

台灣量販產業之經營策略研究

王振生、潘振雄；邴傑民

E-mail: 8809447@mail.dyu.edu.tw

摘要

量販店在台灣的零售產業中，近幾年來，已經成為零售模式中相當重要的一環。其價格破壞的特性，徹底改變了過去台灣以大盤、中盤到零售店的通路型態。本研究的研究目的，在於探討台灣的量販產業，其過去，現在的經營模式，經觀察訪談與分析，歸納出其經營策略，作為判斷未來台灣量販產業走向的指標。本研究採取的是探索性研究方法，針對大潤發、萬客隆、家樂福與好市多四家量販店進行深度訪談，訪談的對象為該量販店的總經理與行銷經理，目的方面在於釐清從過去到現在策略的形貌，另一方面則在於確認該量販店未來的經營策略。深度訪談同時配合次級資料的彙整，將台灣量販產業的經營型態，濃縮在以經營策略為基礎的研究架構中。並且透過架構中經營範疇、核心資源與事業網路三種構面，整理出本研究的命題。本研究的命題推演出最後的結論是：若只提供價格與效率的價值，在現階段的台灣量販店中已無法形成競爭優勢，必須轉戰到結構與能耐，甚至體系與實力的競爭。因此是否有國際財團的支撐，將對於該店的經營有重大的影響。本研究也預期，台灣目前的量販店已超出台灣消費者的胃納量，因此，未來的重點將決定於異質與同形的競爭。

關鍵詞：量販業；經營策略；萬客隆；大潤發；家樂福；好市多

目錄

內頁 簽名頁 授權書 iii 中文摘要 iv 英文摘要 v 誌謝 vi 目錄 vii 圖目錄 ix 表目錄 x 第一章 緒論 1 第一節 研究背景與動機 1 第二節 研究目的 3 第三節 研究範圍 4 第四節 論文架構 5 第二章 文獻探討 6 第一節 零售業理論 6 第二節 零售業之服務核心 19 第三節 量販店的定義 22 第四節 策略類型 27 第三章 研究方法 34 第一節 研究架構 34 第二節 研究設計 42 第三節 研究流程 47 第四章 個案分析 48 第一節 產業分析 48 第二節 訪談個案：大潤發 55 第三節 訪談個案：萬客隆 59 第四節 訪談個案：家樂福 63 第五節 訪談個案：好市多 66 第五章 策略分析 69 第一節 策略分析概念 69 第二節 本質與型態分析 75 第三節 本質與構面分析 80 第四節 命題發展 83 第六章 結論與建議 92 第一節 量販業經營策略之分析 92 第二節 量販業未來之發展 98 第三節 研究建議 100 參考文獻 102 中文部分 102 英文部分 104

參考文獻

林旻達，我國家電市場之零售演進，國立台灣大學商學研究所未出版碩士論文，1994年。吳思華，策略九說，二版，臉譜出版社，1998年。李孟熹，流通Q&A，商周出版社，1998年。李孟熹，流通業經營實戰策略，群泰企業管理顧問公司，1993年4月。邱志聖，台灣新型零售機構導入演進之研究，國立政治大學企業管理研究所未出版碩士論文，1990年。清水滋，零售業管理，初版，台北，五南圖書出版公司，民國1998年。許英傑，流通經營未來，書華出版社，1997年。陳淑娟，零售賣場設計與現場消費行為關係之探索研究-以百貨公司為例，私立元智工學院管理研究所未出版碩士論文，1996年。潘振雄，台灣企業實施電腦整合製造成功因素之研究，第十屆全國自動化科技學術研討會論文集，第一冊，1997年。潘振雄，改良型指數平滑法對台灣產品銷售預測之應用研究，行政院國家科學委員會專題研究計畫成果報告，1997年。張厚瑩、李昭慶、陳家祥，零售業供應商選擇之探討-以便利商店、大型超市、量販店為例，第四屆服務管理研討會論文集，1998年。曹俊漢，研究報告寫作手冊，聯經出版事業公司，1991年10月。魏正元，零售現場管理架構-分離與組合理論之雛形，台北政治大學第二屆服務業管理研討會，1996年3月。