



行政院2003年科技發展策略會議(SRB)

議題貳：發展策略性服務產業與支援環境
題綱二、「策略性服務產業推動策略」

流通服務業推動策略

劉坤堂

經濟部商業司

中華民國九十二年八月二十六日



簡 報 大 綱

壹、背景探討

貳、問題分析

參、解決策略之執行規劃

肆、討論題綱



壹、背景探討析

九十年度工商及服務業普查結果

1. 服務業企業單位數持續增加 (↑10.3%)
2. 服務業從業員工人數持續增加 (3753(服務業, 千人) > 2993(工業, 千人))
3. 服務業企業利潤率優於工業部門 (6.2% > 3.3%)
4. 服務業生產總額持續增加
5. 服務業就業機會擴增

結論：服務業於2002年占GDP比率達67.2%，已逐漸接近先進國家之比率，預計在我國產業轉型之際，將扮演重要角色。



■ 流通服務業之定義：

為滿足顧客的需求，從生產者到消費者間相關的**作業流程**及**實體活動**之過程。

換言之，貨物（或商品）自離開生產工廠開始，直到消費者手中，這期間所產生之有關**人、事、物的行為、活動與服務**。

業種

供應商

批發商

零售商

流通服務業的範疇

食品
藥品
服飾
家具
文具
家電
運動
餐飲
·
·
·

產地

製造商、進口商

物流中心

經銷商

大盤中盤

量販店
超市
百貨公司
便利商店
專門店
購物中心
一般零售店

無店舖網路行銷

消

費

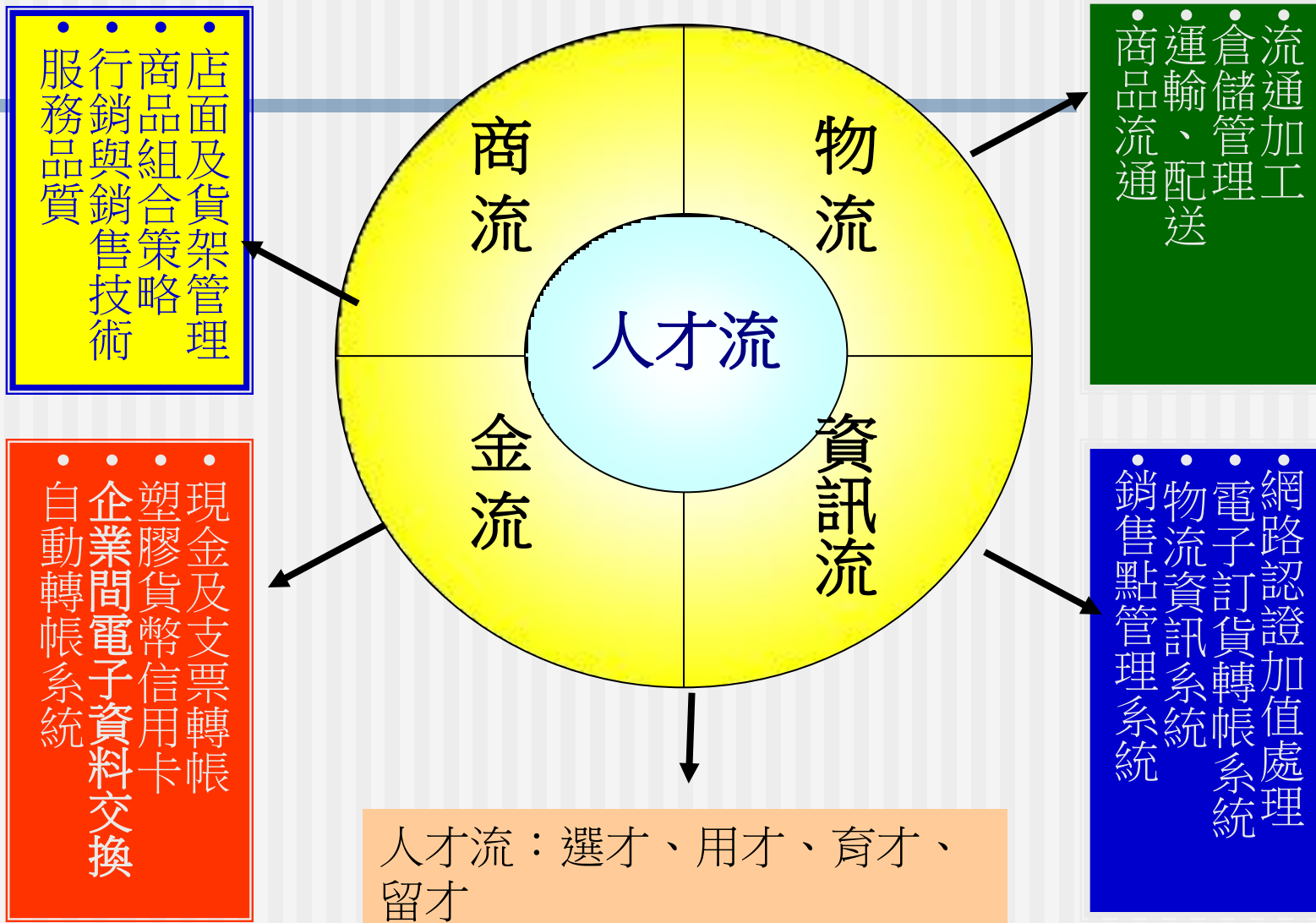
者

業態

人事物 - 行為、活動、服務



流通服務產業內涵



流通服務業發展趨勢

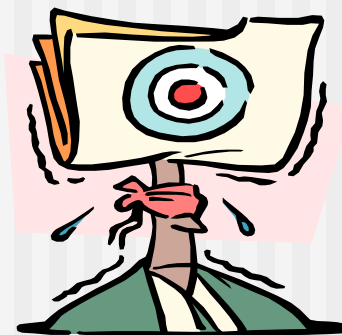
- 大量運用資訊及網路科技，重塑新的服務型態
- 物流配送與增值功能漸形重要
- 流通人才逐漸轉型為知識工作者





貳、問題分析

- 資訊化程度有待提升
- 物流業者營運效能不佳
- 專業人才不足





參、解決策略之執行規劃

我國流通服務業整體目標及策略

願景

深耕台灣、佈局全球

目標

提升流通
服務品質

增進商品
流通效率

流通人力
素質提升

發展流通
知識經濟

具體策略

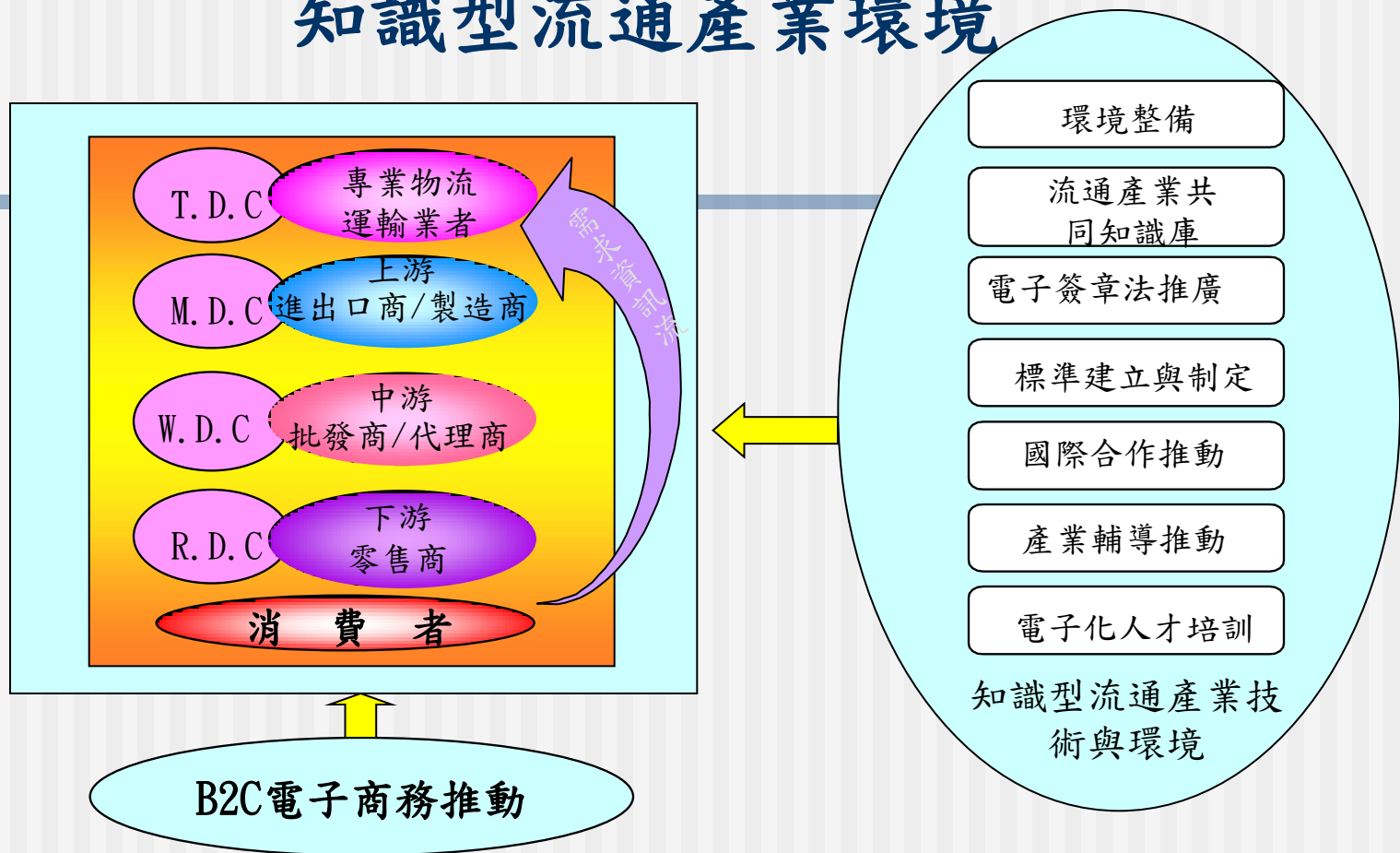
運用資訊及網路
科技塑造知識型
流通產業環境

強化物流發展
基礎環境與國
際接軌

現階段商業人
才培育策略

成立商業技
術研究院

策略一：運用資訊及網路科技塑造 知識型流通產業環境



- 預期效果：
1. 提昇企業營運效率，因應加入WTO之後所面臨之全球化競爭。
 2. 導入新的商業運作模式，協助解決國內流通產業中小企業之資訊與網路技術欠缺的問題。
 3. 支援「知識型產業」，協助扭轉「高科技人力」不足而體力勞動工人失業率高之社會問題。

策略二、強化物流發展基礎環境與國際接軌

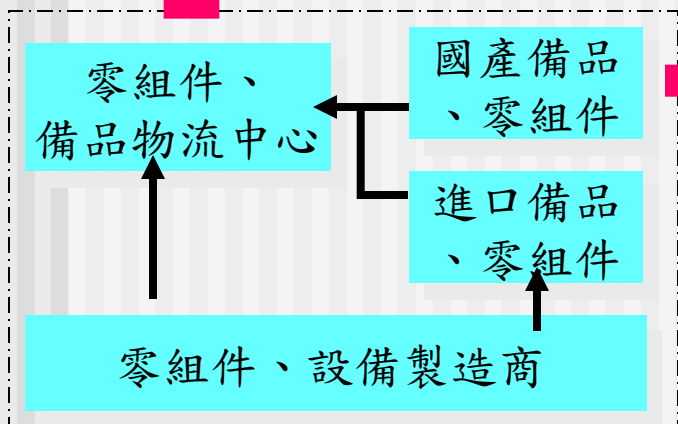
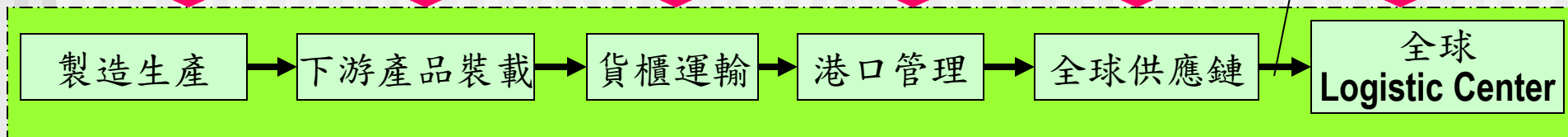
商業物流國際化接軌

商品 Auto-ID 應用發展

Auto-ID Infrastructure

物流監控與追蹤

物流業



備品、零組件
國產化協同研發

物流與運籌最佳化

產品服務
Logistic Center

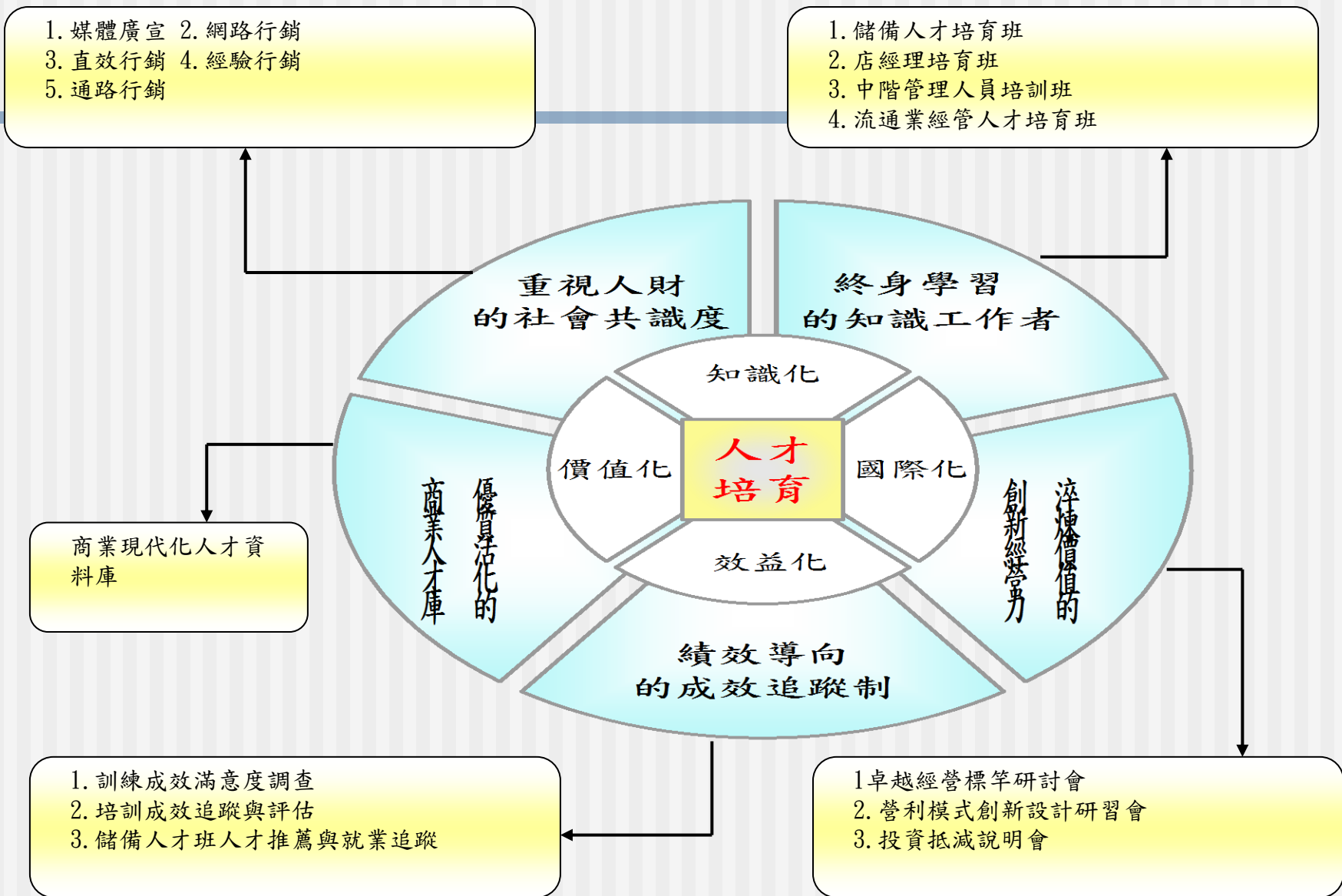
全球運籌策略

預期成果：1. 建立物流安全與追蹤，強化產業運籌能力。
2. 促進物流產業國際化。

3. 帶動RFID相關產業發展。



策略三：加強商業人才培育





策略四：成立商業技術研究院

加速服務業發展、突破傳統困境，創造經濟新境界

- ❖ 緣起：
 1. 產業轉型之需要
 2. 商業服務業資源整合之迫切性

❖ 商業技術研究院任務

- 商業技術研發
- 商業人才養成
- 商業經營模式建立
- 電子商務推動
- 國際商業交易平台
- 商業服務業資源協調
- 商業設計服務
- 商業市場調查及研究



肆、討論題綱

- 商業技術研究院成立所面臨之困境：
 - 組織型態之界定
 - 與現有相關公協會之任務區隔
 - 經費來源
 - 軟硬體環境建置
- 如何突破現有商業技術發展瓶頸：
 - 建立商業服務業之共同技術平台
 - 標準之建立
 - 安全機制



簡報完畢

敬請指教

