

網路探險者的推理脈絡：物流、金流、雲端分享 詹宏志：「從網路 消費行為洞見大商機」

當金流與物流革命全面啓動時，我們看見無法轉身的巨人，也看到靈活的中小企業順應潮流，在網路商務中打下江山。創造流量與人性化服務，將是雲端時代的致勝法則。

口述 詹宏志 · 整理 陶曉嫻



過去十幾年網路創業的過程，我有很大的感觸，很多新事物現在還沒有發生，因為沒有地圖，所以沒有旅行計畫，只有探險計畫。網路事業發展也跟探險計畫一樣，算好能存活的時間，以及金流的規劃，因為無論事前如何規劃，實際上線時都有意想不到的效果。

我有個故事分享給大家，一名年輕工程

師發送私密簡訊給太太，卻不小心發給所有群組，有人回應：「你給我親密簡訊我很高興，但給我25美元我更高興。」這激發他寫出Twitpay這個程式，這是一個社群支付的概念，只要點下滑鼠，就可以將相等金額發送給群組，除了每月認養孤兒，不也是一個很好的發薪水、發紅利的方法嗎？於是短短幾個月在美國累積了四十萬名用戶。

現在把錢要交付給另外一方，代價並不大，問題只在誰付而已。例如台灣許多小額商務很難去簽約信用卡特約商，許多賣家無法成為信用卡架構下的受益者，經常發生在台灣的網路市場，當跨行ATM轉帳時17元的手續費、跨國跨行的手續費甚至可能是幾百元要由買家攤付，這當然不合理。

網路支付服務推動省錢金流革命

如果未來新英雄的產生，取代原有的產業，那是很有可能的。我對傳統金融體制的不滿，就發生在我在網路消費時，網路讓我資訊無國界，但付款時國界就跑出來了，那時12.5美金的eBay交易，礙於法規限制，不能開立個人美金帳戶，也不能用美金支票，受不了每次去買小額匯票跑三點半，我一狠心，搭飛機到西雅圖去開戶、申請信用卡。

要跨過一到金流的阻隔，就必須多付一次錢，我對這點很不滿意，感覺被剝削了。而網路交易是第二類電信，建立在第一類電信的傳統金融產業上，PayPal是最成功的網路支付服務，像掏寶網的支付服務，已經有超過八千億人民幣的轉帳金額，Wired聲稱塑膠貨幣——信用卡的下一代是PayPal，最近又有Google Wallet、QR code NFC這些新的行動支付模式產生。

有趣的是，金融行業在這些創新上完全是外人，革命者常常是陌生人，例如Facebook、Google都不是傳統媒體集團所創立的。

「不方便的服務」是金流革命的契機，例如露天拍賣有3400萬物件，賣家超過80萬人，買家超過450萬人，一年有四到五百億條交易，但這是個沒有網路支付的環境，信用卡使用是少數，面交和轉帳是大宗，這現

象是台灣獨有的，所有物件都必須標示出所在地，會約束買賣的範圍，進而讓成交機率降低。

詐騙通常發生在轉帳時，轉帳不會辨識身分，信用卡可以有一個月的付款緩衝期，但台灣金融法規不允許任何的網路支付系統。因此，我在2010年開始與7-11合作付款取貨，這項服務沒有做任何宣傳，從第一天1500筆資料，去年則平均一天二萬筆，推算年交易金額可達到新台幣一百億元以上，這額外促進C2C的交易，而澳洲政府准許PayPal後，C2C交易大增，台灣在這方面相當有潛力。



詹宏志比喻，網路事業的發展和探險計畫一樣，規劃存活的時間與現金流，並對意想不到的事件隨機應變。

流量與服務是電子商務成功的基礎

這裡傳統巨人為什麼轉不過身？新光三越台灣百貨業的龍頭，會員數與週年慶動員能力都是全台灣之冠，但多少人上他的網站？他們為什麼不做電子商務？

其實他們很急，每年都會找我去演講一次，而電子商務如何成功？舉PC home的



參觀工研院的新技術，
站在應用端的詹宏志，
也期待想像中的
新事物被科技實現。

例子來說，我們公司2000年6月上線，由工程師與媒體人組成，零售業有太多東西我們不懂，我那時候訂下幾條規則，第一，從自己了解的領域下手；第二，我們不要有存貨，電腦零售業存貨每一天都會折舊1%，一百天後存貨就形同廢物，這很難控管；第三，不要有任何的應收帳款；第四，我們不碰物流。所以PC home上線的第一個商品是雜誌，因為雜誌是未來的商品，正好符合以上四大原則。

當時第一個月，我們做了60萬元的生意，現在十幾年下來，我們有了兩千倍的成長，一個月是13億元，已經有了一定的規模。可是巨人不能夠忍受第一個月線上營業額是十幾萬，而網路流量是服務與商務的底層，流量也有網路服務的特性。

例如博客來書城是一個不再的歷史機會，一開始大家知道有網路買書的新服務，於是奔相走告，但現在人們的注意力已經被太多網站瓜分，必須用極大的代價來換

取流量，一開始要忍受極小規模的寂寞，或者要徹底改變原本零售的行規，這對傳統零售業的巨人很不容易。

台灣在2009年推動中小企業電子商務，政府鼓吹百萬商家上網，這其實沒那麼容易，乍看一百多萬個中小企業全部上網了，實際還在交易卻只有約兩萬個商家，而且對中小企業或個人而言，要維護日新月異的電子商務並不是容易的事情，所以這個政策是大失敗。

但今天這項目標寧靜的成功了，現在網路上實際交易的商家已經超過一百萬，因為實體店面的經營不容易，會遇到營業登記、警察臨檢這類的麻煩，不過在中小型商家的電子商務中，專業跟業餘的界線模糊了，二分之一的我在上班、二分之一的我創業，因此產生許多網路創業成功的故事。

快速物流仰賴先進技術推升效率

我當年進入電子商務領域時，業界還沒有

特別的規範，當電子商務要進入更成熟的階段，要做到24小時供貨，我們必須自建倉庫，PC home的內湖倉庫有五萬坪，而我們要統計80%的貨品在二到三百坪之內，這樣檢驗貨單才可能快，在15到16小時內出貨。

物流技術上，工研院做了多溫層宅配，讓一卡車可以區分成常溫、冷藏跟冷凍，讓物流效率大幅增加。全世界只有台灣便利商店能取貨付款，也只有台灣可以本店置他店取。

我沒有能力去回答「工研院能夠提供甚麼樣的技術，來讓物流無國界」這樣的問題，但肯定的是，任何服務都是需要技術



這裡舉出1999年我創立PayEasy的故事，當時台新銀行吳東亮董事長與我們合作，但是遇上2000年網路泡沫，公司營運遇到困難。後來我們來討論把PayEasy拿來處理信用卡紅利，目標是節省20%的成本，這並不困難，我們用轉e-bill贈送點數的方法，吸引持卡人不再使用紙本郵寄，來省下郵資與印刷費，也確實達成了目標。

台灣的下一步機會，是用政策去鼓勵蓬勃的中小企業電子商務，建構網路金流系統，開發更大能量的C2C，而小公司的電子商務可以被徵信作為融資條件，在韓國像紙張一樣的商店，當手機做好設定後，拍照就是交易，背後包含了無數的銷售建議與



「我沒有能力回答『工研院要提供怎樣的技術』這個問題，但肯定的是，任何服務都需要技術的支援。」

來支援。我看到的是應用端，例如PayPal原本也是很簡易的程式，但它後來演化成一個風險評估平台，在雙方交易的那幾秒，就要歸納出這筆交易的可行性，全部都是computing，全世界同時間發生很多交易，怎樣的系統可以提供這樣的服務？我不能說我需要的技術是什麼，我反而要問「問題是什麼」，來請技術人員提出解決方法。

雲端分享將讓網路商務更蓬勃

我想，商店街的開店平台，是最適合台灣的模式，大量積極的中小企業想要被消費者記住，所以有無窮盡的銷售建議跟手法。

契約，送出訊息是取得同意取款的契約。

樂觀地看，在網路商店、生活型態服務、中小企業網路跨境物流等方面，我們依舊有許多機會。

而近一步想像錢的移動加入雲端的概念，錢可以自由地從甲轉到乙，沒有成本、沒有國界、沒有匯兌損失。

想像是無窮盡的，但需要創造某種流量，服務要和人的基本行為有關，例如PayPal在eBay，App Store在蘋果裝置上的發生。我想未來五年內，付款的行為會大幅改變，接下來理財、投資、貸款都會有革命性的變化。