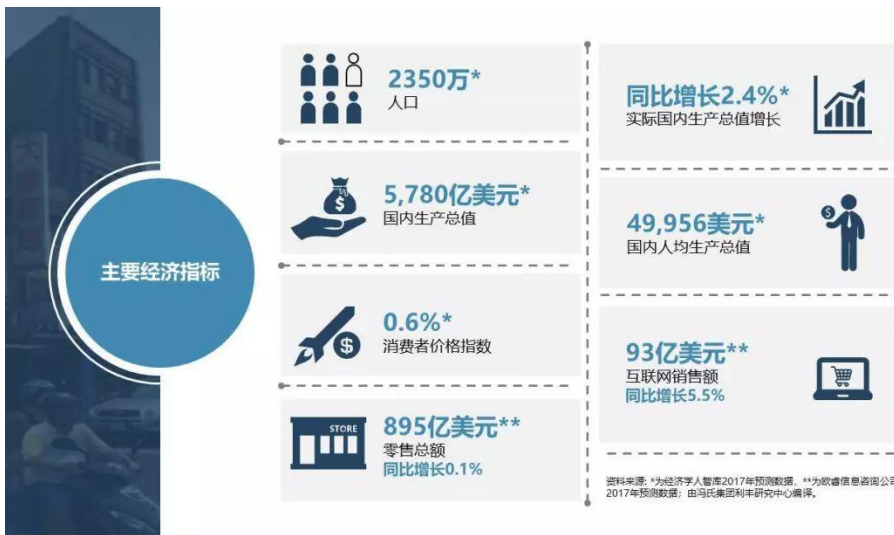


# 中国台湾零售趋势大解析

在我们深度分析台湾地区的零售环境和趋势之前，让我们来看一下台湾地区的主要经济指标（下图）：



资料来源: \*为经济学人智库 2017 年预测数据, \*\*为欧睿信息咨询公司 2017 年预测数据; 由馮氏集團利豐研究中心编译。

## 地区主要零售商

### 统一超商

2016 年销售额: 1,401 亿新台币 (约合 43 亿美元)

2016 年门店数量: 9,693

### 主要业务和品牌:

便利店: 7-11 台湾

百货公司: 统一时代百货

药妆店: 康是美

健身俱乐部: BEING spa 及 BEING sport 统一健身俱乐部

物流服务: 黑猫宅急便

家用必需品专门店: 乐清台湾

网上书店: 博客来

餐厅: 星巴克台湾

### 全联实业股份有限公司

2016 年销售额: 1,010 亿新台币 (约合 31 亿美元)

2016 年门店数量: 900

主要业务和品牌:

超市:全联福利中心, imart

### 远东百货

2016 年销售额: 435 亿新台币 (约合 13 亿美金)

2016 年门店: 53

主要业务和品牌:

百货公司: 远东百货, 太平洋崇光百货, 远企购物中心

大型购物中心: 板桥大远百, 台中大远百, 远东巨城购物中心

大型超级市场: 爱买

超级市场: City' super 台湾

## 各领域主要零售商

### 互联网零售

雅虎、PC Home Online、富邦集团、统一超商、苹果公司

### 服装鞋类

优衣库台湾有限公司、必尔斯蓝基 (BRS Nike Taiwan) 有限公司、台湾威富品牌有限公司、阿迪达斯台湾有限公司、老牛皮国际股份有限公司

### 美容及个人护理

资生堂有限公司, 欧莱雅集团, 宝洁公司, 雅诗兰黛公司, 花王公司

### 消费类电子产品

三星电子台湾有限公司、华硕、苹果公司、索尼台湾有限公司、宏达国际电子股份有限公司

### 餐饮

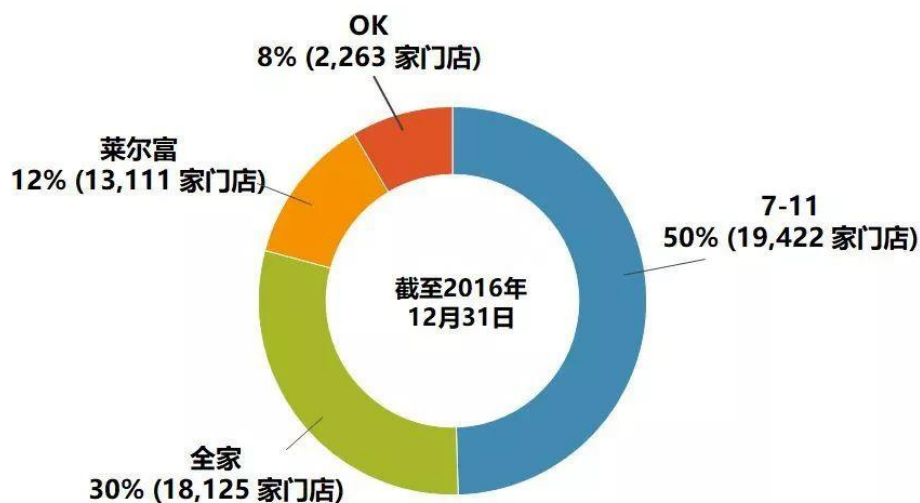
王品集团、贵族世家集团、瓦城泰统集团、鼎泰丰、三皇三家国际事业股份有限公司

### 市场份额

台湾地区三种主要商店形态的营业额及增长率（截至 2016 年 12 月 31 日）



资料来源：2016 年 7-11 年报，利丰研究中心整理



资料来源：2016 年 7-11 年报，利丰研究中心整理

### 主要零售区域

台北：信义区、西门町、松山区、士林区、大安区



图片来源：利丰研究中心

## 主要趋势

### 1. 消费者信心随着最低工资的上调而增强



图片来源：利丰研究中心

2018年1月1日起，台湾地区的每月最低工资从以往的21,009新台币增加至22,000新台币，增长幅度为4.7%；公共部门职员的工资则上调3%。随着台湾地区上调最低工资标准，台湾地区居民也很有可能增加自己的消费。

餐饮行业受工资上调和消费者信心增强的影响最明显。随着台湾单人住户的趋势愈发明显，当地尤其是居住在台北的年轻人群更喜欢外出就餐，不仅仅是为了图个方便，更是因为外出就餐的选择更为多样。台湾地区餐厅的数量正按照每年3%-6%的速度增长，目前已经超过12万家。2017年，台湾地区的餐饮行业的总营收达到了4,523亿新台币，也刷新了2016年4,394亿新台币的最高记录。

## 2. 消费者需要更方便、更多样性的消费选择



图片来源：利丰研究中心

为了满足这种需求，当地的杂货店不断扩大自己的零售网络，同时翻修店面增强消费者的购物体验。比如台湾地区主要的连锁超市全联福利中心（PX Mart）以及生活精品百货公司宝雅生活馆（Poya）都在整个台湾地区拓展自己的门店数量，并且为市区和郊区的居民提供更方便和更舒适的购物体验。

除了拓展门店网络，全联福利中心还新增设了不同的门店模式，包括更为小型的邻家小店，标准的连锁店，以及旗舰店，为消费者提供更多样性的消费选择。

### 3. 消费者需要更方便、更多样性的消费选择



图片来源: Cheers.com.tw

数字科技正逐渐影响零售市场的发展及消费者的消费习惯。因此越来越多的传统零售商也致力为门店引入新科技以提升消费者的购物体验。

例如台湾地区的 7-11 就在 2017 年 1 月推出了自己的第一家无人便利店“X-Store”，作为台湾地区的第一家无人便利店，X-Store 引入了很多高科技，包括在入口处应用“刷脸进店”和“刷脸支付”的人脸识别系统，自助收款机，电子标签以及迎宾机器人和扫地机器人。



图片来源: CNA

另外一家主要的便利店零售商全家也在今年4月在台北开设了概念店，利用数字科技增进体验。

为了让自身转型成为新一代连锁便利店，这家概念店引入了众多数字科技，其中服务型机器人可以帮助引导顾客选购特价产品以及介绍店内活动，入口处的3D相机可以计算店内的访客数，电子标签可以跟收款机相互配合完成对于库存信息的整理，另外物联网，大数据，人工智能，射频识别，虚拟现实界面，交互式触屏，以及区块链等技术也被应用在其中，这样有助减少订货，收货和货物上架方面的人力成本，提高了整体的运营效率。



图片来源：利丰研究中心

台北京站时尚广场(Qsquare)推出了一款人形服务机器人 Pepper。这台服务型机器人由日本软银研发，并由富士康旗下的沛博科技分销。Pepper 可以执行多种客服功能，续航率达 12 小时。除了向进店顾客打招呼外，Pepper 还可以引导顾客去到指定的位置，同时可以推荐每天的促销产品和店内活动。当然，Pepper 还能透过与顾客跳舞、玩游戏、自拍等方式来哄顾客开心。

除了 Qsquare 外，法国连锁大型超市家乐福也计划在其台湾地区的门店引进两台 Pepper 机器人，为当地的消费者提供基本服务。

#### 4. 传统零售商和电商的共同发力 O2O



图片来源：利丰研究中心

为了提高顾客购物的便捷性，不少传统零售商于店内提供更多样化的付款方式。例如全家推出了电子钱包“My FamiPay”，以便消费者在店购物及缴款。由于台湾地区消费者对线上购物安全的信心仍然较弱，一些电商平台因此联合线下实体零售店为顾客推出其他付款方式。例如，台湾当地的电商 Momo 不但接受信用卡和储值卡付款，还支持货到付款、ATM 转账以及在合作的便利店现金支付等多种付款方式。

除了提供多种付款方式外，台湾地区的一些电商平台还推出一系列退货政策，闪送，甚至免费送货服务以增强消费者的购物信心。例如，当地的电商平台 PC Home 推出了 24 小时送货服务，新加坡电商平台 Shopee 也在台北市推出了 2 小时送达服务。

## 5. 便利店不断丰富产品种类，提升店内服务水平



图片来源：China Times

便利店的目標客群是年輕人，他們更捨得花錢，許多台灣地區的便利店也推出了有機新鮮食材及日本食品，為消費者提供更多食物選擇。

例如，7-11 就推出了自有食品品牌 “IseLect”，以及生活雜貨品牌 “Unidesign”。兩個品牌也不斷升級，目前產品類別已經覆蓋鮮果汁、汽水、包裝和冷凍食品、零食，及至家用必需品、個人護理產品和服飾。2017 年 5 月，IseLect 還與日本主要的啤酒和飲料公司 Asahi 合作推出了一款酒精類飲料 “IseLect ibeer”，主打高品質的釀酒技術。

另外，由於運動休閒服飾流行，全家更與德國運動服品牌阿迪達斯日藉設計師倉石一樹共同設計推出了 FamilyMart Collection 運動休閒服系列。

## 6. 平价生活百货店兴起 对路边摊和夜市造成冲击



图片来源：利丰研究中心

台湾地区一向以夜市和路边摊闻名，但是近年这些非正规的零售渠道正饱受食品安全等问题的困扰，加之平价生活百货店的不断扩张，导致其生意不断下滑。

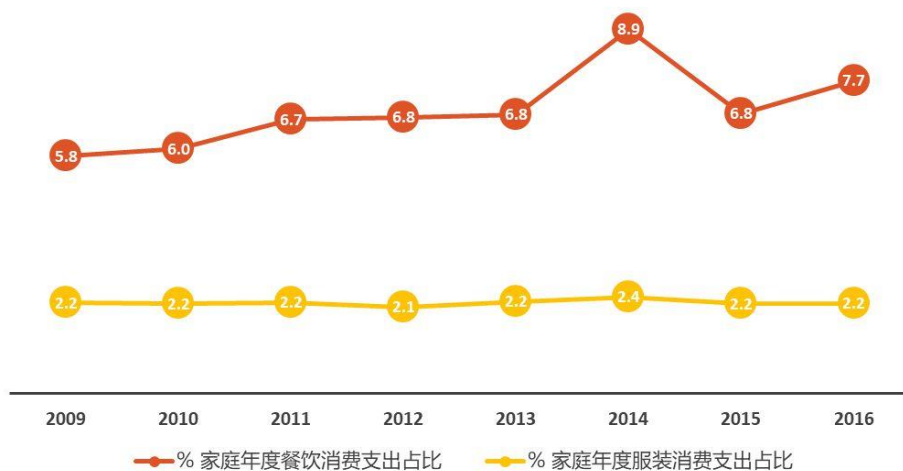
例如大创台湾以及名创优品台湾等平价生活百货店，他们的产品范围广，价格低，提供食品、家庭用品、厨房用品、园艺用品、文具、个人护理产品、服装鞋类、配饰、个人电子产品，甚至汽车配件等多种货品。与其他非正规的零售渠道相比，这些平价生活百货店更能吸引消费者光顾。

承接平价生活百货店在台湾地区迅速兴起热潮，名创优品已在台湾迅速开设了13家分店，相比在2017年4月，当时名创优品在台湾地区仅拥有4家分店。

## 主要趋势

台湾人“下馆子”的消费需求强劲

下图为 2007 年至 2016 年台北市家庭年度消费支出占比：



资料来源：台北市政府主计处，世邦魏理仕，由冯氏集团利丰研究中心编

2016 年，台北市居民的餐饮消费支出占可支配收入的 7.7%，远高于他们在服装上的支出，其仅占全年支出的 2.2%

## 冯氏集团利丰研究中心

冯氏集团利丰研究中心收集和分析有关全球采购、供应链、分销、零售及科技的市场信息。

冯氏集团利丰研究中心总部设于香港。研究中心借助其独特的关系网络和信息网络跟踪上述信息，进行研究并重点分析中国及其他亚洲国家的发展概况和未来趋势，以及撰写相关报告。研究中心透过定期出版研究报告及其他刊物与世界各地的企业、学者和政府分享市场信息和独到见解。

冯氏集团是一间以香港为基地的跨国公司，研究中心作为集团的智库，亦为集团及其合作伙伴就进入中国市场、企业架构、税务、牌照及其他政策法规方面的事宜提供专业意见及顾问服务。

冯氏集团利丰研究中心于 2000 年成立。



## 关于冯氏集团

冯氏控股（1937）有限公司总部设于香港，是一家私人全资拥有的跨国集团。冯氏控股是冯氏集团的主要股东，集团的核心业务涵盖消费品市场的整个全球供应链管理，包括贸易、物流、分销及零售。冯氏集团在全球逾 40 个经济体聘用超过 27,000 名员工。冯氏集团的发展历程源远流长。集团始创于 1906 年，由经营出口贸易业务发展成全球供应链管理业务，集团见证了香港与珠三角地区蜕变为当今世界生产及贸易重地之一的光辉历史。今天，集团聚焦于创造未来的供应链，协助品牌和零售商在数字经济中驰骋，并在全球各地为品牌创造新机遇、开拓新产品类别和拓展新市场。

集团旗下的上市公司包括利标品牌有限公司（香港联交所股份代号：00787）和利亚零售有限公司（香港联交所股份代号：00831）。集团的私营业务包括利丰有限公司、利弘投资有限公司、利时控股有限公司、利童服饰（控股）有限公司、玩具“反”斗城（亚洲）业务及 Suhyang Networks。

版权所有© 2022 冯氏集团利丰研究中心

冯氏集团利丰研究中心致力于提供准确而可靠的资料，但并不保证本出版物的内容绝对无误。倘其中有任何错误之处，本中心恕不负责。本出版物也并非旨在涵盖所有内容。对文中的信息是否准确或完整本中心不作任何明示或暗示的承诺或保证。冯氏集团利丰研究中心不会对任何个人或单位因阅读了本出版物采取某项行动或未采取某项行动的后果承担任何责任。