

- 新開店舖/淡水在地購物新選擇 明統百貨公司盛大開幕！
- 流通業國際化/多樣屋—橫跨三千公里的大長征
- 流通業國際化/「自然，就是美」的細養生成之道

<http://www.dnnt.com.tw>

DISTRIBUTION 全·方·位·流·通·專·業·媒·體  
NEWS

# 流通快訊

745 期  
2012年12月10日 出刊

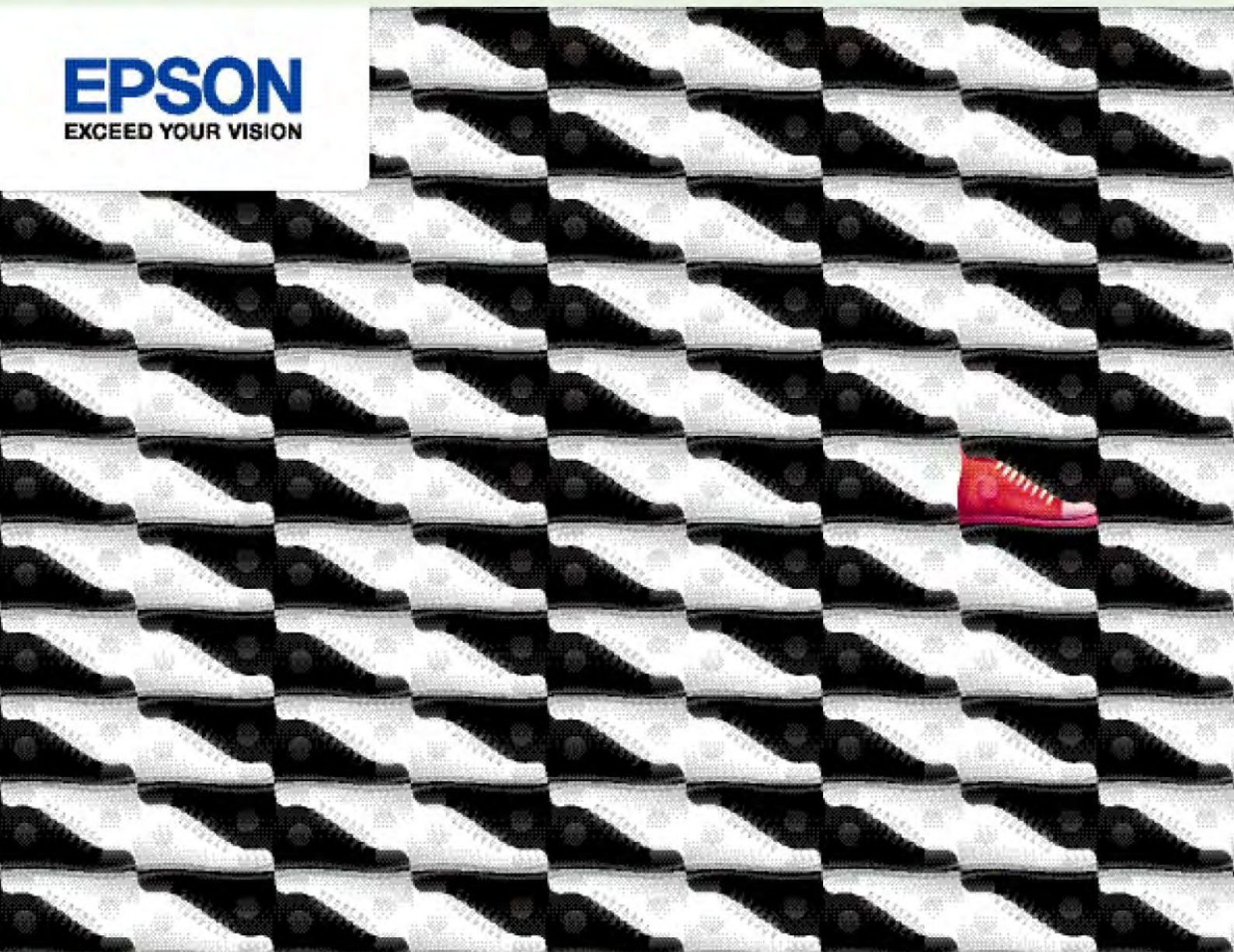
ISSN 1026163-0



9 771028 163008 69

售價：99元

**EPSON**  
EXCEED YOUR VISION



## 用彩色標籤 辨識就是快

Epson 專用彩色標籤印表機，讓尋找商品變得更簡單，購物分類更清楚，快速辨識最容易！



### TM-C3400

噴墨式彩色標籤機

- 高速彩色列印
- 防水抗光
- 體積小
- 高階耐用



### GP-C800

噴墨式連續標籤印表機

- 超高速列印
- 列印文件防水、防刮、抗光
- 連續列印無停頓





# 流通市場觀（七）

## 經濟寒冬， 零售業面臨的機會與挑戰

「什麼都有、什麼都賣、什麼都不奇怪」這一句經典廣告標語，點出網路消費趨勢的火熱。根據財團法人台灣網路資訊中心(TWNIC)的2012年「台灣寬頻網路使用調查」報告指出，至2012年5月為止，上網率達75.44%，而同期行動上網使用人數更較2011年同期成長1倍。而搭配電子商務的付款、物流、客服、安全等配套機制亦漸趨成熟下，促使網民網路購物意願的大幅提高。經濟部亦著手推動台灣為「全球華文電子商務營運中心」，將電子商務打造為台灣下一個兆元產業。

### 客制化、多樣、少量、快速反應為未來電子商務的新趨勢

根據統計，今年台灣的電子商務產值較去年成長17%、達到新台幣6,600億元，預計2015年可達成兆元產值之目標，相較於傳統銷售通路的低靡，電子商務的複合成長也衝擊業者銷售經營模式的改變。

中國最大及全球第二大(僅次於美國亞馬遜公司)的阿里巴巴集團董事局主席馬云表示，電子商務所代表的新商業模式已成長為獅子，將吃掉傳統商業模式生態系統。該集團認為電子商務即將從量變進到質變的過程，B2C只是過渡型商業模式，C2B才是未來商業模式的主流，以消費者驅動的時代，走「客製化」從大量訂製走向個性化訂製，其個性化需求、多樣、少量、快速反應，將是電子商務下一階段的主流模式。(精宏投顧/張曉倩)

### 全球經濟復甦緩慢台灣內需消費仍低靡

依據經濟部最新的統計來看，累計1-10月的批發、零售及餐飲業市場是呈現衰退的，整體衰退幅度為-0.8%，這將是近幾年除繼金融海嘯發生之隔年出現衰退外再度發生衰退的情況，顯示在全球經濟復甦仍緩慢下台灣的內需消費也受到了衝擊。若再把近幾年政府開放陸客來台觀光所帶來之消費、通膨問題及日益嚴動的少子化問題考慮進去，台灣內需消費市場的成长動

能似乎仍人看不到隧道的亮光。

批發、零售及餐飲業年增率

年 月		合 計	批發業	零售業	餐 飲 業
		單位：%			
97年		2.3	3.6	-1.0	1.8
98年		-3.2	-4.9	1.6	0.0
99年		9.6	10.8	6.6	7.1
100年		4.4	3.5	6.5	7.9
101年		-7.3	-10.2	-1.7	8.4
	1月	6.4	8.0	3.4	-1.4
	2月	-0.9	-2.8	3.7	7.4
	3月				
	4月	-2.4	-4.4	2.8	3.7
	5月	2.6	1.3	6.1	2.1
	6月	-1.1	-2.5	2.3	3.2
	7月	-1.0	-2.9	3.7	3.1
	8月	-1.2	-3.2	3.9	5.4
	9月	-1.5	-2.3	0.2	3.5
	10月	-0.7	-1.6	2.0	-2.0
本年累計較上年同期增減%		-0.8	-2.2	2.6	3.3

資料來源：經濟部統計處「批發、零售及餐飲業調查統計」。

### 每年兩位數複合成長之大陸內需市場

下表為經濟部統計主要國家截至第三季止之內需消費市場的情況，以此結果來看，相較於台灣、日本及南韓的內需市場低靡，美國及中國大陸的內需消費市場仍是具成長動能量的，其中又以中國大陸的內需消費市場成長最為可觀，今年1-9月仍以超過兩位數的14.2%成長，其消費金額為13.3兆人民幣，換算超過新台幣60兆元，此金額為台灣今年1-9月零售金額28,256億元的逾30倍，這也不難說明為何台商持續加碼在大陸市場之投資了。

統計項目	2011年1-9月		2012年1-9月	
	金額(億元)	年增率	金額(億元)	年增率
零售業營業額	27,525	7.0%	28,256	2.7%
綜合商品零售業	7,094	6.6%	7,542	6.3%
汽機車及其零配件用品業	3,869	17.7%	3,874	0.1%
食品、飲料及菸草製品零售業	3,029	3.6%	3,224	6.4%
資訊及家電設備零售業	2,704	6.2%	2,790	3.2%
主要國家零售業	2011年1-9月		2012年1-9月	
	統計數	年增率	統計數	年增率
美國	3.0 兆美元	8.5%	3.2 兆美元	5.3%
中國大陸	11.6 兆人民幣	17.0%	13.3 兆人民幣	14.2%
日本	99.0 兆日幣	-1.9%	101.9 兆日幣	2.9%
南韓①	124.8(指數)	5.2%	126.8(指數)	1.6%
新加坡①②	102.3(指數)	4.5%	106.1(指數)	3.7%



## 陸資+台企研發創新能力共享內需大餅

陸資企業著眼於設廠成本及技術門檻高等原因而參股台灣科技產業並不讓人覺得意外，而意外的是繼10月24日經濟部投審會核准陸資參股以作鳳梨酥聞名的維格餅家後，在不到一個月之時間內再度傳出中國食品業龍頭中糧集團有意參股台灣食品加工企業，中糧集團期望借重台灣食品業在生產研發及產品創新的優勢建立品牌，一同緊緊抓住龐大的大陸內需消費市場。以往動輒數十億的科技業參股資金，換到參股常年在高度競爭環境下經營的食品產業更是顯得小而美高貴而不貴了，而台資企業運用陸資參股趨勢藉機挑戰大陸市場將是一場雙方都互利的交易模式。

## 流通各股介紹



- 1.全國電 (6281)營業毛利率逾20%，今年1-10月累計營收亦較去年成長近兩成，前三季EPS為4.46元，整體經營績效明顯優於同業，為3C通路之獲利王。
- 2.今年同業營收在國內整體經濟環境不佳下未能有明顯成長，而全國電仍保有近兩成之成長表現，使其股價今年來相對強勢。
- 3.11月起為傳統促銷旺季、12月又逢資訊月所帶來之消費買氣，最後兩月之營收將不看淡，若能持續維持近兩成之營收成長，全年營收可望挑戰150億元，此舉也將有助其股價之高檔整理。

#### 更正743期第20頁

743期因印刷錯誤，在此更正

副標為: 資本密集度低的傳統產業及流通產業將成陸資來台交流首選

內文應為下:

以往陸資參股對象常為電子產業，而高資本密集度卻易成為參股過程中的障礙。因此，小而美的傳統產業及流通產業易成為未來參股的熱門對象。以目前國人最有感的兩岸交流-陸客來台為例，陸委會統計從97年7月開放陸客來台觀光至今年8月底來看，陸客來台人數已超過428萬人次，為台灣帶來約新台幣2167億的外匯收入。

再從去年6月底開放的陸客來台自由行來看，依據移民署所統計資料來看，今年1至10月陸客自由入境人數已突破13萬人，較去年自由行總數增加10萬人，成長近四倍之多。當然受惠最多為台灣的內需產業了，其中又以高達近九成陸客來台必經之地的台北最為受惠，台北周邊商圈、夜市、旅館、餐及伴手禮店等都可明顯感到陸客商機。

以伴手禮市場為例，今年「第七屆海峽兩岸臺北旅展」針對陸客來台觀光行為進行調查，發現60%受訪的陸客將鳳梨酥、太陽餅列為來台消費購買清單之一。顯示台灣企業所形塑的伴手禮文化以進入陸客心，在陸客來台趨勢未歇下伴手禮市場每年都以複合式的營收成長率向上挑戰。其中台北知名鳳梨酥店

(精宏投顧/簡士家)