

A Study of Hypermarket on Ownership and Entry Mode of Taiwanese Enterprises in China

陳玲瑗、劉家駒

E-mail: 9121374@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

Mainland China is the most promising and vigorous market of the world in the 21st century. When the worldwide spotlight aims at this super economic area, the global investors find the new chance and flood into it. With Mainland China's economic reforms, the rapid growth in industrial and commercial development, and the improvement of living standard, both the personal income and expenses are increasing. The hypermarkets in Taiwan stepped into the maturity stage in the year of 2000. The maturity stage featured with the saturated market, the slow growth of opening hypermarkets, the deterioration of profits in each store, the scarcity of competitive advantages for the smaller chain stores, the drastic rivalries and so on. To maintain profits, more and more Taiwanese enterprises suffer from the great stress. Under the present policy of the domestic retail market in Mainland China, only the joint ventures with foreign investors can be allowed. Under such circumstances, the choice of entry mode plays an important role in the early investment for Taiwanese hypermarkets in China. Thus, it becomes our first motivation of the research. In 1992, Deng Xiao-Ping made an important statement in his southern trip. He claimed the open policy for the foreign investors to take part in the domestic market in exchange of technology. Thus, our second motivation goes to what developments there are for Taiwanese hypermarkets in Mainland China. So far, the economic development of China appears the jumping growth. The retail business didn't follow the orderly development of supermarkets, convenience stores, hypermarkets and shopping malls. Instead, all above business run simultaneously. How to make a correct choice of the entry mode is our third motivation. The interview and case study are adopted in the research to disclose the facts and what the firms most concern. Through the literatures discussion, the conceptual framework is made. After the case study, the conclusions are proposed. Our framework consists of the enterprises' resources, the factors in the industry and home country. According to it, we further presume the problems that those Taiwanese enterprises might encounter. We hope the previous cases and experiences could be a reference or a lesson for the investors overseas. The major conclusions in business strategy can be listed as follows: 1. If Taiwanese enterprises adopt the sole venture or the plurality shareholder in China, the location choice will be a top priority. The consideration includes the policy of early open market, the economic district with relaxed policy, and the cities along the coast with the smaller obstacles to plurality shareholder than the inland cities. 2. As to the transfer of the core competence, the more favorable resources can be provided, the more advantages can be obtained. Above all, the operation technology and finance are highly advantageous. 3. According to the existing regulations, the hypermarkets belong to the third industry and must follow the business mode of joint venture. The Chinese partners can be divided into the nation-owned, country-owned (town-owned), or private-owned enterprises. All of them bring to the distinct results. Furthermore, both parties might not cooperate successfully subject to the complementary resources. Therefore, to choose a suitable partner is a key factor as well. 4. There are lots of troubles in sales due to joint venture. Also, with the fewer shares, Taiwanese enterprises sense the more annoying troubles. For the moment, most Taiwanese enterprises complains about the poor administrative efficiency, incomplete laws, scarcity of the local elites, and inefficiency of obtainable information. All of above factors could be preventive in advance for Taiwanese enterprise in Mainland China.

Keywords : Taiwanese Enterprises ; China ; Hypermarket ; Ownership ; Entry Mode

Table of Contents

目錄 封面內頁 簽名頁-----	i 電子檔案上網授權書-----	ii 授權書-----	
iii 中文摘要-----	iv 英文摘要-----		
-----vi 誌謝-----	ix 目錄-----	x	
圖目錄-----	xiii 表目錄-----		
機 1 第二節 研究目的 3 第三節 研究流程 3 第二章 文獻探討 5 第一節 百貨量販業相關文獻 5 第二節 進入模式相關文獻 19 第三節 台商投資大陸模式 26 第三章 大陸百貨量販店產業分析與大陸消費環境之分析 38 第一節 大陸百貨量販業之分析 38 第二節 大陸消費環境之探討 51 第三節 大陸消費者行為分析 53 第四章 研究方法與觀念架構 61 第一節 研究架構 61 第二節 研究設計與方法 63 第三節 研究限制 63 第五章 個案分析 64 第一節 個案描述 65 第二節 命題發展 74 第六章 結論與建議 81 第一節 研究結論 81 第二節 建議 83 圖 目錄 圖1-1研究流程圖-----	4 圖2-1產品生命週期與國際化-----	14 圖2-2擴展需求生命週期-----	14 圖2-3外商在大陸投資模

式-----	29	圖2-4台商間接投資取得大陸事業方式-----	35	圖4-1研究架構
圖-----	62	表目錄 表2-1美國對於量販店之相關定義-----	5	表2-2日本對於量販店之相關定義-----
表2-3台灣學者與文獻內容對量販店之定義-----	6	表2-4三類學者對各種進複模式之分類比較-----	7	表2-5外商在中國大陸的直接投資（1979~1999年6月止）-----
表2-6台商對中國大陸間接投資的金額統計-----	22	表2-7合資經營企業與合作經營企業的不同-----	27	表2-8台資企業投資形式-----
表3-1大陸農村消費發展表-----	28	表3-2 1996年城鎮居民每戶年收入統計表-----	31	表3-3大陸地區城鎮居民收入與支出結構-----
表3-4大陸地區城鎮居民平均每人全年消費支出和購買的主要商品數量表-----	48	表3-5中國大陸地區城鎮居民家庭基本情況一覽表-----	50	表3-6中國消費階層的結構-----
表3-7個案簡介-----	54	表3-8個案分析比較表-----	55	
附錄 附錄一：質性研究問卷-----	60	附錄二：中國大陸各國量販店系統開店數(截至2001年底)-----	72	89

REFERENCES

- 1.施仁和，2000，台灣百貨量販業供應鏈管理參考模式之研究，碩士論文，國立台北科技大學商業自動化與管理研究所，台北。
- 2.張忠民，2000，百貨量販業供應鏈管理動態模式之研究，碩士論文，國立台北科技大學商業自動化與管理研究所，台北。
- 3.高宏華，2000，台灣百貨量販業供應鏈管理策略構面與關鍵成功因素之研究，碩士論文，國立台北科技大學商業自動化與管理研究所，台北。
- 4.王耀緯，2001，量販店員工行為與績效相關性之比較研究——以中國大陸與台灣之量販店業為例，碩士論文，淡江大學管理科學研究所，台北。
- 5.簡立婷，2000，量販店採購決策之研究，碩士論文，國立台北大學企業管理研究所，台北。
- 6.葉正剛，2001，中國超市的發展問題與前景，零售市場，第367期，52-57頁。
- 7.徐秀美，1997，台商赴大陸發展連鎖業經營管理之研究，台商赴大陸投資連鎖業經營管理之研究，碩士論文，淡江大學。
- 8.李秀恒，2001，21世紀中國市場，三聯書店（香港）有限公司，p148-153。
- 9.許麗芬，1996，台灣集團企業進入大陸市場模式之研究，碩士論文，國立中山大學大陸研究所，高雄。
- 10.黃怡菁，2001，台商赴大陸投資關鍵成功因素與績效之研究，以資訊電子業為例，碩士論文，中國文化大學國際企業管理研究所，台北。
- 11.姚美慧，2000，台商對外直接投資進入模式與經營績效之研究——以大陸及東南亞為例，碩士論文，國立成功大學企業管理研究所，台南。
- 12.1993，企業國際進入策略模型之研究，國立台北商業學報，第41期。
- 13.陳旭銘，1998，中小企業赴大陸投資進入模式決策與經營績效之研究，碩士論文，銘傳大學國際企業管理研究所，台北。
- 14.張志剛，2002。
- 15.零售市場，第381期，2002年2月25日。
- 16.李秀恒，三聯書店(香港)有限公司，21世紀中國市場，2001。
- 17.李承寧，1998，大陸台資百貨零售業之競爭策略，碩士論文，東華大學大陸研究所，花蓮。
- 18.林玉如，2000，傳統產業大陸投資策略個案研究——正新輪胎公司，碩士論文，國立交通大學經營管理研究所，新竹。
- 19.工商時報，2002，01，15邱慧雯。
- 20.李文德，2002，量販店之經營管理與競爭策略——以大潤發為例，碩士論文，國立清華大學高階管理研究所（未出版碩士論文），新竹。
- 21.www.trust-mart.con.cn
- 22.陳焱，2001，中國大陸投資法實務，世界商業文庫。