



Industry &  
Technology  
Intelligence  
Services

經濟部技術處產業技術知識服務計畫

委託單位：經濟部技術處

執行單位：財團法人資訊工業策進會

# 東協新興五國——T發展趨勢與商機特輯

## 軟體與服務商機

科技專案成果

# 編 者 的 話

現今已開發國家的 IT 普及程度高，在多數消費者已擁有相關產品的狀況下，首購族群減少，加上經濟不景氣使換機潮不如預期，如 PC、NB 等 IT 產品在此類國家的銷售量開始衰退，近年僅新興市場仍具較強勢之成長動能。

我國最大宗之出口商品為資訊電子類商品，其中出口額最高的地區除中國大陸外，即東協新興五國，其總和高於對美國、歐洲或日本，出口成長率亦為近年最高地區，對我國產業之重要性極為明顯。此外，東協五國地緣鄰近台灣，人口總和達 5.3 億，內需市場潛力極大，且該區域之經濟成長大幅領先全球平均，更是我國前進全東南亞之重要跳板，發展機會亟待調查研究。

《東協新興五國 IT 發展趨勢與商機特輯》以套書形式呈現，內容共分為四冊，分別探討總體環境概況、資訊產品商機、通訊產業商機、軟體與服務商機，本冊為第四冊——軟體與服務商機，各章之內容重點分述如下：

第一章：說明本研究之動機與背景；

第二章：由全球軟體與資服市場的觀點分析整體走勢，並探討主要應用行業利用現況；

第三章至第七章：分各國說明系統整合或商用軟體、雲端服務、網路購物市場之發展現況；

第八章：總結與建議。

本套書內容涉及之產業範疇甚廣，若有疏漏或偏頗之處，懇請讀者指教，俾使後續的套書內容更加適切與充實。

《東協新興五國 IT 發展趨勢與商機特輯》編纂小組 謹誌  
中華民國 103 年 10 月

## 摘要

《東協新興五國 IT 發展趨勢與商機特輯—軟體與服務商機》研究東協新興五國之系統整合或商用軟體、雲端服務、網路購物等市場之發展現況。

系統整合（System Integration，簡稱 SI）通常係一成套之資訊系統，可包含硬體、軟體（客製化或套裝）、網路通訊等 IT 解決方案，通常亦搭配顧問諮詢等專業服務，是軟體與資服市場之標竿應用類型，舉凡銀行業之核心系統、流通業之進銷存系統、製造業之生產與規劃系統、政府之交通、海關、氣象、醫療、戶政、稅務等大型系統都可以是應用之領域；另外，大型商用軟體系統如客戶關係管理（Customer Relationship Management，簡稱 CRM）與企業資源規劃（Enterprise Resource Planning，簡稱 ERP）等，也是主要支出領域之一。在馬來西亞與印尼，受到伊斯蘭金融崛起之影響，近年銀行業之核心系統不僅是系統整合之大宗，亦是許多創新應用的先驅，更有許多當地廠商發展出有別於國際業者的業務。

其次，雲端服務是近年最受重視的資服發展之一，由於新興市場企業多屬中小規模，且部分用戶對於雲端安全與整合程度有所疑慮，在此領域之投資成長較慢。不過，由於東協區域市場相對於歐美地區較為分散，各國在政經、語言與文化等國情基礎不同狀況下，對小型資服供應商而言反而是具有機會的市場，對台灣業者而言也是有機會與國際大廠進行區隔的發展地區。

第三，東協新興五國的網路購物近年發展極為快速，這些國家對於台灣電子商務之接受度高，且台灣業者在地域與文化上較歐美大型業者有良好的優勢，在當地推廣業務的機會大。另外，電子商務是近年政府倚重推銷台灣產品之管道，特別是面向消費者端的 B2C、C2C 與團購，是業者可多加利用的平台。

# Abstract

《The 5 ASEAN Emerging Markets - Software / IT Services and Opportunities》 studies the situation of system integration (SI), software, cloud services, and online shopping markets in the 5 ASEAN Emerging Markets.

System integration (SI) is a suite of information technology services, combining hardware, software, internet communication solutions and the consulting expertise to package them together. SI is the primary application in the software and IT service market with examples of common products being core banking systems, warehouse management systems, manufacturing resource planning system. Other types of applications such as CRM (Customer Relationship Management) and ERP (Enterprise Resource Planning) are also major markets. In Malaysia and Indonesia, the rise of Islamic finance makes their core banking system industry to be a pioneer. Many local vendors developed business services different from international vendors.

The second part of this research observes the market of cloud services. Cloud services are the most significant information service in recent years. However, most enterprises in the emerging markets are SMEs (Small and Medium-sized Enterprise) which hesitating about the adoption of cloud services because of anxiety concerning integration and security issues. In the 5 ASEAN emerging markets, each country has different foundations of politics, economics, languages, and culture. These characteristics present localization challenges to large international vendors which allow an opportunity for small vendors. For Taiwanese vendors, it is a chance to create market segmentation.

The third part of this research observes online shopping markets. The online shopping markets in these 5 countries have expanded quickly in the past few years. The consumers in these countries are familiar with Taiwan's online shopping model. Compared to large sites like eBay and Amazon, Taiwanese vendors have both geographic and

cultural advantages. In addition to the online shopping industry itself, the Taiwanese government is continuously promoting Taiwanese products into South East Asia through e-commerce channels, especially through B2C and C2C websites which connect directly with the consumers. This also provides opportunity to various Taiwanese vendors to market products in their local markets directly.

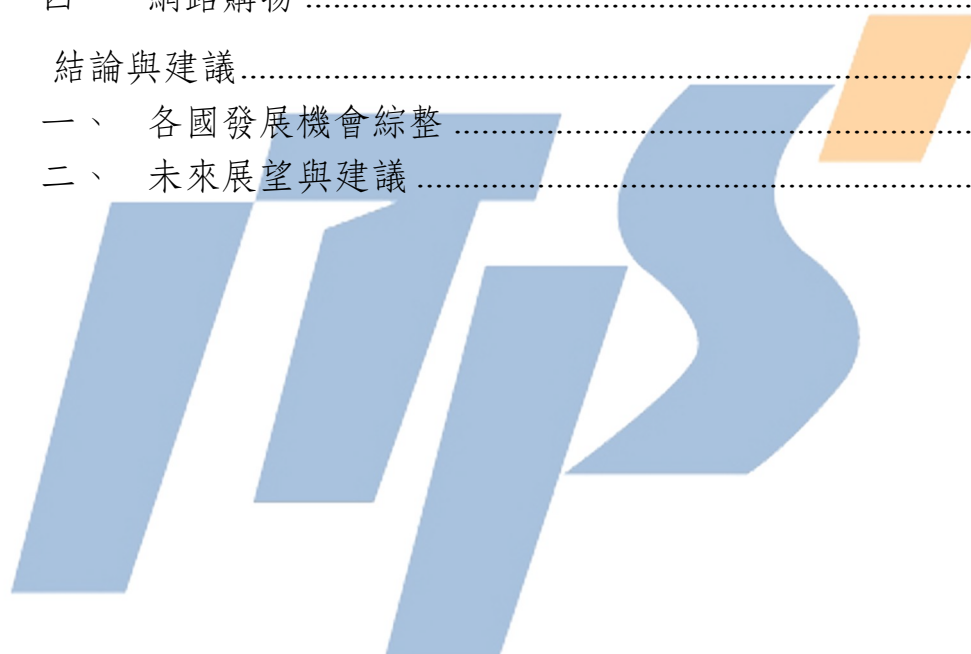




# 目錄

|     |              |    |
|-----|--------------|----|
| 第一章 | 緒論           | 1  |
| 一、  | 研究目的與對象      | 1  |
| 二、  | 研究架構與範疇      | 5  |
| 三、  | 研究方法         | 7  |
| 四、  | 研究限制         | 9  |
| 第二章 | 軟體與資服市場發展概況  | 11 |
| 一、  | 全球市場背景       | 11 |
| 二、  | 軟體與資服應用行業占比  | 13 |
| 三、  | 雲端整備指數       | 19 |
| 第三章 | 印尼軟體與資服商機    | 23 |
| 一、  | 市場背景／軟體與資服發展 | 23 |
| 二、  | 系統整合         | 25 |
| 三、  | 雲端服務         | 28 |
| 四、  | 網路購物         | 31 |
| 第四章 | 馬來西亞軟體與資服商機  | 37 |
| 一、  | 市場背景／軟體與資服發展 | 37 |
| 二、  | 系統整合         | 40 |
| 三、  | 雲端服務         | 43 |
| 四、  | 網路購物         | 46 |
| 第五章 | 菲律賓軟體與資服商機   | 51 |
| 一、  | 市場背景／軟體與資服發展 | 51 |
| 二、  | 商用軟體         | 54 |
| 三、  | 雲端服務         | 55 |
| 四、  | 網路購物         | 57 |

|     |                    |    |
|-----|--------------------|----|
| 第六章 | 泰國軟體與資服商機.....     | 61 |
| 一、  | 市場背景／軟體與資服發展 ..... | 61 |
| 二、  | 商用軟體 .....         | 63 |
| 三、  | 雲端服務 .....         | 64 |
| 四、  | 網路購物 .....         | 67 |
| 第七章 | 越南軟體與資服商機.....     | 71 |
| 一、  | 市場背景／軟體與資服發展 ..... | 71 |
| 二、  | 商用軟體與系統整合 .....    | 74 |
| 三、  | 雲端服務 .....         | 77 |
| 四、  | 網路購物 .....         | 80 |
| 第八章 | 結論與建議.....         | 85 |
| 一、  | 各國發展機會綜整 .....     | 85 |
| 二、  | 未來展望與建議 .....      | 92 |

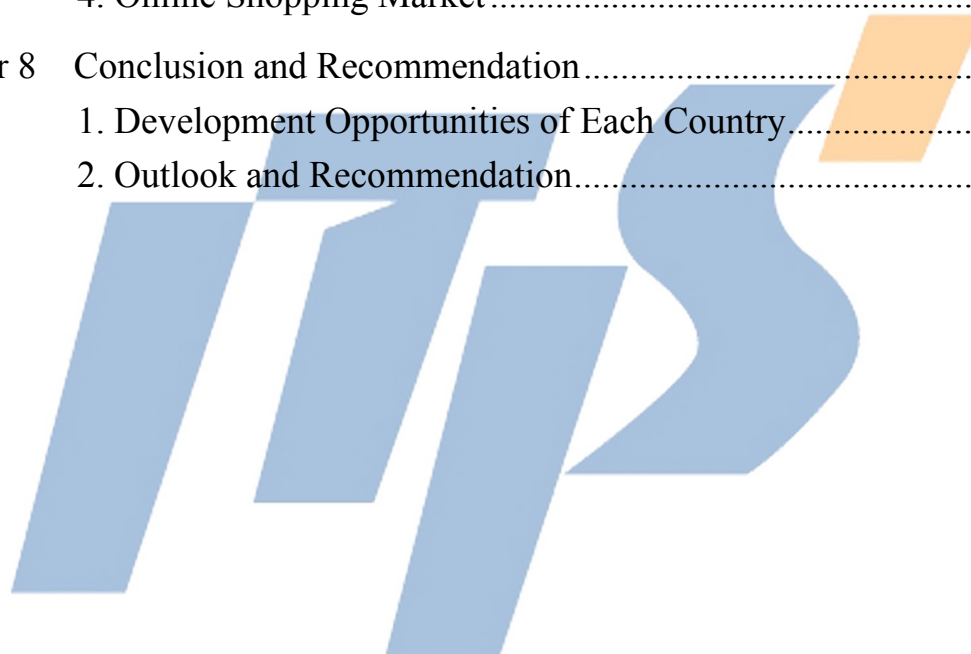




# Contents

|           |                                                                    |    |
|-----------|--------------------------------------------------------------------|----|
| Chapter 1 | Introduction .....                                                 | 1  |
|           | 1. Purpose and Targets.....                                        | 1  |
|           | 2. Framework and Scope.....                                        | 5  |
|           | 3. Methodology .....                                               | 7  |
|           | 4. Limitations.....                                                | 9  |
| Chapter 2 | Backgrounds of Software and IT Services Markets.....               | 11 |
|           | 1. Current Global Markets.....                                     | 11 |
|           | 2. Software and IT Services Adoption of Different Industries ..... | 13 |
|           | 3. Cloud Readiness Indexes .....                                   | 19 |
| Chapter 3 | Opportunities of Software and IT Services in Indonesia .....       | 23 |
|           | 1. Market Backgrounds and Current Developments.....                | 23 |
|           | 2. System Integration .....                                        | 25 |
|           | 3. Cloud Service .....                                             | 28 |
|           | 4. Online Shopping Market.....                                     | 31 |
| Chapter 4 | Opportunities of Software and IT Services in Malaysia .....        | 37 |
|           | 1. Market Backgrounds and Current Developments.....                | 37 |
|           | 2. System Integration .....                                        | 40 |
|           | 3. Cloud Service .....                                             | 43 |
|           | 4. Online Shopping Market.....                                     | 46 |
| Chapter 5 | Opportunities of Software and IT Services in the Philippines ..... | 51 |
|           | 1. Market Backgrounds and Current Developments.....                | 51 |
|           | 2. Enterprise Software.....                                        | 54 |
|           | 3. Cloud Service .....                                             | 55 |
|           | 4. Online Shopping Market.....                                     | 57 |

|           |                                                            |    |
|-----------|------------------------------------------------------------|----|
| Chapter 6 | Opportunities of Software and IT Services in Thailand..... | 61 |
|           | 1. Market Backgrounds and Current Developments.....        | 61 |
|           | 2. Enterprise Software.....                                | 63 |
|           | 3. Cloud Service.....                                      | 64 |
|           | 4. Online Shopping Market.....                             | 67 |
| Chapter 7 | Opportunities of Software and IT Services in Vietnam ..... | 71 |
|           | 1. Market Backgrounds and Current Developments.....        | 71 |
|           | 2. Enterprise Software and System Integration.....         | 74 |
|           | 3. Cloud Service.....                                      | 77 |
|           | 4. Online Shopping Market.....                             | 80 |
| Chapter 8 | Conclusion and Recommendation.....                         | 85 |
|           | 1. Development Opportunities of Each Country.....          | 85 |
|           | 2. Outlook and Recommendation.....                         | 92 |



# 圖目 錄

|                                                |    |
|------------------------------------------------|----|
| 圖 1-1 台灣 2004 年至 2013 年對主要出口國家（或地區）之出口金額 ..... | 2  |
| 圖 1-2 台灣 2013 年對東協成員國之出口金額 .....               | 3  |
| 圖 1-3 研究架構與範疇 .....                            | 5  |
| 圖 1-4 研究流程 .....                               | 7  |
| 圖 2-1 全球 2013 年至 2017 年 IT 分類支出規模與展望 .....     | 11 |
| 圖 2-2 全球主要國家／地區 2013 年軟體市場占比 .....             | 12 |
| 圖 2-3 全球主要國家／地區 2013 年資服市場占比 .....             | 13 |
| 圖 2-4 亞洲新興地區 2013 年主要資服應用行業 .....              | 14 |
| 圖 2-5 政府機構 IT 優先投資目標類型 .....                   | 16 |
| 圖 3-1 印尼 2012 年至 2017 年軟體市場規模與成長率 .....        | 24 |
| 圖 3-2 印尼 2012 年至 2017 年資服市場規模與成長率 .....        | 25 |
| 圖 3-3 印尼 2012 年至 2017 年 B2C 網路購物銷售額與成長率 .....  | 32 |
| 圖 3-4 印尼 Facebook 網路開店案例—Racerkids .....       | 35 |
| 圖 4-1 馬來西亞 2012 年至 2017 年軟體市場規模與成長率 .....      | 39 |
| 圖 4-2 馬來西亞 2012 年至 2017 年資服市場規模與成長率 .....      | 40 |
| 圖 4-3 馬來西亞 2013 年 12 月網路消費產品偏好調查 .....         | 47 |
| 圖 5-1 菲律賓 2012 年至 2017 年軟體市場規模與成長率 .....       | 53 |
| 圖 5-2 菲律賓 2012 年至 2017 年資服市場規模與成長率 .....       | 53 |
| 圖 6-1 泰國 2012 年至 2017 年軟體市場規模與成長率 .....        | 62 |
| 圖 6-2 泰國 2012 年至 2017 年資服市場規模與成長率 .....        | 62 |
| 圖 6-3 泰國 2013 年商用軟體市占率 .....                   | 63 |
| 圖 6-4 泰國 B2C 電子商務銷售額 .....                     | 67 |

|                                         |    |
|-----------------------------------------|----|
| 圖 7-1 越南 2012 年至 2017 年軟體市場規模與成長率 ..... | 73 |
| 圖 7-2 越南 2012 年至 2017 年資服市場規模與成長率 ..... | 74 |
| 圖 7-3 越南 2013 年網路消費產品偏好調查 .....         | 81 |
| 圖 7-4 越南 2013 年網路消費負面意見 .....           | 82 |



# 表目錄

|                                        |    |
|----------------------------------------|----|
| 表 1-1 台灣 2013 年對東協新興五國主要出口貨品金額統計 ..... | 4  |
| 表 2-1 全球 2014 年 8 月十大銀行核心系統供應商 .....   | 15 |
| 表 2-2 東協新興五國 2014 年政府線上服務指數評比結果 .....  | 17 |
| 表 2-3 東協新興五國 2014 年聯合國電子化政府調查結果 .....  | 18 |
| 表 2-4 東協新興五國 2014 年雲端整備指數評比結果 .....    | 20 |
| 表 3-1 印尼 2013 年 9 月十大銀行核心系統供應商 .....   | 26 |
| 表 3-2 印尼 Telkomsigma .....             | 27 |
| 表 3-3 印尼主要雲端服務供應商 .....                | 30 |
| 表 3-4 印尼 2014 年 9 月主要網路購物通路 .....      | 33 |
| 表 4-1 馬來西亞 2013 年 8 月十大銀行核心系統供應商 ..... | 41 |
| 表 4-2 馬來西亞 Silverlake Axis .....       | 41 |
| 表 4-3 馬來西亞主要雲端服務供應商 .....              | 45 |
| 表 4-4 馬來西亞 2014 年 9 月主要網路購物通路 .....    | 48 |
| 表 5-1 菲律賓主要雲端服務供應商 .....               | 57 |
| 表 5-2 菲律賓 2014 年 9 月主要網路購物通路 .....     | 58 |
| 表 6-1 泰國主要雲端服務供應商 .....                | 66 |
| 表 6-2 泰國 2014 年 9 月主要網路購物通路 .....      | 69 |
| 表 7-1 越南 FPT 集團 .....                  | 75 |
| 表 7-2 越南 2013 年 4 月十大銀行核心系統供應商 .....   | 77 |
| 表 7-3 越南主要雲端服務供應商 .....                | 80 |
| 表 7-4 越南 2014 年 10 月主要網路購物通路 .....     | 83 |

# 第一章 | 緒論

## 一、研究目的與對象

台灣的內需市場規模小，經濟以對外貿易為導向，因此產業榮枯與全球景氣關聯甚密。近年來，全球市場歷經 2008 年全球金融海嘯與 2011 年歐債危機等負面影響，整體需求減緩，連帶拖累台灣出口貿易之成長。

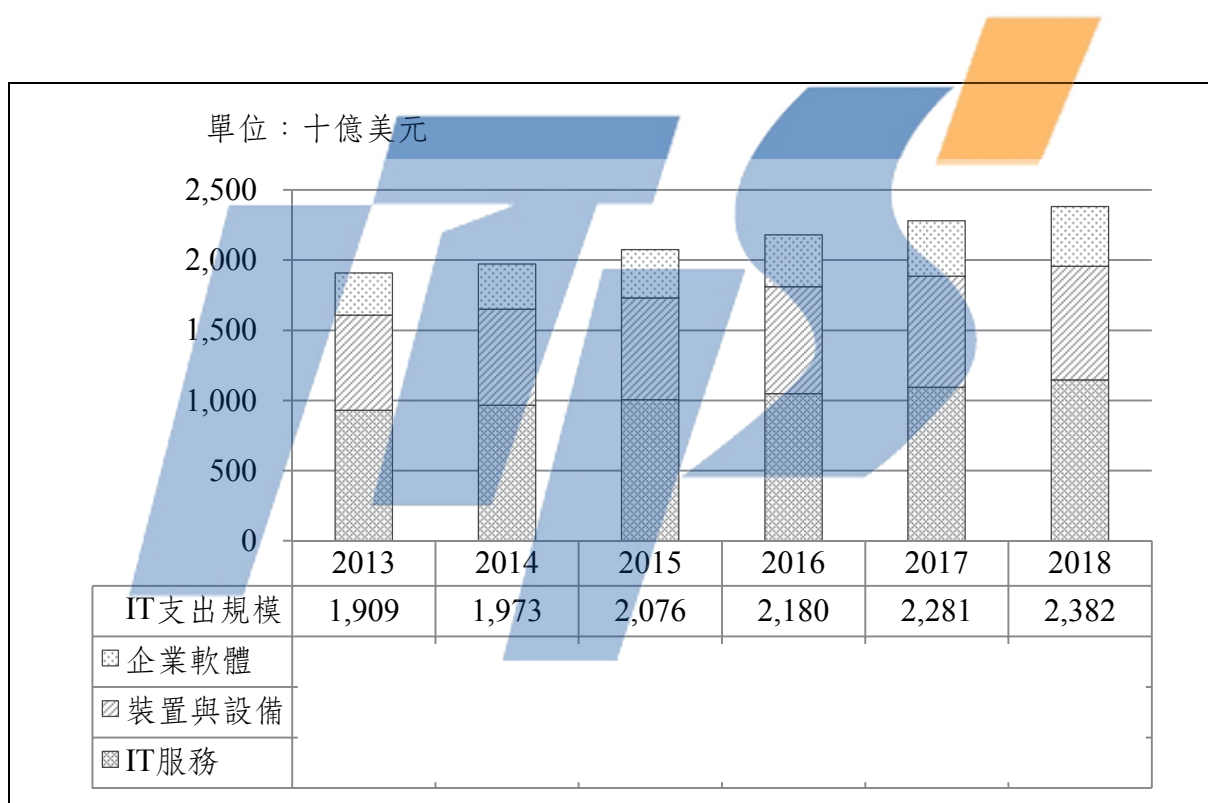
圖 1-1 係 2004 年至 2013 年，台灣對主要出口國家（或地區）之出口金額統計。由圖可知，出口成長停滯的主要國家（或地區）有美國、歐洲與日本等，皆屬已開發國家（或地區）；反之，台灣對於新興國家（或地區）的出口仍能維持較佳的成長，特別是對中國大陸與東南亞國家協會（Association of Southeast Asian Nations，ASEAN，簡稱「東協」）兩大地區，不僅是台灣出口成長最快的貿易夥伴，出口金額也在 2007 年後超越美國、歐洲與日本，成為台灣最主要的兩大出口對象。其中，台灣在 2004 年至 2013 年間對中國大陸的出口年複合成長率約達 9.43%，對東協則達到 10.45%。

就台灣出口金額最高的中國大陸而言，除地緣關係……

## 第二章 | 軟體與資服市場發展概況

### 一、 全球市場背景

圖 2-1 係全球 2013 年至 2018 年 IT 分類支出規模與展望，根據調研機構 Gartner 的計算，全球 2013 年的 IT 總支出已經達到 1.9 兆美元，至 2018 年的年複合成長率為 4.53%。



資料來源：Gartner (2014.06)，資策會 MIC 經濟部 ITIS 計畫整理，2014 年 9 月

圖 2-1 全球 2013 年至 2017 年 IT 分類支出規模與展望

其中，成長最快的類別是企業軟體（包含企業應用軟體，如客戶關係管理、數位內容生產工具、辦公室軟體等，以及基礎軟體，如作業系統、資料庫管理系統、安全軟體等）的支出，預估自 2013 年的 3,000 億美元成長至 2018 年的 4,240 億美元，年複合成長率為

## 第三章 | 印尼軟體與資服商機

### 一、市場背景 / 軟體與資服發展

參考印尼國家統計局在 2010 年進行的人口普查資訊，本研究推估印尼 2014 年人口約為 2 億 5,180 萬人。其中，1 億 3,249 萬人居住在都市地區，占 52.6%；其餘 1 億 1,949 萬人居住在鄉村地區，占 47.4%；最大的都市是首都雅加達，有 1,007 萬人，占全國 4% 人口。

印尼自 1997 年亞洲金融危機後，大抵發展快速，近年亦安穩度過國際大型事件的衝擊，如 2008 年的全球金融風暴、2012 年的歐債危機等，對其影響皆有限。另外，印尼在 2004 年成功進入民主政治階段，並逐步擺脫過去軍隊對政治的影響力，穩定性佳。經濟方面，印尼自 2010 年至 2012 年的國內生產毛額（GDP）成長率皆高於 6.2%，但 2013 年因經常帳赤字過高、印尼盧比持續貶值、通膨上升等因素，成長率降到 5.8%，較為紊亂的環境因素也使得消費者擱節支出、企業對資訊硬體等設備更新產生觀望。為了避免經濟下滑的風險持續增加，有賴當局加強金融體系的穩定。

在軟體與資服的成長方面，銀行業與金融服務將是重點所在。其中，企業資源規劃與管理應用在中小企業也受到歡迎。印尼約有 4,000 多萬家中小企業，其中約有七成至八成仍缺少 IT 解決方案，如系統整合、專業培訓、外包支援等……

## 第四章 | 馬來西亞軟體與資服商機

### 一、市場背景 / 軟體與資服發展

根據馬來西亞國家統計局的預估，馬來西亞人口將於 2014 年正式突破 3,000 萬人，並在 2015 年達到 3,048.5 萬，這些人口的年齡中位數為 28.2 歲，也就是有一半以上的人口在 28.2 歲以下，是一個人力結構非常年輕的國家。在族群分布與收入上，馬來西亞最大的民族是馬來人，占 62.8% 人口（含原住民與土著 13%），其次是華人，占 21.8%，第三則是印度人占 6.6%。其中，馬來人的收入較低，家庭平均月收入為 4,457 令吉（約 1,442 美元）；華人的收入相對最佳，平均家庭月收入可達 6,366 令吉（約 2,060 美元）；印度人則居次，平均家庭月收入為 5,233 令吉（約 1,694 美元）。

在東協新興五國中，馬來西亞人口數最少，但整體發展程度最高，人均 GDP 在 2014 年估計將達 11,387 美元，都市化也較其它國家快速，本研究估計 2014 年已有 75% 人口居住於都市地區。其中，都市化最高的地區是首都吉隆坡，與其南方約 30 公里的中央政府所在地—布城（Putrajaya）。

馬來西亞近年經濟成長腳步穩健，其 GDP 自 2010 年達到 7.4% 的成長後，雖然接連遭受國際負面因素衝擊，例如歐美經濟疲軟導致出口需求萎縮、日本大地震與泰國大水患都影響了……

## 第五章 | 菲律賓軟體與資服商機

### 一、市場背景 / 軟體與資服發展

菲律賓近年人口增加快速，自 2000 年至 2010 年每年約增加 1.9% 人口，根據 IMF 預估，菲律賓 2014 年人口約達 9,943 萬人，並將於 2015 年突破 1 億人大關。值得關注的是，在如此大量的人口中，其年齡中位數僅 23.3 歲，雖幼年扶養比目前仍偏高，但將來這些人口創造的人口紅利將為菲律賓帶來非常可觀的成長動能。

菲律賓近年的經濟成長起伏不定，2008 年至 2009 年與 2011 年受外在景氣不佳影響，成長性較差，但 2013 年儘管有造成 6,000 餘人死亡的強烈颱風和地震侵襲帶來負面影響，災禍促使政府擴大重建支出，民間需求亦大增，加上菲律賓是全球海外勞工匯款的第三大國（僅次於印度與中國大陸），2013 年匯款回國達 229.7 億美元，較 2012 年大幅成長 7.4%，使菲律賓的經濟表現在全球景氣放緩的同時表現依舊突出，全年經濟成長率達到 7.2%，是東協新興五國之冠，在經濟方面為市場提供良好的支撐。

雖然就硬體設備而言，菲律賓在 IT 發展的程度仍低，不過，受惠於英語基礎優良，外國資金大量投入當地的資服產業，其中，資訊科技與業務流程委外（Information Technology and Business Process Outsourcing，簡稱 IT-BPO）是外商最主要的投資類型，由於社會融合了西方文化，語言又以英語為主，語音服務的部分……

## 第六章 | 泰國軟體與資服商機

### 一、市場背景 / 軟體與資服發展

根據泰國國家統計局的資料顯示，泰國 2012 年的人口約為 6,777 萬人。其中，2,335 萬人居住在都市地區，占 34.5%；其餘 4,442 萬人居住在鄉村地區，占 65.5%；全國最大的都市為首都曼谷，共有 685 萬人，占全國 10.1%人口。

泰國自 1997 年亞洲金融危機起，整體發展遭遇許多負面因素，包含 2004 年南亞海嘯、2006 年軍事政變、2008 年至 2009 年的政治危機與全球金融風暴、2010 年紅衫軍事件、2011 年大水患、2012 年歐債危機、2013 年至 2014 年的政治暴動等，持續影響政策運作，加上部分政策失當，使其整體經濟發展受到干擾，2013 年經濟成長率僅 2.87%，在東協新興五國中成長最差。

泰國是東南亞最大的 IT 市場，除了硬體之外，軟體與資服市場的規模也是東南亞之冠。圖 6-1 與圖 6-2 分別係泰國軟體與資服 2012 年至 2017 年的市場規模與成長率展望，2014 年泰國的軟體與資服市場分別約有 338 億泰銖（約 11 億美元）與 707 億泰銖（約 23 億美元）的規模，稍高於馬來西亞市場。在成長率方面，2012 年受到 2011 年洪災後的復原與更新需求，無論在軟體與資服方面的成長率都極高，也因此影響 2013 年至 2014 年的支出……

## 第七章 | 越南軟體與資服商機

### 一、市場背景 / 軟體與資服發展

根據越南統計局公布的 2012 年普查資料顯示，越南目前共有 8,877 萬人口。其中，最大的城市是位在南部的第一大城——胡志明市，是越南的經濟與金融中心，共有 768 萬人；其次是位在北部的首都——河內市，為政治中心，居民共 684 萬人；越南的城鄉差距極大，上述兩大城市僅占全國 1.6% 的面積，人口則達到全國 16.4%，重要的基礎建設與發展也以這樣的城市為主，其餘地區的建設則相對落後許多。

過往幾年，越南在經濟方面的體質不佳，難以控管的負面因素甚多，但持續低迷的情況在 2013 年獲得控制。首先，年度 GDP 的增長率約 5.42%，較 2012 年稍有回升；其次，越南的 CPI 在 2005 年至 2012 年間飆升近一倍，但 2013 年已控制在 6% 左右；其三，匯率在 2013 年一改過往數年的大幅貶值，轉趨穩定，對進口成本與通貨膨脹的控制有所幫助；其四，越南 2013 年約取得了 8.6 億美元的順差，雖金額不高，但已連續兩年擺脫長期以來的逆差局勢；其五，根據美國尼爾森（Nielsen）公司的調查，越南 2013 年第四季的消費者信心指數達到 98，是兩年來的最高點，顯示.....

## 第八章 | 結論與建議



# 《東協新興五國IT 發展趨勢與特輯 -軟體與服務商機》

全本電子檔及各章節下載點數，請參考智網公告

電話 | 02-27326517

傳真 | 02-27329133

客服信箱 | itismembers@micmail.iii.org.tw

地址 | 10669 台北市敦化南路二段 216 號 19 樓

劃撥資訊 | 帳號：01677112

戶名：財團法人資訊工業策進會

匯款資訊 | 收款銀行：華南銀行—和平分行

(銀行代碼：008)

戶名：財團法人資訊工業策進會

收款帳號：98365050990013 (共 14 碼)

服務時間 | 星期一~星期五

am 09:00-12:30 pm13:30-18:00



如欲下載此本產業報告電子檔，

請至智網網站搜尋，即可扣點下載享有電子檔。

ITIS 智網：<http://www.itis.org.tw/>