



資歷架構
Qualifications
Framework

(業界諮詢本)

進出口業《能力標準說明》為本教材套

電子商貿專員

(version 5.0)

目錄

第一章 引言概要	1
1.1 引言.....	1
1.2 開發教材套的原因.....	1
1.3 教材套概要	2
1.4 教學地點及設備要求	2
1.5 導師資歷建議.....	2
1.6 建議教學對象.....	3
第二章 教材套使用指引	4
2.1 使用者指引	4
第三章 教材套目標及學習成效.....	5
3.1 教學目標.....	5
3.2 預期學習成果.....	5
3.3 學習主題／能力單元表現要求／預期學習結果對應表	7
第四章 教材套內容大綱	9
4.1 教材套之結構.....	9
4.2 學習量	9
4.3 建議教學模式及時數	10
第五章 教材套內容	12
5.1 處理電子商貿訂單交易（110997L3）	12
5.1.1 單元	12
5.1.2 面授教學內容	13
5.1.2.1 電子商貿交易及基本財務知識.....	13
5.1.2.2 處理電子商貿訂單交易	21
5.1.2.3 網絡安全意識及資料加密.....	26
5.1.2.4 課堂活動參考	32
5.1.2.5 參考資料建議及課外自修建議.....	34
5.1.2.6 建議之教學計劃	35
5.2 執行電子採購管理（110994L4）	38
5.2.1 單元	38

5.2.2 面授教學內容	39
5.2.2.1 電子採購基礎知識	39
5.2.2.2 供應商管理	44
5.2.2.3 管理電子採購流程	45
5.2.2.4 管理電子招標採購	49
5.2.2.5 課堂活動參考	57
5.2.2.6 參考資料建議及課外自修建議	58
5.2.2.7 建議之教學計劃	59
第六章 建議評核指引及方法	62
6.1 建議之評核方法	62
6.2 試題結構及評分安排	62
6.3 模擬評核題目及建議評分	62
6.3.1 處理電子商貿訂單交易之模擬試題	63
6.3.2 執行電子採購管理之模擬試題	70

第一章 引言概要

1.1 引言

本教材套以香港進出口業《能力標準說明》電子商貿增訂本為基礎，其學習材料和評核指引按照所選之能力單元而撰寫，與相關工作角色和職能對應。能力單元的表現要求適用於培訓教材的學習成果，而學習和評核材料與學習成果相對應。這些內容是針對特定的學習者、學習模式和評核方法而開發的，作為設計培訓單元的參考。

本教材套按照能力單元「110997L3 處理電子商貿訂單交易」和「110994L4 執行電子採購管理」（對應進出口行業電子商貿專員之電子交易管理職能）概述了培訓單元的基本要素，提供學習內容、評核指引以及相關資料以供參考，作為設計培訓單元結構之範例，並提供了關於教學、學習和評核材料的建議。評核材料包括切合學習內容的樣本任務或活動、評核方法和框架、成果標準和績效標準。

本教材套本身並非一套完整的學習計劃。企業和教育及培訓機構如欲將其作為發展培訓單元之藍圖，應因應學習目標、目標學習者、入學要求（如學歷及經驗等）的差異，調整相關的教學、學習及評核內容。此外，建議在使用本教材套時檢查並採用最新的參考資料，以確保其適時、有效和準確。任何參考本教材套而制定的資歷架構認可課程，必須順利通過香港學術及職業資歷評審局或自行評審機構的質素保證流程。

1.2 開發教材套的原因

香港特區政府由 2013／2014 年度起，每年均撥款支持各行業培訓諮詢委員會開展新措施，以進一步提升行業從業員的知識和技能，以及他們在勞動市場的競爭力。其中一項措施是協助行業開發根據《能力標準說明》而設計，並切合業界需要的教材套。有關教材套可被業界應用，使進修或培訓更切合業界需要，從而令有關僱主、僱員或有意入行之人士受惠。

在進出口業來說，《能力標準說明》電子商貿增訂本於 2022 年公布，相關的電子商貿職業資歷階梯亦於 2024 年公布。由於進出口業的各個企業在應用電子商貿方面有不同的步伐，本教材套專為「傳統進出口中小型企業」而設，以協助其員工在使用電子商貿平台及工具時，能夠有效地處理電子商貿訂單交易和執行電子採購管理。

1.3 教材套概要

本教材套適用於以下職能範疇及職位。

- **職能範疇：**電子交易管理
- **職位：**電子商貿專員

本教材套包括以下兩個能力單元，總共 11 個資歷學分：

能力單元	級別	學分
處理電子商貿訂單交易（110997L3）	3	5
執行電子採購管理（110994L4）	4	6

1.4 教學地點及設備要求

建議教學地點及設備之基本要求如下：

- 配備一般講課設備（如白板、投影機、投影銀幕、電腦、擴音系統、椅子及桌子等）之課室。
- 課室面積以能容納所有師生而不至擠迫為佳；建議人均空間應達 1.5 平方米或以上。
- 因應各個機構的詳細課程設計，學生可能會使用自己的筆記型電腦或平板電腦並連接到機構的 Wi-Fi。

1.5 導師資歷建議

在進出口業或電子商貿方面擁有 5 年相關工作經驗（例如電子商貿專員，包括處理電子商貿訂單交易及／或執行電子採購管理）或培訓經驗。處理

電子商貿訂單交易能力單元之導師應持有香港資歷架構第 4 級相關資歷或過往認可資歷；執行電子採購管理能力單元之導師應持有香港資歷架構第 5 級相關資歷。

1.6 建議教學對象

本教材套適用於進出口企業中需要處理電子商貿訂單交易及／或執行電子採購管理之人員，例如電子商貿專員，特別是新入行人士或有意入行之初學者，與及有意擴闊其知識的業內人士。學員應年滿18歲，中學畢業及於香港中學文憑考試中考獲五科合格、具備良好之中文及英文溝通能力和使用電腦的基本知識，例如能夠使用 Microsoft Office 軟件和電腦收發電郵，報讀「110997L3 處理電子商貿訂單交易」之學員，以擁有1至2年之工作經驗包括曾經處理訂單為佳；而報讀「110994L4 執行電子採購管理」，以擁有1至2年之工作經驗包括曾經處理採購事宜為佳。

第二章 教材套使用指引

2.1 使用者指引

本教材套專為進出口行業之企業、教育及培訓機構而設計，旨在為各機構及企業提供「框架」及「基礎資料」，以協助其設計有關課程。本教材套撰寫方向及評核方法以「學習成效」為本，內容涵蓋對工作的認識、工作技巧及服務態度。教育及培訓機構或導師在設計課程或進行培訓時，可按需要靈活地增減或調整內容，但以不影響本教材套的基礎為原則。按照課程設計，本教材套假設進出口行業之企業在進行電子商貿交易時要執行電子採購管理及／或處理電子商貿訂單交易，從而解釋如何適當地執行電子採購管理以及處理電子商貿訂單交易。

使用者如欲開辦「處理電子商貿訂單交易（三級）」課程及／或「執行電子採購管理（四級）」課程，應在閱覽本教材套後，對比其中之教學目標及要求、預期學習成果、學習量、建議教學模式、教材套內容、建議之評核方法等以及企業或培訓機構自身之條件和資源，以便設計出適合實際情況而又符合資歷架構認可的課程。

建議使用者先閱讀第一章 引言概要，以理解本教材套之目的及背景，然後順序參閱第二、三、四及五章，特別是第五章內有關本教材套之各個學習主題，藉以理解不同學習主題之內容，最後才參閱第六章 建議評核指引及方法。

第三章 教材套目標及學習成效

3.1 教學目標

本教材套之目標是讓學員能明白在電子交易管理範疇中：

- 如何處理電子商貿訂單交易，包括跟進客戶訂單、確認交易及配送安排、執行電子商貿交易的款項交收等。一般來說，這是電子商貿專員所需要處理的一項核心工作。
- 如何執行電子採購管理，包括管理電子採購流程、進行供應商管理、進行電子招標等。一般來說，這是電子商貿專員所需要處理的另一項核心工作。

3.2 預期學習成果

- 在電子商貿中，電子商貿專員須滿足以下要求，才能夠適當地處理電子商貿訂單交易：
 - 瞭解企業的電子商貿交易模式
 - 瞭解本地及跨境交易的基本知識
 - 瞭解本地及跨境交易的操作流程和相關法例
 - 懂得跟進電子訂單，確認交易及配送安排
 - 瞭解電子商貿交易之款項交收
 - 瞭解使用數碼簽署為交易加密，以確保交易安全
 - 懂得辨識交易結果是成功或失敗
- 在電子商貿中要適當地執行電子採購管理，電子商貿專員須滿足以下要求：
 - 瞭解電子採購管理的知識和應用合適管理方案
 - 瞭解和遵守企業電子採購政策及流程
 - 瞭解供應商管理所包含事項
 - 懂得如何評估採購需求

- 瞭解處理及調整採購訂單流程
- 瞭解採購訂單及採購合約管理
- 瞭解及檢視電子招標採購流程
- 懂得遵守和檢視電子招標採購的法例要求
- 瞭解製作電子招標公告和文件的內容
- 瞭解處理開標和評標流程

3.3 學習主題／能力單元表現要求／預期學習結果對應表

110997L3 處理電子商貿訂單交易		能力單元表現要求/預期學習成效						
		具備電子商貿交易及基本財務知識			處理電子商貿訂單交易			
		瞭解企業的電子商貿交易模式	瞭解本地及跨境交易的基本知識	瞭解本地及跨境交易的操作流程和相關法例	跟進客戶訂單，確認交易及配送安	執行電子商貿交易的款項交收	使用數碼簽署等工具為交易進行加密，以確保交易安全	辯識交易結果是成功或失敗
根據企業既定的交易程序及相關法例，處理電子商貿訂單及送貨安排並完成電子商貿交易程								
級別: 3 學分: 5								
學習主題	學習範圍	對應學習內容						
電子商貿交易及基本財務知識	- 各種電子商貿交易模式 - 本地及跨境交易的基本知識 - 本地及跨境交易的操作流程和相關法例	✓	✓	✓				
處理電子商貿訂單交易	- 處理企業對消費者電子商貿訂單交易 - 處理企業對企業電子商貿訂單交易				✓	✓		✓
網絡安全意識和資料加密	- 資訊保安基本要求 - 資料加密基礎知識 - 數碼簽署						✓	

110994L4 執行電子採購管理		能力單元表現要求/預期學習成效												
		具備電子商貿知識			管理電子採購流程				管理電子招標採購流程， 由招標至完成交易			展示專業能力		
		檢視電子採購管理的知識，應用合適管理方案	檢視電子招標採購流程	檢視電子招標採購的法例要求	評估採購需求	供應商管理	處理採購訂單流程	採購單及合約管理	製作及上載電子招標文件和招標公告	處理開標和評標流程	採購合約管理	嚴格遵守企業的電子採購政策及流程	遵守電子招標採購流程的法例要求	根據市場變化，調整電子採購流程
學習主題	學習範圍	對應學習內容												
電子採購基礎知識	- 電子採購的發展及與傳統採購的比較 - 企業電子採購政策 - 電子採購管理方案	✓										✓		
供應商管理	- 選擇供應商及為其註冊 - 檢討供應商表現					✓								
管理電子採購	- 評估採購需求 - 招標考量 - 電子採購系統功能 - 處理電子採購訂單流程				✓		✓	✓			✓	✓		✓
管理電子招標採購	- 電子招標採購流程 - 電子招標的法例要求 - 管理電子招標 - 電子招標與傳統招標的比較		✓	✓			✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	

第四章 教材套內容大綱

4.1 教材套之結構

本教材套之結構如下：

- 第一章 引言概要
 - 除引言概要外，亦包括教材套開發的原因、教學地點及設備要求、導師資歷建議等。
- 第二章 教材套使用指引
- 第三章 教材套目標及學習成效
 - 除學習目標及學習成效外，亦包括學習主題／能力單元表現要求／預期學習結果對應表。
- 第四章 教材套內容大綱
 - 除教材套之結構外，亦包括學習量建議教學模式及時數。
- 第五章 教材套內容
 - 詳細列出教材套之內容範例，分為各個學習主題，並包括課堂活動參考和參考資料建議及課外自修建議。
- 第六章 建議評核指引及方法
 - 除建議評核指引及方法外，亦包括模擬試題。

4.2 學習量

- 學習時數

學時（Notional Learning Hour）是指一個普通學習者在所有學習模式下所消耗的時數，涵蓋各種模式的學習時間，如課堂授課、線上學習、考試、自修等時數，以達到課程的學習成果。
- 資歷架構學分

資歷架構學分是提高課程透明度的「通用貨幣」。在資歷架構下，一個學分包括 10 個學時。

4.3 建議教學模式及時數

- 本教材套之建議教學模式主要為面授教學，建議之師生比例上限為 1：20；企業和教學及培訓機構可按照收生條件、導師資歷、導師意見等因素，調整此比例至切合實際情況之合理水平。
- 由於兩個能力單元總共 11 個學分，因此建議之總學習時數是 110 小時。按照學習主題、學員的背景與經驗、導師意見等因素，可將學習時數彈性分配到課堂面授、課堂活動、自修及／或調研以及評核活動。下表是一個建議之分配方式以供參考。導師應向學員強調將知識應用到工作環境的重要性，並鼓勵學員按照其工作所需進行自修。

建議學習模式	範圍	建議時間
• 課堂面授	• 導師簡報、講解及引導討論 • 課堂活動 ○ 學員分享、討論 ○ 學員預備及進行簡報 ○ 導師引導討論及總結	29 小時
• 筆試	• 每個能力單元進行 2 小時之筆試，按照每個能力單元之學習主題選取適當的試題，例如選擇題及問答題以評核學員之學習成果	4 小時
• 自修	• 複習課堂內容 • 重溫筆記及課堂討論之要點 • 細閱自修材料（見參考資料建議及課外自修建議） • 檢視筆試結果 • 按照學習主題及／或工作所需進行相關調查或研究	77 小時

- 上述為建議模式及時數，各教育及培訓機構可就收生條件、導師資歷、導師意見等各項因素，調整各項之時數以切合實際情況。除教學筆記外，教育及培訓機構亦可加入其他教學材料，讓教材更為豐富，以下是一些可供參考的教材例子：

- 示範錄影
- 相關政策及工作守則
- 網上的公開資料
- 電子採購系統演示

第五章 教材套內容

本章提供以下兩個能力單元的教材套內容範例、課堂活動以及相關的自修資料以供參考：

- 處理電子商貿訂單交易（110997L3）
- 執行電子採購管理（110994L4）

每個能力單元之教材套內容會分為不同之學習主題，對應預期之學習成果（請參考 3.3 學習主題／能力單元表現要求／預期學習結果對應表）。

企業和教育及培訓機構如欲將其作為發展培訓單元之藍圖，應該因應各項因素的情況，例如導師資歷、目標學習者、入學要求（如學歷及經驗）等，調整相關的內容。

5.1 處理電子商貿訂單交易（110997L3）

5.1.1 單元

按照香港進出口業《能力標準說明》電子商貿增訂本，下表為本單元之內容。

進出口業「電子商貿」《能力標準說明》

職能範疇：「電子交易管理」、「電貿科技管理」(共通能力單元)

此能力適用於：資訊科技經理、電子商貿主任、電子商貿專員

1.名稱	處理電子商貿訂單交易
2.編號	110997L3
3.應用範圍	此能力單元適用於在進出口行業內任職，負責按照企業既定的交易程序，跟進客戶訂單，處理電子商貿交易的從業員。
4.級別	3
5.學分	5 (僅供參考)
6.能力	<u>表現要求</u> 6.1 具備電貿交易及基本財務知識 • 瞭解企業的電貿交易模式 • 瞭解本地及跨境交易的基本知識 • 瞭解本地及跨境交易的操作流程和相關法例 6.2 處理電貿訂單交易 • 跟進客戶訂單，確認交易及配送安排 • 執行電貿交易的款項交收 • 使用數碼簽署等工具為交易進行加密，以確保交易的安全 • 辨識交易結果是成功或失敗
7.評核指引	本能力單元的綜合成效要求為： (i) 能處理電貿訂單，確認交易及配送安排 (ii) 能夠按企業既定的交易程序及相關法例，完成電貿交易程序
8.備註	----

5.1.2 面授教學內容

按照上表之能力單元表現要求，本單元之面授教學包括以下 3 個學習主題：

1. 電子商貿交易及基本財務知識
2. 處理電子商貿訂單交易
3. 網絡安全意識和資料加密

5.1.2.1 電子商貿交易及基本財務知識

(1) 企業的電子商貿交易模式

a) 電子商貿交易模式

- 電子商貿專員需要了解其企業的電子商貿交易模式，因為這會對營運安排、如何接觸目標客戶以及開展企業之業務有影響。以下為按照交易雙方來分類的電子商貿交易模式。
- 企業對消費者模式（Business to Consumer（B2C））
 - 在企業對消費者（B2C）電子商貿交易模式中，企業將其產品及／或服務直接銷售給將這些商品用於個人和非商業用途之最終消費者。
- 企業對企業（Business to Business（B2B））
 - 當企業通過電子交易，將其產品及／或服務銷售給另一家企業而不是直接銷售給最終消費者時，就是企業對企業（B2B）電子商貿交易模式。這類交易通常涉及較大數量之採購、專業服務或軟件解決方案等。
- 消費者對消費者（Consumer to Consumer（C2C））
 - 消費者對消費者（C2C）電子商貿交易模式是指個人直接向其他人士銷售物品或服務。這些交易通常發生在連接個人買家和個人賣家的網上平台。所銷售的物品通常是二手的，但也有全新的物品通過這種形式銷售。
- 消費者對企業（Consumer to Business（C2B））
 - 當個人消費者直接向企業提供產品或服務時，就是消費者對企業（C2B）電子商貿交易模式。這在自由職業中很常見，使個人可以直接向企業出售他們的技能或製成品。
- 企業對政府（Business to Government（B2G））
 - 企業對政府（B2G）電子商貿交易模式涉及企業向政府機構提供產品及／或服務。這些交易通常涉及交付專門產品或服務的合約。
- 消費者對政府（Consumer to Government（C2G））
 - 當個人直接與政府進行電子交易時，電子商貿交易模式稱為消費者對政府（C2G），這樣做通常是為了獲得和支付某些證件及／或服務。
- 直接面對消費者（Direct to Consumer（D2C））
 - 直接面對消費者（D2C）的電子商貿交易模式是指企業繞過零售商或批發商等中介機構，直接對消費者銷售其產品。

這種模式常見於通過企業自家的網上平台去銷售其自家品牌的產品。

- 對進出口業的中小企來說，B2C 和 B2B 是最常見的電子商貿交易模式。

(2) 本地及跨境交易的基本知識、操作流程及相關法例

a) 本地及跨境交易的基本知識

- 有別於本地電子商貿交易，跨境電子商貿是通過網上或電子商貿平台達成交易，並且進行電子支付，從而將產品及／或服務銷售到其他國家或地域。簡單來說就是國際貿易，賣家所面向的群體是來自不同國家或地區，會於網上或電子商貿平台購買貨品及／或服務的客戶。
- 電子商貿專員需要瞭解本地及跨境交易的基本知識，如下表之例子。

	本地電子商貿	跨境電子商貿
電子商貿平台	• 可以專注於本地的電子商貿平台或自家的網站進行銷售和交易。	• 需要於國際性或跨國電子商貿平台及／或其他國家的電子商貿平台進行銷售和交易。
目標客戶群	• 本地客戶。	• 全球不同國家或地區的客戶。
營銷或推廣	• 只需考慮於本地網站、電子商貿平台、電子媒介，以及利用本地知名人士進行營銷或推廣。	• 需考慮於國際性或不同國家的網站、電子商貿平台、電子媒介，以及利用全球或不同國家知名人士進行營銷或推廣。

	本地電子商貿	跨境電子商貿
電子商貿平台	可以專注於本地的電子商貿平台或自家的網站進行銷售和交易。	需要於國際性或跨國電子商貿平台及／或其他國家的電子商貿平台進行銷售和交易。
市場需求	可專注於本地市場的發展，以及本地市場對企業有關之貨品的需求和銷售情況，來考慮推出適合的產品。	需要留意國際市場或不同國家之市場的發展，以及國際或不同國家的市場對企業有關之貨品的需求和銷售情況，來去考慮推出適合的產品。
競爭對手	本地企業及於本地進行銷售或營運的外國和跨國企業。	除了本地的企業還有大量的外國和跨國企業，因此競爭非常激烈。

b) 本地及跨境交易的操作流程和相關法例

- 除了基本知識，電子商貿專員亦應瞭解本地及跨境交易的操作流程及相關法例，下表是這兩方面的比較。

	本地電子商貿	跨境電子商貿
電子商貿平台政策	需要遵守本地電子商貿平台的政策，例如提供準確和及時的商品資料。	需要遵守國際性或跨國電子商貿平台的政策，特別是不同的國家可能有不同的政策（例如禁售物品）。
賣家行為守則 (Seller Code of Conduct)	賣家需要遵守本地電子商貿平台的賣家行為守則，例如賣家不應將客戶之電子訂單或交易轉移至其他平台。	需要遵守國際性或跨國電子商貿平台的賣家行為守則，特別是不同的電子商貿平台可能有不同的賣家行為守則。

	本地電子商貿	跨境電子商貿
賣家績效指標 (Key Performance Indicator)	賣家需要遵守本地電子商貿平台的賣家績效指標。常見的指標包括關於訂單的指標（例如不良訂單或具有缺陷之訂單比率（Order Defect Rate (ODR)）和關於配送表現的指標（例如準時發貨率（On-Time Shipping (OTS)）、準時投妥率（On-Time Delivery (OTD)）、訂單有效追蹤率、下單到承諾投妥時限與下單到實際投妥時限之差異等）。	賣家需要遵守國際性或跨境電子商貿平台的賣家績效指標，要留意不同的平台可能有不同的指標。再者，由於貨物會被運送到不同的國家或地區，牽涉物流、轉運和清關等程序，需要一定的時間和會有時差，因此需要特別留意有關配送表現的指標。
收款及／或結算安排	一般可以轉帳至本地銀行戶口或使用本地銀行的信用卡。	- 很多國際或跨境的電子商貿平台都需要賣家開立指定的戶口，並且有他們指定的結算安排。 - 有些電子商貿平台亦會指定付款或匯款由某些第三方服務商提供，因此賣家可能亦需要在這些第三方服務商開立及綁定帳戶。由於牽涉國際或跨境電子支付，需要留意是否有特別的費用。

	本地電子商貿	跨境電子商貿
交付貨物	• 只需將貨物送達本地客戶或指定地點由客戶自行提取。 • 需要瞭解有關之物流安排，特別是物流夥伴及／或供應商之服務標準，以便有需要時跟進電子商貿訂單的情況（例如遇到買家查詢送貨安排或進度時）。	• 除了需要瞭解有關之物流安排，因為貨品可能會被送到不同的國家或地區，需要留意是否有特定的安排及／或企業是否已選定某種安排，例如有些電子商貿平台會要求賣家在訂單得到確認後，將貨物於指定的時間內送到某些國家或地區的倉庫，由電子商貿平台自家的物流部門或其指定的物流夥伴去發放貨物到買家，又或者需要賣家在某些國家或地區設立倉庫，以儲存貨品及／或方便客戶退貨。 • 也需要留意貨物清關的程序，如欲瞭解香港進出口業規例和清關程序，可參考相關之教材套（參閱5.1.2.4 參考資料建議及課外自修建議）。

	本地電子商貿	跨境電子商貿
法例	只需考慮本地的法例。進出口行業涵蓋很多不同的行業，而不同的行業會受到不同的法例所規管，因此需要注意其所屬行業之相關法規。	- 除了企業所屬行業之相關法例外，需要注意是否進出口受管制物品，可參考工業貿易署為進口或出口受管制物品而建立的網上資料庫（參閱5.1.2.5 參考資料建議及課外自修建議）。 - 由於產品及／或服務可能會被銷售到不同的國家或地區，電子商貿平台會要求賣家遵守客戶所在的國家或地區之法律、法規。 - 也需要考慮客戶所在的國家或地區地之稅務安排，例如是否需要徵收銷售稅、是否有增值稅（如歐盟國家）、是否有關稅、小額貨物是否有關稅豁免安排等（參閱5.1.2.5 參考資料建議及課外自修建議）。

	本地電子商貿	跨境電子商貿
服務熱線及語言	只需提供以本地常用語言（如廣東話、英語及國語）來操作的服務熱線以及考慮本地的假期及營業時間。	- 因為時區的關係可能需要不同時間甚或 24 小時的服務熱線，也需留意不同國家的假期。英語是國際交易的主要語言，但針對不同的電子商貿平台及／或不同國家的客戶，可能也需要具備不同語言的客戶服務熱線。人工智能（Artificial Intelligence (AI)）的發展，將會為企業提供更多機會去利用 AI 來提供多種語言及全天候的熱線服務。 - 有些電子商貿平台也可能會有關於客戶服務的指標，例如適時回覆客戶查詢之比率、客戶服務電話熱線之營運時間等。

	本地電子商貿	跨境電子商貿
文化差異	由於目標客戶群是本地客戶，因此不會有特別的文化差異。	- 客戶可能來自不同的國家或地區，跨文化溝通可能會產生誤會或不同的理解，因此溝通時需要留意文化差異。 - 常見的文化差異包括：對產品功能、交期理解可能因為溝通風格差異而產生誤會；對法律條款可能有不同的解讀；對如何跟進訂單或是否提供適時回應亦可能有不同的期望或看法。

- 處理電子商貿訂單交易時，電子商貿專員應該瞭解其企業之政策及既定程序，也需要留意上表有些項目是十分專業及複雜的範疇，例如法例及稅務法例，建議電子商貿專員在有需要時諮詢上級、其他相關部門甚至專業人士。
- 如教學內容會使用特定的法例作為例子，導師應該擁有相關的經驗，建議導師在推出課程前，檢視相關的法例，以確保資料合時。

5.1.2.2 處理電子商貿訂單交易

(1) 處理電子商貿訂單交易

a) 企業對消費者（B2C）電子商貿訂單交易

- 關於處理電子商貿訂單，各個電子商貿平台之程序可能會有差異。再者，各企業之電腦系統、流程及分工也會有所不同。一些具規模的電子商貿平台會為賣家，特別是新進駐該電子商貿平台的賣家，提供學習資料，例如網上教學短片、常見的問題

及答案、平台操作的資料庫等，以協助賣家熟習在該電子商貿平台進行銷售及處理訂單的各個步驟。

- 處理企業對消費者交易之電子商貿訂單的過程一般可以分為以下的主要步驟。建議電子商貿專員，參照其企業之既定交易流程去完成訂單，亦可查閱電子商貿平台的學習資源，以熟習處理電子商貿訂單的各個步驟。
- 步驟一：生成訂單
 - 當顧客在電子商貿平台上選定物品並前往結帳時，訂單將會由電子商貿平台之系統自動生成，包括所選擇的商品、貨品數量、商品價格、運輸方式等。
 - 電子商貿平台的訂單管理系統通常都會審核訂單，確保所有訊息正確無誤，例如貨品庫存為零的情況下，一般不能生成訂單（能供買家預訂的貨品除外）、訂單總價按貨品數量和價目去計算、運費會按所選定的送貨方式及對應之物流範本及參數來自動計算等。
- 步驟二：處理付款
 - 顧客檢視過所生成的訂單之後，需要以電子商貿平台所接受的電子支付方式去進行結帳（例如信用卡、電子錢包等），交易才會完成。
 - 電子商貿平台會記錄這些交易資料，並且由電子商貿平台之系統計算賣家所應付的費用（例如佣金及備用金）以便與賣家結帳時所用。
- 步驟三：確認訂單
 - 電子商貿平台通常會向顧客發送有關確認訂單的電子郵件或短訊，以確保訂單資料準確和通知顧客已成功下單，訂單正在處理中。
- 步驟四：分配訂單
 - 電子商貿訂單完成後，電子商貿平台之系統會按照情況將訂單分配給相應的供應商（例如由賣家自己或賣家的物流夥伴發貨）及／或倉庫（例如賣家需要將貨物送到電子商貿平台於指定的國家或地區的倉庫，由電子商貿平台發送），以便對訂單進行揀貨和包裝。
- 步驟五：跟進訂單及確認安排

- 雖然訂單的生成以及價格的計算，一般都會由電子商貿平台的電腦系統處理，但電子商貿專員在收到被分配的電子商貿訂單後，應核對一下以確保訂單無誤或資料沒有缺失，也應確認交易及配送安排均合適。
- 有些賣家的電腦系統功能強大，並且已連結電子商貿平台之電腦系統，也可協助或自動核對電子商貿訂單之資料，並且指出有差異的訂單，以便跟進。
- 如果賣家的電腦系統並無連結電子商貿平台之電腦系統，電子商貿專員需要查看並輸入有關訂單的明細到自家企業的電腦系統。
- 步驟六：揀貨與包裝
 - 電子商貿專員應該瞭解貨品之庫存情況，例如查看電腦紀錄或聯絡倉庫工作人員去確認貨品之庫存，以確保能有貨品提供予買家。
 - 按照各個企業自家之電腦系統的安排以及該企業之既定程序（例如通過企業之 Enterprise Resource Planning（ERP）系統、銷售系統及／或電郵），電子商貿訂單亦會被發送到倉庫工作人員，有關負責人會根據收到的電子商貿訂單，選取適當的貨品及數量，並將貨品包裝好再付運。
 - 為提高效率和準確性，賣家及／或電子商貿平台可能會使用條碼掃描器、倉庫管理系統等工具來協助選貨和追蹤。
 - 為了作為有需要時的憑證，有些賣家或倉庫管理人員亦會在包裝貨物時拍照或錄像（有些企業也會將這些安排定為恆常措施）。
 - 如果因為某些原因，貨物沒有庫存（例如倉庫剩下的貨品經檢查後發現有缺陷），電子商貿專員就要瞭解再生產或採購有關貨物所需的時間，以便與買家聯絡、解釋情況，並商討送貨安排。對於買家能預訂的貨品，電子商貿專員亦應該瞭解生產及付運所需的時間，以便在有需要時解答買家之查詢。
- 步驟七：發貨與配送
 - 貨物包裝好後，按照已選定的物流模式，將會由物流部門、物流夥伴或物流供應商負責運輸和配送。

- 跟上一個步驟一樣，這個過程一般會使用特定號碼或電子條碼，以方便賣家、電子商貿平台及／或顧客查詢或追蹤有關訂單的運送情況。
- 按照各個賣家企業的分工，電子商貿專員或負責員工應該監控進度（例如檢視電腦系統之紀錄，查看是否有電子商貿訂單未被處理）或在有需要時跟進貨品的配送情況（例如當買家查詢貨品的發放情況時），並且在有需要時採取適當行動（例如聯絡物流夥伴以確認或跟進貨品的運輸）。
- 步驟八：確認送達
 - 買家在收到貨物時，一般需要進行確認送達的操作，例如簽收，以確認交易已經成功完成。
 - 如果貨物是送到某些貨倉、店舖或自取貨物的櫃位由買家自行提取，物流負責人員在貨物送達這些地點後，會發送電子郵件或訊息，以及相關的資料（例如提貨號碼）給買家，以便他們自行提取。
 - 買家收到或提取貨物後，電子商貿訂單的狀態會在電腦系統中更新為送達或完成，電子商貿平台和賣家就可以知道電子商貿訂單已經完成。
- 步驟九：處理款項交收
 - 在貨物送達得到確認後，電子商貿平台會在指定的結算週期，按已綁定的結算方式將貨款淨額（即減去買家應付之費用如佣金及備用金）支付給賣家，並且生成帳單、帳單摘要或支付報告等供賣家審閱。
 - 按照賣家的分工，各個負責人員（例如電子商貿專員或財務部的人員）應按時審閱這些帳單及／或報告，有些企業的電腦系統亦能提供對帳功能或協助對帳，以確保收到應得之貨款，並在有需要時聯絡電子商貿平台的客戶服務人員及／或提出書面查詢。
- 步驟十：訂單相關之客戶服務
 - 在貨物處理或發送過程中或者收到貨品後，買家如有任何問題，例如查詢運輸情況或需要退貨或換貨，會聯絡賣家甚或電子商貿平台的客戶服務部門，賣家的客戶服務人員就需要按照實際情況處理買家的查詢或要求，以確保買家

有愉快的購物體驗，特別是因為很多電子商貿平台也會請求買家為其購物體驗給予評分及／或提供意見。

- 有時因為某些原因，貨品不能成功送達買家（例如買家提供的地址不正確），電子商貿專員便需要按企業的既定程序，主動或通過客戶服務人員聯絡買家，以確認地址再安排送貨。

b) 企業對企業（B2B）電子商貿訂單交易

- 跟企業對消費者交易的電子商貿訂單一樣，企業對企業的電子商貿訂單也會因應各個企業而有差異，以下是一個例子，包含常見的各個步驟。
- 步驟一：買家訂單
 - 買方選取好需要採購的貨品後，會向賣方發送訂單及／或與賣家簽訂合約。
- 步驟二：採購單及明細
 - 買方發送給賣方的採購單會列明採購的各樣詳細資料，例如貨品的各種款式及數量、詳細規格、交貨及付運安排、驗貨要求、付款方式等。
- 步驟三：訂金或信用狀
 - 按照雙方同意的結算安排及／或合約細則，買家會向賣家交付訂金或向其銀行申請開具信用狀（Letter of Credit）並將信用狀交予賣家及／或賣家之銀行。信用狀是國際貿易的一種結算方式，發出信用狀的銀行會保證在符合一定條件的情況下（例如提供發貨紀錄、託運憑證（如提單（Bill of Lading）等文件）向受益人（即賣方或出口商）付款，因為信用狀是由銀行發出，所牽涉的是銀行風險而非交易對手風險，因而較為安全可靠。
- 步驟四：製造工單（Work Order）
 - 按照買家的訂單，賣家會準備製造工單，列出生產工作的各個細節，包括需要製造的貨品、數量、所需的材料、設備、人力資源及負責人員、各項工作所需的時間等，作為規劃與實際生產流程之標準，確保製造團隊對交付貨物有一致的理解。

- 步驟五：採購原料
 - 根據製造工單，賣家的採購人員會採購製造貨品所需的材料，按時提供予與生產部門。
- 步驟六：生產貨品
 - 負責生產的部門會按照製造工單及收到的材料，生產所需的貨品。
- 步驟七：檢驗貨物
 - 製作完成的貨品會交由指定的人員進行檢驗，以確保貨品規格及數量符合製造工單的要求。
- 步驟八：品質控制報告
 - 品質控制報告提供詳細的產品評核紀錄，強調貨物是否符合預先定義的規格，或是否發現有缺陷，以協助企業達成客戶期望及／或有關的合規標準。品質控制報告一般是伴隨貨物交予買家之其中一項重要文件。
- 步驟九：安排發送貨品
 - 賣家會將要交付的貨品，按照採購單或合約列明的付運安排，由託運人或物流伙伴送到買家，並將有關文件，例如發票、託運憑證、保單等送到買家。
- 步驟十：運送貨品
 - 託運人或物流伙伴會根據議定之安排將貨物運輸到買家或指定的地點由買家提取。
- 步驟十一：收款
 - 按照合約或協定之安排，賣家可收到有關貨物之款項。例如如果買家預付部分訂金，買家在收到貨物後，會按指定的方式支付餘額予賣家；如果該採購使用信用狀，賣家在提供所需文件予其銀行，經其期審核後，會收到銀行之付款。

5.1.2.3 網絡安全意識及資料加密

(1) 網絡安全意識

a) 資訊保安基本要求

- 企業的資訊保安部門雖然會統籌和管理各項資訊保安技術及安排，例如建立防火牆和使用適當的防毒軟件等，但網絡安全亦需要各個員工去配合，以下是一些電子商貿專員應該掌握的網絡安全基本知識。
- 小心保管及使用電腦設備
 - 現時普遍都容許使用一些流動裝置，來登入電腦系統，例如手提電腦和手提電話，因此需要小心保管這些裝備，以免遺失，同時亦應設置密碼以啟動這些裝備。
 - 如果並非在辦公室使用這些裝置，應慎防旁邊的人窺探資料；應該避免使用公眾共享的電腦裝置，如要連結 Wi-Fi，應該使用可靠的 Wi-Fi 熱點，避免連接到保安設定較低的 Wi-Fi 熱點。
 - 即使在辦公室使用電腦，也要小心，例如離開辦公桌一段時間時，也應啟動螢幕鎖定程式。
 - 將不需使用的裝置關閉，定期或在有需要時檢查帳戶會否有任何可疑登入。
- 避免點擊可疑視窗和可疑電子郵件的連結
 - 網路釣魚（Phishing）攻擊會誘騙電腦用戶點擊下載惡意軟件的連結，導致資訊保安漏洞。網絡犯罪分子一般會發送一些電郵或信息，或者利用彈出的視窗或警告，標題顯示有緊急的事情或情況需要處理，例如「帳戶快將失效」、「訂單需要立即處理」等，而發件人的電郵地址和有關網站會非常類似真確的電郵地址或網站，例如只差一個字母，並且夾雜一些部分真確或不法獲取的資料，例如員工的姓名、訂單編號等，使收件人覺得緊急或者放下戒心，被誘騙去點擊有毒連結及／或輸入敏感資料，例如戶口的密碼。
 - 面對可疑視窗和可疑電子郵件應該提高警惕，小心檢查連結及電郵是否有可疑，例如檢查網址有否拼寫錯誤、電郵內容是否有很多錯字或錯誤信息以及寄件人是否可信。若網站並非使用 https 加密，應加倍小心。
 - 應對意外彈出的保安警告或視窗持懷疑的態度。有需要時，應該透過官方網站或渠道查詢或核實可疑電郵或訊息，切勿向不明來歷之寄件人、網站或連結提供敏感資料。

- 建立安全的密碼
 - 當註冊或登入網站時，應確認是否有雙重驗證，即在輸入密碼後，進一步要求你輸入經過驗證的驗證碼或一次性密碼（One-time Password（OTP）），該驗證碼一般會透過電子郵件或簡訊發送到系統或網站的使用者。
 - 為帳戶建立密碼時應該小心考慮，包括以下各點。
 - 密碼不應該太短，軟件或系統能配合的話，最少應該有8個位，如能使用12位或16位更安全；並且應該包括小寫及大寫字母、數字以及特別符號。
 - 不應和其他人士分享或共用密碼。
 - 密碼不應隨便寫在紙張或是便利貼。
 - 應定期更新密碼。
 - 避免使用個人資料作為密碼，例如電話號碼、出生年月日、生日日期、身份證號碼等。不然的話擁有這些資料的人就能夠輕易猜破你的密碼。
 - 避免使用連續的數字或英文字母，例如1234或abcd等。
 - 不應讓網站儲存你的密碼。現時很多瀏覽器和網站都提供記存密碼或保持登入的選項。應該盡量避免這種情況，特別是不清楚該網站或瀏覽器的性能時。
- 保存檔案和資料備份
 - 應使用密碼來保障包含敏感資料之檔案的安全，例如必須使用密碼來開啟及／或更新檔案，軟件能配合的話，應使用不同的密碼來開啟和更新檔案。
 - 這些檔案應儲存在企業的電腦系統內，儘量不要儲存在外置的電腦工具，例如外置硬碟，也不應該使用私人電郵來發送這些檔案。
 - 應該考慮為電腦檔案和資料備份，以保存重要資訊，以便即使電腦被網絡犯罪分子攻擊而鎖定，也能有資料使用，無需向網絡分子屈服。
- 電子商貿專員應該按照企業的網絡安全政策，小心管理及／或使用電腦系統及電子商貿平台。如有疑問，應該向上級或資訊科技部門尋求協助。

(2) 資料加密

a) 資料加密基礎知識

- 為資料加密（Encryption）是資訊保安其中一項重要手段，目的是將可閱讀資料轉換成密文，以保護敏感資料，即使資料被黑客盜取也無法使用，因為需要適當的解密措施才可以將密文變回可閱讀的資料。
- 有些買家可能對電子商貿交易有特別的要求，例如使用加密技術來確認訂單交易，以確保交易資料完整、真確及不可否定。需要注意的是為資料加密牽涉先進的資訊保安技術，再者，各企業之資訊科技系統、技術及應用會有不同，建議電子商貿專員在需要為資料加密時，按照企業之既定政策及程序進行，在有需要時請示上級及或與其企業之資訊科技部門人員聯絡，了解詳細之步驟。
- 按照解密鑰匙的性質，加密技術可以分為兩大類：
 - 對稱式加密（Symmetric Encryption）：對稱式加密使用同一條密碼鑰匙進行加密與解密，例如 Advanced Encryption Standard（AES）加密演算法。
 - 非對稱式加密（Asymmetric Encryption）：非對稱式加密使用一對鑰匙，一條用於加密，另一條用於解密，例如數碼簽署和 RSA（Rivest Shamir Adleman）演算法。

b) 數碼簽署

- 數碼簽署的背景
 - 數碼簽署（Digital Signature）是一種功能類似書寫／蓋印在紙上的簽章、但不是指將簽章掃描成數碼圖像，或者用觸控板寫下的簽章，而是指使用公開密碼匙加密技術（Public Key Cryptography），來鑑別數碼訊息的真偽。其原理是以數學公式把電子訊息或文件來計算出一個訊息摘要，再用簽署者的私人密碼匙把計算結果加密，這樣便形成一個數碼簽署，收件者可以使用寄件者的公開密碼匙來核實該電子簽署。

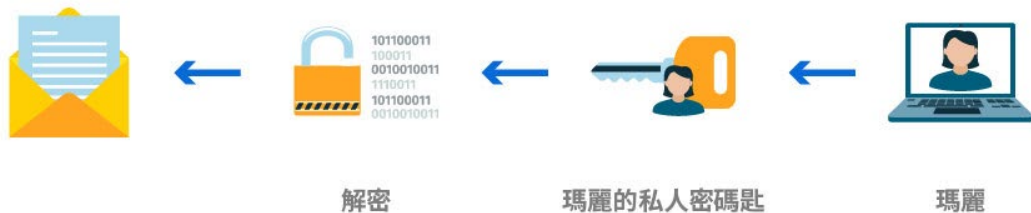
- 數碼簽署是廣被接納的資訊科技保安技術，很多國家已立法承認數碼簽署擁有等同傳統親筆簽署的法律效力。
- 公開密碼匙基礎建設（Public Key Infrastructure）的有效運作需要核證機關的支援，而核證機關的主要工作是作為一個可信靠的第三者來核實數碼證書申請人及／或擁有人的身份。在香港，政府透過制定《電子交易條例》（香港法例第553章）及香港郵政成立首家公共核證機關，來為公開密碼匙基礎建設的部署提供基礎。香港郵政電子核證機關會簽發不同種類的數碼證書，例如電子核證證書、銀行證書及流動電子核證證書，機構及公眾人士可在該處購買數碼證書。
- 數碼簽署的使用
 - 公開密碼匙加密技術使用一對密碼匙來處理數據，這對密碼匙是兩個分開但相關的電腦代碼：一條是屬於擁有人的私人秘密，故稱之為「私人密碼匙」；而另外一條是公開的，故稱之為「公開密碼匙」。其中一條密碼匙用以加密，解密時就只能使用這一對中的另一條密碼匙。
 - 以電子郵件傳遞訊息為例，可以透過使用收件者的公開密碼匙來加密以保護私隱。因為只有收件者的私人密碼匙才能把已加密的訊息解密，所以可以確保該訊息只能披露給指定的收件者，而別無他人。以下截圖是來自資訊安全網的例子。（<https://www.infosec.gov.hk/tc/>）

加密/解密

1. 約翰以瑪麗的公開密碼匙來把電子郵件加密,然後傳給瑪麗。



2. 在收到電子郵件時,瑪麗使用自己的私人密碼匙把郵件解密。



- 若經數碼簽署的電郵在傳輸過程中沒有受到干擾（完整性），那麼該數碼簽署會被收件者核實為有效。在下圖的例子中，由於只有寄件者才能使用其相應的私人密碼匙，所以數碼簽署一經核實為有效後，收件者可以肯定該電郵確實來自寄件者（真確性），而寄件者亦不能拒絕承認曾經簽署該電郵（不可否定性）。

數碼簽署

1. 約翰以自己的私人密碼匙對電子郵件進行數碼簽署，然後把電子郵件傳送給瑪麗。



2. 在收到電子郵件時，瑪麗透過約翰的公開密碼匙來核實電子郵件上的數碼簽署。



- 由於使用數碼簽署牽涉先進的資訊保安科技，特別是私人密碼匙是不可以公開，必須由持有的用戶自行嚴格保管。建議電子商貿專員在使用數碼簽署時，按照企業之既定程序進行簽署，在有需要時請示上級和與其企業之資訊科技部門人員聯絡，了解詳細之步驟，以使數碼簽署能順利進行。

5.1.2.4 課堂活動參考

(1) 課堂活動範例

以下為課堂活動之範例，企業和教育及培訓機構可因應學習目標、學員背景等情況，調整相關的課堂活動。

- a) 課堂活動一：本地及跨境電子商貿交易討論

- 將學員分為三組，每組討論以下一個主題，並選派 1 至 2 名用代表將討論結果簡報予其他學員。
 - 本地及跨境電子商貿交易基本資料的異同
 - 本地及跨境電子商貿交易在操作方面的異同
 - 本地及跨境電子商貿交易在法例及文化方面的異同
- 每組進行簡報後，由其他學員作出提問，並由導師引導討論，並且因應學習內容總結重點。

b) 課堂活動二：經驗分享

- 每名學員分享他曾經處理過的訂單或電子商貿訂單，包括以下資料：
 - 產品／服務的性質
 - 交付貨物安排
 - 是否有特別的費用
 - 曾遇到的困難
 - 需要或希望改善的地方
- 萬一學員並未處理過訂單或電子商貿訂單，可以分享他個人在電子商貿平台購物時下單的體驗，包括以上提及的各點。
- 學員於課堂上分享後，由其他學員作出提問，並由導師引導討論，並且因應學習內容總結重點。

c) 課堂活動三：網絡安全意識討論

- 每名學員提出作為企業員工，為了維護網絡安全所需要注意或遵守的事項，涵蓋以下各點：
 - 使用電腦或流動裝置
 - 使用網站和處理電郵
 - 使用和保存密碼
 - 保存檔案和資料備份
- 學員於課堂上分享後，由其他學員作出提問，並由導師引導討論，並且因應學習內容總結重點。

5.1.2.5 參考資料建議及課外自修建議

- 香港進口或出口受管制物品資料庫
https://www.tid.gov.hk/tc_chi/import_export/oielc.html
- Training Package on (1) Hong Kong's Import and Export Trade and Government Regulation, and (2) Hong Kong Customs Declaration and Clearance Procedure
https://www.hkqf.gov.hk/files/record/logistics-packages/1/Logistics_govt%20reg%20and%20customs_L2_draft%20edition-1705755000.pdf
- Appendices on Training Package on (1) Hong Kong's Import and Export Trade and Government Regulation, and (2) Hong Kong Customs Declaration and Clearance Procedure
https://www.hkqf.gov.hk/files/record/logistics-packages/2/Logistics_govt%20reg%20and%20customs_L2_appendices-1705755293.pdf
- ISO 8124 "Toy Safety Standards": Harmonizing Global Safety Concerns
<https://www.qima.com/consumer-products/lab-testing/iso-8124>
- ASTM F963 Requirements
<https://www.cpsc.gov/Business--Manufacturing/Business-Education/Toy-Safety/ASTM-F-963-Chart>
- EN 71
https://en.wikipedia.org/wiki/EN_71
- 歐盟之增值稅規則（EU VAT rules by topic）
https://taxation-customs.ec.europa.eu/taxation/vat/eu-vat-rule-topic_en#:~:text=VAT%20covers%20a%20wider%20range%20of%20topics%2C%20including,EU%20territories%20not%20covered%20by%20EU%20VAT%20rules.
- De Minimis Thresholds（小額貨物關稅豁免限額）
https://global-express.org/index.php?id=271&act=101&profile_id=-1&countries%5B%5D=-2&search_terms=&question-filter=&qid_34=1&qid_34_optid=1&qid_35=1&qid_36=1&qid_92=1
- 淘寶 — 商家服務大廳：訂單信息管理
https://helpcenter.taobao.com/servicehall/knowledge?spm=service_hall.25034570.shClassification_ku54zgeu.1000113212%2C1000113467%2C%2C&hcSe

[ssionId=3-1281-9227ebb5-8f73-4f07-9c8a-44e004415594#1000113212,1000113467,,](https://sell.amazon.co.uk/sell-online/beginners-guide?ref=scuk_soa_tbg_fnav&initialSessionID=257-3742875-2339139&ld=ELUKWP-www.amz123.com)

- The beginner's guide to selling on Amazon
https://sell.amazon.co.uk/sell-online/beginners-guide?ref=scuk_soa_tbg_fnav&initialSessionID=257-3742875-2339139&ld=ELUKWP-www.amz123.com
- 在節慶期間採取網絡保安最佳實踐
<https://www.hkcert.org/tc/blog/taking-security-best-practice-during-festive-season-2024>
- Data Encryption Methods & Types: A Beginner's Guide
https://www.splunk.com/en_us/blog/learn/data-encryption-methods-types.html
- 資訊安全網 — 公開密碼匙基礎建設
<https://www.infosec.gov.hk/tc/best-practices/business/public-key-infrastructure>
- 《物流運籌管理》張世勳

5.1.2.6 建議之教學計劃

以下是建議之教學／培訓計劃，教育及培訓機構可因應導師資歷、導師意見、學員人數、學員背景及經驗等因素，調整各項目之時間以切合實際情況及／或學習需求。

學習形式	內容／範圍	建議時間
• 導師及學員自我介紹 • 導師簡報、講解	• 導師及學員之基本資料 • 覆蓋之能力單元 • 學習目標	30 分鐘
• 導師簡報、講解及引導討論 • 學員提問及討論	• 企業的電子商貿交易模式 • 電子商貿交易之各種模式	30 分鐘

● 課堂活動一：本地及跨境電子商貿交易討論 ● 學員分享 ● 導師引導討論及總結	● 導師介紹活動之內容及安排 ● 學員分組後，可用大概 60 分鐘去討論被分配之主題，並預備簡報 ● 對應3個主題，每組可就其主題進行大概 15 分鐘之簡報，並就該簡報討論 10 分鐘，因應討論情況，導師可以彈性調整各組之簡報及討論時間	135 分鐘
● 導師簡報、講解及引導討論 ● 學員提問及討論	● 本地及跨境交易基本知識 ● 本地及跨境交易操作流程 ● 本地及跨境交易之相關法例	120 分鐘
● 課堂活動二：經驗分享 ● 學員分享 ● 導師引導討論及總結	● 導師介紹活動之內容及安排 ● 假設有 15 位學員，平均每人大概可分享 5 分鐘以及就該分享討論 3 分鐘，因應學員人數以及討論情況，導師可以彈性調整各個學員之分享及討論時間	120 分鐘
● 導師簡報、講解及引導討論 ● 學員提問及討論	● 處理企業對消費者交易之電子商貿訂單 ● 處理電子商貿訂單的各個步驟	60 分鐘
● 導師簡報、講解及引導討論 ● 學員提問及討論	● 處理企業對企業交易之電子商貿訂單 ● 處理電子商貿訂單的各個步驟	60 分鐘
● 課堂活動第三：網絡安全意識討論 ● 學員分享 ● 導師引導討論及總結	● 導師介紹活動之內容及安排 ● 假設有 15 位學員，平均每人大概可分享 5 分鐘以及就該分享討論 3 分鐘，因應學員人數以及討論情況，導師可以彈性調整各個學員之分享及討論時間	120 分鐘
● 導師簡報、講解及引導討論 ● 學員提問及討論	● 網絡安全意識 ● 資訊保安基本要求	60 分鐘
● 導師簡報、講解及引導討論 ● 學員提問及討論	● 資料加密基礎知識 ● 數碼簽署	45 分鐘

• 筆試	• 按照能力單元之學習主題及教學內容，選取合適的問題進行筆試	120 分鐘
------	--------------------------------	--------

5.2 執行電子採購管理（110994L4）

5.2.1 單元

按照香港進出口業《能力標準說明》電子商貿增訂本，下表為本單元之內容。

進出口業「電子商貿」《能力標準說明》

職能範疇：「營運管理及規劃」、「電子交易管理」（共通能力單元）

此能力適用於：營運經理、營運專員、電子商貿專員

1.名稱	執行電子採購管理
2.編號	110994L4
3.應用範圍	此能力單元適用於進出口行業內負責電子採購，負責管理電子採購和電子招標採購流程的從業員。
4.級別	4
5.學分	6（僅供參考）
6.能力	<u>表現要求</u> 6.1 具備電貿知識 • 檢視電子採購管理的知識，應用合適管理方案 • 檢視電子招標採購流程 • 檢視電子招標採購的法例要求 6.2.1 管理電子採購流程 • 評估採購需求 • 供應商管理 • 處理採購訂單流程 • 採購訂單及合約管理 6.2.2 管理電子招標採購流程，由招標至完成交易 • 製作及上載電子招標文件和招標公告 • 處理開標和評標流程 • 採購合約管理 6.3 展示專業能力 • 嚴格遵守企業的電子採購政策及流程 • 遵守電子招標採購流程的法例要求 • 根據市場變化，調整電子採購流程
7.評核指引	本能力單元的綜合成效要求為： (i) 能夠根據企業既定的交易程序及相關法例，管理電子採購及電子招標採購流程
8.備註	----

5.2.2 面授教學內容

按照上表之能力單元表現要求，本單元之面授教學包括以下 4 個學習主題：

1. 電子採購基礎知識
2. 供應商管理
3. 管理電子採購
4. 管理電子招標採購

5.2.2.1 電子採購基礎知識

(1) 電子採購基礎知識

a) 採購活動

- 採購是指為企業購買供其營運所需之商品與服務的整個業務流程，包括識別需求、選擇供應商、協商合約、提出採購申請、發出採購訂單、接收及／或驗證商品、支付供應商等活動。
- 傳統而言，以上程序均需要很多紙張、表格以及人工處理，例如收集採購需求、填寫採購申請書、印發採購訂單以及將各樣有關採購的文書送達有關人員等；如果採購需要招標更會涉及大量文件，例如招標公告、招標條款、進行投標之供應商的標書等等。

b) 電子採購的發展

- 電子採購是一種數碼交易，通過在買家和供應商之間建立電子聯繫以促進商品和服務的買賣。
- 電子採購起源於上世紀 80 年代，建基於電子數據交換（Electronic Data Interchange (EDI)）的開發，簡單來說，EDI 是讓數據和資訊從一個系統傳輸到另一個系統的方法，使有關採購的資料，例如貨品目錄和採購單可通過 EDI 傳輸。
- 隨著軟件、電腦系統和互聯網的發展，有專門用於電子採購的軟件，也有供企業整體使用的電腦系統（Enterprise Resource Planning (ERP)），涵蓋不同功能的單元，這些 ERP 系統通常亦

包含電子採購單元，以下簡稱這些具備電子採購功能的軟件／系統為電子採購系統。

- 這些電子採購系統都是使用買家或供應商的指定系統，這亦意味著只有他們的註冊用戶才可使用。換句話說，作為電子商貿的其中一種交易，電子採購專注於企業對企業（B2B）之間的採購活動，特別是具有一定規模的企業。買家或供應商可通過與指定或優先交易夥伴進行電子採購以及各種相關的電子互動，例如發送採購單、確認收貨、開立發票等，從而達到電子採購的效益。
- 近年電子商貿平台（如阿里巴巴、亞馬遜、沃爾瑪等）的興起，為企業及個人提供一個方便購買貨物或服務的渠道，所以有些人亦會將在電子商貿平台上購買貨物或服務視為電子採購。但在電子商貿平台購物，流程基本上由電子商貿平台決定，而各個電子商貿平台的程序亦會有差異，買家及賣家並非透過有關採購之電子互動及合作，去達到自動化採購流程，優化供應商管理等益處。因此，如果電子商貿專員服務之企業只是使用電子商貿平台去進行採購，電子商貿專員只需要了解使用其企業指定的電子商貿平台來購物的步驟。

c) 傳統採購與電子採購的比較

- 雖然不同的電子採購系統功能會有差異，但相對傳統採購，電子採購一般會有下表之優點。

	傳統採購	電子採購
成本	● 因為整個流程需要很多人工處理，所以需要很多人力資源，因而成本相對較高。	● 透過自動化採購流程，可以降低營運成本從而提高利潤。電子採購亦可協助買家優化供應商管理，從而獲得合適和價格具競爭力的產品及／或服務。

效率	由於整個流程牽涉很多紙張以及需要很多人工處理，例如要翻查不同資料和檔案，送遞及等待審批有關文件亦需要一定的時間，有時由於人員合作和工作時間的問題，亦會影響週轉時間，因此有很多空間去改善效率。	透過電子採購可快捷地進行或處理各種採購活動，例如選定貨品、審批採購申請、發出採購訂單和付款等，買家及供應商的員工亦可通過電子採購系統和網絡進行良好的互動，因此可將採購流程的整體時間縮短，並減少人為錯誤，從而提高營運效率。
透明度	查詢及追蹤採購進度需要翻查很多資料或文件，及可能要人工製作各種報告及分析，以了解採購情況和成效。	電子採購對各種採購活動提供清晰、適時的資料，方便查閱交易狀況、追蹤訂單進度和自動生成各類報告及分析。
環境影響	由於需要製作和儲存大量紙本文件，非常不環保。	電子流程可減低紙張使用，甚至達至無紙化交易，非常環保。電子檔案亦方便儲存和查閱，有助於可持續發展。

(2) 企業電子採購政策

a) 企業電子採購政策內容

- 要管理電子採購，電子商貿專員應該嚴格遵守企業之採購政策或電子採購政策，這份政策會按企業之情況及其電子採購系統而設定，因此不同的企業會有所不同，但一般會包括以下或一項或多項。
- 採購政策之目標或原則
 - 採購政策基本上定下了採購事務之目標或原則，為企業在選擇供應商及／或作出採購決定時定下大方向，亦為採購

活動提供規範和標準，以確保員工能以透明、高效、公平、公正的原則來進行採購。

- 政策範圍
 - 一般會明確定義採購政策涵蓋哪些物品或服務，哪些活動不包含在採購政策的範圍，例如招聘員工。
- 角色和職責
 - 說明不同員工在採購事務上的角色和職責，以便參與採購的人員可以遵從，並且確保有關部門（例如採購部門、法律或合規部、財務部等）能各司其職。某些採購（例如大規模或專項的採購）可能會成立專門的採購團隊，包含不同部門的持分者去執行。
- 採購方式
 - 說明哪些貨品或服務會用那種方法來進行採購，例如哪些貨物或服務可以向指定的供應商直接下單、那些東西可以用零用現金／小額備用現金（petty cash）去購買、哪個金額及／或情況的採購需要收到不同的報價（例如已選定購買某一牌子及型號之打印機，只需要比較不同供應商之報價）等。
 - 定下哪個金額或哪些類別的採購需要進行招標以及不同的招標方法等。
- 財務規則及審批權限
 - 一般會涵蓋預算限制和各類採購之審批權限，例如超過某個金額的採購需要某個職級審批、大型的採購可能需要不同的職位甚至企業董事局的審批、超過預算的採購之特殊審批方法等。
- 資料保障
 - 會定下採購資料的保安守則或要求，例如敏感的商业資料只能由獲得授權的人士按需要查閱，有關投標的資料不應披露予第三方等。
- 合規和法律要求

- 會提及適用之法律、法規和行業標準等，例如《進口受管制物品之相關條例》、《防止賄賂條例》、保存採購記錄及相關數據的要求等。
- 監控、匯報和評核
 - 定下監控和評核採購活動以及定期匯報的要求，如果企業有內部審計部門，一般亦會定下內部審計人員之責任，這有助於確保採購政策能有效地執行、定期評估是否有需要改善的地方以及降低欺詐和貪污的風險。

(3) 電子採購管理方案

a) 實施電子採購管理方案

- 市場上有很多不同的電子採購系統管理方案，各有其優點和局限。電子商貿專員應該按照企業使用之電子採購系統及採購政策來進行管理。
- 如果需要選擇合適的電子採購系統管理方案應該考慮以下各點：
 - 首先確定企業在採購上面對的挑戰，以及需要優先解決或改善的地方，例如簡化採購流程、優化供應商管理還是增強報告或分析功能，按照這些需求去建立清單來評估不同的方案。
 - 與企業現有之電腦系統的整合能力
 - 對使用者是否易於操作
 - 電子採購系統的可擴展性以適應未來的增長
 - 能夠讓用戶自行設定或客製化的功能
 - 保護及儲存資料的保安功能
 - 開發商之聲譽和支援服務
 - 實施採購軟件方案的預算、人力及時間需求和費用
- 實施採購系統管理方案是一個重大的決定，建議電子商貿專員按企業的既定程序來進行，在有需要時請示上司及／或尋求其他部門（例如資訊科技部）之協助。

5.2.2.2 供應商管理

(1) 供應商管理

a) 供應商管理之目標

- 供應商管理包括一系列活動，目標是使企業能為其業務及發展識別各種貨品及／或服務的供應商作為夥伴，從而進行各樣合作和互動，例如共同改善整個 B2B 的電子採購流程，從而降低成本。

b) 選擇供應商

- 按照採購需求評估，企業會定時或在有需要時（例如市場有新的貨品供應）來尋找適合的供應商，並且檢視其背景、資歷、產能、財務情況等資料。
- 選定供應商後，會為其在電子採購系統中進行開戶及註冊，包括各項詳細之設定，如地址、聯絡人、電話、電郵地址、銀行戶口號碼、傳送各樣電子訊息和數據之格式等等，這些資料會中央儲存於電子採購系統，供員工有需要時查閱、使用。隨後會將與供應商協定提供之貨品及／或服務放到電子採購系統之採購目錄中，而採購目錄亦會按供應商提供的資料更新，以便各員工能快捷、準確和合規地進行採購，從而提升效率和生產力。

c) 供應商之互動

- 因應市場的變化，企業亦可與供應商進行協商，以調整採購之產品、數量等，又或者是隨著科技的發展，更新電子採購傳輸資料的方式或技術。
- 通過和供應商建立清晰及穩健的關係，可靈活地管理各種貨品、材料以減低庫存，甚至可按照收到的客戶訂單來快捷地採購貨品或材料。
- 通過分析有關採購和供應商的各種數據，例如購買最多的貨品、累積交易金額最高的供應商、供應商送貨是否準時、供應商之貨品質量是否達標等，企業亦可瞭解供應商之表現、識別控制

成本或提升效率的方案，從而與供應商進行商討，制訂及落實提升表現的措施及／或改善電子採購的方案。

5.2.2.3 管理電子採購流程

(1) 電子採購流程

a) 評估採購需求

- 電子採購的流程類似傳統採購，但不同企業會按照其電子採購系統、架構及採購政策會有不同的安排，整個流程一般會從評估採購需求開始。
- 企業會通過收集歷史數據和預測未來需求，來評估各樣採購之需求，例如：
 - 按照企業之人數、規模來估計各樣物品的用量，例如每年所使用的文具或電腦用品。
 - 從以往客戶之訂單來預計銷售額，從而推算所需的原材料之數量。
 - 根據辦公室、廠房以及設備之數量及／或使用量，來評估維修之需求。
- 按不同企業的情況或採購要求，一般會與供應商或潛在供應商就採購需求討論各種安排，特別是牽涉招標的採購。
 - 例如按照一年的採購數量，分開多次採購（例如每月一次或每季一次），又或者每次採購貨品的數量可能不一樣，但可能會在某個範圍之內，例如每次 100 件至 500 件。
 - 有些情況供應商可能會提供產品讓買家試用，買家搜集試用意見後，商討採購數量。
 - 有些時候，採購的數量可能需要時間再確定或調整，買家可能便會與賣家商討一個雙方同意的採購數量範圍，例如 8 萬至 10 萬件貨品。
 - 對供應商的報價及資料，應該保持公平競爭的原則，列為敏感資料，小心保管，例如不應洩露報價及資料予與競爭對手、應該避免利益衝突等。

b) 招標考量

- 跟傳統採購一樣，按採購方式來分類，可分為需要招標的採購和無需招標的採購。
- 招標是一個正規程序，通過邀請有興趣為買家提供產品或服務或承接特別專案／項目的供應商提供標書或建議書，目的是通過招標來選取具性價比和最適合的貨品／服務及供應商。要達到這個目標，重點是營造一個公平的空間，讓每個有興趣的供應商公平地競爭。招標採購已被廣泛應用於不同領域，例如建築、製造、資訊科技服務及政府採購等。
- 招標的最佳實踐通常包括以下各點。
 - 確保公平：透過嚴謹和有結構的程序，邀請競爭性投標，讓所有合資格的供應商均有平等的機會贏得合約。
 - 鼓勵競爭：通過邀請各個供應商及／或發出招標公告，鼓勵不同的供應商提供具競爭力的貨品與服務，以尋找合適的貨品及／或服務對應市場環境。
 - 物有所值：透過比較貨品或服務的關鍵資料以及價格，幫助買家達至最佳交易，確保能以具性價比的價錢獲得品質優良的貨品或服務。
 - 客觀選擇：採用適當的評核投標準則，以確保採購合約被授予基於價格、品質與能力等客觀因素來選定之供應商，而非按主觀或偏好。
- 雖然招標有其好處，但亦需考慮以下的因素，平衡過這些因素後，中小企通常較少會為其採購進行招標。
 - 採購規模：招標通常被應用於大型的採購（以數量或金額來計算）、需要特別技術或能力的項目或專案等。中小企的採購可能未達這規模，再者，小規模的採購亦可能不足以吸引各個供應商按照招標所要求的資料及時限競投。
 - 複雜的招標程序：嚴謹及有結構的程序需要一定的時間和資源去配合，可能使中小企感到困難。
 - 專業人才配合適當分工：有效的招標需要由不同的專業人員去處理各個部分，例如不同的招標條款、貨物的規格、評核供應商的標書或建議書，協商合約等等，而這些工作亦需配合適當的分工，以確保招標能公平公正地進行（例

如應該避免同一員工處理多個範疇，如訂立貨品規格、邀請供應商、開標和評標等），中小企未必具有招標所需的專才與分工。

- 本節的餘下之部分將集中描述不需招標的電子採購，如何管理需要招標的電子採購將於 5.2.2.4 中描述。

(2) 電子採購功能

a) 電子採購系統功能

- 不同電子採購系統有不同的功能，有些電子採購系統亦容許使用者按照其需求自行設定各種功能，再加上各企業會按照其架構及政策來釐定各種採購之詳細條件或規則，因此每個企業之電子採購系統所包含的功能會有所不同，但一般會包括以下一項或多項。電子商貿專員應該了解其企業或機構所使用之電子採購系統的功能並按其進行採購。
 - 供應商和目錄管理：為供應商註冊、將合適之貨品、服務及／或供應商分類到採購目錄，以便員工選購。
 - 權限管理：容許採購經理或有適當權限的人員，按照企業的採購政策或規則，自行定義各種採購的情況或條件，例如：指定能夠批准各種採購申請的職級及其權限、那些採購需要多重之審批（即除了提出採購之員工的直屬上司以外，其它要審批的部門如採購部、財務部）、指定某些人員或職級可以查看部門之預算案、確認收貨、檢視記錄和審批發票等，以及限制特殊或者不合乎公司政策的採購，例如當員工採購指定範圍以外的產品時，申請會被拒絕或者需要特殊的審批。
 - 電子訂購：以電子方式提出及批核採購申請、開立電子採購單等。
 - 工作流程管理（Workflow management）：按照指定條件自動產生各樣有關採購的信息或電郵，送達有關人員檢視和審批，並跟蹤其進度。
 - 確認收貨和核對文件：記錄實際收到之貨物種類和數量、並且進行雙向或三向核對（Two-way or Three-way matching）。雙向核對是將採購訂單與收貨紀錄核對，以確保貨品的種

類和數量相符，而三向核對是再加上核對供應商之發票與收貨記錄。

- 支付及會計管理：按照核對妥當的發票及相應之審批，以電子方式支付供應商，並且按照交易的進行情況，自動生成會計科目和進行記帳，例如在確認收貨後，會紀錄支出和應付帳，在支付貨款後，亦會扣減現金帳目和沖銷應付帳。
- 報表及分析：按使用者之設定，自動生成各種有關採購之報告及分析，例如顯示採購的累積金額、列出最大的供應商（按採購金額或數量開來釐定）等。
- 合約管理：將詳細合約文件存檔以便利買賣雙方之商討、核對及查閱。

b) 處理電子採購訂單流程

- 電子採購的流程類似傳統採購，但不同的企業會按照其電子採購系統、架構及採購政策有不同的安排，以下是電子採購的一般流程，假設有關採購不需要進行招標。電子商貿專員應該按企業的電子採購系統及既定程序處理電子採購訂單。
- 步驟一：提出採購申請並選定貨物
 - 電子商貿專員或其他需要採購物品（例如文具）或服務（例如維修門鎖）的員工，首先要在電子採購系統提出採購申請。
 - 登入電子採購系統後，可在採購目錄中選擇合適的物品、服務及／或供應商。
 - 在貨品目錄選定所需採購的物品或服務以及有關詳細安排（例如物品之詳細編號和數量、送貨地點等），提出申請。
- 步驟二：確認申請並獲取審批
 - 員工確認採購申請後，電子採購系統會按照設定之權限及規則，自動將申請傳送到有關人員審批，例如該員工之直屬上司及／或採購部之人員。
 - 上司及／或採購部查閱過後，可批准採購或如有需要（例如申請採購數量太多的貨物），拒絕該採購申請，並將申請發還員工，要求該員工更改或重新提出申請。

- 步驟三：開立採購單
 - 採購申請獲得審批後，系統會自動生成電子採購單，以電子方式將其發放到供應商，供應商會按照採購單所定下的條件及／或與該公司協議的方法交貨或提供服務，例如將貨品送達企業之某一個地址。
- 步驟四：確認收貨
 - 收到貨物或服務後，需要核實是否跟採購單的內容一致。如一致的話需要在電子採購系統中確認收到採購單之貨物。
 - 如果所收到的貨物與採購單有差異（例如採購十件貨品，但供應商因為貨源關係，只能暫時提供五件），應該在電子採購系統中按照指定的方式輸入有關資料，以便供應商或採購部門跟進。
- 步驟五：核對記錄
 - 採購單得到收貨確認之後，供應商便會通過電子方式將發票送到企業，採購部或財務部會核對相關資料（如發票與收貨記錄是否符合），功能強大的電子採購系統可自動核對這些資料，或者是生成相關的報告以便核對，如有差異亦可由有關人員跟進。
- 步驟六：進行付款
 - 如果核對無誤，貨款會於協議的期限內通過電子方式支付供應商，例如將款項轉帳到供應商已登記之戶口。
- 步驟七：會計記帳
 - 按照採購者及貨物資料，例如員工之成本中心、貨物之性質和價值，電子採購系統會生成有關的會計分錄，進行記帳。

5.2.2.4 管理電子招標採購

(1) 電子招標採購流程

a) 電子招標採購流程

- 電子招標，是指利用電子採購系統或平台發送邀請和接收標書以及和相關的文件，並且利用電子功能來協助管理整個招標採

購流程。本節假設企業所採購的貨品、服務或項目需要進行電子招標。

- 電子招標採購的流程類似傳統招標採購，但因各個企業的電子採購系統、架構及採購政策會有差異，再者，電子採購招標流程也可能會因應所採購的貨物、服務或項目來調整，但一般會包括以下各步驟。
 - 步驟一：預備招標文件、公告以及標書評核準則
 - 步驟二：通知潛在供應商及／或為潛在供應商於電子採購系統進行註冊（因時間關係，這步驟通常會與步驟一同步進行）
 - 步驟三：上載招標文件及公告到電子採購系統
 - 步驟四：截止招標
 - 步驟五：審閱及評核收到的標書或建議書
 - 步驟六：選定供應商並與其就合約進行最終商討（如適用）
 - 步驟七：與中標供應商簽訂採購合約
 - 步驟八：將已簽妥之合約儲存於電子採購系統，並且按照合約進行各種採購活動。

b) 檢視電子招標採購流程

- 電子商貿專員應該根據企業之採購政策、既定程序以及電子採購系統的功能，檢視以往及／或未來之電子招標採購，識別是否符合有關流程或有需要改善的地方。

(2) 電子招標採購的法例要求

a) 各行業之相關法例要求

- 電子招標採購跟其他採購（例如傳統紙本的採購或無需招標之採購）一樣，都需要符合相關法例，電子商貿專員應該嚴格遵守法例的要求來進行電子招標採購。
- 進出口行業涵蓋很多不同的行業，而不同的行業會受到不同的法例所規管。因此電子商貿專員需要注意其所屬行業之相關法規，以下舉幾個簡單例子，以供參考。
 - 從事食品行業的，需要留意《食物安全條例》（香港法例第612章）。

- 從事玩具業的，就要留意《玩具及兒童產品安全條例》（香港法例第 424 章）。
- 與化學品有關的，就要留意《化學品管制條例》（香港法例第 145 章）。
- 與藥物有關的，需要注意《藥劑業及毒藥條例》（香港法例第 138 章）。
- 如教學內容會使用特定的法例作為例子，導師應該擁有相關的經驗，建議導師在推出課程前，檢視相關的法例，以確保資料合時。

b) 進口受管制物品

- 如果電子招標採購涉及從外地進口受管制物品，就需要參照工業貿易署為進口或出口受管制物品所建立的網上資料庫（參閱 5.2.2.6 參考資料建議及課外自修建議）。

c) 防止賄賂條例

- 不論任何採購，都需要符合《防止賄賂條例》（香港法例第 201 章）。該條例是香港的主要反貪污法例，涵蓋了公職人員和私營機構的行為規範，旨在防止個人利用職位權力去獲取不正當利益，從而保障公共利益和市場公平競爭。
- 廉政公署亦於其網站發佈了一些針對中小企採購的資訊，例如以下兩項（參閱 5.2.2.6 參考資料建議及課外自修建議）。
 - 《加強監控「防貪有道」中小企業營商要訣 – 採購篇》
 - 《「跨境營商 守法至上」系列 – 採購程序》

d) 競爭條例

- 《競爭條例》（香港法例第 619 章）旨在禁止妨礙、限制或扭曲在香港的競爭的行為，以及禁止會大幅減弱香港競爭的合併。競爭事務委員會是一個獨立法定團體，根據競爭條例而成立。
- 根據《競爭條例》，企業無論規模大小，絕不可同意與競爭對手作出以下統稱為「合謀」的四種安排：
 - 合謀定價
 - 限制產量

- 瓜分市場
- 圍標
- 競爭事務委員亦特別為中小企設立一個「中小型企業競爭法合規資訊站」(<https://sme.compcomm.hk/tc>)，提供扼要資訊，讓中小企輕鬆掌握《競爭條例》的重點，並及早識別潛在風險。

e) 檢視電子招標採購的法例要求

- 電子商貿專員應該根據企業之採購政策及既定程序，檢視以往及／或未來之電子招標採購，識別是否符合有關法例或有需要改善的地方。
- 由於法例涉及專門範疇，建議電子商貿專員在有需要時請示上司及／或與企業之相關部門（如法律部、合規部）聯絡。

(3) 管理電子招標採購

a) 製作及上載招標文件和公告

- 由於需要進行招標採購之項目一般為大型之採購、專門之產品／服務、特別之項目等，因此招標文件及／或公告可能需要由不同專業範疇的人員提供資料或準備，建議電子商貿專員參照企業過往之電子招標文件及公告及／或企業所使用的招標文件及公告範本和企業的既定程序製作招標文件和公告。如有問題，應該請示上級或聯絡其他部門（例如採購部、法律部）尋求協助。
- 招標文件一般會詳細列出：
 - 需要採購之貨品的詳細內容
 - 技術規格和貨品的特質
 - 供應商需要為貨品規格作出的聲明及／或提供的憑證
 - 交付貨物之安排
 - 合約生效日期及期限等
- 此外，招標文件會詳細列出適用的招標條款、合約條款、各樣憑證及／或各項補充資料，以下是一些例子，以供參考。
 - 標書有效期
 - 投標報價安排

- 價格變動之處理
- 企業的經驗、往績、營運或財務現況等
- 訂貨、驗貨及退貨安排
- 貨品之品質保證，例如測試結果或測試報告
- 貨品之保險安排、保養服務等
- 適用的許可證、證明書等
- 付款安排
- 法律責任
- 不可抗力條款
- 中止合約安排等
- 招標公告一般會列出一些關鍵資料，例如：
 - 開始招標之日期及時間
 - 截止招標之日期及時間
 - 貨品之摘要例如名稱、數量及用途
 - 索取招標文件及遞交標書或建議書之安排
 - 企業所需提交之標書或建議書和有關表格以及格式要求
 - 查詢有關招標之安排。
 - 以下截圖是政府物流服務處於 2025 年 8 月刊登的一則招標公告，以供參考。

The screenshot shows the Government Logistics Service (GLS) tender announcement page on the PCMS system. The page is titled "檢視招標公告詳情" (View Tender Announcement Details). The tender number is GLT011/2025, and the closing date and time are 2025年10月2日 正午12:00 (香港時間). The tender item is "為政府化驗所供應一套超高效液相色譜配以氮氣生成器和串聯質譜儀系統" (Supply of a super-high efficiency liquid chromatography system with nitrogen gas generator and tandem mass spectrometer system for government laboratory). The tender is issued by the Government Laboratory (政府化驗所) on 2025年8月22日 (香港時間). The quantity is 一套 (one set). The purpose is to provide a system for the detection of drugs and toxic substances in biological samples. The tender documents are available for download at the following link: https://www.govtlab.gov.hk/tc/general_information/tender.html. The tender documents are in Chinese and English.

網站地圖 聯絡我們 Performance Pledge	遞交標書 電子投標 (i) 透過電子投標箱遞交標書必須使用識別代碼或任何一款電子投標箱接受的數碼證書並已上載至電子投標箱的數碼證書。 應注意，啟動另類認證方法功能(以致可以使用識別代碼)或由核證機關申請數碼證書到核證機關發出都需要時間處理。如你尚未提出申請，請你預早在截標日期前啟動另類認證方法功能或申請上述可接受的數碼證書。如你預見就一項投標邀請書在其截標日期前應無法使用識別代碼或數碼證書，你應提前計劃在截標日期前按照有關招標文件的規定以紙張式投標。 (ii) 每單一節標書遞交內的檔案附件的容量上限是150 MB。如投標者希望提交超過150 MB的附件作為其投標的一部分，你可把標書分多次遞交到電子投標箱。 (iii) 在登入電子投標箱遞交標書之前，投標者須確保其網上帳戶是有效的。如果你的網上帳戶是無效的（例如已暫停，過時的）或你已忘記了PCMS帳戶密碼，你將無法登入電子投標箱進行(a)下載招標文件和其後可能由政府就有關投標邀請書發出的任何附錄、(b)就投標邀請書遞交標書，以及(c)就任何投標邀請書向政府提交查詢。請你預早檢查你的網上帳戶和密碼以確保其在投標截止日期前仍然有效。 (iv) 投標者在遞交電子標書時，應預留足夠時間以確保所有資料必須於截止投標日期正午12:00（香港時間）之前完成傳送。 (v) 為確保成功遞交標書，建議投標者儘早遞交標書，特別是避免在截止投標時間前一小時內倉促遞交標書。 紙張式投標 紙張形式標書必須於截止投標日期正午12:00（香港時間）前投入設於香港北角波華道333號北角政府合署地下的政府物流服务署投標箱。
	(vi) 為確保成功遞交標書，建議投標者儘早遞交標書，特別是避免在截止投標時間前一小時內倉促遞交標書。 紙張式投標 紙張形式標書必須於截止投標日期正午12:00（香港時間）前投入設於香港北角波華道333號北角政府合署地下的政府物流服务署投標箱。 備註 (i) 如截標當天上午9:00至正午12:00期間的任何時段內，八號或以上的熱帶氣旋警告信號懸掛，或黑色暴雨警告信號或政府公布的「極端情況」生效，截標時間會延至下一個工作天正午12:00。 (ii) 如在截標當天上午9:00至正午12:00期間的任何時段內，前往投標箱所在地點的公眾通道受阻，政府會宣布推遲截標時間，直至另行通知。當通道重開後，政府會盡快公布已推遲的截標時間。上述公布事項會於政府新聞處網頁以新聞稿方式宣布(http://www.info.gov.hk/gia/general/ctoday.htm)。 (iii) 所有時間的表述均為香港時間。 政府由2025年6月1日起推出的採購項目，已全面採用電子方式向供應商付款，不再提供實體支票選項。除銀行轉帳方式外，供應商屆時亦可透過「轉數快」的方式向採購部門提供「香港身份證號碼」或「轉數快識別碼 (FPS Identifier)」作收款。本網站招標公告與招標文件所載資料如有任何歧義，一概以招標文件內容為準。 一般查詢 電話號碼 (852) 2762 3797 傳真號碼 (852) 2714 4374 電郵地址 yswan@govt1ab.gov.hk

b) 處理開標和評標流程

- 按照招標之要求，有興趣競投之供應商會在截止招標前將需要提交的標書或建議書及各樣資料按指定格式上載到企業之電子採購系統或指定的電子投標箱。
- 到達截止招標的日期和時間，電子商貿專員應該關閉有關招標的文件上載功能，以確保沒有其他標書或建議書能上載到電子採購系統。
- 接著可下載收到的標書或建議書以及各種表格和資料，詳細閱讀，並且按照評核準則來評核。
- 標書或建議書之評核準則會按照貨品、服務或項目之詳細要求，以及供應商的資料來設立，一般會包括以下一項或多項：
 - 供應商對採購要求之詳細理解
 - 供應商之經驗、歷史及往績

- 標書或建議書的特色或優點
- 貨品之價格
- 供應商之品質控制
- 供應商之財務狀況
- 負責提供貨品或服務之團隊
- 供應商提供之支援服務等。
- 標書或建議書之評核準則一般會在投標前預先設立，一經訂立，不會隨便修改，亦不會洩露予其他人士。電子商貿專員應該對所有投標資料採取適當的保密措施，例如將所有檔案儲存於電子採購系統及／或以密碼保護，只有參與評標或獲得授權的人員才能查閱。
- 在按照評核準則選定中標的供應商後，應該要審視是否需要與選定之供應商進行最後磋商（例如因為某些原因，合約可能要延遲開始）。

c) 電子招標採購合約管理

- 在選定中標之供應商後，應該按照企業之程序，將中標之供應商及對其授予合約的資料進行審批，例如提交某級別的上級或某些委員會去審批。獲得審批之後，就可以安排與中標之供應商簽訂合約。
- 簽妥之合約會儲存於電子採購系統，供雙方參照、查閱。
- 供應商應該按照合約詳情為買家提供貨品及／或服務。
- 功能強大的電子採購系統亦可從合約中抽取適當的資料，來協助制訂有關之採購範本，例如標準之採購單，又或者將重要日期儲存，並且在適當時間作出有關提示，例如採購項目各個階段之收貨或付款日期。

d) 檢視電子招標採購流程

- 電子商貿專員應該根據企業之採購政策及既定程序，持續檢視電子招標採購流程，識別是否有需要改善的地方，並且建立中央資料庫記錄改善進度，作未來電子招標之參考。

(4) 電子招標與傳統招標之比較

a) 電子招標與傳統招標之比較

- 電子招標的目標與傳統招標相同，都是為了建立公平競爭的環境。然而，兩者在招標安排會上有所不同。下表列出數個要點進行比較。

	電子招標	傳統招標
發出招標公告	• 招標公告於電子採購系統進行發佈。已註冊的潛在供應商可在電子採購系統查閱或下載公告。買家一般亦會在其自家網站發佈招標公告。	• 在相關媒體上發佈招標公告及／或將招標公告郵寄或送遞至潛在供應商。
發出招標文件	• 將招標文件上載至電子採購系統或平台，供有興趣和已登記的供應商下載或查閱。	• 一般會將打印好的招標文件，放在指定地點，供有興趣的供應商索取，並記錄領取招標文件的供應商。
關於招標的溝通（例如澄清一些條款或細節）	• 通過電子招標系統發佈有關招標的問題及答覆，以便有興趣和已登記的供應商查閱。	• 一般會組織投標前答問大會，邀請有興趣和已登記的供應商出席，並將答問大會之重點以書面記錄，發送到有興趣和已登記的供應商。
遞交標書	• 在電子採購系統中設立專用的電子投標箱或網址，所有標書及相關文件都必須於截止時間前上載至該電子投標箱。截標時，上載功能會自動關閉，以使再無標書或文件可被提交。	• 普遍會於指定地點設置實體投標箱，以供投標者遞交標書及相關文件。截標時間一到，該投標箱會被工作人員移走，以使再無標書或文件可被提交。

	電子招標	傳統招標
發出招標公告	招標公告於電子採購系統進行發佈。已註冊的潛在供應商可在電子採購系統查閱或下載公告。買家一般亦會在其自家網站發佈招標公告。	在相關媒體上發佈招標公告及／或將招標公告郵寄或送遞至潛在供應商。
發出招標文件	將招標文件上載至電子採購系統或平台，供有興趣和已登記的供應商下載或查閱。	一般會將打印好的招標文件，放在指定地點，供有興趣的供應商索取，並記錄領取招標文件的供應商。
評核標書	評標人員可於電子採購系統查閱標書及有關文件，進行評分，功能強大的系統亦可設置評標表格，記錄評核人員評分並進行匯總。	評標表格通常會以人工方式製作，評標人員在閱讀紙本標書及相關文件後，會於表格上評分，最後再以人工方式匯總各項分數。

5.2.2.5 課堂活動參考

(1) 課堂活動範例

a) 課堂活動一：採購政策討論

- 每名學員分享其企業是否有訂立採購政策或電子採購政策以及相關守則，如有，包括甚麼內容，例如以下各點。
 - 政策之目標或原則
 - 政策範圍
 - 角色和職責
 - 財務規則及審批權限
 - 合規和法律要求
- 如果企業沒有採購政策的話，由學員分享需要採購物品時，如何進行。

- 學員分享之後，導師及／或其他學員可以作出提問，並且因應學習內容，由導師總結重點。

b) 課堂活動二：經驗分享

- 每名學員分享其企業是否有使用電子採購系統，並且分享他在採購方面的經驗，例如：
 - 會採購哪種類之貨物或服務
 - 採購之審批程序
 - 電子採購的好處是甚麼
 - 進行電子採購時遇到之問題
- 如其企業沒有使用電子採購系統，可分享是否有特別的原因？以及其企業會否使用電子商貿平台採購貨物或服務？如有使用，是哪些電子商貿平台以及上述之各點。
- 學員分享之後，導師及／或其他學員可以作出提問，由導師引導討論，並且因應學習內容，由導師總結重點。

5.2.2.6 參考資料建議及課外自修建議

- What is supplier management?
<https://www.ibm.com/think/topics/supplier-management#:~:text=Supplier%20management%20is%20the%20collection%20of%20processes%20that>
- E-Tendering — Definition, Process and Examples
<https://procurementtactics.com/e-tendering/>
- 香港政府採購政策及程序
https://www.fstb.gov.hk/tc/treasury/gov_procurement/government-procurement-policy-procedures.htm
- Gov 香港政府一站通：電子採購
<https://www.gov.hk/tc/theme/eprocurement/eppp/>
- 3 way match 意思
<https://www.wvf.com.tw/a/3-way-match%E6%84%8F%E6%80%9D>
- 香港進口或出口受管制物品資料庫
https://www.tid.gov.hk/tc_chi/import_export/oielc.html
- 競爭事務委員會

- <https://www.compcomm.hk/cindex.html>
- 中小型企業競爭法合規資訊站
<https://sme.compcomm.hk/tc>
- 公共機構採購防貪指南
https://www.icac.org.hk/pb/download/reference/procurement_tc.pdf
- 加強監控「防貪有道」中小企業營商要訣 - 採購篇
<https://hkbedc.icac.hk/Upload/guides/39/pdf/22dd7de3b8c54515922f4e82631a2762.pdf>
- 「跨境營商 守法至上」系列 - 採購程序
<https://hkbedc.icac.hk/Upload/guides/24/pdf/4a25d3cc213f4cd3a80078d192d07f40.pdf>
- 《防止賄賂條例》
<https://www.elegislation.gov.hk/hk/cap201!zh-Hant-HK>
- 《競爭條例》
https://www.elegislation.gov.hk/hk/cap619!zh-Hant-HK?INDEX_CS=N
- 《供應商管理手冊》（增訂 2 版）秦啟佑／任賢旺
- 《採購管理技術實務》陳勝朗
- Training Package on (1) Hong Kong' s Import and Export Trade and Government Regulation, and (2) Hong Kong Customs Declaration and Clearance Procedure
https://www.hkqf.gov.hk/files/record/logistics-packages/1/Logistics_govt%20reg%20and%20customs_L2_draft%20edition-1705755000.pdf
- Appendices on Training Package on (1) Hong Kong' s Import and Export Trade and Government Regulation, and (2) Hong Kong Customs Declaration and Clearance Procedure
https://www.hkqf.gov.hk/files/record/logistics-packages/2/Logistics_govt%20reg%20and%20customs_L2_appendices-1705755293.pdf

5.2.2.7 建議之教學計劃

以下是建議之教學／培訓計劃，教育及培訓機構可因應導師資歷、導師意見、學員人數、學員背景及經驗等因素，調整各項目之時間以切合實際情況及／或學習需求。

學習形式	內容／範圍	建議時間
- 導師及學員自我介紹 - 導師簡報、講解	- 導師及學員之基本資料 - 覆蓋之能力單元 - 學習目標	30 分鐘
- 導師簡報、講解及引導討論 - 學員提問及討論	- 電子採購基本知識 - 採購活動 - 電子採購的發展 - 傳統採購與電子採購的比較 - 電子採購管理方案	90 分鐘
- 課堂活動一：採購政策討論 - 學員分享 - 導師引導討論及總結	- 導師介紹活動之內容及安排 - 假設有 15 位學員，平均每人大概可分享 5 分鐘以及就該分享討論 3 分鐘，因應學員人數以及討論情況，導師可以彈性調整各個學員之分享及討論時間	120 分鐘
- 導師簡報、講解及引導討論 - 學員提問及討論	企業電子採購政策內容	60 分鐘
- 導師簡報、講解及引導討論 - 學員提問及討論	供應商管理	30 分鐘
- 課堂活動二：經驗分享 - 學員分享 - 導師引導討論及總結	- 導師介紹活動之內容及安排 - 假設有 15 位學員，平均每人大概可分享 5 分鐘以及就該分享討論 3 分鐘，因應學員人數以及討論情況，導師可以彈性調整各個學員之分享及討論時間	120 分鐘
- 導師簡報、講解及引導討論 - 學員提問及討論	- 管理電子採購 - 評估採購需求 - 招標考量	120 分鐘
- 導師簡報、講解及引導討論 - 學員提問及討論	- 電子採購系統功能 - 處理無需招標之電子採購	90 分鐘
- 導師簡報、講解及引導討論 - 學員提問及討論	- 電子招標採購流程 - 電子招標的法例要求	120 分鐘

• 導師簡報、講解及引導討論 • 學員提問及討論	• 管理電子招標 ○ 製作及上載招標通告 ○ 處理開標及評標流程 ○ 電子招標採購合約管理	120 分鐘
• 導師簡報、講解及引導討論 • 學員提問及討論	• 電子招標與傳統招標之比較	60 分鐘
• 筆試	• 按照能力單元之學習主題及教學內容，選取合適的問題進行筆試	120 分鐘

第六章 建議評核指引及方法

6.1 建議之評核方法

本節介紹能力單元之評核方法，以便評估學員是否已經懂得並能應用教材套內各個學習主題所需的能力。

建議評核方式為筆試，包括選擇題和問答題。

評核方法	比重
選擇題	20%
問答題	80%
總數	100%

6.2 試題結構及評分安排

以下為建議之評核方式、題目類型和數量以及評分安排的列表。

能力單元	選擇題	此部分總分 ／及格分數	問答題	此部分總分 ／及格分數	總分
處理電子商 貿訂單交易	4 條選擇 題，每條 5 分	20 分／ 10 分	4 條問答題， 每條 20 分	80 分／ 40 分	100 分
執行電子採 購管理	4 條選擇 題，每條 5 分	20 分／ 10 分	4 條問答題， 每條 20 分	80 分／ 40 分	100 分

6.3 模擬評核題目及建議評分

建議教育及培訓機構預先準備足夠數量之試題，以避免每次筆試，使用完全一樣的題目。試題內容應配合教學內容及能力單元所涵蓋之知識範圍。為確保試題內容能反映最新之情況，特別是進出口業及電子商貿行業的演變，建議教育及培訓機構定期檢討試題內容，按情況需要更新試題，例如最少每年進行一次試題檢討。

6.3.1 處理電子商貿訂單交易之模擬試題

以下為模擬試題的一些例子，以供參考。

(1) 選擇題之模擬試題

- 例題一

以下哪一項並非電子商貿平台常見之賣家績效指標？

- (a) 貨物準時投妥率
- (b) 資產負債比率
- (c) 訂單有效追蹤率
- (d) 準時發貨率

答案：(b)

- 例題二

數碼簽署（Digital Signature）是？

- (a) 將簽章掃描成數碼圖像
- (b) 使用觸控板寫下的簽章
- (c) 使用公開密碼匙加密技術來鑑別數碼訊息的真偽
- (d) 不合法的

答案：(c)

- 例題三

以下哪一項並非常見的電子商貿交易模式？

- (a) 企業對企業
- (b) 企業對消費者
- (c) 消費者對消費者
- (d) 政府對政府

答案：(d)

- 例題四

以下哪一項並非處理電子商貿訂單的一般步驟？

- (a) 確認訂單
- (b) 處理付款
- (c) 揀貨與包裝
- (d) 調查客戶滿意度

答案：(d)

(2) 問答題之模擬試題

- 例題一

請詳細描述以交易雙方來分類之各種電子商貿交易模式及當中之產品及／或服務的流向。

答案應包含以下的電子商貿交易模式。

- 企業對消費者（Business to Consumer（B2C））
- 企業對企業（Business to Business（B2B））
- 消費者對消費者（Consumer to Consumer（C2C））
- 消費者對企業（Consumer to Business（C2B））
- 企業對政府（Business to Government（B2G））
- 消費者對政府（Consumer to Government（C2G））
- 直接面對消費者（Direct to Consumer（D2C））

此例題之目標是評核學員是否能夠描述各種電子商貿交易模式以及其產品及／或服務流向。假設此題之總分為 20 分，能夠提供以上每一種電子商貿交易模式的名稱可各得 1 分，能詳細描述企業對消費者交易模式之產品及／或服務流向可得 1 分；能詳細描述其他各種交易模式之產品及／或服務流向各得 2 分。

詳細資料請參考 5.1.2.1 電子商貿交易及基本財務知識之 (1) 企業的電子商貿交易模式。

• 例題二

請詳細比較本地電子商貿及跨境電子商貿在操作及法例上各方面的異同。

答案應包含以下各點。

	本地電子商貿	跨境電子商貿
電子商貿平台政策	需要遵守本地之電子商貿平台的政策。	需要遵守國際性或跨國電子商貿平台的政策，特別是不同的國家可能有不同的政策。
賣家行為守則 (Seller Code of Conduct)	賣家需要遵守本地電子商貿平台的賣家行為守則。	需要遵守國際性或跨國電子商貿平台的賣家行為守則，特別是不同的電子商貿平台可能有不同的賣家行為守則。
賣家績效指標 (Key Performance Indicator)。	賣家需要遵守本地電子商貿平台的賣家績效指標。常見的指標包括關於訂單的指標和關於配送表現的指標。	- 賣家需要遵守國際性或跨境電子商貿平台的賣家績效指標，而不同的平台可能有不同的指標。 - 由於貨物會被運送到不同的國家或地區，因此需要留意有關配送的指標。

收款及／或結算安排	一般可以轉帳至本地銀行戶口或使用本地銀行的信用卡。	- 很多國際或跨境電子商貿平台都需要賣家開立指定的戶口，並有指定的結算安排。 - 有些電子商貿平台會指定付款或匯款由第三方服務商提供，因而需要在第三方服務商開立及綁定帳戶。由於牽涉國際或跨境電子支付，需要留意是否有特別的費用。
交付貨物	- 只需將貨物送到本地的客戶或指定地點由客戶自行提取。 - 需要瞭解有關物流安排，以便有需要時跟進電子商貿訂單的情況。	除了需要瞭解有關物流安排，因為貨品可能會被送到不同的國家或地區，也需要留意是否有特定的安排及／或企業是否已選定某種安排以及清關程序。
法例	只需考慮本地的法例。進出口行業涵蓋很多不同的行業，而不同的行業會受到不同的法例所規管。	- 除了企業所屬行業之相關法例外，需要注意是否進出口受管制物品。 - 由於產品及／或服務可能會被銷售到不同的國家或地區，電子商貿平台會要求賣家遵守客戶所在的國家或地區之法律、法規，也需要考慮客戶所在的國家或地區之稅務安排。

服務熱線及語言	只需提供以本地語言操作的服務熱線以及考慮本地的假期及營業時間。	因為時區的關係可能需要不同時間甚或 24 小時的服務熱線，也需留意不同國家的假期及可能需要具備不同語言的客戶服務熱線。
文化差異	由於目標客戶群是本地客戶，因此不會有特別的文化差異。	客戶可能來自不同的國家或地區，跨文化溝通可能會產生誤會或不同的理解，因此需要留意文化差異。

此例題之目標是評核學員是否能夠詳細解釋本地電子商貿及跨境電子商貿在操作及法例上各方面的異同。假設此題之總分為 20 分，能夠詳細描述上表所列每一方面的比較可得 2.5 分，即能詳述上表 8 個方面總共可得 20 分。詳細資料請參考 5.1.2.1 電子商貿交易及基本財務知識之 (2) 本地及跨境交易的基本知識、操作流程及相關法例。

- 例題三

請詳細描述處理企業對消費者之電子商貿訂單一般所涉及各個步驟。

答案應包含以下各個步驟。

- 雖然不同之電子商貿平台有關處理電子商貿訂單的步驟可能會有差異，但一般來說，會包含以下十個步驟。
- 訂單生成：當顧客在電子商貿平台上選定貨品並前往結帳時，電子訂單將會由電子商貿平台之系統自動生成。電子商貿平台的訂單管理系統通常都會審核訂單，確保所有訊息正確無誤。

- 付款處理：顧客檢視過所生成的訂單之後，需要以電子商貿平台所接受的電子支付方式去進行付款。電子商貿平台會紀錄這些交易資料，並且由其系統計算賣家所應付的費用（例如佣金及備用金）以便與賣家結帳。
- 訂單確認：電子商貿平台通常會向顧客發送有關訂單確認的電子郵件或訊息，以確保訂單資料準確和通知顧客訂單已成功完成，並正在處理。
- 分配訂單：電子商貿平台之系統會按照情況將訂單分配給相應的供應商及／或倉庫，以便對訂單進行揀貨和包裝。
- 跟進訂單及確認安排：企業在收到獲得分配的電子商貿訂單後，應核對以確保訂單無誤或資料沒有缺失，也應確認交易及配送安排均合適，並按需要或既定安排輸入有關訂單的明細到自家企業的電腦系統（如系統沒有自動連結）。
- 揀貨與包裝：處理電子商貿訂單的人員，應按照其企業自家的電腦系統的安排以及有關程序，發送訂單到倉庫由負責人揀貨及包裝，以便付運。
- 發貨與配送：按照已選定的物流模式，將會由物流部門、物流夥伴或物流供應商負責運輸和配送。
- 確認送達：買家在收到貨物時，需要進行確認送達的操作，例如簽收。如貨物是由買家自行提取，物流負責人員會發送電子郵件或訊息給買家去提貨，買家收到或提取貨物後，電子商貿訂單的狀態會在電腦系統中更新為送達或完成。
- 處理款項交收：貨物送達得到確認後，電子商貿平台會在指定的結算週期，按已綁定的付款方式將貨款淨額支付給賣家，並且生成帳單、帳單摘要或支付報告等供賣家審閱。
- 訂單相關之客戶服務：買家如有任何問題，會聯絡賣家甚或電子商貿平台的客戶服務部門，相關人員就需要按照實際情況處理買家的查詢或要求。

此例題之目標是評核學員是否能夠詳細描述處理企業對消費者交易之電子商貿訂單一般所涉及的各個步驟。假設此題之總分

為 20 分，能夠詳述以上每個步驟可得 2 分，能詳述所有步驟可得 20 分。詳細資料請參考 5.1.2.2 處理電子商貿訂單交易。

- 例題四

請詳細解釋在使用數碼簽署時，公開密碼匙加密技術的運作原理及其好處。

答案應包含以下各個要點。

- 公開密碼匙加密技術（Public Key Cryptography）以及公開密碼匙基礎建設（Public Key Infrastructure）的有效運作需要核證機關的支援，而核證機關的主要工作是作為一個可可靠的第三者來核實數碼證書申請人及／或擁有人的身份。
- 公匙加密技術使用一對密碼匙來處理數據，這對密碼匙是兩個分開但相關的電腦代碼：一條是屬於擁有人的私人秘密，故稱之為「私人密碼匙」；而另外一條是公開的，故稱之為「公開密碼匙」。其中一條密碼匙用以加密，解密時就只能使用這一對中的另一條密碼匙。
- 數碼簽署是確保數碼訊息完整、真確及不可否定的有效方法，以數學公式把電子訊息或文件來計算出一個訊息摘要，再用簽署者的私人密碼匙把計算結果加密，這樣便形成一個數碼簽署，收件者可以使用寄件者的公開密碼匙來核實該電子簽署。
- 以電子郵件傳遞信息為例，可以透過使用收件者的公開密碼匙來加密以保護私隱。只有收件者的私人密碼匙才能把已加密的訊息解密，所以可以確保該訊息只能披露給指定的收件者，而別無他人。
- 數碼簽署是確保數碼訊息完整、真確及不可否定的有效方法，因此是廣被接納的資訊科技保安技術，很多國家已立法承認數碼簽署擁有等同傳統親筆簽署的法律效力。

此例題之目標是評核學員是否能理解在使用數碼簽署時，公開密碼匙加密技術的運作原理及其好處。假設此題之總分為 20 分，能夠詳述以上每一個要點可得 4 分，能提供全部要點可得 20 分。詳細資料請參考 5.1.2.3 網絡安全意識及資料加密之 (2) b) 數碼簽署。

6.3.2 執行電子採購管理之模擬試題

以下為模擬試題的一些例子，以供參考。

(1) 選擇題之模擬試題

- 例題一

電子採購起源於上世紀哪一個年代？

- (a) 60
- (b) 70
- (c) 80
- (d) 90

答案：(c)

- 例題二

在電子商貿而言，以下哪一項並非供應商管理所包含之範疇？

- (a) 為供應商註冊並將其加入電子採購系統
- (b) 調查客戶對產品的滿意度
- (c) 與供應商建立電子聯繫，優化交易流程
- (d) 檢討供應商表現，在需要時落實改善方案

答案：(b)

- 例題三

以下哪一項並非採購政策所應包含之事項？

- (a) 哪些物品或服務不屬採購政策範圍
- (b) 不同人員之採購權限
- (c) 使用什麼採購方式
- (d) 如何推廣新產品

答案：(d)

- 例題四

電子投標採購的評核準則應該？

- (a) 可以隨時修改
- (b) 在招標前預先制定
- (c) 不需要設立，評分由招標人員自行釐定
- (d) 不需要考慮招標項目的要求

答案：(b)

(2) 問答題之模擬試題

- 例題一

假設你作為電子商貿專員，需要為企業推行供應商管理，請詳細描述一般會包含的事項及分析其它好處，以及如何為企業評估採購需求，並舉數個例子說明。

答案應包含以下各個要點。

- 供應商管理包括一系列活動，目標是使企業能為其業務及發展識別各種貨品及／或服務的供應商作為夥伴，並進行

各樣合作和互動，例如共同改善整個 B2B 的電子採購流程，從而降低成本。

- 按照採購需求評估，企業會定時或在有需要時尋找適合的供應商，並且檢視其背景、資歷、產能、財務情況等資料。
- 選定供應商後，會為其在電子採購系統中進行開戶及註冊，並將有關資料儲存於電子採購系統中。隨後會將與供應商協定提供之貨品及／或服務放到採購目錄中，並適時更新，以便各員工能快捷、準確和合規地進行採購，從而提升效率和生產力。
- 因應市場的變化，企業亦可與供應商進行協商，以調整採購之產品、數量等，又或者是隨著科技的發展，更新電子採購所傳輸資料的方式或技術。
- 分析有關採購和供應商的各種數據，例如準時送貨比率及退貨情況可瞭解供應商之表現、識別控制成本或提升效率的方案，從而與供應商進行商討，制訂及落實提升表現的措施及／或改善電子採購的方案。

可以通過收集歷史數據以及預測未來需求，評估各樣採購之需求，例如：

- 按照企業之人數、規模來估計各樣物品的用量，例如每年所使用的文具或電腦用品。
- 從以往客戶之訂單去預計銷售額，從而推算所需的原材料數量。
- 根據辦公室、廠房以及設備之數量及／或使用量，評估維修之需求。

此例題之目標是評核學員是否能理解供應商管理之範圍和好處，以及能舉例說明企業如何評估採購需求。假設此題之總分為 20 分，能夠詳細描述以上每個有關供應商管理之要點可得 3 分，即此部分總共 15 分；能夠解釋通過收集歷史數據和預測未來需求來評估採購需求可得 2 分，能夠舉例說明如何評估採購需

求，每個例子可得 1 分，最多可得 3 分，即此部分總共 15 分。
詳細資料請參考 5.2.2.2 供應商管理。

- 例題二

假設你作為電子商貿專員，需要為企業撰寫一份全面之電子採購政策，請詳細描述會包含之事項。

答案應包含以下各個要點。

雖然電子採購政策會因應企業之業務、組織架構以及電子採購系統而有差異，但全面之電子採購政策應包含：

- 政策範圍
- 角色和職責
- 採購方式
- 財務規則及審批權限
- 資料保障
- 合規和法律要求
- 監控、報告和評估

此例題之目標是評核學員是否能詳細描述電子採購政策一般所包含之事項。假設此題之總分為 20 分，能夠詳細描述電子採購政策範圍可得 2 分，能夠描述其他每個是事項可得 3 分。詳細資料請參考 5.2.2.1 電子採購知識之 (2) 企業電子採購政策。

- 例題三

作為電子商貿專員，假設你的企業以往均使用傳統招標方法進行採購，但最近已推行了包含電子招標功能的電子採購系統，請詳細比較及分析電子招標和傳統招標的差異，以為即將舉行的電子招標作準備。

答案應包含以下各個要點。

雖然不同的電子採購系統之電子招標功能會有差異，但一般電子招標與傳統招標在招標安排上會有以下之差別。

	電子招標	傳統招標
發出招標公告	招標公告於電子採購系統進行發佈。已註冊的潛在供應商可在電子採購系統查閱或下載公告。買家一般亦會在其自家網站發佈招標公告。	在相關媒體上發佈招標公告及／或將招標公告郵寄或送遞至潛在供應商。
發出招標文件	將招標文件上載至電子採購系統或平台，供有興趣的供應商下載或查閱。	一般會將打印好的招標文件，放在指定地點，供有興趣的供應商索取。
關於招標的溝通（例如澄清一些條款或細節）	通過電子招標系統發布有關招標的問題及答覆，以便有興趣投標的供應商查閱。	一般會組織投標前答問大會，邀請有興趣投標的供應商出席，並將答問大會之重點以書面記錄，發送到已登記之供應商。
遞交標書	在電子採購系統中設立專用的電子投標箱或網址，所有標書及相關文件都必須於截止時間前上載至該電子投標箱。截標時，上載功能會自動關閉，以使再無標書或文件可被提交。	普遍會於指定地點設置實體投標箱，以供投標者遞交標書及相關文件。截標時間一到，該投標箱會被工作人員移走，以使再無標書或文件可被提交。
評核標書	評標人員可於電子採購系統查閱標書及有關文件，進行評分，功能強大的系統亦可設置評標表格，記錄評核人員評分並進行匯總。	評標表格通常會以人工方式製作，評標人員在閱讀紙本標書及相關文件後，會於表格上評分，最後再以人工方式匯總各項分數。

此例題之目標是評核學員是否能比較和分析電子招標和傳統招標之差異。假設此題之總分為 20 分，能夠詳細分析每個維度中電子招標和傳統招標之比較可各得 2 分。詳細資料請參考 5.2.2.4 管理電子招標採購之 (4) 電子招標與傳統招標之比較。

- 例題四

假設你是一家擁有 10 名員工的中小企之電子商貿專員，將會為企業採購 5 台電腦以更換舊電腦，正考慮是否為該採購進行電子招標，請詳細解釋招標的最佳實踐，以及分析此次採購的情況，是否適宜進行電子招標？

答案應包含以下各個要點。

招標的最佳實踐通常包括：

- 確保公平：透過嚴謹和有結構的程序，邀請競爭性投標，讓所有合資格的供應商均有平等的機會贏得合約。
- 鼓勵競爭：通過邀請各個供應商及／或發出招標公告，鼓勵不同的供應商提供具競爭力的貨品與服務，以尋找合適的貨品及／或服務對應市場環境。
- 物有所值：透過比較貨品或服務的關鍵資料以及價格，幫助採購方獲得最佳交易，確保能以具性價比的價錢獲得品質優良的貨品或服務。
- 客觀選擇：採用適當的評核投標準則，以確保採購合約被授予基於價格、品質與能力等客觀因素來選定之供應商，而非按主觀或偏好。

雖然招標有其好處，但亦需考慮以下的因素：

- 採購規模：招標通常被應用於大型的採購（以數量或金額來計算）、需要特別技術或能力的項目或專案等。這次只是採購 5 台電腦，規模未必能吸引足夠的供應商按照招標所要求的資料及時限競投。
- 複雜的招標程序：進行嚴謹及有結構的招標程序需要一定之時間和資源，如果該中小企在招標方面沒有足夠經驗、

具備足夠的範本（例如招標文件及條款）可以使用，以及其電子採購系統的功能未能配合，進行電子招標會很困難。

- 專業人才配合適當分工：有效的招標需要由不同的專業人員去處理各個部分，例如不同的招標條款、貨物的規格、評核供應商的標書或建議書，協商合約等等，而這些工作亦需配合適當的分工，以確保招標能公平公正地進行（例如應該避免同一員工處理多個範疇，如訂立貨品規格、邀請供應商、開標和評標等），一個只有 10 名員工的中小企未必具有招標所需的專才與分工。

此例題之目標是評核學員是否能能夠詳細解釋招標的最佳實踐，以及分析擁有 10 名員工的中小企採購 5 台電腦是否適合進行電子招標。假設此題之總分為 20 分，能夠詳細解釋招標的每個最佳實踐可得 2.5 分，即此部分總共可得 10 分；能夠詳細分析此次採購規模、招標程序的考慮、是否有專業人才去進行招標、以及是否能夠有適當分工去配合電子招標可各得 2.5 分，即此部分總共可得 10 分。詳細資料請參考 5.2.2.3 管理電子採購流程之 (1) b) 招標考量。