

國 貿 園 地~財經訊息~

☆無聊電商已死！電商巨頭決戰娛樂式購物☆

直播帶貨與短影音行銷，可說是目前最熱門的電商零售模式，這代表了媒體與零售通路的融合以及消費行為的轉變，堪稱為是未來零售的典範。抖音（即 TikTok）稱這種既能享受娛樂內容、社交，又能夠立即購物模式的新電商模式為 Shoppertainment（娛樂式購物），這個創新字由購物（Shopping）和「娛樂（Entertainment）兩字組合而成。

根據國際顧問公司的調查數據，2021 年，淘寶和抖音在大陸直播市場占據了最大的份額，分別占 37.8% 和 33.8%。相比之下，美國市場在 2022 年的直播購物平台分布更為多樣化：Facebook 占據了 26%，Instagram 19%，TikTok 18%，亞馬遜（Amazon）也占了 18%。若以全球來看，2022 年常用的直播購物平台由 Facebook（57.8%）、Instagram（45.8%）、TikTok（15.8%）和 YouTube（14.4%）為主。這些統計數據顯示，主流的直播銷售平台可以分為兩類：像淘寶和亞馬遜這樣的電子商務平台，以及像 Facebook 和 TikTok 這樣的社交媒體平台。

這些數據強調了大陸和其他市場在直播銷售方面的顯著差異，只有大陸是以電子商務類型網站作為直播銷售的主要平台；其他市場，包含台灣，乃是以社交平台，也就是 Facebook 為主。儘管美國有強大的亞馬遜，其直播銷售的比重也顯著低於 Facebook。

TikTok 快速崛起，威脅蝦皮地位



值得注意的是市場的變化。第一，TikTok 快速崛起於全球，近日大舉進入東南亞，成為蝦皮很大的威脅，分析師甚至認為，來自 TikTok 的競爭是蝦皮母公司在今年 11 月，一天股價跌掉 22% 的主因。

第二，Facebook 最近在部分市場開始引入

了 Facebook Shop 交易系統，希望能夠在其網站中就能夠有購物的完整功能，而不再只是企業打廣告、引流與直播的工具。目前，Facebook 上許多直播銷售，最後都必須將交易引導到第三方網站去完成，這與淘寶、TikTok 將直播和購物功能緊密整合的方式形成了對比。

第三，TikTok 崛起的原因來自其獨特的短影片模式受到觀眾喜愛，現在 Facebook Reels，Youtube Shorts 等社交網站也採用了類似模式，使用者介面也類似。甚至購物網站如淘寶及蝦皮在東南亞的 App，也將 TikTok 式的短影片功能，直接放在了 App 首頁的重要區塊，開始大力推廣這好看又好買的新 App，爭取更多用戶的停留，對抗 TikTok。

■讓購物變有趣，才能創造產品附加價值

上述的新聞代表「無聊電商」的時代已死，那種只列出產品相片與一堆文字敘述，缺乏即時互動、有趣內容、用戶回饋，沒有生命力與活力，讓人買完東西就想快快離開的電商網站將會失去消費者的喜愛。例如，蝦皮致力於讓其網站與 App 愈來愈好玩，所以有許多遊戲化的設計，它是台灣最多人拜訪的購物網站，流量每月約為 7,000 萬人次，大約是第二名的 2 倍，平均用戶訪問時長約八分鐘，比第二名多三分鐘。在東南亞，面臨 TikTok、Lazada 競爭，以及更重視內容行銷的競爭環境，蝦皮在娛樂內容之投入更為積極。

簡單說，過去，購物網站提供產品陳列、金流與物流、會員購物系統整合，讓交易完成。社交網站則有大量人群駐足，進行觀看影片、社交等活動，是個打廣告的場合。廠商投過廣告投放於此，吸引觀眾到前述之購物網站購買商品，兩種網站的界線分明。但現在界線不在，Facebook 開啟了商城，也提供金流等服務，往購物網轉型；TikTok、小紅書等社交內容網站，也發展商城，在其 App 內就能同時看內容與購物。淘寶、蝦皮也將短影片功能融入其系統。且上述所有平台也都提供了內容直播、銷售直播的服務，證明本文一開始所說的娛樂式購物時代已經到來。

對於電商平台業者而言，必須盡快讓自己的購物網站好玩，讓用戶願意停留，並盡快參考其他國際電商巨頭的案例。對於廠商而言，不要過於專注於殺價，而是要去創作能夠增加產品附加價值的內容，打造品牌，透過適當的平台去吸引消費者，才是確保利潤的長久之計。不懂趨勢，就會有競爭者來幫你服務消費者。 資料來源：2023.12.14 工商時報 朱訓麒

☆2024 投資趨勢 / 半導體、AI 看俏，供應鏈布局決勝☆

雜誌原標為〈全球搶賺 AI 財，半導體產業看俏、供應鏈布局決勝〉廖君雅

2024 最當紅的產業，非半導體和 AI 莫屬，只是在地緣政治、供需轉變等不確定因素下，供應鏈管理與布局將成決勝關鍵！

目前，還沒有任何人知悉下個破壞式創新何時出現，從政治領袖、企業老闆、經濟學家，到你我，或多或少都期盼 AI「iPhone 化」的高光時刻到來。而這個時刻，正進入倒數計時。

「新的運算時代已經展開，世界各地的公司正轉向加速運算和生成式 AI，就要起飛了！」身價上兆美元的輝達執行長黃仁勳在法說會上如是說。

2022 年 11 月，OpenAI 推出的對話機器人 ChatGPT，堪稱是引領 AI 發展的里程碑。

ChatGPT 推出後，短短兩個月就達到用戶一億人，創下史上增長最迅速的紀錄。其技術為生成式 AI，吸收大量資料後，可創造新內容和想法，包括對話、故事、影像、視訊和音樂。

然而，2023 年 11 月中旬的週末，OpenAI 閃電開除執行長阿特曼（Sam Altman），不到一日又傳出慰留，在董事會改組後確定回鍋，已成科技界最夯話題。

全球半導體產值年增 12.6%，AI 扮關鍵角色

工研院預估，2024 年，全球半導體產值將達 5809 億美元，年增 12.6%；台灣半導體產值將達新台幣 4.9 兆元，創新高，年增 14.1%。其中，AI 就是推動半導體產業成長的關鍵引擎。

談起生成式 AI 掀起的創新變革，台新金永續長暨首席經濟學家李鎮宇眼睛發亮。

「智慧型手機發明時，也沒人預料它將大幅改變人類行為！如今，世界首台 AI 筆電即將推出，將是改變世界的另一個起點。」

李鎮宇指出，從供應鏈、產業再到終端消費，屆時為跟上 AI 運算效能，預料將掀起大規模換機潮；在此同時，只要有好點子能整合 AI 軟硬體，新創企業也能站上風口，擴散到全世界。

國泰世華銀行首席經濟學家林啟超亦肯定 AI 潛力，「生成式 AI 未來可望全面語音化，甚至進化到其他想像不到的載體，值得期待。」

事實上，適逢全球面臨大缺工潮與高齡化挑戰，各產業對 AI 的強勁需求，從 2023 一整年的美國科技股漲幅可見端倪。

Nasdaq 指數公司統計，美國費城半導體指數主要成分股，包括輝達、AMD、博通等，自年初到 8 月成長 50% 至 200%，表現十分突出。此外，納斯達克 CTA 人工智慧及機器人指數（NQROBO），也增長 27%。只是，2024 半導體產業亮麗前景下，有兩大潛在挑戰：「地緣政治風險」及「全球永續課題」。

因應美中角力，各國搶占「戰略物資」制高點

晶片是科技產業的命脈，四年來的美中貿易角力，就將半導體列為「重中之重」的戰略核心。

2019 年，美國總統川普對華為下達禁令，被視為晶片戰爭的起源。拜登執政後，更進一步強化箝制中國晶片產業。

這場無硝煙砂戰，掀起全球供應鏈天翻地覆的變化，不少廠商被迫「選邊站」；被視為美國陣營的廠商，未來在中國蓋新廠或技術升級的計畫恐宣告停擺。

護國神山台積電，是全球矚目的經典案例，2022 年，分赴美國亞利桑那州、日本熊本縣設廠，分散地緣政治風險的意味濃厚。

《紐約時報》報導，華為在 2020 年，是全球最大的智慧型手機銷售商，市占達 18%，甚至超過蘋果和三星，但當時中國國內晶片生產商，僅供應全國總需求的 15.9%，大部分均靠美系晶片。

在美國祭出禁令後，2021 年，華為的營收下降近三分之一，2022 年華為全球市占已遽降至 2%。

為因應美國禁令，中國竭盡全力扶植國內半導體產業，提高「自主生產」比率。2023 年夏季，華為突圍推出新一代手機 Mate 60 系列，並以「王者之姿」大賣數百萬支，在美國政壇與全球業界引發軒然大波。

不過，可預期美國將重新檢討「漏洞」，強化防堵機制，中國國產化之路未必一路順遂。

2023 年 11 月中旬剛落幕的 APEC 峰會，中國國家主席習近平與拜登進行歷史會晤，據傳兩位領袖雖「破冰」，但仍對晶片議題存在根本性的分歧。習近平更向拜登抱怨，其手段是強烈的「經濟扼殺」，拜登則強調是「國安問題」。

兩大強國涇渭分明，對全球各國有何影響？

台經院產經資料庫總監劉佩真剖析，各國企圖在這波晶片戰爭中搶占「戰略物資」制高點，不僅合縱連橫、大力扶植本土半導體製造產業，也加強與海外半導體廠合作。

台灣應把握契機，奠定全球先進製程中心地位

劉佩真認為，南洋半導體島鏈將逐步崛起，對台灣是機會與威脅並存的雙面刃。

她觀察，台積電、聯電與力積電等代表廠商的解方，是把最先進製程留在台灣；另方面，因應國際客戶需求及風險分散策略，將成熟製程移至新加坡、歐洲、日本等地，迎接 AI 變革商機。

波士頓顧問公司 (BCG) 指出，去全球化的半導體，改變過去專業分工、自由貿易的效率運作方式，中長期成本將逐步墊高，也會反映於價格上，保持高度競爭力是關鍵。

總統府資政、台灣金控董事長沈榮津建議，台灣應利用全球在高效能運算與車用、手機等強勁需求的契機，扶植本土的關鍵材料供應鏈；設備方面，則鼓勵外商製造在地化、半導體製程自主化。

目前，包括微軟、高通、艾司摩爾 (ASML) 等外商，均大力加碼投資台灣，新思科技 (Synopsys) 更成立 AI 晶片設計研發中心，其 3 奈米先進製程設計軟體，更直接協助國內 26 家晶片設計業者。

對台灣相關產業來說，在地緣政治風險中把握機遇，趁勢全面升級，才是保持競爭力的關鍵。