

聚 焦 臺 北



電子商務 線上遊戲

登陸大突破

龔仁文／財團法人資訊工業策進會副執行長



觀 察過去三年，全球整體經濟的負成長連帶影響到臺灣的整體經濟發展，根據國際貨幣基金組織(IMF, International Monetary Fund)的調查，2012年全球經濟擴張速度趨緩；而由行政院主計處公布之數據亦顯示，臺灣2012年第2季經濟成長率為負0.18%、第3季為1.99%，民間消費年成長率持續下修，民間投資呈現負成長。然而相對來說，臺灣電子商務產值卻仍然保持顯著成長，突顯出電子商務產業在國內比起其他產業更具有發展商機。

鑒於兩岸簽署經濟合作架構協議(ECFA, Economic Cooperation Framework Agreement)，近年來兩岸商務的往來日漸頻繁，中國大陸過去素有「世界工廠」之稱，而隨著經濟快速發展，中國大陸也早已由「世界工廠」轉變為「世界市場」，全球各國莫不加快腳步布局於中國大陸。特別是兩岸同文同種，臺灣服務業在中國大陸更是格外具有競爭優勢，然而過去基於中國大陸市場對服務業的投資有很多限制，使得臺商對中國大陸服務業投資不易。隨著「海峽兩岸服務貿易協議」的簽署，服務業市場的開放，臺灣將比其他國家享有「先占先贏」的優勢，勢必為臺灣服務業帶來廣大商機。

臺商赴陸經營電子商務模式

我國電子商務產業在2012年B2C及C2C產值達到新臺幣6,605億元，今年更上看7,645億元，共約有4.5萬家網路商店。而中國大陸方面，上網人口已超過5.8億人，是我國上網人口1,750萬的33倍多，其電子商務產值也達到人民幣1.3兆元，約為我國之7.6倍，市場商機規模之大不言可喻。

自2010年臺灣開始啟動「華文電子商務科技化與國際化計畫」，針對跨境平臺、供應商、兩岸交流、平臺橋接及跨境障礙突破都有著墨，以經營華文電子商務營運模式來觀察，目前進入中國大陸市場有下列五種模式。

一、在臺灣經營網站，跨境銷售給中國大陸消費者

1.經營風險及成本低；2.不用依循中國大陸網站或商品法規；3.郵遞或快遞，可透過小三通；4.物流成本高，需要介接中國大陸金流；5.需要即時通訊工具與消費者溝通及客服。

二、兩岸電商平臺橋接合作，由中國大陸平臺銷售給該地消費者

1.要與進口商合作或在中國大陸設公司成為進口商；2.需要商品檢驗及正式報關；3.需要在中國大陸設公司並成立倉庫。

三、臺灣個人或小型供應商至中國大陸拍賣平臺經營網購

1.經營風險及成本低；2.商品不用經過中國大陸質檢及正式報關；3.郵遞或快遞，可透過小三通；4.需要進中國大陸申請支付帳號；5.需要即時通訊工具與消費者溝通及客服；6.物流成本高。

四、臺灣中型供應商或平臺至中國大陸開店平臺經營網購

1.商品要經過中國大陸質檢及正式報關；2.需要在中國大陸設立公司並需要設立倉庫；3.需要即時通訊工具與消費者溝通及客服。

五、臺灣業者直接至中國大陸開設網站，經營網購平臺

1.經營風險及行銷成本高；2.需要申請網路內容供應商(ICP, Internet Content Provider)經營許可證並需要設立倉庫；3.需要企業三證及產品三證；4.需要注意五險二金、勞動合同法等相關法規；5.商品要經過中國大陸質檢及正式報關；6.需要即時通訊工具與消費者溝通及客服；7.需要尋找投資人。

上述五種模式中最後一種是至中國大陸開設網站，經營網購平臺，此種模式風險最大，且需要申請ICP經營許可證。臺商至對岸經營電子商務五種模式舉例如表1。





表1 臺商經營中國大陸電子商務模式與列舉臺商

經營模式	在臺灣經營網站，跨境銷售給中國大陸消費者	兩岸電商平臺橋接合作，由中國大陸平臺銷售給中國大陸消費者	臺灣個人或小型供應商至中國大陸拍賣平臺經營網購	臺灣中型供應商或平臺至中國大陸開店平臺經營網購	臺灣業者直接至中國大陸開設網站，經營網購平臺
列舉臺商	安翌全球 紅陽科技 阿奇里斯 點臺灣 偉博泰 臺寶網 PCHOME全球購 臺灣通	臺灣里國際與新東網 藍新科技與京東商城	璞璞市集 橘熊 雅聞 寬寬文創	網勁在天貓 臺灣吃透透 京東商城	PayEasy 杰可斯 飛虎樂購 金連網 晉証

資料來源：本文整理。

陸方開放持股比例 電子商務業者搶占先機

臺灣具有優質經營的網購平臺，且這些網購平臺有能力以母雞帶小雞的方式進軍中國大陸，因此政府一方面透過各項措施幫助業者經營中國大陸電子商務市場，另一方面也協助相關政策障礙的溝通。政府每年透過舉辦兩岸電子商務產業合作及交流會議的機會，讓兩岸廠商一年在臺灣、一年在中國大陸相互輪流拜訪、進行交流，更進一步促成雙方合作及意見交換，有助兩岸電子商務產業的健康發展。在兩岸服貿協議，我方承諾開放內容包括：「第二類電信事業特殊業務之存轉網路服務、存取網路服務及數據交換通信服務等，允許中國大陸服務提供者在臺灣投資。中國大陸服務提供者須為在海外或中國大陸上市之電信業者；中國大陸服務提供者總持股比例不超過50%，不具控制力。」；另一方面，陸方承諾我方為：「電信服務增值服務及在線數據處理與交易處理（僅限於經營性電子商務網站），允許臺灣

服務提供者在福建省設立合資企業，提供在線數據處理與交易處理業務，臺資股權比例不超過55%。」

過往外商在中國大陸申請ICP經營許可證時，持股比例不能超過50%，因此經營風險較高。但此次服貿協議的簽訂，ICP經營許可證持股達55%，已超越世界貿易組織(WTO, World Trade Organization)或CEPA (Mainland and Hong Kong Closer Economic Partnership Arrangement)之持股條件，不但增強我國業者進入中國大陸設置電子商務網站之主導性，更超越陸方目前對全球所有國家或地區所設定之持股條件，有利臺灣業者布局中國大陸。所以其直接影響是當此協議正式生效時，臺灣大型平臺如PChome、東森得易購、momo購物網等將會積極投入申請，領先其他競爭者提早布局中國大陸市場。

持續爭取權益 確保公平競爭

而兩岸服貿協議生效後之後續工作，則建議政府持續與中國大陸溝通下列事項。

1. 持續爭取ICP經營許可證外資持股比例提高，以利公司決定經營事宜。
2. 了解新的ICP經營許可證申請方法。
3. 針對跨境各項障礙持續進行協商及突破。
4. 監督及維護市場秩序，確保公平競爭，依據中國大陸地區人民來臺投資許可辦法訂定之審查機制，對於陸資來臺投資之案件，逐案進行審查。

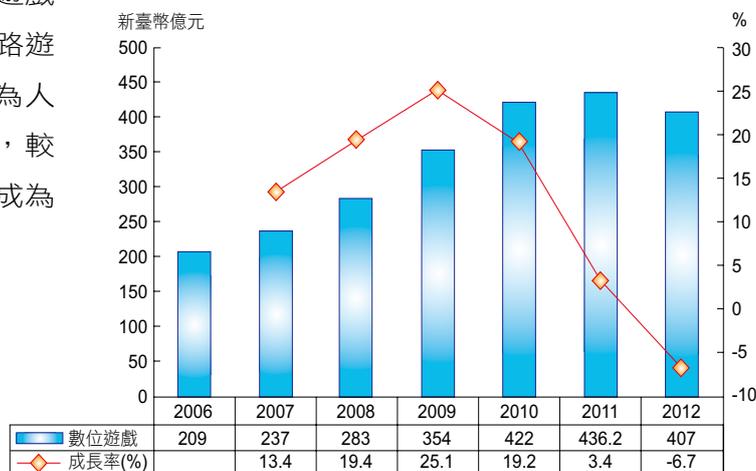
由於電子商務是根留臺灣、跨境輸出的重要通路，透過兩岸服貿協議的簽署，我方進入中國大陸設置網站更有保障，無形中也促使外商投資臺灣電子商務產業之意願上升。因此臺灣廠商若能有效把握與外商共同進軍中國大陸市場的機會，對未來進軍全球市場也大有幫助，對我國電子商務產業發展無疑是一大利基。在全球經濟不景氣，國內買氣趨於保守的當下，透過電子商務拓展我國商機，對國內之經濟更有雪中送炭及畫龍點睛之效。

線上遊戲產業規模 亞太區摘冠

根據PricewaterhouseCoopers (PwC)研究公司針對全球娛樂與媒體市場所做的分析報告顯示，2012年全球電玩遊戲（包含家用遊戲機、線上遊戲、PC遊戲、行動遊戲以及遊戲置入式廣告）市場規模約623億美元，相當於新臺幣1.8兆元。未來五年預計複合成長率提升至7.2%，而全球四個區域經濟體中又以亞太地區市場規模最大、成長幅度最高。亞太地區的中國大陸市場方面，根據2012年中國大陸遊戲產業報告顯示，2012年數位遊戲（包含網路遊戲、行動遊戲、單機遊戲）市場規模約為人民幣602億元，相當於新臺幣3,000億元，較2011年成長35.1%。網頁遊戲和行動遊戲成為用戶和市場成長的雙引擎。

2012年我國數位遊戲（包含單機遊戲、線上遊戲、遊戲機軟體、商用遊戲機、行動遊戲）產業規模約為新臺幣407億元（附圖）。臺灣數位遊戲產值規模從過去占中國大陸的四分之一降到現在的七分之一，面對市場侷限臺灣業者勢必向世界市場的中國大陸挖掘商機獲利。

附圖 2006~2012年臺灣數位遊戲產業產值



資料來源：經濟部數位內容產業推動辦公室，2012年12月。



赴陸限制多 線上遊戲錯失黃金上市期

誠如業界所知，中國大陸政府透過政策極力保護文化創意產業與國內相關業者，文創市場與臺灣或世界各國的關係並不對等，和內容傳播最相關的文化創意，成為過去數十年來，兩岸之間相互管制最為嚴格的產業領域。藉此，放寬文創產業市場准入的限制，成為兩岸最待協商解決之議題。而同屬文創產業的臺灣數位遊戲被中國大陸視為外版遊戲，故需取得書號、版號，才能進入中國大陸營運，嚴重阻礙外商遊戲公司進入中國大陸的時機，不利臺灣業者的競爭力。

目前中國大陸政府規定，凡是外資公司研發的遊戲，要在中國大陸上市，都要提前申請版號，短則六個月，長則遙遙無期，有時審查單

位對遊戲內容有疑慮甚至還會直接駁回。對競爭激烈的數位遊戲市場來說，程序延滯將大幅影響產品上市時間，一旦智慧財產權被剽竊，新的競爭出現，業者也很難應變。線上遊戲的營運仰賴對市場的反應速度，廠商推出遊戲資料片，或因應市場反映進行的修改，都必需再送返中國大陸主管機關重審，曠日廢時，有些遊戲可能因為這樣的公文往返，商機已然喪失。臺灣許多遊戲業者，如智冠、遊戲橘子、大宇資訊等皆曾經受中國大陸相關規定阻擋（如運營資格等），因此鎩羽而歸，將原先打下的江山，拱手讓給中國大陸當地業者。有鑑於此，臺灣數位遊戲業者正積極爭取中國大陸政府逐步放寬遊戲市場准入的限制，讓兩岸產業得以全面性合作。

兩岸服貿協議大利多 線上遊戲現商機

此次兩岸服貿協議中，陸方承諾我方為：「在申請材料齊全的情況下，對進口臺灣研發的網絡遊戲產品進行內容審查（包括專家審查）的工作時限為二個月」。

這一項有關遊戲產業的兩岸服貿協議內容，將臺灣所研發之線上遊戲產品的內容審批時限縮短為二個月，有助掌握遊戲出口時機，對遊戲業者是一大利多，將可協助臺灣遊戲更迅速進入中國大陸市場，藉此擴大臺灣遊戲的競爭力。依據中國大陸文化部統計，臺灣地區一直是中國大陸網路遊戲進口的重要來源，自2004~2012年，中國大陸從臺灣地區共進口27款網路遊戲（萬王之王2及3、童話、天外、

中華英雄、吞食天地、黃易群俠傳、三國群英傳、聖境傳說、81keys等），類型覆蓋大型多人同時線上角色扮演類用戶端遊戲、休閒競技類手機遊戲等領域。預估過去已在中國大陸布局之業者，未來透過兩岸服貿協議的生效，將有所受惠（其中位於臺北市的業者包含歐買尬、中華網龍、樂陞、傳奇網路等）。

表2 兩岸服務貿易協議內容—遊戲產業

臺灣方面	中國大陸方面
允許中國大陸服務提供者在臺灣以獨資、合資、合夥及設立分公司等形式設立商業據點，提供線上遊戲製作與研發服務。	在申請材料齊全的情況下，對進口臺灣研發的網絡遊戲產品進行內容審查（包括專家審查）的工作時限為2個月。

資料來源：海峽兩岸服務貿易協議資料，2012年7月。

強化周邊配套 落實簽署效益

而兩岸服貿協議生效後之後續工作，則建議政府持續與中國大陸溝通下列事項。

- 1.繼續爭取我方廠商可於中國大陸以獨資、合資或與陸方合作之方式，研發或營運線上遊戲產品，其內容審查待遇等同中國大陸內版程序。
- 2.即刻了解所謂申請材料齊全的具體內容及該準備文件清單；且業者向中國大陸版署提出版號申請時，可同時通知經濟部工業局以檢核陸方落實二個月完成審查的承諾。
- 3.為協助本國業者加速審核時程，建議經濟部工業局與民間團體（如臺北市電腦公會或遊戲產業振興會）合作，集結實務申請的經驗，共同討論提供審核時應繳交之清單，供業者依循。

臺灣在兩岸服貿協議享有超越WTO其他成員之優惠待遇，而數位遊戲是文創產業重要的資產之一，應強化遊戲產業市場、原創肖像及故事(IP, Intellectual Property)、附加價值等國際競爭力。透過兩岸服貿協議的簽署，我方進入中國大陸的遊戲產品更有保障，避免產品上市黃金期山寨版的出現，減少廠商盜版損失，有助臺灣線上遊戲出口到中國大陸。國內業者對此皆正面看待，期盼兩岸對遊戲業的規範能更對等。建議於我方開放線上遊戲後，應有相關因應及輔導措施如下。

1.強化與落實國內相關法規與規範

- (1)我方承諾開放範圍僅限於製作與研發，尚未允許中國大陸服務提供者在臺灣出版或營運。後續將強化與落實國內相關法規與規範，如：兒少法、遊戲分級制度及智慧

財產保護法，以有效掌控中國大陸數位產品品質。

- (2)針對陸資「假研發、真營運」之情事，將建立一套檢舉標準流程，若涉及線上遊戲營運，則透過金流及資訊流端，加強查緝、管制，確保陸方自製遊戲作品循正規代理程序來臺上線營運。
- (3)輔導我方業者與中國大陸廠商以共同專案、製作委員會方式，建立兩岸「IP共創」產業合作模式，鼓勵雙方於臺灣合作研發遊戲產品內容的開發。

2.持續嚴格審查陸資來臺投資案件

- (1)落實審查機制：對於陸資來臺投資案件，經濟部投資審議委員會受理審查時將依據中國大陸地區人民來臺投資許可辦法，會請相關目的主管機關，針對個案投資項目是否屬已開放項目、投資者身份等提供意見後，逐一進行審查，倘有壟斷或不利國內經濟發展等情事，將禁止其投資，以落實審查機制。
- (2)嚴格監督管理：倘投資涉及其他未開放業別，或影響國家安全，可依據臺灣地區與中國大陸地區人民關係條例第93條之1進行裁罰及停止其股東權利，並得限期命其停止或撤回投資。🌈

