

研討論文系列100-1

WTO架構下，我國零售服務業國際化政策之研究

趙義隆、黃意丹

中華經濟研究院 編

中華民國100年2月

WTO架構下，我國零售服務業國際化政策之研究

趙義隆、黃意丹

壹、前言

兩岸在經過長久的努力終於順利進入 WTO，世界經濟邁入全球化的趨勢勢不可擋，台灣業者以及國際零售競爭者虎視眈眈皆想進入中國，兩岸經貿競爭問題將更加複雜，此時，國內連鎖加盟業者更須找出自己的定位，才不會被巨變的環境所吞蝕。WTO 的開放，兩岸的連鎖加盟發展勢必受到全球化的衝擊。

唯加入 WTO 以後，由於政治環境的改變，外商進入國內市場將更加便捷、踴躍。他們不僅帶來先進的技術和經營理念，可以促進台灣和中國流通業資訊化程度的提高，同時也會帶來激烈的市場競爭。這個競爭有利於雙方市場提高優勝劣汰的機制，提高零售業的現代化進程。但另一方面講，外商企業的進駐將加速國內零售業的結構調整。近幾年是台灣和中國大陸零售業進入 WTO 後過渡期的關鍵時期，經過 20 多年的改革開放，我國零售業快速發展，呈現以下特點：零售業規模不斷擴大，多種所有制格局已經形成，企業現代化水準顯著提高，大型零售企業成長迅速，對外開放的格局已經形成。

雖然台灣零售業的發展經驗、人才及服務品質，遠比剛起步中的中國連鎖加盟業者有較高的競爭優勢，也比遠到華人市場的國際零售競爭者有在地的主場優勢；同時，因為統計分析之需要，欲求對零售服務業的定義與使用範圍，加以彈性運用，我們主要的研究標的產業是在連鎖加盟事業；因此也會論及餐飲服務業，而在統計上，亦有零售業與批發業；甚至物流業并列之情事。此時亦將對 WTO 中有關服務貿易總協定(GATS)之定義，進行審視。

因此，本研究基於以上的動機，企圖藉由資料蒐集，了解兩岸加入 WTO 迄今在零售服務業承諾事項之實踐程度，及其相關法規的修正情形，且進一步探討台灣零售服務業國際化之趨勢與挑戰。最後，對我國零售服務業國際化政策之評析與建議。

貳、台灣與中國大陸加入 WTO 時與零售服務業相關之承諾(2001.12 前)

台灣加入 WTO 時與零售服務業相關之承諾，依據 2001 年 11 月 7 日「臺灣、澎湖、金門及馬祖個別關稅領域，服務業特定承諾表及最惠國待遇豁免表」，列出了包含所有行業的「水平承諾」及特定行業承諾。其中特別針對零售服務業相關之承諾整理如下：

提供服務之型態：(1) 跨國提供服務 (2) 國外消費 (3) 商業據點呈現 (4) 自然人呈現	
市場開放之限制	國民待遇之限制
壹、水平承諾〈包含所有行業〉	
<p>投資：</p> <ol style="list-style-type: none"> 除在特定行業列有限制措施者外，外國企業及個人得在中華臺北進行直接投資。 對在中華臺北證券市場上市、上櫃公司之證券投資，除本表特定行業另有規定者外，無限制。 <p>自然人入境及短期停留：</p> <p>除有關下列各類自然人之入境及短期停留措施外，不予承諾：</p> <p>(a) 商業訪客得入境且初次停留期間不得超過九十天。</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 商業訪客係指為參加商務會議、商務談判、籌建商業據點或其他類似活動，而在中華臺北停留之自然人，且其在停留期間未接受中華臺北境內支付之酬勞，亦未對大眾從事直接銷售之活動。 <p>(b) 跨國企業內部調動人員得入境並居留。初次居留期間為三年，惟可申請展延，每次一年，且展延次數無限制。</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 跨國企業內部調動人員係指被其他會員之法人僱用超過一年，透過在中華臺北設立之分公司、子公司或分支機構，以負責人、高級經理人員或專家身份，短期入境以提供服務之自然人。 ➤ 負責人係指董事、總經理、分公司經理或經董事會授權得代表公司之部門負責人。 	<p>土地權利及利益之取得：</p> <ol style="list-style-type: none"> 農、林、漁、牧、狩獵、鹽、礦、水源用地禁止移轉、設定負擔或租賃給外國人。 除市場開放欄所列有關各類自然人之規定外，不予承諾。

- 高級經理人員係指有權任免或推薦公司人員，且對日常業務有決策權之部門負責人或管理人員。
 - 專家係指組織內擁有先進之專業技術，且對該組織之服務、研發設備、技術或管理擁有專門知識之人員。(專家包括，但不限於，取得專門職業證照者)
- (c) 受中華臺北企業僱用之自然人得入境並居、停留，但不得超過三年。
- (d) 在中華臺北無商業據點之外國企業所僱用之人員，得依下列條件入境及停留：
- 該外國企業已與在中華臺北從事商業活動之企業簽訂服務契約。
 - 此類人員應受僱於該外國企業一年以上，且符合前述「專家」之定義。
 - 此類人員在中華臺北期間不得從事其他工作。
 - 本項承諾僅限於契約所定之服務行為。並未給與此類人員以取得專業證照之身份，在中華臺北廣泛執業之資格。

每次停留之期間不得超過九十天或契約期間，以較短者為準。

此類入境許可之有效期間為十二個月。

此類人員可在入境許可有效期間之十二個月內多次入境。

契約必須係為提供下列服務而簽訂：建築服務業(8671)、工程服務業(8672)、工程綜合服務業(8673)、都市規劃與景觀建築服務業(8674)、電腦及其相關服務業(841,842,843,844,845,849)、研究與發展服務業(851,852,853)、市場研究與公眾意見調查服務業(864)、管理顧問服務業(865)、與管理顧問相關之服務業(866)、與科技工程有關之顧問服務業(8675)、設備維修服務業(633,8861-8866)(海運船隻及陸運設備除外)及旅行社與旅遊服務業(7471)。

土地權利及利益之取得(不符合最惠國待遇之措施)

外國自然人及法人在互惠基礎上，准許租

賃或購買土地做為辦公室、住所、商店及工廠、教堂、外僑子弟學校、使領館、公益團體及墳場之用。	
貳、特定行業承諾〈配銷服務業，包含以下四種行業〉 A. 經紀商服務業(621) B. 批發交易服務業(武器及軍事用品除外)(622) C. 零售服務業 (631,632,6111,6113,6121)(武器及軍事用品除外) D. 經銷(8929)	
(1) 無限制。 (2) 無限制。 (3) 無限制。 (4) 除水平承諾所列者外，不予承諾。	(1) 無限制。 (2) 無限制。 (3) 無限制。 (4) 除水平承諾所列者外，不予承諾。

資料來源：中華民國經濟部國貿局 2001.11.7

由上述資料可以看出台灣在證券投資方面已取消投資股市之比例限制，在人員進出及停留方面，有相當大的便利性。在土地暨其權利取得方面，除表列農、林、漁、牧、狩獵、鹽、礦、水源用地外，允許外國人在互惠原則下，准許租賃或購買土地做為辦公室、住所、商店及工廠等用途。整體而言，台灣在加入 WTO 的零售服務業相關之承諾上，是相當具自由化及國際化的。

相對上，中國大陸在這方面，則以企業國營居多，且尚在調適期。針對零售服務業加入 WTO 相關之承諾整理如下：

壹、水平承諾〈包含所有行業〉
<p>(1).外資企業的限制</p> <p>所謂「外資企業」包括外國獨資企業及中外合資企業。合資企業有股權合資及合作經營兩類。在中外合資企業中，外資股權比例不得少於合資註冊資本的 25%。</p> <p>股權比例限制</p> <p>(I) 入會時仍限以合資型態經營。</p> <p>(II) 入會後 2 年內，外資可持有多數股權。</p> <p>(III) 入會後 3 年內，除下列情形外，取消外資股權比例的限制。</p> <p>(2).祖父條款</p> <p>現有國外業者，在相關股東協議、合約或已發執照授權之服務提供等有關所有權的條件、範圍與業務的運籌，於入會後，應不受到更多限制。</p> <p>(3).土地使用限制</p> <p>中國大陸境內土地係屬於國有。企業或個人使用土地受以下最大年限之限制：住宅用途為 70 年；工業用途為 50 年；教育、科學、文化、公共健康等用途為 50 年；商業、旅遊及娛樂用途為 40 年；全面使用或其他用途為 50 年。</p> <p>(4).人員進出及停留</p>

(I)允許 WTO 會員國已在大陸設立商業據點之企業其內部調動資深人員進入境內，初次停留期間 3 年。

(II)WTO 會員國企業之資深人員在中國大陸境內合資企業從事業務者，准予入境及長期停留，期間以契約期限與初次停留 3 年期限中較短者為限。

(III)允許商業訪客入境，停留期間不得超過 90 天。

貳、特定行業承諾

(1) 批發服務業：鹽及煙草之批發交易不開放；入會 1 年內除少數產品外，開放外資以合資型態經營批發交易服務；入會後 3 年內開放書籍、報紙、雜誌、藥品、殺蟲劑及 mulching films 產品；入會後 5 年內開放化肥、原油及成品油之批發服務。外資股權比例及設立型態限制最遲於入會後 3 年內取消；入會後 2 年內取消數量及地域限制。

(2) 零售服務業：入會時除少數產品外，開放外資以合資型態經營所有產品之零售業務；入會後 1 年內，開放書籍、雜誌、報紙之零售業務；入會後 3 年內，開放藥品、殺蟲劑、mulching films 及成品油之零售業務；入會後 5 年內，開放化肥產品之零售業務。

資料來源：兩岸加入 WTO 後企業之商機研討會 【兩岸入會對兩岸三地經濟發展的影響】江丙坤 2002.3

參、台灣加入 WTC 後，相關承諾之實踐(2002.1~2007)

台灣在入會前已提前實施市場開放承諾。整理如下：

(1) 取消外資持股比例限制

自 90 年 1 月 1 日起，除特殊行業外取消外資持股比例限制，放寬外資投資股市限制，雖可活絡證券市場，惟在特殊情形下，亦可能對金融穩定產生影響，須預為因應，以避免外資大量進出我國對我經濟造成不利影響。

(2) 放寬外國人取得土地及房舍之限制

在互惠原則下，允許外國人為辦公室、住家、商店、工廠及外僑學校等之用途，購置或租用土地；並允許外國人取得為營業及居住所需土地與房舍之使用，但不得以土地、房舍做為投資標的。

(3) 行銷服務業

經紀商服務業、批發交易服務業(武器及軍事用品除外)、零售服務業(武器及軍事用品除外)、經銷服務業等已開放。

資料來源：中華民國經濟部國貿局 2001.11.7

對台灣零售業而言，自由化及國際化的環境下，將面對下列問題及挑戰。

- (1)人員流動率提高。
- (2)經營成本提高。
- (3)競爭激烈，利潤下降。
- (4)大型量販業者的競爭。
- (5)先進物流技術及商業自動化等技術之引進。

中國大陸自 2004 年十二月十一日後，依據《管理辦法》所設立的外商商業企業，不受地域限制，擁有完全的貿易經營權，不必依賴大陸進出口公司，或是設立生產型企業來兼顧貿易業務。《外商投資商業領域管理辦法》，放寬地區、外資規模、投資規模、審批單位(部份授權地方)、股權上限，大幅開放外資投資配銷服務業。

為說明放寬情形，列舉部分相關條文如下：

第七條外商投資商業企業應當符合下列條件：

- (一) 最低註冊資本符合《公司法》的有關規定。
- (二) 符合外商投資企業註冊資本和投資總額的有關規定。
- (三) 外商投資商業企業的經營期限一般不超過 30 年，在中西部地區設立外商投資商業企業經營期限一般不超過 40 年。

第八條外商投資商業企業開設店鋪應當符合以下條件：

- (一) 在申請設立商業企業的同時申請開設店鋪的，應符合城市發展及城市商業發展的有關規定。
- (二) 已批准設立的外商投資商業企業申請增設店鋪的，除符合第(一)項要求外，還應符合以下條件：

- 1、按時參加外商投資企業聯年檢並年檢合格；
- 2、企業的註冊資本全部繳清。

第九條經批准，外商投資商業企業可以經營下列業務：

- (一) 從事零售業務的外商投資商業企業：
 - 1、商品零售；
 - 2、自營商品進口；

3、採購國內產品出口；

4、其他相關配套業務。

(二) 從事批發業務的外商投資商業企業：

1、商品批發；

2、佣金代理（拍賣除外）；

3、商品進出口；

4、其他相關配套業務。

外商投資商業企業可以授予他人以特許經營方式開設店鋪。

外商投資商業企業經批准可以從事以上一種或幾種銷售業務，其經營的商品種類應在合同、章程有關經營範圍的內容中注明。

第十條外商投資商業企業的設立與開設店鋪，按照下列程式辦理：

(一) 外商投資商業企業的立項、可行性研究報告和企業設立一次性申報和核准。

(二) 除本條第一款第(三)、(四)項另有規定外，擬設立外商投資商業企業的投資者、申請開設店鋪的已設立的外商投資商業企業需向外商投資商業企業註冊地的省級商務主管部門分別報送第十二條和第十三條所規定的申請檔。省級商務主管部門對報送檔進行初審後，自收到全部申請檔之日起一個月內上報商務部。商務部應自收到全部申請檔之日起三個月內作出是否批准的決定，對於批准設立的，頒發《外商投資企業批准證書》，對於不批准的，應說明原因。

商務部可以依照本辦法授權省級商務主管部門審批上述申請。

(三) 從事零售業務的外商投資商業企業在其所在地省級行政區域內開設店鋪，如符合以下條件且經營範圍不涉及電視、電話、郵購、互聯網路、自動售貨機銷售及本辦法第十七條、十八條所列商品的，由該省級商務主管部門在其審批許可權內審批並報商務部備案。

1、單一店鋪營業面積不超過3000平方米，且店鋪數量不超過3家，其外國投資者通過設立的外商投資商業企業在中國開設同類店鋪總數不超過30家；

2、單一店鋪營業面積不超過300平方米，店鋪數量不超過30家，其外國投資者通過設立的外商投資商業企業在中國開設同類店鋪總數不超過300家。

第十三條已設立的外商投資商業企業申請開設店鋪，應當報送下列文件：

- (一) 申請書；
- (二) 涉及合同、章程修改的，應報送修改後的合同、章程；
- (三) 有關開設店鋪的可行性研究報告；
- (四) 有關開設店鋪的董事會決議；
- (五) 企業最近一年的審計報告；
- (六) 企業驗資報告（複印件）；
- (七) 投資各方的登記註冊證明（複印件）、法定代表人證明（複印件）；
- (八) 擬開設店鋪所用土地的使用權證明檔（複印件）及（或）房屋租賃協議（複印件），但開設營業面積在 3000 平方米以下的店鋪除外；
- (九) 擬開設店鋪所在地政府出具的符合城市發展及城市商業發展要求的說明檔。

非法定代表人簽署檔的，應當出具法定代表人委託授權書。

第十五條外商投資商業企業開設店鋪所用土地，應當按照國家有關土地管理的法律、行政法規的規定，以公開招標、拍賣、掛牌等方式取得商業用地。

第二十二條從事零售的外商投資商業企業及其店鋪的設立地域在 2004 年 12 月 11 日前限於省會城市、自治區首府、直轄市、計畫單列市和經濟特區。自 2004 年 12 月 11 日以後，取消地域限制。從事批發的外商投資商業企業自本辦法實施之日起取消地域限制。

資料來源：中華人民共和國 商務部 2004

對於想要進軍中國大陸的台灣零售業而言，《管理辦法》比《外商投資商業企業試點辦法》縮小了外資與大陸內資企業的設立門檻，提供了中小型零售業更公平競爭的環境。

但同時要注意的是開設店舖須向所在地政府商務主管部門出具符合城市發展及程式商業發展要求的說明檔；各地方商業主管部門須針對城市商業網點，事先規劃並上報商務部，未事先納入規劃的，不得新設商業網點。另外，屬於特定項目，如書報期刊、成品油、藥品、汽車等產品的批發零售，還須遵循大陸政府對 WTO 組織承諾的開放時程表執行。

參考資料：中華民國全國工業總會 大陸經貿事務委員會【從事零售批發新規定】
2005.02

肆、近年來，台灣零售服務業國際化之趨勢與挑戰

加入 WTO 之後，兩岸經貿關係正常化對台灣經濟造成的影響，可以從下列幾個角度思考。

- 貿易面：一方面大陸加入 WTO 後，或將有利於台灣對大陸出口擴張；而在另一方面台灣現行政策對大陸貨品進口設有負面表列的管制，與 WTO 追求自由貿易的基本規範相抵觸，勢須加以調整，將大陸貨品比照其他國家的貨品自由進口。顯然，加入 WTO 後兩岸雙邊貿易可能大幅擴張，而其中，大陸貨物進口管制放鬆結果，勢將威脅台灣相關產業的生存和發展。
- 投資面：一方面大陸市場更加開放所帶來的新商機，可能吸引更多的台商前往投資，對台灣而言，是否會造成資金排擠作用或產業過度外移問題，令朝野各界人士關切；另一方面，台灣對 WTO 其他成員承諾給予投資自由化空間，在入會後是否適用於大陸，也就是開放大陸資金進入台灣投資的問題，若採開放措施，則對台灣經濟也將產生影響。從市場佔有率來看，陸資來台之後小則分佔掉一部份，大則有可能形成主導，壓縮台灣企業的發展空間，甚至影響台灣經濟穩定
- 總體面：兩岸經貿交流正常化發展的結果，勢必造成兩岸經濟更加融合，從而使得台灣經濟對大陸經濟之依賴度提高，台灣的經濟自主性下降。另外，必須強調指出的是，在 WTO 架構下，兩岸經濟都將更加融入世界經濟體系，同時兩岸之間相互競爭也將加劇，對市場、原料、資源、資金、人才等各個層次或各個方面，都將可能出現更激烈的競爭，從而威脅台灣產業的生存與發展。值得我們警惕。

如果台灣不援用排除適用條款，完全解除對大陸貨品進口設限，則將對台灣

的貿易收支平衡不利，縱使解除管制的貿易效果(包括貿易創造和貿易轉移效果)呈遞減的趨勢，同時依比較利益原理持續發展的兩岸產業分工有助於台灣對大陸出口擴張，也難以避免這個問題，當貿易創造效果愈大，對台灣貿易收支之平衡愈不利。(史惠慈,1999)

針對零售服務業國際化 GATS 4 modes

WTO 烏拉圭回合談判納入服務貿易，最後簽訂了服務貿易總協定 General Agreement in Trade in Service(簡稱 GATS) 建立了服務貿易的談判架構。因應談判需要，GATS 建立了服務部門清單，稱為 GNS/W/120 (大體上可以與 CPC 分類對照)。GATS 只是服務貿易談判的起點，貿易規範的細節有待進一步的補充，所以自 2000 年起服務貿易成為多邊貿易談判的重點。目前正在進行杜哈 (Doha) 回合的談判。服務貿易在全球國際貿易上的比重約佔四分之一 (依傳統定義)，台灣則佔 17%，但增加得很快。

傳統上貿易是指一國居民與他國居民之間之交易。國際收支平衡表即以此觀念來編制。傳統貿易的定義並不能完全掌握服務貿易的特性，WTO 服務貿易談判擴大了服務貿易定義的範圍 (如商業據點呈現)。服務貿易的分類是以活動 (activity) 為基礎，而非以行業為基礎。四種服務貿易模式，突破了傳統對貿易的定義。

■ 模式一：跨國提供服務 Cross Boarder Supply

- 服務跨過邊界，但是提供服務者與接受服務者並沒有見面 (商品貿易就是這種模式)，典型的服務活動像是國際金融保險服務的提供，專利商標的買賣等。

■ 模式二：國外消費 Consumption Aboard

- 消費者跨越邊界到提供服務者的國家接受服務，典型的情況就是旅行，還有就是一國的飛機或輪船在其他國家進行加油、維修等。

■ 模式三：商業據點呈現 Commercial Presence

- 提供服務者到接受服務者居住的國家設立辦事處或公司或分公司等來提供服務。一般國家對於依本國法律成立的商業據點都視之為居民，故此種模式已經超出了居民與非居民交易的界線。

■ 模式四：自然人呈現 Presence of Natural Person

- 提供服務者以自然人身份到接受服務者的國家去提供服務。(i) 自營個體或 B 國企業派遣前往 A 國依契約短期提供服務。(ii) B 國自然人暫時性的受 A 國公司的雇用。

因應談判的需要，有需要根據 GATS 的定義與分類進行統計，以瞭解自己產業的優劣勢。服務貿易統計是一個新的領域，國際間對於如何蒐集料與進行統計的方法也正在開發階段。UN, EC, IMF, OECD, UNCTD, WTO,(2002) 聯合針對服

務貿易統計方法出版了 *Manual on Statistics of International Trade in Services*。美國、新加坡等服務貿易大國也正開始發展此領域的統計。國內還未正式開始，沒有主辦機關，相關資料也仍相當的缺乏。

■ **聯合國對四種服務貿易模式現有統計之評析**

- 主要資料來源為國際收支平衡表（根據第五版國際收支統計手冊(BPM5)編撰）經常帳中的服務類國際收支
- **跨國提供服務及國外消費**：從 BOP 表中可以得到較完整的資訊
- **商業據點呈現**：無法從 BOP 表上得到資訊
- **自然人呈現**：從 BOP 表上得到片段而不完整的資訊
- **聯合國對四種貿易模式之統計資料來源之建議**

■ 貿易模式	■ 資料來源
<ul style="list-style-type: none"> ■ 模式一 ■ 跨國境供給 	<ul style="list-style-type: none"> ■ BPM5：運輸（大部分），通訊，保險，財務， ■ 專利與授權費用（部分）電腦與資訊服務， ■ 其他工商服務，個人、文化娛樂服務
<ul style="list-style-type: none"> ■ 模式二 ■ 國外消費 	<ul style="list-style-type: none"> ■ BPM5：旅行（國外購買之財貨除外），飛機輪船在國 ■ 外港口之維修（在 BOP 表的商品帳下），（部分） ■ 運輸(包機包船、內陸運輸及飛機輪船在國外 ■ 港口之支持與輔助性服務)
<ul style="list-style-type: none"> ■ 模式三 ■ 商業據點呈現 	<ul style="list-style-type: none"> ■ FATS：每一 ICFA 行業之 FATS 統計 ■ BPM5:（部分）營建服務
<ul style="list-style-type: none"> ■ 模式四 ■ 自然人呈現 	<ul style="list-style-type: none"> ■ BPM5：(部分) 電腦與資訊服務，其他工商服務，個人、文化與娛樂服務，營建服務 ■ FATS（補充資訊）：外資企業雇用之外國人 ■ BPM5（補充資訊）：勞工相關之金流 ■ 其他資訊：入出境統計等
<ul style="list-style-type: none"> ■ FATS：Foreign Affiliates Trade in Services Statistics ■ ICFA：ISIC Categories for Foreign Affiliates 	

■ 我國服務業貿易現況—薛立敏 以 2002 年(單位:億美元)資料來看

■ 貿易模式	■ 出口金額	■ 進口金額	■ 淨出口
■ 模式一 ■ 跨境提供	■ 167.78	■ 168.53	■ -0.75
■ 模式二 ■ 國外消費	■ 42.36	■ 69.73	■ -27.37
■ 模式三(2001) ■ 商業據點呈現	■ 33.94 ■ (以對外及大陸投資事業的營業額組中點進行推估)	■ 294.78 ■ (以僑外資事業的營業額乘以外資比例折算+財政部外國公司統計)	■ -260.84
■ 模式四 ■ 自然人呈現	■ 2.22	■ 5.36	■ -3.14

歸納結論--

- 我國之國際收支平衡表已按最新之 BPM5 的規範編定，模式一及模式二統計與國際接軌較沒有問題。
- 模式三進口方面：「僑外投資事業」調查問項完整，但母體資料未經校正，無法正確推估規模。財政部「營業稅徵收統計」外國公司方面資料項目僅有營業額、納稅額等少數幾個項目。
- 模式三的出口方面(對外及對中國投資)，亦存在母體掌握不足的問題。
- 以國際收支平衡表中的薪資所得來估計模式四，與 GATS 下的模式四定義有所差距，且無法分行業。

統計趨勢 (4/8, 5/8)

自 2000 起, 1,516 家連鎖總部，超過 2,000 個品牌，橫跨 180 種業態

年度	總部家數	總店家數	均店數
2000	1,134	74,730	65.9
2001	1,205(+6.26%)	76,197 (+1.96%)	63.2
2002	1,261(+4.65%)	80,031 (+5.03%)	63.5
2003	1,366(+8.33%)	86,342 (+7.89%)	63.2
2004	1,424(+4.25%)	91,637 (+6.13%)	64.4
2005	1,473(+3.44%)	96,591 (+5.41%)	65.5
2006	1,516(+2.92%)	100,277 (+3.82%)	66.1

1. 連鎖系統維持穩定成長
2. 不景氣使近年平均店數下降
3. 加盟店平均每年成長 3,000 家

直營店近兩年成長變快

年度	總部	總店數	直營店	加盟店	均店數
05	1124	74324	23219	51105	66.12
06	1187 +5.6%	79794 +7.4%	24417 +5.3%	55377 +8.3%	67.22
07	1374 +15.8%	85524 +7.2%	27425 +12.3%	58099 +4.9%	62.24

1.1 台灣連鎖加盟業海外布局現況 1.2 台灣連鎖加盟業最希望前往海外發展地區

地	中國大陸	東南亞	日、韓	北美	歐洲	南美	紐、澳
家	43(50%)	15(17%)	9(11%)	8(9%)	4(5%)	3(4%)	3(4%)

地	中國大陸	東南亞	日、韓	北美	紐、澳	南美	歐洲	其他
家	66(39%)	35(21%)	19(11%)	17(10%)	12(7%)	9(5%)	9(5%)	3(2%)

資料來源：台灣連鎖加盟促進協會

統計樣本：台灣連鎖加盟促進協會會員(會員數：124)

Institution-based vs Resource-based

2006 年中國連鎖百強調查與發展分析

大陸連鎖服務業快速成長，成為成功的經營模式。同時也是全新的挑戰

大陸連鎖業從2000年迅速興起，銷售額逐年遞增，勢頭迅猛。2006年，百強連鎖企業總銷售額增長為25%，並且正在向更多行業滲透，其中，加盟連鎖更是明顯優勢的一群。至少已有200個城市具有相當的消費能力並適合連鎖服務業的發展，未來有600個城市適合發展

百強總營業額達8552億，成長25%(消費品零售總額成長13.7%)。總店舖數達69100店，成長57%(調整後成長26%)。總營業面積5170萬平方米，成長16%。員工總數204萬，成長31%。佔消費品零售總額的11.2%。(2005為10.5%)百強之冠國美電器集團，營收為869.3億元，820家店舖。百聯、蘇寧電器、華潤萬家、大連大商等集團企業分別以770.9億、609.5億、378.5億、361.4億營業額排名第二至五位。

一、強者愈強·大者恆大 2006年，100強中的前10家企业总销售规模达4073

億元，佔100強總銷售規模的48%，比2005年提高了4個百分點；前30家企業的總銷售規模達6396億元，佔100強的75%。

二、成長快速·規模擴增

從平均值看，100強企業平均營收規模為85.5億，平均店鋪數為510店，在2005年則為70.8億和383店。另外2006年百強企業中最後一家營業額為11.8億，比2005年最後一家成長44%，比2004年更大幅成長145%。

三、家電產業一枝獨秀 有5家家電企業進入前30強，即國美、蘇寧、五星、大中、宏圖三胞，其營業額和店鋪數量增幅分別為56%和54%，遠高於其他行業。

四、外資零售企業發展活躍

1.開店速度快：2006年家樂福新開33家店，沃爾瑪新開15家店，麥德龍新開6家。以經營大型量販店為主的11家外資零售企業（家樂福、大潤發、沃爾瑪、好又多、易初蓮花、麥德龍、樂購TESCO、百佳、歐尚、永旺、華糖）新開店鋪數超過100家。2.併購力度大：在快速展店之時，外商也採取併購方式來擴張。例如百思控股江蘇五星電器、家得寶併購家世界家居、特易購入股樂購、百盛收購輸出管理百貨、沃爾瑪宣佈收購好又多…等。3.經營效益高：18家國外品牌零售商，店鋪僅20%，不及百強平均水準，但銷售成長卻有27%，超過百強平均值。其中11家經營大型量販店的外資企業共經營567店，比2005年增加102家店。單店營業額平均為2.15億，成長5%，大幅超越一般國內業者的整體表現。

五、企業獲利水準增強 2006年百強企業總體營收提升速率趨緩，增幅分別比2005年和2004年降低8%和9%，但企業獲能力普遍改善。百貨業獲利可觀，如北京王府井百貨，店鋪成長14%，但營業額大幅成長29%，淨利1.81億，成長了570.37%。另外百盛集團經營獲利成長也達78.2%。其次是超市行業營利能力也明顯增強，以超市和量販店而言，店數與營收同步成長均為19%。便利商店業的平均毛利率也由2005年的16.8%提高到2006年的17.7%。

六、區域優勢·牢不可破 在百強企業中，有58家是以區域市場經營為主的企業，比2005年增加了4家，其中北京、山東、江蘇各有7家。2006年中58家企業總營收為2660億，總店數達23700店，佔百強比重分別為31%和34%，亦比2005年成長了21%和23%。區域型企業一般在本地擁有較高的市佔率。以進入百強的三家山東企業為例，2006年山東家家悅超市公司營業額佔威海市消費品零售總額的19%，利群集團和青島維客集團兩家公司的總營收佔青島市消費品零售總額的4%。

七、加盟連鎖主流發展 百強企業中，共有46家有開放加盟連鎖（2005年

為 41 家)，加盟連鎖的總營業額達 1020 億，比 2005 年成長了 27%，佔百強總營業額比重為 11%。2006 年百強企業共有加盟店 41000 家，超過了其直營店店數，佔百強總店數的 59%。開展加盟經營較多的行業是便利商店、農村超市與餐飲業…等。八、企業成長與企業責任 2006 年頒布了許多相關零售業的政策法規，涉及併購、促銷、工商關係、食品安全、農村商業、特許經營(加盟經營)各個層面，代表著商業規範經營是一大經營思維的改變，求量也重質。

台灣連鎖加盟事業在大陸的領先優勢在於資本、人才、通路所綜合代表的服務知識與智慧財產。大陸服務業整體亟待提高，長期的經濟水平以及服務觀念的落後，造成了大陸服務業水平整體素質的滯後，中國加入 WTO 之後，服務業市場的開放，成熟的管理與經驗的引進，將為大陸服務業注入新的活力，擁有幾十年的服務業發展過程與經驗的具有較高服務業水準的台商，擁有著較佳的優勢。

- 喫茶趣是台灣「天仁茗茶」所發展出來的創意餐廳。
- 「上島咖啡」從 1997 年進軍大陸開始到目前已有 300 家門市。
- 「麥味登」早餐店在 2001 年于上海開了第一家直營店。
- 元祖食品在台灣擁有 43 家店後，進軍上海轉型為「元祖蛋糕」
- 「十大書坊花蝶館」目前在亞洲擁有超過 700 家分店。
- 休閒小站與日本 MAP 集團正式簽署日本區域授權合約。
- 香傳國際(傳香飯糰)繼與香港西龍餐飲集團合資進駐地下鐵商店街後，國際授權予紐西蘭與新加坡。
- 翔美綿綿冰則新開拓了中東與加拿大的連鎖市場
- 永和豆漿則將品牌授權生產罐裝飲料用以開發大陸市場，目前在大陸共有六十多家連鎖店。
- 壹咖啡與新加坡 One Two Holding 公司簽定授權合約。
- 弘爺漢堡與南昌市滿意早餐工程締結顧問合作約。
- 萬佳鄉早餐代理德國最大咖啡連鎖品牌 Cup & Cino。

台灣在大陸 50 家連鎖服務業品牌開店總數已達 1 萬家，大陸市場成為連鎖發展的新沃土，台灣市場高度成熟甚至過度飽和期的市場環境，最適合孕育新業態，台灣連鎖業經過近十年的發展，可以說是全世界密度最高的地方，前 100 大連鎖總部都具備相當成熟的經營技術，台灣連鎖加盟促進協會已有 100 餘家會員在大陸發展，其中，50 家臺灣連鎖服務品牌在大陸的連鎖店佔了已有 1 萬家左右，十年內預計能達到 10 萬家的規模，其中的佼佼者包括有：

A. 仙踪林 1996 年進入大陸，短短 10 年間，成功發展了近 130 家店，更獲得中國優秀特許品牌的獎項。

B. 歐迪芬集團已開設了近 800 餘家專櫃及專賣店，並在天津、哈爾濱、瀋

陽、大連、青島、濟南、武漢、成都、南京、杭州、深圳相繼成立分公司，已經成爲大陸內衣三大品牌之一

C. 石頭記圓藝企業通過 ISO9001 及 ISO14001 雙認證，目前在兩岸已超過 1300 家石頭記飾品專賣店，也獲選爲中國 馳名商標。

D. 展圓國際的代官山「絕代有佳人，幽居在官山」，塑造「新唐風料理」的全新定位，2005 年進入上海開店，每一家店都成爲上海的新地標，更成爲時尚名媛必到的用餐處。

由成立時間點(2006 年 8 月調查, 87 份)可知在 2000 年的前後起，兩岸加入 WTO 的市場開放，確實帶動了新一波的國際擴張趨勢。

1995 以前 16%
1995-1999 年 31%
2000-2002 年 34%
2002-2005 年 19%

伍、對我國零售服務業國際化政策之評析與建議

總體而言，零售服務業的國際化是可以視爲服務貿易的一環，政府應改善基礎發展環境，包括有：

1. 跨部會整合機制
2. 提高政府對於服務貿易之資源投入
3. 加強服務貿易統計方式之研究與改善
4. 建立長期性服務業貿易議題研究與即時性事件應變機制
5. 落實推動品牌台灣計畫
6. 協助資金籌措

政府在協助我國服務業跨足海外市場的政策推動部門主要是在經濟部商業司、中小企業處和國際貿易局。商業司有鑑於台灣連鎖加盟業的快速發展與世界各國的積極推動，政府更應積極協助使其更具競爭力，爲此規劃研擬了「連鎖加盟服務事業推動計畫」中程計畫，運用實際的輔導政策，從環境、經管、人才及行銷等四個構面，積極協助連鎖加盟產業升級創新，並輔導有潛力的本土品牌進軍國際市場，以邁向永續經營的目標，累積具台灣特色的連鎖加盟服務業核心經營技術，建立優良典範，進而輸出華人市場。

爲建構台灣成爲中小企業創業成長發展最理想的環境，中小企業處依據〈中小企業發展條例〉，在整體政策上規劃成「營造優質中小企業發展環境」、「建構中小企業創業育成平台」、「提升中小企業科技資訊應用能力」、「強化中小企業經營管理輔導功能」、「整合中小企業財務融通機制」等五大面向，配合國內及國際經濟情勢變化，構思業者現階段及未來所需，修整中小企業發展策略，規劃釋出

相關配套措施，期能提升中小企業競爭力，發揮互助合作力量，促進穩健發展。

國際貿易局為協助服務業業者拓展國際市場，依據現行經建會「服務業發展綱領」，選定 5 項服務業執行推廣活動，其中的第 4 項即為連鎖加盟（餐飲）。

執行方式：籌組中國大陸及東南亞連鎖加盟拓銷團；辦理餐飲連鎖國際論壇；以客製化服務方式協助業者海外布局；引進國際品牌，協助企業結盟。未來加強服務業出口之策略及作法：協助廠商水平擴充，共享規模經濟；深耕大陸，布局全球，並促進國際交流，提升業者國際競爭力；以全球台商、華商為拓展海外市場優先合作對象。

在政策目標上，利用台商優勢以遍布全球之台商與當地華人地區做為據點，構築全球物流通路發展物流業之出口運用台商所建構之海外佈局，透過全球供應鏈貿易物流活動網，以連結跨國服務市場，推動物流業之出口服務，進一步利用連鎖加盟模式拓展批發零售業、餐飲業海外市場待全球供應鏈貿易物流活動網成熟後，便可利用連鎖加盟模式，以當地台商或僑胞做為主要加盟對象，協助批發零售業、餐飲業拓展海外服務市場。

在政策工具之組合與選擇方面，則依業種之不同而設計。以批發零售業而論，因為批發零售在國內市場發展規模將日趨飽和，所以採用下列方案：

- A 結合製造業出口品牌
- B 利用連鎖加盟發展模式
- C 協助將產業know-how標準化
- D 透過國際代理人制度拓銷海外市場
- E 鼓勵業者參與國際組織與活動
- F 加強品牌行銷人才訓練環節
- G 鼓勵業者合併或策略聯盟

至於餐飲業，目前的發展可稱為有國際文化餐飲，卻無國際級服務品質，在政策方面採用下列方案：

- A 持續發展連鎖經營模式
- B 提升我國餐飲之品牌形象與價值
- C 注重專業知識與技術創新
- D 推動知識技術與經營管理模組化

最後可以與 WTO 架構之對映，未來的政策還可以結合 GATS 四種出口模式來拓展我國服務業海外版圖：

1. 模式一「跨境提供服務」

- 發展並複製知識財

- 強化資通訊科技之運用
 - 加速推動自由貿易港區
2. 模式二「國外消費」
- 加強基礎建設之塑造與改善
 - 重新調整相關觀光促進計畫
 - 透過異業結合，擴大外國人在台消費力道
3. 模式三「商業據點設立」
- 協助業者進行跨國併購或策略聯盟
 - 加強國際談判能力
4. 模式四「自然人呈現」
- 針對此議題進行更深入探究
 - 鼓勵以公司或集團名義進行服務輸出

參考文獻：

1. 國貿局（2001），臺灣、澎湖、金門及馬祖個別關稅領域，服務業特定承諾表及最惠國待遇豁免表，11月7日。
2. 江丙坤（2002），兩岸入會對兩岸三地經濟發展的影響，3月，兩岸加入WTO後企業之商機研討會。
3. 杜啟堯、趙迎九（2005），從事零售批發新規定，2月，中華民國全國工業總會大陸經貿事務委員會。
4. 中華人民共和國商務部（2004），外商投資商業領域管理辦法。
5. 中華人民共和國國家經濟貿易委員會（1999），外商投資商業企業試點辦法
6. 中華人民共和國對外貿易經濟合作部（1997），國務院辦公廳關於立即停止地方自行審批外商投資商業企業的緊急通知。
7. 商業司（2001b），《我國加入WTO對批發零售業及廣告服務業商機影響評估報告》，經濟部商業司。
8. 劉坤堂（2002），「加入WTO對批發零售業之影響」。簡報資料（2002,3,19）。