

專案質詢

8-8-13-0549

立法院議案關係文書 中華民國 104 年 12 月 9 日印發

案由：本院許委員淑華，鑒於臺灣網購節展開，點出了網路及電子商務的影響與未來。我國原本就以高科技產業見長，以臺灣的優異科技水準、民眾很容易接受新科技；行政院應積極推動，以達到以新科技強化產業體質、提振經濟以及提升生活品質的目標。爰此，特向行政院提出質詢。

說明：

- 一、多數臺灣民眾今日的日常生活，幾乎都離不開網路。但許多人可能不了解，網路帶來的，不僅是個人的方便，更能提升產業體質、刺激消費與經濟；同時提高國家競爭力與民眾生產品質，而這也是當前政府施政的重點。
- 二、回顧網際網路初問世時，當時的英特爾總裁葛洛夫曾說，未來每家企業都是網路企業，因為不成為網路企業者，都會被淘汰。這句話於今天看來，顯得特別真切。能夠上網、在網路上擁有自己企業介紹與資料者，早已不是大企業的專利，一般的餐廳、商家、小型甚至是微型企業、個體戶，都必須在網路上擁有其網絡與通道，否則，根本難以發展與生存。
- 三、不過，這種在網路上置放各種資料性的「靜態」作法，已完全不足以因應今日的科技新世界。由美國蘋果公司帶動的智慧手機與平板電腦普及化，讓全球進入一個全新的「行動裝置世代」。全球每年智慧手機的銷售量，已達 12 億支以上，平板電腦亦超過 2 億台；手機與平板可使用的各種 APP（應用程式）有數百萬個，這些行動裝置可以化身為許多不同的工具，能完成的工作也更多元而複雜。
- 四、而臺灣網購節的推動，則是行政院提振消費措施中的政策重點之一。近年網路購物幾乎已成許多人日常生活的一部分，根據資策會 7 月公布的一份最新調查顯示，國內智慧型手機普及率達 73.4%、平板普及率也有 32%。使用智慧型手機或平板電腦人口，估計突破 1,600 萬人，差不多是每 4 人中就有 3 人在使用行動裝置，顯然擁有很好的發展網路購物條件。
- 五、另一份尼爾森調查也指出，全球平均大概有 1/4 的受訪者，會在線上購買日常用品；其中，臺灣的比率更超過 1/3。臺灣的網路購物量占零售銷量的 11%，與世界各國相較，比率之高

立法院第 8 屆第 8 會期第 13 次會議議案關係文書

算是前段班。大陸電子商務龍頭阿里巴巴舉辦在全球引發熱潮的「11月11日光棍節」購物節，今年在短短 24 小時內，就創造了 5,000 億元臺幣左右的銷售量，顯示網購電子商務的潛力與爆發力，確實驚人；而光棍節中來自臺灣的買家，則在海外買家中居第 3 名，顯示臺灣的購買力仍然強勁。因此，政府決定集合網路上的大小商家，舉辦臺灣網購節，就是希望炒熱網購節，以刺激消費方式提振經濟景氣。

- 六、網路普及、科技新發展帶來的影響，不僅是商業行為，在政府服務上的改變，也是劇烈而明顯。臺灣在這方面，亦是全球前段班。舉一個最明顯的例子，就是每年的綜所稅申報，在政府多年推動網路報稅的努力下，使用自然人憑證者，可直接匯入所有所得資料；現在每年 500 多萬戶報稅中，有 8 成使用網路，使用人工報稅者已不到 1 成。
- 七、除了對民眾服務的提升外，政府也以釋出資訊、推動開放資料的方式，讓民間能公平而廣泛地運用政府資訊，這種作法更為民間帶來過去未曾出現的商機。對政府這種釋出資訊與資料的積極作法，英國「開放知識基金會」（OKFN）在今年最新的資料開放評比中，就認為臺灣的全球開放資料排名指標，可望進入前 10 名，也是馬總統所說「出現了相當令人驚艷的成果」。
- 八、但值得注意的是，智慧生活的運用，除了防災國土安全方面外，對一般民眾日常生活感受強、對國家競爭力影響大者，還有金融科技的運用。我國過去在金融科技與電子商務上，曾佔相當的優勢；但之後則因法令限制導致進步緩慢，至今已略呈落後。近期政府先推動第三方支付，接著成立金融科技辦公室，希望能翻轉臺灣金融科技與電子商務的落後。