

製造業者建置電子商務時多採自行架站方式，經營方式以 B2B 較多

1. 根據本處「103 年製造業投資及營運概況調查」，在 2,960 家製造業者中，有經營電子商務的廠商占 13.9%，有計畫建立者占 4.6%，合占 18.5%，其經營方式，僅經營企業對企業(B2B)的商業模式，占 53.2%最高，僅經營企業對消費者(B2C)的商業模式占 25.4%，同時經營 B2B 及 B2C 之業者比率為 21.4%，顯示製造業者之電子商務經營方式以 B2B 為主。

按四大行業分，以民生工業經營電子商務比率占 18.1%最高，資訊電子工業占 17.2%次之，化學工業占 12.2%再次之；就電子商務經營方式觀察，民生工業建構 B2C 的商業方式較多，占 42.0%，其餘三大行業則以 B2B 的商業方式較多。

2. 製造業者建置電子商務平台的方式，近 8 成採自行架站，顯示業者仍偏向自行建置購物流程，電子商城的集客力尚未吸引大部分業者加入；選擇於 PChome 商店街(占 18.3%)，與 Yahoo!奇摩超級商城(占 13.0%)開店者合占逾 3 成購物網站的供貨商(包含東森、momo、森森等)亦占 8.0%。

製造業電子商務經營方式及使用的網路平台

單位：%

	總計	按四大行業分			
		金屬機電工業	資訊電子工業	化學工業	民生工業
按經營方式分	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
僅 B2C	25.4	11.9	23.1	21.3	42.0
僅 B2B	53.2	67.1	56.7	56.5	35.8
B2B 及 B2C	21.4	21.0	20.1	22.2	22.2
按使用網路平台分(複選)					
自行架站	79.2	77.6	80.0	83.3	77.2
PChome 商店街	18.3	8.4	19.4	14.8	28.4
Yahoo!奇摩超級商城	13.0	6.3	6.7	14.8	22.8
購物網站的供貨商	8.0	3.5	5.2	4.6	16.7

資料來源：經濟部統計處