



# 我國電子商務發展—由工商 普查資料觀察

隨數位科技技術的發展，數位經濟成為全球經濟發展趨勢，對提升產業競爭力及創造新的商機，扮演重要角色，本文爰運用普查資料，探討近年我國電子商務發展之情形，以反映產業趨勢，並支援決策應用。

楊惠如、黃瑋傑（行政院主計總處國勢普查處專員、科員）

## 壹、前言

隨著資訊及網路科技發展，行動裝置益趨普及，「宅經濟」概念大幅提升生活便利性，電子商務日益蓬勃，為確實掌握廠商銷售模式變化，以反映其發展趨勢，行政院主計總處爰自 104 年起，依行政院跨部會「電子商務產業發展指導小組」決議，於非普查年透過抽樣調查蒐集國內各產業網路銷售資訊，普查年則移由工

業及服務業普查蒐集，以常川觀察國內網路銷售發展現況，供為相關政策制訂之參據。

## 貳、105 年電子商務概況

隨商品及服務銷售管道愈趨多元，105 年整體產業透過網路進行產（商）品銷售之家數為 9 萬 2 千餘家，網路銷售金額為 3.5 兆元，企業電子化銷售日益加深，其主要發展概況如下：

### 一、從事網路銷售家數 92,667 家，網路銷售金額 3.5 兆元，以實體商品交易為主

105 年從事網路銷售家數 92,667 家，交易金額達 3 兆 5,395 億元，以批發及零售業 62,184 家或占 67.1% 最多，製造業 12,006 家次之；交易金額方面，以製造業因供應鏈電子資料交換系統（Electronic Data Interchange, EDI）交易貢獻 2

兆 6,079 億元占 73.7% 最多，其次為批發及零售業 6,726 億元，兩者合計占整體網路銷售金額之 92.7%，顯示網路銷售仍以實體商品交易為主（表 1）。

## 二、投入跨國交易企業 7,021 家，占有網路銷售企業之 7.6%

網路無國界之特性促使跨國銷售之商機蓬勃發展，105 年從事網路銷售企業中，經營跨國銷售者計 7,021 家或占 7.6%，其中以實體商品交易之批發及零售業和製造業分別為 3,531 家、1,441 家最多；住宿及餐飲業則因國外旅客自行安排來臺旅遊之風氣盛行，致家數 1,118 家居第 3，占該業從事網路銷售企業之 22.6%，比重居各業之冠（表 1）。

## 參、電子商務發展之變化

### 一、批發及零售業企業持續投入電商領域

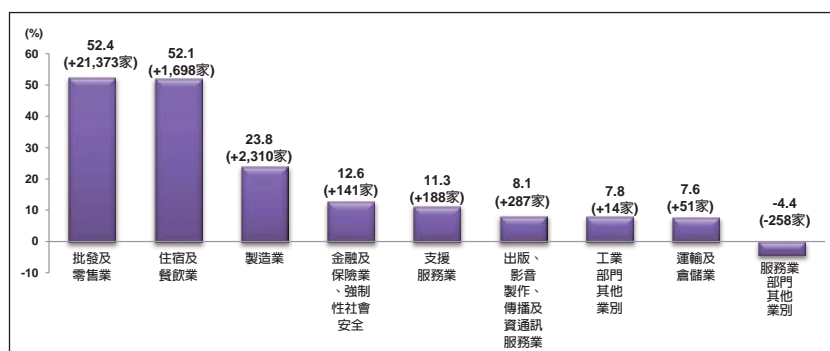
因行動裝置普及，帶動消

表 1 105 年主要行業網路銷售概況

	網路銷售 企業家數 (家) ①	跨國銷售 (家) ②	② / ① * 100 (%)	網路銷售 金額 (十億元)
總計	92,667	7,021	7.6	3,539.5
工業部門	12,199	1,444	11.8	2,608.1
製造業	12,006	1,441	12.0	2,607.9
其他	193	3	1.6	0.2
服務業部門	80,468	5,577	6.9	931.3
批發及零售業	62,184	3,531	5.7	672.6
運輸及倉儲業	721	89	12.3	114.7
住宿及餐飲業	4,955	1,118	22.6	20.9
出版、影音製作、傳播及資訊服務業	3,847	463	12.0	47.9
金融及保險業、強制性社會安全	1,258	53	4.2	49.5
支援服務業	1,854	116	6.3	12.9
其他	5,649	207	3.7	12.8

資料來源：行政院主計總處工業及服務業普查。

附圖 105 年主要行業網路銷售家數較 100 年變動情形



# 論述》統計・調查

費習慣改變，促進企業積極投入網路銷售活動，105年網路銷售家數較100年增加25,804家，其中以批發及零售業增21,373家或52.4%居冠，貢獻整體增加家數之82.8%；另住宿及餐飲業增1,698家，增幅亦達52.1%（上頁附圖）。

## 二、105年從事網路銷售之企業，網路銷售金額占收入總額18.1%

105年有從事電子商務之企業創造網路銷售金額達3兆5,395億元，占其收入總額18.1%，較100年之16.9%為高，顯示電子商務程度加

深，其中，中小企業電商交易金額占20.5%，高於大型企業17.7%（表2）。

## 三、電子商務帶動企業營運成長明顯

105年有從事網路銷售企業之收入總額19兆5,430億元，較100年成長61.9%，增幅遠高於全體工商業之7.7%，其中網路銷售金額成長73.8%，顯示電子商務交易已成為營運成長重要來源。相較於大型企業，中小企業表現更為明顯，電子商務交易金額成長達47.3%，雖不及大型企業，惟較其收入總額成長之27.8%

高19.5個百分點（表2）。

## 四、大型企業積極投入電商活動，帶動電商市場成長

105年大型企業投入網路銷售計1,417家，相當每4家大型企業就有1家投入電商市場，較100年增加58.9%，增幅高於全體網路銷售企業之38.6%，創造網路銷售金額達2兆9,186億元，貢獻全體電商交易金額82.5%，高於100年之79.3%，顯示大型企業積極投入電子商務，開拓商機強化營運規模（表2）。

另有經營跨國網路銷售之

表 2 105年網路銷售概況－按企業規模別分

	網路銷售企業				網路銷售金額				收入總額	
	家數(家)	占企業家數(%)	較100年增減(%)	跨國銷售(家)	(十億元)	較100年增減(%)	占收入總額(%)	較100年增減(百分點)	(十億元)	較100年增減(%)
總計	92,667	7.1	38.6	7,021	3,539.5	73.8	18.1	1.2	19,543.0	61.9
大型企業	1,417	26.9	58.9	222	2,918.6	80.7	17.7	1.0	16,509.9	70.2
中小企業	91,250	7.1	38.3	6,799	620.9	47.3	20.5	2.7	3,033.1	27.8

註：中小企業係指製造業、營建工程業、礦業及土石採取業僱用員工人數未滿200人，其他行業僱用員工人數未滿100人者；餘為大型企業。  
資料來源：行政院主計總處工業及服務業普查。

大型企業計 222 家，相當每 6 家有經營網路銷售之大型企業就有 1 家投入跨國銷售，主要以接受國際旅客之大型住宿及餐飲業，及以從事國際貿易之製造業、批發及零售業，為與全球接軌，積極以電商平台或系統進行接單銷售作業（上頁表 2）。

## 五、女性負責人企業投入電商業務較為積極

105 年從事網路銷售企業

中，負責人為男性者計 58,516 家，占全體男性負責人企業之 7.1%，而女性負責人 34,151 家，占全體女性負責人企業之 7.2%，占比相當，惟與 100 年比較，女性負責人企業投入網路銷售市場成長 49.4%，高於男性負責人之 33.0%，顯示 100 年至 105 年間女性負責人投入電商市場意願較為積極。觀察各行業 5 年增幅，女性負責人企業以批發及零售業增 65.0%

居冠，住宿及餐飲業增 59.1% 居次，均高於男性負責人企業之 45.0% 及 47.8%（表 3）。

## 六、O2O 模式快速成長

105 年整體企業網路銷售金額較 100 年增加 1 兆 5,024 億元或 73.8%，其中運輸及倉儲業銷售金額成長最快，達 9.5 倍，住宿及餐飲業增幅亦達 1.2 倍，顯示結合網路及實體交易之「線上至線下（Online to

表 3 105 年網路銷售家數－按負責人性別及主要行業分

	總計			男			女		
	總計 (家)	占該業 企業 家數 (%)	較 100 年 增減 (%)	男 (家)	占該業 企業 家數 (%)	較 100 年 增減 (%)	女 (家)	占該業 企業 家數 (%)	較 100 年 增減 (%)
總計	92,667	7.1	38.6	58,516	7.1	33.0	34,151	7.2	49.4
工業部門	12,199	4.4	23.5	9,130	4.5	21.7	3,069	4.3	29.4
製造業	12,006	7.4	23.8	8,995	7.6	22.0	3,011	7.0	29.4
其他	193	0.2	7.8	135	0.2	1.5	58	0.2	26.1
服務業部門	80,468	7.9	41.2	49,386	8.0	35.3	31,082	7.7	51.7
批發及零售業	62,184	12.2	52.4	37,389	12.3	45.0	24,795	12.1	65.0
運輸及倉儲業	721	1.5	7.6	515	1.3	9.3	206	2.7	3.5
住宿及餐飲業	4,955	3.4	52.1	2,966	3.9	47.8	1,989	2.9	59.1
出版、影音製作、傳播及 資通訊服務業	3,847	23.4	8.1	2,799	23.7	8.5	1,048	22.5	6.8
金融及保險業、強制性社會 安全	1,258	6.2	12.6	882	6.6	13.5	376	5.4	10.6
支援服務業	1,854	7.5	11.3	1,160	7.5	10.1	694	7.4	13.4
其他	5,649	2.2	-4.4	3,675	2.4	-4.0	1,974	2.0	-5.0

資料來源：行政院主計總處工業及服務業普查。

# 論述》統計・調查

Offline, O2O) 模式」快速成長，致以實體商品交易為主之製造業、批發及零售業，占網路銷售金額比重由 100 年 95.8%，降至 105 年 92.7% (表 4)。

## 肆、投入電商企業之經營效能概況

電子商務的蓬勃發展，雖帶動企業營運規模擴張，惟是否實質提升企業經營效能，以下將針對各企業規模別與行業別進行觀察。

### 一、從事網路銷售之企業，以製造業獲利表現較佳

105 年從事網路銷售之企業利潤率為 9.7%，高於全體工商業之 8.7%，較 100 年增加 2.7 個百分點。各行業從事網路銷售之企業中，以製造業利潤率 13.5% 最高，較 100 年增加 6.8 個百分點，並帶動工業部門成長，其中大型企業 14.3%，計增 7.6 個百分點，貢獻最為明

顯；至服務業部門因受限於規模，且多以內需為主市場，僅出版、影音製作、傳播及資通訊服務業投入網路銷售企業之利潤率 13.1%，高於該業全體之 11.9%，且以該業大型企業表現較優，批發及零售業投入網路銷售企業之利潤率 6.0%，與該業全體利潤率相當，餘各業投入電商市場之企業，獲利性表現皆不如未從事網路銷售之企業 (下頁表 5)。

表 4 主要行業網路銷售金額變化

	105 年			100 年	
	網路銷售金額 (十億元)	結構比 (%)	較 100 年 增減 (%)	網路銷售金額 (十億元)	結構比 (%)
總計	3,539.5	100.0	73.8	2,037.1	100.0
工業部門	2,608.1	73.7	66.5	1,566.3	76.9
製造業	2,607.9	73.7	66.6	1,565.9	76.9
其他	0.2	0.0	-54.9	0.4	0.0
服務業部門	931.3	26.3	97.8	470.8	23.1
批發及零售業	672.6	19.0	74.5	385.5	18.9
運輸及倉儲業	114.7	3.2	950.3	10.9	0.5
住宿及餐飲業	20.9	0.6	121.2	9.5	0.5
出版、影音製作、傳播及資通訊服務業	47.9	1.4	184.7	16.8	0.8
金融及保險業、強制性社會安全	49.5	1.4	51.2	32.7	1.6
支援服務業	12.9	0.4	46.0	8.8	0.4
其他	12.8	0.4	95.1	6.6	0.3

註：本表「0」表示數值不及半單位。  
資料來源：行政院主計總處工業及服務業普查。

## 二、持續投入電商之企業獲利相對較佳

105年從事網路銷售之企業利潤率為9.7%，其中經營網路銷售5年以上之企業利潤率達11.8%，高於經營未滿5年者之5.7%；另經營5年以上之大型企業利潤率達12.6%，中小企業利潤率7.7%，皆高於經

營未滿5年者，顯示企業投入網路銷售期間較長者企業獲利較佳（下頁表6）。

## 三、電子商務促進人力資源有效利用，以大型企業較為明顯

105年從事網路銷售之企業平均每從業員工收入總額1,016萬2千元，較100年增

加4.3%，其中從事網路銷售之大型企業平均每從業員工收入總額1,352萬5千元，較100年增3.0%，優於全體大型企業之1,206萬4千元，顯示大型企業投入電商有助人力效率提升（下頁表7）。

再從各行業觀察，金融及保險業（含強制性社會安全）從事網路銷售之企業平均

表5 105年企業利潤率－按企業規模別及主要行業分

	從事網路銷售企業						全體企業					
	總計 (%)	較100年增減 (百分點)	大型企業 (%)	較100年增減 (百分點)	中小企業 (%)	較100年增減 (百分點)	總計 (%)	較100年增減 (百分點)	大型企業 (%)	較100年增減 (百分點)	中小企業 (%)	較100年增減 (百分點)
總計	9.7	2.7	10.1	3.4	7.6	-0.4	8.7	2.3	8.5	3.2	9.0	0.7
工業部門	13.5	6.8	14.3	7.6	7.7	0.8	8.3	3.4	8.8	4.7	7.1	0.3
製造業	13.5	6.8	14.3	7.6	7.7	0.7	8.5	3.7	8.9	4.6	7.1	0.9
其他	9.3	3.3	1.4	-3.5	9.4	3.0	6.7	0.9	6.0	5.8	7.1	-1.8
服務業部門	7.2	0.0	7.1	0.3	7.6	-0.9	9.1	1.0	8.2	1.1	10.3	0.9
批發及零售業	6.0	-0.8	5.6	-0.4	6.5	-0.8	6.0	0.6	5.3	0.7	6.3	0.4
運輸及倉儲業	3.1	1.4	2.3	1.7	14.4	-2.9	6.2	1.0	4.6	1.9	9.5	-0.6
住宿及餐飲業	7.1	-4.1	5.7	-4.2	10.9	-2.4	10.9	-2.4	5.0	-4.6	13.4	-1.4
出版、影音製作、傳播及資訊服務業	13.1	-0.4	14.2	-0.9	8.0	-2.4	11.9	-4.3	13.0	-5.3	9.6	-1.9
金融及保險業、強制性社會安全	7.7	0.2	7.5	0.1	24.8	9.4	12.6	2.5	9.8	1.8	34.4	4.8
支援服務業	5.9	-2.9	5.6	-0.3	6.4	-4.8	8.2	-1.5	6.6	-0.9	9.7	-1.9
其他	7.8	-3.9	7.0	-0.2	8.3	-5.4	11.1	-2.8	8.3	-0.7	12.4	-3.7

註：本表「0」表示數值不及半單位。

資料來源：行政院主計總處工業及服務業普查。

# 論述》統計·調查

表 6 105 年網路銷售企業利潤率－按網路銷售經營年數及企業規模別分

單位：%			
	總計	經營 5 年以上	經營未滿 5 年
總計	9.7	11.8	5.7
大型企業	10.1	12.6	5.4
中小企業	7.6	7.7	7.5

資料來源：行政院主計總處工業及服務業普查。

表 7 105 年企業平均每從業員工收入總額－按企業規模別及主要行業分

	從事網路銷售企業		全體企業	
	平均每從業員工收入總額 (千元)	較 100 年增減 (%)	平均每從業員工收入總額 (千元)	較 100 年增減 (%)
總計	10,162	4.3	6,866	-2.3
按企業規模別分				
大型企業	13,525	3.0	12,064	-5.5
中小企業	4,318	-9.0	3,940	-1.1
按主要行業分				
工業部門	12,365	-10.5	8,549	-4.7
製造業	12,417	-10.4	9,176	-6.5
其他	3,812	-67.3	5,425	10.9
服務業部門	9,106	16.7	5,732	1.9
批發及零售業	7,094	-1.7	6,497	-5.4
運輸及倉儲業	6,924	2.5	3,784	1.6
住宿及餐飲業	1,675	-4.4	1,475	10.0
出版、影音製作、傳播及資通訊服務業	6,228	42.5	4,825	1.6
金融及保險業、強制性社會安全	19,579	54.5	25,435	30.9
支援服務業	1,880	27.9	1,117	26.7
其他	2,082	-0.8	2,448	4.1

註：收入總額係包含營業收入與營業外收入，其中營業收入係指與營業項目相關之收入，如製造業與批發及零售業之銷貨收入、營建工程業之承包工程收入等，營業外收入則為營業項目以外發生之收入，如營業外之租金、利息收入、投資收益等，尚未扣除買實性質之產(商)品進貨成本，故與生產總額有所差異。

資料來源：行政院主計總處工業及服務業普查。

每從業員工收入總額較 100 年增 54.5%，顯示在金融科技 (FinTech) 運用下成長明顯，另製造業雖為網路銷售主要貢獻來源，惟受原物料價格下跌，致收入下滑，連帶平均每員工收入降低 10.4% (表 7)。

## 伍、結語

由近 2 次調查統計結果發現，企業之網路銷售交易有明顯成長，並逐漸影響企業營運發展，國內企業亦積極投入經營電子商務，其中以大型企業經營績效較為優異，中小企業或許因受限於資源缺乏，仍待強化電商經營能量。展望電商的發展，已從實體店面和網路虛擬店面的競爭，轉變成線上與線下互相扶持合作的局面，也因網路無國界的特性，促使企業須正視與面對全球化之競爭。在跨境電商之浪潮下，企業應掌握電商跨國銷售之契機，加快腳步採取因應之道，讓銷售市場擴展至全球，正面迎接全球銷售無國界之電商時代；而統計資訊之蒐集與提供，自應亦步亦趨，與時俱進，以真實反映不同時期之電商發展樣態及趨勢，充實施政決策資訊。❖