

批發業

重點摘要

- ◆ 批發業因入行門檻不高，公司規模差異頗大。
- ◆ 批發業僱用比例最高為「事務支援人員」，其中以會計助理、簿記、出納為大宗。
- ◆ 批發業近幾年來，受僱人數逐年增加，表示目前批發業就業狀況良好，可提供較多工作機會。

行業特性

當消費者採購商品時，他們通常直接向超市、百貨公司、加油站或網站等零售商購買。但是當零售商、其他公司、政府、大學或醫院等機構需要購買商品、設備、辦公用品或其他物品時，他們通常會向批發業者購買。依行政院主計總處中華民國行業標準分類的定義，從事有形商品批發、經紀及代理之行業均屬「批發業」。

批發業是經濟活動不可或缺的一部分，業者通常向製造商買進大批的商品，然後再以較少的數量分賣給公司、政府、其他批發商或機關團體。他們是連結製造業與零售業之間的媒介，在行銷系統上扮演著重要功能，如物品的集中、儲藏與分配、市場資訊蒐集與分析、提供資金融通以及經營風險分攤等。透過專業化、系統化與效率化的批發作業，能大幅縮短物流的通路、降低流通成本，嘉惠消費大眾。在商品的流通過程中，批發商以批售商品為主要業務，藉由其仲介分配之機能，可創造農、工、礦各產業等產品時間及空間之效益。對製造商而言，批發商可發揮銷售能力，使得產銷得以順利分開，合乎專業分工的時代潮流；對零售商來說，批發商具有商品的收集與整理、貯藏與保管、運輸與配送等功能，有助

於降低進貨成本，達到貨暢其流的目的。

拓展新的銷售通路、提升客戶服務價值及薄利多銷等為批發業前三大經營策略；品質的優良及符合消費者的喜好為企業引進新商品的最重要考量。現代批發業除了扮演傳統商品批售的角色外，尚提供上、下游業者經營及管理協助，業者必須針對消費者習慣的改變，充分掌握區域運送與販賣網路，扮演區域行銷的角色，提供快速有效的供貨服務，降低零售庫存成本。因此批發業者當前發展與強化的重點，包含提高行銷效率、集結各家產品、單品量大的聯合配送及自動化商品批發配送中心的成立等。透過專業化、系統化與效率化的批發作業，可以縮短物流的通路，降低流通成本，進而嘉惠消費大眾。

目前批發業業者依經營型態區分，主要可分成 2 種：

一、傳統批發商

傳統批發商的經營方式主要是派業務人員定期拜訪、巡視各零售點銷售情形，並替客戶排貨、規劃賣場、賒銷、配送及提供資訊服務等。傳統批發商以經營地點區分，可分成 2 類，其一為分布在全省各地的地區批發商，通常都有運送服務。其二是由許多批發商集中在同一個地點，藉由薄利的批發價和聚集經濟效應，吸引零售商前來選購，例如：迪化街的南北貨批發、五分埔的衣著服飾批發等，此類型的優點是商品多樣化，並有較大的批發議價空間。

二、物流中心

由於消費需求改變，生產、銷售、配送技巧與過去差別相當大。批發業業者為了滿足消費者的需求，並實現以消費者為導向之生產、銷售與配送，一改過去由經銷商代為行銷之做法，自行成立物流中心，利用電腦化的技術支援，建構起良好的物流體系，以便控制與擁有整個行銷通路。此類物流中心稱為「行銷公司」，扮演著物流與商流合一的角色，先向上游廠商訂貨與進貨，再轉賣給下游零售商。物流中心業者的進貨廠商與配銷對象並不特定，屬於開放式物流中心。物流中心集合各上游廠商所生產之貨品後，直接配銷到各經銷點，經營批發配送

業務；另外提供下游零售商訂貨、送貨、商情分析、商品結構規劃、商品陳列、商品管理、倉儲管理等服務，甚至擴大到尋找客源及零售業務諮詢服務。



批發業倉儲人員的工作環境

在批發業中，批發商銷售各式各樣的商品，公司的規模和大小差異非常大。客戶可向批發商買到製造其他產品的材料，像是腳踏車製造商就會購買鋼管、金屬線和油漆，也可以買到用於辦公室的商品，像是辦公家具、迴紋針或電腦，或是購買可再轉賣給一般民眾的商品，像是百貨公司購買襪子、花卉或電視。批發商可提供由單一製造商製作的少數產品，或不同廠商製造的各式產品。批發商賣的商品範圍有的較窄，像是只賣專業的工具機，也有販賣各類商品，像是棚架、燈架、壁紙、地毯、標示、收銀機、帳本等開店所需的用品，或某些店內零售的商品。

除了販售和運送商品給客戶之外，批發商也可能為客戶提供其他的服務，像是融資、客戶服務、技術支援、廣告、宣傳等行銷服務、技術、後勤顧問、安裝、維修服務。在客戶購買收銀機、影印機、電腦、或其他各種商業機器設備後，他們也可能需要提供協助，以便整合客戶所有相關的產品。批發公司通常會僱用員工拜訪客戶、進行安裝與維修、提供訓練、解決問題或是提供使用機器的有效建議。

工作條件

批發業中，各職類別的工作環境、對體能之需求差異性相當大。雖然搬運存貨和笨重的設備十分費力，但搬運工體能的耗損，在不同工作場所卻有相當的差異，大型倉庫中的貨品、存貨和原料搬運工，會使用堆高機增進作業的便利性；自動化倉儲設備的員工，則利用電腦控制的存取系統，減少體能耗損；在冷凍倉庫進行作業的勞工，其工作環境處於低溫狀態，通常需要配戴禦寒設備；化學原料倉庫的勞工，通常得穿戴防護衣，以避免被有毒的化學品傷害；而有些批發商工作時間是在凌晨，他們須儘快將蔬菜水果運送給當地的零售商。

外部銷售人員必須定期拜訪、巡視各零售點銷售情形，大部分的工作時間花費在奔波各地拜訪客戶，因此外部銷售人員普遍需要良好的體力。多數的管理、行政助理和行銷人員則於室內（辦公室）工作。配送、搬運人員，由於行車期間長，所以體能、注意力都必須維持最佳狀況。

目前就業情況

批發業販賣之商品涉及各行業，公司型態多樣，但入行門檻較低，甚至僅需與上游廠商形成買賣默契即可成立批發商，有些則為達規模經濟併購其他競爭者甚或買下供應商，因此公司規模差異頗大。

依財政部 109 年 5 月營利事業家數¹統計，目前批發業中以「機械器具批發業」廠商家數最多約占 21.80%，其次為「建材批發業」約占 17.04%。此外，「食品、飲料及菸草製品批發業」、「家庭器具及用品批發業」也占有一定比例。

批發業各分業營利事業家數—按稅務小行業別分

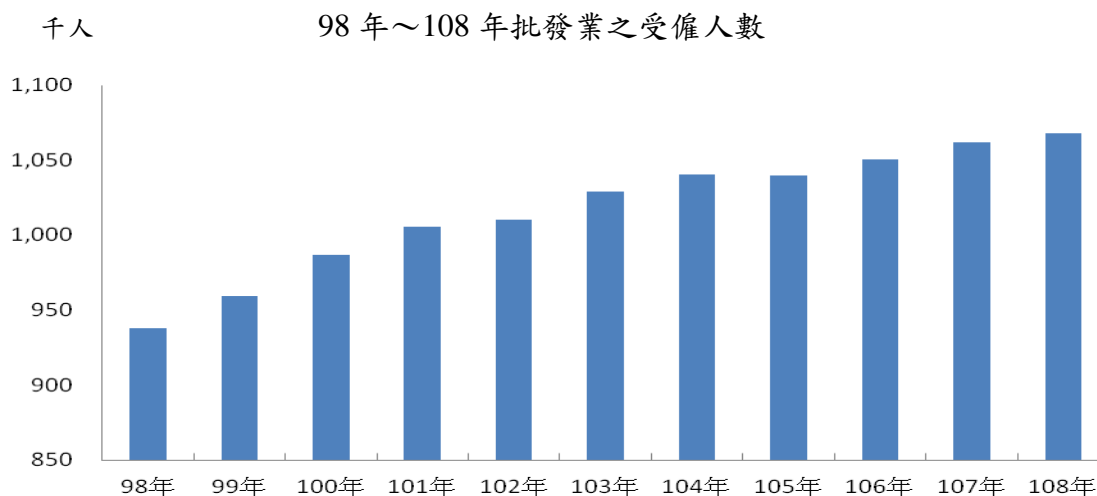
109年5月底

單位：家數、%

	事業家數	百分比
批發業總計	312,484	100.00
商品批發經紀業	11,340	3.63
綜合商品批發業	5,456	1.75
農產原料及活動物批發業	5,257	1.68
食品、飲料及菸草製品批發業	50,122	16.04
布疋及服飾品批發業	19,767	6.33
家用器具及用品批發業	33,456	10.71
藥品、醫療用品及化粧品批發業	14,315	4.58
文教、育樂用品批發業	10,515	3.36
建材批發業	53,262	17.04
化學原材料及其製品批發業	12,177	3.90
燃料及相關產品批發業	1,799	0.58
機械器具批發業	68,117	21.80
汽機車及其零配件、用品批發業	14,351	4.59
其他專賣批發業	12,550	4.02

資料來源：財政部「中華民國財政統計月報」。

依行政院主計總處統計資料²顯示，批發業近幾年來，受僱人數逐年增加（惟98年金融風暴影響受僱人數略微減少），表示目前批發業就業狀況良好，可提供較多工作機會。



資料來源：行政院主計總處「受僱員工薪資調查」。

依據勞動部統計資料³顯示，108年7月批發業受僱人數1,069,472人，按職業分布其中僱用人數最多者為「事務支援人員」305,191人，占28.54%，其中以會計助理、簿記、出納最多。其次為「技術員及助理專業人員」、「主管及監督人員」（因小規模公司較多）；工商業銷售代表亦為本行業僱用人數較多之細職類，按職業別之受僱人數如附表：

批發業受僱人數—按主要職業別分

108年7月

單位：人、%

職業別	人數	百分比
總計	1,069,472	100.00
主管及監督人員	192,248	17.98
高階主管（總經理及總執行長）	30,374	2.84
中階主管（經理）	59,010	5.52
監督人員	102,864	9.62
專業人員	56,625	5.29
廣告及行銷專業人員（含企劃）	13,905	1.30
技術員及助理專業人員	247,429	23.14
工商業銷售代表（含業務員）	185,275	17.32
採購員	16,010	1.50
資訊管理及維護技術員	8,892	0.83
事務支援人員	305,191	28.54
總務	20,193	1.89
一般辦公室事務人員（含文書）	83,942	7.85
會計助理、簿記、出納	136,591	12.77
存貨事務人員	31,242	2.92
服務及銷售工作人員	60,786	5.68
商店銷售人員	40,321	3.77
展售說明人員	11,654	1.09
技藝、機械設備操作及組裝人員	131,970	12.34
電子設備裝修人員（不含資通訊設備）	9,231	0.86
小客、貨車駕駛人員	45,902	4.29
大客、貨車駕駛人員	12,260	1.15
基層技術工及勞力工	75,223	7.03
勞力工	21,333	1.99
理貨員	49,147	4.60

資料來源：勞動部「職類別薪資調查報告」

附註：僅列示主要職業，故有細項加總與總計不符現象。

相關職業介紹

批發業營業運作主要為倉儲、銷售、商品運輸及搬運等工作項目。其中，存貨事務人員主要工作內容為處理退貨、換貨、商品包裝和保持庫存商品的環境整潔，協助進貨清點、在庫品存貨盤點與賣場貨品上架，並標記特殊標籤或促銷價格，安排貨品配送與物流、處理存貨與準備賣場展示活動，因此存貨事務人員必須熟悉商品堆高或賣場擺設等安全知識。理貨員則是負責商品分類、整理、出貨等工作。

在銷售部分，工商業銷售代表為批發業相當重要的職業，主要功能為提升客戶對商品的購買需求，並協助客戶挑選、購買商品；定期至製造商、零售商等營業場所拜訪，藉此鞏固現有的客戶或吸引新的客戶，工商業銷售代表必須熟知產品操作、產品價格以及產品性能，對於客戶的需求及企業目標也必須有相當程度的了解，才能作出最有利客戶的建議。商店銷售人員必須了解產品相關知識，向客戶說明各種不同產品類型、樣式，以協助客戶購買適合其需求之商品。採購員係依據過去的交易紀錄及市場調查分析，進行商品的採購，以最低價格向製造商購買最符合顧客需求且品質最佳的商品。商品運輸及搬運工作部分，以小客、貨車駕駛居多，駕駛大型卡車的司機必須另外考取大型貨車的駕駛執照。貨車駕駛往來倉庫和客戶間，進行運送商品、商品卸貨等工作。

貨運與物料搬運人員負責將貯存的商品貨物運送到銷售區域，協助貨車的裝載與卸貨；機械操作員在倉庫內操作堆高機、牽引機，協助商品運送到室外的倉儲設備，或裝貨到卡車上。許多批發業者的配送服務，尚包括負責商品的安裝及售後服務。企業在招募駕駛、搬運工、維修工等職業時，通常對於學歷不會有特別限制，而會選擇具有駕駛或機械操作豐富經驗者。

主管及監督人員包括了負責擔任單店管理的店長、各部門資深經理、主管等監督管理職。部門主管負責指派工作、監督員工績效，並負責該部門整體銷售和利潤，以確保公司營運符合最高階層所設定的標準與目標。此外必要時需協助解決顧客與銷售代表、售貨員之間的爭議。

訓練資格及升遷

批發業的新進員工，通常在開始工作後才接受訓練，像是存貨管理資料庫的操作、線上採購系統或是電子資料交換系統。科技進步和市場的變化正快速地改變此行業，即使是小公司的員工，也得隨時吸收新的銷售技術、管理方法和資訊系統的知識。監督管理職人員，常需使用電腦進行預算管理、安排工作表；追蹤及訂購產品，制定產品價格；管理貨架空間和評估產品獲利狀況。另外存貨控管人員從事倉儲貨物管理、銷售代表進行業績整理及銷售情形預測時，同樣都需要借助電腦。

早期傳統批發業中有能力並具領導技巧的銷售人員，即使無大專以上學歷，仍可升遷發展至管理位階。許多公司的內部晉升管道，會先讓員工在不同部門間輪調，熟悉各部門的工作流程，獲得廣泛的經驗，被認可能力適合之後，才晉升到初階管理職位。舉例而言，不具備技術背景和經驗的員工，可以從倉庫或儲藏室的工作做起，在熟悉公司產品和流程後，倉儲員工可以升遷至櫃檯銷售，擔任售貨員的職位。有些人接受公司產品安裝、維護和修理的訓練，則可以擔任工商業銷售代表。

然而批發業往後幾年的變化，將有可能使升遷機會變得十分有限。像有些規模制度完善的公司，他們的部門經理、商店管理人員或採購人員等管理階層，重視學歷的程度日益提升。另外，由於網際網路和其他電子通訊方式的使用越來越廣，加上銷售技術的改變，使得管理職位所需的要求越來越高，因此教育程度較低的員工在企業中升遷將越來越難。

目前批發業中有幾家大型企業都設有正式的管理訓練課程，以訓練大專畢業學生擔任管理職位，而這樣的訓練課程可能會越來越多。而在大學中也有越來越多的配銷課程，提供學生商業和技術的雙重訓練；且為因應新科技和新的商業運作方式，員工都應定期上課或參加研討會，以學習新的技能。

近年由於顧客服務導向，對工商業銷售代表與商店銷售人員而言，熟悉周邊商品越來越重要，且由於需要持續與客戶接洽，因此基本上具有親和力、喜歡接觸人群及清晰的溝通能力的人較可勝任。此外，存貨事務人員則必須能在壓力下準確地處理反覆的工作；監督管理職人員，則需具备良好的溝通技巧、快速解決問題的能力，以及在執行工作時能夠承受高度壓力。另外，主動積極和領導才能都是管理經理不可缺少的個人特質。

薪資收入

對批發業各職業而言，依據勞動部統計資料顯示，民國 108 年 7 月批發業平均每人月薪 49,206 元；其中「主管及監督人員」90,651 元；而非主管及監督人員中不同職業的薪資差異頗大，如「專業人員」平均每人月薪 62,511 元、「技術員及助理專業人員」45,110 元、「服務及銷售工作人員」37,920 元、「技藝、機械設備操作及組裝人員」40,517 元、「基層技術工及勞力工」30,307 元，而人數比重最多的「事務支援人員」則為 34,614 元。

其中工商業銷售代表的薪資，大部分來自於工作的表現，從業績中抽取佣金。雖然多數的工商業銷售代表，總薪資除了業績獎金外還有底薪，但有些人只能領業績收入的獎金。由於批發業希望提供良好的獎金制度激勵銷售，因此薪資結構採用績效制的方式，將在批發業愈來愈普遍。

批發業受僱薪資—按主要職業分

108年7月

單位：元、%

職業別	總薪資		經常性薪資		非經常性薪資	
	(1)=(2)+(3)	(1)/(1)	(2)	(2)/(1)	(3)	(3)/(1)
總平均	49,206	100.00	43,871	89.16	5,335	10.84
主管及監督人員	90,651	100.00	80,719	89.04	9,932	10.96
高階主管（總經理及總執行長）	156,379	100.00	144,691	92.53	11,688	7.47
中階主管（經理）	105,559	100.00	88,566	83.90	16,993	16.10
監督人員	62,692	100.00	57,328	91.44	5,364	8.56
專業人員	62,511	100.00	53,762	86.00	8,749	14.00
廣告及行銷專業人員（含企劃）	51,637	100.00	44,911	86.97	6,726	13.03
技術員及助理專業人員	45,110	100.00	39,714	88.04	5,396	11.96
工商業銷售代表（含業務員）	45,296	100.00	39,827	87.93	5,469	12.07
採購員	41,392	100.00	39,745	96.02	1,647	3.98
資訊管理及維護技術員	38,823	100.00	34,600	89.12	4,223	10.88
事務支援人員	34,614	100.00	33,116	95.67	1,498	4.33
總務	38,431	100.00	33,304	86.66	5,127	13.34
一般辦公室事務人員（含文書）	34,157	100.00	32,931	96.41	1,226	3.59
會計助理、簿記、出納	34,246	100.00	33,178	96.88	1,068	3.12
存貨事務人員	35,659	100.00	34,158	95.79	1,501	4.21
服務及銷售工作人員	37,920	100.00	31,050	81.88	6,870	18.12
商店銷售人員	39,271	100.00	32,157	81.88	7,114	18.12
展售說明人員	37,044	100.00	28,471	76.86	8,573	23.14
技藝、機械設備操作及組裝人員	40,517	100.00	33,629	83.00	6,888	17.00
電子設備裝修人員	44,026	100.00	33,258	75.54	10,768	24.46
小客、貨車駕駛人員	37,331	100.00	34,308	91.90	3,023	8.10
大客、貨車駕駛人員	40,879	100.00	40,315	98.62	564	1.38
基層技術工及勞力工	30,307	100.00	27,890	92.02	2,417	7.98
勞力工	29,865	100.00	29,213	97.82	652	2.18
理貨員	30,903	100.00	27,562	89.19	3,341	10.81

資料來源：勞動部「職類別薪資調查報告」

當然，其中規模不同的公司所提供之福利差異性頗大，制度完善的大公司會提供壽險、健康保險、和退休金等福利，依不同職階每年設定不同金額提供員工作為「自我成長」或「健康管理」補助。此外部分公司另設有「福儲信託」（類同持股信託），從員工自薪資提撥定額資金，再加上公司補助，兩者合計後買進公司股票（類似基金投資）。一般而言員工皆享有勞、健保與團保，福委會則提供員工旅遊、生育、子女教育補助。

前景與展望

現代批發業具有開發商品、商品調節、擔任橋樑機能，從製造商處取得製品賣給零售商，又從零售商處取得客戶可能協助零售商發展及建立情報網等特色，因此被視為促進商業現代化的重要環節。批發業者在製造商與零售商間需要之商品資訊。近年來由於市場競爭激烈，一方面部分製造商為爭取業績兼營批發業務，主動與下游零售商接洽。使原本經營規模較小的傳統批發商，受到人力技術限制、進貨成本較高、商品管理能力較差等因素限制，在面對同業與異業競爭時，遭受嚴重衝擊，傾向逐漸萎縮；除此之外，現代化大型量販店的崛起，影響部分產業的零售商，造成從事該產業的批發商業務來源減少，市場需求結構改變的結果造成競爭日益激烈，同業間為爭取業務常常削價競爭。

為了拓展商機，批發業者必須尋求同業間或異業間的結盟合作，藉此擴大市場範圍，獲取規模經濟的效益。此外也可以透過降低庫存量來提高資金靈活度，發展個性化、專利商品以利市場區隔。未來批發業發展趨勢為：

一、提升經營管理績效

在不景氣的市場環境中，除了積極開發業務外，有效降低管理成本、精簡人事亦是重要課題。利用電腦與機械設備，管理商品庫存問題，快速偵測商品滯銷或暢銷的情形，提高商品的周轉率，並藉由自動化管理，降低人力成本、提高工作效率。

二、提供多元化服務

零售商的經營狀況決定批發業者的效益。因此批發業者必須強化為下游零售商服務的觀念，掌握具有價值的市場資訊，建立資料庫，提供各種支援零售商活動的服務，幫助零售商進行市場調查、分析和預測，以及商品結構調整諮詢。

三、提升服務品質

批發業的資訊較公開，在價格上難有壓縮的空間，所以同業間除了經營規模上價格的競爭外，還要依賴企業自身的口碑與信譽，換句話說，服務品質是除了價格以外批發商可以進行產品差異化的關鍵。一般而言客戶傾向與長期合作之廠商配合，在價格差異不大的情況下，商譽成為爭取及維繫客源的重要條件，企業的誠信穩健成為提升營業額的最佳保證。因此為了達到高效率的配送需求，傳統批發業者必須自行開發物流系統，或與物流業者相互結合，使各種商品都能快速及時送達零售商及消費者的手中，以掌握銷售的先機。因此存貨事務人員（倉儲管理人員）、送件搬運人員（配送人員）的需求將會大幅增加。

四、與同業結盟或聯合採購

傳統批發商多屬地區性業者，經營規模不大，很難面對大型批發量販業者的低價競爭，部分經營商品性質相近業者以合併或聯合採購的方式，提高進貨量以獲取更大的議價空間，同時在面對零售商時能擁有更具競爭力的價格優勢。

五、開發新市場與通路

為了因應經濟不景氣，傳統批發業者除了掌握原有的零售商銷售通路外，同時也可以直接開發一般消費者的市場，如公司行號的團購市場，利用多元化的銷售管道，開發新市場以提高營業額。

為強化臺灣服務業發展動能，經濟部特別針對主管的批發零售、餐飲、物流、管顧、資訊服務、設計、廣告、會展等 8 項主要服務業，以及數位內容、無線寬頻應用、養生照護、智慧自動化工程技術、雲端運算、電子商務、能源技術服務業等 7 項整合性服務業，研訂「經濟部服務業發展藍圖」，並投入 300 億元，協助產業結構調整，期於 2020 年服務業 GDP 年成長率 5.14%，達新臺幣 4 兆 7,553.9

億元；服務業就業人數增加 16.6 萬人，達 278.4 萬人，讓服務業成為帶動臺灣經濟持續成長的引擎⁴。

相關資訊來源

財政部

<https://www.mof.gov.tw/>

經濟部統計處

<https://www.moea.gov.tw/Mns/dos/home/Home.aspx>

備註

¹ 財政部—財政統計月報，營利事業家數及銷售額—按稅務小行業別分，網址為 <https://www.mof.gov.tw/singlehtml/285?cntId=57474#gsc.tab=0>。

² 行政院主計總處「受僱員工薪資調查統計」。

³ 勞動部（民國 109），職類別薪資調查報告（資料時期：民國 108 年 7 月）。

⁴ 經濟部投入 300 億，讓服務業成為帶動臺灣經濟持續成長的引擎，網址為 https://www.moea.gov.tw/Mns/populace/news/wHandEpaper_File.ashx?ec_id=9。