

珠江三角洲 消費品市場攻略



珠江三角洲 消費品市場攻略

本報告由香港貿易發展局委託
廣東省對外經濟貿易發展研究所編寫

一零零二年二月

香港貿易發展局

研究部

香港灣仔港灣道1號會展廣場辦公大樓38樓

電話：2584-4333 電傳：73595 CONHK HX 傳真：2824-0249

網址：<http://www.tdc.org.hk> 電郵：hktdc@tdc.org.hk

香港貿易發展局在編寫本報告時，已力求資料正確無誤。

概要

中國加入世界貿易組織後，對消費品的進口限制將會逐步降低或取消，同時對外商從事內銷及商品分銷業務的限制亦會放開。在市場需求方面，中國經濟持續發展，居民收入上升，已形成一個龐大的消費市場。近年，在中國沿海地區及部分內陸省會城市更已形成了一批中產階層，他們不但消費能力高，且講究質量和品味，是不少港商及其他中高檔產品供應商的銷售目標對象。

不過，要在中國內地開展銷售業務，不少港商都會感到束手無策。首先，中國市場地域廣闊，而且每個區域又有不同的消費特色，港商要選擇那裏作為市場切入點已是一個重要考慮。其次，雖然中國逐步對外商開放內銷和分銷業務，但不等於外商可以無限制地在內地進行銷售。港商擬定好銷售計劃後，包括市場定位及商品訂價、分銷模式、支援網絡等，要開展銷售業務第一步便要辦理營業執照、稅務登記和產品質量檢驗證書等法定文件。接著便要廣設銷售網點，並與零售企業洽商供貨合作事宜和物色經銷商及代理商。本報告目的便是為港商在內地開展銷售業務的過程中，在不同的環節上提供實用參考。

對於初次進軍內地市場的港商，珠江三角洲應是一個理想的市場切入點。珠江三角洲是全中國經濟最發達和城市化程度最高的地區，2000年主要城市包括廣州，深圳，佛山，東莞，珠海等人均國

內生產總值超過3萬元人民幣，較長江三角洲內主要城市為高。目前在廣州、深圳外資企業工作的行政和管理人員的平均工資已達每月4,500至6,000元。居民收入上升，不單刺激消費需求，消費者對產品的質量、設計、品牌形象等亦變得講究。珠江三角洲鄰近香港，日常接觸香港市場訊息的機會高，因此不難發現一些在香港流行的產品和品牌都會在珠三角一帶流行。「香港」這個品牌在珠江三角洲有一定市場價值。

內地對進出口貿易管理嚴格，只有擁有「進出口經營權」的企業才可以進口消費品。不過，雖然外商現時還未能直接自行從海外進口消費品在內地銷售，但自去年開始，中國政府對內資企業已大幅度開放進出口經營權，消費品的進口渠道呈現多元化。現時外商一般都可以委托外貿公司（主要是國營貿易企業）代理進口消費品，或尋找有進出口權的代理商、經銷商（批發、零售企業）直接進口及分銷消費品。外商可以在內地設立代表處，負責統籌聯絡，市場推廣和其他有關市場組織工作。

內銷方面，近年內地分銷零售業發展迅速，「三資」工廠除可直接向大型零售商供貨外，更可通過代理商、經銷商、專業批發中心、特許經營等途徑，擴大分銷網絡。一般「三資」工廠開展內銷的方式是設立「經營部」或「營業部」負責市場推廣和銷售，並在不同城市開設辦事處，負責聯繫各地的主要百貨商場和經銷商，處理訂單和市場推廣。

目前大多數生產廠商都是採取多渠道的營銷策略。如在本地區

採用直接渠道（直供零售店、自建專賣店），在外地則採用間接渠道（聘用經銷商）；在有些地區採用獨家經銷方式，在另一些地區則選擇多家分銷。但是，渠道「扁平化」，銷售通路越來越短，是消費品分銷渠道模式發展的趨向。珠江三角洲從目前來看，廠家的銷售策略很可能是廠家直銷與經銷商並存。例如，養生堂的保健食品在廣東的營銷模式是：在廣東設銷售公司，下設廣州、東莞、中山等營銷部，廣州的營銷部直接供貨給百貨公司、超級市場、倉儲式商場，同時有兩家經銷商負責供貨給其本身的零售組織和供貨給其他零散的藥店和二級經銷商。

在珠江三角洲地區，私營、個體批發商是從事消費品代理/經銷的主要力量。他們中的一部分是國營企業的營銷經理自立門戶創辦的，另一部分原屬個體經營者，在實力壯大之後，從一般經銷轉向總代理、總經銷的方向發展。生產廠商選擇經銷商時，主要的條件是要擁有較多穩定客戶和有一定資金實力。

廠家一般都希望經銷商買斷產品並且現款現貨，而經銷商往往要求代銷商品並且給予較長的數期。實際的運作是因為產品品牌知名度和經銷商實力的不同，合作和結算的方式也不同。只有非常暢銷的產品，經銷商才能接受現金買斷這一方式。大多數的經銷商都要求給予一定的信用期。例如大多數外資生產企業的销售政策是，對所有一級經銷商按同一價格供貨，貨到30天付款，生產廠商不返點，貨到15天付款，按廠價扣2點，貨到7天付款，廠價扣3點。有些經銷商為了取得比其他經銷商有利的價格，往往願意選擇現款現貨。但對於一些尚未打開銷路的品牌或知名度不太高的品牌，經銷商不太願意買

斷，一般是全額除銷，或者預付部分貨款，賣不完的可以退貨或換貨。結算方面，有可能是「翻單」，下批進貨結上批貨款，或者是約定一個款期，清點銷售數量，實銷實結。由於內地企業（尤其是個體經銷商）普遍信用不佳，許多廠家擔心貨款回收問題，採取寧願降低價格，也不賒銷的政策。

百貨公司是珠江三角洲以至全中國發展最成熟的一種零售業態，新興的零售業態目前還不能完全替代百貨公司的地位，特別是在小城市，百貨公司仍然處於零售業的主導地位，因此百貨公司仍然是大多數商品不可缺少的銷售渠道。百貨公司的進貨渠道主要是生產商或總代理商，進貨模式主要有三種——專櫃，代銷和買斷。專櫃是百貨公司與供應商的聯營方式。即由百貨公司提供場地、銷售執照及統一收銀。由供應商為專櫃設計裝修，並提供商品、決定銷售價格、聘請推銷員。供應商提供的貨品一般要經過百貨公司進貨、銷售和庫存管理系統。代銷是百貨公司最主要的進貨方式，屬於百貨公司自營的商品。一般先由雙方洽定價格，在商品售出後，按供貨價及實際銷售數量結算貨款。買斷即百貨公司自行購銷。只有市場上緊俏的商品，百貨公司才會採用買斷經營。

連鎖型的倉儲式商場、超級市場、便利店是珠江三角洲地區近年最具活力的零售業態。大型倉儲式商場、連鎖超市和便利店採購商品以購銷（買斷）形式為主。但在年度供銷協定上往往簽訂「可以退貨」的條款。如果出了嚴重的質量問題和價格調整問題時，可以退貨（供應商要同時退回貨款）。商場對於弱勢品牌和尚未打開銷路的商品往往採取代銷形式。也有少數商品設專櫃銷售。

一般來說，對於專櫃形式銷售的商品，百貨公司或倉儲式商場（零售商）與供應商會依照營業額按月分成。小件商品如服裝、鞋類、玩具等，零售商的分成比例佔25%-30%，價值幾百元以內的小家電，零售商的分成比例佔15%-25%，大件商品如彩電、冰箱，零售商的分成比例佔9%-11%。零售商一般對供應商設有每平方米最低銷售額的要求，如果當月銷售額低於該標準，雙方則按該標準分成。

對於代銷商品零售商一般採取實銷實結方式，即供銷雙方約定一個結算價格和款期（一個月或45天），供貨方到商場清點和核對銷售數量，按此結算。對於買斷的商品，零售商一般在交貨後一個月或雙方認可的一段時間內結算貨款；或者是「翻單」，即商場在下次進貨時結算上次進貨的貨款。

相對於百貨公司，大型連鎖超市和倉儲式商場的入店條件比較苛刻，除了盡量壓低進貨價之外，還要供應商支付各種各樣的通道費用，包括：進場費、上架費、月度折扣和年度折扣、倉儲費和配送費等。但是大型連鎖超市和倉儲式商場銷量大，貨款回收有保證，因此大部份供應商都願意和這些商場保持長期業務關係。

在商品結構上，百貨公司以經營精品或高級商品為趨勢，加上內地消費者對百貨公司經營優質正貨的信任程度較高，因此國際和內地知名品牌消費品供應商都會選擇百貨公司作為樹立品牌形象的窗口和重要銷售渠道。在建立一定知名度後，便開始發展特許經營業務。近幾年，特許經營在內地引起了品牌產品供應商的濃厚興趣，在珠江

三角洲，品牌服裝、鞋類、大家電、影音產品嘗試特許經營的比較多，部分名牌企業已經發展為比較規範的特許經營體系。

香港貿易發展局研究部

首席經濟師

梁海國

助理首席經濟師

何達權、潘永才、

曾錫堯、邱麗萍

中國商務顧問

譚思洛

經濟師

趙永礎、范婉兒、鞠淑真、李了成、

盧秉權、譚慕賢、黃醒彪、袁兆勇

翻譯編審

梁璐如

中文編輯

張結鳳

製作

鍾馬田、陳慧賢



瀏覽貿發網 拓展全球業務易如反掌

貿發網帶您進入環球商貿世界，招攬新客戶、尋找新夥伴、開拓新市場、發掘新商機。由現在起，您可以輕易掌握最新商貿資訊及重要市場情報，藉以提高競爭力。您又可以在彈指之間獲取所需服務及工具，運籌帷幄，大展鴻圖。

請即點擊 tdctrade.com
暢遊貿發網，全球業務由此創



香港貿易發展局
Hong Kong Trade Development Council

目錄

概要	i
 第一章	
珠江三角洲消費市場簡介	
全國最富裕的都市圈	1
消費追隨香港潮流	2
廣州、深圳作為開拓珠江三角洲消費品 市場據點的重要性	5
 第二章	
分銷系統結構及預期變化	
目前情況	6
中國入世承諾	7
 第三章	
進口消費品分銷渠道	
誰可進口消費品	10
常見的市場開發模式	11
入世對外商進口消費品的影響	20
進口消費品進入內地市場銷售須注意的法律及規定問題	21

第四章

如何開展內銷業務

製造商直接供貨給零售商	26
委托經銷商	26
特許經營	27
專業批發市場	27
多渠道營銷策略	28

第五章

經銷商的類型和分銷運作模式

以生產廠商直供分銷為主的銷售模式	30
以區域獨家經銷商為主的分銷模式	32
以區域多家經銷商為主的分銷模式	34

第六章

經銷商的抽成與結算辦法

經銷商的抽成方式	37
經銷商入貨方式和結算辦法	42

第七章

如何尋找經銷／代理商

從事消費品批發或分銷服務的公司類型	44
經銷商作為品牌代理的發展趨勢	46
尋找及接觸經銷商的有效途徑	48

第八章

如何向百貨公司供貨

百貨公司在珠江三角洲的經營狀況	50
商品入店模式	51
商品採購決策程式	52
商品上架的費用、分成標準以及結算辦法	52
商品入店需要的相關文件	54

第九章

如何向大型倉儲式商場／超級市場／便利店供貨

倉儲式商場／超級市場／便利店在珠江三角洲的經營狀況	56
商品入店模式	58
商品採購決策程式	58
商品入店的費用	59
結算辦法	60

第十章

如何透過特許經營擴展銷售網絡

特許經銷商或特許零售店加盟	62
特許經營管理	63

附 錄

一. 2000年廣州、深圳及東莞地區	
主要百貨零售企業銷售額	67
二. 廣州、深圳及東莞地區	
主要連鎖倉儲式商場和超級市場	69
三. 廣州、深圳及東莞地區	
主要零售企業採購部門聯絡資料	70
四. 廣州、深圳及東莞地區主要進口商	84
五. 廣州地區從事消費品經銷業務公司（部分）	
名單	94
六. 廣州、深圳及東莞地區主要批發中心介紹及	
聯絡資料	102
七. 廣東省相關行業協會聯絡資料	109
八. 2001年珠江三角洲地區舉辦的主要展覽會	110
九. 內地對各類商品經營的索證要求	120

第一章

珠江三角洲消費市場簡介

1.1 全國最富裕的都市圈

珠江三角洲是中國首個對外開放的經濟區¹。經過近20年的發展，珠江三角洲已成為全中國經濟最發達的地區。隨著工業發展，珠江三角洲的城市化程度亦是全國最高。2000年，廣東省共有地級市²21個，其中廣州、深圳、東莞更是珠江三角洲內最發達的城市，人均國內生產總值（GDP）超過3萬元（人民幣，下同），較其他沿海城市為高。

珠三角與長三角主要城市
人均GDP比較（2000年）

珠江三角洲		長江三角洲	
城市	元/人	城市	元/人
深圳	39,745	上海	34,600
廣州	38,568	無錫	27,653
佛山	33,424	蘇州	26,692
東莞	32,477	杭州	22,342
珠海	31,777	南京	18,872

資料來源：各省2001統計年鑒

1 珠江三角洲是最早對外開放的經濟開放區，因此吸收外資的累積數目亦是全國最高。至2000年底，廣東省外資企業登記數目共49,865家，遠高於第二位的江蘇省（18,060家）。

2 中國內地行政區劃分為31個省級區，下轄333個地級區，再之下便是縣級區。

珠江三角洲工業及商業發展蓬勃，就業機會增加，工資水平亦大幅度上升。據貿發局資料所得，現時在廣州、深圳外資企業工作的行政和管理人員平均工資達每月4,500-6,000元，部分高級及專業人士的月薪更超逾萬元。從廣東省共有5萬家登記外資企業，以及越來越多私人企業的形勢判斷，珠江三角洲已形成了一個具規模且消費能力高的中產階層。

2000年廣州及深圳平均工資水平

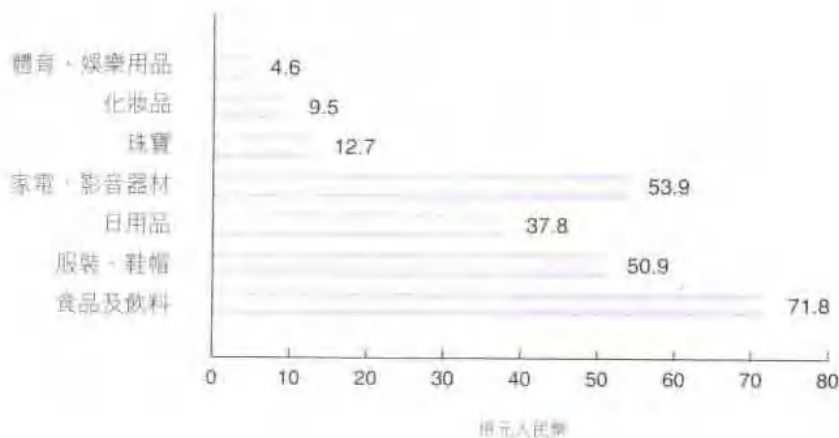
	平均月薪(元)	
	廣州	深圳
低技術工廠勞工	800	1,400
工廠管工	1,500	2,900
文員(同級專業)	2,000	2,800
私人秘書/助理	3,500	2,200
銷售員/推銷員	2,000	2,300
店舖售貨員	1,500	1,500
初級行政人員(大學畢業)	2,000	2,600
中高級行政人員/管理人員	6,000	4,500

貿發局資料

1.2 消費追隨香港潮流

2000年廣東省零售貿易業商品銷售額大幅上升21.6%，其中廣州上升17.7%至784億元，深圳上升52.9%至422億元。珠江三角洲零售市場規模近年不斷擴大，主要原因除了是居民收入增加外，零售企業經營方式不斷改變，引入新產品刺激消費意欲，亦有一定促進作用。

廣東省主要商品零售額（2000年）



廣州、深圳商品零售額

