

CASE

資管實務 10.1

全面解析 Netflix 利用科技造帝國

打造優質美劇《紙牌屋》的影音串流平台 Netflix，在全球有著破億的訂戶，年營收更是上看 150 億美元，即使面對擁有全球最火紅美劇《權力遊戲》的 HBO，或是異軍突起的 Amazon、Hulu 等，依然得以打造屬於自己的影音帝國，成為串流影音市場中的新霸主，Netflix 證明了懂得運用數據科技搭配娛樂內容，能讓更多的觀眾願意買單。

1997 年 Reed Hastings 成立了 Netflix 公司（前身為 Kibble），當時還只是從事 DVD 出租的新創公司，直到 2000 年，Netflix 自行開發出一套演算法，利用客戶的瀏覽記錄，分析並推薦他們可能會喜歡的影劇，而這套演算法的成功，也使其成為目前全球最著名的影音串流平台之一。此外，Netflix 也注意到善用科技與數據的重要，並在未來重大決策時善加利用其累積的技術與經驗。

Netflix 除了推薦的演算法外，也重視消費者的使用體驗，如不斷精進的視訊壓縮技術，讓消費者可觀看時數，在不影響畫面品質的情況下，從原本的 10 小時進步到 26 小時。另外還成立了近 50 人的消費者洞察團隊，

針對不同的國家文化以及不同的觀影裝置，試圖在產品開發上給予觀眾最佳的體驗。Netflix 利用技術所做的革新，不僅讓產品更加吸引人，更強化了品牌的實力。

能夠成為全球知名的影音串流平台，數據可以說是 Netflix 的最大功臣，但數據的助益也僅限於推薦影劇給適合的用戶，譬如 2013 年推出的《紙牌屋》能夠成功，便是利用精準的推薦系統，造就這部風靡全球的美劇。雖然 Netflix 確實會將消費者的喜好數據提供給內容製作團隊，但對他們來說，內容的創作與創意才是真正的核心價值。

Netflix 看似是一家跨足內容娛樂的科技公司，但實際上是同時搭載科技與內容雙引擎的公司，每年他們在內容創作的投資上就將近 80 億美元，就是希望能夠打造出優質的創作環境，支持創作者的創意，並給予充分的尊重與自由，雖說這樣的內容產製，似乎有些隨性且過於直覺，也產生不少失敗之作，但也因這樣的理念幫助 Netflix 創造出幾部成功大作，進而穩固在競爭激烈的全球串流影音市場中的霸主寶座。

資料來源：蕭子睿，〈電子商務時報〉，「全面解析 Netflix 利用科技造帝國」，2018 年 5 月 28 日，取自 <http://www.ectimes.org.tw/Shownews.aspx?id=180527195321>

討論問題

1. 你如果是 Netflix 的 CEO，你還會如何使用 AI 來更瞭解你的消費者？打造更好的推薦系統或其他有價值的功能？
2. 你如果是第四台的老闆，面對來勢洶洶的 Netflix，你要如何與他競爭與合作？採取的策略為何？

CASE

資管實務 10.2

盒馬鮮生個案

生鮮電商被譽為電商的最後一片藍海，其將電商的手法應用在互聯網上，直接銷售生鮮類產品，如新鮮蔬果、生鮮肉類等，而 2012 年更被視為生鮮電商發展的元年。近年來，生鮮電商不斷追求突破與創新，以提高消費者的購買意願，其他產業的企業也看準此效益，紛紛投入此市場，本篇將說明生鮮電商現況與未來趨勢。

盒馬鮮生是阿里巴巴旗下的生鮮食品超市＋餐飲＋電子商務＋物流配送的集合體，作為阿里巴巴新零售的最佳代表，主要強調的是消費者在線

上與線下的完整體驗。目前在中國上海、北京等地共有 25 家門市，除了提供店內消費，同時店內也是倉儲與訂單履行中心。

行動 App

走進盒馬鮮生店內，第一眼見到的是時尚的裝潢，免費提供的 Wi-Fi，還有服務人員會來貼心的提醒您要記得下載盒馬 App，因為在盒馬鮮生店內，所有的交易都要透過手機 App 來進行。