

《電子發票》案例篇

興奇科技B2C 金鑲電子商務網

興奇科技股份有限公司（以下簡稱興奇科技）於民國91年8月成立，同年9月開設Monday興奇購物網，在短短的5年之中，興奇科技所經營的購物網站95年的總體營業額已達50億元，且在96年的「e-21金網獎」中，於近百家業者中脫穎而出，榮獲業界先進及專業評審青睞，勇奪冠軍金質獎。

興奇科技除了不斷提升整體網站實力外，並透過Monday興奇購物網與台灣大型網站策略聯盟，以Monday興奇購物網為電子商務平台，結合其他大型網站人潮流量優勢，共同創造電子商務成長。目前經營的購物網站包括：Monday興奇購物網、Yahoo!奇摩購物中心、Udn線上購物共三個綜合性購物商城。目前興奇科技已成為台灣營業額最大，獲利最多的B2C電子商務網站之一。

以電子商務領先者為標竿
2年前導入B2C電子發票

興奇科技身為台灣數一數二的電子商務業者，除了一向以為提供消費者最好的服務為宗旨，更以電子商務領先者的標竿為圭臬，期望在業界豎立領導品牌的地位與信賴感。因此，興奇科技從94年10月起，便依財政部公布之「網路購物開立統一發票交付非營業人作業規定」，開始導入B2C電子發票的應用，並於96年1月1日，加入「電子發票服務整合平台」之發票資料上傳機制。

隨著B2C業務的蓬勃發展，興奇科技的訂單大幅成長，伴隨而來的發

票數量也相當驚人，其產生的發票列印費用、寄送郵資、人力處理、存放空間，對公司而言都是一筆不小的費用支出。

另外，由於網路購物七天鑑賞期的特性，在處理顧客的退換貨時，發票的取回為最大的困擾，也常因發票問題影響退款時效，間接影響消費者權益，而使用電子發票則可有效解決上述種種問題，進而提升對消費者的服務。

首家申請使用電子發票廠商
每年至少省下成本逾千萬

興奇科技從94年9月，就由董事長何英圻發起，開始進行電子發票相關前置作業，並由資訊處及流程開發部負責整個流程的規劃及系統的開發，在政府頒佈相關法令之後，興奇科技是第一家申請使用電子發票的廠商，同年10月網站就開始上線使用電子發票。

目前電子發票使用狀況，兩成比例屬於三聯式發票，仍採用紙本，而八成的二聯式發票中，有80%是電子發票，15%為捐贈發票，只有很小的部分是選擇索取紙本發票，其成本節省相當可觀。如果以興奇科技2007年預估訂單量來看，每年至少省千萬以上的成本。

開立電子發票 具政府公信
信賴網上購物 消費者放心

興奇科技一向以提供消費者最好的服務為宗旨，於開立電子發票之



興奇科技董事長。

後，會以e-mail通知消費者，消費者亦可隨時上網站查詢發票，另外，也會配合政府規定將已開立的發票資料上傳至財政部電子發票整合服務平台。

興奇資訊處流程開發部專案經理蔣嶺峰表示，發票資訊上傳平台，可以強化資訊的透明度，消費者可隨時上平台查詢發票，且可以透過公平、公正、與公開的管道，一起監督業者，而透過政府的公信力，消費者將更具信賴感，也更能放心在網路上購物。

使用電子發票 立竿見影
流程彈性調整 更符需求

使用電子發票的效益絕對是正面的，蔣嶺峰指出，整體而言，在使用電子發票之後，興奇科技不但降低發票作業處理及郵寄成本達80%，且可簡化退款作業程序、加速退款時效，成本的降低及服務品質的提升皆為興

奇科技帶來最大的綜效。

興奇科技建議有心導入電子發票之企業，應詳細瞭解相關作業辦法，並評估導入之成本及效益，另外資訊串連的完整性（包括內部與外部）更是不能忽略的一環。

最後，蔣嶺峰提出幾點建議：首

先，目前要求使用電子發票之營業人需繳交保證金，但保證金的門檻偏高，可能必須是中、大型的業者才有辦法加入，這恐怕會不利於電子發票的普及。

另外，目前電子發票的有些作法仍侷限於實體的觀點，可能不太符合

網路世界運作的需求，例如發票的作廢、銷退的流程應加以彈性調整，將能更符合實務需求；最後，業者協助消費者對獎，應該屬於服務性質，但是目前的規範加諸業者蠻大的責任，將來可能產生爭議，建議可加以考量修正。■

電子發票 導入歷程

- 94年09月 申請使用電子發票資格
- 94年10月 系統開發完成
- 94年10月 電子發票上線（部分上線：宅配訂單）
- 95年10月 電子發票全面上線（超商取貨發票亦改用電子發票）
- 95年11月 上傳電子發票平台作業規劃
- 96年01月 發票資料正式上傳平台

文/轉載自電子發票成果彙編



《電子發票》案例篇

大潤發B2B 經營省 開口笑

到大型量販店採買日常生活品，已成為許多現代人生活中不可或缺的一環，一提到量販店，首先閃過腦海的，或許就是大潤發！

「市場最低價」以客為尊，大潤發全省服務的網絡架構完整，在全省已成立了24個服務據點；五大類的商品種類，數以萬計，但在提供消費者「一次購足」的便利之餘，大潤發背後所合作的供應商數量亦是相對的龐大，與供應商之間的配合與管理，一直是大潤發經營的重要課題；95年大潤發毅然導入電子發票，96年9月正式啟用之後，上游省、下游樂，微笑曲線笑了。

大潤發所屬之大潤發流通事業股份有限公司，係由潤泰集團於民國85年成立，大潤發以最直接、最生活化的方式為消費者提供服務，網羅優秀的經營管理人才，運用電腦化營運系統，快速地在台灣展店，目前在全省已成立了24個服務據點，為顧客架構出完整的全省服務網絡。民國90年大潤發與法國具有45年零售流通經驗的歐尚(Auchan)集團合作，更為邁向國際化連鎖事業跨進一步，在法國、盧森堡、西班牙、葡

萄牙、義大利、波蘭、匈牙利、俄羅斯、摩洛哥、中國大陸等地皆設有分店，擁有跨國聯合採購能力的歐尚，使大潤發的商品及服務更具競爭力。

大潤發提供數以萬計的商品種類，包括生鮮食品、生活雜貨、五金百貨、電器及服飾等五大類，提供消費者「一次購足」的便利。所有商品皆由專業採購經理人，從商品種類、品質、價格及貨源穩定等各方面一一為消費者把關，使全省各分店隨時供應最齊全、最新鮮、最便宜的商

品。90年更增加進口及自營商品(FP logo)的品項，以「市場最低價」把越來越多的商品，以越來越便宜的價格，滿足越來越多的顧客。

建立電子發票 推廣代強制 供應商B2B 彼此成本雙贏

就如同上述提到的，大潤發各店提供的三到五萬的商品種類，其背後所合作之供應商數量亦是相對的龐大，與供應商之配合與管理，成為大

潤發重要的經營課題之一。在95年的時候，大潤發參加了財政部所舉辦的電子發票說明會，評估認為電子發票對於量販店本身以及供應商皆可帶來正面效益，且相關法令及環境已陸續成熟，遂於該年8月即決定導入B2B電子發票，並在12月由汎宇電商協助建置電子發票平台，之後於96年4至7月進行北中南總共10場的說明會，與供應商之會計代表進行電子發票作業之相關說明，並於同年9月正式啟用電子發票。

大潤發預計在年底將有3成左右之廠商會採用電子發票，長期而言，希望所有的廠商皆能使用電子發票，大潤發行銷企劃處企劃副理何默真接受專訪時表示，大潤發採取推廣的方式來取代強制，讓廠商知道使用電子發票的成本一定會低於紙本發票，透過讓廠商付更少的錢，創造彼此的雙贏，何默真強調，對供應商的觀念溝通以及輔導協助是最重要的關鍵，如何改變廠商的邏輯與觀念（特別是老闆的觀念改變，因為參與的通常都是會計人員），透過對於電子商務觀念的推廣、溝通，協助廠商更加瞭解，

並協助其進行既有系統之介接輔導，方可順利推行。

電子發票 使用大利多 經理現身 直說效益好

使用電子發票雖然才短短幾個月，不過大潤發認為使用電子發票的效益是值得肯定的。大潤發資訊技術處經理游連華提到，目前大潤發使用之電子發票平台收費合理且與內部電子商務系統連結，便於帳務之整理，並可簡化廠商請款作業、縮短作業時間、人力亦可精簡。簡要說明如下：

一、節省發票處理作業與時間：

在作業及時間節省方面，過去從廠商出貨→開發票（1天）→郵寄（3天）→收到發票進行後續處理，預計至少需要5個工作天，而在使用電子發票之後，廠商今天送貨、輸入系統，隔天大潤發就可以取得發票，節省了約3天的發票處理時間，並可有效縮短買賣雙方交易週期，而廠商並可藉此節省紙本發票列印、信封、郵寄費用，大潤發亦省去了人工、校

對的投入，對整體環境而言，在紙張的節省以及環保議題上，更是有正面的幫助。

二、發票管理系統化：

使用電子發票之後，促進了供應鏈電子化作業流程完整串聯，使企業資訊化發揮更大之綜效。發票電子化之後，發票的存取非常方便，可迅速線上調閱發票，廠商亦可藉由平台查詢發票狀態、處理的進度，並可隨時上線查詢送貨記錄，（此部分還在發展中，尚未成熟，更多的加值服務預計明年才會陸續上線。）

三、降低發票倉儲空間：

降低發票資料倉儲空間是使用電子發票後的一大益處，預計到年底有三成廠商使用電子發票，即可節省30%的倉儲空間，而發票電子化後，可避免過去因天災人禍而造成的資料毀損問題，可降低資料儲存的安全性風險，透過符合政府規定之資訊備援、異地備援等機制，有效提高資料安全。■

電子發票 導入歷程

- 95年08月 決定導入電子發票
- 95年12月 由汎宇電商協助建置電子發票平台
- 96年04-07月 於北中南舉辦共十場供應商說明會
- 96年09月 正式導入電子發票
- 95年12月 預計將有三成之供應商採用電子發票，長期預計全數廠商皆會導入。

文/轉載自電子發票成果彙編

