

# 16. 管理零售、批發與物流

任課教師：



# 課前猜猜看

時尚秀除了邀請明星站台、名模走伸展台之外，  
還能怎樣創新？



# 大綱

---

- ✘ 前言：零售商的法寶
- ✘ 零售商的類型
- ✘ 零售業的趨勢
- ✘ 商業區域與零售商圈
- ✘ 批發商
- ✘ 實體配送



# 前言：零售商的法寶

日本的7-11仰賴電腦系統進行管理，  
營收表現亮麗...

科技的妙用

- 使用擁有圖片音效的多媒體界面，讓員工更容易學習和操作。
- 每天收集氣象報告資料五次，供各地的商店參考，以免講求新鮮的食物推出過多或過少。
- 增加供應效率。每名送貨司機都配帶磁卡，送貨完成時，必須在商店內的電腦刷卡。

# 一、零售商的類型

零售商 { 店面零售 (store retailing)  
非店面零售商 (non-store retailing)

## ✘ 店面零售商

### ○ 便利商店 (convenience store)

- 面積小，位於交通流量很大的地點
- 營業時間很長，甚至24小時
- 銷售高周轉率的便利品為主，產品線不長
- 顧客追求效率與方便性，且少量購買，因此價格偏高



## 二、零售業的趨勢

	開幕年份	購物中心名稱	購物中心英文名稱	地點	樓地板面積 (平方公尺)
1	2001	京華城	Core Pacific City Living Mall	台北	204,190
2	1999	台茂購物中心	Taimall Nankan Family Entertainment SC	桃園	185,773
3	2001	德安購物中心	Taichung Central	台中	118,800
4	2001	高雄大遠百FE21'Mega	Kaohsiung FE21'MegA	高雄	102,839
5	2001	大江國際購物中心	Metro Walk	桃園	82,500
6	2001	微風廣場	Breeze Center	台北	75,900

2007年初開幕的高雄夢時代，樓板面積是京華城兩倍大。

8	1999	環亞購物中心	Asiaworld Shopping Mall	台北	66,650
9	2002	Zoo Mall	Zoo Mall	台北	62,700
10	2002	老虎城	Tiger City	台中	48,970
11	2000	紐約紐約	New York New York Center	台北	31,680
12	1994	遠企購物中心	The Mall, Taipei Metro	台北	20,469

## 三、商業區域與零售商圈

### ✘ 商業區域(commercial district)

- 由一群商店所形成的地理區域

### ✘ 商業區域的類型

- 都會、社區、辦公、轉運、校園、遊樂、夜市
- 各有其特色

## 四、批發商

### ✦ 批發商(wholesaler)的特色與功能

- 專門將產品銷售給準備再出售或作為營運用途的企業、非營利組織與政府單位等
- 使製造商無需接觸眾多的零售商，以降低銷售成本
- 零售商為減少與製造商的交易次數及成本，偏好向批發商購買



## 五、實體配送

### ✘ 實體配送（物流）的意義

- 在有效滿足顧客需求及創造利潤的前提下，適時將產品送達適當地點的活動

### ✘ 實體配送（物流）的重要性

- 具有節省成本及加強顧客服務兩大目標