



E時代下的傳統產業告白 ——以自行車產業為例

廖淑玲

網際網路除了引爆了社會革命，改變了每一個人的生活形態，透過網路新經濟建立起全球運籌帷幄系統，也徹底顛覆了傳統產業營運的模式，因此，電子商務是未來中小企業不得不走的路；本文即以自行車產業為例，說明傳統產業如何改造，才得以通過E時代的考驗而永續生存發展…

由於自行車業者採取國際分工策略，近年來我國自行車的整車及零組件出口金額呈現下滑趨勢，主要是因業者將低附加價值產品外移至中國大陸生產所致。美國向來是我國最大的出口國，1998年出口額佔我國總出口額三成以上，其次為荷蘭與日本。國際分工是全球自行車產業的發展趨勢，台灣在面臨新興對手（中國大陸、印度、東南亞國家）不斷進步的壓力下，採取接近市場的產業策略，是國內業者維持競爭力的必要措施。其中，在市場行銷方面，由於電子商務的興起已徹底顛覆傳統經濟模式，企業想要在網路經濟時代經營致勝，在各方面都需有全新思惟，因此自行車業者應善用全球網際網路來建立全球運籌帷幄系統，以續保我自行車王國的地位。

網際網路所引發的社會革命不只改變個人生活，對傳統製造業也面臨網路新經濟所帶來的

革命性壓力。在新舊經濟交替時節，傳統製造業於營運及組織進行全面電子化是立於不敗之關鍵。由於網路提高企業的營運效率，間接形成一種網路經濟，因此電子化是傳統製造業在網路經濟之下，必須要走的路，所謂電子化的層面包括了內部管理網路化(Intranet)，以及上下游關係網路化(Extranet)兩個部份。通常上下游關係可隨大環境的推動而逐步完成，但組織架構、管理規則是要靠個別公司自行努力。近年來政府有鑑於電子商務的重要性，正積極推動電子商務以協助傳統產業提昇競爭力。

中小企業在導入電子商務時面臨的困難點

中小企業在導入電子商務系統過程中，面臨到與大企業不同的問題，一般而言，中小企業在資訊管理(MIS)方面投入的人力較少，缺乏對電子商務相關技術的支援能力，無力自行開

產業透析

發電子商務系統，加上內部缺乏適當的電子商務規畫與營運人才來針對自身營運模式需要，提出導入績效評估及整體的導入計畫。網路經濟的特色、法則及溝通方式都與過去有很大的不同，其運作有一既定模式，傳統產業很難在短時間內調整過來，加上外界環境快速變化，各行各業人才迅速流向薪資與福利較好的其他產業，所以傳統產業首先就會感受到人才流失的壓力。中小企業若要運用網路來發展其產業，往往面臨無人可用的窘境，由於人才是未來網路經濟經營致勝的重要關鍵因素，因此想要進入電子商務領域的傳統產業必須積極思考如何網羅、留住人才，否則是無法成功的。

中小企業透過網際網路的功能，增加資訊商機流通和取得，這種商情資訊、管理制度、供應鏈支援等資源共享模式，將有助於中小企業提昇國際市場競爭力。

政府推動電子商務現況

政府積極推動電子商務，在「產業自動化及電子化推動方案」下，將推廣200個以上的體系，其推動電子化所發生的費用，將可適用促產條例研發投資抵減，並由行政院開發基金給予相關優惠貸款。目標為建設我國成為國際電子商務導向的產品供應中心，輔導重點在協助國內資訊大廠與其上、中游協力廠商建立供應鏈。在推動策略上，採取由民間部門主導產業自動化及電子化發展，儘量減少限制，但政府將積極建置電子商務所需的制度環境及網路建設，關於政府推動電子商務的架構與分工請見

附圖與附表。

為鼓勵國內電子商務的發展，經濟部提出「重要投資事業屬於電子商務事業部份適用範圍標準」草案，並與財政部達成共識，明訂投資憑證機構(CA)與網路內涵提供者(ICP)等電子商務業者，投資金額超過新台幣5,000萬元以上，且其中投資機器設備及自行開發金額達2,000萬元或佔全年營收50%以上，均可適用促進產業升級條例提供的租稅優惠，包括五年免稅或股東投資抵減等優惠措施。

實際分工方面，經濟部商業司負責推動商業自動化工作與規畫，展開為期五年半的電子化工作。在商業電子化方面首先推動100個體系，20,000萬家企業深入應用電子商務。電子商務輔導的推動，主要以廠商對廠商(B to B)之間的聯繫、下單、銷售等訊息傳遞為主，未來將以網路聯絡上、中、下游廠商，鼓勵廠商「增加使用網路、減少使用馬路」，以期達到建構台灣為二十一世紀亞太地區商務中心目標。廠商可向資策會提出計畫書申請，審核通過者，將與資策會簽約進行導入網際網路商業應用，並可獲得10萬至20萬元電子商務建置經費補助。電子商務架構中需包含資料交換加值服務、網上採購、網上招標、網上型錄、自動補貨系統等。商業司在商業電子化方面，近期內將完成輔導民生流通、資訊流通、紡織業、觀光旅遊、各類服務業，總計約9,485家廠商導入商業電子化。

貿易局90年重要年度計畫之一，就是著手研究加強網際網路的貿易推廣措施，網路貿易是二十一世紀貿易新趨勢，貿易局因此成立「電子商務暨網路行銷推廣小組」協助國內企業推