

近來，國內多家
便利商店先後陸續
推出鮮食商品戰
與促銷折扣戰；
可想而知，
各大便利商店間
正進行著同業激烈
競爭的戲碼，
加上業者紛紛採取
商品創新與店質
改良的經營策略，
在在證明便利商店
產業已由
數量擴張
進入質變時期。

開拓全方位經營版圖 便利商店業之現況 與未來

許楓靈

隨著國民所得的提升與工商社會的發展，便利商店已經成為普羅大眾日常生活中不可或缺的一部份，並由商品與服務流通中介的角色，一躍成為一地都市化程度的指標與商圈發展的前哨。去(2002)年我國更以3,357人／店的便利商店密度，超過日本的3,421人／店成為全球便利商店密度第一的國家。由於近年日本便利商店的展店明顯趨緩，台灣便利商店密度未來可望穩居全球之冠。

開店密度的成長可能削減各單店獲利能力與來客數，為了擴大市場大餅而非繼續分食原有市場，便利商店業者已由過去擴張店數追求規模經濟的策略轉向服務範疇與品質的提升，並由以往專