

面對年底將解除
零售業不能在
中國獨資的禁令，
台灣知名零售企業
無不摩拳擦掌、
躍躍欲試，
尤其中國正從
「世界製造工廠」
轉型為「世界
消費市場」，
台商企業
欲在中國市場
立於不敗之地，
除要繼續維持
本身優勢之外，
政府當局更應致力
將台灣發展成為
研發、運籌、
金流控管、
資訊流通等中心，
才能創造
雙贏結果。

台灣零售業進軍中國 之現況與挑戰

陳雯雅

中國零售市場的興起

中國在加入WTO之後，依照對WTO的承諾，必須在2005年之前解除零售業不能獨資之禁令。而多年來，中國內銷市場一直是許多台商與外商一心嚮往、難捨難忘的夢想。根據中國國家統計局的資料，2002年中國市場的社會消費零售總額已達40,911億元，其中批發零售貿易業及餐飲業佔其國內生產總值的7.8%（表1），中國人均國內生產總值(GDP)更於2003年正式突破1,000美元大關（表2），顯示中國內需消費即將展開一個新局面。

面對中國零售市場的急速興起，在擴大中國市場版圖之際，台商如何掌握自身優勢才能與歐美企業相抗衡，將威脅轉為良機，實屬當務之急。本文將先探討中國零售市場之特徵與概況，再針對台商在中國發展零售業的現況與優勢提出說明，冀能對台灣零售業於國際化腳步上增加助力。

中國零售市場之發展與特徵

隨著中國社會主義下市場經濟的發展，使得零售業在中國的經濟發展中展現了現代化的通路新面貌，由表3整理可知在改革開