

第貳章、提要分析

為瞭解國內批發、零售及餐飲業業者目前經營實況，供政府釐訂經濟決策及編算國民所得統計，本處於 106 年 5 月辦理「批發、零售及餐飲業經營實況調查」，有效調查家數計 3,400 家，實際回收樣本為 3,326 家，回表率 97.8%。茲將調查統計結果分述如次：

壹、批發業

一、營業收入

▲105 年批發業營業收入 9 兆 5,451 億元，較 104 年減少 1.9%

全球景氣成長步調滯緩，國際貿易表現平疲，原物料價格下跌，105 年批發業營業收入為 9 兆 5,451 億元，較 104 年減少 1.9%，連續二年負成長，其中機械器具批發業因來自日本的液晶電視及筆電等採購代理業務縮減，以及記憶體、面板等電子零組件需求疲弱，年減 3.4%，建材批發業因 105 年鋼品平均價格較上年下滑，致金屬建材買氣觀望，年減 4.8%，布疋及服飾品批發業因外銷疲軟而年減 4.4%。

近年批發業營業收入概況

單位：億元；%

	103 年	104 年	105 年	105 年	
				結構比	年增率
批發業	101,173	97,258	95,451	100.0	-1.9
機械器具批發業	41,731	39,551	38,201	40.0	-3.4
食品、飲料及菸草製品批發業	9,136	8,950	9,144	9.6	2.2
家庭器具及用品批發業	7,949	7,981	7,762	8.1	-2.7
建材批發業	8,449	7,679	7,308	7.7	-4.8
汽機車及其零配件、用品批發業	6,122	6,028	6,326	6.6	4.9
綜合商品批發業	6,379	6,165	6,136	6.4	-0.5
布疋及服飾品批發業	5,377	5,440	5,198	5.4	-4.4
藥品及化粧品批發業	3,976	4,102	4,261	4.5	3.9
化學原料及其製品批發業	4,369	4,075	3,932	4.1	-3.5
文教、育樂用品批發業	3,171	3,223	3,291	3.4	2.1
燃料批發業	1,076	772	687	0.7	-11.0
農產原料及活動物批發業	712	691	691	0.7	0.1
商品經紀業	558	558	524	0.5	-6.2
其他專賣批發業	2,170	2,044	1,988	2.1	-2.7

(6)

二、銷售對象及商品結構

▲105 年批發業以內銷為主，較 104 年減少 0.8 個百分點

105 年批發業營業收入 9 兆 5,451 億元，其中內銷合計占 64.6%，較 104 年減少 0.8 個百分點，以「貿易、批發及零售商」占 44.7% 為主要銷售對象，較 104 年增加 2.5 個百分點，「製造工廠」占 8.2%，「政府及一般民眾」占 6.6%；外銷比重則占 35.4%，較 104 年增加 1.2 個百分點，以銷往「中國大陸」占 21.3% 為主，較 104 年增加 2.5 個百分點，銷往「美國」占 4.2% 次之，銷往「東南亞」則占 3.3%。

按行業別觀察，營業額占比 4 成之機械器具批發業外銷占比最高，為 55.8%，外銷地區以「中國大陸」占 46.3% 最多，藥品醫療用品及化粧品批發業則以內銷為主，比重達 98.9%，以售予「貿易、批發及零售商」及「政府、一般民眾」各占 48.6% 最多。

批發業銷售總額—按內外銷比重

單位：億元；%

	營業收入		
		內銷比重	外銷比重
101 年	98,330	65.5	34.5
102 年	99,042	66.5	33.5
103 年	101,173	65.3	34.7
104 年	97,258	65.8	34.2
105 年	95,451	64.6	35.4

批發業銷售對象—內外銷流向

單位：%

	合計	內銷					外銷						
		小計	母公司或關係企業	製造工廠	貿易、批發、零售商	政府、一般民眾	小計	中國大陸(含港澳)	日本	東南亞	歐洲	美國	其他地區
104 年	100.0	65.8	4.2	10.9	42.2	8.5	34.2	18.8	2.3	3.9	2.8	4.3	2.1
105 年	100.0	64.6	5.1	8.2	44.7	6.6	35.4	21.3	2.3	3.3	2.1	4.2	2.3

▲105 年批發業業之商品銷售結構以資通訊產品及機械器具為主

105 年批發業商品銷售結構以資通訊產品及機械器具比重最高，占 38.8%，其中電子零組件產品即占 24.5%，顯示電子零組件產品銷售情形對批發業營業額有顯著影響，其次為建築材料（占 8.2%），汽機車及零件（占 7.4%）居第三。

105 年批發業商品銷售結構

	合計	資通訊 產品及 機械器具			建築 材料	食品	汽機車 及零件	紡織、成 衣及個 人用品	其他
		電子 零組件	其他						
104 年	100.0	40.3	25.1	15.2	7.8	7.7	7.7	6.1	30.4
105 年	100.0	38.8	24.5	14.3	8.2	6.9	7.4	5.9	32.8

三、商品進貨來源

▲105 年批發業進貨以海外採購為主，以來自日本最多

105 年批發業國內採購占進貨額 46.1%，較 104 年減 3.7 個百分點，其中購自貿易、批發、零售商之比率占 18.7%，向製造業工廠進貨者占 13.8%，分別較 104 年減 3.6 及 1.2 個百分點。

向海外採購之進貨來源以日本最高，占總進貨 13.3%，較 104 年增加 0.5 個百分點，中國大陸（含港澳）占 11.8% 次之，較 104 年減少 1.4 個百分點，其餘依序為：東南亞（占 8.6%）、美國（占 6.4%）、歐洲（占 5.5%）。

105 年批發業商品進貨來源

單位：%

	合計	國內採購					海外採購						
		小計	母公司 或關係 企業	製造 工廠	貿易、 批發、 零售商	其他	小計	中國大 陸(含 港澳)	日本	東南 亞	歐洲	美國	其他 地區
104 年	100.0	49.8	11.2	15.0	22.3	1.4	50.2	13.2	12.8	6.0	5.8	4.6	7.8
105 年	100.0	46.1	12.5	13.8	18.7	1.2	53.9	11.8	13.3	8.6	5.5	6.4	8.2

四、經營困境

▲批發業者經營上遭遇的困境（複選），主要為「競爭激烈，利潤縮小」占近 7 成

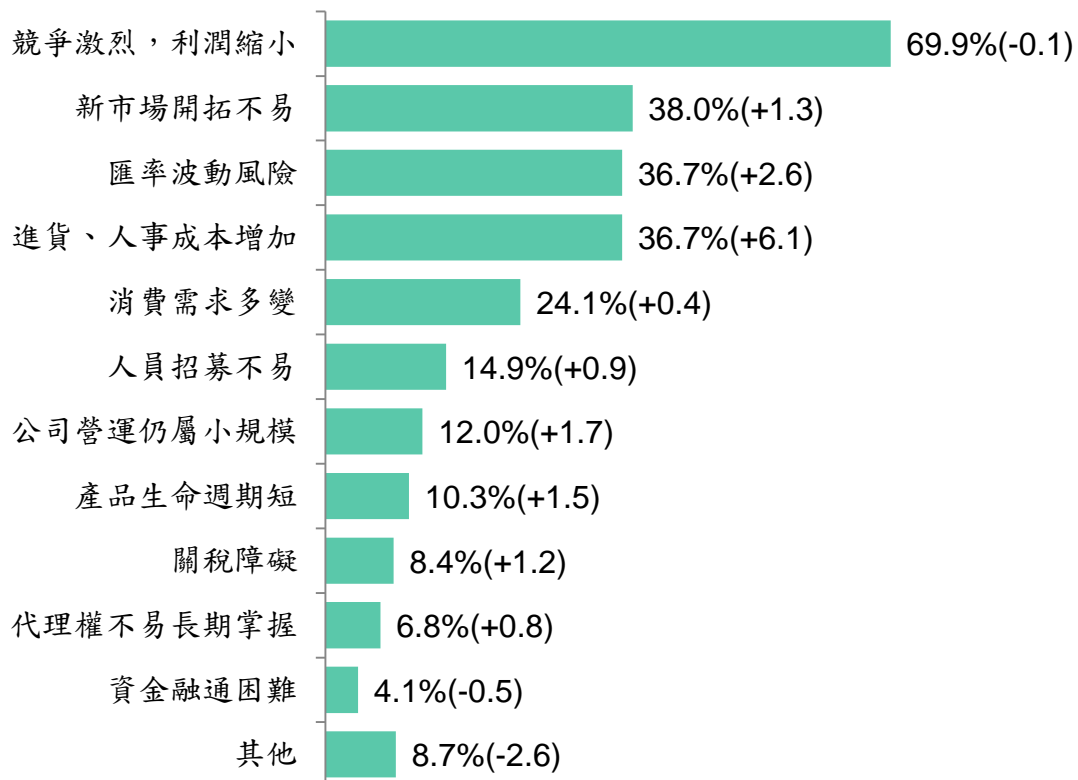
批發業者經營上遭遇的困境，主要為「競爭激烈，利潤縮小」占近 7 成最高，「新市場開拓不易」占 38.0% 次之，「匯率波動風險」及「進貨、人事成本增加」各占 36.7% 再次之，其餘比率高於 1 成者依序為：「消費需求多變」占 24.1%，「人員招募不易」占 14.9%，「公司營運仍屬小規模」占 12.0%，「產品生命週期短」占 10.3%。

與 105 年調查結果相比，由於基本工資上漲，認為「進貨、人事成本增加」

(8)

之比率增加 6.1 個百分點最多。

批發業經營上遭遇的困境 (複選)



() 表示較上年增減百分點

貳、零售業

一、營業收入

▲105年零售業營業收入達4兆968億元，較104年增加1.9%

105年零售業營業收入為4兆968億元，較104年增加1.9%，其中汽機車及其零配件用品零售業因舊換新補貼政策激勵，年增5.4%，高於其他各業別；無店面零售業因網路購物普及商品品項擴充，年增5.1%；綜合商品零售業年增4.7%，主因百貨公司引進新櫃及新店開幕、超級市場及便利商店積極展店並強化生鮮蔬果販售，加上量販店因展店及自有品牌商品熱賣所致；藥品、醫療用品及化粧品零售業因高齡化商機持續發酵及美容保健商品熱銷，年增4.2%；另家庭器具及用品零售業年減4.8%，主因陸客來台人數逐漸縮減，影響精品、珠寶及鐘錶買氣所致；燃料零售業則因油價較104年下滑，年減5.6%。

近年零售業營業收入概況

單位：億元；%

	103年	104年	105年		
			結構比	年增率	
零售業	40,074	40,203	40,968	100.0	1.9
綜合商品零售業	11,065	11,510	12,047	29.4	4.7
百貨公司	3,061	3,189	3,331	8.1	4.5
超級市場	1,672	1,804	1,973	4.8	9.3
便利商店	2,892	2,950	3,088	7.5	4.7
量販店	1,758	1,830	1,913	4.7	4.6
其他	1,682	1,737	1,741	4.3	0.3
汽機車及其零配件用品零售業	5,757	5,825	6,141	15.0	5.4
食品、飲料及菸草製品零售業	4,614	4,737	4,812	11.7	1.6
資通訊及家電設備零售業	3,599	3,605	3,553	8.7	-1.5
家庭器具及用品零售業	3,181	3,170	3,016	7.4	-4.8
布疋及服飾品零售業	2,758	2,798	2,856	7.0	2.1
無店面零售業	2,058	2,167	2,279	5.6	5.1
燃料零售業	3,031	2,306	2,176	5.3	-5.6
藥品、醫療用品及化粧品零售業	1,829	1,883	1,962	4.8	4.2
文教、育樂用品零售業	1,126	1,149	1,119	2.7	-2.6
建材零售業	536	527	513	1.3	-2.8
其他專賣零售業	521	527	495	1.2	-6.0

(10)

二、銷售對象及商品結構

▲105年零售業營業收入主要來自商品銷售收入(含上櫃抽成收入)

105年零售業營業收入項目，以商品銷售收入(含上櫃抽成收入)占總收入96.7%最多，其餘項目占比均不及2%。按各業觀察，各業別均逾9成營收來自商品銷售收入(含上櫃抽成收入)。

105年零售業營業收入項目分配

單位：%

	合計	商品銷售收入 (含上櫃抽成收入)	手續費 (服務) 收入	餐飲供 應收入	租金 收入	佣金 收入	其他 收入
零售業	100.0	96.7	0.8	0.2	0.4	0.7	1.2
綜合商品零售業	100.0	96.5	0.4	0.7	0.8	0.8	0.8
百貨公司業	100.0	94.7	0.1	1.6	1.9	0.0	1.6
超級市場業	100.0	98.9	0.0	0.8	0.2	0.0	0.1
連鎖式便利商店業	100.0	94.9	1.4	0.0	0.0	3.1	0.6
零售式量販業	100.0	97.6	0.0	0.0	1.2	0.0	1.2
其他綜合商品零售業	100.0	98.7	0.4	0.6	0.2	0.0	0.2
食品飲料及菸草製品零售業	100.0	99.5	0.1	0.2	0.1	0.0	0.1
布疋及服飾品零售業	100.0	99.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
家庭器具及用品零售業	100.0	98.5	0.1	0.0	0.3	0.1	1.0
藥品醫療用品及化粧品零售業	100.0	96.6	0.2	0.1	0.8	2.1	0.2
文教育樂用品零售業	100.0	94.9	3.1	0.0	0.7	0.1	1.2
建材零售業	100.0	99.5	0.0	0.0	0.4	0.0	0.0
燃料零售業	100.0	95.2	0.1	0.0	0.0	0.0	4.7
資通訊及家電設備零售業	100.0	96.0	0.1	0.0	0.0	3.3	0.5
汽機車及其零配件用品零售業	100.0	94.3	2.1	0.0	0.5	0.2	2.9
無店面零售業	100.0	95.2	3.8	0.0	0.0	0.4	0.7
其他專賣零售業	100.0	93.9	1.2	0.2	1.2	0.1	3.4

▲105年零售業銷售商品以食品類最多

105年零售業之商品銷售結構，以食品類占比為18.2%居首位，其餘占1成以上者依序為：家庭器具類占17.0%、汽機車及零件占15.2%、衣著及服飾配件

占 12.5%。

綜合商品零售業之百貨公司，因面對競爭積極進行櫃位調整與改裝，並強化娛樂休閒餐飲功能，其銷售商品以衣著及服飾配件（占 39.3%）為主，惟較上年減少 1.1 個百分點，家庭器具（占 18.7%）次之，藥品化粧清潔用品及餐飲亦均逾 1 成；超級市場業以食品類（占 52.4%）為主，家庭器具（占 18.2%）次之，飲料、菸酒類（占 12.2%）再次之。

便利商店業以飲料、菸酒類（占 66.4%）為主，食品類（占 25.4%）次之；量販業以食品類（占 35.6%）為首，家庭器具（占 19.1%）次之，飲料、菸酒類（占 13.2%）再次之；其他綜合商品零售業以藥品及化粧清潔用品（占 25.7%）為首，其餘占 1 成以上者依序為：飲料、菸酒類（占 23.4%）、衣著及服飾配件（占 17.9%）、家庭器具（占 14.5%）。

零售業銷售商品結構

單位：%

	零售業	綜合 商品 零售業	百貨 公司業	超級 市場業	便利 商店業	量販業	其他 綜合 商品業
總計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
食品類	18.2	23.5	6.0	52.4	25.4	35.6	7.5
家庭器具	17.0	13.5	18.7	18.2	0.6	19.1	14.5
汽機車及零件	15.2	0.2	0.0	0.0	0.0	1.3	0.0
衣著及服飾配件	12.5	15.5	39.3	6.4	0.1	5.9	17.9
飲料、菸酒類	9.3	24.8	1.0	12.2	66.4	13.2	23.4
藥品及化粧清潔用品	8.0	10.4	13.1	7.6	1.2	9.3	25.7
資通訊產品	6.3	2.0	2.3	0.0	0.0	6.0	3.0
汽柴油及瓦斯等燃料	5.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
文教及娛樂用品	3.5	3.3	3.8	0.1	3.4	2.7	6.4
餐飲服務	1.3	4.0	13.7	0.0	0.0	0.8	0.7
住宅裝修材料及用品類	0.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.2
其他商品	3.0	2.9	2.1	3.0	2.9	6.0	0.7

三、商品銷售管道

▲105 年零售業之商品銷售管道以實體店面為主，電子商務占比漸增

105 年零售業之商品銷售管道，超過 9 成以實體店面銷售為主，透過電子商務銷售者占 5.4%，透過直銷販售則占 1.0%；與 102 年比較，實體店面減少 1.7 個百分點，透過電子商務銷售則增加 2.8 個百分點。

依業別觀察，無店面零售業因業別屬性，其銷售管道以採取電子商務平台者占 63.0%最高，透過直銷者占 17.0%，利用電視購物台者占 9.8%，均明顯高於其他業別，其餘業別均以實體店面銷售為主，其中燃料零售業與汽機車及其零配件用品零售業皆僅透過實體店面銷售。

零售業商品銷售管道

單位：%

	合計	實體店面	電子商務平台	電視購物台	郵購	自動販賣機	直銷	其他
102 年	100.0	94.1	2.6	0.5	0.1	0.1	2.0	0.6
104 年	100.0	91.4	4.9	0.7	0.3	0.0	2.0	0.7
105 年	100.0	92.4	5.4	0.6	0.1	0.1	1.0	0.5
綜合商品零售業	100.0	99.2	0.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
食品飲料及菸草製品零售業	100.0	93.5	4.8	0.0	0.3	0.0	0.0	1.5
布疋及服飾品零售業	100.0	94.8	3.8	0.0	0.0	0.0	0.4	1.0
家庭器具及用品零售業	100.0	98.0	1.3	0.1	0.0	0.0	0.0	0.6
藥品醫療用品及化粧品零售業	100.0	96.8	2.3	0.4	0.0	0.0	0.0	0.4
文教育樂用品零售業	100.0	91.8	4.9	0.1	0.1	0.0	1.4	1.7
建材零售業	100.0	97.5	2.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
燃料零售業	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
資通訊及家電設備零售業	100.0	96.0	3.8	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0
汽機車及其零配件用品零售業	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
無店面零售業	100.0	6.9	63.0	9.8	0.9	1.2	17.0	1.2
其他專賣零售業	100.0	93.6	1.1	0.0	0.0	0.0	0.0	5.4

四、收款方式

▲105 年零售業售貨收款方式以現金為主，信用卡為輔

105 年零售業售貨之收款方式 44.7%來自現金，信用卡占 36.5%，轉帳匯款

占 13.5%，支票占 2.1%，現金禮券、商品券占 1.4%，悠遊卡、儲值卡占 1.0%，電子支付工具則占 0.6%。按各業觀察，超級市場業、便利商店業、食品飲料及菸草製品零售業、藥品醫療用品及化粧品零售業等逾 5 成採取現金支付方式，顯示小額消費仍以現金為主。百貨公司、量販業、其他綜合商品零售業、家庭器具及用品零售業、建材零售業及無店面零售業等則有過半採取信用卡支付方式；電子支付則以超級市場業較多占 8.1%；汽機車及其零配件用品零售業因產品具高單價特性，訂金多以現金、信用卡等方式支付，分別占 20.8%及 13.3%，尾款則採轉帳匯款方式付款，占 61.4%，結構異於其他零售業者。

105 年零售業收款方式

單位：%

	合計	現金	支票	信用卡	轉帳匯款	悠遊卡儲值卡	電子支付	現金禮券商品券	其他
105 年	100.0	44.7	2.1	36.5	13.5	1.0	0.6	1.4	0.3
綜合商品零售業	100.0	48.6	0.1	41.3	1.1	3.2	1.4	3.5	0.7
百貨公司業	100.0	22.0	0.0	67.2	0.8	0.4	0.2	7.4	1.9
超級市場業	100.0	56.8	0.3	27.9	4.1	0.7	8.1	2.0	0.1
連鎖式便利商店業	100.0	86.6	0.0	0.1	0.0	11.7	0.0	1.5	0.1
零售式量販業	100.0	33.8	0.1	60.5	0.3	0.0	0.0	4.6	0.6
其他綜合商品零售業	100.0	39.2	0.1	59.1	0.9	0.2	0.4	0.1	0.0
食品飲料及菸草製品零售業	100.0	64.0	6.2	16.1	12.6	0.4	0.2	0.5	0.1
布疋及服飾品零售業	100.0	46.7	0.2	46.6	4.8	0.0	0.3	1.2	0.2
家庭器具及用品零售業	100.0	43.8	0.8	51.1	3.6	0.0	0.3	0.4	0.0
藥品醫療用品及化粧品零售業	100.0	58.8	2.0	34.3	2.4	0.2	0.8	1.6	0.0
文教育樂用品零售業	100.0	48.1	2.7	41.7	7.0	0.0	0.2	0.2	0.0
建材零售業	100.0	29.4	0.6	67.9	1.8	0.3	0.0	0.0	0.0
燃料零售業	100.0	47.1	5.1	39.6	7.7	0.4	0.0	0.1	0.0
資通訊及家電設備零售業	100.0	48.6	1.0	42.6	6.7	0.0	0.0	1.0	0.0
汽機車及其零配件用品零售業	100.0	20.8	4.5	13.3	61.4	0.0	0.0	0.0	0.0
無店面零售業	100.0	27.0	0.3	63.0	7.5	0.0	1.2	0.1	0.9
其他專賣零售業	100.0	46.1	3.6	39.1	11.2	0.0	0.0	0.0	0.0

五、商品進貨來源

▲105 年零售業之商品進貨來源以國內供應為主

105 年零售業之商品進貨來源，有 84.7%來自國內採購，海外採購比率僅占 15.3%，其中海外採購比率較高者為：布疋及服飾品零售業占 61.0%，其他綜合商品零售業占 55.4%，家庭器具及用品零售業占 39.2%、文教育樂用品零售業占

(14)

38.4%。

零售業向國內採購商品之來源，以自貿易、批發、零售商進貨者最多，採購金額占總進貨之 49.4%，向母公司或關係企業採購占 21.2%次之，製造工廠占 13.3%再次之，其他來源約占 0.8%。

海外採購以自中國大陸（含港澳）進貨占 3.9%較高，歐洲占 3.7%次之，日本占 3.4%，美國占 2.3%，東南亞占 1.3%，其他國家約占 0.7%。

觀察近 2 年調查結果，105 年商品自國外採購之比率較 104 年增加 3.6 個百分點，各國採購比率皆有增加，依序為：中國大陸(含港澳)增加 1.3 個百分點，美國增加 0.9 個百分點，日本增加 0.5 個百分點，歐洲增加 0.4 個百分點，東南亞增加 0.2 個百分點，其他地區則增加 0.3 個百分點。

105 年零售業商品進貨來源

單位：%

	合計	國內採購					海外採購						
		小計	母公司或關係企業	製造工廠	貿易、批發、零售商	其他	小計	中國大陸(含港澳)	日本	東南亞	歐洲	美國	其他地區
104 年	100.0	88.3	22.6	13.3	51.4	1.0	11.7	2.6	2.9	1.1	3.3	1.4	0.4
105 年	100.0	84.7	21.2	13.3	49.4	0.8	15.3	3.9	3.4	1.3	3.7	2.3	0.7

六、經營困境

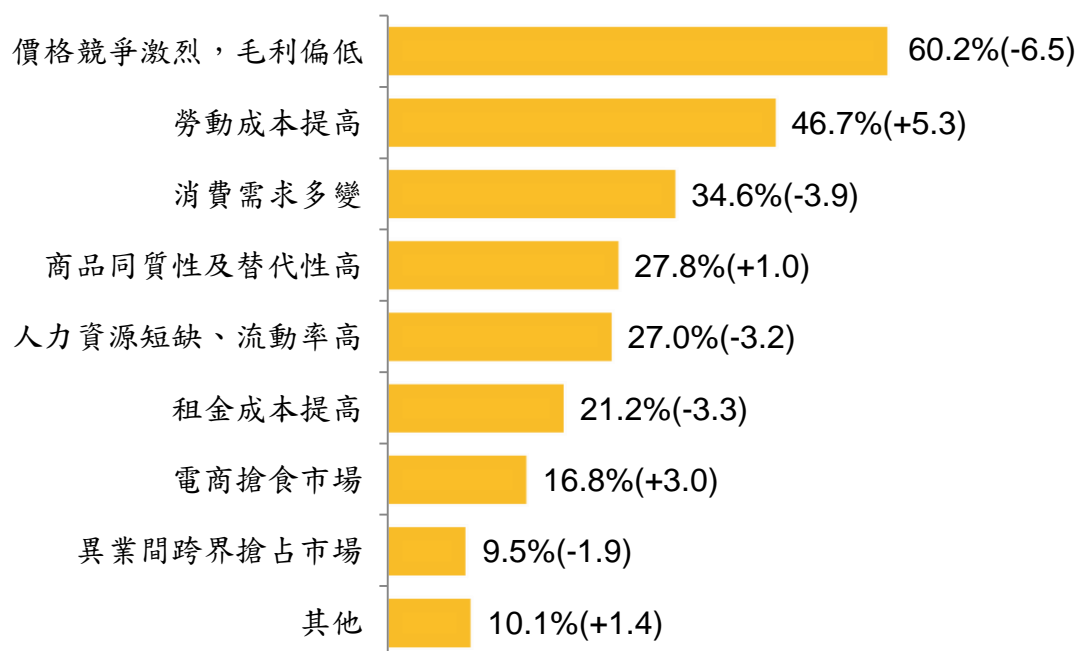
▲零售業目前經營上遭遇之困境（複選）主要為「價格競爭激烈，毛利偏低」

零售業者目前經營上遭遇的困境，主要為「價格競爭激烈，毛利偏低」，占 60.2%，其次為「勞動成本提高」，占 46.7%，其餘占 2 成以上者依序為：「消費需求多變」占 34.6%，「商品同質性及替代性高」占 27.8%，「人力資源短缺、流動率高」占 27.0%，「租金成本提高」占 21.2%，「電商搶食市場」占 16.8%。

與 105 年調查結果相比，因基本工資上漲及電子商務蓬勃發展，「勞動成本提高」及「電商搶食市場」之比率分別增加 5.3 及 3.0 個百分點較多。

各業別中，百貨公司業、無店面零售業均以「消費需求多變」為主要經營困境，占比分別為 73.3%、53.2%；便利商店業、燃料零售業以「勞動成本提高」為主要經營困境，占比分別為 60%、61.5%，另「電商搶食市場」為百貨公司業、量販業、資通訊及家電設備零售業遭遇較大困境。

零售業經營上遭遇的困境（複選）



() 表示較上年增減百分點

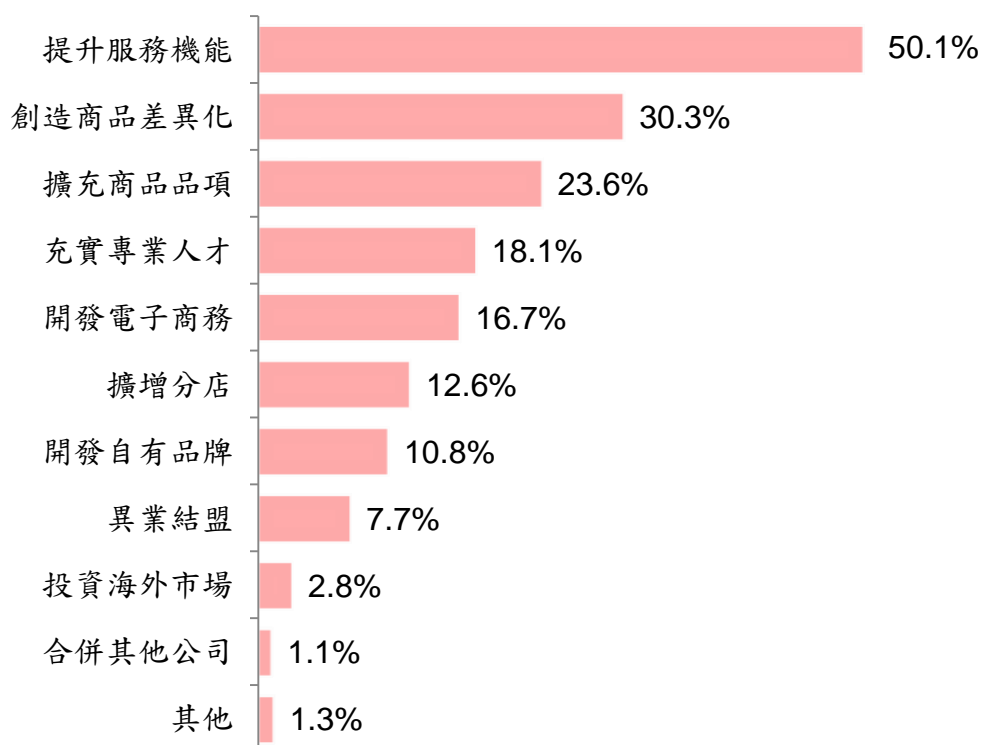
七、未來經營策略

▲零售業未來經營策略（複選）主要為「提升服務機能」

零售業者對未來經營策略，表示「維持現狀」之業者比率占 29.5%，其他業者對未來經營策略主要為「提升服務機能」，占 50.1%最多，其次為「創造商品差異化」，占 30.3%，其餘占 1 成以上者依序為：「擴充商品品項」占 23.6%，「充實專業人才」占 18.1%，「開發電子商務」占 16.7%，「擴增分店」占 12.6%，「開發自有品牌」占 10.8%。

各業別中，量販業受便利商店展店快速，超級市場開發社區經營，雙重夾擊銷售業績，未來將以「提升服務機能」及「創造商品差異化」列為主要經營策略，占比皆為 71.4%；國內網購市場持續擴大，無店面零售業將以「提升服務機能」、「擴充商品品項」為未來營業策略，占比均達 51.9%。

零售業未來經營策略（複選）



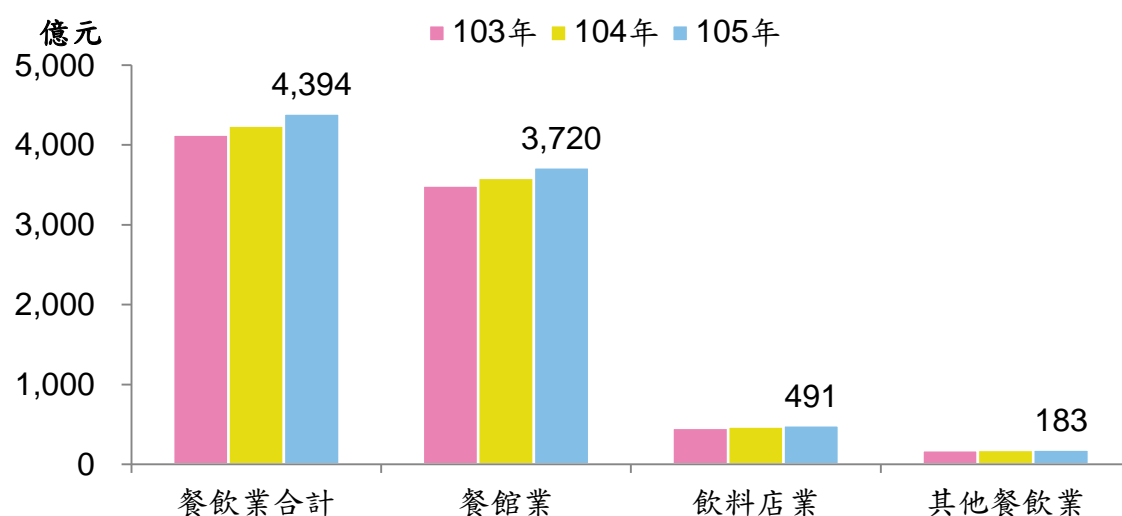
參、餐飲業

一、營業收入

▲105年餐飲業營業收入達4,394億元，較104年成長3.6%

105年餐飲業之營業收入總額達4,394億元，創歷年新高，年增3.6%，其中餐館業因連鎖餐廳持續展店、擴增品牌及外食人口增加，營業收入為3,720億元，年增3.7%，占84.7%最高。

近年餐飲業收入概況



註：其他餐飲業包含餐飲承包服務(如宴席承辦、團膳供應等)及基於合約僅對特定對象供應餐食之學生或員工餐廳。

▲105年餐飲業營收主要來自餐飲供應，占93.8%

105年餐飲業營收結構主要為餐飲供應收入，占93.8%，其次為商品銷售收入占3.1%。依業別觀察，由於飲料店業積極展店，商品銷售及權利金收入比例最高，分別為6.1%及2.0%。

105年餐飲業營收結構

單位：%

	合計	餐飲收入	商品銷售收入	加盟金、權利金及代理金收入	其他收入
餐飲業	100.0	93.8	3.1	0.6	2.5
餐館業	100.0	94.0	2.8	0.4	2.8
飲料店業	100.0	91.0	6.1	2.0	0.9
其他餐飲業	100.0	96.2	1.1	0.0	2.7

註：其他餐飲業包含餐飲承包服務(如宴席承辦、團膳供應等)及基於合約僅對特定對象供應餐食之學生或員工餐廳。

▲105 年餐飲業營收之收款方式以現金為主

105 年餐飲業營收收款方式主要為現金支付，占 64.8%，其次為信用卡，占 22.2%。依業別觀察，餐館業及飲料店業均以現金為主，分別占 67.9%及 61.1%，另飲料店業以悠遊卡及電子支付比重分別達 7.6%及 3.4%，高於其他二者；其他餐飲業因多為餐飲承包服務，故以轉帳匯款為主要收款方式，占 77.8%。

105 年餐飲業營收之收款方式

單位：%

	合計	現金	支票	信用卡	轉帳 匯款	悠遊卡 儲值卡	電子 支付	現金 禮券 商品券	其他
餐飲業	100.0	64.8	1.1	22.2	7.8	1.0	0.5	2.6	0.1
餐館業	100.0	67.9	0.8	23.4	4.9	0.1	0.1	2.6	0.1
飲料店業	100.0	61.1	0.2	21.2	3.2	7.6	3.4	3.3	0.0
其他餐飲業	100.0	12.0	9.3	0.5	77.8	0.2	0.0	0.2	0.0

註：其他餐飲業包含餐飲承包服務(如宴席承辦、團膳供應等)及基於合約僅對特定對象供應餐食之學生或員工餐廳。

二、原物料及食材供應來源

▲105 年餐飲業原物料及食材供應來源以食品工廠為主

105 年餐飲業原物料及食材供應來源，以食品工廠為主，占 39.5%，批發、零售商占 29.2%次之，進口占 11.0%再次之；按業別觀察，餐館業以食品工廠占 44.6%，批發商、零售商占 30.9%較多，飲料店業以食品工廠占 28.4%，連鎖加盟公司占 22.7%，批發、零售商占 22.5%，進口占 22.2%較多。

105 年餐飲業原物料及食材供應來源

單位：%

	總計	食品 工廠	果菜 市場	特定農民 或契作	連鎖加 盟公司	批發、 零售商	進口	其他
餐飲業	100.0	39.5	9.0	4.0	5.7	29.2	11.0	1.6
餐館業	100.0	44.6	7.7	3.6	2.2	30.9	9.1	2.0
飲料店業	100.0	28.4	2.8	1.4	22.7	22.5	22.2	0.0
其他餐飲業	100.0	26.0	26.3	10.5	0.8	29.3	5.5	1.6

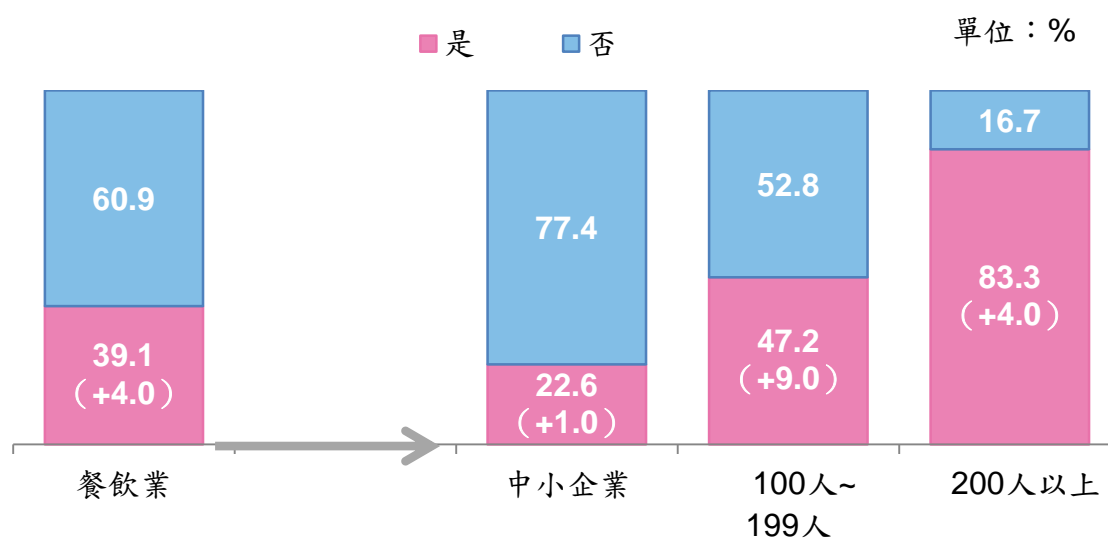
註：其他餐飲業包含餐飲承包服務(如宴席承辦、團膳供應等)及基於合約僅對特定對象供應餐食之學生或員工餐廳。

三、展店意願及地點

▲餐飲業未來有國內展店計畫近 4 成

企業規模大小影響餐飲業在國內展店意願，根據調查顯示，員工人數在 200 人以上企業未來在國內有展店計畫占 83.3%最高，介於 100 人至 199 人者占 47.2%，而 100 人以下者僅占 22.6%，顯示大型業者拓點規劃相對積極。與上年比較，則無論大、中、小型業者展店意願均有所提高，尤以員工人數 100 人至 199 人之業者提高 9.0 個百點最多，200 人以上業者提高 4.0 個百分點次之，顯示隨著景氣回溫，業者展店計畫轉趨積極。

餐飲業國內未來有無展店計畫（106 年）



() 表示較上年增減百分點

按員工人數分

▲餐飲業未來展店位置（複選）優先考量以百貨商圈占 65.5%最多，商業區占 61.2%次之

餐飲業拓點優先考量地點以百貨商圈及商業區最多，均達 6 成以上，考量捷運商圈地點者占 47.4%，顯示人潮匯集及流動性高之地區為業者未來開店之首選。按業別觀察，餐館業與飲料店業者，優先考量以「百貨商圈」及「商業區」占比最高，均逾 6 成，而其他餐飲業則看法較為分散，「商業區」、「工業區」與「校園商圈」均占 50.0%。

餐飲業展店位置優先考量因素（可複選）

單位：%

	百貨 商圈	商業區	捷運 商圈	校園 商圈	夜市 商圈	工業區	風景區	其他
餐飲業	65.5	61.2	47.4	14.7	6.9	6.9	4.3	5.2
餐館業	69.4	60.0	54.1	8.2	7.1	2.4	3.5	3.5
飲料店業	69.6	69.6	34.8	26.1	8.7	8.7	8.7	4.4
其他餐飲業	12.5	50.0	12.5	50.0	0.0	50.0	0.0	25.0

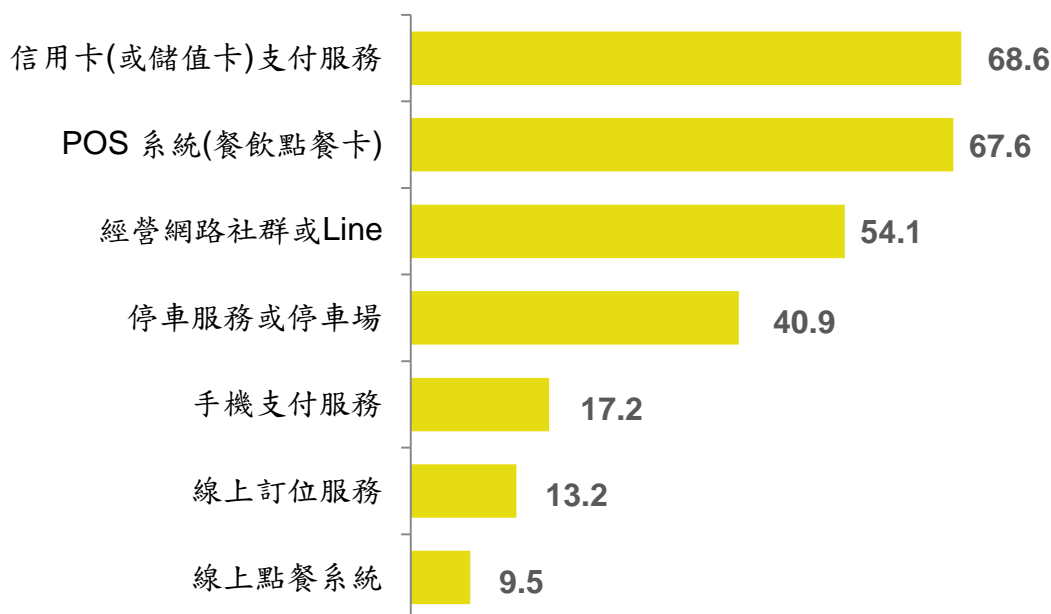
註：其他餐飲業包含餐飲承包服務(如宴席承辦、團膳供應等)及基於合約僅對特定對象供應餐食之學生或員工餐廳。

▲餐飲業提供信用卡（或儲值卡）及 POS 系統（餐飲點餐卡）支付服務者占逾 6 成

餐飲業提供的各項服務中，「信用卡（或儲值卡）支付服務」占 68.6%最高，「POS 系統（餐飲點餐卡）」占 67.6%次之，「經營網路社群或 Line」占 54.1%再次之，「停車服務或停車場」占 40.9%，「手機支付服務」與「線上訂位服務」均占逾 1 成，「線上點餐系統」則占 9.5%。

餐飲業提供的各項服務

單位：%



四、經營困境與營運發展計畫

▲餐飲業目前經營上遭遇的困境（複選）主要為「人員流動率高」及「同業間競爭激烈」，占逾 6 成

餐飲業者目前經營面臨的困難，前三項依序為：「人員流動率高」(占 63.4%)、「同業間競爭激烈」(占 60.4%)及「食材成本波動大」(占 58.1%)，另外「租金成本高」與「成本上升，轉嫁困難」均占逾 4 成，「消費者喜好變化快速」占 32.2%，「平價化，毛利降低」占 26.9%，「食材品質不易控制」與「找不到合適地點」均占 10%以上。

與 105 年調查結果相比，以「同業間競爭激烈」及「租金成本高」之比率分別增加 6.3 及 5.5 個百分點較多。

按業別觀察，餐館業者目前經營上遭遇的困難，以「人員流動率高」與「同業間競爭激烈」為主，飲料店業者以「租金成本高」占 59.3%最高，「同業間競爭激烈」占 57.6%次之，其他餐飲業者以「食材成本波動大」占 75.0%最高。

餐飲業在經營上遭遇的困境（可複選）

單位：%

	餐飲業			
	餐館業	飲料店業	其他餐飲業	
人員流動率高	63.4	71.8	50.9	43.2
同業間競爭激烈	60.4	63.6	57.6	50.0
食材成本波動大	58.1	56.4	50.9	75.0
租金成本高	47.3	51.3	59.3	13.6
成本上升，轉嫁困難	47.0	46.2	45.8	52.3
消費者喜好變化快速	32.2	35.4	32.2	18.2
平價化，毛利降低	26.9	26.2	27.1	29.6
食材品質不易控制	18.1	19.0	13.6	20.5
找不到合適地點	11.4	13.3	13.6	0.0
受其他業(無店鋪等)競爭	7.4	6.2	11.9	6.8
海外業務控管困難	0.3	0.5	0.0	0.0

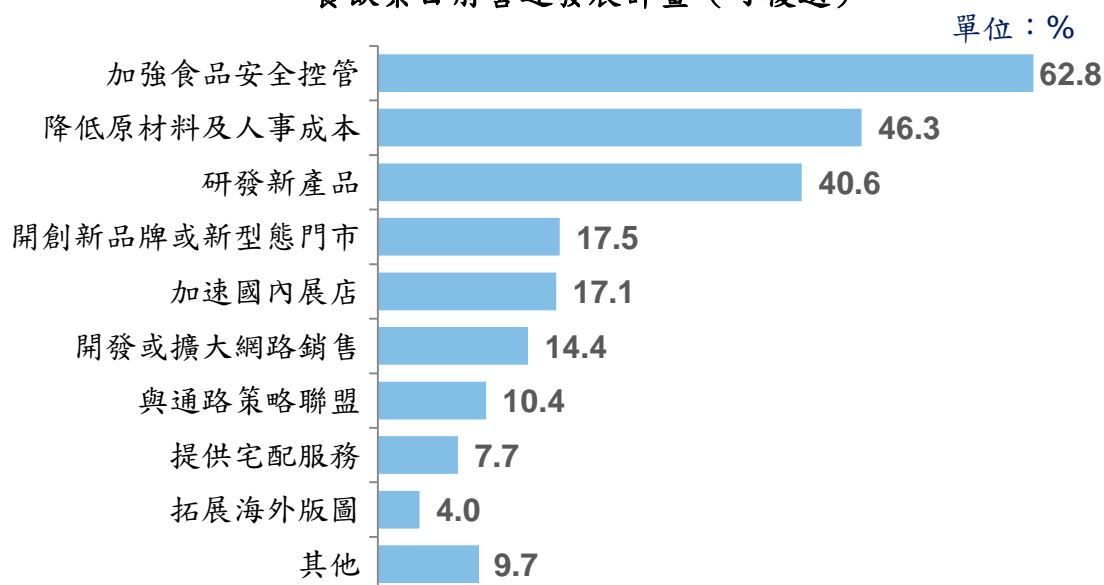
註：其他餐飲業包含餐飲承包服務(如宴席承辦、團膳供應等)及基於合約僅對特定對象供應餐食之學生或員工餐廳。

▲餐飲業目前營運發展計畫，主要為「加強食品安全控管」，占 62.8%

近年來接連不斷的食安問題，讓消費者對食品安全更加重視，因此，餐飲經營者認為目前營運發展計畫重點，以「加強食品安全控管」為首要課題，占 6 成 3，表示「降低原材料及人事成本」與「研發新產品」之業者各占逾 4 成，表示「拓展海外版圖」之業者比率則占 4.0%。

與 105 年調查結果相比，以「加速國內展店」比率增加 6.6 個百分點最多，顯見餐飲業者未來持續以展店擴增營業規模。

餐飲業目前營運發展計畫（可複選）



五、經營形態

▲餐飲業全年無休者占近 5 成，其中大企業超過 6 成

餐飲業全年無休者占近 5 成，按企業規模觀察，大企業之 66.3%遠高於中小企業之 39.8%，中小企業週休 1 日比率較大企業高逾 15 個百分點；按業別觀察，餐館業及飲料店全年無休者所占比率均逾 5 成，其他餐飲業則以週休 2 日者占 54.6%較高。

餐飲業經營形態—店休日數

單位：%

	合計	店休日數				
		每週 1 日	每週 2 日	每月 1 日	全年無休	其他
餐飲業	100.0	13.0	16.4	1.7	49.0	19.9
按員工人數分						
中小企業	100.0	18.9	17.3	1.6	39.8	22.5
大企業	100.0	2.0	14.9	2.0	66.3	14.9
按業別分						
餐館業	100.0	11.1	9.5	2.1	54.5	22.8
飲料店業	100.0	20.3	10.2	1.7	50.9	17.0
其他餐飲業	100.0	11.4	54.6	0.0	22.7	11.4

註：其他餐飲業包含餐飲承包服務(如宴席承辦、團膳供應等)及基於合約僅對特定對象供應餐食之學生或員工餐廳。

▲餐飲業營業時間 8 至 12 小時占 48.0%最多，24 小時營業僅占 4.1%

餐飲業營業時間 8 小時及以下者占 30.4%，8 小時以上至 12 小時者占 48.0%，

12 小時以上至 18 小時者占 15.9%，24 小時營業者僅占 4.1%；飲料店業營業 12 小時以上至 18 小時者占 40.7%，較餐館業及其他餐飲業高。

餐飲業經營形態—營業時間

單位：%

	合計	8 小時 (含)內	超過 8 小 時~12 小 時(含)內	超過 12 小 時~18 小 時(含)內	24 小時 營業	其他
餐飲業	100.0	30.4	48.0	15.9	4.1	1.7
餐館業	100.0	28.5	56.0	10.9	4.7	0.0
飲料店業	100.0	11.9	40.7	40.7	1.7	5.1
其他餐飲業	100.0	63.6	22.7	4.6	4.6	4.6

註：其他餐飲業包含餐飲承包服務(如宴席承辦、團膳供應等)及基於合約僅對特定對象供應餐食之學生或員工餐廳。