

109 學年度第一學期 Eurasia 基金會國際講座

「亞洲共同體：東亞學的構築與變容」系列講次(6)

講題：台灣社會與消費的第二座山

第6次 Eurasia 基金會國際講座，邀請到東方線上消費者研究集團執行長蔡鴻賢先生蒞臨本校講學。執行長一開始提到東方線上為他與詹宏志先生一起成立的公司，其主要的目標是解讀台灣未來社會的趨勢。執行長演講的內容分台灣的 New Type、在疫情影響下變化的觀察、對未來台灣消費者的想像及台灣第二座山等幾個部分。

1. 台灣的 New Type

- (1) 台灣社會面臨的挑戰:三種新的 type。一為台灣系統重構，二為創造價值的能力，三為跨世代協作。
- (2) 平台的串接顛覆消費價值的結構:品牌／服務所提供價值同時增加了其他服務的價值，每筆消費都可能正在創造新的價值。產生 cashless, purchase Journey (購物哩程)等改變。
- (3) 未來五年數位轉型加速世代矛盾:面臨新經濟挑戰、年輕族群科技敏感度高，掌握資源相對少，無法做長遠規劃。

2. 在疫情影響下變化的觀察

- (1) 社群影響力偏好變化: 台灣消費者的 Youtuber 偏好變化趨勢有「Youtuber 黏著度式微」、「明星級 Youtuber 減少」及「注意力分配有限對象」三大變化特徵。另外 Podcast 熱潮來襲。
- (2) 85% 家庭將長期面對多元壓力: 因為疫情在家時間增加，擔心收入受到影響，對生活感到無聊；家人相關互動反倒成為壓力。
- (3) 小確幸回來了: 幸福感與自在感谷底反彈；討論美食及購物變多。追求改善居家環境及功能之優化。
- (4) 熟齡消費者科技應用進步。
- (5) 過半消費者使用現金交易的次數比例低於 50%。

3. 對未來台灣消費者的想像

- (1) Globalization: 全球化現象有很大改變。如: 泡泡經濟、地緣經濟的問題出現。從 CP 值(性價比)的概念改變為重視友善國際品牌、乾淨的通訊聯盟等。社會信用(Social credit score)評價的改變。
- (2) 新貧階級的形成: 沒有數位能力就變成相對的貧窮。時間成為財富。新的世代的觀念可能在辦公室玩樂，在咖啡廳辦公。因此能把自己放在有機會的環境的人，才能把自己市場最大化。

- (3)新的溝通方式:從過去的social distance改變為digital touch。digital能力帶來了新的溝通交流的方式。
- (4)CP值的觀念:是「使用價」而非「擁有價」。重視「即時性」「保命價值」。最近重視ESG,即是對環境、對社會的可存性發展、治理的概念,重新檢視品牌的價值。CP值不再是實體價格問題,而是要看的是否符合社會的未來性,要為整體生活帶來豐富的型態。
- (5)Meal Culture:追求clean food(少添加、乾淨的食品)、healthy food(增加身體健康、免疫力的食品)、super food(高微量營養)。
- (6)Entertainment type:消費者更重視影音的設備,但也因此很難有超越平台的思考能力及出現破壞式的創作。

對於重新檢視消費價值,執行長由特殊體驗、重視生活型態、追求品牌、重視品牌四個構面來分析。他認為台灣已經走出自己的路,以前台灣受到日本跟美國的影響,在2018年的時候,顯現出中國對我們的生活有影響。但在這一次的疫情之下,台灣對CP值重視程度下降,重視生活型態的比率呈現穩健的成長。

而關於消費者與品牌的未來關係,執行長提出了7點。

- 1.未來品牌將會是一個平台。如:Patagomia品牌,強調環保、回收,修補等。
- 2.品牌必須更尊重多元文化。如:抄襲圖騰可能帶來公關危機。
- 3.跨產業串連服務會隨著消費者需求、移動客製化。如:Whoscall品牌,由於API的串連,除了健身也提供減肥相關資訊。
- 4.能溝通就是商圈。以前商圈就是人,現在商圈是connection概念,消費者從消費商品改變為行為消費。
- 5.消費者花錢買的是使用商品服務的體驗。從purchase journey改變為value Journey。
- 6.能提供驚喜和不確定將有更高的願付價格及參與率。
- 7.未來「你跟我無關,但我消滅了你」的案例將增加。例如:以前排隊無聊才嚼口香糖,但現在都變成看line。未來消費者迅速學習並快速拋棄。

最後執行長描繪台灣(社會與消費)第二座山的面貌。

- 1.台灣的三個主要趨勢: Regrouping(重新組合)、動態競合、融合AI的新創造。
- 2.消費者追求的成就觀(網路上按讚)、愛情觀(不是男歡女愛而是人與人之間的愛,虛擬的互動)、生活觀(自由及彈性)、消費觀不同。
- 3.必須更有想像力,創造共感,產生連結。因此需擁有很強的議題設定能力、超越平台的思考能力,要stay hungry、stay brave,夠勇敢,並追求改變。

執行長總結台灣第二座山的面貌為一個勇敢的新世界(Brave New World),一個實驗場,為虛擬與真實存在的科幻片,會是一個遊樂園。

(網頁連結: <https://Eurasia.pccu.edu.tw/faculty.php>) (撰稿:陳毓敏·日文

系副教授)