



隸屬台塑企業集團，台塑網科技以整合e化服務為經營定位，在業界建立起綿密的科技夥伴關係，從流程改造、ERP、商業流程管理、產品生命週期管理、工廠自動化、M化應用、供應鏈到電子市集；客戶想要的e化服務一應俱全，並能完備提供不同系統之間的銜接整合，讓客戶享有最大的科技投資效益。

B2B電子市集十年有成：

採購效率高，交易見公平

台塑網企劃製作

台灣的B2B電子商務從一九九〇年開始萌芽，迄今歷經網路泡沫化階段的洗禮與商業模式不斷修正，期間也淬煉出一套具公信力、驗證可行的電子交易市集平台。這套由台塑網打造經營的電子市集，架構於網路平台上，提供專業的企業間採購詢價服務，目前已有多家企業的採購作業透過台塑網電子市集進行，平台上匯聚了一萬

的供應商。這讓企業採購人員不需要再重複打電話或傳真與廠商聯繫，節省了繁雜的事務工作，也減少往返時間耗費。

而對有意投標的廠商而言，電子市集彰顯的公平交易特點，則是吸引他們願意參與其中的主因。因為網路公開招標，採購資訊完全透明化，只要有能力的承攬者都可逕行報價。另一方面，廠商的報價資料受到電子化採購系統的管控，採購經辦須等到詢價截止日後才看見報價金額，免除價格資料外洩的疑慮，確保了採購作業的公正性。

多家供應商群，跨產業材料類別達三千多種，光是來自台塑集團的採購業務量，一年便達一百萬項次，企業會員逐年擴展至石化、醫藥、紡織、汽車、電子、零售、餐飲等產業。

建立穩建的採購作業根基後，電子市集還能進一步延伸成為上下游供應鏈的資訊發佈平台，讓採購商與供應商之間的互動更緊密、快速；例如透過交貨指示單與庫存量

對採購方而言，電子市集提供的服務特點之一，是採購資訊單次發佈，就可以同時傳達給最多數量

查詢功能，採購商可以評估供應商現有的庫存量安排製程，並適時傳遞送貨需求，縮短供應鏈體系的反應時程；甚至有助於採購商維持最低庫存量，降低倉儲成本。

台塑網團隊經過十年電子商務實戰歷練，不但可與客戶共同檢討採購流程，亦能就組織、架構、流程各方面等給予適度建議。例如，裕隆集團設置了企業聯合採購單位（聯購中心），統籌規劃企業採購制度，讓各單位聯購發揮最大效益；震旦集團採用合約商品採購模式，以標準表單模式讓各採購單位直接於ERP下訂，既統合整個集團的合約採購，也強化了整體採購效率。

上期回顧：節能服務