



iKala Cloud

Google Cloud

2025 零售電商產業 雲端應用趨勢報告

目錄

前言	P 3
一、2025 年零售電商產業趨勢洞察	P 4
二、Google Cloud 驅動電商零售產業成長	P12
- GKE 破解全通路挑戰：助力品牌打造一致且沉浸式客戶體驗	P13
- 成功案例：台灣與東南亞電商平台/全球知名零售品牌/日本網購市集	P14
- Apigee 快速連結第三方服務，助品牌高效打造全通路生態系	P15
- 成功案例：日本飲料製商/日本美容品製造商/法國美容品製造商.....	P16
- 精準數據驅動個人化，BigQuery 助品牌提升顧客忠誠度與營收.....	P17
- 成功案例：台灣電商平台/英國奢侈品品牌/台灣新零售方案供應商.....	P18
- 智慧搜尋與推薦：Vertex AI 助品牌提升轉換率與營收成長.....	P19
- 成功案例：電商平台供應商/瑞典居家用品品牌.....	P20
- 生成式 AI：驅動全通路體驗與行銷創新，提升營運效率與員工生產力.....	P21
- 成功案例：台灣知名電商平台/美國連鎖女性成衣品牌.....	P22
三、關於 iKala Cloud	P23
四、參考資料	P24

前言

科技的推陳出新，加速消費者行為和零售電商的營運模式的改變。當「OMO (Online-Merge-Offline)」逐漸成為主流，零售電商必須善用沉浸式購物體驗、個人化產品與服務、綠色永續消費，以及生成式人工智慧等趨勢吸引消費者青睞，進而增進品牌忠誠度與顧客貢獻度。

為了加速零售電商的轉型、搶占市場先機，《iKala Cloud 2025 零售電商產業趨勢報告》應運而生。本報告將深入解析全球零售電商趨勢與熱門議題，爾後，iKala Cloud 將以Google Cloud 菁英合作夥伴的身份，分享雲端解決方案與全球成功案例，為企業提供寶貴的轉型參考。





2025 年 零售電商產業 趨勢洞察

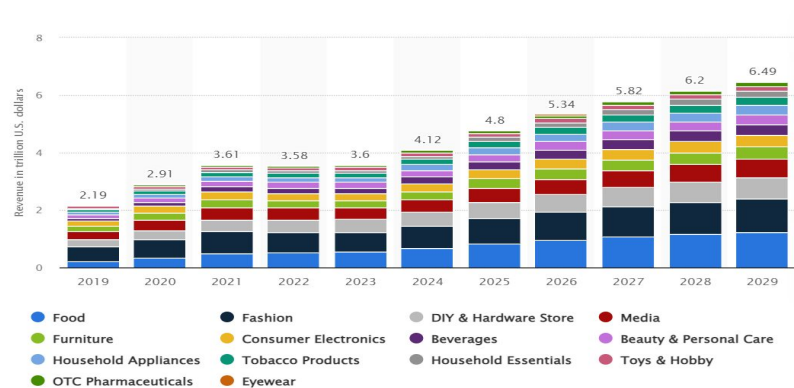
2024-2029 年全球零售電商市場成長力道強勁，帶動創新轉型步伐

市場研究機構 Statista¹ 預估，全球零售電商市場規模將從 2024 年的 4.1 兆美元成長到 2029 年的 6.5 兆美元，年複合成長率高達 9.6%，相較疫情以來的平緩成長，未來 5 年的成長力道強勁，成為零售電商創新轉型的最大驅動力。

研究機構 Gartner 於《CIO Agenda 2024》² 報告中指出，為創造營收、提升獲利，以及優化顧客體驗，零售業者將加大在人工智慧/機器學習技術、低/無程式碼開發、生成式人工智慧技術、分散雲端環境，以及 ESG 軟體平台，其中，人工智慧技術被視為改變遊戲規則的關鍵技術，將在創新轉型中發揮至關緊要的影響性。

台灣零售電商也不落人後，隨著全齡消費者對電商的接受度大幅提升，業者們透過數位科技提供更智慧、便捷且個人化的消費體驗，吸引消費者的目光，增進顧客的互動與忠誠度，並藉此推動營收與利潤成長。

全球零售電商市場規模預測



資料來源：《[Global: e-commerce revenue by segment 2019-2029 | Statista](#)》

5

大零售電商趨勢

6



持續整合線上線下通路，打造無縫且一致的體驗

PwC 的《Tech fuels retail growth in 2024: Five trends》³ 報告指出，消費者在不同通路間切換的頻提高，期望零售商不僅能夠整合線上與線下服務，更要提供一致且高品質的購物體驗。

以數據驅動的個性化服務，提升會員忠誠度與貢獻度

Deloitte 在《2024 retail industry outlook》⁴ 報告中提到，透過數據分析來提供個人化的服務，能有效增強會員忠誠度，進一步提升 30% 的顧客貢獻，讓品牌和顧客的連結更加緊密。

以綠色產品滿足消費者對永續的渴望

Dentsu 《The Future of Retail: Driving Growth & Unpacking Consumer Trends in the Retail Industry for 2025》⁵ 指出，Z 世代重視產品的道德與永續性，零售業者需要推出更多綠色產品，才能在這個意識高漲的市場中脫穎而出。

以生成式人工智慧，全面提升營運效率

IDC 報告《IDC FutureScape: Worldwide Retail 2024 Predictions》⁶，生成式 AI 成為卓越零售業者的必備技術。到 2027 年，85% 的亞洲頂尖零售商將加碼投資 GenAI，以提升產品資訊、客戶支援以及顧客體驗，為業務注入強勁動能。

沉浸式全通路體驗，創造消費者黏著度

Retail Minded《2025: what to expect in retail industry》⁷ 報告指出，AR 等沉浸式技術讓消費者仿若身臨實體店中，帶來更真實的互動體驗，並形成一種「無法離開」的黏著效果，推動消費者的長期忠誠度。

趨勢一

持續整合線上線下通路，打造無縫且一致的體驗



7

當代消費者偏好在實體門市與數位通路隨心所欲的切換、體驗無縫的購物旅程。例如，在門市試用產品、在品牌電商下單，甚至透過手機 APP 申請退貨，享受便捷且一致的服務體驗。

根據全球知名顧問公司 PwC 的《Tech fuels retail growth in 2024: Five trends》³ 報告，消費者在購物時往往會先到實體商店體驗商品，或向朋友詢問意見。接下來，會透過搜尋引擎、品牌網站、社群媒體等數位通路進一步了解產品，並利用手機或電腦比價，最後根據需求選擇在實體店或線上平台購買。

隨著消費行為的轉變，零售業者能否將虛實通路無縫結合，為消費者提供一致的會員資格和優惠，實現跨平台的購物體驗，將直接影響消費者的購買意願和品牌忠誠度。

In-store habits dominate omnichannel mix

Product discovery



Note: Top 5 choices from a list of 10 options

Source: PwC Holiday Outlook 2023

Q: Which of the following activities will you use these technologies for this holiday season? (Select all that apply.)

Base: 4,011

資料來源: [《Retail technology trends fueling growth in 2024: PwC》](#)

趨勢二

以數據驅動的個性化服務，提升會員忠誠度與貢獻度



8

僅僅提供一致的虛實通路體驗已經不足以滿足現代消費者的期待。零售業者需要更進一步，利用數據驅動的個人化服務，才能真正提升會員忠誠度，強化品牌信任，並增進消費者的貢獻度。

Deloitte 在《2024 retail industry outlook》⁴ 報告中指出，大規模個人化服務能顯著提高顧客忠誠度，而忠誠度的提升則能帶來高達 30% 的消費貢獻增長。PwC 報告³ 則發現，年輕的 Z 世代對忠誠度計畫反應尤為積極，顯示品牌若能精準觸及這一代消費者，有望更深層地建立品牌連結。

為發揮忠誠度計畫的最大效益，零售業者不僅要提供整合線上線下通路的無縫服務，更要充分運用數據分析洞察消費者需求，精準提供其所需要的優惠服務。

Gen Z is staunchly loyal after committing to a brand

■ All consumers ■ Gen Z consumers

Loyalty program member



Associated credit card



Browse at brand



Buy from brand



Source: PwC Holiday Outlook 2023

Q: Are you a member of the loyalty program of a brand?

Base: 4,011; Gen Z: 1,002

Q: Do you also have one of the brands credit cards?

Base: 2,286; Gen Z: 501

Q: Does owning this credit card determine where you start to browse or shop for products & services?

Base: 1,217; Gen Z: 226

資料來源: [《Retail technology trends fueling growth in 2024: PwC》](#)

趨勢三

以綠色產品滿足消費者對永續的渴望



極端氣候加劇引發全球永續消費意識高漲：消費者在購買商品時，不僅僅關注品牌、功能和價格，還更加注重產品和服務在道德與永續上的表現。

消費者對永續的重視

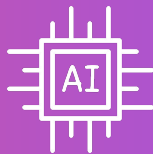
正如 Retail Minded《2025: what to expect in retail industry》⁷一文所言，隨著環保意識提升，消費者越來越期待品牌能採取負責任的行動，例如，選用可回收材料以減少碳足跡、選擇重視勞工權益的供應商合作，以及透明化綠色供應鏈來建立信任。Dentsu 報告⁵也呼籲零售業者展示其在道德與永續方面的投入，以贏得消費者的信任與忠誠。

永續發展的經濟價值

推動永續發展不僅是一種道德選擇，更是一項具有經濟價值的策略。這與麥肯錫《Profits with purpose: How organizing for sustainability can benefit the bottom line》⁸公告的數據一致：在 ESG 方面表現優異的企業，其營收和獲利常年優於市場平均，證明了永續策略不僅是一筆「短期投資」，更能帶來「長期利益」的有效途徑。

趨勢四

以生成式人工智慧，全面提升營運效率

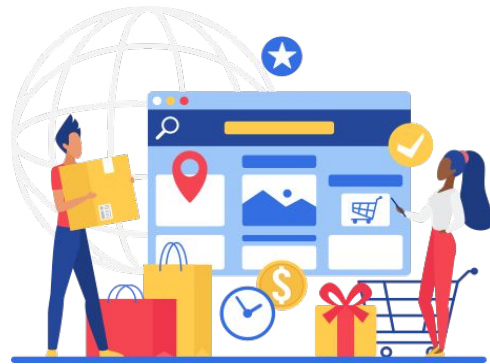


10

人工智慧與生成式 AI 的快速崛起，正改變零售電商的運作方式，如重新定義顧客互動關係，提升營運效率，以及強化供應鏈韌性等，是加速創新轉型的關鍵引擎。

IDC 預測⁶，2027 年，超過一半的亞洲 500 大零售商將運用 AI 技術進行上下文廣告定位，以零方和第一方數據創造新的營收來源，同時，25% 亞洲 2000 大零售業者將利用增強式影像辨識技術，優化自助結帳流程、加速顧客服務。到了 2028 年底，50% 亞洲 2000 大零售商將採用 AI 優化情境互動，藉此提升客戶參與度，增加 40% 即時互動，並提高 15% 整體轉換率。

對於那些積極推動創新轉型的零售業者來說，AI 不僅是提升員工生產力和創新力的利器，更是重新定義競爭格局的關鍵。建議從小型 AI 專案入手，解決具體營運挑戰，再逐步擴大應用範疇，AI 將幫助零售電商在這場變革中搶得先機，引領行業未來。



趨勢五

沉浸式全通路體驗，創造消費者黏著度



11

透過數位科技打造全通路沉浸式服務體驗，不僅能激發消費者的購買慾望，增強品牌忠誠度，還能有效促成正向的消費循環。

透過 AR、VR 或 XR 技術加持，消費者無需出門便能享受如同店內的購物體驗，例如在線上試穿衣服、模擬家具在家中的擺放效果，甚至預覽家電的擺設方式，這種身臨其境的購物體驗大大提升了顧客的滿意度，有效降低退貨率。

Deloitte 在《2024 retail industry outlook》⁴ 中指出，實體門市仍是最受消費者喜愛的互動通路，不論是透過智慧裝置提升實體店的互動體驗，還是在虛擬通路中提供如同店內購物的場景，都能增強消費者的購買意願，為品牌創造穩定的客群和銷售循環。

為了靈活地串聯虛實通路，並提供創新的沉浸式體驗，零售電商業者需要現代化的資訊系統架構，以便迅速回應市場變化，搶佔消費者心智。





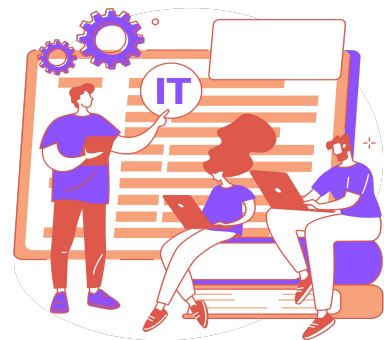
Google Cloud 驅動零售電商產業 持續成長

GKE 破解全通路挑戰，助力品牌打造一致且沉浸式客戶體驗

因應消費者行為改變，打造一個可以彈性整合線上與線下通路的全通路平台，並提供一致、沉浸式服務體驗尤其重要，為實踐這個目標，Google Kubernetes Engine(GKE) 將發揮關鍵功能。

GKE 是一款功能強大、易於使用的託管式 Kubernetes 平台，透過 GKE 的完全託管、自動擴展、高可用性以及跟 Google Cloud Platform 緊密整合等優勢，零售電商可以彈性、靈活、安全、穩定的維運各種容器化應用程式。

- **完全託管**：由 Google 負責管理節點、網路與存儲系統等 Kubernetes 叢集基礎設施，讓零售電商開發者可以專注於應用程式開發
- **快速部署**：GKE 提供直覺化使用介面跟命令列工具，可以快速創建與配置 Kubernetes 叢集
- **自動擴展**：GKE 可以因應應用程式負載自動調整叢集大小以確保應用程式有足夠資源使用
- **高度可用**：可將 GKE 叢集分布在多個可用區，提升應用程式的可用性
- **安全性**：GKE 提供身份驗證、授權、加密和網路安全等多層次安全防護機制，有助於提升應用程式安全性
- **強大生態體系**：GKE 可與 Google Cloud Platform 上的其他服務緊密整合，如 Google Storage、Google SQL 等，可以極大化 Google Cloud 綜效





台灣與東南亞領先電商平台

目的

利用雲端基礎設施提供有趣且無縫的線上購物體驗

- GKE 的預先配置功能極大地簡化了蝦皮台灣 IT 團隊的維護工作
- GKE 和 Cloud SQL 讓工程師團隊能夠處理比以往多 10 倍的維護工作量
- 利用 BigQuery 縮短資料查詢時間，並在 5 分鐘內辨識應用程式內的錯誤
- 使用 Cloud CDN 將應用程式的回應時間縮短在 5 秒內

成效

可以快速處理
激增 30 倍的應用程式流量



全球知名零售品牌

目的

透過雲端轉型，提升廣告投放成效與線上購物體驗

- 透過 AutoML 進行精準行銷，廣告投資報酬率拉升 2.64 倍
- 透過本地資料中心將系統速度拉升 6 倍以上
- 以更具成本的雲端基礎設施解省 40% 的營運成本
- 透過易於擴展的運算資源解決高流量造成的停機問題

成效

降低 40%
線上廣告的行動成本



日本最大網購市集

目的

以 Google Cloud 運行微服務，支援手機支付服務

- 以 GKE 建立微服務架構且不用聘僱基礎設施維運工程師
- 微服務架構能夠更快地開發新功能，例如新的搜尋功能只花了一個月的時間就開發完成
- GKE 優勢包含，具備負載平衡服務的優越性、預留計算容量以應付高峰需求的能力

成效

透過 GKE 建立的微服務架構，
在 1 個月內成功開發搜尋服務

Apigee 快速連結第三方服務，助品牌高效打造全通路生態系

考量時間與成本效益，零售電商不可能從無到有自建全通路平台與各項服務，需要透過 API 串聯第三方夥伴服務。同時，透過 Google Apigee 得以優化 API 分析與管理工作。

Apigee 是 Google Cloud 提供的全方位 API 管理平台，可以幫助企業設計、開發、部署、管理與監控 API。對零售電商來說，Apigee 有助於其打造、完善全通路生態圈系統，如串聯物流 API、支付 API、推薦引擎 API、會員系統 API 等，更好回應市場需求。

- **提高開發效率**：Apigee 提供完整的開發工具與模板，可以加速 API 開發與佈署腳步，減少工作負擔
- **支援多雲環境**：Apigee 可支援公有雲、混合雲與多雲三個版本，因此，企業亦可以按需彈性且靈活的整合 API，極大化 API 應用與管理成效
- **改善 API 性能**：Apigee 可以優化 API 效能、提高 API、應用服務的回應速度，藉此提升用戶體驗
- **提升 API 可用性**：透過 Apigee 的故障轉移與負載平衡等功能，可以提升 API 的可用性
- **精準分析 API**：Apigee 提供詳盡的 API 監控與分析數據，幫助企業了解使用行為與 API 效能，優化相應決策
- **擴大服務生態體系**：企業可以用 API 建構與逐步完善生態體系，發揮共好與共創的效益





日本食品與飲料製造銷售商

目的

透過 Apigee 驅動的高效能
API 優先策略擴大全球影響力

- 集團全球業務成長，各部門需要無縫且即時地協作，轉變為 API 優先組織
- 新員工身份和訪問管理 (IAM)，可以在第一天就設置好，取代過去需要多天的繁瑣流程
- Apigee 支持集團採用物聯網 (IoT) 技術，包含自動啤酒服務器到智能釀酒廠，以及全球分銷夥伴的智能物流

成效

負責處理公司 70%
以上的數據整合工作



日本美容製造與銷售商

目的

利用 API 簡化物流供應鏈，
並透過 Apigee 改善客戶體驗

- 旗下有眾多品牌 B2B 和 B2C 網站，使用 Apigee 將電子商務和 ERP 系統與供應鏈控制系統整合
- 使用 Apigee 建立可重複使用的 API，可以在 4 週內完成 10 個合作夥伴的介面整合
- 使用 Apigee 為客戶提供即時回饋，可以主動通知客戶短缺或延遲資訊

成效

開發時間縮短 90%
從 40 周縮短成 4 周



法國美容製造與銷售商

目的

利用 API 打造整合虛實通路
開放、可擴充的美容服務

- 採用 API 優先策略，與銷售和行銷合作夥伴共享資源，例如提供虛擬試妝服務，創造新的營利模式
- API 能整合 SAP ERP，有助於管理財務、物流、訂單和供應鏈
- 利用 Apigee 平台管理 API 訪問、安全性、隱私和合規性問題，並整合分析、費率設定和利潤分享等功能

成效

從 API 加速創新轉變成
API 即產品，實現數據變現

精準數據驅動個人化, BigQuery 助品牌提升顧客忠誠度與營收

個人化體驗不僅可以吸引消費者青睞、提升品牌忠誠度, 更是創造營收的關鍵。為精準提供個人化服務體驗, 數據分析至關重要, 而這也是 Google Cloud BigQuery 深受零售電商喜愛的原因。

Google Cloud BigQuery 是一款功能強大且易於使用的無伺服器數據倉庫服務, 透過 BigQuery 的高性能、彈性擴展、成本效益、易用性和安全性等優勢, 無論是數據分析師、數據科學家還是開發人員都可以透過 BigQuery 享受事半功倍的成效。

- **無伺服器架構** : BigQuery 是無伺服器架構, 因此, 不用費心管理底層的基礎設施, 只要專注於數據分析本身, 使用者只需按量支付運算資源與儲存空間費用, 無須預支高額硬體費用
- **高性能** : BigQuery 採用了 Google 自行研發的 Dremel 查詢引擎, 可以近乎即時的查詢與處理 PB 級數據, 大幅提升數據分析效率
- **彈性擴展** : 隨著數據量的增長, BigQuery 會自動擴展運算資源, 維持一致的查詢品質
- **支援 SQL 標準** : BigQuery 兼容標準 SQL 語言, 使用者不用花費時間學習新的查詢語言
- **支援多種人工智慧技術** : 不僅支援地理空間數據的儲存與分析、Gemini 等人工智慧技術, 還可與 Google Cloud Machine Learning 緊密整合, 進行 ML 模型訓練與預測。
- **安全性** : 透過數據加密與群線控制等方式提升安全防護能力





台灣知名電商平台

目的

運用 BigQuery 支持
數據驅動的商業決策

- 原先使用自建系統處理資料，但要跑出某品牌的數據需要四到五小時
- 藉由 BigQuery 強大資料分析能力，能在員工每天上班前分析好前一天的商業數據
- 行銷團隊可以根據資料識別出沉睡用戶，並向其發放折價券，對於零售業最在意的顧客留存率有明顯幫助

成效

提升顧客留存率並
協助供應商改善銷售成果



英國時尚奢侈品品牌

目的

利用 BigQuery 建立庫存、
客戶、產品的單一視圖

- 線上和實體商店、訂單管理系統和倉庫系統數據分散，難以管理
- 使用 Cloud Functions 將數據從多個系統合併到 BigQuery 中，以 BigQuery 建立集中式數據倉庫
- 結合 Looker Studio 儀表板，追蹤訂單從下單到配送的狀態，加快配送速度

成效

BigQuery 實現庫存可見性促
進線上銷售額成長 25%



台灣新零售方案供應商

目的

幫助品牌有效地規劃
會員經營和行銷活動

- 協助品牌分析大量使用者網站點擊、廣告停留時間等資料
- 借助 BigQuery 分析能力，開發出若干機器學習演算法，更精準地為客戶提供「用戶分析」
- 基於 BigQuery 內置的機器學習，為品牌客戶提供 CRM，找出活躍會員和潛在消費會員

成效

使用 BigQuery 處理使用者
資料，成本比過去低 10 倍

智慧搜尋與推薦: Vertex AI 助品牌提升轉換率與營收成長

強大的搜尋與推薦功能不僅可減少購物摩擦、強化電商平台的 SEO 效果, 還可以提高用戶體驗, 帶動轉換率, 進而優化零售電商營收獲利。這也是 Vertex AI Search 與 Recommendations from Vertex AI Search 會如此受到零售業者關注的原因。

Vertex AI Search 與 Recommendations from Vertex AI Search 是專為零售業設計、有助於提升搜尋、瀏覽與推薦體驗的服務, 讓零售電商可以更精準的個人化購物體驗提升客戶滿意度與轉換率。

- **精準搜尋**: 支援使用者以語音或者是圖片搜尋感興趣的 產品, 其次, 還可藉由語意搜尋服務了解使用者意圖, 從 產品目錄找出最相關的 產品
- **個人化推薦**: 零售電商可以根據使用者的購買歷史與瀏覽紀錄等行為推薦商品, 根據產品屬性與用戶屬性匹配與推薦相似或互補 產品、或者是混合前述的行為與內容資訊進行相關推薦
- **彈性擴展**: 可以根據使用量自動調整資源, 確保系統的穩定性
- **易於使用**: 直觀且友善的使用介面有利於使用者快速上手、加速開發 腳步





全球知名電子商務平台供應商

目的

利用 Google Cloud AI 解決
電商平台客戶放棄搜尋的挑戰

- 利用 Google Cloud Retail Search 提供進階查詢服務
- 以 AI 驅動的瀏覽功能提供客戶最佳產品訂購模式
- 以 AI 驅動的個人化功能確認購物者的品味與偏好
- 以 Google Cloud Recommendations AI 提供大規模的個人化推薦服務

成效

BigQuery 實現庫存可見性促
進線上銷售額成長 25%



瑞典居家用品品牌

目的

以 AI 做到個人化產品推薦
以提升營運獲利

- 利用 Recommendations AI 提供「為您推薦」、「經常一起購買」和「您可能喜歡的其他產品」以提升轉換率、點擊率和營收目標
- 自訂規則來確保 AI 只推薦有庫存的產品。當產品缺貨時，會推薦類似的替代產品

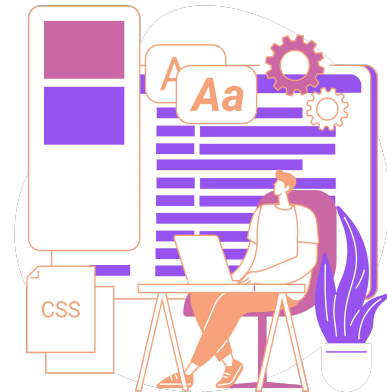
成效

產品推薦再提升 30% 點擊率，
全球訂單價值提升 2%

生成式 AI：驅動全通路體驗與行銷創新，提升營運效率與員工生產力

生成式 AI 正在改變零售電商與客戶的互動方式，營運績效，進而挹注營收獲利，為加速零售電商以生成式 AI 創新轉型的腳步，Google 除推出生成式 AI 服務，更進一步提供「零售業生成式 AI 指南」，從 4 個方向協助零售電商以高度個人化內容推薦優化消費旅程，以及透過洞察消費者行為提升客服人員的服務能量。

- **推動數位成長與個人化體驗**：根據麥肯錫的《The world of 'ands': Consumers set the tone》⁹ 報告，75% 消費者期待無縫的全通路體驗，亦即，客戶需要一個了解其需求並可引導其作出正確選擇的消費旅程，而這正是生成式 AI 驅動的推薦引擎可以做到的事情。
- **強化行銷與客戶拓展**：零售電商不僅能透過生成式 AI 自動化廣告競價與預算分配流程以提升預測精準度，還可透過生成式 AI 建立動態內容與廣告，以大規模的方式生成個人化內容，吸引消費者目光之餘，還可確保品牌一致性。
- **提升營運可持續性與效率**：透過生成式 AI，零售電商業者不僅能簡化文件搜尋等工作、高效解決客戶問題、減少維運負載與技術債負擔，還可以進一步提升程式開發效率等。
- **提升員工與商店的生產力**：透過識別與自動化處理勞力密集工作，將員工從繁瑣工作釋放出來專注回答、處理更有價值的事物，如在第一時間協助店員識別商品位置，讓員工可以快速回覆客戶問題與提供服務。





台灣知名電商平台

目的

利用 Gemini 防止交易轉向外部平台，降低詐欺事件

- 以 Gemini 分析電商平台買賣雙方的對話內容，只要發現有洩露個人聯繫方式、討論平台外交易等跡象，就會標記為潛在的平台外交易行為
- 模型一旦識別出可疑的平台外交易跡象，會立即向風險管理團隊發出警報，進而採取相應措施，如阻止交易、提醒用戶

成效

提升平台用戶的使用者體驗，在有限人力下達到最大效益



美國連鎖女性成衣品牌

目的

透過 AI 提供更個人化線上購物體驗

- 在官網和應用程式上，提供如實體店員顧客服務的生成式 AI 聊天機器人，能夠提供個人化的產品推薦和實用的建議
- 利用 Vertex AI Search for retail 技術，讓搜尋欄位更符合顧客搜尋需求。例如，只需將圖片上傳到網站的搜尋欄位，即可找到特定的產品
- 利用 AI 來優化供應鏈，確保產品在正確的時間和地點供應

成效

創造更直觀、順暢和友善的購物體驗

iKala Cloud

您的數位轉型 最佳夥伴

iKala Cloud 深耕雲端與 AI 技術領域多年，成功協助企業客戶打造現代化雲端 IT 架構、數位轉型及 AI 人工智慧解決方案，提升企業營運效率，打造數據化商業模式，建立長期競爭優勢。我們提供以客戶為中心的一站式服務，服務逾 1,000 家企業客戶，橫跨遊戲、媒體、零售與電商、製造、金融等產業，範圍遍佈台灣、香港及日本。

iKala Cloud 的團隊由 50+ 位雲端服務專家、資料科學家組成，獲得 60+ 張基礎架構、資料分析、機器學習、行銷分析等專業雲端技術證照，並具備第一手產品開發及轉型上雲的實戰經驗。優質服務與技術能力深受肯定，能提供您紮實的客製化技術服務。

聯絡我們

網站: <https://ikala.cloud/>

電話: +886 2 8768 1110

Email: cloud@ikala.ai



1. [Global: e-commerce revenue by segment 2019-2029 | Statista](#)
2. [CIO Agenda 2025 | Gartner](#)
3. [Retail technology trends fueling growth in 2024: PwC](#)
4. [2024 Retail Industry Outlook | Deloitte US](#)
5. [The Future of Retail: Driving Growth & Unpacking Consumer Trends in the Retail Industry for 2025](#)
6. [IDC: 85% of Asia's Top Retailers to Explore GenAI to Improve Product Data, Customer Support, and CX](#)
7. [2025: what to expect in retail industry](#)
8. [Profits with purpose: How organizing for sustainability can benefit the bottom line](#)
9. [The world of 'ands': Consumers set the tone](#)