

批發零售產業

一、投資台灣批發零售業十大理由

- (一) 2012 年批發零售業年營業額達到 4,608 (億) 美元，亦蟬聯外資在台投資產業第二名。
- (二) 台灣零售業態發展靈活多元化，累積豐富經驗，如超商密度居世界之冠。
- (三) 台灣百貨購物公司密度居世界之冠。
- (四) 台灣倉儲量販密度則居亞洲之冠。
- (五) 批發零售列為 EFCA 早收清單，台灣可做為外資進入中國大陸市場的門戶與跳板。
- (六) 台灣零售經營模式領先各國，是新興市場的標竿。
- (七) 台灣連鎖管理能力具十足競爭力，已具管理 5,000 家之能力。
- (八) 大陸十二五計畫，其國內批發零售市場達 7 萬億人民幣，對台商頗具商機。
- (九) 台灣零售業已進入大陸市場，且取得不錯之佳績。
- (十) 外商結合台灣批發零售業進軍大陸，大幅提升成功機率。

二、台灣重要廠商介紹

台灣批發零售業的 GDP 占比約為 18.81%，是台灣服務業中最大次產業。2012 年零售業全年商業營業額為 1,271 億美元，批發業年營業額 3,337 億美元。

2012 年 11 月，我國批發零售家數共有 638,577 家。根據中小企業處統計，2010 年台灣批發零售業者中小企業比例高達 97.53%，從業人口 174.7 萬人。根據主計處統計，我國批發零售行業 2011 年平均月薪 1,428 美元，年增率為 2.09%。

從外資在台投資金額看，2012 年外資對台灣批發零售投資金額為 10.18 億美元，較 2011 年投資額成長 35.89%，高居外資投資產業排行榜的第二名，僅次於金融及保險業。

台灣有甚多優質的批發零售廠商，重要廠商如統一超商、新光三越、家樂福、全聯、全家便利商店、太平洋崇光、好市多、大潤發、遠東百貨、遠百企業、萊爾富、特力屋、萊萊超商、微風廣場、漢神百貨等。而平均利潤率高於整體平均值，營收最高的前十五大廠商如表 1 所示。2011 年營收純益率超過 10% 的為遠東百貨，超過 5% 的有統一、新光三越、太平洋崇光與漢神百貨。營收前 10 大廠商中，除家樂福外，其餘 9 家成長率高於 9%，是正顯示台灣批發零售廠商所具備的成長潛力。

表 1 台灣批發零售重要廠商名單

排名	公司名稱	註	服務業 營收淨 額(排名)	營收淨額 (單位:百萬 元)	營收成長 率 %	稅前純益 (單位:百萬 元)	純益率 (單位:%)	員工人數 (單位:人)
1	統一超商	SN	8	114,664	12.68	6,629	5.78	7,500
2	新光三越百貨	N	12	73,469	12.09	5,127	6.98	4,372
3	家樂福	NF	17	62,100	0.16	N.A.	-	5,452
4	全聯實業	N	20	57,000	14.00	N.A.	-	7,000
5	全家便利商店	CN	27	42,954	9.57	1,163	2.71	1,872
6	太平洋崇光 百貨	N	28	38,574	9.02	2,630	6.82	1,815
7	好市多	NF	34	32,000	18.52	N.A.	-	3,200
8	大潤發流通 事業	NF	37	31,400	26.02	N.A.	-	4400
9	遠東百貨	SN	47	24,603	10.81	2,767	11.25	1,394
10	遠百企業	N	69	18,981	7.98	46	0.24	3,319
11	萊爾富國際	N	73	17,803	1.65	N.A.	-	2,381
12	特力屋	N	84	15,041	60.68	579	3.85	3,313
13	來來超商	N	130	10,154	-0.34	N.A.	-	643
14	微風廣場實業	N	147	9,000	11.11	345	3.84	369
15	漢神名店百貨	N	161	8,157	3.25	463	5.67	276

資料來源：中華徵信所

三、大陸批發零售市場大幅成長

2011 年大陸零售市場達 18 兆人民幣，成長率達 17%。過去五年成長率達 15% 以上。過去五年平均成長率以汽車、珠寶與房地產成長率均達 30% 以上最高。家電成長率達 20%，電信器材 16%。十二五計畫規劃，批發零售住宿餐飲業增加值超過 7 萬億人民幣，年均實際增長 11%。限額以上連鎖零售企業商品銷售額占社會消費品零售總額的 20% 左右，統配送率在 70% 左右，電子商務交易額年均增長 30% 以上。

表 2 大陸十二五計畫內貿指標

總體規模指標				
指標	2010 年	2015 年	年均增長	屬性
社會消費品銷售額 (萬億人民幣)	15.7	32	15%	預期性
生產資料銷售總額 (萬億人民幣)	36.1	76	16%	預期性
批發零售住宿餐飲業 增加值 (萬億人民幣)	4.4	(7)	(11%)	預期性
國內貿易就業人數 (億人)	1.03	1.3	[2730]	預期性
其中：國內貿易城鎮 就業人數 (億人)	0.74	1	[2560]	預期性
限額以上連鎖零售企 業銷售額占社會消費 品零售總額比重 (%)	17.4	20		預期性
電子商務交易額 (萬億人民幣)	4.5	18	>30%	預期性

- 註： 1. [] 內為五年累計數，() 內為以規劃基期價格計算的不變價格、數值或年均實際增長
2. 《中華人民共和國國民經濟和社會發展第十二個五年規劃綱要》提出“十二五”期間國內生產總值年均實增長 7% 的發展目標。

四、台灣批發零售廠商具創新與連鎖管理能力，布局新興市場能力佳

台灣批發零售廠商亦是少數以自有品牌行銷新興市場的重要產業之一。台灣批發零售業在經營模式、連鎖管理、行銷策略和服務方面具有相當優勢，近年來在政府積極輔導與產業界在提升經營模式之創新下，批發零售業在經營管理實力不斷精進，且各廠商在新興市場及行銷均有相當豐富的經驗，因此我國批發零售業具有優良的發展前景。

在連鎖加盟方面，至 2012 年 4 月統一超商在國內有 4,811 家，全家便利商店有 2,814 家，排名第三的萊爾富也有 1,293 家，第四名的 OK 便利商店為 880 家。在超市部分，全聯為國內最近積極展店的廠商，2012 年 4 月有 617 家，排名第二的頂好超市也有 269 家。量販店則以家樂福的 60 家最多，其次為大潤發的 26 家，位居第三的愛買則有 19 家。顯現國內連鎖加盟管理能力已具成熟。

表 3 我國批發零售業連鎖加盟家數

廠商	2010 連鎖家數	2011 連鎖家數	2012/4 連鎖家數
統一超商	4,750	47,84	4,811
全家	2,588	2,801	2,814
萊爾富	1,247	1,285	1,293
OK	839	869	880
全聯	568	600	617
頂好超市	303	280	272
美聯社(三商)	205	250	269
家樂福	61	60	60
大潤發	26	26	26
愛買	17	18	19

資料來源：商研院整理

在台商海外布局方面，上海大潤發 2011 年營收已達 212 億人民幣，上海華碩電腦營收達 154 億人民幣，上海大潤發商業營收達 55 億人民幣，丹尼斯百貨達 53 億人民幣，東風汽車達 48 億人民幣，聯強達 26 億人民幣。此外，全家便利商店在華東已有 900 家連鎖店，統一超商也有 100 家店；因此台灣批發零售業不只深耕國內，並拓展事業版圖至大陸各地。

表 4 台商服務業百強批發零售業者

排名	公司名稱	集團母公司	產業類別	2011 年營收 (仟元人民幣)
1	上海大潤發	潤泰集團	家用電器、鹽、藥品、裝潢五金製品、工具、家庭用品等	26,210,800
2	華碩電腦(上海)	華碩集團	銷售筆記型電腦、電腦主機板	15,476,259
3	濟南人民大潤發商業	潤泰集團	超級市場零售業務	5,553,820
4	鄭州丹尼斯百貨	東裕國際集團	商業零售(包括代銷、寄售)	5,352,380
5	東風裕隆汽車銷售	裕隆集團	汽車銷售業	4,776,180
6	聯強國際貿易(中國)	聯華神通集團	IT 產品分銷與維修	2,558,717
7	佛山市三水健力寶貿易	統一集團	食品飲料批發零售	1,605,614
8	上海太平洋百貨	遠東集團	百貨買賣	1,559,154
9	大陸美食達人	開曼美食達人	85 度 C 咖啡連鎖經營	1,521,046
10	大陸百腦匯事業體	藍天電腦集團	經營百腦匯三 C 商場	1,324,997
11	上海統一星巴克咖啡	統一集團	星巴克咖啡連鎖經營	1,143,207
12	上海易統食品貿易	統一集團	商品批發業務	1,075,798
13	世平偉業國際貿易(上海)	大聯大集團	電子產品、電腦軟體批發	1,009,043
14	山東統一銀座商業	統一集團	量販超市經營	1,003,052
15	重慶遠東百貨	遠東集團	百貨買賣	862,510

16	重慶大都會廣場太平洋百貨	遠東集團	百貨買賣	704,218
17	成都商廈太平洋百貨	遠東集團	百貨買賣	616,495
18	重慶和凌雷克薩斯汽車銷售服務	和泰汽車集團	汽車及零配件銷售	534,970
19	唐山和凌雷克薩斯汽車銷售服務	和泰汽車集團	汽車銷售、維修	364,140
20	深圳市裕朋汽車銷售服務	裕隆集團	汽車修理保養業	344,120
21	成都全興大廈太平洋百貨	遠東集團	百貨買賣	343,191
22	特力(中國)商貿	特力	各類產品批發業務	301,356
23	上海崑崙台灣商城	三商企業	百貨零售	299,686
24	成都統一量販超市	統一集團	商品零售和批發經營	288,544
25	天津遠東百貨	遠東集團	百貨買賣	277,674

資料來源：大陸台商一千大

五、台灣批發零售業榮景可期

(一)台灣地區國人所得及消費力

2011年台灣國民生產毛額(GNP)為4,802億美元，經濟成長率達4%，平均每人國民生產毛額更由2010年的19,175美元，成長為20,713美元，首次突破2萬美元大關。行政院主計處最新統計，2011年台灣平均每人國民所得為17,602美元，平均每人民間消費支出達12,003美元。

根據2010年萬事達組織調查，台灣消費力增幅亞太第二，僅次於越南。萬事達也預期未來台灣年輕族群總體消費力將持續增加，預計2016年台灣菁英年輕族群市場規模將達288億美元，尤其年輕女性消費力深具潛力。而銀髮市場預計2015年將達191億美元。退休空巢族預計年消費力在2016年將達17,250萬美元，單身銀髮族則為14,200

萬美元。在消費品項上，年輕族群偏好休閒旅遊、飲食、娛樂、購物、汽車、與電子產品，而銀髮族主要消費依序為旅遊休閒、吃喝玩樂、購物、汽車電子用品及高檔醫護。

而隨著生活型態轉變，台灣「宅經濟」也有驚人潛力。根據 Visa 國際組織 2010 年發布的「電子商務消費者調查」，97% 的台灣人有網購習慣，平均每人一年網購金額約 4,000 美元，高居亞太之冠。

(二)陸客來台觀光擴大零售商機

2012 年國際人士來台的人數為 731 萬人，政府以 2015 年讓外人來台人次達到 1,000 萬人次為目標。其中以開放陸客來台觀光為主要增加之原因。2012 年全年大陸旅客來台人數達 258 萬，其中大陸觀光客達 201 萬，粗估為台灣服務業創造至少 40 億美元以上產值。

(三)隨著台灣經濟成長與多元消費習慣的轉變，新的商機不斷浮現，現階段對下列幾類外資來說是極佳的進入時機

1. 引入高端量販店

現在台灣消費者對付費會員制度接受度很高，而好市多(Costco)是國內量販通路中唯一採取收費會員制。好市多預計今年會員數應可達 150 萬人，是國內量販業中會員人數最多的業者，現階段布局搶攻高端量販店市場正是時機。

2. 引入有機健康大型店或連鎖超市

隨著台灣消費者越來越重視食品安全與健康，有機商店也如雨後春筍般的開立。目前台灣有許多加盟連鎖的綠色有機商店例如:聖德科

斯、綠色小鎮等，但是卻缺少標榜有機健康的大型超市，未來可藉由引進國外大型連鎖超市來補足此一商機缺口，例如全球生機大型店領導者美商 Whole Food Market。

3. 引入歐美系的高端超市

精緻高端超市的概念在台灣已成為不同於量販店的一種購物商機，而歐美許多規模龐大的高端超市業者都尚未進駐台灣，例如美商 Kroger 與德國 Rewe 集團等。

4. 增加不同類型的大型專門連鎖店

由於消費者越來越重視服務品質與一次購足，不同類型的大型專門連鎖店如電器、家具、文具、寵物、藥妝、遊戲、汽車零件等，都將會是台灣市場未來重要商機，例如電器商 Best Buy、家具賣場 HOME DEPOT、美國文具商 Staples 以及寵物用品連鎖 PetSmart。