台灣商業聯合總會
Taiwan Federation of Commerce

會刊

中華民國一一二年春

理事長 / 張平沼
發行單位 / 台灣商業聯合總會
地址 / 台北市大安區敦化南路二段 216 號 15 樓 B2
電話 / 02-2377-5580~2　傳真 / 02-2377-5583

春季號

印刷品
國內郵資已付
印刷物 免費訂閱

鴻兔大展

兔年吉祥

理事長的話

2023 玉兔迎春新氣象、鴻運大展幸福來

台灣商業聯合總會 理事長 張平沼

今年的春節較去年提早，很快地、農曆新年即將來臨，隨著疫情的趨緩加上今年春節連假長達十天，許多家庭已經先整理居家環境、準備除舊布新，或是安排國內外的家庭旅遊，久違的年節氣氛又熱絡了起來，家家戶戶都開始準備過年的年禮，餽贈親朋好友。畢竟過年是我們中國人最重要的傳統節慶之一，無論大人小孩、男女老幼都期盼著這個一家團圓的大日子。

而且今年是兔年，古今中外都有很多關於兔子的童話、歌謠、成語，以及傳說故事。其中最有名、流傳甚廣的就是神話故事《嫦娥奔月》中的玉兔。自古，國人就對兔情有獨鍾，我國商代的甲骨文字，就已經有兔子的象形文字。玉兔代表的是月亮之精華。古諺云：「玉兔東升」。南宋詞人辛棄疾亦有詞曰：“著意登樓瞻玉兔，何人張幕遮銀闕”，即是用玉兔來表示高潔的明月。而藉著月中有兔的比喻，看著月亮冉冉升起的高潔形象，亦可知“兔年”所代表的涵義。而且在我們中國的傳統習俗中，十二生肖裡的兔子代表的是舉止斯文、溫柔慈善，也是和藹可親的象徵。民間甚至還有流傳很多有趣的過年吉祥話，例如：旅兔平安、揚眉兔氣、鴻兔大展，也為年節增添許多喜慶的趣味。

回顧去年，在平沼與各位理監事以及會員們的共同努力下，參與了許多活動，包括：參加本會各團體會員所舉辦的商人節暨表揚大會，由平沼所發起的「臺北大學法學論壇」暢談後疫情時代法治社會應有的堅持與調適，並且出席臺港經貿論壇的「後疫情時代－臺港會展產業之數位科技應用與發展趨勢論壇」，為台港經貿交流合作持續努力。與財團法人商業發展研究院於疫情期間共同主辦的「投資台灣 全球洞見」線上暨實體研討會，以及受到財經立法促進院聘請擔任名譽董事長，在在都顯示平沼與產業站在一起的信念。疫情期間，平沼也不忘關心母校發展，參加國立台北大學校友總會、國立台北科技大學、私立台北醫學大學及國立台灣海洋大學等四校的校友聯合會所共同辦理的戶外活動《三峽北大賞櫻及銅管五重奏音樂饗宴》，而這些活動的成果也都引起廣大迴響。

談到國內經濟，2022 年因為受到國際上許多重大財經事件影響，例如：「烏俄戰爭」，以及全球受到高通膨的衝擊，美國聯準會也頻繁的升息，台灣央行至今也數度升息等因素，衝擊國內房地產市場買氣，也影響民生物價節節升高，造成部分產業的波動。另外，FTX 倒閉席捲幣圈、造成全球恐慌擠兌破 6 千億元，也造成投資市場的觀望。在國內政治方面，「2022 九合一大選」已經順利結束，縣市首長及地方民代都已經就職上任，對於國內政情相對穩定，希望新上任的團隊都能振興經濟，建設台灣成為一個富強康樂的地區。展望 2023 年，隨著各國邊境開放，原物料及供應鏈逐漸恢復正常，冀望是屬於經濟復甦的一年，更期待政府在面對疫後的經濟振興，能有更多的重要措施，讓台灣的經濟可以有明顯的成長。

未來，平沼殷切寄盼會務發展能持續運作順暢，並在財經政策的發聲方面為產業、尤其是為中小企業盡力，以及藉由會刊的報導與數位媒體傳達會務訊息，為了促進台灣的競爭力與產業提升而努力、打拼！

再過不久，就要迎接農曆新年了！最後、在這歲末迎新的時刻，也為即將來臨的兔年，平沼謹在此率領全體同仁向各位理監事、會員代表們，對本會的支持與愛護表達感謝之意，同時敬祝各位：臘盡春暖事業旺、闔家平安事事順，大家兔來發、鴻運大展幸福來！

台北市的商業會龍頭－第 18 屆理事長吳發添

【台灣商業聯合總會會訊】

成立至今已經超過 76 年的台北市商業總會，在歷任理事長及理監事的努力下，奠定了非常好的基礎與優良傳統。三年前，吳發添理事長順利當選第 18 屆理事長時，即深感責任重大，面對社會環境的丕變，商業模式的快速轉型，市商會必須隨之調整過往經營方式、凝聚所有會員的力量，以加速帶動台北市整體產業升級與發展。

他上任後第一件事就是宣布市商會要在既有的基礎上，以新、速、實、簡的態度推動會務，強化會員間情誼，以上下游產業鏈的概念，緊密結合各商業團體，共同推升經濟動能、開拓市場、擴大營運規模。因此，在組織上，成立六大委員會協助會務發展，各委員會主委必須具體訂定各項工作與執行日程，按計畫逐一落實。例如，國際委員會、智慧城市新商業委員會、產業發展委員會、兩岸委員會、法規委員會、聯誼委員會，對於會務的發展都有很大助益。並且啟動空間活用計畫，將二間會議室設備全面數位化，平日對外開放僅酌收清潔費，除開設課程、舉辦國際視訊會議也曾舉辦過各類型的活動，如酒展、咖啡展等，此空間活化計畫不但服務會員也可增加本會收入，利人利己，一舉兩得。

在談到兩岸的經貿往來，他表示參加市商會近 40 年，長期參與兩岸交流，與大陸各省台商均建立深厚且良好的關係，多年來協助台商解決無數可能產生的商業糾紛，尤其近年政府與大陸交往停滯，海基、海協二會間相互已讀不回，台北市商業會對於大陸各省台商間協調與溝通責無旁貸，多次利用視訊參與大陸舉辦的活動，持續強化與大陸官方及民間情誼，希望提供台商及時的服務與保障。吳發添理事長也感謝張平沼理事長 30 多年前即率團赴對岸交流，台商得以順利開拓大陸市場，擴大經營規模。他也同時表示很高興能參加台灣商業聯合總會，並擔任常務監事協助會務的推動工作。

他表示，目前台北市商業會有 144 個商業同業公會的團體會員，換句話說，全台北市有 144 種不同產業是市商會會員，如何快速有效將訊息傳達到各公會，繼而轉知各企業，是重要工作，他上任之初便利用社群媒體，成效顯著，不但節省時間，更節省紙張，無形中也為環保盡一份心力。

台北市是中華民國首都，更是台灣經濟發展重鎮，因此，身為全台首都的商業會責任重大。去年六月，承張平沼理事長邀請一同面見總統時，吳理事長當面向總統提出產業受新冠疫情影響甚大，希望政府在推動各項紓困方案時，要秉持從簡、從速、從寬、從優原則，便於申請！總統亦深表同意並指示各級政府辦理。

關於全球暖化極端氣候造成人民財產巨大損失成為全球關注的議題，市商會為使企業加速認知此一無法規避的趨勢，遂乃開辦國際氣候管理師證照課程。今年台北市政府率先六都通過「台北市淨零排放管理自治條例」，本會隨即協助產業能夠儘早了解政策內容及早因應，使產業受到影響降到最低，以服務會員。

最後，吳理事長感性說道，對於商業會，他有深厚感情與強烈使命感。時代在變、世界在變，商會也必須自我提升與轉型。過去商會著重在扮演政府與產業間溝通的橋樑角色。隨著網路資通訊的發達，市商會必須更積極整合產業資源、輔導產業轉型升級。未來，市商會將主動協調各公會，加強橫向聯繫，彙集產業建言在市府制訂政策前，先行提出具體建議，以利建構完整的產業生態系，促進整體經濟發展。

台灣商業聯合總會 會刊
一一二年春 第三版

發揚光大中國建築經理股份有限公司的鄭重董事長

【台灣商業聯合總會會訊】

即將邁向四十週年的中國建築經理股份有限公司，在本會理事鄭重董事長的帶領下業務蒸蒸日上、並屢屢獲獎。專訪時，他首先談起父親鄭錫華老先生創辦公司的經過，當時可謂是篳路藍縷，以啟山林，不僅是國內第一家建築經理公司，更是日後業界的楷模！早在七〇年代初期，不動產金融授信缺乏專業控管，加上國內不時發生購屋糾紛，政府參考歐美訂定建築經理公司管理辦法，以確保銀行融資的安全，同時也保障買賣房屋交易安全，穩定了營建業和銀行金融業的正常發展。

中國建經公司成立於民國 75 年，是第一家成立的建築經理公司，並於民國 82 年轉投資成立中國開發資產管理公司，爾後中國建經團隊更於九二一災後與震災基金會攜手合作推動「921 重建臨門方案」，正式開啟土地開發、不動產金融、建經以及重建專案管理全方位服務時代。為了促進都市的再生發展，同時提供民眾安全舒適的居住環境，中國建經多年來協助超過 30 個 921 受災社區重建家園，同時也協助海砂屋社區進行重建。至今已有超過 60 個全案管理執行完成個案的亮麗實績，承作 5,550 戶都更與危老重建、總工程造價逾新台幣 385 億元以上，也是全台投入社區重建時間最早、承接重建案型最多元、規模涵蓋最廣泛的建經公司團隊。

而這些努力也讓中國建築經理公司，在 108 年獲得臺中市政府表揚協助 921 重建家園，台中大里中興國宅的災後重建，在中國建經的協助下榮獲「2020 國家卓越建設獎」都市更新類最高等級卓越獎肯定；中國建經團隊在 110 年、111 年更是以內湖洲子街案以及高雄新五福大樓案，分別榮獲中華建築金石首獎、都市更新組金石獎，以及國家建築金質首獎、規劃設計類金質獎；中國開發資產管理公司還邀請到普立茲克獎得主日本建築大師伊東豐雄跨國聯手，取得國家住都中心「台北市南港玉成公辦都市更新案」出資人綜合評選之最優申請人，承作公益性社會住宅為主的公辦都市更新案。111 年中華建築優良規劃設計類都市更新組金石獎，則由民權站前大樓案奪下，顯見中國建經團隊在建經建築專業上所受到的肯定！

其實，中建集團廣受各界讚譽的原因，都要歸功於鄭重董事長的經營理念：品牌信譽、專業公正、積極用心、為客戶創造價值。鄭重董事長把公司的品牌與傳承，當成百年志業來看待，他認為承載著客戶身家財產與性命的建物，「誠信」絕對是奠基這個百年志業的重要基石。他常對員工說，要「發揮『橋的功能』、提供『誠的服務』」。所謂橋的功能，就是成為政府政策推動與民間市場經濟之間，以及購屋者、銀行及建築業者之間的橋樑。誠的服務，就是中國建經承諾以誠信本質、負責任的精神，結合建築專業與金融信用，建構專業永續的服務平台。對於公司未來的發展，他承諾中國建經未來將持續秉持成立之宗旨，深耕不動產金融週邊及專案重建全案管理兩大業務主軸，提供不動產客製化及多元化的專業服務，發揮公正第三人的功能，協助建築相關產業發展，善盡企業社會責任。在談到企業社會責任的部份，鄭董事長表示當年中國建經協助康寧護校興建校舍及財團法人康寧醫院建院、也參與投資興建康寧生活銀髮會館，協助財團法人康寧互助會推動完成自辦重劃，並結合知名建商前後歷經 11 年完成 1500 戶優質的成功康寧社區。創辦人鄭錫華先生並於民國 91 年成立「財團法人康寧社會福利慈善事業基金會」，推動濟助老弱貧苦、低收入戶及獎助偏遠地區清寒子女等各項社會公益事務。除此之外，921 大地震發生後，中國建經積極協助災損與海砂屋社區，順利完成共 1800 餘戶、超過 30 個社區的重建，協助包含台北南港、台南安平等多個動輒 2~300 戶海砂屋社區進行重建，規模之大、戶數之多，執行難度有目共睹，不僅肩負政策使命、更確實貢獻所長，履踐企業社會責任的精神。

儘管業界蓬勃發展，彼此競爭也相當激烈，他也分享了經營上的策略和心情，他並以【做中成長 勇於嘗試】提醒自己，也鼓勵同仁。他說這個心得來自於打高爾夫球的體悟，他說，「打球時，你永遠不知道自己今天的體能、技術是不是能全力發揮，天氣也無時無刻都在變化，就像商場上一樣，充滿了未知性、挑戰性。為了打出好成績，各方面都要俱備並要用心全力以赴，才能抓住每個成功進洞的機會。」他也把這個心得應用在經營事業上。最後，談到他奠定現在事業版圖的根源，歸功於父親鄭錫華創辦人勇於開創性格所打下的深厚基礎。他表示無論是創建經營公司、或是投身公眾事務，父親均以身作則地展現【坐而言不如起而行】，直到高齡 90 多歲也不言退，仍每日進公司視事，不斷吸收新知、保持與社會脈動連結。這飲水思源以及永不懈怠的精神，深深影響著他，惕勵著自己不酖於成功過往、跳脫舒適圈勇往向前，也在每次交出亮眼成績時，不忘感恩一路上所有曾給過協助的人。

會務圖輯

商人節活動

11 月 1 日為商人節，本會許多團體會員陸續舉辦商人節表揚活動及會員大會，本會張平沼理事長從 10 月 27 日台北市商業會、11 月 1 日台中市商業會、嘉義縣商業會、11 月 2 日高雄市新商業會參加與會並為大會致詞，並與現場嘉賓互動。

圖 1：本會張平沼理事長 (中) 出席台北市商業會「慶祝第七十六屆商人節暨表揚大會」，與臺北市政府彭振聲副市長 (左 6)、本會王應傑副理事長 (右 7) 等貴賓合影。

圖 2：張理事長與台北市商業會全體理監事之合影。

圖 3：本會張平沼理事長 (左 3) 出席台中市商業會第二十九屆第二次會員大會，與盧秀燕市長 (中)、台中市商業會謝豐享理事長 (右 3) 開會之情形。

圖 4：張平沼理事長 (中) 受邀出席台中市商業會商人節活動晚宴與本會副理事長楊澄源 (左 4)、賴正庭常務監事 (左 5) 合影。

圖 5：本會派員參加團體會員高雄市新商業會劉正光理事長 (中) 舉辦之第 2 屆第 3 次會員代表大會。

圖 6：高雄市新商業會理事長劉正光於商人節頒發商人節表揚證書給會員之情形。

本會業務活動

圖 7：團體會員高雄市新商業會劉正光理事長 (中) 舉辦之第 2 屆第 3 次會員代表大會之情形，左 2 為本會侯正仁監事。

圖 8：本會葉庚進理事出席高雄市新商業會商人節表揚活動，並代表新北市商業會上台致詞。

圖：張平沼理事長 (中) 出席「投資台灣 全球洞見 」活動時，與中華經濟研究院王健全副院長 (左 3) 等現場貴賓合影。

圖：本會派員參加中華民國自行車公會全國聯合會第七屆改選之情形。

圖：「投資台灣 全球洞見 」2022 疫後經濟線上研討會，台上講者合影之情形。

圖：本會派員參加嘉義縣商業會第二十五屆第二次會員代表大會之情形。

台灣商業聯合總會 會刊
一一二年春 第六版

台美貿易倡議與新東向政策的相互為用

作者 中華經濟研究院副院長兼第三研究所所長 王健全

為了強化與美國的經濟合作，進而在中長期尋求簽署台美自由貿易協定，政府積極推動「台美 21 世紀貿易倡議」（以下簡稱「台美倡議」）。另一方面，民間亦自發性發起新東向聯盟及協會，希望透過對美國、加拿大，乃至墨西哥的投資、貿易，建立台美之間人才、資金、技術、商業模式的鏈結與生態系，進而降低在中國大陸投資、經貿的風險，同時強化台灣在下一階段的產業競爭力。

這兩股政府、民間不同的力量如何相輔相成、相互為用，發揮相乘效果，對台灣下一波經濟的脫胎換骨，將有顯著的正面提升作用。「台美倡議」係官方發起的協議，也是台美之間在供應鏈韌性、中小企業、綠色經濟、反貪腐上各個層面的深化合作，也是台美經濟鏈結，降低對中國經貿投資過度依賴的一個大戰略。

至於民間發起的新東向策略，主要原因在於：兩岸關係緊張後，中國投資風險急遽升高，必須分散基地降低可能的風險。加上美中貿易戰轉為科技戰，尤其在美國的晶片及科學法案、CHIP4 法案的影響下，美國延緩中國大陸在半導體、先進材料、汽車電子、量子電腦等先進電子領域上的投資，態勢已經相當明顯。在上述領域上，未來形成紅色與非紅色供應鏈壁壘分明的局面已經不可避免，廠商也必須及早因應。

另一方面，台灣過去台商回流，並沒有顯著降低大陸的生產，形成左右逢源的局面，但隨著美中科技戰的方興未艾，未來將形成左右為難的窘境。因此，不管在市場、在代工基地的比率的適度降低，以減少可能的風險，有其迫切的必要性。

尤其是美國強調韌性供應鏈，在生產基地上要求降低中國生產的比重，如在中國之外的全球各地投資，亦即「ABC（anywhere but China）」，同時也要求中國境外的替代生產基地（China+1），在在顯示中美兩國在長期上壁壘分明的態式，不容輕忽。

除了大環境的變化促成廠商新東向投資、貿易的加速，以尋求中國之外的替代生產基地、市場之外，企業自發性的新東向動作還有以下幾個意義：

其一，維繫台灣產業的長期競爭力及薪資水準。政府近年來積極推動新南向政策，但是根據經濟學的要素均等化理論，台灣的薪資水準和相對後進國家貿易、投資密切的結果，會被新南向國家給拉下來。因此，未來唯有透過新東向的投資貿易，引進美國、加拿大等國的技術、人才、商業模式，使台灣可以在技術、商業模式上繼續領先中國、東南亞，就不怕薪水被拉下來。亦即新東向、新南向政策可以互為犄角，進而壯大台灣的產業競爭力。

其二，善用美國資本市場，利用美國的資本市場，壯大台灣的產業。除了人才、技術、商業模式之外，台灣也應該和美國資本市場接軌，例如這一、二十年來，中國大陸利用美國道瓊、那斯達克市場，培養了近二百家世界級的企業，台灣也應該利用美國的資本市場壯大台灣的產業，廠商可以在兩地之間雙重掛牌，使台灣在資本市場、人才、技術、購併上都可以接軌美國，提升競爭力。

其三，降低台灣產業 M 型化的困境。台灣目前科技業一枝獨秀，但傳統產業、服務業表現平平，因此台灣如果可以和美國合作，從規格、資訊系統合作，鏈接美國傳統產業大廠，如汽車零組件、工具機、塑化紡織產品的上游廠商，將來可以協助台灣傳統產業布局、鞏固美國的市場。

至於新東向、新南向政策如何發揮加乘效果？我們認為可以從下列方向規劃：

第一，新東向可以壯大台灣的實力，強化台灣在「台美倡議」上的談判籌碼。台灣產業的競爭力相當強大，但缺乏有效整合，如果政府可以整合相關產業，透過籌組新東向廠商，作為投資美國（Select USA）的基本班底，展現台灣廠商投資、貿易的實力，將來可以爭取在「台美倡議」上有更大的談判籌碼。

第二，新東向廠商的需求也可以在「台美倡議」上得到落實。政府有效蒐集新東向廠商的意見、需求，可以作為「台美倡議」談判的議題設定，並發揮更大的影響力，降低廠商前往美加投資貿易的障礙、半導體地緣政治的威脅，甚至可能的綠色通道、投資租稅優惠，土地、勞工的提供等。

除了上述「台美倡議」的談判努力之外，政府也可以額外有些大格局的策略，例如政府相關基金的協助。政府可以出面協調如籌組台灣半導體族群，在美國 Nasdaq 掛牌，形成台灣／美國雙重掛牌的方向，成為美國 Nasdaq 的掛牌企業後然有實力和美國廠商擴大合作。

其次，政府也應該籌設類主權基金、主權基金，加持台灣的新興科技產業如綠色經濟、電動汽車、AI、AIoT、第三代、第四代半導體，使台灣有機會跟美國一流的廠商進行人才、技術合作，乃至購併，提升台灣產業的整體實力。

名家專欄

智能科技在行銷上的運用

作者 數位轉型學院共同創辦人暨院長，臺灣大學管理學院兼任教授，APIAA 院士

隨著各種數位科技的持續進步與突破，尤其是過往分別獨立發展的數位科技在今日疊加交會，如大數據、人工智慧、移動物聯網、雲端運算等所謂大智移雲時代的來臨，產生龐大的數位創新與轉型契機。這些科技影響的層面包括家庭、工作與就業、醫療與照護、媒體與傳播、教育與學習、交通與運輸及都市與公共治理等等面向，不僅對國家經濟有所影響，對於社會發展更是有重大的衝擊，人類已開始進入與數位科技共生的時代。企業的行銷功能當然也無法自外於這波數位科技的發展，也開始運用這些數位科技來更精準掌握顧客的動態、消費行為及需求。以零售業為例，如何做到一對一（one on one）的行銷，是每一家廠商努力的目標。現在已有許多科技協助廠商在虛實融合的場景進一步掌握客戶消費旅程。

舉例來說，廠家可以透過消費者手機內的 App，只要其走進特約商店就送點數；掃描特定商品的條碼也送點數，鼓勵消費者有機會實際接觸商品，刺激購買欲。刷信用卡送點數，邀請朋友一起瀏覽送點數，透過各種誘因將消費者從線上一步步引導至電商或者實體店面進行消費，創造人流也增加更多的銷售契機。對消費者而言，出門購物前，只要透過 App 即能預先掌握哪些店家有優惠，並且找到附近有折扣的店家，再前往店內蒐集紅利點數。零售賣場經由 App 的導引及媒介，可追蹤消費者在店內的各種行為及動向位置，還能主動推播消費者具有特定地點促銷訊息，例如哪個樓層櫃位目前正在促銷某樣商品，讓資訊能在對的時間、對的地點呈現給消費者，達成依據地理位置的精準行銷。除了主動推播之外，消費者走到特定的店內位置時，App 也會即時投放促銷訊息，甚至誘人的折扣，讓消費者有驚喜感受。由於智慧型手機隨身攜帶的特性，消費者打卡簽到及訊息推播都能自動化，消費者不必死盯螢幕，就能輕鬆集點。若紅利點數的兌換商品更多元，對消費者絕對有很大的吸引力。而對於店家而言，透過蒐集來訪消費者的屬性、移動軌跡、停留時間、熱點等資訊，再與消費者在線上瀏覽、購物的資料結合，可掌握消費者最完整的消費歷程數據，再藉由大數據分析了解消費者喜好，可以作為個性化推薦、精準行銷的依據，實體店面的陳設也可以不斷改變，以因應消費者需求。另一方面，會員資料與消費行為數據分析的結果更可以更進一步作為研發與生產的參考依據。而所有的促銷推播都是電子化，既可節省紙本 DM 印製費用，也強化行銷效能。而若消費者不願意出門希望宅在家，除了指尖經濟（在手機上購物）的發揮之外，目前也有所謂的虛擬實境（Virtually Reality, VR）及擴增實境技術（Augmented Reality, AR）的運用。例如透過 VR，你就等於到了一個超級大賣場，可以在這虛擬商場中盡情消費；又如銷售房屋，客戶不方便到現場看，或者是預售屋無法瞭解完工後的狀況，就可以用 VR 來進行 360 度的體驗，加速客戶決策的速度。

在 AR 方面，例如 Ikea 家具及 BMW 汽車，就用手機塑造虛實合一的場景，讓消費者體驗買這些家具放在家裡的感覺，或者先讓消費者體驗汽車的造型及內裝，讓客戶的體驗得以提昇，而增加成交的機會；旅遊觀光產業，也可運用 VR 或 AR 來進一步促銷觀光套裝行程。而在旅程之中，透過 AR 也可重現景點特殊亮點，讓旅客重溫舊夢，提昇客戶滿意度。不過，許多零售店都是中小企業，如何來掌握數位科技的應用呢？從以上的許多接觸點收集到的數據如何分析才能有效呢？也因為有這樣的智慧開店及數據分析的需求，也促進協助開店的資訊服務產業的興盛。以一家專門協助零售廠商數位轉型的軟體公司 Shopify 為例，它是一家加拿大提供雲端服務的公司，2015 年上市股價為 17 美元，2020 年 3 月初股價約 390 美元，拜宅經濟之賜，2021 年七月股價高達 1600 美元，市值曾超過 1800 億美金，是加拿大市值最大的上市企業。不管是時尚與服裝、電子產品或者健康美容行業等的中小微企業，都可透過 Shopify 架設電子商務網站，作多通路的銷售、庫存管理、送貨服務、市場營運、建立會員制度及積分、提供客戶 AR 或 VR 購物體驗及銷售數據分析等工作，協助拓展全球市場。其所以成功，主要是因為疫情衝擊，大多數的消費者都進行無接觸購物，盡量減少到實體店，因此消費大量移轉至線上。而為了滿足消費者這樣的需求以及運營的需要，許多實體店或者網路商店需要有跨通路銷售的能力，如電商網站、社群媒體、電商平台與實體 POS 銷售點等，在營運面也需要處理訂單與庫存、收付及倉儲物流等服務，同時也要掌握各類活動、顧客及各通路銷售的相關即時資訊，以提升營運決策品質，這樣的痛點成就了類似這樣的電商服務產業。

基本上，虛實融合（online merge offline, OMO）的時代已來臨，如何透過數位科技的應用，掌握消費者可能接觸到的各類型通路，如社群媒體、實體或虛擬商店等，有效的接觸潛在的目標客戶，理解其樣貌、需求與痛點，並透過跨業、跨店、線上及線下的數位融合做精準的行銷，促成客戶的下單。之後並經由不斷優化的數位體驗來提升客戶滿意度及忠誠度，提高未來再購率及採購總金額，這是行銷人員每天必須思考精進的課題！

台灣商業聯合總會官網
www.tfoc.org.tw
會址：台北市大安區敦化南路二段 216 號 15 樓 B2
電話：02-2377-5580~2
©2016 台灣商業聯合總會 Taiwan Federation of Commerce. All rights reserved.