

# 加入 WTO 后外资进入中国分销业的评价

丁俊发

**摘要：**本文对入世后，外资进入中国分销业的特点及利弊进行了分析，并提出在某种意义上说，谁控制了中国的批发业，谁就控制了中国的经济命脉，对这一点务必引起高度关注。

**关键词：**外资 分销业 经济命脉

## 一、外资进入中国分销业的特点

第一，跨国集团实行抢滩战略，投资规模大，扩张步伐加快，进入快速发展期

至 2004 年 12 月底，我国共批准设立外商投资商业企业 302 家（不含石油石化销售企业 4 家、汽车及配件销售企业 10 家），合同利用外资 45.35 亿美元（不含石油石化 4.52

亿美元、汽车及配件 1.33 亿美元），开设分店 3903 个（不含加油站 1451 座、汽车及配件销售店 12 家），营业面积约 828.6 万平方米（不含石油石化、汽车销售及配件）。世界 50 家最大的零售企业已全部进入我国，并在全中国迅速扩张，形成网络。

2004 年主要中外（含港台）合资/合作零售及餐饮企业一览表

序号	在华企业	销售规模 (万元人民币)	门店数 (个)	外资公司情况
1	家乐福(Carrefour)	1,624,050	62	法国家乐福集团,全球零售第2位
2	苏果超市有限公司(SUGUO)	1,388,000	70	香港华润集团
3	好又多(Trust Mart)	1,200,000	88	台湾诚达集团和宏仁集团
4	百胜集团(YUM!)	1,186,879	1400	美国 YUM! 餐饮集团,全球零售第84位
5	华润万家	1,101,444	476	香港华润集团
6	大润发	950,000	40	台湾润泰集团,大润发与欧尚相互持股
7	沃尔玛(Wal-Mart)	763,542	43	美国沃尔玛公司,全球零售第1位
8	百盛(Parkson)	740,000	30	马来西亚金狮集团
9	易初莲花(Lotus)	739,405	41	泰国正大集团
10	乐购(TESCO50%)	700,000	31	台湾顶新国际集团与英国 TESCO 公司,全球零售第6位

(续表)

序号	在华企业	销售规模 (万元人民币)	门店数 (个)	外资公司情况
11	锦江麦德龙(METRO)	645,898	23	德国麦德龙,全球零售第4位
12	太平洋百货(PACIFIC)	430,000	10	台湾远东集团
13	麦当劳(Mcdonalds)	355,000	600	美国麦当劳公司,全球零售第49位
14	欧尚超市(AUCHAN)	351,178	11	法国欧尚集团,全球零售第18位
15	华堂(Ito Yokado)	290,000	5	日本伊藤洋华堂,全球零售第20位
16	百佳(PARKnSHOP)	274,996	31	香港屈臣氏集团(香港和记黄埔有限公司旗下)
17	百安居(B&Q)	201,000	21	英国翠丰集团,全球零售第43位
18	万客隆(Makro)	150,000	6	荷兰万客隆(德国麦德龙旗下)
19	德克士(Dicos)	100,855	383	台湾顶新集团
20	欧倍德(OBI)	100,000	11	德国廷格尔曼集团(Tengelmann),全球零售第21位
21	全家便利店(Family Mart)	80,000	43	台湾顶新集团
22	宜家(IKEA)	80,000	2	瑞典宜家公司
23	吉之岛(JUSCO)	65,000	2	日本永旺集团AEON,全球零售第22位
24	迪亚(Dia)	55,000	150	属法国家乐福集团
25	吉野家(Yoshinoya)	50,762	95	日本株式会社吉野家D&C,东亚及北美1200家店
26	冠军(Champion)	50,000	6	属法国家乐福集团
27	天津大荣(Daiei)	45,000	12	原属日本大荣集团(全球零售42位)
28	7-Eleven	45,000	198	日本伊藤洋华堂,全球零售第20位
29	喜士多(C-store)	26,000	150	台湾润泰集团
30	罗森(Lawson)	22,000	120	上海百联集团控股
31	屈臣氏(Watson)	15,000	100	香港和记黄埔有限公司,全球零售第94位
32	OK便利店(OK)	5,600	22	香港利丰集团
33	乐华梅兰(LeroyMerlin)	新开业	1	属法国欧尚集团
	合计	13,831,609	4282	

(供稿:中国连锁经营协会)

进入2005年以来,外资商业企业申报数量明显增加,外商独资企业明显增加,外资批发企业明显增加,外资并购案例明显增加。据商务部公布的数据,1—9月,商务部新批准外商投资商业企业554家,开设店铺1130个。

为什么外资如此迅速进入中国流通业,特别是零售业,其动力在于中国广阔的市场,可为其带来巨大的利润空间。根据国际零售商协会公布的《2004年全球零售业发展报告》得出的结论,中国零售业发展指数在30个新兴市场国家中,仅次于俄罗斯与印度。2004年10月在杜塞尔多夫环球零售及消费行业研讨会上,发布的第三期零售及消费行业报告——《从北京到布达佩斯:经济转型中国家零售业及消费行业崭新增长模式》中得出结论,中国、印度、土耳其、泰国、马来西亚及匈牙利等六个国家,在投资角度上被认为是最具潜力的国家。根据国家信息中心2005年3月7日发布的中国零售行业预测报告,2005~2010年间,中国零售业将保持每年8~10%的速度稳步增长;到2020年,社会消费品零售总额将超过20万亿元人民币。这就是外资进入这一领域的基本动力。

抢先进入中国流通领域的大多是跨国集团,如美国沃尔玛、普及斯玛特,英国百安居,法国家乐福、欧尚,德国麦德龙、欧倍德,泰国易初莲花,瑞典宜家,马来西亚百盛,日本罗森、7-Eleven、大荣,以及台湾好又多、太平洋百货、乐购等。

到2004年,沃尔玛已在中国20个城市开设了43家商场,2005年将再增加18家。家乐福在开设63家店的基础上,2005年将新增20家。2004年对33家中外合资合作零售及餐饮业统计,当年销售额达到13831亿人民币,都已跨入快速增长期,有的从中心城市向二线城市扩展。这里我们特别要关注,并购将成为外资的一种主要扩张方式。

第二,主攻大型综合或专业超市。专业

店、便利店有快速发展的势头,连锁是其主要的经营形式。

外商在中国零售市场所经营的零售业态主要为大卖场、仓储式商场和会员店。大型综合超市成为外资选择的重点。据中国连锁协会对全国27个城市的一项统计表明,外资的百货店数量只占6%,而大卖场占了23%。在2002年上半年新批准设立的28个店铺中,24个都是营业面积在8000平方米以上的大型综合或专业超市,其中最大的2万平方米。这种业态适应了中国目前居民收入水平决定的消费结构,具有巨大的市场发展前景,可以满足顾客“一站式”购物的要求,并与其它业态相比具有价格、品种、规模、管理上的优势。特别是中国民族商业还无法与之匹敌。

第三,以优质低价的品牌形象取胜。外资零售企业销售的绝大部分是中国商品,选择的是国内著名品牌,优质低价。沃尔玛的口号是“天天平价”,家乐福的口号是“天天都便宜,就是家乐福”。外资零售店平均价格比一般百货店要低5%左右。如麦德龙的平均价低于上海市场整体水平约10%,万客隆的平均价比北京其它商店低5~10%。

#### 第四,加速本土化战略

所谓本土化,一是采购商品本土化。如沃尔玛销售商品的95%来自中国本土,与1.8万家供应商建立了合作关系。其采购的商品不仅在中国销售,同时进入全世界的沃尔玛店,从2001年的100亿美元到2003年增加到150亿美元。二是员工本土化。沃尔玛在中国所有店的总经理全部来自中国本土,在2万名员工中,99%以上来自中国。麦德龙还专门设立了中国培训学院,与分别设在法国罗约蒙、德国杜塞尔多夫、俄国莫斯科的培训学院一起,共同承担起麦德龙全球培训任务。三是促销环节本土化。即根据中国的国情,设立中国特色的销售网络,并适应中国文化理念。

## 二、外资进入中国分销业的评价

根据商务部统计,2003年,外商投资商业企业销售收入占全社会消费品零售总额的比重为3.5%。而在北京、上海则占到8~10%。但大卖场已占到23%。

外资进入中国流通业,利大于弊,这是普遍的看法,但在看到利的同时,很少有人去研究弊在什么地方,如何趋利避害。当然对弊的认识也有很大差异。这里涉及到一个非常敏感的问题,即按中国政府的承诺,外资会不会控制中国的流通业。法国一位总理曾讲过“谁控制了法国流通业,谁就控制了法国经济,谁就拥有了法国”。有人担心外资将控制中国的流通业,更有人提出到2010年,外资将控制中国流通业的60%。笔者从来不认为这能成为现实,道理很简单:一是自由贸易并不意味着每个国家不设防,每个国家都可以采取必要的办法来保护民族商业,这是世界惯例。日本就是如此,中国人也不可能对外资控制中国流通业而无动于衷。二是加入WTO的承诺不能倒退,关键是中国民族商业如何发展,中国能否培育几十个大的流通企业集团,不仅在中国可以与跨国流通企业集团相抗衡,而且走向国际,去参与国际大流通。笔者认为通过20~30年的努力,完全可以做到这一点。三是中国的商品市场很大,就是外资都进入了中国的省会城市,但二三级城市,特别是广大农村的村镇商业,外资很难进入,也不会有多大

动力进入。

笔者担心的,一是各地政府为了政绩,以超国民待遇的优惠条件引进外资,特别是名牌跨国企业,他们这样做,已大大超越了中国政府对加入WTO的承诺,使中外零售业处于不公正、不平等的环境下竞争。二是对跨国公司在我国中心城市大规模布点引起的对我国中小流通企业造成的不应有的危害缺少分析。三是从中央到地方,商业如何发展,缺少总体规划,对开办一定规模以上的商业网点缺少听证制度。四是外资进入批发业已经从观望、小心迈步到加快起步。笔者担心的是外资大举进入中国批发业,对这一点务必引起广泛的关注。笔者不怕外资进入零售业,但担心外资进入批发业我们缺少对策研究。在某种意义上说,谁控制了中国的批发业,谁就控制了中国的经济命脉。2003年底,中国开放批发经营后,2004年批准设立11家外资批发企业,但2005年1~6月,商务部批准外资设立186家批发企业,占同期新批准外资商业企业的75.9%。如外资大举进入中国钢铁、有色金属、粮食、石化等品种的批发业,将对中国经济产生巨大影响,对这一点务必引起高度关注。

(作者单位:中国物流与采购联合会)

责任编辑 王伟民