



立法院第 8 屆第 3 會期內政委員會  
第 20 次全體委員會議

兩岸服務貿易協議洽簽進度、實質效益，及  
兩岸電子商務市場競爭關係之現況—以淘寶  
網為例

報告單位：經濟部

中華民國 102 年 4 月 25 日

主席、各位委員、各位女士、各位先生：

感謝 貴委員會邀請本人列席，謹就「兩岸服務貿易協議洽簽進度、實質效益，及兩岸電子商務市場競爭關係之現況—以淘寶網為例」提出報告如次：

## 第一部分、兩岸服務貿易協議

### 壹、兩岸服務貿易協議洽簽進度

#### 一、協商過程回顧：

(一) 從前(100)年2月海峽兩岸經濟合作架構協議(ECFA)

「兩岸經濟合作委員會」第1次例會宣佈啟動 ECFA 後續服務貿易協議的協商以來，兩岸密集進行本協議之磋商，由於服務業內容廣泛，涵蓋業別眾多，過程中安排雙方涉及數十個服務業之主管機關對口討論，除磋商市場開放內容外，亦增進對彼此服務業市場特性及管理制度的進一步瞭解。

(二) 兩岸兩會於去(101)年8月9日第8次江陳會談中，同意下次會談以 ECFA 後續協議包括服務貿易、貨品貿易及爭端解決等為主，任何一項達成共識，就可以簽署協議，雙方也同意將服務貿易協議列為後續會談優先簽署的議題。

(三) 在兩會安排下，雙方協商團隊於過去2年多分別在臺灣和大陸進行若干次協商，就協議文本、服務貿易特定承諾表及服務提供者規定，充分交換意見，

獲致相當共識。

二、**最新進展**：兩岸服務貿易協議在今(102)年4月達成大致協議，目前正進行文字確認，另金融部分之協商結果正由雙方監理機構溝通平臺確認中，其結果將併入服貿協議，再由兩會安排時間進行簽署。

## 貳、兩岸服務貿易協議簡介

雙方係依據「海峽兩岸經濟合作架構協議(ECFA)」第4條就服務貿易協議展開磋商，致力於逐步減少或消除服務貿易限制性措施、擴展服務貿易的廣度與深度及增進雙方在服務貿易領域的合作。

一、**服務貿易之定義**：服務貿易係指「服務業的貿易」，由於服務通常不具實體，和貨品性質有異，為便於世界貿易組織(WTO)會員協商彼此間的市場開放，WTO依照服務提供的方式區分4種服務貿易模式，模式一指服務的直接跨境提供；模式二指消費者到服務提供者所在地消費服務；模式三指服務提供者至消費者所在地設立商業據點提供服務；模式四指服務提供者以自然人移動方式至消費者所在地提供服務。本協議即依據WTO之定義及相關規定進行協商。

二、**協議內容**：兩岸服務貿易協議係參考WTO服務貿易總協定(GATS)及一般FTA服務貿易章節之作法，內容包括文本、特定承諾表(市場開放清單)及關於服務提供

者的具體規定等 3 部分，透過政府間的協商，逐步減少兩岸服務業市場之限制性措施，促進兩岸服務貿易進一步自由化及便利化。

(一) 文本部分：規範兩岸政府所採可影響服務貿易之措施應遵守之義務，包括透明化、客觀公正、避免不公平競爭、允許相關的資金移轉及原則上遵守最惠國待遇及國民待遇等。

(二) 特定承諾表部分：

1、雙方依據 WTO 之分類方式，討論包括商業服務、通訊服務、營造服務、配銷服務、環境服務、健康與社會服務、觀光及旅遊服務、娛樂文化及運動服務、運輸服務及金融服務等眾多服務部門，考量雙方各自情況，作出市場開放承諾。包括降低市場進入障礙、擴大業務範圍及提供更為便利化措施等。

2、我方開放內容均經各服務業主管機關廣泛徵求各界意見，包括業者、臺商及公協會等，並依據「衝擊極小化，利益極大化」原則審慎評估後作出開放承諾。另考量兩岸經貿互動發展及業者關切，我方並未就律師、醫師、會計師、建築師等專業服務業作出開放承諾。

(三) 關於服務提供者的具體規定：針對雙方超出 WTO 承諾之優惠待遇，要求一方服務提供者須在該方實質經營滿若干年以上，始可在另一方設立商業據點時，

享有該另一方提供之優惠待遇，以避免外資企業僅以「紙上公司」搭便車之問題。

(四) 另對於尚未開放之服務業，雙方參考 WTO 服務業漸進式自由化之精神，約定未來可在彼此同意之基礎上，就服務業市場之進一步相互開放進行磋商，以促進兩岸間的服務貿易。

### 參、兩岸服務貿易協議之實質效益

一、為兩岸貿易往來提供制度化基礎：兩岸服務貿易協議是 ECFA 後續協議之一，本協議之簽署對於完成 ECFA 促進兩岸經貿往來之目標又邁進一大步。本協議之條文參考 WTO 服務貿易總協定及一般 FTA 服務貿易章節之內容，為兩岸服務貿易往來提供制度化基礎，有利於促進兩岸服務業相互投資及貿易，為兩岸優勢互補及競爭力之提升帶來效益，預期可帶來長期正面的經貿福祉。

### 二、協助業者進軍大陸市場：

(一) 大陸已從「世界工廠」逐漸轉化為「世界市場」，成為各國廠商兵家必爭之地，繼 ECFA 早收清單為我國廠商搶得灘頭堡後，兩岸服務貿易協議之簽署更進一步協助我服務業者利用本協議之各項優惠，以更好的條件進入大陸市場。

(二) 大陸在多項服務業提高臺商持股比例或開放獨資，增強臺商對企業的控制力；並在部分業別承諾擴大臺灣業者可經營的業務或地域範圍，有助我業者擴

大經營規模；同時提供數項服務貿易便利化之措施，例如免除最低停留期間要求、承認在臺業績、由大陸之地方政府逕行審批及縮短內容審查之工作時限等，有助加快臺灣服務業者進軍大陸市場之腳步，有效降低大陸市場對臺灣業者之服務貿易障礙。

三、增強外人來臺投資：兩岸服務貿易協議簽署後，可望以臺灣進入大陸市場之優惠條件，增強外人來臺投資動能。外國企業來臺灣設立商業據點，實質經營滿3年或5年以上，就能以臺灣服務提供者身分，利用本協議之優惠待遇進軍大陸市場，此亦有助於提升其他國家與我國進行經貿合作之意願。

四、促進融入區域經濟之整合：近年來由於WTO杜哈回合貿易談判進展緩慢，國際間掀起區域經濟整合之熱潮，例如談判中的跨太平洋夥伴協定(TPP)、區域全面經濟夥伴關係協定(RCEP)、中韓及中日韓FTA，以及倡議中的美歐跨大西洋貿易與投資夥伴(TTIP)協定與歐盟日本FTA等。目前我國與新加坡、紐西蘭洽簽經濟夥伴協議(ASTEP)及經濟合作協議(ECA)之協商已接近完成，兩岸服務貿易協議之簽署可望以我國進入大陸市場之優惠條件，帶動其他國家與我洽簽經貿協議之意願。

#### 肆、結語

基於兩岸關係的特殊性，臺灣較晚開放陸資來臺投資，即使加入世界貿易組織，雙方仍有部分服務業未彼此開放。

兩岸服務貿易協議是「海峽兩岸經濟合作架構協議(ECFA)」的後續協議，藉由兩岸服務貿易協議之協商，雙方在服務業相互作出市場開放承諾，使兩岸的服務貿易自由化踏出重要的一步，奠下制度化基礎，業者得以有利條件進入大陸市場，並增進外國企業來臺設立據點之意願。

未來，政府將積極輔導業者進軍大陸市場，擴大經營規模，亦將根據業者需要，持續透過協議之後續磋商機制與大陸協商，開放彼此更多的服務業市場與減少服務貿易的限制性措施，以維持業者進軍大陸市場之優勢。此外，政府亦將積極與其他國家洽簽經濟合作協議，協助業者拓展市場，爭取我服務業輸出之商機。

本協議待協商完成後，將交由兩會簽署，並依臺灣地區與大陸地區人民關係條例第 5 條第 2 項之規定，行政部門將兩岸服務貿易協議函送立法院。

## 第二部分、兩岸電子商務市場競爭關係之現況—以淘寶網為例

### 壹、中國大陸電子商務市場概況

#### 一、大陸網購基本商情

(一) 大陸目前上網人口約 5.6 億人，網購人數達 2.4 億人。

(二) 目前大陸 B2C 網購之營業額約人民幣 3,870 億元，C2C 網購約人民幣 9,170 億元。大陸網購營業額占零售市場比率達 6.2%。

(三) 大陸最主要的 B2C 網站是天貓、京東商城、蘇寧易購及騰訊商城。C2C 網站最主要網站是淘寶網、拍拍網、TOM 易趣等。

## 貳、臺灣電子商務在大陸發展情形：

### 一、臺灣電子商務經營大陸市場最主要有四種模式：

(一) 平臺直接跨境銷售(A 模式)。

(二) 兩岸平臺橋接合作，臺灣平臺協助供應商將商品通關經由大陸平臺銷售(B 模式)。

(三) 臺灣小型供應商至大陸網拍平臺上經營網拍(C1 模式)。

(四) 臺灣大型供應商至大陸開店平臺上經營網購(C2 模式)。

(五) 臺灣大型業者或平臺直接至大陸區域市場經營網購平臺(D 模式)。

二、目前以 A 模式風險最低，不需要被大陸法令規範，只要介接大陸金流及跨境物流業者，並且網頁沒有被大陸遮擋即可銷售。此種模式臺灣所有的網路商店都可以推動，例如 PayEasy。



- 三、B 模式中臺灣平臺需要至大陸設公司、設倉庫，需要協助所有的供應商通過商品檢驗及通關。此模式最大好處是合作平臺流量可以幫忙獲取商機，且金物流部分皆由大陸平臺提供。例如藍新科技與大陸京東商城網路平臺介接合作。
- 四、C1 模式是直接透過網拍跨境銷售商品至大陸，此方式不需要商品檢驗，乃是透過小三通的模式銷售至大陸，大陸網拍平臺也提供金流及物流支援，如「臺灣吃透透」即在淘寶網上經營。
- 五、C2 模式是直接至大陸開店平臺經營，但此模式需要至大陸申請設立公司、設立倉庫、處理商品檢驗及通關等事宜。大陸網拍平臺也提供金流及物流。例如「東京著衣」即在大陸天貓商城及京東商城上經營網店。
- 六、D 模式是最困難的模式，由於資金門檻較高，大型企業較有能力前往經營，且一般先從區域市場經營做起。其他還包括申請網際網路內容供應商經營許可證(ICP)、申請設立公司、取得銷售許可證等，也需要符合大陸勞動合同法等法制規範。例如鴻海集團的「飛虎樂購」網站。

### 參、大陸電子商務在臺灣銷售情況

- 一、近年來由於兩岸交流頻繁，許多過去前往大陸批貨之廠商均在入境大陸時申請大陸網路支付服務之帳號，以便從網路上直接購買，省去跨境採買的負擔。

二、 阿里巴巴集團在中國大陸登記的代表公司是阿里巴巴(中國)有限公司，淘寶網亦是阿里巴巴集團 100% 控股持有，在中國大陸對外招募的主要代表公司是：淘寶網(中國)軟件有限公司。阿里巴巴集團以新加坡商身分在臺灣登記營運，其公司全名為「新加坡商阿里巴巴電子商務股份有限公司臺灣分公司」。目前淘寶網在臺工作人員僅三員。淘寶網是 C2C 拍賣網，目前亦是全球最大的拍賣網站。

#### 肆、 本部採行措施

##### 一、 大陸網際網路內容供應商(ICP)經營許可證之申請爭取：

(一) 大陸「互聯網信息服務管理辦法」所稱網際網路資訊服務，是指透過網際網路向上網用戶提供資訊的服務活動。網際網路資訊服務分為經營性和非經營性兩類，大陸對前者實行許可制度，對後者實行備案制度。即經營電子商務就需要申請 ICP 經營許可證，陸方要求外商企業在大陸經營網路事業時，持股比例不得超過 50%，此限制使臺灣業者缺乏進入優勢或主導權，諸如 PCHome 等業者即因此不考慮至大陸發展。

(二) 經濟部已於 ECFA 服務貿易協議之協商中，提出臺商無法以過半資本持股取得 ICP 經營許可證之議題。經多次磋商，此議題已獲陸方具體回應，陸方將以

試點方式允許我商持股過半，此為超出目前大陸對所有國家或地區（包括香港）的承諾。

## 二、有關臺灣部分網站在大陸被遮擋之問題：

- (一) 大陸的網路管理體制和我方不同，從境外要連結到大陸的網路內容原則上均須經過陸方政府核准，大陸利用網路技術來設定過濾網址中的特定網域與路徑字元串。因此我方之政府網站，.org.tw 及部分有新聞消息、社群等服務的入口網站均被遮擋。
- (二) 本部曾為此問題要求陸方改善，陸方表示網頁遮擋是意識形態問題，請我方整理相關網址資料，陸方會測試並告知遮擋原因供我方參考，本部已提供相關資料予陸方，雙方將持續溝通，以突破此項障礙。

## 三、籌畫「臺灣購」導購網頁，協助臺灣網路平臺銷售大陸，使臺灣成為華文電子商務之外貿島：

- (一) 本部已經集聚臺灣代理大陸與全球第三方支付服務之業者、跨境物流配送業者。並於今(102)年4月23日舉辦「華文電子商務聯合艦隊啟動說明會」，協助所有臺灣網站介接金物流後上架臺灣購導航頁，並透過行銷臺灣購網頁來增加我商曝光機會。
- (二) 本部將於今年6月底啟動臺灣購導航頁，並於7月至12月舉行臺灣網商節相關活動。使臺灣網路商店增加商機，並蓬勃發展。

## 伍、結語

華文電子商務是全球外商均企望的商機，但是臺灣因為與大陸同文同種，距離又近，因此較各國更有商業機會，但因為兩岸政治的微妙關係，大陸對意識形態有所防制，另外對外商進入大陸發展也有保護本國企業措施，致使我國業者進入大陸受到相關的阻礙，本部正研商相關的因應與協商機制，同時也已開始推動其他華文電子商務市場，如馬來西亞、泰國、新加坡、印尼及香港等市場。

以上報告，敬請 各位委員、各位先進指教，謝謝。