

經濟部幕僚單位及行政機關人員從事兩岸交流活動報告書

出席第 6 屆廣州國際餐飲連鎖加盟展

研提人單位：經濟部商業司

職稱：專門委員、科長

姓名：莊文玲、謝季芳

參訪期間：107 年 8 月 24 日至 8 月 27 日

報告日期：107 年 9 月 19 日

(本報告請檢送 1 式 3 份)

政府機關（構）人員從事兩岸交流活動（參加會議）報告

壹、交流活動基本資料

- 一、活動名稱：第 6 屆廣州國際餐飲連鎖加盟展-臺灣連鎖品牌館
- 二、活動日期：107 年 8 月 24 日至 8 月 27 日
- 三、主辦（或接待）單位：中國烹飪協會與中國連鎖餐飲產業聯盟
- 四、報告撰寫人服務單位：經濟部商業司

貳、活動（會議）重點

一、活動性質

為協助臺灣連鎖加盟企業參與「第 6 屆廣州國際餐飲連鎖加盟展」，督導執行單位之實際情形，並與當地公協會進行交流。

二、活動內容

8 月 24 日至 26 日參訪真功夫集團、拜會台商協會天河分會會長、參加「第 6 屆廣州國際餐飲連鎖加盟展」

三、遭遇之問題

未與中國大陸官方單位接觸，故無問題

四、我方因應方法及效果

承上，故無須提出因應方法

五、心得及建議

（一）心得

1. 本次參展對於提升整體臺灣連鎖品牌國際知名度及形象大有助益。
2. 從參展中亦觀察到消費者除了要求餐點美味之外，「餐飲＋」（餐點以外的增值體驗）亦是最新的消費潮流。不管是打造網美店、藝文場所等場景體驗，都能透過本展觀其一二。
3. 在拜會產業進行交流及實際參訪部分，本次重點著重於促進兩岸連鎖加盟企業分享商情、交流互動與實際了解當地市場經營現況，強化臺廣雙邊在連鎖產業上的對話與尋找合作的可能。
4. 大陸行動支付普及，近7成消費者利用手機付款，零售業普遍以消費者體驗為核心的服務價值，讓消費者不論是線上或線下都能獲得完整的消費服務，形成「全通路零售」的消費模式。
5. 此次行程看到的服飾業、玩具市場皆朝向「快時尚」，規模大、流行性高，款式多又新穎，以吸引消費者與零售商的目光。

（二）建議

1. 傳統零售業者缺乏數據，難以快速回應客戶需求，未來可輔導產業結合行動支付，應用數據掌握消費者需求。
2. 帶領連鎖加盟企業參與國際展會及與國外當地業者交流分享商情、交流互動與實際了解當地市場經營現況，其有助於強化臺廣雙邊在連鎖產業上的對話與尋找合作的可能。本次的連鎖加盟大展活動是好的媒合平台，未來可持續參與國際展會，以協助企業找到共同經營理念的

夥伴。

3. 政府應持續強化業者的品牌實力，提升業者的品牌價值，加強協助業者的行銷，讓有實力的業者能順利打開國際市場，產業能得以持續升級發展。

參、謹檢附參加本次活動（會議）之相關資料如附件，報請備查。

附件：參與「第6屆廣州國際餐飲連鎖加盟展」紀錄

職 莊文玲、謝季芳

107年9月14日

參與「第6屆廣州國際餐飲連鎖加盟展」紀錄

目次

一、 前言.....	1
二、 參展拜會行程.....	2
三、 展覽介紹.....	3
四、 工作重點暨展出概況.....	3
五、 參訪交流概況.....	12
六、 成果紀要.....	24
七、 心得及建議.....	25

一、前言

(一) 活動說明

本活動係依「連鎖加盟業能量厚植暨發展計畫」，協助我國連鎖加盟業者國際交流，提升我國連鎖企業品質，並打造連鎖產業優良的發展環境，同時強化企業能量，透過推動品牌國際發展過程，協助企業培養國際競爭力，以進行市場布局。

本次由本司帶領 8 家連鎖餐飲業者，包含五花馬國際行銷股份有限公司、森邦股份有限公司、弘爺國際企業股份有限公司、揚秦國際企業股份有限公司、人杰老四川餐飲管理顧問股份有限公司、紅太陽食品有限公司、王長發產業股份有限公司、愛上香茅餐廳有限公司，前往廣州推廣臺灣連鎖餐飲品牌，希望透過大型展會的平台，強勢推廣國內績優餐飲連鎖加盟業者增加國際市場曝光度，促成商機媒合，落實企業海外佈局。

(二) 活動目的

1. 依據投審會 2017 年統計調查發現，臺商對外投資仍以中國大陸最多占比達 73%，因應風土民情、語言等因素，中國大陸地區仍為我國企業海外拓展第一首選，尤其又以餐飲連鎖產業最為明顯，故本次規劃之第六屆 CCH 廣州國際餐飲連鎖加盟展，為華南地區規模最大的美食連鎖展，協助國內績優餐飲連鎖加盟業者增加國際市場曝光度，促成商機媒合，落實企業海外佈局。
2. 中國大陸廣東省為臺灣世界主要貿易市場之一，而廣州的文化、生活習慣和飲食口味與台灣相近，較為合適開發的沿海城市，因此除了率領我國餐飲連鎖業者參與展會外，並辦理連鎖品牌交流之夜，並邀請廣東省連鎖經營協會、廣州連鎖經營協會、東莞市連鎖餐飲促進會及廣州台商協會共同出席

交流，同時前往參訪中國最大中式速食連鎖集團真功夫餐飲集團等地，並前往越秀區紅棉國際時裝城、上下九商業步行街商圈、荔灣玩具批發市場、北京路步行街商圈考察等，藉由交流分享及實際參訪，了解當地市場經營現況，強化臺廣雙邊在連鎖產業上的對話與尋找合作的可能。

二、參展拜會行程

日期	地點	主要任務
8月24日	臺灣→中國大陸廣州市	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 自臺搭機飛抵中國大陸廣州市（長榮航空 BR707） ➤ 參訪真功夫餐飲集團、連鎖品牌交流之夜¹
8月25日	廣州市	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 第6屆廣州國際餐飲連鎖加盟展觀展 ➤ 越秀區紅棉國際時裝城、上下九商業步行街商圈考察
8月26日	廣州市	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 第6屆廣州國際餐飲連鎖加盟展觀展 ➤ 荔灣玩具批發市場²、北京路步行街商圈考察
8月27日	中國大陸廣州市→臺北	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 東山肉菜市場考察 ➤ 出發至白雲國際機場2航站 ➤ 搭機返臺(長榮航空 BR708)

¹ 原規劃僅拜會台商協會天河分會王慶祥會長(王慶祥會長目前已為廣州台商協會會長)，故為強化交流互動效果，擴大辦理成連鎖品牌交流之夜，邀請國內餐飲企業、廣東省連鎖經營協會、廣州連鎖經營協會、東莞市連鎖餐飲促進會及廣州台商協會共同出席參與。

² 原本規劃至廣州站西鞋城進行參訪，但因8月26日遇該商城公休，故改至荔灣玩具批發市場參訪。

本次出國首要重點為率領我國業者參與第六屆 CCH 廣州國際餐飲連鎖加盟展協助國內績優餐飲連鎖加盟業者增加國際市場曝光度，促成國內績優連鎖加盟業者商機媒合，落實企業海外佈局；同時亦辦理連鎖品牌交流之夜，提升國內連鎖業者與廣東當地協會進行深度交流，分享商情、交流互助與促進未來合作可能，並配合參展期間，於廣州當地進行大型連鎖企業、通路商圈考察。

三、展覽介紹

- (一) 展覽名稱：第 6 屆廣州國際餐飲連鎖加盟展-臺灣連鎖品牌館
- (二) 展會日期：107 年 8 月 24 日至 26 日（星期五至星期日）
- (三) 主辦單位：中國烹飪協會與中國連鎖餐飲產業聯盟
- (四) 展會地點：中國大陸廣州市廣交會展館
- (五) 展覽介紹：

廣州國際餐飲連鎖加盟展於本(107)年 8 月 24 日至 26 日於中國大陸廣州市廣交會琶州展館 B 區盛大舉行。該展由中國烹飪協會與中國連鎖餐飲產業聯盟主辦，廣州軍創展覽服務有限公司執行，是中國大陸華南地區最大加盟展，本屆為第 6 屆。今年展出面積達 55,000 平方公尺，使用 5 大展館，參展品牌超過 1,000 個，吸引觀覽民眾超過 15 萬人次。本展為提供眾多優秀的海內外連鎖餐飲品牌，創造當地許多創業加盟機會，是連鎖企業推廣品牌、招募加盟合作夥伴的最佳平臺。

四、工作重點暨展出概況

- (一) 「臺灣連鎖品牌館」館區簡介

「臺灣連鎖品牌館」共使用 72 平方公尺(約 8 個攤位)，除了有廠商展示區及洽談區外，並設置接待服務區。

A. 廠商展示區：

規劃每家參展廠商的展示攤位提供現場展示洽談，並依廠商個別需求，協助其展示需求呈現，如辦理試吃活動之現場相關設備擺設。

B. 洽談區：

提供臺灣連鎖品牌館廠商與買主洽談之區域。

C. 接待服務區：

臺灣連鎖品牌館服務櫃台，作為全館的接待及整體服務介紹，提供來館買主及民眾相關諮詢。

(二) 參與本次展覽之我國連鎖企業簡介

本次「臺灣連鎖品牌館」共計邀集 8 家連鎖餐飲品牌業者，展出內容多元豐富，包括特色小吃、茶飲、早餐及火鍋等，參展品牌包括：

A. 五花馬水餃館(五花馬國際行銷股份有限公司)

堅持採用新鮮食材傳達傳統道地美味餃子及捲餅等麵食，同時創新研發多樣化口味滿足消費者需求，2015 年 8 月於廈門成立中央工廠，目前已在廈門展店 25 家。本次展覽現場以其主力產品五色水餃及蔥油餅進行宣傳與試吃活動。

B. 拉亞漢堡美式廚房(森邦股份有限公司)

拉亞漢堡為森邦股份有限公司旗下六大餐飲品牌之一，創始於 2002 年，從臺灣一間西式早餐店發展至今，在臺灣已有 500 多家

門店。森邦集團也積極拓展海外市場，拉亞漢堡美式廚房在中國大陸有 7 家，費尼餐廳在中國大陸有 7 家，提諾義式披薩在新加坡、馬來西亞各有 2 家，以及香港 1 家等。

C. 炸雞大獅(揚泰國際企業股份有限公司)

來自臺灣雞肉達人的專家配方與研發的潮流享樂品牌，鮮嫩的雞肉搭配不同口味的特色醬料，吸引中國大陸民眾駐足詢問加盟事宜，其目前在馬來西亞、新加坡、印尼、雪梨等地有分店。

D. 弘爺漢堡(弘爺國際企業股份有限公司)

在臺灣擁有超過 950 家連鎖店，嚴選臺灣在地食材製成的特製冷凍蘿蔔糕，遵循道地的古法製作，是店內的人氣招牌。

E. 老四川麻辣燙(人杰老四川餐飲管理顧問股份有限公司)

「老四川巴蜀麻辣燙」引進正宗講究「三香三椒三料，七滋八味九雜」的巴蜀麻辣燙，搭配店內招牌酸梅汁，打造味在四川、吃在臺灣的麻辣好滋味。在展覽現場推出新產品麻辣花生及常溫保存的麻辣湯底包試吃，吸引美食饕客駐足品嚐。

F. 巧幫滷味(王長發產業股份有限公司)

在臺灣已擁有超過百家連鎖店的巧幫滷味，以獨門配方滷汁及萃煉極為入味的滷製技術，吸引買主詢問並預約後續至其門市洽談。除了經典攤車店適合小本創業之外，二代店的設計增加了時尚流行元素，將路邊小吃提升到餐廳殿堂。

G. 紅太陽國際茶飲(紅太陽食品有限公司)

源自臺南的紅太陽，創立職人手作，強調店珍珠現做現賣，並結合臺灣特色水果及鎖定健康低卡概念，於展覽現場製作珍珠，提

供現場各式水果珍珠奶茶創新飲品試飲。目前在長沙有1家分店，而廣州首家門店將於9月底開幕。

H. 檸檬香茅火鍋專賣店(愛上香茅餐廳有限公司)

檸檬香茅火鍋專賣店創立於高雄，目前在中國大陸福建有5家分店。以檸檬香茅獨特清新的口感搭配使用在湯底、醬料及綠茶之中，使蔬菜、肉品及海鮮都能提升食材本身的口感及風味。在展覽現場製作檸檬香茅湯底及特製香茅綠茶試飲，吸引不少觀眾及買主駐足詢問。

(三) 攤位與展場活動說明

A. 攤位位置

本次廣州展使用廣州市廣交會展館B區10.2展館，本次籌組的「臺灣連鎖品牌館」是本展唯一國家館，展館平面圖及「臺灣連鎖品牌館」示意圖如下。



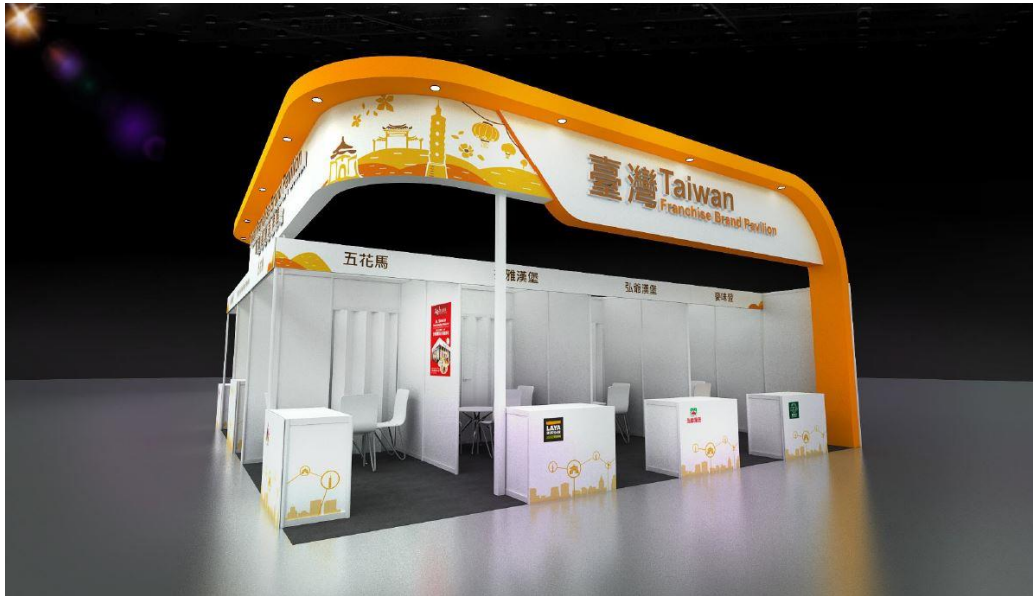
臺灣連鎖品牌館 3D 示意圖(服務台)



臺灣連鎖品牌館 3D 示意圖(左側)



臺灣連鎖品牌館 3D 示意圖(右側)



B. 展會活動(包含品牌推介會)

本展配合主辦單位於展覽首日(8月24日)辦理「臺灣館品牌推介會」，計有森邦(拉亞漢堡)、揚秦(炸雞大獅)、王長發(丐幫滷味)及五花馬(水餃館)4家業者參與，現場出席踴躍，約近百人參加。



拉亞漢堡吳信泰總經理



炸雞大獅陳博均專員

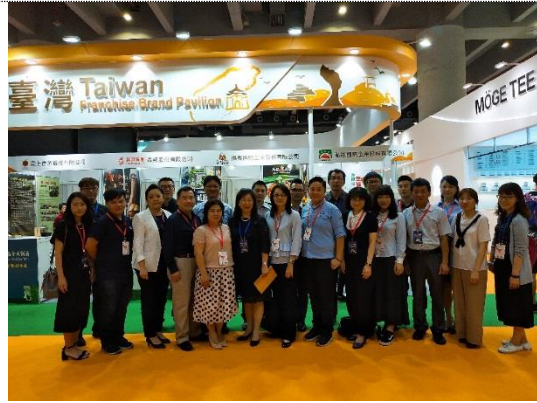


丐幫滷味孫金珠副總經理



五花馬水餃館彭文森經理

C. 展會活動照片回顧



經濟部商業司莊文玲專委(左六)、經濟部商業司謝季芳科長(左五)、中國生產力中心邱婕欣協理(左七)、外貿協會駐廣州代表處楊志清主任(右五)與台灣館廠商合影留念



臺灣連鎖品牌館展出情形



經濟部商業司莊文玲專委(右一)及謝季芳科長(右二)試喝紅太陽國際茶飲的水果珍珠奶茶



經濟部商業司莊文玲專委(左一)試喝愛上香茅公司的香茅火鍋湯底



廠商洽談情形



五花馬水餃館於展場準備試吃活動，吸引人潮駐足



展場外廊道展示「參展商企業 LOGO 品牌牆」



展場外廊道展示「品牌推介會」宣傳看板

五、參訪交流概況

(一) 連鎖品牌交流之夜

為深化兩岸連鎖加盟企業交流、瞭解廣州地區連鎖加盟行業及市場發展情形，本計畫於 8 月 24 日辦理連鎖品牌交流之夜。邀請當地臺商協會代表、陸方省級與區級連鎖經營協會企業代表們及本次臺灣參展業者與會交流。臺灣由本司莊文玲專門委員領隊，會同生產力中心、外貿協會與台灣連鎖加盟促進協會之 3 方執行單位一同交流與餐敘。

1. 活動概況

■ 時間：107 年 8 月 24 日(星期五)18:30~20:00

■ 地點：大舜麗池酒店 2 樓華沁食府

■ 與會人員：

➤ 陸方：

廣東省連鎖經營協會樊飛飛秘書長、廣州連鎖經營協會麥家應副會長、東莞市連鎖餐飲促進會劉波會長等出席名單詳如附。

➤ 台方：

廣州市臺資企業協會王慶祥總會長。

■ 訪團人員：

商業司莊文玲專門委員、商業司謝季芳科長、中國生產力中心邱婕欣協理、中國生產力中心李卉組長、台灣連鎖加盟促進協會柯建斌副秘書長、台灣連鎖加盟促進協會周芳宇主任、外貿協會駐廣州代表處楊志清主任。

■ 參展廠商：

揚泰國際陳潮宗總經理、森邦吳信泰總經理、老四川吳明翰總經理、王長發陳錫卿總經理、紅太陽謝宗澤總經理、五花馬蔡永頌總經理、弘爺吳銘銓副理、愛上香茅鄭凱方經理。

2. 交流重點與收穫

本次交流會重點著重於促進兩岸連鎖加盟企業分享商情、交流互助與促進未來合作可能。

A. 廣東省所在的珠江三角洲是中國大陸最大連鎖經營市場

陸方廣東省連鎖經營協會樊飛飛秘書長表示廣東是中國大陸連鎖經營最大的市場區域，也是中國大陸連鎖經營最具發展活力的市場區域。其協會會員企業的銷售額占廣東省社會消費品零售總額的 20% 以上，會員涵蓋購物中心、百貨公司、超級市場、便利商店、等業態，覆蓋百貨、食品、家電、珠寶、服飾、餐飲、家居建材、美容美髮、教育培訓、法律顧問、房地產等行業。

B. 東莞市餐飲發展正在進行中

本(107)年 7 月 12 日剛創立的東莞市連鎖餐飲發展促進會，由真功夫集團劉波總經理擔任首屆會長，其表示該促進會是由中國大陸知名連鎖品牌包含真功夫、蒙自源、非烤勿擾等共同發起的，宗旨為倡導健康餐飲理念，並聚焦東莞連鎖餐飲企業發展。目前會員有 70 多家，門店數量超過 2500 家，年營業額達 200 億，其中有 10 家會員企業入選了 2017 年廣東省餐飲百強榜單，可見東莞市連鎖餐飲市場正在火熱發展中。

3. 議程

時 間	議 程
18:30-18:35	經濟部商業司 莊文玲專委 開場致詞
18:35-18:38	貴賓致詞- 廣東省連鎖經營協會 樊飛飛秘書長
18:38-18:41	貴賓致詞- 廣州連鎖經營協會 麥家應副會長
18:41-18:43	貴賓致詞- 東莞市連鎖餐飲促進會 劉波會長
18:43-20:30	交流餐敘（晚宴進行中請各家代表介紹自我品牌及交換名片）

4. 交流會照片回顧



經濟部商業司莊文玲專委開場致詞



東莞市連鎖餐飲促進會劉波會長



台灣連鎖加盟促進協會柯建斌副祕書長介紹本展臺灣館參展廠商



交流之夜現場

(二) 真功夫餐飲集團參訪

1. 真功夫餐飲集團簡介

真功夫餐飲管理有限公司於 1990 年創立，是中國具有影響力的快餐品牌之一，目前店數為 600 多家，真功夫創建了中式快餐三大標準運營體系—後勤生產標準化、烹製設備標準化、餐廳操作標準化，在品質、服務、清潔三個方向，全面與國際標準接軌。真功夫的獨特之處在於選擇了“蒸”的烹調方式，相較於炒，蒸食更容易標準化，也更營養健康。

真功夫致力於成為全球中式快餐第一品牌，目標走出國門，將中式快餐店開到世界主要城市，為全球顧客提供營養美味的中式食品，向全世界傳播中國的健康飲食文化。按真功夫發展遠期規劃，至 2030 年真功夫全球門店總數將達到 20,000 家，年度營業收入超過 1500 億元，與麥當勞、肯德基在全球範圍內並駕齊驅，成為全球中式快餐第一品牌。

2. 活動議程摘要

議程	單位	代表
集團簡介	真功夫集團	李佳 公共事務總監
企業簡報	真功夫集團	劉波 副總裁
雙方代表	經濟部商業司	莊專委文玲
致詞	真功夫集團	劉波 副總裁
雙方簡介	臺灣方	
	經濟部商業司	謝季芳科長
	中國生產力中心	邱婕欣協理
	臺灣連鎖加盟促進協會	柯建斌副秘書長
	中國大陸方	
	真功夫集團	劉波 副總裁

議程	單位	代表
	功夫開店加盟平台公司	陳強 加盟及開發事業部高級總監
	功夫開店加盟平台公司	張雯 特許經營經理
	東莞連鎖餐飲協會	徐波祕書長
座談交流	交流互動 活動圓滿結束	

3. 交流重點與收穫

本次交流會議重點著重於了解真功夫企業經營體系，了解集團現況、真功夫學院，以及未來經營策略方向等，以促進未來兩岸相關連鎖企業能有合作可能。

A. 致力成為 5+1 餐飲架構平台之連鎖品牌

餐飲業競爭加劇，高開店率、高淘汰率成為產業的新常態，同時這個行業迎來了多元化時代，出現快時尚化、健康化和智能化等特點。為強化真功夫在餐飲連鎖業上之縱橫軸發展紮根，將以品牌、食品代工、展店、配送、創投及餐飲學院作為 5+1 之公司發展策略主軸。

- 真功夫餐飲管理有限公司：

主要聚焦在品牌經營，致力於發展中國快餐第一本土品牌。

- 功夫鮮食匯：

為食材供應鏈平台，其鏈狀系統包含前端的原料供應商、中端食品加工商和零售商、以及後端的消費者及監管部門，目前在中國地區建有五個基地，包含華南、華東、華北央廚，以及全國調料中心和農產品加工中心，供應集團內占 80%，提供其他品牌之食品代工比例占 20%。

- 功夫開店加盟平臺：

主要聚焦在展店業務，包含店址評估、設備、裝潢設施維修、營業證照辦理等相關資產管理。

- 真功夫宅急送：

包含真功夫網路訂餐送餐、團膳、外燴(針對學校/機關/企業等行號客製化餐點)，尤其未來將會擴大版圖，提供其他餐飲品牌外送服務。

- 真功夫孵化平臺：

將投資與孵化優秀的新創品牌，目前已成功孵化功夫鮮食匯、貓熊煮茶等品牌。

- 功夫大學：

為培養國內中式快餐專業人才，發展管理學院、營運學院、職能學院、發展支持學院、供應鏈學院之培育體系，讓集團內每一職位之員工皆能接受相關培訓。

B. 強化數字化與科技化的導入

隨著全中國門店已達 600 多家門店，除了進行門店翻新、更新視覺系統，增加養生餐點外，重點是增加數字化設備，以強化管理之效果，包含訂貨、排班、點餐、配送、行銷、食品蒸制溫控等系統設備科技化外，以強化連結後端之財務、物流、人力配置等營運系統，以求強化作為相關經營營運決策之應用。

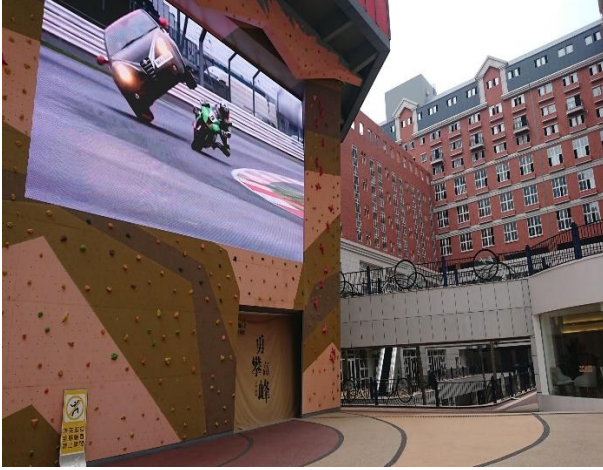
C. 連鎖品牌統一標準，但求適地性發展

為求門店之小量、多樣、快速之特性，除大部分產品皆由央廚提供，並透由自主研發電腦程控蒸汽櫃，以求質量標準化，但仍留下少部分現場人工操作，以求保證現場美味。

目前門店跨及中國近 30 個省，面對區域性的顧客其口味仍有所不同，目前研發產品庫有 300 個單品，但對外販售約 70 個單品，會根據季節、區域、顧客需求開發新產品(原料的比例)，

各地區不同之單品占 5%，口味不同但名稱相同之單品占 15%。

4. 參訪照片回顧



真功夫集團外觀



真功夫集團進行企業導覽簡介



座談交流



雙方合影留念

(三) 越秀區紅棉國際時裝城

1. 區域簡介

紅棉國際時裝城位於廣州火車站對面，營業面積約 6 萬平方米。紅棉國際時裝城雲集來自泛珠江三角洲地區、長江三角洲地區、到中國各地及香港、澳門、臺灣、日本、韓國、歐美等地的服裝廠商，現有商店約 1,800 多家，主要以批發為主，除了國內鋪貨外，亦出口至東南亞、歐美、西亞等地，是中高檔時尚潮流服裝以及品牌首飾的現貨批發中心、服裝品牌連鎖中心和時尚潮流發布展示中心。

2. 考察觀點

A. 服飾批發市場，已逐漸往零售銷售模式邁進

據本次實訪觀察發現，因中國市場需求大，故每個服裝批發商城其販售類型也有所區隔，紅棉時裝城主要聚焦在中高檔服裝批發為主，然隨著消費市場轉型，其地理位置為交通樞紐，故可發現一樓有少部分商家提供零售服務。

B. 男士對於時尚敏感度提升，男裝增速成長

本城共有 9 層，1~2 樓女性時裝、3 樓皮具鞋包、4~5 樓設計師女裝、6~7 樓原創男裝、8~9 為設計師男裝，從樓層規劃可發現，販售男裝的比例已約佔 4.5 成，根據全球市場研究歐睿公司 Euromonitor 的數據亦顯示，2020 年前全球的男裝市場將會超越女裝，並預期男裝成衣以及鞋款將會帶來 500 億美元的商機



(四) 上下九商業步行街商圈

1. 區域簡介

上下九步行街商圈處廣州市荔灣區（俗稱西關）的上九路、下九路、第十甫路之間，是廣州市三大傳統繁榮商業中心之一。全長約 1,237 米，共有各類商業店鋪 238 間和數千商戶。東有光復中路紙類批發市場、縫紉機專業市場；光復南路布料市場；楊巷路布匹市場；德星路服裝配料市場；南有十三行路"故衣街"服裝市場、十八甫路布匹市場，黃沙農副產品市場，清平中藥材市場；西有第十甫路（現為步行街）的百年老店-- 陶陶居，蓮香樓以及眾多小吃；北有長壽路理髮用品專業市場、打金行業、金銀珠寶業、歷史悠久的西來正街玉器墟、酸枝家具街、源勝街的古玩街等，構織成縱橫近 2.5 平方公里的龐大商業網絡，網羅了各類型的商品，適應了不同類型的貨商和市民的需求。

2. 考察觀點

● 因應新型消費型態，老店與新店共榮共存

商圈是因應當地原生活型態而興起的，集結商業、建築、民俗、飲食、休閒於一體，呈現在地風情，雖類似國內相近之大稻埕商圈，有諸多新型態門店進駐，然能發現雖為吸引年輕消費族群，仍不忘保留傳統文化，例如銀飾店販售新潮首飾、撥放流行輕快音樂，仍保留師傅在門前打銀飾之表演。



(五) 荔灣玩具批發市場

1. 區域簡介

總面積達 2000 多平方米，共設有 80 多個鋪位，平均每間面積約 12.5 平方米，在市場經營的分別來自廣州、香港、汕頭、順德、新會、南海、惠州、東莞、深圳、澄海等地的生產廠家和玩具專業公司，有國營企業、集體企業、三資企業、私營、個體工商企業，主要經營毛絨類，其次包含電動類、聲控遙控類、迴力類、智力類等類別的上萬種玩具批發。

2. 考察觀點

● 玩具市場蓬勃發展，仿效服飾業者玩起「快時尚」

相較荔灣玩具批發市場來說，因市場規模大，購買低消多為 60 隻一批起跳，玩偶單價依照尺寸、材質等價格約 7~14 塊人民幣間(約新臺幣 35~70 元)，其玩偶類型因應快時尚，除了包含迪士尼、三麗鷗、寶可夢、LINE 等等經典款系列外，也出現旅行青蛙、韓國 KRUNK 熊、NBA 明星球員公仔等，即時且定期上架新產品，吸引批發商之目光，相較臺灣玩具批發商小且類型少，難以在同一批發商圈內得到所有需求及資源。但另外值得注意的是，該市場所販售之產品在智慧財產權的保護工作上仍有進步空間。



(六) 北京路步行街商圈

1. 區域簡介

北京路是廣州市越秀區一條集文化、娛樂、商業於一體的街道，地處廣州市中心，是廣州城建之始所在地，日均人流量約 40 萬人次節假日更達到 60 萬人次以上，高峰值達百萬人，也是廣州歷史上最繁華的商業集散地，因此集結多家百年老店和各類商店，沿街商店以經營服裝、百貨、鞋類、餐飲、珠寶為主，現有時裝、皮具專賣店近 300 多家，服裝、鞋業、精品、百貨等綜合商場 20 多家，以及酒樓、餐飲小吃、文化娛樂場所和銀行等總計超過 500 家。

2. 考察觀點

- 連結新世代/觀光客消費族群，硬體面亮眼吸睛，軟體人員服務面仍有成長空間

北京路為廣州城建之始所在地，故仍保留該街的歷史遺跡，故遊客在逛街、吃飯之餘，亦可了解該商圈歷史與風土民情，透過走訪可發現，街上多為西化、年輕品牌為主，商業模式與西門町商圈相似，其門店裝潢、layout 等硬體設施相當吸睛亮眼，但人員服務品質軟體面，仍有待加強。



(七) 東山肉菜市場

1. 區域簡介

廣州共約近 300 個肉菜市場，一般街市大都為私人經營，街市皆須受當地食藥監局、工商局等多個部門監管；東山肉菜市場可說是廣州的網紅菜市場了。舉凡百味雞、燒鵝，叉燒、滷豬腳、雲吞、糕餅、小籠包、豬紅湯、燕塘和風行牛奶、餃子等等攤子，皆是開超過 30 年以上之名店。

2. 考察觀點

● 市場管理品質標準化，第三方支付普及度高

隨著民眾生活型態改變、超市林立，逛早市的人潮逐漸縮減，但根據實地觀察與網路次級資料發現，中國亦開始吹起懷舊風，將菜市場視為當地飲食文化的縮影，成為代表城市的本土素材博物館外，因此有諸多遊客喜愛逛早市並上網分享，故該市場也為提升服務品質，進行翻新，整修地面，並讓店鋪整齊劃一，同時規定攤位需掛上營業許可證，以確保相關品質。此外，因應中國大陸便利支付普及，各店均能使用微信、支付寶等第三方支付，且店家多鼓勵顧客無現金交易，減少找零、收到假鈔之問題。



六、成果紀要

(一)參展整體成效

本展於本年 8 月 24 日至 26 日於中國大陸廣州市廣交會琶州展館 B 區展出，計徵集 8 家連鎖餐飲相關業者組團參展，於展覽會中設立「臺灣連鎖品牌館」，以突顯臺灣整體形象。總計吸引 382 位買主洽談，後續商機預估達 235 萬美元。

1. 「拉亞漢堡」、「炸雞大獅」、「丐幫滷味」及「五花馬水餃館」於展覽期間辦理品牌推介會，吸引現場許多有興趣代理加盟的業者洽詢，並於說明會後至廠商攤位進行後續洽談代理加盟事宜。
2. 去(106)年也參加廣州國際特許經營展的「紅太陽國際茶飲」參展成效良好，其首家廣州門市預計於 9 月底開幕。展覽現場主推手作水果珍珠，吸引現場民眾駐足品嚐，有多家買主預約至門市做後續洽談加盟。
3. 「五花馬水餃館」近年積極推廣中國大陸市場，也多次參與海外展覽，皆表示有所收穫；本屆廣州展也表示有多家買主對加盟其品牌深感興趣，已預約日後至其廈門門店做更進一步的洽談。
4. 首次參加中國大陸連鎖展的「弘爺漢堡」及「老四川巴蜀麻辣燙」皆表示很感謝政府給予的資源及支持，讓他們更了解如要進軍中國市場需做的準備及規劃，藉由參展也更能了解中國大陸加盟買主及一般民眾對自家產品的期待與要求，作為開發前期之資訊收集及市場測試度之良好平台。

七、心得及建議

(一) 心得

1. 滿意度調查情形

項次	項目	滿意度百分比
1	展館位置	90%
2	展館佈置及形象	100%
3	展館臨時人員服務品質	100%
4	現場工作人員服務品質	100%
5	來訪買主人數	90%
6	商機滿意度	90%
7	企業及品牌宣傳效果	100%
8	整體滿意度	100%

- (1) 本次參展廠商對展覽整體成效總評滿意度 96.3%，廠商皆對本次「臺灣連鎖品牌館」整體形象及服務品質等表示滿意，以「臺灣連鎖品牌館」的方式推廣，對於提升整體臺灣連鎖品牌國際知名度及形象大有助益。
- (2) 惟本屆會展中心位處廣州市郊區，較為偏僻，同期亦有其他同質性的餐飲加盟展，影響參觀人潮，未來將考慮是否繼續參加本展。

2. 網美店(體驗店)於中國市場正夯

在這個拍照軟體和通訊軟體發達的時代，消費者到了一家店總想要拍照打卡留念，而店家出於希望消費者能多多打卡宣傳的心態，紛紛打造出許多年輕消費人口口中所稱的「網美店」。這些店家的共同特色除了擁有炫麗奪目的餐點或飲品外，店內裝潢更是用心經營，就是要消費者多多分享照片及貼文至其社群軟體。

現今消費者除了要求餐點美味之外，「餐飲+」（餐點以外的加值體驗）亦是最新的消費潮流。不管是打造網美店、藝文場所等場景體驗，都能透過本展觀其一二，我們觀察到了許多連鎖餐飲品牌，將其攤位裝潢地美輪美奐，除了西式風格之外，亦有許多富有東方文化傳統特色的品牌，在展覽現場我們能看到穿著旗袍的銷售人員、彈奏著琵琶的妙齡女子以及中國大陸代表吉祥物熊貓公仔等。

3. 科技結合數據，第三方支付普及度高

大陸行動支付普及，近7成消費者利用手機付款，出門購物不帶現金，只帶手機，根據中國互聯網路發展狀況統計報告最新統計，移動支付占比達65.5%，也就是說每人每10筆消費當中，就有6-7筆是透過手機付款，普及程度甚至打破年齡分界。到了歲末年終，消費紀錄還會轉換成大數據，告訴消費者今年網購花了多少錢、出國多少次、去了哪些地方、使用哪一種交通工具，這樣的便利性造就了市場無限商機。

4. 手搖茶飲品牌連鎖加盟人氣高

因飲料店連鎖加盟的門檻相較於餐廳來說成本較低，中國大陸也正夯各式網美手搖茶飲的加盟，尤其是結合水果、社群網路行銷(網紅品牌)跟飲品搭配甜點的販賣方式正夯。許多品牌紛紛推出各式色彩奪目的飲品，而業者也聰明地結合社群行銷，只要打卡及分享文章至微信朋友圈(好友動態)即可免費換取一杯特色飲品，吸引不少觀眾及買主排隊駐足。

此次參展除了臺灣館的「紅太陽國際茶飲」吸引參觀民眾及買主詢問其「手作水果珍珠」外(連本展臺灣館聘請的當地工讀生都認證珍珠還是臺灣做的好吃)；來自臺灣的「THE ALLEY 鹿角巷」(在臺灣註冊商標為斜角巷)，憑藉著獨特的飲品美學風格，是展場中的人氣攤位之一，證明臺灣的手搖茶飲品牌在中國大陸及其他海外市場都有其發展潛力。



中國風裝潢門店



網美體驗店



彈奏琵琶吸引民眾駐足參觀



打卡分享即可免費換取一杯特色飲品

(二) 建議

1. 科技化及大數據的導入

科技化及大數據的導入已是零售業發展不可避免的趨勢。零售商圈正逐漸朝向科技化、智能化的趨勢發展，並且是以消費者體驗為核心的服務價值，盡可能地去滿足各個不同的消費族群，像是結合了電子商務的虛實整合，讓消費者不論是線上或線下都能獲得完整的消費服務，形成「全通路零售」的消費模式。未來的實體零售店勢必也逐漸影響國內的零售服飾發展。除了科技化的發展外，系統的整合也是

大趨勢。即使政府也理解導入的急迫性，但企業的配合度仍有限，主要在於導入的成本高及若一直更新系統就必須整合。因此，應找尋最佳的時機點導入與整合，才是未來政府須努力的方向。

2. 「快時尚」成批發零售的趨勢

歐美吹過來的快時尚風潮，顛覆了傳統服飾業的習慣、重新定義流行的風潮時尚，特別是在平價、俐落、美觀的吸引力上，快時尚服飾成了人們心中新寵兒。然而，此次行程所看到的服飾業、玩具市場皆玩起「快時尚」，規模大、流行性高款式多又新穎。建議我業者也應因應潮流，以符合消費需求。

3. 持續推廣我國強項連鎖品牌邁向國際化發展

因應國內市場有限，連鎖品牌國際化已成趨勢，帶領連鎖加盟企業參與國際展會及與國外當地業者交流分享商情，以及實際了解當地市場經營現況，其有助於強化臺廣雙邊在連鎖產業上的對話與尋找合作的可能。本次的連鎖加盟大展活動是好的媒合平台，未來可持續參與國際展會，以協助企業找到共同經營理念的夥伴。

根據參展經驗的觀察，我國的業者對於開發新產品的品項及研發能力具有一定的水平，基本功紮實，相對欠缺的品牌力及行銷力，對於在國際合作上容易因為品牌力的不足而在商業談判上較為吃虧，而無法取得較高的授權金等，因此，政府應持續強化業者的品牌實力，提升業者的品牌價值，加強協助業者的行銷，讓有實力的業者能順利打開國際市場，產業能得以持續升級發展。