明日的世界 零售業未來發展情境

江艾恩（商業發展研究院研究員）

炎炎夏日，正口渴的你走進一家無人看管的商店，刷了人臉之後，直接拿走貨架上的飲料，一走出店門，手機裡的電子錢包立即顯示商品價格，並且自動付款，前後歷時不到三分鐘。

二〇一八年全球開始吹起「無人商店」的風潮，將重新形塑零售業的樣貌，消費者不需要排隊等待結帳，更不需要擔心後人的臉色慌張地掏錢包，提供方便、快速的購物體驗已成為零售業未來發展的一大重點。

隨著環境保護意識逐漸抬頭、綠色力量興起，逐漸翻轉企業經營理念。另一方面，數位科技創新發展日益加速，如AI、物聯網、機器人、大數據分析、AR／VR／HR及區塊鏈等，透過之間的交互作用，許多新興商業模式應運而生。

基於高齡少子化與生活型態改變，使得獨居世代來臨，消費者願意為好的體驗付費，重新定義消費市場。同時，在全球化的浪潮下，貿易保護主義興起，以及我國能源供給政策、勞動法規的調整，預期未來將提高企業的經營成本。

強調環保 零售業結合生活服務

未來批發零售業者從生產、銷售到包裝將逐漸強調環保與永續的概念，並且配合相關法規政策下，更加速提升對於節能減碳的重視，如無包裝超市的出現、以租代買的商業模式等，為消費者帶來新形態的購物體驗。

不論是透過節能設備提高能源使用效率，或是運用科技、自動化設備降低勞動力需求，還是利用商品與顧客資訊的大數據分析，進行精準行銷，成為批發零售業者未來必須面臨的課題。

此外，在單身世代下，「個人化」與「自我滿足」成為最重要的行銷概念，並且傾向於依賴業者提供相關生活服務，如便利商店代收包裹、洗衣服務、購票系

統等，成為解決各種需求的幫手，未來零售業者必須結合生活服務的功能，才能對應到單身族群的需求。

行動電商持續發展 實體店轉型強調體驗服務

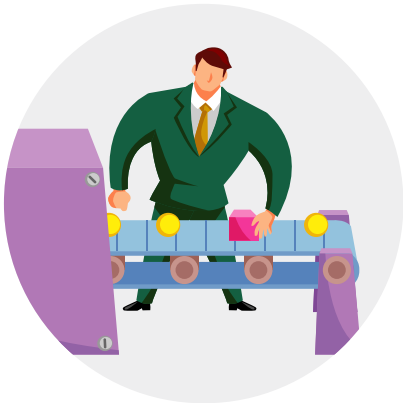
過去幾年，電子商務快速發展帶給實體業者巨大衝擊，到訪實體店面的客群雖未減少，但成交量卻大幅下降，消費者僅將實體店視為「展示廳」，購物行為卻在網路上完成。預期未來行動電商仍會持續發展，但逐漸延伸實體通路的布局；而實體業者除了開始提供線上服務外，更開始著重體驗服務，如結合休閒、娛樂、餐飲之功能，加強其競爭力。

而隨著老年人口比例上升，零售業的發展面向與主要銷售的商品會有很大轉變，銀髮商機潛力無窮，未來也可能運用中老年人口，以補足勞動力缺口。因此，在服務提供模式、流程設計，甚至是勞動權益的保護上，都成為新興議題。

虛實整合 支付方式逐漸改變

「新零售」的概念在未來會有更具體的實現，零售業者透過虛實整合、全通路發展，無縫地對消費者提供服務，增加其滿意度，如：ZARA 除了有實體門市外，近年來更積極拓展線上通路，並且在數位科技蓬勃發展下，許多門市開始導入行動支付，提升服務流程效率。未來零售業導入科技以強化體驗服務成為必然趨勢，相關應用會變得更普及，運用在營運決策上會也更加成熟。

綜而言之，台灣為小型開放經濟體，將無法避免總體環境的改變對企業營運模式的影響，不斷地考驗業者的應變能力。儘管未來不確定變數仍多，但反過來思考，若企業能夠比其他人前瞻性地掌握外在環境與產業發展趨勢，以預先謀劃及進行動態調整經營策略，將可能為其帶來不少新商機，並且在產業快速變遷的壓力下站穩腳步。



（圖／本刊資料室）