

折戟韩国 两大零售巨头中国赛跑 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/177/2021_2022__E6_8A_98_E6_88_9F_E9_9F_A9_E5_c71_177603.htm 提示：当供应商听到沃尔玛向他们收取费用时，很多人简直不能相信自己的耳朵，以为自己听错了，在最终确定这条信息后，他们只能告诉自己，“沃尔玛变坏了”！插语：曾有为家乐福提供日化用品的供应商披露，某些月薪3000元的采购经理，每年在采购中收取的回扣、贿赂可能高达几十万甚至上百万。他所熟悉的某些采购经理，一般做不到两年就可以全额付款购买住房和汽车了。家乐福、沃尔玛在韩国市场业绩惨淡早就不是什么秘密了，虽然几经挣扎，但最终还是败下阵来，并相继退出了韩国市场。反观两大零售巨头在中国的发展，人们不禁要问：同样的事情会在中国重演吗？“在中国市场，家乐福和沃尔玛不会这么早遭遇瓶颈，他们如鱼得水的日子还有一段时间。”一位业界资深人士对《中国新时代》记者表示，实际上，这样的观点颇具代表性。折戟韩国来源

：www.examda.com 从十年前第一家韩国家乐福开业，到2006年退出韩国市场，家乐福在韩国总共开出了32家门店，截至2004年底其在韩国的投资已经超过1.8亿韩元。然而，令家乐福尴尬的是，其在韩国最好的业绩是在2001年创造的。2002年后的几年里，家乐福的业绩持续下滑，利润锐减。2003年6月，家乐福甚至转让了经营不善的釜山店。其后，家乐福也试图通过与韩国本地零售店合作扭转颓势，但最终未能成功。由此，家乐福在韩国一步步走到了末路。相对家乐福而言，沃尔玛踏入韩国市场的时机要有利许多。1998年

，韩国遭遇了金融危机，沃尔玛趁势通过兼并一家韩国小型零售商进入了韩国市场。运营初期，沃尔玛凭借雄厚资本和强大采购优势形成的低价模式，在韩国取得了成功，公司在2000年到2003年均有盈利。然而好景不长，亏损从2004年开始，到2005年亏损额达到了104亿韩元。持续的巨额亏损，迫使家乐福和沃尔玛相继退出了韩国市场。但这并不令人意外。首先，两大巨头在韩国本地化的战略就有问题，家乐福和沃尔玛在韩国照搬各自公司在本土的经营模式，造成了水土不服。进入时，也缺少适合的本土合作伙伴，让家乐福和沃尔玛在把握韩国市场、了解消费者喜好等方面走了很多弯路。妇女是韩国超市的主力消费者，韩国妇女喜欢采光优良、环境舒适的购物环境，习惯食用当天的新鲜商品，对价格，很多人反而不是很敏感。而沃尔玛会员制的卖场环境、过高的货架、远离居住区的卖场选址，无疑会将消费者拒之门外。家乐福做的更糟。除了存在跟沃尔玛类似的问题外，韩国家乐福的经理、营销人员，甚至卖场店员几乎都是法国“空降兵”。由于语言和文化差异，“空降兵”们很难理解和把握韩国人的消费心理，此外，因为很多具体业务都需要同总公司协商决定，直接导致了业务效率低下。尽管后来做出了调整，但已然无力回天。家乐福最终也没能赢得消费者的青睐。除了自身原因，韩国市场无疑有它的特殊性。众所周知，韩国有抵制进口商品、支持国货的传统，其零售市场同样如此，家乐福、沃尔玛折戟韩国市场，是韩国零售市场的排他性、本土企业的强势与政府政策监管等多重因素导致的结果。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com