

資訊管理導論

量販店大戰

第五組

資應三甲

施昱安、楊耀璘、尹俊程

資工四乙 陳德恩



工作分配

A.簡報製作:陳德恩(資工四乙)

B.個案整理:施昱安、楊耀璘、尹俊程

C.報告:施昱安、楊耀璘、尹俊程、陳德恩(資工四乙)

個案介紹(Project introduction)

本次介紹的量販店體系為Amazon亞馬遜，亞馬遜以**電子商務(e-commerce)**起家，最早以販售書籍為主，在2017年併購高級連鎖量販店全食超市，開啟更多元的服務，透過**多方向的商業模式(Business Model)**來搶戰高級與平價市場。

量販店概念(The conception of Hypermarket)

- 1.結合超市與百貨公司的特色
- 2.薄利多銷的商業模式
- 3.提供多樣化的商品
- 4.實例:

沃爾瑪 **Walmart**

亞馬遜 **Amazon**

家樂福**Carrefour**

好市多**Costco Wholesale Corporation**

亞馬遜的擴張(The expansion of Amazon)

亞馬遜以**電子商務(e-commerce)**崛起，最早以販售書籍為主，進期開始推廣更多元的服務。

1.Amazon Go:虛擬購物車以及無人商店

<https://www.ithome.com.tw/news/124133>

<https://www.youtube.com/watch?v=NrmMk1Myrxc>

2.Amazon Prime服務-高階服務

3.併購全食超市後降價40% -- 拉攏平價市場

4.跨足實體量販店以求更加貼近客戶

5.提供全方位服務- 提高品牌識別度

創新商業模式(Innovative Business Model)

A. 搶戰高級與平價市場:

1. 推出Prime會員制:

(1). 免運費、兩日送達

(2). 年費119美元

2. 併購全食超市後降價40%

目的: 搶戰平價市場

B. 販售更多自有品牌商品:

1. Amazon fire HD 10 平板電腦

2. Amazon Kindle 電子書

3. Amazon 智慧家庭設備

<https://ccc.technews.tw/2019/09/27/amazon-alexa-devices-event/>

沃爾瑪的方向(The direction of Walmart)

1.Walmart與Uber合作,創造異業結盟:

消費者消費滿30美元，就可享有9.95美元的優惠

2.提供便利的個人化服務:

雇用25000名個人購物員，只要顧客下單，顧客就可在路邊取貨。

延伸:全聯電商服務及amazon go

<https://www.youtube.com/watch?v=A1TyqfrJa10>

<https://youtu.be/EWUA-9QkZxo>

亞馬遜的戰略 (The strategy of Amazon)

亞馬遜以水平多角化經營方針進行多元發展，收購全食超市，利用自家物流去配合全食超市，以增加Amazon的收益。

全食超市主打有機健康食品，2022年，美國有41.9%的成年人患有肥胖症，從此項數據我們可以得知，全食超市的對手除了有傳統量販店Costco Walmart，還有間接競爭對手，ex:快餐店、麥當勞、肯德基、漢堡王等等。

2022年烏俄戰爭導致國際物料價格大漲，2022年8月美國通膨率更高達8%，因此全食超市的業績下滑。

亞馬遜的戰略 (The strategy of Amazon)

全食超市線下維持著2017被收購前的客流量，甚至在2022年關閉6家營運不佳的門市，根據市場調查公司Numerator的資料，現在全食超市在美國食品銷售的市佔率只有1%。

疫情帶來了龐大的線上購物需求，配合亞馬遜收購後推出的Prime Now機制，配合自家物流打出免運費以及兩天內送達，並利用疫情機會推出無人超市 Amazon go以及Amazon fresh新技術。

但是，線上與線下也只有佔當時美國食品銷售2%銷量而已，相較之下，零售巨頭沃爾瑪在美國的市佔率有19%。

商業模式分析(Business Model Analysis)

在現今企業中，採用這兩種商業模式較為著名的有Samsung以及Google

1.Samsung 採取**多角度商業經營策略**，推出高階的手機產品與Apple抗衡，又推出平價機種與中國大陸低價手機競爭。

(1).Samsung Z fold 4 & Z flip 4售價與Apple iPhone 14 pro 差不多，甚至更貴

(2).Samsung M-Series & A-Series則售價更接近中國低價手機及他牌中階手機

2.Google 採用完整服務的策略來**提升品牌忠誠度以及做出商品差異化**，目的在於提供更全面的服務，**打造全家桶餐形式的商業模式**，以推出Google Pixel 及 Pixel Buds來與APPLE 抗衡。

適合量販店的數位轉型策略(Strategy)

1.良好的顧客關係管理:

提供常客適度優惠，透過App來推播優惠訊息

2.企業形象識別與App UX/UI設計:

提高企業識別度

3.數據分析與整合

4.個資隱私安全管理

5.數據精準度管控

6.持續使用者討論量販店意見

團隊結論與心得(Conclusion)

數位轉型的建置來自於資訊技術以及創新方法論的設計，現今數位轉型的目的在於提升商業價值以及簡化作業程序，然而，資訊安全與數據可靠度是數位轉型的一大挑戰，這兩點的完善度將影響企業是否願意投資數位轉型。

1. 資訊安全:

大量的紅藍隊演練來提升系統安全性

2. 數據分析:

數據分析模組必須經過大量實驗與測試，提升分析準確度

3. 雲端運算:

社群雲可以共享分析後的資訊

4. 人工智慧:

降低誤判機會，必須透過大量試驗來驗證

團隊結論與心得(Conclusion)

亞馬遜併購全食超市後提出各種優惠，甚至開始在全食超市賣起自家的電子產品，以及沃爾瑪與UBER合作，吸引消費者線上採買自己的商品。

亞馬遜與沃爾瑪透過擴展商業版圖的方式，同時經營不同的市場以賺取最大的收益。這些都是「多角化商業經營模式」的例子。

全球化的發展以及COVID-19疫情影響，企業必須開始採取多角化經營，以自己手邊的資源，思考另外哪種市場是否適合自己經營，再構思最佳策略，往想擴張的市場持續發展，擴大企業規模，保證企業的長期生存與發展。