

出國報告（出國類別：考察）

馬來西亞跨境電商物流企業參訪報告

服務機關：經濟部商業司

姓名職稱：張峯源 專門委員、李勇毅 科長

派赴國家：馬來西亞

出國期間：106年4月5日至106年4月8日

報告日期：106年5月5日

摘要

為掌握馬來西亞當地之跨境電商物流作業模式，本次出國考察參訪東南亞最大電商平臺Lazada之物流中心、巴生港自由貿易區(PKFZ)以及馬來西亞物流業者SnT Global Logistics Sdn Bhd之發貨倉，瞭解往返臺灣與馬來西亞之海空運電商貨物流程以及物流中心作業方式，以協助電商產業之後勤物流服務規劃。

目 錄

壹、出國目的與行程.....	3
貳、出國成果摘要／任務執行情形報告	5
參、出國內容概述及心得報告	8
肆、心得與建議.....	18

壹、出國目的與行程

一、出國目的

(一)為配合亞洲矽谷與新南向政策，本司正積極發展智慧物流相關創新解決方案與服務模式，帶動我國物流服務業升級與轉型，期打造具國際競爭力的智慧物流產業。其中，針對跨境電商物流，擬藉由與馬來西亞臺商、華商之合作，掌握進入東南亞國家的機會方向與運作模式，協助臺灣企業就商流、技術等層面，爭取跨國服務商機。

(二)本次至馬來西亞參訪考察，主要行程與目的包含：瞭解國際電商物流業者作業模式：透過參訪 Lazada、巴生港與 SnT 之電商物流中心，分析臺灣與馬來西亞電商物流合作方式，評估目前作業瓶頸與需求，規劃合作建立跨國與城市物流試驗場域，建立臺灣商品輸出到東南亞地區的電商物流通道，提高我國優質商品跨國流通機會。

二、出國行程

日期	出國行程			
106年	地點	拜訪機構	主要任務	備註
4月5日	臺灣桃園 → 馬來西亞		去程	
	馬來西亞 吉隆坡	Lazada 電商物流中心	參觀訪問	
4月6日	馬來西亞 吉隆坡	SnT Global Logistics Sdn Bhd	參觀訪問	
		巴生港自由貿易區(PKFZ)	參觀訪問	
4月7日	馬來西亞 吉隆坡	參加會議		
4月8日	馬來西亞吉隆坡 → 臺灣桃園		回程	

貳、出國成果摘要／任務執行情形報告

服務機關	經濟部商業司	姓名	張峯源、李勇毅	序號：1
職稱	專門委員、科長	日期	106年4月5日	
前往國家	馬來西亞	前往地區	吉隆坡	
拜訪機構	Lazada 電商物流中心			
主要任務	參觀訪問			
摘要說明	<p>參訪重點</p> <p>Lazada於2012年成立，總部都設在新加坡。業務範圍包括印度尼西亞、馬來西亞、菲律賓、新加坡、泰國和越南六個東南亞國家，人口覆蓋大約有6億之消費者，是目前東南亞最大的B2C平臺，也被稱為東南亞版亞馬遜。本次參訪之Lazada 電商物流中心位於吉隆坡市區，屬於Lazada自有之物流中心，專門協助馬來西亞國內供應商處理網站代銷售之存貨、流通加工、發貨及退貨處理等電商物流作業之城市物流服務據點。</p> <p>為協助臺灣供應商深入了解Lazada所能提供之物流服務能量，作為日後雙方合作基礎，此次參訪重點聚焦於Lazada物流中心之訂單履行(Order fulfillment)能力，並從服務範疇、服務內容與服務能量三個面向進行了解，以作為後續跨境電商物流推動之參考。</p>			

服務機關	經濟部商業司	姓名	張峯源、李勇毅	序號：2
職稱	專門委員、科長	日期	106年4月6日	
前往國家	馬來西亞	前往地區	吉隆坡	
拜訪機構	SnT Global Logistics Sdn Bhd			
主要任務	參觀訪問			
摘要說明	<p>參訪重點</p> <p>SnT Global Logistics Sdn Bhd：SnT為馬來西亞提供電商與國際物流服務的專業第三方物流業者，可提供一站式服務，含括海空運國際物流、清關與承攬，以及到廠提貨服務。</p> <p>除了大型電商平臺(如Lazada)有能力自建完善之自有物流服務體系，一般而言，無論是臺灣商品進入馬來西亞通路，又或者臺灣電商業者到馬來西亞布局平臺服務，仍需要尋求當地3PL之協助，支援商品之儲存與配送等物流作業。因此，本次參訪目的為了解馬來西亞3PL之服務能量，以及針對未來雙方業者可行之合作模式進行意見交換。</p>			

服務機關	經濟部商業司	姓名	張峯源、李勇毅	序號：3
職稱	專門委員、科長	日期	106年4月6日	
前往國家	馬來西亞		前往地區	吉隆坡
拜訪機構	巴生港自由貿易區(PKFZ)			
主要任務	參觀訪問			
摘要說明	<p>參訪重點</p> <p>巴生港自由貿易區(Port Klang Free Zone, PKFZ)設立於2004年，為馬來西亞第一座工商混合的自貿區，可支援業者進行轉口貿易及生產出口商品。該自貿區占地面積約404公頃，隸屬於馬來西亞交通部下的巴生港務局，是巴生港除了北港與西港之外，唯一一個100%國營的綜合性自貿港區。</p> <p>本次參訪主要目的是了解PKFZ的運作現況與競爭優勢，並取得港區相關資訊，以協助臺灣企業更進一步了解巴生港，進行後續設置海外保稅倉之評估。</p>			

參、出國內容概述及心得報告

一、Lazada 電商物流中心

日期：106年4月5日

時間：14：30~16：30

接待人員：Saravanan, Rajendran, Head of Warehouse

參訪內容：

(一) 公司簡介

Lazada 於 2012 年成立，總部都設在新加坡。業務範圍包括印度尼西亞、馬來西亞、菲律賓、新加坡、泰國和越南六個東南亞國家，人口覆蓋大約有 6 億之消費者，是目前東南亞最大的 B2C 平臺，也被稱為東南亞版亞馬遜。本次參訪之 Lazada 電商物流中心位於吉隆坡市區，屬於 Lazada 自有之物流中心，專門協助馬來西亞國內供應商處理網站代銷售之存貨、流通加工、發貨及退貨處理等電商物流作業之城市物流服務據點。

(二) 參訪重點

為協助臺灣供應商深入了解 Lazada 所能提供之物流服務能量，作為日後雙方合作基礎，此次參訪重點聚焦於物流中心之訂單履行(Order fulfillment)能力，相關參訪重點說明如下。

1. 服務範疇

- (1) 透過 Lazada 平臺銷售之品牌供應商商品
- (2) 屬於 Lazada 自有品牌商品
- (3) 送往東馬(沙巴)物流中心之轉運商品

2. 服務內容

- (1) 提供多溫儲存服務，包括常溫倉與氣調倉(美妝品)；另外，常溫儲區規劃有貴重商品區，並以鐵絲網隔離，並設置有門禁管理系統，嚴格控管人員進出，以確保客戶商品安全。
- (2) 提供存貨線上管理服務，提供客戶線上查詢庫存及出貨狀態。

- (3) 提供進出貨裝卸服務：設有裝卸貨專區、退貨檢查驗證專區(6 條通道)、出貨包裝專區(8 條通道)，全區都利用條碼作業控管。並提供客戶商品卸車、卸櫃與打棧板服務。
- (4) 提供配送服務：成立有 Lazada Express (LEX) 提供配送服務，費用如下圖一所示：

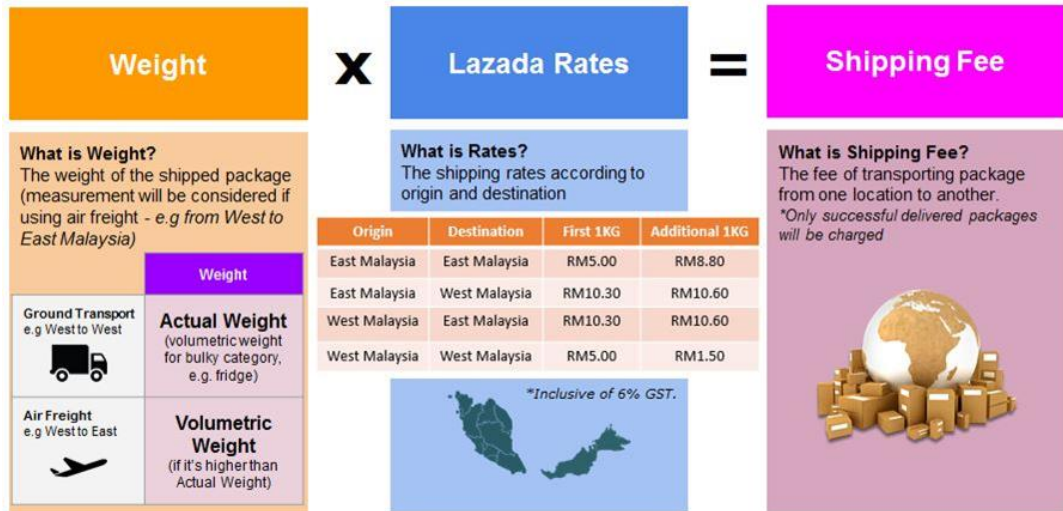


圖 1. Lazada Express 收費說明

3. 服務能量

- (1) 人力規劃：物流中心配置派遣人力約 20-30 名，旺季時可達 60-70 名，協助理貨相關作業。
- (2) 訂單處理：每日訂單處理量均值約 8,000-10,000 張，最大處理量可達 12,000 張。每日提供 3 次結單時間，分別在 11:00、17:00 及 22:00。

4. Lazada 訂單來源及物流模式：訂單數量(比例)，來源及其首發地點(Original)：

- (1) Lazada 物流中心發貨：約佔整體訂單 20%，即是供應商將商品寄存於物流中心，而 Lazada 向供應商收取每一個品項約 RM \$1.99 的費用，包含揀貨、包裝(含包材)、倉租與商品保險費用。
- (2) 馬來西亞國內供應商直出：約佔整體訂單 65%，即是由 Lazada 平臺轉單給馬來西亞國內供應商，供應商必須在 48 小時內，委託 3PL 出貨，並回報單號(配送單)給 Lazada 平臺。若是委託 Lazada Express 出貨，可以協助進行訂單出貨流程追蹤。
- (3) 海外供應商直出：約佔整體訂單 15%，即是由 Lazada 平臺轉單給海外供應商(或代運營商)，從海外直配到馬來西亞消費者手上。因此，現階段跨境電商之物流

作業，是不經過 Lazada 物流中心處理。為因應快速發展之跨境電商業務，目前 Lazada 亦積極布局保稅倉之規劃，以支援大量海外商品之暫存與發貨。



圖 2. 參訪團與Lazada團隊合影

(三) 參訪心得

Lazada 物流中心現階段尚未朝向自動化發展，仍高度仰賴人力作業，但在整體作業流程規範與營運管理制度，已相當成熟，其同時規劃於 2017 下半年度，規劃建置跨境電商專用之保稅發貨倉。因此，對於未來臺灣商品欲透過 Lazada 平臺，無論透過貿易商在馬來西亞境內上架，或是藉由跨境電商模式進軍馬來西亞消費市場，皆能夠利用 Lazada 取得完善之城市物流服務支援。

Lazada 此類型跨國電商營運之物流策略規劃，以馬來西亞市場為例，首先以完善當地之城市物流服務機能(包括倉儲與配送)為核心，若以多(商品來源地)對一(Lazada 物流中心)對多(消費者)之物流戰略布局，下一階段即是針對跨境電商商品來源地建立集貨倉，透過化零為整，形成運輸規模以降低商品單位運輸成本，進而連結馬來西亞保稅倉，匯集各國商品以最大化跨境電商商品匯流之國際物流營運效能。

面對全球大型跨國電商之物流布局(包括城市物流與跨境物流)，臺灣可針對港區中轉之物流服務進行長期布局，建置港區之電商國際物流中心，提供快速、便捷與精準之跨境物流服務，銜接臺灣鄰近國家之發貨據點，提供 Lazada 等跨國電商平臺於全球各國(消費市場)境內物流中心之跨境物流對接，建立點對點之運輸服務，打造臺灣國際物流於跨境電商物流之服務角色與定位。

二、SnT Global Logistics Sdn Bhd

日期：105年4月6日

時間：10：00~12：00

接待人員：David Wong Nan Fay, Group CEO；Peter Liew, Executive Director

參訪內容：

(一) 公司簡介

SnT公司之發展願景：作為馬來西亞國內外物流服務提供者的領導者。其服務內容包含一站式服務，其中涵括海空運國際物流、馬來西亞清關與承攬，以及到廠提貨服務。SnT對於其定位更提出如下之價值主張：

1. 提供電商平臺業者高效物流解決方案；
2. 協助電子市集與網上商家，可以透過訂單配達服務的單一窗口，並進軍東協市場；
3. 提供有效的電子化配達作業與供應鏈管理服務，包含：
 - (1) 國際與區域運送
 - (2) 電商平臺商品上架服務
 - (3) 檢貨與配送服務
 - (4) 加值製造與組裝
 - (5) 顧客進出口清關與倉儲
 - (6) 儲存與集併
 - (7) 揀貨、包裝與整併
 - (8) 提高供應鏈可視度的IT技術
 - (9) 退貨管理



圖 3. SnT 官網資料圖片¹

¹資料來源：SnT官方網站<http://sntglobal.com/>

(二) 參訪重點

除了大型電商平臺(如 Lazada)有能力自建完善之自有物流服務體系，一般而言，無論是臺灣商品進入馬來西亞通路，又或者臺灣電商業者到馬來西亞布局平臺服務，仍需要尋求當地 3PL 之協助，支援商品之儲存與配送等物流作業。因此，SnT 參訪重點聚焦於馬來西亞 3PL 之服務能量，以及針對未來雙方業者可行之合作模式進行意見交換，相關參訪重點說明如下。

1. 服務範疇

- (1) 提供品牌供應商之 B2B 倉儲服務及配送，品項包括有服飾與內衣、精品配件、食品與保養品。
- (2) 協助商品在大型電商平臺上架之供應商，提供倉儲與 B2C 配送服務(以 Lazada 為例，馬來西亞國內供應商直出佔比高達 65%，透過 Lazada 物流中心發貨僅佔 20%)

2. 服務內容

- (1) 提供常溫倉儲與氣調倉儲之服務
- (2) 提供客戶一般進出貨、揀貨、貼標、組合與流通加工等服務
- (3) 提供配送服務，整合自有車隊與外包車隊，視客戶需求搭配使用

3. 服務能量

- (1) 物流服務能力：為多家電商平臺指定之物流服務商，包括 Lazada, Lelong.com, 11th Street, Qoo10，每月定期與電商業者，檢討訂單履行能力(最高出貨訂單數)、出貨配送品質與庫存管理水準。
- (2) 資訊處理能力：由於 SnT 扮演品牌供應商之發貨倉，因應客戶要求，須具備與電商平臺資料串接能力，因此以依照品牌商在各大平臺之成交訂單，透過轉單方式取得出貨資訊，快速出貨給消費者，以滿足平臺業者對於供應商限時出貨之要求(如 Lazada 規範 48 小時內)。
- (3) 跨境物流服務：SnT 在馬來西亞最南端(柔佛州)設置有物流中心，可以作為新加坡市場的之發貨中心，其配送車隊可提供西馬到新加坡之每日來回之跨境運輸服務。



圖 4. 參訪團與SnT團隊合影

(三) 參訪心得

SnT 以 3PL 身份，成功扮演馬來西亞當地電商業者策略夥伴之角色，協助供應商建立多通路(多家電商業者)之共倉共配服務，同時針對跨境電商之業務，亦逐步朝向代運營商角色發展，協助國外供應商於各大電商平臺進行商品上架服務，並提供 door to door 之跨境物流服務，展現出其強大之商物流整合能量。

分析 SnT 其最大優勢，即是本身對於資通訊技術之掌握程度。由於 SnT 集團 CEO (David Wong) 本身背景即是資通訊技術工程師，在企業經營理念上，強調與電商平臺之資訊連結，嘗試建立電商平臺業者與 3PL 之資訊快速傳遞機制，以爭取更多之物流服務前置作業時間，佈建快速反應物流之營運基磐。快速反應，即是目前電商平臺業者提供給消費者最大賣點之一，從行動下單、便捷支付與快速到貨，這亦是 SnT 可以成為馬來西亞國內各大電商平臺重要戰略夥伴的關鍵成功因素之一。

此次參訪 SnT 並與集團 CEO - David Wong 針對南向政策進行意見交換，並獲得正面支持與肯定，並承諾日後將全力協助臺灣供應商與電商平臺至馬來西亞發展，提供必要之商物流整合服務。

三、巴生港自由貿易區(PKFZ)

日期：105年4月6日

時間：14：30~16：30

接待人員：Chan Wun Hoong, Assistant General Manager；NG Ching Hiang, Manager

參訪內容：

(一) 公司簡介

巴生港(Port Klang)位於馬來西亞半島西岸，離首都吉隆坡約40公里遠。其最初原名為瑞天咸港口，管轄單位為馬來西亞鐵路局，後來於1963年歸屬港務局，爾後改名為巴生港，是馬來西亞最大的港口，2015年世界貨櫃港口吞吐量約1,200萬TEU，多於高雄港的1,000萬TEU，排名全球第12名。

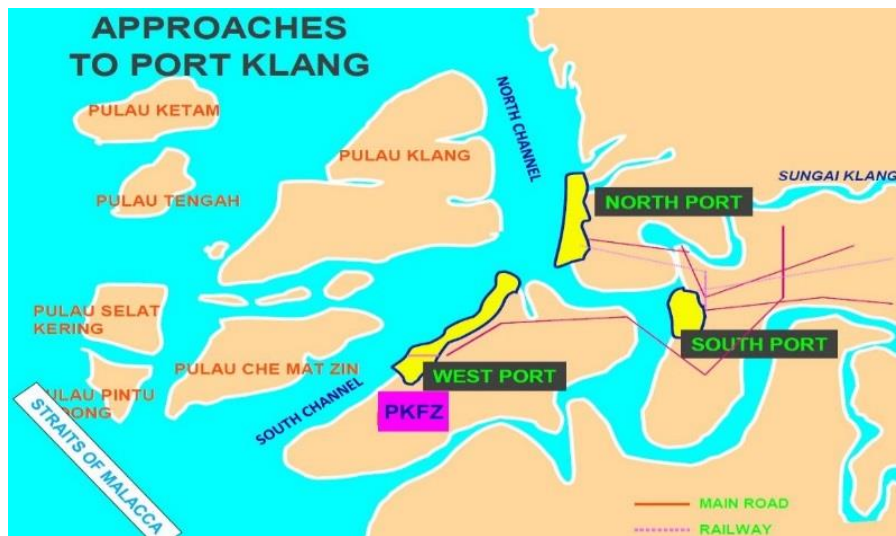


圖 5. 巴生港位置圖

巴生港內又分為北港、南港、西港與綜合性自由貿易港區，其中南港與北港已於2001年合併，現在統稱為北港。

1. 巴生港北港(Northport)

巴生港北港由私人企業Northport (Malaysia) Bhd所經營，為馬來西亞最大的多功能性港口，處理境內60%的貿易量。除了傳統的物流服務外，北港還提供不同貨品的貨櫃運輸，如汽車貨櫃、散裝貨櫃、乾糧貨櫃以及液體貨櫃。

2. 巴生港西港(Westport)

巴生港西港設立於1994年，由私人企業Westports Malaysia Sdn Bhd所經營。西港位於馬來西亞的英達島上，2015年貨櫃裝卸量達9百萬TEU，散裝貨約一千萬噸。除了提供與北港相同的服務與設施外，西港還備有室內與室外的倉儲空間、船邊貨櫃場、冷凍貨櫃、石油儲存槽、天然氣儲存槽以及辦公大樓。



圖 6. 巴生港西港

(二) 參訪重點：巴生港自由貿易區

設立於2004年，為馬來西亞第一座工商混合的自貿區。佔地面積約404公頃，隸屬於馬來西亞交通部下的巴生港務局，是巴生港除了北港與西港之外，唯一綜合性自貿港區(Integrated Free Zone)，除了物流服務外還提供製造與貿易區。PKFZ的發展設施可分為四大項：空地、輕工業、商業中心、飯店與展覽中心，介紹如下：

1. 空地：259公頃，有各種空地規格與租賃期可供選擇。
2. 輕工業區：目前有512間，面積各約510平方公尺，可當倉庫或輕工業工廠用途，租賃期間可依使用需求分長期及短期。
3. 商業中心：四棟現代化商業大樓，作為產品和清真物品展示中心。
4. 飯店、展覽中心：四星級商務旅館以及近9,000平方公尺的展場。



圖 7. 巴生港自由貿易區



圖 8. PKFZ輕工業區²

目前已進駐自由貿易區之產業包括有：石油與天然氣製造業、汽車及汽車零件製造業、清真食品及非食品製造業、棕油相關油品製造業、綠色環保設備製造業與物流相關產業(國際採購中心，地區分銷中心，多國整合中心)等等。其中，若進駐自由貿易區之企業，有申請清真認證之需求，則巴生港務局會提供諮詢輔導之協助。

²資料來源：PKFZ官方網站<http://www.pkfz.com>

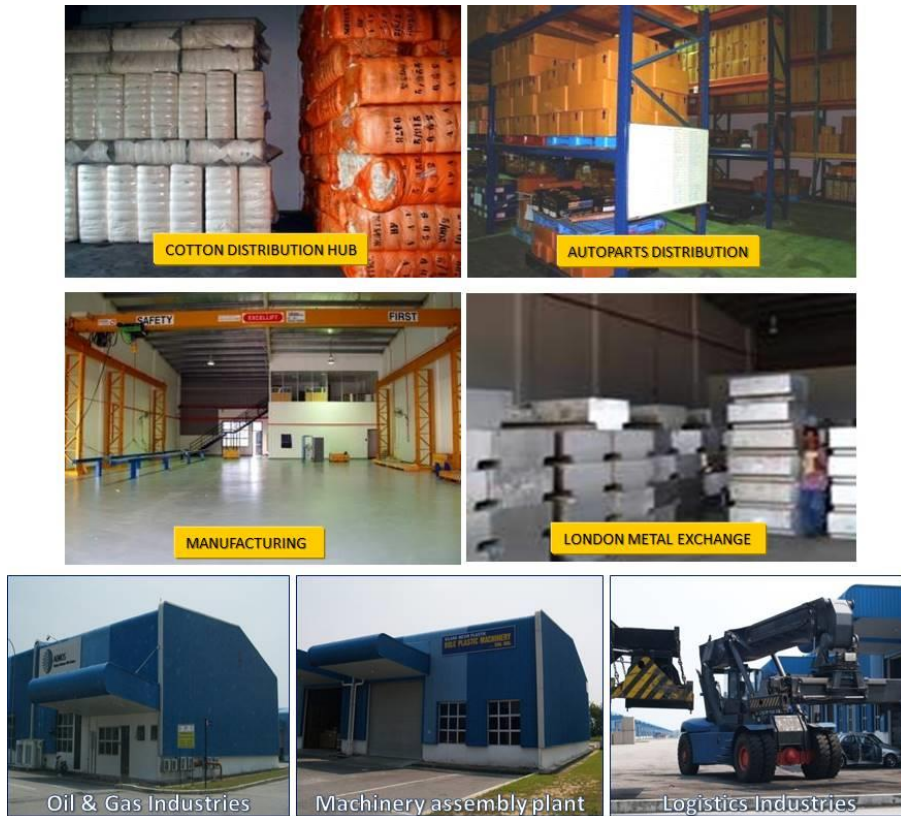


圖 9. PKFZ 已進駐產業

(三) 參訪心得

馬來西亞巴生港，位置處於麻六甲海峽北端入口，與臺灣高雄港皆屬於地理位置優越之天然良港。近年來巴生港發展快速，港口吞吐量已超過高雄港，位居全球第 12 大港 (高雄港第 13 名)，目前仍以超過 8% 之高成長率，持續朝向全球前 10 大港口挺進。雖鄰近全球第二大港-新加坡，但積極善用其港區優勢，推動各項港區自由化措施(包括中轉商品不受海關監管等措施)，並完善港區軟硬體基礎設施，爭取外商進駐與投資，以繁榮港口營運，並帶動鄰近區域發展。近來，馬來西亞政府積極發展清真生態系，推動清真生產製造與物流商業服務，並以協助企業取得清真認證為利基，吸引製造業與物流業進駐自由貿易區，以創造進軍馬來西亞消費市場之契機，已逐步取得成效，未來巴生港之發展前景可期。此外，巴生港因鄰近馬來西亞第一大城-吉隆坡，未來亦有機會成為跨境電商物流所需之保稅倉所在地，可作為臺灣貨物承攬業者未來跨境電商物流推動上之參考據點。

肆、心得與建議

- 一、 本次拜訪 Lazada電商物流中心，於雙方交流會議交中，深入了解到大型跨境電商平臺業者之商流布局，皆同步建置強而有力之物流服務體系，當中包括了國際物流與城市物流。大型國際電商平臺業者，如Amazon、eBay、Lazada 與阿里巴巴等，近年來積極布局全球物流服務網，觀察其發展脈絡，從全球主要消費市場佈建實體物流發貨倉、配送車隊開始，再逐步於商品供應端建立集貨倉，並透過國際物流網絡，串聯全球供需節點。透過完整之全球物流服務網，支援其跨境電子商務之發展。
- 二、 近年來，臺灣物流服務能量已趨於完整，包括從城市物流儲配體系(宅配、店配與冷鏈)，以及連結全球市場之國際物流網絡。臺灣未來若要參與成為大型國際電商之全球物流策略夥伴，須有效整合國內承攬業者之全球服務據點，並強化港區中轉物流效能，以提供便捷與高效之物流作業環境，方能夠建立臺灣之集貨與發貨優勢，吸引外貨來臺進行中轉發貨與加工，創造臺灣在跨境電商物流之角色與定位。
- 三、 為促進臺馬雙方電商、物流商與供應商合作，今(106)年將規劃兩場交流會：
 - (一) 106年9月將參與馬來西亞 Selangor Smart City & Future Commerce Convention 之會展活動，並帶領臺灣電商、物流商與供應商共同參與，以智慧物流與跨境電商物流模式為展場主題，希望藉此促進臺馬雙方更多交流的機會。
 - (二) 106年11月將邀請馬來西亞跨境電商平台業者、國際物流業者與臺灣相關單位，在臺舉行跨境物流模式的啓動會議，針對未來合作方式進一步交流與討論。