

職時熱話

數碼科技重塑零售業營運模式 為顧客帶來個人化購物體驗

隨著數碼科技的迅速發展，零售業的營運模式正經歷一場巨大的變革。電子商務平台憑藉其便捷性與高效性，迅速成為市場主流，根據最近一份顧問機構的研究報告，到2025年預計近四分之一的全球銷售將通過線上渠道進行，為消費者提供更個人化的購物體驗。同時，傳統零售商也積極擁抱新零售模式，藉助人工智能（AI）與大數據等技術，實現線上與線下的深度融合，不僅提升了營運效率，更突破了傳統分銷模式的限制。這場由數碼科技驅動的創新浪潮，正為零售業帶來前所未有的機遇與挑戰。

電商：引入AI精準掌握銷售趨勢與策略制定

數碼轉型的浪潮已經徹底改變了電子商務的發展格局。在AI及大數據技術的加持下，電商平台能夠深入剖析消費者的購物行為與偏好，為每一位顧客量身打造個性化的購物體驗，進一步提升銷售效益。例如，在庫存管理方面，引入AI及自動化系統後，零售商可即時整合營運數據，包括庫存狀況、訂單處理進度、物流追蹤及實時運輸信息等，從而優化庫存管理流程。此外，這些系統還能協助企業決策者迅速制定更精準的銷售策略。

為了協助本地中小型企業在數碼經濟中抓住新機遇，香港生產力促進局於今年七月在「BUD專項基金」下推出了「電商易」計劃。該計劃提供高達100萬港元的資助，幫助中小型企業在中國內地市場拓展電子商務業務。透過這樣的支持，中小型企業得以更好地融入數碼經濟浪潮，開拓全新的發展機會。

新零售：線上線下融合 全渠道營銷成新常態

除了純電商之外，數碼科技亦推動傳統零售業邁向新零售模式。自2016年「新零售」概念被提出以來，傳統零售業逐漸突破純電商模式的框架，開創出線上與線下融合的全渠道（OMO）營銷新格局。新零售不僅強調以消費者需求為核心（C2B），還運用社交媒體及大數據技術深入剖析消費者行為，精準開發符合市場需求的產品。

此外，新零售模式亦引入了創新的直接對消費者銷售（DTC/D2C）模式，徹底顛覆傳統分銷渠道的限制。例如，有國際時尚品牌便成功運用DTC模式，將產品直接面向消費者銷售，不僅縮短了供應鏈，還成功提升品牌價值與吸引消費者長期支持。這種創新模式不僅為品牌帶來了顯著的經濟效益，也成為零售業轉型的重要典範。



行業冷知識

1. 甚麼是新零售？

現代「新零售模式」以消費者為核心，展現了包括C2B、DTC及OMO等多種創新商業活動，並以大數據及人工智能等先進科技為基礎，實現了線上線下的全面整合。

C2B：以消費者為中心，零售商運用社交媒體及大數據等剖析消費者行為喜好，精準開發迎合市場的產品。

DTC：品牌繞過經銷商或代理商等傳統銷售渠道，直接向最終客戶銷售自己的產品。

OMO：打破了傳統實體店與電商的界限，從一鍵下單到門市取貨的便利體驗，再到手機應用程式精心打造的會員積分計劃，讓消費者能夠隨心所欲地在不同渠道間遊走。

2. 無人零售店

第一間無人零售店在2017年於韓國設立，以顧客全自助形式經營，顧客在進出商店時需要先出示信用卡進行身份認證，再以自助貨機進行結算。及後因應電子支付的普及，無人零售店陸續於多個國家及地區出現。而香港首間無人自助商店亦於2023年在國際機場正式開幕，採用先進的物聯網感測技術，為旅客帶來前所未有的智能購物體驗。

3. 零售業攻Gen Alpha消費群

被視為主導2030年消費市場的Gen Alpha消費者，是指2010年以後出生的一代，他們從出生開始接觸智能手機、社交媒體，預計他們不但會追求線上線下無縫購物體驗，更將品牌價值觀和可持續發展視為消費決策的核心考量。面對這股新興消費力量，零售商紛紛革新營運模式，從加強數碼化服務到推動可持續發展，務求迎合這批未來主導消費市場的新世代。



業界fun享

新零售模式的崛起 零售人才的轉型需求

面對持續低迷的零售市道及高昂的經營成本，傳統零售商紛紛尋求突破，而新零售模式正提供了一條創新的發展道路。DFI零售集團Group People & Culture Director - Strategy, Transformation and Business Partner 李鼎基指出，相比起傳統零售，新零售模式無論在成本控制、產品多樣性及顧客體驗等方面均具有顯著優勢。

以顧客體驗為例，新零售模式融合線上與線下，透過整合實體店與網店會員系統，零售商能全面掌握顧客的購物行為，並利用數據分析提供個性化的產品推薦與服務體驗。這種以消費者為中心的營運模式，不僅提升了顧客滿意度，更能有效增強品牌忠誠度，為零售業帶來全新的商機。

然而，新零售模式的推行對零售人才的要求也隨之改變。李鼎基指出，傳統實體店的角色不再僅限於銷售，部分門市甚至可轉型為體驗型展覽廳，尤其是位於旅遊熱點的店鋪，更能作為品牌展示和吸引消費者的重要平台。這變革要求零售前線人才從基礎營運工作轉向數據分析與決策，成為能夠主動應對市場變化的專業人才。

對於有志進入零售業的年輕人，李鼎基建議，他們需具備對零售行業的熱情，並培養靈活應變、抗壓能力及與時俱進的心態。隨著新零售革命的不斷深化，未來的零售市場將更加注重創新與效率，而能夠掌握數據分析技能及洞察市場趨勢的人才，將在這場競爭中佔據有利地位，在未來的零售市場中脫穎而出。



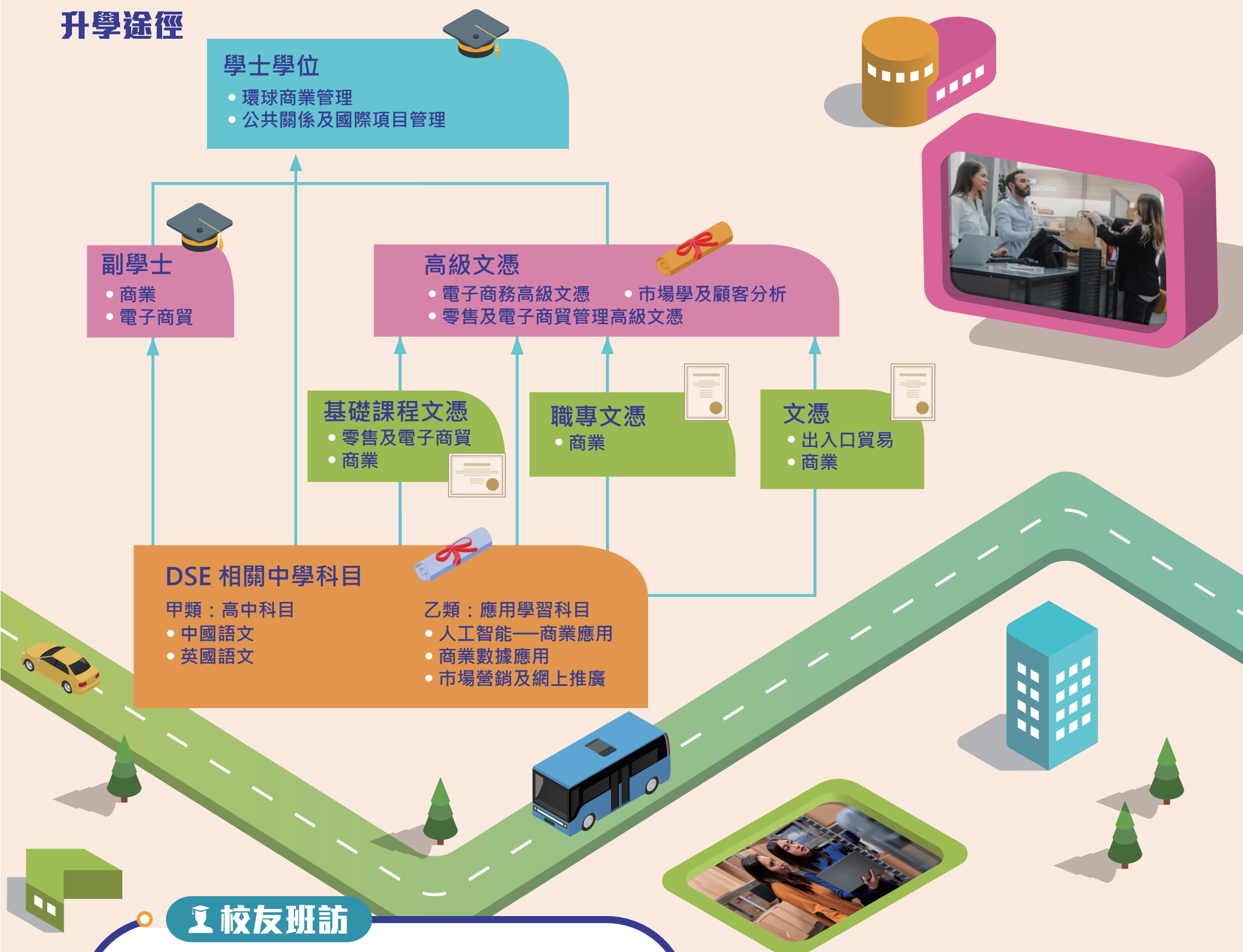
DFI零售集團
Group People & Culture Director
- Strategy, Transformation and
Business Partner 李鼎基



選科貼士

正站在職涯規劃十字路口的高中生，若有興趣投身商業市場工作，可探索零售、貿易及電子商務等充滿發展潛力的行業。要在這個瞬息萬變的商業世界突圍而出，除了培養敏銳的商業觸覺，選擇適切的進修方向更是成功的基石。零售管理課程著重實務導向，培育學生掌握店舖營運與品牌管理的精髓；商品採購及貿易課程則聚焦國際視野，以供應鏈管理等專業知識，打造全方位採購貿易人才；電子商貿課程緊貼時代脈動，透過數碼營銷、大數據分析等創新內容，為莘莘學子開創電商時代的嶄新藍圖。

升學途徑



校友班訪

累積實戰經驗 為投身電商創業路做好準備

疫情之後，電商文化迅速普及，成為不少人職場生涯中重要的轉捩點，王日鴻就是其中之一。他早年完成毅進課程後，投身於銷售及顧客服務行業，其後為家人的服飾銷售公司與內地電商平台對接業務。疫情期間，他利用在家工作的空檔，報讀VTC的電子商貿高級文憑課程，進一步提升專業知識與技能。憑藉優異的學習表現，今年升讀英國諾桑比亞大學紐卡素商學院的環球商業管理學士學位銜接課程，為自己開創更遼闊的事業發展空間。他表示，對內地及環球電商市場發展充滿憧憬，未來矢志創業，但會先專注完成學業，累積更多實戰經驗和建立專業網絡，為未來的事業打下穩固基礎。

王日鴻在家人的服飾銷售公司工作期間，已學到了許多內地電商市場的運作模式和商業文化。他提到：「當時我主要負責與內地服飾網店的業務對接，除了整理商品價格等資料外，還需分析銷售數據及市場趨勢，精準掌握消費者喜好，為客戶推薦合適的產品。」這段經歷不僅讓他熟悉電商操作流程，也培養了敏銳的市場洞察力。在VTC修讀期間，他參加了大灣區電商交流團，與內地電商業者深入交流，深入了解不同電商平台的運營模式與策略，並觀察到內地與香港電商的營銷策略存著差異，讓他對大中華區的電商生態有了更全面的認識，也啟發了他未來創業的方向。他相信，紮實的專業知識與豐富的實戰經驗將會是未來創業重要基石。



IVE電子商貿高級文憑畢業生
王日鴻

行業專題活動

專+ 動手玩：零售直播室

日期：2024年9月至2025年7月

對象：中四至中六學生

地點：IVE（黃克競）

專+ 鬥一番：HKVTC Shop 最強電商王Keep On Live大賽

日期：2025年3月至7月

對象：中一至中六學生

地點：IVE（觀塘）

更多活動：



<https://vpvetpro.vtc.edu.hk>

vpvetpro@vtc.edu.hk

