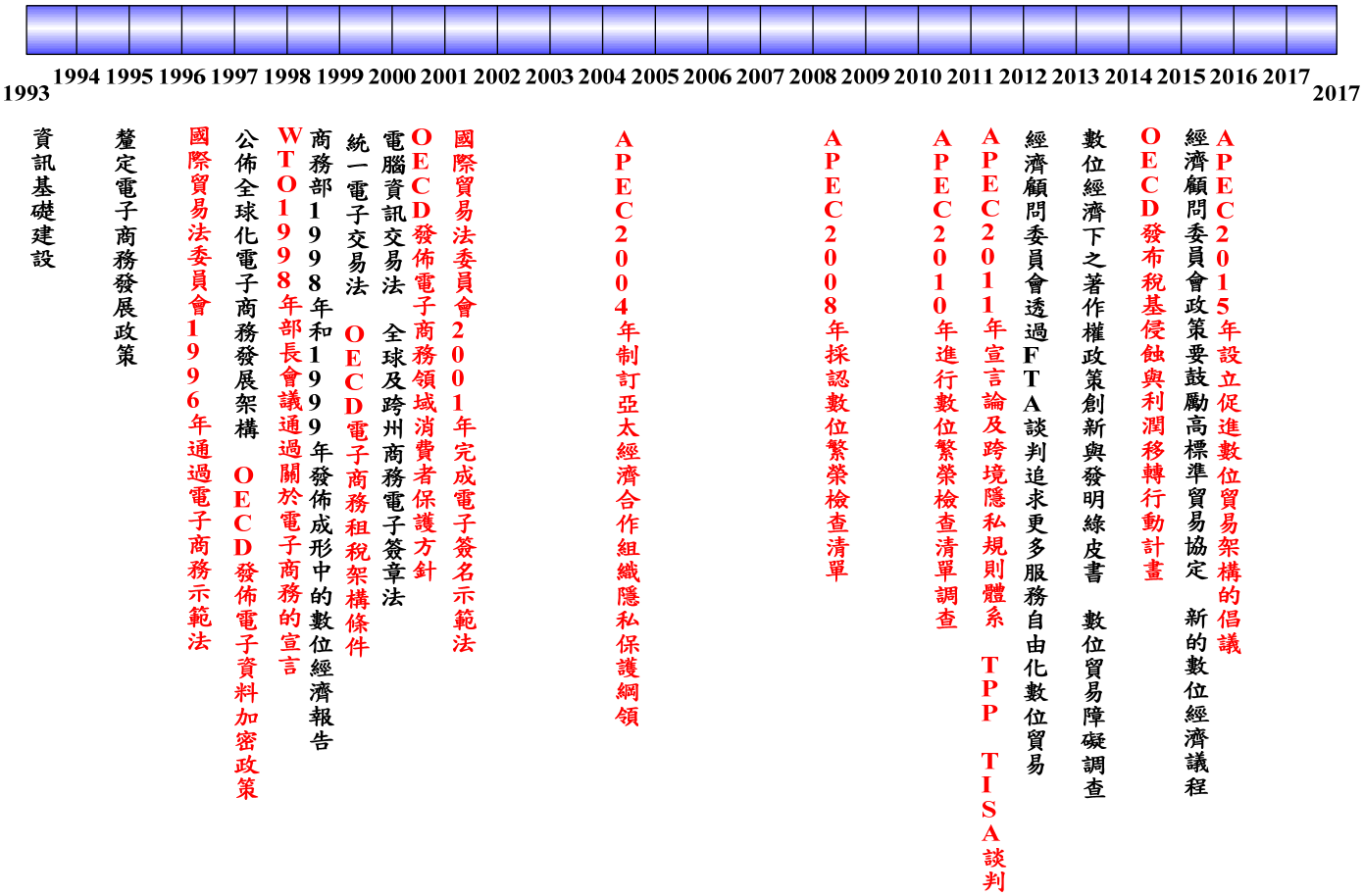


圖 2-1　美國推動數位貿易進程

3　陳麗安，「美國數位經濟發展現況與推動策略」，資策會推廣服務處專案經理，2001，www.trade.gov.tw/impt_issue/impt_6/ec-reptl 9-3.htm。

美國政府於 1993 年發起資訊基礎建設（National Information Infrastructure, NII），鼓吹興建資訊高速公路，推動企業及政府加速應用資訊技術。隨後，美國及各國提出的資訊高速公路應用雛型在網際網路（Internet）上逐漸成型；在網際網路上，新的網路建設及新的應用不斷被開發出來並予以推廣應用，新的經濟法則也逐漸形成和演變。當每一個國家發展自己的網路建設和網路經濟，於是網際網路之間的跨境貿易就產生，也被稱為跨境數位貿易。

1995 年 12 月即成立聯邦政府電子商務工作小組以進行釐定美國電子商務發展政策。1997 年 7 月，柯林頓總統在該小組的協助下，公佈了一份「全球化電子商務發展架構（A Framework for Global Electronic Commerce）」文件[4]。該文件提出發展電子商務的政策與願景，以簡化關稅、加強電子付款系統、統一電子商務之商品碼、保護智慧財產權、重視隱私權、重視交易安全、加強電子通訊基礎建設及資訊科技、發展網路內涵、發展相關技術標準等九項重點做為發展電子商務的重要工作領域，並以五大原則發展美國電子商務環境：（1）電子商務應由民營企業主導（發展以市場為導向），（2）政府應避免過度干預電子商務發展，（3）政府參與的重點應是補強並提供合理、一致及簡明之商務法規環境，（4）政府相關電子商務之立法與規定應體認網際網路之分眾性及由下而上之發展特性，（5）應以全球化做為發展電子商務之考量基礎。其具體作法有以下幾點:（1）當事人有以認為合適於自己的方式調整相互之間的合同關係的自由；（2）規範必須在技術上是中立的，並且具有前瞻性；（3）應修改現行法律或頒佈新法律以支援必須或非常必要的電子技術應用；（4）立法須考慮到高科技商事領域和沒有上網的企業。

為了瞭解電子商務及資訊技術對整體經濟帶來的衝擊，以掌握今後發展網際網路及電子商務應用的政策方向，美國商業部於 1998 年 4 月發佈了「成形中的數位經濟（Emerging Digital Economy）」報告；1999 年 6 月公佈第

4 https://clinton4.nara.gov/WH/New/Commerce/read.html.

二份數位經濟報告「成形中的數位經濟 II（Emerging Digital Economy II）」—美國商業部體會到數位經濟正在給美國企業及政府巨大的衝擊與影響，如何界定並觀測概念模糊的數位經濟，成為美國政府及企業首要解決的問題。1999 年 10 月美國統計局公佈了一份名為「Measuring Electronic Business Definitions, Underlying Concepts, and Measurement Plans」的文件，建議將數位經濟的內涵區分為三大要件：電子化企業的基礎建設、電子化企業以及電子商務、電腦媒介網路（實施電子化企業以及電子商務的必要條件）。

美國州法統一全國委員會（National Conference of Commissioners on Uniform State Laws, NCCUSL）於 1999 年 7 月通過了《統一電子交易法》（The Uniform Electronic Transactions Act），目的是協調各州法律關於保留紙質記錄（特別是支票）和電子簽章的有效性；2000 年 9 月 29 日又發布了《電腦資訊交易法》（Uniform Computer Information Transactions Act） 規定了一套準則作為各州的示範。

為了增加網路交易的適用性與合法性，美國總統柯林頓 2000 年 6 月 30 日簽署《全球及跨州商務電子簽章法》（Electronic Signatures in Global and National Commerce Act） ，讓電子文件具有法律效益，揭示網路世界的真實性。

美國總統辦事機構的經濟顧問委員會（Council of Economic Advisers, CEA）於 2012 年 2 月年報中指出，美國生產性服務出口業者無法解決國際貿易所面臨的障礙等問題，總統負責有效和積極地對外談判，以擴大服務貿易的自由化。美國透過 FTA 談判追求更多的服務自由化途徑，包括新的多方協議，可以開放給任何準備採取高標準和解決新問題（如數位經濟的貿易 trade in the digital economy）的國家。[5]2015 年 2 月年報中指出，美國政府的政策是鼓勵高標準貿易協定，推動一個價值觀驅動的貿易制度，最大限度地發揮全球化的利益，但同時應對全球化問題的副作用。美國及其合作夥伴正

5 The annual report of the council of economic advisers, Economic Report of the President, February 2012, p.160.

在尋求談判規則，為投資者和公民提供透明保護，支持數位經濟，透過強有力的智慧財產權監督促進創新，並就國有企業有關的競爭做法提供指導[6]。

美國商務部表示，美國和世界都正生活在透過技術驅動，而顯著轉型的經濟和社會之中，經濟成長和競爭力越來越與數位經濟相關聯，數位經濟是就業、創業和創新的主要趨動力。至今，數位經濟是世界各地人們分享想法、學習新技能，並獲取人類的知識庫。因此，商務部將技術和網際網路政策作為首要任務，投入資源來應對數位經濟中面臨的挑戰和機遇。

美國商務部網路政策特別委員會 2013 年 7 月推出「數位經濟下之著作權政策、創新與發明」綠皮書。美國商務部部長 2015 年 11 月 9 日宣布新的數位經濟議程（Digital Economy Agenda），將幫助企業和消費者實現數位經濟的潛力，以推動成長和機會。重點圍繞於四個關鍵機會，即（1） 促進全球自由和開放的網際網路；（2） 推動電子商務的安全和隱私以促進線上信任；（3）確保勞工、家庭和公司的進入和獲得快速寬頻網路；（4）透過智慧財產權規則和推進下一代新技術以促進創新。

在參與國際立法方面，美國將其《全球化電子商務發展架構》積極向外推廣，參與聯合國國際貿易法委員會（the United Nations Commission on International Trade Law, UNCITRAL）關於電子商務立法的起草活動，並於 1998 年 5 月 25 日向 UNCITRAL 提交國際電子交易公約建議草案[7]。

聯合國國際貿易法委員會 1996 年 12 月通過《電子商務示範法》和 1998 年通過附加第 5 條之二（Model Law on Electronic Commerce Guide to Enactment with 1996 with additional article 5 as adopted in 1998）和 2001 年 3 月完成《電子簽章示範法》(UNCITRAL Model Law on Electronic Signatures)。《電子商務示範法》分兩部分共 17 條，目的是為各國立法者提供一整套旨

6 The annual report of the council of economic advisers, Economic Report of the President, February 2015, p.303.

7 the Draft International Convention on Electronic Transactions, the UNCITRAL Working Group on Electronic Commerce (A/CN.9/WG.IV/WP.77 of 25 May 1998, http://www.uncitral.org/uncitral/en/commission/working_groups/4Electronic_Commerce.html.

在為電子商務消除法律障礙並提高法律可預測性的國際公認規則，從而促成並便利使用電子手段進行商務。第一部分為電子商務總則，共三章,即一般條款；對數據電文的適用法律要求；數據電文的傳遞。涉及電子商務中數據電文、電子數據交換（Electronic Data Interchange, EDI）的定義、數據電文的法律承認、電子契約、電子簽字的效力，電子證據的原件、可接受性和證據力，數據電文的確認收訖、發出和收到數據電文的時間和地點等問題。第二部分為電子商務的特定領域，主要涉及貨物運輸中的運輸合同、運輸單據、電子提單的效力和證據效力等問題。《電子簽章示範法》以貿易法委員會關於電子商務的所有法規的共同基本原則為基礎，即不歧視、技術中性和功能等同性。《電子簽章示範法》為電子簽章和手寫簽名之間的等同性規定了技術可靠性標準，還規定了可能對評估簽名人、依靠方和介入簽名過程的受信賴的協力廠商的義務和賠償責任提供準則的基本行為規則。《電子簽章示範法》還載有一些規定，支援根據實質等同原則承認外國證書和電子簽章，而不考慮外國簽名的來源地。

在美國之堅持下，1998 年 5 月 18 日至 20 日在世界貿易組織（WTO）日內瓦舉行之第二屆部長會議通過《關於電子商務的宣言》（Declaration on global electronic commerce）。該宣言提出，全球電子商務日益增長，特宣言建立一個全面性的工作專案研究在全球電子商務中遇到的與貿易相關的諸多問題，並且將考慮到經濟、金融以及開發中國家的發展需求等若干因素，同時也認識到其他國際論壇正在從事此項工作。為不使工作項目的成果以及成員方在 WTO 協議下的權利義務受到損害，宣佈成員方將保持現行做法，不對電子輸送的交易徵收關稅。1998 年 9 月 24 日至 25 日，總理事會特別會議中通過 WTO「電子商務工作計畫」（Work Programme on electronic commerce ），決定在貨品貿易理事會、服務貿易理事會、與貿易相關智慧財產權理事會，以及貿易與發展委員會等與電子商務相關的 WTO 建制體之下開展電子商務相關討論工作。

美國和經濟合作暨發展組織（Organisation for Economic Co-operation and Development, OECD） 在電子商務政策發展方面一直扮演前鋒者角色，

並視電子商務為經濟發展、增加工作機會、WTO 擴張，以及改善社會現況的重要因子，著重於提供建立合適電子商務發展環境的政策分析；其已完成制訂許多優良實作規範，以及電子商務各個面向之指導原則，包括消費者保護、爭議解決、隱私權、資訊安全、加解密、稅賦等。1998 年 OECD 部長級會議討論的《全球電子商務行動計劃》（Action Plan for Electronic Commerce），描述工作重點包括四項：建立使用者與消費者之信任度（包含消費者保護、隱私權與個人資料保護、安全基礎建設與技術、電子認證）；建立電子交易市集基本法則（包含賦稅、貿易政策和市場進入）、強化電子商務之資訊基礎建設（強調資訊基礎建設取得之可負擔性與普遍性，課題包括資訊基礎建設的取得與使用、網際網路管理與網域名稱系統），以及最大化電子商務效益等。此外，OECD 1997 年發佈 電子資料加密政策，1999 年《電子商務租稅架構條件》（electronic commerce: taxation framework conditions）提出不應對電子商務加諸歧視性稅賦，2000 年發佈 OECD 電子商務領域消費者保護方針，2014 年發布稅基侵蝕與利潤移轉行動計畫「解決數位經濟時代之租稅挑戰（Addressing the Tax Challenges of the Digital Economy）」。

第二節　WTO探討電子商務議題分析

因應全球電子商務迅速成長以及隨之引起的法律議題將對 WTO 造成影響，WTO 於 1998 年設立電子商務工作計畫，將電子商務定義為以電子方式進行商品及服務之透過電子方式製作、配銷、行銷、販售或交付。WTO 秘書處將其分成三種交易型態：一係提供網路使用媒介本身，即以提供連接至網路予消費者或企業經營者之服務；二係透過電子傳輸的服務，即交易之方式是以數位訊息傳輸服務或是產品給消費者；三係使用網路作為銷售管道，即產品及服務係透過網路購買但後續產品之交付以非電子傳輸之形式。由於電子商務涉及不同樣態之產品或交易方式，故如何將 WTO 既存協定之規範

及義務適用在電子商務上，或是否需要衍生新規範，成了一個重要的問題。[8]電子商務產品從分類上可能同時涉及貨品貿易以及服務貿易，由於各會員內涉及電子商務之產業型態或產業發展程度不同，如何分類將影響會員國內產業利益，因此各會員對此議題之看法有所歧異。[9]自 1998 年設立電子商務工作計畫以後，2001 年到 2009 年間電子商務談判的議題不多且進展緩慢，直到 2011 年開始提出電子商務在開發中國家或低度開發國家的發展與微中小型企業（Micro, Small and Medium-Sized Enterprises, MSMEs）對電子商務之使用，2013 年討論的議題又增加了關於消費者保護、秘密資料與隱私權等議題。2015 年年底前在電子商務議題並無顯著進展，但開始有會員就促進電子商務的議題討論提出看法，為 2017 年第 11 屆部長會議預作準備。[10]以下針對幾份重要文件分述之：

一、第 10 屆部長會議決議草案的電子商務工作計畫：巴西、智利、埃及、印度、南非和土耳其提案（JOB/GC/87, 2015/11/25）

回顧1998年9月25日通過的電子商務工作計畫，並重申隨後的第10屆部長宣言和工作計畫決定，決定：繼續開展電子商務工作計劃下的工作、指示總理事會進行定期審查、保持目前在電子傳輸方面不負擔關稅的做法。

二、電子商務工作計畫：美國提案（JOB/GC/94, 2016/7/4）

對發展數位經濟有正面積極貢獻的方向：促進自由和開放的網際網路、禁止數位關稅、確保基本非歧視性原則、促進跨境數據流動、防止在地化障

---

[8] White & Case LLP, The WTO Work Programme on electronic commerce, LEXOLOGY, Mar. 13, 2015, http://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=a1770783-f8a5-4128-8020-60368b794044（last visited June.14, 2017）.

[9] Farrokh Farrokhnia & Cameron Richards, E-Commerce Products Under the World Trade Organization Agreements: Goods, Services, Both or Neither?, 50 JOURNAL OF WORLD TRADE 793, 799,812（2016）.

[10] 同前註。

礙、禁止強制技術轉讓、保護關鍵原始碼、保證技術選擇、推進創新的驗證方法、維護網路競爭、扶植創新加密產品、建立數位貿易的適應架構、保留市場驅動的標準化與全球互用性、確保更快、更透明的海關程序、提高透明度和利益相關者參與法規及標準的發展、確認合格評估程序

1、禁止數位關稅

全面禁止締約國對數位產品課徵關稅，以免阻礙音樂、影片、軟體及遊戲之流通，同時保障創作者、藝術家及企業獲得公平待遇。

2、確保基本非歧視性原則

不歧視原則為全球商品及服務貿易之核心。於規範明定國民待遇和最惠國待遇適用於數位產品，確保數位經濟安定性。

3、促進跨境數據流動

企業與消費者須能按其意願傳輸數據；然而，許多國家卻以法規控制數據的自由流通，從而扼殺了數位企業的競爭機會，並使之於市場上處於不利地位。有鑑於此，訂定貿易規則保護數據流通，如出口時對消費者數據之保護等合理的防衛措施，以對抗歧視性障礙。

4、促進自由和開放的網際網路

自由開放的網路環境，有助於創造更多新興且劃時代的網路服務，並改造現今之社交網路、資訊、娛樂、電子商務及其他服務。針對所有基於合法商業目的之存取，網路均應保持自由開放。

5、防止在地化障礙

任何國家均不得要求仰賴雲端運算及提供線上商品與服務之公司或數位化企業，於其境內建立實質的基礎設施及昂貴的數據中心。然而，許多國家卻試圖施行在地化要求，反令供應商及消費者增加不必要的成本與負擔。因此，訂定貿易規則可提高網路存取及數據處理效率。

6、禁止強制技術轉讓

為確保各國不會以技術移轉作為市場進入之條件，訂定貿易規則禁止締約國強制要求企業移轉技術、製造過程或其他商業專有資訊予其境內人員。

7、保護關鍵原始碼

一般而言，創新企業應不需將程式原始碼及專利演算法提交予競爭對手，或是預計將該等原始碼及專利演算法轉交國營企業的監管機構。確保各企業不必透過共享程式原始碼、商業機密，或於其產品或服務內使用當地技術等方式取得市場進入之機會。同時保留各國基於保護健康、安全或其他合法監管目標而取得原始碼之權利。

8、保證技術選擇

為使創新企業能利用最好且最符合其需求之技術，訂定貿易規則可確保企業得自主選擇技術而不受購買或利用當地技術要求限制。舉例而言，手機企業應可自由選擇 Wifi 或 LTE 作為其無線傳輸標準。

9、推進創新的驗證方法

鑑於多樣化的電子簽章及認證方式，可保護使用者及其透過安全線上支付系統等機制所進行之交易，訂定貿易規則可確保供應商可自行選擇採用其認為最佳之電子簽章及認證方式。

10、維護網路競爭

使供應商可以透過鋪設海底電纜，或擴大數據及語音網路等方式，於海外市場建立網路連結，以獲取更多消費者及企業。

11、扶植創新加密產品

在數位生態環境下，加密技術的使用與應用逐漸成為保護隱私及安全之重要工具，訂定貿易規則確保加密產品可更為符合消費者及貿易對於保護穩定及安全之需求，同時允許執法部門依法取得資訊。

12、建立數位貿易的適應架構

應避免新型與創新的數位商品與服務受到歧視性待遇。除了經談判協商之特定例外情形外，否則縱使未來市場發生改變或出現創新技術，仍可持續對服務與投資提供保護。

13、保留市場驅動的標準化與全球通用性

期望建構以國際標準流程為基礎之技術發展環境，並由產業主導技術發展進而採納最優良的技術，促使從事創新活動的企業無須為了進入不同市場而另行設計不同產品。對此，訂定貿易規則可確保各國不得恣意要求美國的創新產品採用競爭力較弱勢之國家標準。

14、確保更快、更透明的海關程序

進出口行政程序形成之貿易活動產生的障礙問題，將有可能較關稅壁壘更為嚴重，WTO 貿易便捷化協定將有助數位貿易。

15、提高透明度和利益相關者參與法規及標準的發展

因資訊通訊技術（Information and Communication Technology, ICT）產品之週期甚短且資訊通訊技術（ICT）供應商所面臨之監管環境不斷改變，故各國發展或制訂之新規範及標準均可能對資訊通訊技術（ICT）供應商形成嚴峻挑戰。完善的電子商務/數位貿易環境須符合透明化、保障利害關係人之參與機會、執行協調程序與影響評估等要求。

16、確認合格評估程序

符合性評鑑程序係驗證含資訊通訊技術（ICT）產品在內之各項商品是否達到相關標準與技術性要求之法規；然而他國繁瑣的符合性評鑑程序卻可能阻礙資訊通訊技術（ICT）產品之出口。各國給予他國符合性評鑑機構之待遇，應不低於其給予本國符合性評鑑機構之待遇，亦即由合格的符合性評鑑機構所完成之測試與驗證，將會被視為符合該國之標準進而接受該份符合性評鑑報告。

三、電子商務工作計畫：香港、日本、巴基斯坦、俄羅斯、新加坡和我國提案（JOB/GC/96/Rev.1, 2016/7/11）

為了進行電子商務更有效和包容性的討論，鼓勵會員審視自己對電子商務的利益和看法，進行關鍵問題自願答覆，舉辦研討會，鼓勵成員在適當的論壇上就處理下列具體領域和問題提出具體建議和意見：

1、在您的國家，電子商務利害關係人如消費者、製造商、服務提供商、監管機構和中小企業，面臨哪些障礙？

2、現行的 WTO 架構和措施是否完全、部分或根本沒有解決這些障礙？WTO 應該怎麼處理？

3、您對於國際、區域或國內電子商務領域的現有或規劃措施或做法是什麼？請分享解決電子商務問題之特定案例，以資參考。

四、電子商務工作計畫：巴西提案（JOB/GC/98, 2016/7/20）

巴西認為 2016 年 7 月 JOB/GC/97 號文件電子商務之相關貿易元素（最新版為 JOB/GC/116/Rev.1，請見後述）可以作為進一步工作的基礎，其對其中幾項元素提出下列考量：

對於監管架構下之 B、消費者信心強化措施（a、消費者保護監管架構；b、隱私保護監管架構）以及 C、貿易促進措施（d、近用和使用電信網路；f、與貿易有關的智慧財產權）：應有適當的管制以提升消費者的信心，例如提供解決客訴之管道或是消費爭端解決機制，以及保護隱私與個人資料之措施。另外，在管制的架構中應有相關的貿易促進措施，例如要求網路中立

性，亦即確保網路提供者不歧視交易對象，及保護智慧財產權之措施。[11]

對於開放市場下之 A、自由化承諾（a、服務承諾）以及 B、確保措施透明度（a、確保跨境數據流通規則；c、處理轉移和/或近用原始碼）：服務貿易自由化即係希望會員有共識地認為電子商務議題應在承諾表的模式一討論，且既然是在 GATS 架構下，除非模式一現有的規範有所不足，不然不須額外制定有關數位資料流通的規範；關於技術移轉議題，全球性電子商務發展須仰賴不受阻礙的數位技術取得，故希望能討論如何避免不合理的電子商務科技移轉限制。[12]

五、MIKTA 電子商務研討會反思：墨西哥、印尼、韓國、土耳其和澳洲提案（JOB/GC/99, 2016/7/22）

透過墨西哥、印尼、韓國、土耳其和澳洲五國 MIKTA 電子商務研討會確定 WTO 應更加重視數位貿易議程。WTO 可以在保持數位市場的開放、透過透明度-可預測性和不歧視創造便捷環境、提升消費者信心、促進和促進中小企業的存取和能力、解決 WTO 出現的貿易問題來發揮重要作用。在識別 WTO 貿易政策有助於電子商務方向，研討會討論重點包含透過 WTO 委員會定期工作改善對數位貿易的指標和見解；利用貿易政策審查機制評估數位貿易障礙；在貿易便捷化協議上支持電子商務；更新電信參考文件以支持數位競爭、談判改進數位服務市場開放承諾；改善基本支援服務的市場開放承諾，如運輸、物流、配送和金融服務等；電子商務原則談判，包含數據流動和在地化受制於適當公共政策之例外情況、確保成員們有能力支援電子商務發展消費者保護和隱私監管架構。

---

[11] B、消費者信心強化措施（a、消費者保護監管架構；b、隱私保護監管架構）；C、貿易促進措施（d、近用和使用電信網路；f、與貿易有關的智慧財產權）

[12] A、自由化承諾（a、服務承諾）；B、確保措施透明度（a、確保跨境數據流通規則；c、處理轉移和/或近用原始碼）

六、電子商務工作計畫：中國大陸和巴基斯坦提案（JOB/GC/110/Rev.1, JOB/CTG/2/Rev.1, JOB/SERV/243/Rev.1, JOB/DEV/39/Rev.1, 2016/11/16）

此文件延續 2016 年 11 月初 JOB/GC/110, JOB/CTG/2 JOB/SERV/243, JOB/DEV/39 文件作成，建議第 11 次部長會議中電子商務議題討論之重心，應聚焦在促進電子商務跨境貨品貿易，以及協助跨境貨品貿易相關服務，例如支付與物流服務。現階段不應討論包含關稅減免等新的市場開放承諾，而是應持續關注在發展，主要重點包含營造有利於推動跨境電子商務之貿易政策環境以及討論 WTO 應專注的工作。

在建立良好的貿易政策環境以促進跨境電子商務方面，討論應該包括合適的簡化邊境措施；企業與消費者的跨境電子商務退稅規範；允許在其他會員境內建立保稅倉庫（bonded warehouse），以提供貨物分銷之目的並利於課稅程序的進行；促進無紙化交易，並多加利用會員單一窗口以利資料之交換與使用；增進支付、物流與快遞業之服務提供者之服務。在加強跨境電子商務政策架構的透明度方面，通知 WTO 官方網站有關發布跨境電子商務的法律、法規和行政措施；透過網際網路定期提供和更新跨境電子商務進出口貨物的程序，特別是透過 B2C 模式；根據貿易便捷化協定設立和維護查詢點，回答其他成員對跨境電子商務的合理查詢。在改進跨境電子商務的基礎設施和技術條件方面，如交換關於數位證書、電子簽章和電子認證政策的資訊，探索具體措施以改進開發中成員跨境電子商務發展的基礎設施和技術條件。交流有關跨境電子商務有關其他政策性議題的法律、法規和行政措施的資訊，如消費者保護、隱私保護和智慧財產權等，並討論貿易政策之間的聯繫，以加強消費者對跨境電子商務的信心和促進其發展。在討論組織和秘書處工作方面，總理事會應加強在提供政治指導和全面協調方面的作用。秘書處可以進一步加強開發中成員從電子商務受益的能力，並在多邊討論中提供技術支持。例如考慮將電子商務內容納入成員貿易政策檢討; 根據成員的要

求就具體問題進行專題研究; 與其他國際組織和機構合作，建立政府、學術機構、行業協會和其他利益攸關方之間的對話和溝通平台; 向成員特別是開發中成員提供電子商務政策信息和諮詢服務; 收集中小企業的聲音和意見，與二十國集團工商界活動（B20）保持聯繫，密切關注 B20 建立全球電子商務平台（Ewtp）的舉措。

七、電子簽章：阿根廷、巴西和巴拉圭提案（JOB/GC/115, JOB/CTG/3, JOB/SERV/247, JOB/IP/20, JOB/DEV/41, 2016/12/21）

電子簽章包含廣泛的數位解決方案，旨在確保線上國內和跨境交易和通信的真實性、完整性和隱私。電子簽章使用電子數據來確定電子郵件的發送者或線上服務購買者的身份。數位證書正在成為電子商務、電子契約、銀行業務、電子政務計劃等基礎工具的基礎工具。在 JOB/GC/97/Rev.3 文件，已經討論確認電子簽章和認證問題是電子商務工作計畫下的一個相關問題。電子簽章是今後 WTO 電子商務考慮中的根本問題，為了進一步提供有關討論的意見，阿根廷、巴西和巴拉圭分享南方共同市場成員國議員 GMC 第 37/06 號決議。

八、電子商務和著作權：巴西和阿根廷提案（JOB/GC/113/Rev.1, JOB/IP/19/Rev.1, 2017/3/7）

此文件延續 2016 年 12 月 JOB/GC/113, JOB/IP/19 修正完成，考量 1998 年全球電子商務宣言（WT/MIN（98）/DEC/2）關於建立全面性工作計畫，以審查與全球電子商務所有貿易相關問題。WTO 在落實著作權規則施行和數位環境方面，透明性、權利義務平衡以及著作權屬地主義三個方面看法可能會趨同。

1、透明性

自全球電子商務宣言以來，透過新技術的進步，創造了著作權管理的新形式，開發出創新的商業模式。原奠基於物理格式（CD和書籍等）知識貨品的貿易制度，越來越多在數位環境中傳輸和轉換，新的商業模式來自越來越多數位內容透過數據方式流通。2015年，在音樂行業的電子貿易收入首次超過實體貿易收入。在這個新的關係下，作者和其他所有權人抱怨其權利在數位環境中的報酬不夠，製作人和文化產業抱怨其權利金有價差。

數位平台確認其收入的相當部分是用於支付權利費用。國家當局身為政策決策者，面臨許多權利人和使用者具利益衝突之複雜制度，第一個決策可能決定是提供作者和表演者獲得公平的支付，WTO會員可以在數位環境中強調增加著作權和相關權利報酬透明性原則的重要性。

2、權利義務平衡

為了受保護作品在權利人和用戶利益間保持適當平衡，著作權法允許在某些條件下對經濟權利進行限制，亦即哪些受保護的作品可以在沒有權利人授權的情況下使用並毋須賠償。在伯恩公約（Berne Convention）和貿易相關之智慧財產權協定（Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights Agreement, TRIPS）中，用三步驟測試以確定著作權例外和限制範圍，包含（1）限於某些特殊情況、（2）未與著作之正常商業利用相衝突、（3）未不合理損害著作權人的合法權益。各國著作權制度試圖擴大和更新其例外和限制清單，以跟上知識性工作的技術變革和新用途。

對此，人們越來越擔心與技術保護措施不可侵犯有關的義務可能排除在數位環境中享受例外和限制的可能性。這些技術對電子貿易工作的正常開發至關重要，其規避可被理解為違反國際義務（三步測試的第二步）。WTO會員應明確聲明提供物理格式的例外和限制情形，在數位環境中也有效。

3、著作權屬地主義

數位環境本質上是無國界的，而著作權制度確是基於各國的法律。這些不同的特徵，使得在數位環境中實現保護作者、表演者和其他版權所有者的共同目標任務變得更具挑戰性。智慧財產權的報酬可能不符合各國的法律，因為可以透過信用卡進行國際付款，從而規避該國近用創意內容的法律規範。為了保護作者，WTO會員應盡最大努力使其國內著作權法適用於在國內獲取內容的貿易關係，並重申數位環境中著作權的地域性係國際貿易體系的一項原則。

三項原則應被理解為國際智慧財產權貿易建構良好商業環境之基石，即對這些基本特徵擁有共同理解可能會增加國際貨物和服務貿易、加強資訊的國際流通、及使開發中國家和已開發國家作者享有公平的支付。

九、貿易政策、WTO 和數位經濟：加拿大、智利、哥倫比亞、象牙海岸、歐盟、韓國、墨西哥、摩爾多瓦、蒙特內哥羅、巴拉圭、新加坡、土耳其和烏克蘭提案（JOB/GC/116/Rev.2, JOB/CTG/4/Rev.2, JOB/SERV/248/Rev.2, JOB/IP/21/Rev.2, JOB/DEV/42/Rev.2, 2017/6/15）

此文件延續 2016 年 7 月 JOB/GC/97；2016 年 7 月 JOB/GC/97/Rev.1；2016 年 7 月 JOB/GC/97/Rev.2；2016 年 8 月 JOB/GC/97/Rev.3；2017 年 6 月 JOB/GC/116/Rev.1, JOB/CTG/4/Rev.1 JOB/SERV/248/Rev.1, JOB/IP/21/Rev.1 JOB/DEV/42/Rev.1 修正完成。

1、WTO 在電子商務議題之任務

數位技術正在轉變著全球經濟，這種轉變為促進包容性經濟成長提供了新機遇，包括聯繫農村與城市經濟、為內陸國家開闢新的貿易途徑、促進婦女和微型企業參與正式經濟、向微中小型企業提供全球消費者基礎；並推動

以前認為在技術上不可行的跨境服務貿易。然而，實現數位經濟之全部效益巴面臨著挑戰，這些障礙包括數位空間限制措施日益普遍、基礎設施和關聯性不足、無法充分近用技術。

經濟數位化轉變影響了整體公共政策。因此，幾乎每個國際組織都考量其工作與數位經濟間的關係，對於協助運用數位經濟提升包容性經濟成長，均各有其發揮作用。例如，國際電信聯盟（International Telecommunication Union, ITU）扮演關鍵角色，包括無線電頻譜和衛星軌道的標準化和分配；世界智慧財產權組織（World Intellectual Property Organization, WIPO）處理智慧財產權議題；世界銀行提供財政和技術援助；

聯合國貿易暨發展會議（United Nations Conference on Trade and Development, UNCTAD）和其他組織提供政策分析研究和討論涉及電子商務貿易發展議題之論壇。

WTO可以在其核心功能內進行更多努力，特別是透明度和分享國家政策經驗，包含通知和充實會員政策發展；貿易自由化，更多市場開放和貿易原則形成；提供技術援助和能力建構（capacity building）。

隨著對數位經濟貿易理解之進化，政策倡導者已經使用各種術語來界定，包括電子貿易（e-trade）、電子商務（e-commerce）、數位貿易（digital trade）等等。WTO 總理事會在 1998 年建立電子商務工作計畫決議（WT/L/274）中，將電子商務（electronic commerce，簡稱 e-commerce）一詞定義為廣泛涵蓋所有這些概念，亦即「透過電子方式製作、配銷、行銷、販售或交付貨物和服務」。決議也要求工作計畫考量「與電子商務基礎設施發展有關的議題」，因此，WTO 服務貿易理事會、智慧財產權理事會、貨品貿易理事會以及貿易與發展委員會將協助進行。

2、電子商務之相關貿易元素

2015 年 12 月，WTO 第十次部長級會議決議承諾「根據現有任務和準則以及成員國在相關 WTO 機構提交的提案，續行工作計畫（WT/MIN（15）

/42）」。在此背景下，2017 年 1 月文件將電子商務之所有相關貿易元素列出暫定清單，做為討論起點。27 項元素（底線部分）如下，分為（1）監管架構、（2）開放市場、（3）推動電子商務發展初步行動以及（4）多邊貿易制度透明度四類：

（1）監管架構

良好的電子商務監管架構是透明的，包括強化消費者信心和貿易的措施。雖然消費者信心不是主要貿易政策考量，但是希望在多邊層級獲得廣泛的承諾需要這樣的監管架構，以營造有利於電子商務發展的環境。

A、強化透明度

公佈與電子商務有關的措施和草案；有機會對這些措施發表評論。

B、消費者信心強化措施

a、消費者保護監管架構

在從事電子商務時，保護消費者免受錯誤和詐欺性商業行為；消費者保護機構間進行國際合作。

b、隱私保護監管架構

保護電子商務用戶個人資訊。

c、網路安全監管架構

防範網路犯罪，包括刑事禁止和處罰。

d、未經請求之通訊管理

例如規範要求提供者促進接收者避免持續收到未經請求之通訊的能力，或要求得到接收者同意。

C、貿易促進措施

a、開展網路、近用和使用網際網路

確保消費者和運營商在網際網路上近用和使用其選擇的服務和應用；將終端用戶的選擇連接到網際網路。

b、處理許可和授權程序

涉及的相關問題廣泛，包括許可要求和程序規則；對於提供線上服務缺乏明確事先授權；依許可證可同時進行線上和線下（實體）活動。

c、處理電子支付

電子支付，包含藉由網際網路付款和行動銀行，可以透過監管措施（例如制定支持付款操作之必要監管架構）和自由化措施（例如確保有競爭力的支付服務市場）加以處理。

d、近用和使用電信網路

GATS電信服務附件提供近用和使用電信服務和網路的基本規定，因此是電子商務監管架構的基石。

e、WTO電信參考文件

電信參考文件包含處理電信市場監管基本規則，例如監管者的獨立性、互連和禁止競爭行為。

f、與貿易有關的智慧財產權

智慧財產權保護和執法議題是討論電子商務和數位經濟的重要一環，並在包括世界智慧財產權組織（WIPO）和WTO智慧財產權理事會在內等許多國際組織中加以處理。

g、電子簽章認可和認證

確保簽章的合法有效性不得僅以電子簽章形式而被拒絕；電子交易各方可根據可能的實績標準或信任條件共同決定適當的認證方法。

h、處理電子採購和電子拍賣

透過網際網路整合參與政府採購程序，特別是允許非營利單位（non-established companies）參與此類程序。

i、技術標準

解決商品和服務數位標準，包括互通性和認可問題。

（2）開放市場

開放電子商務市場可以透過商品和服務多邊承諾自由化，以及一系列確保一定開放程度的措施促成。

A、自由化承諾

a、服務承諾

服務貿易的承諾，特別是跨境服務貿易（模式一）和電子商務相關部門，如電信服務、電腦服務和運送服務。

b、服務分類問題

透過諸如電腦及相關服務瞭解書（S/CSC/W/51）等釐清服務承諾部門範圍之分類工具。

c、消除貨物關稅

例如透過資訊科技協定（Information Technology Agreement, ITA）消除關稅。

d、禁止對電子傳輸強加稅賦

以具有約束力的規範禁止對電子傳輸強加稅賦。

B、確保措施透明度

a、確保跨境數據流通規則

在現行WTO義務基礎上，於適當的公共政策例外條件下，承諾確保允許跨境數據流通。

b、在地化規則

在現行WTO義務基礎上，於適當的公共政策例外條件下，處理各種形式的在地化問題，包括設立當地據點、電腦伺服器在地化、和在地內容要求。

c、處理轉移和/或近用原始碼

以不設轉移或近用軟體原始碼限制作為市場開放條件。

（3）推動電子商務發展初步行動

在監管規則和自由化措施和承諾的背景下，一系列初步行動有助電子商務續行發展。

A、貿易便捷化協定/進一步關務便捷化措施/無紙貿易

貿易便捷化協定之施行有助於加強貨品貿易，包括藉由電子商務所產生的貿易。其他初步行動可能包括建立監管架構規範先進的電子數據，以實現便捷化措施和無紙貿易。

B、貿易/技術援助

2016至2017年度工作計畫著重連通性，貿易援助可以在電子商務發展中發揮關鍵作用，會員和國際組織的技術援助計畫也可以增加此領域之能力。

C、成員和/或監管機構之間的監管合作

監管合作，無論是形式或結構性對話或非例行性對話，都可以讓會員處理電子商務跨境性質，並有助於交流良好做法。

（4）多邊貿易制度透明度

WTO可以繼續發揮重要作用，促進所有會員之電子商務政策透明度。

A、在貿易政策審查中加強重視電子商務

貿易政策審查可以系統地處理與電子商務相關的政策，例如在秘書處報告中納入電子商務議題專區。

B、可以在保護主義監測報告中納入數位議題

保護主義的報告可納入對電子商務相關政策之關注。

C、透過WTO委員會的電子商務議程交換資訊

會員續行加強WTO正規機構在電子商務議程項目下之資訊交流，並在橫向工作計畫下專門討論跨領域問題。

建議會員後續應更有效地利用電子商務工作計畫，以彰顯WTO與現代經濟具有持續相關性。此外，提出幾項後續思考方向：應考量是否有其他電子商務相關貿易政策元素應該納入？以及會員希望在服務貿易理事會、智慧財產權理事會、貨品貿易理事會以及貿易與發展委員會中主要進行討論的元素為何？

十、電子商務與發展：汶萊、哥倫比亞、哥斯大黎加、香港、中國大陸、以色列、馬來西亞、墨西哥、奈及利亞、巴基斯坦、巴拿馬、卡達、塞席爾、新加坡和土耳其提案（JOB/GC/117, JOB/CTG/5 JOB/SERV/249, JOB/IP/22 JOB/DEV/43, 2017/2/14）

此文件延續2016年7月JOB/GC/101以及2016年7月JOB/GC/101/Rev.1修正完成。

1、電子商務對於開發中國家發展具有巨大潛力

電子商務可被運用以支持發展，其使消費者和企業間的互動更容易。電子商務為開發中國家的企業，特別是微中小企業，開闢了新機遇，降低經營成本，使其能夠進入更多市場。在過去幾年裡，消費者經驗由於電子商務而有所改變，無論是在媒體和娛樂領域、航空和旅遊，甚至是包車。在企業之間，數位連結使經營和供應鏈更具效率，所產生的數據也可以在其商業模式中進行優化和創新。這一切均展現了，電子商務促進開發中國家經濟成長和發展的巨大潛力。

電子商務是當今企業的新體現，即使在開發中國家的企業也同樣如此。企業和消費者間的電子商務正在迅速擴大，特別是發生在亞洲、拉丁美洲、非洲和中東地區。對於微中小型企業，電子商務提供了超越自家後院的擴張

機會，降低通常拓展國外市場所需的高成本。這使得諸如個體戶和和小型提供者等非傳統業者進入市場並在全球市場上販售。eBay 的報告顯示，與傳統中小企業相比，技術型（technology-enabled）中小企業的貿易活動成長較多，且與已開發國家類似規模的技術型中小企業相比，開發中國家的技術型中小企業也表現較好。

2、與開發中國家有關的電子商務議題

因此，汶萊、哥倫比亞、哥斯大黎加、香港、中國大陸、以色列、馬來西亞、墨西哥、奈及利亞、巴基斯坦、巴拿馬、卡達、塞席爾、新加坡和土耳其在2017年2月提交「電子商務與發展（JOB/GC/117, JOB/CTG/5 JOB/SERV/249, JOB/IP/22 JOB/DEV/43）」文件，開始討論並確定與開發中國家有關的電子商務議題，提出潛在的討論領域包括以下四類：

（1） 貿易便捷化和電子商務

跨境電子商務通常涉及低價值的出貨和/或網際網路上的數位傳輸。在一國境內，物流業者在確保產品順利交付上發揮重要作用。對於賦予中小企業使用電子商務，降低開展貿易的成本，還能夠進一步做些什麼？

（2） 縮小電子商務基礎設施差距

開發中國家基礎設施的差距帶來了挑戰，但也為企業提供了創新機會。是否有更好的辦法針對技術援助解決此關鍵的差距？

（3） 近用支付解決方案

能夠找到支付解決方案是企業是否上網的關鍵，在沒有安全線上支付服務的情況下，目前企業已經透過手機付款或是使用貨到付款。如何增加企業和消費者近用更多付款方式的機會，以使他們能夠進行和進入跨境電子商務？

（4） 線上安全

信任是確定消費者是否願意從事電子商務的關鍵因素，包括線上支付服

務的信任、線上商家的聲譽、甚至在交易失敗時是否有足夠的法律保護。如何建立線上交易和電子商務的信任，並同時改善消費者之保護？是否有改善國家間網路犯罪合作的地方？

十一、電子商務貿易規則能否幫助開發中國家的微中小型企業：新加坡代表東協成員國提案（JOB/GC/126, JOB/CTG/6, JOB/SERV/260, JOB/IP/23, JOB/DEV/44, 2017/6/2）

對於電子商務貿易規則能否幫助開發中國家的微中小型企業，東協於2017 年 4 月 27 日在聯合國貿易暨發展會議電子商務週間進行討論。討論內容包含：1、電子商務屬於現行 WTO 協定的範圍；2、WTO 在電子商務方面還有進一步工作的空間，包括釐清新概念；3、電子商務可促使開發中國家微中小型企業發展業務和增加對全球貿易參與度；4、開發中國家微中小型企業仍然面臨電子商務的挑戰，包含基礎建設和知識不足、規範障礙和不確定性、電子支付選擇有限、可近用的資訊加值服務（enabling services）有限、線上隱私安全問題、消費者信心、獲取知識之數位差距；5、制定支持微中小型企業進入電子商務的促進性貿易規則，以減少規範不確定性；6、國際組織和捐助夥伴可以透過幫助開發中國家和低度開發國家改善電子商務整備度以發揮作用；7、東協正努力推動電子商務作為促進數位通用性和擴大貿易機會的手段。

十二、啟動促進線上交易之環境：歐盟提案（TN/S/W/64, 2017/5/23）

歐盟在 2017 年 5 月 23 日向杜哈談判機構服務部門提交文件（TN/S/W/64），希望 WTO 立即進行電子商務談判，著重於消費者保護、未經請求之通訊、電子認證和信賴服務，包括簽章和電子契約。歐盟希望在2017 年 12 月份布宜諾斯艾利斯舉行的 WTO 部長級會議上達成電子商務協

議。為求時效，歐盟係向杜哈談判機構服務部門提出建議，而非在目前 WTO 電子商務工作計畫下處理此問題。歐盟表示 WTO 執行成果會達成電子商務交易成長上之四個主要目標，包括：

（1）確保消費者安心，以促進使用線上交易，增加服務貿易量。此外，若各國措施依據共同原則，將有助各國機關跨境合作打擊非法商業行為；

（2）在防範未經請求之通訊成果上，消費者將因此受保護，提升消費者信賴；

（3）談判結果將鼓勵更多成員國採取國內措施和立法，促進認證和信賴服務使用與電子契約認可，從而近用電子支付，為服務提供者和消費者均帶來法律確定性；

（4）確保公司安心，特別是對於中小企業，使電子契約認可，以鼓勵其投資線上解決方案。

十三、數位貿易的範例轉換：臺灣提案（JOB/GC/128, JOB/CTG/7, JOB/SERV/264, JOB/IP/24, JOB/DEV/45, 2017/06/30）

根據麻省理工學院 Negroponte 教授指出數位革命有兩個主要改變，第一種改變，在傳統的世界原子是實體產品的最基本單位，然而在數位的世界則是位元的世界。現代生活，資訊的獲取則使仰賴網際網路和新科技的傳遞，從原子蛻變到位元的世界已經悄悄改變我們的生活。第二種改變，過去的裝置產品都是靜態的，現代則是可攜式產品，例如：電視機到現在的智慧型手機，資訊的接收不在是定點，而是隨時隨地都可以接收到最新的資訊傳遞。

WTO在GATT, GATS與TRIPS各協議中有詳盡的規範。臺灣所提出的主張是當電子商務所產生的新問題出現且現有的協議中所無法解決，則將應該變成新的議題以討論。當新的技術帶來全新的商業模式時，必須要審視現行的WTO規則是否能夠適用討

關於質量上的差異（qualitatively difference）時，應包含以下三點：第一，質量上與數量上的差異（quantitative difference）應有本質上的區別。例如，航空公司的運輸效率的提升，增加了國際運輸量與不同貿易營運的範圍。然而，飛機的飛行速度從過去的每小時 400 公里，提升到每小時飛行 500 公里，這種改變僅是運輸效率上的差別而非產品在質量上產生變化。第二，質量上的差異不應該只與一小部分產品有關，應包含整個產業上的觀點或是涵蓋更多的產品範圍。如前述航空效率上的提升，國際運輸新鮮花朵則變成可能的商業行為，然而運輸效率的提升僅是促使更多花卉的國際交易，GATT 仍然能夠處理此種變化，也因此並不需要特別為此展開新的討論。若是網路通訊的速度提升，GPS 本身成為電子裝置內的產品，此種通信速度上的改變造成新的產品上的變化則可能在 WTO 內會有新的相關討論。第三，質量上的差異絕對不僅僅是在通訊模式由電話到網際網路上的改變。網際網路比電話的通訊速度更加快速，但若是將網際網路僅是應用在下訂單上並沒有產生質量上的改變。然而，若是將網際網路在中小企業內廣泛的採用，則將會可能產生不同形態上的商業機會。

以下針對質量上的改變提出實際上的例子：

一、貨品貿易

例如，出版印刷業因為數位傳輸而有大大的改變。過去不論是報紙、雜誌、CD 和期刊需要以運輸的方式出口。然而，若是「經濟學人」（The Economist）雜誌現在要從英國至紐約出版，出版商現在僅要以 PDF 文件的形式傳輸到紐約，在以當地的機器印刷出版，大大改變了貿易和商業模式，幾乎所有的印刷業都是如此方式營運。

未來的貨品上的國際貿易可能會分成兩類：（1）藍圖以電子的形式傳送，而藍圖的內容亦包含了產品資訊；（2）傳輸之後將以當地的 3D 印表機將商品製造出來。過去國際貿易是成千上萬的產品出口，未來的貨品貿易則可能將僅有一些材料的出口，由一台 3D 印表機所取代，並加上藍圖的電子傳輸。

二、服務貿易

當網路通信速度變得比以往更快時，有更多的國際服務業務將得以實現，網路的遠端醫療診斷即是其中一種例子。醫生從網路上讀取病患的醫療資訊，在線上提供診斷、醫療建議並且開處方簽。因此，網際網路可以改變了過去醫療上所必須進行的行為，並且提供了遠端服務的可能性。

此份文件主要是在提供會員們不同的思考方向進行討論，相對於傳統貿易的解決方式，利用演譯方法（deductive approach）來闡明數位貿易的基本問題，而非以歸納方法（inductive approach）來解決數位貿易所產生的議題。

十四、反思電子商務資訊不足問題：臺灣提案（JOB/GC/129, JOB/CTG/8, JOB/SERV/265, JOB/IP/25, JOB/DEV/46, 2017/06/30）

延續前述的演譯的方法來針對網路空間的貿易障礙影響消費者資訊上的不足進行分析（cyberspace trade barriers, CTBs）。

傳統的貿易在通過國家邊界與海關時可能會有貿易上的問題，但對於數位貿易而言則沒有如此的問題產生。隨著資訊技術的進步，在現有的GATT或GATS的架構下，會員可能難以找到適用於數位貿易的規範。一般最常引用的內容為「國家為保護隱私、智慧財產權、公眾道德與國家安全」，或者是「國家為實現其他合法的政策目標」。

下表為貿易階段的流程，第一階段是潛在的買方確認商品的存在性；第二階段是將目標商品與其他競爭對手進行比較；第三階段是下訂單；第四階段是運送商品；第五階段是海關檢查與課稅；第六階段是國內的行銷；第七階段是買家獲得商品。傳統貿易障礙的形成是在第4至第6階段，也許是課以較高的稅收或其他非關稅壁壘的形式。然而，數位貿易的貿易障礙則不同。

首先，大多數的網路空間貿易障礙都是集中在前三個階段進行，而有些WTO會員會針對網站的資料流向進行限制，甚至阻止讓國內的潛在買家注意到外國的商品，透過在第一階段不能有效地傳送必要的資訊，使得商品無

法進行比價、下訂單、運輸和報關等等。此種方式會使得中小企業的影響最為嚴重，將使得他們沒有機會受到國外買家的注意。

第二，傳統的貿易壁壘的模式是課徵關稅，雖然使得產品以較高的價格上市，若質量夠好的話仍然可以出售給市場並由客戶購買。然而，若是以網路空間的方式形成貿易障礙，潛在消費者從一開始就無法知道商品的存在，即便是質量再好的產品也無法取得。

第三，由於潛在消費者從一開始就不知道有潛在的交易機會，也因此與傳統的貿易障礙相比，比較不會有爭議、客訴或是抱怨的產生，由網路空間所形成的貿易障礙也比傳統貿易障礙的效果更要也更難以識別。

開發中國家與低度開發國家目前有「數位落差」的情形，而這些國家在面臨傳統的貿易壁壘已經遭遇需多困難的障礙，若是以上的情形發生更是對他們不利，因此敦促 WTO 各會員可以對此一議題有更多的注意與討論。國家政府的介入，亦會減少透國網際網路所產生的國際貿易，這對中小型企業也會造成嚴重的衝擊。

表 2-2-1　貿易步驟流程圖與貿易障礙

階段	貿易步驟	貿易障礙
（1）	確認	網路空間貿易障礙
（2）	比較	
（3）	下訂單	
（4）	運送	傳統貿易障礙
（5）	海關	
（6）	當地行銷	
（7）	消費	

從經濟學角度來看，如果消費者因為在網路空間的貿易障礙使得無法與國外潛在供應商接觸，因此在供給需求的市場上並無法反應出真實的情況，由於外來的潛在壓制使得國內的市場需求與價格受到扭曲，因此即便是有不同品質的產品也因為網路所形成的貿易障礙而限制，這也說明網路空間貿易障礙相對傳統的貿易障礙，對於價格的變化並不敏感。

數位貿易可以促進各會員的貿易產生，然而隨著科技的不斷進展卻有可能形成網路空間障礙以及市場競爭上的扭曲。因此，有嚴格的監管與公平的交易環境相當重要，未來在數位貿易議題的討論可以著重於以下四點：第一，使用目前相關的 WTO 機構和貿易政策審查機制有助於討論和交換各國在實踐公開和公平的電子商務政策上之經驗。第二，WTO 會員需報告與提出他們可能遭遇到的網路空間貿易障礙與衝擊，尤其是開發中與低度開發國家可以尋求 WTO 秘書處的協助與幫忙。第三，審視貿易政策以適應不斷變化與發展的電子商務，特別是確保跨境數據的流動與傳輸。第四，分享各會員之間能力建構的經驗和政策，以及中小型企業如何參與數位貿易的工作。

第三節　APEC探討數位貿易議題分析

一、APEC 數位貿易議題發展

（一）電子商務行動藍圖

APEC 作為一個主要論壇，在亞太地區扮演促進經濟成長和繁榮的角色。自 1998 年部長會議通過「電子商務行動藍圖」（APEC Blueprint for Action on Electronic Commerce），1999 年成立電子商務指導小組（Electronic Commerce Steering Group, ECSG），負責透過在亞太地區建立的法律、法規和政策環境，促進電子商務的發展和使用。

（二）隱私保護綱領

2004 年，參考 OECD 的隱私保護及個人資料國際傳輸指導方針，制訂亞太經濟合作組織隱私保護綱領（APEC Privacy Framework），做為提升各國隱私保護之重要推動方針，並確保亞太地區各會員間數據自由流動，俾符

合隱私保護綱領之規範原則[13]。2007 年 APEC 成立了一個數據隱私開路者倡議計畫（Data Privacy Pathfinder initiative），以推進 APEC 隱私保護綱領的實施。開路者倡議涉及多個旨在促進消費者對跨境數據流信任和信心的項目；它還包括有關制定跨境隱私規則系統的一般性承諾。APEC 跨境隱私執行協議（The APEC Cross-border Privacy Enforcement Arrangement, CPEA ）是數據隱私開路者倡議計畫的結果，旨在通過建立隱私法實施方面的區域合作架構，著重於落實促進國內和國際上促進和加強資訊隱私保護的努力，促進消費者對涉及跨境數據流動的電子商務信心。CPEA 於 2009 年 11 月獲得 APEC 部長的支持，並於 2010 年 7 月 16 日開始實施。[14]

（三）智慧財產權及數位經濟

於 2008 年 11 月第 20 屆年度部長會議聯合聲明中，提到智慧財產權及數位經濟，首先強調健全的智慧財產權體制是促進科技、經濟及社會發展之重要工具，一個涵蓋廣泛及具平衡性的智慧財產權體制的重要性，除可提供及保護創造及發明的誘因，並且是智慧財產權成功管理及運用的工具。發展智慧財產權體制之努力對於促進知識經濟發展、拓展投資機會、促進經濟成長，十分重要。其次，APEC 持續推動貿易及數位經濟，以支持經濟成長及發展，並採認「數位繁榮檢查清單（Digital Prosperity Checklist）」，其協助會員體推動運用資訊通訊技術（ICT）以增加經濟效率、透明化、鼓勵競爭及刺激創新。隨後，數位繁榮檢查清單這個工具在 2010 年被用來進行調

[13]APEC 隱私保護原則共有九項：1.避免損害原則：有關個人資料之蒐集、處理與利用，不得損害當事人之權益。2.告知原則：對個人資料進行蒐集時，應告知當事人蒐集者名稱、蒐集資料之目的、種類與用途等必要事項。3.限制蒐集原則：個人資料的蒐集應符合蒐集之目的，且不得逾越必要之範圍，與目的無關之資料，不得任意蒐集。4.利用個人資料原則：有關個人資料之利用，應符合當初進行蒐集之目的，未經當事人同意或另有法律規定，該資料不得作其他利用。5.當事人選擇原則：個人資料之蒐集或利用，當事人有權得選擇「進入」(opt-in)或「退出」(opt-out)模式，資料蒐集者或保有者應尊重當事人之選擇。6.個人資料完整原則：保有個人資料檔案者，有責任隨時更新或補充資料，力求該資料之完整正確，避免當事人因不正確之資料，讓其權益遭受損害。7.安全維護原則：保有資料者應採取必要之安全維護措施，避免個人資料被偷竊、遺失、毀損或外洩。8.當事人查詢及更正原則：當事人隨時有權查詢或閱覽其個人資料，如發現有錯誤或欠缺者，得請求補充或更正。9.責任原則：對於違法蒐集或利用個人資料者，應課以法律責任，以保護資料當事人之權益。

[14]APEC 跨境隱私執行協議管理機構是美國聯邦貿易委員會，至今參與國家只有美國、加拿大、墨西哥、澳洲、紐西蘭、香港、日本、韓國、新加坡 9 國。

查，以評估 APEC 會員體的國內法律、監管和貿易政策架構，是否旨在積極建立資訊通訊技術（ICT）的能力，以對其國內經濟產生正面價值之影響。調查結果發現，APEC 會員體資訊通訊技術（ICT）相關政策在資訊流量和整合方面差距較大，表明對未來在這些領域的合作與協調具有更多發揮潛力。

（四）隱私架構/跨境隱私保護規則體系

為協助 APEC 會員體發展有效的個人資料隱私保護措施，以確保跨境資料自由流通，APEC 於 2004 年及 2007 年分別通過「APEC 隱私架構」(APEC Privacy Framework)及「資料隱私保護開路者倡議實驗計畫」（Data Privacy Pathfinder projects），2011 年 APEC 經濟領袖會議進一步宣示推動執行「跨境隱私保護規則體系」(Cross Border Privacy Rules System, CBPR System)，俾建立一套透明、一致的個人資料隱私保護規範，以減少跨境資料移轉之障礙，強化消費者隱私以及促進區域資料隱私架構之互通性。2016 年年度部長聲明中承認 CBPR 體系之重要性，尋求會員體擴大參與該項以自願性機制為基礎之體制，並支持包括能力建構在內之合作。2016 年領袖宣言重申執行 CBPR 體系之重要性，將尋求更多會員體、當責機構(Accountability Agent, AA)及公司加入該體系。

（五）聚焦網路經濟議題

太平洋經濟合作理事會（Pacific Economic Cooperation Council, PECC）於菲律賓 2015 年 5 月 18 日舉辦的網際網路經濟研討會（Symposium on the Internet Economy）簡報聚焦三項網路經濟議題：（1）在架構與效益方面，論及網路經濟的延伸潛力，以及新經濟發展產生與既有管理單位不合而造成的限制。（2）網路經濟產生新商業機會、商業模式與部門，討論著重於小型企業發揮重大影響力的經驗。（3）在地化、跨境資料傳輸限制、支付與交易限制等問題，限制網路經濟成長、阻礙機會及社會提案的議題。

PECC 報告案結論提到網路經濟的成長情形(就業機會、國內生產總值、

貿易與包容性）尚未被正確地掌握或認知，具有推動成長、平等與包容性發展的極大潛能，亞太地區更是網路經濟的領頭羊，卻因規範問題受到侷限。因此 PECC 呼籲提出全面性的網路經濟賦權概念，網路/數位經濟應被視為跨界機制（Horizontal enabler），並與金融、電子商務、物流、教育與服務等計畫相呼應。PECC 建議 APEC 聚焦 4 項優先工作，以推動網路經濟，包括廣建網路經濟基礎建設，並提升對天災復原力；確保跨境資料傳遞的隱密及安全；雲端運算與在地化；發展網路支付與交易的機制及安全。[15]中國大陸在同場研討會提議五項合作領域，分別是（1）扶持中小企業發展；（2）鼓勵創業與創新；（3）促進人力資本發展；（4）鼓勵女性經濟參與；（5）鼓勵弱勢者經濟參與，透過網路經濟促進包容性成長。在中小企業部分，中國大陸目前實施相關政策鼓勵經濟成長的新驅動者，指出網路經濟一方面改善人力資本的發展，另一方面亦解決就業問題。研討會上，主席提出網路經濟議題聯繫關聯圖，獲得各會員體及各其他論壇及小組之認可，惟需進一步說明其具體內容，以釐清各事項與其他論壇及小組業務之聯繫，以利未來盤點，及強化邀請其他論壇及小組參與網路經濟工作之合理性。

（六）美國促進數位貿易架構議題

基於前述理由，美國在 2015 年推出設立促進數位貿易架構的議題（APEC Initiative on Facilitating Digital Trade），並要求 2016 年就解決數位貿易路障進行討論。可能造成促進數位貿易之路障調整為 7 項，包括：

1. 缺乏透明度和瞭解全部有關影響連通性和商品及服務數位貿易之規範議題；缺乏政府機構（包括貿易、隱私、和資通訊技術決策者）在政策上影響連通性和數位貿易的認識和協調；在數位經濟議題上缺乏單一聯絡窗口或統整機構；數位貿易指示性原則上欠缺關注國際規範的共同適用性。

15 林茂雄，參加亞太經濟合作（APEC）網際網路經濟專案指導小組第一次會議報告書，2015 年 9 月 22 日。

2. 具連通性的基礎建設不足或缺乏效能；數據和基礎建設的要求缺乏效能或不具備一致性；跨境連接性關聯缺乏或效能不足（如在線上跨境交易的寬頻）。

3. 資訊通訊技術產業經濟體系（ICT ecosystem）的不足，這阻礙了企業提供線上服務和商品的成長;缺乏採用全球應用和通訊/協作工具；缺乏資通訊技術技能以支持經濟體系；缺乏中小企業對於網際網路的利用率。

4. 支持數位貿易成長之政策不足；缺乏處理數位貿易相關法規機構的相互協調；對數位商品關稅的潛在應用；限制有利於電子商務交易便捷性和完整性的關鍵支持服務（如廣告）；規範架構未充分統一以支持經由移動應用和網際網路的電子支付。

5. 無法或缺乏處理跨境電子商品及服務文件之接收及傳遞能力。

6. 缺乏網際網路中介商之明確架構和立法保護。

7. 在商品、服務、資訊、數據之跨境傳遞標準及國家規範的差異及分歧；對資訊、研究和創新自由流通的限制；網際網路特別稅務的要求；對網際網路內容在全球司法權產生單方聲明的衝突。

針對促進數位貿易架構議題，美國於 2016 年 5 月提出修正文件，表示鑑於 APEC 會員體在未來營運的改變和不確定性節奏會很快，政府一直面臨的挑戰是有效地對這些趨勢做出反應。所以，APEC 若將數位貿易作為下一世代貿易與投資議題（digital trade as a Next Generation Trade and Investment issue），將會對商業界和利益相關者釋放出數位貿易倡議的利益，以達成亞太地區實現自由及開放的貿易和投資。依此，APEC 未來工作的一個重點就是提供一個論壇，更加瞭解數位貿易的潛在經濟利益，如何讓數位貿易正面地影響產業，以及如何改善監管環境以利數位貿易在國內和亞太區域成長，特別是有利於小型企業之成長。

美國再次提出更新提案[16]，因為促進數位貿易可以帶來新型式的貿易，帶給 APEC 會員體利益。所以，APEC 貿易暨投資委員會（Committee on Trade and Investment, CTI）應該展開下列工作：（1）2017 年繼續針對數位貿易議題展開工作，不論是與企業及其他利害關係人的兩個貿易政策持續對話，進一步識別促進數位貿易的機遇和挑戰，以及其對 APEC 會員體的影響。（2）由政策支援小組（Policy Support Unit, PSU）研究和發展開發數位貿易工作計畫，用以確認潛在可能對數位貿易產生負面影響之做法；和可用以支持數位貿易環境之堆積木具體做法。（3）拓展及促進區域內數位貿易的可能最佳範例之分享，包括企業倚賴數位貿易之個案研究。（4）促進數位貿易的潛在 APEC 能力建構之建議。（5）進行政策和能力建構能帶動數位貿易利益之研究。（6）建立促進中小企業融入數位貿易之機制。（7）鼓勵會員體廣泛參與 APEC 跨境隱私保護規則及資料處理業之隱私承認體制。

針對美國提案在 APEC 會中討論情形如下：（1）美國表示鑒於 APEC 為非拘束性的論壇，會員體應就有助於未來成長的新興議題持更開放及更具野心的態度，爰提出此文件，盼藉此將數位貿易推向具體行動的階段，盼此文件能於 2016 年 11 月總結資深官員會議（Concluding Senior Officials' Meeting, CSOM）前獲得採認。（2）中國大陸表示，本案應先待「數位貿易」議題能否在年底總結資深官員會議（CSOM）中獲正式通過成為下世代貿易暨投資議題。如獲通過，方得憑續討論數位貿易的下階段工作。（3）俄羅斯認為仍應持續深度探討「數位貿易」之定義，相關領域的工作不能只考量自由化，必須同時考慮會員體國內數位基礎建設發展之差距。探討數位貿易雖然重要，但要採循序漸近方式，需要更多時間進行國內諮商，樂意於休會期間就此與會員體保持密切合作。（4）澳大利亞、紐西蘭、日本、菲律賓及韓國支持美國所提有關推動數位貿易之下階段工作提案。（5）另加拿大、馬來西亞及我國表示支持將數位貿易列為下世代貿易及投資議題。（6）美方並於會議期間數次建請我方連署支持旨揭提案。

16 APEC Third Senior Officials' Meeting, Next Steps for Advancing Work on Digital Trade in 2017, 2016/SOM3/020, 27-28 August 2016.

美國於 2016 年 11 月 2 日依據會員體意見更新「2017 年下階段推動數位貿易工作（Next Steps for advancing work on Digital Trade in 2017）」提案表示，貿易暨投資委員會（CTI）應持續推動促進數位貿易之具體工作部份：

(1) 在 2017 年繼續與產業和其他利益相關者開展強有力的貿易政策對話，以確定促進數位貿易的適當方式及其對 APEC 會員體之影響；

(2) 依據政策支援小組（PSU）之研究，制定數位貿易工作計畫（Work Program）；

(3) 分享經驗和有效做法以擴大和促進該區域的數位貿易，包括可能對依賴數位貿易的公司案例研究；

(4) 建立有針對性的 APEC 能力建構計劃以促進數位貿易；

(5) 審視政策及能力建構以期利用數位貿易所帶來之利益，作為推動更廣泛以商業為基礎的技術傳播之途徑。

(6) 發展將微中小型企業、婦女、殘疾人和其他人融入數位貿易的機制，以確保其對社會所有成員都具有包容性和有利益；

(7) 增加利害關係人在數位貿易及數位經濟的廣泛性參與，並與電子商務指導小組（ECSG）共同鼓勵已準備好之會員體參與 APEC 跨境隱私保護規則（CBPR），以促進更好的跨境商務之消費者隱私保護。

在經過 APEC 會員體多次討論後，美國提案中刪除有關數位貿易作為下世代貿易議題，以最終達成亞太自由貿易區（Free Trade Area of the Asia-Pacific, FTAAP）之相關文字。刪除有關資料處理業之隱私承認（PRP）體系之文字。刪除數位貿易的新興特徵，包括跨境數據流動。刪除將數位貿易作為下世代貿易及投資議題之文字。

（七）APEC 採認數位貿易的方向

在 2016 至 2017 年工作時程方面，2016 年透過 APEC 領袖承認數位貿易對跨境貿易和經濟成長的重要性；2017 年初確定首次貿易政策對話的主

題和發言人，並制定支持新的和現有的 APEC 數位倡議的能力建構計劃。過公共/私人對話促進數位貿易和創新；確定第二次貿易政策對話的主題和發言人。2017 年透過 APEC 領袖歡迎 CTI 的工作和進展，以促進數位貿易。

最後，APEC 採認的文件，貿易暨投資委員會（CTI）應該展開下列工作：（1）2017 年繼續與企業和其他利益相關者開展強有力的貿易政策對話，以確定促進數位貿易及其對 APEC 經濟影響的適當方式。（2）由政策支援小組（PSU）研究和發展開發數位貿易工作計畫，用以確認數位貿易的特色和盤點 APEC 會員體目前包括國內法規的發展水準；潛在可能影響數位貿易之做法；和可用以支持數位貿易環境之堆積木具體做法。（3）拓展及促進區域內數位貿易的可能最佳範例之分享，包括企業倚賴數位貿易之個案研究。（4）建立促進數位貿易的 APEC 能力建構計劃目標。（5）進行政策和能力建構能帶動數位貿易利益之研究。（6）建立促進微中小企業、婦女和弱勢融入數位貿易之機制。（7）鼓勵會員體廣泛參與數位貿易議題更全面性的方法，並培育電子商務指導小組（ECSG）跨境商業中更大的消費者隱私保護，其中 APEC 會員體可以加強跨境隱私規則（CBPR）體系的合作，並在需要時開展能力建構工作。[17]

另外，根據 APEC 政策支援小組（APEC Policy Support Unit）2016 年 11 月 APEC 數位貿易報告指出，網際網路革命使世界變得更小，允許人們在世界上任何地方與他人進行廉價的溝通；它允許人們接觸更多種類的產品和服務以及資訊。網際網路產生了許多新的業務，但它也造成數位中斷或破壞了長期建立的商業模式（內容所有權者因仰賴網際網路新通路，廣告收入變成由資訊業者掌握再分配給內容所有權者，喪失大量的收入），對政府稅收和經濟穩定產生負面影響。同時，因為網際網路能夠提供市場情報並提高效率，中小企業可利用網際網路低成本的特性，有機會將其產品打進到更廣闊的市場，對經濟穩定產生正面影響。透過網際網路，個人也可以在區域市

17 APEC CTI Chair, Next Steps for Advancing Work on Digital Trade in 2017, 28th APEC Ministerial Meeting, 2016/AMM/008, 17-18 November 2016.

場開發促進經濟交流的平台，來協助中小企業的發展。

實際上，跨境數據傳輸是幾乎所有國際商業模式的組成部分。網際網路的便捷及效率主要也是建立在資訊及數據的自由流通基礎上，但同時也產生了網路隱私、網路安全、網路贏家全拿產生反競爭、在地或跨境網路收入少付稅、網路人才不足等問題。雖然網際網路有許多好處，針對上述多項問題，許多會員體的政策反應就是限制跨境的數據流通。政府控制資訊的另一個可能原因，就是網際網路被視為對政府權力的威脅。

目前數據安全專家斷言，數據託管服務器的地理位置與安全無關，因為犯罪駭客並沒有國家邊界的區別。對防止盜竊和數據駭客而言，重要的是加密技術（encryption technology）。由於考慮成本，在每個國家數據中心所使用的安全和加密技術不會一樣，通常在地數據中心的防護能力相對更加脆弱，且搭配的雲技術也會比較差，不利於吸引金融或製造業等部門的外人投資。所以，數位先進國家主張會員體需要相互信任彼此的隱私制度，以便能夠將其公民的數據轉移到其他司法管轄區。

表 2-3-1　跨境隱私規則系統

利益相關者	任務
責任代理人	• 認可的公共或私營部門實體 • 解決任何爭議
企業	• 申請認證 • 制定並實施符合 APEC 隱私架構的數據隱私政策
消費者	• 從加強隱私保護和協調政府執法獲得好處 • 投訴報告有關跨境隱私規則體系（CBPR）認證企業或認可問責代理人有違反 APEC 隱私架構規定的原則
政府/隱私執行機構	• 根據國內法實施跨境隱私規則體系（CBPR） • 根據 APEC 跨境隱私執法安排（CPEA）開展合作，為創建區域執行隱私法律合作架構

資料來源：APEC 政策支援小組，APEC 數位貿易報告，2016 年 11 月。

APEC 電子商務指導小組（ECSG）推動網際網路隱私問題的解決方案，就是跨境隱私規則系統，見表 2-3-1。跨境隱私規則系統是採取自願參與的制度，旨在促進個人數據的跨境流動，要求參與的會員體和企業制定和實施

數據隱私政策，符合 APEC 隱私架構（2004 年）中指出的九項原則。

2017 年起，越南擔任 APEC 主辦會員體，設定主題為「創造新動能，育成共同未來（Creating New Dynamism, Fostering a Shared Future）」，以改善因應全球變動之適應能力。四項優先領域包含：促進永續、創新及包容性成長（ Fostering Sustainable, Innovative and Inclusive Growth）、深化區域經濟整合（Deepening Regional Economic Integration）、強化微中小企業在數位時代之競爭力及創新（Strengthening MSMEs' Competitiveness and Innovation in the Digital Age）、改善糧食安全及永續農業以因應氣候變遷（Enhancing Food Security and Sustainable Agriculture in Response to Climate Change）。其中，強化微中小企業在數位時代之競爭力及創新之相關努力包括：建立 APEC 之經商便利度倡議；聚焦在新創和女性領導的企業；運用亞太地區大型、快速成長的網際網路使用者基地，驅動數位基礎建設和小型企業的國際化。

二、電子商務指導小組/網路經濟特別指導小組/政策支援小組 2017 年工作重點

以下就（1）電子商務指導小組（ECSG）負責之隱私保護議題、（2）網路經濟特別指導小組（Ad Hoc Steering Group on Internet Economy, AHSGIE）負責之網路經濟議題、（3）政策支援小組（PSU）2017 年 4 月數位貿易研究報告－APEC 推動數位貿易包容性成長關鍵議題，三個部分進行分述，如下：

1、電子商務指導小組隱私保護議題

（1）數據隱私分組（DPS）2017 年工作計畫

2017 年 2 月，APEC 貿易暨投資委員會（CTI）下電子商務指導小組（ECSG）之數據隱私分組（Data Privacy Sub-Group, DPS）提出 2017 年工作計畫（2017/SOM1/ECSG/024）文件。數據隱私分組（DPS）旨在支持 CTI 致力

於 APEC 區域內自由化和推動貿易投資，以減少大阪行動綱領提及之商業障礙，並協助 APEC 會員體實現茂物目標下自由和開放的貿易投資。數據隱私分組（DPS）工作議程依 APEC 主辦會員體制定的主題和優先領域安排，以符合領導人的承諾和履行年度領袖宣言之指示。

2017 年數據隱私分組（DPS）工作計畫行動如下：

A、施行跨境隱私保護規則體系（CBPR）和資料處理業之隱私承認（PRP）制度

a、鼓勵和推動會員體參與跨境隱私規則體系（Cross Border Privacy Rules System, CBPR System)和資料處理業之隱私承認(The Privacy Recognition for Processors, PRP）制度：根據需要為會員體提供援助和指導；根據資金，提交 CBPR 體系長期能力建構計畫。

b、分享會員體間關切之進一步發展和施行機制的相關資訊，以及 CBPR 和 PRP 的成果。

c、推動關於 CBPR 制度與國內立法間相互作用的討論。

d、建立健全的財務、治理、問責和執法機制，以提高 CBPR 和 PRP 制度的透明度和可信度。透過行政和責任研究小組，數據隱私分組（DPS）工作包括：升級 CBPR 網站，制定溝通策略和相關產品，以促進參與 CBPR 和 PRP 系統；改進提報違反 CBPR 制度計畫要求的投訴機制和參與 CBPR 體系的虛假聲明，透過 CBPR 網站運作，並鑑定和申請 APEC 資金支持其營運；鑑定管理 CBPR 系統所需的潛在資源，並製定獲得或籌集資金的提案；探究所有問責機構可能使用的 CBPR 相關標章或認證，提供認證公司。

e、由 CBPR 體系聯合監督工作小組進行協調：繼續監督和評估 CBPR 體系之治理；合理考量參與意願和問責機構申請/換照通知。

APEC 和歐盟互通性

f、自 2015 年 4 月 14 日 APEC 對數據隱私分組（DPS）表達興趣以及 2015 年 5 月 29 日歐盟第 29 條工作組回應，APEC 確定有機會聯合歐盟有關當局開發具體工具，以幫助各組織了解和符合歐盟企業自我約束規則的申請條件以及 APEC CBPR 制度。

g、審視歐盟基於隱私保護責任之一般資料保護規則和 CBPR 制度間互通的最佳途徑。

B、APEC 隱私架構更新

a、隨著 APEC 隱私架構更新，鼓勵和支持國內和國際實施的行動將著重於：數據可攜性研究小組報告；確定和發展與 APEC 隱私架構更新元素相關的能力建構機會，包括：數據洩漏通知、隱私管理施行架構、隱私設計；隱私執法機構之能力建構。

b、繼續向考慮制定或施行國內隱私政策的會員體提供援助，包括能力建構活動。

c、與其他 APEC 部門共同制定對隱私具影響力的政策措施。

數據隱私個別行動計畫（Individual Action Plans, IAPs）

d、依據修訂的數據隱私個別行動計畫（IAP）結構，鼓勵 IAP 更新，以反映更新的 APEC 隱私架構；

f、探討和確定改善 IAP 的選項，包括鼓勵協助其他會員體提交 IAP 的工具。

C、資訊共享

a、確定和開發資訊共享選項，特別是會員體間，包括隱私執法機構間以及利害相關人間，包括考慮基於網路的平台和其他合作工具;

b、繼續監測其他國際論壇的發展情況並就跨境隱私問題和行動分享資訊。

（2）APEC 隱私架構下一步更新目標（Updated APEC Privacy Framework-Next Steps）

美國代表提議，由於現行企業多為跨國運作，未來 APEC 隱私架構應延伸和其他國際隱私規則通用，如歐盟先前所發展的「企業自我約束規則（Binding Corporate Rules, BCR）」以及「一般資料保護規則（General Data Protection Regulation, GDPR）」。未來的工作並非只是與其他隱私規則的細部盤點，也應朝向相互適用方向前進。根據美國數據管理隱私公司 TRUSTe 經驗，有單一的隱私系統規則可讓跨國企業在其他國家進行資料保護時，容易辨識及採用規則；每個跨國企業有其特有的本質及作法，尤其針對責任公告，單一隱私規則有其適用性；單一的隱私保護評鑑標準，可供消費者正確的判斷。目前已有多數非 APEC 國家重視跨境資料隱私，如哥倫比亞、南美洲及非洲國家。跨境隱私規則（CBPR）體系規則在 APEC 區域討論多年，已有相當基礎，未來應積極進行和其他國際跨境資料隱私規則互通工作。其強調美國目前亦著力於加入歐盟資料處理業之隱私承認（PRP）制度。

菲律賓代表提出菲國國內多數為微中小企業，CBPR 體系規則也將增加企業之營業成本，其國內目前沒有發行信用標章組織，跨境資料傳輸保護概念也尚未成熟，因此應注重微中小型企業，宣傳跨境資料隱私保護、個資外洩影響等議題的重要性。

俄羅斯表示其國內有「資料在地化法」，若採用 CBPR 體系規則有可能需要修改國內法規，因此態度保留。

我國於會中表達加入 CBPR 體系之意願，並說明目前推動進展；新加坡表示目前正在籌備加入 CBPR 體系，惟尚無具體加入時程規劃；菲律賓亦表達加入 CBPR 體系之意願。馬來西亞表態其有加入意願，惟無確切時程規劃。

（3）跨境隱私規則整備度調查報告（Outcomes of Survey on Cross-Border Privacy Rules Readiness）

越南在 2017 年 2 月公布「2016-2017 跨境隱私規則整備度調查報告（2017/SOM1/ECSG/025）」，調查的背景係為評估經濟上合法隱私制度與

APEC 隱私架構的兼容性以及加入 CBPR 體系之整備度，使跨境貿易更具安全和效率。

本報告以 APEC 全部 21 個會員體和標章認證商（問責機構）為對象，針對法律、執法機構和使用 APEC 認可之認證標章三方面進行調查。調查結果顯示：A、在數據隱私法現況方面，16 個會員體已制定法律、2 個會員體已訂定草案、3 個會員體尚無隱私法；B、在標章認證商（問責機構）方面，10 個會員體已有標章認證商，其他 11 個會員體尚無；C、在執法機構方面，14 個會員體（澳洲、加拿大、香港、日本、韓國、馬來西亞、墨西哥、紐西蘭、祕魯、菲律賓、俄羅斯、新加坡、美國和越南）設有隱私執法機構，其他 7 個會員體尚無。

目前僅美國[18]、加拿大、墨西哥、日本和韓國 5 個會員體加入 CBPR 體系，因此，其他會員體加入 CBPR 體系的障礙主要為缺乏隱私法、缺乏企業需求以及國家機構問題。至於標章認證商面臨的挑戰則為國內隱私執法機關或電子商務指導小組（ECSG）官方同意，以及需要提高能力和社會意識。

各國對跨境數據流通存有擔心的事項，在推動解決上述事項應該有的優先順序和跨國合作方法也未定調，故許多國家設有管理上的限制，如表 2-3-2。

[18] CBPR 體係由 APEC 在美國聯邦貿易委員會和商務部的協助下開發，作為一個自願的，基於認證的體系。FTC Welcomes a New Privacy System for the Movement of Consumer Data Between the United States and Other Economies in the Asia-Pacific Region, Federal Trade Commission (Nov. 14, 2011), ftc.gov/opa/2011/11/apec.shtm.
https://www.whitecase.com/publications/article/united-states-joins-apec-cross-border-privacy-rules-system.

表 2-3-2　APEC 會員體限制跨境數據流動的規範案例

會員體	限制跨境數據流動的規範案例	限制類型
澳洲	禁止轉移健康記錄到澳洲以外	禁止；部門
加拿大	部分加拿大省級（British Columbia and Nova Scotia）禁止轉移個人數據到境外	有條件；省級
中國大陸	敦促銀行金融機構保護個人資訊的通知-禁止中國大陸個人財務資訊在海外進行分析、處理或儲存	禁止；部門
	線上發布服務管理規則要求在中國大陸線上發布使用的所有伺服器都須位於會員體內	儲存
	公共和商業資訊系統中的個人資訊保護指南禁止在未經用戶同意或政府許可的情況下在海外傳輸數據。	有條件
	信用資訊行業和信用公司（Credit reference agencies）的行政法規要求所有與中國大陸公民有關的信用資訊在中國大陸進行處理和儲存。它也不允許數據傳輸到中國大陸之外。	禁止；部門
	人口和醫療資訊管理措施禁止轉移健康和醫療資訊到中國大陸境外。	禁止；部門
印尼	要求提供公共服務的服務提供商將其數據中心設在印尼	儲存
南韓	個人資料保護法要求數據輸出者提供有關轉移的資訊	有條件
	空間資訊建立和管理法限制了地圖數據的跨境傳輸	儲存
馬來西亞	個人資料保護法要求有關馬來西亞人的數據儲存在本地伺服務器上，但在某些條件下允許數據傳輸到國外	儲存；有條件
俄羅斯	聯邦法 242-FZ 要求收集的俄羅斯公民所有數據儲存在會員體內	儲存
	部落格法律要求所有擁有超過 3,000 個追隨者的部落格在俄羅斯儲存所有網際網路相關數據長達 6 個月，並允許執法機構訪問他們	儲存
中華民國	個人資料保護法第 21 條授權政府機構限制其管制的行業進行國際轉移	有條件禁止[註]；部門
美國	國防部雲服務要求所有與國防部合作的雲計算服務提供商在會員體內儲存相關數據	儲存；部門
越南	要求各種網際網路服務供應商（ISP）保留其在國內持有的任何資訊的副本，以便於當局檢查	儲存

註：我國官方表示原始資料“禁止”不正確。

資料來源：APEC 政策支援小組，APEC 數位貿易報告，2016 年 11 月。

我國 1995 年就已立法，在電腦處理個人資料保護法規定方面，非公務機關為國際傳遞及利用個人資料，而有左列情形之一者，目的事業主管機關得限制之 (第 24 條)-涉及國家重大利益者；國際條約或協定有特別規定者；接受國對於個人資料之保護未有完善之法令，致有損當事人權益之虞者；以迂迴方法向第三國傳遞及利用個人資料規避本法者。在個人資料保護法規定方面，非公務機關為國際傳輸個人資料，而有下列情形之一者，中央目的事業主管機關得限制之 (第 21 條)-涉及國家重大利益；國際條約或協定有特別

規定;接受國對於個人資料之保護未有完善之法規,致有損當事人權益之虞;以迂迴方法向第三國(地區)傳輸個人資料規避本法。在標章認證方面，台北市消費者電子商務協會（Secure Online Shopping Association, SOSA）成立於 1999 年，是由台灣主要電子商務及網路商業相關之企業與學界專家共同成立的一個「自律性信賴機制專業協會」，核發優良電子商店及早期由經濟部商業司所發起的資訊透明化商店兩種網路購物安全自律標章。考慮到我國主要貿易夥伴多半為亞太地區經濟體，為加強與鄰近亞太經濟體的貿易連結，政府已將加入 CBPR 體系列入政策目標，並成立由 15 個部會組成的專案小組，正式加入體系後，這 15 個部會將做為隱私執法機關，並由經濟部擔任專案小組的協調單位。

2、網路經濟特別指導小組網路經濟議題[19]

基於網路經濟在 APEC 創新發展及經濟參與賦權所扮演的重要角色，2014 年 APEC 經濟領袖會議採認「APEC 促進網路經濟合作倡議（APEC Initiative of Cooperation to Promote Internet Economy）」，並在 2015 年第二次資深官員會議（Senior Officials' Meeting, SOM2）時採認中國大陸於第一次資深官員會議（Senior Officials' Meeting, SOM1）提出建議，成立網際網路經濟特別指導小組（AHSGIE），旨在促進各會員體在發展網路經濟方面的合作以及技術與政策交流，以縮短 APEC 區域間數位落差。

網際網路經濟特別指導小組（AHSGIE），持續深化與產業界之溝通，以瞭解企業對於政府如何在政策及法規管制上因應數位經濟發展之看法，並與 APEC 秘書處針對網路及數位經濟進行討論，合作發展出網路經濟指導原則草案（DraftAPECInternet Economy Principles）。網際網路經濟特別指導小組（AHSGIE）於 2016 年 12 月將網路經濟指導原則草案，送請各會員體表示意見，請見附件一。

---

[19]張惠娟等，出席 2017 年亞太經濟合作（APEC）經濟委員會第一次會議（EC1）、網際網路經濟特別指導小組第三次會議（AHSGIE3）暨相關會議出國報告，2017 年 3 月 20 日；張峯源，出席「2017 年 APEC 第 1 次貿易暨投資委員會（CTI1）之次級論壇－電子商務指導小組會議（ECSG）」及「APEC 網際網路經濟特別指導小組（AHSGIE）第 3 次會議」出國報告，2017 年 3 月 8 日。

網路經濟特別指導小組於 2017 年 2 月會議進行討論，重點包含：A、有關文件名稱是否使用「指導原則」，美國、中國大陸、日本、馬來西亞、菲律賓、澳洲等多數會員體建議使用「優先領域（priority areas）」；祕魯、美國、日本、新加坡則建議使用「主要關鍵領域（key focus areas）」；紐西蘭與我國認為兩種用詞均可接受。B、原則發展建議參考 OECD、WIPO、G20 等國際組織。C、原則應成為行動計畫或路徑圖之基礎，促進會員體法規制度之一致性。D、原則應特別強調跨境資料流通議題，且會員體國內法制應受尊重。E、原則雖強調網路安全，但所提達到資料開放、運作平台相容的訴求，似與網路安全衝突。F、我國建議將目前 11 項原則依屬性進行系統性調整，區分為基礎設施、平台、政府相關議題、能力建構等 4 大面向。

網路經濟特別指導小組於 2017 年 5 月會議進行討論，重點包含：A、我國代表表示，a、呼應中國大陸所提應納入「創新」的意見，同時指出網路及數位經濟發展不應只有硬體建設面，軟體面如服務應用與創新商業模式等，均應涵蓋在路徑圖中，才能更全面、完整（comprehensive）擘畫數位經濟之發展；b、路徑圖應加入「競爭政策」，提倡建構公平競爭環境的重要性，獲 EC 主席、網際網路經濟特別指導小組（AHSGIE）主席、俄羅斯等代表支持；c、路徑圖應涵蓋支持微中小企業之參與，以創造經濟成長新動能；d、路徑圖所提之監理機制（regulatory regime）不應只限縮在資料（data）監理，而應擴大涵蓋層面，並採低度管制（light touch）；e、路徑圖應涵蓋提升數位識讀（digital literacy）能力，以縮短數位發展落差；f、針對電子商務指導小組（ECSG）納入路徑圖作為後續討論暨執行的論壇乙節，考量網路經濟跨領域的特性，應拉高層級，各會員體才能進行有效的國內跨部會整合協調；此意見並獲主席認同。B、中國大陸會議最後特別提出，希望在路徑圖中訂出 2025 年前之檢視機制及時程表，惟各會員體尚未達成共識。C、美國、網際網路經濟特別指導小組（AHSGIE）主席及南韓表示，鑑於網路科技及其應用之日新月異，建議本路徑圖應為一活文件（a living document），逐年更新，業於會中取得共識並訴諸文字。D、至於路徑圖之採認方式，以及 APEC 網路經濟特別指導小組屆期後，網路經濟相關議題應由類資深官員層級的主席之友（Fridends of

the Chair, FotC），或由 APEC 論壇、工作小組層級如電子商務推動小組、電信暨資訊工作小組等繼續推動，則將交由資深官員會議決定。

（1）APEC 於 2017 年 10 月網路及數位經濟路徑圖最終版本

A、路徑圖之關鍵領域

會議討論決議納入路徑圖之關鍵領域包含：

a、發展數位基礎建設（Development of digital infrastructure）

在整個經濟中使用通訊系統之網際網路和網際網路協議（Internet Protocol, IP）標準和使用其他相關科技產品和服務之國際標準，創造了網際網路和數位經濟之結構基礎。IP 加值網路構成了網際網路和數位經濟的基礎，不僅包括基於網際網路的公司，還包括利用網際網路或 IP 網絡的所有經濟部門，同時考慮到包括 ICT 基礎設施運營商在內的行業意見。鼓勵所有成員經濟體推動有利於促進數位基礎設施發展的有利投資政策和競爭環境，以支持網際網路和數位經濟。

b、促進相容性（Promotion of Interoperability）

APEC 認識到網際網路和數位經濟互相連結操作的重要性，所有經濟和社會發展部門越來越依賴於數位基礎設施。數位技術有可能通過開放的網際網路以及基於網際網路的平台和應用程序的選擇和競爭，為當地個人和企業提供進入更大的規模經濟和範疇之中。這將有助於從世界上任何地方採用全球開發的解決方案，從任何設備到任何其他設備進行交易，並強調需要在非歧視的基礎上，進一步發展當地相關的內容和服務。

c、達成普及的寬頻上網（Achievement of universal broadband access）

在 2000 年，APEC 的目標是在 2005 年之前，區域內以個人和社區為基礎的上網人數增加兩倍。APEC 負責電信暨資訊產業的部長於 2010 年設定了到 2020 年下一代寬頻網路接入的目標。到今天，寬頻網路接入已經成為網際網路和數位經濟發展的根本基石，這意味著無處不在、價格合理、普遍

接入。這也意味著接入的品質和接入本身一樣重要。這意味著確保速度、可用性、品質和可負擔性的基本水準。寬頻網路接入應該能夠通過服務整合經濟和社會，以促進社會和經濟成長。鑑於移動是主要接入到網際網路，必須通過區域和全球協調過程，以最佳和最有效的方式規劃，分配和使用包括頻譜和號碼在內的技術資源。

d、發展網際網路和數位經濟的整體政府政策架構(Development of holistic government policy frameworks for the Internet and Digital Economy）

鑑於網際網路和數位經濟的交叉特性，政府的政策架構應該全面發展，包括傳統上不被看作是“技術”機構的農業、漁業、製造業、競爭、人力等單位。為了抓住網際網路和數位經濟帶來的好處，並最大限度地發揮網際網路和數位經濟的效益，鼓勵 APEC 經濟體推行促進網際網路和數位經濟發展的政策，包括通過與公共和民營利益相關者的協調和參與，讓所有部門都有機會為政策制定做出貢獻。

e、促進影響網際網路和數位經濟的監管方式的一致性和合作（Promoting coherence and cooperation of regulatory approaches affecting the Internet and Digital Economy）

大企業和中小企業面臨的一個核心問題是如何解決法律和程序上的不確定性問題，並確保遵守一般和特定部門的眾多法律法規，以及業務守則和法律判斷。為加速網際網路和數位經濟的發展，各成員在尊重各國經濟選擇符合國內情況和國際法律義務的政策的同時，應促進相互理解，加強在包括國際和技術標準在內的監管方面的合作。

f、促進創新和加值技術及服務的應用（Promoting innovation and adoption of enabling technologies and services）

包括第四次工業革命在內的數位基礎設施的發展，為監管機構和企業帶來了新的機遇，給傳統的 APEC 監管和業務合作方式帶來了新的挑戰。由於形勢的變化，公共部門和民營部門應分享業務轉型的最佳實踐做法，特別關注網際網路和數位經濟的貿易和服務。數位技術、服務和平台可以為政府提

供靈活和有效的解決方案，以增強未來的發展。應鼓勵採取有效措施，促進研究和開發以及對創新數位技術的投資。經濟應該利用數位技術和網際網路促進產品、服務、流程、組織和商業模式的創新。經濟也需要通過實施促進網際網路和數位經濟創新的政策架構來改善商業環境。

g、促進使用資訊通訊技術之信任與安全（Enhancing trust and security in the use of ICTs）

雖然連接性是數位服務成功的關鍵，但隱私和安全性也是建立網際網路和數位經濟信任和信心的中心考慮因素。隨著數位服務數量的成長，以及個人用戶和提供商所面臨的風險水準的提高，APEC 經濟體認識到需要一個使用 ICT 的可接入、開放、相容性、可靠和安全的環境，作為經濟成長和繁榮的基礎。為了實現此目標，公私部門以及包括學術界在內的其他利益相關者應該共同努力，在利用資訊通信技術的信任和安全性的同時，充分利用現代數位系統的優勢。

h、促進網際網路和數位經濟發展的資訊和數據的自由流通，同時尊重適用的國內法律和法規（Facilitating the free flow of information and data for the development of the Internet and Digital Economy, while respecting applicable domestic laws and regulations）

在今天的資訊驅動型經濟中，隱私和個人數據保護架構至關重要，因為它們對於加強對數位經濟的信心和信任，同時保持網際網路的全球性質至關重要。技術的變化以及資訊和數據的流動已經影響了企業如何運作，並在全球範圍內提供具有成本效益的服務。創建可互相連結相容的系統可能有助於創新和企業家成長。認識到提高消費者信心以促進網際網路和數位經濟的發展，需要合作以便在尊重適用國內法律和法規的同時，實現資訊和數據的自由流通，APEC 經濟體將合作推廣一種監管方式，為消費者提供適當的合法保護下使資訊和數據能夠流通。

i、改進網際網路和數位經濟的測量基準（Improvement of baseline Internet and Digital Economy measurements）

APEC 成員經濟體快速發展，對網際網路和數位經濟的發展進行衡量和監測是一個挑戰。APEC 成員經濟體迅速需要與公私部門以及包括學術界在內的其他利益攸關方共同確定一個更好的證據基礎，以便更好地提高公眾意識，並作出更充分的知情決定。鼓勵 APEC 經濟體參照相關國際機構和利益相關方正在進行的工作，提高網際網路和數位經濟的基準衡量標準，以改善網際網路和數位經濟的測量。在經濟層面，這些行動可以採取有效的規劃，優先考慮和分配資源，包括技術資源；協調區域層面的架構，並衡量地區的數位落差。

j、提升網際網路和數位經濟的包容性（Enhancing inclusiveness of Internet and Digital Economy）

考慮到資訊通信技術實現可持續發展目標（SDG）的潛力，網際網路和數位經濟可以而且應該有助於改善包容性，包括通過 APEC 地區的能力建設，確保沒有人因社會和地理觀點而落在後面。在這方面，APEC 經濟體除推廣普及寬頻接入外，還應推行政策措施和技術手段，以縮小經濟、地區和群體之間和內部的數位落差。APEC 經濟體應該採取措施縮小數位性別差距，並確保數位戰略納入性別觀點，解決婦女的需求、情況、能力和偏好；應該加強努力在發展意識和數位掃盲方案，能力建設和促進數位技能以建立數位時代的勞動力能力；政策應該推廣支持微中小型企業和個體創業者的全球化，利用資訊通信技術提高生產力，培育創新能力，提高競爭力，應對進入新市場的挑戰。APEC 也認識到在網際網路和數位經濟中使用和推廣使用多種語言的重要性，鼓勵成員國更好地包容弱勢群體，利用網際網路和數位經濟提高他們的生活水平，並通過有效利用資訊通信技術釋放他們的潛力，這最終將有助於 APEC 地區的包容性人力資源發展。

k、便捷化電子商務和推進數位貿易合作（Facilitation of E-commerce and Advancing Cooperation on Digital Trade）

APEC 認識到成員經濟體對電子商務和數位貿易的不同做法。電子商務已經改變了很多行業和業務的方式，導致了快速的成長。APEC 經濟體制定

和推動旨在鼓勵有效發展電子商務的措施和政策，包括通過可預測、透明和一致的政策和監管環境。要加大力道促進電子商務的發展，提高微中小型企業的效率、改善連結性和轉型。APEC 將繼續推動電子商務，包括通過無紙化通關、電子交易文件、數位認證、電子和網上支付等電子手段。數位貿易是全球貿易成長最快的部分之一，隨著商品和服務日益數位化交易，數位貿易有可能為亞太地區的成長和貿易提供大量的刺激。在數位貿易方面，鼓勵各國繼續交流意見，開展能力建設，舉辦公民營對話，開展案例研究，確定擴大和促進該地區數位貿易的做法，確保所有成員經濟體參與在數位貿易中，並納入考慮具體的經濟情況。APEC 鼓勵經濟體採取主動行動，在數位貿易和相關問題領域探索潛在經濟成長的新領域，包括確定基石和建立有利的數位生態系統。

B、路徑圖執行

資深官員將全面負責監督和評估 APEC 網際網路和數位經濟路線圖的進展情況，包括通過相關論壇和分論壇實施上述重點領域。資深官員將定期向部長報告進展情況，並根據網際網路和數位經濟的演變性質尋求進一步的指導。

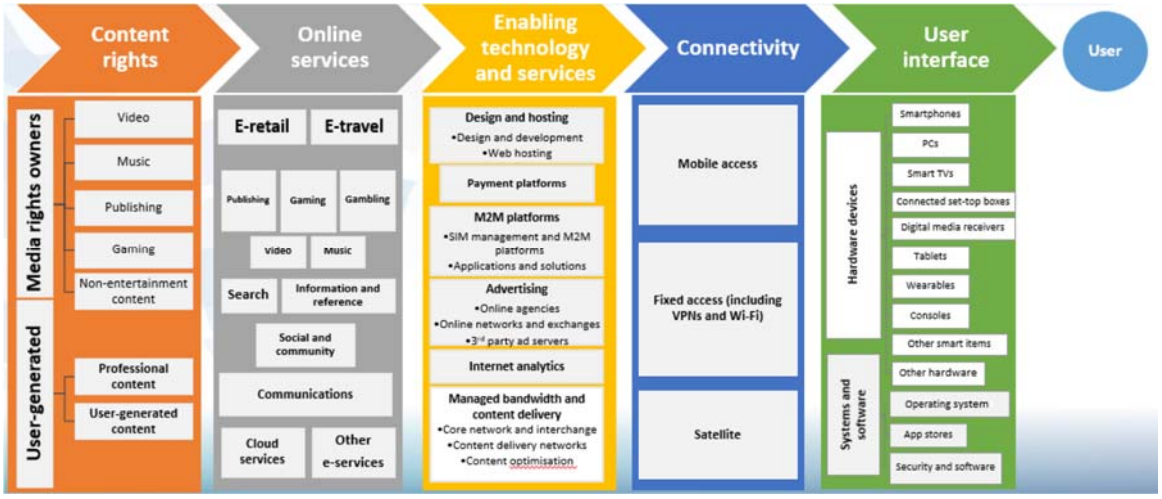
（2）跨境電子商務便捷化架構（APEC Cross-border E-commerce Facilitation Framework）

越南在 2017 年 5 月提出「跨境電子商務便捷化架構（APEC Cross-border E-commerce Facilitation Framework）」，五大支柱包括：整合 APEC 成員體電子商務法律架構；加強能力建構，使 APEC 會員體能夠支持微中小型企業參與區域和世界各地的跨境電子商務市場；透過 APEC 目前計畫施行，促進對個人數據之跨境保護；推動區域無紙化貿易；處理跨境電子商務中新出現的問題。

3、政策支援小組數位貿易研究報告：APEC 推動數位貿易包容性成長關鍵議題

（1）網際網路價值鏈

政策支援小組使用網際網路價值鏈方法理解數位經濟的架構，見圖 2-2。網際網路價值鏈包含：內容權利（Content Rights）、線上服務（Online Services）、加值技術服務（Enabling Technology/Services）、連通性（Connectivity）、使用者介面（User Interface）。其中，線上服務包含：電子商務（如 Amazon、eBay、Alibaba、Groupon、Meituan、Carousell 、Expedia、Agoda、Kayak、Uber、Didi、Grab、Airbnb）、娛樂（出版、遊戲、博弈、影音）、搜尋引擎（如 Yahoo、Google、Safari）、資料庫服務（如 Google Maps、Wikipedia）、社群服務（如 Facebook、Google+、LinkedIn、Blogger、WordPress、Tumblr、Twitter）、通訊服務、雲端服務、其他服務。加值技術服務包含：支援技術（網站設計、管理、開發、內容傳送、M2M 機器與機器間的資料交換）、廣告、支付平台（如 Paypal、Alipay）。[20]



資料來源: AT Kearney

圖 2-2　網際網路價值鏈

[20] AT Kearney （2010）. “Internet value chain economics”, The Economics of the Internet, Vodafone Policy Paper Series. Chicago. Available at https://www.atkearney.com/documents/10192/a70da6a8-aa98-4e43-999b-3a83a58d1c80; GSMA/AT Kearney （2016）. The Internet Value Chain. A Study on the Economics of the Internet. Chicago, US: GSMA/AT Kearney. Available at http://www.gsma.com/publicpolicy/wp-content/uploads/2016/05/GSMA_The-internet-Value-Chain_WEB.pdf.

網路技術及其使用方式快速發展，難以建立數位貿易標準定義。不同的組織或政府利用「電子商務」，「網路經濟」或「資訊經濟」等術語定義不同部分。網際網路價值鏈認為數位貿易不等於電子商務，因為根據上圖分類，電子商務其中一環。此外，數位產品可能因為尺寸大小，無法使用公開網路，例如大多數 3D 列印設計可能不會使用公共網路，而是使用專用網路或其他外部硬碟以獲得更好的智慧財產權保障。因此數位市場比網際網路市場更大，其包括在交易過程中可能不會使用網路的數位產品。

聯合國貿易暨發展會議（UNCTAD）將電子商務定義為「透過電腦網路進行購買和銷售，使用多種格式和裝置，包括網路和電子數據交換（EDI），使用個人化電腦、筆記型電腦、平板電腦和各種手機。」電子商務可能涉及可以數位交付的實體商品以及無形（數位）產品和服務。[21]

至於貿易協定中提到的電子商務用語，也依不同締約國有不同定義。但同理，數位貿易或數位產品貿易的定義和範圍，將是基於經濟體驗和技術演變所得之談判結果。目前業界對於數位貿易尚無普遍接受的定義。[22]

（2）科技產品在貨品和服務之間的定義以及其貿易原則

隨著科技越來越進步，過去的手錶僅有時間的功能，現代則有連上網際網路的能力。冷氣機更能夠偵測濕度，並且隨著房間內的人數改變以調整室內溫度。現代的汽車不僅僅是搭乘的工具，更具有數位傳輸的能力。書本再也不是卷軸的形式，現在能夠以數位的方式呈現。因此，貨品和服務產品之間的定義將越來越困難與模糊。

以智慧型產品為例，健身追蹤器能夠將個人的健康資訊傳輸到境外的伺服器。然而，有些國家禁止將個人身分識別的健康資訊傳送到國外。此種情

[21] United Nations Conference on Trade and Development（UNCTAD）（2015）. Information Economy Report 2015 – Unlocking the Potential of E-commerce for Developing Countries. New York and Geneva: United Nations. Available at http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ier2015_en.pdf

[22] APEC Policy Support Unit（2017）, Facilitating Digital Trade for Inclusive Growth Key Issues in Promoting Digital Trade in APEC, ISSUES PAPER No. 12. Available at http://publications.apec.org/publication-detail.php?pub_id=1839.

況說明了數據流動的監管可能會成為一種非關稅性壁壘。不論是 GATT 和 GATS 都適用於解決貿易爭端。WTO 的服務貿易原則是正面表列，但所羅列的各個部門在有些情況之下並無法相互加強，反而是提供了更多不同的解釋。在以下案例中，進口國對於電腦和相關服務部門有較寬鬆的承諾，但是對於健康服務則有較嚴格的承諾。在此情況之下，數據流的限制是否會因為對於電腦服務部門的承諾較為寬鬆而失去法律上的效力。未來，WTO 在數位產品、智慧型穿戴裝置、社群網站和物聯網等做出更多法律上的解釋。必須在貨品和服務之間有更明確的定義與劃分。

會員體 A 生產健身追蹤器。會員體 B 想要將類似的健身追蹤器出口至會員體 A，但是會員體 B 所生產的產品會將健康相關數據資料發送至會員體 B 的伺服器以進行儲存、處理和分析。

然而，會員體 A 禁止境外的個人身分識別的健康資訊。此外，會員體 A 在電腦和相關服務，包含：數位處理、資訊和數位檢索服務做出較為寬鬆的承諾，然而在衛生服務方面沒有做出自由化承諾。因此，會員體 A 是否能夠使用該國的數據流動規範去禁止來自境外健身追蹤器所發送的健康資訊。關於 WTO 的架構下，會員體 B 對會員體 A 帶來甚麼樣的法律挑戰？

當商品和服務同時產生出的交雜問題，使用 GATT 和 GATS 解決爭端時，在此的健身追蹤器應該要適用於貨品貿易或服務貿易，還是兩者？案例中的會員體 A 會傾向於使用 GATS 並將問題集中在服務議題上，因為在經濟的服務部門承諾上，GATS 有較多的施展空間。然而，會員體 B 則會傾向於援引 GATT 以解決爭端，因為它有更嚴格的紀律和一致的判例法案能夠實現更大的自由化影響。是否適用國民待遇取決於會員體在 GATS 中的承諾。

WTO 電子商務議題討論進展緩慢的原因，在於會員對於數位產品上的分類。多數的 WTO 會員同意透過數位傳送的服務應該由 GATS 所管理；但是，傳統是由實體載具媒介到現在是由數位化的方式進行貿易的產品呢？GATT 是否繼續適用這些電子傳輸產品？還是應該由一套不同的貿易規則來管理？不論是 GATT 所使用的進出口貨品分類（Harmonized System, HS）

或是 GTAS 所使用的服務部門分類表（W/120）都不能為數位產品分類（Wunsch-Vincent and McIntosh 2005）。例如，電影可以根據 GATT 的 HS 分類透過媒體或實體載具上傳送，但非電影本身的內容。另一方面，根據 GATS 電影在服務部門分類表可分類為電影和影像的製作和發行服務（CPC 9611）或電影放映服務（9612），但是與進出口貨品分類相同，它無法解決電影的實際內容。由於 GATT 和 GATS 給予的貿易自由化的程度並不相同，因此這個問題逐漸變得重要。與 GATT 不同，GATS 僅在其正面表列範圍內保障外國人的市場進入和國民待遇。此外，根據 GATS，會員可以文化保護對於非國內文化產品的播放時間加以限制。

表 2-3-3　線上與線下交易課稅比較表

交易含數位產品	線下	線上	
分類	貨品	貨品	服務
是否具有徵稅的能力	是	是，但有技術性上的困能	有可能性，WTO 會員一般並無針對服務課稅，必須視是否有國民待遇，但是技術性上有困難
關稅豁免暫時延期的影響	不適用	有可能性，需視如何解釋電子傳輸	有可能性，需視如何解釋電子傳輸
1995 年海關估價決定的影響	會員可以根據載具媒介或內容進行課稅。多數會員根據載具媒介，如：光碟片	為保持一致性，會員在線上交易的選擇需與離線交易的選擇相同	會員有更多彈性根據內容來課稅
資訊科技協定（ITA）	ITA 簽署國在實體的載具媒介基礎上零關稅	ITA 簽署國零關稅	會員有更多彈性根據內容來課稅

資料來源：Wunsch-Vincent and McIntosh （2005）

考量關稅在線上和線下交易時，問題將會更加明顯。從下表可知，針對貨品在線下交易時進行課稅仍具可行性，然而在 1995 年的海關估價決定（Decision on Customs Valuation）之後，會員可針對實體的載具媒介（如：光碟片）或是虛擬的媒體內容進行課稅，但多數會員選擇前者。資訊科技協定（ITA）的簽署國對於實體的載具媒介的關稅則是零。若是討論道數位產品是以電子的形式傳輸將會更加困難，若是定義成貨品，原則上是可以進行

課稅，但是會有技術性上的困難；若是定義成一項服務，原則上會員並不會針對服務進行課稅。因此，將數位產品定位為服務產品則有比較多的空間進行監管。

（3）多邊和優惠貿易規則以及數位貿易

早在 1998 年，WTO 建立了專門的電子商務工作計畫處理多邊貿易規則之限制。雖然沒有達到太多成果，但 WTO 上訴機構在案例中釐清了部分法律適用問題。同時，部分優惠貿易協定，特別是在美國主導之下已領先 WTO，討論了數位產品關稅、問題和定義以及智慧財產保護等。下表概述 WTO 和優惠貿易協定對於相關議題之立場以及見解。

表 2-3-4　WTO 和優惠貿易協定對於數位貿易相關議題之立場以及見解

WTO 工作計畫提出議題	WTO 工作計畫見解	WTO 爭端解決案例見解	WTO 立場	優惠貿易協定
明確和永久延續不對電子傳輸及其內容課徵關稅之適用	無具拘束力之決定	無爭端案例	尚無定論	部分 FTA 中提到相關實踐
一般 GATS 義務於電子傳輸服務之適用（如最惠國待遇和透明度）	無具拘束力之決定	無爭端案例	尚無定論	生效
特定承諾於電子傳輸服務之適用	無具拘束力之決定	在 US-Gambling 案中肯定其適用	已處理	生效
透過電子方式之貿易服務歸類為模式 1 或模式 2	無具拘束力之決定	可能歸類為模式 1	尚無定論？	負面表列承諾無此問題
新服務之分類和承諾	無具拘束力之決定	無爭端案例	尚無定論	若未列出市場開放相關限制，無此問題
數位產品分類	無具拘束力之決定	無爭端案例	尚無定論	美式風格之電子商務章提供數位產品非歧視貿易待遇，但視服務承諾而定
同類性（likeness）定義在最惠國待遇義務和國民待遇承諾之適用	無具拘束力之決定	沒有判決	尚無定論	尚無定論，但負面表列承諾上下文不太有必要
GATS 第 6 條國內規章於數位貿易之適用	適用，但僅為原則部分	適用於電子交易	處理理論部分	後期 FTA 對於數據流通、在地化和資料隱私等設有特定規範
TRIP 理事會：審查著作權和相關權利之保護和執行、商標之保護和執行、新技術和近用技術	僅於討論階段	無爭端案例	尚無定論	超越 TRIPS 規範提供線上內容保護

在數位產品定義和非歧視待遇方面，當 WTO 還在爭論數位產品歸類為貨品或服務之際，部分 FTA 先提供了定義，並限制數位產品關稅和受歧視，如電腦節目、內容、錄影、圖片、錄音產品均納入。為限制數位產品受歧視，許多 FTA 採行技術中立原則，也就是無論線上或線下遞送，均為同一產品。此外，美國主導的許多 FTA 係採負面表列承諾，讓透過電子方式之貿易服務是否該歸類為模式 1 或模式 2 的問題變得多餘，也讓服務分類問題變小，會員們可在不符合措施清單中排除某些業別。

在電子提供服務之貿易規則適用性方面，大部分 FTA 肯認透過電子方式遞送服務，須視投資、服務貿易和金融章相關規範而定，包含義務、例外和不符合措施。WTO 中有兩個重要爭端解決案例有助於釐清 GATS 於電子傳輸服務之適用，在 2005 年 US-Gambling 案中，上訴機構認定跨境提供線上博弈服務係落在 GATS 範疇內；2010 年 China-Audiovisuals 案中，上訴機構認定中國大陸在錄音產品配銷服務之承諾包含透過電子方法配銷之錄音產品，確認遞送服務中存在技術中立性。小組和上訴機構在此二案中確認模式 1 適用於電子服務傳輸，但並未檢視模式 1 和模式 2 的差異細節。

在不對數位產品課徵關稅方面，WTO 會員目前維持其政治承諾，不對電子傳輸課徵關稅。然此承諾僅為暫時且無法透過爭端解決依法執行。其有效力僅係因為電子交易如何具體課稅並不明確，此外，不課徵關稅之適用是否及於電子傳輸內容也不確定。反之，部分 FTA 提供明確和永久延續不對數位產品之電子傳輸課徵關稅。

在跨境數據流通方面，大量的跨境資訊流通驅動著數位經濟。數據分享有助業者進入全球市場，與消費者互動，與全球提供者和分支機構聯繫，增加效率和生產力。然而，某些會員體基於各種理由，包含隱私保護或安全，規範限制資訊流通。GATS 對於數據流通的規範並不明確，但近期越來越多 FTA 開始處理此議題。

在金融服務方面，電子支付涉及電子商務交易，推動數位經濟。在大部分 FTA 中，金融服務設有專章規範其義務，有關資料流通，部分 FTA 認為

包含電子形式之資料移轉，近期的 FTA 對於金融機構的定義已擴及至所有可進行跨境資料移轉之金融服務提供者。然而，允許數據傳輸的法律義務並未排除資訊必須留存在本地數據中心的要求，這與強制性的數據本土化（data localization）具有相同效果。

在電子支付系統方面，網際網路、穿戴裝置與雲端技術徹底改變了金融產業。過去 ATM 和信用卡支付工具是金融服務業的兩大創新。然而，近年來的電子現金支付，例如：比特幣（bitcoin），以及電子錢包，例如：PayPal、支付寶、Apple Pay、Google Wallet 等產品服務可以透過社群網路和穿戴裝置來進行使用。其他如區塊鍊（blockcahin）等最新技術由於具有能夠降低交易成本、提高安全性和透明度，預期將為金融產業帶來新的革命性發展。新的交易方式也帶來了監管上的困難與挑戰。首先，金融服務的監管條例在各會員體與國家間並不相同，特別是新的支付系統與科技。而不同的監管制度可能會阻礙了全球金融創新的採用。第二，監管機關必須在競爭和金融創新的推動之下，同時能夠減少詐騙、洗錢以及非法洩漏金融個資等情形的發少。金融監管單位正在試圖了解廣泛採取新金融科技與技術的後續影響。例如：英國金融行為監管局於 2014 年推出了一個名為「項目革新」（Project Innovate）的計畫，針對新金融技術如區塊鍊等提供政策上的參考與建議。歐盟執行委員會（European Commission）於 2015 年通過了支付服務指令的修正草案（Directive on Payment Services, DPS2），並且聚焦於電子和第三方支付。因此，國際監管合作比以往任何時候都更加重要，以此才可應對金融犯罪和資訊洩漏等系統性風險等相關問題。

在智慧財產權保護方面，世界貿易組織與貿易相關之智慧財產權協定（TRIPS）在技術上是中立的，並且基本原則於網路空間中仍屬有效。然而，針對數位貿易的目的，TRIPS 並不解決某些數位相關智慧財產權之議題，例如：網際網路服務供應商（Internet Service Providers, ISPs）在版權侵權與網域名稱之法律責任與問題。世界智慧財產權組織（WIPO）已經正在交涉著作權條約（WIPO Copyright Treaty）以及有關於線上發行的版權內容之表演與錄音物條約（WIPO Performances and Phonograms Treaty）。許多 WTO 會

員已經參與討論或已為 WIPO 會員。

在網際網路服務提供者的有限責任方面，網際網路服務提供者促使資訊的傳播並為數位經濟帶來貢獻，在傳統上被定義成網路基礎設施的提供者或僅只是網路服務業者。但隨者新的線上服務的不斷演化，諸如亞馬遜（Amazon）、阿里巴巴、臉書（Facebook）、YouTube 等業者因為提供用戶圖片、影音和文件的上傳，已可達到網際網路服務提供者的定義。由美國與歐盟所領導的自由貿易協定，力求對於網際網路服務提供者在法律上承擔起責任。其中多數有所謂的「通知」與「刪除」的機制以保護版權之擁有者。

在網際網路網域名稱爭端解決方面，公司的網域名稱可以提供用戶找到該公司在線上的位置。當有人虛設知名公司的名稱時，消費者可能會被誤導並且使得商標價值被稀釋。統一網域名稱爭端解決程序（Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy, UDRP）於 1999 年由網際網路名稱與數字位址分配機構（Internet Corporation on Assigned Names and Numbers, ICANN）決議制定「通用頂級域名」（Generic Top Level Domain, GTLD）以及「國碼頂級網域」（Country Code Top-Level Domains, ccTLD）的法律架構。由美國所領導的自由貿易協定，即根據「國碼頂級網域」促使各簽約協定國針對網域名稱的爭議提供適當的解決方式。

在民事、行政和刑事執行程序方面，為解決線上的智慧財產權的侵權問題，下表列出所有自由貿易協定包含民事、行政和刑事上的規定和措施。具體來說，他們在以下情況下會有刑事上的處罰：（1）刻意侵犯商標與版權；（2）故意規避技術保護措施；（3）為了商業目的刪除或更改權利與管理資訊。但其中，美國與約旦（US-Jordan）以及歐盟與加拿大全面經濟貿易協定（Comprehensive Economic and Trade Agreement, CETA）並無要求在智慧財產權中採取任何刑事處罰。東協中的澳洲與紐西蘭自由貿易協定（ASEAN-Australia-New Zealand Free Trade Area, AANZFTA）僅對於惡意的版權侵犯做出懲罰。

（4）數位經濟中的多重挑戰

要了解數位經濟中的多重挑戰，就必須知道網際網路生態系統的多層次結構。這些層次是基礎設施、邏輯、應用、內容、經濟和社會五個層面，以及影響其他五個層面的治理層。

表 2-3-5　網際網路生態系統多層次結構

網路主權、數據民族主義與網際網路全球性質 **政府治理層** 政府措施帶來符規成本-獲得數據主體同意跨境轉移數據、本地存儲數據的要求、中小企業無法為其業務獲得最先進生產力工具 缺乏促進網路事件共享和報告的架構	**經濟和社會層**	投資限制、不同的稅收政策（利潤轉移）、競爭政策、經商便利度、中介責任辦法不足、智慧財產權/版權政策和架構、跨國界執法、網路保護兒童不足、網路攻擊、網路責任歸屬不明確（如分享經濟、人工智慧）、獲取網路的負擔能力、人口中的數位素養、缺乏對學校/圖書館的投資、缺乏資通訊技術教育投資；去全球化及透過人工智慧或跨國公司的近岸和新興的外包策略，許多國家會出現潛在工作流離失所
	內容層	審查、地緣阻礙、過濾、隱私、數據安全、未經授權和不加選擇的個人數據收集和分析、數據流動限制、缺乏本地相關內容（如本地語言、政府電子服務）
	應用層	系統沒有在其核心設計安全和彈性、封閉平台、供應商缺乏對安全漏洞的責任
	邏輯層	數據流動限制、加密標準的妥協、域名系統漏洞、IPv6（物聯網應用程序中的安全和隱私功能）部署緩慢、對演算法和人工智慧或分類帳技術（如區塊鏈）的目的和結果瞭解不足、遞交原始碼或加密後門要求、網路中立不歧視對待產品的遞送
	基礎設施層	互通性的喪失、協議和平台的開放性不足、對互聯/依賴系統和應用的系統性風險之（多方利益相關者的網際網路治理）分佈傾向承諾不足、對關鍵基礎設施的網路攻擊、本地化要求、碳足跡數據中心

基礎設施層由路由器、交換機、網際網路交換機、傳輸設備（包括光纖電纜）、蜂窩系統、物聯網（IoT）結構和系統以及各種硬件組成。邏輯層包括虛擬資源和技術標準、網際網路協議（IP）地址和域名。應用層包括軟體和應用程序、網際網路語音協議和平台。內容層是最終用戶最可見的內容

層，如文本、網頁內容、書籍、聲音、圖片和影片。經濟社會層面分為影響網際網路的商業和經濟環境，如投資或稅收制度。治理層包括政府和商業實體政策對數位生態系統產生影響，從而影響數位貿易的風險和收益。

網際網路雖然激發了無數創新和效益，但也引起了人們的關注，特別是在於失去隱私，缺乏安全性（個人和公共基礎設施），透過人工智慧或跨國公司的近岸外包和新興上岸策略潛在地排除許多工作。強大和主導的技術企業的出現，尤其是跨國技術公司的利潤轉移更為容易，導致稅收收入的減少，以及鑑定實際價值來源或產生的難度（例如數據採集來自一個管轄區和在另一個地區進行分析）是一些會員體產生不安的額外原因。因此，數位經濟本身的開放和自由，使所有創新和效益加值特點也面臨著巨大的挑戰。新興的社會、技術、商業或政府政策相關發展都可能危及數位經濟的有用性。然而，由於這種保護措施可以增強信心，鼓勵使用和支持數位經濟成長，所以設計合理的公共政策仍然可以為數位經濟用戶提供保護。

數位貿易研究報告的重要結論有下列 11 點，如下：

A. 討論數位技術產生的機會，特別是關於包容性的機會，以及網際網路生態系統各個層面的挑戰和風險-對話可以討論這些技術如何破壞商業模式以及潛在的社會影響。

B. 新興貿易協定中的數據規章和規則－關於理解數據隱私和安全規定的能力建構或政策對話，公司加強數據安全的反應，及新興電子商務和網際網路規則的討論。

C. 網路中立性－APEC 官員能夠理解關於網路中立性的辯論，中立性的優點和劣勢以及對數位產業的短期和長期影響

D. 平台經濟、競爭政策、系統風險－如何最有效地規範行業，使其透過網路平台而產生創新和效率。如何避免這些行業傾向於集中或依賴一些數位服務提供商主導市場而違背競爭政策原則，任何一個出現問題，會員體如何處理系統性風險。

E. 數位商業的財政稅收－會員體需要了解目前正在討論的數位商業，現有製造業國際稅收架構的局限性，也將需要解決利潤轉移的潛在收入損失。

F. 相互法律協助條約－在執法目的上如何獲得跨司法管轄區的數據是另一個大問題。 如何起草新的國際合作公約，這將會如何影響每個會員體的數據隱私制度？

G. 封閉平台、地緣阻礙、標準和互通性－命名和編號系統是如何能夠阻止內容和言論，即使有時可能是基於智慧財產權保護。專有技術標準如何危及互通性，特別是發生在網際網路上。

H. 數位轉型對職位和工作的影響－這個討論與數位經濟中的風險和機遇主題相吻合，需要提出的問題是什麼工作可能被人工智慧或機器人取代，以及會員體甚至現在應該為其公民提供必要的技能或培訓，還有配套的能力建構活動。

I. 微中小型企業數位化應用以提高競爭力和彈性－採用新技術和數位應用的微中小型企業有機會進入未來市場。APEC 應討論如何使微中小型企業裝備確保數位競爭力和彈性的工具，以便在快速變化的數位時代生存。

J. 責任分配－現有的法律架構中的大部分內容並非為數位時代而制定。因此，如果人工智慧或機器人發生故障或自主車輛導致事故或者由於錯誤的算法導致患者被錯誤診斷，那麼它的責任是什麼？

K. 建立更多的數位機會中心－建立 APEC 資助的數位機會中心將是一個有價值的計劃，使眾人更容易理解具包容性目標是能夠產生有形的結果。數位機會中心將是校外青少年或低收入人士可以教網際網路的基礎，學會欣賞它帶來的好處，並有效參與網際網路提供的機會。

第四節　數位貿易障礙分析

一、數位貿易障礙類型：產業意見調查

根據美國貿易代表署(United States Trade Representative, USTR)於 2013 年之調查研究，對於數位經濟中涉及跨境貿易及投資之「數位貿易」發展而言，其較為顯著之貿易障礙可以劃分為在地化要求、市場進入限制、隱私權保護要求、智慧財產權之侵害、法律責任歸責不明確、政府檢查措施以及關務程序等七大類。茲分別簡述其措施內容及可能對數位貿易造成之障類型。

（一）在地化要求（Localization requirement）

美國貿易代表署（USTR）研究指出，各國採取各種「強制在地化」措施迫使外資企業從事當地生產活動之情形日益頻繁，此一類型措施為由對外資企業施加壓力，以迫使其將原本於國外進行之生產活動移至當地進行，希望藉此增加本國投資及生產之政策或法規。具體而言，各國所採行之「強制在地化」措施範圍可以包含以下之類型：

1、當地據點呈現要求

此類義務主要為要求外國服務提供者，必須於本地設立商業據點（如分公司、子公司、辦事處等）。

2、自製率要求

包括要求外國業者必須使用一定比例之本地生產零件來組裝最終成品；開發產品時必須使用一定比例之本地研發技術或是本地服務；或者是對於廣播服務要求必須播放一定比例的本地節目或內容。

3、資料處理本地化要求

例如政府以法令強制要求特定資訊必須儲存於該國境內，如個人資料或金融交易資訊等，限制特定資訊必須在該國境內方可存取、使用，或是要求

業者必須在當地建置數據中心，作為該企業取得經營執照或投資許可之條件，此一類型措施減損了企業經營資源配置的彈性，讓企業無法尋求最適當的數據使用、數據處理以及數據儲存之最佳地點。根據美國貿易代表署（USTR）的調查結果，以數據傳輸發展新型態商業模式的產業受到的影響較為嚴重，如物聯網業者、電子支付等行業。

調查結果顯示大型企業（82%）與中小企業（52%）認為此一類型措施構成貿易障礙，特別是對於數據傳輸相關服務、金融服務、內容服務等產業影響較大。美國業者指出在中國大陸、歐盟等國從事貿易活動的相關業者有較高的比例表明曾經受到在地化措施的影響，是認為實施在地化要求的情況較為嚴重地區。其他國家像是巴西、加拿大亦為廠商認為在地化要求障礙程度較高的國家。對此，美國業者認為在地化措施減損了外國業者的競爭條件，同時，部分業者進一步指出，在地化要求的實施方式，將可能加劇金融法規與支付程序間的衝突。

（二）市場進入限制

在美國貿易代表署（USTR）的調查中顯示，大型企業有較高的比例認為市場進入類型之措施所構成之貿易障礙，對於服務、零售服務以及批發服務等產業的影響較大（。除此之外，相關業者普遍對於中國大陸實施「當地據點呈現」及相關市場進入限制相當嚴重的情況提出關切，包括:限制網路服務提供商的執照、限制持股比例或者是限制加入產業公協會之資格等

（三）隱私權保護要求

美國貿易代表署（USTR）報告指出，許多國家針對隱私權保護所採行的限制性措施或要求，對於企業經營形成了無法預測且額外的成本負擔，特別是這類型措施的實施方式往往與商業實踐相違背，對於企業行為準則、組織可責性以及資訊保護制度產生不利影響。調查結果顯示，隱私權保護要求對於貿易活動的障礙程度在各行業間的嚴重程度不同，其中，數據傳輸相關服務業者認為隱私權保護要求構成較為顯著的貿易障礙，同時，業者亦指出

了隱私權要求對於金融服務與零售服務造成的影響較為明顯。

（四）智慧財產權之侵害

美國貿易代表署（USTR）報告指出，侵害智慧財產權對於產業發展的不利影響是跨部門問題，因此，對於以網路環境為主軸來發展的數位貿易而言尤其嚴重。特別是侵害智慧財產權往往廣泛地以各種形式呈現在商業活動，例如: 書籍影印、誤用企業品牌名稱、未經授權使用影像、網域名稱不當連結等，對於商業環境的發展形成了不利影響。調查結果顯示，業者普遍認為侵害對智慧財產權對於內容服務的發展構成較為嚴重的影響，其中，大型企業普遍（75%）認為此一類型措施構成貿易障礙，相對地，中小企業則是數據傳輸相關服務業者有較高比例認為智慧財產權之侵害構成一項障礙問題。在此一類型措施的嚴重程度上，中國大陸、加拿大、墨西哥是目前業者指出智慧財產權之侵害問題較為嚴重的區域，特別像是對專利技術的保護方式以及保護水準無法滿足商業發展之需求，或者是對於網路侵權行為的執法行動無法發揮效果，都是相關服務業者所關切的主要問題。

（五）法律責任歸責不明確

美國貿易代表署（USTR）報告指出，目前許多國家尚未針對網路責任建立一套明確的法律架構，此一問題將會進一步對於交易行為與發展可行商業模式產生不利影響。調查結果顯示，企業普遍認為法律責任不明確構成一項貿易障礙問題，大型企業對於此一類型貿易障礙有較為明確的認知，相對於此，金融服務以及數據傳輸相關服務的中小企業則有較高比例將法律責任不明確問題列為一項貿易障礙。在此一類型措施的嚴重程度上，中國大陸、歐盟、巴西是目前業者指出智慧財產權之侵害問題較為嚴重的區域，業者表明該等國家在相關法令方面存在不合理或是無效的要求，例如預防機制的步驟不明確或是無效，對於業者的違法行為的處罰規定過重等問題。

（六）政府（內容）檢查措施

美國貿易代表署（USTR）報告指出，部分國家採行相關技術限制網路

內容的傳輸，或是篩選網路資訊，這類型的政府檢查措施嚴重減損外國業者的競爭條件。業者普遍關切中國大陸實施政府檢查措施的問題相當嚴重，檢查措施常常以阻斷 IP 位址、URL 過濾以及阻擋虛擬專用網路的技術來進行限制網路傳輸，相關檢查措施因監管活動的影響範圍過大，或是實施規則不夠明確而嚴重影響商業發展之可行性。調查結果顯示，在數據傳輸相關服務有較高比例的業者認為政府檢查措施構成一項貿易障礙問題，其中，相關業者認為中國大陸與歐盟是此一障礙問題較為嚴重的地區，除此之外，美國受訪業者亦指出了俄羅斯、沙烏地阿拉伯、埃及、土耳其、越南等國實施政府檢查措施較為嚴重。

（七）關務程序

關務程序是企業連接全球市場的首要環節，關務程序將會因其複雜性、程序不透明或是通關程序延宕等問題，對於企業參與國際貿易活動產生阻礙。特別是對於有意發展海外市場的中小企業來說，受到營業額較小或是技術能力等條件限制，複雜或是不透明的通關程序將會嚴重阻礙業者透過網路拓展海外市場。因此，在本項障礙議題的調查中，中小企業普遍反映關務程序對其發展貿易活動夠成一項障礙問題，特別是在批發服務、零售服務以及數據傳輸相關服務，有較高比例的業者認為關務程序構成一項貿易障礙問題。

二、其他數位貿易障礙類型之綜合歸納

對於促進數位貿易發展以及降低貿易障礙之而言，國際間對於數位貿易障礙之討論，按性質可分為「發展障礙」以及「法規制度障礙」二個層面。對於數位貿易「發展障礙」而言，國際間之討論重點主要在於如何藉由基礎建設之普及支持數位貿易之發展、促進中小企業利用電子商務帶來之新商機（亦即包容性成長議題之一部份），以及數位落差之消除。至於「法規制度現障礙」面向上，綜合 APEC 、OECD 及 WTO 及美國等之討論方向，原則上可歸納出強制本地化義務、市場進入限制、數據/資料及個人隱私保護措施、消費者權益維護、智財權侵害、平台業者法律責任不明確、內容審查、

關務行政及數位貿易環境不健全等九個主要障礙。茲以下表歸納其障礙內涵。

表 2-4-1　國際經貿場域對數位貿易之主要討論議題類型及內涵

障礙類型	障礙內涵描述
1.　強制本地化要求	• 需於當地設置據點（代表處/分公司/子公司）及重要人事國籍限制 • 需於當地設置數據中心/資料庫 • 自製率要求 • 對電子商務設備或服務之特有標準
2.　市場進入限制	• 包含關稅（如數位商品及小額包裹免稅待遇） • 服務提供、外人投資、貿易及銷售管道 • 其他歧視性待遇
3.　數據/資料及個人隱私保護措施	• 限制資料/數據之跨境移動 • 各國隱私保護之規則落差
4.　消費者權益維護	• 跨境詐欺等問題之解決 • 個人隱私保護
5.　智財權侵害	涉及數位著作權、數位商標權之侵害
6.　法律責任不明確	數位貿易參與者（特別是平台/中介者）之法律責任不明（例如線上購物平台責任）
7.　內容審查	針對數位內容之事前審查
8.　關務行政	不利於數位貿易之通關程序及其他措施
9.　環境建構不健全	• 網路基礎建設不足 • 網路自由與開放之限制 • 電子簽章效力不確定 • 欠缺無紙化貿易機制 • 網路安全問題

第五節　數位經濟／數位貿易之新規則

為處理前述產業界所反映之數位經濟／數位貿易之障礙，目前國際規範內容最具有典範意義者，仍以 TPP 為代表，固然美國已退出 TPP 簽署方，惟從近期其公告 NAFTA 重新談判之談判議題範疇，也納入數位貿易議題[23]，又美國商務部長 Wilbur Ross 近日也提到 TPP 規則可做為 NAFTA、或美國與其他個別國家簽定經貿協定之基本架構[24]。換言之，TPP 對於國際經貿體系下影響數位經濟之規則，仍為適當參考來源，可作為我國掌握數位貿易新興規則之發展方向。基此，下表歸納 TPP 相關規定及其議題屬性，作為後續分析基礎。

表 2-5-1　TPP 數位貿易新興規範及議題數性

美國所歸納 TPP 涉及數位經濟／數位貿易之規範	所涉 TPP 條款	議題屬性界定
促進網路自由與開放	第 14 章第 10 條	電子商務
禁止對數位產品課徵關稅	第 14 章第 3 條	關稅
適用不歧視原則	第 14 章第 4 條	技術性貿易障礙
增進數據之跨境流通	第 11 章 附件 11-B 第 B 部份 第 14 章第 11 條	金融服務 電子商務
避免當地化要求所構成的貿易障礙	第 14 章第 13 條	技術性貿易障礙 投資 電子商務
禁止強迫技術移轉	第 9 章第 9 條	投資
保護重要程式原始碼	第 14 章第 17 條 第 8 章 附件 8-B 第 A 部份	電子商務
確保技術選擇自由	第 9 章第 9 條	投資

23 Request for Comments on Negotiating Objectives Regarding Modernization of the North American Free Trade Agreement With Canada and Mexico, https://www.federalregister.gov/documents/2017/05/23/2017-10603/request-for-com

24 Ross Says TPP Could Form Starting Point for U.S. on Nafta Talks, https://www.bloomberg.com/news/articles/2017-05-03/ross-says-tpp-could-form-starting-point-for-u-s-on-nafta-talks

美國所歸納 TPP 涉及數位經濟／數位貿易之規範	所涉 TPP 條款	議題屬性界定
	第 13 章第 23 條	
提升創新認證之方式	第 14 章第 6 條	電子商務
執行消費者保護措施	第 14 章第 7 條、第 8 條及第 14 條	電子商務
維護網路競爭	第 13 章第 7 條、第 8 條、第 11 條、第 12 條、第 13 條、第 14 條及第 15 條	電子商務
鼓勵創新加密產品	第 8 章，附件 8-B 第 A 部份	技術性貿易障礙
為電子商務之發展環境建構適當架構	第 9 章第 11 條 第 10 章第 7 條 第 11 章第 10 條	投資 跨境貿易及自然人移動 金融服務
促進網路安全方面的合作	第 14 章第 16 條	電子商務
維護市場導向的規範標準&全球通用性	第 8 章 第 13 章第 23 條	技術性貿易障礙
削減所有產品關稅	第 2 章第 20 條，附件 2-D	關稅
保障投資與跨境服務市場進入機會（包括數位傳輸）	第 9 章 第 10 章	投資 跨境貿易及自然人移動
確保更迅速透明的海關程序	第 5 章第 3 條、第 4 條、第 7 條、第 10 條及第 11 條 第 14 章第 9 條	關務及通關便捷化
促進監管標準透明化＆利害關係人參與監管法規及標準之形成	第 8 章第 7 條 第 13 章第 22 條 第 25 章第 4 條、第 5 條及第 6 條	技術性貿易障礙 透明化與法規調和
確保與政府控制企業之間的公平競爭	第 17 章 第 13 章第 16 條	政府控制事業
促進強而有力且衡平的著作權保障與執行	第 18 章第 H 節第 65 條、第 J 節第 82 條	智慧財產權
促進現代專利權保障	第 18 章第 F 節第 A 小節	智慧財產權
打擊營業秘密竊盜	第 18 章第 18.78 條	智慧財產權
認可符合性評鑑程序	第 8 章	技術性貿易障礙

依據美國貿易代表署（USTR）之歸納，TPP 與促進數位經濟發展相關規範主要有下列 24 項，digital 2 dozen 茲簡述如下：

1、促進網路自由與開放

自由開放的網路環境，有助於創造更多新興且劃時代的網路服務，並改造現今之社交網路、資訊、娛樂、電子商務及其他服務。針對所有基於合法商業目之存取，網路均應保持自由開放。此外，TPP重申，消費者將可於網路上取得其所選擇之內容與應用程式。（第14章第10條）

2、禁止對數位產品課徵關稅

TPP電子商務專章全面禁止締約國對數位產品課徵關稅,以免阻礙音樂、影片、軟體及遊戲之流通，同時保障創作者、藝術家及企業獲得公平待遇。（第14章第3條）

3、適用不歧視原則

不歧視原則為全球商品及服務貿易之核心。TPP為確保該原則亦適用於數位產品，遂於電子商務專章明定，來自TPP締約他國之數位產品，不得於該締約國市場內處於不利競爭之地位。（第14章第4條）

4、增進數據之跨境流通

原則上，企業與消費者須能按其意願傳輸數據；然而，許多國家卻以法規控制數據的自由流通，從而扼殺了美國企業的競爭機會，並使之於市場上處於不利地位。有鑑於此，TPP制定保護數據流通之具體條文，如出口時對消費者數據之保護等合理的防衛措施，以對抗來自他國之歧視與保護主義壁壘。（第11章，附件11-B第B部份）（第14章第11條）

5、避免當地化要求所構成的貿易障礙

任何國家均不得要求仰賴雲端運算及提供線上商品與服務之公司或數位化企業，於其境內建立實質的基礎設施及昂貴的數據中心。然而，許多國

家卻試圖施行該等規定，反令供應商及消費者增加不必要的成本與負擔。因此，TPP訂定了提高網路存取及數據處理效率之具體條文，以對抗該等當地化貿易障礙。（第14章第13條）

6、禁止強迫技術移轉

為確保各國不會以技術移轉作為市場進入之條件，TPP投資專章明令禁止締約國強制要求企業移轉技術、製造過程或其他商業專有資訊予其境內人員。（第9章第10條）

7、保護重要程式原始碼

一般而言，美國創新企業應不需將程式原始碼及專利演算法提交予競爭對手，或是預計將該等原始碼及專利演算法轉交國營企業的監管機構。故TPP電子商務與TBT專章明定，各企業不必透過共享程式原始碼、商業機密，或於其產品或服務內使用當地技術等方式取得市場進入之機會。另一方面，TPP仍保留締約國基於保護健康、安全或其他合法監管目標而取得原始碼之權利。（第14章第17條）（第8章，附件8-B第A部份）

8、確保技術選擇自由

為使創新企業能利用最好且最符合其需求之技術，TPP特別納入技術選擇規定，確保企業得自主選擇技術而不受購買或利用當地技術要求限制。舉例而言，手機企業應可自由選擇Wifi或LTE作為其無線傳輸標準。（第9章第9條）（第13章第23條）

9、提升創新認證之方式

鑑於多樣化的電子簽章及認證方式，可保護使用者及其透過安全線上支付系統等機制所進行之交易，TPP電子商務專章相關規定確保供應商可自行選擇採用其認為最佳之電子簽章及認證方式。（第14章第6條）

10、執行消費者保護措施

原則上，各國應保障消費者基於社會或商業目的，而選擇於網路上進行消費之權利。為使締約國對消費者提供包含隱私在內的各項保護，TPP要求各締約國須於其市場中適用並維持可執行之消費者保護措施，以強化消費者信賴基準。（第14章第7條、第8條及第14條）

11、維護網路競爭

依據TPP電信服務專章之規範，美國供應商可以透過鋪設海底電纜，或擴大數據及語音網路等方式，於海外市場建立網路連結，以獲取更多消費者及企業。（第13章第7條、第8條、第11條、第12條、第13條、第14條及第15條）

12、鼓勵創新加密產品

在數位生態環境下，「加密技術的使用與應用」逐漸成為保護隱私及安全之重要工具，因此，TPP技術性貿易障礙專章之「資訊與通訊科技產品附件」（附件8-B）納入加密技術產品相關規定，一方面確保加密產品可更為符合消費者及貿易對於保護穩定及安全之需求；另一方面，亦允許執法部門依法取得資訊。（第8章，附件8-B第A部份）

13、為電子商務之發展環境建構適當架構

為了避免新型與創新的數位商品與服務受到歧視性待遇，TPP明定，除了經談判協商之特定例外情形外，否則縱使未來市場發生改變或出現創新技術，TPP仍可持續對服務與投資提供保護。（第9章第11條）（第10章第7條）（第11章第10條）

14、促進網路安全方面的合作

根據電子商務專章之合作條款，TPP締約國將共分網路安全威脅之資訊，並彼此協助建構網路安全能力，以防止網路攻擊與惡意軟體之擴散。（第14章第16條）

15、維護市場導向的規範標準&全球通用性

TPP期望建構以國際標準流程為基礎之技術發展環境，並由產業主導技術發展進而採納最優良的技術，促使從事創新活動的企業無須為了進入不同市場而另行設計不同產品。對此，TPP確保各締約國不得恣意要求美國的創新產品採用競爭力較弱勢之國家標準。（第8章）（第13章第23條）

16、削減所有產品關稅

各締約國同意削減 TPP 締約他國進口商品之關稅，特別是在 TPP 締約國間貿易量相當龐大的資訊通訊技術（ICT）產品。此外，TPP 締約國承諾致力於參加 WTO 資訊科技協定（ITA），該協定旨在減免大部分資訊科技產品之進口關稅，即使是未參與資訊科技協定（ITA）協定之國家亦同。（第 2 章第 20 條，附件 2-D）

17、保障投資與跨境服務市場進入機會（包括數位傳輸）

TPP協定針對投資與跨境服務方面設有強而有力的規定。舉例而言，依據TPP之規定，美國的數位服務提供者可明確知悉其得以在締約他國合法提供之服務範圍。前述服務範圍包含技術相關的支援服務，例如雲端運算服務或是其他如諮詢、市場行銷與廣告等服務。（第9章）（第10章）

18、確保更迅速透明的海關程序

鑑於進出口行政程序形成之貿易活動產生的障礙問題，將有可能較關稅壁壘產生更為嚴重，TPP協定對海關程序與貿易便捷化（包括快遞貨運）訂有相當周延的規定，以確保各締約國提供快速、透明且可預期的邊境處理程序。同時，TPP亦透過電子通關系統實現無紙化貿易。（第5章第3條、第4條、第7條、第10條及第11條）（第14章第9條）

19、促進監管標準透明化&利害關係人參與監管法規及標準之形成

一般而言,因資訊通訊技術(ICT)產品之週期甚短且資訊通訊技術(ICT)供應商所面臨之監管環境不斷改變,故各國發展或制訂之新規範及標準均可能對資訊通訊技術（ICT）供應商形成嚴峻挑戰。有鑑於此，TPP 明定各締約國在制訂新監管措施、標準與符合性評鑑程序之時，須符合透明化、保障利害關係人之參與機會、執行協調程序與影響評估等要求。值得注意的是，TPP 亦是美國第一個納入法規調和專章之貿易協定。（第 8 章第 7 條）（第 13 章第 22 條）（第 25 章第 4 條、第 5 條及第 6 條）

20、確保與政府控制企業之間的公平競爭

TPP是第一個明確要求締約國應確保政府控制事業基於價格與品質而與美國出口商相互競爭之貿易協定。原則上，締約國不得基於歧視性的監管措施、補貼或優惠性待遇等因素,讓政府控制事業取得不公平的競爭優勢。(第17章）（第13章第16條）

21、促進強而有力且衡平的著作權保障與執行

整體而言，著作權保障了產品背後的編碼者、設計師與產品管理者等幕後人員的創作自由以及基於其創作成品的對價補償─就像音樂家與作家。而TPP反映出美國法律對著作權的強力保障與執行原則，且TPP締約他國亦承諾透過著作權的例外與限制等方式,在其著作權保障制度中達成適當衡平。TPP亦為了網際網路服務供應商（ISPs）訂定安全港措施規定，此等規定與美國國內法制相仿。（第18章第H節第65條、第J節第82條）

22、促進現代專利權保障

TPP加強了在尖端創新科技方面的專利保護要求，明定專利保護須達到透明、平衡且強而有力的國際水準，並納入了國際法下之適當限制與例外規

定。原則上，該等規定保障了美國太陽能面板到智慧製造業等企業之就業機會與創新解決方案。（第18章第F節第A小節）

23、打擊營業秘密竊盜

整體而言，TPP針對商業間諜－包括由政府控制事業所為之營業秘密竊盜，均訂有特別規定。同時，TPP亦是第一個要求締約國立法處罰營業秘密竊取行為之貿易協定，明令締約國必須針對竊取行為制定刑事程序與刑罰相關規定，且網路型態的營業秘密竊取行為亦應納入處罰；此外，TPP更進一步要求締約國須訂有罪犯揭發人之保護規定。（第18章第18.78條）

24、認可符合性評鑑程序

符合性評鑑程序係驗證含資訊通訊技術（ICT）產品在內之各項商品是否達到相關標準與技術性要求之法規；然而他國繁瑣的符合性評鑑程序卻可能阻礙資訊通訊技術（ICT）產品之出口。有鑑於此，TPP 明定締約國給予另一締約國符合性評鑑機構之待遇，應不低於其給予本國符合性評鑑機構之待遇；如此一來，由合格的符合性評鑑機構所完成之測試與驗證，將會被視為符合該締約國之標準進而接受該份符合性評鑑報告。（第 8 章第 6 條）

第六節　小結

在 WTO 方面，隨著對數位經濟貿易理解之進化，政策倡導者已經使用各種術語來界定，包括電子貿易（e-trade）、電子商務（e-commerce）、數位貿易（digital trade）等。WTO 總理事會在 1998 年建立電子商務工作計畫決議（WT/L/274）中，將電子商務（electronic commerce，簡稱 e-commerce）一詞定義為廣泛涵蓋所有這些概念，亦即「透過電子方式製作、配銷、行銷、販售或交付貨物和服務」。WTO 電子商務議題由總理事會統籌，服務貿易理事會、智慧財產權理事會、貨品貿易理事會以及貿易與發展委員會均協助進行。

自 1998 年設立電子商務工作計畫以後，2001 年到 2009 年間電子商務

談判的議題不多且進展緩慢，直到 2011 年開始提出電子商務在開發中國家或低度開發國家的發展與微中小型企業（Micro, Small and Medium-Sized Enterprises, MSMEs）對電子商務之使用，2013 年討論的議題又增加了關於消費者保護、秘密資料與隱私權等議題。2015 年年底前在電子商務議題並無顯著進展，但開始有會員就促進電子商務的議題討論提出看法，為 2017 年第 11 屆部長會議預作準備。

在 APEC 歷年來探討數位貿易議題方面， 1998 年部長會議通過「電子商務行動藍圖」，2004 年制訂 APEC 隱私保護綱領，2009 年獲得 APEC 部長的支持跨境隱私執行協議。2008 年第 20 屆年度部長會議聯合聲明中，提到智慧財產權及數位經濟。APEC 於 2004 年及 2007 年分別通過「APEC 隱私架構」及「資料隱私保護開路者倡議實驗計畫」，2011 年經濟領袖會議進一步宣示推動執行「跨境隱私保護規則體系」。太平洋經濟合作理事會 2015 年舉辦網際網路經濟研討會聚焦網路經濟議題。美國在 2015 年推出設立促進數位貿易架構的議題，並要求 2016 年就解決數位貿易路障進行討論。但受部分 APEC 會員體反對下，美國於 2016 年 5 月提出數位貿易作為下一世代貿易與投資議題修正文件，2016 年 11 月依據會員體意見更新「2017 年下階段推動數位貿易工作」提案。

APEC 電子商務指導小組、網路經濟特別指導小組、政策支援小組於 2017 年工作重點，電子商務指導小組負責之隱私保護議題，盤點跨境隱私規則整備度，未來積極進行和其他國際跨境資料隱私規則互通工作。網路經濟特別指導小組負責之網路經濟議題，旨在促進各會員體在發展網路經濟方面的合作以及技術與政策交流，以縮短 APEC 區域間數位落差，並於 2017 年 10 月提出網路及數位經濟路徑圖最終版本。政策支援小組研究 APEC 推動數位貿易包容性成長關鍵議題，論及網際網路價值鏈、科技產品在貨品和服務之間的定義以及其貿易原則、多邊和優惠貿易規則以及數位貿易。

對於促進數位貿易發展以及降低貿易障礙之而言，國際間對於數位貿易障礙之討論，按性質可分為「發展障礙」以及「法規制度障礙」二個層面。對於數位貿易「發展障礙」而言，國際間之討論重點主要在於如何藉由基礎

建設之普及支持數位貿易之發展、促進中小企業利用電子商務帶來之新商機（亦即包容性成長議題之一部份），以及數位落差之消除。至於「法規制度現障礙」面向上，綜合 APEC 、OECD 及 WTO 及美國等之討論方向，原則上可歸納出強制本地化義務、市場進入限制、數據/資料及個人隱私保護措施、消費者權益維護、智財權侵害、平台業者法律責任不明確、內容審查、關務行政及數位貿易環境不健全等九個主要障礙。如下所示：

障礙類型	障礙內涵描述
1.強制本地化要求	・需於當地設置據點（代表處/分公司/子公司）及重要人事國籍限制 ・需於當地設置數據中心/資料庫 ・自製率要求 ・對電子商務設備或服務之特有標準
2.市場進入限制	・包含關稅（如數位商品及小額包裹免稅待遇） ・服務提供、外人投資、貿易及銷售管道 ・其他歧視性待遇
3.數據/資料及個人隱私保護措施	・限制資料/數據之跨境移動 ・各國隱私保護之規則落差
4.消費者權益維護	・跨境詐欺等問題之解決 ・個人隱私保護
5.智財權侵害	・涉及數位著作權、數位商標權之侵害
6.法律責任不明確	・數位貿易參與者（特別是平台/中介者）之法律責任不明（例如線上購物平台責任）
7.內容審查	・針對數位內容之事前審查
8.關務行政	・不利於數位貿易之通關程序及其他措施
9.環境建構不健全	・網路基礎建設不足 ・網路自由與開放之限制 ・電子簽章效力不確定 ・欠缺無紙化貿易機制 ・網路安全問題

資料來源：本研究整理

第三章　WTO 探討電子商務議題之各國立場

第一節　支持WTO電子商務工作計畫之各國立場

歐盟堅決支持電子商務工作計畫，2014 年 11 月提供 S/C/W/358 文件強調必須為電子商務創造一種信任和信心的環境，特別是消除消費者保護，處理垃圾信件和認可及促進跨境電子交易的認證和信賴服務（歐盟內部市場電子交易之電子身分識別與信賴服務規章，eIDAS Regulation, No. 910/2014，自 2016 年 7 月 1 日起生效，內容有關電子識別、電子簽章、電子印章和電子文件。歐盟在 2015 年年初推出「EMOTA 跨境電商信賴標章」用來解決跨境電商的信賴問題。2013 歐盟銀行協會共同推出「MyBank」，協調多家支付服務公司（PSP-Payment Service Providers）來共同參與，用來提供跨境與跨銀行間第三方支付工具的身份驗證機制解決方案，消費者無需提供個人資料給跨國電商，而是由 MyBank 來當作獨立第三方支付公司，用來保證買賣的交易安全與個人資料保護。[25]

美國支持電子商務工作計畫，2014 年 11 月提供 JOB/SERV/196 文件，第一部分論及 US-EU 資通訊技術貿易原則，內容側重於跨境資訊流和當地基礎設施，其中任何討論都引發隱私和數據保護相關問題；第二部分討論在於闡明雲計算服務的覆蓋面和介紹這些服務的關鍵發展。[26]

澳洲 1999 年根據聯合國貿易法委員會電子商務示範法設立電子商務法（Australia's Electronic Transactions Act, ETA），自 2001 年 7 月 1 日起，電

[25] 2014 年 11 月 28 日會議報告，S/C/M/120；http://www.abe.org/。
[26] 2014 年 11 月 28 日會議報告，S/C/M/120。

子交易法便適用於所有聯邦法，除非它們被電子交易條例特別豁免。所以，《消費者權益保護法》同時適用於線上交易和線下交易的情況。無論交易是透過電子或者傳統的方式，1974 年頒佈的《聯邦貿易慣例法》和 2001 年頒佈的《澳洲證券投資委員會法》皆適用。1988 年頒佈的《聯邦隱私法》就聯邦政府、大型私企和醫療服務企業在收集和處理私人資訊過程中的交易行為作出了相關規定。《隱私法》是技術中立的，適用於電子記錄以及透過其他媒介記錄的個人資訊。2001 年頒佈的《網路犯罪法》賦予一些調查權力並明確了一些刑事罪行，旨在保護 1995 年頒佈的《刑事法典法令》中電腦資料和電子通訊的安全性，可靠性及完整性。《網路犯罪法》指出未經授權訪問受限制的資料和傳播電腦病毒之類的活動均屬非法行為。澳洲支持電子識別的規定，並納入 FTA 之中。[27]

巴西支持按照有關 WTO 第九屆部長會議決議，以成員為依據執行工作計劃，並表示電子商務工作計畫沒有任何談判任務。[28]

哥倫比亞表示支持電子商務工作計畫，並對所提出的電子商務議題表示興趣。哥倫比亞自 1999 年頒布第 527 號法律，法律納入聯合國貿易法委員會電子商務示範法的相關模式，處理電子簽章問題。雖然電子簽章並非取代官方文件，但它提供了一個機會，使用電子文件和簽名作為在國內進行交易的認證方式。2000 年，電子簽字的使用受到第 1747 號法令的規定，該法令規定了認證機構必須進行的工作。初步架構法在 2012 年進行了修改，修正案 2364 號法令修正了電子簽章的應用，以簡化公共行政部門的使用，並將所有關於電子簽章的程序納入技術中立原則。在使用跨境電子簽字方面面臨的挑戰，主要關注的是認證電子簽章機構的相互承認，哥倫比亞也一直在此

---

27 2014 年 11 月 28 日會議報告，S/C/M/120；
https://wenku.baidu.com/view/e5686cd1b9f3f90f76c61b69.html?re=view。

28 2014 年 11 月 28 日會議報告，S/C/M/120。

方向努力。[29]

挪威表示支持電子商務工作計畫，指出加強對電子交易的信賴和加強跨境電子商務的條件對國際電子商務而言至關重要。這可以透過有效率的架構納入諸如消費者保護、個人數據保護、電子認證和電子簽章等來確保政府和民營部門服務的必要品質和安全。[30]

厄瓜多強調電子商務工作計畫的重要性，歐盟提交的決議有助於推動電子商務的討論，但重要的是要更深入地了解與原始工作計劃任務相關的問題，如與發展相關的問題，目標是提高網際網路連接性，尤其是開發中國家和低度開發國家。關於美國的提案，厄瓜多贊同巴西的聲明。[31]

韓國 1999 年頒布電子識別法和數位簽章法，因而韓國認識到為了促進使用電子文件和交易，建立數位簽章基本法律架構至關重要，這將促進電子交易的安全性、信賴和便利性。[32]

玻利維亞贊同巴西的聲明。[33]

印度指出電子商務工作計畫包括審查所有與電子商務有關的貿易相關問題，但它沒有包括談判任務。[34]

瑞士表示歐盟和美國兩份文件有助於更全面地了解服務貿易理會制定一種尋求共識平台的可能性，目的是在電子商務方面取得進展。[35]

臺灣指出電子識別在電子商務中發揮非常重要的作用，確保電子交易的安全和增強使用的信心。臺灣在 2002 年透過電子簽章法，並將其納入雙邊

---

29 2014 年 11 月 28 日會議報告，S/C/M/120。
30 2014 年 11 月 28 日會議報告，S/C/M/120。
31 2014 年 11 月 28 日會議報告，S/C/M/120。
32 2014 年 11 月 28 日會議報告，S/C/M/120。
33 2014 年 11 月 28 日會議報告，S/C/M/120。
34 2014 年 11 月 28 日會議報告，S/C/M/120。
35 2014 年 11 月 28 日會議報告，S/C/M/120。

自由貿易協定中。[36]

香港強力支持電子商務工作計畫；香港 2000 年透過電子交易條例，使電子記錄和電子簽章與其紙本具相同的法律地位；該條例還建立機構認可體制的自願認證，以組織運作認證機構發行電子交易中使用數位簽名的數位證書和認證。香港已經啟動了香港與中國大陸廣東省簽發的電子簽章證書相互認可計劃。[37]

智利表示電子商務意味著新的規則和現實，重要的是解決這些問題，看其是否屬於 GATS 的範圍，如果是，GATS 如何適用電子商務。[38]

紐西蘭支持電子商務工作計畫下的討論；紐西蘭制定了相關的監管架構，包括 2002 年電子交易法、2013 年電子身份驗證法（the Electronic Identity Verification Act）、部分自由貿易協定中納入電子商務章節。[39]

日本表示歐盟和美國兩份文件對電子商務工作計畫作出了有益的貢獻。

中國大陸表示歐盟提案的跨境數據流動和當地基礎設施建設兩項資訊通訊技術（ICT）原則，不僅涉及市場進入服務供應模式 1 和模式 3 新議題，也涉及金融、視聽和教育等服務行業。[40]因此，這些議題應該在服務市場進入部門談判中進行討論，而不是電子商務工作計畫中討論。

巴基斯坦表示自 2002 年以來，巴基斯坦有電子交易條例、監察制度和 2007 年防止電子犯罪條例相關立法（涉及盜竊和電子偽造、電子欺詐、系統損害等問題）。[41]

---

36 2014 年 11 月 28 日會議報告，S/C/M/120。
37 2014 年 11 月 28 日會議報告，S/C/M/120。
38 2014 年 11 月 28 日會議報告，S/C/M/120。
39 2014 年 11 月 28 日會議報告，S/C/M/120。
40 2014 年 11 月 28 日會議報告，S/C/M/120。
41 2014 年 11 月 28 日會議報告，S/C/M/120。

美國 2014 年 12 月將 JOB/SERV/196 文件更改成 S/C/W/359 文件，依第九屆部長會議電子商務決議，美國希望重振電子商務工作計畫下之工作。文件旨在提高會員了解在網際網路上維持開放的貿易環境以及避免施加可能扼殺其成長與發展的障礙之重要性。因此，美國提案重點是與數據、在地化、隱私和雲端運算等主題相關的貿易相關議題，以及就如何平衡這些利益交換看法和意見。惟此提案並非後峇里工作計畫，但雲端運算會在服務業談判中涉及；提案中並未提及採行新規則，但未來討論可能會探究正當公共政策目的措施是否為最小貿易限制；提案並未要求 WTO 成為隱私論壇，也不想破壞保護隱私權之正當公共政策目的，因事實上 GATS 已經包含與隱私有關的規定且規範隱私相關措施如何施行。美國提到在地化要求對於跨境數據流動的限制影響，要求包含其目的是在保護個人訊息。美國亦強調雲計算降低了啟動資訊科技業務所需資金的數量；可以免除企業家購買昂貴的伺服器、軟體或其他資訊科技基礎設施的需求；對於發展中國家的中小企業來說尤其重要。[42]

厄瓜多認為美國的說明有助了解意見，支持從有助發展的角度重振工作計畫。該國在貿易發展委員會（Committee on Trade and Development, CTD）支持開發中國家有效參與電子商務以作為減輕貧困的手段。隱私和數據保護是厄瓜多的首要關注重點。然而，與許多其他開發中國家相同，在這些議題的國家的監管架構仍然正在開發中，因此這使得厄瓜多不可能考慮美國所提出的就隱私條款或個人訊息的保護相互承認協議。厄瓜多不同意美國有關於在地化要求扼殺了創新、貿易和發展的聲明。電子商務的發展不受隱私和數據保護的措施採取的影響，事實上這些政策反而可以促使電子商務的發展。[43]

中國大陸針對美國所提建議之意見，在跨境數據流動方面，中國大陸體

---

[42] 2015 年 3 月 18 日會議報告，S/C/M/122。
[43] 2015 年 3 月 18 日會議報告，S/C/M/122。

認到國際貿易、投資和全球價值鏈發展的重要性，但也注意到許多國家制定了許多限制性措施來管理這些流動。例如美國針對出口管理條例（Export Administrative Regulations）和美國國際武器貿易條例（US International Traffic in Arms Regulations），其所相關的技術數據輸出，對於跨境數據流動方面有一定的限制。中國大陸指出，近年來美國的監聽計畫遭到曝光之後，關於地方基礎的基礎設施問題逐漸顯現出來。使用當地基礎建設，使得資訊外流到國外供應商時得以更有效地監督，以保護國家訊息安全和個人隱私。中國大陸認為為了瞭解對於地方基礎設施的不同類型需求，迫使本地化政策進行資訊上的共享工作將是有用的，中國大陸亦同意各成員國就如何達到跨境數據流動和隱私保護此兩個項目之間的平衡目標交換看法和意見。[44]

加拿大鑒於國際數據和資訊流動的重要性，加拿大支持關於跨境數據流動和保護個人資料之工作計畫討論，並確保公司和個人能夠以可靠和安全的方式以進行資訊和數據的跨境移動。針對雲端計算所提供的服務範圍問題，加拿大認為並非是重大議題。加拿大在特定承諾委員會（Committee on Specific Commitments, CSC）提出，關於主要產品分類表中（Central Product Classification, CPC）：電腦及相關服務（Computer and Related Services）（CPC 84）的涵蓋範圍足以解釋雲端計算所提供的相關服務，如數據儲存或處理服務（data storage or processing services）。[45]

韓國認同雲端計算對於中小企業發展的重要性，並指出不同國家的國內系統對於雲端計算所處理方式並不相同，這可能是因為為了合理化該國政策目標所產生不同的方式。韓國將雲端計算在其討論議題內，將其視為電腦及其他相關服務和電信服務的範圍，並對現行分類體系統中，任何更能夠幫助其分辨與解釋表示歡迎。此外，隱私保護權的問題也應同時處理。[46]

---

[44] 2015 年 3 月 18 日會議報告，S/C/M/122。
[45] 2015 年 3 月 18 日會議報告，S/C/M/122。
[46] 2015 年 3 月 18 日會議報告，S/C/M/122。

烏拉圭強調討論隱私和保護個人訊息的重要性，同時也應該討論消費者保護的問題。[47]

歐盟對於跨境數據流通和雲端計算的分類表示亦為討論重點。關於數據流通，歐盟認為美國所提的一般原則不應妨礙任何必要的保障措施是重要的，例如個人資料的保護。因此歐盟同意美國所表達的觀點：在避免造成跨境數據流動障礙與保護隱私的合法政策目標之間取得平衡。太嚴格的數據保護規則會導致貿易障礙；太過鬆散的規則則將造成在第三世界國家無法實現保護隱私的目標。因此，歐盟不希望所制定的規則超越一般原則，但也不應在個人資料保護上制定實質性的標準。關於雲端計算，歐盟贊同美國之貢獻，認為雲端計算應被視為電腦及相關服務。歐盟認為，雖然雲端計算在 2002 年未被明確提及，僅在 2007 年或 2008 年後開始頻繁使用，但這並非代表此項服務未被涵蓋在電腦及相關服務（CPC 84）。[48]

智利認為關於在地化要求，關鍵性問題是如何創造出理想的條件，以吸引和主辦管理數據中心至一國之中。數據流動問題方面，智利認為原則上是一個可以接受的想法，強調認識到靈活性是很重要的，應著重在貿易方面之數據流動。而資料隱私問題，智利則認為 WTO 應該要聚焦在貿易方面，而非資料隱私。[49]

巴西重申對於美國在 2014 年 11 月所提案持保留態度。巴西強調該國無法對美國所提任何關於資訊通訊技術原則背書。巴西認為目前美國的提案充滿規範性的語言，希望美國能夠以較為中立與客觀的方式進行政策性的討論，並提出新的工作計畫。巴西對於此議題的討論仍保有彈性空間，願意針對數據跨境流動、在地化要求、安全性與隱私保護等相關政策和法規進行會員之

[47] 2015 年 3 月 18 日會議報告，S/C/M/122。
[48] 2015 年 3 月 18 日會議報告，S/C/M/122。
[49] 2015 年 3 月 18 日會議報告，S/C/M/122。

間的經驗分享。但目前巴西還無法支持美國之提案。[50]

印度對於巴西的意見表示支持。1998 年的電子商務工作計畫的任務是包含資訊及通訊科技在內，但其工作主要是進行探索性討論而非包含談判授權。印度還沒就美國的提案準備進行討論並達成一套共識性原則。印度對於美國文件中缺乏了發展性的元素，特別是考量開發中國家逐漸地參與，這是根據在工作計畫決定方案下的關稅減讓彙總承諾的一部分（Consolidated Tariff Schedules, CTS）。除非美國的提案內容能夠討論到包含開發中國家參與電子商務的利益，否則目前的提案是不公平的，因對多數的開發中國家的電子商務相關法規還正在逐步發展。關於雲端計算的部分，會員在特定承諾委員會（CSC）已討論到，印度再次提醒，任何關於新服務範圍的討論都可能會影響到對現有服務業承諾的解釋。[51]

巴西針對印度在現有服務業承諾的解釋與影響之意見陳述表達認同，特別是關於雲端計算的部分。[52]

澳洲表示美國所提的數項資訊及通訊科技原則是由各締約方所提出，這其中包含澳洲。因此，作為資訊及通訊科技的倡導者，澳洲認為適當的隱私保護是能夠增強消費者和個人使用網路的信心。跨境的數據流動在國際貿易上日益重要，但仍必須能夠與重要的公共政策目標之間相互平衡。網際網路和雲端計算的快速進步意味著會員資訊處理的政策在商業地重要領域上仍正逐步發展，澳洲方在這些相關領域願意與其他會員進行討論與分享。[53]

阿根廷對於美國的提案表示感謝，書面報告的形式對於提案的解釋有些幫助。該國重申電子商務工作計畫不包含談判授權，必須在探索性的授權範圍內進行討論。該國表示對於一些開發中國家，農業發展等議題應為優先的

[50] 2015 年 3 月 18 日會議報告，S/C/M/122。
[51] 2015 年 3 月 18 日會議報告，S/C/M/122。
[52] 2015 年 3 月 18 日會議報告，S/C/M/122。
[53] 2015 年 3 月 18 日會議報告，S/C/M/122。

處理。[54]

臺灣提出「個人資訊保護」和「電子商務發展」的文件，包含「簡要概述」、「隱私保護」與「未來工作」。臺灣近年來電子商務活動發展迅速，2013 年的電子商務達到 255 億美元，其銷售額增長了 16%以上。2015 年預計將超過 300 億美元。臺灣在電子商務逐漸發展的趨勢中著重於隱私保護的項目，該國代表團主要與其他國家分享相關經驗，尤其是私人資訊保護的倡議。由於行動寬頻的重要性日益增加，臺灣的第四代行動寬頻業務執照拍賣已於 2013 年完成。再者，臺灣為加強消費者用戶對於電子商務使用的信心，根據 OECD 的個人資訊原則，在 1995 年制定了電腦處理個人資料保護法（Computer Processing Personal Information Protection Act）。2010 年，臺灣已經開始推廣個人資料保護與管理制度（Personal Information Protection and Administration System, PIPAS）以及同個系統認證標誌，資料隱私保護標章（Data Privacy Protection Mark, DP Mark）。至 2012 年，臺灣將電腦處理個人資料保護法修訂成個人資料保護法（Personal Information Protection Act ,PIPA）。在推動電子商務的過程中，臺灣發現了這些行業涉及到各式問題，如監管、人力資源與政策等等。臺灣未來的工作是要按照規定確認保護個人資訊之安全。[55]

中國大陸代表表示，為了實施「電子商務工作計畫部長級決議」（Ministerial Decision on the Work Programme on Electronic Commerce），中國大陸希望在工作計畫下提出服務貿易理事會（Council for Trade in Services, CTS） 資訊共享的正式化。資訊分享與共享是經過理事會成員廣泛支持的一個概念。因此，中國大陸希望將資訊交流的常規子項目納入電子商務工作計畫的議程項目中。中小企業參與電子商務通常面臨特別的挑戰，資訊交流在於改善中小企業的能力並給予理事會推動開發中和已開發國家之工作有

[54] 2015 年 3 月 18 日會議報告，S/C/M/122。
[55] 2015 年 6 月 3 日會議報告，S/C/M/123。

所幫助。這些經驗交流包含如何促進中小企業參與使用電子商務以及介紹在新的法規和監管內容，以能夠為中小企業創造更有利的電子商務環境。中國大陸認為可以邀請相關的國際組織以分享資訊活動訊息，如美國國際貿易委員會（International Trade Commission, ITC）的中小企業電子商務入口網站（Portal）和物流支援（Logistics Support）計劃案或者是聯合國貿易暨發展會議（UNCTAD）關於網路資料庫和網路法律。[56]

澳洲支持理事會的電子方案工作計畫。關於臺灣的提案，澳方認為隱私保護對於增強消費者和個人使用網際網路的信心相當重要。澳洲對於中國大陸提案於理事會之內容表示支持，認為在此常規議程下各會員可以持續進行資訊上的交流。[57]

歐盟認為臺灣的提案相當有貢獻性，個人資料保護的議題至關重要，但了解與認識各個會員家內的系統亦也很重要，並能夠增加彼此信任和了解。歐盟對於臺灣在 2013 年所提及個人資訊數據跨境流動的保護，歐盟表示數位貿易協定不應該超出一般性原則的範圍，也不應針對數據保護本身的實質設立精確標準。歐盟針對臺灣所提之案表達建議，如將電子商務定義為跨境交易模式，歐盟認為關於跨境交易模式是否屬於模式一的跨境問題或是模式三的外人直接投資，歐盟認為應該考慮兩者。歐盟針對中國大陸的提案，希望能夠明確回答關於中小企業的相關重點。歐盟認為，資訊通訊技術（ICT）的普及和開放性已經大幅地減少中小企業使用電子商務機會的障礙，並促使他們能夠進入國際市場。然而，各會員仍有許多空間努力，特別是使開發中國家進入世界貿易的行列之中。[58]

印度認為所有會員都知道在工作計畫下並沒有談判授權內容，僅有探索性的內容。在此背景下，印度目前還沒有商議出一套共識。對於印度在內的

---

[56] 2015 年 6 月 3 日會議報告，S/C/M/123。
[57] 2015 年 6 月 3 日會議報告，S/C/M/123。
[58] 2015 年 6 月 3 日會議報告，S/C/M/123。

大多數開發中國家來說，電子商務有關的法律仍在不斷的發展，現在討論一個原則是太早且不確定的，更不用說討論出一個具一致性的原則。印度感謝臺灣所提的個人資料保護法經驗分享，並對臺灣的資料隱私保護標章相關內容深感興趣，想要進一步了解針對跨境數據流動是否制訂了區域或雙邊的解決方案。印度認為隱私保護的議題至關重要，應鼓勵各國採取或維持國內法律架構，確保保護個人資訊，但法律架構不應對數據傳輸產生不必要的法律和行政障礙。該國亦認為應該著重在「保護何種隱私和數據內容」而非在「如何去保護隱私和數據內容」。[59]

挪威、紐西蘭與土耳其表示對於臺灣與中國大陸所提的建議仍在檢視與考慮，各國歡迎在電子商務提出進一步的討論，並且認為就跨境轉移的國際合作與個人資訊的保護之意見交換將會對各國是非常有益處的。新加坡、韓國與墨西哥對於臺灣與中國大陸所提之建議持開放的態度，未來也希望能夠有進一步的討論。日本對於電子商務的議題表達支持；香港支持中國大陸的提議，尤其是電子商務與中小企業相關議題納入理事會的議程中，未來香港也持開放的態度參與意見上的討論；加拿大支持重振電子商務工作計畫，該國期待未來的進一步討論；瑞士代表強調個人資訊的隱私保護在電子商務上的重要性，該國願意對臺灣分享的經驗進一步了解與討論。瑞士亦樂見中國大陸所提出各會員就電子商務在理事會上的資訊分享。[60]

中國大陸表示在 2015 年 7 月的服務貿易理事會的非正式會議中，各會員接受電子商務下的資訊分享工作計畫，鼓勵成員國分享電子商務的發展經驗。中國大陸電子商務持續的快速發展，從傳統的產品線上銷售到目前日常生活的服務提供。電子商務在中國大陸的經濟成長和促進消費與就業扮演的重要角色。2015 年 1 至 8 月，中國大陸電子商務營業額達到約 9.81 兆人民幣，與 2014 年同期相比成長了約 24.7%；網路零售交易達到約 2.24 兆人民

---

59 2015 年 6 月 3 日會議報告，S/C/M/123。
60 2015 年 6 月 3 日會議報告，S/C/M/123。

幣，與 2014 年同期相比成長了 36.5%。實體產品的線上銷售達到 1.87 兆人民幣，與 2014 年同期成長 35.6%；非實體產品線上銷售額為 3,748 億元，與 2014 年同期成長 41.1%；至於行動裝置的客戶端的消費達到了 1.1 兆人民幣，佔網路零售交易總額的將近 50%。此統計數據反映了電子商務當前的三項發展重點：第一，電子商務提供日常生活的服務快速的成長並且有相當大的發展潛力；第二，行動裝置上的電子商務發展呈現指數性增長；第三，電子商務的觸角已經進入第三與第四級的城市和農村。許多企業，例如：阿里巴巴，宣布啟動「千縣萬村」計畫，在接下來的 3 至 5 年投資 100 億元，建立 1,000 個縣級服務中心和 10 萬個村及服務站。此外，中國大陸對於電子商務立法非常重視，已在 2013 年底的全國人大（中國大陸最高立法機構）開始相關立法工作，立法草案被視為能夠促進中國大陸電子商務健康發展的基本規定。對於消費者權益，全國人大亦於 2013 年修改了「消費者權益保護法」以保護消費者在電子商務中的權益。最後，由於電子商務使得中小企業能夠進入世界貿易的體系。2015 年中國大陸有 6670 萬家的中小型企業創造了 50%的稅收，提供了 80%的就業機會。中小企業透過電子商務消除了企業的中介成本，降低營運成本並刺激其發展。[61]

中國大陸的電子商務 2015 年總營業額超過了 20 兆人民幣，與 2014 年的同期成長了 27%，網路上的零售交易達到了 3.88 兆人民幣，與 2014 年的同期成長了 33.3%，B2C 交易量為 2.02 兆人民幣，首次超過了 C2C 的交易量 1.86 兆人民幣。實體產業在網路上的零售額為 3.24 兆人民幣，與 2014 年同期成長了 31.6%，與同期的消費性產品的零售總額佔了 10.8%。非實體產品的線上零售總額為 6,349 億人民幣，成長了 42.4%，網路的消費者使用人數在 2015 年底達到了 4.13 億人，自 2014 年增加了 5,183 萬人，與同期成長了 14.3%。[62]

---

[61] 2015 年 10 月 15 會議報告，S/C/M/124。
[62] 2016 年 3 月 18 日會議報告，S/C/M/126。

奈及利亞表示電子商務在其經濟中也扮演相當重要角色，2012 年零售業佔 GDP 達到了 20%。此外，電子商務也為該國帶來便利，由於人民對於線上付款的信任，消費者在訂購商品後，收到商品前即事先付款，而非等到取貨時才付款。相較於非洲其他地區，奈及利亞在電子商務上的營收有卓越的成長。[63]

加拿大持續重視電子商務工作計畫與相關議題的討論。網際網路與跨境移動數據的能力正逐漸改變商品和服務在全球的貿易型態，此發展更是同時嘉惠了開發中與已開發國家。加拿大在雙邊、複邊和多邊貿易協定的範圍內採取了與電子商務有關的承諾，以促進貿易和電子商務的環境。加拿大在自由貿易協定中電子商務的相關目標是促進經濟成長和貿易機會並為企業帶來貿易機會，鼓勵消費者個人資訊的保護，加強在影響電子商務全球性議題上的合作。加拿大同樣支持與探索會員共同關係的議題，如消費者在網路上跨境的隱私保護以及永久性的關稅延期。[64]

美國對於電子商務工作計畫持續感到興趣並期望在此取得進展；澳洲則希望在 2016 年有更多的實質性討論，並期望與各會員有更多的交流。[65]

聯合國貿易暨發展會議（UNCTAD）的代表團舉行了數據和隱私保護的專家會議，其表示數位經濟的持續變化加強了在數據保護和隱私架構之間一致性的重要。聯合國貿易暨發展會議（UNCTAD）發起數據保護條例和國際數據流動－對國際貿易影響（Data Protection Regulations and International Data Flows: Implications for International Trade）的研究報告。聯合國貿易暨發展會議（UNCTAD）目前正在籌劃電子貿易援助倡議（Aid for eTrade initiative），電子商務和數位貿易將會是開發中國家驅動經濟成長的關鍵。然而，大多數開發中國家不到 3%的人口使用網路購買商品與服務。因此，

---

63 2015 年 10 月 15 會議報告，S/C/M/124。
64 2016 年 3 月 18 日會議報告，S/C/M/126。
65 2016 年 3 月 18 日會議報告，S/C/M/126。

電子貿易援助倡議被設想為一個需求驅動的機制，能夠帶領開發中國家和國際組織，促使兩者行動一致，集中能力和資源與避免重複。為了確保公私部門的有效對話，將建立一個私營部門諮詢委員會（Private Sector Advisory Council），包含電子商務平台公司、商家、支付提供者、物流公司、IT 基礎設施以及其他公司皆來自開發中與已開發國家。此外，為了解有多少交易是來自於電子商務，聯合國貿易暨發展會議（UNCTAD）研究如何衡量跨境電子商務和數位貿易，工作計畫將尋求可能的解決方式並使用官方和私人部門的統計數據，也包含 WTO 和 OECD 以及國際貿易等統計數據。[66]

墨西哥和紐西蘭有興趣推進電子商務工作計畫，未來將會參與並有所貢獻。[67]

奈及利亞對聯合國貿易暨發展會議（UNCTAD）提問，各種電子商務的倡議未來是否會將焦點放在中小型企業或微中小型企業。聯合國貿易暨發展會議（UNCTAD）回覆，從統計數據可得知微中小型企業使用電子商務的比例較低，因此未來聯合國貿易暨發展會議（UNCTAD）的確會將重點放在此類企業上。[68]

非洲集團表示希望服務貿易理事會能夠處理開發中和低度開發國家的需求問題，特別是開發中國家參與電子商務的途徑和挑戰，改善使用基礎設施的機會、技術轉讓以及自然人流動。非洲集團提出以下相關議題：數位不平等的現象日益嚴重問題；數位權利的重要性，數據現在是數位經濟的「原物料」並且有其重要價值；一些企業由於雄厚的資本在全球經濟中的電子事務領域獨佔一方；國家層面的一系列嘗試以塑造數位流動併影響貿易和數位跟進（digital catch-up）。探索政策選擇以反應「第四次工業革命」下的自動化和人力精簡，對於非洲工業發展、結構轉型和就業機會之長期目標帶來

[66] 2016 年 3 月 18 日會議報告，S/C/M/126。
[67] 2016 年 3 月 18 日會議報告，S/C/M/126。
[68] 2016 年 3 月 18 日會議報告，S/C/M/126。

的深刻改變。非洲集團認為某些相關議題不屬於工作計畫下的範疇，比較適合在其他 WTO 機構如：貿易發展委員會（CTD）、貨品貿易理事會（CTG）和貿易相關之智慧財產權協定（TRIPs）底下討論，建議提案者能夠修改內容。[69]

烏干達代表低度開發國家發言，在電子商務工作計畫開展的 20 年裡，數位落差的情形更加嚴重，理論上電子商務可以為弱勢國家的消費者和企業提供進入國際市場的門戶，克服競爭所面臨的障礙，但實際上大多數國家的基本建設不足與寬頻網路的高成本下，促使了低度開發國家在發展上的瓶頸。該國認為低度開發國家，尤其在非洲有 75%的人口是無法上網，寬頻網路的普及率低於 1%，缺乏國際的連結力是目前主要的瓶頸，因此對於低度開發國家能否從電子商務得到益處的三個主要關鍵性問題為：獲取途徑（access）、負擔能力（affordability）和可用性（availability）。因此，WTO 會員們應該將提案的內容縮小到每個特定機構所特定的問題，若是不可行，也應該把重點放在與發展有關的工作計畫，像是改善使用基礎設施的機會、技術移轉、自然人流動和利用資訊技術融入開發中國家當中，這些問題皆是數位落差的核心問題並需要加以解決，以協助低度開發國家能夠建立電子商務就緒（e-commerce readiness）。[70]

阿根廷對於中國所提出的快遞服務相關經驗以及臺灣所提案的內容表示歡迎，哥倫比亞對於臺灣從更技術性的的角度對電子商務的討論，以及對相關發展議題提供補充資訊與文件，對我國作出貢獻表示感謝。[71]

---

[69] 2017 年 9 月 26 日會議報告，WTO/AIR/CTS/13。
[70] 2017 年 9 月 26 日會議報告，WTO/AIR/CTS/13。
[71] 2017 年 9 月 26 日會議報告，WTO/AIR/CTS/13。

第二節　WTO電子商務工作計畫提案之各國立場

從 WTO 電子商務相關機構的會議記錄，整理各國對個別提案表達之意見。分別說明如下：

一、各國對中國大陸和巴基斯坦 2016 年 11 月在 JOB/SERV/243/Rev.1 提案表達之意見[72]

中國大陸和巴基斯坦提案議題重點是第 11 屆部長會議中電子商務議題討論之重心，應聚焦在促進電子商務跨境貨品貿易，以及協助跨境貨品貿易相關服務，例如支付與物流服務。現階段不應討論包含關稅減免等新的市場開放承諾，而是應持續關注在發展，主要重點可區分為兩大面向，即創建促進跨境電子商務之貿易政策與討論 WTO 組織架構下應專注的工作。促進跨境電子商務方案，包括合適的簡化邊境措施；企業與消費者（B2C）的跨境電子商務退稅規範；允許在其他會員境內建立保稅倉庫，以提供貨物分銷之目的並利於課稅程序的進行；促進無紙化交易，並多加利用會員單一窗口以利資料之交換與使用；增進支付、物流與快遞業之服務提供者之服務。WTO 注重如何使開發中國家能從電子商務發展中受益，並在多邊會談時提供技術支持，例如提供會員，尤其是開發中國家會員，關於電子商務政策的資訊以及諮詢服務等。

中國大陸提及會員多數是由開發中國家所組成，因此電子商務的議題應該需要遵循 WTO 目前的任務並且關注在發展層面，以促進開發中國家的利益。提案分成三個部分：前言、具體要素和組織、秘書處工作。與服務貿易理事會最直接的要素是涉及資訊交換的監管措施以及直接服務提供跨境電子商務交易的過程，其包括網路上的電子支付、物流和快遞、線上通關等貿

[72] 2016 年 11 月 25 日會議報告，S/C/M/129。

易便捷化服務以及任何可能使其更加適應之措施。其他包含跨境電子商務相關政策問題與法律、法規和行政措施、消費者保護、隱私保護與智慧財產權等議題。

新加坡、巴西、印度請大陸說明電子全球貿易平台 （Electronic World Trade Platform, WTP）之內涵為何。新加坡代表東協（ASEAN）的立場，在不影響東協成員國的利益之下，東協仍然對於 WTO 下的電子商務議題感到興趣。東協重視貿易便捷化（trade facilitation）並認為可以為特別是中小型企業節省成本方面等實質性利益。巴西認為稅務政策不應該在此議題的討論範圍之內，也提醒各會員要注意傳統貿易和電子商務所產生的貿易兩者之間的不平衡，最後提到數位落差在已開發和開發中國家之間所產生的落差都是討論的核心。印度同樣認為焦點需放在透過跨境電子商務所產生之貿易。

在稅務議題上，烏干達也認為並非討論的重點。美國、墨西哥與澳洲對於中國大陸提出電子傳輸暫免關稅措施，三國主張追求永久免徵關稅。

此外，美國針對貿易便捷化認為應簡化進出口邊境的措施，這將會鼓勵貿易的增加並且有助於中小型企業。美國也提到商業交易的電子認證功能的重要性，對於確保線上商務的有效性至關重要。然而，在多數市場中這些技術卻沒有受到管制。此外，電子書、應用程式（app）和數位影音即便是離線形式仍須受到保護。墨西哥提出必須檢視 GATT、GATS 與貿易相關之智慧財產權協定（TRIPS）等相關協定，有哪些已經包含電子商務議題，這其中也包括貿易便捷化的部分。加強透明度也是重要的議題，墨西哥認為應該成為往後議題的選項之一。澳洲亦認為在未來的議題須包括電子認證、電子簽章和增強透明度等。

印度、南非、玻利維亞、厄瓜多、委內瑞拉表示應在既有授權基礎下討論，並納入發展議題。

臺灣表示歡迎對於有意促進電子商務發展之提案，並請中國大陸進一步說明如何區別何種貨品可適用簡化之通關程序，並與歐盟均認為提案範圍不

應僅聚焦在貨品，應擴透過數位提供之服務業。加拿大及澳洲請中國大陸說明在 WTO 場域如何協助 服務業者進行跨境電商合作。

本案於 2017 年 3 月 16 日與 3 月 17 日再次續行討論，中國大陸加強在促進跨境電子商務之貿易政策與討論上，認為應該專注藉由網際網路促進跨境貨物貿易，整合其他服務功能來協助此貨物貿易，例如：付款和物流服務。網際網路跨境貿易的電子商務生態系統有兩類：一種是電子商務平台；另外一種則是電子商務商業營運商，包含任何自然人、法人和組織。跨境的銷售貨物與配銷服務是有關的，為了在電子商務環境中支持此種銷售，支付方式和物流系統是不可或缺的。在中國大陸，除了傳統銀行機構提供的支付服務，透過網際網路上的非銀行或非金融機構提供的支付服務，行動電信和其他資訊和通信的科技已經快速的發展。因此，在維護各相關團體的支付安全和風險管理亦是相同重要。電子商務也推動了相關物流體系的發展，在中國大陸根據不同的運輸方式和相關服務都需要快遞或運輸營業的執照。

中國大陸提出兩個議題：第一、透明度。隨著電子商務發展，一些直接服務相關部門經歷的前所未有的創新發展，在會員的監管政策應該要有相對應的調整與改變，而這些的變化也對電子商務有重大的影響。因此，透明度對於電子商務而言尤其重要。第二、電子簽章、電子認證、電子契約和電子發票。電子商務產生了無紙化的環境，而解決貿易文件數位化所帶來的問題，能夠維護參與者的合法權益以及電子交易安全，並且消除電子商務發展的障礙等都是重要的相關議題。

關於透明度議題，加拿大、巴拉圭與哥倫比亞同意中國大陸所提增加透明度之提案。關於電子簽章、電子認證、電子契約和電子發票議題，加拿大、歐盟和巴拉圭期待未來能夠會有進一步的討論。此外在關稅議題上，土耳其和哥倫比亞支持永久或延長暫停電子傳輸關稅。其他建議方面，歐盟、土耳其、紐西蘭則希望納入更多的服務貿易的內容。加拿大與巴拉圭認為市場進入不應成為電子商務討論的一部分，會員討論不應該超出電子商務工作計畫

的任務範圍，而開發中國家的基礎設施和社會落差應該優先考慮與得到具體解決。巴拉圭認為可以讓其他國際組織參與 WTO 的電子商務議題，與其他組織合作也有助於 WTO 能夠確認本身的行動計劃。紐西蘭建議應該要有專門的會議以匯集過去所有的討論，將會員在不同組織內所處理的各種電子商務相關議題進行整合與結構性的討論。

二、各國對墨西哥、印尼、韓國、土耳其和澳洲 2016 年 7 月在 JOB/GC/99 提案表達之意見[73]

MIKTA 電子商務研討會具體確定 WTO 貿易政策有助於電子商務的方向：

透過 WTO 委員會定期工作改善對數位貿易的指標和見解；利用貿易政策審查機制評估數位貿易障礙；在貿易便捷化協議上支持電子商務；更新電訊參考文件以支持數位競爭；談判改進數位服務市場進入承諾；改善基本支援服務的市場進入承諾，如運輸、物流、配送和金融服務等；談判電子商務原則；數據流動和本地化受制於適當公共政策之例外情況；確保成員們有能力支援電子商務發展的消費者保護和隱私監管架構。

韓國參與了由墨西哥、印尼、韓國、土耳其和澳洲（MIKTA）所共同舉行的電子商務研討會，而此研討會目的也是在增強各會員對於電子商務問題的意識，並且不帶有任何預先評斷結論或國家私人立場。該研討會邀請各國際組織針對電子商務包含監管和發展方面的議題進行意見交換。

日本對於 MIKTA 五國所籌畫的電子商務研討會表示感謝，認為電子商務對開發中國家和中小企業產生了正面積極的影響，並能夠促使他們進入全球市場的價值鏈中。

---

[73] 2016 年 6 月 17 日會議報告，S/C/M/127。

澳洲認同 MIKTA 所舉辦的研討會，並期待能夠與其他會員透過更多的研討會議進行電子商務問題上持續的交流。

南非對於巴西的提案表示感謝，但該國需要更多時間來評估。印度對於巴西所提的更新建議，該國與南非有類似的意見，必須有具體了解更新的內容。S/C/W/68 和 WT/GC/W/90 關於電子商務的處理，如同南非所提，工作計畫還沒有改變，因此不清楚需要考量甚麼樣的更新。該國希望巴西能夠有進一步說明的提案。

歐盟認同數位經濟發展的重要性，並認為這也須視 WTO 要如何持續產生影響。歐盟在自由貿易協定上有重大地發展，很顯然 WTO 已經有支持電子商務的各種不同要素：服務承諾、電信參考文件、電腦服務業諒解書、暫時停止以及貿易原則都是非常有效果的元素。同時，還需要視多邊規則是否能夠有更多的內容可以被補充進去。因此，歐盟認為 WTO 可以在規則制定方面來參與問題，包含電子商務的使用獲得以及增加法律的確定性和透明性，建議 WTO 列舉未來可能工作的幾個目標，並且從廣泛地對照工作（mapping exercise）開始或許是個不錯的方式與開始。

加拿大表示認同歐盟建議，肯定專屬會議討論有助電子商務工作計畫之推動與發展，MIKTA 舉辦研討會可以視為初始階段，加拿大期待未來的成果。墨西哥及土耳其為 MITKA 主辦國之一，對於會議同屬表達支持。此工作研討會的專家來自私營部分、國際組織、學術界和私人顧問，活動內容來自於各界不同意見，墨西哥與土耳其兩國都呼籲各會員都能夠參與。

智利對於 MITKA 研討會表達支持。然而，智利認為討論應該要能夠聚焦，希望在未來可以進行實質上的討論，會員在部長會議（Ministerial Conference）的審議工作需能確認所欲達成的目標，並能夠產生出具體建議，而非不斷地重申自己的立場，同時也需要有適當的單位來執行電子商務工作計畫。

三、各國對巴西、智利、埃及、印度、南非和土耳其2015年11月在JOB/GC/87提案表達之意見[74]

提案國表示要回顧1998年9月25日通過的電子商務工作計畫，並重申隨後的部長宣言和工作計畫決定，決定：繼續開展電子商務工作計劃下的工作、指示總理事會進行定期審查、保持目前在電子傳輸方面不承擔關稅的做法。

巴西表示分析電子商務所遭遇的挑戰是由於不同機構的審議工作不斷進行，這對於議題的整體評估沒有任何幫助。電子商務不斷地演變，在 90年代和2016年的電子商務肯定是不同。例如，巴西希望秘書處針對S/C/W/68中關於 1998 年所產生的問題背景說明進行更新。該文件中的說明內容雖包含非常有用的資訊，但卻反對電子商務，在目前是不合時宜的。此外，電子商務與類似服務和服務供應商之間的關係，巴西想要知道最近關於相似問題的判例是否會影響過去的考量。而目前的商業或現實生活的案例，亦將有助於會員了解電子貿易在哪些方面可能會受到GATS或其他相似條款所影響，特別是在科技的快速進步之下。[75]

關於巴西提出S/C/W/68中關於1998年所產生的問題背景說明必須進行更新，奈及利亞表示支持。他指出電子商務在先進和開發中國家之間的兩個分歧：一個與技術能力相關，另一個是監管和法律架構。若沒有統一的法律架構，很難計畫出一個多邊架構。此外，詢問電子商務中的「服務」與「類似的服務」如何區分。奈及利亞表示支持秘書處更新文件，希望會員提案可以納入發展議題，其他國際組織也在電子商務展開重要工作並強調邀請他們分享相關經驗的重要性。

巴西回應南非和印度關於S/C/W/68 文件的問題，解釋此文件是目前唯

[74] 2016年6月17日會議報告，S/C/M/127。
[75] 2016年6月17日會議報告，S/C/M/127。

一有提到電子商務，但其內容卻又太少。有鑑於電子商務的日益變化，在GATS 中沒有新的元素加入，會員可能會因此而忽視問題，因此建議增加電子商務與 GATS 之間關係等議題，並對祕書處的說明進行標準更新。

秘書處亦回應，文件更新內容可為統計數據或相關文獻，也可整合過去實際案例。例如，在金融服務貿易委員會所提及的金融包容性障礙的作法，其內容也討論到電子商務相關議題，因此更新並不會僅限於 GATS，而是GATS 所適用的範圍在目前世界發生了如何的改變。

四、各國對阿根廷、巴西和巴拉圭 2016 年 12 月在 JOB/GC/115 提案表達之意見

關於電子簽章議題，巴西代表指出該提案能夠了解電子簽章具有跨領域的性質，此議題已經認定是與電子商務討論的相關議題。由於數位憑證能夠正確地識別出簽名者，因此電子簽章的法律效力等同於書面簽章，而數位憑證（digital certificate）是由授權商和註冊提供商所產生，能夠使第三方確認簽名的真實性並且偵測任何可能的詐欺行為，因此數位憑證一般增強了電子交易的安全性。例如，買家是在數位環境中使用數位憑證來購買產品，賣家可以確認買方身分並保障其利益。數位簽章的使用能夠加強政府與消費者之間關係，或者是加強政府與商業部門的關係，政府將可以確認電子信息提供者的身分。南方共同市場（MERCOSUR）成員在電子簽章的解決方案或許能夠作為 WTO 電子商務討論的有用投入。

歐盟認為電子簽章是在 WTO 可以取得進展的議題之一，此提案和解釋對於在 WTO 電子商務潛在工作的技術性討論是非常有幫助的。雖然此提案可以適合於雙邊或區域的情況之下，但是提案的內容在未來實現多邊貿易的背景之下提供了一個很好的基礎。

中國大陸認為電子簽章是確保電子商務發展的重要環節之一，有助於促進企業和消費者對於電子商務的信心。

香港樂意進一步討論電子簽章相關領域，該代表團表示香港一直以來支持有關電子商務方面的討論，電子簽章對於確保上網的真實性、完整性和保密性是相同重要的一環，同時電子簽章亦是電子商務發展的重要組成部分。

智利認為討論電子簽章議題應可以有討論上的進展，因為對於 WTO 會員們而言，此議題較不這麼敏感，智利代表團認為關於電子商務的討論應該在 WTO 中進行，該國同樣也區域和國家間的分享，也希望各代表團可以提出建設性的貢獻。

澳洲歡迎 WTO 會員們對於電子商務議題的討論和溝通，澳洲鼓勵會員們思考電子商務在短期內，包含即將到來的第 11 屆部長會議，能夠達成哪些成果？澳洲認同電子商務是全球服務貿易的基本組成部分，GATS 的規定也適用於電子商務，澳洲代表也認同電子商務的某些元素是與國際貿易其他層面有相關性，包含貨物貿易的部分。該國認同透過確保線上交易的真實和完整性得以降低交易成本，電子簽章、電子契約和電子認證可以同時促進國內和跨境電子商務。因此，適宜的國內法律架構可以確保辨認電子簽章和電子認證的合法性。在澳洲，「電子交易統一法案」（uniform electronic transactions legislation）為電子交易提供了確認基礎，允許電子商務的營運能夠與紙本為基礎的商務運作模式相同，也為民眾和企業帶來彈性與便利。澳洲在其區域貿易協定下就電子交易、電子認證和電子簽章做出了各種不同承諾，包含：契約不因僅有電子簽章形式而遭受到拒絕，允許電子交易的雙方能夠互相確認電子認證的方式等。在關稅的部分，澳洲鼓勵會員們能夠延長暫停關稅的期間超過目前的兩年，或是永久性的暫停課徵關稅。因為關稅將會危害微中小型企業參與全球性的貿易。澳洲方對於其他議題，如：數據流動、計算設備存放地點、隱私和消費者信心加強措施，都需要有更多地的初步討論。

加拿大認為電子認證是會員們共同感興趣的領域，從阿根廷、巴西和巴拉圭的文件中可以提供有用的經驗和技術基礎。該國於 2004 年頒發「電子

認證準則」，2009 年時又重申該原則是作為加拿大電子認證服務的開發和使用基準。該國在電子認證的制定原則涉及六個方面：參與者的責任、風險管理、安全、隱私、訊息公開之要求、投訴處理。該國的電子認證使得締約方能夠根據自己的情況量身製訂解決方案，而不會施加繁重的監管程序，對於電子認證加拿大是選擇以較少規範的方式來做管理。

紐西蘭認為該提案有助於推動討論，並且協助評估 WTO 電子商務在當年或是未來長期實際可以達成之目標。

古巴希望了解更多關於開發中國家在管控電子簽章上可能面臨的挑戰，認為來自於開發中國家的經驗分享對於該國相當有益處。烏克蘭對於跨境電子商務政策透明度的加強表示贊同，也支持各會員應交流跨境電子商務交易的監管措施和程序資訊，包含：消費者保護、隱私保護和智慧財產權等，該國支持改善跨境電子商務的基礎設施和技術條件，會員間應該要相互承認數位認證和電子簽章。針對以數位方式遞送的產品，如：電子書、應用程式與影音內容正在快速發展，該國認為有必要公開討論以避免數位遞送服務受到歧視。

新加坡樂於和會員們交流相關經驗，該國同意給予電子簽章法律上的承認能夠增加電子交易的可預測性和確定性，該國於 1998 年制定「電子交易法案」，2010 年亦修訂新法並將「生物識別技術」（biometrics）考量進去。該國希望能與其他各會員進一步分享與討論。中國表示電子簽章是電子商務中的重要討論議題，該代表團將會把會員們的經驗作為該國借鏡。印度樂於和會員們作經驗上的分享，該國認為了解會員們的國家架構與經驗是相同重要，對於電子認證相互承認以及相容性的跨境無紙貿易的電子認證也希望能夠進一步討論。巴拉圭代表表示此提案是南方共市場談判所達成的結果，這可以成為往後討論的基礎，該國也鼓勵會員們能夠多參與分享和經驗交流。

印度認為電子簽章和認證的新技術已經增加，甚至已經取代書面文件，印度已經實施了相關電子簽章法案。然而，印度表示在本國境內所認可的電

子簽章與電子簽證在其他國家不一定受到認可，因此跨境無紙貿易的可互相認證的電子架構或許是有用的，這些都需要會員的進一步討論。巴西對於印度所提出數位憑證的相互認可的問題表達贊同，若中小企業的出口到另一個國家不被該國認可，則將造成不便。

烏克蘭支持增強跨境電子商務政策的透明度。該國支持會員間交流有關提供相關服務的跨境電子商務交易和監管措施資訊，包括：電子線上支付、物流和快遞服務、線上通關服務以及其他相關的服務能夠便利貿易。該國也支持能夠改善跨境電子商務的基礎設施和技術情況的建議，包含數位憑證、電子簽章和電子認證的資訊交換科技。這些對於確保電子商務的可靠性至關重要。烏克蘭認為需要優先討論有關跨境電子商務的相關法律、法規和管理措施等訊息，這些包含消費者保護、隱私保護和智慧財產權，該國了解貿易政策與這些問題之間的關係有關於增加消費者對於跨境電子商務的信心並且能夠促進其發展。

五、各國對加拿大、智利、哥倫比亞、象牙海岸、歐盟、韓國、墨西哥、蒙特內哥羅、巴拉圭、新加坡和土耳其 2017 年 6 月在 JOB/GC/116/Rev.1 提案表達之意見

歐盟與其他國家認為電子商務是未來 WTO 工作的重要議題之一，因此計畫制定會影響電子商務的貿易政策。提案的內容包含跨領域的問題：規則制定、自由化承諾、促進措施和發展面向。討論的重點分為四種：第一種是增強透明度的監管架構，包含任何促進消費者信心和促進貿易規則；第二種稱為開放市場和自由化措施，其包含商品和服務市場進入的問題；第三種涉及促進電子商務的倡議，包含監管合作、海關便捷化措施和技術支援；第四種則是 WTO 可能可以持續發揮作用以促進會員電子商務相關政策的透明度。

加拿大提出相關討論事項：（1）能夠加強透明度的監管架構和建立消費者線上交易的信心；（2）確保非歧視性的使用網際網路，促進電子支付，並且以技術中立的立場認可電子簽章和電子契約以及確保服務供應商的競爭條件；（3）相關業別的市場進入；（4）確保允許跨境數據流動的規則，遵守本地化要求以及相關的政策例外，禁止轉讓專有商業訊息以作為提供商品和服務的條件；（5）監管合作；（6）利用 WTO 的透明度功能以改善會員電子商務的相關措施的了解以及如何對服務貿易造成影響。加拿大期待會員進一步的作經驗分享和交流。加拿大提出在透明度方面，GATS 的規定是「技術中立性」，也意味著無論是促進獲限制數位通信的措施將會落入 GATS 第三條規定之範疇且會員們已經做出了相關具體承諾。關於合作方面，會員們的監管架構上努力追趕以符合日益發展與變化的數位經濟。目前仍有許多障礙遏止了電子商務的發展潛力，而電子商務工作計畫小組能夠提供一個平台讓各會員間互相分享與學習，然而近幾年來該工作計畫小組沒有完全發揮此功能。會員們應積極參與推動電子商務貿易發展與互相交流。

南非先以非洲集團的名義發言，非洲過去 5 年裡希望能夠擺脫以出口消費商品來持續成長經濟的路線。從工作計畫的探索性討論角度，對於非洲集團而言考量到開發中國家的經濟、金融和發展需要，對電子商務的發展影響至關重要。非洲集團希望在討論電子商務時，能夠聚焦在開發中國家和低度開發國家上，特別是當討論到如何使這些國家能夠增加參與電子商務的機會以及所面對挑戰時，以及改善使用基礎設施、技術移轉和自然人的移動。例如撒哈拉沙漠以南的非洲，那裏是世界上唯一沒有電力生活的人口增加地區。根據國際電信聯盟（ITU）的統計，世界上有 53%的人口並沒有使用網際網路，在低度開發國家的寬頻普及率僅保持在 0.7%，非常是世界上唯一一個行動寬頻普及率低於 20%的地區。因此，非洲地區認為討論的重點應該是著重在全球電子商務空間的不對稱性。因此，討論的最重要重點是如何為所有開發中和低度開發國家建立一個包容性的成長和公平發展的軌跡。南非認為在以下議題需要進一步檢視：（1）開發中國家需要克服被認為是「電子商

務整備」（e-commerce ready）；（2）電子商務的衡量方法的挑戰，必須加以解決並設立一個準確數據是能夠作為政策制定的依據和先決條件；（3）如何建設開發中和低度開發國家的能力，協助其有效地參與跨境電子商務；（4）電子商務對非洲工作長期發展目標，如工業發展、結構轉型和就業之影響。此些議題需能被解決方可促進數位經濟的發展。

辛巴威亦認為歐盟的提案超國電子商務工作計畫的範圍，該國支持南非代表集團所做的意見陳述，並與其他各國分享其意見，並且認為會員應該要聚焦在如何縮小數位落差等議題上。

新加坡認為制定法律和政策架構可以支持電子商務的發展，因此提出三項重點：第一、電子簽章和電子認證的相互認能夠促進小規模的電子商務企業進行跨境交易；第二、電子交易或支付架構可以為電子支付提供商更多的確定性並鼓勵更多的供應商進入新市場；第三、電子商務法規的透明和資訊共享可以使企業更有信心地邁向電子商務不同的範疇領域內。該國認為電子商務支付和金融相容性以及如何促進跨境的支付是會員們所感興趣的，希望各會員能夠分享自己國內架構的經驗。

摩爾多瓦共和國支持歐盟所提（JOB / SERV / 248），電子商務對於全球發展至關重要。該國強調電子商業服務如發票單據服務、單一電子窗口、通關程序、由國家貿易便捷化委員會所設立的訊息查詢新制度等方面之重要性。國家查驗註冊提供一個線上平台，允許授權的控制機構去查驗所有過程並公布在平台之上。該國針對歐盟提案，認為需要聚焦在第二個項目開放市場和關於商品和服務的自由化承諾。墨西哥亦贊同歐盟與加拿大之提案。

香港認為會員們應就廣泛的問題相互合作才可促進電子商務全面地發展。哥倫比亞支持歐洲之提案，該國就其消費者保護方面分享經驗，此與提案內容中的監管架構相關。墨西哥贊同歐盟之提案，WTO 協議已經包含具體透明度的相關規定，而有關加拿大將電子商務措施直接通知 WTO 相關機構，如服務貿易理事會，此想法該國有興趣能夠加以討論與了解。

哥倫比亞代表贊同歐盟提案。該國於 2011 年通過新的消費者保護監管架構以促使電子商務的發展；智利、臺灣與韓國亦贊同歐盟提案；韓國認為提案內容涉及電子商務監管架構、市場開放、透明度和發展等一系列問題，皆是電子商務關鍵因素。

俄羅斯表示有興趣就以下主題與理事會進一步討論：（1）電子商務監管的透明度；（2）保護線上消費者和個人資訊；（3）監管未經請求的電子訊息；（4）電子簽章的識別和認證；（5）在政府採購中使用資訊科技；（6）改善電子支付系統；（7）中小企業參與電子商務。俄羅斯就以下提出一些問題。關於附件，不清楚是否建議有去修改 GATS 和電信服務的參考文件，以便納入有關電子商務的規定。在參考文件中，俄國要求進一步澄清建議是否為重複承諾或是談判新的承諾。在開放市場和自由化承諾以及分類問題上，俄羅斯認為在討論之前需要有明確的電子商務之範圍。

紐西蘭認為重要的工作是在電子商務影響之下，促進 WTO 自由化議程和便捷化議程核心工作，並取得適當的平衡。紐西蘭認為對照工作非常有幫助。會員在 GATS 中的模式一並未給予太多承諾，此舉無助於電子商務的發展。會員應該要檢視如何利用 GATS 來改善服務供應商使用電子傳輸方式的穩定性。在貿易便捷化方面，鼓勵電子文件和單一電子窗口等服務能夠為商品和服務貿易和政府電子採購帶來好處。

土耳其也認同對照工作對於釐清電子商務相關元素是至關重要，會員們可決定對照工作哪些是屬於理事會或委員會授權的範圍，哪些是屬於跨領域的性質。該國鼓勵會員們針對本身優先事項和利益對於對照工作提出更多建議。

挪威認為，電子商務環境要能夠蓬勃發展的先決條件是對數位環境的高度信任。因此，消費者保護以及個人資訊和安全問題的保護需要首先得以解決。除此之外，商品和服務有關的電子商務的透明度亦是非常重要。還須考量到開發中國家與低度開發國家等具體層面。挪威支持中國大陸和巴基斯坦

的提案，認為需要解決電子貿易和數位貿易問題，電子簽章和電子認證等技術條件的改善是一個很好的開始。

玻利維亞認為歐洲提案的內容並未包含開發中國家的需求，提案的表格當中沒有足夠的內容以便與該任務相一致，因此還需要能夠考量到開發中國家的需要。歐盟提案內容有提到監管與透明化等問題，但該國認為對許多開發中國家來說，發展基礎設施，增加技術型的資訊與科技專業勞動力以及技術轉讓等，才是他們所面對的問題。該國也提出不應該利用電子商務的討論來做為促進市場開放的交換，必須要將這些相關要素從名單上去除。並且認為在服務貿易理事會下所舉辦的相關研討會是能夠幫助會員間在經驗上分享。古巴則認為提案已經超出電子商務工作計畫小組的任務範圍，應該要聚焦在開發中所面臨的挑戰已經電子商務在發展與挑戰等問題，因此古巴支持南非的意見，委內瑞拉亦贊同此意見。祕魯則是支持電子商務工作計畫架構內的電子商務討論。烏拉圭也贊同從開發中國家的需求角度來切入。

烏干達代表低度開發國家表示，在過去 20 年裡，數位落差的問題已經擴大，大多數的低度開發國家由於基礎設施、電力和網路連結不足，以及寬頻上網的成本高昂等問題造成在電子商務發展上面臨瓶頸。該國認為低度開發國家，尤其在非洲有 75%的人口是無法上網，因此能否從電子商務得到益處的三個主要關鍵性問題為：獲取途徑（access）、負擔能力（affordability）和可用性（availability）。因此，低度開發國家強調的是能力建構、貿易援助及發展目標等需要。工作計畫的發展應該要側重在基礎設施、技術轉讓、自然人流動以及整合開發中國家的資訊科技，這些都是數位落差的核心且急需待解決之問題。

祕魯已經積極地把電子商務相關內容納入在其區域貿易協議，包含 TPP。該國認為電子商務對於經濟發展和成長有重要的影響，特別是在就業創造和減少貧窮等方面，該國支持舉辦相關的研討會，也期待在第 11 屆部長會議中各會員能提出具體的實現成果。

巴拉圭為共同提案國，並且高度重視電子商務的監管紀律，將其分為透明程度、監管架構、開放市場和特殊與差別待遇。該國與阿根廷和巴西針對電子簽章共同提出了一項提案（JOB/SERV/247），認為監管架構可以保護消費者、競爭政策和網路安全。該國支持開放市場，包含消除電子傳輸關稅、跨境數據流動之規範、本地化要求和原始碼之獲取。蒙特內哥羅為共同提案國對於數位落差所產生基礎設施的缺乏，該國要求會員們能夠在未來聚焦此議題的討論。蒙國亦提及電子商務為微中小型企業帶來新的發展機會。

日本贊同對照工作（mapping exercise）為會員在服務貿易理事會提供了很好的討論基礎。數據的跨境流動在數位貿易中扮演重要的角色，因為用戶在線上所購買各式產品和訪問的網頁，都包含了其他相關的網路商店和經營者。推動電子商務發展推動需要從兩個角度去檢視，一方面是電子商務能夠加強開發中國家的經濟成長和發展機會，特別是包含微中小型企業；另外一方面是許多會員還未能將資訊通訊技術（ICT）基礎設施、支付和物流的使用發揮其完全的潛能。日本認為這些議題需由貿易發展委員會（CTD）來進行討論，更重要的是確認 WTO 會員在此方面可以做些甚麼。

蒙特內哥羅和印度也認同數位落差相關議題，尤其是印度國內有 70%的人口無法上網，

印度認為數據、人才和技術的跨境流動對於電子商務和數位貿易的成長至關重要，但是保護主義的抬頭也增加企業在招聘外國員工的困難性，限制數據在跨境的流動。印度對於提案以下幾點需要進一步釐清：（1）電子商務與數位貿易之間的關係；（2）在工作計畫中尚未定義的用語範圍；（3）如何分類電子商務交易；（4）如何統計國內與國際數位交易。其中，缺乏統計數據是多數國家所遭遇的問題。印度亦提到數位落差在其國內亦是嚴重的問題，有 70%的人在印度是沒有辦法使用網際網路，特別在農村人口。印度與其他多數開發中國家相同，需要改善網際網路連結和頻寬問題，以及如何維持電力供應的穩定等。印度亦提出電子商務活動所帶來的 9 項挑戰，有：

（1）消費者保護問題；（2）盜版問題；（3）線上支付的安全問題；（4）免費的跨境數據傳輸和隱私問題之間的平衡；（5）承認共同的電子簽章和電子認證程序之架構問題；（6）數位經濟的關稅問題；（7）專業技術人力短缺問題；（8）人力資源發展；（9）物流。

六、各國對汶萊、哥倫比亞、哥斯大黎加、香港、中國大陸、以色列、馬來西亞、墨西哥、奈及利亞、巴基斯坦、巴拿馬、卡達、塞席爾、新加坡和土耳其 2017 年 2 月在 JOB/GC/117 提案表達之意見

新加坡代表所有開發中國家表示，電子商務為開發中國家的商業打開了契機，尤其是中小型企業可以降低經營上的成本。許多開發中國家使用電子商務的現金遞送和行動支付仍是非常普遍，因為對於這些開發中國家而言，在電子商務行為上有其獨特性。新加坡希望各國能夠分享其電子商務之經驗。

哥斯大黎加是共同倡議者，認為電子商務是生產者和消費者分配資源的最有效方式，電子商務會像網際網路一般不斷增長。哥斯大黎加支持電子商務倡議，然而現在需要能夠解決數位落差的問題。此外，討論重點須放在貿易便捷化、基礎設施的落差、獲取付款的方式和線上安全。香港是共同倡議者，支持任何有助於中小企業參與電子商務創造可靠的商業環境倡議，包含消費者保護、服務獲取、線上安全、安全的線上支付環境等。

泰國的中小企業在該國的經濟中扮演很重要角色，中小企業佔整體企業比例超過 90%，泰國希望將問題聚焦在基礎設施的落差、獲取付款解決方案和線上安全等議題。

哥倫比亞支持新加坡和其他國家的共同提案，為微中小型企業提供平台並能夠參與世界貿易，土耳其亦認為電子商務對於微中小型企業的發展非常重要。馬來西亞認同電子商務對中小企業的幫助，該國電子商務對 GDP 貢

獻超過 5%。卡達支持新家坡與其他提案國的發言，數位化可以幫助企業促進發展，尤其是中小企業發展，因為電子商務提供降低成本和增加參與全球貿易的機會。

玻利維亞對於提案中表示所有的微中小型企業在世界各國都是相似的，然而，該國表示開發中國家和已開發國家的微中小型企業之間是存在著差異。玻國認為該提案將會對開發中國家的微中小型企業產生不同的處理方式，基於此考量玻利維亞建議有必要為微中小型企業增加不同的規範。此外，建議提案針對技術與金融援助以弭補基礎設施落差應該要有更多的描述。古巴支持玻利維亞之聲明，關於基礎設施的落差在提案中的陳述並不適合，關於解決開發中國家的需求亦需要有更多的內容。臺灣亦認同電子商務已改變世界貿易方式。烏拉圭針對獲得付款解決方案、線上安全、基礎設施等議題表達興趣，認同電子商務可以擴大微中小型企業提供了擴大市場的可能。

七、各國對歐盟 2017 年 5 月在 TN/S/W/64 提案表達之意見

歐盟希望進行GATS第18條談判，亦即會員得就影響服務貿易，但不屬第16條市場開放或第17條國民待遇必須列入承諾表之措施進行談判承諾，包括與資格、標準或核照有關之事宜。此等承諾應列於會員之承諾表內。

此提案 6 月初在杜哈談判機構會議進行討論，亦在巴黎召開的 OECD 非正式部長級會議上提出，韓國和南非表達支持，但印度、南非、ACP 國家（非洲-加勒比海和太平洋地區國家）認為在考量新議題前，應先處理杜哈工作計畫下待決之既定議題。[76]

[76] Washington Trade Daily, The EU's E-Commerce Plan, Volume 26, Number 106, 29 May 2017.

八、各國對臺灣 2017 年 10 月在 JOB/GC/128 和 JOB/GC/129 提案表達之意見

臺灣強調相互平等接觸和消除障礙的重要性，這可能有助於公平。增加對 ICT 基礎設施和服務的獲取對於解決數位鴻溝至關重要，同時使規則透明對企業準備進入未來可能的市場非常重要；利用演譯方法（deductive approach）非以歸納方法來闡明數位貿易的基本問題；網路空間貿易障礙影響消費者資訊上的不足；與 MC11 的提案無關，只是為了澄清思路。

日本代表整體上支持臺灣在這兩份文件之分析；韓國表示支持並提出兩項問題。第一，是否需要重新編寫貿易規則手冊以反應此種變化。第二，會員們提出有關於電子商務相關提案和建議，有些議題例如：電子支付或電子簽章，韓國希望可以聽取會員們更多的意見；澳洲表示支持並期待更進一步討論；紐西蘭表示支持，該國認為許多貿易問題的確是來自於傳統貿易上的突變變化，也帶來了監管上的挑戰。此外，貿易障礙對於電子商務模式的影響可能會有所不同或是更是有害；印度表示支持，該國鼓勵透過理論和分析架構來了解技術轉型和開放電子商務的潛力。該國亦認同關於 3D 列印在內的數位技術是有可能進行貿易模式上的改變，並且也為跨境貿易帶來新的挑戰；美國表示支持並認為提案內容周到，強調進一步檢視貿易規則如何支持數位貿易所提供的機會，並且能夠了解貿易障礙會如何影響到數位貿易的成長；加拿大表示支持，並期待與會員們繼續就服務貿易相關政策進行交流；墨西哥表示支持，臺灣的兩項提案有助於未來電子商務的討論；挪威表示支持，在電子商務領域的討論能夠以另外一種方式來進行。

中國大陸表示 1998 年工作計劃授權會員進行討論電子商務的貿易相關方面，而不是提案中使用的數位貿易。南非感謝中國大陸的貢獻和台灣的交流和介紹，並指出對分享經驗和討論非常感興趣。

第三節　電子商務工作計畫-舉行電子商務專題研討會

臺灣於 2015 年 6 月份建議在服務貿易理事會下組織有關電子商務的貿易政策問題研討會。此外，臺灣亦提出個人訊息保護和電子商務發展的意見交流，其他各國表示歡迎此意見的提出，但與會其他國家希望臺灣能夠就隱私保護架構的內容提出進一步的解釋。[77]

一、臺灣與 13 個會員之提案-針對會員提議理事會舉行電子商務專題研討會（RD/SERV/133/Rev.1）[78]

臺灣連同澳洲、哥倫比亞、香港、以色列、韓國、墨西哥、巴拿馬、新加坡和美國於服務貿易理事會提議電子商務研討會之架構文件（RD/SERV/133/REV.1），包括研討會之目的與三個場次所要討論之議題。[79]我國並建議此研討會於 2017 年上半年服務貿易理事會（CTS）週期間舉行。第一場次將從私營部門的角度介紹電子商務所遭遇到的挑戰與可能帶來的利益。第二場次將討論現有關於電子商務的多邊貿易規章制度，以及現存制度不足之處。第三場次的重點將是如何確保合法監管和促進電子商務發展之間的平衡。提案國家認為如果可以擴大電子商務的機會，其將是全球貿易成長新浪潮的關鍵。

巴西、巴拉圭、孟加拉、韓國、阿根廷、哥倫比亞、奈及利亞、新加坡、智利、墨西哥、日本、香港、歐盟、塞席爾、祕魯、沙烏地阿拉伯與卡達等會員表示完全支持在服務貿易總理事會下舉辦電子商務研討會的想法，許多相關議題需要討論與理解。孟加拉也支持研討會能夠改善會員對電子貿易的

---

[77] 服務貿易理事會 2015 年度報告，S/C/48。
[78] 2016 年 10 月 7 日會議報告，S/C/M/128。
[79] 2016 年 10 月 7 日會議報告，S/C/M/128。

認識與了解，並建議可以邀請其他國際組織將有助於討論。阿根廷認為研討會可以超越已開發國家與開發中國家之間差距，第二、這是一個可以幫助縮短中小企業與大企業的工具。哥倫比亞與香港鼓勵會員參與，認為會員需多分享與交流。加拿大表示，若此文件再次分送，願意連署我國提案，同時表示研討會將縮短會員間對電子商務議題資訊落差。紐西蘭表示期待參加未來擬議的會議，電子商務是新興議題，紐西蘭會仔細研究，並了解 WTO 未來在此議題能夠可以做些甚麼努力。烏拉圭表示會就問題內容進行研究。南非並未收到提案，但會在之後的會議回覆。摩爾多瓦有興趣推動服務領域的電子商務以及推動中小型企業參與全球價值鏈中。

印度、孟加拉、烏干達關切數位落差，並不願電商研討會結果導向貿易規則談判。印度強調其不同意理事會舉辦電子商務研討會並表示，會員間對電子商務議題存在資訊落差，應優先處理技術性問題，貿易 12 規則為次要。印度認為會員需要以智慧的方式做出回應，不能急於談判一套新的電子貿易規則。開發中國家和已開發國家之間的認知有落差，大多數開發中國家正在努力解決電力問題、改善網際網路連結問題、加強頻寬和改善金融基礎設施，但已開發國家則是提出電子商務的規則制定問題。埃及亦表達類似意見，開發中國家在電子商務的技術和法律上都落後於其他國家，應該在研討會中加以討論。

俄羅斯表示，電子商務屬於跨領域議題，會員需要清楚了解電子商務的範疇在哪裡並且了解如何做處理，應在專責會議中討論，以處理水平承諾議題。中國大陸表示，電子商務涉及貨品、服務與發展等其他跨領域議題，建議會員可以就相關委員會與專責會議中舉辦研討會，未來將對我國所提的議程內容給與評論建議。

臺灣回應會員發言表示，研討會的目的是要將會員能夠在會議中了解電子商務如何不斷演變以及如何對傳統貿易帶來挑戰。臺灣願與有其他不同意見之會員進行諮商與討論，並請秘書處依據會員評論意見草擬研討會議程。

二、臺灣與 13 個會員之提案-針對會員提議理事會舉行電子商務專題研討會（RD/SERV/133/Rev.2）[80]

南非就議程提出 4 點意見，第一：TPP 及其他沒有生效的協議不應該進入研討會；第二：可由會員說明目前採取之措施，協助在電子商務的能力建構；第三：可探討新科技發展帶來之挑戰（如媒體平台、避稅問題）；第四：本研討會僅在意見交流與分享，不應在 WTO 導向啟動談判。

奈及利亞、印度、玻利維亞、厄瓜多、埃及、巴西、 烏干達等會員亦紛紛發言支持南非意見。奈及利亞表示研討會的目的須著重在探索電子商務潛力和實現合法監管目標之間的平衡。印度願意將就其經驗在研討會做分享。玻利維亞針對議程只提及電子商務的機會和好處，該國認為應該針對電子商務所遭遇的挑戰方面多加著墨，因為這對開發中國家尤其重要。埃及表示彌補電子商務的實施方上的知識差距也是相當重要，尤其能夠從經驗中學習到教訓。關於議程建議，可以包含電子商務對國內服務供應商的影響，要有多少的數位上進步才能夠改變貿易模式和生產，以及區域市場相關的挑戰和面對越來越多的跨境電子商務整合。烏干達表示研討會的內容應該保持在 WTO 場域之內，關於稅收等議題不應該處理，而在模式四的議題研討會應該平等處理各國，此外低度開發等國家對於模式四議題表達濃厚的興趣。

中國大陸表示支持就電子商務進行經驗分享，惟電子商務屬於跨領域議題（cross-cutting），不應僅限於特定議題之討論，建議在相關委員會，如貨品貿易理事會(Council for Trade in Goods, CTG)、貿易與發展委員會(CTD)等亦召開研討會。

歐盟、紐西蘭認為電子商務貿易相關準則之建立非常 重要，應可自現存之 GATS 規範加以探討，並特別考量對 於中小企業之發展。紐西蘭並認

[80] 2016 年 11 月 25 日會議報告，S/C/M/129。

為瞭解制定電子商務規則的環境非常重要，其規則適用存在差距，同時涉及會員對於電子商務的反應以及全球電子商務環境面對特殊監管問題的挑戰。

加拿大、哥倫比亞、巴拉圭、土耳其亦強調支持舉辦 電子商務研討會，並認為可達到具成果之討論。巴拉圭對於透明度和監管架構上提出問題，並強調要清楚地了解如何處理付款和物流服務的方式。土耳其認為現存的GATS 完全無法解決電子商務問題，該國對於資料機密性、消費者保護、網路安全、使用網路、未經請求的通訊、智慧財產權、身分驗證、電子支付、數位簽章、數據本地化等問題非常重視。

我國表示感謝主席推動此議題之努力，並歡迎會員就提案所提之建議。關於奈及利亞關切邀請之講師部分，我國認為應視議程之安排而定，而議程探討市場自由化如何促進電子商務貿易便捷化，將邀請會員分享市場自由化如何促進基 礎設施發展，並帶動電子商務成長。

在 2016 年 11 月的服務貿易理事會會議上，理事會原則上已經同意舉辦台灣和共同提案國提出的電子商務專題研討會（Thematic Seminar on e-commerce）。WTO 秘書處於 2017 年 4 月參酌會員意見修正該研討會草案（JOB/SERV/256）並予分送，惟部分會員仍有其他評論意見，爰服務貿易理事會主席裁示於 MC11 後再行討論。研討會議程大要，請見附件二。

第四節　第十一屆部長會議電子商務提案

一、推動電子商務工作計畫：澳洲、加拿大、哥倫比亞、卡達、新加坡、汶萊、香港、中國大陸、韓國、寮國、馬來西亞、摩爾多瓦、緬甸、紐西蘭、奈及利亞、巴拿馬、瑞士、臺灣與哥斯大黎加提案（JOB/GC/132/Rev.3, 2017/10/06）

由澳洲、加拿大、哥倫比亞、卡達和新加坡於 2017 年 7 月 14 日第一次提出；汶萊、香港、中國大陸、韓國、寮國、馬來西亞、摩爾多瓦、緬甸、紐西蘭和奈及利亞於同年 7 月 26 日加入並提出修正；巴拿馬、瑞士與臺灣則於 9 月 22 日加入並提出修正案。哥斯大黎加於 10 月 6 日加入修正案。

自從第十屆部長會議以來，會員已經能夠分享電子商務分享的優先事項以及目前進程的觀點進行討論。會員對於促進監管架構、透明性、貿易便捷化、電子簽章和認證、無紙化環境、消費者保護、數據流通和電子支付進行經驗分享。大部分的議題在 2016 年已經於四個 WTO 常規機構中舉行，包含貨品貿易理事會（CTG）、服務貿易理事會（CTS）、智慧財產權理事會（TRIPS）和貿易發展委員會（CTD）。

在近期的討論中討論了電子商務固有的跨議題性質（cross-cutting nature），但由於各機構討論的孤立性質使得難以對電子商務有全面性的了解。例如，貨品、服務和智慧財產權之間與發展之間的議題有重疊性，而商品和服務之間的問題通常是有相互關聯，要區隔議題之間變得困難。因此即便 1998 年即有電子商務工作小組，但是因為數位貿易下的特殊性質使得在世界貿易組下的討論進展有限。

有鑑於電子商務日漸成為包容性經濟發展的重要動力，如何進一步明確地推動工作，如何進一步改善現行程序，應該關注那些議題以及如何便利會

員在前進的道路上達成具體的建議。自第 10 屆部長會議中，會員應該反思與建立討論並且可能確認以下：(1) 改進流程 (2)若有任何會員想要再進一步提出與改善之利益。

二、電子商務工作計畫：俄羅斯（JOB/GC/137, 2017/10/6）

俄羅斯於 2017 年 10 月 5 日的 JOB/GC/137 文件中，率先建議部長會議決議草案內容，可以包括以下 7 點：

1. 在總理事會的主持下設立電子商務工作小組（以下簡稱「工作小組」），履行必要的職能，確保有效延續電子商務議題的工作，並提供會員適當論壇討論電子商務議題及其發展，包括制定國際規則的可能性。指導總理事會於 2018 年 2 月建立電子商務工作小組並任命主席，屆時第一次會議須完成工作計畫以及會議之議程。

2. 指示總理事會在 2018 年 2 月的第一次會議上成立電子商務工作小組，並任命其主席。工作小組第一次會議應商定工作計畫和會議時間表。工作小組可以要求 WTO 與電子商務主管權限相關之組織提出特定需求的協助，且 WTO 的相關權責機構要向電子商務工作小組回報成果。

3. 會員應提交工作小組討論的議題。主題可以包括但不限於以下內容：範圍和定義、WTO 法律架構中現有適用的規則和差距、電子商務面臨之障礙、建立信心、貿易便捷化措施、透明度、增加開發中會員的參與，以及智慧財產權。指示總理事會根據工作小組所提交的綜合報告，定期審查 2018 年 7 月和 2019 年 7 月的會議進度情況，其結果將於下屆部長會議提出。

4. 工作小組可具體要求 WTO 機構在其職權範圍內提供協助，這些機構應向工作小組提出進度報告。

5. 在工作小組內，任何與貿易有關之電子商務討論，應盡可能考慮消費者、監管機構和民營部門的意見，以平衡與符合正當利益。

6. 指示總理事會定期對 2018 年 7 月、12 月及 2019 年 7 月工作小組提交的會議進展綜合報告進行審查，並對下一屆部長會議提交報告。

7. 目前在電子傳輸方面不徵收關稅的做法，將維持至 2019 年部長會議為止。

三、電子商務工作計畫：香港、中國大陸、日本與臺灣（JOB/GC/138, 2017/10/6）

有鑑於數位科技在過去 20 年的快速進展並影響了商業活動的各個層面，對於開發中國家和微中小型也帶來了機會和挑戰，因此決議中包含如下：

1. 會員同意設立電子商務工作小組，職責包含是否有必要說明或加強現行 WTO 規則。在進行評估的過程中，會員可以參考第 10 屆部長會議研討會的相關內容，並考慮到透明度、監管架構、公開與公平的貿易環境以及發展問題等。

2. 工作小組應在 2019 年的第一次會議向總理事會報告結果，會員需根據評估結果決定開啟談判。

3. 會員維持目前作法，直至下屆會議前對於電子傳輸不徵收關稅。

四、電子商務工作計畫：哥斯大黎加（JOB/GC/139, 2017/10/10）

評估開發中國家在電子商務的需求以及促進所面臨的挑戰和機會能夠聚焦談話，其內容如下：

1. WTO 電子商務的發展議程應識別出開發中國家的需求優先順序，

包含低度開發國家、內陸發展中國家和小島開發中國家。

2. 議程需充分利用國際和區域機構合作的專業知識能力：

(1) 要求秘書長與聯合國貿易和發展會議秘書（Secretary-General of UNCTAD）、國際貿易委員會執行主任合作與世界銀行行長合作與協調，利用其機構和其他國際組織的專業知識準備下列第 3 點中之主題，此將有助於各國討論。

(2) 考量到不同區域電子商務發展的狀況以及所面對的挑戰和優先順序，區域內的金融機構提供資金投入以弭補差距。

3. 會員需聚焦於以下六個重點：

(1) 資訊通訊技術基礎設施和服務（ICT Infrastructure and Services）：如何以貿易來縮小各區域間的數位差距？特別考量到永續發展目標中的 9(c) 所提：致力於 2020 年前提供低度開發國家能夠負擔得起網際網路的使用。

(2) 貿易物流（Trade Logistics）：要如何促進開發中國家，特別是低度開發國家，透過透明與可預測性與有利的電子商務條件以簡化出口的海關程序至已開發國家。

(3) 支付解決方案（Payment Solutions）：如何促進行動支付服務以推進金融服務在國際間的相容性，確保電子商務在商品和服務的國際支付?

(4) 法律和監管架構（Legal and Regulatory Frameworks）：如何透過完善的消費者保護、數據保護和安全的跨境數據交換等相關問題以改善電子商務有利之環境？

(5) 電子商務技能發展與技術援助（E-commerce Skills Development and Technical Assistance）：WTO、國際貿易委員會（ITC）和聯合國貿易暨發展會議（UNCTAD）以及其他相關國際組織如何改善電子商務成熟度與特別關注在微中小型企業上的策略援助？

(6) 資金取得（Access to Finance）：要如何促進取得電子商務相關的資金援助，特別是針對微中小型企業和低度開發國家？

4. WTO 和其他相關國際組織應將跨境電子商務相關訊息整合至會議議程中。

5. 根據電子商務促進發展議程所完成的綜合工作報告需提交給總理會，並於下屆部長級會議提出進度報告。電子商務工作小組應向總理事會提出針對上述第 3 點提出建議。

五、電子商務工作計畫：澳洲、加拿大、智利、歐盟、韓國、墨西哥、蒙特內哥羅、挪威和巴拉圭（JOB/GC/140/Rev.1, 2017/10/27）

決議重點有：

1. 成立電子商務工作小組，此小組須根據會員的提案建議以準備電子商務貿易相關籌備與進行談判。

2. 電子工作小組應制定自己的程序內容，定期向總理事會報告。工作小組需於 2018 年 3 月 31 日前舉行第一次會議。

3. 2018 年的第一屆總理事會應任命工作組主席。

4. 會員維持目前作法，直至下屆會議 2019 年前對於電子傳輸不徵收關稅。

六、電子商務元素第 11 屆部長級會議：中國大陸（JOB/GC/142, 2017/10/19）

會員普遍認為在 WTO 架構下討論電子商務議題的重要性，並了解對於會員在不同的經濟發展階段，電子商務所帶來的貿易和經濟成長之機會與挑戰。因此第 11 屆部長會議即是要在此基礎下找出會員們能夠所接受的電子

商務元素，這些內容就會反應在電子商務工作計畫中並作為日後工作的重要部分。討論內容共有以下 6 個重點：

1.凍結電子傳輸課徵關稅（On the Moratorium of Customs Duties on Electronic Transmissions）

電子商務為特別是開發中國家、微中小型企業和弱勢團體帶來前所未有的商機，而為了充分利用電子商務所帶來的便利性，促進包容性的貿易發展以及考量到未來科技發展的不確定性與影響，會員決定直至下屆會議 2019 年前對於電子傳輸不徵收關稅。

2.跨境電子商務（Facilitation Cross-border E-commerce）

隨著全球電子商務的快速發展，在不同的海關地區越來越多是以電子化的方式完成支付、物流和其他商業流程，電子商務已經改變了貨物貿易。自由貿易區（free zones）和海關保稅倉庫（customs warehouses）允許相關貨物在進口處存放、拆包、分組、收集並重新包裝。在透過進口程序之後，按照電子交易指令，從免稅區和海關保稅倉庫遞送到買方手中。相同的方式亦可利用於出口流程，將貨品放置在自由區和海關保稅倉庫的出口處，完成出口程序後遞送至進口目的地的買方手中。此種方式得以節省跨國物流和配送時間，提高買方和賣方之間的交易時間，減少監管部門的行政成本與提高作業效率。

3.促進無紙化貿易（Promoting Paperless Trading）

各會員應鼓勵推廣以無紙化貿易形式提高貿易之效率與降低交易成本，特別是在執行貿易便捷化協議以及鼓勵發展電子商務時，接受以電子形式所提交的貿易管理文件，其法律效力上同等於紙本形式，並且向公眾提供電子形式的貿易管理文件。

4.電子簽章、電子認證和電子契約（Electronic Signature, Electronic Authentication and Electronic Contracts）

會員在聯合國國際貿易法委員會（UNCITRAL）的基礎下，維持電子簽章的國內立法，允許電子交易之各方互相確認合適的電子簽章與認證方式，並且允許電子認證機構有機會向司法或行政當局證明其電子交易的電子認證是符合於法定上的相關要求，從法律上確認透過電子簽章締結合同之合法性。鼓勵會員之間在商業部門上使用數位證書形式，並且相互承認彼此的數位證書和數位簽章，以及鼓勵會員之間交流電子簽章、電子認證和電子契約的政策相關資訊。

5.透明度（Transparency）

為了使會員之間可以彼此了解電子商務政策，除了現有 WTO 協議下之要求，鼓勵各會員須努力提高在電子商務政策上的透明度，可向 WTO 秘書處提供相關法律與規定之原文，盡可能回應其他會員在貿易便捷化下，有關於促進跨境電子商務上的合理查詢。

6.開發與合作（Development and Co-operation）

電子商務工作須考慮到不同會員的發展狀況，促使開發中和低度開發國家能受益於電子商務的利用，協助偏遠地區的農民和微中小型企業進入國內和國際市場。

七、電子商務工作計畫：非洲國家集團（JOB/GC/144, 2017/10/20）

非洲團體認為電子商務工作計畫一直沒有經過充分的測試以保證在其架構中的變化。建立電子商為工作小組假設兩件事情：第一，在某些情況下不合目前的架構；第二，新的架構可以提供某種的加值。會員已經發現不論

是在總理事會或是在其他 WTO 組織下，在電子商務相關的討論進展已經非常緩慢。但非洲集團反對此種假設，因為它在 WTO 架構中並沒有任何法源根據，也違反了漸進式的自由化原則（the basic principle of progressive liberalization）。

非洲國家集團認為電子商務仍然存在許多尚未解決的問題，包括對 GATS 所謂技術中立性的立場持續分歧，以電子方式交付的產品特徵，新服務分類在服務協定起草當時不可預見，無法分辨產品的數位傳輸是屬於商品或是服務貿易，而新科技（如：3D 列印、AI 與機器人等）的興起亦無法也不容易作出明確的歸類。

迄今為止，已經有需多的提案，但支持者並不願意以任何有意義的方式去討論這些提案。或許，提案國未來是希望能夠創立一個單獨的論壇來加以討論，但非洲團體認為各國需要能夠去真實地面對支持國在當前的工作計畫下所提出的提案，並且在 WTO 下的各機構中進行實質性的討論。

非洲團體不論在電子商務工作計畫以及電子傳輸免關稅皆不是請求人（demandeurs），但非洲團體認為在工作計畫內一直被懸而未決的問題需被提出來討論與分享，但不應將電子傳輸免關稅的期間延長視為必然的。。

有些會員倡議電子商務新的多邊貿易規則是令人困惑的，因為多邊貿易規則正限制著國內政策空間和工作化之能力，在 GATT 成立之前，已工業化國家正是受益於貿易規則的缺乏並利用國內的政策空間達到效應。但由於 GATT 的協議使得這層彈性的空間被關閉，例如禁止使用當地內容的要求、工業補貼以及幼兒產業的保護等等。

非洲集團國家對於確保數據的自由流通、沒有數據本地化的要求、永久暫停關稅、不需接露源代碼以及禁止強制技術移轉等規定強烈的譴責。非洲國家認為工作小組的目的應該是當前這些新議題的溝通渠道，然後決定將來是否需要去制定這些議題。非洲集團並不支持任何的規則談判，也不支持制定任何電子商務的規則，該集團認為這並非是成熟的。

目前由會員正在討論的議題包含：（a）聯合國消費者保護準則，其中包含電子商務部分。（b）聯合國國際貿易法委員會電子簽章示範法（c）聯合國國際貿易法委員會電子商務示範法（d）未經請求之通訊執法網路以遏止未經請求商業電子訊息或垃圾郵件（Unsolicited Communications Enforcement Network to curb Unsolicited Commercial Electronic Messages, or Spam）。因此，在確定全球電子商務有關的貿易問題，必須檢視是否符合：第一，這些議題是否屬於 WTO 範圍中的「馬拉喀什協議」（Marrakech Agreement），其中提到「WTO 應提供在會員中貿易關係行為的共同組織架構」；第二，該議題是否在現存 WTO 協議下所涵蓋的工作計畫範圍。

非洲集團國家對於電子商務發展議程（E-Commerce for Development Agenda）提出以下幾點質疑：（a）在發展議程中是基於何種基礎選擇相關國際組織？當他們所提出的電子商務相關議題，未來 WTO 是否接受他們所進行中的工作？（b）此法展議程為何沒有提及國際電信聯盟（ITU）？因有 193 個國家屬於國際電信聯盟的會員，而其職責亦包含縮短各區域間的數位落差；（c）在所選定的國際組織，為何假設開發中國需要來自這些組織的訊息資料才能充分參與相關討論？非洲國家認為他們並不需要依賴此種安排；（d）為何區域組織需要去承擔彌補資金缺口，而非國際金融機構？（e）資訊通信科技基礎設施與服務貿易自由化有相關性的假設和非洲集團國家的現況並不相符。事實上需要透過有強壯的製造業基礎與相關部門的連結，製造業才是其他部門穩定成長的發動機，特別是服務部門，方可趕上新技術、產生經濟多元化與經濟上的結構性轉變；（f）開發中國家和低度開發國家難以從這種貿易便捷化受益，需要有一個具體的嘗試計畫讓開發中和低度開發國家得以成為電子傳送產品的出口國。因此，綜合上述，非洲集團國家認為現存的發展議程提案已經偏離了工作計畫所包含的市場開放和制定規則的議題，這將不會產生好的發展結果。

八、電子商務工作計畫：新加坡（JOB/GC/149, 2017/11/08）

自上屆會議以來，持續推動電子商務工作計畫。內容包含：電子商務專題討論會議（Dedicated Discussions）應與電子商務工作計畫內容一致，在會員的提案基礎下考慮與貿易有關的跨領域性質問題，涉及電子傳輸課徵關稅之議題應由專題討論會議審視。重申與工作計畫相關的四個有關機構：貨品貿易理事會（CTG）、服務貿易理事會（CTS）、貿易相關之智慧財產權理事會（TRIPs Council）與貿易發展委員會（CTD）以及各相關機構所審議之相關問題仍然保持不變。指示總理事會根據貨品貿易理事會（CTG）、服務貿易理事會（CTS）、貿易相關之智慧財產權理事會（TRIPs Council）、貿易發展委員會（CTD）與專題討論會議所提交的報告，在 2018 年 7 月至 2019 年 7 月間的會議定期進行檢視與評估，評估進展狀況並於下一屆部長會議考慮與採取與電子商務相關的可能措施。各會員仍然保持不對電子傳輸課徵關稅之作法直至 2019 年之下屆會議。

九、電子商務工作計畫：中國大陸（JOB/GC/150, 2017/11/10）

體認在 WTO 架構下深化討論的重要性，以便更好的理解電子商務對於不同發展階段會員的貿易成長和經濟進步所帶來的機遇和挑戰。重申總理事會在電子商務工作計畫下的核心作用；考慮電子商務的交叉性性質，在總理事會及其有關附屬機構的相關討論的同時，探討適當的重點橫向討論機制。

指示總理事會在 2018 年的第一次會議上任命專門討論主席，並在專門討論的第一次會議上商定工作計劃。專門討論來處理會員可以接受與貿易有關的電子商務元素，包括但不限於促進跨境電子商務、促進無紙貿易、透明度、及發展和合作。指示總理事會特別是通過貿易和發展委員會強調工作計劃中的發展層面，推進討論中出現的問題和電子商務不斷發展的應用以增強

經濟/發展機會，特別考慮發展中國家的情況。繼續審查微中小型企業獲得電子商務的機會和挑戰。

此外，指示總理事會在議程上保留一個常設議題，並繼續在 2018 年 7 月和 12 月以及 2019 年 7 月的會議上，根據 WTO 內部機構落實工作計劃和總理事會專門討論主席評估其進展並考慮任何建議，並在下屆部長級會議上審議與電子商務有關可能措施的任何建議。

第五節　小結

2015 至 2017 年 WTO 電子商務工作計畫提案與各國立場，如下所示：

表 3-5-1　2015 至 2017 年 WTO 電子商務工作計畫提案

項目	支持	反對	有意見
電子商務與貿易有關元素-監管架構	加拿大、智利、哥倫比亞、象牙海岸、歐盟、韓國、墨西哥、摩爾多瓦、蒙特內哥羅、巴拉圭、新加坡、土耳其、烏克蘭 歐盟認為 WTO 可在規則制定方面參與問題 烏克蘭支持增強跨境電子商務政策的透明度，支持會員國間交流有關提供相關服務的跨境電子商務交易和監管措施資訊 紐西蘭認為對照工作對於確定電子商務相關元素非常重要；日本贊同對照工作為會員國提供了有效討論的基礎；台灣贊+C5 同電子商務與貿易有關元素；新加坡認為制定法律和政策框架可以幫助支持電子商務，貿易規則為企業提供一個可預測的經營環境，使他們更有信心與海外市場進行貿易	南非代表以非洲集團的名義發言表示，歡迎按照電子商務工作計畫第 1.1 段的規定將意見提交給服務貿易理事會，但工作計畫項下的工作應該繼續基於現有的任務和指導方針；玻利維亞、古巴、委內瑞拉、LDC 集團表示電子商務對所有成員都很重要，但根據發展水平和經濟規模，面對不同的挑戰。	● 巴西提案應有適當的管制以提升消費者的信心。 ● 中國大陸和巴基斯坦著重電子商務跨境貨品貿易的透明度(加拿大、巴拉圭與哥倫比亞同意-市場進入不應構成電子商務討論的一部分;歐盟、土耳其、紐西蘭希望納入更多服務貿易內容；厄瓜多表示鑑於成員之間數位鴻溝巨大，不應該討論超出授權的問題)；電子簽章、電子認證、電子合約和電子發票(加拿大、歐盟和巴拉圭期待討論)提案；挪威支持提案，歡迎有關電子商務的各種意見，電子商務蓬勃發展的先決條件是對數位環境的高度信任，電子商務的透明度對商品和服務都至關重要；巴西提醒要注意傳統貿易和電子商務所產生貿易兩者間的不平衡；印度認為焦點需放在透過跨境電子商務所產生之貿易。 ● 歐盟的跨境電子交易認證和信賴服務提案；瑞士、日本、挪威表示支持，中國大陸表示反對。 ● 俄羅斯表示歡迎和支持成員為討論與電子商務有關問題所作的努力，有興趣討論。 ● 阿根廷、巴西和巴拉圭的電子簽章提案；歐盟、中國大陸、智利、澳洲、加拿大、印度、紐西蘭表示支持；新加坡、印度、古巴認為分享交流各國經驗是有益處的；烏克蘭贊成提高跨境電子商務政策的透明度，支持改善基礎設施和技術條件的建議。 ● 香港通過電子交易條例；香港與中國大陸廣東省簽發的電子簽名證書相互認可計劃。香港指出有興趣了解成員對歐盟提案問題的看法，並且願意積極參與討論 ● 印度認為隱私保護議題重要，應鼓勵各國採取或維持國內法律架構保護個人資訊，但法律架構不應對數據傳輸產生不必要的法律和行政障礙。印度

項目	支持	反對	有意見
			認為應該著重在「保護何種隱私和數據內容」而非在「如何去保護隱私和數據內容」。印度提出幾點需要澄清：(1)電子商務與數位貿易間的關係；(2)工作計畫中尚未定義的用語範圍；(3)如何分類電子商務交易；(4)如何統計國內與國際數位交易。印度表示歡迎，成員應該討論與 CTS 議程有關的工作計劃內容 ● 瑞士強調個人資訊的隱私保護在電子商務上的重要性。 ● 秘魯支持繼續討論電子商務問題，並採取一般性評論。日本表示歡迎，工作計劃應該繼續審查與貿易有關的提案，特別是加強網路連接和利用訊息通信技術和公共資訊網、移動電話的發展、電子交付軟體、雲計算，保密機密數據、隱私和消費者保護。中國大陸不一定同意某些與服務貿易有關元素的分類，並且與現有任務相一致或相關，但願意進一步討論
<u>電子商務與貿易有關元素-開放市場</u>	● 加拿大、智利、哥倫比亞、象牙海岸、歐盟、韓國、墨西哥、摩爾多瓦、蒙特內哥羅、巴拉圭、新加坡、土耳其、烏克蘭 ● 紐西蘭認為對照工作對於確定電子商務相關元素非常重要；日本贊同對照工作為會員國提供了有效討論的基礎；台灣贊同電子商務與貿易有關元素；新加坡認為制定法律和政策框架可以幫助支持電子商務，貿易規則為企業提供一個可預測的經營環境，使他們更有信心與海外市場進行貿易 摩爾多瓦共和國認為需要聚焦在電子商務與貿易有關元素第二個	巴西、智利、埃及、印度、南非、土耳其、加拿大(支持與探索會員國共同關係的議題)、巴拉圭、厄瓜多、玻利維亞主張電子商務工作計畫沒有任何談判任務，審查所有與電子商務有關的貿易相關問題 俄羅斯要求進一步澄清建議是否為重複承諾或是談判新的承諾	● 巴西提案電子商務議題應在服務貿易承諾表的模式一討論；避免不合理的電子商務科技移轉限制；稅務政策不應該在討論範圍。 ● 烏干達認為稅務議題非討論重點。 ● 美國、墨西哥與澳洲主張追求永久免徵關稅；澳洲鼓勵會員國延長暫停電子傳輸關稅延長至兩年以上，或是永久性的暫停。 ● 土耳其和哥倫比亞支持永久或延長暫停電子傳輸關稅。 美國的跨境資訊流和當地基礎設施、雲計算服務的覆蓋面提案；澳洲、瑞士、日本表示支持；加拿大支持關於跨境資訊流動和保護個人資料，反對雲計算服務的覆蓋面；智利認為應著重在貿易方面資訊流動，而非資料隱私問題；韓國認同雲端計算對於中小企業發展的重要性；歐盟認為雲端計算應被視為電腦及相關服務；巴西、印度、阿根廷表示反對。 ● 智利表示電子商務意味著新的規則和現實，重要的是解決這些問題，看其是否屬於服務貿易總協定的範圍。

項目	支持	反對	有意見
	項目開放市場和關於商品和服務的自由化承諾		● 巴西和阿根廷的電子商務和著作權提案：落實著作權規則施行和數位環境，透明性、權利義務平衡以及著作權屬地主義三項原則看法可能會趨同。香港指出有興趣了解成員對歐盟提案問題的看法，並且願意積極參與討論俄羅斯表示歡迎和支持成員為討論與電子商務有關問題所作的努力，有興趣討論。
電子商務與貿易有關元素-推動電子商務發展初步行動(貿易便捷化協定;貿易/技術援助;監管合作)	加拿大、智利、哥倫比亞、象牙海岸、歐盟、韓國、墨西哥、摩爾多瓦、蒙特內哥羅、巴拉圭、新加坡、土耳其、烏克蘭 紐西蘭認為對照工作對於確定電子商務相關元素非常重要；日本贊同對照工作為會員國提供了有效討論的基礎；台灣贊同電子商務與貿易有關元素；新加坡認為制定法律和政策框架可以幫助支持電子商務，貿易規則為企業提供一個可預測的經營環境，使他們更有信心與海外市場進行貿易	南非代表以非洲集團的名義發言表示，歡迎按照電子商務工作計畫第1.1段的規定將意見提交給服務貿易理事會，但工作計畫項下的工作應該繼續基於現有的任務和指導方針	東協表示重視貿易便捷化；香港指出有興趣了解成員對歐盟提案問題的看法，並且願意積極參與討論；俄羅斯表示歡迎和支持成員為討論與電子商務有關問題所作的努力，有興趣討論。

項目	支持	反對	有意見
電子商務與貿易有關元素-多邊貿易制度透明度	● 加拿大、智利、哥倫比亞、象牙海岸、歐盟、韓國、墨西哥、摩爾多瓦、蒙特內哥羅、巴拉圭、新加坡、土耳其、烏克蘭 ● 紐西蘭認為對照工作對於確定電子商務相關元素非常重要；日本贊同對照工作為會員國提供了有效討論的基礎；台灣贊同電子商務與貿易有關元素	南非代表以非洲集團的名義發言表示，歡迎按照電子商務工作計畫第1.1 段的規定將意見提交給服務貿易理事會，但工作計畫項下的工作應該繼續基於現有的任務和指導方針'	香港指出有興趣了解成員對歐盟提案問題的看法，並且願意積極參與討論；俄羅斯表示歡迎和支持成員為討論與電子商務有關問題所作的努力，有興趣討論。
發展/幫助微中小型企業/數位落差	● 汶萊,哥倫比亞,哥斯大黎加,香港,中國大陸,以色列,馬來西亞,墨西哥,奈及利亞,巴基斯坦,巴拿馬,卡達,塞席爾,新加坡,土耳其-利用提案討論他們感興趣的領域，包括利用電子商務實現可持續發展目標所面臨的挑戰。強化訊息和經驗分享使會員更好地瞭解電子商務，並確定 WTO 如何幫助他們實現電子商務的政策目標。發展層面應該是電子商務討論的核心，厄瓜多,玻利維亞,古巴,烏拉圭,南非,非洲集團,委內瑞拉,辛巴威,烏干達,泰國,巴西,加拿大,巴拉圭,東協成員國表示支持；斯威士蘭(Swaziland)表示服務貿易總		● 俄羅斯表示有興趣討論中小企業參與電子商務。俄國代表團建議，電子商務工作小組的任務應該是履行以下六項任務：討論有關電子商務的基本術語以達成共識、分析電子商務的範圍和覆蓋面、審查和分析 WTO 協定和有關電子商務的差距、探討解決跨部門問題、分析現有的電子商務障礙、編撰如何進一步進行審查多邊監管規則發展等方向的建議。 ● 挪威表示須考量到開發中國家與 LDC 國家等具體層面。 ● 台灣對新加坡等國提案表示歡迎，重申參與今後的討論；台灣認為 WTO 確保所有成員相互平等地訪問網際網路是非常重要和根本的。這種平等必須適用於交易的所有階段，特別是在交易和交易進行之前的任何階段，以及消費者和供應商的匹配。 ● 古巴贊同玻利維亞的聲明，即提交文件中所載的一些內容，例如基礎設施差距是重要的，但是認為提案處理方式並不是最合適的。此外，還有其他一些問題，包括在提案中缺失一些與發展中國家的緊急需求有關問題，因此仍需要進行詳細的分析

項目	支持	反對	有意見
	協定沒有電子商務的任務授權 ● 香港支持電子商務與中小企業相關議題		
發展數位經濟有正面積極貢獻的方向	美國-確保跨境數據自由流動的重要性、防止對電腦設施的歧視或不必要的在地化限制性要求、 電子傳輸(包括數位產品)		● 中國大陸同意使用當地基礎建設以有效地監督，但本地化政策資訊共享是有用的。 ● 巴西表示應有適當的管制以提升消費者的信心。
數位貿易的範例轉換/反思電子商務資訊不足問題	● 臺灣強調相互平等接觸和消除障礙的重要性，這可能有助於公平。增加對 ICT 基礎設施和服務的獲取對於解決數位鴻溝至關重要，同時使規則透明對企業準備進入未來可能的市場非常重要；利用演譯方法（deductive approach）非以歸納方法來闡明數位貿易的基本問題；網路空間貿易障礙影響消費者資訊上的不足；與 MC11 的提案無關，只是為了澄清思路 ● 日本、南韓、澳大利亞、紐西蘭、印度、美國、加拿大、墨西哥、挪威表示支持		● 中國大陸表示 1998 年工作計劃授權會員進行討論電子商務的貿易相關方面，而不是提案中使用的數位貿易 ● 南非感謝中國大陸的貢獻和台灣的交流和介紹，並指出對分享經驗和討論非常感興趣

WTO 電子商務第 11 屆部長會議決議草案比較至今提案之異同，請見表 3-5-2 至表 3-5-5。俄羅斯、哥斯大黎加、歐盟、加拿大、澳洲、智利、南韓、墨西哥、蒙特內哥羅、挪威和巴拉圭等國家提案主張設立負責電子商務工作的新機構；中國大陸表示在總理事會專門會議上進行高度優先的討論，或由所有會員商定的機構；但是盧旺達代表的非洲集團主張發展一項問題，認為貿易和發展委員會就可負責執行，反對設立新機構。因此，目前兩極化情況就要看主張設立新機構國家的協商能力，若無法解決就會形成模糊的字眼，很可能是由總理事會設專門討論會議，探討適當的重點橫向討論機制，整體處理電子商務的交叉性性質。

現有提案主要內容，有多邊貿易制度透明度、監管架構（強化透明度、消費者信心強化措施、貿易促進措施）、公開和公平的貿易環境（確保措施透明度）、以及推動電子商務發展（貿易便捷化協定/進一步關務便捷化措施/無紙貿易、貿易/技術援助、成員和/或監管機構之間的監管合作）等問題。在原有 WTO 談判架構下意見交換本來就不限於發展問題，故未來進展也不會只討論發展問題。至於，電子商務市場開放問題和談判，預期在其他問題未找出改善討論程序和方法前，應該不會納入到第 11 屆電子商務部長會議決議草案內容中。

表 3-5-2　WTO 電子商務部長會議決議草案 137 和 138 號提案

	俄羅斯 JOB/GC/137 6 October 2017	港日台 JOB/GC/138 6 October 2017
前言		認識到在過去 20 年中，數位化的進步已經改變了商業活動的各個方面；認識到發展中國家成員以及通過電子商業促進可持續和包容性成長的微中小型企業（MSMEs）的獨特挑戰和機遇；和認識到現行 WTO 協議適用於電子商務
新機構		
建立	是，在總理事會的主持下	是，成員同意設立電子商務工作組
主席/工作計畫	指示總理事會在 2018 年 2 月的第一次會議上成立電子商務工作小組，並任命其主席。工作小組第一次會議應商定工作計畫和會議時間表	N/A
指令	提供會員適當論壇討論電子商務議	電子商務工作組進行一年的評估決定

	俄羅斯 JOB/GC/137 6 October 2017	港日台 JOB/GC/138 6 October 2017
	題及其發展，包括制定國際規則的可能性	是否有必要澄清或加強現行 WTO 規則
重點領域	會員應提交工作小組討論的議題；主題可以包括範圍和定義、WTO 法律架構中現有適用的規則和差距、電子商務面臨之障礙、建立信心、貿易便捷化措施、透明度、增加開發中會員的參與，以及智慧財產權。在工作小組內，任何與貿易有關之電子商務討論，應盡可能考慮消費者、監管機構和民營部門的意見，以平衡與符合正當利益	可參考相關提案或研討會等，並考慮透明度、監管架構、公開和公平的貿易環境以及發展等問題
相關機構	工作小組可具體要求 WTO 機構在其職權範圍內提供協助	N/A
時間表	指示總理事會定期對 2018 年 7 月、12 月及 2019 年 7 月工作小組提交的會議進展綜合報告進行審查；向 12 屆部長會議提交報告	2019 年 1 月向總理事會報告，會員根據評估結果可以決定立即開始談判
與現有工作計畫之關係	N/A	工作計畫仍存在
稅務暫緩	延期 2 年	延期 2 年，會員將維持目前的做法，在下屆會議之前不對電子傳輸徵收關稅

表 3-5-3 WTO 電子商務部長會議決議草案 139 和 140 號提案

	哥斯大黎加 JOB/GC/139 10 October 2017	歐盟、加拿大、澳洲、智利、南韓、墨西哥、蒙特內哥羅、挪威和巴拉圭 9 國 JOB/GC/140 16 October 2017
前言	馬拉克什協議的第九條第一款：會員為達到國家政策目標有權力維持監管環境，以及開發中國家的特殊需求以行使此項權力	
新機構		
建立	是	是
主席/工作計畫	N/A	工作小組應該設立自己的程序；總理事會在 2018 年的第一次會議應任命主席。
指令	依據發展議程評估開發中國家的需求	以成員國提案為基礎進行準備和推動談判
重點領域	發展議程著重在資訊通訊技術基礎設施和服務、貿易物流、支付解決方案、法律和監管架構、電子商務技能發展與技術援助、資金取得；議程也包含與相關國際和區域組織的合作	N/A
相關機構	N/A	N/A

	哥斯大黎加 JOB/GC/139 10 October 2017	**歐盟、加拿大、澳洲、智利、南韓、墨西哥、蒙特內哥羅、挪威和巴拉圭 9 國 JOB/GC/140 16 October 2017**
時間表	向 12 屆部長會議提交報告	工作小組預計於 2018 年 3 月底前召開第一次會議
與現有工作計畫之關係	工作計畫仍存在	以電子商務工作計畫為基礎建立
稅務暫緩	延期 2 年	延期 2 年

表 3-5-4 WTO 電子商務部長會議決議草案 142 和 144 號提案

	中國大陸 JOB/GC/142 19 October 2017	**盧旺達 the African Group JOB/GC/144 20 October 2017**
前言	討論電子商務元素考慮以下 6 個重點：1. 凍結電子傳輸課徵關稅、2. 促進跨境電子商務、3. 促進無紙化貿易、4. 電子簽章、電子認證和電子契約、5. 透明度、6. 開發與合作	保持現行 1998 年電子商務工作計畫。其認為電子商務仍然存在許多尚未解決的問題，包括對 GATS 所謂技術中立性的立場持續分歧，以電子方式交付的產品特徵，新服務分類在服務協定起草當時不可預見，以及電子商務發展範疇
新機構		
建立	在總理事會專門會議上進行高度優先的討論，或由所有會員商定的機構	否。由下而上，並非由上而下。貿易和發展委員會可做到這一點。所有 WTO 機構負責執行工作計畫，電子商務促進發展議程是一個貿易自由化議程
主席/工作計畫	N/A	N/A
指令	N/A	N/A
重點領域	N/A	N/A
相關機構	N/A	N/A
時間表	N/A	N/A
與現有工作計畫之關係	N/A	N/A
稅務暫緩	目前在電子傳輸方面不徵收關稅的做法，將維持至 2019 年部長會議為止	延長關稅暫停期間不應該被視為必然的

表 3-5-5　WTO 電子商務部長會議決議草案 149 和 150 號提案

	新加坡 JOB/GC/149 8 November 2017	中國大陸 JOB/GC/150 10 November 2017
前言	重申繼續關注電子商務中的機遇和挑戰	體認在 WTO 架構下深化討論的重要性，以便更好的理解電子商務對於不同發展階段會員的貿易成長和經濟進步所帶來的機遇和挑戰
新機構		
建立	N/A	N/A
主席/工作計畫	N/A	指示總理事會在 2018 年的第一次會議上任命專門討論主席，並在專門討論的第一次會議上商定工作計劃
指令	N/A	重申總理事會在電子商務工作計畫下的核心作用；考慮電子商務的交叉性性質，在總理事會及其有關附屬機構的相關討論的同時，探討適當的重點橫向討論機制
重點領域	電子商務討論應根據會員任何與貿易有關議題的交叉性性質提案做考量，工作計畫對所有涉及電子傳輸徵收關稅應進行專門討論審視。專門討論應由總理事會主席或其指定的代表擔任主席，並遵循 WT / L / 161 號文件所載的總理事會議事規則	指示專門討論來處理會員可以接受與貿易有關的電子商務元素，包括但不限於促進跨境電子商務、促進無紙貿易、透明度、及發展和合作。指示總理事會特別是通過貿易和發展委員會強調工作計劃中的發展層面，推進討論中出現的問題和電子商務不斷發展的應用以增強經濟/發展機會，特別考慮發展中國家的情況。繼續審查微中小型企業獲得電子商務的機會和挑戰
相關機構	重申工作計畫下四個有關機構（貨物貿易理事會(CTG)、服務貿易理事會(CTS)、智財權理事會(TRIPS 理事會)和貿易和發展委員會(CTD)）的任務授權，各自負責審議的問題維持不變	總理事會及其有關附屬機構
時間表	根據貨品、服務、智財權、發展四理事會/委員會提交的報告進行討論，指示總理事會在 2018 年 7 月和 12 月及 2019 年 7 月的會議上定期進行審議；評估電子商務進展情況，並在 12 屆部長級會議上審議與其有關可能措施的任何建議	指示總理事會在議程上保留一個常設議題，並繼續在 2018 年 7 月和 12 月以及 2019 年 7 月的會議上，根據 WTO 內部機構落實工作計劃和總理事會專門討論主席評估其進展並考慮任何建議，並在下屆部長級會議上審議與電子商務有關可能措施的任何建議
與現有工作計畫之關係	繼續鼓舞電子商務工作計劃的積極工作	繼續開展電子商務工作計畫的積極工作
稅務暫緩	在 2019 年部長會議之前，將維持目前的做法，即不對電子傳輸徵收關稅	各位會員在 2019 年舉行下一屆會議之前，將繼續維持目前不對電子傳送徵收關稅的做法

第四章　數位貿易統計調查文獻回顧和問卷設計

第一節　數位貿易統計調查文獻回顧

一、美國數位貿易問卷調查之回顧

美國國際貿易委員會（ITC）係應美國國會參議院財政委員會（Senate Committee on Finance）之要求所進行之調查，於 2013 年與 2014 年出版兩冊《美國數位貿易和全球經濟報告》，目的在於了解數位貿易對於美國企業與經濟之影響。研究內容以兩方面進行：（1）使用公開的商業與經濟資料來進行統計分析，（2）以問卷調查檢視數位貿易相關障礙及模擬模型來估計整體經濟影響。

第一冊報告主要以現有經濟數據描述與回顧數位貿易在美國與全球的角色以及在商業和經濟層面上的影響。此份報告在檢視過去相關文獻、公開的商業和經濟數據以及其他相關資訊後，對產業與學術界代表在美國華盛頓進行了近 50 場的訪問。在美國的電子商務相關公開數據資料，主要來自於美國商務部（U.S. Department of Commerce, USDOC）中的經濟局（Bureau of Economics, BEA）與人口普查局（Census Bureau）。針對跨國比較，美國國際貿易委員會使用 OECD 在其成員國的國際服務貿易之調查數據。該研究亦使用 Bureau Van Dijk 的 Zephyr 全球企業購併資料庫、歐洲統計局（Eurostat）資料庫，以及金融時報（Financial Times）的 fDiMarkets 資料庫，以了解各家企業在世界各地新領域之投資。除此之外，報告內容亦參考出版發行的商業統計數據、行業協會、商業媒體、學術機構或其他獨立組織所編制之統計數據。

第一冊報告所描述的數位貿易透過網路所提供的產品與服務，包含有四

種方式：線上內容（如音樂、遊戲、影片與書籍）、社群媒體（如 Facebook 等）、網路平台-搜尋入口網站及雲服務（如 Google、Microsoft's Bing 與 Yahoo）和其他數位產品與服務使用網路技術（如手機 app）[81]。第一冊報告檢視相關數據，並分析數位貿易與網路科技在各產業所帶來的商業模式與消費習慣的轉變，對美國經濟和全球的作用，還概述了許多行業的企業如何使用網路和數位技術來生產和以更低的成本更高效地交付產品和服務，並更好地響應客戶喜好。

第二冊報告對企業在特定的產業類別，進行問卷調查並輔以數據分析方法，以提供更多數位貿易[82]目前在美國的相關資訊與其對經濟的貢獻。此份報告重點包含：（1）估計美國數位貿易的價值和潛在成長，並突出關鍵趨勢和對美國企業與就業的影響；（2）深入了解數位貿易對美國經濟更廣泛的聯繫和貢獻；（3）個案研究檢視數位貿易對於特定產業與中小型企業的影響。（4）檢視數位貿易相關障礙。其中，評估數位貿易對美國經濟貢獻之方法，相關指標有： GDP 和就業、消費者服務、出口、商業慣例、創新與生產力以及財務績效。

在分析國際貿易成本的資料來源方面，主要從全球投入產出資料庫（World Input-Output Database, WIOD）、世界銀行（World Bank）的世界發展指標（World Development Indicators）與國際貨幣基金（International Monetary Fund）的世界經濟展望（World Economic Outlook）進行研究分析。

此份報告從三個層面檢視數位貿易：企業層面、產業層面與整體經濟層面。企業層面，透過 10 個案例研究指出數位貿易的主要趨勢，包含網路技

---

[81] 數位貿易定義為美國國內商業和國際貿易是通過網際網路提供的產品和服務，但不包括實體商品的商業，如線上訂購的商品和具有數位對應物品的實體商品。例如，這裡定義的數位貿易包括數位圖書（電子圖書）、下載的軟件、下載或串流式音樂和電影，但不包括紙本書籍和 CD 或 DVD 形式出售的軟件、音樂和電影。

82 數位貿易定義為美國國內商業和國際貿易，其中網際網路和網際網路技術在訂購、生產或交付產品和服務方面發揮特別重要的作用。 這一定義被用來捕捉通過網際網路促成或發生的各種各樣的經濟活動。

術如何影響美國企業和消費者的成本結構、採購決策、創新活動以及如何促進國際貿易。個案研究共有三個主題：新的商業機會、大數據、全球競爭性和中小型企業。研究內容描述網路是如何改變企業的動態，企業是如何利用網路槓桿產生創新的洞察力，進一步改善產品、服務與橫跨產業的生產流程。而中小企業是如何透過網路科近促進國際貿易等。

產業層面，透過問卷針對 7 種數位密集型產業（Digitally Intensive Industries）[83]，見表 4-1-1，研究網路如何改變商業慣例、生產和銷售，以及企業在國外遭受到哪些數位貿易障礙。探討主要國際數位貿易所遭遇到的障礙並評估它們對美國數位密集型產業和經濟的影響。數位貿易在跨境交易所遭遇的障礙共有 7 種：在地化的要求（localization requirements）、市場進入的限制（market access limitations）、資料隱私與保護的要求（data privacy and protection requirements）、智慧財產權侵害（IPR infringement）、不確定的法律責任（uncertain legal liability）、公部門網路管制（censorship）以及符合海關要求（compliance with customs requirements）。

表 4-1-1　美國數位貿易問卷調查 7 種數位密集型產業

產業	包含部門
製造業 Manufacturing	化工、印刷、工業機械、金屬加工機械、發動機、電腦、電子、電力、配電、專業變壓器、繼電器和工業控制、運輸設備、醫療設備和用品
批發貿易 Wholesale trade	汽車和零件、電腦和電子設備以及服飾透過企業對企業（B2B） 電子市場之配銷
零售貿易 Retail trade	汽車和零件、家具、電子和電器、器械與服飾透過非商店零售商之零售銷售

[83] 麥肯錫全球研究所（McKinsey Global Institute）研究經濟體各部門的數位化進展，採用 27 個相關指數進行衡量，並且分類為數位資產（digital assets）、數位化使用情況（digital usage）、及勞動力數位化程度（digital labor）三個大類。美國數位密集型企業最為頻繁地使用網際網路進行內部通訊，並訂購產品和服務。

產業	包含部門
內容產業 Content Industries	出版業，包含：報紙、期刊、書籍、目錄與郵寄清單以及其他出版商；電影與錄音，包含影像與音樂製作與發行；廣播（網路除外）；新聞集團 不含專門網際網路廣播/出版
數位通訊 Digital Communications	軟體發行；資料處理、虛擬主機與相關服務；網路出版和廣播以及網路搜尋入口
金融與保險 Finance and insurance	主要從事金融或保險交易或促進此交易活動
其他服務 Services other than finance or insurance	會計；建築服務；工程服務；平面設計；電腦編程；電腦系統設計；行銷顧問服務；媒體採購代理商；旅遊安排與預定服務；快遞服務

資料來源：Digital Trade in the US and Global Economies

整體經濟層面，報告使用可計算一般均衡（Computable General Equilibrium, CGE）與全球貿易分析經濟模型（Global Trade Analysis Project, GTAP）評估數位貿易在生產力的增加與在國外障礙消除之影響。此模型衡量貿易政策或其他經濟活動中任何經濟淨影響的改變，並詳盡考慮到經濟體中更廣泛的連結。其主要內容為：

- 生產力增加的影響：GTAP 模型估計在網路生產力的影響與改善後，造成 GDP、工資和總體就業的經濟影響。此分析使用的估計值是將問卷回答中關於網際網路對生產力影響的回應予以加權而得，此估計值作為模型的輸入項目。
- 對國際貿易成本的影響：GTAP 模型用於估計網路科技對於國際貿易成本減少，造成 GDP、工資和總就業的經濟影響。國際貿易成本的降低，是透過通信與網路科技進步以更容易獲取資訊。此一估計的減少成本被用作 GTAP 模型的輸入項目。
- 對生產與貿易成本的綜合影響：使用 GTAP 模型估計生產力提高和由於使用網路對美國國內生產總值、工資和總體就業造成的成本降低的綜合經濟影響。

- 數位貿易在外國障礙的消除之影響：GTAP 模型估計消除美國數位貿易在國外障礙之移除，對於 GDP、工資和就業的總體經濟影響。此分析將問卷回答中關於移除外國障礙對於美國企業就業的影響，加權為模型估計量，並以之為輸入項目。

二、歐盟數位貿易問卷調查之回顧

歐盟理事會和歐洲議會 2000 年 6 月 8 日通過《關於內部市場中與資訊社會服務有關的若干法律問題特別是電子商務問題的 2000/31/EC 指令》，目標在於建立一個法律架構和運作原則（涉及資訊要求、商業通訊、透過電子手段締結的合同、中間服務提供者的責任），以確保成員國之間的資訊社會服務（information society services, 即網路服務）得以在歐盟內部市場自由地流通。

歐盟執委會 2005 年提交數位單一市場策略架構（Digital Single Market Strategy, DSM），目標是開啟數位經濟，創造開放、公平和無縫的網路環境，移除市場障礙，以期消費者可以自由選擇在歐盟各成員國之網上所提供的產品和服務進行購物。

歐盟執委會在 2010 年針對**歐盟內部市場未來電子商務和電子商務指令實施（2000/31/ EC）提出公眾諮詢**（enquiry[84]）。目的是消除資訊社會服務提供者的設立及在內部市場跨境提供線上服務之障礙，從而賦予企業和公民合法的確定性。調查問卷針對指令五個關鍵條款著手，即為發展跨境線上服務提供法律確定性、促進資訊社會服務提供者的發展、電子契約的管理架構、中介機構責任豁免的規定、歐盟之間的行政合作。

---

[84] European Commission, Directorate-General for Internal Market and Services, Public consultation on the future of electronic commerce in the internal market and the implementation of the Directive on electronic commerce (2000/31/EC), http://ec.europa.eu/internal_market/consultations/2010/e-commerce_en.htm.

歐盟執委會希望詳細研究電子商務交易成長有限的各種原因，為此執委會服務部門希望直接與有關方面進行磋商，並聽取有關對於下列事項各方的反饋和經驗：（1）成員國國內和跨境資訊社會服務的發展水準，（2）成員國的行政合作，（3）跨境線上商業通訊（特別是受監管行業），（4）線上新聞服務的發展，（5）中介機構責任豁免規定的解釋，（6）開發線上藥店服務，（7） 線上糾紛的解決。

另外，在單一市場策略架構（DSM）主張開放使消費者與廠商在歐洲地區取得數位商品與服務更為便利之目標下，歐盟執委會 2015 年 12 月和 2016 年 5 月提出兩項立法案，希望透過簡化、釐清和協調歐盟監管架構以促進電子商務。

第一項立法案包含兩項指令提案，一是提供數位內容（例如音樂匯流）[85]，另一是線上銷售商品（例如線上購買衣服）[86]。這兩個提案希望解決歐盟跨境電子商務的主要障礙：消費者契約法領域之法律不完備，導致企業特別是中小企業成本高昂，以及消費者對於從另一國家進行線上購買的信任度低。

第二項立法案包括三項法規草案和一份指引，關於**地緣阻礙（geo-blocking）和其他基於地理位置的限制破壞網路購物和跨境銷售的法規**[87]，旨在加強消費者權利落實的法規，確保線上或親自在歐盟其他國家購買產品和服務的客戶，在獲得價格、銷售或付款條件方面不因其國籍、居住地或成立地點而受歧視。第二項立法案也納入歐盟執委會開始採用「線上平

---

[85] Document Com （2015） 634 final dated 9 December 2015, Proposal for a directive on certain aspects concerning contracts for the supply of digital content. Viewed at: http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ TXT/PDF/?uri=CELEX:52015PC0634&from=EN.

86 Document Com（ 2015） 635 final dated 9 December 2015, Proposal for a directive on certain aspects concerning contracts for the online and other distance sales of goods. Viewed at: http://eur-lex.europa.eu/ legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52015PC0635&from=EN.

87 Document COM（2016） 289 final, dated 25 May 2016, Proposal for a regulation on addressing geo-blocking and other forms of discrimination based on customers' nationality, place of residence or place of establishment within the internal market and amending Regulation（EC）No. 2006/2004 and Directive 2009/22/EC. Viewed at: http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/16742.

台通信（Communication on Online Platforms）」，對網路平台的作用進行全面評估，制定執委會在線上平台的政策方法，並確定方案或有進一步評估必要的領域。執委會還針對線上平台中 B2B 運作進行事實調查。例如分析網路平台的某些業務用戶是否遇到平台的不公平待遇。同時執委會也採取措施，使中介機構根據電子商務指令無法免除責任，對於打擊非法數位內容更加有效。對此，政策方針是透過維持健全生態系統，適用對象為包括所有積極從事電子商務活動者，以確保平台商業模式平衡的發展。

跨境包裹遞送服務法規草案[88]的目的是提高價格透明度和對跨境包裹遞送服務的監管，以便消費者和零售商能夠從更實惠的交易和退回選項中獲益，甚至包裹是來自周邊地區。郵政經營者向另一個成員國交付小包裹的價格平均比國內價格高出三至五倍，價格高與實際成本並沒有明確的關聯。執委會未提出價格的上限，價格監管只是一種手段，執委會將在 2019 年評估是否需要採取進一步措施。該法規將提供監管機構監測跨境市場所需的數據，並檢查價格的負擔能力和成本取向，並鼓勵競爭，要求透明和非歧視，以利於那些想擴大跨國界的包裹運輸服務提供者獲得跨境包裹遞送服務和基礎設施。透過現有服務提供者之跨境網路，將能夠從規模經濟中受益，而這些網路也應鼓勵新進入者或現有(國內)供應商進行擴張，從而產生更多的競爭。執委會將公佈全球服務提供商的價格，以提高同業競爭和關稅透明度。

關於負責執法的國家主管部門之間的合作法規草案[89]，係旨在改革執法機關權力和合作方式的消費者保護合作（the Consumer Protection Cooperation, CPC）規範。新法規將給國家當局提供更多權力，以有效執行消費者權益，其可檢查網站是否阻礙消費者或提供不符合歐盟規則的售後條件、命令立即收購託管網站、要求域名註冊商和銀行提供資訊以檢測應負責

---

88 Document COM（2016） 285 final, dated 25 May 2015, Proposal for a regulation on cross-border parcel delivery services. Viewed at: http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/16805.

89 Document COM （2016） 283 final, dated 25 May 2016, Proposal for a regulation on cooperation between national authorities responsible for the enforcement of consumer protection laws. Viewed at: http://ec.europa. eu/consumers/consumer_rights/unfair-trade/docs/cpc-revision-proposal_en.pdf.

任的交易者身份。若歐盟範圍內的消費者權利遭到損害，執委會將與國家執法機構協調共同行動，制止這些做法。其將確保快速保護消費者，同時為成員國和企業節省時間和資源。

關於不公平商業行為的最新指引旨在針對數位世界中企業與消費者（B2C）交易中的不公平商業行為，釐清不公平商業行為指令之適用[90]，例如，任何有資格成為交易者並且向消費者推銷或銷售商品、服務或數位內容的線上平台，都必須確保其商業行為完全符合歐盟消費者法。平台必須明確規定不適用於出售私人商品，而搜索引擎須明確區分付費定位與自然搜索結果。指引中並納入利害關係人間自律原則：一種有助於遵守指令，另一種將有助於執行不公平商業行為規則，反對誤導和多餘的環境要求。

歐盟執委會於 2015 年 5 月 6 日對歐盟消費品和數位內容的電子商務進行行業調查[91]。執委會因為電子商務的快速發展會影響到消費者和企業，所以進行電子商務部門的調查來了解當前市場趨勢，並收集與電子商務成長相關的競爭障礙證據，以利了解某些商業慣例的普遍性及其基本原理，並能確定執行歐盟競爭規則的優先事項。

三、亞太經合組織使用跨境電子商務問卷調查之回顧

亞太經合組織（Asia-Pacific Economic Cooperation, APEC）一直以來即認知電子商務具有擴大商機的潛力，並能夠促進微中小型企業參與全球商業活動。根據 WTO 於 1999 年的估計，在 3 億的網路使用者當中，有四分之一的用戶使用網路來支付商品服務達 1,100 億美元。至 2013 年的統計中，全球企業對消費者的電子商務銷售額更超過 1.25 兆美元。因此，資訊通訊技術（ICT）以及網路的進步，目前正引領著全球電子商務前所未有的發展。

---

[90] Document SWD （2016） 163 final, dated 25 may 2016, Commission staff working document guidance on the implementation/application of Directive 2005/29/EC on unfair commercial practices. Viewed at: http://ec.europa.eu/justice/consumer-marketing/files/ucp_guidance_en.pdf.

91 http://ec.europa.eu/competition/antitrust/sector_inquiries_e_commerce.html.

此外，透過網際網路的新型態貿易，特別是透過手機等穿戴裝置的網際網路交易，促使微中小型企業能夠以較低的貿易成本輕易地連結海外市場之消費者。電子商務成為微中小型企業參與全球市場價值鏈一部分的重要手段，並且有助於實現亞太地區持續性和包容性的成長與發展。

APEC 領導人和部長會議在 1998 年採取通過電子商務行動計劃藍圖（Blueprint for Action on Electronic Commerce），於 1999 年成立的電子商務指導小組（ECSG）。然而，儘管電子商務創造了新的成長機會，當微中小型企業嘗試透過電子商務跨境交易以出口其商品與服務，他們仍然面臨了許多障礙和困難，如成立線上購物中心和使用線上平台、使用物流與支付系統等。微中小型企業通常並沒有足夠的能力與金錢以克服這些障礙和困難，故 APEC 成員國應該合作，共同建立有利於促進微中小型企業能夠參與跨境電子商務的監管與政策環境，並同時推動有助於發展出電子商務有利環境的機制。

在此時空背景情況下，於 2015 年在菲律賓所舉行的 APEC 貿易部長會議（Ministers Responsible for Trade, MRT）中「長灘島行動計畫」之微中小型企業全球化（Boracay Action Agenda to Globalize MSMEs, BAA）中，電子商務被選為優先合作領域之中的一項。「長灘島行動計畫」的實施更確定了辨認和促進電子商務創造有利環境的政策和監管架構，解決限制微中小型企業參與電子商務能力的不必要規定作為優先行動之一。

APEC 部長會議認知到電子商務作為微中小型企業參與全球市場之媒介是扮演重要的角色。APEC 企業諮詢委員會議（APEC Business Advisory Committee, ABAC）為未來各國領袖的合作提出珍貴建議，其主旨為「APEC 電子商務跨境貿易推動經濟成長計畫」（Driving Economic Growth Through Cross-Broder E-Commerce in APEC）。在此背景之下，各國部長樂見促進電子商務使微中小型企業全球化，並指示於 2016 年開始實施該工作計劃（Promoting E-Commerce to Globalize MSMEs）。該計畫的成立有以下目標：

- 確立微中小型企業在監管與政策角度下，其參與跨境電子商務的障礙與困難。
- 探索目前所確立的障礙和困難中，促進有助於電子商務環境的政策和監管架構方法。
- 制定一套可以指引發展 APEC 能力建構項目（APEC-wide capacity building projects）的建議，目標在促使微中小型企業透過電子商務全球化。

此工作計畫預期進行的方式為：

- 以文獻回顧的方式進行，確認可能存在的障礙和困難，制定所需要的政策行動來推動微中小型企業參與跨境電子商務。
- 在過去 APEC 各級工作論壇中，進行盤點跨境電子商務的執行成果，作為未來分析上的研究資源。
- 與 APEC 各會員體的政策制訂者和利益相關團體，進行調查或焦點小組討論以補充文獻回顧之成果。
- 收集相關成功案例和最佳解決方法以為跨境電子商務創造個好的政策環境。

透過此些活動，本項目將致力於：

- 評估在國內和國際架構下對於電子商務政策和監管的影響。
- 設法減輕國內和國際架構下所帶來的負面影響，並同時促進電子商務政策和監管所帶來的正面積極影響。
- 將新興電子商務技術趨勢納入考量。

此外，此計畫將致力於：

- 與 APEC 政策支援小組（PSU）密切合作。
- 尋求與 APEC 各會員體間，確認其在跨境電子商務之障礙的共識。

- 與其他 APEC 組織論壇，如：電子商務指導小組（ECSG）、中小企業工作小組（Small and Medium Enterprises Working Group, SMEWG）與網際網路經濟專案指導小組（AHSGIE），將其政策上的報告與結果進行整合。

上述提議內容將於 2016 年至 2017 年內進行，該計畫將會向第 3 次貿易暨投資委員會（CTI）更新內容，並於 2016 年向 APEC 總結資深官員會議（CSOM）和部長級年會（Annual Ministerial Meetings, AMM）提交一份簡短的進度報告，而最終成果將於 2017 年提交。

2017 年以後，工作計畫將於貿易暨投資委員會（CTI）展開一系列的能力建構項目，以實施本項目所提出的多項建議內容。同此階段，APEC 亦將尋求交流合作的機會。此工作計畫時間表 4-1-2，如下：

表 4-1-2　APEC 工作計畫表

時間表（年份）	主要活動
2016	第一次貿易暨投資委員會（CTI1）：會員討論提案與提供意見。 第二次貿易暨投資委員會（CTI2）：會員討論工作計畫和職權範圍，政策支援小組（PSU）提供文獻回顧、盤點和設計調查問卷。 第三次貿易暨投資委員會（CTI3）：會員同意工作計畫和職權範圍，政策支援小組（PSU）更新貿易暨投資委員會的工作進度。 總結資深官員會議（CSOM）和部長級年會（AMM）：計畫倡議者將提交進度報告。
2017	第一次貿易暨投資委員會（CTI1）：計畫倡導者進行數據收集工作並於第二次貿易暨投資委員會完成 第二次貿易暨投資委員會（CTI2）：政策支援小組（PSU）提供進步報告並進行研究與分析，並在閉會期間提供初稿。 第三次貿易暨投資委員會（CTI3）：政策支援小組（PSU）報告草案和制訂建議，各會員在閉會期間審查和認可報告建議。 總結資深官員會議（CSOM）和部長級年會（AMM）：計畫倡導者提交進度報告。

資料來源：Asia-Pacific Economic Cooperation 2016/CSOM/012app11

第二節　數位貿易統計調查方法論

一、美國數位貿易問卷調查方法論

美國產業層面的數位貿易統計調查方法，首先就是挑選要調查的行業別，根據 OECD2013 年報告指出衡量行業別數位密集(digital intensity)的指標，就是引用線上銷售（電子商務）與銷售總額的比重、資訊技術（IT）有關支出占總投入購買支出比重、IT 數位職業的員工比例、及針對雲服務支出占 IT 總支出比重。[92]結果美國挑選出 7 種數位密集型產業透過問卷進行調查，見表 4-1，從超過 140,000 間企業中依分層隨機抽樣(stratified random sample ）寄發 10,000 間企業問卷。問卷的回覆比例為 41%，超過 3,600 間回覆企業中，有 80%為中小企業。

問卷主要內容如下，涉及聯繫資訊和概述、使用網際網路、網際網路和貴單位業務、透過網際網路的國際交易、透過網際網路進行跨境商業交易的障礙、其他資訊、簽名認證、提交問卷八個類型。詳細內容見附件三。

（一）聯繫資訊和概述

（二）使用網際網路

2.1 貴單位使用網際網路和其他數位網路程度？這包含廣告和行銷、企業對企業通訊、企業對消費者通訊、內部通訊（電子郵件，視頻會議等）、市場調查、訂購網上傳送的產品或服務、訂購實體遞送的產品或服務、銷售網上產品或服務、銷售實體產品或服務、供應鏈管理（自動採購、自動化銷售、與客戶網上的數據交換、與供應商的聯合業務流程、與合

[92] OECD （2013）, “Measuring the Internet Economy: A Contribution to the Research Agenda”, OECD Digital Economy Papers, No. 226, OECD Publishing, Paris. http://dx.doi.org/10.1787/5k43gjg6r8jf-en.

作夥伴網上合作等）、其他（指明）

2.2 網際網路和其他數位網路如何影響貴單位在下列事項能力的程度？這包含處理數據或資訊、進入新的業務或市場、擴大現有產品或服務的市場、改善與客戶的互動、改善與供應商的互動、匹配競爭對手的出招、降低庫存成本、降低其他成本、其他（指明）

2.3 請您假設與評估，如果貴單位在未使用網際網路和其他數位網路的情況之下，對於您的生產力有多少的影響？

（三）網際網路和貴單位業務

此部分為貴單位透過網際網路進行銷售與訂購的部分，銷售與訂購含：

- 產品或服務是透過網際網路的方式訂購，並由網路的方式出貨或取貨：例如，購買 MP3、軟體產品，但是從網路上下載。
- 產品或服務是透過網際網路的方式訂購，並由本人親自取得產品或服務：網路訂購零件產品、網路訂購租車服務。

3.1A）請提供貴單位在全球線上之銷售。

3.1B）如果貴單位的產品是以綑綁網路或非網路基礎的附加產品進行組合銷售，如防毒軟體的更新、精裝版書籍與 ebook，購買 DVD 與網路下載。此銷售是無法從銷售金額中分開計算，請您提供商品組合銷售金額。此項目是為避免在 3.1A 中產生重複計算。

3.2 您全球銷售的產品與服務是透過網際網路方式訂購，顧客是由傳統方式訂購轉變成網路訂購，還是新的顧客。

3.3 請提供貴單位在全球線上之採購。

3.4

A）貴單位是否使用網際網路與數位網路（或是雲端計算）提供服務以取代

傳統的資訊科技服務？

B） 請問貴單位是否預期使用網際網路為基礎的方式提供產品和服務，取代傳統方式提供產品服務，以利節省成本？

C）以下哪一種網際網路或是數位網路的服務提供已經取代了貴單位的傳統商業服務模式？這包含以網際網路的方式提供軟體服務；以網際網路資料進行處理與資料儲存；線上的計算平台服務；非銀行的網際網路支付系統（可複選）

3.5 貴單位在網際網路基礎上服務一共支出了多少？

3.6 貴單位以傳統的廣告形式一共支出了多少？（戶外廣告招牌、雜誌、報紙、廣播、電視…等等）

3.7 貴單位是否在網際網路上打廣告與宣傳您的產品與服務？一共支出了多少？

3.8 貴單位在多少個社群網站上支付廣告？

社群網站定義：主要作用是為一群擁有相同興趣與活動的人建立線上社區。這類服務往往是基於網際網路，為用戶提供各種聯繫、交流的交互通路，如電子郵件、即時通訊服務等。此類網站通常透過朋友，一傳十、十傳百地把網路展延開去，就像樹葉的脈絡，一般稱之為「社群網站」。

3.9 貴單位一共有幾個社群網站的官方頁面與帳號？（非員工私人帳號）

3.10 貴單位是否在智慧型手機或平板電腦上提供特定的 app 或是網站？

3.11 貴單位總共經歷過幾次的網路資訊安全事件？

3.12 貴單位是如何經歷網路資訊安全事件的衝擊？這包含品牌或聲譽的損失、財務上的損失、資料上的損失、智慧財產被竊取、股東權益的損失、客戶的流失、失去合作夥伴與供應商（可複選）

3.13 貴單位認為是誰造成網路資訊安全事件的發生？請勾選一項並註明國家。

生意合夥人或供應商、競爭對手、現任或前任員工、客戶、政府或消息來源源自於政府（如情報單位或執法機關）、駭客、未知

（四）透過網際網路的國際交易

在此部分的回答，請包含跨境交易，無論該單位總部的產品或服務是從何處購買或銷售至何處

1.進口

4.1 貴單位在全球線上之採購，有多少比例是來自於美國境外的供應商？

2.出口

4.2 貴單位在全球線上之銷售，有多少比例是來自於美國境外的顧客？

4.3 那些國家之客戶（請列出前 5 大），其透過網際網路支付最多的金額在貴單位的服務與產品？

4.4 貴單位產品是以綑綁網路或非網路基礎的附加產品進行組合銷售，有多少比例是來自於美國境外的顧客？

4.5 那些國家是貴單位實體產品或服務出口至美國境外的主要市場？（列出前 5 大國家）

4.6 在 4.3 和 4.5 的回答中，您在國外市場的主要前三大競爭對手。

（五）透過網際網路進行跨境商業交易的障礙

5.1 請評估對於貴單位組織的現行能力透過網際網路進行跨境的商業交易所可能會遭遇的障礙？這包含在地化的要求、市場進入的限制、資料隱私與保護的要求、智慧財產權侵害、不確定的法律責任、公部門網路管

制以及符合海關要求。

5.2 請指出哪些國家（前 3 大）在這些障礙中已經限制貴單位的網上業務。

5.3 依照全球銷售額的百分比，貴單位支出了多少是用在處理問題 5.1 中所提遭遇的障礙？

5.4 前述 5.1 所提遭遇的障礙如果全數被移除，請貴單位預估會影響貴單位在美國境內與境外的銷售額多少比重？

5.5 前述 5.1 所提遭遇的障礙如果全數被移除了，請貴單位預估會影響您在美國境內與境外的全職員工數目多少比重？

5.6 貴單位的客戶來自於那些國家（或是曾經往來的客戶）？（可全選）

5.7 在下列哪些國家是您已經遭遇到如前述 5.1 所提到的障礙？（在地化的要求、市場進入的限制、資料隱私與保護的要求、智慧財產權侵害、不確定的法律責任、公部門網路管制以及符合海關要求）（可複選）

5.8 以下哪些國家是貴單位已經決定不再進行業務往來是因為發生前述 5.1 所遭遇到其中一項或是多項的障礙？（可複選）

（六）其他資訊

6.1 如果您有其他意見，可於底下補充：

6.2 （讓受測單位能夠以手寫方式表達意見並寄送）

（七）簽名認證

底下簽名處代表此份問卷內容都是完整與正確並依照您所認知與了解進行回答，並此份問卷是受到 USITC 所稽核認可與證明…

（八）提交問卷

關於第五類問題有關透過網際網路進行跨境商業交易的障礙，美國國際

貿易委員會根據 2013 年 3 月的聽證會和實地工作的行業參與者和專家的磋商，確定了調查的國際數位貿易障礙和阻礙內容，即在地化的要求、市場進入的限制、資料隱私與保護的要求、智慧財產權侵害、不確定的法律責任、公部門網路管制以及符合海關要求。

二、歐盟數位貿易問卷調查方法論

（一）歐盟委員會在 2010 年針對歐盟內部市場未來電子商務和電子商務指令實施（2000/31 / EC）的公衆諮詢[93]

公眾諮詢目的是消除資訊社會服務提供者的設立及在內部市場跨境提供線上服務之障礙，從而賦予企業和公民合法的確定性。調查問卷針對指令五個關鍵條款著手，即為發展跨境線上服務提供法律確定性、促進資訊社會服務提供者的發展、電子契約的管理架構、中介機構責任豁免的規定、歐盟之間的行政合作。

諮詢對象包括私人、公民或消費者協會、企業（包括電子商務供應商）、企業聯合會、受監管行業的成員、網際網路服務提供商、公共行政部門、從事資訊社會服務法律專業人員或專門人員。公眾諮詢總共收到了 420 份答覆，50%由企業或商業協會提交，31%來自個別歐盟公民，其他較小比重來自消費者協會、律師、12 個成員國的行政部門和受監管職業的代表機構。許多權利人和創意產業代表也有動機作出回應。在歐盟成員國中，法國、德國、荷蘭和英國的回應較好具代表性，只有 3 個國家（羅馬尼亞、保加利亞和立陶宛）拒絕提出答覆。

問卷詳細內容涉及（1）成員國國內和跨境資訊社會服務的發展水準，（2）成員國的行政合作，（3）跨境線上商業通訊（特別是受監管行業），

[93] http://ec.europa.eu/internal_market/consultations/2010/e-commerce_en.htm.

（4）線上新聞服務的發展，（5）中介機構責任豁免規定的解釋，（6）開發線上藥店服務，（7） 線上糾紛的解決，見附件四，主要內容如下，

議題 1：電子商務的發展與實踐；

議題 2：問題有關會員可依防罪公共政策、保護公共衛生、公共安全、保障消費者而採取措施限制從另一個成員國提供資訊社會服務的自由；

議題 3：跨境商業通訊，特別是受監管的專業人士；

議題 4：線上新聞服務的發展；

議題 5：指令中關於中介機構責任規定的解釋；

議題 6：指令中關於成員國的行政合作；

議題 7：解決線上糾紛。

1.歐盟 2015 年針對消費品和數位內容的電子商務進行行業調查[94]

在數位單一市場策略架構（DSM）下，主張開放（Access）使消費者與廠商在歐洲地區取得數位商品與服務更為便利，故歐盟執委會於 2015 年 5 月 6 日對歐盟消費品和數位內容的電子商務進行行業調查。執委會因為電子商務的快速發展會影響到消費者和企業，所以進行電子商務部門的調查來了解當前市場趨勢，並收集與電子商務成長相關的競爭障礙證據，以利了解某些商業慣例的普遍性及其基本原理，並能確定執行歐盟競爭規則的優先事項。

為了電子商務部門調查的目的，執委會在 2015 年 6 月至 2016 年 3 月期間向利益相關者發送調查問卷，1,051 個零售商、 37 個市場交易平台供應商、89 個價格比較工具供應商、17 家支付系統供應商、259 家製造商、248 家數位內容供應商、9 家提供虛擬私有網路（Virtual Private Network, VPN）

[94] http://ec.europa.eu/competition/antitrust/sector_inquiries_e_commerce.html.

[95]和 IP 路由器服務（IP routing services）公司、30 個大集團和託管營運商。受訪者共提交了 2,605 項有關消費品配銷的協議，以及 6,426 份涉及數位內容配銷的許可協議。

電子商務部門查詢涵蓋大多數線上銷售的產品類別：服裝和鞋子、消費類電子產品、家用電器、電腦遊戲和軟件、玩具和兒童保育用品、媒體（書籍、CD、DVD 和藍光光盤）、化妝品和保健品、運動和戶外設備、及房屋和花園產品。調查問卷的受訪者也可以評論任何其他產品類別。電子商務部門的調查側重於線上提供視聽和音樂產品。它涉及數位內容提供商，它們向消費者提供數位內容，或為第三方提供服務以向消費者和權利持有者提供內容。

行業調查內容涉及版權、電信、電子隱私和數據保護、網路安全、標準和互通性、雲服務、增值稅、包裹運輸成本、地緣阻礙和消費者保護相關規定的審查，以確定影響歐洲電子商務市場的潛在競爭考量。競爭考量重點在產品方面，就是選擇性分配、限制線上銷售和廣告（定價限制、限制在網上市場上銷售、線上銷售和刊登廣告的地理限制）。在數位內容方面，就是持有權的範圍、領土限制和地緣阻礙、許可協議期限、付款結構和指標。

關於地緣阻礙之問卷詳細內容見附件五，主要內容如下：

問題 1：作為一般原則，您是否認為消費者和企業應該能夠從歐盟各地購買和獲得服務？

問題 2：您認為哪種形式的地緣阻礙對單一市場造成重大障礙？阻止任何對跨境網站的進入；允許跨境訪問網站和報價，但拒絕完成訂單或購買的可能性;；允許跨境訪問網站，但拒絕跨國界下載數位產品的可能性；允許跨境訪問網站和提供的服務，但拒絕接收，交付或運送商品跨境的可

95VPN 其意義是在公眾網路中，開闢一條用戶私人專屬的保密通道，就如同在馬路上開闢一條公車專用道般，這條通道會提供接入用戶在認證及加密上的安全防護，避免用戶資料外洩或遭受攻擊。VPN 在私密功能上更具多樣特性，如用以確認身份的「電子簽章認證」和加密技術功能。

能性；根據客戶的國籍來區分價格或其他條件；根據客戶居住國或其訂購或訪問服務的地點區分價格或其他條件；根據客戶居住國家或其訂購或訪問服務的位置拒絕獲得附加服務（如會員卡、折扣、退款憑證）；根據客戶的居住國家或其訂購或訪問服務的位置拒絕獲得售後服務（如產品的維護和維修、客戶支持）；其他形式

問題 3：有不同的方法地緣阻礙可以發生，您將如何分類以下障礙？無可能再繞徑進入網站接觸本國訪問者；根據 IP 地址拒絕訪問網站或報價（或其他技術手段能確定用戶的地理位置）；根據客戶披露其國籍而拒絕訪問網站或報價；根據客戶披露的居住地拒絕訪問網站或報價；根據客戶的居留資料而終止交易；拒絕外國信用卡或其他國外付款方式；將數位商品或服務訪問、購買或下載的鏈接到客戶郵政地址；將非數位商品或服務訪問或購買的鏈接到客戶郵政地址；根據客戶的位置適用不成比例的高運輸成本；提供特定國家的地址、郵政編碼或電話等格式；其他障礙

問題 4：您是否在您的業務（B2B）中遇到過地緣阻礙的限制？

問題 5：您是否在業務（B2B 和 B2C）中應用了地緣阻礙的限制？

問題 6：如果您對位於不同歐盟國家的客戶施加限制或不同條件，您在哪種情況下會向他們提供解釋？

問題 7：在您看來，超出法律限制的其他客觀因素可應用地緣阻礙，有助於根據居民或地理位置對用戶和客戶進行不同的待遇？

問題 8：在您看來，在哪種情況下應該進行地緣阻礙、拒絕交易，或更普遍地根據居民或地理位置對用戶和客戶進行不同的待遇？

問題 9：在歐盟層面上應該構成地緣阻礙的政策反應要素是什麼？

問題 10：您認為中小企業，特別是微型企業是否可以免除地緣阻礙監管措施？

問題 11：在您看來，在歐盟層面干預地緣阻礙最好的政策工具（或其組合）是什麼？

問題 12：下列哪種方式才能最有效地落實抵制地緣阻礙？歐盟執委會的監督和執行、國家當局的監督和執行、國家主管部門間更有效的跨境合作機制以確保在歐盟範圍內規定落實抵制不合理限制、透過其他爭議解決機構、其他。

問題 13：從商業角度來看，解決地緣阻礙的整體影響是什麼？

問題 14：您可以指出每個可能措施清單之影響是什麼？更多的透明度：公司應該在行動之前有義務進行詳細、客觀和可核查理由之釐清，為何根據顧客居留或國籍而給予不同的對待方式；更多的透明度：公司應該在被要求下有義務進行詳細、客觀和可核查理由之解釋，為何根據顧客居留或國籍而給予不同的對待方式；規定包括可能不合理對待國內外用戶的理由清單；規定包括可能有理由對待國內外用戶的客觀和可核查理由的不公開清單；根據您在上述問題 3 的排名，規定禁止歧視性的地緣阻礙方法；禁止歧視性地阻擋訪問跨境網站；規定交易者須獲得用戶/顧客的同意，才可自動重新繞徑到另一個網站（包括同一網站的另一種語言版本）；規定要求交易者在提供給本國用戶/消費者相同的條件下，接受來自歐盟用戶/客戶的跨境交易；規定要求交易者在反映由跨境交易產生的額外行政費用或負擔的情況下，接受來自歐盟用戶/客戶的跨境交易；規定要求交易者接受來自歐盟用戶/消費者的跨境交易，並且提供跨境遞送如果用戶/消費者願意自已組織交貨並支付額外的運輸費用；規定禁止交易者拒絕跨境下載數位產品；規定僅適用於線上交易；規定僅適用於實物購買和訂單；其他影響

問題 15：在您看來，這種影響大多是在您從事的商業部門、經濟、跨境電子商務、一般跨境貿易。

問題 16:如果您認為歐盟在這方面的措施會對貿易商造成重大的額外負擔，

您認為是哪種負擔？

三、亞太經合組織使用跨境電子商務問卷調查方法論

APEC 針對跨境電子商務進行問卷調查，其項目名稱為「促進電子商務全球化微中小型企業」（Promoting E-Commerce to Globalize MSMEs），調查目的是為亞太地區發展出一套更完善之跨界電子商務政策，以下為問卷主要目標：

1. 指出可能限制 MSMEs 參與制定跨境監管以及政策的障礙及困難。
2. 找出解決以上障礙以及困難的方法，同時推廣有利於建構電子商務環境之監管架構。
3. 提出 APEC 發展中小企業全球化提出相關建議。

問卷主要內容如下，詳細內容見附件六：

（一）基本資料

（二）電子商務作爲收益或業務來源的看法

使用電子商務的經驗（您曾經利用電子商務於國內販賣產品嗎？您曾經利用電子商務出口產品至國外市場嗎？）

1. 貴公司詳細的電子商務進行流程（貴公司已經使用電子商務販賣商品多久了？貴公司使用哪種電子商務管道？排序電子商務管道對貴公司主要收益所占比重？哪些為貴公司主要使用之電子商務平台？貴公司如何開始電子商務？B2B 或 B2C 哪一種模式對貴公司產生最多的業務或收益？貴公司主要線上顧客來源是國內市場或國外市場？）
2. 電子商務績效（電子商務是否有效提升貴公司海外市場的業務量？如果有，就近幾年來說，貴公司平均海外市場的收益上升幅度約為？貴公司經營之線上商城平均一天的線上來客量為多少？）

（三）執行跨境電子商務的困難-請就活動負擔程度做評估

1.電子商務營運活動和費用

A. 創立業務（取得資金以發展線上業務、註冊、為產品註冊智慧財產權保護、聘僱新員工（如電子商務相關的專家或學者）、執行技術訓練（網路科計、業務、行銷等）、購買軟硬體設備、申請寬頻網路服務的費用、選擇有效率且負擔得起的寬頻網路提供者、網路連接的品質、執行市場調查及發展電子商務業務計畫、以外國語言執行業務的困難）

B. 與電子商務平台業者的關係（在電子商務平台上註冊並執行電子商務的費用、其他對於在平台上註冊的要求(如設立辦公室、業務量、國籍等）、支付給平台業者的營業費用、實際販賣前平台業者對產品樣品檢查之規定、銀行資訊及其他證明營業事實的規定、產品形象及種類的管理、與平台業者進行有效及方便的溝通和協助、對於平台業者提供之廣告及行銷活動的依賴程度、與平台業者管理層級就解決顧客投訴問題上之溝通問題）

C. 電子支付（申請實體銀行帳戶及（或）網路銀行、執行銀行相關規定（如無法將錢存入當地帳戶）、缺乏對於第三方電子支付服務的相關資訊、安全及有效電子支付方法的可用性（如預防買方的詐騙行為)、便宜/可負擔的電子支付方法的可用性、無法辨識電子簽章、不同會員體的電子公文及電子文件（爭端解決）、註冊安全/加密的辦法（如取得 SSL 認證））

D. 儲存及存貨管理（產品的存貨及管理、倉儲系統收取之費用、管理存放在由平台業者提供之倉儲的產品）

E. 配送（管理/規畫即時配送服務（特別是訂單高峰時）、缺乏對於跨境配送的產品線上追蹤系統、國內缺乏便宜/可負擔的國際配送服務、處理包裹毀壞或遺失等問題、退貨過程繁瑣且緩慢）

F. 售後服務（制定退換貨或取消的相關保證政策、制定爭端解決的政策、退貨及退款的成本）

G. 顧客管理（缺乏有效收集顧客意見及回饋的機制、處理因顧客方的錯誤而導致退貨/取消的損失、缺乏管理顧客服務之人員）

H. 其他（架設及管理網站的費用、架設及維持網站的複雜程度、取得網站網域的費用、取得網站網域的困難程度）

2.為持續拓展電子商務的法律及規範架構-請就活動負擔程度做評估

A. 產品（符合產品在目標市場的科技或公共衛生要求（TBT/SPS）、在不同市場對產品註冊智慧財產權（IPR）保障的費用、因缺乏預防或處理產品侵權問題的法律機制所造成之損失）

B. 安全及隱私（不同市場對資料隱私的不同規範）

C. 報關（顧客在目標市場裡報關時遇到繁瑣且費時的程序、目標市場對於報關的不透明性及不可預料性、昂貴的報關程序、缺乏海關程序的相關資訊或明確準則）

D. 稅收及關稅（目標市場的高關稅及稅收、缺乏如何獲得關稅豁免（如FTA 優惠）的相關資訊及知識）

E. 其他（遵守其他規章制度，如環境、勞工標準、安全 ）

（三）政府支持持續拓展電子商務營運之必要作爲-請就政府支持作爲依必要性高低做評估

A. 政府成立一個專門提供相關支援服務的部門

B. 在增加業務時，可以更簡單取得資金

C. 尋找以及聘用具有較高技術或較具經驗的人員

D. 就電子商務營運訓練專門的人力

E. 改善物流結構（如跨境配送運輸）

F. 稅收及關稅可以提高豁免的微量值（如從 100 美元至 150 美元）

G. 支援公司及產品的宣傳及行銷活動

H. 支援線上及離線的營運

I. 支援海外市場在地化（如取得技術標準的批准）

（四）潛在跨境電子商務公司-如果貴公司目前並無營運跨境電子商務相關活動，請選出合適的選項

A. 國內市場已經足夠

B. 即便沒有電子商務，公司營運依然不受影響

C. 公司規模太小以致無法發展跨境電子商務營運

D. 主要顧客並不擅長電腦等相關技能

E. 主要顧客傾向於實體交易

F. 公司產品並不適合做跨境電子交易（如易碎性，太重，或需要更高的規範）

G. 我不知道如何建立電子商務網站及（或）加入第三方市場及平台，作為賣家

H. 其他原因

為了進行數位貿易國際規範可能對我國產業發展之影響，首先我們要掌握數位貿易國際規範議題之進展，研擬適當的問題洽詢我國業者之看法，用獲得的成果來支援我國貿易談判者。其次，我們利用現有公務統計資訊來協助瞭解國內業者電子商務線上銷售交易和電腦應用概況，以利後續工作的推動。

第三節　我國電子商務相關統計資訊

（一）我國電子商務線上銷售交易概況

我國電子商務線上銷售交易概況，於 2011 年工業及服務業普查結果公布後，行政院主計總處又進行抽樣調查公布 2015 年結果，見表 4-3-1。本研究發現線上銷售結構比 2015 年與 2011 年很相似，以製造業占大宗，其次是批發及零售業，其餘行業占比都不到 2%。不過，2015 年電子商務線上銷售在運輸及倉儲業、支援服務業[96]、資訊及通訊傳播業成長很快。

表 4-3-1　我國電子商務線上銷售交易概況－按行業別分

單位：家；%

項目 / 行業別	2015 年線上銷售		2011 年線上銷售		2015 年比 2011 年成長率
	金額（百萬元）	占比（%）	金額（百萬元）	占比（%）	
總計	3,228,348	100	2,047,868	100	57.64
工業部門	2,414,759	74.80	1,567,940	76.56	54.01
製造業	2,411,974	74.71	1,565,857	76.46	54.04
其他	2,785	0.09	2,083	0.10	33.70
營造業	…	-	1,124	0.05	-
服務業部門	813,589	25.20	479,029	23.39	69.84
批發及零售業	613,857	19.01	387,103	18.90	58.58
運輸及倉儲業	54,279	1.68	10,919	0.53	397.11
住宿及餐飲業	14,185	0.44	9,414	0.46	50.68
資訊及通訊傳播業	36,830	1.14	16,837	0.82	118.74
金融及保險業、強制性社會安全	47,347	1.47	32,708	1.60	44.76
支援服務業	33,072	1.02	11,207	0.55	195.10
其他	14,021	0.43	11,741	0.57	19.42

[96] 支援服務業如租賃、人力仲介及供應、旅行及相關代訂服務、保全及私家偵探、建築物及綠化服務、業務及辦公室支援服務等。

項目 行業別	2015 年線上銷售		2011 年線上銷售		2015 年比 2011 年成長率
	金額（百萬元）	占比（%）	金額（百萬元）	占比（%）	
不動產業	…	-	5,649	0.28	-
專業、科學及技術服務業	…	-	3,530	0.17	-
教育服務業	…	-	479	0.02	-
醫療保健及社會工作服務業	…	-	74	0.004	-
藝術、娛樂及休閒服務業	…	-	1,265	0.06	-
其他服務業	…	-	744	0.04	-

資料來源：行政院主計總處，「104 年電子商務統計結果綜合分析」和 2011 年工業及服務業普查調查資料。2015 年金額採抽樣調查方式蒐集。…表示未細分，-表示無法計算。

因為線上銷售交易結構改變不大，本研究就針對 2011 年工業及服務業普查結果，進行細項產業之分析。電子商務線上銷售交易前 20 大子行業主要為製造業和批發及零售業，累計占比為 91.5%；前 43 項子行業累計占比為 98.0%，見表 4-3-2。

表 4-3-2　我國 2011 年電子商務線上銷售交易前 43 項子行業

單位：新台幣百萬元；%

	43 項行業	企業單位經營電子商務比率	上網採購家數比率	上網採購金額	上網銷售家數比率	上網銷售金額	各別占比	累計占比
製造業	電腦、電子產品及光學製品製造業	77.11	24.43	323501	18.22	411652	20.1%	20.1%
製造業	化學材料製造業	59.08	9.7	366736	6.72	350776	17.1%	37.2%
製造業	基本金屬製造業	47.93	7.08	69026	4	244328	11.9%	49.2%
製造業	電子零組件製造業	69.44	18.36	282900	11.1	204314	10.0%	59.2%
製造業	石油及煤製品製造業	54.55	12.34	43383	7.14	196239	9.6%	68.8%
批發業	機械器具批發業	64.03	22.36	106795	17.6	79118	3.9%	72.6%
零售業	其他無店面零售業	68.77	32.78	6997	56.26	76620	3.7%	76.4%
批發業	家庭器具及用品批發業	51.23	12.25	59259	12.74	69750	3.4%	79.8%
批發業	汽機車及其零配件、用品批發業	50.41	11.01	48203	10.66	36663	1.8%	81.6%
製造業	電力設備製造業	59.33	13.77	21304	9.72	32415	1.6%	83.1%
製造業	其他運輸工具及其零件製造業	50.81	7.33	16788	5.15	25315	1.2%	84.4%
金融及保險業、強制	證券期貨及其他金融	59.07	9.84	85	11.46	25061	1.2%	85.6%

	43 項行業	企業單位經營電子商務比率	上網採購家數比率	上網採購金額	上網銷售家數比率	上網銷售金額	各別占比	累計占比
性社會安全	業							
製造業	機械設備製造業	52.49	9.64	18856	7.1	19239	0.9%	86.5%
製造業	金屬製品製造業	38.98	5.56	50826	3.41	17128	0.8%	87.4%
批發業	食品、飲料及菸草製品批發業	33.17	7.24	18302	8.31	15875	0.8%	88.2%
製造業	汽車及其零件製造業	53.26	9.62	26431	6.63	15854	0.8%	88.9%
批發業	藥品、醫療用品及化粧品批發業	55.81	15.76	18029	15.23	15420	0.8%	89.7%
批發業	文教、育樂用品批發業	61.49	18.69	6264	18.68	13411	0.7%	90.3%
製造業	塑膠製品製造業	47.68	7.25	11841	5.76	13252	0.6%	91.0%
批發業	布疋及服飾品批發業	50.81	12.16	15722	12.34	11039	0.5%	91.5%
支援服務業	旅行及相關代訂服務業	88.83	29.01	4115	40.95	10230	0.5%	92.0%
批發業	建材批發業	40.61	7.59	21553	6.04	10122	0.5%	92.5%
零售業	資訊及通訊設備零售業	61.77	22.88	8355	21.3	9247	0.5%	93.0%
資訊及通訊傳播業	電腦系統設計服務業	86.06	37.74	2778	30.58	8255	0.4%	93.4%
住宿服務業	短期住宿服務業	77.65	11.31	1240	35.83	8005	0.4%	93.8%
零售業	食品、飲料及菸草製品零售業	7.69	1.12	849	2.75	7809	0.4%	94.1%
零售業	綜合商品零售業	15.9	3.05	20380	2.5	7452	0.4%	94.5%
製造業	食品製造業	38.42	6.03	17236	10.57	7131	0.3%	94.9%
批發業	綜合商品批發業	62.47	17.35	8171	14.93	6424	0.3%	95.2%
運輸及倉儲業	航空運輸業	86.36	15.91	0	43.18	6307	0.3%	95.5%
製造業	成衣及服飾品製造業	35.67	5.5	302	4.76	5752	0.3%	95.8%
金融及保險業、強制性社會安全	金融中介業	47.15	7.9	1550	7.66	5520	0.3%	96.0%
零售業	汽機車及其零配件、用品零售業	29.34	3.99	15394	5.35	5068	0.2%	96.3%
運輸及倉儲業	陸上運輸業	9.65	0.67	5355	0.54	4363	0.2%	96.5%
零售業	家庭器具及用品零售業	26.22	3.16	2117	4.54	4315	0.2%	96.7%
不動產業	不動產經紀業	75.72	12.49	289	29.44	4206	0.2%	96.9%
製造業	其他製造業	50.62	9.18	1658	8.63	4167	0.2%	97.1%
製造業	紙漿、紙及紙製品製造業	46.01	6.36	11808	4.89	3489	0.2%	97.3%
製造業	化學製品製造業	63.61	12.89	5699	13.23	3363	0.2%	97.4%
零售業	布疋及服飾品零售業	17.45	2.84	2701	4.81	3296	0.2%	97.6%
批發業	化學材料及其製品批發業	44.81	11.01	25143	8.3	3275	0.2%	97.8%
資訊及通訊傳播業	資料處理及資訊供應服務業	81.96	31.2	239	30.24	2822	0.1%	97.9%

	43 項行業	企業單位經營電子商務比率	上網採購家數比率	上網採購金額	上網銷售家數比率	上網銷售金額	各別占比	累計占比
資訊及通訊傳播業	出版業	76.6	21.47	2055	32.01	2623	0.1%	98.0%

資料來源：本研究自行計算

（二）我國主要行業之整體資訊調查數據

根據 2010 年「電腦應用概況報告」，針對有設置資訊人員家數 比率、資訊人員人數、資訊支出金額占整體總金額比、硬體經費、軟體經費、資訊人事經費、資訊委外服務經費占比、資安經費、資安委外服務經費、有資訊經費支出家數占總家數比率 10 個項目之相關實際調查數據如表 4-3-3。

表 4-3-3　我國 2010 年主要行業之資訊人員、經費等數據

	有設置資訊人員家數 比率 %	資訊人員人數 人	資訊支出金額 萬元	資訊硬體經費 百萬元	資訊軟體經費 百萬元	資訊人事經費 百萬元	資訊委外服務經費占比 %	資安經費 百萬元	資安委外服務經費 萬元	有資訊經費支出家數占總家數比率 %
農林漁牧業	3.72	40	5,316	14	8	0	11.59	3	4.88	0.585
礦業及土石採取業	0.27	22	12,063	16	73	0	2.52	3	7.31	0.722
製造業	7.51	23374	4,361,060	10,655	9313	852	12.1	1,890	14.04	0.721
電力及燃氣供應業	25.28	472	149,068	317	425	74	20.18	24	13.19	0.889
用水供應及污染整治業	1.54	131	55,087	148	65	0	9.38	19	39.28	0.699
營造業	1.85	1241	363,686	1,102	575	29	13.9	185	15.42	0.724
批發及零售業	4.65	23084	3,297,714	7,907	5452	143	13.44	1,371	12.29	0.725
運輸及倉儲業	5.35	2925	768,011	2,453	1653	124	14.11	323	38.43	0.774
住宿及餐飲業	2	616	168,889	581	375	2	18.07	56	7.47	0.290
資訊及通訊傳播業	29.64	20614	2,113,560	4,028	2225	228	5.71	673	7.48	0.948
金融及保險業	3.68	12525	4,529,946	12,643	11509	1061	16.99	1,866	16.22	0.914
不動產業	2.04	370	126,744	420	229	10	15.19	59	22.49	0.725
專業、科學及技術服務業	4.77	5022	929,638	2,423	1711	117	11.82	362	19.34	0.924
支援服務業	4.01	1281	218,515	538	361	29	10.55	98	13.19	0.787
公共行政及國防	31.32	5271	1,835,269	5,590	4230	589	33.79	1,221	33.32	0.890
教育服務業	5.17	3500	1,061,050	4,939	1791	93	6.37	533	9.89	0.908
醫療保健及社會工作服務業	1.39	1090	368,187	1,310	865	32	14.25	178	21.91	0.912

	有設置資訊人員家數比率%	資訊人員人數人	資訊支出金額萬元	資訊硬體經費百萬元	資訊軟體經費百萬元	資訊人事經費百萬元	資訊委外服務經費占比%	資安經費百萬元	資安委外服務經費萬元	有資訊經費支出家數占總家數比率%
藝術、娛樂及休閒服務業	5.96	447	121,643	447	231	40	14.59	65	17.25	0.555
其他服務業	2.03	276	66,920	131	144	9	14.94	24	1.79	0.459

資料來源：本研究根據 2010 年「電腦應用概況報告」資料自行計算。

在全體行業中，依據表 4-3-3 數據按 PERCENTRANK 函數來計算，一個數值在資料集中的相對位置或排名，每一個項目結果之範圍介於 0 到 1，10 個項目小計結果之範圍介於 0 到 10。本研究得到表 4-3-4 之結果，發現數值高的行業有公共行政及國防、金融及保險業、製造業、批發及零售業、資訊及通訊傳播業，其次是運輸及倉儲業、專業-科學及技術服務業、教育服務業、醫療保健及社會工作服務業。

表 4-3-4　我國 2010 年主要行業之資訊人員、經費等數據百分比排名

	有設置資訊人員家數比率	資訊人員人數	資訊支出金額	資訊硬體經費	資訊軟體經費	資訊人事經費	資訊委外服務經費占比	資安經費	資安委外服務經費	有資訊經費支出家數占總家數比率	小計
農林漁牧業	0.444	0.055	0	0	0	0	0.277	0	0.055	0.166	1.00
礦業及土石採取業	0	0	0.055	0.055	0.111	0	0	0	0.111	0.333	0.67
製造業	0.833	1	0.944	0.944	0.944	0.944	0.388	1	0.5	0.277	7.77
電力及燃氣供應業	0.888	0.333	0.333	0.222	0.444	0.555	0.944	0.166	0.388	0.666	4.94
用水供應及污染整治業	0.111	0.111	0.111	0.166	0.055	0	0.166	0.111	1	0.222	2.05
營造業	0.166	0.5	0.5	0.5	0.5	0.333	0.5	0.555	0.555	0.388	4.50
批發及零售業	0.555	0.944	0.888	0.888	0.888	0.777	0.444	0.888	0.333	0.444	7.05
運輸及倉儲業	0.722	0.611	0.611	0.666	0.611	0.722	0.555	0.611	0.944	0.555	6.61
住宿及餐飲業	0.222	0.388	0.388	0.444	0.388	0.166	0.888	0.277	0.166	0	3.33
資訊及通訊傳播業	0.944	0.888	0.833	0.722	0.777	0.833	0.055	0.777	0.222	1	7.05
金融及保險業	0.388	0.833	1	1	1	1	0.833	0.944	0.611	0.888	8.50
不動產業	0.333	0.222	0.277	0.277	0.222	0.277	0.777	0.333	0.833	0.5	4.05
專業、科學及技術服務業	0.611	0.722	0.666	0.611	0.666	0.666	0.333	0.666	0.722	0.944	6.61

	有設置資訊人員家數比率	資訊人員人數	資訊支出金額	資訊硬體經費	資訊軟體經費	資訊人事經費	資訊委外服務經費占比	資安經費	資安委外服務經費	有資訊經費支出家數占總家數比率	小計
支援服務業	0.5	0.555	0.444	0.388	0.333	0.333	0.222	0.444	0.388	0.611	4.22
公共行政及國防	1	0.777	0.777	0.833	0.833	0.888	1	0.833	0.888	0.722	8.55
教育服務業	0.666	0.666	0.722	0.777	0.722	0.611	0.111	0.722	0.277	0.777	6.05
醫療保健及社會工作服務業	0.055	0.444	0.555	0.555	0.555	0.444	0.611	0.5	0.777	0.833	5.33
藝術、娛樂及休閒服務業	0.777	0.277	0.222	0.333	0.277	0.5	0.666	0.388	0.666	0.111	4.22
其他服務業	0.277	0.166	0.166	0.111	0.166	0.222	0.722	0.166	0	0.055	2.05

資料來源：本研究自行計算。

（三）主要行業之每家平均資訊調查數據

根據 2010 年「電腦應用概況報告」，每家平均個人電腦台數、每家平均伺服器台數、每家平均資訊硬體經費支出、每家平均資訊軟體經費支出、每家平均電腦連網經費支出、每家平均資訊人事經費支出、每家平均其他資訊經費支出 7 個項目之相關實際調查數據如表 4-3-5。

表 4-3-5　我國 2010 年主要行業每家平均資訊經費等數據

	每家平均個人電腦台數 個	每家平均伺服器台數 個	每家平均資訊硬體經費支出 萬元	每家平均資訊軟體經費支出 萬元	每家平均電腦連網經費支出 萬元	每家平均資訊人事經費支出 萬元	每家平均其他資訊經費支出 萬元
農林漁牧業	3.8	1.9	2.4	1.4	1.2	3.5	0.9
礦業及土石採取業	5.5	5.9	4.3	19.7	1.6	4.9	2.2
製造業	11.4	5.6	12.0	10.5	4.2	18.2	4.3
電力及燃氣供應業	85.9	9.3	123.3	165.4	14.0	213.6	63.4
用水供應及污染整治業	5.9	4.0	6.2	2.7	3.1	5.1	5.9
營造業	4.2	2.0	2.5	1.3	1.3	1.8	1.4
批發及零售業	4.4	2.1	4.1	2.8	1.8	6.7	1.5
運輸及倉儲業	9.9	3.8	18.1	12.2	6.9	14.6	5.0
住宿及餐飲業	3.3	2.3	5.5	3.6	1.7	4.0	1.3
資訊及通訊傳播業	15.9	9.1	36.2	20.0	9.5	114.9	9.2
金融及保險業	21.2	4.6	74.8	68.1	21.7	71.3	32.2
不動產業	4.6	1.9	3.5	1.9	1.5	2.1	1.6

	每家平均個人電腦台數 個	每家平均伺服器台數 個	每家平均資訊硬體經費支出 萬元	每家平均資訊軟體經費支出 萬元	每家平均電腦連網經費支出 萬元	每家平均資訊人事經費支出 萬元	每家平均其他資訊經費支出 萬元
專業、科學及技術服務業	7.4	3.4	7.5	5.3	2.5	10.1	3.4
支援服務業	6.2	2.3	4.3	2.9	2.4	5.5	2.5
公共行政及國防	148.8	14.9	269.5	204.0	47.8	212.3	151.4
教育服務業	71.9	8.1	31.4	11.4	3.0	14.5	7.2
醫療保健及社會工作服務業	5.6	2.6	5.6	3.7	1.4	3.1	1.9
藝術、娛樂及休閒服務業	19.2	3.1	11.8	6.1	3.7	6.1	4.5
其他服務業	2.5	1.8	1.2	1.3	1.2	1.3	1.1

資料來源：本研究根據 2010 年「電腦應用概況報告」資料自行計算。

在全體行業中，依據表 4-3-5 數據按 PERCENTRANK 函數來計算，一個數值在資料集中的相對位置或排名，每一個項目結果之範圍介於 0 到 1，7 個項目小計結果之範圍介於 0 到 7。本研究得到表 4-3-6 之結果，發現數值高的行業有公共行政及國防、電力及燃氣供應業、金融及保險業、資訊及通訊傳播業，其次是教育服務業、運輸及倉儲業、製造業、藝術-娛樂及休閒服務業專業-科學及技術服務業、用水供應及污染整治業。

表 4-3-6　我國 2010 年主要行業每家平均資訊經費等數據百分比排名

	每家平均個人電腦台數	每家平均伺服器台數	每家平均資訊硬體經費支出	每家平均資訊軟體經費支出	每家平均電腦連網經費支出	每家平均資訊人事經費支出	每家平均其他資訊經費支出	小計
農林漁牧業	0.111	0.055	0.055	0.111	0.055	0.222	0	0.61
礦業及土石採取業	0.333	0.777	0.277	0.777	0.277	0.333	0.388	3.16
製造業	0.666	0.722	0.666	0.611	0.722	0.777	0.555	4.72
電力及燃氣供應業	0.944	0.944	0.944	0.944	0.888	1	0.944	6.61
用水供應及污染整治業	0.444	0.611	0.5	0.222	0.611	0.388	0.722	3.50
營造業	0.166	0.166	0.111	0.055	0.111	0.055	0.166	0.83
批發及零售業	0.222	0.222	0.222	0.277	0.388	0.555	0.222	2.11
運輸及倉儲業	0.611	0.555	0.722	0.722	0.777	0.722	0.666	4.78
住宿及餐飲業	0.055	0.277	0.388	0.388	0.333	0.277	0.111	1.83
資訊及通訊傳播業	0.722	0.888	0.833	0.833	0.833	0.888	0.833	5.83
金融及保險業	0.833	0.666	0.888	0.888	0.944	0.833	0.888	5.94

	每家平均個人電腦台數	每家平均伺服器台數	每家平均資訊硬體經費支出	每家平均資訊軟體經費支出	每家平均電腦連網經費支出	每家平均資訊人事經費支出	每家平均其他資訊經費支出	小計
不動產業	0.277	0.111	0.166	0.166	0.222	0.111	0.277	1.33
專業、科學及技術服務業	0.555	0.5	0.555	0.5	0.5	0.611	0.5	3.72
支援服務業	0.5	0.333	0.333	0.333	0.444	0.444	0.444	2.83
公共行政及國防	1	1	1	1	1	0.944	1	6.94
教育服務業	0.888	0.833	0.777	0.666	0.555	0.666	0.777	5.16
醫療保健及社會工作服務業	0.388	0.388	0.444	0.444	0.166	0.166	0.333	2.33
藝術、娛樂及休閒服務業	0.777	0.444	0.611	0.555	0.666	0.5	0.611	4.16
其他服務業	0	0	0	0	0	0	0.055	0.06

資料來源：本研究自行計算。

第四節　我國業者從事跨境電子商務/數位貿易面臨之負擔問卷內容設計和調查結果

本調查於 7 月間與台灣服務業聯盟以及 2 家業者代表進行先期訪談，經內部團隊討論後，於 9 月擬定問卷對象和內容，發送至 60 間知名企業，10 月進行電話催收，原預訂於 10 月中舉辦二場座談會，由於業者均相當忙碌，因此，本調查陸續於 10 月底至 11 月初改以調查訪談方式為主，問卷方式為輔，與 19 家業者取得聯繫，如下表所示，共計 9 家業者接受調查訪談並取得問卷，5 家業者僅接受調查訪談，5 家業者僅取得問卷。本調查結果將依網際網路價值鏈上提供服務類型加以區分，以個案分析方式呈現。

<table>
<tr><th>僅接受調查訪談</th><th>接受調查訪談並取得問卷</th><th>僅取得問卷</th></tr>
<tr><td>5 家</td><td>9 家</td><td>5 家</td></tr>
<tr><td colspan="2">共 14 家接受調查訪談</td><td></td></tr>
<tr><td></td><td colspan="2">共 14 家取得問卷</td></tr>
<tr><td colspan="3">共計 19 家</td></tr>
</table>

（一）調查對象

本調查參考美國、歐盟和 APEC 調查問卷問項後、尋找適合我國產業現況的調查方式、由於我國目的是要知道我國業者進行跨境電子商務/數位貿易會遭遇的障礙及困難,以及國際談判涉及的跨境電子商務/數位貿易看法，因此，調查對象就必須是其業務性質涉及國際事務的企業，故我們選擇網際網路價值鏈上提供線上服務和加值技術服務業者為主。

線上服務包含：電子商務零售和旅遊（如 Amazon、eBay、Alibaba、Groupon、Meituan、Carousell 、Expedia、Agoda、Kayak、Uber、Didi、Grab、Airbnb）、娛樂（出版、遊戲、博弈、影音）、社群服務（如 Facebook、Google+、LinkedIn、Blogger、WordPress、Tumblr、Twitter）、通訊服務、雲端服務、其他服務（學習、經紀、Apps）、搜尋引擎（如 Yahoo、Google、Safari）、資料庫服務（如 Google Maps、Wikipedia）。加值技術服務包含：支援技術（網站設計、管理、開發、內容傳送、M2M 機器與機器間的資料交換）、支付平台（如 Paypal、Alipay）、廣告。本調查對象清單請見下表 4-4-1：

表 4-4-1　我國業者從事跨境電子商務/數位貿易面臨之負擔調查清單

類型	我國業者
線上服務（Online Services）	
電子商務：e-retail(如 Amazon、eBay、Alibaba、Groupon、Meituan、Carousell)	A 公司(調查訪談+問卷) B 公司(調查訪談+問卷) C 公司(調查訪談+問卷) D 公司(調查訪談+問卷) E 公司(調查訪談+問卷) F 公司(調查訪談) G 公司(調查訪談) H 公司(調查訪談) I 公司(問卷)
電子商務：e-travel(如 Expedia、Agoda、Kayak、Uber、Didi、Grab、Airbnb)	J 公司(先期訪談+調查訪談+問卷)
娛樂：e-Publishing、Gaming、video、movie(如 Netflix、Apple store)	K 公司(調查訪談)

類型	我國業者
社群服務(如 Facebook、Google+、LinkedIn、Blogger、WordPress、Tumblr、Twitter)和通訊服務(如 Skype、LINE)	L 公司(調查訪談+問卷) M 公司(問卷)
雲端服務和其他服務-e-learning、e-brokerage、paid apps	N 公司(調查訪談+問卷)
加值技術服務（Enabling Technology/Services）	
支援技術：網站設計、管理、開發、內容傳送、M2M 機器與機器間資料交換(如 Rocket internet)	O 公司(調查訪談+問卷) P 公司(調查訪談) Q 公司(問卷)
支付平台(如 Paypal、Alipay、ApplePay、SamsungPay)	R 公司(問卷) S 公司(問卷)
廣告	T 公司(先期訪談)

註：本調查於搜尋引擎(如 Yahoo、Google、Safari)和資料庫服務(如 Google Maps、Wikipedia)類未尋獲合適業者。

資料來源：本研究自行整理。

（二）調查內容

跨境電子商務是由分屬不同國別或關稅領域的交易主體，在電子商務平台達成交易，進行支付結算，並透過跨境物流送達商品達成交易的一種國際貿易方式。其發展不是一個國家的事情，需要不同國家和地區之間有跨區域、跨文化、跨體制的監管合作。因此，為更好地保護消費者在使用跨境電子商務服務中的權益，促進跨境電子商務的健康發展，各參與國家都需要針對跨境電子商務的新型國際合作監管方式和方法進行探索。

我國調查內容包含下列 11 個問題：（詳細內容請見附件七）

1、貴單位在臺灣從事電子商務及其他國家進行電子商務跨境貿易面臨在地化和技術要求之負擔程度為何？

2、貴單位在臺灣從事電子商務及其他國家進行電子商務跨境貿易面臨消費者保護與網路安全要求之負擔程度為何？

3、貴單位在臺灣從事電子商務及其他國家進行電子商務跨境貿易面臨公部門管制和規範要求之負擔程度為何？

4、貴單位在臺灣從事電子商務及其他國家進行電子商務跨境貿易面臨市場開放限制之負擔程度？

5、貴單位在臺灣從事電子商務及其他國家進行電子商務跨境貿易面臨環境建構不健全之負擔程度為何？

6、貴單位曾經往來的客戶來自於那些國家？

7、貴單位在下列哪些國家中面臨如前述第 1~5 題所提到的障礙(在地化和技術要求、消費者保護與網路安全要求、公部門管制和規範要求、市場開放限制、環境建構不健全)？

8、貴單位在哪些國家因為面臨第 1~5 題中一項或多項障礙而不再有業務往來？

9、貴單位對於我國數位貿易相關之整體規範政策評比為何？

10、貴單位期待我國政府在協助業者從事數位貿易上所應扮演的角色為何？請您排序表示政府需協助之優先性。

11、對於政府在協助消除貴單位面臨跨境數位貿易重大負擔之建議？

（三）調查個案分析：電子商務（零售）類

電子商務（零售）類調查 10 家業者，包含 5 家接受調查訪談並取得問卷，3 家僅接受調查訪談，1 家僅取得問卷。

1.A 公司（調查訪談+問卷）

A 公司是電子商務網路平台公司，主要的商業模式為全球電子商務，在臺灣、日本與新加坡皆有設立電子商務公司。主要的服務包含協助廠商建置後台倉儲管理、金流、物流與企業網站建置等。由於中小企業想要在海外進行國際銷售並無雄厚的資本，許多國家又有在當地設立據點的限制，廠商若是與該公司進行簽約合作即可解決此項難處。A 公司提供系統整合與資訊服

務，透過該公司的後台系統與應用程式界面（Application Programming Interface, API），即可得知各地區銷售限制與規範，並將產品在線上銷售資訊轉譯成當地語言等功能。A 公司在提供廠商的優點包含：（1）提供免費開店、免上架費和免成交費的優點；（2）協助廠商架設客制化電子商務網頁、購物車機制，或在既有網路與臉書上新增電子商務功能；（3）提供倉儲空間，以及國外通路之管道；（4）透過該系統亦能直接代購其他國家之商品。透過 A 公司在金流與物流的服務與支持，解決企業必需要到海外設立據點和雇用當地員工的限制，減少增加額外的投資成本以達到跨國行銷之目的。

（1）跨境經營模式

A 公司在國外有設立據點，在開始初期在各國設立自己的電子商務平台，後期轉型成與當地的龍頭電子商務平台業者合作。透過串聯各國的電子商務業者，利用當地已經發展成熟與具有穩定的金流和物流之平台業者，A 公司轉型成當地電子商務平台業者的臺灣最大供應商，由此可達到節省行銷與客服成本之目的。物流方面，A 公司是以 B2C 的模式經營，由小型包裹的方式從臺灣以國際寄送。由於跨境運送是採取集體式的報送，消費者不需要負擔額外的運費以減少成本，並且在當地有固定配合的物流廠商，讓臺灣的業者能夠順利接到全球訂單以達到跨境經營之模式。

海外市場布局方面，是以目標市場是否對於臺灣的熟悉程度來進行篩選。目前以華人人數較多的地區為主，由於這些地區對於臺灣的辨識度較高，利用臺灣較具有知名度的明星或是電視節目進行行銷，商品比較容易進入目標市場來進行銷售。

（2）主要目標市場

A 公司目前以印尼、菲律賓、泰國、馬來西亞、新加坡、越南、日本、韓國、香港、中國大陸和美國為目標市場。

（3）跨境經營高負擔項目

A. 進行電子商務跨境貿易上面臨之負擔情形有：

B. 在地化和技術要求方面：大部分廠商做跨境最困難的就是必須要在當地開一家子公司，像是金流或物流或是當地法規等限制。

C. 消費者保護與網路安全要求方面：數據/資料跨境移動限制之負擔程度較高。

D. 公部門管制和規範要求方面：各國會有各種不同的進口規範，若是以 B2B 的模式進行會被要求一些進口上的規範與認證，因此在數量上並不能太大，目前僅能以 B2C 的方式來避掉障礙。

E. 市場開放限制方面：關稅問題，多數國家對於製藥產品的規範嚴格。

F. 環境建構不健全方面：無負擔程度較高項目。

（4）國內經營高負擔項目

在國內經營面臨之負擔情形有：

G. 在地化和技術要求方面：業者在要求當地設置據點、對重要人事(如董監事或主管)要求國籍限制、要求當地設置數據中心/資料庫、要求內容或技術須在地化/自製率要求、對電子商務實體設備或服務有特殊標準，負擔程度較高。

H. 消費者保護與網路安全要求方面：無負擔程度較高項目。

I. 公部門管制和規範要求方面：通關程序及其他關務措施。

J. 市場開放限制方面：對電子交易課徵營業稅和加值稅等稅賦、銷售項目(藥品、煙酒等)/銷售額，負擔程度較高。

K. 環境建構不健全方面：無負擔程度較高項目。

問題	項目		國內	國外
1.在地化和技術要求	1.1	要求當地設置據點(如分公司、子公司或辦事處)	▲	▲
	1.2	對重要人事(如董監事或主管)要求國籍限制	▲	▲
	1.3	要求當地設置數據中心/資料庫	▲	▲
	1.4	要求內容或技術須在地化/自製率要求	▲	▲

問題	項目			國內	國外
	1.5	對電子商務實體設備或服務有特殊標準		▲	▲
	1.6	強迫技術移轉		Δ	▲
2.消費者保護與網路安全要求	2.1	消費者者保護制度		Δ	Δ
	2.2	個人隱私保護監管制度		Δ	Δ
	2.3	網路安全制度(如商業秘密竊取)		Δ	▲
	2.4	數據/資料跨境移動限制		Δ	▲
3.公部門管制和規範要求	3.1	數位內容須經公部門事前審查		Δ	▲
	3.2	營運第三方平台之法律責任不明確		Δ	▲
	3.3	電子支付規範欠缺/不明確		Δ	▲
	3.4	電子支付選擇有限		Δ	▲
	3.5	政府法規和標準不透明		Δ	▲
	3.6	該國符合性評估程序繁瑣		Δ	▲
	3.7	外匯管制		Δ	Δ
	3.8	通關程序及其他關務措施		▲	▲
4.市場開放限制	4.1	對電子交易課徵營業稅、加值稅等稅賦		▲	▲
	4.2	對實體數位產品課徵關稅(數位產品指燒錄在載具上的影音、軟體等)		Δ	Δ
	4.3	小包裹與個人用品適用免關稅的規範門檻		Δ	▲
	4.4	對服務及投資限制	4.4.1 取得經營許可	Δ	Δ
			4.4.2 銷售項目(藥品、煙酒等)/銷售額	▲	▲
			4.4.3 貿易及銷售管道限制	Δ	▲
			4.4.4 外人持股/合資要求	Δ	▲
			4.4.5 據點數目限制	Δ	Δ
5.環境建構不健全	5.1	電子簽章效力不確定		Δ	Δ
	5.2	欠缺無紙化貿易機制		Δ	Δ
	5.3	網路基礎建設不足		Δ	Δ
	5.4	網路自由與開放限制		Δ	Δ
	5.5	網路安全性不足		Δ	Δ
	5.6	數位著作權保護不足		Δ	Δ
	5.7	數位商標權保護不足		Δ	Δ

註：此表重新整理自調查問卷，以▲表示負擔程度高（填寫 3=負擔程度偏高或 4=重大負擔），Δ表示負擔程度低（填寫 1=低度負擔或 2=負擔程度中等），−表示不構成負擔或未面臨此問題（填寫 0=不構成負擔或 5=未曾面臨此問題）。

資料來源：本研究自行整理。

（5）對我國規範政策評比與期待

對於我國數位貿易相關之整體規範政策評比以及期待政府協助之優先性，如下所示：

項目	我國規範政策評比	政府協助之優先性
安全的數位基礎建設	◎	☆
運作相容與安全的平台	◎	★
寬頻普及近用	◎	☆
整體性的政府網路經濟政策架構	○	★
雲端優先的政府議程	○	☆
資料傳輸、隱私、保護及交易的區域法規對等體制	○	☆
無縫跨境資料流通	○	★
實現共通之個人數位認證	○	∞
網路經濟衡量標準	○	∞
公開資料計畫	○	∞
公民皆成為有數位識能的網路經濟參與者	◎	☆
洽簽經貿協定(如 TPP 等)	▽	★

註：此表重新整理自調查問卷，以◎表示健全（填寫 4=健全或 5=非常健全），○表示普通（3=普通）填寫，▽表示不健全（填寫 1=非常不健全；2=不健全）；★表示重要且緊急，☆表示重要但不緊急，∞表示不重要且不緊急。

資料來源：本研究自行整理。

其他建議有:若政府想培植跨境電商,可以在主要國家的進口規範放寬,例如：政府可以設立一個固定的點，讓所以做跨境電子商務廠商的貨品全部集結在相同地方一起運送，避免空運或船運未滿櫃即出發的情況發生，藉此節省運輸成本來增加電商的競爭優勢。希望藉由政府來充當起整合的角色。

2.B 公司(調查訪談+問卷)

B 公司透過線上服務的方式提供臺灣地區企業採購辦公室用品之需求，目前在臺灣線上平台以提供超過一萬種以上的辦公用品產品項目，包含：辦公室用品與文具、咖啡機租賃、印刷刻章與快遞等服務商品，在國內經營方式是以 B2B 模式為主。

為能夠掌握倉儲庫存情形，該公司有自己的物流中心以處理每日上千筆的訂單，並且提供在大臺北地區 3 小時與半日的到貨服務，是為我國首創的 24 小時到貨服務。B 公司在臺灣亦有 5 間的實體店面，藉由線上和線下的整合來維持與顧客之關係，並希望由線下店鋪的方式導引顧客至線上消費。此

外，B 公司善用數據分析的方式來預測庫存情形，以資料運算的方式來判斷優先撿貨的訂單，預測需要進貨的需求時間以達到精準控制庫存，進而提供客戶快速出貨與到貨服務之需求。

B 公司約於 2012 年開始做跨境電子商務，因此在國外經營方式目前是以 B2C 模式為為起步，主要是以銷售食品與日韓相關的特殊產品，希望未來能夠以此先佈局海外市場。

B 公司在與中國大陸的電子商務平台進行合作時，由於僅能夠獲取客戶基本的資料，但是交易相關資料無法從線上平台下載至公司本身的資料庫。為能夠獲取完整的顧客交易資訊，B 公司目前向中國大陸政府進行申請成為內容服務提供商（Internet Content Provider, ICP），在大陸境內架設自己的網站與平台，期望未來在中國的布局更加完整。

（1）跨境經營模式

B 公司在中國大陸的有設立據點，雇用當地的人組成行銷團隊，並且以大陸團隊來維持與經營顧客服務。此外，在中國大陸與當地的電子商務平台簽約合作來提高能見度，如京東和天貓，大陸地區負責銷售，臺灣地區負責發貨，以此模式進行跨境經營。由於該公司是以 B2C 模式經營海外市場，因此走小型包裹的方式從臺灣進行國際遞送達到免關稅的標準，商品運送至廈門子公司後再經由當地固定配合的物流廠商，將商品運送至消費者所在地。在美國亦有團隊與據點，合作的電子商務平台則是 Amazon。B 公司在 Amazon 線上開設店面後，在臺灣的公司只需要負責前段物流的部分，將商品從臺灣運送至 Amazon 所指定在美國的特定倉庫集貨，後續只需要利用 Amazon 提供在美國完整的物流和客服系統，即可將商品運送至消費者手中。

B 公司國外營收僅約佔 20%，主要還是以國內的營收為主，約佔整體營收的 80%。在市場布局方面，由於東南亞地方環境不成熟，語言上亦有障礙，因此 B 公司的主要客群來源則為中國大陸與美國。

（2）主要目標市場

B 公司目前以韓國、香港、中國大陸、美國和加拿大為目標市場。

（3）跨境經營高負擔項目

進行電子商務跨境貿易上面臨之負擔情形有：

A. 在地化和技術要求方面：在中國大陸除非是 C2C 的營運模式，企業都必須在當地設立據點，並且以臺灣分公司的身分與天貓和京東簽約合作。

B. 消費者保護與網路安全要求方面：無負擔程度較高項目。

C. 公部門管制和規範要求方面：中國大陸的外匯限制非常多，手續過程亦非常麻煩，因此 B 公司很少將資金匯出。若是有需要，則是透過中國大陸的員工，以小額且符合當地規定內的方式匯出。若要在中國大陸的第三方平台銷售產品，必須先得到產品原廠的認證與授權書，經過中國大陸審核後才能在線上銷售商品。然而，在第三方平台的法律責任方面，電子商務平台商是並不負任何責任。即便商品得到原廠商的認證與授權，亦通過電子商務平台的審核通過，當遇到消費者認為產品有瑕疵問題，最後還是由 B 公司賠償與負擔吸收成本。

D. 市場開放限制方面：在海外稅賦方面，中國大陸約為 17%，美國約為 8%。此外，中國大陸進行稅改，以前是行李郵寄稅，要求個人身分證，現在則是課徵綜合跨境電商交易稅，跨境電商的優惠與過去相比相對減少。

E. 環境建構不健全方面：中國大陸對於企業要在境內設立網站成為內容服務提供商（ICP）有所限制，因此必須向當地政府進行申請。

F. 其他方面：因為國際政治因素的影響，B 公司曾經遇到中國與韓國間的「薩德事件」的衝擊，從韓國樂天所進貨銷售的樂天軟糖都在網路上被指控是假貨，最後必須自行吸收退貨成本。

（4）國內經營高負擔項目

在國內經營面臨之負擔情形有：

A. 在地化和技術要求方面：無負擔程度較高項目

B. 消費者保護與網路安全要求方面：無負擔程度較高項目

C. 公部門管制和規範要求方面：無負擔程度較高項目

D. 市場開放限制方面：在銷售項目方面，在臺灣針對菸酒和藥品在網路上銷售的限制非常嚴格。

E. 環境建構不健全方面：無負擔程度較高項目

問題	項目		國內	國外
1.在地化和技術要求	1.1	要求當地設置據點(如分公司、子公司或辦事處)	Δ	Δ
	1.2	對重要人事(如董監事或主管)要求國籍限制	Δ	Δ
	1.3	要求當地設置數據中心/資料庫	Δ	Δ
	1.4	要求內容或技術須在地化/自製率要求	Δ	Δ
	1.5	對電子商務實體設備或服務有特殊標準	Δ	Δ
	1.6	強迫技術移轉	Δ	Δ
2.消費者保護與網路安全要求	2.1	消費者者保護制度	Δ	Δ
	2.2	個人隱私保護監管制度	Δ	Δ
	2.3	網路安全制度(如商業秘密竊取)	Δ	Δ
	2.4	數據/資料跨境移動限制	Δ	Δ
3.公部門管制和規範要求	3.1	數位內容須經公部門事前審查	Δ	Δ
	3.2	營運第三方平台之法律責任不明確	Δ	▲
	3.3	電子支付規範欠缺/不明確	Δ	Δ
	3.4	電子支付選擇有限	Δ	Δ
	3.5	政府法規和標準不透明	Δ	Δ
	3.6	該國符合性評估程序繁瑣	Δ	Δ
	3.7	外匯管制	Δ	▲
	3.8	通關程序及其他關務措施	Δ	Δ
4.市場開放限制	4.1	對電子交易課徵營業稅、加值稅等稅賦	−	▲
	4.2	對實體數位產品課徵關稅(數位產品指燒錄在載具上的影音、軟體等)	−	Δ
	4.3	小包裹與個人用品適用免關稅的規範門檻	−	▲
	4.4	對服務及投資限制 4.4.1 取得經營許可	−	Δ
		對服務及投資限制 4.4.2 銷售項目(藥品、煙酒等)/銷售額	▲	Δ
		對服務及投資限制 4.4.3 貿易及銷售管道限制	−	▲
		對服務及投資限制 4.4.4 外人持股/合資要求	−	−
		對服務及投資限制 4.4.5 據點數目限制	−	−
5.環境建構不健全	5.1	電子簽章效力不確定	−	Δ
	5.2	欠缺無紙化貿易機制	−	▲

問題	項目		國內	國外
	5.3	網路基礎建設不足	−	Δ
	5.4	網路自由與開放限制	−	▲
	5.5	網路安全性不足	−	Δ
	5.6	數位著作權保護不足	−	Δ
	5.7	數位商標權保護不足	−	Δ

註：此表重新整理自調查問卷，以▲表示負擔程度高（填寫 3=負擔程度偏高或 4=重大負擔），Δ表示負擔程度低（填寫 1=低度負擔或 2=負擔程度中等），−表示不構成負擔或未面臨此問題（填寫 0=不構成負擔或 5=未曾面臨此問題）。

資料來源：本研究自行整理。

（5）對我國規範政策評比與期待

對於我國數位貿易相關之整體規範政策評比以及期待政府協助之優先性，如下所示：

項目	我國規範政策評比	政府協助之優先性
安全的數位基礎建設	▽	☆
運作相容與安全的平台	▽	∞
寬頻普及近用	▽	☆
整體性的政府網路經濟政策架構	▽	☆
雲端優先的政府議程	▽	☆
資料傳輸、隱私、保護及交易的區域法規對等體制	▽	☆
無縫跨境資料流通	▽	∞
實現共通之個人數位認證	▽	∞
網路經濟衡量標準	▽	∞
公開資料計畫	▽	∞
公民皆成為有數位識能的網路經濟參與者	▽	∞
洽簽經貿協定(如 TPP 等)	▽	★

註：此表重新整理自調查問卷，以◎表示健全（填寫 4=健全或 5=非常健全），○表示普通（3=普通）填寫，▽表示不健全（填寫 1=非常不健全；2=不健全）；★表示重要且緊急，☆表示重要但不緊急，∞表示不重要且不緊急。

資料來源：本研究自行整理。

3.C 公司(調查訪談+問卷)

C 公司是一間貿易公司，於 1994 年開始經營電子商務，並且以公司的方式加入 eBay 的電子商務平台，將臺灣的電子零件產品銷往非洲。C 公司

於 2012 年成為 ebay 所認證的代銷公司，早期在南非經營跨境貿易時，透過 eBay 的市場調查軟體來進行數據上的分析，選擇要進口那些商品來在當地銷售。此外，近幾年的社群網站的興起，該公司亦藉由 Facebook 等網站，透過消費者行為數據分析進行投放廣告與行銷之依據。C 公司的理念是透過利用國際電子商務平台設立，藉由該平台的高流量、高瀏覽率和完善的物流制度，以此奠定公司營運基礎。近年來新興市場的興起，對於資金不夠的中小企業來說，透過電子商務平台進行跨境貿易更是非常好的工具。除此之外，C 公司在國內外亦與各企業分享自身成功經驗，輔導貿易商進行電子商務的跨境貿易，亦同時代銷廠商之商品至全世界各地，期待將自己成功的跨境貿易經驗與同業分享。

（1）跨境經營模式

C 公司主要利用 eBay、Amazon、Lazada、wish 與 Tradesparq 等電子商務平台進行產品銷售，同時亦協助其他廠商代銷產品至全世界。C 公司利用 eBay 龐大的資料庫系統來設計一套屬於該公司專屬的程式，透過數據的方式來分析每個地區對於貨品需求的數量與商品的種類，發掘不同區域市場對於各種商品的潛在需求。C 公司透過網路上高服務品質與借重電子商務平台提供的留言和評價功能，獲得消費者的青睞之後，在線上平台上建立出公司自己的品牌與聲譽。物流方面，電子商務交易中，貨品運送的速度以及跨國貿易所需要負擔的關稅和手續費是生存關鍵。因此，C 公司目前在美國、澳洲、德國與英國當地有設立倉儲系統，將商品進口至目標市場，當消費者線上下單之後，該公司即可以快速地由當地的物流系統發貨至消費者手中。未來 C 公司更會將營運觸角朝向東協國家邁進。

（2）主要目標市場

C 公司目前以印尼、菲律賓、泰國、馬來西亞、新加坡、越南、印度、孟加拉、斯里蘭卡、澳洲、紐西蘭、日本、韓國、香港、美國、加拿大、歐盟、瑞士、南非為目標市場。

（3）跨境經營高負擔項目

進行跨境貿易面臨之負擔情形有：

A. 在地化和技術要求方面：對於電子商務實體設備或服務有特殊標準，不論廠商是用 Amazon 或是 Lazada 的服務，都會針對國外廠商訂定出特殊的標準和要求，國外廠商也沒有辦法享有當地廠商的權利，例如：臺灣的廠商沒有辦法用到當地的倉庫，就必須用直郵的方式，也會墊高廠商的成本，除非你有設立公司據點，落地開設公司才可享有當地同等的服務。因此，同樣是販賣一枝筆，國外廠商在電子平台銷售上，物流就會有所不同，也許會需要透過香港中轉的方式，或是海運和空運的成本進入美國販售，在初始成本上就已經比美國的公司還要高。

B. 消費者保護與網路安全要求方面:在美國和英國的消費者對於國外產品的疑慮，會認為相同產品的品質上比當地還要差，因此在檢視國外產品時會比較嚴格，也比較會有退貨的情形發生。東南亞的情形比較沒有這麼嚴重，馬來西亞和新加坡較為開放，越南民族意識則較強。

C. 公部門管制和規範要求方面:在符合性評估程序上,各國的電子商務都想要做。因此，現在不論是 Amazon 或是 Lazada 都有很多開戶條件上的限制。例如，Lazada 在線上還分成本地和臺灣開戶，當申請的時候必須能夠在線上脫穎而出，在東南亞還需要線上考試，必須要達到標準才能夠開店，因此廠商必須去解決這些繁瑣的過程。

D. 市場開放限制方面：美國的 Amazon，業者使用當地的倉庫和人力，當有獲利時都必須要繳交不同類型的稅,例如:營業所得稅、州稅和關稅。Lazada 亦同，當產品銷售進入當地之後，。在銷售商品上，若廠商是製造商，若是販售 BB 槍類型產品，在美國審查上就會非常嚴格，必須符合當地的安全規格。若廠商是當地廠商的話就不會有同樣等級的障礙。或者是食品，就必須要去符合美國的食品藥品監督管理局（Food and Drug Administration, FDA）之標準，這些就會是成本。但貿易商通常都會去避開要去販賣這類型的產品。

E. 環境建構不健全方面：無負擔程度較高項目。

（4）國內經營高負擔項目

在國內經營面臨之負擔情形有：

A. 在地化和技術要求方面：無負擔程度較高項目。

B. 消費者保護與網路安全要求方面：無負擔程度較高項目。

C. 公部門管制和規範要求方面：無負擔程度較高項目。

D. 市場開放限制方面：無負擔程度較高項目。

E. 環境建構不健全方面：無負擔程度較高項目。

問題	項目			國內	國外
1.在地化和技術要求	1.1	要求當地設置據點(如分公司、子公司或辦事處)		−	−
	1.2	對重要人事(如董監事或主管)要求國籍限制		−	−
	1.3	要求當地設置數據中心/資料庫		−	−
	1.4	要求內容或技術須在地化/自製率要求		−	−
	1.5	對電子商務實體設備或服務有特殊標準		−	▲
	1.6	強迫技術移轉		−	−
2.消費者保護與網路安全要求	2.1	消費者者保護制度		−	▲
	2.2	個人隱私保護監管制度		−	Δ
	2.3	網路安全制度(如商業秘密竊取)		−	Δ
	2.4	數據/資料跨境移動限制		−	Δ
3.公部門管制和規範要求	3.1	數位內容須經公部門事前審查		−	−
	3.2	營運第三方平台之法律責任不明確		−	Δ
	3.3	電子支付規範欠缺/不明確		−	Δ
	3.4	電子支付選擇有限		−	Δ
	3.5	政府法規和標準不透明		−	Δ
	3.6	該國符合性評估程序繁瑣		−	▲
	3.7	外匯管制		−	Δ
	3.8	通關程序及其他關務措施		−	Δ
4.市場開放限制	4.1	對電子交易課徵營業稅和加值稅等稅賦		−	▲
	4.2	對實體數位產品課徵關稅(數位產品指燒錄在載具上的影音、軟體等)		−	−
	4.3	小包裹與個人用品適用免關稅的規範門檻		−	Δ
	4.4	對服務及投資	4.4.1 取得經營許可	−	−
			4.4.2 銷售項目(藥品、煙酒等)/銷售額	−	−
			4.4.3 貿易及銷售管道限制	−	−

問題	項目			國內	國外
		限制	4.4.4 外人持股/合資要求	−	−
			4.4.5 據點數目限制	−	−
5.環境建構不健全	5.1	電子簽章效力不確定		−	−
	5.2	欠缺無紙化貿易機制		−	Δ
	5.3	網路基礎建設不足		−	−
	5.4	網路自由與開放限制		−	−
	5.5	網路安全性不足		−	−
	5.6	數位著作權保護不足		−	Δ
	5.7	數位商標權保護不足		−	Δ

註：此表重新整理自調查問卷，以▲表示負擔程度高（填寫 3=負擔程度偏高或 4=重大負擔），Δ表示負擔程度低（填寫 1=低度負擔或 2=負擔程度中等），−表示不構成負擔或未面臨此問題（填寫 0=不構成負擔或 5=未曾面臨此問題）。

資料來源：本研究自行整理。

（5）對我國規範政策評比與期待

對於我國數位貿易相關之整體規範政策評比以及期待政府協助之優先性，如下所示：

項目	我國規範政策評比	政府協助之優先性
安全的數位基礎建設	○	☆
運作相容與安全的平台	○	☆
寬頻普及近用	○	★
整體性的政府網路經濟政策架構	○	☆
雲端優先的政府議程	○	☆
資料傳輸、隱私、保護及交易的區域法規對等體制	○	☆
無縫跨境資料流通	○	★
實現共通之個人數位認證	○	★
網路經濟衡量標準	○	☆
公開資料計畫	○	☆
公民皆成為有數位識能的網路經濟參與者	○	★
洽簽經貿協定(如 TPP 等)	○	★

註：此表重新整理自調查問卷，以◎表示健全（填寫 4=健全或 5=非常健全），○表示普通（3=普通）填寫，▽表示不健全（填寫 1=非常不健全；2=不健全）；★表示重要且緊急，☆表示重要但不緊急，∞表示不重要且不緊急。

資料來源：本研究自行整理。

其他建議有：

A. 專利、商標和關稅壁壘等等保護國內產業的方式是沒有用的，使得很多業者還沒有做國外，僅有做國內。政府需要做的是將金流管制好，或是改善現在的電子支付方式和相關法規，當政府將金流的管制做好，政府自然會有稅收，讓廠商也知道如何遵從規範並且創造出一個公平的經商環境。

B. 臺灣現在對於電子商務的重要性不重視，我們過去注重內需市場。貿易的重要性這幾年不被受重視，若是我們的東西都賣不出去，那該要如何重振內需市場？這將會是一個惡行循環。雖然韓國本地沒有英文，但是他們的產品和文化就是要用英文去面對整個市場。例如我們想要行銷文創，但是我們要強調的是世界的市場，而非本地的文創，我們得一開始就要去面對國際。

C. 建議政府可以從教育上著手，我們需要讓學生了解跨境電商的重要性，能夠真的接觸到新知和國際上的狀況，越早投入越能與世界各國競爭。

4.D 公司(調查訪談+問卷)

D 公司是一間網路零售公司。公司成立之初，其所設立的購物網站專門針對臺灣的女性販售美妝保養品、服飾與包包等相關產品。該公司精選 20 至 40 歲的年輕女性所喜好的彩妝和保養品，以物美價廉的策略切入女性購物市場，並透過與其他網站進行廣泛的合作，成功的將網路的流量導入該公司之購物網站。2007 年該公司認為臺灣的網路購物市場已經達到飽和，於是決定進入中國大陸市場。然而，儘管兩岸間的語言相通，但是當地消費者的購物喜好卻與臺灣的消費者截然不同，加上在中國大陸的網路廣告投放成本高昂，因此 D 公司一直難以成功地切入當地市場。此外，由於 2008 年的金融海嘯使得公司的營收下滑，為了避免公司營運虧損過大，該公司決定退出中國大陸市場。直到 2013 年，D 公司逐漸將營運觸角伸向東南亞國家的菲律賓和馬來西亞。在經過 3 年來的耕耘，D 公司目前已逐漸站穩菲律賓市場，未來將放眼越南和印尼，目標將成為亞洲年輕女性的首選購物網站。

（1）跨境經營模式

D 公司在海外主要市場為菲律賓和馬來西亞，在當地都有設立據點和購

物網站，再由臺灣賣貨進口至當地。

D 公司在菲律賓當地有自己的倉儲中心，也有和兩間物流中心合作。由於菲律賓人較少使用信用卡，因此消費者多以貨到付款的方式購買商品。馬來西亞的部分，由於跨境成本較低，化妝產品重量較輕，使用包裹的跨境寄送能夠以零關稅的方式報關，並且 D 公司在當地設立代收代付公司，將公司在馬來西亞的銷售所得匯回臺灣。D 公司的行銷團隊都是在臺灣，在海外當地則是物流和客服部門。

D 公司在正式進入菲律賓市場之前，在當地進行焦點座談，針對當地的消費市場、風俗民情和文化進行研究分析。此外，臺灣的行銷團隊每年至少會至菲律賓 1 至 2 次，並且會在當地待上 2 至 3 個月，充分了解當地民情之後才能夠將行銷策略與當地接軌。由於在當地已經深耕 3 年，目前已經站穩在菲律賓當地的女性購物市場，未來也會將持續深耕馬來西亞市場，作為開拓東南亞市場的基地。

（2）主要目標市場

D 公司目前以印尼、菲律賓、泰國、馬來西亞、香港和中國大陸為目標市場。

（3）跨境經營高負擔項目

進行跨境貿易面臨之負擔情形有：

A. 在地化和技術要求方面：菲律賓和馬來西亞需要在當地設點，馬來西亞有電子商務的營業項目可以申請。然而，若要在當地開設銀行開戶，身分必須是法人，所以公司在當地投資公司時，馬來西亞人必須進董事。

B. 消費者保護與網路安全要求方面:在消費者保護制度和個人隱私制度相關法條，我感覺菲律賓的法條比較嚴格，因為菲律賓的相關法規是學習美國，但是執法的成效較差。臺灣雖然制度上不完整，但是執法的成效比較嚴格。

C. 公部門管制和規範要求方面：菲律賓人很少刷卡，只能選擇貨到付款，配合物流商，能夠選擇電子支付的選擇很有限。在外匯管制上，因為菲律賓的貨幣並非流通貨幣，因此必須換成美金才能匯回臺灣。曾經有某家銀行，網路遙遠所有存戶存款都變成負數，市場上開始恐慌，因此大家開始想要將錢匯出菲律賓。然而，菲律賓披索不能隨意匯出，且波動很大，因此要在最佳時間點先轉成美金，而這個過程的限制很高。通關方面相對臺灣還是沒有好，因為人治的情形太多。在 2014 年曾經因為有國內政治情勢變化，海關開始執行嚴查，造成物價飆漲亦影響到臺灣公司的生意。

D. 市場開放限制方面：電子交易課稅，菲律賓課稅 12%，很多貨都需要開發票。馬來西亞是 6%，越南是 10%，也造成廠商的負擔。此外，菲律賓，若是想要使用機器的方式列印發票，該國規定必需要設立據點，規定發票機器要買當地的機器以及購買當地的影印紙，該國政府會去查核。

E. 環境建構不健全方面：a、電子發票方面，菲律賓所有東西都是使用一疊疊的文件去辦理事情，非常消耗成本與時間，曾經Ｄ公司從早到晚都在列印當地發票和相關文件都無間斷。此外，菲律賓最大的物流公司仍是以傳統的方式列印四聯單，沒有辦法像臺灣只需要一個條碼，有很多的文件須要去影印，在菲律賓無紙化的進展速度還很慢。b、電子簽章的部分，目前雖然還不重要，未來慢慢會受到重視。若是消費者使用電腦上網，若是用 Google 的瀏覽器進入網頁發現沒有安全簽章，很有看能就不會再進入該網站。但手機業面由於 Facebook 或其他應用程式已經有瀏覽器的介面，其實消費者看不到簽章，對於使用行動上網裝置的消費者影響不大。

（4）國內經營高負擔項目

在國內經營面臨之負擔情形有：

A. 在地化和技術要求方面：要求當地設置據點的負擔程度較高。

B. 消費者保護與網路安全要求方面：臺灣的網路安全制度，臺灣有個資法和資安法。個資法為每人可以求償兩萬至兩億上限之規定，這對企業而言是一個潛在風險。然而，國內大型企業都有可能被駭客入侵，難以對此保證，此項法律會讓企業感到不安。此外，網路安全制度方面，由於現行法律政府有調查權限進

去企業的營業場所並且調取資料，若無法保證政府部門是公正的情況之下，若因為同業競爭使得能夠得到政府官員之調查資訊，這對業者來說是被開一個後門的潛在危險。

C. 公部門管制和規範要求方面：a、臺灣的外匯環境管制嚴重，在臺灣的業者是一項重大負擔。原因是 D 公司有大量美金的需求，投放許多廣告在 FACEBOOK 和 GOOGLE，當 D 公司付款給外商時需要以美金支付。然而，若是企業想要針對外匯避險，中央銀行在沒有發票和收據的情況之下，廠商不能買遠期外匯。然而，Facebook 和 Google 等廠商最多只給你 45 天的期間，因此在沒有文件得以買遠期外匯的情況下，無法進行避險。企業唯一選擇只能先以借現金的方式，全額來買遠期外匯操作避險，但也已經加重業者的借款成本。b、通關程序問題，臺灣在某些產品有內部生產量不足時，國內也有很大的需求量，政府不應用反傾銷的政策方式來鎖特定商品的進口。政府應該要去了解國內真實的需求。也因此當業者無法生產足夠的量時，便會用其他非法的途徑進口，像是和中國大陸的進口併單，業者就會用其他方式繞道而行。

D. 市場開放限制方面：小包裹與個人用品適用免關稅的規範門檻負擔程度較高。

E. 環境建構不健全方面：無負擔程度較高項目。

問題	項目		國內	國外
1.在地化和技術要求	1.1	要求當地設置據點(如分公司、子公司或辦事處)	▲	▲
	1.2	對重要人事(如董監事或主管)要求國籍限制	–	▲
	1.3	要求當地設置數據中心/資料庫	–	–
	1.4	要求內容或技術須在地化/自製率要求	Δ	Δ
	1.5	對電子商務實體設備或服務有特殊標準	–	–
	1.6	強迫技術移轉	–	–
2.消費者保護與網路安全要求	2.1	消費者者保護制度	Δ	Δ
	2.2	個人隱私保護監管制度	Δ	Δ
	2.3	網路安全制度(如商業秘密竊取)	▲	–
	2.4	數據/資料跨境移動限制	Δ	Δ
3.公部門管制和規範要求	3.1	數位內容須經公部門事前審查	–	–
	3.2	營運第三方平台之法律責任不明確	–	–
	3.3	電子支付規範欠缺/不明確	–	–
	3.4	電子支付選擇有限	Δ	▲

問題	項目			國內	國外
	3.5	政府法規和標準不透明		▲	Δ
	3.6	該國符合性評估程序繁瑣		Δ	Δ
	3.7	外匯管制		▲	▲
	3.8	通關程序及其他關務措施		▲	▲
4.市場開放限制	4.1	對電子交易課徵營業稅和加值稅等稅賦		Δ	▲
	4.2	對實體數位產品課徵關稅(數位產品指燒錄在載具上的影音、軟體等)		–	–
	4.3	小包裹與個人用品適用免關稅的規範門檻		▲	▲
	4.4	對服務及投資限制	4.4.1 取得經營許可	Δ	Δ
			4.4.2 銷售項目(藥品、煙酒等)/銷售額	Δ	Δ
			4.4.3 貿易及銷售管道限制	Δ	Δ
			4.4.4 外人持股/合資要求	Δ	▲
			4.4.5 據點數目限制	Δ	▲
5.環境建構不健全	5.1	電子簽章效力不確定		Δ	Δ
	5.2	欠缺無紙化貿易機制		Δ	▲
	5.3	網路基礎建設不足		Δ	Δ
	5.4	網路自由與開放限制		Δ	Δ
	5.5	網路安全性不足		Δ	Δ
	5.6	數位著作權保護不足		Δ	Δ
	5.7	數位商標權保護不足		Δ	Δ

註：此表重新整理自調查問卷，以▲表示負擔程度高（填寫 3=負擔程度偏高或 4=重大負擔），Δ表示負擔程度低（填寫 1=低度負擔或 2=負擔程度中等），–表示不構成負擔或未面臨此問題（填寫 0=不構成負擔或 5=未曾面臨此問題）。

資料來源：本研究自行整理。

（5）對我國規範政策評比與期待

對於我國數位貿易相關之整體規範政策評比以及期待政府協助之優先性，如下所示：

項目	我國規範政策評比	政府協助之優先性
安全的數位基礎建設	○	☆
運作相容與安全的平台	▽	∞
寬頻普及近用	◎	∞
整體性的政府網路經濟政策架構	▽	★
雲端優先的政府議程	▽	☆
資料傳輸、隱私、保護及交易的區域法規對等體制	◎	∞
無縫跨境資料流通	◎	∞

項目	我國規範政策評比	政府協助之優先性
實現共通之個人數位認證	▽	∞
網路經濟衡量標準	▽	∞
公開資料計畫	◎	∞
公民皆成為有數位識能的網路經濟參與者	◎	∞
洽簽經貿協定(如 TPP 等)	▽	★

註：此表重新整理自調查問卷，以◎表示健全（填寫 4=健全或 5=非常健全），○表示普通（3=普通）填寫，▽表示不健全（填寫 1=非常不健全；2=不健全）；★表示重要且緊急，☆表示重要但不緊急，∞表示不重要且不緊急。

資料來源：本研究自行整理。

其他建議有：希望政府能夠鬆綁外匯上的管制，在臺灣買賣遠期外匯上有很多限制，風險都是企業在扛，造成企業只好先去借錢來取買美金，使得企業借錢減少獲利，建議政府可以鬆綁企業在遠期外匯操作上的限制。

5.E 公司(調查訪談+問卷)

E 公司目前在台灣經營通路包括電視購物頻道、購物網、摩天商城、型錄，未設實體門市，無自家商品，貨源來自供應商。從電視購物轉戰網路購物，社群媒體和買關鍵字等都行銷方式均會進行。因應行動商務快速崛起，近年來也積極投入行動購物，在機制持續優化及商品多元化的策略帶動下，E 公司旗下購物網、摩天商城、電視購物都設有專屬 APP。

E 公司認為其現行主要目標是希望在國內壯大，但不是透過開實體店或是開拓海外市場，而是希望在台灣年營業額可以高於其他實體店面，全台灣的營業額，電子商務比例偏小，其認為主要競爭對手是國內實體店面，並非電商。

（1）跨境經營模式

目前 E 公司網路購物架設在台灣，供消費者選購，商品可直配大陸（直購配送到中國大陸），支付方式為支付寶，物流和順豐合作。尚無進一步配送到其他國家的計畫。

E 公司憑著電視購物的優勢，2014 年起開發泰國、菲律賓、馬來西亞和

中國大陸市場，與當地公司從合資經營電視購物做起，而後會視當地發展情形進而經營 B2C 網路購物事業或 C2C 拍賣網站。

（2）主要目標市場

E 公司目前以泰國、菲律賓、馬來西亞和中國大陸為目標市場，其中，在泰國和中國大陸面臨較高負擔。

（3）跨境經營高負擔項目

進行跨境貿易面臨之負擔情形有：

A. 在地化和技術要求方面：要求當地設置據點、對重要人事要求國籍限制之負擔程度較高。

B. 消費者保護與網路安全要求方面：中國大陸和台灣在數據取得還有網路安全制度上有差異。

C. 公部門管制和規範要求方面：國際電商經營難處來自配送問題還有報關問題，電商本身事實上獲利甚少。

D. 市場開放限制方面：無負擔程度較高項目。

E. 環境建構不健全方面：無負擔程度較高項目。

（4）國內經營高負擔項目

在國內經營面臨之負擔情形有：

A. 在地化和技術要求方面：無負擔程度較高項目。

B. 消費者保護與網路安全要求方面：無負擔程度較高項目。

C. 公部門管制和規範要求方面：a、銷售管道的限制為台灣規定藥品和酒類只能在實體店面販售，不能在網路管道賣。b、台灣每家業者都想開發自己的第三方支付，無法聯合起來朝大規模發展。

D. 市場開放限制方面：銷售項目(藥品、煙酒等)/銷售額、貿易及銷售管道限制之負擔程度較高。

E. 環境建構不健全方面：無負擔程度較高項目。

問題	項目			國內	國外
1.在地化和技術要求	1.1	要求當地設置據點(如分公司、子公司或辦事處)		–	▲
	1.2	對重要人事(如董監事或主管)要求國籍限制		–	▲
	1.3	要求當地設置數據中心/資料庫		–	Δ
	1.4	要求內容或技術須在地化/自製率要求		–	Δ
	1.5	對電子商務實體設備或服務有特殊標準		–	Δ
	1.6	強迫技術移轉		–	Δ
2.消費者保護與網路安全要求	2.1	消費者者保護制度		–	Δ
	2.2	個人隱私保護監管制度		–	Δ
	2.3	網路安全制度(如商業秘密竊取)		–	▲
	2.4	數據/資料跨境移動限制		–	▲
3.公部門管制和規範要求	3.1	數位內容須經公部門事前審查		Δ	Δ
	3.2	營運第三方平台之法律責任不明確		Δ	Δ
	3.3	電子支付規範欠缺/不明確		Δ	Δ
	3.4	電子支付選擇有限		Δ	Δ
	3.5	政府法規和標準不透明		Δ	Δ
	3.6	該國符合性評估程序繁瑣		Δ	▲
	3.7	外匯管制		–	Δ
	3.8	通關程序及其他關務措施		–	▲
4.市場開放限制	4.1	對電子交易課徵營業稅和加值稅等稅賦		–	▲
	4.2	對實體數位產品課徵關稅(數位產品指燒錄在載具上的影音、軟體等)		–	–
	4.3	小包裹與個人用品適用免關稅的規範門檻		–	▲
	4.4	對服務及投資限制	4.4.1 取得經營許可	–	▲
			4.4.2 銷售項目(藥品、煙酒等)/銷售額	▲	▲
			4.4.3 貿易及銷售管道限制	▲	▲
			4.4.4 外人持股/合資要求	–	▲
			4.4.5 據點數目限制	–	Δ
5.環境建構不健全	5.1	電子簽章效力不確定		–	–
	5.2	欠缺無紙化貿易機制		Δ	Δ
	5.3	網路基礎建設不足		Δ	Δ
	5.4	網路自由與開放限制		–	Δ
	5.5	網路安全性不足		Δ	Δ
	5.6	數位著作權保護不足		Δ	Δ
	5.7	數位商標權保護不足		Δ	Δ

註：此表重新整理自調查問卷，以▲表示負擔程度高（填寫 3=負擔程度偏高或 4=重大負擔），Δ表示負擔程度低（填寫 1=低度負擔或 2=負擔程度中等），-表示不構成負擔或未面臨此問題（填寫 0=不構成負擔或 5=未曾面臨此問題）。
資料來源：本研究自行整理。

（4）國內經營高負擔項目

在國內經營面臨之負擔情形有：

A. 在地化和技術要求方面：無負擔程度較高項目。

B. 消費者保護與網路安全要求方面：無負擔程度較高項目。

C. 公部門管制和規範要求方面：a、銷售管道的限制為台灣規定藥品和酒類只能在實體店面販售，不能在網路管道賣。b、台灣每家業者都想開發自己的第三方支付，無法聯合起來朝大規模發展。

D. 市場開放限制方面：銷售項目(藥品、煙酒等)/銷售額、貿易及銷售管道限制之負擔程度較高。

E. 環境建構不健全方面：無負擔程度較高項目。

（5）對我國規範政策評比與期待

對於我國數位貿易相關之整體規範政策評比以及期待政府協助之優先性，如下所示：

項目	我國規範政策評比	政府協助之優先性
安全的數位基礎建設	◎	☆
運作相容與安全的平台	◎	☆
寬頻普及近用	○	★
整體性的政府網路經濟政策架構	○	☆
雲端優先的政府議程	▽	★
資料傳輸、隱私、保護及交易的區域法規對等體制	○	☆
無縫跨境資料流通	○	☆
實現共通之個人數位認證	▽	☆
網路經濟衡量標準	▽	☆
公開資料計畫	▽	★
公民皆成為有數位識能的網路經濟參與者	▽	★

項目	我國規範政策評比	政府協助之優先性
洽簽經貿協定(如 TPP 等)	▽	☆

註：此表重新整理自調查問卷，以◎表示健全（填寫 4=健全或 5=非常健全），○表示普通（3=普通）填寫，▽表示不健全（填寫 1=非常不健全；2=不健全）；★表示重要且緊急，☆表示重要但不緊急，∞表示不重要且不緊急。

資料來源：本研究自行整理。

其他建議有：IT 對電商很重要，例如企業目前在研發虛擬試穿間，亦即在網路上選一件衣服，可形成一個虛擬造型，然而台灣 IT 技術無法趕上這麼快的研發腳步。中國大陸的 IT 很強，因此發展很快，希望政府協助培育 IT 人才，期待台灣也能躍進一大步。

6.F 公司(調查訪談)

F 公司經營電商之初，僅進行單純轉單，亦即貨源在供應商，F 公司僅提供資訊給消費者，待消費者再下訂，將資訊提供給供應商，由供應商直接出貨給消費者。但此種經營方式在產生問題時，消費者責怪的是 F 公司，例如商品有問題時，F 公司並沒有看到商品，此外，消費者下訂單出貨前，F 公司也無法掌握貨物位置和庫存，因此，為了解決這些糾紛，F 公司推出 24 小時到貨，並開始建置倉儲，以便實際掌握商品並控制商品到貨時間。其在台灣架設兩個購物平台，一個是專門提供國內消費者使用的中文平台，一個是專門提供國外消費者使用的英文平台。

F 公司認為台灣公司的平台才會提供台灣供應商最好的服務，希望能繼續帶著台灣的供應商跟商品共同拓展至海外市場，到各國當地經營平台。

（1）跨境經營模式

F 公司先進入美國市場成立電商平台，之後在泰國設立合資公司，希望以泰國作為朝東南亞發展的起點。至於其他地區，目前採取國際購物方式進行。F 公司在台灣架設的國際平台，係將他國禁止販售和運送的商品刪除後，供消費者選購，商品經由國際購物配送（國際直配）至 104 個國家，物流使用中華郵政國際快捷。現行透過國際平台所得營收只占總營收 1%，且因偏

向實驗性質，公司並未積極宣傳，選擇讓平台自然發展。

（2）主要目標市場

F 公司目前以美國和泰國為目標市場。

（3）跨境經營高負擔項目

進行跨境貿易面臨之負擔情形有：

A. 在地化和技術要求方面：無負擔程度較高項目。

B. 消費者保護與網路安全要求方面：無負擔程度較高項目。

C. 公部門管制和規範要求方面：a、跨境電商最大的困難是語言跟物流，尤其如果規模變大，會面臨各國規定繁瑣不一的通關問題。b、台灣業者架設在台灣的電商網站會遭到中國大陸屏蔽，無法進行國際直購。

D. 市場開放限制方面：無負擔程度較高項目。

E. 環境建構不健全方面：無負擔程度較高項目。

F. 其他方面：東南亞的民族性和台灣不同，當地供應商和勞工較不積極。例如泰皇駕崩時，泰國員工會要求請假，工作進度會變慢，是意想不到的情形。

（4）國內經營高負擔項目

在國內經營面臨之負擔情形有：無負擔程度較高項目。

A. 在地化和技術要求方面：無負擔程度較高項目。

B. 消費者保護與網路安全要求方面：台灣的消費糾紛很難處理，因為保護法規甚嚴。

C. 公部門管制和規範要求方面：無負擔程度較高項目。

D. 市場開放限制方面：台灣是最嚴格的，像醫療器材（耳溫槍、隱形眼鏡等）和藥物等均不能販售。

E. 環境建構不健全方面：在台灣刷卡會取得明細上記載信用卡後四碼，目的是為了勾稽，以便辨識該筆交易持卡人。在電商的部分，會知道收件人的姓名、電話和地址，也會知道持卡人的發票機資料，但在台灣卻須進行後四碼勾稽，法令比國外繁瑣。

（5）對我國規範政策評比與期待

對我國數位貿易相關之整體規範政策評比以及期待政府協助之優先性為：整體性的政府網路經濟政策架構、無縫跨境資料流通、網路經濟衡量標準是最重要的。

其他建議有：

A. 國外對於外資投資電子商務並無特定規定，對業者而言較困難的是難的是進入他國之後如何在當地開展市場。因此，對於進入印尼等不易拓展的國家，公司不會在當地開設子公司，或自行架設一個專門服務當地的平台，而是選擇先以國際平台直購配送方式試行，但國際購物的缺點是運費高。

B. 目前台灣的供應商去海外做跨境電商，大多須依附在別人的平台上，除了會有語言上的困難，若不花錢投放廣告，提升搜尋排序順位，就難以接觸消費者。

C. 目前電子商務歸商業司、網路相關歸 NCC、金流歸金管會，在台灣的主管單位都如此複雜，業者在跨境的時候當然需要更多時間去了解當地情況，現行上，即使在當地有合資夥伴，業者都還是需要花費很多時間處理庶務。大公司可以在當地請法律事務所或會計事務協助研究當地的法令、法規、稅務等，但很多小公司沒有相當能力。建議政府鼓勵跨境，應運用外交資源，在各國設立窗口協助台灣業者了解當地法規。

D. 台灣業者架設在台灣的電商網站會遭到中國大陸屏蔽，期待政府可以運用 WTO 力量解決問題。

7.G 公司(調查訪談)

G 公司在台灣比較多的業務是企業福利網，福委會是一個平台，公司負責尋找適合商品販售給封閉的客戶。福利金可兌換餐飲住宿等票卷，此業務

可和 17Life 合作。

（1）跨境經營模式

G 公司在中國大陸設立據點和倉庫，有感於各地消費習慣和通路均有差異，從直營改為經銷方式，進駐當地平台和社群網站，不同通路分開經營。在東南亞則直接先採取實體零售經銷方式，因自行南進從事跨境電商和海外直郵（國際直配）的時機都還不成熟，當地種族、宗教、語言多元，建立台灣產品知名度需要不同行銷手段，未讓當地消費者了解品牌，難以吸引當地人來台灣網站購物，透過經銷後產生知名度，目前也逐漸發展到可從網站購買產品。未來將視市場規模，例如美國，若藉經銷成功建立知名度，G 公司則會考慮自行跨境經營。

（2）主要目標市場

G 公司目前以中國大陸、馬來西亞、新加坡、香港、澳門、越南、菲律賓、美國、緬甸為目標市場。

（3）跨境經營高負擔項目

進行跨境貿易面臨之負擔情形有：

A. 在地化和技術要求方面：無負擔程度較高項目。

B. 消費者保護與網路安全要求方面：無負擔程度較高項目。

C. 公部門管制和規範要求方面：a、海外直郵經過海關時，各國海關會有不同的抽檢比例與課稅標準。b、目前最大的問題是商品銷售海外困難、商品審查難以通過以及被海關阻檔，例如在越南送審非常困難。

D. 市場開放限制方面：無負擔程度較高項目。

E. 環境建構不健全方面：無負擔程度較高項目。

（4）國內經營高負擔項目

在國內經營面臨之負擔情形有：

A. 在地化和技術要求方面：無負擔程度較高項目。

B. 消費者保護與網路安全要求方面：台灣的隱私權規範太嚴格，有礙日後進行大數據分析。

C. 公部門管制和規範要求方面：a、政府對我國支付公司管制嚴格，但對於外資卻難以控制，例如蝦皮下一步即可能成立支付系統，台灣政府若無法協助業者自行掌握交易工具，往後支付的大數據會掌握在中國大陸手上；交通的訊息會掌握在 GOOGLE 手上；社交的訊息會掌握在 FACEBOOK 手上。b、台灣海關對於誠實的國家進口來台，例如歐洲、美國，因為商品上附有清楚申報單據，因此會檢查和扣稅。但對於中國大陸商品，只註明個人郵包，沒有附單據的，就直接進入國內，難以課稅、管制和檢查，損失金額龐大，排擠許多台灣中小企業、製造業及商行。

D. 市場開放限制方面：無負擔程度較高項目。

E. 環境建構不健全方面：無負擔程度較高項目。

（5）對我國規範政策評比與期待

對我國數位貿易相關之整體規範政策評比以及期待政府協助之優先性，未表示意見。

其他建議有：

A. 業者到中國大陸競爭力不足，但我國政府不鼓勵西進，較鼓勵南向，業者需求無法得到政策協助與支持。

B. 業者進行外銷時會面臨語言和行銷資源等問題，各業者會用不同方式進入海外市場，經驗無法傳承，需要政府協助。

C. 中國大陸海關針對海外直郵建立管制機制，先設立綠色通道，要求到中國大陸進行跨境電商的所有廠商，須跟中國大陸跨境電商平台做對接，並須向中國大陸關務署平台告知身分證字號、姓名、購買商品等，再依此扣稅。剛開始稅很低，之後中國大陸發現海外直郵金額過高，甚至包含假貨，便開始提高稅賦。其一方面逐漸限制水貨，一方面引導至綠色通道。但台灣政府對此管理或管制

不及，已嚴重影響了台灣中小企業。

D. 韓國業者想要出口農產品和農產加工品到中國大陸販售，韓國政府官員就帶著團隊，包含韓國行銷公司和銀行代表，也帶著年度計畫去找中國大陸的通路直接進行洽談，稅務和海關等也都已研究好，並針對不同賣場準備不同行銷規劃，也帶了韓國律師預備簽約，以保障韓國農民權益。了解中國大陸的需求之後，韓國政府會協助業者針對對方有興趣的農產品去做加強生產（因此帶了銀行代表，以便配合貸款給農民增進產量和品質）。我國政府對業者的協助往往流於形式，內容空泛，應帶著專業團隊和具體提案到當地市場進行洽談，真正協助中小企業拓展海外。

E. 中國大陸目前在許多通關口岸均以大型 X 光機檢驗，經大數據分析後有問題的才會被攔下，抽檢貨櫃非常快速，且貨主不用付費。但在台灣，貨櫃若被抽檢，貨主需要付很多費用。中國大陸主要目的是未來要把一帶一路所有的國家的通關口岸系統軟體均串連起來，收集大數據進行分析，運用跨境電商資源發展 B2B。

F. 希望全世界到台灣的商品，政府可以先做好公平管制。目前誠實申報的國家，物流反而非常慢，我們應該讓誠實申報的國家，快速通關。例如政府可以做一個平台，提供時常海外購物的消費者在上面登錄資料，綁定信用卡，使其快速扣稅以及快速通關。或是和他國資料交換，協助我國消費者購買的商品可以快速通關。此外，目前順豐物流在淡水有一個快速通關通道，讓中國大陸的貨品可以快速進來，但我國的物流業者卻沒有。

G. 台灣應鬆綁人才規範，善用外籍新娘和來台留學生這些可以擁有的資源，有效協助我國業者。

8.H 公司(調查訪談)

H 公司早期為網路書店，隨著集團業務發展逐漸多元化經營，販售的書籍約六成，以及百貨商品約四成，包含外文書和簡體書，簡體是與中國大陸業者合作，銷售給國內，因目前授權中國大陸的外文書多於台灣。

行銷上會和 LINE 合作或去其他流量較大的網站投放廣告，以廣告導流至公司購物官網。集團本身設有物流中心，公司無須再投入太多投資成本，因此來自境外業者的競爭壓力相對較國內其他電商業者小。金流目前可選擇宅配是信用卡支付或到店取貨是現金支付，也使用支付寶和台灣 pay。

對於個人資料保護，H 公司很早就取得標章，對此投資相對於其他業者相當高，系統每天都會進行資安偵測。H 公司認為，如何提供消費者更好的服務和介面等是公司發展重心。

（1）跨境經營模式

H 公司目前在台灣購物官網上設有海外專區，按照當地的法律規定篩選適合配送的商品，提供消費者購買，透過海運出口到國外，再由當地物流業者配送。其後，與對外通路合作，開始提供到店取貨服務。

（2）主要目標市場

H 公司目前以香港、澳門、新加坡、馬來西亞、美國為目標市場。

（3）跨境經營高負擔項目

進行跨境貿易面臨之負擔情形有：

A. 在地化和技術要求方面：無負擔程度較高項目。

B. 消費者保護與網路安全要求方面：無負擔程度較高項目。

C. 公部門管制和規範要求方面：台灣業者架設在台灣的官網遭中國大陸屏蔽，無法購買。

D. 市場開放限制方面：無負擔程度較高項目。

E. 環境建構不健全方面：無負擔程度較高項目。

（4）國內經營高負擔項目

在國內經營面臨之負擔情形有：

A. 在地化和技術要求方面：無負擔程度較高項目。

B. 消費者保護與網路安全要求方面：從整體產業角度面來看，整個交易過程，供應商和通路商均應落實消費者保護，不能只有要求通路商重視，但也應該嚴格要求供應商遵守。

C. 公部門管制和規範要求方面：a、對於許多業者而言，製作電子書的進入門檻高，需要先投入的成本很高，除了先提高相容性，讓使用者均可近用外，目前欠缺一個標準化的模式。規格性、授權和價格，是影響到這個電子書的產業發展的關鍵問題。b、各種商品品項所規定須標示的情況均不同，方式也不一，主管機關不一定會找業者協商，政府不了解通路業者在實際執行上是有困難的，例如有些商品會有射頻訊號，NCC 要求須在網路上提供照片證明，但商品在供應商手上，通路商難以執行。此外，除了主管機關是經濟部商業司外，各項商品均須遵守其他主管機關的命令，網路上的控管比實體多。

D. 市場開放限制方面：網路上禁賣菸酒和醫藥。

E. 環境建構不健全方面：無負擔程度較高項目。

（5）對我國規範政策評比與期待

對我國數位貿易相關之整體規範政策評比以及期待政府協助之優先性為：安全的數位基礎和整體性的政府網路經濟政策架構很重要。安全的數位基礎方面，對於整體的數位環境，銷售平台、供應商和國內的業者，均需要相同要求，應負相關責任，國內目前偏向道德勸說，整體交易安全性會產生風險，整個供應鏈均應擔負必要責任。整體性的政府網路經濟政策架構方面，缺乏主要統計數據，也欠缺透明度。

其他建議有：

A. 國內的電子書產業沒有進展，僅佔出版產值的 1%至 2%，主要原因是出版商無法接受電子書和實體書的價差太大，但消費者其實有需求，使出版商和相關廠商願意投入，需要政府支持引導。

B. 我國政府在數位和網路的相關法規不完整，需要有一個部會進行整合。

C. 數位經濟是最容易被入侵的，若缺乏明確目標，很容易被攻陷，政府必須重視。

1. I 公司(問卷)

I 公司旗下經營垂直電商網站，不同於綜合型電商將所有產品放在一個商場，將每類品項切割成單獨平台，採用團購商業模式，且與平台型業者投注大量資源在興建物流和倉儲中心最大不同之處，在於 I 公司的將資源投注在開發行動電商上。其認為台灣第三方物流完善，電商業者缺的不是廠房，而是如何透過資訊系統把流程做更好的整合。

對於跨境發展，I 公司認為是零售業必然發展方向之一，但更大挑戰並非業者本身能否做到跨境銷售，而是本身供貨、物流與客服資源能否支撐龐大市場需求。

（1）跨境經營模式

I 公司目前未跨境經營。

（2）主要目標市場

I 公司目前以台灣市場為主。

（3）跨境經營高負擔項目

I 公司未跨境經營，故無此類負擔。

（4）國內經營高負擔項目

在國內經營面臨之負擔情形有：

A. 在地化和技術要求方面：要求當地設置數據中心/資料庫、要求內容或技術須在地化/自製率要求、對電子商務實體設備或服務有特殊標準、強迫技術移轉之負擔程度較高。

B. 消費者保護與網路安全要求方面：無負擔程度較高項目。

C. 公部門管制和規範要求方面：數位內容須經公部門事前審查、營運第三方平台之法律責任不明確、電子支付規範欠缺/不明確、電子支付選擇有限、政府法規和標準不透明、該國符合性評估程序繁瑣之負擔程度較高。

D. 市場開放限制方面：對電子交易課徵營業稅和加值稅等稅賦、取得經營許可、銷售項目(藥品、煙酒等)/銷售額之負擔程度較高。

E. 環境建構不健全方面：電子簽章效力不確定、欠缺無紙化貿易機制、網路基礎建設不足、網路自由與開放限制之負擔程度較高。

問題	項目			國內	國外
1.在地化和技術要求	1.1	要求當地設置據點(如分公司、子公司或辦事處)		Δ	–
	1.2	對重要人事(如董監事或主管)要求國籍限制		Δ	–
	1.3	要求當地設置數據中心/資料庫		▲	–
	1.4	要求內容或技術須在地化/自製率要求		▲	–
	1.5	對電子商務實體設備或服務有特殊標準		▲	–
	1.6	強迫技術移轉		▲	–
2.消費者保護與網路安全要求	2.1	消費者者保護制度		Δ	–
	2.2	個人隱私保護監管制度		Δ	–
	2.3	網路安全制度(如商業秘密竊取)		–	–
	2.4	數據/資料跨境移動限制		–	–
3.公部門管制和規範要求	3.1	數位內容須經公部門事前審查		▲	–
	3.2	營運第三方平台之法律責任不明確		▲	–
	3.3	電子支付規範欠缺/不明確		▲	–
	3.4	電子支付選擇有限		▲	–
	3.5	政府法規和標準不透明		▲	–
	3.6	該國符合性評估程序繁瑣		▲	–
	3.7	外匯管制		Δ	–
	3.8	通關程序及其他關務措施		–	–
4.市場開放限制	4.1	對電子交易課徵營業稅和加值稅等稅賦		▲	–
	4.2	對實體數位產品課徵關稅(數位產品指燒錄在載具上的影音、軟體等)		–	–
	4.3	小包裹與個人用品適用免關稅的規範門檻		–	–
	4.4	對服務及投資限制	4.4.1 取得經營許可	▲	–
			4.4.2 銷售項目(藥品、煙酒等)/銷售額	▲	–
			4.4.3 貿易及銷售管道限制	Δ	–
			4.4.4 外人持股/合資要求	Δ	–
			4.4.5 據點數目限制	Δ	–

問題	項目		國內	國外
5.環境建構不健全	5.1	電子簽章效力不確定	▲	−
	5.2	欠缺無紙化貿易機制	▲	−
	5.3	網路基礎建設不足	▲	−
	5.4	網路自由與開放限制	▲	−
	5.5	網路安全性不足	Δ	−
	5.6	數位著作權保護不足	Δ	−
	5.7	數位商標權保護不足	Δ	−

註：此表重新整理自調查問卷，以▲表示負擔程度高（填寫 3=負擔程度偏高或 4=重大負擔），Δ表示負擔程度低（填寫 1=低度負擔或 2=負擔程度中等），−表示不構成負擔或未面臨此問題（填寫 0=不構成負擔或 5=未曾面臨此問題）。

資料來源：本研究自行整理。

（5）對我國規範政策評比與期待

對我國數位貿易相關之整體規範政策評比以及期待政府協助之優先性，如下所示：

項目	我國規範政策評比	政府協助之優先性
安全的數位基礎建設	○	☆
運作相容與安全的平台	▽	★
寬頻普及近用	◎	☆
整體性的政府網路經濟政策架構	▽	★
雲端優先的政府議程	○	★
資料傳輸、隱私、保護及交易的區域法規對等體制	○	★
無縫跨境資料流通	○	☆
實現共通之個人數位認證	▽	★
網路經濟衡量標準	▽	★
公開資料計畫	○	★
公民皆成為有數位識能的網路經濟參與者	▽	☆
洽簽經貿協定(如 TPP 等)	○	★

註：此表重新整理自調查問卷，以◎表示健全（填寫 4=健全或 5=非常健全），○表示普通（3=普通）填寫，▽表示不健全（填寫 1=非常不健全；2=不健全）；★表示重要且緊急，☆表示重要但不緊急，∞表示不重要且不緊急。

資料來源：本研究自行整理。

（四）調查個案分析：電子商務（旅遊）類

電子商務（服務）類調查 1 家業者，接受調查訪談並取得問卷。

1.J 公司(先期訪談+調查訪談+問卷)

J 公司的業務是進行跨境旅遊產品之買賣，是臺灣第一家以在地旅遊體驗（local tour）為號召的電子商務平台公司，以特色行程為號召，讓消費者透過公司網站預定出國行程為自己量身打造旅行體驗。公司的營運三大核心為「品質保證」、「付款安全」與「評價系統」。與國外當地業者所簽署的協議中附帶品質保證的協議，與安全的跨國線上支付公司 PayPal 合作，重視消費者的回饋與意見來提供線上優質的旅遊服務。此外，大數據亦是該公司營運之關鍵，透過數據分析團隊來了解消費者對於旅遊產品的喜好程度，掌握消費者在線上尋找旅遊資訊時，從網頁停留時間、網頁進入位置以及網頁資訊觀看流程，藉此更改與推出新的旅遊行程以滿足消費者所需。

J 公司為了能夠滿足旅客在出國旅行期間有不同的需求，在想法和策略上與產業鏈的上下游不同公司結盟與合作，例如航空公司、租車公司、電信公司與旅遊保險公司，提供訂機票、國外手機 SIM 卡、保險與租車等各種服務，提供顧客能夠方便地在出國前即能安排旅遊時之各種需求。

J 公司以東南亞為目標市場，布局全亞洲市場，以期未來更能夠放眼全世界與其他國家。

（1）跨境經營模式

J 公司在海外設立當地行銷團隊與據點，在臺灣則是客服部門與主要管理和行銷團隊。該公司在海外各地尋找可以合作的當地旅行社成為 J 公司的供應商，消費者不須以傳統的方式向傳統中小旅行社(中間商)來訂購行程，可以直接透過線上旅遊網來購買旅遊產品，J 公司的跨境經營模式即是以此種「去中間商化」的方式來為消費者提供服務。與新的供應商簽約合作之後，當消費者使用該公司產品，客服團隊會詢問消費者的使用體驗以掌握當地供

應商的品質。

在海外市場佈局是瞄準都會區域的白領族群，據點設立考量當地網路基礎設施與環境，也是以大城市內為主。目前該公司的線上網站與客服團隊能夠提供 12 種語言服務，海外營收目前約佔 40%至 50%，主要的海外客群為日本、香港與韓國，東南亞市場的主要客群則是印尼，未來目標則是朝向多語系和多國的發展策略邁進。

（2）主要目標市場

印尼、菲律賓、泰國、馬來西亞、新加坡、越南、日本、韓國、香港、中國大陸與歐盟。

（3）跨境經營高負擔項目

進行電子商務跨境貿易上面臨之負擔情形有：

A. 在地化和技術要求方面：無負擔程度較高項目。

B. 消費者保護與網路安全要求方面：無負擔程度較高項目。

C. 公部門管制和規範要求方面：負擔程度不高。

D. 市場開放限制方面：無負擔程度較高項目。

E. 環境建構不健全方面：在東南亞國家的政府欠缺電子化流程，因此向當地政府申請相關事宜時，常因為效率不足導致進度相當緩慢，如：菲律賓和印尼。此外，在東南亞國家當地的網路基礎建設不足導致上網連線速度，進而影響到 J 公司在當地的營運情形。

（4）國內經營高負擔項目

在國內經營面臨之負擔情形有：

A. 在地化和技術要求方面：無負擔程度較高項目。

B. 消費者保護與網路安全要求方面：無負擔程度較高項目。

C. 公部門管制和規範要求方面：國內由於 PayPal 退出臺灣市場，因此在電子支付的選擇有限，臺灣需要有一個能夠具有國際性的付款與兌換方式。

D. 市場開放限制方面：無負擔程度較高項目。

E. 環境建構不健全方面：無負擔程度較高項目。

問題	項目			國內	國外
1.在地化和技術要求	1.1	要求當地設置據點(如分公司、子公司或辦事處)		–	–
	1.2	對重要人事(如董監事或主管)要求國籍限制		–	–
	1.3	要求當地設置數據中心/資料庫		–	–
	1.4	要求內容或技術須在地化/自製率要求		–	–
	1.5	對電子商務實體設備或服務有特殊標準		–	–
	1.6	強迫技術移轉		–	–
2.消費者保護與網路安全要求	2.1	消費者者保護制度		–	–
	2.2	個人隱私保護監管制度		–	–
	2.3	網路安全制度(如商業秘密竊取)		–	–
	2.4	數據/資料跨境移動限制		–	–
3.公部門管制和規範要求	3.1	數位內容須經公部門事前審查		–	–
	3.2	營運第三方平台之法律責任不明確		–	Δ
	3.3	電子支付規範欠缺/不明確		Δ	Δ
	3.4	電子支付選擇有限		Δ	Δ
	3.5	政府法規和標準不透明		–	Δ
	3.6	該國符合性評估程序繁瑣		–	Δ
	3.7	外匯管制		–	Δ
	3.8	通關程序及其他關務措施		–	–
4.市場開放限制	4.1	對電子交易課徵營業稅、加值稅等稅賦		Δ	Δ
	4.2	對實體數位產品課徵關稅(數位產品指燒錄在載具上的影音、軟體等)		–	–
	4.3	小包裹與個人用品適用免關稅的規範門檻		–	–
	4.4	對服務及投資限制	4.4.1 取得經營許可	–	–
			4.4.2 銷售項目(藥品、煙酒等)/銷售額	–	–
			4.4.3 貿易及銷售管道限制	–	–
			4.4.4 外人持股/合資要求	–	–
			4.4.5 據點數目限制	–	–
5.環境建構不健全	5.1	電子簽章效力不確定		–	–
	5.2	欠缺無紙化貿易機制		Δ	▲
	5.3	網路基礎建設不足		–	▲

問題	項目		國內	國外
	5.4	網路自由與開放限制	−	−
	5.5	網路安全性不足	Δ	Δ
	5.6	數位著作權保護不足	−	Δ
	5.7	數位商標權保護不足	−	Δ

註：此表重新整理自調查問卷，以▲表示負擔程度高（填寫 3=負擔程度偏高或 4=重大負擔），Δ表示負擔程度低（填寫 1=低度負擔或 2=負擔程度中等），−表示不構成負擔或未面臨此問題（填寫 0=不構成負擔或 5=未曾面臨此問題）。

資料來源：本研究自行整理。

（5）對我國規範政策評比與期待

對於我國數位貿易相關之整體規範政策評比以及期待政府協助之優先性，如下所示：

項目	我國規範政策評比	政府協助之優先性
安全的數位基礎建設	○	★
運作相容與安全的平台	◎	∞
寬頻普及近用	◎	☆
整體性的政府網路經濟政策架構	▽	☆
雲端優先的政府議程	▽	☆
資料傳輸、隱私、保護及交易的區域法規對等體制	○	★
無縫跨境資料流通	○	★
實現共通之個人數位認證	◎	★
網路經濟衡量標準	○	☆
公開資料計畫	◎	★
公民皆成為有數位識能的網路經濟參與者	◎	★
洽簽經貿協定(如 TPP 等)	○	☆

註：此表重新整理自調查問卷，以◎表示健全（填寫 4=健全或 5=非常健全），○表示普通（3=普通）填寫，▽表示不健全（填寫 1=非常不健全；2=不健全）；★表示重要且緊急，☆表示重要但不緊急，∞表示不重要且不緊急。

資料來源：本研究自行整理。

其他建議有：

A. 建議政府的雲端資料可以公布旅遊出入境資料，若能掌握海外市場的統計資料情形，可以協助業者與海外市場的連結與合作，詳盡的旅遊資料的公開也能夠創造出更多的價值。

B. 希望政府能夠協助解決外籍人士在臺灣就業問題。該公司的外籍就業者常因為簽證問題而不得不離開臺灣，既便他們渴望居留在臺灣。盼望政府能夠對於在臺灣的外籍人士就業限制鬆綁。

C. 該公司在東南亞遇到勞資相關問題，例如：越南，但因為當地並無提供英文版本的法律文件，因此在法律資訊上的蒐集困難。希望政府能夠協助搜尋相關資訊並提供業者做為參考。此外，臺灣內部能夠提供東南亞語言的人才非常少，建議政府可以增加經費去培植相關專業人才，對於業者在東南亞市場的開拓將會有所助益。

（五）調查個案分析：娛樂類

娛樂類調查 1 家業者，僅接受調查訪談。

1.K 公司(調查訪談)

K 公司是線上影音平台業者，消費者可以藉由可上網的終端設備（包括電腦、智慧型手機、連網電視與平板）來觀賞影音內容。目前消費者可以透過該公司的平台觀賞韓劇、陸據、臺劇、日劇、電影與綜藝類型戲劇等內容。目前K公司的手機應用程式累積下載量約有 300 萬，每月活躍的用戶數多達 150 萬人，每月觀看次數超過 2,800 萬次，預期每月活躍用戶數可於 1 至 2 年內成長至 300 萬人。

K 公司是以免付費平台功能的方向為主，用戶可以免費觀賞平台上所提供的戲劇，K 公司的主要營收是廣告收入，用戶也可以透過付費的方式來去除網路廣告，但該公司目前的經營策略仍是朝向免付費平台功能為主。K 公司是以資料科學家和數據工程所組成的分析團隊，利用大數據分析的方式找出有潛力或是被市場低估的戲劇，並且判斷哪些戲劇的價格已經超過合理範圍。

除了購買國內外戲劇，該公司亦投入自製原創內容，預計未來的經營策略是原創戲劇和內容採購各半，藉由數據分析以及產業經驗的方式來分析內

容題材與市場走向，藉此提供消費者滿意之內容服務。

在海外市場方面，目前仍處於規劃階段，未來希望進入東南亞市場。K 公司在國內站穩腳步之後，將會把在臺灣的成功經驗複製到國外市場。

（1）跨境經營模式

K 公司目前未跨境經營。

（2）主要目標市場

K 公司目前以台灣市場為主。

（3）跨境經營高負擔項目

K 公司未跨境經營，故無此類負擔。

（4）國內經營高負擔項目

在國內經營面臨之負擔情形有：

A. 在地化和技術要求方面：無負擔程度較高項目

B. 消費者保護與網路安全要求方面：無負擔程度較高項目

C. 公部門管制和規範要求方面：無負擔程度較高項目

D. 市場開放限制方面：無負擔程度較高項目

E. 環境建構不健全方面：對於線上影音平台業者而言，購買版權是主要的負擔，再來是租用電信頻寬和機房的費用。臺灣的頻寬費用與歐美相比較為昂貴。此外，在雲端伺服器方面，雖然國內也有許多業者，但是服務內容上與國外相比仍有落差，K 公司目前是選擇 AMAZON 的雲端服務，與國內業者相比，服務較為完整與安全。

（5）對我國規範政策評比與期待

對我國數位貿易相關之整體規範政策評比為：整體性的政府網路經濟政策架構與雲端優先的政府議程，非常不健全。期待政府協助之優先性：整體

性的政府網路經濟政策架構，重要且緊急。

其他建議有：

A. 希望政府在國內的文化政策目標與方針可以明確。例如：在地文化的發展，在現有資訊的描述非常籠統不清，尤其是業者想要提高自製劇的數量，若能夠知道如何配合國內的文化政策，會比較清楚申請補助時的方向。

B. 政府對於新創環境的協助。臺灣的優點是開放與自由競爭，但是先天限制就是市場規模不大。我們亦無法抵抗國際大型企業與資金的進入。尤其是在募資方面，目前只有在既有的大財團手上，募集資金上的困難，在資本的考量之下，業者最後只能找國外公司的協助。若依此發展下去，未來 5 到 10 年，臺灣可能會發生被數位殖民的情況。

（六）調查個案分析：社群服務和通訊服務類

社群服務和通訊服務類調查 3 家業者，1 家接受調查訪談並取得問卷，2 家僅取得問卷。

2.L 公司(調查訪談+問卷)

L 公司是行動通訊軟體公司，成立之初在滿足人們當遭遇天災時，需要能夠即時和自己的家人和朋友們連絡報平安，因此創辦人與研發團隊開發出一套能夠貼近消費者的使用需求之聯絡通訊應用程式，且該程式可以同時安裝至電腦、智慧型手機和各種行動裝置上。通訊軟體的功能有：文字、語音和視訊通話功能，並且可以透過軟體傳送貼圖、照片和檔案，其各項服務皆為免付費。目前全球的用戶數量預估已超過 10 億人，每月活躍的用戶數亦超過 2 億人口，在臺灣將近有 1700 萬人使用。

L 公司在日本、臺灣和韓國都有相當的市佔率，其他世界各地亦有一定程度的用戶數，該公司目標即是想要站穩亞洲的腳步後，放眼成為世界級的跨國公司。

（1）跨境經營模式

L 公司的海外行銷，除了軟體能夠支援英語系統之外，也能夠支援日語和中文系統介面，L 公司為能夠進入歐洲市場與中東地區，正積極推動可以支援多國語言之系統介面。

獲利主要來源為企業官方帳號和貼圖。企業建立官方帳號可以發送免費貼圖與該消費族群建立顧客關係，使用者可自由選擇是否加入企業為好友名單與選擇是否要收取該企業廣告。目前來自於企業的的廣告收入佔公司營收約為兩成，販售貼圖收入佔該公司營收約為三成，虛擬遊戲之道具收入約佔五成。L 公司的廣告策略是以用戶感受為訴求，並非強迫式推送廣告訊息給用戶，品牌精神亦強調人與人之間的情感為主。

此外通訊軟體內亦推出遊戲、卡通與周邊商品。該通訊軟體目前逐漸走向新聞、遊戲、貼圖、支付和電子商務五大領域垂直整合，不僅是通訊軟體，同時也是電子商務的入口與平台，除了滿足用戶各種使用需求，藉此提高用戶使用的黏著性。

（2）主要目標市場

C 公司目前以印尼、菲律賓、泰國、馬來西亞、新加坡、越南、印度、巴基斯坦、澳洲、紐西蘭、日本、韓國、香港、中國大陸、美國、加拿大、歐盟、非洲與中南美洲為目標市場。

（3）跨境經營高負擔項目

進行跨境貿易面臨之負擔情形因海外同仁配合不及，無法回覆。

（4）國內經營高負擔項目

在國內經營面臨之負擔情形有：

A. 在地化和技術要求方面：目前的資料和數據中心都是在日本。臺灣目前沒有明確法規，但是會被相關單位暗示去在臺灣當地設立資料庫。若是如此，這將會讓業者有很高的負擔。此外，該公司難以去定義用戶是來自於哪一個國家，適用的法規也會難以去認定，對於相關的規範需要到哪個程度也會難以界定。

B. 消費者保護與網路安全要求方面：臺灣消費者客訴較多。

C. 公部門管制和規範要求方面：無負擔程度較高項目。

D. 市場開放限制方面：無負擔程度較高項目。

E. 環境建構不健全方面：無負擔程度較高項目。

問題	項目		國內	國外
1.在地化和技術要求	1.1	要求當地設置據點(如分公司、子公司或辦事處)	–	待補
	1.2	對重要人事(如董監事或主管)要求國籍限制	–	待補
	1.3	要求當地設置數據中心/資料庫	▲	待補
	1.4	要求內容或技術須在地化/自製率要求	–	待補
	1.5	對電子商務實體設備或服務有特殊標準	–	待補
	1.6	強迫技術移轉	–	待補
2.消費者保護與網路安全要求	2.1	消費者者保護制度	▲	待補
	2.2	個人隱私保護監管制度	–	待補
	2.3	網路安全制度(如商業秘密竊取)	–	待補
	2.4	數據/資料跨境移動限制	–	待補
3.公部門管制和規範要求	3.1	數位內容須經公部門事前審查	Δ	待補
	3.2	營運第三方平台之法律責任不明確	Δ	待補
	3.3	電子支付規範欠缺/不明確	待補	待補
	3.4	電子支付選擇有限	待補	待補
	3.5	政府法規和標準不透明		待補
	3.6	該國符合性評估程序繁瑣	–	待補
	3.7	外匯管制	–	待補
	3.8	通關程序及其他關務措施	–	待補
4.市場開放限制	4.1	對電子交易課徵營業稅和加值稅等稅賦	Δ	待補
	4.2	對實體數位產品課徵關稅(數位產品指燒錄在載具上的影音、軟體等)	–	待補
	4.3	小包裹與個人用品適用免關稅的規範門檻	–	待補
	4.4	對服務及投資限制 4.4.1 取得經營許可	–	待補
		對服務及投資限制 4.4.2 銷售項目(藥品、煙酒等)/銷售額	–	待補
		對服務及投資限制 4.4.3 貿易及銷售管道限制	–	待補
		對服務及投資限制 4.4.4 外人持股/合資要求	待補	待補
		對服務及投資限制 4.4.5 據點數目限制	–	
5.環境建構不健全	5.1	電子簽章效力不確定	–	待補
	5.2	欠缺無紙化貿易機制	–	待補

問題	項目		國內	國外
	5.3	網路基礎建設不足	Δ	待補
	5.4	網路自由與開放限制	−	待補
	5.5	網路安全性不足	TBC	待補
	5.6	數位著作權保護不足	Δ	待補
	5.7	數位商標權保護不足	Δ	待補

註：此表重新整理自調查問卷，以▲表示負擔程度高（填寫 3=負擔程度偏高或 4=重大負擔），Δ表示負擔程度低（填寫 1=低度負擔或 2=負擔程度中等），−表示不構成負擔或未面臨此問題（填寫 0=不構成負擔或 5=未曾面臨此問題）。

資料來源：本研究自行整理。

（5）對我國規範政策評比與期待

對於我國數位貿易相關之整體規範政策評比以及期待政府協助之優先性，如下所示：

項目	我國規範政策評比	政府協助之優先性
安全的數位基礎建設	○	☆
運作相容與安全的平台	○	★
寬頻普及近用	◎	☆
整體性的政府網路經濟政策架構	▽	★
雲端優先的政府議程	▽	☆
資料傳輸、隱私、保護及交易的區域法規對等體制	▽	★
無縫跨境資料流通	○	☆
實現共通之個人數位認證	○	∞
網路經濟衡量標準	▽	☆
公開資料計畫	▽	☆
公民皆成為有數位識能的網路經濟參與者	○	★
洽簽經貿協定(如 TPP 等)	▽	★

註：此表重新整理自調查問卷，以◎表示健全（填寫 4=健全或 5=非常健全），○表示普通（3=普通）填寫，▽表示不健全（填寫 1=非常不健全；2=不健全）；★表示重要且緊急，☆表示重要但不緊急，∞表示不重要且不緊急。

資料來源：本研究自行整理。

其他建議有：政府關於當地設置數據中心目前雖然沒有規範與限制，但相關法規仍然模糊不清，因此盼望政府能夠制定出明確標準，讓業者能夠遵守政府未來的政策方向與規範。

3.M 公司(問卷)

M 公司經營之社群網站從科技領域起家，因應網友需求持續擴展內容，至今已擁有 3C 科技、交通工具、遊戲、流行時尚、居家生活、女性親子、運動休閒、旅遊美食等論壇。

（1）跨境經營模式

M 公司目前未跨境經營。

（2）主要目標市場

M 公司目前以台灣市場為主。

（3）跨境經營高負擔項目

M 公司未跨境經營，故無此類負擔。

（4）國內經營高負擔項目

在國內經營面臨之負擔情形有：無負擔程度較高項目。

A. 在地化和技術要求方面：無負擔程度較高項目。

B. 消費者保護與網路安全要求方面：無負擔程度較高項目。

C. 公部門管制和規範要求方面：電子支付選擇有限、政府法規和標準不透明、該國符合性評估程序繁瑣之負擔程度較高。

D. 市場開放限制方面：無負擔程度較高項目。

E. 環境建構不健全方面：無負擔程度較高項目。

問題	項目		國內	國外
1.在地化和技術要求	1.1	要求當地設置據點(如分公司、子公司或辦事處)	–	–
	1.2	對重要人事(如董監事或主管)要求國籍限制	–	–
	1.3	要求當地設置數據中心/資料庫	–	–
	1.4	要求內容或技術須在地化/自製率要求	–	–
	1.5	對電子商務實體設備或服務有特殊標準	–	–

問題	項目			國內	國外
	1.6	強迫技術移轉		–	–
2.消費者保護與網路安全要求	2.1	消費者者保護制度		Δ	–
	2.2	個人隱私保護監管制度		Δ	–
	2.3	網路安全制度(如商業秘密竊取)		Δ	–
	2.4	數據/資料跨境移動限制		Δ	–
3.公部門管制和規範要求	3.1	數位內容須經公部門事前審查		–	–
	3.2	營運第三方平台之法律責任不明確		Δ	–
	3.3	電子支付規範欠缺/不明確		Δ	–
	3.4	電子支付選擇有限		▲	–
	3.5	政府法規和標準不透明		▲	–
	3.6	該國符合性評估程序繁瑣		▲	–
	3.7	外匯管制		–	–
	3.8	通關程序及其他關務措施		Δ	–
4.市場開放限制	4.1	對電子交易課徵營業稅和加值稅等稅賦		–	–
	4.2	對實體數位產品課徵關稅(數位產品指燒錄在載具上的影音、軟體等)		–	–
	4.3	小包裹與個人用品適用免關稅的規範門檻		–	–
	4.4	對服務及投資限制	4.4.1 取得經營許可	–	–
			4.4.2 銷售項目(藥品、煙酒等)/銷售額	–	–
			4.4.3 貿易及銷售管道限制	–	–
			4.4.4 外人持股/合資要求	–	–
			4.4.5 據點數目限制	–	–
5.環境建構不健全	5.1	電子簽章效力不確定		–	–
	5.2	欠缺無紙化貿易機制		–	–
	5.3	網路基礎建設不足		–	–
	5.4	網路自由與開放限制		–	–
	5.5	網路安全性不足		–	–
	5.6	數位著作權保護不足		–	–
	5.7	數位商標權保護不足		–	–

註：此表重新整理自調查問卷，以▲表示負擔程度高（填寫 3=負擔程度偏高或 4=重大負擔），Δ 表示負擔程度低（填寫 1=低度負擔或 2=負擔程度中等），–表示不構成負擔或未面臨此問題（填寫 0=不構成負擔或 5=未曾面臨此問題）。

資料來源：本研究自行整理。

（5）對我國規範政策評比與期待

對我國數位貿易相關之整體規範政策評比以及期待政府協助之優先性，如下所示：

項目	我國規範政策評比	政府協助之優先性
安全的數位基礎建設	○	★
運作相容與安全的平台	○	★
寬頻普及近用	◎	★
整體性的政府網路經濟政策架構	○	★
雲端優先的政府議程	▽	★
資料傳輸、隱私、保護及交易的區域法規對等體制	○	★
無縫跨境資料流通	○	★
實現共通之個人數位認證	▽	★
網路經濟衡量標準	▽	★
公開資料計畫	▽	★
公民皆成為有數位識能的網路經濟參與者	▽	★
洽簽經貿協定(如 TPP 等)	▽	★

註：此表重新整理自調查問卷，以◎表示健全（填寫 4=健全或 5=非常健全），○表示普通（3=普通）填寫，▽表示不健全（填寫 1=非常不健全；2=不健全）；★表示重要且緊急，☆表示重要但不緊急，∞表示不重要且不緊急。

資料來源：本研究自行整理。

（七）調查個案分析：雲端服務和其他服務類

雲端服務和其他服務類調查 1 家業者，接受調查訪談並取得問卷。

1.N 公司(調查訪談+問卷)

N 公司為外商來台成立之食物遞送公司，由其結合餐飲業者，提供消費者在電子平台上訂餐後進行遞送。目前全球共有三大業者在國際市場上競爭，在台灣市場主要先鎖定台北、台中和高雄三大都會區。N 公司競爭優勢在於配合的店家數多、消費者的選擇多以及平台系統運作順暢和易於操作。此外，系統提供人性化的介面和 AI 人工智慧，使訂單和物流調度更具效率，公司為使人力資源穩定充足，擁有自己的車隊。

（1）跨境經營模式

N 公司是外商在台灣之子公司，總公司在全球 40 幾個國家均設有據點，因為有車隊，必須要有地方進行訓練、面試及領取裝備。跨國企業進行作業系統和內控作業整合，除將所有系統和報表一致化，也設立區域中心，負責

統籌亞太地區的行銷、客服和派遣。資料庫由總公司控管權限，客戶下訂單後資料先回到總公司資料庫，各國子公司再接上資料庫擷取資料。

（2）主要目標市場

N 公司之國外母公司以 40 幾個國家為目標市場，馬來西亞為亞太區域中心。

（3）跨境經營高負擔項目

進行跨境貿易上面臨之負擔情形有：

A. 在地化和技術要求方面：要求當地設置據點、要求當地設置數據中心/資料庫、對電子商務實體設備或服務有特殊標準之負擔程度較高。

B. 消費者保護與網路安全要求方面：消費者者保護制度、個人隱私保護監管制度、網路安全制度(如商業秘密竊取)、數據/資料跨境移動限制之負擔程度較高。

C. 公部門管制和規範要求方面：無負擔程度較高項目。

D. 市場開放限制方面：無負擔程度較高項目。

E. 環境建構不健全方面：無負擔程度較高項目。

（4）國內經營高負擔項目

在國內經營面臨之負擔情形有：

A. 在地化和技術要求方面：要求當地設置據點、對電子商務實體設備或服務有特殊標準之負擔程度較高。

B. 消費者保護與網路安全要求方面：對於網路購物，消費者會覺得有七天鑑賞期，但食物難以適用，甚至有些消費者吃一半後退貨或食物中毒要外送平台負責。此外，台灣消費者時常發生訂餐後不取貨情形或是消費者聲稱信用卡遭盜刷，每一筆交易須花費 500 美金申請國際信用卡機構仲裁，係由業者吸收。

C. 公部門管制和規範要求方面：該國符合性評估程序繁瑣之負擔程度較高。

D. 市場開放限制方面：a、在台灣進行商業登記時只能適用汽車貨運業，因為機車

遞送沒有相應法規。而汽車貨運業的最低門檻要求 2500 萬資本額加上 20 輛全新的貨車還要設置停車場，因此，為了經營這個事業，須購入 20 輛全新不會用到的貨車以及停車場。b、來台灣投資須經過投審會審核，為了清查資金來源，外商在行政程序上須花費 3 至 6 個月時間。

E. 環境建構不健全方面：在無紙化部分，台灣電子發票雖已發展多年，但財會人員報帳時，法令規定所有資料均須紙本，顯然不一致。

問題	項目			國內	國外
1.在地化和技術要求	1.1	要求當地設置據點(如分公司、子公司或辦事處)		▲	▲
	1.2	對重要人事(如董監事或主管)要求國籍限制		Δ	Δ
	1.3	要求當地設置數據中心/資料庫		−	▲
	1.4	要求內容或技術須在地化/自製率要求		−	−
	1.5	對電子商務實體設備或服務有特殊標準		▲	▲
	1.6	強迫技術移轉		−	−
2.消費者保護與網路安全要求	2.1	消費者者保護制度		▲	▲
	2.2	個人隱私保護監管制度		▲	▲
	2.3	網路安全制度(如商業秘密竊取)		▲	▲
	2.4	數據/資料跨境移動限制		▲	▲
3.公部門管制和規範要求	3.1	數位內容須經公部門事前審查		−	Δ
	3.2	營運第三方平台之法律責任不明確		Δ	Δ
	3.3	電子支付規範欠缺/不明確		−	Δ
	3.4	電子支付選擇有限		Δ	Δ
	3.5	政府法規和標準不透明		Δ	Δ
	3.6	該國符合性評估程序繁瑣		▲	Δ
	3.7	外匯管制		−	Δ
	3.8	通關程序及其他關務措施		−	−
4.市場開放限制	4.1	對電子交易課徵營業稅和加值稅等稅賦		Δ	Δ
	4.2	對實體數位產品課徵關稅(數位產品指燒錄在載具上的影音、軟體等)		−	−
	4.3	小包裹與個人用品適用免關稅的規範門檻		−	−
	4.4	對服務及投資限制	4.4.1 取得經營許可	Δ	Δ
			4.4.2 銷售項目(藥品、煙酒等)/銷售額	−	−
			4.4.3 貿易及銷售管道限制	−	−
			4.4.4 外人持股/合資要求	−	−
			4.4.5 據點數目限制	−	−
5.環境建構不健全	5.1	電子簽章效力不確定		−	−
	5.2	欠缺無紙化貿易機制		Δ	Δ

問題	項目		國內	國外
	5.3	網路基礎建設不足	Δ	Δ
	5.4	網路自由與開放限制	Δ	Δ
	5.5	網路安全性不足	−	Δ
	5.6	數位著作權保護不足	Δ	Δ
	5.7	數位商標權保護不足	Δ	Δ

註：此表重新整理自調查問卷，以▲表示負擔程度高（填寫 3=負擔程度偏高或 4=重大負擔），Δ表示負擔程度低（填寫 1=低度負擔或 2=負擔程度中等），−表示不構成負擔或未面臨此問題（填寫 0=不構成負擔或 5=未曾面臨此問題）。

資料來源：本研究自行整理。

（5）對我國規範政策評比與期待

對我國數位貿易相關之整體規範政策評比以及期待政府協助之優先性，如下所示：

項目	我國規範政策評比	政府協助之優先性
安全的數位基礎建設	○	★
運作相容與安全的平台	○	★
寬頻普及近用	◎	★
整體性的政府網路經濟政策架構	○	★
雲端優先的政府議程	▽	★
資料傳輸、隱私、保護及交易的區域法規對等體制	○	★
無縫跨境資料流通	○	★
實現共通之個人數位認證	▽	★
網路經濟衡量標準	▽	★
公開資料計畫	▽	★
公民皆成為有數位識能的網路經濟參與者	▽	★
洽簽經貿協定(如 TPP 等)	▽	★

註：此表重新整理自調查問卷，以◎表示健全（填寫 4=健全或 5=非常健全），○表示普通（3=普通）填寫，▽表示不健全（填寫 1=非常不健全；2=不健全）；★表示重要且緊急，☆表示重要但不緊急，∞表示不重要且不緊急。

資料來源：本研究自行整理。

其他建議有：

A. 政府對於新創事業的態度較保守，不利於台灣新創事業發展。

B. 勞工希望增加所得，公司卻礙於勞動規範無法協助勞工，希望能為提供業者彈

性方案。

（八）調查個案分析：支援技術類

支援技術類調查 1 家業者，接受調查訪談並取得問卷。

1.O 公司(調查訪談+問卷)

O 公司成立之初即獲得國內知名科技公司投資，隨著該公司當時的戰略佈局邁進新興市場。公司經營之初，即決定避開中國市場。當時中國手機領域相對先進，因此公司決策選擇不在相同市場硬碰硬，轉而鎖定新興市場。因此 O 公司成立第三個月，便在印度、新加坡設立辦公室，目前在上海、深圳、新德里、新加坡、聖彼得堡皆有分公司，全球有近百名員工。

O 公司推出應用程式平台，為新興市場手機廠商打造雲端加值服務，一手囊括韌體更新、金流服務、廣告推送通知、客戶資料分析、推薦應用程式等服務。目前合作客戶包括印度與俄羅斯市占最高的智慧型手機廠商、穿戴式裝置品牌業者，可支援超過 800 款手機、平板、智慧電視、穿戴式裝置等 Android 裝置。

O 公司能有今天的成績，歸因於一開始便建立了穩定的全球架構。現在 O 公司主要用戶三分之一來自印度；三分之一來自拉丁美洲與俄羅斯；三分之一則來自東南亞與中國市場，累積全球終端用戶超過一億人。

（1）跨境經營模式

新興市場的智慧型手機需求日益遽增，然而這些國家的手機製造業者出貨時不一定預先搭載 Google Play，且通常沒有資源開發自己的 Appstore 或是線上的軟體更新服務（Firmware Over the Air, FOTA），因此通常會將這些服務外包，O 公司即是替新興市場的手機品牌業者提供 Appsotre 以及 FOTA。該公司的應用程式平台能夠提供客戶一條龍式的解決方案，包含：雲端管理系統、Appstore、分析客戶數據與消費者使用行為以及全球金流服

務。

當新興市場的手機使用人數增加時，緊接者在線上創造出足夠的人數與流量，O 公司即可透過線上來提供廣告推播服務，讓手機品牌業者與 APP 開發者主動推播資訊給用戶；智慧型手機常需要透過線上來更新最新的軟體版本，FOTA 服務讓消費者能夠隨時同步升級；由於新興市場的信用卡使用率偏低，透過 O 公司串聯全球的電信服務商以提供金流服務，幫助消費者使用手機進行線上的小額付費。目前為止，O 公司的海外營收有九成是來自於海外市場。

（2）主要目標市場

O 公司目前以泰國、印度和中國大陸為目標市場。

（3）跨境經營高負擔項目

進行跨境貿易上面臨之負擔情形有：

A. 在地化和技術要求方面：需要評估當地是否開放給外資進入，評估當地區市場是否夠大以及建立一個分公司的限制。印度、新加坡、泰國等等對於外資都有一些限制，例如：須由當地人來做董事。

B. 消費者保護與網路安全要求方面：電子商務在法律上沒有統一的範疇，保密性與安全性也無特別的規範，這些都是當地一直以來的問題，也並未有一個固定的範疇能讓業者了解。

C. 公部門管制和規範要求方面：a、以電子認證為例，臺灣至今仍無法統一使用一張卡在臺灣境內通行。電子商務最重要的一部分是金流，目前國內限制太多，金流沒有鬆綁，投資者就會望之卻步。b、臺灣政府沒有一個特定的窗口可以協助國內業者了解當地法規。此外，國內需要有一個統一和特定的系統。因為當業者在進行跨境貿易的時候，如果國內沒有先行統一，遇到當地的規範和特殊使用習慣，國內業者又得再去做一次修改，臺灣的廠商跨境之後就會遇到更大的問題，也無法與國際進行接軌。

D. 市場開放限制方面：印度對於雲端服務、伺服器或終端服務的業者進行課稅，不同的交易模式會有課稅。

E. 環境建構不健全方面：電子簽章效力不確定、欠缺無紙化貿易機制、網路自由與開放限制、網路安全性不足、數位著作權保護不足、數位商標權保護不足之負擔較高。

（4）國內經營高負擔項目

在國內經營面臨之負擔情形有：

A. 在地化和技術要求方面：無負擔程度較高項目

B. 消費者保護與網路安全要求方面：無負擔程度較高項目

C. 公部門管制和規範要求方面：電子支付規範欠缺/不明確、電子支付選擇有限、政府法規和標準不透明、該國符合性評估程序繁瑣，負擔程度較高。

D. 市場開放限制方面：我國與外國簽訂之租稅協定有限，稅務部分雖無法避免但也造成臺灣的廠商對外無競爭力。臺灣有營業稅的問題，標準認定上也有問題，這次有課稅下次又可能不會課稅，須有一定的標準。而加值稅最終都是由消費者去吸收。

E. 環境建構不健全方面：電子簽章效力不確定、欠缺無紙化貿易機制、網路安全性不足、數位著作權保護不足、數位商標權保護不足，負擔程度較高。

問題	項目		國內	國外
1.在地化和技術要求	1.1	要求當地設置據點(如分公司、子公司或辦事處)	Δ	Δ
	1.2	對重要人事(如董監事或主管)要求國籍限制	–	▲
	1.3	要求當地設置數據中心/資料庫	–	–
	1.4	要求內容或技術須在地化/自製率要求	–	–
	1.5	對電子商務實體設備或服務有特殊標準	–	–
	1.6	強迫技術移轉	–	–
2.消費者保護與網路安全要求	2.1	消費者者保護制度	Δ	Δ
	2.2	個人隱私保護監管制度	Δ	Δ
	2.3	網路安全制度(如商業秘密竊取)	–	–
	2.4	數據/資料跨境移動限制	–	–

問題	項目			國內	國外
3.公部門管制和規範要求	3.1	數位內容須經公部門事前審查		–	–
	3.2	營運第三方平台之法律責任不明確		Δ	Δ
	3.3	電子支付規範欠缺/不明確		▲	Δ
	3.4	電子支付選擇有限		▲	–
	3.5	政府法規和標準不透明		▲	▲
	3.6	該國符合性評估程序繁瑣		▲	▲
	3.7	外匯管制		Δ	▲
	3.8	通關程序及其他關務措施		Δ	Δ
4.市場開放限制	4.1	對電子交易課徵營業稅、加值稅等稅賦		▲	▲
	4.2	對實體數位產品課徵關稅(數位產品指燒錄在載具上的影音、軟體等)		Δ	Δ
	4.3	小包裹與個人用品適用免關稅的規範門檻		Δ	Δ
	4.4	對服務及投資限制	4.4.1 取得經營許可	Δ	Δ
			4.4.2 銷售項目(藥品、煙酒等)/銷售額	▲	Δ
			4.4.3 貿易及銷售管道限制	▲	Δ
			4.4.4 外人持股/合資要求	▲	Δ
			4.4.5 據點數目限制	–	–
5.環境建構不健全	5.1	電子簽章效力不確定		▲	▲
	5.2	欠缺無紙化貿易機制		▲	Δ
	5.3	網路基礎建設不足		Δ	Δ
	5.4	網路自由與開放限制		Δ	▲
	5.5	網路安全性不足		▲	▲
	5.6	數位著作權保護不足		▲	▲
	5.7	數位商標權保護不足		▲	▲

註：此表重新整理自調查問卷，以▲表示負擔程度高（填寫 3=負擔程度偏高或 4=重大負擔），Δ表示負擔程度低（填寫 1=低度負擔或 2=負擔程度中等），–表示不構成負擔或未面臨此問題（填寫 0=不構成負擔或 5=未曾面臨此問題）。

資料來源：本研究自行整理。

（5）對我國規範政策評比與期待

對於我國數位貿易相關之整體規範政策評比以及期待政府協助之優先性，如下所示：

項目	我國規範政策評比 1=非常不健全； 2=不健全；3=普通； 4=健全；5=非常健全	政府協助之優先性 1=重要且緊急； 2=重要但不緊急； 3=不重要且不緊急
安全的數位基礎建設	○	★

運作相容與安全的平台	○	☆
寬頻普及近用	○	★
整體性的政府網路經濟政策架構	▽	★
雲端優先的政府議程	▽	★
資料傳輸、隱私、保護及交易的區域法規對等體制	▽	★
無縫跨境資料流通	▽	★
實現共通之個人數位認證	▽	★
網路經濟衡量標準	▽	★
公開資料計畫	▽	★
公民皆成為有數位識能的網路經濟參與者	▽	★
洽簽經貿協定(如 TPP 等)	▽	★

註：此表重新整理自調查問卷，以◎表示健全（填寫 4=健全或 5=非常健全），○表示普通（3=普通）填寫，▽表示不健全（填寫 1=非常不健全；2=不健全）；★表示重要且緊急，☆表示重要但不緊急，∞表示不重要且不緊急。

資料來源：本研究自行整理。

其他建議有：

A. 由政府扮演電子商務領導的角色，在國內有統一的制定方向以增加與其他國家在電子商務領域的競爭力。盡快與各國簽訂租稅協議和經貿協定，制定與世界接軌的電子商務規範，增加電子商務基礎標準建設以利國內廠商有跨境交易能力，促使國內市場與世界接軌的電子商務經濟實力，並規劃如何從上游到下游整個供應需求圈的協助與輔導。

B. 臺灣法令上的相關限制使得創業投資者望之卻步，相比國外的投資皆是百萬美金的起跳，我國一直僅有固定的幾個投資集團，在早期市場還未成熟前，政府方針非常重要。鬆綁法令上的相關限制、相關投資標的、配套方案、法令和補助辦法等明確方向，才有機會吸引更多的創業投資加入，若等市場已經成熟再開始規劃將使業者難以執行跨境業務，未來也會有更多業者出走臺灣。

C. 政府開始徵收增值稅(Value-Added Tax, VAT)雖然並不是特定針對電子商務，但確是電子商務有衝擊。然而政府需要教導業者，取消這些優惠是調整產業上的政策目的，而非加入貿易協定所產生這些稅務。政府需要釐清不同政策目的而不要讓業者誤會。

D. 想要壯大某一產業時，若國內的資金和技術不夠時就必須借助外國的公司協助，但也因此無法增加本國的就業率，也會把利潤轉給外國公司。然而，政府要曉得一開始的方針是甚麼，要了解目前的施政方針可以為臺灣帶入多少利潤與就業率，同時是不是能夠把這個市場留在台灣。我們有很多研究單位在做相同的事情，政府卻沒有一個統籌的單位去整合這些事情。

E. 我國的數位基礎建設，寬頻的普及性，整體性的政府網路經濟政策架構，雖然我們沒有落後其他國家很多，但也不及韓國、日本和美國，臺灣仍然有很大的進步空間。

F. 電子商務只有 1%的成功機會，除非你有獨創的東西，才得以創造話題和市場，電子商務也比較難以形成規模較大的企業。政府需要有一個標準，如何讓這 1%的企業繼續生存下去，甚至可以走出台灣與世界競爭，都必須要有相關的配套，這個配套需要仰賴政府來協助與執行。臺灣目前的問題是有創意但沒有市場。例如，文創需要政府單位支持，臺灣有優秀的人才卻因為地方資金礙於政府法令而無法投入。要如何引入資金並且創造市場，這還需要政府能夠成一個統籌規劃的領頭角色。

G. 臺灣在人才上有很大的斷層，人才流失的情形也很嚴重。教育和產業界的脫鉤，促使學校訓練上的不足，學生也欠缺實務的經驗，企業要從頭培養成本就會相對提高。政府需要真正的全面了解科技產業，才有辦法去培植此方面的相關優秀專業人才。

2.P 公司(調查訪談)

P 公司為臺灣主要的資訊服務廠商，主要業務為系統整合，提供資訊部門委外服務，協助金融、電信、醫療、高科技製造產業以及各級政府機關導入優勢的資訊系統。P 公司原積極發展專業型態的資訊與加值軟體服務，該公司更轉型為以知識經濟導向的國際級 IT 服務供應商。產品和服務包含：雲端運算、銀行、證券和醫療資訊管理解決方案之規劃、電信加值服務、政府機關 e 化、交通運輸相關管理系統、資通訊安全整體解決方案之輔導建置與維護服務、網路資料庫及應用系統解決方案之規劃等。

P 公司未來希望朝向雲端科技、大數據、行動化與智慧城市方向發展，並希望籌組未來委員會聯盟，領域將包含人工智慧、擴增實境（Augmented Reality, AR）、虛擬實境（Virtual Reality, VR）、3D 列印、視訊、跨境監控等，希望能夠在國內以分享的方式，藉由該公司之優勢來形成一個銷售聯盟。

（1）跨境經營模式

P 公司專精於系統整合服務，在東南亞、日本、美國、中國大陸皆有據點。該公司依照客戶之需求進行軟體硬的建置，服務範圍包含：規劃、設計、執行、顧問諮詢、專案管理與整合資訊系統等。Q 公司的服務應用能夠為企業透過網路服務之形式，快速整合通訊以及配合國際大廠之雲端策略，從客戶需求之前期準備、教育、解決方案規畫、產品設計、系統安裝與整合服務、後期的維護與系統優化等，以期能夠為海外客戶調整出適用於各國不同類型的線上解決方案。

（2）主要目標市場

泰國、馬來西亞、越南、緬甸、柬埔寨、寮國、日本、韓國、香港、中國大陸、美國、加拿大

（3）跨境經營高負擔項目

進行跨境貿易上面臨之負擔情形有：

A. 在地化和技術要求方面：美國對於重要人事要求國籍限制較為嚴格。越南有很多貿易上的障礙，該國在實體設備方面限制較為嚴格，公司一直以來僅能銷售服務而非硬體設備，此外，臺灣業者在越南也遭遇到很多語言問題上的障礙。中國大陸政府單位多會要求技術上的移轉。

B. 消費者保護與網路安全要求方面：無負擔程度較高項目。

C. 公部門管制和規範要求方面：政府法規和標準不透明、該國符合性評估程序繁瑣、外匯管制和通關程序及其他關務措施負擔程度較高。

D. 市場開放限制方面：我國與其他各國沒有稅務協定影響到臺灣廠商在國際上的競爭力。越南對於電腦硬體的要求限制很多，臺灣目前僅有宏碁可以進入，其他多數業者多數遊走在法律邊緣，對於我國也有許多銷售項目上的限制。

E. 環境建構不健全方面：越南、泰國或美國東岸的網路基礎建設非常不足，尤其是網路設備方面在越南也較為落後，在臺灣的會談初始協議（Session Initiation Protocol, SIP）網路電話在當地也無法使用。

（4）國內跨境經營高負擔項目

在國內經營面臨之負擔情形有：

A. 在地化和技術要求方面：無負擔程度較高項目

B. 消費者保護與網路安全要求方面：無負擔程度較高項目

C. 公部門管制和規範要求方面：政府法規和標準不透明、該國符合性評估程序繁瑣、外匯管制、通關程序及其他關務措施。

D. 市場開放限制方面：我國與外國簽訂之租稅協定有限，稅務使得臺灣的廠商對外無競爭力。臺灣有預扣稅款（withholding tax）的問題，政府需要解決稅的問題業者才有可能談論跨境。

E. 環境建構不健全方面：此外無紙化方面，雖然我國已經有電子發票，但是流程上仍然需要將發票印出來，我們還沒有辦法用電子憑證來核銷發票，就技術上這是可行的。

（5）對我國規範政策評比與期待

對我國數位貿易相關之整體規範政策評比以及期待政府協助之優先性為：整體性的政府網路經濟政策架構、無縫跨境資料流通、網路經濟衡量標準是最重要的。

其他建議有：

A. 臺灣在日本被課徵源泉稅，國內又有預扣稅款的問題，我國需要將稅務問題能夠解決才能夠促使業者得以進行跨境業務。

B. 政府需要盤點出我國的主要競爭國有哪些，若非主要競爭國我們即不需要注意，再來才能討論如何因應問題。中國大陸是我國主要的市場，同時也是我國的主要競爭國。然而，我們卻有把 Know How 外流的問題也促使中國大陸在各方面已經超越我國。此外，日本與我國貿易已久，我國的技術源源不絕的帶過去，然而日本卻沒有教我們任何關鍵性的技術，政府應該要有所作為出來整合並且輔導業者保護自己的智慧財產權。

C. 臺灣的勞動力不足需要有白領的移民，建議政府能夠讓東南亞的人口進來，並且在臺灣的留學生可以定居下來，讓臺灣成為人才中心，然而現在臺灣的高科技業人才作業要點是不合理的。

D. 臺灣若是要加入 TPP 或其他貿易協議，我們必須成立一個特別工作小組（task force）去解決協談問題，並且派出代表隨時有人支援。

E. 建議政府帶頭提高臺灣的薪資所得，物價才會上漲。現在放任廠商讓國外原廠殺價，員工的薪水就無法提高。臺灣的外匯政策是為了讓臺灣 6%~8%的大型製造業生存，但卻犧牲臺灣整體的資源，這無法使國家整體有所進步。

3.Q 公司(問卷)

Q 公司團隊成員來自國內研究單位，推出企業即時通訊軟體，提供優質穩定的通話品質、專屬企業通訊錄、智慧通話判別、安全資料保密傳輸機制等功能。其以此成功經驗，持續朝向雲端資訊服務邁進，期望為 OTT（over-the-top）服務產業注入動能，同時結合在地精神與國際接軌，推出國際化服務，展現台灣的軟實力。

（1）跨境經營模式

Q 公司目前採取與國外公司合作進行 B2B 軟體開發工具方式進行。

（2）主要目標市場

Q 公司目前以越南和巴林為目標市場，其中，在越南面臨較高負擔。

（3）跨境經營高負擔項目

進行跨境貿易上面臨之負擔情形有：

A. 在地化和技術要求方面：要求當地設置據點、對重要人事要求國籍限制、要求當地設置數據中心/資料庫之負擔程度較高。

B. 消費者保護與網路安全要求方面：消費者者保護制度、個人隱私保護監管制度、網路安全制度(如商業秘密竊取)、數據/資料跨境移動限制之負擔程度較高。

C. 公部門管制和規範要求方面：數位內容須經公部門事前審查、營運第三方平台之法律責任不明確、外匯管制、通關程序及其他關務措施之負擔程度較高。

D. 市場開放限制方面：對實體數位產品課徵關稅(數位產品指燒錄在載具上的影音、軟體等)、小包裹與個人用品適用免關稅的規範門檻、外人持股/合資要求之負擔程度較高。

E. 環境建構不健全方面：電子簽章效力不確定、欠缺無紙化貿易機制、網路基礎建設不足、網路自由與開放限制、網路安全性不足、數位著作權保護不足、數位商標權保護不足之負擔程度較高。

問題	項目		國內	國外
1.在地化和技術要求	1.1	要求當地設置據點(如分公司、子公司或辦事處)	▲	▲
	1.2	對重要人事(如董監事或主管)要求國籍限制	▲	▲
	1.3	要求當地設置數據中心/資料庫	▲	▲
	1.4	要求內容或技術須在地化/自製率要求	Δ	Δ
	1.5	對電子商務實體設備或服務有特殊標準	–	–
	1.6	強迫技術移轉	▲	–
2.消費者保護與網路安全要求	2.1	消費者者保護制度	▲	▲
	2.2	個人隱私保護監管制度	▲	▲
	2.3	網路安全制度(如商業秘密竊取)	▲	▲
	2.4	數據/資料跨境移動限制	▲	▲
3.公部門管制和規範要求	3.1	數位內容須經公部門事前審查	▲	▲
	3.2	營運第三方平台之法律責任不明確	▲	▲
	3.3	電子支付規範欠缺/不明確	–	–
	3.4	電子支付選擇有限	▲	Δ
	3.5	政府法規和標準不透明	▲	Δ
	3.6	該國符合性評估程序繁瑣	▲	Δ
	3.7	外匯管制	▲	▲
	3.8	通關程序及其他關務措施	▲	▲

問題	項目			國內	國外
4.市場開放限制	4.1	對電子交易課徵營業稅和加值稅等稅賦		–	–
	4.2	對實體數位產品課徵關稅(數位產品指燒錄在載具上的影音、軟體等)		▲	▲
	4.3	小包裹與個人用品適用免關稅的規範門檻		▲	▲
	4.4	對服務及投資限制	4.4.1 取得經營許可	Δ	–
			4.4.2 銷售項目(藥品、煙酒等)/銷售額	▲	–
			4.4.3 貿易及銷售管道限制	Δ	Δ
			4.4.4 外人持股/合資要求	▲	▲
			4.4.5 據點數目限制	–	–
5.環境建構不健全	5.1	電子簽章效力不確定		▲	▲
	5.2	欠缺無紙化貿易機制		▲	▲
	5.3	網路基礎建設不足		▲	▲
	5.4	網路自由與開放限制		▲	▲
	5.5	網路安全性不足		▲	▲
	5.6	數位著作權保護不足		▲	▲
	5.7	數位商標權保護不足		▲	▲

註：此表重新整理自調查問卷，以▲表示負擔程度高（填寫 3=負擔程度偏高或 4=重大負擔），Δ表示負擔程度低（填寫 1=低度負擔或 2=負擔程度中等），–表示不構成負擔或未面臨此問題（填寫 0=不構成負擔或 5=未曾面臨此問題）。

資料來源：本研究自行整理。

（4）國內經營高負擔項目

在國內經營面臨之負擔情形有：

A. 在地化和技術要求方面：要求當地設置據點、對重要人事要求國籍限制、要求當地設置數據中心/資料庫、強迫技術移轉之負擔程度較高。

B. 消費者保護與網路安全要求方面：消費者者保護制度、個人隱私保護監管制度、網路安全制度(如商業秘密竊取)、數據/資料跨境移動限制之負擔程度較高。

C. 公部門管制和規範要求方面：數位內容須經公部門事前審查、營運第三方平台之法律責任不明確、電子支付選擇有限、政府法規和標準不透明、該國符合性評估程序繁瑣、外匯管制、通關程序及其他關務措施之負擔程度較高。

D. 市場開放限制方面：對實體數位產品課徵關稅(數位產品指燒錄在載具上的影音、軟體等)、小包裹與個人用品適用免關稅的規範門檻、銷售項目(藥品、煙酒等)/銷售額、外人持股/合資要求之負擔程度較高。

E. 環境建構不健全方面：電子簽章效力不確定、欠缺無紙化貿易機制、網路基礎建設不足、網路自由與開放限制、網路安全性不足、數位著作權保護不足、數位商標權保護不足之負擔程度較高。

（5）對我國規範政策評比與期待

對我國數位貿易相關之整體規範政策評比以及期待政府協助之優先性，如下所示：

項目	我國規範政策評比	政府協助之優先性
安全的數位基礎建設	▽	★
運作相容與安全的平台	▽	★
寬頻普及近用	○	★
整體性的政府網路經濟政策架構	▽	★
雲端優先的政府議程	○	☆
資料傳輸、隱私、保護及交易的區域法規對等體制	○	☆
無縫跨境資料流通	▽	☆
實現共通之個人數位認證	▽	★
網路經濟衡量標準	○	☆
公開資料計畫	○	★
公民皆成為有數位識能的網路經濟參與者	▽	☆
洽簽經貿協定(如 TPP 等)	○	☆

註：此表重新整理自調查問卷，以◎表示健全（填寫 4=健全或 5=非常健全），○表示普通（3=普通）填寫，▽表示不健全（填寫 1=非常不健全；2=不健全）；★表示重要且緊急，☆表示重要但不緊急，∞表示不重要且不緊急。

資料來源：本研究自行整理。

（九）調查個案分析：支付平台類

支付平台類調查 2 家業者，僅取得問卷。

1.R 公司(問卷)

R 公司已取得金融監督管理委員會及中央銀行有關與境外機構合作或協助境外機構於我國境內從事電子支付機構業務相關行為，業務內容包含提供客戶就跨境網路實質交易價金匯入或匯出之代理收付款項服務、提供收款方客戶就在臺無住所境外自然人於我國境內利用境外機構支付帳戶進行實

體通路實質交易價金匯入之代理收付服務以及提供客戶或接受客戶委託就前二項服務所產生款項匯入或匯出，辦理結匯及外幣匯款服務。

R 公司致力電子支付平台發展，結合食、衣、住、行等各種網路商家，提供會員更便利、更安全的支付工具。同時將海外地區消費者納入服務，引導台灣及海外消費者至合作平台輕鬆購物，有效提升顧客到訪率，帶動合作商家業績成長。此外，致力深耕電子商務市場，對手機支付積極佈局及建置，期望可迅速讓手機支付深入生活，接軌國際電子商務。

（1）跨境經營模式

R 公司目前與國外知名支付業者在金流方面進行合作。

（2）主要目標市場

R 公司目前以台灣市場為主 。

（3）跨境經營高負擔項目

R 公司未跨境經營，故無此類負擔。

（4）國內經營高負擔項目

在國內經營面臨之負擔情形有：

A. 在地化和技術要求方面：無負擔程度較高項目。

B. 消費者保護與網路安全要求方面：無負擔程度較高項目。

C. 公部門管制和規範要求方面：無負擔程度較高項目。

D. 市場開放限制方面：取得經營許可之負擔程度較高。

E. 環境建構不健全方面：無負擔程度較高項目。

問題	項目		國內	國外
1.在地化和技術要求	1.1	要求當地設置據點(如分公司、子公司或辦事處)	–	–
	1.2	對重要人事(如董監事或主管)要求國籍限制	–	–

問題	項目			國內	國外
	1.3	要求當地設置數據中心/資料庫		−	−
	1.4	要求內容或技術須在地化/自製率要求		−	−
	1.5	對電子商務實體設備或服務有特殊標準		−	−
	1.6	強迫技術移轉		−	−
2.消費者保護與網路安全要求	2.1	消費者者保護制度		Δ	−
	2.2	個人隱私保護監管制度		Δ	−
	2.3	網路安全制度(如商業秘密竊取)		Δ	−
	2.4	數據/資料跨境移動限制		Δ	−
3.公部門管制和規範要求	3.1	數位內容須經公部門事前審查		−	−
	3.2	營運第三方平台之法律責任不明確		Δ	−
	3.3	電子支付規範欠缺/不明確		Δ	−
	3.4	電子支付選擇有限		Δ	−
	3.5	政府法規和標準不透明		Δ	−
	3.6	該國符合性評估程序繁瑣		Δ	−
	3.7	外匯管制		Δ	−
	3.8	通關程序及其他關務措施		Δ	−
4.市場開放限制	4.1	對電子交易課徵營業稅和加值稅等稅賦		Δ	−
	4.2	對實體數位產品課徵關稅(數位產品指燒錄在載具上的影音、軟體等)		−	−
	4.3	小包裹與個人用品適用免關稅的規範門檻		−	−
	4.4	對服務及投資限制	4.4.1 取得經營許可	▲	−
			4.4.2 銷售項目(藥品、煙酒等)/銷售額	−	−
			4.4.3 貿易及銷售管道限制	−	−
			4.4.4 外人持股/合資要求	−	−
			4.4.5 據點數目限制	−	−
5.環境建構不健全	5.1	電子簽章效力不確定		−	−
	5.2	欠缺無紙化貿易機制		−	−
	5.3	網路基礎建設不足		Δ	−
	5.4	網路自由與開放限制		Δ	−
	5.5	網路安全性不足		Δ	−
	5.6	數位著作權保護不足		Δ	−
	5.7	數位商標權保護不足		Δ	−

註：此表重新整理自調查問卷，以▲表示負擔程度高（填寫 3=負擔程度偏高或 4=重大負擔），Δ表示負擔程度低（填寫 1=低度負擔或 2=負擔程度中等），−表示不構成負擔或未面臨此問題（填寫 0=不構成負擔或 5=未曾面臨此問題）。

資料來源：本研究自行整理。

（5）對我國規範政策評比與期待

對我國數位貿易相關之整體規範政策評比以及期待政府協助之優先性，如下所示：

項目	我國規範政策評比	政府協助之優先性
安全的數位基礎建設	▽	☆
運作相容與安全的平台	▽	☆
寬頻普及近用	▽	☆
整體性的政府網路經濟政策架構	▽	★
雲端優先的政府議程	▽	☆
資料傳輸、隱私、保護及交易的區域法規對等體制	▽	☆
無縫跨境資料流通	▽	☆
實現共通之個人數位認證	▽	★
網路經濟衡量標準	▽	★
公開資料計畫	▽	★
公民皆成為有數位識能的網路經濟參與者	▽	★
洽簽經貿協定(如 TPP 等)	▽	∞

註：此表重新整理自調查問卷，以◎表示健全（填寫 4=健全或 5=非常健全），○表示普通（3=普通）填寫，▽表示不健全（填寫 1=非常不健全；2=不健全）；★表示重要且緊急，☆表示重要但不緊急，∞表示不重要且不緊急。

資料來源：本研究自行整理。

2.S 公司(問卷)

S 公司採取與銀行信用卡合作方式，進駐國內夜市、百貨、便利商店、超市、車隊等通路，使用據點延伸全台。其目標是將掃碼支付覆蓋全台實體商店和線上商店，加上完善的 O2O 功能，打造以支付為核心的網路生態。

（1）跨境經營模式

S 公司目前尚未跨境經營，但已鎖定目標市場進行研究。

（2）主要目標市場

S 公司目前以台灣市場為主。

（3）跨境經營高負擔項目

進行跨境貿易上面臨之負擔情形有：（根據目標市場研究經驗）

A. 在地化和技術要求方面：要求內容或技術須在地化/自製率要求、強迫技術移轉之負擔程度較高。

B. 消費者保護與網路安全要求方面：無負擔程度較高項目。

C. 公部門管制和規範要求方面：該國符合性評估程序繁瑣之負擔程度較高。

D. 市場開放限制方面：無負擔程度較高項目。

E. 環境建構不健全方面：網路自由與開放限制、數位著作權保護不足、數位商標權保護不足之負擔程度較高。

（4）國內經營高負擔項目

在國內經營面臨之負擔情形有：

A. 在地化和技術要求方面：對重要人事要求國籍限制、要求當地設置數據中心/資料庫、強迫技術移轉之負擔程度較高。

B. 消費者保護與網路安全要求方面：消費者者保護制度、個人隱私保護監管制度之負擔程度較高。

C. 公部門管制和規範要求方面：數位內容須經公部門事前審查、政府法規和標準不透明、該國符合性評估程序繁瑣之負擔程度較高。

D. 市場開放限制方面：取得經營許可、外人持股/合資要求之負擔程度較高。

E. 環境建構不健全方面：網路自由與開放限制、數位著作權保護不足、數位商標權保護不足之負擔程度較高。

問題	項目		國內	國外
1.在地化和技術要求	1.1	要求當地設置據點(如分公司、子公司或辦事處)	Δ	Δ
	1.2	對重要人事(如董監事或主管)要求國籍限制	▲	Δ
	1.3	要求當地設置數據中心/資料庫	▲	▲
	1.4	要求內容或技術須在地化/自製率要求	Δ	▲
	1.5	對電子商務實體設備或服務有特殊標準	Δ	Δ
	1.6	強迫技術移轉	▲	▲
2.消費者保護與網	2.1	消費者者保護制度	▲	Δ
	2.2	個人隱私保護監管制度	▲	Δ

問題	項目			國內	國外
路安全要求	2.3	網路安全制度(如商業秘密竊取)		Δ	Δ
	2.4	數據/資料跨境移動限制		Δ	Δ
3.公部門管制和規範要求	3.1	數位內容須經公部門事前審查		▲	Δ
	3.2	營運第三方平台之法律責任不明確		Δ	Δ
	3.3	電子支付規範欠缺/不明確		Δ	Δ
	3.4	電子支付選擇有限		Δ	Δ
	3.5	政府法規和標準不透明		▲	Δ
	3.6	該國符合性評估程序繁瑣		▲	▲
	3.7	外匯管制		Δ	Δ
	3.8	通關程序及其他關務措施		Δ	Δ
4.市場開放限制	4.1	對電子交易課徵營業稅和加值稅等稅賦		Δ	Δ
	4.2	對實體數位產品課徵關稅(數位產品指燒錄在載具上的影音、軟體等)		Δ	Δ
	4.3	小包裹與個人用品適用免關稅的規範門檻		Δ	Δ
	4.4	對服務及投資限制	4.4.1 取得經營許可	▲	Δ
			4.4.2 銷售項目(藥品、煙酒等)/銷售額	Δ	Δ
			4.4.3 貿易及銷售管道限制	Δ	Δ
			4.4.4 外人持股/合資要求	▲	Δ
			4.4.5 據點數目限制	Δ	Δ
5.環境建構不健全	5.1	電子簽章效力不確定		Δ	Δ
	5.2	欠缺無紙化貿易機制		Δ	Δ
	5.3	網路基礎建設不足		Δ	Δ
	5.4	網路自由與開放限制		Δ	▲
	5.5	網路安全性不足		Δ	Δ
	5.6	數位著作權保護不足		Δ	▲
	5.7	數位商標權保護不足		Δ	▲

註：此表重新整理自調查問卷，以▲表示負擔程度高（填寫 3=負擔程度偏高或 4=重大負擔），Δ表示負擔程度低（填寫 1=低度負擔或 2=負擔程度中等），−表示不構成負擔或未面臨此問題（填寫 0=不構成負擔或 5=未曾面臨此問題）。

資料來源：本研究自行整理。

（5）對我國規範政策評比與期待

對我國數位貿易相關之整體規範政策評比以及期待政府協助之優先性，如下所示：

項目	我國規範政策評比	政府協助之優先性
安全的數位基礎建設	○	★
運作相容與安全的平台	○	★

寬頻普及近用	○	★
整體性的政府網路經濟政策架構	▽	★
雲端優先的政府議程	▽	★
資料傳輸、隱私、保護及交易的區域法規對等體制	○	★
無縫跨境資料流通	▽	★
實現共通之個人數位認證	▽	★
網路經濟衡量標準	▽	★
公開資料計畫	▽	★
公民皆成為有數位識能的網路經濟參與者	▽	★
洽簽經貿協定(如 TPP 等)	▽	★

註：此表重新整理自調查問卷，以◎表示健全（填寫 4=健全或 5=非常健全），○表示普通（3=普通）填寫，▽表示不健全（填寫 1=非常不健全；2=不健全）；★表示重要且緊急，☆表示重要但不緊急，∞表示不重要且不緊急。
資料來源：本研究自行整理。

第五節　小結

本調查以調查訪談方式為主，問卷方式為輔進行。參考美國、歐盟和 APEC 調查問卷問項後，尋找適合我國產業現況的調查方式。由於我國目的是要知道我國業者進行跨境電子商務/數位貿易會遭遇的障礙及困難，以及國際談判涉及的跨境電子商務/數位貿易看法，因此，調查對象就必須是其業務性質涉及國際事務的企業，故我們選擇的調查對象以網際網路價值鏈上提供線上服務和加值技術服務業者為對象，並選擇國內知名業者進行訪談和問卷調查。

調查對象在線上服務，包含電子商務零售和旅遊（如 Amazon、eBay、Alibaba、Groupon、Meituan、Carousell 、Expedia、Agoda、Kayak、Uber、Didi、Grab、Airbnb）、娛樂（出版、遊戲、博弈、影音）、社群服務（如 Facebook、Google+、LinkedIn、Blogger、WordPress、Tumblr、Twitter）、通訊服務、雲端服務、其他服務（學習、經紀、Apps）、搜尋引擎（如 Yahoo、Google、Safari）、資料庫服務（如 Google Maps、Wikipedia）。

調查對象在加值技術服務，包含支援技術（網站設計、管理、開發、內

容傳送、M2M 機器與機器間的資料交換）、支付平台（如 Paypal、Alipay）、廣告。

本計畫調查內容包含兩個層面，業者遭遇的數位貿易障礙和對 APEC 網際網路經濟特別指導小組（AHSGIE）在網路經濟指導原則草案採取相關政策行動之意見。故擬出 11 點問題，前 8 題涉及數位貿易障礙，後 3 題涉及政策行動之意見，如下：

1、貴單位在臺灣從事電子商務及其他國家進行電子商務跨境貿易面臨在地化和技術要求之負擔程度為何？

2、貴單位在臺灣從事電子商務及其他國家進行電子商務跨境貿易面臨消費者保護與網路安全要求之負擔程度為何？

3、貴單位在臺灣從事電子商務及其他國家進行電子商務跨境貿易面臨公部門管制和規範要求之負擔程度為何？

4、貴單位在臺灣從事電子商務及其他國家進行電子商務跨境貿易面臨市場開放限制之負擔程度？

5、貴單位在臺灣從事電子商務及其他國家進行電子商務跨境貿易面臨環境建構不健全之負擔程度為何？

6、貴單位曾經往來的客戶來自於那些國家？

7、貴單位在下列哪些國家中面臨如前述第 1~5 題所提到的障礙(在地化和技術要求、消費者保護與網路安全要求、公部門管制和規範要求、市場開放限制、環境建構不健全)？

8、貴單位在哪些國家因為面臨第 1~5 題中一項或多項障礙而不再有業務往來？

9、貴單位對於我國數位貿易相關之整體規範政策評比為何？

10、貴單位期待我國政府在協助業者從事數位貿易上所應扮演的角色為何？

請您排序表示政府需協助之優先性。

11、對於政府在協助消除貴單位面臨跨境數位貿易重大負擔之建議？

各受訪業者反映我國從事跨境電子商務/數位貿易業者之跨境經營負擔情形，如下所示：

問題	項目		跨境經營負擔情形(英文字母為業者代號)
1.在地化和技術要求	1.1	要求當地設置據點(如分公司、子公司或辦事處)	(A)大部分廠商做跨境最困難的就是必須要在當地開一家子公司,像是金流或物流或是當地法規等限制。 (B)在中國大陸除非是 C2C 的營運模式，企業都必須在當地設立據點，並且以臺灣分公司的身分與天貓和京東簽約合作。 (C)對於電子商務實體設備或服務有特殊標準，不論廠商是用 Amazon 或是 Lazada 的服務，都會針對國外廠商訂定出特殊的標準和要求，國外廠商也沒有辦法享有當地廠商的權利，例如：臺灣的廠商沒有辦法用到當地的倉庫,就必須用直郵的方式,也會墊高廠商的成本,除非你有設立公司據點，落地開設公司才可享有當地同等的服務。因此，同樣是販賣一枝筆，國外廠商在電子平台銷售上，物流就會有所不同，也許會需要透過香港中轉的方式，或是海運和空運的成本進入美國販售，在初始成本上就已經比美國的公司還要高。 (D)菲律賓和馬來西亞需要在當地設點，馬來西亞有電子商務的營業項目可以申請。然而，若要在當地開設銀行開戶，身分必須是法人，所以公司在當地投資公司時，馬來西亞人必須進董事。 (O)需要評估當地是否開放給外資進入，評估當地區市場是否夠大以及建立一個分公司的限制。印度、新加坡、泰國等等對於外資都有一些限制，例如：須由當地人來做董事。 (P)美國對於重要人事要求國籍限制較為嚴格。越南有很多貿易上的障礙，該國在實體設備方面限制較為嚴格，Q 公司一直以來僅能銷售服務而非硬體設備，此外，臺灣業者在越南也遭遇到很多語言問題上的障礙。中國大陸政府單位多會要求技術上的移轉。
	1.2	對重要人事(如董監事或主管)要求國籍限制	
	1.3	要求當地設置數據中心/資料庫	
	1.4	要求內容或技術須在地化/自製率要求	
	1.5	對電子商務實體設備或服務有特殊標準	
	1.6	強迫技術移轉	
2.消費者保護與網路安全要求	2.1	消費者者保護制度	(C)在美國和英國的消費者對於國外產品的疑慮,會認為相同產品的品質上比當地還要差，因此在檢視國外產品時會比較嚴格，也比較會有退貨的情形發生。東南亞的情形比較沒有這麼嚴重，馬來西亞和新加坡較為開放，越南民族意識則較強。 (D)在消費者保護制度和個人隱私制度相關法條，我感覺菲律賓的法條比較嚴格，因為菲律賓的相關法規是學習美國，但是執法的成效較差。臺灣雖然制度上不完整，但是執法的成效比較嚴格。 (E)中國大陸和台灣在數據取得還有網路安全制度上有差異。 (O)電子商務在法律上沒有統一的範疇，保密性與安全性也無特別的規範，這些都是當地一直以來的問題，也並未有一個固定的範疇能讓業者了解。
	2.2	個人隱私保護監管制度	
	2.3	網路安全制度(如商業秘密竊取)	
	2.4	數據/資料跨境移動限制	
3.公部門管制和規範要求	3.1	數位內容須經公部門事前審查	(A)各國會有各種不同的進口規範，若是以 B2B 的模式進行會被要求一些進口上的規範與認證，因此在數量上並不能太大，目前僅能以 B2C 的方式來避掉障礙 (B)中國大陸的外匯限制非常多，手續過程亦非常麻煩，因此 B 公司很少將資金匯出。若是有需要，則是透過中國大陸的員工，以小額且符合當地規定內的方式匯出。若要在中國大陸的第三方平台銷售產品，必須先得到產
	3.2	營運第三方平台之法律責任不明確	
	3.3	電子支付規範欠缺/不明確	
	3.4	電子支付選擇有限	

問題	項目			跨境經營負擔情形(英文字母為業者代號)
	3.5	政府法規和標準不透明		品原廠的認證與授權書，經過中國大陸審核後才能在線上銷售商品。然而，在第三方平台的法律責任方面，電子商務平台商是並不負任何責任。即便商品得到原廠商的認證與授權，亦通過電子商務平台的審核通過，當遇到消費者認為產品有瑕疵問題，最後還是由 B 公司賠償與負擔吸收成本。 (C)在符合性評估程序上，各國的電子商務都想要做。因此，現在不論是 Amazon 或是 Lazada 都有很多開戶條件上的限制。例如，Lazada 在線上還分成本地和臺灣開戶，當申請的時候必須能夠在線上脫穎而出，在東南亞還需要線上考試，必須要達到標準才能夠開店，因此廠商必須去解決這些繁瑣的過程。 (D)菲律賓人很少刷卡，只能選擇貨到付款，配合物流商，能夠選擇電子支付的選擇很有限。在外匯管制上，因為菲律賓的貨幣並非流通貨幣，因此必須換成美金才能匯回臺灣。曾經有某家銀行，網路遙遠所有存戶存款都變成負數，市場上開始恐慌，因此大家開始想要將錢匯出菲律賓。然而，菲律賓披索不能隨意匯出，且波動很大，因此要在最佳時間點先轉成美金，而這個過程的限制很高。通關方面相對臺灣還是沒有好，因為人治的情形太多。在 2014 年曾經因為有國內政治情勢變化，海關開始執行嚴查，造成物價飆漲亦影響到臺灣公司的生意。 (E)國際電商經營難處來自配送問題還有報關問題，電商本身事實上獲利甚少。 (F)a、跨境電商最大的困難是語言跟物流，尤其如果規模變大，會面臨各國規定繁瑣不一的通關問題。b、台灣業者架設在台灣的電商網站會遭到中國大陸屏蔽，無法進行國際直購。 (G)a、海外直郵經過海關時，各國海關會有不同的抽檢比例與課稅標準。b、目前最大的問題是商品銷售海外困難、商品審查難以通過以及被海關阻檔，例如在越南送審非常困難。 (H)台灣業者架設在台灣的官網遭中國大陸屏蔽，無法購買。 (O)a、以電子認證為例，臺灣至今仍無法統一使用一張卡在臺灣境內通行。電子商務最重要的一部分是金流，目前國內限制太多，金流沒有鬆綁，投資者就會望之卻步。b、臺灣政府沒有一個特定的窗口可以協助國內業者了解當地法規。此外，國內需要有一個統一和特定的系統。因為當業者在進行跨境貿易的時候，如果國內沒有先行統一，遇到當地的規範和特殊使用習慣，國內業者又得再去做一次修改，臺灣的廠商跨境之後就會遇到更大的問題，也無法與國際進行接軌。
	3.6	該國符合性評估程序繁瑣		
	3.7	外匯管制		
	3.8	通關程序及其他關務措施		
4.市場開放限制	4.1	對電子交易課徵營業稅和加值稅等稅賦		(A)關稅問題，多數國家對於製藥產品的規範嚴格。 (C)美國的 Amazon，業者使用當地的倉庫和人力，當有獲利時都必須要繳交不同類型的稅，例如：營業所得稅、州稅和關稅。Lazada 亦同，當產品銷售進入當地之後，。在銷售商品上，若廠商是製造商，若是販售 BB 槍類型產品，在美國審查上就會非常嚴格，必須符合當地的安全規格。若廠商是當地廠商的話就不會有同樣等級的障礙。或者是食品，就必須要去符合美國的食品藥品監督管理局（Food and Drug Administration, FDA）之標準，這些就會是成本。但貿易商通常都會去避開要去販賣這類型的產品。 (D)電子交易課稅，菲律賓課稅 12%，很多貨都需要開發票。馬來西亞是 6%，越南是 10%，也造成廠商的負擔。此外，菲律賓，若是想要使用機器的方式列印發票，該國規定必需要設立據點，規定發票機器要買當地的機器以及購買當地的影印紙，該國政府會去查核。 (O)印度對於雲端服務、伺服器或終端服務的業者進行課稅，不同的交易模式會有課稅。
	4.2	對實體數位產品課徵關稅(數位產品指燒錄在載具上的影音、軟體等)		
	4.3	小包裹與個人用品適用免關稅的規範門檻		
	4.4	對服務及投資限	4.4.1 取得經營許可	
			4.4.2 銷售項目(藥品、煙酒等)/銷售額	
			4.4.3 貿易及銷售管道限制	
			4.4.4 外人持股/合資要求	

問題	項目			跨境經營負擔情形(英文字母為業者代號)
		制	4.4.5 據點數目限制	(P)我國與其他各國沒有稅務協定影響到臺灣廠商在國際上的競爭力。越南對於電腦硬體的要求限制很多，臺灣目前僅有宏碁可以進入，其他多數業者多數遊走在法律邊緣，對於我國也有許多銷售項目上的限制。
5.環境建構不健全	5.1	電子簽章效力不確定		(A)在海外稅賦方面，中國大陸約為 17%，美國約為 8%。此外，中國大陸進行稅改，以前是行李郵寄稅，要求個人身分證，現在則是課徵綜合跨境電商交易稅，跨境電商的優惠與過去相比相對減少。 (B)中國大陸對於企業要在境內設立網站成為內容服務提供商（ICP）有所限制，因此必須向當地政府進行申請。 (D) a、電子發票方面，菲律賓所有東西都是使用一疊疊的文件去辦理事情，非常消耗成本與時間，曾經Ｄ公司從早到晚都在列印當地發票和相關文件都無間斷。此外，菲律賓最大的物流公司仍是以傳統的方式列印四聯單，沒有辦法像臺灣只需要一個條碼，有很多的文件須要去影印，在菲律賓無紙化的進展速度還很慢。b、電子簽章的部分，目前雖然還不重要，未來慢慢會受到重視。若是消費者使用電腦上網，若是用 Google 的瀏覽器進入網頁發現沒有安全簽章，很有看能就不會再進入該網站。但手機業面由於 Facebook 或其他應用程式已經有瀏覽器的介面，其實消費者看不到簽章，對於使用行動上網裝置的消費者影響不大。 (J)在東南亞國家的政府欠缺電子化流程，因此向當地政府申請相關事宜時，常因為效率不足導致進度相當緩慢，如：菲律賓和印尼。此外，在東南亞國家當地的網路基礎建設不足導致上網連線速度，進而影響到 J 公司在當地的營運情形。 (P)越南、泰國或美國東岸的網路基礎建設非常不足，尤其是網路設備方面在越南也較為落後，在臺灣的會談初始協議（Session Initiation Protocol, SIP）網路電話在當地也無法使用。
	5.2	欠缺無紙化貿易機制		
	5.3	網路基礎建設不足		
	5.4	網路自由與開放限制		
	5.5	網路安全性不足		
	5.6	數位著作權保護不足		
	5.7	數位商標權保護不足		

資料來源：本研究自行整理。

各受訪業者反映我國從事跨境電子商務/數位貿易業者之國內經營負擔情形，如下所示：

問題	項目		國內經營負擔情形(英文字母為業者代號)
1.在地化和技術要求	1.1	要求當地設置據點(如分公司、子公司或辦事處)	(L)目前的資料和數據中心都是在日本。臺灣目前沒有明確法規，但是會被相關單位暗示去在臺灣當地設立資料庫。若是如此，這將會讓業者有很高的負擔。此外，該公司難以去定義用戶是來自於哪一個國家，適用的法規也會難以去認定，對於相關的規範需要到哪個程度也會難以界定。
	1.2	對重要人事(如董監事或主管)要求國籍限制	
	1.3	要求當地設置數據中心/資料庫	
	1.4	要求內容或技術須在地化/自製率要求	
	1.5	對電子商務實體設備或服務有特殊標準	
	1.6	強迫技術移轉	
2.消費者保護與網路安全要	2.1	消費者者保護制度	(D)臺灣的網路安全制度，臺灣有個資法和資安法。個資法為每人可以求償兩萬至兩億上限之規定，這對企業而言是一個潛在風險。然而，國內大型企業都有可能被駭客入侵，難以對此保證，此項法律會讓企業感到不安。此外，網路安全制度方面，由於現行法律政府有調查權限進去企業的
	2.2	個人隱私保護監管制度	
	2.3	網路安全制度(如商業秘密竊取)	

問題	項目		國內經營負擔情形(英文字母為業者代號)
求	2.4	數據/資料跨境移動限制	營業場所並且調取資料，若無法保證政府部門是公正的情況之下，若因為同業競爭使得能夠得到政府官員之調查資訊，這對業者來說是被開一個後門的潛在危險。 (G)台灣的隱私權規範太嚴格，有礙日後進行大數據分析。 (H)從整體產業角度面來看，整個交易過程，供應商和通路商均應落實消費者保護，不能只有要求通路商重視，但也應該嚴格要求供應商遵守。 (L)臺灣消費者客訴較多。 (N)對於網路購物，消費者會覺得有七天鑑賞期，但食物難以適用，甚至有些消費者吃一半後退貨或食物中毒要外送平台負責。此外，台灣消費者時常發生訂餐後不取貨情形或是消費者聲稱信用卡遭盜刷，每一筆交易須花費 500 美金申請國際信用卡機構仲裁，係由業者吸收。
3.公部門管制和規範要求	3.1	數位內容須經公部門事前審查	(D)a、臺灣的外匯環境管制嚴重，在臺灣的業者是一項重大負擔。原因是 D 公司有大量美金的需求，投放許多廣告在 FACEBOOK 和 GOOGLE，當 D 公司付款給外商時需要以美金支付。然而，若是企業想要針對外匯避險，中央銀行在沒有發票和收據的情況之下，廠商不能買遠期外匯。然而，Facebook 和 Google 等廠商最多只給你 45 天的期間，因此在沒有文件得以買遠期外匯的情況下，無法進行避險。企業唯一選擇只能先以借現金的方式，全額來買遠期外匯操作避險，但也已經加重業者的借款成本。b、通關程序問題，臺灣在某些產品有內部生產量不足時，國內也有很大的需求量，政府不應用反傾銷的政策方式來鎖特定商品的進口。政府應該要去了解國內真實的需求。也因此當業者無法生產足夠的量時，便會用其他非法的途徑進口，像是和中國大陸的進口併單，業者就會用其他方式繞道而行。 (E)a、銷售管道的限制為台灣規定藥品和酒類只能在實體店面販售，不能在網路管道賣。b、台灣每家業者都想開發自己的第三方支付，無法聯合起來朝大規模發展。 (G) a、政府對我國支付公司管制嚴格，但對於外資卻難以控制，例如蝦皮下一步即可能成立支付系統，台灣政府若無法協助業者自行掌握交易工具，往後支付的大數據會掌握在中國大陸手上；交通的訊息會掌握在 GOOGLE 手上；社交的訊息會掌握在 FACEBOOK 手上。b、台灣海關對於誠實的國家進口來台，例如歐洲、美國，因為商品上附有清楚申報單據，因此會檢查和扣稅。但對於中國大陸商品，只註明個人郵包，沒有附單據的，就直接進入國內，難以課稅、管制和檢查，損失金額龐大，排擠許多台灣中小企業、製造業及商行。 (H)a、對於許多業者而言，製作電子書的進入門檻高，需要先投入的成本很高，除了先提高相容性，讓使用者均可近用外，目前欠缺一個標準化的模式。規格性、授權和價格，是影響到這個電子書的產業發展的關鍵問題。 b、各種商品品項所規定須標示的情況均不同，方式也不一，主管機關不一定會找業者協商，政府不了解通路業者在實際執行上是有困難的，例如有些商品會有射頻訊號，NCC 要求須在網路上提供照片證明，但商品在供應商手上，通路商難以執行。此外，除了主管機關是經濟部商業司外，各項商品均須遵守其他主管機關的命令，網路上的控管比實體多。 (J)國內由於 PayPal 退出臺灣市場，因此在電子支付的選擇有限，臺灣需要有一個能夠具有國際性的付款與兌換方式。
	3.2	營運第三方平台之法律責任不明確	
	3.3	電子支付規範欠缺/不明確	
	3.4	電子支付選擇有限	
	3.5	政府法規和標準不透明	
	3.6	該國符合性評估程序繁瑣	
	3.7	外匯管制	
	3.8	通關程序及其他關務措施	
4.市場開放限制	4.1	對電子交易課徵營業稅和加值稅等稅賦	(B)在銷售項目方面，在臺灣針對菸酒和藥品在網路上銷售的限制非常嚴格 (F)台灣是最嚴格的，像醫療器材（耳溫槍、隱形眼鏡等）和藥物等均不能販售。 (N)a、在台灣進行商業登記時只能適用汽車貨運業，因為機車遞送沒有相應法規。而汽車貨運業的最低門檻要求 2500 萬資本額加上 20 輛全新的貨
	4.2	對實體數位產品課徵關稅(數位產品指燒錄在載具上的影音、軟體等)	

問題	項目			國內經營負擔情形(英文字母為業者代號)
	4.3	小包裹與個人用品適用免關稅的規範門檻		車還要設置停車場，因此，為了經營這個事業，須購入 20 輛全新不會用到的貨車以及停車場。b、來台灣投資須經過投審會審核，為了清查資金來源，外商在行政程序上須花費 3 至 6 個月時間。 (O)我國與外國簽訂之租稅協定有限，稅務部分雖無法避免但也造成臺灣的廠商對外無競爭力。臺灣有營業稅的問題，標準認定上也有問題，這次有課稅下次又可能不會課稅，須有一定的標準。而加值稅最終都是由消費者去吸收。 (P)我國與外國簽訂之租稅協定有限，稅務使得臺灣的廠商對外無競爭力。臺灣有預扣稅款（withholding tax）的問題，政府需要解決稅的問題業者才有可能談論跨境。
	4.4	對服務及投資限制	4.4.1 取得經營許可	
			4.4.2 銷售項目(藥品、煙酒等)/銷售額	
			4.4.3 貿易及銷售管道限制	
			4.4.4 外人持股/合資要求	
			4.4.5 據點數目限制	
5.環境建構不健全	5.1	電子簽章效力不確定		(F)在台灣刷卡會取得明細上記載信用卡後四碼，目的是為了勾稽，以便辨識該筆交易持卡人。在電商的部分，會知道收件人的姓名、電話和地址，也會知道持卡人的發票機資料，但在台灣卻須進行後四碼勾稽，法令比國外繁瑣。 (K)對於線上影音平台業者而言，購買版權是主要的負擔，再來是租用電信頻寬和機房的費用。臺灣的頻寬費用與歐美相比較為昂貴。此外，在雲端伺服器方面，雖然國內也有許多業者，但是服務內容上與國外相比仍有落差，K 公司目前是選擇 AMAZON 的雲端服務，與國內業者相比，服務較為完整與安全。 (N)在無紙化部分，台灣電子發票雖已發展多年，但財會人員報帳時，法令規定所有資料均須紙本，顯然不一致。
	5.2	欠缺無紙化貿易機制		
	5.3	網路基礎建設不足		
	5.4	網路自由與開放限制		
	5.5	網路安全性不足		
	5.6	數位著作權保護不足		
	5.7	數位商標權保護不足		

資料來源：本研究自行整理。

第五章　結論與建議

第一節　結論

一、WTO 電子商務重點議題

隨著對數位經濟貿易理解之進化，政策倡導者已經使用各種術語來界定，包括電子貿易（e-trade）、電子商務（e-commerce）、數位貿易（digital trade）等等。WTO 總理事會在 1998 年建立電子商務工作計畫決議（WT/L/274）中，將電子商務（electronic commerce，簡稱 e-commerce）一詞定義為廣泛涵蓋所有這些概念，亦即「透過電子方式製作、配銷、行銷、販售或交付貨物和服務」。WTO 服務貿易理事會、智慧財產權理事會、貨品貿易理事會以及貿易與發展委員會均協助進行。

自 1998 年設立電子商務工作計畫以後，2001 年到 2009 年間電子商務談判的議題不多且進展緩慢，直到 2011 年開始提出電子商務在開發中國家或低度開發國家的發展與微中小型企業（Micro, Small and Medium-Sized Enterprises, MSMEs）對電子商務之使用，2013 年討論的議題又增加了關於消費者保護、秘密資料與隱私權等議題。2015 年年底前在電子商務議題並無顯著進展，但開始有會員就促進電子商務的議題討論提出看法，為 2017 年第 11 屆部長會議預作準備。重點立場如下：

（一）2015 至 2017 年電子商務工作方案提案重點

項目	支持	反對	有意見
電子商務與貿易有關元素-監管架構	加拿大、智利、哥倫比亞、象牙海岸、歐盟、韓國、墨西哥、摩爾多瓦、蒙特內哥羅、巴拉圭、新加坡、土耳其、烏克蘭 歐盟認為 WTO 可在規則制定方面參與問題 烏克蘭支持增強跨境電子商務政策的透明度，支持會員國間交流有關提供相關服務的跨境電子商務交易和監管措施資訊 紐西蘭認為對照工作對於確定電子商務相關元素非常重要；日本贊同對照工作為會員國提供了有效討論的基礎；台灣贊+C5 同電子商務與貿易有關元素；新加坡認為制定法律和政策框架可以幫助支持電子商務，貿易規則為企業提供一個可預測的經營環境，使他們更有信心與海外市場進行貿易	南非代表以非洲集團的名義發言表示，歡迎按照電子商務工作計畫第 1.1 段的規定將意見提交給服務貿易理事會，但工作計畫項下的工作應該繼續基於現有的任務和指導方針；玻利維亞、古巴、委內瑞拉、LDC 集團表示電子商務對所有成員都很重要，但根據發展水平和經濟規模，面對不同的挑戰。	● 巴西提案應有適當的管制以提升消費者的信心。 ● 中國大陸和巴基斯坦著重電子商務跨境貨品貿易的透明度(加拿大、巴拉圭與哥倫比亞同意-市場進入不應構成電子商務討論的一部分;歐盟、土耳其、紐西蘭希望納入更多服務貿易內容；厄瓜多表示鑑於成員之間數位鴻溝巨大，不應該討論超出授權的問題)；電子簽章、電子認證、電子合約和電子發票(加拿大、歐盟和巴拉圭期待討論)提案；挪威支持提案，歡迎有關電子商務的各種意見，電子商務蓬勃發展的先決條件是對數位環境的高度信任，電子商務的透明度對商品和服務都至關重要；巴西提醒要注意傳統貿易和電子商務所產生貿易兩者間的不平衡；印度認為焦點需放在透過跨境電子商務所產生之貿易。 ● 歐盟的跨境電子交易認證和信賴服務提案；瑞士、日本、挪威表示支持，中國大陸表示反對。 ● 俄羅斯表示歡迎和支持成員為討論與電子商務有關問題所作的努力，有興趣討論。 ● 阿根廷、巴西和巴拉圭的電子簽章提案；歐盟、中國大陸、智利、澳洲、加拿大、印度、紐西蘭表示支持；新加坡、印度、古巴認為分享交流各國經驗是有益處的；烏克蘭贊成提高跨境電子商務政策的透明度，支持改善基礎設施和技術條件的建議。 ● 香港通過電子交易條例；香港與中國大陸廣東省簽發的電子簽名證書相互認可計劃。香港指出有興趣了解成員對歐盟提案問題的看法，並

項目	支持	反對	有意見
			且願意積極參與討論 ● 印度認為隱私保護議題重要，應鼓勵各國採取或維持國內法律架構保護個人資訊，但法律架構不應對數據傳輸產生不必要的法律和行政障礙。印度認為應該著重在「保護何種隱私和數據內容」而非在「如何去保護隱私和數據內容」。印度提出幾點需要澄清：(1)電子商務與數位貿易間的關係；(2)工作計畫中尚未定義的用語範圍；(3)如何分類電子商務交易；(4)如何統計國內與國際數位交易。印度表示歡迎，成員應該討論與 CTS 議程有關的工作計劃內容 ● 瑞士強調個人資訊的隱私保護在電子商務上的重要性。 ● 秘魯支持繼續討論電子商務問題，並採取一般性評論。日本表示歡迎，工作計劃應該繼續審查與貿易有關的提案，特別是加強網路連接和利用訊息通信技術和公共資訊網、移動電話的發展、電子交付軟體、雲計算，保密機密數據、隱私和消費者保護。中國大陸不一定同意某些與服務貿易有關元素的分類，並且與現有任務相一致或相關，但願意進一步討論
電子商務與貿易有關元素-開放市場	● 加拿大、智利、哥倫比亞、象牙海岸、歐盟、韓國、墨西哥、摩爾多瓦、蒙特內哥羅、巴拉圭、新加坡、土耳其、烏克蘭 ● 紐西蘭認為對照工作對於確定電子商	巴西、智利、埃及、印度、南非、土耳其、加拿大(支持與探索會員國共同關係的議題)、巴拉圭、厄瓜多、	● 巴西提案電子商務議題應在服務貿易承諾表的模式一討論；避免不合理的電子商務科技移轉限制；稅務政策不應該在討論範圍。 ● 烏干達認為稅務議題非討論重點。 ● 美國、墨西哥與澳洲主張追求永久免徵關稅；澳洲鼓勵會員國延長暫停電子傳輸關稅延長至兩年以上，或是永久性的暫停。

項目	支持	反對	有意見
	務相關元素非常重要；日本贊同對照工作為會員國提供了有效討論的基礎；台灣贊同電子商務與貿易有關元素；新加坡認為制定法律和政策框架可以幫助支持電子商務，貿易規則為企業提供一個可預測的經營環境，使他們更有信心與海外市場進行貿易 摩爾多瓦共和國認為需要聚焦在電子商務與貿易有關元素第二個項目開放市場和關於商品和服務的自由化承諾	玻利維亞主張電子商務工作計畫沒有任何談判任務，審查所有與電子商務有關的貿易相關問題 俄羅斯要求進一步澄清建議是否為重複承諾或是談判新的承諾	● 土耳其和哥倫比亞支持永久或延長暫停電子傳輸關稅。 美國的跨境資訊流和當地基礎設施、雲計算服務的覆蓋面提案；澳洲、瑞士、日本表示支持；加拿大支持關於跨境資訊流動和保護個人資料，反對雲計算服務的覆蓋面；智利認為應著重在貿易方面資訊流動，而非資料隱私問題；韓國認同雲端計算對於中小企業發展的重要性；歐盟認為雲端計算應被視為電腦及相關服務；巴西、印度、阿根廷表示反對。 ● 智利表示電子商務意味著新的規則和現實，重要的是解決這些問題，看其是否屬於服務貿易總協定的範圍。 ● 巴西和阿根廷的電子商務和著作權提案：落實著作權規則施行和數位環境，透明性、權利義務平衡以及著作權屬地主義三項原則看法可能會趨同。 香港指出有興趣了解成員對歐盟提案問題的看法，並且願意積極參與討論 俄羅斯表示歡迎和支持成員為討論與電子商務有關問題所作的努力，有興趣討論。

項目	支持	反對	有意見
<u>電子商務與貿易有關元素-推動電子商務發展初步行動</u>(貿易便捷化協定;貿易/技術援助;監管合作)	加拿大、智利、哥倫比亞、象牙海岸、歐盟、韓國、墨西哥、摩爾多瓦、蒙特內哥羅、巴拉圭、新加坡、土耳其、烏克蘭 紐西蘭認為對照工作對於確定電子商務相關元素非常重要；日本贊同對照工作為會員國提供了有效討論的基礎；台灣贊同電子商務與貿易有關元素；新加坡認為制定法律和政策框架可以幫助支持電子商務，貿易規則為企業提供一個可預測的經營環境，使他們更有信心與海外市場進行貿易	南非代表以非洲集團的名義發言表示，歡迎按照電子商務工作計畫第 1.1 段的規定將意見提交給服務貿易理事會，但工作計畫項下的工作應該繼續基於現有的任務和指導方針	東協表示重視貿易便捷化；香港指出有興趣了解成員對歐盟提案問題的看法，並且願意積極參與討論；俄羅斯表示歡迎和支持成員為討論與電子商務有關問題所作的努力，有興趣討論。
<u>電子商務與貿易有關元素-多邊貿易制度透明度</u>	● 加拿大、智利、哥倫比亞、象牙海岸、歐盟、韓國、墨西哥、摩爾多瓦、蒙特內哥羅、巴拉圭、新加坡、土耳其、烏克蘭 ● 紐西蘭認為對照工作對於確定電子商務相關元素非常重要；日本贊同對照工作為會員國提供了有效討論的基礎；台灣贊同電子商務與貿易有關元素	南非代表以非洲集團的名義發言表示，歡迎按照電子商務工作計畫第 1.1 段的規定將意見提交給服務貿易理事會，但工作計畫項下的工作應該繼續基於現有的任務和指導方針'	香港指出有興趣了解成員對歐盟提案問題的看法，並且願意積極參與討論；俄羅斯表示歡迎和支持成員為討論與電子商務有關問題所作的努力，有興趣討論。
發展/幫助微	● 汶萊,哥倫比亞,哥斯大黎加,香港,中國		● 俄羅斯表示有興趣討論中小企業參與電子商務。俄國代表團建議，電

項目	支持	反對	有意見
中小型企業/數位落差	大陸,以色列,馬來西亞,墨西哥,奈及利亞,巴基斯坦,巴拿馬,卡達,塞席爾,新加坡,土耳其-利用提案討論他們感興趣的領域，包括利用電子商務實現可持續發展目標所面臨的挑戰。強化訊息和經驗分享使會員更好地瞭解電子商務，並確定 WTO 如何幫助他們實現電子商務的政策目標。發展層面應該是電子商務討論的核心，厄瓜多,玻利維亞,古巴,烏拉圭,南非,非洲集團,委內瑞拉,辛巴威,烏干達,泰國,巴西,加拿大,巴拉圭,東協成員國表示支持；斯威士蘭(Swaziland)表示服務貿易總協定沒有電子商務的任務授權 ● 香港支持電子商務與中小企業相關議題		子商務工作小組的任務應該是履行以下六項任務：討論有關電子商務的基本術語以達成共識、分析電子商務的範圍和覆蓋面、審查和分析 WTO 協定和有關電子商務的差距、探討解決跨部門問題、分析現有的電子商務障礙、編撰如何進一步進行審查多邊監管規則發展等方向的建議。 ● 挪威表示須考量到開發中國家與 LDC 國家等具體層面。 ● 台灣對新加坡等國提案表示歡迎，重申參與今後的討論；台灣認為 WTO 確保所有成員相互平等地訪問網際網路是非常重要和根本的。這種平等必須適用於交易的所有階段，特別是在交易和交易進行之前的任何階段，以及消費者和供應商的匹配。 ● 古巴贊同玻利維亞的聲明，即提交文件中所載的一些內容，例如基礎設施差距是重要的，但是認為提案處理方式並不是最合適的。此外，還有其他一些問題，包括在提案中缺失一些與發展中國家的緊急需求有關問題，因此仍需要進行詳細的分析
發展數位經濟有正面積極貢獻的方向	美國-確保跨境數據自由流動的重要性、防止對電腦設施的歧視或不必要的在地化限制性要求、 電子傳輸(包括數位產品)		● 中國大陸同意使用當地基礎建設以有效地監督，但本地化政策資訊共享是有用的。 ● 巴西表示應有適當的管制以提升消費者的信心。

項目	支持	反對	有意見
數位貿易的範例轉換/反思電子商務資訊不足問題	● 臺灣強調相互平等接觸和消除障礙的重要性，這可能有助於公平。增加對 ICT 基礎設施和服務的獲取對於解決數位鴻溝至關重要，同時使規則透明對企業準備進入未來可能的市場非常重要；利用演譯方法（deductive approach）非以歸納方法來闡明數位貿易的基本問題；網路空間貿易障礙影響消費者資訊上的不足；與 MC11 的提案無關，只是為了澄清思路 ● 日本、南韓、澳大利亞、紐西蘭、印度、美國、加拿大、墨西哥、挪威表示支持		● 中國大陸表示 1998 年工作計劃授權會員進行討論電子商務的貿易相關方面，而不是提案中使用的數位貿易 ● 南非感謝中國大陸的貢獻和台灣的交流和介紹，並指出對分享經驗和討論非常感興趣

（二）第 11 屆部長會議電子商務提案重點

俄羅斯、哥斯大黎加、歐盟、加拿大、澳洲、智利、南韓、墨西哥、蒙特內哥羅、挪威和巴拉圭等國家提案主張設立負責電子商務工作的新機構；中國大陸表示在總理事會專門會議上進行高度優先的討論，或由所有會員商定的機構；但是盧旺達代表的非洲集團主張發展一項問題，認為貿易和發展委員會就可負責執行，反對設立新機構。因此，目前兩極化情況就要看主張設立新機構國家的協商能力，若無法解決就會形成模糊的字眼，很可能是由總理事會設專門討論會議，探討適當的重點橫向討論機制，整體處理電子商務的交叉性性質。

現有提案主要內容，有多邊貿易制度透明度、監管架構（強化透明度、消費者信心強化措施、貿易促進措施）、公開和公平的貿易環境（確保措施透明度）、以及推動電子商務發展（貿易便捷化協定/進一步關務便捷化措施/無紙貿易、貿易/技術援助、成員和/或監管機構之間的監管合作）等問題。在原有 WTO 談判架構下意見交換本來就不限於發展問題，故未來進展也不會只討論發展問題。至於，電子商務市場開放問題和談判，預期在其他問題未找出改善討論程序和方法前，應該不會納入到第 11 屆電子商務部長會議決議草案內容中。比較電子商務第 11 屆部長會議決議草案至今提案之異同，請見下表：

	俄羅斯 JOB/GC/137 6 October 2017	**港日台 JOB/GC/138 6 October 2017**	**哥斯大黎加 JOB/GC/139 10 October 2017**	**歐盟、加拿大、澳洲、智利、南韓、墨西哥、蒙特內哥羅、挪威和巴拉圭 9 國 JOB/GC/140 16 October 2017**	**中國大陸 JOB/GC/142 19 October 2017**	**盧旺達 the African Group JOB/GC/144 20 October 2017**	**新加坡 JOB/GC/149 8 November 2017**	**中國大陸 JOB/GC/150 10 November 2017**
前言		認識到在過去 20 年中，數位化的進步已經改變了商業活動的各個方面；認識到發展中國家成員以及通過電子商業促進可持續和包容性成長的微中小型企業（MSMEs）的獨特挑戰和機遇；和認識到現行 WTO 協議適用於電子商務	馬拉克什協議的第九條第一款：會員為達到國家政策目標有權力維持監管環境，以及開發中國家的特殊需求以行使此項權力		討論電子商務元素考慮以下6個重點：1. 凍結電子傳輸課徵關稅、2. 促進跨境電子商務、3. 促進無紙化貿易、4. 電子簽章、電子認證和電子契約、5. 透明度、6. 開發與合作	保持現行 1998 年電子商務工作計畫。其認為電子商務仍然存在許多尚未解決的問題，包括對 GATS 所謂技術中立性的立場持續分歧，以電子方式交付的產品特徵，新服務分類在服務協定起草當時不可預見，以及電子商務發展範疇	重申繼續關注電子商務中的機遇和挑戰	體認在 WTO 架構下深化討論的重要性，以便更好的理解電子商務對於不同發展階段會員的貿易成長和經濟進步所帶來的機遇和挑戰
新機構建立	是，在總理事會的主持下	是，成員同意設立電子商務工作組	是	是	在總理事會專門會議上進行高度優先的討論，或由所有會員商定的機構	否。由下而上，並非由上而下。貿易和發展委員會可做到這一點。所有 WTO 機構負責執行工作計畫，電子商務促進發展議程是一個貿易自由化議程	N/A	N/A

	俄羅斯 JOB/GC/137 6 October 2017	**港日台 JOB/GC/138 6 October 2017**	**哥斯大黎加 JOB/GC/139 10 October 2017**	**歐盟、加拿大、澳洲、智利、南韓、墨西哥、蒙特內哥羅、挪威和巴拉圭 9 國 JOB/GC/140 16 October 2017**	**中國大陸 JOB/GC/142 19 October 2017**	**盧旺達 the African Group JOB/GC/144 20 October 2017**	**新加坡 JOB/GC/149 8 November 2017**	**中國大陸 JOB/GC/150 10 November 2017**
主席/工作計畫	指示總理事會在 2018 年 2 月的第一次會議上成立電子商務工作小組，並任命其主席。工作小組第一次會議應商定工作計畫和會議時間表	N/A	N/A	工作小組應該設立自己的程序；總理事會在 2018 年的第一次會議應任命主席。	N/A	N/A	N/A	指示總理事會在 2018 年的第一次會議上任命專門討論主席，並在專門討論的第一次會議上商定工作計劃
指令	提供會員適當論壇討論電子商務議題及其發展，包括制定國際規則的可能性	電子商務工作組進行一年的評估決定是否有必要澄清或加強現行 WTO 規則	依據發展議程評估開發中國家的需求	以成員國提案為基礎進行準備和推動談判	N/A	N/A	N/A	重申總理事會在電子商務工作計畫下的核心作用；考慮電子商務的交叉性性質，在總理事會及其有關附屬機構的相關討論的同時，探討適當的重點橫向討論機制
重點領域	會員應提交工作小組討論的議題；主題可以包括範圍和定義、	可參考相關提案或研討會等，並考慮透明度、監管架構、公	發展議程著重在資訊通訊技術基礎	N/A	N/A	N/A	電子商務討論應根據會員任何與貿易有關	指示專門討論來處理會員可以接受與貿易有關的

	俄羅斯 JOB/GC/137 6 October 2017	**港日台 JOB/GC/138 6 October 2017**	**哥斯大黎加 JOB/GC/139 10 October 2017**	**歐盟、加拿大、澳洲、智利、南韓、墨西哥、蒙特內哥羅、挪威和巴拉圭 9 國 JOB/GC/140 16 October 2017**	**中國大陸 JOB/GC/142 19 October 2017**	**盧旺達 the African Group JOB/GC/144 20 October 2017**	**新加坡 JOB/GC/149 8 November 2017**	**中國大陸 JOB/GC/150 10 November 2017**
	WTO 法律架構中現有適用的規則和差距、電子商務面臨之障礙、建立信心、貿易便捷化措施、透明度、增加開發中會員的參與，以及智慧財產權。在工作小組內，任何與貿易有關之電子商務討論，應盡可能考慮消費者、監管機構和民營部門的意見，以平衡與符合正當利益	開和公平的貿易環境以及發展等問題	設施和服務、貿易物流、支付解決方案、法律和監管架構、電子商務技能發展與技術援助、資金取得；議程也包含與相關國際和區域組織的合作				議題的交叉性性質提案做考量，工作計畫對所有涉及電子傳輸徵收關稅應進行專門討論審視。專門討論應由總理事會主席或其指定的代表擔任主席，並遵循 WT / L / 161 號文件所載的總理事會議事規則	電子商務元素，包括但不限於促進跨境電子商務、促進無紙貿易、透明度、及發展和合作。指示總理事會特別是通過貿易和發展委員會強調工作計劃中的發展層面，推進討論中出現的問題和電子商務不斷發展的應用以增強經濟/發展機會，特別考慮發展中國家的情況。繼續審查微中小型企業獲得電子商務的機會和挑戰

	俄羅斯 JOB/GC/137 6 October 2017	**港日台 JOB/GC/138 6 October 2017**	**哥斯大黎加 JOB/GC/139 10 October 2017**	**歐盟、加拿大、澳洲、智利、南韓、墨西哥、蒙特內哥羅、挪威和巴拉圭 9 國 JOB/GC/140 16 October 2017**	**中國大陸 JOB/GC/142 19 October 2017**	**盧旺達 the African Group JOB/GC/144 20 October 2017**	**新加坡 JOB/GC/149 8 November 2017**	**中國大陸 JOB/GC/150 10 November 2017**
相關機構	工作小組可具體要求 WTO 機構在其職權範圍內提供協助	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	重申工作計畫下四個有關機構（貨物貿易理事會(CTG)、服務貿易理事會(CTS)、智財權理事會(TRIPS理事會)和貿易和發展委員會(CTD)）的任務授權，各自負責審議的問題維持不變	總理事會及其有關附屬機構
時間表	指示總理事會定期對 2018 年 7 月、12 月及 2019 年 7 月工作小組提交的會議進展綜合報告進行審查；向 12 屆部長會議提交報告	2019 年 1 月向總理事會報告，會員根據評估結果可以決定立即開始談判	向 12 屆部長會議提交報告	工作小組預計於 2018 年 3 月底前召開第一次會議	N/A	N/A	根據貨品、服務、智財權、發展四理事會/委員會提交的報告進行討論，指示總理事會在 2018 年 7 月和 12 月及 2019 年	指示總理事會在議程上保留一個常設議題，並繼續在 2018 年 7 月和 12 月以及 2019 年 7 月的會議上，根據 WTO 內部機構落實工

	俄羅斯 JOB/GC/137 6 October 2017	**港日台 JOB/GC/138 6 October 2017**	**哥斯大黎加 JOB/GC/139 10 October 2017**	**歐盟、加拿大、澳洲、智利、南韓、墨西哥、蒙特內哥羅、挪威和巴拉圭 9 國 JOB/GC/140 16 October 2017**	**中國大陸 JOB/GC/142 19 October 2017**	**盧旺達 the African Group JOB/GC/144 20 October 2017**	**新加坡 JOB/GC/149 8 November 2017**	**中國大陸 JOB/GC/150 10 November 2017**
							7 月的會議上定期進行審議；評估電子商務進展情況，並在 12 屆部長級會議上審議與其有關可能措施的任何建議	作計劃和總理事會專門討論主席評估其進展並考慮任何建議，並在下屆部長級會議上審議與電子商務有關可能措施的任何建議
與現有工作計畫之關係	N/A	工作計畫仍存在	工作計畫仍存在	以電子商務工作計畫為基礎建立	N/A	N/A	繼續鼓舞電子商務工作計劃的積極工作	繼續開展電子商務工作計畫的積極工作
稅務暫緩	延期 2 年	延期 2 年，會員將維持目前的做法，在下屆會議之前不對電子傳輸徵收關稅	延期 2 年	延期 2 年	目前在電子傳輸方面不徵收關稅的做法，將維持至 2019 年部長會議為止	延長關稅暫停期間不應該被視為必然的	在 2019 年部長會議之前，將維持目前的做法，即不對電子傳輸徵收關稅	各位會員在 2019 年舉行下一屆會議之前，將繼續維持目前不對電子傳送徵收關稅的做法

資料來源：本研究整理

直到最後因為成員國在電子商務議題意見無法統一，第 11 屆 WTO 部長決定草案於 2017 年 12 月 13 日之內容如下，根據 WT/L/274 號文件規定的現有任務，我們同意自上屆會議以來繼續開展電子商務工作計劃下的工作。我們將努力振興我們的工作，並指示總理事會根據 WTO 有關機構提交的報告，在 2018 年 7 月和 12 月以及 2019 年 12 月的會議上定期進行審議，並向下屆部長級會議報告。我們同意維持目前的做法，在我們決定在 2019 年下一屆會議之前不對電子傳輸徵收關稅。

二、APEC 數位貿易重點議題

在 APEC 歷年來探討數位貿易議題方面， 1998 年部長會議通過「電子商務行動藍圖」，2004 年制訂 APEC 隱私保護綱領，2009 年獲得 APEC 部長的支持跨境隱私執行協議。2008 年第 20 屆年度部長會議聯合聲明中，提到智慧財產權及數位經濟。APEC 於 2004 年及 2007 年分別通過「APEC 隱私架構」及「資料隱私保護開路者倡議實驗計畫」，2011 年經濟領袖會議進一步宣示推動執行「跨境隱私保護規則體系」。太平洋經濟合作理事會 2015 年舉辦網際網路經濟研討會聚焦網路經濟議題。美國在 2015 年推出設立促進數位貿易架構的議題，並要求 2016 年就解決數位貿易路障進行討論。但受部分 APEC 會員體反對下，美國於 2016 年 5 月提出數位貿易作為下一世代貿易與投資議題修正文件，2016 年 11 月依據會員體意見更新「2017 年下階段推動數位貿易工作」提案。

2017 年起，越南擔任 APEC 主辦會員體，設定主題為「創造新動能，育成共同未來 （Creating New Dynamism, Fostering a Shared Future）」，以改善因應全球變動之適應能力。四項優先領域包含：促進永續、創新及包容性成長（ Fostering Sustainable, Innovative and Inclusive Growth）、深化區域經濟整合（Deepening Regional Economic Integration）、強化微中小企業在數位時代之競爭力及創新（Strengthening MSMEs’ Competitiveness and

Innovation in the Digital Age）、改善糧食安全及永續農業以因應氣候變遷（Enhancing Food Security and Sustainable Agriculture in Response to Climate Change）。其中，強化微中小企業在數位時代之競爭力及創新之相關努力包括：建立 APEC 之經商便利度倡議；聚焦在新創和女性領導的企業；運用亞太地區大型、快速成長的網際網路使用者基地，驅動數位基礎建設和小型企業的國際化。

為協助 APEC 會員體發展有效的個人資料隱私保護措施，以確保跨境資料自由流通，APEC 於 2004 年及 2007 年分別通過「APEC 隱私架構」(APEC Privacy Framework)及「資料隱私保護開路者倡議實驗計畫」（Data Privacy Pathfinder projects），2011 年 APEC 經濟領袖會議進一步宣示推動執行「跨境隱私保護規則體系」(Cross Border Privacy Rules System, CBPR System)，俾建立一套透明、一致的個人資料隱私保護規範，以減少跨境資料移轉之障礙，強化消費者隱私以及促進區域資料隱私架構之互通性。2016 年年度部長聲明中承認 CBPR System 之重要性，尋求會員體擴大參與該項以自願性機制為基礎之體制，並支持包括能力建構在內之合作。2016 年領袖宣言重申執行 CBPR System 之重要性，將尋求更多會員體、當責機構(Accountability Agent, AA)及公司加入該體系。2017 年工作重點包含研究 APEC 和歐盟互通性以及數據隱私個別行動計畫。

目前僅美國、加拿大、墨西哥、日本和韓國 5 個會員體加入 CBPR 體系，因此，其他會員體加入 CBPR 體系的障礙主要為缺乏隱私法、缺乏企業需求以及國家機構問題。至於標章認證商面臨的挑戰則為國內隱私執法機關或電子商務指導小組（ECSG）官方同意，以及需要提高能力和社會意識。

基於網路經濟在 APEC 創新發展及經濟參與賦權所扮演的重要角色，APEC 成立網際網路經濟特別指導小組（AHSGIE），旨在促進各會員體在發展網路經濟方面的合作以及技術與政策交流，以縮短 APEC 區域間數位落差。於 2016 年 12 月提出網路經濟指導原則，2017 年提出網路及數位經濟

路徑圖，決議納入路徑圖之關鍵領域包含：發展穩健、可靠、安全的數位基礎建設；促進相容性；達成普及的寬頻上網；採納整體性的政府政策架構；促進法規管制方法的一致性；促進創新及促成技術的應用；促進使用資訊通訊技術之信任與安全；確保數位貿易及商務活動的跨境資料流通；建構網路及數位經濟衡量方式；提升網路及數位經濟的包容性；便捷化電子商務與數位貿易。

三、我國業者從事跨境電子商務/數位貿易面臨之國內外負擔情形

目前國際經貿場域對數位貿易之主要討論議題類型及內涵，如下所示：

障礙類型	障礙內涵描述
1. 強制本地化要求	• 需於當地設置據點（代表處/分公司/子公司）及重要人事國籍限制 • 需於當地設置數據中心/資料庫 • 自製率要求 • 對電子商務設備或服務之特有標準
2. 市場進入限制	• 包含關稅（如數位商品及小額包裹免稅待遇） • 服務提供、外人投資、貿易及銷售管道 • 其他歧視性待遇
3. 數據/資料及個人隱私保護措施	• 限制資料/數據之跨境移動 • 各國隱私保護之規則落差
4. 消費者權益維護	• 跨境詐欺等問題之解決 • 個人隱私保護
5. 智財權侵害	涉及數位著作權、數位商標權之侵害
6. 法律責任不明確	數位貿易參與者（特別是平台/中介者）之法律責任不明（例如線上購物平台責任）
7. 內容審查	針對數位內容之事前審查

8. 關務行政	不利於數位貿易之通關程序及其他措施
9. 環境建構不健全	• 網路基礎建設不足 • 網路自由與開放之限制 • 電子簽章效力不確定 • 欠缺無紙化貿易機制 • 網路安全問題

資料來源：本研究整理

鎖定現行國際經貿主要討論障礙議題，本調查參考美國、歐盟和 APEC 調查問卷問項後、尋找適合我國產業現況的調查方式。由於我國目的是要知道我國業者進行跨境電子商務/數位貿易會遭遇的障礙及困難，以及國際談判涉及的跨境電子商務/數位貿易看法，因此，調查對象就必須是其業務性質涉及國際事務的企業，故我們選擇網際網路價值鏈上提供線上服務和加值技術服務業者為主進行個案分析。由於業者均相當忙碌，採取訪談為主，問卷為輔之方式進行調查。

線上服務包含：電子商務零售和旅遊（如 Amazon、eBay、Alibaba、Groupon、Meituan、Carousell 、Expedia、Agoda、Kayak、Uber、Didi、Grab、Airbnb）、娛樂（出版、遊戲、博弈、影音）、社群服務（如 Facebook、Google+、LinkedIn、Blogger、WordPress、Tumblr、Twitter）、通訊服務、雲端服務、其他服務（學習、經紀、Apps）、搜尋引擎（如 Yahoo、Google、Safari）、資料庫服務（如 Google Maps、Wikipedia）。加值技術服務包含：支援技術（網站設計、管理、開發、內容傳送、M2M 機器與機器間的資料交換）、支付平台（如 Paypal、Alipay）、廣告。

我國調查內容包含下列 11 個問題：

1、貴單位在臺灣從事電子商務及其他國家進行電子商務跨境貿易面臨在地化和技術要求之負擔程度為何？

2、貴單位在臺灣從事電子商務及其他國家進行電子商務跨境貿易面臨消費者保護與網路安全要求之負擔程度為何？

3、貴單位在臺灣從事電子商務及其他國家進行電子商務跨境貿易面臨公部門管制和規範要求之負擔程度為何？

4、貴單位在臺灣從事電子商務及其他國家進行電子商務跨境貿易面臨市場開放限制之負擔程度？

5、貴單位在臺灣從事電子商務及其他國家進行電子商務跨境貿易面臨環境建構不健全之負擔程度為何？

6、貴單位曾經往來的客戶來自於那些國家？

7、貴單位在下列哪些國家中面臨如前述第 1~5 題所提到的障礙(在地化和技術要求、消費者保護與網路安全要求、公部門管制和規範要求、市場開放限制、環境建構不健全)？

8、貴單位在哪些國家因為面臨第 1~5 題中一項或多項障礙而不再有業務往來？

9、貴單位對於我國數位貿易相關之整體規範政策評比為何？

10、貴單位期待我國政府在協助業者從事數位貿易上所應扮演的角色為何？請您排序表示政府需協助之優先性。

11、對於政府在協助消除貴單位面臨跨境數位貿易重大負擔之建議？

（一）負擔程度

調查問卷中，以 0 至 5 評估負擔程度，0：不構成負擔、1：低度負擔、2：負擔程度中等、3：負擔程度偏高、4：重大負擔、5：未曾面臨此問題，評估上，將未曾面臨此問題改以 0 分計算。

根據我國業者有從事跨境電子商務者反應，在國外面臨的負擔程度 1.84 高於從事電子商務者在國內面臨的負擔程度 1.46。在面臨在地化和技術要求、面臨消費者保護與網路安全要求、面臨公部門管制和規範要求、面臨市場開

放限制、面臨環境建構不健全之五類型負擔程度，（1）業者反應在國內面臨消費者保護與網路安全要求和公部門管制及規範要求 2 種類型的負擔程度高於其他 3 種類型，在國外面臨市場開放限制和公部門管制及規範要求 2 種類型的負擔程度高於其他 3 種類型；（2）國外負擔程度較國內負擔程度高出較多的類型有在地化及技術要求、市場開放限制和環境建構不健全 3 種類型。請見下表。

	在國外負擔程度	在臺負擔程度
面臨在地化和技術要求	1.76	1.19
面臨消費者保護與網路安全要求	1.83	1.69
面臨公部門管制和規範要求	1.86	1.81
面臨市場開放限制	1.92	1.18
面臨環境建構不健全	1.81	1.40

註：調查問卷中，0=不構成負擔、1=低度負擔、2=負擔程度中等、3=負擔程度偏高、4=重大負擔、5=未曾面臨此問題，評估上將未曾面臨此問題改以 0 分計算。
資料來源：本研究根據調查問卷計算。

在面臨在地化和技術要求類型中，業者都早在國內營業且部分填問卷者未經歷設立期，所以業者反應多數項目是在國外負擔程度較高，又以要求當地設置據點和對重要人事要求國籍限制最為明顯，其次是要求當地設置數據中心/資料庫、要求內容或技術須在地化/自製率要求、對電子商務實體設備或服務有特殊標準。請見下表。

	在國外負擔程度	在臺負擔程度
要求當地設置據點	2.56	1.50
對重要人事要求國籍限制	2.33	1.17
要求當地設置數據中心/資料庫	1.89	1.33
要求內容或技術須在地化/自製率要求	1.44	1.00
對電子商務實體設備或服務有特殊標準	1.22	1.00
強迫技術移轉	1.11	1.17

註：調查問卷中，0=不構成負擔、1=低度負擔、2=負擔程度中等、3=負擔程度偏高、4=重大負擔、5=未曾面臨此問題，評估上將未曾面臨此問題改以 0 分計算。
資料來源：本研究根據調查問卷計算。

在消費者保護與網路安全要求類型中，業者反應在面臨消費者者保護制度和個人隱私保護監管制度形成的負擔程度在國內外相差不大，但網路安全制度和數據/資料跨境移動限制形成的負擔程度在國外相對較高，尤其是數據/資料跨境移動限制。請見下表。

	在國外負擔程度	在臺負擔程度
消費者者保護制度	1.78	1.75
個人隱私保護監管制度	1.78	1.83
網路安全制度(如商業秘密竊取)	1.89	1.75
數據/資料跨境移動限制	1.89	1.42

註：調查問卷中，0=不構成負擔、1=低度負擔、2=負擔程度中等、3=負擔程度偏高、4=重大負擔、5=未曾面臨此問題，評估上將未曾面臨此問題改以 0 分計算。
資料來源：本研究根據調查問卷計算。

在公部門管制及規範要求類型中，業者因為營業仍以國內為主，國外交易可以透過合作方而規避部分管制及規範要求，所以反應在國外面臨負擔較高的項目有外匯管制、該國符合性評估程序繁瑣、通關程序及其他關務措施，而在國內面臨負擔較高的項目有符合性評估程序繁瑣、政府法規和標準不透明、電子支付選擇有限。在國外面臨負擔高於國內的項目有外匯管制、通關程序及其他關務措施、營運第三方平台之法律責任不明確、數位內容須經公部門事前審查。請見下表。

	在國外負擔程度	在臺負擔程度
數位內容須經公部門事前審查	1.44	1.33
營運第三方平台之法律責任不明確	1.89	1.58
電子支付規範欠缺/不明確	1.22	1.67
電子支付選擇有限	1.67	2.08
政府法規和標準不透明	1.89	2.33
該國符合性評估程序繁瑣	2.22	2.42
外匯管制	2.56	1.50
通關程序及其他關務措施	2.00	1.58

註：調查問卷中，0=不構成負擔、1=低度負擔、2=負擔程度中等、3=負擔程度偏高、4=重大負擔、5=未曾面臨此問題，評估上將未曾面臨此問題改以 0 分計算。
資料來源：本研究根據調查問卷計算。

在面臨市場開放限制類型中，業者反應在國內負擔程度最高項目是服務及投資之限制（銷售項目、取得經營許可），其次是稅賦和小包裹與個人用品適用免關稅的規範門檻。在國外負擔程度最高項目是稅賦和小包裹與個人用品適用免關稅的規範門檻，其次是服務及投資之限制（外人持股/合資要求、貿易及銷售管道限制、銷售項目、取得經營許可）。請見下表。

	在國外負擔程度	在臺負擔程度
對電子交易課徵營業稅、加值稅等稅賦	2.44	1.36
對實體數位產品課徵關稅(數位產品指燒錄在載具上的影音、軟體等)	1.22	0.73
小包裹與個人用品適用免關稅的規範門檻	2.33	1.18
對服務及投資限制	1.67	1.45
取得經營許可	1.56	1.64
銷售項目(藥品、煙酒等)/銷售額	1.67	1.91
貿易及銷售管道限制	1.67	1.36
外人持股/合資要求	2.11	1.18
據點數目限制	1.33	1.18

註：調查問卷中，0=不構成負擔、1=低度負擔、2=負擔程度中等、3=負擔程度偏高、4=重大負擔、5=未曾面臨此問題，評估上將未曾面臨此問題改以 0 分計算。
資料來源：本研究根據調查問卷計算。

在面臨環境建構不健全類型中，業者反應在國內負擔程度最高項目是欠缺無紙化貿易機制，尤其是在財務報表方面。在國外負擔程度最高項目是欠缺無紙化貿易機制和網路自由與開放限制，其次是網路安全性不足和數位商標權保護不足。請見下表。

	在國外負擔程度	在臺負擔程度
電子簽章效力不確定	1.44	1.27
欠缺無紙化貿易機制	2.22	1.82
網路基礎建設不足	1.67	1.45
網路自由與開放限制	2.00	1.18

網路安全性不足	1.89	1.36
數位著作權保護不足	1.67	1.36
數位商標權保護不足	1.78	1.36

註：調查問卷中，0=不構成負擔、1=低度負擔、2=負擔程度中等、3=負擔程度偏高、4=重大負擔、5=未曾面臨此問題，評估上將未曾面臨此問題改以 0 分計算。
資料來源：本研究根據調查問卷計算。

（二）跨境經營負擔情形

我國從事跨境電子商務/數位貿易業者之跨境經營負擔情形，如下所示：

問題	項目		跨境經營負擔情形(英文字母為業者代號)
1.在地化和技術要求	1.1	要求當地設置據點(如分公司、子公司或辦事處)	● (A)大部分廠商做跨境最困難的就是必須要在當地開一家子公司，像是金流或物流或是當地法規等限制。 ● (B)在中國大陸除非是 C2C 的營運模式，企業都必須在當地設立據點，並且以臺灣分公司的身分與天貓和京東簽約合作。 ● (C)對於電子商務實體設備或服務有特殊標準，不論廠商是用 Amazon 或是 Lazada 的服務，都會針對國外廠商訂定出特殊的標準和要求，國外廠商也沒有辦法享有當地廠商的權利，例如：臺灣的廠商沒有辦法用到當地的倉庫，就必須用直郵的方式，也會墊高廠商的成本，除非你有設立公司據點，落地開設公司才可享有當地同等的服務。因此，同樣是販賣一枝筆，國外廠商在電子平台銷售上，物流就會有所不同，也許會需要透過香港中轉的方式，或是海運和空運的成本進入美國販售，在初始成本上就已經比美國的公司還要高。 ● (D)菲律賓和馬來西亞需要在當地設點，馬來西亞有電子商務的營業項目可以申請。然而，若要在當地開設銀行開戶，身分必須是法人，所以公司在當地投資公司時，馬來西亞人必須進董事。 ● (O)需要評估當地是否開放給外資進入，評估當地區市場是否夠大以及建立一個分公司的限制。印度、新加坡、泰國等等對於外資都有一些限制，例如：須由當地人來做董事。 ● (P)美國對於重要人事要求國籍限制較為嚴格。越南有很多貿易上的障礙，該國在實體設備方面限制較為嚴格，公司一直以來僅能銷售服務而非硬體設備，此外，臺灣業者在越南也遭遇到很多語言問題上的障礙。中國大陸政府單位多會要求技術上的移轉。
	1.2	對重要人事(如董監事或主管)要求國籍限制	
	1.3	要求當地設置數據中心/資料庫	
	1.4	要求內容或技術須在地化/自製率要求	
	1.5	對電子商務實體設備或服務有特殊標準	
	1.6	強迫技術移轉	
2.消費者保護與網路安全要求	2.1	消費者者保護制度	● (C)在美國和英國的消費者對於國外產品的疑慮，會認為相同產品的品質上比當地還要差，因此在檢視國外產品時會比較嚴格，也比較會有退貨的情形發生。東南亞的情形比較沒有這麼嚴重，馬來西亞和新加坡較為開放，越南民族意識則較強。 ● (D)在消費者保護制度和個人隱私制度相關法條，我感覺菲律賓的法條比較嚴格，因為菲律賓的相關法規是學習美國，但是執法的成效較差。 ● (E)中國大陸和台灣在數據取得還有網路安全制度上有差異。 ● (O)電子商務在法律上沒有統一的範疇，保密性與安全性也無特別的規範，這些都是當地一直以來的問題，也並未有一個固定的範疇能讓業者了解。
	2.2	個人隱私保護監管制度	
	2.3	網路安全制度(如商業秘密竊取)	
	2.4	數據/資料跨境移動限制	

問題	項目		跨境經營負擔情形(英文字母為業者代號)
3.公部門管制和規範要求	3.1	數位內容須經公部門事前審查	● (A)各國會有各種不同的進口規範,若是以 B2B 的模式進行會被要求一些進口上的規範與認證,因此在數量上並不能太大,目前僅能以 B2C 的方式來避掉障礙 ● (B)中國大陸的外匯限制非常多,手續過程亦非常麻煩,因此 B 公司很少將資金匯出。若是有需要,則是透過中國大陸的員工,以小額且符合當地規定內的方式匯出。若要在中國大陸的第三方平台銷售產品,必須先得到產品原廠的認證與授權書,經過中國大陸審核後才能在線上銷售商品。然而,在第三方平台的法律責任方面,電子商務平台商是並不負任何責任。即便商品得到原廠商的認證與授權,亦通過電子商務平台的審核通過,當遇到消費者認為產品有瑕疵問題,最後還是由 B 公司賠償與負擔吸收成本。 ● (C)在符合性評估程序上,各國的電子商務都想要做。因此,現在不論是 Amazon 或是 Lazada 都有很多開戶條件上的限制。例如,Lazada 在線上還分成本地和臺灣開戶,當申請的時候必須能夠在線上脫穎而出,在東南亞還需要線上考試,必須要達到標準才能夠開店,因此廠商必須去解決這些繁瑣的過程。 ● (D)菲律賓人很少刷卡,只能選擇貨到付款,配合物流商,能夠選擇電子支付的選擇很有限。在外匯管制上,因為菲律賓的貨幣並非流通貨幣,因此必須換成美金才能匯回臺灣。曾經有某家銀行,網路遙遠所有存戶存款都變成負數,市場上開始恐慌,因此大家開始想要將錢匯出菲律賓。然而,菲律賓披索不能隨意匯出,且波動很大,因此要在最佳時間點先轉成美金,而這個過程的限制很高。通關方面相對臺灣還是沒有好,因為人治的情形太多。在 2014 年曾經因為有國內政治情勢變化,海關開始執行嚴查,造成物價飆漲亦影響到臺灣公司的生意。 ● (E)國際電商經營難處來自配送問題還有報關問題,電商本身事實上獲利甚少。 ● (F)a、跨境電商最大的困難是語言跟物流,尤其如果規模變大,會面臨各國規定繁瑣不一的通關問題。b、台灣業者架設在台灣的電商網站會遭到中國大陸屏蔽,無法進行國際直購。 ● (G)a、海外直郵經過海關時,各國海關會有不同的抽檢比例與課稅標準。b、目前最大的問題是商品銷售海外困難、商品審查難以通過以及被海關阻檔,例如在越南送審非常困難。 ● (H)台灣業者架設在台灣的官網遭中國大陸屏蔽,無法購買。 ● (O)a、以電子認證為例,臺灣至今仍無法統一使用一張卡在臺灣境內通行。電子商務最重要的一部分是金流,目前國內限制太多,金流沒有鬆綁,投資者就會望之卻步。b、臺灣政府沒有一個特定的窗口可以協助國內業者了解當地法規。此外,國內需要有一個統一和特定的系統。因為當業者在進行跨境貿易的時候,如果國內沒有先行統一,遇到當地的規範和特殊使用習慣,國內業者又得再去做一次修改,臺灣的廠商跨境之後就會遇到更大的問題,也無法與國際進行接軌。
	3.2	營運第三方平台之法律責任不明確	
	3.3	電子支付規範欠缺/不明確	
	3.4	電子支付選擇有限	
	3.5	政府法規和標準不透明	
	3.6	該國符合性評估程序繁瑣	
	3.7	外匯管制	
	3.8	通關程序及其他關務措施	
4.市場開放限制	4.1	對電子交易課徵營業稅和加值稅等稅賦	● (A)關稅問題,多數國家對於製藥產品的規範嚴格。 ● (C)美國的 Amazon,業者使用當地的倉庫和人力,當有獲利時都必須要繳交不同類型的稅,例如:營業所得稅、州稅和關稅。Lazada 亦同,當產品銷售進入當地之後,。在銷售商品上,若廠商是製造商,若是販售 BB 槍類型產品,在美國審查上就會非常嚴格,必須符合當地的安全規格。若廠商是當地廠商的話就不會有同樣等級的障礙。或者是食品,就必須要去符合美國的食品藥品監督管理局(Food and Drug Administration, FDA)之標準,這些就會是成本。但貿易商通常都會去
	4.2	對實體數位產品課徵關稅(數位產品指燒錄在載具上的影音、軟體等)	
	4.3	小包裹與個人用品適用免關稅的規範門檻	
	4.4	對 4.4.1 取得經營許可	

問題	項目			跨境經營負擔情形(英文字母為業者代號)
		服務及投資限制	4.4.2 銷售項目(藥品、煙酒等)/銷售額	避開要去販賣這類型的產品。 ● (D)電子交易課稅，菲律賓課稅 12%，很多貨都需要開發票。馬來西亞是 6%，越南是 10%，也造成廠商的負擔。此外，菲律賓，若是想要使用機器的方式列印發票，該國規定必需要設立據點，規定發票機器要買當地的機器以及購買當地的影印紙，該國政府會去查核。 ● (O)印度對於雲端服務、伺服器或終端服務的業者進行課稅，不同的交易模式會有課稅。 ● (P)我國與其他各國沒有稅務協定影響到臺灣廠商在國際上的競爭力。越南對於電腦硬體的要求限制很多，臺灣目前僅有宏碁可以進入，其他多數業者多數遊走在法律邊緣，對於我國也有許多銷售項目上的限制。 ●
			4.4.3 貿易及銷售管道限制	
			4.4.4 外人持股/合資要求	
			4.4.5 據點數目限制	
5.環境建構不健全	5.1	電子簽章效力不確定		● (A)在海外稅賦方面，中國大陸約為 17%，美國約為 8%。此外，中國大陸進行稅改，以前是行李郵寄稅，要求個人身分證，現在則是課徵綜合跨境電商交易稅，跨境電商的優惠與過去相比相對減少。 ● (B)中國大陸對於企業要在境內設立網站成為內容服務提供商（ICP）有所限制，因此必須向當地政府進行申請。 ● (D) a、電子發票方面，菲律賓所有東西都是使用一疊疊的文件去辦理事情，非常消耗成本與時間，曾經D公司從早到晚都在列印當地發票和相關文件都無間斷。此外，菲律賓最大的物流公司仍是以傳統的方式列印四聯單，沒有辦法像臺灣只需要一個條碼，有很多的文件須要去影印，在菲律賓無紙化的進展速度還很慢。b、電子簽章的部分，目前雖然還不重要，未來慢慢會受到重視。若是消費者使用電腦上網，若是用 Google 的瀏覽器進入網頁發現沒有安全簽章，很有看能就不會再進入該網站。但手機業面由於 Facebook 或其他應用程式已經有瀏覽器的介面，其實消費者看不到簽章，對於使用行動上網裝置的消費者影響不大。 ● (J)在東南亞國家的政府欠缺電子化流程，因此向當地政府申請相關事宜時，常因為效率不足導致進度相當緩慢，如：菲律賓和印尼。此外，在東南亞國家當地的網路基礎建設不足導致上網連線速度，進而影響到 J 公司在當地的營運情形。 ● (P)越南、泰國或美國東岸的網路基礎建設非常不足，尤其是網路設備方面在越南也較為落後，在臺灣的會談初始協議（Session Initiation Protocol, SIP）網路電話在當地也無法使用。
	5.2	欠缺無紙化貿易機制		
	5.3	網路基礎建設不足		
	5.4	網路自由與開放限制		
	5.5	網路安全性不足		
	5.6	數位著作權保護不足		
	5.7	數位商標權保護不足		

資料來源：本研究自行整理。

（三）國內經營負擔情形

我國從事跨境電子商務/數位貿易業者之國內經營負擔情形，如下所示：

問題	項目		國內經營負擔情形(英文字母為業者代號)
1.在地化和技術要求	1.1	要求當地設置據點(如分公司、子公司或辦事處)	● (L)目前的資料和數據中心都是在日本。臺灣目前沒有明確法規，但是會被相關單位暗示去在臺灣當地設立資料庫。若是如此，這將會讓業者有很高的負擔。此外，該公司難以去定義用戶是來自於哪一個國家，適用的法規也會難以去認定，對於相關的規範需要到哪個程度也會難以
	1.2	對重要人事(如董監事或主管)要求國籍限制	

問題	項目		國內經營負擔情形(英文字母為業者代號)
	1.3	要求當地設置數據中心/資料庫	界定。
	1.4	要求內容或技術須在地化/自製率要求	
	1.5	對電子商務實體設備或服務有特殊標準	
	1.6	強迫技術移轉	
2.消費者保護與網路安全要求	2.1	消費者者保護制度	● (D)臺灣的網路安全制度，臺灣有個資法和資安法。個資法為每人可以求償兩萬至兩億上限之規定，這對企業而言是一個潛在風險。然而，國內大型企業都有可能被駭客入侵，難以對此保證，此項法律會讓企業感到不安。此外，網路安全制度方面，由於現行法律政府有調查權限進去企業的營業場所並且調取資料，若無法保證政府部門是公正的情況之下，若因為同業競爭使得能夠得到政府官員之調查資訊，這對業者來說是被開一個後門的潛在危險。 ● (G)台灣的隱私權規範太嚴格，有礙日後進行大數據分析。 ● (H)從整體產業角度面來看，整個交易過程，供應商和通路商均應落實消費者保護，不能只有要求通路商重視，但也應該嚴格要求供應商遵守。 ● (L)臺灣消費者客訴較多。 ● (N)對於網路購物，消費者會覺得有七天鑑賞期，但食物難以適用，甚至有些消費者吃一半後退貨或食物中毒要外送平台負責。此外，台灣消費者時常發生訂餐後不取貨情形或是消費者聲稱信用卡遭盜刷，每一筆交易須花費 500 美金申請國際信用卡機構仲裁，係由業者吸收。
	2.2	個人隱私保護監管制度	
	2.3	網路安全制度(如商業秘密竊取)	
	2.4	數據/資料跨境移動限制	
3.公部門管制和規範要求	3.1	數位內容須經公部門事前審查	● (D)a、臺灣的外匯環境管制嚴重，在臺灣的業者是一項重大負擔。原因是 D 公司有大量美金的需求，投放許多廣告在 FACEBOOK 和 GOOGLE，當 D 公司付款給外商時需要以美金支付。然而，若是企業想要針對外匯避險，中央銀行在沒有發票和收據的情況之下，廠商不能買遠期外匯。然而，Facebook 和 Google 等廠商最多只給你 45 天的期間，因此在沒有文件得以買遠期外匯的情況下，無法進行避險。企業唯一選擇只能先以借現金的方式，全額來買遠期外匯操作避險，但也已經加重業者的借款成本。b、通關程序問題，臺灣在某些產品有內部生產量不足時，國內也有很大的需求量，政府不應用反傾銷的政策方式來鎖特定商品的進口。政府應該要去了解國內真實的需求。也因此當業者無法生產足夠的量時，便會用其他非法的途徑進口，像是和中國大陸的進口併單，業者就會用其他方式繞道而行。 ● (E)a、銷售管道的限制為台灣規定藥品和酒類只能在實體店面販售，不能在網路管道賣。b、台灣每家業者都想開發自己的第三方支付，無法聯合起來朝大規模發展。 ● (G) a、政府對我國支付公司管制嚴格，但對於外資卻難以控制，例如蝦皮下一步即可能成立支付系統，台灣政府若無法協助業者自行掌握交易工具，往後支付的大數據會掌握在中國大陸手上；交通的訊息會掌握在 GOOGLE 手上；社交的訊息會掌握在 FACEBOOK 手上。b、台灣海關對於誠實的國家進口來台，例如歐洲、美國，因為商品上附有清楚申報單據，因此會檢查和扣稅。但對於中國大陸商品，只註明個人郵包，沒有附單據的，就直接進入國內，難以課稅、管制和檢查，損失金額龐大，排擠許多台灣中小企業、製造業及商行。 ● (H)a、對於許多業者而言，製作電子書的進入門檻高，需要先投入的成本很高，除了先提高相容性，讓使用者均可近用外，目前欠缺一個
	3.2	營運第三方平台之法律責任不明確	
	3.3	電子支付規範欠缺/不明確	
	3.4	電子支付選擇有限	
	3.5	政府法規和標準不透明	
	3.6	該國符合性評估程序繁瑣	
	3.7	外匯管制	
	3.8	通關程序及其他關務措施	

問題	項目		國內經營負擔情形(英文字母為業者代號)
			標準化的模式。規格性、授權和價格，是影響到這個電子書的產業發展的關鍵問題。b、各種商品品項所規定須標示的情況均不同，方式也不一，主管機關不一定會找業者協商，政府不了解通路業者在實際執行上是有困難的，例如有些商品會有射頻訊號，NCC 要求須在網路上提供照片證明，但商品在供應商手上，通路商難以執行。此外，除了主管機關是經濟部商業司外，各項商品均須遵守其他主管機關的命令，網路上的控管比實體多。 ● (J)國內由於 PayPal 退出臺灣市場，因此在電子支付的選擇有限，臺灣需要有一個能夠具有國際性的付款與兌換方式。
4.市場開放限制	4.1	對電子交易課徵營業稅和加值稅等稅賦	● (B)在銷售項目方面，在臺灣針對菸酒和藥品在網路上銷售的限制非常嚴格 ● (F)台灣是最嚴格的，像醫療器材（耳溫槍、隱形眼鏡等）和藥物等均不能販售。 ● (N)a、在台灣進行商業登記時只能適用汽車貨運業，因為機車遞送沒有相應法規。而汽車貨運業的最低門檻要求 2500 萬資本額加上 20 輛全新的貨車還要設置停車場，因此，為了經營這個事業，須購入 20 輛全新不會用到的貨車以及停車場。b、來台灣投資須經過投審會審核，為了清查資金來源，外商在行政程序上須花費 3 至 6 個月時間。 ● (O)我國與外國簽訂之租稅協定有限，稅務部分雖無法避免但也造成臺灣的廠商對外無競爭力。臺灣有營業稅的問題，標準認定上也有問題，這次有課稅下次又可能不會課稅，須有一定的標準。而加值稅最終都是由消費者去吸收。 ● (P)我國與外國簽訂之租稅協定有限，稅務使得臺灣的廠商對外無競爭力。臺灣有預扣稅款（withholding tax）的問題，政府需要解決稅的問題業者才有可能談論跨境。
	4.2	對實體數位產品課徵關稅(數位產品指燒錄在載具上的影音、軟體等)	
	4.3	小包裹與個人用品適用免關稅的規範門檻	
	4.4	對服務及投資限制 4.4.1 取得經營許可	
		對服務及投資限制 4.4.2 銷售項目(藥品、煙酒等)/銷售額	
		對服務及投資限制 4.4.3 貿易及銷售管道限制	
		對服務及投資限制 4.4.4 外人持股/合資要求	
		對服務及投資限制 4.4.5 據點數目限制	
5.環境建構不健全	5.1	電子簽章效力不確定	● (F)在台灣刷卡會取得明細上記載信用卡後四碼，目的是為了勾稽，以便辨識該筆交易持卡人。在電商的部分，會知道收件人的姓名、電話和地址，也會知道持卡人的發票機資料，但在台灣卻須進行後四碼勾稽，法令比國外繁瑣。 ● (K)對於線上影音平台業者而言，購買版權是主要的負擔，再來是租用電信頻寬和機房的費用。臺灣的頻寬費用與歐美相比較為昂貴。此外，在雲端伺服器方面，雖然國內也有許多業者，但是服務內容上與國外相比仍有落差，K 公司目前是選擇 AMAZON 的雲端服務，與國內業者相比，服務較為完整與安全。 ● (N)在無紙化部分，台灣電子發票雖已發展多年，但財會人員報帳時，法令規定所有資料均須紙本，顯然不一致。
	5.2	欠缺無紙化貿易機制	
	5.3	網路基礎建設不足	
	5.4	網路自由與開放限制	
	5.5	網路安全性不足	
	5.6	數位著作權保護不足	
	5.7	數位商標權保護不足	

資料來源：本研究自行整理。

四、業者對我國規範政策評比與期待

依據 APEC 提出之網路及數位經濟路徑圖關鍵領域，業者反應我國規範政策在寬頻普及近用表現最好，其次依序為：安全的數位基礎建設、運作相容與安全的平台以及資料傳輸-隱私-保護及交易的區域法規對等體制、無縫

跨境資料流通以及公開資料計畫、公民皆成為有數位識能的網路經濟參與者、雲端優先的政府議程、整體性的政府網路經濟政策架構、網路經濟衡量標準以及洽簽經貿協定(如 TPP 等)、實現共通之個人數位認證。

政府協助之優先性上，業者認為整體性的政府網路經濟政策架構、公民皆成為有數位識能的網路經濟參與者以及洽簽經貿協定(如 TPP 等)最重要，其次依序為：安全的數位基礎建設、寬頻普及近用、雲端優先的政府議程、資料傳輸-隱私-保護及交易的區域法規對等體制、無縫跨境資料流通、公開資料計畫、實現共通之個人數位認證、網路經濟衡量標準、運作相容與安全的平台。

	我國規範政策評比	政府協助之優先性
安全的數位基礎建設	2.92	1.58
運作相容與安全的平台	2.76	1.84
寬頻普及近用	3.53	1.58
整體性的政府網路經濟政策架構	2.23	1.30
雲端優先的政府議程	2.30	1.58
資料傳輸、隱私、保護及交易的區域法規對等體制	2.76	1.66
無縫跨境資料流通	2.53	1.66
實現共通之個人數位認證	2	1.69
網路經濟衡量標準	2.07	1.83
公開資料計畫	2.53	1.66
公民皆成為有數位識能的網路經濟參與者	2.46	1.5
洽簽經貿協定(如 TPP 等)	2.07	1.5

註：問卷調查中，我國規範政策評比：1=非常不健全；2=不健全；3=普通；4=健全；5=非常健全。
政府協助之優先性：1=重要且緊急，2=表示重要但不緊急，3=表示不重要且不緊急。
資料來源：本研究根據調查問卷計算。

第二節　建議

一、追求 WTO 第 11 屆電子商務部長會議決議草案的最大交集方向開放

WTO 電子商務工作計畫下的討論，突顯出電子商務既有的交叉特性，使得原來貨品貿易理事會、服務貿易理事會、智慧財產權理事會和貿易與發展委員會各自進行的討論很難全面理解各種電子商務問題。區分機構對話使得協同作用很難被體認到，總理事會雖然負責監督和審議任何與貿易有關的跨領域問題，但討論電子商務問題之間的相互聯繫或深入研究任何深度對話，這並不是一個技術論壇能夠解決。目前，專門討論的機制仍然是一種非正式的安排，由於沒有正式的會議記錄，使得知識管理充滿了挑戰。鑑於電子商務日益成為包容性經濟發展的重要推動力量，如何進一步明確推動工作，如何改進現行程序，關注哪些問題，以及如何便利成員達成未來方向具體建議，都將會是有益的。

我國與日本、香港共同在 WTO 提案設立電子商務工作小組，進行評估現有提案的內容，如多邊貿易制度透明度、監管架構（強化透明度、消費者信心強化措施、貿易促進措施）、公開和公平的貿易環境（確保措施透明度）、以及推動電子商務發展（貿易便捷化協定/進一步關務便捷化措施/無紙貿易、貿易/技術援助、成員和/或監管機構之間的監管合作）等問題。小組於總理事會 2019 年第 1 次會議提出評估報告後，再決定是否啟動談判。我國也主張在下屆會議之前，維持不對電子傳輸徵收關稅之目前做法。在用語上，我國呈現大力推動的語氣，如橫向討論機制、設立電子商務工作組、提出評估報告後，再決定是否啟動談判。

但是，1998 年 9 月 25 日通過的電子商務工作計畫，授權的範圍是繼續開展電子商務工作計劃下的工作、指示總理事會進行定期審查、保持目前在電子傳輸方面不負擔關稅的做法。在此架構下意見交換本來就不限於發展問

題，故未來進展也不會只討論發展問題。至於，電子商務市場開放問題和談判在其他問題未找出改善討論程序和方法前，應該不會納入第 11 屆電子商務部長會議決議草案中。

因此，我們研判第 11 屆電子商務部長會議決議草案最大的交集，應該是在總理事會設專門討論會議，討論多邊貿易制度透明度、監管架構（強化透明度）、公開和公平的貿易環境（確保措施透明度）、以及推動電子商務發展（貿易便捷化協定/進一步關務便捷化措施、貿易/技術援助）等問題。至於，電子商務監管架構（消費者信心強化措施、貿易促進措施）、市場開放問題和談判等其他問題，將會移到雙邊、區域、複邊協定、其他國際組織（如 OECD 和 APEC）中進行。

我國業者在電子商務之發展方面，因為政府接受國際規範的速度相對較快，加上業者的勤奮努力和政府從旁協助教育訓練等，故不論官網直銷、網路代銷、品牌行銷、通路整合、跨國合作、跨國投資設點都有人在嘗試發展，不會受國際談判沒進展而不能做跨境生意的情況。大多數業者都是以通路商自居，向國內外供應商採購或合作，經營國內市場為主；向外發展選擇付費加入流量大的平台增加曝光度，避開稅負高的國家和網際網路人治因素高的國家。

因此，我們建議政府面對第 11 屆電子商務部長會議決議草案內容，追求越開放越有利於有心向外拓展的國內業者。所以，電子商務若進行草案最大交集內容的談判，因為主要是多邊貿易制度、監管架構、公開和公平貿易環境確保透明度，將會有利於我國政府協助業者獲得法規資訊的管道，這也是業者反映他們的重要需求之一。另外，貿易便捷化和關務便捷化是業者面臨人治市場的重問題，額外的人治成本容易使我國業者失去出口市場，故我國政府若能談判獲得他國的電子商務有關的便捷化改善，對我國業者絕對是利多。

二、WTO 第 11 屆電子商務部長會議決議草案朝發展方向前進的因應方案

第 11 屆電子商務部長會議決議草案若朝向開發中國家關切的於電子商務發展問題方向發展，我國業者擁有電子商務管理、技術、產品需求瞭解之整合能力，政府只要從旁協助就可望促成雙贏的局面。故，政府面對的第 11 屆電子商務部長會議決議草案內容可以朝最大交集方向推動，並強調其中的貿易/技術援助會納入電子商務訓練、產品開發-生產-行銷等援助，以利開發中國家電子商務的發展。

三、政府應該定期進行調查，以利透過談判移除我國業者跨境數位貿易所面臨之主要障礙

我國業者跨境數位貿易所面臨之主要障礙，在面臨在地化和技術要求類型中，以要求當地設置據點和對重要人事要求國籍限制最為明顯，其次是要求當地設置數據中心/資料庫。在消費者保護與網路安全要求類型中，網路安全制度和數據/資料跨境移動限制形成的負擔程度在國外相對較高，尤其是數據/資料跨境移動限制。在公部門管制及規範要求類型中，業者國外交易可以透過合作方而規避部分管制及規範要求，所以反應在國外面臨負擔較高的項目有外匯管制、該國符合性評估程序繁瑣、通關程序及其他關務措施。在面臨市場開放限制類型中，業者反應在國外負擔程度最高項目是稅賦和小包裹與個人用品適用免關稅的規範門檻，其次是服務及投資之限制（外人持股/合資要求、貿易及銷售管道限制、銷售項目、取得經營許可）。在面臨環境建構不健全類型中，業者反應在國外負擔程度最高項目是欠缺無紙化貿易機制和網路自由與開放限制，其次是網路安全性不足和數位商標權保護不足。因此，建議政府可參考此調查結果，做為對外的談判依據。但是數位科技和市場變化很大，數位貿易又是未來的大趨勢之一，政府應該定期進行調查以掌握變化和趨勢，提供決策者充分的資訊。

四、政府參與網路經濟指導原則草案政策行動及經貿協定以政府政策架構、公民網路經濟參與和洽簽經貿協定為最優先

我國業者對 APEC 網際網路經濟特別指導小組（AHSGIE）在網路經濟指導原則草案採取相關政策行動之優先順序意見，分別如下：（1）整體性的政府網路經濟政策架構(最終版：發展網際網路和數位經濟的整體政府政策架構)、（2）公民皆成為有數位識能的網路經濟參與者(提升網際網路和數位經濟的包容性)、（3）洽簽經貿協定(如 TPP 等)、（4）安全的數位基礎建設(發展數位基礎建設、促進使用資訊通訊技術之信任與安全)、（5）寬頻普及近用(達成普及的寬頻上網)、（6）雲端優先的政府議程(促進創新和加值技術及服務的應用)、（7）資料傳輸、隱私、保護及交易的區域法規對等體制(促進影響網際網路和數位經濟的監管方式的一致性和合作)、（8）無縫跨境資料流通(促進網際網路和數位經濟發展的資訊和數據的自由流通，同時尊重適用的國內法律和法規)、（9）公開資料計畫(促進創新和加值技術及服務的應用)、（10）實現共通之個人數位認證(便捷化電子商務和推進數位貿易合作)、(11)網路經濟衡量標準(改進網際網路和數位經濟的測量基準)、（12）運作相容與安全的平台(促進相容性)。

業者進行網際網路生意，最希望在複雜和快速發展的情況下，有明確的政府網路經濟政策指引先在國內立足發展，壯大後再邁向國際市場。目前國際組織和部分國家對數位貿易/數位經濟的政策有所進展，並提出相關政策和成立負責推動的常設單位或任務編組，值得我國認真研究和學習數位產業帶來的發展機會和挑戰。

根據世界經濟論壇（World Economic Forum, WEF）發布的《全球貿易便利報告》，其「全球貿易便利指數(The Global Enabling Trade Index, GETI)」中第 6 支柱要素資通訊技術可用性及使用；第二是 WEF 發布的《全球競爭力報告》，其「全球競爭力指數（The Global Competitiveness Index, GCI）」

第 9 支柱技術整備，顯示在固定寬頻用戶數量（Fixed-broadband Internet subscriptions/100 pop.）、行動寬頻用戶數量（Mobile-broadband subscriptions/100 pop.）、網路個人用戶比率（Internet users% pop.）方面，APEC 經濟體彼此之間差距很大，而且落後於英國、瑞典、荷蘭、丹麥、芬蘭、挪威、愛沙尼亞、盧森堡等領先國家很多。一國網路使用者比率愈高就會使網路交易提升，因此業者也樂於見到 APEC 經濟體率先強化安全的數位基礎建設和寬頻普及近用，有利於公民皆成為有數位識能的網路經濟參與者。我國業者表示目前都是以他國城市或網路流量大的地方為目標，所以對於強化基礎建設和寬頻普及近用是樂觀其成，但不影響其佈局。然而，我們觀察業者選擇國外市場和城市時，就已經傾向基礎建設和寬頻普及近用較好的地區。

網路交易最終還是仰賴金流、物流、資訊流等的順暢才可完成和進一步擴張，所以完整的自由貿易協定才能有效的解決數位貿易供應鏈各環節所遭遇的障礙和減少限制及增加市場開放。因此，只要涉及網路貨品交易的業者都支持洽簽經貿協定，而涉及網路服務交易的業者（如銷售旅遊產品）對洽簽經貿協定的需求比較低。

至於，有關政府的雲端優先議程、公開資料計畫、監管方式的一致性和合作、無縫跨境資料流通、網路經濟衡量標準、促進相容性，業者可使用國際平台和投資或聯盟他國平台做生意，所以認為相對重要性較低。我們認為業者的上述反應是受限於其業務主力是在國內，海外業務仍相較少的原因。我國業者海外供應鏈並不完整，通常仰賴其他海外業者協助解決問題，故只有毛利高的產品才有出口的機會。至於，許多數位商業模式是業者學習國外在國內操作，想要複製商業模式用於國外會受到國外語言、法規、市場需求、資金取得等多方面的限制。

最後從業者的意見，我們歸納分析得出下列建議：政府應該積極洽簽經貿協定；政府應該明確訂定發展網際網路和數位經濟的整體政府政策架構；

政府應該積極參與有助於資訊通訊技術信任與安全發展之 APEC 跨境隱私保護規則體系；政府應該積極以推動試點和法規鬆綁方式協助業者促進創新和加值技術及服務的應用，在國內深耕培養實力和強化國際競爭力；政府應該強化國際電子商務和數位貿易議題內容之宣導及公共議題討論。

五、政府應對平台經濟、競爭政策和系統風險進行研究

在 WTO 場域，巴拉圭、阿根廷和巴西針對電子簽章共同提出提案，高度重視電子商務的監管紀律，將其分為透明程度、監管架構、開放市場和特殊與差別待遇。他們認為監管架構可以保護消費者、競爭政策和網路安全。

APEC 網際網路經濟特別指導小組提出網路經濟指導原則草案，其路徑圖獲得歐盟主席、網際網路經濟特別指導小組主席、俄羅斯等代表支持應加入「競爭政策」，提倡建構公平競爭環境的重要性。APEC 政策支援小組 2017 年數位貿易研究報告指出，網際網路生態系統多層次結構之經濟和社會層中涉及競爭政策，會員體如何最有效地規範行業發展，使其透過網路平台而產生創新和效率。如何避免這些行業傾向於集中或依賴一些數位服務提供商主導市場而違背競爭政策原則，以及當任何一個問題出現，會員體應當如何適當的處理系統性風險。

前述國際場域對網際網路經濟結合競爭政策的討論，這是未來各會員體都必須重視和預先規劃的議題，因此我們建議政府針對平台經濟、競爭政策和系統風險進行研究。

六、業者對政府推動電子商務的幾點建議

我國面臨國際場域探討電子商務的挑戰，包括提案中提出的問題、電子商務與發展、WTO 在電子商務的角色、電子商務與現有 WTO 協定的相關性、是否建立新的討論管道、是否進行電子商務規則談判。政府對於電子商務帶

來的改變，必須靈活設計政策和扶植產業。我國業者在電子商務上，面臨許多不同問題。因此，建議政府須要多調查產業的現況做政策依據，而法令辦法的變更也要多採取公開方式諮詢利益相關人的意見，以利新興產業的發展和舊產業的轉型。

有業者表示，目前所面臨的跨境業務障礙主要是面對每個國家法律不同，在法律方面需要蒐集各國的不同，有時候由於語言方面，尤其是東南亞各國，會有進入上的障礙。因此建議政府可以在此方面提供協助。

有業者表示，業者在他國遇到勞工糾紛時，常需要花非常多的時間搜尋資源，東南亞國家由於未有英文版本的法律資訊。因此建議政府若能夠在勞動條件上的相關資訊有所協助，讓資訊和研究成果僅提供我國所有業者，這將對大多數中小企業會有很大的幫助。

隨著網際網路的發達和新興行業的出現，業者表示政府在商業登記和產業類別上需要能夠與時俱進，使得統計數據調查更貼切，以利決策者使用。在法規上也得能夠跟得上產業現況，創造出一個適合與歡迎新創產業出現的商業環境。

參考文獻

The annual report of the council of economic advisers, Economic Report of the President, February 2012.

The annual report of the council of economic advisers, Economic Report of the President, February 2015.

APEC, Data Privacy Sub-Group Meeting, Outcomes of Survey on Cross-Border Privacy Rules Readiness, 2017/SOM1/ECSG/DPS/016, 23 February 2017.

APEC, 35th Electronic Commerce Steering Group Meeting,APECSecretariat Update, 2017/SOM1/ECSG/007, 24-25 February 2017.

APEC, 35th Electronic Commerce Steering Group Meeting, Data Privacy Sub-Group Work Plan for 2017- Endorsed, 2017/SOM1/ECSG/024, 24-25 February 2017.

APEC CTI Chair, Next Steps for Advancing Work on Digital Trade in 2017, 28thAPECMinisterial Meeting, 2016/AMM/008, 17-18 November 2016.

APEC Policy Support Unit（2017）, Facilitating Digital Trade for Inclusive Growth Key Issues in Promoting Digital Trade in APEC, ISSUES PAPER No. 12. Available at http://publications.apec.org/publication-detail.php?pub_id=1839.

APEC Third Senior Officials' Meeting, Next Steps for Advancing Work on Digital Trade in 2017, 2016/SOM3/020, 27-28 August 2016.

AT Kearney （2010）. "Internet value chain economics", The Economics of the Internet, Vodafone Policy Paper Series. Chicago. Available at https://www.atkearney.com/documents/10192/a70da6a8-aa98-4e43-999b-3a83a58d1c80

Document Com （2015） 634 final dated 9 December 2015, Proposal for a directive on certain aspects concerning contracts for the supply of digital

content. Viewed at: http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52015PC0634&from=EN.

Document Com（ 2015） 635 final dated 9 December 2015, Proposal for a directive on certain aspects concerning contracts for the online and other distance sales of goods. Viewed at: http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52015PC0635&from=EN.

Document COM（2016）289 final, dated 25 May 2016, Proposal for a regulation on addressing geo-blocking and other forms of discrimination based on customers' nationality, place of residence or place of establishment within the internal market and amending Regulation （EC） No. 2006/2004 and Directive 2009/22/EC. Viewed at: http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/16742.

Document COM（2016）285 final, dated 25 May 2015, Proposal for a regulation on cross-border parcel delivery services. Viewed at: http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/16805.

Document COM （2016） 283 final, dated 25 May 2016, Proposal for a regulation on cooperation between national authorities responsible for the enforcement of consumer protection laws. Viewed at: http://ec.europa.eu/consumers/consumer_rights/unfair-trade/docs/cpc-revision-proposal_en.pdf.

Document SWD （2016） 163 final, dated 25 may 2016, Commission staff working document guidance on the implementation/application of Directive 2005/29/EC on unfair commercial practices. Viewed at: http://ec.europa.eu/justice/consumer-marketing/files/ucp_guidance_en.pdf

European Commission, Directorate-General for Internal Market and Services, Public consultation on the future of electronic commerce in the internal market and the implementation of the Directive on electronic commerce（2000/31/EC）,

http://ec.europa.eu/internal_market/consultations/2010/e-commerce_en.htm.

Farrokh Farrokhnia & Cameron Richards（2016）, E-Commerce Products Under the World Trade Organization Agreements: Goods, Services, Both or Neither?, 50 JOURNAL OF WORLD TRADE.

GSMA/AT Kearney （2016）. The Internet Value Chain. A Study on the Economics of the Internet. Chicago, US: GSMA/AT Kearney. Available at http://www.gsma.com/publicpolicy/wp-content/uploads/2016/05/GSMA_The-internet-Value-Chain_WEB.pdf.

The annual report of the council of economic advisers, Economic Report of the President, February 2012, p.160.

The annual report of the council of economic advisers, Economic Report of the President, February 2015, p.303.

The Draft International Convention on Electronic Transactions, the UNCITRAL Working Group on Electronic Commerce （A/CN.9/WG.IV/WP.77 of 25 May 1998, http://www.uncitral.org/uncitral/en/commission/working_groups/4Electronic_Commerce.html.

OECD （2013）, “Measuring the Internet Economy: A Contribution to the Research Agenda”,OECDDigital Economy Papers, No. 226,OECDPublishing, Paris. http://dx.doi.org/10.1787/5k43gjg6r8jf-en.

Request for Comments on Negotiating Objectives Regarding Modernization of the North American Free Trade Agreement With Canada and Mexico, https://www.federalregister.gov/documents/2017/05/23/2017-10603/request-for-com

Ross Says TPP Could Form Starting Point for U.S. on Nafta Talks, https://www.bloomberg.com/news/articles/2017-05-03/ross-says-tpp-could-form-starting-point-for-u-s-on-nafta-talks

United Nations Conference on Trade and Development （UNCTAD）（2015）. Information Economy Report 2015 – Unlocking the Potential of E-commerce for Developing Countries. New York and Geneva: United Nations. Available at http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ier2015_en.pdf.

United States International Trade Commission, Digital Trade in the U.S. and Global Economies, Part 1, July 2013.

United States International Trade Commission, Digital Trade in the U.S. and Global Economies, Part 2, August 2014.

Washington Trade Daily, E-Commerce for Developing Countries, Volume 26, Number 83, 26 April 2017.

Washington Trade Daily, The EU's E-Commerce Plan, Volume 26, Number 106, 29 May 2017.

White & Case LLP, TheWTOWork Programme on electronic commerce, LEXOLOGY, Mar. 13, 2015, http://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=a1770783-f8a5-4128-8020-60368b794044（last visited June.14, 2017）.

WTO, Council for Trade in Services, S/C/M/120, 28 January 2015.

WTO, Council for Trade in Services, S/C/M/122, 1 May 2015.

WTO, Council for Trade in Services, S/C/M/123, 16 June 2015.

WTO, Council for Trade in Services, S/C/M/124, 22 January 2016.

WTO, Council for Trade in Services, S/C/M/126, 19 April 2016.

WTO, Council for Trade in Services, S/C/M/127, 13 September 2016.

WTO, Council for Trade in Services, S/C/M/128, 1 November 2016.

WTO, Council for Trade in Services, S/C/M/129, 30 January 2017.

WTO, Council for Trade in Services, Annual Report of the Council for Trade in

Services to the General Council （2016）, S/C/50, 25 November 2016.

WTO, Council for Trade in Services, Annual Report of the Council for Trade in Services to the General Council （2015）S/C/48, 2 November 2015.

WTO, Council for Trade in Goods, G/C/M/122, 9 June 2015.

WTO, Council for Trade in Goods, G/C/M/123, 30 October 2015.

WTO, Council for Trade in Goods, G/C/M/125, 8 July 2016.

WTO, Council for Trade in Goods, G/C/M/126, 28 October 2016.

WTO, Council for Trade in Goods, G/C/M/127, 13 March 2017.

WTO, Council for TRIPS, IP/C/M/82/Add.1, 1 September 2016.

WTO, Council for TRIPS, IP/C/M/85, 27 April 2017.

WTO, Committee on Trade and Development, WT/COMTD/M/98, 25 May 2016.

WTO, Committee on Trade and Development, WT/COMTD/M/99, 9 November 2016.

WTO, Committee on Trade and Development, WT/COMTD/M/100, 9 March 2017.

WTO, Trade Policy Review, WT/TPR/S/317, Report by the Secretariat, the European Union, 17 May 2017.

WTO, Work Programme on Electronic Commerce, WT/L/274, 30 September 1998.

WTO, Work Programme on Electronic Commerce, Trade Policy, the WTO, and the Digital Economy, JOB/GC/116, JOB/CTG/4 JOB/SERV/248, JOB/IP/21 JOB/DEV/42, 13 January 2017.

WTO, Work Programme on Electronic Commerce, Electronic Commerce and Development, JOB/GC/117, JOB/CTG/5 JOB/SERV/249, JOB/IP/22 JOB/DEV/43, 14 February 2017.

中華經濟研究院，亞太地區貿易暨投資自由化與便捷趨勢研究，105 年度國際經貿政策研究中心計畫，2016 年 12 月。

林茂雄，參加亞太經濟合作（APEC）網際網路經濟專案指導小組第一次會議報告書，2015 年 9 月 22 日。

張惠娟等，出席 2017 年亞太經濟合作(APEC)經濟委員會第一次會議(EC1)、網際網路經濟特別指導小組第三次會議（AHSGIE3）暨相關會議出國報告，2017 年 3 月 20 日。

張峯源，出席「2017 年 APEC 第 1 次貿易暨投資委員會（CTI1）之次級論壇－電子商務指導小組會議（ECSG） 」及「APEC 網際網路經濟特別指導小組（AHSGIE）第 3 次會議」出國報告，2017 年 3 月 8 日。

陳麗安，「美國數位經濟發展現況與推動策略」，資策會推廣服務處專案經理，2001，www.trade.gov.tw/impt_issue/impt_6/ec-reptl 9-3.htm。

附件一　網際網路經濟特別指導小組網路經濟指導原則草案（Draft APEC Internet Economy Principles）

（1）APEC 於 2016 年 12 月網路經濟指導原則草案（Draft APEC Internet Economy Principles）

草案旨在促進會員體間技術與政策交流、提倡包容與永續的創新成長，以因應潛在日增的數位落差。擬在下述 11 點採取相關政策行動：

第一項：發展安全的數位基礎建設（To develop secure digital infrastructure）；

第二項：提倡運作相容與安全的平台（To promote interoperable and secure platforms）；

第三項：發展並確保寬頻普及近用（To develop and ensure universal broadband access）；

第四項：採納整體性的政府網路經濟政策架構（To adopt holistic（whole-of-government） government policy frameworks for Internet Economy）；

第五項：提倡雲端優先的政府議程（To promote a cloud-first agenda for government）；

第六項：確保資料傳輸、資料穩私、資料保護及交易的區域法規對等體制（To ensure regional regulatory equivalence regimes: in data transfers and privacy, in data protection, in transactions）；

第七項：提倡無縫的跨境資料流通（To promote seamless cross-border data flows）；

第八項：致力於實現共通之個人數位認證（To strive for common digital IDs）；

第九項：建構基底的網路經濟衡量標準（To establish baseline Internet Economy measurements）；

第十項：促進公開資料計畫（To advance open data programmes）；

第十一項:使所有 APEC 公民皆成為有數位識能的網路經濟參與者(To equip allAPECcitizens to be digital literate participants in the Internet Economy）。

網際網路經濟特別指導小組（AHSGIE），亦提出一份有關網路經濟發展路徑圖的文件供會員體參考並提供建議，以加強落實 APEC 網路經濟指導原則工作。

（2）APEC 於 2017 年 2 月網路及數位經濟路徑圖（APEC Internet and Digital Economy Roadmap）

2017 年 2 月網路經濟特別指導小組會議進行討論，重點包含：

A、釐清指導原則與路徑圖之關係：路徑圖為高階政策指導文件，文字簡要精準，內容將涵括 11 項網路經濟指導原則。

B、成立撰擬小組：主席希望路徑圖之發展能有私部門之參與，並徵求會員體自願擔任撰擬小組召集人。

C、擬定路徑圖結構：路徑圖分為背景資訊、內容、落實與執行。其中，背景資訊包含緣起、目的、重點摘要；內容以列點式或歸納方式呈現；落實與執行部分包含 APEC 相關執行計畫、監督機制。D、路徑圖名稱：路徑圖名稱定為「APEC Internet and Digital Economy Roadmap」較為淺顯易懂。此建議獲美國和中國大陸支持，已於 2017 年 5 月網路經濟特別指導小組第四次會議使用。

E、網際網路經濟特別指導小組（AHSGIE）未來發展：由於網際網路經濟

特別指導小組（AHSGIE）現為資深官員會議（SOM）層級之任務編組，任務將於 2017 年底屆滿，未來發展須交由現為資深官員會議（SOM）決定。討論重點如下：

a、美國代表表示電子商務指導小組（ECSG）緣起於 1998 年 APEC 電子商務藍圖，組織應進行現代化轉型，並廣泛地處理網路經濟相關議題及進行各部門間的協調。

b、電信暨資訊工作小組（TEL）代表表示有意與電子商務指導小組（ECSG）共同領導 APEC 網路經濟相關議題。

c、中國大陸代表表示目前 APEC 中處理數位及網路經濟的部門主要包含電子商務指導小組（ECSG）、TEL、中小企業工作小組（SMEWG）、貿易暨投資委員會（CTI）等，但處理方式不同，只從單一角度是不夠的。網際網路經濟特別指導小組（AHSGIE）的成立係希望以 APEC 整體的觀點努力涵蓋網路經濟相關議題，而如何有效率地推展相關工作亦為重要課題。網際網路經濟特別指導小組（AHSGIE）的未來也許可以有個整體性的組織，成員涵蓋各面向的團體，以兼顧網路經濟整體發展。

d、日本、祕魯、以及新加坡代表表示，APEC 已是非常龐大的組織，不建議再新增專責論壇，而應選擇適當既有之論壇接續處理相關工作，此亦與規劃精簡 CTI 及次級論壇之工作相符。

e、俄羅斯代表建議，電子商務指導小組（ECSG）與網際網路經濟特別指導小組（AHSGIE）主席間應就此議題相互討論協調。

f、我國代表表示，電子商務指導小組（ECSG）雖主動提出願意接續處理網路經濟相關議題及工作，但考量電子商務指導小組（ECSG）為 CTI 下之工作小組，層級恐不夠高，各會員體於國內恐無法有效協調統合高階政策議題及確保政策的實際執行。

（3）APEC 於 2017 年 5 月網路及數位經濟路徑圖

A、路徑圖之關鍵領域

此次會議決議納入路徑圖之關鍵領域包含：

a、發展穩健、可靠、安全的數位基礎建設（Development of resilient, reliable and secure digital infrastructure）

使用通訊系統之網際網路和網際網路協議（Internet Protocol, IP）標準和使用其他相關科技產品和服務之國際標準，在整個經濟中提供網際網路和數位經濟基礎架構。運用 IP 的網路構成了新興網際網路和數位經濟基礎，不只是為了網際網路公司，也包括使用網際網路或運用 IP 網路的所有經濟部門，考量到產業利益相關者的意見，包括資訊通訊技術（ICT）基礎設施運營商。[美/日：鼓勵所有會員體促進優質數位基礎設施發展之有利環境，以發展網際網路和數位經濟。]

b、促進相容性（Promotion of Interoperability）

數位技術透過開放與互相連結的網際網路，以及在網路平台和應用程式間的競爭與選擇，有潛力為個人與企業提供更多經濟規模機會。APEC 也體認到在網際網路和數位經濟中，使用和推廣多種語言的重要性，強調需要以各種語言和形式來進一步發展本地內容和服務。

c、達成普及的寬頻上網（Achievement of universal broadband access）

APEC 於 2000 年曾經設立目標，希望在 2005 年前在個人和社區內為基礎範圍下，將該地區的人數增加 3 倍。電信暨資訊工作小組（Telecommunication and Information Working Group, TELWG）於 2010 年，制定在 2020 年前進入新一代的寬頻網路的雄心目標。今日，寬頻網路已經成為數位經濟的發展基礎，這也意味著確保網際網路的使用品質和使用機會其實是相等重要。寬頻網路可以整合經濟與社會並帶來繁榮的成長。

d、採納整體性的政府政策架構（Adoption of holistic government policy frameworks for the Internet and Digital Economies）

有鑑於網際網路和數位經濟具有跨領域的性質，政府在制定政策上需要

有全面性的架構，包含被視為傳統產業如農業、漁業與製造業等勞動基礎產業。為了能夠發揮數位經濟的最大效益，APEC 會員體鼓勵公私部門合作以貫穿各個部門之間參與政策上的制定。

e、促進法規管制方法的一致性（Promote greater alignment of regulatory approaches affecting the Internet and Digital Economy）

大型企業和微中小型企業都面臨到的主要問題是如何解決法律問題程序的不確定性，確保遵守繁複的法規內容以及在不同的司法管轄範圍內的法務內容。為了加速網路和數位經濟的發展，各會員體需要促進各種監管方法的一致性與符合國際上的標準。

f、促進創新及促成技術的應用（Promoting innovation and adoption of enabling technologies）

數位基礎設施和「產業 4.0」的發展能夠開闢新局面機會，為監管機構和業務帶來新的挑戰，也改變 APEC 監管和業務合作的傳統方法。在數位科技不斷變化的情況下，公私營部門更應該開展業務合作與轉型，也需特別注意到服務業和數位貿易之進展。新的數位技術，如雲端計算和數據服務可以提供政府採取靈活的解決方案也增強未來的發展。

g、促進使用資訊通訊技術之信任與安全（Promotion of trust and security in the use of ICTs）

雖然數位連結力是數位服務成功的關鍵，隱私和安全性在數位經濟與網路下亦是需要被考量的重點。隨著數位業務數量的增長，個人用戶和服務提供商的風險水準提高，APEC 會員體認到開放、相容與可靠的資訊與通訊科技的環境才可做為經濟增長和繁榮的基礎。為實現此目標，公私部門皆需利用現代數位系統之優勢以保持數據與資訊的安全。

h、確保數位貿易及商務活動的跨境資料流通（Assurance of cross-border data flows for digital trade and business activities）

在今日以資訊驅動經濟的環境之下，需要有隱私和個人數據保護的架構，這些對於加強人們對於數位經濟的信任同時也保持網際網路的全球性質。科技和資訊流的變化影響了企業運作並且提供全球具成本效益的服務。創造可互相操作的系統與增加相容性增加創新和創業的成長。（中國大陸：如同APEC隱私架構中所述，APEC會員體在尊重各國國內的法律與監管的同時，也應促進有效的資訊隱私保護和自由的資訊流活動，以適用於亞太地區資訊隱私保護的國際架構。）

i、建構網路及數位經濟衡量方式（Establishment of baseline Internet and Digital Economy measurements）

由於數位經濟的快速發展，要監控和評估網際網路和數位科技的發展對於 APEC 會員體成員是一項挑戰。各成員體需要能夠互相合作，找出更好的依據才能夠建立出公眾的意識，並且做出更加充分與透明的決策。對於名詞上的解釋與描述若有不同的理解都有可能導致未來的倡議與計畫走向錯誤的方向，也會減緩 APEC 在此一領域的工作進展。考量到其他正在進行的工作論壇，APEC 會員體鼓勵為網際網路和數位經濟對於選定的項目制定出描述性的詞彙表。

j、提升網路及數位經濟的包容性（Enhancing inclusiveness of Internet and Digital Economy）

第十屆聯合國永續發展目標指出在會員體之間減少不公平的必要性。網際網路和數位經濟不論是以社會和地理的觀點上看來，都需要有更好的相容性質，以確保每個人都可以參與。在此方面，APEC 應該優先考慮政策措施和技術方式以彌補在各會員體、地區和團體之間的數位落差，並且促進全球的寬頻網路的使用。提升使用數位能力與素養、能力建構以及數位技能等領域，以建立數位時代的勞動力。各項政策要能夠促進微中小型企業的全球化與個人創業，使用資訊通信科技來提高生產能力，培育創新並且提升競爭能力以進入新市場。鼓勵 APEC 會員體的成員可以更加接納弱勢群體，利用網際網路和數位經濟來提高他們的生活水準，透過有效地使用資訊通信科技來

發揮弱勢群體的生產潛能，最終將有助於在 APEC 區域內人力資源之發展。

k、便捷化電子商務與數位貿易（Facilitation of E-commerce and Digital Trade）

電子商務和數位貿易在全球的貿易中正在快速的成長，而當貿易和服務是以數位化的形式進行交易時，對於亞太地區的貿易成長可以提供更明顯的刺激與幫助。APEC 會員體鼓勵公私部門進行對話交流與合作，建立有利的數位生態系統如：無紙化交易、電子認證、電子支付和電子簽章等，促進發展數位貿易和電子商務的發展，加快低價值產品的售出，提高線上消費者之保護。

B、路徑圖執行

<u>相關重點與原則以及特定行動</u>

- 與 APEC 網際網路和數位經濟發展相關的監控元素，包括（但不限於此）電信暨資訊工作小組（TELWG），電子商務指導小組（ECSG）
- 科技創新政策夥伴（Policy Partnership on Science, Technology and. Innovation, PPSTI），人力資源發展工作小組（Human Resources Development Working Group, HRDWG），關務程序次級委員會（Sub-Committee on Customs Procedures, SCCP），中小企業工作小組（Small and Medium Enterprises Working Group, SMEWG）婦女與經濟政策夥伴關係（Policy Partnership on Women and the Economy, PPWE），服務業小組（Group on Services, GOS）和身心障礙議題之友團體（Group of Friends on Disability Issues, GOFD），貿易暨投資委員會（CTI），經濟委員會（Economic Committee, EC）和經濟暨技術合作指導委員會（Steering Committee on Economic , SCE）。

美國聯合召集人版本：

<u>相關重點與優先領域以及特定行動</u>

- 關鍵/優先領域為 APEC 提供未來工作方向，也是審查過去有助於網際網

路和數位經濟成長的相關活動。路徑圖的附件包含過去、現在和未來計劃的總結，以支持在路徑圖中已確定的 10 個關鍵領域，且附件需每年更新一次。

- 鼓勵相關委員會、論壇和次級論壇，以考慮關鍵與優先領域做為支持網際網路和數位經濟成長的活動。

- 此外，APEC 應考慮一個能夠協調和促進相關網際網路和數位經濟倡議的機制，同時能夠簡化組織結構的 APEC 目標。電子商務指導小組（ECSG）可以發揮此一作用。有鑑於目前的努力以發展能夠擴大電子商務倡議的策略計畫，電子商務指導小組（ECSG）是最好且能夠協調與落實路徑圖。

- 網際網路和數位經濟包含 APEC 內的廣泛工作，在各種 APEC 委員會、論壇和次論壇中進行相關活動。APEC 的各小組在其報告中的內容應該就網際網路和數位經濟列出特定的相關內容。

- 需要體認到網際網路和數位經濟不斷演進的性質，各項倡議不應僅限於在路徑圖中所已經確認的重點/優先領域。

<u>監控元素</u>

鼓勵相關委員會、論壇和次級論壇需包含向資深官員會議報告的內容，概述目前支持在路徑圖中已經確認的 10 個關鍵/重點領域的活動。

附件二　CTS Thematic Seminar – Electronic Commerce

WEDNESDAY, 14 JUNE 2017
WTO, GENEVA, SWITZERLAND
PROPOSED PROGRAMME
- D R A F T -

14 JUNE MORNING

10h00 **OPENING REMARKS**
10h10 **Session I: Reality check: Online business in the global services marketplace**
This session will feature companies from around the world who are pursuing the opportunities of online services trade. It will open with an overview of the landscape for online trade in services and then showcase business's experiences in entering global services markets, including challenges for MSMEs in seeking greater market visibility and growth. Sectors may include:

- Online distribution platforms services
- Back-office/Business process outsourcing services
- Data and computer software services
- Venture funding/crowd funding

12h00 **Session II: Addressing the challenges**
This session will discuss approaches taken by governments to deal with policy and regulatory challenges and in finding ways to promote an e-commerce enabling environment. Topics may include:

- Internet/digital connectivity constraints
- Regulatory initiatives, e.g. online consumer protection, data protection
- Case studies on public initiatives to assist MSMEs
- Models for multiagency/multi-stakeholder collaboration

14 JUNE AFTERNOON

15h00 **Session II: Addressing the challenges** (continue as needed)

16h00 **Session III: Legal frameworks and emerging best practice efforts**

The session will first cover e-commerce jurisprudence that has arisen to illustrate issues faced by online models for cross-border business and trade. It will provide examples of industry and government efforts to formulate guidelines and discuss legal frameworks in the regional and multilateral context. Topics may include:

- Survey of e-commerce legal issues and court cases (a jurist's view)
- Industry-developed guidelines to enhance security and customer confidence
- Regional initiatives, e.g. on e-commerce frameworks and privacy
- The role of GATS in cross border trade (an academic perspective)

17h45 **CLOSING REMARKS**

Participation will be open to representatives of WTO Members, international organizations, public and private entities and individual experts

附件三　美國數位貿易問卷調查內容

壹、　聯繫資訊和概述

貳、　使用網際網路

2.1 貴單位使用網際網路和其他數位網路？使用 1（最小）至 5（最大）來表示使用程度。

#	項目	使用程度
1	廣告和行銷	
2	企業對企業通訊	
3	企業對消費者通訊	
4	內部通訊（電子郵件，視頻會議等）	
5	市場調查	
6	訂購網上傳送的產品或服務	
7	訂購實體遞送的產品或服務	
8	銷售網上產品或服務	
9	銷售實體產品或服務	
10	供應鏈管理（自動採購、自動化銷售、與客戶網上的數據交換、與供應商的聯合業務流程、與合作夥伴網上合作等）	
11	其他（指明）	

2.2 網際網路和其他數位網路如何影響貴單位在下列事項能力的程度？使用 1（最小）至 5（最大）來表示程度。

#	項目	影響程度
1	處理數據或資訊	
2	進入新的業務或市場	
3	擴大現有產品或服務的市場	
4	改善與客戶的互動	
5	改善與供應商的互動	
6	匹配競爭對手的出招	
7	降低庫存成本	
8	降低其他成本	
9	其他（指明）	

2.3 貴單位可能已經使用網際網路或其他數位網路。但請您假設與評估，如果貴單位在未使用網際網路和其他數位網路的情況之下，對於貴單位的生產力有多少的影響（%）？

項目	減少超過15%或15%以上	減少超過5%但小於15%	減少但不超過5%	沒有改變	增加但不超過5%	增加5%但小於15%	增加15%或15%以上	不知道
生產影響								

參、 網際網路和貴單位業務

此部分為貴單位透過網際網路進行銷售與訂購的部分，銷售與訂購包含：

- 產品或服務是透過網際網路的方式訂購，並由網路的方式出貨或取貨：例如，購買 MP3、軟體產品，但是從網路上下載。
- 產品或服務是透過網際網路的方式訂購，並由本人親自取得產品或服務：網路訂購零件產品、網路訂購租車服務。

3.1A）請提供以下資訊關於貴單位在全球線上之銷售。（可以最佳方式進行估計）

項目	2012 銷售總額	相較於 2011 年，整體是否增加	是否預期 2013 年會持續增加
產品或服務透過貴單位在網路上進行銷售與網路出貨			
產品或服務透過貴單位在網路上進行銷售並由人員實體出貨			
產品或服務總銷售金額			

3.1 B）如果貴單位的產品是以綑綁網路或非網路基礎的附加產品進行組合銷售，如防毒軟體的更新、精裝版書籍與 ebook，購買 DVD 與網路下載。此銷售是無法從銷售金額中分開計算，請貴單位提供 2012 年度中，商品組合銷售金額。此項目是為避免在 3.1A 中產生重複計算。

商品組合銷售金額_____

3.2 貴單位全球銷售的產品與服務是透過網際網路方式訂購，其中（請勾選一項）：

☐ 大部分的顧客是由傳統方式訂購轉變成網路訂購。

☐ 大部分的顧客是新的顧客，且從未購買過您的產品與服務。

☐ 以上兩者皆有。

3.3 關於您的全球網際網路採購，請提供以下資訊：

	2012 訂購總額	相較於 2011 年是否增加	您是否預期 2013 年會持續增加
產品或服務由網			

	2012 訂購總額	相較於 2011 年是否增加	您是否預期 2013 年會持續增加
路上採購並由網路取貨			
產品或服務由網路上採購並親自取貨			
在網路上採購產品與服務的總金額			

3.4

A）貴單位是否使用網際網路與數位網路（或是雲端計算）提供服務以取代傳統的資訊科技服務？這些包含以網際網路的方式提供軟體服務；以網際網路資料進行處理與資料儲存；線上的計算平台服務（如線上平台提供 APP 的開發與管理）；非銀行的網際網路支付系統 （nonbank internet payment systems）

☐ 是。請從 B 和 C 部分繼續作答

☐ 否。跳過 B 和 C 部分並從問題 3.5 開始作答

B） 請問貴單位的單位是否預期使用網際網路為基礎的方式提供產品服務，取代傳統方式提供產品服務，以利節省成本？

☐ 是。如果回答是，相較於傳統的商業服務模式，請貴單位估計並預期能夠節省多少成本？貴單位可以以最佳方式的來估計，共節省了_____元

☐ 否。如果回答否，相較於傳統的商業服務模式，請貴單位估計每一年在網際網路的服務上額外增加了多少的成本？共支出了_____元

C） 以下哪一種網際網路或是數位網路的服務提供已經取代了貴單位的傳統商業服務模式？（可複選）

☐ 由網際網路提供軟體的服務

☐ 線上通訊服務 （online communication services）

☐ 線上基礎設施服務 （online infrastructure services）

☐ 線上非銀行支付程序 （online nonbank payment processing）

☐ 其他，請詳述_____

3.5 在 2012 年，貴單位在網際網路基礎上服務一共支出了多少？貴單位可以最佳的方式估計_____元

3.6 在 2012 年中，貴單位以傳統的廣告形式一共支出了多少？（戶外廣告招牌、雜誌、報紙、廣播、電視…等等）

3.7 請問貴單位是否在網際網路上打廣告與宣傳貴單位的產品與服務？

☐ 是。估計約_____元

☐ 否。

3.8 貴單位在多少個社群網站上支付廣告？ 共_____個社群網站
社群網站定義：主要作用是為一群擁有相同興趣與活動的人建立線上社區。這類服務往往是基於網際網路，為用戶提供各種聯繫、交流的交互通路，如電子郵件、即時通訊服務等。此類網站通常透過朋友，一傳十、十傳百地把網路展延開去，就像樹葉的脈絡，一般稱之為「社群網站」。

3.9 貴單位一共有幾個社群網站的官方頁面與帳號？（非員工私人帳號）

3.10 貴單位是否在智慧型手機或平板電腦上提供特定的 app 或是網站？
☐ 是
☐ 否

3.11 網路資訊安全事件（cyber incident）：網路資訊安全事件是指機構的網路數據與系統遭受到電子攻擊並且損害其機密性與完整性。
貴單位在 2012 年總共經歷過幾次的網路資訊安全事件？
共_____次

3.12 貴單位在 2012 年時，是如何經歷網路資訊安全事件的衝擊？（可複選）
☐ 品牌或聲譽的損失
☐ 財務上的損失
☐ 資料上的損失
☐ 智慧財產被竊取
☐ 股東權益的損失
☐ 客戶的流失
☐ 失去合作夥伴與供應商
☐ 其他（請詳述）_____

3.13 在 2012 年中，貴單位認為是誰造成網路資訊安全事件的發生？請勾選一項並註明國家。
☐ 生意合夥人或供應商
☐ 競爭對手
☐ 現任或前任員工
☐ 客戶
☐ 政府或消息來源源自於政府（如情報單位或執法機關）
☐ 駭客
☐ 未知
國家_____

肆、 透過網際網路的國際交易
在此部分的回答，請包含跨境交易，無論該單位總部的產品或服務是從何處購買或銷售至何處

A. 進口

4.1

項目	百分比
貴單位於 3.3 部分的項目 1 所回答在 2012 年度的訂購中，有多少比例是來自於美國境外的供應商？	
貴單位於 3.3 部分的項目 2 所回答在 2012 年度的訂購中，有多少比例是來自於美國境外的供應商？	

B. 出口

4.2 貴單位於 3.1 部分的項目 1 所回答在 2012 年度的銷售中，有多少比例是來自於美國境外的顧客？

4.3 在 2012 年度，那些國家之客戶（請列出前 5 大），其透過網際網路支付最多的金額在貴單位的服務與產品上，這些國家是來自於：

國家 1：_____
國家 2：_____
國家 3：_____
國家 4：_____
國家 5：_____

4.4 貴單位於 3.1 部分的項目 2 所回答在 2012 年度的銷售中，有多少比例是來自於美國境外的顧客？

4.5 那些國家是貴單位實體產品或服務出口至美國境外的主要市場？（列出前 5 大國家）

國家 1：_____
國家 2：_____
國家 3：_____
國家 4：_____
國家 5：_____

4.6 在 4.3 和 4.5 的回答中，貴單位在國外市場的主要前三大競爭對手。

	競爭對手名稱
1	
2	
3	

伍、 透過網際網路進行跨境商業交易的障礙

5.1 請評估對於貴單位組織的現行能力透過網際網路進行跨境的商業交易所可能會遭遇的障礙？

		障礙等級指標				
#	障礙	並非障礙	較小的障礙	某些程度的障礙	較大的障礙	非常重大的障礙
1	在地化要求	□	□	□	□	□
2	資料隱私與保護的要求	□	□	□	□	□
3	智慧財產權侵害	□	□	□	□	□
4	不確定的法律責任	□	□	□	□	□
5	公部門網路管制	□	□	□	□	□
6	符合海關要求	□	□	□	□	□
7	市場進入限制	□	□	□	□	□
8	其他（說明）：	□	□	□	□	□

5.2 請指出哪些國家（前 3 大）在這些障礙中已經限制貴單位的網上業務。

#	障礙	國家 1	國家 2	國家 3
1	在地化要求			
2	資料隱私與保護的要求			
3	智慧財產權侵害			
4	不確定的法律責任			
5	公部門網路管制			
6	符合海關要求			
7	市場進入限制			
8	其他(說明)：			

5.3 依照全球銷售額的百分比裡，貴單位在 2012 年度中支出了多少是用在處理貴單位在問題 5.1 中所提遭遇的障礙？

☐ 百分之 0
☐ 少於百分之 1
☐ 百分之 1 至百分之 5
☐ 超過百分之 5

5.4 前述 5.1 所提遭遇的障礙如果全數被移除了，請貴單位預估會影響貴單位在美國境內與境外的銷售額有多少？

#	項目	減少 15% 或更多	減少超過 5%但小於 15%	減少 5%或不超過 5%	沒有改變	增加 5%或不超過 5%	增加超過 5%但小於 15%	增加 15% 或更多	不知道
1	美國境內銷售	□	□	□	□	□	□	□	□
2	美國境外銷售	□	□	□	□	□	□	□	□

5.5 前述 5.1 所提遭遇的障礙如果全數被移除了，請貴單位預估會影響貴單位在美國境內與境外的全職員工數目有多少？

#	項目	減少 15% 或更多	減少超過 5%但小於 15%	減少 5%或不超過 5%	沒有改變	增加 5%或不超過 5%	增加超過 5%但小於 15%	增加 15% 或更多	不知道
1	美國全職員工數目	□	□	□	□	□	□	□	□
2	美國境外全職員工數目	□	□	□	□	□	□	□	□

5.6 貴單位的客戶來自於那些國家（或是曾經往來的客戶）？（可全選）

□ 阿爾及利亞	□ 阿根廷	□ 澳洲	□ 澳地利	□ 孟加拉	□ 比利時
□ 巴西	□ 加拿大	□ 智利	□ 中國大陸	□ 哥倫比亞	□ 捷克
□ 埃及	□ 法國	□ 德國	□ 希臘	□ 印度	□ 印尼
□ 以色列	□ 義大利	□ 日本	□ 馬來西亞	□ 墨西哥	□ 荷蘭
□ 奈及利亞	□ 挪威	□ 巴基斯坦	□ 巴拉圭	□ 祕魯	□ 菲律賓

☐ 波蘭	□ 葡萄牙	□ 羅馬尼亞	□ 俄羅斯	□ 沙烏地阿拉伯	□ 新加坡
☐ 南非	□ 南韓	□ 西班牙	□ 瑞典	□ 瑞士	□ 臺灣
☐ 泰國	□ 土耳其	□ 烏克蘭	□ 阿拉伯聯合大公國	□ 英國	□ 委內瑞拉
☐ 越南	其他：_____				

5.7 在下列哪些國家是貴單位已經遭遇到如前述 5.1 所提到的障礙？（在地化的要求、市場進入的限制、資料隱私與保護的要求、智慧財產權侵害、不確定的法律責任、公部門網路管制以及符合海關要求）（可複選）

☐ 阿爾及利亞	□ 阿根廷	□ 澳洲	□ 澳地利	□ 孟加拉	□ 比利時
☐ 巴西	□ 加拿大	□ 智利	□ 中國大陸	□ 哥倫比亞	□ 捷克
☐ 埃及	□ 法國	□ 德國	□ 希臘	□ 印度	□ 印尼
☐ 以色列	□ 義大利	□ 日本	□ 馬來西亞	□ 墨西哥	□ 荷蘭
☐ 奈及利亞	□ 挪威	□ 巴基斯坦	□ 巴拉圭	□ 祕魯	□ 菲律賓
☐ 波蘭	□ 葡萄牙	□ 羅馬尼亞	□ 俄羅斯	□ 沙烏地阿拉伯	□ 新加坡
☐ 南非	□ 南韓	□ 西班牙	□ 瑞典	□ 瑞士	□ 臺灣
☐ 泰國	□ 土耳其	□ 烏克蘭	□ 阿拉伯聯合大公國	□ 英國	□ 委內瑞拉
☐ 越南	其他（同 5.6）				

5.8 以下哪些國家是貴單位已經決定不再進行業務往來是因為發生前述 5.1 所遭遇到其中一項或是多項的障礙？（可複選）

☐ 阿爾及利亞	□ 阿根廷	□ 澳洲	□ 澳地利	□ 孟加拉	□ 比利時
☐ 巴西	□ 加拿大	□ 智利	□ 中國大陸	□ 哥倫比亞	□ 捷克
☐ 埃及	□ 法國	□ 德國	□ 希臘	□ 印度	□ 印尼
☐ 以色列	□ 義大利	□ 日本	□ 馬來西亞	□ 墨西哥	□ 荷蘭
☐ 奈及利亞	□ 挪威	□ 巴基斯坦	□ 巴拉圭	□ 祕魯	□ 菲律賓
☐ 波蘭	□ 葡萄牙	□ 羅馬尼亞	□ 俄羅斯	□ 沙烏地阿拉伯	□ 新加坡

□ 南非	□ 南韓	□ 西班牙	□ 瑞典	□ 瑞士	□ 臺灣
□ 泰國	□ 土耳其	□ 烏克蘭	□ 阿拉伯聯合大公國	□ 英國	□ 委內瑞拉
□ 越南	其他（同 5.6）				

陸、 其他資訊

6.1 如果貴單位有其他意見，可於底下補充：

6.2 （讓受測單位能夠以手寫方式表達意見並寄送）

柒、 簽名認證

底下簽名處代表此份問卷內容都是完整與正確並依照您所認知與了解進行回答，並此份問卷是受到 USITC 所稽核認可與證明…

捌、 提交問卷

8.1 提交完整問卷前，請您說明您的單位共花費多少時間與金額以完成此份問卷調查，包含完成問卷前的準備工作。

_____小時數 _____金額

8.2 請您確認所有數字資料都是以完整數字表示。

8.3 請確認：是否以提供姓名與電話、總銷售金額與員工資訊等…

附件四　歐盟執委會 2010 年對歐盟內部市場未來電子商務和電子商務指令實施（2000/31/ EC）提出公衆諮詢調查內容

ABBREVIATIONS:
PRIV: PRIVATE INDIVIDUALS
CONS ASS: CONSUMER ASSOCIATIONS
BUS: BUSINESSES
ISP: INTERNET SERVICE PROVIDERS
FED BUS: FEDERATIONS OF BUSINESSES
RP: REGULATED PROFESSIONS
INFOSOC LAW: PROFESSIONALS OF INFORMATION SOCIETY LAW
PUBSER: PUBLIC SERVICES

Public consultation on the future of electronic commerce in the internal market and the implementation of the Directive on Electronic commerce （2000/31/EC）
1. I answer as *（question filtered directing the answers towards a specific part of the questionnaire）*
a） A private individual
b） An association of citizens or consumers
c） A business （electronic commerce supplier included）
d） A federation of businesses
e） More specifically: a member of a regulated profession
f） An internet service provider
g） A public administration
h） A legal professional or specialising in information society services.
Issue 1: The development and practice of electronic commerce 電子商務的發展與實踐
FOR PRIVATE INDIVIDUALS:
2. What factor （s） is （are） likely to prompt your interest in purchasing goods and services on-line?
3. Which activities do you engage in on-line?
4. If you shop online （a）, which types of goods or services do you buy on-line?
5. From whom did you buy these goods or services?
6. What is the estimated value of on-line purchases over the last 12 months?
8. How often do you engage in this on-line activity?
7. How did you pay for your on-line purchases?

9. What problems have you encountered in your on-line purchasing?
10. Please specify which delivery problems you have encountered:
11. Please specify which payment problems you have encountered:
12. Which obstacles are likely to dissuade you or have dissuaded you from buying on-line?
13. Are you aware of the following rights, related to your on-line purchases （excluding auctions）

FOR CONSUMER ASSOCIATIONS

14. Which problems, according to your information, are the most important ones encountered by consumers in their on-line purchases?
15. Please specify which delivery problems are encountered according to you by consumers
16. Please specify which payment problems are encountered according to you by consumers
17. Which obstacles are likely to dissuade consumers to buy on-line?
18. According to you, are consumers correctly informed of the following rights, related to their on-line purchases （excluding auctions）

TRANSITION TOWARDS THE OPEN QUESTIONNAIRE: if you wish to continue and share your experience with the Commission by the reply to open questions click. If not, thank you, goodbye.

If so, questions:

19. What are your views on the growth of the economic development of electronic commerce and information society services in Europe, in general and compared to its most important competitors? *All*
20. More specifically, do you have any indications that delivery problems would be an obstacle to the development of your electronic commerce activity? If so, which? *BUS, BUS FED, PUBSER*
21. Do you encounter problems in raising capital for your electronic commerce activities from banks or venture capital? If so, please specify? *BUS, BUS FED*
22. Is a lack of knowledge of your legal or fiscal obligations in the context of electronic commerce or of the provision of information society services an element dissuading you from entering into such activities? *BUS, BUS FED*
23. Are you deterred from undertaking such activity by insufficient offer of competitive legal or fiscal advisory services, specialised in electronic commerce or information society services? *BUS, BUS FED*
24. Do you have information according to which payment problems （lack of choice in terms of methods of payment, confidentiality issues, refusal of payment cards from another Member State, etc） would be an obstacle to the development of your electronic commerce activity? If so, can you assess and illustrate these problems? *BUS, BUS FED*
25. Do high bank charges for accepting payments hinder your online activities and do you think that, at European level, there are sufficient alternative payment schemes without high charges for the retailer?
26. Do you experience problems in accepting payments of small amounts due to the high level of bank charges （for instance merchant service charges） or, in general, due to the scarce availability of payment methods which are suitable for this purpose? *BUS, BUS FED*

27. Are you aware of statistics or general or sectoral studies at national level on the electronic commerce market and in particular its cross-border aspects? If in the affirmative, which? *All except PRIV*
28. Are you aware of information on the types and growth of e-commerce businesses and on whether this substitutes or complements off-line retail services? If so, please specify *All except PRIV*
29. In your view, what are the economic sectors where electronic commerce has developed significantly over the past decade and the fields where, on the other hand, its potential has not yet been sufficiently exploited? *All except PRIV*
30. Do you consider that the offer of viewing sporting and cultural events on the internet, for example by direct streaming, is sufficiently developed? If not, in your view, what are the obstacles to such development? *CONS and CONS ASSO*
31. As organisers of sporting or cultural events, do you see an interest in proposing direct on-line access to your events, in particular if they are not broadcast on traditional media, at national level or in other Member States? *BUS,BUS FED*

Issue 2: Questions concerning derogations from Article 3 （Article 3（4） and Annex）
會員可依防罪公共政策、保護公共衛生、公共安全、保障消費者而採取措施限制從另一個成員國提供資訊社會服務的自由
32. Are you aware of cases where a Member State applied the derogation possibility provided for in Article 3（4） of the Directive described above? If so, please describe how, indicating the information society services restricted （e.g. on-line media, on-line pharmacies, advertising or promotion of certain products like alcohol, services provided by regulated professions, broadcasting of cultural events or on-line sport events） and the basis for the derogation （public order, consumer protection, public safety or public health）? *All EXCEPT PRIV*
33. In the event of an affirmative reply to the previous question, were you restricted in the exercise of your professional activity by the use of such a derogation? *All EXCEPT PRIV, INFOSOC LAW PUBSERV*
34. In your view, is the derogation to the internal market clause covering contractual obligations concerning contracts concluded by consumers, set out in the Annex to the Directive, still useful, despite the development over the last ten years of Community and national legislation concerning consumer protection? If yes, could you provide the reasons justifying the maintenance of such an exemption? *All EXCEPT PRIV AND RP*
35. Have you practised or been subject to discrimination on the basis of nationality or place of establishment/residence, or are you aware of such discriminations? If so, please indicate the information society services affected and the reasons given to justify this discrimination. All EXCEPT PUB SERV
36. In your view, does the purchase and sale of copyright protected works subject to territorial rights and the territorial distribution of goods protected by industrial property rights, encourage or impede cross-border trade in information society services? *All*
37. In your view, are there other rules or practices which hinder the provision or take-up of cross-border on-line services? If so, which? *All*
Issue 3: Cross-border commercial communications, in particular for the regulated professions. 跨境線上商業通訊

Articles 6 and 7 of the Directive cover commercial communications and, in particular, unsolicited commercial communications.

38. Are you aware of any mechanisms in your Member State which guarantee that unsolicited commercial communications can be identified in a clear and unambiguous manner by the addressee?

39. Do measures exist in your Member State which guarantee that the service provider who sends unsolicited commercial communications by email regularly consults "opt-out" registers （in which natural persons who do not wish to receive this type of communication can register）? If so, are these registers respected?

40. Is the legislation of your Member State sufficiently clear on the criteria making it possible to determine if a commercial communication can be regarded as unsolicited or not?

41. Is the 'acquis communautaire' （European law） on unsolicited commercial communications and national regulations well-adapted to new forms of commercial communications?

Article 8 of the Directive stipulates that commercial communications of regulated professions should be permitted, subject to the compliance with the professional rules. It encourages the development of codes of conduct at Community level with regard to the provision of information society services.

42. What information society services provided by the regulated professions are you aware of or do you have access to? *All*

43. Are you aware of which types of commercial communication practices are undertaken by the regulated professions （communication on fees,, on specialisms, etc） in one or more Member States or at European level? For which regulated professions? *All except PRIV*

44. Are you aware of codes of conduct covering on-line commercial communications for certain regulated professions in one or more Member State（s）? If so, please specify. *All*

45. What are, in your opinion, the obstacles to the development of codes of conduct for on-line commercial communications for regulated professions at European level? *All*

On-line pharmacy services merit particular attention in view of the specific nature of the sold products. These are essential goods, where on-line sales can enhance accessibility for isolated population, citizens with reduced mobility, etc, but for which a particular framework is necessary in order to avoid risks of misuse. 'On-line pharmacy services', as referred to below, means the sale of medicines on-line by operators other than physical pharmacies, with no physical contact between the pharmacist and the consumer.

46. Are on-line pharmacy services authorised in your Member State for over-thecounter （OTC） medicines and/or for prescription-only medicines? If so, under which conditions? Please indicate the relevant legislative provisions. *All*

47. Are there specific measures in your Member State on products （safety devices, checks of compliance with medicine marketing regulations, etc）, and/or on internet sites （specific logo indicating legal pharmacies, public register of legal pharmacies, etc） aiming to guarantee that all medicines bought on-line are safe? If so, what are they? *PUB SERV, PRIV, BUS, CONS ASSO, RP*

48. What are the advantages and disadvantages of the legal possibility for citizens in general or certain categories of citizens to buy medicines on-line and of having them home-delivered? *All except PRIV and ISPs*
49. Are you aware of studies or surveys relating to the volume of legal or illegal purchase of on-line medicines within the European Union and, more specifically, in your Member State? If so, what sources and assessment methods were used? *PUB SERV, BUS, CONS ASSO, BUS FEDE, RP*
Issue 4: The development of the press on the Internet線上新聞服務的發展
Press editors benefit from the provisions of the Electronic Commerce Directive. However, whereas all have developed on-line activities, the business models of online press are still to be refined so as to be profitable and viable. Certain characteristics in the development of the press on the Internet are common to other sectors and already are the subject of questions under other sections, such as questions on micro-payments and on bank charges related to the payments over the internet. Others seem more specific to this sector, such as the provisions on advertising and the activities of news aggregators, subject to the questions below.
50. Does the regulation of advertising contracts require an adaptation in the virtual world? If so, can you specify the problems and the possible solutions. All except PRIV
51. In your view, is it necessary to ensure more transparency on the origin of the contents presented by news aggregators of information12? If so, by which mean(s)? All except PRIV
Issue 5: Interpretation of the provisions concerning intermediary liability in the Directive中介機構責任豁免規定的解釋
The Electronic Commerce Directive was drawn up and negotiated in the late 1990s with the aim of developing a balanced liability framework for Internet operators that on the one hand protected rights and on the other encouraged the development of new information society services. Section 4 of the ECD covers the responsibility of intermediary service providers. It defines the conditions for exemptions of liability of intermediary Internet service providers for certain activities: "mere conduit", "caching" and "hosting" （Articles 12 to 14）. These mention the concepts of "actual knowledge" of an infringement and of an "expeditious" response. The Commission, and also national courts and administrations, have frequently been called on to interpret these concepts. Article 14（1）（b） leaves open the possibility of notice and take down procedures to be agreed between parties, if problematic information is detected. The Directive does not regulate the detail of such procedures.
Article 15 states that providers offering the services covered by the Articles above have no general obligation to monitor but that Member States may establish obligations for information society service providers promptly to inform the competent public authorities of alleged illegal activities. The Commission has found, through its contacts with the various stakeholders, that the interpretation of the provisions concerning the liability of intermediaries is frequently considered necessary towards solving problems. The study commissioned on this issue （see above） found differences in interpretation between national courts and even within Member States.
52. Overall, have you had any difficulties with the interpretation of the provisions on the liability of the intermediary service providers? If so, which? *BUS （ISPs）, PUB SERV, INFOSOC LAW PUBLIC SERVICE*

53. Have you had any difficulties with the interpretation of the term "actual knowledge" in Articles 13（1）（e） and 14（1）（a） with respect to the removal of problematic information? Are you aware of any situations where this criterion has proved counter-productive for providers voluntarily making efforts to detect illegal activities? *BUS （ISPs）, PUB SERV, INFOSOC LAW PUBLIC SERVICE*

54. Have you had any difficulties with the interpretation of the term "expeditious" in Articles 13（1）（e） and 14（1）（b） with respect to the removal of problematic information? *BUS（ISPs）, PUB SERV, INFOSOC LAW PUBLIC SERVICE*

55. Are you aware of any notice and take-down procedures, as mentioned in Article 14.1（b） of the Directive, being defined by national law? *BUS （ISPs）, PUB SERV, PRIV*

56. What practical experience do you have regarding the procedures for notice and take-down? Have they worked correctly? If not, why not, in your view? *BUS （ISPs）, INFOSOC LAW PUBLIC SERVICE*

57. Do practices other than notice and take down appear to be more effective? （"notice and stay down"[13], "notice and notice"[14], etc） *BUS （ISPs）, INFOSOC LAW PUBLIC SERVICE*

58. Are you aware of cases where national authorities or legal bodies have imposed general monitoring or filtering obligations? *BUS（ISPs）, INFOSOC LAW PUBLIC SERVICE*

59. From a technical and technological point of view, are you aware of effective specific filtering methods? Do you think that it is possible to establish specific filtering? *BUS（ISPs）, INFOSOC LAW PUBLIC SERVICE*

60. Do you think that the introduction of technical standards for filtering would make a useful contribution to combating counterfeiting and piracy, or could it, on the contrary make matters worse? *BUS（ISPs）, INFOSOC LAW PUBLIC SERVICE*

61. Are you aware of cooperation systems between interested parties for the resolution of disputes on liability? *BUS （ISPs）, INFOSOC LAW PUB SERVICE*

62. What is your experience with the liability regimes for hyperlinks in the Member States? *BUS （ISPs）, INFOSOC LAW PUBLIC SERVICE*

63. What is your experience of the liability regimes for search engines in the Member States? *BUS （ISPs）, INFOSOC LAW PUBLIC SERVICE*

64. Are you aware of specific problems with the application of the liability regime for Web 2.0 and "cloud computing"? *BUS （ISPs）, INFOSOC LAW PUBLIC SERVICE*

65. Are you aware of specific fields in which obstacles to electronic commerce are particularly manifest? Do you think that apart from Articles 12 to 15, which clarify the position of intermediaries, the many different legal regimes governing liability make the application of complex business models uncertain? *BUS （ISPs）, INFOSOC LAW PUBLIC SERVICE*

The Internet has given counterfeiters and those involved in piracy new and powerful ways of selling their products, such as the illegal use of "peer to peer", electronic commerce sites, on-line auction sites and e-spamming. The digital environment is attractive to counterfeiters and pirates for several reasons, in particular anonymity, the possibility of creating sites anywhere in the world, removing or moving them if need be to states where the legislation on intellectual property or its application are laxer, the

huge size of the markets （number of electronic commerce sites and number of references）, the relative ease of misleading consumers in the target market, etc.

66. The Court of Justice of the European Union recently delivered an important judgement on the responsibility of intermediary service providers in the Google vs. LVMH case[15]. Do you think that the concept of a "merely technical, automatic and passive nature" of information transmission by search engines or on-line platforms is sufficiently clear to be interpreted in a homogeneous way? *BUS （ISPs）, INFOSOC LAW PUBLIC SERVICE*

67. Do you think that the prohibition to impose a general obligation to monitor is challenged by the obligations placed by administrative or legal authorities to service providers, with the aim of preventing law infringements? If yes, why? *BUS （ISPs）, INFOSOC LAW PUBLIC SERVICE*

68. Do you think that the classification of technical activities in the information society, such as "hosting", "mere conduit" or "caching" is comprehensible, clear and consistent between Member States? Are you aware of cases where authorities or stakeholders would categorise differently the same technical activity of an information society service? *BUS（ISPs）, PUBLIC SERVICE INFOSOC LAW*

69. Do you think that a lack of investment in law enforcement with regard to the Internet is one reason for the counterfeiting and piracy problem? Please detail your answer. *BUS （ISPs）, INFOSOC LAW PUBLIC SERVICE*

Issue 6: Administrative cooperation in the Directive成員國的行政合作

Article 3（4） provides for a notification system between the Member States as regards case by case restrictions to information society services. Moreover, Article 19（5） provides for communication to the Commission of any significant administrative or judicial decisions regarding litigation relating to information society services including electronic commerce. The Commission has received very few such notifications over the years, and the communication to other Member States has therefore been limited.

70. Does a procedure to ensure notification to the other Member States and to the Commission of any restriction falling under Article 3 （4） exist in your Member State. If so, please specify this procedure and the number of notifications made to the Commission and to other Member States since 17 January 2002. *PUB SERV*

71. Do you think that the system of notification provided for in Article 3（4）is effective or should it be clarified, or strengthened by information systems such as the IMI （Internal Market Information System）? *ADMI, INFOSOC LAW, PUBLIC SERVICE*

72. Do you take the view that administrative cooperation between Member States, in particular by means of the designation of contact points, has worked satisfactorily? How could it be improved? *INFOSOC LAW, PUBLIC SERVICE*

73. According to your information, what are the important administrative and judicial decisions relating to information society services or practices and customs relating to electronic commerce to be communicated to the Commission? *INFOSOC LAW, PUBLIC SERVICE*

Issue 7: The resolution of on-line disputes

The Internet can entail risks, and may even, in some contexts, resemble a place beyond the law. Despite the introduction of on-line mediation and resolution systems, this impression persists and may curb the development of information society services. For example, there is a very high number of internet sites in Europe which do not comply

with the transparency conditions provided for in the Directive and transposed in the legislation of all Member States. It also appears that the efforts of Member States have been limited to adapt their legal systems to new communication technologies, in particular through the development of mechanisms of on-line dispute settlements so as to make justice more accessible to citizens.

74. What knowledge do you have of on-line dispute settlement systems （legal and extrajudicial） in your Member State or in other Member States? All

75. To your knowledge, are the financial costs, the necessary processing time and the facility to solve a traditional dispute （personal data theft, non-delivery of ordered services, fraud, non-payment, misleading advertising, illegal copy etc.） equivalent if the resolution takes place on-line or off-line? If not, can you explain the reasons for any differences? All

76. Are you aware of statistics or studies at national level on law enforcement on the internet by the supervisory authorities and/or the judiciary of Member States? All except PRIV

77. Do you take the view that the services of on-line disputes settlements （judicial and non-judicial） where these exist have improved victims' rights in European society? If so, how? If not, how can these services be improved? All except PRIV

附件五　歐盟 2015 年針對消費品和數位內容電子商務的地緣阻礙進行行業調查

GeoBlock Survey

Traders

貿易商

1. As a general principle, consumers and businesses should be able to purchase and access services from everywhere in the EU

就一般原則來說，顧客以及產業應該要能從歐盟內全數成員國購買以及取得服務。

I strongly agree

非常同意

I agree

同意

Neither agree nor disagree

沒有意見

I disagree

不同意

I strongly disagree

非常不同意

2. Which forms of geoblocking and other geographically- based restrictions do you consider as creating significant obstacles to the single market?

您認為下列哪些地裡因素會構成在歐盟單一市場裡的主要障礙？

- Blocking any access to websites across borders, thereby denying access to information, comparisons of service or product ranges and prices）, with or without rerouting to 'national' websites

不論是否導向國家的網站，都阻擋任何跨國的網站，進而否定資訊的取得、產品或服務範圍及價錢的比較

- Allowing access to websites and offers across borders but denying the possibility to complete the order or purchase after obtaining information on the geo-location or residence of the user;

允許跨國網站的存取以及訂購資訊，但拒絕任何在用戶區域內可以完成下訂或購買的可能

- Allowing access to websites across borders but denying the possibility to download digital products across borders

允許跨國網站的存取，但拒絕任何可以跨國下載數位產品的可能

- Allowing access to websites and offers across borders but denying the possibility to pick up, deliver or ship the goods across borders

允許跨國網站的存取以及訂購資訊，但拒絕貨物跨國運送、配送以及取貨

- Differentiating prices or other conditions on the basis of the nationality of the customer

因顧客國籍不同，採取差別定價或其他有所差別的情況

- Differentiating prices or other conditions on the basis of the country of residence of the customers or the location from which they are ordering or accessing the services

因顧客所在地、訂單成立或網站存取的地區，採取差別定價或其他有所差別的情況

- Denying access to additional services on the basis of the country of residence of the customers or the location from which they are ordering or accessing the services （e.g. loyalty cards, discounts, reduction vouchers）

因為顧客居住國家不同、訂單完成或取得服務的地區不同，而拒絕取得其他服務（如會員卡、折扣、還款憑證）

- Denying access to after-sales services on the basis of the country of residence of the customers or the location from which they are ordering or accessing the services （e.g. maintenance and repair of the product, customer support）

因為顧客居住國家不同、訂單完成或取得服務的地區不同，而拒絕售後服務

- Other forms

其他形式

3. There are different ways in which geo-blocking and other geographically based restrictions can take place. How would you classify the following barriers?

以下是其他因地理限制或其他地理因素而產生的障礙，請問您如何下列障礙分類？

- Re-routing to a website targeting the home country of the visitor without the possibility to overrule

在不否決的情形下，將網站重新導回訪客所在的國家

- Refusing access to a website or an offer based on IP-address （or other technical means allowing to determine the geo-location of the user）

因為 IP 位置（或其他可以定位用戶地理區位的科技方法）拒絕網站存取或訂購資訊

- Refusing access to a website or an offer based on customers' disclosure of their nationality

因為顧客國籍的揭露而拒絕網站的存取貨訂購資訊的提供

- Refusing access to a website or an offer based on customers' disclosure of their residence

因為顧客居住地的揭露而拒絕網站的存取貨訂購資訊的提供

- Terminating the transaction based on customers' disclosure of their residence

藉由顧客居住地的揭露而中止交易

- Refusing foreign credit cards or other foreign means of payment

拒絕外國的信用卡或其他外國支付工具

- Linking access to, purchase or download of digital goods or services to the postal address of the customers

因為數位產品或服務的購買或下載的紀錄而取得顧客的信箱

- Linking access to or purchase of non-digital goods or services to the postal address of the customers

因為非數位產品或服務的購買或下載的紀錄而取得顧客的信箱

- Application of disproportionally higher shipping costs based on the location of the customer

因顧客所在地不同，運送費用也有所不同

- Providing a format for address, postal codes or phone etc. which is specific to certain countries

針對特定顧客，提供地址、郵遞區號或電話的格式

- Other barriers

其他障礙

4. Have you experienced geo-blocking or other geographically-based restrictions in your business （B2B）?
您是否有因為地理區隔或其他地理因素限制的經驗（業者對業者）

5. Have you applied geo-blocking or other geographically-based restrictions in your business （B2B and B2C）?
您是否將地理區隔或其他地理因素作為業務執行時的參考（業者對業者及業者對顧客）

6. If you apply restrictions or different conditions to customers located in different EU countries, in which circumstances do you provide them with an explanation?
如果您正對歐盟不同國家的顧客採取不同的限制或情境，那您在怎麼樣的狀況下會對客戶解釋？

We give an explanation upon request of the customer

一旦顧客要求就向他解釋

We provide a full explanation upfront on our website, in publicity material or in the shop

我們在我們的網站上、宣傳文宣或實體店面張貼公告

We provide explanation to consumer associations if they ask us individually

如果消費者協會個別向我們詢問我們就提供解釋

We have not been asked any explanation

我們目前尚未遇到需要解釋的要求及情形

7. In your opinion, what - beyond legal constraints - might be considered other objective factors justifying geoblocking or, more generally, different treatment of users and customers based on their residence or geo-location?
在排除法律限制的情形下，就您的觀點看來，還有什麼樣的客觀因素可以合理化地緣阻礙或其他因顧客及用戶居住地或所在地區不同而形成的差別待遇

8. In your opinion, in which circumstances should geo-blocking, refusing a transaction or, more generally, different treatment of users and customers based on their residence or geo-location not be justified?

就您的觀點看來，在怎樣的情形下，因顧客及用戶居住地或所在地區不同而形成的差別待遇及地緣阻礙是不能被允許的

- Cross border delivery is easily accessible and the customer is prepared to pay additional shipping costs

在顧客已經要多付額外運送費用的前提下，降低跨國配送的障礙

- The customer is prepared to organise the delivery

顧客已經自願組織交貨

- There is no additional cost linked to delivery or other administrative burden （for example: simple downloading of digital content, the customer will use the service/good in the country of the trader or of its supplier）

無須支付額外與運輸相關之費用或其他行政成本（例如：顧客會利用當地貿易商或供給商的服務／產品進行簡單的數位內容下載）

- Customers are prepared to take the risk of concluding a transaction in the language of the trader

顧客願意承擔以該商語言成交時產生的風險

- The means of payment used by the customer is internationally valid and accepted in the traders' country

顧客支付的工具是國際通用而且被該貿易商所在國接受

- The brand of the physical store （franchisee or subsidiary） also exists in the customer's country

於顧客所在國設立該品牌的實體店面（不論連鎖或分店）

- The trader advertises its products or services also in the customer's country

該貿易商也在顧客所在國廣告自加產品或服務

- The trader has a website targeting specifically the country of the customer

該貿易商特別針對該國顧客架設專門網站

- The customer is moving to the seller's country but is not registered yet

顧客移至賣方所在國，但尚未登記

- Nationality can never be a justification

因國籍產生的差別待遇一向不能視為合理

- Residence or location of the customer can never be a justification

因顧客居住地或所在地所產生的差別待遇一向不能視為合理

- Other circumstances

其他情形

9. What should constitute elements of a policy response at the EU level on unjustified geoblocking and other geographically-based restrictions?

哪些因素可以構成對於歐盟在移除地緣限制以及其他地理因素限制排除的政策

- More transparency: companies should have the obligation to make clear before the （trans）action the detailed, objective and verifiable reasons why they treat customers differently based on their residence or nationality

更高度的透明化：公司應該要建立一機制用於在交易完成前，就向顧客詳細說明為什麼會因為他們所在地或國籍不同而收取不同費用的原因以及考量。

- More transparency: companies should have the obligation to explain upon request

the detailed, objective and verifiable reasons why they treat customers differently based on their residence or nationality

更高度的透明化：公司應該要在顧客提出解釋他們因為地緣限制以及其他地理因素受到差別待遇的要求時，立即向顧客解釋原因以及考量。

- Rules including a list of reasons that may never justify treating domestic and foreign users differently

無法交待對本國及外國用戶有差別待遇的理由清單等規則。

- Rules including a closed list of objective and verifiable reasons that may justify treating domestic and foreign users differently

交待對本國及外國用戶有差別待遇的不公開合理目的及可被驗證理由清單等規則。

- Rules banning ways and means of discriminatory geo-blocking and other restrictions according to your ranking in question 3 above

限制任何因地緣因素或其他您就問題三所做排序的限制而採取的歧視性方法以及手段之規則。

- Banning the discriminatory blocking of access to websites across borders

限制所有對於跨國網站存取的歧視性阻擋

- Rules imposing on traders to obtain consent of users/customers prior to automatic rerouting to another website （including another language version of the same website）

對該貿易商加強在自動導向至其他網頁前，取得顧客／用戶同意之規則（利如導向該網站不同語言的版本）

- Rules requiring traders to accept cross-border transactions from users/customers from throughout the EU under the same conditions as those applied to users/consumers of the 'home' country of the provider

要求該貿易商在與供應商本國的用戶/顧客相同的條件下接受來自歐盟的用戶/消費者的跨境交易之規則

- Rules requiring traders to accept cross-border transactions from users/customers from throughout the EU under conditions reflecting the additional administrative costs or burdens resulting from the cross-border transaction

要該貿易商在反應因跨境交易產生的額外行政費用或負擔的條件下接受來自歐盟的用戶/顧客的跨境交易之規則

- Rules requiring traders to accept cross-border transactions from users/consumers from throughout the EU and to provide delivery cross-border if the users/customers are willing to organise themselves the delivery and cover the additional shipping costs

要求該貿易商接受來自歐盟的用戶/消費者的跨境交易，如果用戶/顧客願意組織交貨並支付額外的運輸費用，則提供跨境交貨之規則

- Rules prohibiting traders to refuse the cross-border download of digital products （such as software or video games）

禁止該貿易商拒絕跨境下載數位產品（如軟體或電玩）之規則

- Rules applicable only to online transactions

只適用於線上交易之規則

- Rules applicable only to physical purchases and orders

只適用於實體購買及訂購之規則

- Other elements

其他因素

10. In your view should SMEs, particularly micro enterprises, be exempted from regulatory measures in this context?
就您的觀點來看，是否中小型企業（特別是微型企業），因該要免除受限於本文之相關的監管措施

11. In your view what would be the best policy instrument （or combination thereof） to intervene in this context at EU level?
就您的觀點來看，以歐盟層級來說，什麼是在此文中最佳的干預政策（或組合）

12. How can effective implementation best be ensured?
下列哪種方法能確定相關規則有效實施

- Monitoring and enforcement by the European Commission

由歐盟委員會監督及實行

- Monitoring and enforcement by national authorities （e.g. consumer protection authorities or competition authorities）

由國家內部的相關公權力單位（如消費者保護單位或競爭主管機關）監督及實行

- More effective cross-border cooperation mechanism between national authorities to ensure that rules against unjustified restrictions can be enforced within the EU

於國家相關公權力單位建立更有效的跨國公司機制以反對保障不合裡的限制的規則實際運行

- By alternative dispute resolution bodies （ombudsman, online conciliation services, by （national） European Consumer Centres etc. for example）

藉由其他爭端解決的機構（如監察員、線上調解服務、（國家）歐盟消費者中心）

- Others

其他方法

13. From a business perspective, what would be the overall impact of addressing geo-blocking and other geographically-based restrictions?
就商業角度來看，下列哪個是在解決地緣限制以及其他地理因素限制後，影響最劇？

- For my business sector

對我公司的商業部門

- For the economy

對整體經濟

- For cross border e-commerce

對跨境電子商務

- For cross border trade generally

對於所有跨境貿易

14. Can you indicate for each of the possible measures listed what would be the impact （where

你可以就下列可能的辦法中指出最有影響的嗎？

- More transparency: companies should have the obligation to make clear before the （trans）action the detailed, objective and verifiable reasons why they treat customers differently based on their residence or nationality

更高度的透明化：公司應該要建立一機制用於在交易完成前，就向顧客詳細說明為什麼會因為他們所在地或國籍不同而收取不同費用的原因以及考量。

- More transparency: companies should have the obligation to explain upon request the detailed, objective and verifiable reasons why they treat customers differently based on their residence or nationality

公司應該要在顧客提出解釋他們因為地緣限制以及其他地理因素受到差別待遇的要求時，立即向顧客解釋原因以及考量。

- Rules including a list of reasons that may never justify treating domestic and foreign users differently

無法交待對本國及外國用戶有差別待遇的理由清單等規則。

- Rules including a closed list of objective and verifiable reasons that may justify treating domestic and foreign users differently

交待對本國及外國用戶有差別待遇的不公開合理目的及可被驗證理由清單等規則。

- Rules banning ways and means of discriminatory geo-blocking and other restrictions according to your ranking in question 3 above

限制任何因地緣因素或其他您就問題三所做排序的限制而採取的歧視性方法以及手段之規則。

- Banning the discriminatory blocking of access to websites across borders

限制所有對於跨國網站存取的歧視性阻擋

- Rules imposing on traders to obtain consent of users/customers prior to automatic rerouting to another website （including another language version of the same website）

對該商加強在自動導向至其他網頁前，取得顧客／用戶同意之規則（利如導向該網站不同語言的版本）

- Rules requiring traders to accept cross-border transactions from users/customers from throughout the EU under the same conditions as those applied to users/consumers of the 'home' country of the provider

要求該商在與供應商本國的用戶/顧客相同的條件下接受來自歐盟的用戶/消費者的跨境交易之規則

- Rules requiring traders to accept cross-border transactions from users/customers from throughout the EU under conditions reflecting the additional administrative costs or burdens resulting from the cross-border transaction

要該商在反應因跨境交易產生的額外行政費用或負擔的條件下接受來自歐盟的用戶/顧客的跨境交易之規則

- Rules requiring traders to accept cross-border transactions from users/consumers from throughout the EU and to provide delivery cross-border if the users/customers are willing to organise themselves the delivery and cover the additional shipping costs

要求該商接受來自歐盟的用戶/消費者的跨境交易，如果用戶/顧客願意組織交貨並支付額外的運輸費用，則提供跨境交貨之規則

- Rules prohibiting traders to refuse the cross-border download of digital products （such as software or video games）

禁止該商拒絕跨境下載數位產品（如軟體或電玩）之規則

- Rules applicable only to online transactions

只適用於線上交易之規則

- Rules applicable only to physical purchases and orders

只適用於實體購買及訂購之規則

- Other impact

其他因素

15. Such impact would, in your view, be mostly on
就您的觀點來看，對下列哪些主要影響最劇

- my business sector

我的商業部門

- economy

整體經濟

- cross border e-commerce

跨境電子商務

- cross border trade generally

所有跨境貿易

16. If you think that EU measures in this area would impose significant additional burden on traders, which burden do you think of?
如果您認為歐盟的做法可能會增加額外的負擔，下列哪些有可能是這些負擔？

- Additional administrative compliance costs

額外的行政符合規定成本

- Additional costs in the area of marketing or web design

對行銷或網站設計的領域增加額外的成本

- Additional personnel costs

額外的人員支出

- Additional delivery costs

額外的配送成本

附件六　APEC 使用跨境電子商務問卷調查

SURVEY ON USE OF CROSS-BORDER E-COMMERCE

[NOTE] All information provided in this survey will strictly be treated as confidential. Only aggregate data will be published.
您所提供給此份問卷的資訊將被視為高度機密，只有您同意刊載的部分才會被展示出來

General Instructions

問卷背景

Thank you for taking the time to participate this survey. The survey was developed under under the APEC project "Promoting E-Commerce to Globalize MSMEs" **to develop better cross-border e-commerce policies within the Asia-Pacific region**. Key objectives of this project include:

感謝您撥冗填寫這份問卷，此次問卷主要是基於亞太經合組織（APEC）下名為 Promoting E-Commerce to Globalize MSMEs 的項目，此項目的主旨主要是為亞太地區發展出一套更完善之跨界電子商務政策，以下為此次問卷主要的目標：

- *Identify possible barriers and difficulties that constrain the ability of MSMEs to participate in cross-border e-commerce in regulatory and policy perspectives. 指出可能限制 MSMEs 參與制定跨境監管以及政策的障礙及困難*
- *Explore ways to address the identified barriers and difficulties and promote policies and regulatory frameworks that can contribute to conducive e-commerce environment.*
- *找出解決以上障礙以及困難的方法，同時推廣有利於建構電子商務環境之監管架構*
- *Develop a set of recommendations that can guide development of APEC-wide capacity building projects aiming at globalization of MSMEs through e-commerce 提出APEC 發展中小企業全球化提出相關建議*

The outcomes of this survey will be used as a valuable source to achieve the objectives above. Therefore, your timely and complete responses are critical to obtain high quality results of the survey and thus subtantially contributing to
successful implementation of this project.

此次問卷的結果將視為達成以上目標的重要資訊，因此您如果可以及時並完整的回答下列問題將會對我們非常重要，更可能影響此次計畫執行成功與否。

You can answer the following questions either **directly marking "v" in the cells or filling out required information.** After completing the survey, please save your response and send the file to **gop@apec.org** and **mtrade@korea.kr** by **17 February 2017**.

基本資料

Personal information
個人資料

A　Name （MR. / MR. / MS. / DR.）
名字 （先生/小姐）
_____
_____

B　Email
_____@_____
_____

C Nationality
國籍
_____
_____

D Job position
職務
_____
_____

Company （or Organization）
公司（組織）

A Name of Company
公司名稱
_____
_____

B Year of establishment
公司成立年份
_____
_____

C Nationality
國籍
_____
_____

D Size of employee
大致的員工數

10 or less
小於 10（含）
_____

10~19
_____

20~49
_____

50~99
_____

100 or more
大於 100（含）
_____

Product
產品類型

A Sector （Please choose 1 or 2 sectors with the most sales）
業務性質（請選出 1 至 2 個貴公司最主要的業務）

Agriculture 農業	Mining & minerals 採礦及礦物	Food & beverage 食物及飲料	Textiles & apparel 紡織及服飾	Parts & components for industries （e.g. automotive） 工業零組件
Beauty & health products 美容或健康相關產品	Electronic products & peripherals 電子或電子周邊產品	Sports equipment 運動設備	CDs, DVDs & musical instruments CD、DVD 或樂器	Toys, games, hobbies & collectibles 玩具、遊戲或收藏品
Books, crafts & office supplies 書籍、工藝品或辦公室用品	Jewelry & watches 珠寶或手錶	Pet supplies/food 寵物相關用品及食物	Furniture, home decor & housewares 傢俱、家飾品及家用五金	Arts & antiques 藝術品或骨董
其他類別 Others _____				

B Please choose how products are sourced in your company.
請選出貴公司產品主要來源
All products are sourced from third-parties
由第三方提供所有產品

_____

Some products are sourced from third-parties; some are produced in-house
部分產品由第三方提供，其餘貴公司製造

_____

All products are produced in-house
貴公司自行製造所有產品

_____

2 PERSPECTIVES ON E-COMMERCE AS A SALES / REVENUE CHANNEL
對於電子商務作為一收益或業務來源的看法

[NOTE] For the purpose of this survey e-commerce is understood as commercial transaction of physical products conducted electronically over the Internet such as B2B or B2C e-commerce. e-commerce is defined as the sale or purchase of products or services, conducted over computer and/or mobile networks. The products are ordered by those methods, but the payment and the ultimate delivery of the products do not have to be conducted online.
（注意）基於此份問卷，貴公司必須了解到電子商務是一將有形產品藉由網路交易之型態，例如：公司與公司間或公司與顧客間的電子交易。電子商務一詞被定義為藉由電腦及（或）可攜式網路所執行的一項交易。產品必須由上述方法訂購，但最後的付款以及物流配送則不一定要透過網路完成。

Experience of using e-commerce
使用電子商務的經驗

A Have you ever used e-commerce to sell products in domestic market?
您有曾經利用電子商務於國內販賣產品嗎？
有
Yes _____
沒有
No _____

B Have you ever used e-commerce to export products in overseas market?
您有曾經利用電子商務出口產品至國外市場嗎？
有
Yes _____
沒有
No _____

[NOTE] If your answer is "no" to the questions A or B, please proceed to Section 5.
（注意） 如果您 A 或 B 選擇"沒有"的話，麻煩直接跳到第 5 部分

Details on e-commerce operation
貴公司詳細的電子商務進行流程

A How long is your company using e-commerce to sell products?
貴公司已經使用電子商務販賣商品多久了？
小於 2 年
2 years or less
_____
2 至 4 年
2~4 years _____
4 至 6 年
4~6 years _____
6 年以上
6 years or more
_____

B1 Which type of e-commerce channel does your company use? （Please tick all applicable choices）
貴公司使用哪種電子商務管道？（請選出所有適用的選項）
第三方平台
Third Party marketplace platforms
_____
貴公司經營之線上商城
Company's own online mall
_____
社群網路
Social media （SNS） _____

B2 Please rank from 1 to 3 （1=highest share） the e-commerce channels in terms of their contribution to your sales/revenue:
請針對對貴公司主要收益所占比重對下列電子商務管道排序 1 至 3（1 為最高）
第三方平台
Third Party marketplace platforms
_____
貴公司經營之線上商城
Company's own online mall
_____
社群網路
Social media （SNS） _____

B3 Please indicate main marketplace platforms that your company is engaged in. （Please tick all applicable choices）
請指出下列哪些為貴公司主要使用之電子商務平台（請選出所有合適的選項）
1. Amazon _____ 2. eBay _____ 3. Taobao _____ 4. Rakuten _____ 5. Qten _____
6. Alibaba _____
7. 其他 Other _____

B4 How did your company start e-commerce business in the marketplace platform?
貴公司如何開始電子商務？
Self-registration
自行註冊
By participating government-supported program
加入由政府支援的計畫
With assistance provided by private / consulting agency
透過私人顧問機構

C Which of the two choices （B2B and B2C） contribute more to your e-commerce sales/revenue?
請問下列哪一種模式對貴公司產生最多的業務或收益
公司與公司間
Business-to-business （B2B）
_____
公司與顧客間
Business-to-consumer （B2C）
_____

D1 Where are majority of your e-commerce customers based?
貴公司主要線上顧客來源？
國內市場
Domestic market _____
國外/海外市場
Foreign / overseas market _____

D2 In case of overseas market, please pick 2 economies or regions where you have your largest e-commerce operation.
如果是海外市場，麻煩選出 2 個貴公司最大的海外電子商務市場

1. China	2. Japan	3. USA	4. EU	5. ASEAN
中國大陸	日本	美國	歐盟國家	東南亞國協國家
6. Middle East	7. Africa	8. Northeast Asia	9. Other	
中東國家	非洲國家	東北亞國家	其他	

D3

Performance on e-commerce sales 電子商務績效

A Did your company improve your overseas market sales by using cross-border e-commerce?
電子商務是否有效提升貴公司海外市場的業務量？
有
Yes _____
沒有
No _____

B If yes to Question A, how large was the cumulative growth rate of your company's revenue in overseas market in recent years? （From 2011 to 2015）
如果 Question A 有，就近 2011-2015 年來說，貴公司海外市場收益累計成長率幅度約為？
沒有成長或負成長
No growth of negative growth
_____
1 至 5%
1 to 5%
_____
6 至 10%
6 to 10%
_____
10 至 20%
10 to 20%
_____
超過 20%
Over 20%
_____

C How many visits does your online mall get per day? （If there are more than one mall, answer the largest one.）
貴公司經營之線上商城平均一天的線上來客量為多少？（如果貴公司經營超過一家線上商城，依最大那個為主）
100 or less
_____
100~300
_____
300~1000
_____

1000~5000

_____

5000 or more

_____

3 Difficulty in doing cross-border e-commerce business 執行跨境電子商務的困難

Activities and costs for e-commerce operation 電子商務經營之行為及成本

Please rate the degree of burden （ e.g. in terms of cost, time, and/or process） associated with the following activities.

（ 1=Not burdensome at all, 5=Very burdensome, NA= Not Applicable ）

請就以下活動中依不同的負擔做評估（例如：就成本、時間或（及）處理上來說）

（1=沒有任何負擔，5=非常有負擔，NA=不適用）

A **Establishing business**

創立業務

Obtain funding for launching online business

取得資金以發展線上業務

1	2	3	4	5	NA

Register business

注冊

1	2	3	4	5	NA

Register products for IP protection

為產品註冊智慧財產權保護

1	2	3	4	5	NA

Hire new personnel as staffs （ e.g. experts or specialists in e-commerce）

聘僱新員工（如電子商務相關的專家或學者）

1	2	3	4	5	NA

Undertake skills training （ Internet technology, business, marketing, etc. ）

執行技術訓練（網路科技、業務、行銷等）

1	2	3	4	5	NA

Purchase hardware and software

購買軟硬體設備

1	2	3	4	5	NA

Cost of subscribing to broadband internet services

申請寬頻網路服務的費用

1	2	3	4	5	NA

Choose affordable and sufficiently fast broadband Internet provider

選擇有效率且負擔得起的寬頻網路提供者

1	2	3	4	5	NA

Quality of Internet connection

網路連接品質

1	2	3	4	5	N

					A

Conduct market research and develop e-commerce business plan
執行市場調查及發展電子商務業務計畫

1	2	3	4	5	N A

Difficulty in doing business operation in foreign language
以外國語言執行業務的困難

1	2	3	4	5	N A

B **Relationship with e-commerce platform company**
與電子商務平台業者的關係

Cost for registration in the marketplace platform to start e-commerce business
在市場平台（即市集平台）執行電子商務的註冊並費用

1	2	3	4	5	N A

Other requirements for registration in the marketplace platform （e.g. establishment of office, size of sales, nationality, etc.）
市場平台其他的註冊要求（如設立辦公室、業務量、國籍等）

1	2	3	4	5	N A

Sales fee that should be paid to online marketplace plalform company
營業費用須支付給平台業者

1	2	3	4	5	N A

Provision of sample products for examination by platform company before actual sales
實際販賣前平台業者對產品樣品檢查之規定

1	2	3	4	5	N A

Provision of banking information and other proofs of business
銀行資訊及其他證明營業事實的規定

1	2	3	4	5	N A

Management of product images and descriptions
產品圖片和說明的管理

1	2	3	4	5	N A

Effective and convenient communication with and requesting assistance from the platform company
與平台業者進行有效及方便的溝通和要求協助

1	2	3	4	5	N A

Dependency on platforms for advertising and marketing
對於平台業者提供之廣告及行銷活動的依賴

1	2	3	4	5	N A

Communication problem with the platform management department to solve customer complaints
與平台業者管理層級就解決顧客投訴上之溝通問題

1	2	3	4	5	N A

C **E-payment**
電子支付

Open a bank account and/or apply for online banking
申請實體銀行帳戶及（或）網路銀行

1	2	3	4	5	N A

Complying with domestic banking regulations （e.g. inability to transfer funds to local bank account）
符合銀行相關規定（如無法將資金轉入當地銀行帳戶）

1	2	3	4	5	N A

Lack of information on third-party e-payment services provider
缺乏第三方電子支付服務提供者的相關資訊

1	2	3	4	5	N A

Availability of safe and stable e-payment solution in your economy （e.g. safe solution preventing fraud by buyers）
國內安全穩定電子支付解決方案的可獲得性（如預防買方的詐騙行為）

1	2	3	4	5	N A

Availability of cheap/affordable e-payment solution in your economy
便宜/可負擔電子支付方法的可獲得性

1	2	3	4	5	N A

Non-recognition of e-signatures, e-contracts and e-documents by different economies （for dispute resolution）
不同會員體無法辨識電子簽章、電子契約及電子文件（為了爭端解決）

1	2	3	4	5	N A

Sign-up for security/encryption solutions （e.g. obtain SSL certificate）
註冊安全/加密的解決方案（如取得 SSL 認證）

1	2	3	4	5	N A

D **Storing and inventory**
儲存及存貨管理

Inventory and management of products
產品的存貨及管理

1	2	3	4	5	N A

Charge in warehousing and stocking systems
倉儲系統收取之費用

1	2	3	4	5	N A

Arrange for products to be stored in the warehouses provided by the platform company
由平台公司提供安排產品之倉儲

1	2	3	4	5	N A

E **Delivery**
配送

Arrange / scheduling to use delivery service just in time （especially when orders are peaking）
管理/規畫即時配送服務（特別是訂單高峰時）

1	2	3	4	5	NA

Lack of online tracking system of delivery package across-border
缺乏對於跨境配送產品的線上追蹤系統

1	2	3	4	5	NA

Lack of cheap/affordable international delivery service company in your economy
國內缺乏便宜/可負擔的國際配送服務

1	2	3	4	5	NA

Dealing with problems related to broken or lost package
處理包裹毀壞或遺失等問題

1	2	3	4	5	NA

Complex and slow procedure to process returned package
退貨流程繁瑣且緩慢

1	2	3	4	5	NA

F **Post-sales**
售後服務

Formulate warranty, return/replacement or cancellation policies.
制定退換貨或取消的相關保證政策

1	2	3	4	5	NA

Formulate dispute settlement policies
制定爭端解決的政策

1	2	3	4	5	NA

Cost for returning and refunding
退貨及退款的成本

1	2	3	4	5	NA

G **Customer Management**
顧客管理

Lack of efficient mechanism to collect customer enquiry/feedback and response
缺乏有效收集顧客意見及回饋的機制

1	2	3	4	5	NA

Dealing with losses due to returns/cancellations caused by customer's fault or mistake
處理因顧客方錯誤而導致退貨/取消的損失

1	2	3	4	5	NA

Lack of staff for customer service management / complaints
缺乏管理顧客服務之人員

1	2	3	4	5	NA

H **Others**
其他

Cost of setting up and maintaining a website
架設及管理網站的費用

1	2	3	4	5	NA

Complexity of setting up and maintaining a website
架設及維持網站的複雜程度

1	2	3	4	5	NA

Cost of obtaining a website domain
取得網站網域的費用

1	2	3	4	5	NA

Difficulty of obtaining a website domain
取得網站網域的困難程度

1	2	3	4	5	NA

Legal and regulatory framework to sustain and expand the e-commerce operation
為持續拓展電子商務的法律及規範架構

Please rate the degree of burden （ e.g. in terms of cost, time, and/or process） associated with the following activities.

（ 1=Not burdensome at all, 5=Very burdensome, NA=Not Applicable ）
請就以下活動中依不同的負擔做評估 （1=沒有任何負擔，5=非常有負擔，NA=不適用）

A **Products**
產品

Complying with technical or sanitary standards （ TBT/SPS） for products in destination economy
產品符合目標市場的科技或公共衛生要求（TBT/SPS）

1	2	3	4	5	NA

Cost to register products to ensure Intelectual Property Rights （ IPR） protection in different economies
在不同市場對產品註冊智慧財產權（IPR）保障的費用

1	2	3	4	5	NA

Losses caused by lack of legal system for preventing or addressing increasing IP infringement of products
因缺乏預防或處理產品侵權問題的法律機制所造成之損失

1	2	3	4	5	NA

B **Safety and privacy**
安全及隱私

Adhering and conforming to data privacy rules in different economies
遵守不同會員體的資料隱私規則

1	2	3	4	5	NA

C **Customs clearance**
報關

Complex and/or slow procedure and system for customs clearance in destination economies
顧客在目標市場裡報關時遇到繁瑣且費時的程序

1	2	3	4	5	NA

Non-transparent and unpredictable treatment by customs clearance authority in destination economies
目標市場對於報關的不透明性及不可預料性

1	2	3	4	5	NA

Costly （due to too high fee） customs clearance procedure
昂貴的報關程序

1	2	3	4	5	NA

Lack of infromation or clear guideline for customs procedure
缺乏海關程序的相關資訊或明確準則

1	2	3	4	5	NA

D **Tax and tariff**
稅收及關稅

Application of high duties and taxes in destination economies
目標市場的高關稅及稅收

1	2	3	4	5	NA

Lack of knowledge and information on how to get tariff exemption （e.g. FTA preference）
缺乏如何獲得關稅豁免（如 FTA 優惠）的相關資訊及知識

1	2	3	4	5	NA

E **Other**
其他

Adhering to other rules and regulations （e.g. relating to environment, labour standards, security）
遵守其他規章制度（如環境、勞工標準、安全）

1	2	3	4	5	NA

4 Government support necessary to sustain and expand the e-commerce operation
政府支持持續展持電子商務運作之必要作為

Please rate the degree of necessity of the following government supports.
（1=Not necessary at all, 5=Very needed, NA=Not Applicable）
請就下列政府支持作為依必要性高低做評估
（1=完全不需要，5=非常需要，NA=不適用）

Establish one-stop government authority that can provide a wide range of supports all together

政府成立一個專門提供相關支援服務的部門

1	2	3	4	5	N A

Easier access to funding for scaling up business
更簡單取得增加業務時的資金

1	2	3	4	5	N A

Seeking and hiring more skilled and experienced personnel as staff
尋找及聘用具有較高技術或具經驗的人員

1	2	3	4	5	N A

Training specialized and skillful human resource for e-commerce operation
訓練電子商務營運的專門和技能人力資源

1	2	3	4	5	N A

Improving logistics infrastructure （e.g. transportation for cross-border delivery）
改善物流結構（境

1	2	3	4	5	N A

Higher level of *de minimis value* under which tax and tariff can be exempted （e.g. from 100 USD to 150 USD）
稅收及關稅可以提高豁免的微量值（如從 100 美元提高至 150 美元）

1	2	3	4	5	N A

Support for promotion and marketing of company and products
支援公司及產品的宣傳及行銷活動

1	2	3	4	5	N A

Support for online-offline operation
支援線上及離線的營運

1	2	3	4	5	N A

Support for localization in overseas market （e.g. obtaining technical standards approval）
支援海外市場在地化（如取得技術標準的批准）

1	2	3	4	5	N A

5 Potential cross-border e-commerce companies 潛在跨境電子商務公司

If your company is not currently operating cross-border e-commerce, please tick all applicable choices.
如果貴公司目前並無營運跨境電子商務相關活動，請選出合適的選項

國內市場已經足夠
Domestic market is large enough

_____

即便沒有電子商務，公司營運依然不受影響
My business is doing just fine even without e-commerce

_____

公司規模太小以致無法發展跨境電子商務營運
My business is too small to start cross-border e-commerce operation _____

主要顧客並不擅長電腦等相關技能
My customers' online skills are generally poor _____
主要顧客傾向於實體交易
My customers prefere to interact offline than online _____
公司產品並不適合做跨境電子交易（例如：易碎性、太重、或需要更高的規範）
My product is not suitable for cross-border e-commerce （e.g. fragile, too heavy, highly regulated, etc.）
_____
我不知道如何建立電子商務網站及（或）加入第三方市場及平台，作為賣家
I do not know how to make e-commerce website and/or join third-party marketplace or platforms as seller
_____
其他原因
Any other reasons _

附件七　(問卷)業者從事跨境電子商務/數位貿易面臨之負擔調查

1. 貴單位在臺灣從事電子商務及其他國家進行電子商務跨境貿易面臨在地化和技術要求之負擔程度為何？

*本調查所指之其他國家為貴公司主要目標市場。

(請以 0~5 表示負擔程度，0=不構成負擔、1=低度負擔、2=負擔程度中等、3=負擔程度偏高、4=重大負擔、5=未曾面臨此問題)

	要求項目	在臺負擔程度	在他國負擔程度
1.1	要求當地設置據點(如分公司、子公司或辦事處)		
1.2	對重要人事(如董監事或主管)要求國籍限制		
1.3	要求當地設置數據中心/資料庫		
1.4	要求內容或技術須在地化/自製率要求		
1.5	對電子商務實體設備或服務有特殊標準		
1.6	強迫技術移轉		
1.7	其他_____		

2. 貴單位在臺灣從事電子商務及其他國家進行電子商務跨境貿易面臨消費者保護與網路安全要求之負擔程度為何？

*本調查所指之其他國家為貴公司主要目標市場。

(請以 0~5 表示負擔程度，0=不構成負擔、1=低度負擔、2=負擔程度中等、3=負擔程度偏高、4=重大負擔、5=未曾面臨此問題)

	要求項目	在臺負擔程度	在他國負擔程度
2.1	消費者者保護制度		
2.2	個人隱私保護監管制度		
2.3	網路安全制度(如商業秘密竊取)		
2.4	數據/資料跨境移動限制		
2.5	其他_____		

3. 貴單位在臺灣從事電子商務及其他國家進行電子商務跨境貿易面臨公部門管制和規範要求之負擔程度為何？

*本調查所指之其他國家為貴公司主要目標市場。

(請以 0~5 表示負擔程度，0=不構成負擔、1=低度負擔、2=負擔程度中等、3=負擔程度偏高、4=重大負擔、5=未曾面臨此問題)

	要求項目	在臺負擔程度	在他國負擔程度
3.1	數位內容須經公部門事前審查		
3.2	營運第三方平台之法律責任不明確		
3.3	電子支付規範欠缺/不明確		
3.4	電子支付選擇有限		
3.5	政府法規和標準不透明		
3.6	該國符合性評估程序繁瑣		
3.7	外匯管制		
3.8	通關程序及其他關務措施		
3.9	其他_____		

4. 貴單位在臺灣從事電子商務及其他國家進行電子商務跨境貿易面臨市場開放限制之負擔程度？

*本調查所指之其他國家為貴公司主要目標市場。

(請以 0~5 表示負擔程度，0=不構成負擔、1=低度負擔、2=負擔程度中等、3=負擔程度偏高、4=重大負擔、5=未曾面臨此問題)

	要求項目	在臺負擔程度	在他國負擔程度
4.1	對電子交易課徵營業稅和加值稅等稅賦		
4.2	對實體數位產品課徵關稅(數位產品指燒錄在載具上的影音、軟體等)		
4.3	小包裹與個人用品適用免關稅的規範門檻		
4.4	對服務及投資限制		
	4.4.1 取得經營許可		
	4.4.2 銷售項目(藥品、煙酒等)/銷售額		
	4.4.3 貿易及銷售管道限制		
	4.4.4 外人持股/合資要求		
	4.4.5 據點數目限制		
4.5	其他_____		

5. 貴單位在臺灣從事電子商務及其他國家進行電子商務跨境貿易面臨環境建構不健全之負擔程度為何？

*本調查所指之其他國家為貴公司主要目標市場。

(請以 0~5 表示負擔程度，0=不構成負擔、1=低度負擔、2=負擔程度中等、3=負擔程度偏高、4=重大負擔、5=未曾面臨此問題)

	要求項目	在臺負擔程度	在他國負擔程度
5.1	電子簽章效力不確定		
5.2	欠缺無紙化貿易機制		
5.3	網路基礎建設不足		
5.4	網路自由與開放限制		
5.5	網路安全性不足		
5.6	數位著作權保護不足		
5.7	數位商標權保護不足		
5.8	其他_____		

6. 貴單位曾經往來的客戶來自於那些國家？（請勾選，可複選）

□印尼	□菲律賓	□泰國	□馬來西亞	□新加坡	□汶萊
□越南	□緬甸	□柬埔寨	□寮國	□印度	□巴基斯坦
□孟加拉	□尼泊爾	□斯里蘭卡	□不丹	□澳洲	□紐西蘭
□日本	□韓國	□香港	□中國大陸	□美國	□加拿大
□歐盟：(請自填國家) _____					
□其他歐洲國家：(請自填國家) _____					
□非洲國家：(請自填國家) _____					
□中南美洲國家：(請自填國家) _____					
其他： _____					

7. 貴單位在下列哪些國家中面臨如前述第 1~5 題所提到的障礙(在地化和技術要求、消費者保護與網路安全要求、公部門管制和規範要求、市場開放限制、環境建構不健全)？（請勾選，可複選）

□印尼	□菲律賓	□泰國	□馬來西亞	□新加坡	□汶萊
□越南	□緬甸	□柬埔寨	□寮國	□印度	□巴基斯坦
□孟加拉	□尼泊爾	□斯里蘭卡	□不丹	□澳洲	□紐西蘭
□日本	□韓國	□香港	□中國大陸	□美國	□加拿大
□歐盟：(請自填國家) _____					
□其他歐洲國家：(請自填國家) _____					
□非洲國家：(請自填國家) _____					
□中南美洲國家：(請自填國家) _____					
其他： _____					

8. 貴單位在哪些國家因為面臨第 1~5 題中一項或多項障礙而不再有業務往來？（請勾選，可複選）

□印尼	□菲律賓	□泰國	□馬來西亞	□新加坡	□汶萊
□越南	□緬甸	□柬埔寨	□寮國	□印度	□巴基斯坦
□孟加拉	□尼泊爾	□斯里蘭卡	□不丹	□澳洲	□紐西蘭
□日本	□韓國	□香港	□中國大陸	□美國	□加拿大
□歐盟：(請自填國家) _____					
□其他歐洲國家：(請自填國家) _____					
□非洲國家：(請自填國家) _____					
□中南美洲國家：(請自填國家) _____					
其他： _____					

9. 貴單位對於我國數位貿易相關之整體規範政策評比為何？（請以 1-5 評分，1=非常不健全；2=不健全；3=普通；4=健全；5=非常健全）

	我國規範政策評比
安全的數位基礎建設	
運作相容與安全的平台	
寬頻普及近用	
整體性的政府網路經濟政策架構	
雲端優先的政府議程	
資料傳輸、隱私、保護及交易的區域法規對等體制	
無縫跨境資料流通	
實現共通之個人數位認證	
網路經濟衡量標準	
公開資料計畫	
公民皆成為有數位識能的網路經濟參與者	
洽簽經貿協定(如 TPP 等)	
其他_____	

10.貴單位期待我國政府在協助業者從事數位貿易上所應扮演的角色為何？請您以 1-3 排序表示政府需協助之優先性。（1=重要且緊急；2=重要但不緊急；3=不重要且不緊急）

	政府協助之優先性
安全的數位基礎建設	
運作相容與安全的平台	
寬頻普及近用	
整體性的政府網路經濟政策架構	
雲端優先的政府議程	
資料傳輸、隱私、保護及交易的區域法規對等體制	
無縫跨境資料流通	
實現共通之個人數位認證	
網路經濟衡量標準	
公開資料計畫	
公民皆成為有數位識能的網路經濟參與者	
洽簽經貿協定(如 TPP 等)	
其他_____	

11.對於政府在協助消除貴單位面臨跨境數位貿易重大負擔之建議？

附件八　期初會議審查意見回覆表

審查意見	中經院回覆
國家發展委員會綜合規劃處張處長惠娟	
1. APEC及WTO對於「digital trade」、「digital economy」、「internet economy」及「e-commerce」定義不同，請先釐清前揭名詞之範疇及本研究報告所處理部分，例如是否包含「使能科技」（enabling technology）及製造業（如broadband建設）？或僅處理「虛擬世界」之行為、商貿相關議題（如安全性、隱私權）等。	謝謝建議。隨著對數位經濟貿易理解之進化，政策倡導者已經使用各種術語來界定，包括電子貿易（e-trade）、電子商務（e-commerce）、數位貿易（digital trade）等等。WTO總理事會在1998年建立電子商務工作計畫決議（WT/L/274）中，將電子商務（electronic commerce，簡稱e-commerce）一詞定義為廣泛涵蓋所有這些概念，亦即「透過電子方式製作、配銷、行銷、販售或交付貨物和服務」。APEC目前在PSU研究報告中，依據AT Kearney提出之網際網路價值鏈，認為數位貿易不等於電子商務，電子商務僅為其中一環，而數位市場比網際網路市場更大，其包括在交易過程中可能不會使用網路的數位產品。（請見第三章第三節）。本研究調查對象請見本研究第四章規劃。
2. 主計總處目前行業分類與數位貿易發展之分類有落差，爰請於確認定義範疇後，再進行業別調查方較能反映實況，且本研究建議業別以製造業為主，亦可參酌麥肯錫（McKinsey）所做行業分類進行調整。	謝謝建議。請見本研究第四章規劃。
財團法人資訊工業策進會國際處許組長玠為（代表蕭處長美麗出席）	
1. 資通訊快速發展，數位貿易比重將大幅提升，我政府提出的「數位國家・創新經濟發展方案（簡稱DIGI+方案）」，期望在2025年時，數位經濟規模能成長至新台幣6.5兆元，佔GDP比重則要從2014年20.5%成長至29.9%，其中來自數位貿易的貢獻比例甚大。建議本研究除就因應外在衝擊的角度進行研析外，亦應從國家整體經濟及數位經濟發展之宏觀角度，對臺灣在數位貿易領域的發展策略與目標提出建議，以作為國家建構數位貿易管理機制之參考。	謝謝建議。本研究會納入期末報告建議。
2. 我國發展數位經濟之推動架構甚為複雜，本研究報告可試釐清各單位權責、相關法規內容及其協同合作關係，並整理成簡要文件，供業者參考，俾利進行有效的業者調查。	謝謝建議。本研究已重擬章節架構，會從專家訪談瞭解相關法規後納入期末報告建議。
3. 建議研究團隊翻譯相關國際組織探討數位貿易議題之專有名詞時應精確，例如	謝謝建議。本研究已修正用語。

Privacy Recognition for Processors System，報告中譯為「個人資料行為機關隱私識別體系」，然其似更趨近於建立「隱私保護認證體系」之意。	
國家通訊傳播委員會鄭專員秀綾	
1. 本研究使用問卷調查，從產業面角度探討業者所遭遇之國際數位貿易障礙，而非如以往著重探討傳統電信服務業和資訊業對數位貿易規範之因應。本會建議在既有基礎下擴展調查之產業範圍，尤以新興產業，例如無店面零售業及網路新創產業為主。	謝謝建議。請見本研究第四章規劃。
2. 國際領域對數位貿易之規範和探討： （1） 除探討WTO及APEC等國際組織外，亦可整理OECD對數位貿易之研究，如「數位經濟展望年報」（OECD Digital Economy Outlook） （2）川普上任後，美國貿易政策方向已有所改變，其對於數位貿易之政策走向（如避免當地化要求所構成數位貿易障礙之議題）亦值得密切注意。	謝謝建議。本研究參考相關報告和政策納入期末報告建議。
經濟部商業司呂科員靜忻	
1. 若干業別如餐飲、批發可能較不易進行跨境貿易，建議研究團隊應預設各行業問卷回收之有效樣本數。另問卷內容及用語應簡明易懂，以增加業者回覆之準確性。	謝謝建議。請見本研究第四章規劃。
經濟部國際貿易局林副組長寶蓮	
1. 研究團隊曾於上（105）年模擬美國數位貿易問卷調查表予國內業者填寫，部分業者曾表示不易準確答復，爰請以淺顯易懂文字設計問卷題目並先與業者溝通。另除參考美國設計之問卷外，應依據我國產業之特性（中小企業）構思問題，以確實了解我國廠商參與電子商務面臨之障礙。	謝謝建議。請見本研究第四章規劃。
2. 本研究第三章第一節「我國數位經濟發展之策略規劃和推動方案分析」，請研究團隊多蒐集業界情形及產業現況，作為我國研擬立場及政策建議參考。	謝謝建議。本研究已重擬章節架構。
3. 有關報告第9頁對於「數位貿易」（digital trade）之定義，宜增補WTO文件（WT/L/274）對「電子商務」（e-commerce）之定義（the production, distribution, marketing, sale or delivery of goods and services by electronic means），	謝謝建議。隨著對數位經濟貿易理解之進化，政策倡導者已經使用各種術語來界定，包括電子貿易（e-trade）、電子商務（e-commerce）、數位貿易（digital trade）等等。WTO總理事會在1998年建立電子商務工作計畫決議（WT/L/274）中，將電子商務（electronic commerce，簡稱e-commerce）一

	並補充說明電子商務與數位貿易之差異，此亦為APEC持續探討之議題。	詞定義為廣泛涵蓋所有這些概念，亦即「透過電子方式製作、配銷、行銷、販售或交付貨物和服務」。至於APEC目前在PSU研究報告中，依據AT Kearney提出之網際網路價值鏈，認為數位貿易不等於電子商務，電子商務僅為其中一環，而數位市場比網際網路市場更大，其包括在交易過程中可能不會使用網路的數位產品。
4.	第10頁倒數第4行「在電子商務工作計畫要解決的貿易政策挑戰，主要有四大項目…」，應說明此為參考歐盟及加拿大等WTO會員電子商務提案之分類。	謝謝建議。本研究已修正內容。
5.	第11頁有關APEC探討數位貿易議題和成員國立場，宜補充說明APEC近2年探討數位貿易之相關文件，例如「PSU Study on Facilitating Digital Trade for Inclusive Growth: Key Issues in Promoting Digital Trade inAPEC, Jan.2017」。	謝謝建議。本研究已納入參考，請見第三章第三節。
6.	本研究規劃調查「電信」及「資訊」業者對於國際數位貿易新規範和動向之掌握程度，及我國「出口零售商」及「文創企業」使用資訊科技與進行電子商務交易之程度，鑒於數位貿易涉及層面廣泛，包含金流及物流等業者，建議考量我國行業發展特性及數位貿易發展現況，調整問卷調查對象。	謝謝建議。請見本研究第四章規劃。
7.	詳細文字修訂及專有名詞調整部分請依紙本意見修正。	謝謝建議。本研究遵照辦理。

附件九　期中會議審查意見回覆表

審查意見	中經院回覆
國家發展委員會綜合規畫處張惠娟處長	
一、研究團隊之期中報告資料蒐集相當豐富，值得肯定。	謝謝建議。
二、APEC領域討論數位／網際網路經濟的路徑圖將於8月底會議再行討論（Ad Hoc Steering Group on Internet／Digital Economy），原有關路徑圖所訂之領域內容，需掌握最新進展，因其內容將引導未來APEC討論之方向。	謝謝建議，按意見補充研究內容於第二章第APEC探討數位貿易議題分析中。
三、駐WTO常任代表團朱大使上任後，對此有不少著力，不知進展如何？	謝謝建議，按意見補充研究內容於第二和三章中。
四、法規制定部分，WTO以規則制定為主，惟討論進展不大，而各國政府也難預測未來數位貿易之發展，爰制定法令的方法難以有明確做法；現行政院一面思考法規鬆綁，另一面又思考數位經濟發展基本法。我們期待看到研究團隊的調查結果，能反映業者看法。	謝謝建議，我國相關法規太龐大，難以在本研究中進行。本研究按意見在問卷中增加問項：「對於我國數位貿易相關之整體規範政策評比為何」以及「期待我國政府協助業者從事數位貿易之優先性為何」。
五、有關報告中所提我國數位貿易發展2015與2011情況差不多一節，提醒此應為主計總處普查的結果，有時間上的落差，以數位貿易發展之快速，此資料之引用需審慎。	謝謝建議，按意見調整研究內容。此資料只是反應我國的部分現況，已經不影響調查的對象選擇。
六、另有關期中報告內容有幾處文字請處理： (一)　第50頁：「WTO於3月14日…討論…」部份，請述明年度。	謝謝建議，第二章第四節重新調整。
(二)　第64頁：USTR「歸納TPP內與倡議數位經濟發展相關規範主要有下列24項」…，即「digital 2 dozen」，應可逕將該名稱列出。	謝謝建議，按意見修改為「digital 2 dozen」。
(三)　第113頁:提到APEC之CTI工作，但在同時，其上位之AHSGIE進展更具指導原則，建議此節要列入相關工作進展。	謝謝建議，此處CTI工作計畫表係僅針對問卷調查所為之工作。有關AHSGIE進展於第二章APEC探討數位貿易議題分析中。
七、政府在各種規範上難以做到完整，而外交部相當重視多邊和區域經貿發展，因此希望團隊於後續企業調查中，先給一個整體原則就好，讓業者得以回覆。由於過往沒有做過完整的研究，臺灣在APEC和WTO的決策背後其實依靠的只有經驗。若業界對於國際議題也能夠稍微了解，並且能夠提出自身看法，便能夠讓政府了解業界的想法。	謝謝建議，本研究按意見在問卷中增加問項：「對於我國數位貿易相關之整體規範政策評比為何」以及「期待我國政府協助業者從事數位貿易之優先性為何」。
資策會國際處蕭處長美麗	
一、敬佩中經院蒐集整理此報告，物超所值，非	謝謝建議。

審查意見	中經院回覆
常不容易。	
二、我國電子商務的發展在法令、信賴機制上發展與先進國家亦步亦趨，對隱私、個人資料保護、第三方電子支付等法規非常先進，一點都不會落後於先進國家，尤其是金管會保護金融機構，我合理懷疑此法令雖保護了既有金融機構，卻也阻礙網路服務業者，拖慢我國電子商務的發展與國際化，業者大多希望政府不要設限太多。	謝謝建議。
三、我國微中小企業佔97%以上，在數位貿易市場以小而美的競爭模式，有如小魚對待大鯨魚，因此必須了解APEC與WTO等國際組織以及相關雙邊協商，針對APEC網路經濟指導原則草案之特定11項(或其中若干項目)，分析、掌握我國廠商之強勢與弱勢，評析這些項目或提案對我國的影響，並事先提供智庫意見給貿易局、外交部，作為談判或參加國際組織的基礎。	謝謝建議，按意見補充研究內容於第二章第APEC探討數位貿易議題分析中。
四、電子商務與貿易元素一定會越來越融合，我們處理的大原則是保護中小企業、鼓勵開放，而非設立更多貿易壁壘。	謝謝建議。
五、數位貿易問題非常紛雜，政府官員在國際組織中需要有智庫支持，建議今後有更多此類重要的研究計畫，以協助政府機構參與及因應對外的談判與議題。	謝謝建議。
中華民國對外貿易發展協會網路行銷中心陳副主任鈴君	
一、建議可參考美國、歐盟、APEC之相關調查，加強本專案之問卷廣度及深度。例如：請受訪者針對今年、去年及明年於數位貿易之支出與收益進行比較及預測以分析產業趨勢、請受訪者預測數位貿易障礙移除後的受益程度、分析受訪者進行數位貿易各階段障礙之程度，或調查受訪者期望政府從政策給予什麼幫助等。	謝謝建議，本問卷調查以業者從事跨境電子商務數位貿易面臨之負擔為主，包含下列11個問題：1、貴單位在臺灣從事電子商務及其他國家進行電子商務跨境貿易面臨在地化和技術要求之負擔程度為何？2、貴單位在臺灣從事電子商務及其他國家進行電子商務跨境貿易面臨消費者保護與網路安全要求之負擔程度為何？3、貴單位在臺灣從事電子商務及其他國家進行電子商務跨境貿易面臨公部門管制和規範要求之負擔程度為何？4、貴單位在臺灣從事電子商務及其他國家進行電子商務跨境貿易面臨市場開放限制之負擔程度？5、貴單位在臺灣從事電子商務及其他國家進行電子商務跨境貿易面臨環境建構不健全之負擔程度為何？6、貴單位曾經往來的客戶來自於那些國家？7、貴單位在下列哪些國家中面臨如前述第1~5題所提到的障礙(在地化和技術要求、消費者保護與網路安全要求、公部門管制和規範要求、市場開放限制、環境建構不健全)？8、貴單位在哪些國家因為面臨

審查意見	中經院回覆
	第 1~5 題中一項或多項障礙而不再有業務往來？9、貴單位對於我國數位貿易相關之整體規範政策評比為何？10、貴單位期待我國政府在協助業者從事數位貿易上所應扮演的角色為何？請您排序表示政府需協助之優先性。11、對於政府在協助消除貴單位面臨跨境數位貿易重大負擔之建議？
二、除了問卷之外，建議配合現有經濟數據或跨國電商貿易糾紛之案例研究。	謝謝建議，本問卷調查以業者從事跨境電子商務數位貿易面臨之負擔為主進行相關分析。根據業者回覆意見，並未提及跨國糾紛問題。
經濟部國際貿易局多邊貿易組林副組長寶蓮、邱科員川慈	
一、 第 16 頁：巴西提案(JOB/GC/98)係針對歐盟、加拿大等 11 國第 1 版提案(JOB/GC/97)之元素提出考量(最新版為 JOB/GC/116/Rev.1，詳第 21 頁)，建議說明參照第 21 頁。	謝謝建議，按意見調整文字。
二、 第 31 頁：「韓國和南非表達支持，但印度、南非、ACP 國認為在考量新議題前，應先處理杜哈工作計畫下待決之既定議題。」請再予確認南非之立場。	謝謝建議，南非支持歐盟提出之討論議題，同時希望在考量這些新議題前，應先處理杜哈工作計畫下待決之既定議題。
三、 第 32 頁：鑒於 2008 年 11 月第 20 屆年度部長會議聯合聲明不僅討論智慧財產權及數位經濟，建議調整文字以避免誤會。	謝謝建議，按意見調整文字。
四、 第 33 頁：建議調整跨境隱私規則體系說明如下： 為協助 APEC 會員體發展有效的個人資料隱私保護措施，以確保跨境資料自由流通，APEC 於 2004 年及 2007 年分別通過「APEC 隱私架構」(APEC Privacy Framework)及「資料隱私保護開路者倡議實驗計畫」(Data Privacy Pathfinder projects)，2011 年 APEC 經濟領袖會議進一步宣示推動執行「跨境隱私保護規則體系」(Cross Border Privacy Rules System, CBPR System)，俾建立一套透明、一致的個人資料隱私保護規範，以減少跨境資料移轉之障礙，強化消費者隱私以及促進區域資料隱私架構之互通性。2016 年年度部長聲明中承認 CBPR System 之重要性，尋求會員體擴大參與該項以自願性機制為基礎之體制，並支持包括能力建構在內之合作。2016 年領袖宣言重申執行 CBPR System 之重要性，將尋求更多會員體、當責機構(Accountability Agent, AA)及公司加入該體系。	謝謝建議，按意見調整研究內容。
五、 第 34 頁：建議可參考本局出席 APEC 會	謝謝建議，將按意見調整研究內容，於期末報告

審查意見	中經院回覆
議之相關出國報告，2015 年美國於 APEC 會中提出「促進數位貿易(Facilitating Digital Trade)」倡議，並依會員體意見修改名稱為「推動『為包容性成長促進數位貿易』作為潛在下世代貿易及投資議題之工作計畫」倡議，旨在確認促進數位貿易之障礙。2016 年提出「將數位貿易列為下世代議題(Proposal for Digital Trade as a Next Generation Trade and Investment Issue)」及「2017 年推動下階段數位貿易工作(Next Steps for Advancing Work on Digital Trade in 2017)」。	呈現。
六、 第 35 頁第 1 段及第 38 頁第 2 段：有關網路經濟特別指導小組(AHSGIE)之目標，主要為完成「APEC 網路及數位經濟路徑圖」，一般上較少討論跨境隱私保護議題。	謝謝建議，按意見調整研究內容。
七、 第 51、54 頁：「WTO 3 月 14 日至 17 日服務貿易理事會例會討論電子商務及國內規章議題之各國提案」該節放置於「第四節數位貿易障礙分析」似不適當，另建議刪除 3 月 14 日 WPDR、國內規章工作小組會議討論重點及印度服務貿易協定段落。	謝謝建議，第三章第四節重新調整研究內容。
八、 第 53 頁：「在 WTO 貿易便捷化協定（TFA）即將達到生效之際」，鑒於 TFA 已於今年 2 月 22 日起生效實施，應予修正。	謝謝建議，第三章第四節重新調整研究內容。
九、 第 84 頁：請說明「第二節 WTO 電子商務工作方案提案之各國立場」僅列出中國大陸及巴基斯坦(JOB/SERV/243/REV.1)、墨西哥、印尼等會員(JOB/GC/99)及巴西、智利等會員(JOB/GC/87)所提之三份文件原因。	謝謝建議，第三章第四節重新調整研究內容。
十、 第 93 頁：請依據 WTO 秘書處修正之我國電子商務專題研討會議程（RD/SERV/256/Rev.2）更新最新進展。	謝謝建議，按意見補充研究內容於第二章第三節。
十一、 第 132 頁： (一) 「因此，我們建議選擇調查對象是……」請補充與前段美國與歐盟選擇調查對象之關係。	謝謝建議，本研究參考美國、歐盟和 APEC 調查問卷問項之後，尋找適合我國產業現況的調查方式，由於我國目的是要知道我國業者進行跨境電子商務/數位貿易會遭遇的障礙及困難，以及國際談判涉及的跨境電子商務/數位貿易看法。因此，調查對象就必須是其業務性質需要涉及國際事務的企業，故我們選擇的調查對象以網際網路價值鏈上提供線上服務和加值技術服務業者為主。
(二) 「我們建議選擇調查對象是製造業、批發零售業、市場交易平台供應商、價格比較工具供應商、支付系統供應商、第二類電信業者。」依據第 136 頁所述，建議更清楚說明問卷調查以「製造業、批發零售業」為對象，專家座	謝謝建議，本調查以訪談為主，問卷為輔之方式進行，鎖定對象為業務類別涉及國際事務者，並依據 APEC 採用 AT Kearney 之網際網路價值鏈概念，以我國從事線上服務（Online Services，含電子商務、娛樂、搜尋引擎、資料庫、社群、通訊、

審查意見	中經院回覆
談會或訪談對象則為「市場交易平台供應商、價格比較工具供應商、支付系統供應商、第二類電信業者」。	雲端、其他）以及加值技術服務（Enabling Technology/Services，含網站設計、管理、開發、內容傳送、M2M 機器與機器間資料交換、廣告、支付平台）知名業者為主。
十二、　第 133 頁： (一)　「其中，製造業和批發零售業以電腦-電子產品及光學製造業批發…」，請補充選取前述產業別的原因；另外，依據 127 頁表 4-3-2，宜補充說明問卷調查對象略過第 5 大子行業石油及煤製品製造業，而選擇第 6 大機械器具批發業與第 7 大其他無店面零售業之原因。	謝謝建議，本調查對象為必須是其業務性質涉及國際事務的企業，並依據 APEC 採用 AT Kearney 之網際網路價值鏈概念，以我國從事線上服務（Online Services，含電子商務、娛樂、搜尋引擎、資料庫、社群、通訊、雲端、其他）以及加值技術服務（Enabling Technology/Services，含網站設計、管理、開發、內容傳送、M2M 機器與機器間資料交換、廣告、支付平台）知名業者為主。
(二)「案例研究對象是市場交易平台供應商…」，請補充選取前述廠商為案例研究對象之原因。	謝謝建議，本研究參考美國和歐盟做法，鎖定調查對象為必須是其業務性質涉及國際事務的企業。
十三、　第 135 頁：「請評估對於貴公司現行能力透過網際網路進行跨境商業交易可能會遭遇的障礙程度(可指名國家)?」，表格同時要回答障礙程度，0(無)至 5(最大)，以及指明特定國家，會有混淆填答者之虞。例如填答者在多個國家從事電子交易，可能對各個國家評估的障礙程度不同。因此建議比照美國問卷設計的方式，如第 152 頁，先問遭遇到的障礙程度，再讓填答者指出國家，避免同時回答兩個問題以致填答者混淆。另外評估面臨的障礙程度由 0(無)至 5(最大)，其中 0(無)的敘述，建議改為 0(並非障礙)。	謝謝建議，本問卷調查以業者從事跨境電子商務數位貿易面臨之負擔為主，包含下列 11 個問題：1、貴單位在臺灣從事電子商務及其他國家進行電子商務跨境貿易面臨在地化和技術要求之負擔程度為何？2、貴單位在臺灣從事電子商務及其他國家進行電子商務跨境貿易面臨消費者保護與網路安全要求之負擔程度為何？3、貴單位在臺灣從事電子商務及其他國家進行電子商務跨境貿易面臨公部門管制和規範要求之負擔程度為何？4、貴單位在臺灣從事電子商務及其他國家進行電子商務跨境貿易面臨市場開放限制之負擔程度？5、貴單位在臺灣從事電子商務及其他國家進行電子商務跨境貿易面臨環境建構不健全之負擔程度為何？6、貴單位曾經往來的客戶來自於那些國家？7、貴單位在下列哪些國家中面臨如前述第 1~5 題所提到的障礙(在地化和技術要求、消費者保護與網路安全要求、公部門管制和規範要求、市場開放限制、環境建構不健全)？8、貴單位在哪些國家因為面臨第 1~5 題中一項或多項障礙而不再有業務往來？9、貴單位對於我國數位貿易相關之整體規範政策評比為何？10、貴單位期待我國政府在協助業者從事數位貿易上所應扮演的角色為何？請您排序表示政府需協助之優先性。11、對於政府在協助消除貴單位面臨跨境數位貿易重大負擔之建議？

審查意見	中經院回覆
十四、 第 137 頁： (一)「專家對象名單...」，建議增加電子商務平台(B2B2C)-蝦皮商城，C2C-蝦皮拍賣。	謝謝建議，本次調查以我國從事線上服務和加值技術服務知名業者為主，無法約訪到本土業者的類型，方輔以邀請外商協助調查。
(二)「在問卷調查方面，...，每個行業郵寄送 100 家，以紙本和線上填答同時進行。」查美國調查方法是以隨機分層抽樣，此方法可以依據各產業的規模，例如依公司家數或營業額，決定抽取樣本。且我國產業彼此家數與規模不盡相同，建議依各產業規模或是電子商務銷售金額採分層隨機抽樣，此抽樣方法會比每個子行業各抽 100 家更具代表性。	謝謝建議，本研究在先行訪談時發現調查問題橫跨公司不同部門，須調查高層主管方有全面性了解，因此本調查以訪談為主，問卷為輔之方式進行個案分析，不進行大規模問卷調查。調查對象係依據 APEC 採用 AT Kearney 之網際網路價值鏈概念，以我國從事線上服務以及加值技術服務知名業者為主，各類型最少調查 1 名業者。
(三)為顧及製造業可能委託代理進行銷售，而不自行使用電子商務開店平台進行跨境電子商務交易，故將調查製造業的部分問卷量分配給下列「電腦及其週邊設備-軟體批發業、化學材料批發業、未分類其他專賣批發業和電子設備及其零組件批發業。」請說明如何選定上述 4 業別？	謝謝建議。本調查對象為必須是其業務性質涉及國際事務的企業，並依據 APEC 採用 AT Kearney 之網際網路價值鏈概念，以我國從事線上服務（Online Services，含電子商務、娛樂、搜尋引擎、資料庫、社群、通訊、雲端、其他）以及加值技術服務（Enabling Technology/Services，含網站設計、管理、開發、內容傳送、M2M 機器與機器間資料交換、廣告、支付平台）知名業者為主。
十五、 其他修正： (一) 建議統一 ECSG 會議中文名稱為電子商務指導小組；CBPR 中文名稱為跨境隱私保護規則。	謝謝建議，按意見統一文字。
(二) 第 18 頁：JOB/GC/110。	謝謝建議，按意見修改文字。
(三) 第 29 頁：基礎建設和知識不足。	謝謝建議，按意見修改文字。
(四) 第 30 頁：「機關跨境合作打擊非法商業行為亦會促使各國措施依據同一原則」，應修正為「若各國措施依據共同原則，將有助各國機關跨境合作打擊非法商業行為」。	謝謝建議，按意見修改文字。
(五) 第 31 頁：2011 年 11 月 25 日，應為 2016 年。	謝謝建議，按意見修改文字。
(六) 第 33 頁：建議可參考 APEC 會議相關出國報告，將網際網路經濟專案指導小組名稱修改為網路經濟特別指導小組(AHSGIE)。	謝謝建議，按意見統一文字。
(七) 第 89 頁：臺灣建議在服務貿易理事會下組織。	謝謝建議，按意見修改文字。

審查意見	中經院回覆
國家通訊傳播委員會黃專員婉涵	
一、依我國慣用說法，建議統一將「網絡」改為「網路」，如電信網路、網際網路、網路經濟等。	謝謝建議，按意見修改文字。
二、第 23 頁「非應邀通訊」應係譯自 unsolicited communications，建議改成「未經請求之通訊」。	謝謝建議，將按意見修改文字。
三、第 45 頁起「2、網路經濟議題」中相關內容是依據國發會及經濟部商業司本年 3 月有關 APEC 網路經濟特別指導小組第三次會議(AHSGIE 3)之出國報告所撰寫，惟 AHSGIE 4 已於本年 5 月召開，AHSGIE 5 預計將於 8 月下旬召開，建議應依最新會議情形更新報告內容。	按意見補充研究內容於第二章第 APEC 探討數位貿易議題分析中。
四、第 52 頁「2、巴西提案」中有關網路中立性之論述： (一) 原文：其中在貿易便捷化措施一段提出「網路中立性」（Network neutrality）之概念（亦即資料傳輸無歧視原則）。此一概念在全球僅有少數國家有此性質之立法規範，並未達成普遍性之共識，且在我國一向受到電信產業之反對，故建議應與主管機關 NCC 確認其立場。特別是有部分意見認為「網路中立性」因電信業者無法透過歧視性定價獲取數位化之利益，因而對基礎網路建設反而有不利之影響，且不同服務間對速度之要求原本即不同（例如語音、電影需要即時同步，電郵或 APP 下載則不然），如何維持所謂中立性有其挑戰。	謝謝建議，第二章第四節內容重新調整。本問卷調查以業者從事跨境電子商務數位貿易面臨之負擔為主進行相關分析。根據業者回覆意見，並未提及網路中立問題。
(二) 本會意見： 1. 川普上任後，美國聯邦通訊傳播委員會(FCC)新任主委 Ajit Pai 撤回 2015 年 FCC 對外公布之網路中立性管理規則，也正研擬相關政策，顯見國際上對如何監理網路中立性之立場尚無定論與共識。建議論述網路中立性時應提及美國政策翻轉緣由等情形。	謝謝建議，第二章第四節研究內容重新調整。本問卷調查以業者從事跨境電子商務數位貿易面臨之負擔為主進行相關分析。根據業者回覆意見，並未提及網路中立問題。
2. 鑒於各國對於網路中立性原則並未有普遍共識，本會尚在觀察其發展，而目前我國相關法規中已包含公平提供服務之規定，如電信法所闡明的無差別待遇(第 21 條、第 22 條、第 25 條及第 28 條等)，且我國電信業者在提供服務時，在法律及服務契約規定之合理網路管理下，用戶依據契約所提供服務範圍，可以自由地接取網際網路上之各種合法內容、應用與服務；消費者也可以獲得網路接取服務提供者的網路管理措施資訊。此外，目前正經行政院審查的「數位通訊傳播法」草案中第 6 條，也保障了使用者選擇使用	謝謝建議，第二章第四節研究內容重新調整。本問卷調查以業者從事跨境電子商務數位貿易面臨之負擔為主進行相關分析。根據業者回覆意見，並未提及網路中立問題。

審查意見	中經院回覆
數位通訊傳播服務及其設備之自由；第 9 條亦有明訂數位通訊傳播服務提供者提供接取服務時，應以適當方式對使用者揭露其網路流量管理措施。故儘管我國仍在觀察網路中立性之發展，但對於使用者之權益及自由已有所保障。建議研究單位納入該段論述內容。	
五、　第 78 頁提及「由於行動寬頻的重要性日益增加，臺灣的第四代行動寬頻業務執照拍賣已於 2013 年完成。」本會於 2013 年底釋出共 270MHz 頻寬，為持續因應行動寬頻業務(4G)發展之需求，於 2015 年底再釋出共 190MHz，並規劃於今(2017)年底開放共 150MHz 頻寬，建議該段論述可補充最新情形。	謝謝建議，第二章第四章研究內容重新調整。
六、　第 123 及 178 頁「訂閱寬頻網路服務的費用」，建議改成「申請寬頻網路服務的費用」。	謝謝建議，按意見修改文字。
七、　第 133 頁提及第二類電信業者含 ISP 業者及 ICP 業者： (一) 網際網路服務提供者(ISP)可分為 4 類：接取提供者(IASP)、平臺提供者(IPP) 、內容提供者(ICP)及應用服務提供者(ASP)，而其中僅有 IASP 為本會主管之第一類或第二類電信業者，如中華電信、台灣大哥大、Seednet、凱擘、台固媒體等；ICP 業者並不屬於第二類電信業者。	謝謝建議，第四章第三章研究內容重新調整。
(二) 本研究案旨在探討數位貿易的障礙，電信業者主要是提供各類應用、服務業者進行數位貿易所需的寬頻基礎建設，本報告研究重點在調查「數位貿易國際規範對我國產業影響」，如本會期初報告所提意見，研究應加強調查分析涉及數位經濟/貿易之產業，尤其是新興產業，例如無店面零售業及網路新創產業等面臨之數位貿易挑戰，俾能確實瞭解數位貿易之障礙，故建議應再審酌評估所欲調查之產業。	謝謝建議，本調查對象為必須是其業務性質涉及國際事務的企業，並依據 APEC 採用 AT Kearney 之網際網路價值鏈概念，以我國從事線上服務（Online Services，含電子商務、娛樂、搜尋引擎、資料庫、社群、通訊、雲端、其他）以及加值技術服務（Enabling Technology/Services，含網站設計、管理、開發、內容傳送、M2M 機器與機器間資料交換、廣告、支付平台）知名業者為主。
經濟部商業司呂靜忻科員	
一、單就報告第 128 至 132 頁之內容所得出的結論，和擇定數位調查業別不完全相同，難以作為問卷選擇業別之依據，如果是要作為問卷選擇業別之依據，建議要增加相關的說明。	謝謝建議，本研究參考美國、歐盟和 APEC 調查問卷問項之後，尋找適合我國產業現況的調查方式，由於我國目的是要知道我國業者進行跨境電子商務/數位貿易會遭遇的障礙及困難，以及國際談判涉及的跨境電子商務/數位貿易看法。因此，調查對象就必須是其業務性質涉及國際事務的企業，故我們選擇的調查對象以網際網路價值鏈上提供線上服

審查意見	中經院回覆
	務和加值技術服務業者為主。
二、本計畫目的在調查我國企業對於數位貿易之認知，又數位貿易通常包括貨品、服務和內容這三類，按照 133 頁，分成問卷調查和案例研究兩類， 問卷以零售商及批發商(貨品)為主，案例分析以市場交易平台供應商、價格比較工具供應商、支付系統供應商、ISP 和 ICP 等，但本報告並未說明案例分析之內容，以及如何作為數位貿易和電子商務會談之其他參考。	謝謝建議，本調查以訪談為主，問卷為輔之方式進行個案分析，調查對象為必須是其業務性質涉及國際事務的企業，並依據 APEC 採用 AT Kearney 之網際網路價值鏈概念，以我國從事線上服務（Online Services，含電子商務、娛樂、搜尋引擎、資料庫、社群、通訊、雲端、其他）以及加值技術服務（Enabling Technology/Services，含網站設計、管理、開發、內容傳送、M2M 機器與機器間資料交換、廣告、支付平台）知名業者為主。
三、問卷 (一) 回饋意見比較是供應商或製造商對於電子商務平台使用心得，而除了第 9 題詢問遭遇障礙程度外，問卷設計彙整結果對數位貿易和電子商務會談之其他參考並不明顯。	謝謝建議，本問卷調查以業者從事跨境電子商務數位貿易面臨之負擔為主，包含下列 11 個問題：1、貴單位在臺灣從事電子商務及其他國家進行電子商務跨境貿易面臨在地化和技術要求之負擔程度為何？2、貴單位在臺灣從事電子商務及其他國家進行電子商務跨境貿易面臨消費者保護與網路安全要求之負擔程度為何？3、貴單位在臺灣從事電子商務及其他國家進行電子商務跨境貿易面臨公部門管制和規範要求之負擔程度為何？4、貴單位在臺灣從事電子商務及其他國家進行電子商務跨境貿易面臨市場開放限制之負擔程度？5、貴單位在臺灣從事電子商務及其他國家進行電子商務跨境貿易面臨環境建構不健全之負擔程度為何？6、貴單位曾經往來的客戶來自於那些國家？7、貴單位在下列哪些國家中面臨如前述第 1~5 題所提到的障礙(在地化和技術要求、消費者保護與網路安全要求、公部門管制和規範要求、市場開放限制、環境建構不健全)？8、貴單位在哪些國家因為面臨第 1~5 題中一項或多項障礙而不再有業務往來？9、貴單位對於我國數位貿易相關之整體規範政策評比為何？10、貴單位期待我國政府在協助業者從事數位貿易上所應扮演的角色為何？請您排序表示政府需協助之優先性。11、對於政府在協助消除貴單位面臨跨境數位貿易重大負擔之建議？
(二) 對象為大型製造業或產品供應商，應以產品為主，但第 2 題選項內容包括服務，第 9 題有智慧財產權侵害，與直覺不合，無法確定團隊是否有其他考量。	謝謝建議，調查問卷重新調整，以業者從事跨境電子商務數位貿易面臨之負擔為主。本調查以訪談為主，問卷為輔之方式進行個案分析，調查對象為必須是其業務性質涉及國際事務的企業，並依據 APEC 採用 AT

審查意見	中經院回覆
	Kearney之網際網路價值鏈概念，以我國從事線上服務（Online Services，含電子商務、娛樂、搜尋引擎、資料庫、社群、通訊、雲端、其他）以及加值技術服務（Enabling Technology/Services，含網站設計、管理、開
(三) 第8題負擔程度的定義是?是指與傳統交易相比增加的時間、人力、金錢的程度，還是就電子商務交易本身來說，在時間、人力、金錢耗費的程度？	謝謝建議，調查問卷重新調整。負擔程度係指就電子商務交易本身來說，在時間、人力、金錢耗費的程度。
(四) 第9題各項目障礙的基準點為何？舉例來說，資料隱私的保護、智慧財產權的保護、海關/租稅/規費等幾乎各國都有規定，並非「有無」而更可能是「程度」問題，什麼狀況下構成「障礙」？應將基準點列出，如與國際標準或我國規範相較，是否更為嚴格。	謝謝建議，調查問卷重新調整。障礙的基準點係與我國規範相較。
(五) 第10題題目與問題內容對不起來，又因以大型製造業或產品供應商(報告)為對象， 10.3和10.7的選項顯然不適合。	謝謝建議，調查問卷重新調整，以業者從事跨境電子商務數位貿易面臨之負擔為主。
外交部國經司	
一、從研究團隊整理的資料可以看出，數位貿易議題涵蓋廣泛，各國關注重點不盡相同，請研究團隊依對我國產業發展及參與經貿整合之重要性，將我國應優先關注之議題進行排序。	謝謝建議，第二章和第三章研究內容重新調整。
二、有關數位貿易之新規則，目前似以TPP規範最完整，鑒於我政府仍持續推動加入TPP，因此可否在報告中加入我國相關法規與TPP規範之接軌情形。	謝謝建議，我國相關法規太龐大，難以在本研究中進行。本研究按意見在問卷中增加問項：「對於我國數位貿易相關之整體規範政策評比為何」以及「期待我國政府協助業者從事數位貿易之優先性為何」。
科技部	
研究計畫的主要目的是觀察數位貿易下的國際規範發展，並研究各國立場，再透過問卷了解我國廠商對於數位貿易或應用電子商務的認知、實際經驗和困境，進而做為我國研擬跨國數位貿易政策立場的參考。	謝謝建議。
期中報告除了問卷的發放與回收分析以外，其他大部分已完工，計畫執行進度的控制相當好，如期完成報告應無疑義。以下幾點疑問與建議，請參考。 一、第二、三章重點在數位貿易之國際規範的演變與各國立場的研究。目前報告內容之取材相當齊全，無論是WTO、美國、歐盟或OECD，乃至中國與開發中國家等皆已納入。文章節結構尚屬清楚、鉅細靡遺，惟似有流水帳形式，缺少分析性的觀點。	謝建議，第二章和第三章研究內容重新調整。

審查意見	中經院回覆
二、就所蒐集到的內容報告判讀，顯然各國對數位貿易自由化（或反在地化障礙）與主張在地化之地主國規範的立場，因各國於電子商務發展的先後、程度、國家規模及經濟發展程度而異。數位貿易的主要爭議，如同傳統貿易自由化，先進國家的利益在盡量全球自由化，落後或開發中國家則在適當的開放與保護。數位貿易涉及的大規模經濟衝擊，有利於大而先進的參與國之現象更為明顯。因此，大抵我們可以發現先進的大國(如美、歐盟)與後來居上的中國，相對落後但希望能透過電子商務的參與來降低貧窮之發展中國家，所持立場之不同所在。建議研究報告，特別在第二、三章的小結中或之前，針對以上的理論脈絡，精要彙整各國類型與立場。準此，則可以歸納出臺灣從先進或已開發之小國的角度，在自由開放與在地化規範間，研擬出臺灣參與國際數位貿易的立場。	謝謝建議，第二章和第三章研究內容重新調整。
三、期中報告的另一個重點是，對國內使用電子商務的廠商與事業單位的問卷設計與調查對象。研究團隊參考了美國、歐盟與 APEC 乃至 OECD 等問卷調查內容，據以設計臺灣的問卷，值得肯定。只是有些題目可能過於冗長，間接影響回收率與回收問卷的品質，不過大致應可以樂觀期待；第二，回收後的統計分析，應聚焦於研擬我國參與國際數位貿易，在全然開放與在地化規範程度的立場間，對不同類型產業，特別是所謂數位密集型產業的影響，進行分析，才能對我國數位政策研擬有參考的價值；以及表 4-3-4 與 4-3-6 的最後一行「小計」，是各種不同指標（或變數）排名百分比的加總，意義不同（如同身高排名與體重排名，甚至是無關之獨立變數的排名的加總），相關行文宜謹慎。若真要進行比較，或可考慮以群聚分析（Clustering）來歸類，較有意義。	謝謝建議，調查問卷重新調整，以業者從事跨境電子商務數位貿易面臨之負擔為主。本調查以訪談為主，問卷為輔之方式進行個案分析，調查對象必須是其業務性質涉及國際事務的企業，並依據 APEC 採用 AT Kearney 之網際網路價值鏈概念，以我國從事線上服務（Online Services，含電子商務、娛樂、搜尋引擎、資料庫、社群、通訊、雲端、其他）以及加值技術服務（Enabling Technology/Services，含網站設計、管理、開發、內容傳送、M2M 機器與機器間資料交換、廣告、支付平台）知名業者為主。

附件十　期末會議審查意見回覆表

審查意見	中經院回覆
國家發展委員會綜合規畫處張惠娟處長	
一、本報告蒐集文獻資料相當費心，研究團隊的用心值得肯定。	謝謝肯定。
二、目前國際組織與各國對數位經濟／貿易相關議題的規範已有相當進展，各國也研提促進數位貿易／數位經濟的政策，並成立常設或任務編組來處理（如泰國數位經濟部）；尤其在數位貿易／經濟發展競爭上，開發中國家後發先至（如中國因其經濟特性與數位鎖國政策，提供電商迅速發展數位經濟活動之優勢條件），對於中小企業佔近97%的我國產業發展構成挑戰，本報告應可就此節加強說明。	謝謝建議，請見第五章第二節建議四。
三、第34頁所言有關競爭政策乙節，建議可以多加著墨。	謝謝建議，請見第五章第二節建議五。
四、第36頁起（以及第84頁），針對APEC之CBPR制度，其實是美國強推，各國態度並不十分支持。可多分析各國背後之盤算及我國因應之道。	謝謝建議，請見第五章第二節建議四。我國業者相當支持APEC的安全數位基礎建設，故政府應該積極參與有助於資訊通訊技術信任與安全發展之APEC跨境隱私保護規則體系。因為採取自願參與制，目前僅美國、加拿大、墨西哥、日本和韓國5個會員體加入CBPR體系，其他會員體未加入CBPR體系的障礙主要為缺乏隱私法、缺乏企業需求和國家機構問題。
五、第49頁 Roadmap已經通過，說明請更新。	謝謝建議，第二章第三節內容已更新。
六、第83頁小結文：APEC部分花太多篇幅說年度主題，應可不用重複說明。報告內文資訊有重複情形，建議稍加整理。	謝謝建議，第二章第三節內容已更新。
七、WTO各國提案應該分析各國關切重點，做為雙邊經貿互動之參考。	謝謝建議，本研究已完整整理WTO和APEC對電子商務之提案和立場表達，由於意見差異頗大，本研究主要是依計劃需求分析美國為主，並整理可獲得之各國資料為輔。未來政府負責單位，應該進一步整合手中的第一線資料，做為雙邊經貿互動之參考。
八、最後總結建議，可以強化整理全篇報告之要點，以作為政府政策制定參考。	謝謝建議，請見第五章第二節。

審查意見	中經院回覆
資策會國際處蕭處長美麗	
本計畫任務艱鉅繁雜，報告中包括外國資料蒐集、國內企業調查訪問等分析，非常佩服，建議執行團隊增強結論如下： 一、數位貿易定義為何?與電子商務之關係?業者似以電子商務為主?	謝謝建議，請見第一章研究內容。
二、對於本計畫目的: 對於網路經濟指導原則草案應優先採取的政策行動提出具體建議，作為政府參與國際組織之參考。在 WTO 與 APEC 組織中的因應，不同還是相同? 針對不同的國家或國家群，我們要採合縱還是連橫?是積極還是配合的態度?應特別注意哪些國家之動向?或針對我方利益積極參加哪些議題?	謝謝建議。在 WTO 第 11 屆部長電子商務決定草案維持與第 10 屆部長宣言和電子商務工作計畫決定相類似，請見第五章第一節一，保守以發展和意見交換為主的國家暫時取得優勢，因應作法請見第五章第二節建議二。APEC 對電子商務的討論比在 WTO 場域積極，因應作法請見第五章第二節建議一。
三、在各項子議題的因應之道：在 accessibility, connectivity 與 transparency 三個面向提出有關我國應有的立場與論述。	謝謝建議，從這三個面向討論可以是另外一個研究方向，本計劃未以分析電信業為主，而是著重線上交易和加值服務為主。所以，可以列為後續延伸研究的項目。
四、在企業負擔程度較大的議題，提出我國對該項子議題之具體建議。	謝謝建議，本研究以分析國際場域電子商務議題之內容和各國立場，以及調查我國業者在貿易障礙負擔程度和對 APEC 行動政策之優先立場為主，對於我國對該項子議題之具體建議須另起研究，不過業者的具體建議，請見第五章第二節建議六。
五、此研究非常難得，建議分享給貿易局、商業司與研究機構，或濃縮成簡報版，以利擴大影響。	謝謝建議。
六、類似研究除採納業者意見外，亦可以專家座談方式，徵詢國發會、通傳會、商業司、貿易局等相關官員之意見。	謝謝建議。
七、建議往後持續進行相關研究。	謝謝建議。
中華民國對外貿易發展協會數位商務處羅組長淑芬	
一、研究團隊費心彙蒐期末報告資料，內容豐富，深感佩服。	謝謝肯定。
二、報告目的係盼藉訪談業者來瞭解國內情形，未來在國際談判上能夠爭取我國權益。然而業者不熟悉國際談判語言，在閱讀相關問題敘述時，可能會無法連結到實際業務情形，盼能有一中介平台將兩者連結在一起。	謝謝建議，本計畫是提供給政府單位，反應國際場域電子商務議題之內容和各國立場，以及調查我國業者在貿易障礙負擔程度和對 APEC 行動政策之優先立場為主。若要改為宣導版，須另外安排處理。

審查意見	中經院回覆
三、研究報告資料豐富，倘能將業者反映之問題以系統性方式呈現，如：金流、物流和資訊流，將業者所發生的問題對應到這些環節和分類，以利政府在國際談判上更加掌握業者實際需求。	謝謝建議，本計畫是提供給政府單位，反應國際場域電子商務議題之內容和各國立場，以及調查我國業者在貿易障礙負擔程度和對 APEC 行動政策之優先立場為主。若要改為宣導版，須另外安排處理。
四、訪談對象僅有 19 家，數量上稍嫌不足，未來訪談對象或可延伸至各領域公協會等專家，或辦理焦點座談，讓與會專家腦力激盪更多寶貴建議。	謝謝建議。
經濟部商業司吳科員至硯	
一、第 43 頁表 2-3-2 中，我國於「限制跨境數據流動的規範案例」欄位所述「個人資料保護法第 21 條，授權政府機構限制其管制的行業進行國際轉移」，建議更改我國限制類型為「有條件」，因我國大多數中央目的事業主管機關，尚未發布限制命令。該法第 21 條授權主管機關針對其業管行業，於下列各情形，得限制其個人資料之國際傳輸： 1. 涉及國家重大利益； 2. 國際條約或協定有特別規定； 3. 接受國對於個人資料保護未有完善法規，致有損當事人權益之虞； 4. 以迂迴方法向第三國（地區）傳輸個人資料以規避本法。	謝謝建議，內容已更新。
二、第 47 頁倒數第二行及第 84 頁第 9 行，建議註明最新各經濟體加入 CBPR 的名單，目前計有美國、加拿大、墨西哥、日本和韓國五個經濟體加入。請參考：http://www.cbprs.org/Government/GovernmentDetails.aspx。	謝謝建議，內容已更新。
三、此報告針對 WTO、APEC 等國際場域探討數位貿易議題及障礙已有詳盡分析，建議未來考慮將「東協經濟共同體」（ASEAN Economic Community, AEC）的《東協電子化架構協定》（e-ASEAN Framework Agreement）第五章促進電子商務成長(ARTICLE 5 Facilitation of the Growth of Electronic Commerce) 納入研究範圍。	謝謝建議。

審查意見	中經院回覆
四、第 285 頁結論「隨著網際網路的發達和新興行業的出現，業者表示政府在商業登記和產業類別上需要能夠與時俱進，在法規上也得能夠跟得上產業現況，創造出一個適合與歡迎新創產業出現的商業環境」，可否具體說明業者之相關建議?	謝謝建議，修正請見第五章第二節建議六。經查詢美國為了掌握電子商務的發展，定期更新其國內和北美產業分類系統，以利掌握新行業的產生和發展現況，對於如何界定並觀測概念模糊的數位經濟，美國研究指出數位經濟的內涵區分為三大要件:(電子化企業的)基礎建設、電子化企業以及電子商務、(實施電子化企業以及電子商務的必要條件)電腦媒介網路，以此做為定義及測量數位經濟的重點。
經濟部國際貿易局多邊貿易組（APEC 小組）	
一、研究團隊費心彙蒐期末報告資料，內容豐富。	謝謝肯定。
二、第 44 頁用語修正：A 點建議修正為跨境隱私保護規則（CBPR）體系；a 項亦同。	謝謝建議，內容已更新。
三、第 49 頁，APEC 網路經濟特別指導小組(AHSGIE)(小組名詞請統一)已於 8 月舉行第 5 次會議(AHSGIE5)，且最終版 APEC 網路及數位經濟路徑圖已於 10 月底通過,並於總結資深官員會議中採認，請依採認版路徑圖更新關鍵領域。	謝謝建議，第二章第三節內容已更新。
四、第 5 章第 2 節之建議主要針對 WTO 之建議與方向，對於 APEC 則僅就我國對 APEC 網路及數位經濟路徑圖於各關鍵領域之政策行動做出評比，研究團隊能否提出我國在 APEC 場域中可行作為及建議?	謝謝建議，請見第五章第二節建議四。本研究以分析國際場域電子商務議題之內容和各國立場，以及調查我國業者在貿易障礙負擔程度和對 APEC 行動政策之優先立場為主。業者的看法是政府應該積極洽簽經貿協定；明確訂定發展網際網路和數位經濟的整體政府政策架構；積極參與有助於資訊通訊技術信任與安全發展之 APEC 跨境隱私保護規則體系；積極以推動試點和法規鬆綁方式協助業者促進創新和加值技術及服務的應用，在國內深耕培養實力和強化國際競爭力；強化國際電子商務和數位貿易議題內容之宣導及公共議題討論。
經濟部國際貿易局多邊貿易組（3 科）	
一、第 143 頁：有關我國提案舉辦之電子商務研討會乙節，應移至第 122 頁以求連貫。另建議修改如下：WTO 秘書處於 2017 年 4 月參酌會員意見修正該研討會草案（JOB / SERV / 256）並予分送，惟部分會員仍有其他評論意見，爰服務貿易理事會主席裁示於 MC11 後再行討論。並請補充修正後之研討會議程大要。	謝謝建議，第三章第三節內容已更新，並將研討會議程大要放於附件二。
二、第 281 頁：「我國目前在 WTO 提案主張設	謝謝建議，內容已更新。

審查意見	中經院回覆
立電子商務工作組」，建議修正為「我國與日本、香港共同在 WTO 提案設立電子商務工作小組」。	
三、第 281 頁：「根據 2019 年 1 月提出的評估報告結果，會員可以決定立即開始談判」、「評估現有提案的內容、決定立即開始談判」建議修正為：「小組於總理事會 2019 年第 1 次會議提出評估報告後，再決定是否啟動談判。」	謝謝建議，內容已更新。
四、目次、第 11 頁、 第 87 頁、第 255 頁等：WTO 數位貿易建議均修正為 WTO 電子商務。	謝謝建議，內容已更新。
五、第 281 頁等：市場公開建議均修正為市場開放。	謝謝建議，內容已更新。
六、第 280、282 、283 頁等：部長會議決定建議均修正為部長會議決議。	謝謝建議，內容已更新。
外交部國際組織司張科長志涵	
一、第 37 頁提及，美國提出促進數位貿易倡議是基於上述結果（35 頁的繁榮檢查清單），惟報告文本中未見相關內容，煩請團隊確認與修正。	謝謝建議，內容已更新。
二、第 43 頁，我國限制類型是「禁止」，請修改成「有條件的禁止」。	謝謝建議，內容已更新。
三、第 49 頁，AHSGIE 名稱為「網路經濟特別指導小組」，請統一翻譯。	謝謝建議，內容已更新。
四、第 57 頁，APEC 已通過跨境電子商務便捷化架構及 APEC 網路數位經濟路徑圖，請修正相關文句。	謝謝建議，內容已更新。
外交部國際合作及經濟事務司廖科長政豪	
一、首先，感謝研究團隊之努力。	謝謝肯定。
二、問卷中關於 19 家企業，在產業鏈中是中小企業或大企業？倘無相關背景資料，難以得知該業者所代表意見係屬何種層級或階段。	謝謝建議，本研究調查對象均為業務涉及國際事務之知名業者。
三、「目前外交部已經在研擬政府對外援助之方式，朝向有利雙方業者的電子商務援助方式」，本案目前政府仍處研究階段，爰報告中無需呈現。	謝謝建議，內容已更新。
科技部科教發展及國際合作司	
一、期末報告已針對本部於期中報告所提建議，在第二、三章做適當修正，尤其是針對各不同發展程度之國家，面對數位貿易的開放或規範立場因應之不同意見，做出系統性整理如表 3-5-1，值得肯定。惟表 3-5-1 的編排格式與太小的字體，不利於閱讀參考，請做適當調整。	謝謝建議，內容已調整。
二、第二章關於 TPP 的規範，多數遷就美國主導的要求，但在川普政府宣布退出 TPP 後，已於本	謝謝建議，電子商務章未列入 CPTPP 凍結項目，亦未增修。

審查意見	中經院回覆
年 11 月 11 日宣布改為 CPTPP，並將多數顯由美國主導的條款擱置或修改，建議於報告中多加闡述。	
三、 第四章，表 4-3-4 與 4-3-6 最後一欄，將各“評比項目”的百分位點予以加總，做為各產業數位化程度之比較，相較於前版比較排名加總更有意義，不過仍有些偏誤存在。若項目上替代性高，如表 4-3-4 的「資訊人員人數」與「資訊委外服務經費占比」兩者，「資安經費與「資安委外經費」兩者，互有高度關係。因此，分別評比得分再加總，會低估資訊需求密集度高的行業。此偏誤宜審慎處理，否則將影響後續推論。建議可考慮計算出各項目得分的標準差，以反映上述偏誤；或將替代性高的項目取較大值做為代表。	謝謝對於使用統計資訊的建議，第四章第三節本來是用來挑選數位密集產業，以利進行調查。但，我國業者主要經營國內市場和透過代銷方式外銷為主，所以期中會議決議改調查國內從事電子商務的主要業者來詢問在貿易障礙負擔程度和對 APEC 行動政策之優先立場為主。故，第四章第三節的內容就成為瞭解國內現況的輔助統計資訊。
四、 目前報告只有第一節、第二節，就跳到第四節的“小結”，第四章節次應重新編整。	謝謝建議，
五、 承上點，第 177 頁「五、我國業者從事跨境電子商務／數位貿易面臨之負擔調查」，此節主要目的應是據以歸納出針對台灣產業，如何設計適當問卷，理念如何？依據何在？若有「方法論」應於此提出並論述其依據。	謝謝建議，期中會議決議改調查國內從事電子商務的主要業者來詢問在貿易障礙負擔程度和對 APEC 行動政策之優先立場為主，我們主要參考美國的調查方式來進行。
六、 大抵而言，整體研究報告取材豐富，針對委辦研究題目蒐集相當完整的文獻資料並做詳細歸納。由於資料量大，雖分析性的角色比較弱，能彙整出研究報告仍屬不易。此外，就最終章之結論，若能針對題旨“對我國產業發展及參與多邊／區域經貿整合機制影響”更聚焦整理，應可增加其參考價值。	謝謝建議，已針對第五章第二節建議部分進行強化。
經濟部工業局	
一、 此研究議題重要目的之一，為研擬我國政府在數位貿易政策上，於國際場域應持之談判立場。本研究在政策建議第三點中，已綜整國際場域關切議題及我國業者面對之跨境數位貿易障礙，並提出業者優先關切項目，確實可做為相關單位對外談判之依據。	謝謝肯定。
二、 惟在研究資源限制下，本研究問卷調查之有效家數僅 19 家，涵蓋 8 種類型業者，部份領域之業者僅有一家代表廠商，較缺乏代表性，建議相關單位在使用上仍須審慎。另考量不同領域業者所關切及面對之障礙不同，如零售類、旅遊類、社群服務類等業者各有其關切議題，建議在政策建議第三點中，可區分類型並提出更為細緻之歸納及建議。	謝謝建議，本研究都是針對網際網路供應鏈環節中線上服務和加值技術服務的主要知名業者進行問卷調查與訪談，但受限於國內發展現況和業者的回答意願，確實會有你提到的問題。加上電子商務行業變化很快，故本計畫在政策建議第三點中建議政府應該定期以公權力介入方式進行更完整的調查。本研究已呈現調查方式、調查重點和調查的可行

審查意見	中經院回覆
	性。
三、另一重要目的在於掌握我國業者進行跨境貿易之障礙，協助業者解決問題。而在政策建議第四點中，本研究亦針對政府推動電子商務提出相關建議，可做為我國政府推動跨境電商之參考。然而在目前的政策建議上，仍偏向大方向之建議，研究團隊或可利用本研究之業者調查意見，針對經濟部提出之「新南向跨境電商潛力領域工作計畫」，提出政府應優先推動或解決之議題。	謝謝建議，根據意見修正報告政策建議第四點的深度。關於經濟部提出之「新南向跨境電商潛力領域工作計畫」應優先推動或解決之議題，必須進一步分析和瞭解這些國家的發展情況、市場需求、電商政策，才能提出有用的建議。不過，我國業者目前南向大都採取與流量大的國外平台業者合作方式，鎖定對象是以主要城市為主。
決議	
一、主席裁示：相關公部門均盼能由此報告得到寶貴建議，研究團隊可整理我國優劣勢與攻守議題，為我國未來在國際談判提供政策建議。	謝謝建議，本研究已充分分析國際場域電子商務議題之內容和各國立場，以及調查我國業者在貿易障礙負擔程度和對APEC 行動政策之優先立場。並根據意見修正報告和強化建議的廣度和深度。
二、請執行單位依據與會者之意見再予修正，並將修正後報告提交審查委員及與會單位書面複審同意，始得通過審查。	遵照辦理。