



生成式 AI 驅動 消費與零售產業的 商業成長

新興技術將協助市場訂價、客製化服務與
顧客體驗

November 2023



前言

生成式AI將改變消費與零售產業的遊戲規則。它可以在多個方面推動更好的業務成果，包括商業效益、運營效率和成本優化。這個快速成長的技術可以幫助企業優化產品定價、提供更精準的廣告內容、生成更具吸引力的產品描述，並實現更加快速且客製化的顧客體驗服務。

此外，這項技術還擁有改善顧客服務互動方面的潛在能力，特別是客戶在對傳統聊天機器人的能力感到不滿意的情況下，可以減緩在客訴或退貨流程中的負面情緒。

為了更加了解這項顛覆性技術對各個產業的影響，以及企業領導者採用的接受程度與因應情況，**KPMG**美國所於2023年3月對300位各個產業的高階主管們進行調查分析，本篇將說明消費與零售業高層對生成式AI的期望，還有他們在接觸這項新興技術時所面臨的困難與挑戰。

調查概況

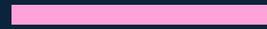
消費與零售產業高層認為生成式AI將帶動卓越的客戶體驗，此顛覆性技術可能應用於企業內部以下領域：

66%



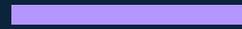
分析顧客數據並為消費者提供更個人化的推薦

64%



庫存管理的趨勢及預測分析

62%



自動生成行銷文案與產品摘要等內容

58%



客服聊天機器人

53%



從關鍵詞彙列表中自動生成產品描述

40%



設定具有競爭力的定價

38%



卓越的搜尋技術能更加理解客戶問題

36%



自動回應顧客評論

28%



自動創建AI模特兒並進行虛擬試穿

21%



更加快速地設計及開發新產品

17%



建置顧客常見問題影片

消費與零售產業對生成式AI的期望以及目前面臨到的困境

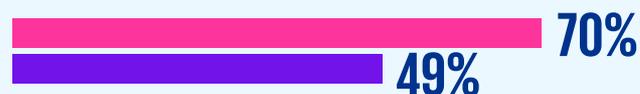
目前，消費與零售產業關注於生成式AI在行銷和銷售方面的應用，遠遠高過於其他產業的在此技術的應用與努力。

許多消費與零售產業者多年來一直在探索如何將AI應用在內部現有及第三方的數據。在快時尚行業中，部份企業正透過AI來預測和分析趨勢，創建可以展示服裝的虛擬模特兒，預測客戶需求，並為顧客提供更加客製化的購物享受體驗。

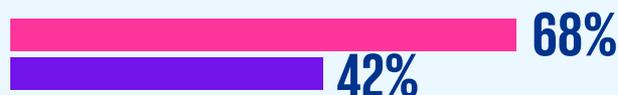
儘管此技術對消費與零售產業產生巨大的潛在影響力，卻僅有23%的企業有專責單位來因應生成式AI的產生。

為了充分善用這一項新興技術，消費與零售產業者現在正是運用生成式AI來增加營運及生產效率的時機！

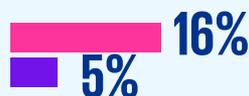
高階主管認為生成式AI將對該產業轉型產生重大影響



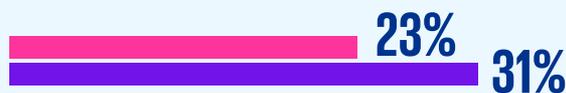
企業正探索生成式AI可能應用的領域



由企業行銷及銷售部門領導企業在生成式AI上的應用



企業擁有專責單位以因應生成式AI的產生



■ 消費與零售產業 ■ 其他產業

採取五個關鍵要素 展開生成式 AI 行動

01

彙整可信賴的資料數據並建構
數據基礎模型

02

制定「負責任AI」框架來管理
所有AI的應用

03

規劃藍圖、制定策略
並開發業務

04

建置企業級生成式
AI解決方案

05

取得關鍵技術能力
來充分使用生成式
AI

彙整可信賴的資料數據並建構數據基礎模型

採用生成式AI需要在兩個關鍵層面上建立信任感：對數據來源的信任以及對結果的信任。

生成式AI引擎是透過大量且公開的數據所訓練出來的。然而，並非所有公開的數據來源都是可靠的，在大多數情況下，這些數據未包含企業在使用生成式AI時所需的所有數據。

由於這些不足處而突顯了建構客製化數據基礎模型的重要性，這將使生成式AI能夠提供更準確的見解，產生更好的決策，發現潛在風險與機會。

這樣的客製化數據基礎模型有助於消費與零售企業者串連客戶的整個旅程，讓企業能夠充分利用數據了解其客戶所需與喜好。

此外，建構客製化的數據基礎模型也能使企業更有效地使用其他先進的AI功能，創造更多商業機會。

根據本次報告調查結果，僅有9%的消費與零售產業高層認為該企業已經建構了適合生成式AI的技術與數據基礎模型，遠低於其他產業的22%。

要讓生成式AI在消費與零售產業廣泛使用之前，需先改善它會產生看似合理但實際上尚未完全準確的缺點，以使產業對這項科技工具產生信賴感，才能在商業應用中創造價值。



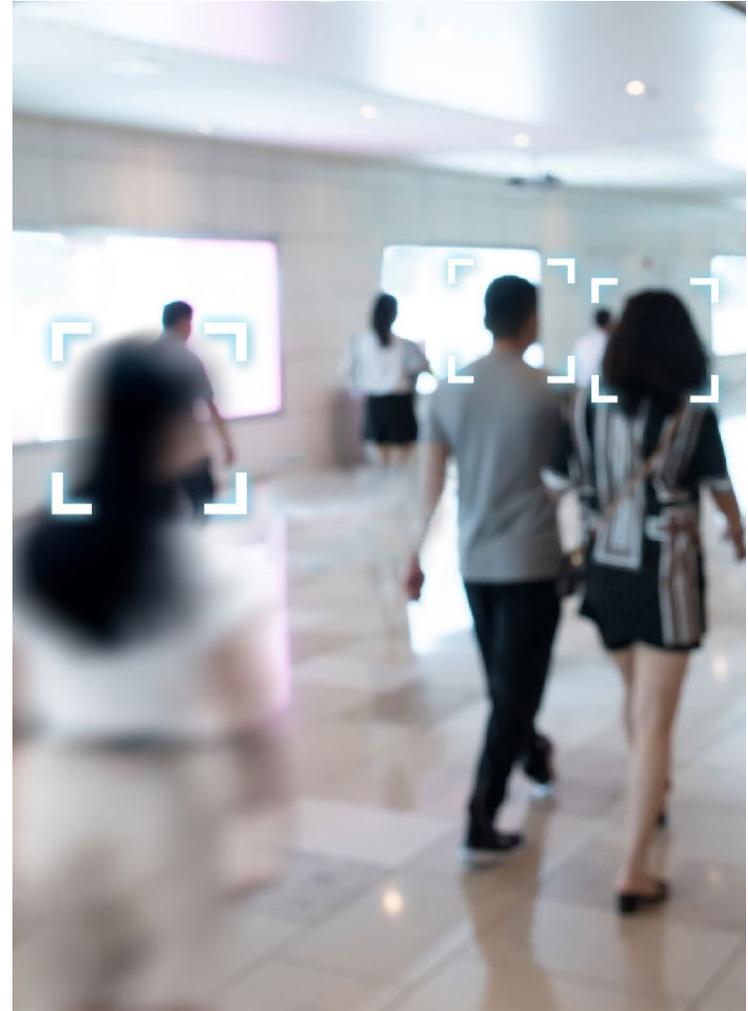
制定「負責任AI」框架來管理所有AI的應用

如果您的企業在某方面已經使用了AI，希望您就此開始建構一個負責任的AI使用框架，也就是在使用時要以高標準治理並具備道德意識，考慮到對客戶、員工和利害關係人的影響。

若企業尚未建構這樣的框架，引進負責任的生成式AI到技術系統中變得極為重要，因為這將使企業更加真誠對待客戶、確保個資的安全性，進而取得顧客的信任感，對於企業的聲譽也將有深遠的影響。

此外，企業必須明確瞭解使用生成式AI所涉及的風險，包括結果的準確性、詐欺、保護自有的智慧財產權以及潛在侵犯他人的智慧財產權等，這些都需要透過各項措施來防範潛在的風險。

調查結果發現，目前僅有8%的消費與零售產業高層認為其企業已經具備了適合將生成式AI整合到業務中的治理框架與政策。



規劃藍圖、制定策略並開發業務



企業在投資生成式AI時需制定明確的策略、清楚界定角色與職責，包括由誰負責決策生成式AI流程，誰對此技術的使用負有責任，並將這項技術交到專責團隊手中，觀察其創新和發展的可能性。

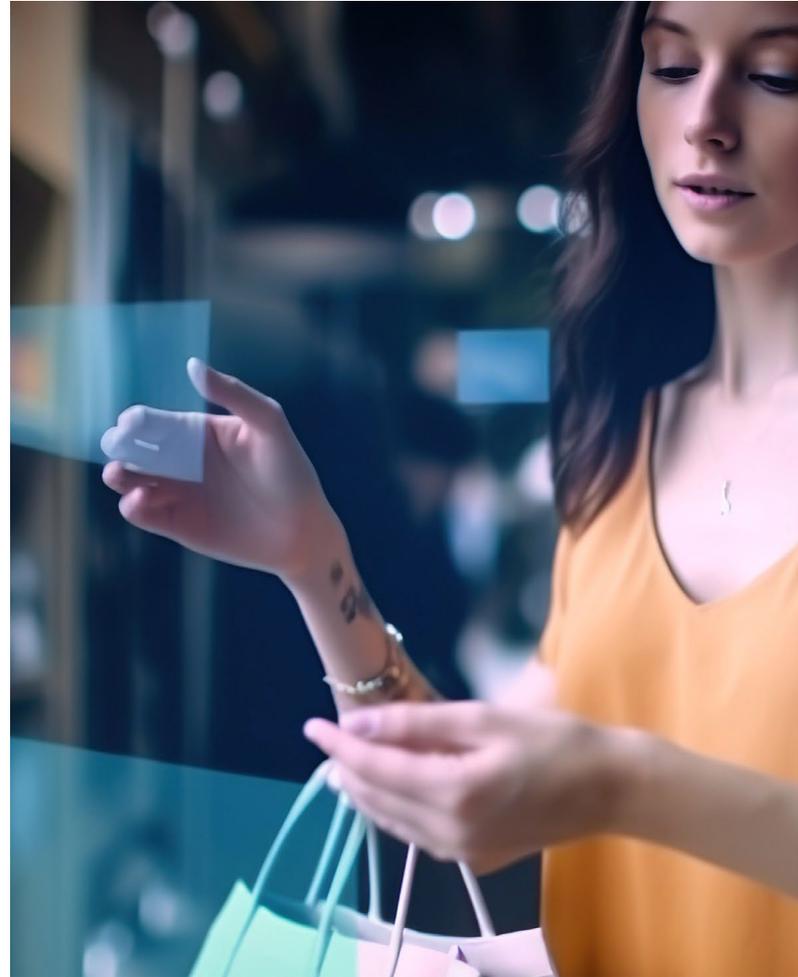
生成式AI可以協助消費與零售產業者達成制定策略藍圖，包括優化產品定價、提供卓越的顧客體驗、消費者需求預測、建立和策劃廣告或行銷活動內容，讓組織快速成長，隨時做好準備。

預估這項顛覆性技術將在未來幾年快速的轉變，企業透過科技工具的輔助，保持對市場的關注度與敏感度至關重要，進而從這些高質量的數據中獲取業務機會。

建置企業級生成式 AI 解決方案

為了有效管理與運用數據，透過企業級生成式AI引擎建構專屬數據資料庫，不僅能提升資料輸出的品質，同時保護資料的安全性，避免被競爭者使用。

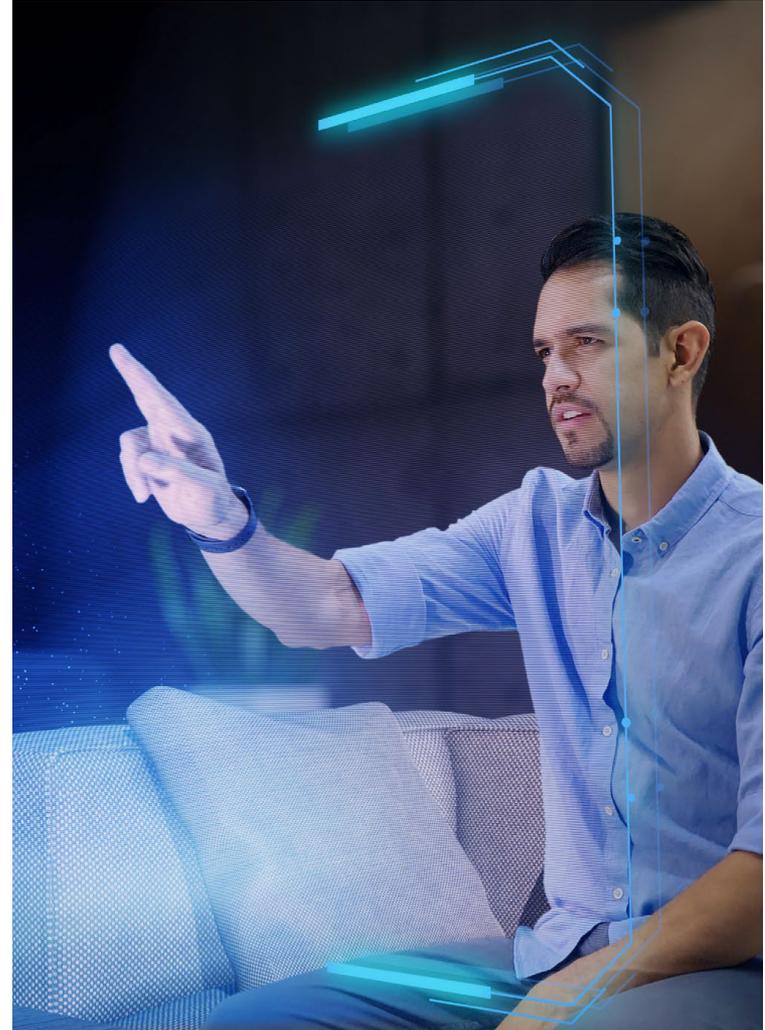
然而，僅擁有數據專業知識仍是不足的，KPMG 建議企業可以透過與第三方單位的合作模式，選擇合適的企業級生成式AI引擎，不僅可以幫助企業確立策略願景，還可以在企業探索生成式AI的能力時進行測試和學習，並且幫助企業的AI專責團隊培訓與提升對數據的認知。



取得關鍵技術能力來充分使用生成式 AI

對於消費與零售產業而言，要貫徹生成式 AI 的策略，需要有專業的人才，包含具有豐富經驗的數據科學家、軟體工程師、數據工程師以及具有產業專業知識的人等，此外，可能還需要具備自然語言與機器學習等各種專業知識的「AI 溝通工程師」，透過適當地詢問生成式 AI 聊天機器人和語音助手，來獲得正確的答覆，這樣的技術將對消費與零售產業產生大躍進。

因應未來趨勢，消費與零售產業者需要積極投資人才與經驗累積，或者，至少找到可以引領其組織的外部合作夥伴，以建立自有的生成式 AI 平台與策略。



Contact us



黃柏淑 Stella Huang

消費與零售產業主持會計師
審計部 執業會計師

T +886 2 8101 6666 ext.01901

E stellahuang@kpmg.com.tw



kpmg.com/tw

The information contained herein is of a general nature and is not intended to address the circumstances of any particular individual or entity. Although we endeavor to provide accurate and timely information, there can be no guarantee that such information is accurate as of the date it is received or that it will continue to be accurate in the future. No one should act on such information without appropriate professional advice after a thorough examination of the particular situation.

The KPMG name and logo are trademarks used under license by the independent member firms of the KPMG global organization.

© 2023 KPMG, a Taiwan partnership and a member firm of the KPMG global organization of independent member firms affiliated with KPMG International Limited, a private English company limited by guarantee. All rights reserved.

Document Classification: KPMG Public