

席捲你的生活 新興生活服務業崛起

(商業發展研究院助理研究員)

蕭景方

隨

著行動智慧裝置與網路發達，市場逐步將各種智慧科技加值或應用落實於產業中，開始出現實現 O 2 (online to offline) 的虛實整合型態，以及提供媒合閒置資源與專門性的資訊整合服務。

同時，因我國內需市場發展空間有限，為了擴大服務市場，企業開始經營跨境電子商務，進行產品的服務與輸出；此外，因健康、環保以及資源永續等議題逐漸受到大眾所重視，業者為滿足消費者越來越多元的需求，不斷地提供新的產品或服務模式，以滿足市場需求缺口或創造新的消費需求，使得我國服務業的產業

界線越來越模糊，逐漸出現跨領域、跨業別合作現象，不僅服務業產業內進行跨業合作，甚至出現服務業、製造業與農業三大產業相互整合的情形。

因此，智慧化、平台化、國際化、客製化以及綠色化等五大趨勢，驅動與民生消費息息相關的生活服務業，更加凸顯與生活福祉、明顯與市場需求相關的新興生活服務業越來越受到重視。

跟隨趨勢

生活服務業順應而生

新興生活服務業是由新興服務業以及生活服務業相互融合而生

的產業，因生活服務業所涉及的範圍廣泛，包括食、衣、住、行、育、樂，並非一般大眾認知的垂直與水平整合模式，而是與異業整合有異曲同工之妙的全新產業。

也因如此，其所牽涉到的行業五花八門，如：零售、宅配快遞、住宿餐飲、休閒旅遊、洗衣、美容美髮，甚至連家事清潔與服務以及家庭維修也涵蓋於此。而延伸出全球產值高達五九七〇美元的銀髮經濟、於二〇五〇年將達三三五〇億美元產值的共享經濟、每年產值成長七%的美麗經濟以及每年我國產值達三百億元的寵物經濟亦逐漸受到民眾的喜愛。

以寵物經濟為例，依據行政院



(圖／本刊資料室)



(圖／Pixabay)

農業委員會推估，二〇一五年全臺有一七一萬家犬、五六·七萬家貓，約每三戶就有一戶飼養犬貓。因此，不少業者瞄準這塊寵物市場大餅。以寵拍 Pamily 為例，飼主拍下寵物影片後，經過後期製作，可上傳至影片社群 APP 與其他使用者互動，並可相互分享飼養經驗；除此之外，寵物餐廳、寵物旅館以及寵物保姆亦為一種新興服務，寵物經濟的發展潛力不容小覷。

又例如物流業者 Lalamove 是以共享經濟為經營核心理念的 O2O 快遞平台，將具有閒置資源、經公司認證的司機與送貨需求的消費者於此平台上相互媒合，讓消費者有方便、快速、彈性以及優惠的價格享受到服務，這就是融合原有的物流業以及智慧化與平台化趨勢而生的全新模式。

斬荊劈棘 開拓產業成功道路

新興生活服務業能隨著世界趨勢變動而調整腳步，無疑是服務業轉型創新基石，但其所涉及業別廣泛複雜，無論是法規制度、人才技術或市場拓展，皆面臨挑戰。以市場拓展為例，為因應國際化，業者需要與各國合作廠商交流資訊以及媒合機會，但目前我國業者缺乏此訊息，皆須自行摸索並嘗試各種管道打通當地市場的通路，顯現我國企業在國際化單打獨鬥的困境。

各國為了提升新興生活服務業發展，亦開始推動相關措施以協助相關產業發展。二〇一四年日本設置「國家戰略特區」，在指定區域內，鬆綁旅館法、醫療法、道路法、農地法及都市再生特別

措施法等法規，重點推動經濟社會構造改革，藉以促進企業投資的意願；而中國大陸於二〇一六年推動「生活性服務提質工程實施方案」，聚焦於家政服務業、餐飲服務業、美麗時尚服務業、幸福婚慶服務業及家電維修服務業等五大重點產業發展，推動互聯網結合生活性服務業的創新試驗區，加快其生活服務業的提升與轉型，發揚產業特色並且延伸與整合產業供應鏈。

善用趨勢與產業潛力

開創未來商機

新興生活服務業與民生消費息息相關，最終服務直接面對消費者市場，並隨著科技導入等因素，使該產業不斷轉型與創新。因此產業發展狀況與否，與人民的生活品質及企業是否及時跟上全球市場潮流有高度關聯。

而我國服務業 GDP 占全國比重已逾六成，成為我國經濟發展命脈，但因世界經濟劇烈轉變、嚴峻的競爭環境及商業模式快速變化，造成產業面臨極大的挑戰。如何在逆境中脫穎而出、持續增強我國服務業競爭優勢，同時尋找出最佳商業服務業經營策

略與產業推動做法，亦為另一項重要課題。

總結來說，新興生活服務業除了扮演穩定社會發展與就業機會的支柱，透過與趨勢結合所孕育而生的新商業模式，為現有的生活服務產業注入活水，可望成為改善目前經濟環境的一帖良方。■



(圖／本刊資料室)