

區塊鏈革命

新零售聯盟鏈跨業打造一站式整合服務

動機與挑戰

- 消費者為中心時代來臨，品牌如何掌握消費者，為品牌業者關切的課題

隨著全球化分工的情況日益加深，現代企業的供應鏈開始出現零碎化、複雜化、分散化等現象，讓供應鏈管理帶來很大的挑戰。以食安問題為例，如何在第一時間溯源反應，是商務市場上的決勝關鍵。因此，供應鏈透明化與追蹤追溯成為產業關注焦點，如何將上下游原物料、流程、服務證明，讓供應鏈環環相扣，透過資通訊技術將產品訂單從製造到出貨，其背後歷經一連串複雜的作業流程完整記錄下來，縮短供應鏈反應時間，是國際各國商務致勝首要關鍵。

網訊電通為國內 CRM 營運服務的領導企業，面對電子商務的崛起，掠奪了大塊實體通路的市場板塊，不論是造節速度、所需成本，甚至是價格競爭力上都擁有絕對優勢，這些都是實體通路所無法比擬的。但電子商務發展至今，隨著消費者購買管道與資訊皆大量的增加之下，也讓消費者的購物旅程變得更加複雜，商品品項越趨豐富以滿足更多的消費區塊，電商的經營決策也逐漸轉變，越來越多不同模式、品類的創新促銷模式因而誕生，增加消費的新鮮感，吸引買氣也可以增加訂單轉換率，但同時也大大提升 CRM 系統的建置難度，在這背後衍生出一些新問題，例如行銷成本、締約效率、倉配管理、帳款支付、客戶服務、跨系統資訊延遲等痛點議題。

深入探討上述痛點即能發現，因為產業供應鏈並沒有像電子發票一樣的集中統一單據管理機制，在各方互動中，確認訂單、出貨、收貨、驗收、付款等每個步驟的達交確認都是時間成本，若能直接改善供應鏈效率，將改善產業整體體質。另，品牌商透過電商平台交易，容易面臨客戶數據難以掌握，造成出貨不及，或每個電商平台該配多少貨的問題。再加上許多新型電商模式興起，如垂直、社群、網紅、品牌，既有電商平台無法快速支援新型種類。然而零售供應鏈涉及多種產業，所有資訊散落在各自獨立的系統，資訊整合困難，品牌商或新模式業者規模小，沒有相對應的資訊能力，難以達到大型電商服務水準。

策略與方向

● 以區塊鏈技術與應用，期解決零售業「信任」與「智能合約」之議題

為了解決新零售發展下消費者的需求趨勢以及品牌通路面臨的經營挑戰，資策會團隊以數位轉型顧問服務方法，協助網訊電通分別與新竹物流、中國信託等合作夥伴籌組共創工作坊，進行專案建構與研發，共同規劃一個結合物流與金流的跨產業服務系統，輔導網訊企業轉型提供跨業零售供應鏈服務，協助零售產業轉型需求。資策會團隊以區塊鏈技術提供解決零售供應鏈「信任」與「智能合約」之核心問題，以 C2B（客戶優先）原則，建立更有效率的中小企業產銷供應鏈案例，發展新零售聯盟鏈資訊共享平台，確保跨單位數據整合流程透明，解決資料交換之信任問題，建立透通、即時共享的優化供應鏈整合方案，加強企業間協同綜效。

由網訊電通領頭，此跨企業團隊每兩週定期追蹤進度與問題釐清討論，共同展開技術開發與商務推動，展現高度整合與配合性，於 2019 年底邀請搜客網絡參與，加速數位行銷創新服務及招商發展。在組織編制方面，由網訊電通陳執行長、新竹物流李營運長、資策會楊副執行長，同時擔任監督與諮詢專家，共建智慧零售服務供應鏈，再結合中國信託之金流支付、搜客網絡之網紅行銷等形成生態夥伴，分工協助新型電商模式業者具備大型電商服務能力，達到缺貨低、出貨快、退貨短、對帳準的服務營運目標。

資策會負責跨部會、跨產研、跨領域之協調與研發，透過資策會團隊提供快速、隱私、信賴的企業區塊鏈解決方案，協助合作業者建立新零售聯盟鏈服務數位平台，快速串連形成生態聯盟，提供品牌零售商一站式運籌管理平台服務。將商務邏輯及智能合約包裝成 API 介面供企業端使用，降低企業導入門檻，建立透通、即時共享的優化供應鏈整合方案。2019 年 10 月，團隊以一站式品牌代理模式為主，完成區塊鏈數據平台及介面服務測試，並擬整合更多業者能量，匯聚國內標竿企業共同參與。

成效與價值創造

● 促成零售 / 流通跨域業者共組服務聯盟，並形成分潤新商模

本合作案促成網訊電通新成立 iRHUB 智慧零售服務平台，並讓新創德益網之產品與品牌、5 類產業領導業者加入新零售聯盟鏈共營運 iRHUB 服務。2019 年 12 月新零售聯盟鏈服務正式上線，與德益網合作導入場域實證，上架數十種品項商品於鏈上流通交易，並於中國信託 Blockchain Day 舉辦誓師大會發表產品服務及成果展示。

本案協助網訊電通從客服服務商轉型成新型電商平台運營商，並促進原來的零售供應鏈從大型業者壟斷數據轉型成中小品牌具備大型電商能力；在技術創新上，讓跨業間的資訊交換技術從傳統易造成資訊不同步的架構轉變成快速、隱私、信賴的資料分享框架。基於新零售聯盟鏈服務平台，建構開放式參與機制，透過 Co-lab 運作機制與產業溝通，促成品牌電商、網紅團媽、企業通路、物流等新模式業者加入共組服務聯盟並形成分潤新商模，創造以新零售聯盟鏈服務為核心之數位平台生態願景，帶動中小企業具備智能商務能力之數位轉型。

藉區塊鏈及時共享的特性，推動供應鏈數位資訊中心，讓品牌業者不用自建平台、倉儲物流以及與銀行對接系統，就可以享受跟大型 B2C 電商自建倉儲物流與金流一樣的效率。透過平台在聯盟鏈上銷貨，從物流調貨、進倉、出貨乃至於銀行發動請款付款都能自動化，便能實現以往大型電商才做得到的服務，在短期是先實現銷售、物流、金流三方資訊透通且可被信任，進而加速拉貨速度，基於區塊鏈資訊平台，長期衍生電商銷售預測、智慧零售管理、供應鏈金融等效益。

運用本案企業區塊鏈相關技術發展台灣智慧零售資訊整合平台服務，未來在商務驗證上，亦可在此平台導入大數據及 AI 分析將供應鏈數據轉為商業數據，使品牌供應商，物流商產生更大的效益。台灣智慧零售區塊鏈平台的建立，不僅將提升台灣整個新零售產業的效率，平台的發展將使台灣零售產業進入另一個紀元，甚至可作為政府推動流通及物聯網政策之參考，對台灣產業對外發展，尤其是配合政府的南向政策，此平台將是進軍南向的一大武器，亦將開啟台灣流通業對外發展的契機。而新零售聯盟鏈之底層邏輯為跨業資料交換，因此率先發展節點資源管理、履歷追蹤、物流對帳應用；未來將針對系統及時性、通用性、可視性發展各種流程優化、自動化服務，以及探討產業資料格式與規格的統一，並朝企業區塊鏈通用解決方案此方向發展。

成功關鍵

- 以區塊鏈技術與應用，解決零售業「信任」與「智能合約」之議題，以一站式品牌服務模式