

臺灣產製商品跨境銷售模式 與物流服務分析

Cross-Border Sales and Logistics Service of Products Made in Taiwan

李旺蒼

工研院
服務系統科技中心

黃幼芯

工研院
服務系統科技中心

顏憶茹

國立臺中科技大學
流通管理系
副教授

何亦羚

國立臺中科技大學
流通管理系
專任助理

關鍵詞(Keywords)

- 跨境銷售 Cross-Border Sales
- 物流服務 Logistics Service
- 關鍵成功因素 Key Success Indicators

摘要(Abstract)

本研究之主要目的在探討臺灣產業跨境銷售模式與物流服務現況(AS-IS)，並了解廠商營運之困境、障礙、需求及關鍵成功因素，推衍商品跨境銷售之可行模式(TO-BE)。本研究透過優劣分析法(Strength-weakness-opportunity-threat, SWOT)與五力分析等方法，並選定食品飲料、金屬製品、機械設備、運輸工具及配件、綜合民生用品，以及化學製品與藥品六大優勢產業進行問卷調查。其結果發現，各產業之關鍵成功因素以商流居多，顯示商流對於跨境銷售之成敗具有高度影響力；在困境

與障礙部分，主要為同業競爭問題，其次則為原材料成本。本研究依照困境與障礙，提出各產業跨境銷售之可行模式，如物流整合平台、供應鏈整合平台等，並擬定平台建置、專業數據分析，以及供應鏈整合等多項策略，以作為未來產業改善之參考依據。

This research aimed to explore the cross-border sales model of products and logistics service in Taiwan (AS-IS), and to find the dilemma, barrier, need of industry operations and the key success indicators to derive the feasible cross-border sales model (TO-BE). Through SWOT analysis and Porter five forces analysis etc., we chose six outstanding industries, including food and drink, metal, mechanical, transportation, livelihood commodities, chemical and medicine to conduct a questionnaire survey. The survey results show the most important success indicator of those industries is business flow

as it indicates business flow has high influence for cross-border sales. The first dilemma and barrier is industry competition, and the second is raw materials cost. From those findings, this study proposed several feasible cross-border sales models for these industries, e.g. logistics integrated platform, supply chain platform etc., and proposed platform building, professional data analysis, and supply chain integration strategies, as references for industries improvement.

1. 緒論

我國屬海島國家，且我國天然資源較為缺乏，為滿足國內原物料需求以及經濟發展，因而進出口貿易相當頻繁，我國於民生工業、化學工業、金屬機電與資訊電子等四大領域中，皆有世界頂尖技術，生產的產品透過製造業本身或流通業等供應商協助出口，使得我國四大領域產品在跨境銷售上更是具有不俗的表現。

我國境內市場狹小且已接近飽和，因而供應商必須透過跨境銷售的方式以拓展商機，但近年我國進出口貿易受到中國大陸、新興國家或整合經濟體系崛起之影響而有所衝擊，影響我國出口貿易成長。

由上述可知未來我國商品供應商的發展方向勢必要讓本身具備成功的跨境銷售策略，才能具有國際競爭力，此外，物流服務業是否能協助供應商跨境銷售，如何密切配合協同合作，也是提升競爭力的要素之一。因此，本研究將調查我國商品跨境銷售模式，以及我國商品境外流通現況，透過問

卷分析商品之跨境銷售模式與物流服務現況(AS-IS)，並了解廠商營運之困境、障礙、需求及關鍵成功因素，設計商品跨境銷售之可行模式(TO-BE模式)，以協助我國產業發展跨境銷售策略。

2. 臺灣產業分類

本研究主要調查對象為臺灣產製商品之供應商及物流服務業者，其中供應商包含製造業與流通業兩大產業，產業分類依據中華民國行業標準分類(第9次修訂)資料進行初步篩選[3]，製造業選出具有出口貿易的26中類，並根據文獻、產業特性與產品特性進行分群；流通業選取2中類，再依照小分類與產品特性進行分群；物流業則包含5中類，直接採用小分類作為本計畫之分群依據。

2.1 製造業分類

依據經濟部工業局分類方式，先將製造業劃分為民生工業、化學工業、金屬機電及資訊電子等四個類型，並參考張雅涵、林依潔(民104)於「臺灣製造業供應鏈管理暨關鍵影響因素評析」中的產業分類結果[4]，此外本研究欲了解各產業及其產品的跨境銷售模式，因此又依據產業與產品特性再將產業細分為18個產業分群，如表1所示。

2.2 流通分類

流通業根據中華民國行業標準分類(第9次修訂)的中分類，並依據其販售商品與製造業分類商品相互對應進行分群，批發業分為11群，零售業分為9群，總共為20群，如表2所示。

2.3 物流業分類

物流業部分於中華民國行業標準分類(第9次修訂)中共包含5中類，但為區分海陸空類型，本

更完整的內容

請參考【機械工業雜誌】404 期・105 年 11 月號

每期 220 元・一年 12 期 2200 元

劃撥帳號：07188562 工業技術研究院機械所

訂書專線：03-591-9342

傳真訂購：03-582-2011

機械工業雜誌官方網站：www.automan.tw

機械工業雜誌信箱：jmi@itri.org.tw