

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 107 年 5 月辦理「批發、零售及餐飲業經營實況調查」，調查家數計 3,400 家，回收有效樣本為 3,315 家，回表率 97.5%。茲將調查統計結果分述如次：

壹、批發業

一、全年損益

▲106 年批發業營業收入 10 兆 202 億元，較 105 年成長 5.0%

106 年因全球景氣穩健復甦、消費性電子產品需求暢旺，加上原物料及鋼品價格持續上漲，批發業營業收入由 105 年 9 兆 5,451 億元，增加為 10 兆 202 億元，年增 5.0%，其中機械器具批發業因外貿增溫，帶動晶片、記憶體等電子零組件銷售暢旺，年增 8.7%，建材批發業因鋼品外銷價量齊揚，營收年增 10.2%，燃料批發業因油價較上年上漲而年增 9.4%。

近年批發業營業收入概況

單位：億元；%

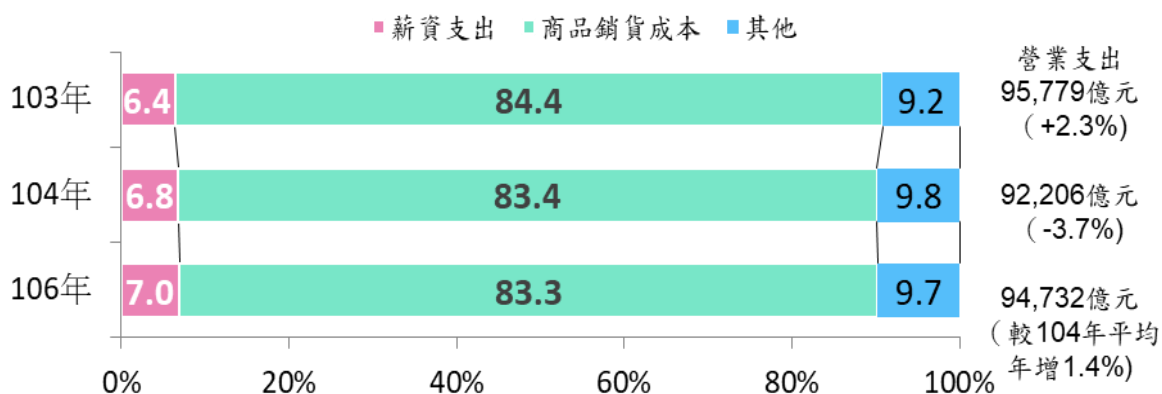
	104 年	105 年	106 年		
			結構比	年增率	
批發業	97,258	95,451	100,202	100.0	5.0
機械器具批發業	39,551	38,201	41,508	41.4	8.7
食品、飲料及菸草製品批發業	8,950	9,144	9,171	9.2	0.3
建材批發業	7,679	7,308	8,051	8.0	10.2
家庭器具及用品批發業	7,981	7,762	7,665	7.6	-1.3
汽機車及其零配件、用品批發業	6,028	6,326	6,431	6.4	1.7
綜合商品批發業	6,165	6,136	6,255	6.2	1.9
布疋及服飾品批發業	5,440	5,198	4,921	4.9	-5.3
藥品及化粧品批發業	4,102	4,261	4,597	4.6	7.9
化學原料及其製品批發業	4,075	3,932	4,184	4.2	6.4
文教、育樂用品批發業	3,223	3,291	3,450	3.4	4.8
燃料批發業	772	687	752	0.8	9.4
農產原料及活動物批發業	691	691	659	0.7	-4.7
商品經紀業	558	524	476	0.5	-9.1
其他專賣批發業	2,044	1,988	2,082	2.1	4.7

(6)

▲106年批發業營業支出為9兆4,732億元，較104年平均年增1.4%

106年批發業之營業支出為9兆4,732億元，其中商品銷貨成本占總營業支出比重由104年83.4%降為83.3%，減少0.1個百分點；薪資支出因基本工資調漲占比由104年6.8%升至7.0%，較104年增加0.2個百分點，其他支出占9.7%。

近年批發業營業支出概況



說明：105年營業支出明細資料配合工業及服務業普查停止調查1年

▲106年批發業營業淨利5,471億元，營業利益率5.5%

106年批發業因營業收入年增5.0%，增幅為100年以來最大，加上嚴格控管各項支出，致營業收支相抵後，營業淨利5,471億元，較104年平均年增4.1%，營業利益率為5.5%，較104年提高0.3個百分點。就主要業別觀察，受惠於景氣回溫，主要業別營業利益率均有所提升，其中機械器具批發業由104年4.3%提高至4.7%，增加0.4個百分點；化學材料及其製品批發業為8.4%，較104年增加0.8個百分點；布疋服飾品批發業及汽機車批發業亦均較104年增加0.2個百分點。

106 年批發業營業淨利

單位：億元；%

	營業淨利	較 104 年平 均年增	營業 利益率	較 104 年增 減百分點
機械器具批發業	1,951	7.5	4.7	0.4
食品、飲料及菸草製品批發業	543	2.6	5.9	0.1
建材批發業	439	1.7	5.5	0.0
家庭器具及用品批發業	405	-1.3	5.3	0.1
布疋及服飾品批發業	357	-3.6	7.3	0.2
藥品醫療用品及化粧品批發業	361	5.7	7.9	0.0
化學材料及其製品批發業	353	7.0	8.4	0.8
汽機車及其零配件用品批發業	323	5.1	5.0	0.2
綜合商品批發業	292	4.9	5.7	0.1
文教、育樂用品批發業	261	0.2	7.6	-0.5
商品經紀業	74	-3.5	15.6	1.3
燃料及相關產品批發業	34	9.1	4.5	0.8
農產原料及活動物批發業	6	-18.3	0.9	-0.4
其他專賣批發業	72	11.4	3.5	0.7

說明：營業淨利＝營業毛利－營業費用；營業利益率＝營業淨利÷營業收入。

二、固定資產變動情形

▲ 106 年批發業固定資產（不含土地）增購額 709 億元，主要購置機械雜項設備

106 年批發業固定資產(不含土地)增購額 709 億元，較 104 年平均年增 1.9%，其中機械雜項設備增購 273 億元，占 38.5%，交通運輸設備增購 229 億元，占 32.3%，房屋營建工程 113 億元，占 16.0%，未完工程及預付購置設備增購 93 億元，占 13.2%。

按行業別觀察，機械器具批發業增購 198 億元最多，食品、飲料及菸草批發業增購 99 億元次之，建材批發業增購 91 億元再次之。

(8)

106年批發業固定資產增購項目

單位：億元

	合計	房屋營建工程	交通運輸設備	機械雜項設備	未完工程及預付設備款
批發業	709	113	229	273	93
機械器具批發業	198	26	42	120	11
食品、飲料及菸草製品批發業	99	10	57	24	8
建材批發業	91	19	44	13	15
家庭器具及用品批發業	66	13	8	17	28
汽機車及其零配件用品批發業	51	5	23	9	15
藥品醫療用品及化粧品批發業	47	4	0	41	2
化學材料及其製品批發業	43	9	15	12	7
布疋及服飾品批發業	34	10	9	12	3
綜合商品批發業	21	7	2	9	3
商品經紀業	19	0	18	1	0
文教、育樂用品批發業	12	1	3	8	0
農產原料及活動物批發業	12	5	2	5	1
燃料及相關產品批發業	4	1	1	1	1
其他專賣批發業	11	1	5	4	1

三、銷售對象及商品結構

▲106年批發業以內銷為主，惟較105年減少1.8個百分點

106年批發業營業收入10兆202億元，其中內銷合計占62.8%，較105年減少1.8個百分點，以「貿易、批發及零售商」占41.9%為主要銷售對象，較105年減少2.8個百分點，「製造工廠」占8.3%，「政府及一般民眾」占6.4%；外銷比重則占37.2%，較105年增加1.8個百分點，以銷往「中國大陸」占23.0%為主，較105年增加1.7個百分點，銷往「美國」占4.8%次之，銷往「東南亞」則占3.2%。

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58.7%，外銷地區以「中國大陸」占48.7%最多，藥品醫療用品及化粧品批發業則以內銷為主，比重達99.0%，主要售予「政府、一般民眾」（占48.4%）及「貿易、批發

及零售商」(占 45.0%)。

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
106 年	100,202	62.8	37.2

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
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
106 年	100.0	62.8	6.2	8.3	41.9	6.4	37.2	23.0	2.0	3.2	2.3	4.8	2.0

說明：以回表樣本金額經業別擴大計算

▲106 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

106 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 40.9%，其中電子零組件產品即占 26.2%，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 8.9%），汽機車及零件（占 7.1%）居第三。

106 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	汽機車 及零件	食品	家庭 器具	其他
		電子 零組件	其他						
105 年	100.0	38.8	24.5	14.3	8.2	7.4	6.9	6.7	32.0
106 年	100.0	40.9	26.2	14.7	8.9	7.1	6.5	6.4	30.2

說明：以回表樣本金額經業別擴大計算

四、未來加強拓銷的海外市場

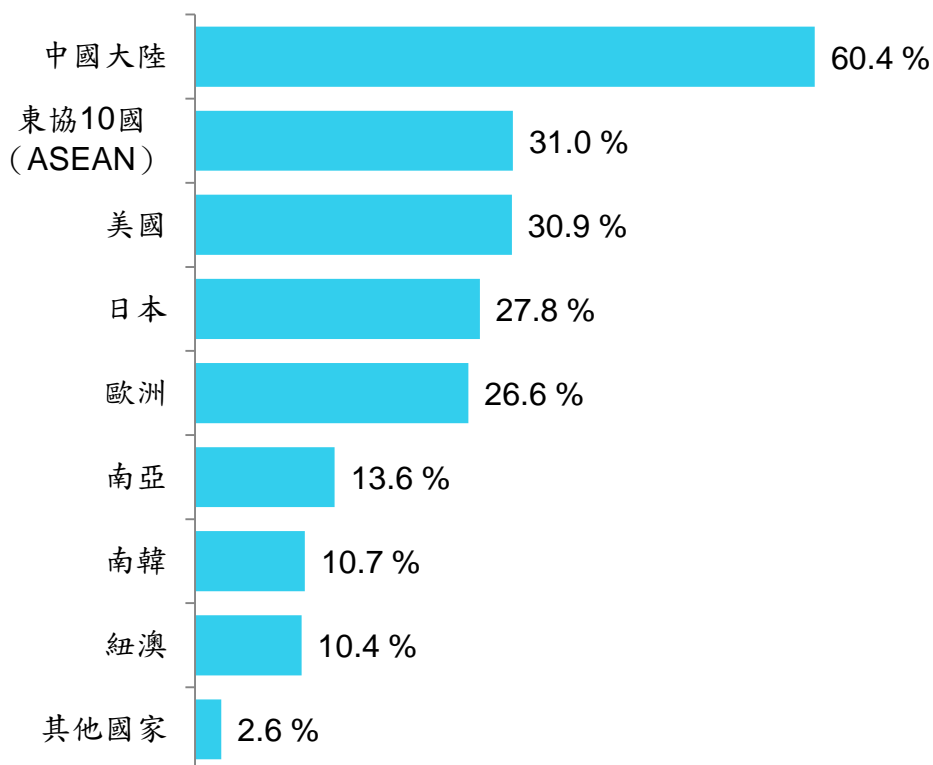
▲批發業未來加強拓銷的海外市場（複選），主要為「中國大陸」占 6

(10)

成

批發業者未來加強拓銷的海外市場，以「中國大陸」占 6 成最高，「東協 10 國」占 31.0%次之，第三為「美國」占 30.9%，另日本占 27.8%、歐洲占 26.6 %。

批發業未來加強拓銷的海外市場（複選）



說明：以回表樣本家數計算

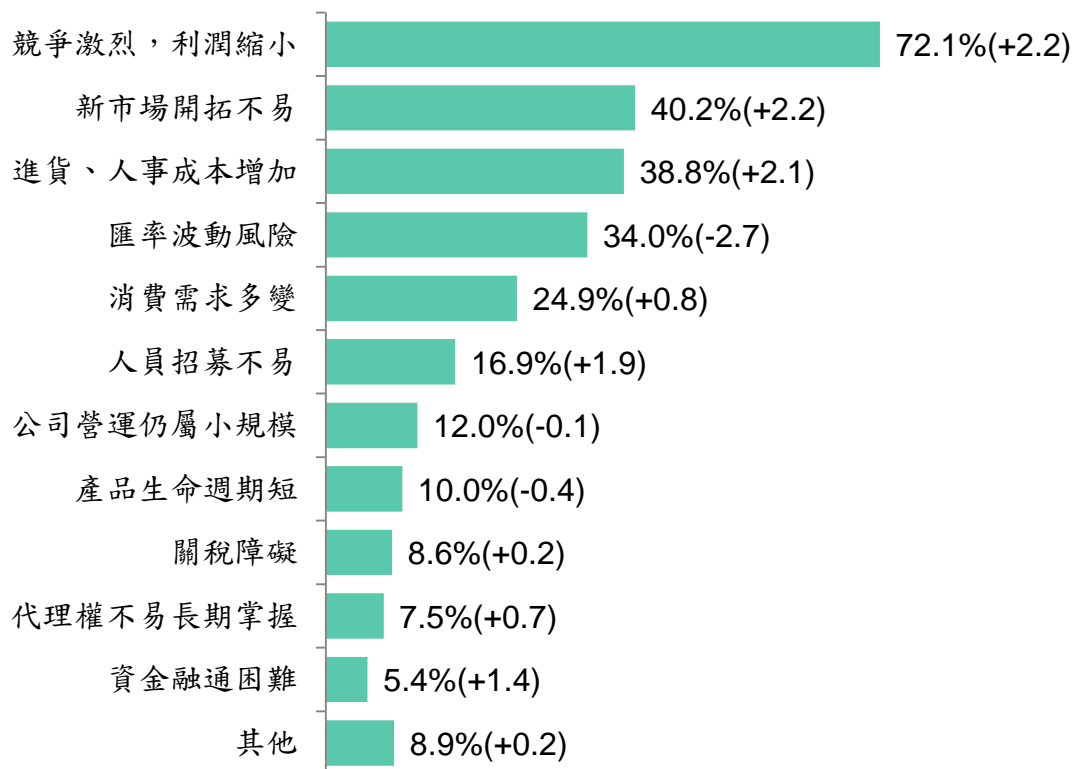
五、經營困境

▲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 7 成 2

批發業者經營上遭遇的困境，主要為「競爭激烈，利潤縮小」占 7 成 2 最高，「新市場開拓不易」占 40.2%次之，「進貨、人事成本增加」占 38.8%再次之，其餘比率高於 1 成者依序為：「匯率波動風險」占 34.0%，「消費需求多變」占 24.9%，「人員招募不易」占 16.9%，「公司營運仍屬小規模」占 12.0%，「產品生命週期短」占 10.0%。

與 106 年調查結果相比，以「競爭激烈，利潤縮小」、「新市場開拓不易」之比率增加 2.2 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

說明：以回表樣本家數計算

貳、零售業

一、全年損益

▲106年零售業營業收入達4兆1,451億元，較105年成長1.2%

106年零售業營業收入為4兆1,451億元，較105年增加1.2%，其中燃料零售業因國際油價上漲，年增9.3%；無店面零售業因網路購物普及加上行動化應用提升便利性，年增4.8%；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妝需求提高，年增3.0%；汽機車及其零配件用品零售業因舊換新政策利多延續，年增2.8%；綜合商品零售業因超級市場及便利商店展店效應，年增2.1%；另家庭器具及用品零售業年減4.1%，主因陸客來台人數縮減，影響精品、珠寶及鐘錶買氣所致。

近年零售業營業收入概況

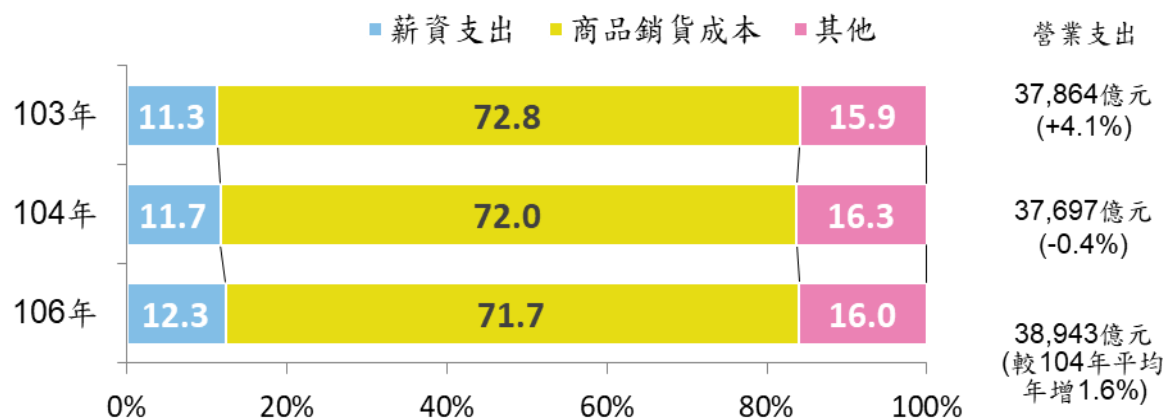
單位：億元；%

	104年	105年	106年	106年	
				結構比	年增率
零售業	40,203	40,968	41,451	100.0	1.2
綜合商品零售業	11,510	12,047	12,295	29.7	2.1
百貨公司	3,189	3,331	3,346	8.1	0.4
超級市場	1,804	1,973	2,096	5.1	6.2
便利商店	2,950	3,088	3,173	7.7	2.8
量販店	1,830	1,913	1,971	4.8	3.0
其他	1,737	1,741	1,709	4.1	-1.9
汽機車及其零配件用品零售業	5,825	6,141	6,315	15.2	2.8
食品、飲料及菸草製品零售業	4,737	4,812	4,780	11.5	-0.7
資通訊及家電設備零售業	3,605	3,553	3,461	8.4	-2.6
家庭器具及用品零售業	3,170	3,016	2,892	7.0	-4.1
布疋及服飾品零售業	2,798	2,856	2,864	6.9	0.3
無店面零售業	2,167	2,279	2,387	5.8	4.8
燃料零售業	2,306	2,176	2,379	5.7	9.3
藥品、醫療用品及化粧品零售業	1,883	1,962	2,020	4.9	3.0
文教、育樂用品零售業	1,149	1,119	1,096	2.6	-2.0
建材零售業	527	513	489	1.2	-4.6
其他專賣零售業	527	495	473	1.1	-4.5

▲106年零售業營業支出達3兆8,943億元，薪資支出占12.3%

106年零售業之營業支出總額達3兆8,943億元，商品銷貨成本占71.7%，較104年減少0.3個百分點，薪資支出占12.3%，因基本工資調漲，較104年增加0.6個百分點。

近年零售業營業支出概況



說明：105年營業支出明細資料配合工業及服務業普查停止調查1年

▲106年零售業營業淨利2,508億元；營業利率為6.1%

106年零售業營業淨利

單位：億元；%

	營業淨利		營業利率	
	金額	較104年平均年增減	百分比	較104年增減百分點
零售業	2,508	0.1	6.1	-0.1
食品飲料及菸草製品零售業	711	-1.1	14.9	-0.4
綜合商品零售業	459	9.6	3.7	0.4
資通訊及家電設備零售業	206	-0.5	5.9	0.1
家庭器具及用品零售業	178	-7.5	6.2	-0.4
藥品醫療用品及化粧品零售業	175	0.4	8.7	-0.5
燃料零售業	170	8.7	7.2	1.0
其他無店面零售業	153	-3.8	6.4	-1.3
汽機車及其零配件用品零售業	151	2.7	2.4	-0.1
布疋及服飾品零售業	139	-5.6	4.9	-0.7
文教、育樂用品零售業	70	-6.7	6.4	-0.6
建材零售業	26	-6.0	5.4	-0.2
其他專賣零售業	69	-11.3	14.5	-2.1

說明：營業淨利＝營業毛利－營業費用；營業利率＝營業淨利÷營業收入。

(14)

106年零售業之營業淨利2,508億元，較104年平均年增0.1%，營業利益率6.1%，較104年減少0.1個百分點，其中以食品飲料及菸草製品零售業營業利益率達14.9%最高；藥品、醫療用品及化粧品零售業8.7%次之；燃料零售業營業因油價上漲加上景氣回溫，營業利益率由104年6.2%升到7.2%。

二、固定資產變動情形

▲106年零售業固定資產(不含土地)增購額697億元，主要購置機械雜項設備

106年零售業固定資產(不含土地)增購額697億元，較104年平均年減2.0%，其中機械雜項設備增購284億元，占40.8%，交通運輸設備增購184億元，占26.4%，房屋營建工程164億元，占23.6%，未完工程及預付購置設備增購64億元，占9.2%。按業別觀察，以綜合商品零售業增購153億元最多，主因業者進行櫃位改裝調整吸引來客，加上積極展店所致；汽機車及其零配件用品零售業增購145億元次之，投資集中在交通運輸設備，食品飲料及菸草製品零售業增購83億元再次之。

與104年比較，家庭器具及用品零售業平均年減14.3%最多，主因104年業者展店及興建倉儲及物流中心，比較基數較高所致，而增加者以藥品、醫療用品及化粧品零售業平均年增12.4%最多，主因拓點、店面改裝工程及軟體建置。

106 年零售業固定資產增購概況

單位：億元

項目別	合計	房屋營建 工程	交通運輸 設備	機械雜項 設備	未完工程 及預付設 備款
零售業	697	164	184	284	64
綜合商品零售業	153	24	5	95	29
汽機車及其零配件用品零售業	145	16	90	25	14
食品飲料及菸草製品零售業	83	23	19	35	5
布疋及服飾品零售業	69	20	13	35	1
家庭器具及用品零售業	67	22	5	36	5
藥品醫療用品及化粧品零售業	30	10	3	17	2
無店面零售業	28	6	1	16	5
文教育樂用品零售業	27	18	4	3	1
資通訊及家電設備零售業	19	13	1	4	1
燃料零售業	13	2	5	6	0
建材零售業	4	1	2	1	0
其他專賣零售業	59	10	35	13	0

三、營業收入概況

▲106 年零售業營業收入項目主要來自商品銷售收入(含上櫃抽成收入)

106 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 96.9% 最多。就各業別觀察，百貨公司收入來源除商品銷售收入(含上櫃抽成收入) 占 91.6% 外，尚有租金收入 3.3%，及餐飲供應收入 1.6%；無店面零售業因部分業者兼營網路交易平台服務，手續費收入亦占 2.6%。

106 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	96.9	0.8	0.4	0.6	0.2	1.1
綜合商品零售業	100.0	95.9	0.3	0.8	1.7	0.0	1.3
百貨公司業	100.0	91.6	0.8	1.6	3.3	0.0	2.7
超級市場業	100.0	98.8	0.0	1.0	0.1	0.0	0.2
連鎖式便利商店業	100.0	93.5	1.4	0.0	0.0	4.3	0.8
零售式量販業	100.0	96.7	0.0	0.2	1.8	0.0	1.3
其他綜合商品零售業	100.0	98.6	0.4	0.6	0.2	0.0	0.2
食品飲料及菸草製品零售業	100.0	98.6	0.1	0.9	0.3	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	0.1
家庭器具及用品零售業	100.0	97.5	0.4	0.1	0.2	0.1	1.8
藥品醫療用品及化粧品零售業	100.0	99.1	0.0	0.4	0.5	0.0	0.0
文教育樂用品零售業	100.0	95.3	1.4	0.0	0.0	0.7	2.6
建材零售業	100.0	99.6	0.1	0.0	0.3	0.0	0.0
燃料零售業	100.0	95.0	0.1	0.0	0.0	0.0	4.8
資通訊及家電設備零售業	100.0	97.4	0.0	0.0	0.0	2.3	0.3
汽機車及其零配件用品零售業	100.0	96.0	3.0	0.0	0.0	0.0	0.9
無店面零售業	100.0	96.5	2.6	0.0	0.2	0.2	0.5
其他專賣零售業	100.0	94.5	3.5	0.3	0.8	0.0	0.8

說明：以回表樣本金額經業別擴大計算

▲106 年零售業銷售商品以食品類最多

106 年零售業之商品銷售結構，以食品類商品占比為 18.0% 居首位，其餘占 1 成以上依序為：家庭器具類占 16.1%、汽機車及零件類占 15.4%、衣著及服飾配件類占 12.2%。

綜合商品零售業之百貨公司，其銷售商品以衣著及服飾配件（占 39.0%）為主，家庭器具（占 17.1%）次之，餐飲服務及藥品化粧品清潔用品亦均逾 1 成；超級市場業以食品類（占 52.3%）為主，家庭器具（占 15.2%）次之，飲料、菸酒

類（占 14.5%）再次之。

便利商店業以飲料、菸酒類（占 66.1%）為主，食品類（占 25.9%）次之；量販業以食品類（占 39.4%）為首，家庭器具（占 20.2%）次之，飲料、菸酒類（占 11.9%）再次之；其他綜合商品零售業以藥品及化粧清潔用品（占 27.4%）、飲料、菸酒類（占 25.1%）為主，其次占 1 成以上者依序為：衣著及服飾配件（占 17.0%）、家庭器具（占 13.5%）。

無店面零售業以食品類（占 23.7%）為主(其中其他未分類食品即占 21.5%)，家庭器具（占 23.1%）次之，資通訊產品（占 15.8%）次之。

106 年零售業銷售商品結構

單位：%

	零售業	綜合商品零售業						無店面零售業
		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	100.0
食品類	18.0	24.3	5.1	52.3	25.9	39.4	7.3	23.7
家庭器具	16.1	12.6	17.1	15.2	0.8	20.2	13.5	23.1
汽機車及零件	15.4	0.2	0.0	0.0	0.0	0.9	0.0	0.9
衣著及服飾配件	12.2	14.9	39.0	5.1	0.1	5.9	17.0	10.1
飲料、菸酒類	9.1	25.1	0.7	14.5	66.1	11.9	25.1	3.8
藥品及化粧清潔用品	8.9	11.4	13.8	10.0	2.1	9.5	27.4	12.3
資通訊產品	6.7	2.2	2.4	0.0	1.2	4.6	3.0	15.8
汽柴油及瓦斯等燃料	5.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0
文教及娛樂用品	3.5	2.9	4.7	0.1	1.8	3.6	4.3	5.8
餐飲服務	1.4	4.2	14.9	0.0	0.0	0.9	0.6	0.2
住宅裝修材料及用品類	0.4	0.2	0.0	0.0	0.6	0.2	0.1	0.8
其他商品	2.9	2.0	2.4	2.6	1.4	2.7	1.6	3.6

說明：以回表樣本金額經業別擴大計算

四、商品銷售管道

▲106 年零售業之商品銷售管道以實體店面為主

106 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

(18)

務銷售者占 5.7%，透過直銷或傳銷販售則占 1.0%。

依業別觀察，無店面零售業因屬性特殊，其銷售管道以採取電子商務平台者占 68.0%最高，利用電視購物台者占 8.2%，透過直銷或傳銷者占 16.3%，均明顯高於其他業別，其餘業別均以實體店面銷售為主。

觀察各業別電子商務發展，其中家庭器具及用品零售業、藥品醫療用品及化粧品零售業，因業者積極布局拓展，電子商務比重分別較 105 年增加 0.7 及 0.6 個百分點，無店面零售業則因行動購物持續創造佳績及致力提升商品齊全度與品質並強化物流服務，較 105 年增加 5 個百分點，為各業別最多。

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
105 年	100.0	92.5	5.3	0.6	0.1	-	1.0	0.5
106 年	100.0	92.0	5.7	0.5	0.1	0.1	1.0	0.6
綜合商品零售業	100.0	99.1	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	94.5	4.1	0.0	0.1	0.0	0.6	0.6
布疋及服飾品零售業	100.0	94.2	4.1	0.0	0.0	0.0	0.2	1.4
家庭器具及用品零售業	100.0	96.3	2.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.6
藥品醫療用品及化粧品零售業	100.0	96.4	2.9	0.3	0.0	0.0	0.0	0.5
文教育樂用品零售業	100.0	92.3	4.4	0.1	0.0	0.0	0.0	3.2
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	99.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2
資通訊及家電設備零售業	100.0	94.8	3.5	0.1	0.0	0.0	0.0	1.6
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	3.9	68.0	8.2	1.2	0.9	16.3	1.5
其他專賣零售業	100.0	97.2	1.4	0.0	0.0	0.0	0.0	1.4

說明：以回表樣本金額經業別擴大計算

五、消費者付款方式

▲106 年零售業之消費者付款方式以現金為主，信用卡為輔

106 年零售業之消費者付款方式 41.1%來自現金，信用卡占 36.8%，支票、轉帳匯款占 17.8%，儲值卡占 1.5%，現金禮券、商品券占 1.4%，行動支付工具

占 0.6%，便利商店代收占 0.5%。按各業觀察，超級市場業、便利商店業有 7 成以上採取現金支付方式，顯示小額消費仍以現金為主，而百貨公司、量販業、其他綜合商品零售業、布疋及服飾品零售業、家庭器具及用品零售業、建材零售業、無店面零售業等則有過半採取信用卡支付方式；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，尾款則採支票、轉帳匯款方式付款，占 69.0%，結構異於其他零售業者。

零售業之消費者付款方式

	合計	現金	信用卡	便利商店代收	支票轉帳匯款	儲值卡	行動支付	現金禮券、商品券	其他
105 年	100.0	44.7	36.5	-	15.6	1.0	0.6	1.4	0.3
106 年	100.0	41.1	36.8	0.5	17.8	1.5	0.6	1.4	0.4
綜合商品零售業	100.0	52.9	36.8	0.0	0.7	4.7	0.8	3.6	0.6
百貨公司業	100.0	23.8	66.6	0.0	0.1	0.4	0.8	6.3	2.0
超級市場業	100.0	77.1	12.4	0.0	0.4	9.9	0.0	0.2	0.0
連鎖式便利商店業	100.0	87.2	0.4	0.0	0.0	11.0	0.6	0.8	0.0
零售式量販業	100.0	33.5	53.1	0.0	3.1	0.0	0.3	9.8	0.2
其他綜合商品零售業	100.0	39.1	56.9	0.0	0.9	0.4	2.3	0.4	0.0
食品飲料及菸草製品零售業	100.0	58.6	18.6	0.2	21.8	0.3	0.2	0.3	0.0
布疋及服飾品零售業	100.0	39.4	52.5	0.3	5.8	0.0	0.1	2.0	0.0
家庭器具及用品零售業	100.0	24.6	54.9	0.3	19.3	0.0	0.2	0.6	0.2
藥品醫療用品及化粧品零售業	100.0	49.7	42.0	0.1	5.4	0.4	0.9	1.6	0.0
文教育樂用品零售業	100.0	41.1	36.5	1.4	20.6	0.1	0.1	0.3	0.0
建材零售業	100.0	27.7	62.7	0.0	9.5	0.0	0.0	0.0	0.0
燃料零售業	100.0	46.8	35.7	0.0	13.6	0.1	0.0	0.0	3.9
資通訊及家電設備零售業	100.0	42.1	45.8	0.0	9.4	0.0	2.0	0.6	0.1
汽機車及其零配件用品零售業	100.0	17.0	14.0	0.0	69.0	0.0	0.0	0.0	0.0
無店面零售業	100.0	17.8	69.9	7.6	3.5	0.0	1.0	0.1	0.1
其他專賣零售業	100.0	45.2	43.7	0.0	10.3	0.0	0.0	0.8	0.0

說明：以回表樣本金額經業別擴大計算

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 66.8%，其次為「勞動成本提高」，占 49.0%，「消費需求多變」占 43.5%再次之，

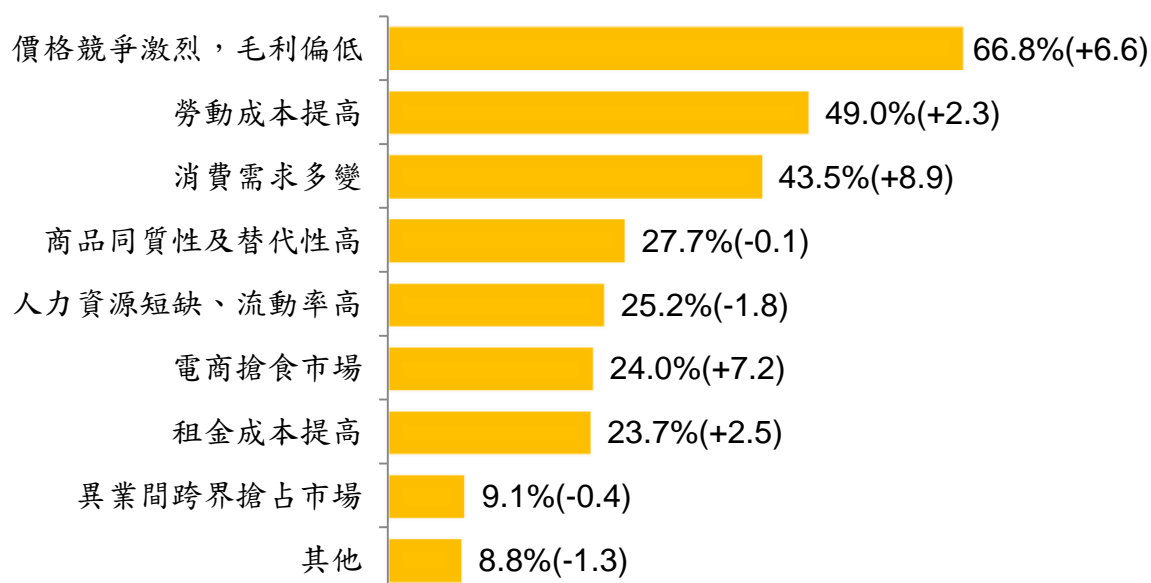
(20)

其餘占 2 成以上者依序為：「商品同質性及替代性高」占 27.7%，「人力資源短缺、流動率高」占 25.2%，「電商搶食市場」占 24.0%，「租金成本提高」占 23.7%。

與 106 年調查結果相比，因市場需求的變化及電子商務蓬勃發展，「消費需求多變」及「電商搶食市場」之比率分別增加 9.0 及 7.2 個百分點較多。

各業別中，百貨公司業以「消費需求多變」為主要經營困境，占比為 79.6%；便利商店業、燃料零售業因基本工資調漲，以「勞動成本提高」為主要經營困境，占比分別為 63.2%、68.0%；量販業因人口結構轉變、超市快速展店及電商瓜分市場，致「價格競爭激烈，毛利偏低」、「電商搶食市場」均為主要營業困境，占比均達 100.0%，其餘各業皆以「價格競爭激烈，毛利偏低」為主要營業困境。

零售業經營上遭遇的困境（複選）



() 表示較上年增減百分點

說明：以回表樣本家數計算

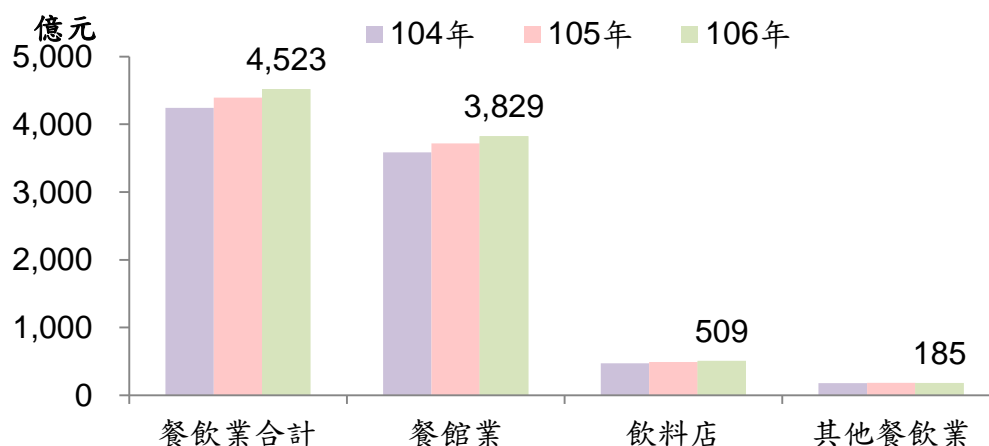
參、餐飲業

一、全年損益

▲106年餐飲業營業收入達4,523億元，較105年成長2.9%

隨著外食人口與觀光旅遊的增加，以及社群網路的資訊擴散效應，帶動餐飲消費持續成長，106年餐飲業營業收入總額達4,523億元，創歷年新高，年增2.9%，其中餐館業營業收入為3,829億元，年增2.9%，占84.6%最高。

近年餐飲業收入概況

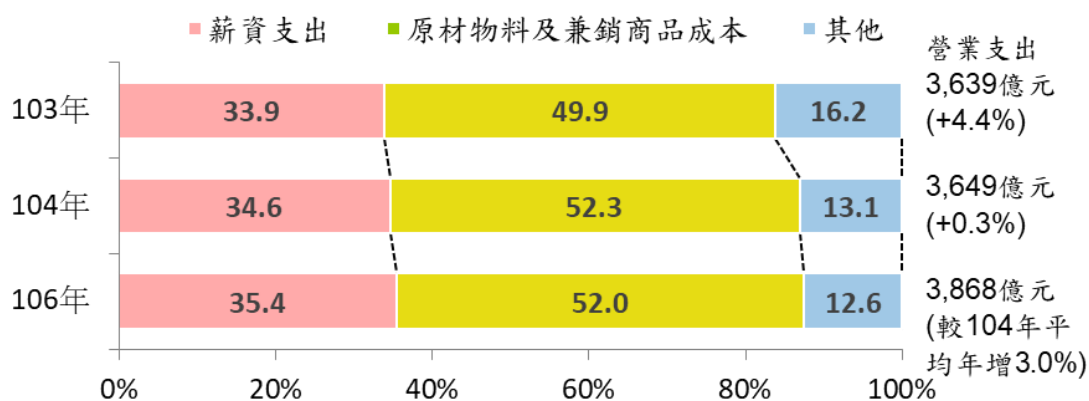


說明：其他餐飲業包含餐飲承包服務(如宴席承辦、團膳供應等)及基於合約僅對特定對象供應餐食之學生或員工餐廳。

▲106年餐飲業營業支出為3,868億元，較104年平均年增3.0%

106年餐飲業之營業支出總額達3,868億元；依支出結構觀察，原材物料及兼銷商品成本占52.0%，較104年減少0.3個百分點，薪資支出占35.4%，較104年增加0.8個百分點，其他支出占12.6%。

近年餐飲業營業支出概況



說明：105年營業支出明細資料配合工業及服務業普查停止調查1年

(22)

▲106年餐飲業營業淨利 656 億元，營業淨利率 14.5%

106年餐飲業因餐飲需求擴增，成本控管得宜，營業淨利為 656 億元，營業利益率由 104 年的 14.0% 上升至 14.5%，增加 0.5 個百分點。各業別中，餐館業營業利益率 14.4%，較 104 年增加 0.6 個百分點；飲料店業為 17.1%，較 104 年增加 0.3 個百分點。

餐飲業營業淨利

單位：億元；%

	104 年		106 年	
	營業淨利	營業利益率	營業淨利	營業利益率
餐飲業	592	14.0	656	14.5
餐館業	496	13.8	552	14.4
飲料店	79	16.8	87	17.1
其他餐飲業	16	9.1	17	9.2

說明：1.營業淨利＝營業毛利-營業費用；營業淨利率＝營業淨利÷營業收入。

2.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、固定資產變動情形

▲106年餐飲業固定資產增購 132 億元，以機械雜項設備及房屋營建工程為主要投資項目

106年餐飲業固定資產增購 132 億元，其中投資機械雜項設備增購 62 億元，占 46.6%，房屋營建工程 52 億元，占 39.6%，兩者合占 86.2%；按業別觀察，餐館業因拓展營業據點而增購 115 億元，以機械雜項設備及房屋營建工程為主要投資項目，投資金額分別為 54 億元及 49 億元；飲料店業增購 12 億元，其他餐飲業增購 6 億元。

106年餐飲業固定資產增購概況

單位：億元

	合計	房屋營建工程	交通運輸設備	機械雜項設備	未完工程及預付設備款
餐飲業	132	52	5	62	13
餐館業	115	49	2	54	10
飲料店	12	2	2	7	1
其他餐飲業	6	1	1	1	3

說明：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、營業收入概況

▲106年餐飲業營收主要來自餐飲收入，占93.0%

106年餐飲業營收結構主要為餐飲收入，占93.0%。依業別觀察，其他餐飲業之餐飲收入占96.3%達最多，其次為餐館業占93.0%，飲料店業則占91.6%。

106年餐飲業營收結構

單位：%

	合計	餐飲供應收入	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	93.0	3.6	0.9	2.5
餐館業	100.0	93.0	3.5	0.7	2.8
飲料店業	100.0	91.6	5.5	2.5	0.5
其他餐飲業	100.0	96.3	1.2	0.0	2.5

說明：1.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。

2.以回表樣本金額經業別擴大計算

四、餐飲業消費者之付款方式

▲106年餐飲業消費者之付款方式以現金為主

106年餐飲業消費者付款方式主要為現金，占62.1%，其次為信用卡，占22.5%。依業別觀察，餐館業及飲料店業均以現金為主，分別占64.6%及62.4%，另飲料店業以電子票證儲值卡及行動支付比重分別達8.2%及3.9%，高於其他二者；其他餐飲業因多為餐飲承包服務，故以支票、轉帳、匯款為主要收款方式，占89.2%。

餐飲業消費者之付款方式

單位：%

	合計	現金	信用卡	支票、轉帳、匯款	電子票證儲值卡	行動支付	現金禮券商品券	其他
105年	100.0	64.8	22.2	8.9	1.0	0.5	2.6	0.1
106年餐飲業	100.0	62.1	22.5	9.7	2.2	0.8	2.7	0.1
餐館業	100.0	64.6	24.1	6.7	1.5	0.4	2.6	0.1
飲料店業	100.0	62.4	18.7	2.7	8.2	3.9	4.1	0.0
其他餐飲業	100.0	10.0	0.5	89.2	0.1	0.0	0.2	0.0

說明：1.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。

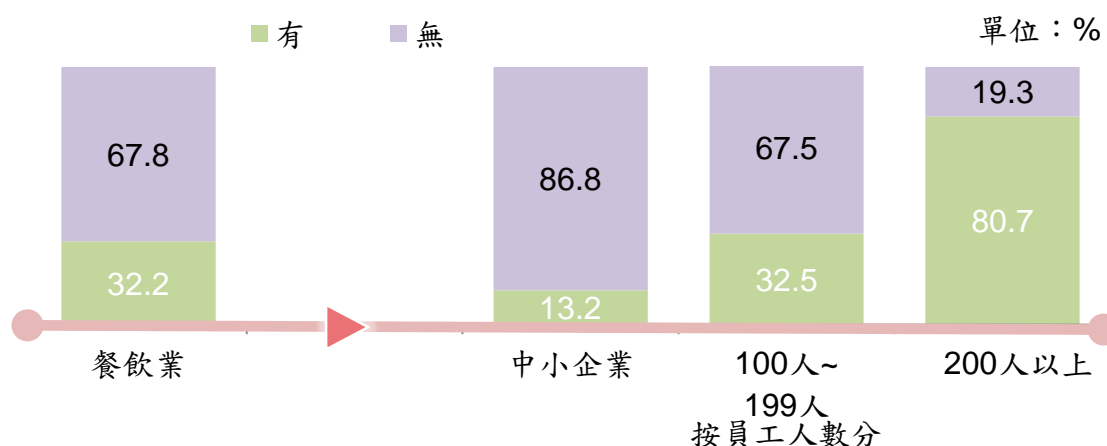
2.以回表樣本金額經業別擴大計算

五、展店意願及地點

▲餐飲業未來有國內展店計畫占近三分之一

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之占比 8 成 1 最高，介於 100 人至 199 人者占 32.5%，而 100 人以下者則占 13.2%，顯示大型業者拓點規劃相對積極。

餐飲業國內未來有無展店計畫



說明：以回表樣本家數計算

▲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 63.1%次之

餐飲業拓點優先考量地點以百貨商圈占 65.5%及商業區占 63.1%最多，均達 6 成以上，考量捷運商圈地點者占 57.1%，顯示人潮匯集及流動性高之地區為業者未來開店之首選。按員工人數觀察，大企業展店位置優先考量依序為「百貨商圈」、「商業區」與「捷運商圈」，中小企業優先考量順序則「商業區」、「捷運商圈」並列，「捷運商圈」次之；按業別觀察，餐館業與飲料店業者，優先考量以「商業區」、「捷運商圈」及「百貨商圈」占比最高，均逾 5 成，而其他餐飲業則看法較為分散，「商業區」、「捷運商圈」、「工業區」與「校園商圈」均分占 66.7%。

餐飲業展店位置優先考量因素（可複選）

單位：%

	商業區	捷運 商圈	夜市 商圈	工業區	百貨 商圈	風景區	校園 商圈	其他
餐飲業	63.1	57.1	9.5	2.4	65.5	8.3	10.7	3.6
餐館業	58.1	53.2	4.8	0.0	62.9	4.8	6.5	3.2
飲料店業	84.2	63.2	26.3	10.5	68.4	21.1	15.8	5.3
其他餐飲業	66.7	66.7	0.0	66.7	33.3	0.0	66.7	33.3

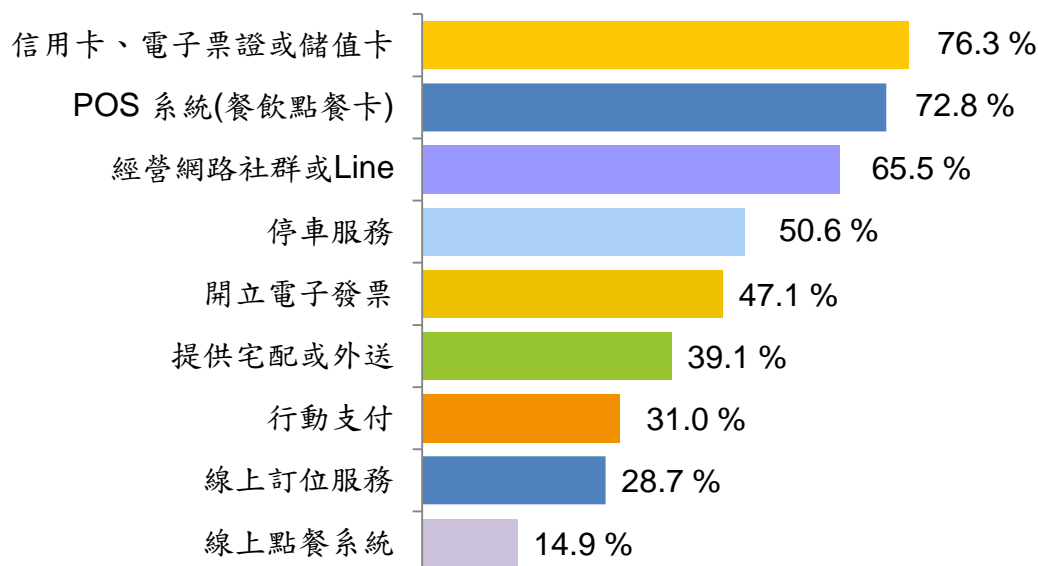
說明：1.其他餐飲業包含餐飲承包服務(如宴席承辦、團膳供應等)及基於合約僅對特定對象供應餐食之學生或員工餐廳。

2. 以回表樣本家數計算

▲餐飲業提供信用卡、電子票證或儲值卡支付服務者占逾7成

餐飲業提供的各項服務中，「信用卡、電子票證或儲值卡支付」占 76.3%最高，「POS 系統（餐飲點餐卡）」占 72.8%次之，「經營網路社群或 Line」占 65.5%再次之，「停車服務或停車場」占 50.6%，「開立電子發票」占 47.1%，「提供宅配或外送」與「行動支付」均占逾3成。

餐飲業提供的各項服務



說明：以回表樣本家數計算

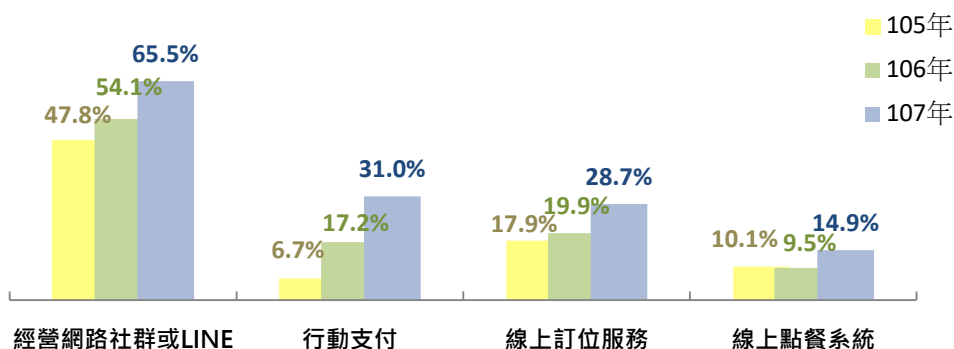
▲近6成6餐飲業者經營網路社群或LINE

107年經營網路社群或LINE的業者占65.5%，提供行動支付服務占31.0%，提供線上訂位、點餐分別占28.7%、14.9%，其中行動支付較上年提高13.8個百

(26)

分點為最多，顯示未來在行動生活的趨勢持續帶動下，可望持續提升餐飲業數位服務。

餐飲業提供的數位服務



說明：以回表樣本家數計算

六、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）主要為同業間競爭激烈、食材成本波動大及營業成本上升，均占逾5成

餐飲業者目前經營面臨的困難，前三項依序為：「同業間競爭激烈」（占52.9%）、「食材成本波動大」、「營業成本上升」（各占51.7%）及「人事成本過高」（占49.4%），另外「租金成本高」與「人員流動率高」均占逾4成。

按業別觀察，餐館業者目前經營上遭遇的困難，以「租金成本高」與「同業間競爭激烈」為主，皆逾5成5，飲料店業者以「人員流動率高」占5成5最高，「同業間競爭激烈」、「營業成本上升」（各占52.7%）次之，其他餐飲業者以「食材成本波動大」占74.4%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	
同業間競爭激烈	52.9	55.1	52.7	43.6
食材成本波動大	51.7	52.1	34.5	74.4
營業成本上升	51.7	50.3	52.7	56.4
人事成本過高	49.4	50.3	49.1	46.2
人員流動率高	49.0	50.9	54.5	33.3
租金成本高	47.1	55.7	45.5	12.8
人力短缺	33.7	36.5	29.1	28.2
消費者喜好變化快速	31.8	36.5	27.3	17.9
平價化，毛利降低	23.0	24.6	18.2	23.1
食材品質不易控制	13.4	13.2	10.9	17.9
找不到合適地點	11.5	12.6	16.4	0.0
受其他業(無店鋪等)競爭	7.3	7.2	9.1	5.1
海外業務控管困難	1.9	2.4	1.8	0.0
其他	6.9	5.4	9.1	10.3

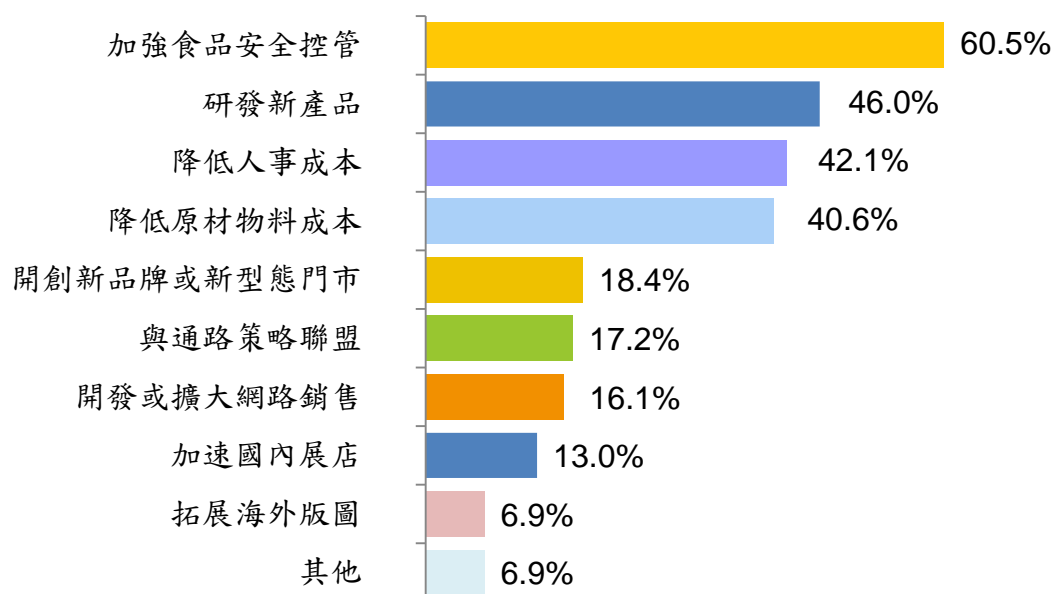
說明：1.其他餐飲業包含餐飲承包服務(如宴席承辦、團膳供應等)及基於合約僅對特定對象供應餐食之學生或員工餐廳。

2.以回表樣本家數計算

▲餐飲業目前營運發展計畫，主要為加強食品安全控管占 60.5%最高

近年來接連不斷爆發的食安問題，讓消費者對食品的安全越趨重視，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 1，表示「研發新產品」、「降低人事成本」與「降低原材物料成本」之業者均占逾 4 成，表示「拓展海外版圖」之業者比率則占 6.9%。

餐飲業目前營運發展計畫（可複選）



說明：以回表樣本家數計算

七、經營形態

▲餐飲業全年無休者占近5成，其中大企業超過7成

餐飲業全年無休者占逾5成，按企業規模觀察，大企業之75.5%遠高於中小企業之37.1%，中小企業週休1日及週休2日明顯高於大企業；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56.4%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	11.9	16.9	0.8	52.1	18.4
按員工人數分						
中小企業	100.0	19.5	20.8	1.3	37.1	21.4
大企業	100.0	0.0	10.8	0.0	75.5	13.7
按業別分						
餐館業	100.0	10.8	9.6	0.6	58.1	21.0
飲料店	100.0	20.0	10.9	1.8	54.6	12.7
其他餐飲業	100.0	5.1	56.4	0.0	23.1	15.4

說明：1.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。

2.以回表樣本家數計算

▲餐飲業營業時間 8 至 12 小時占 50.6%最多，24 小時營業僅占 3.8%

餐飲業營業時間 8 小時及以下者占 31.0%，8 小時以上至 12 小時者占 50.6%，12 小時以上至 18 小時者占 13.4%，24 小時營業者僅占 3.8%；餐館業營業 8~12 小時占 56.9%，較飲料店業及其他餐飲業高；飲料店業營業 12~18 小時占 29.1%，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	31.0	50.6	13.4	3.8	1.2
餐館業	100.0	28.7	56.9	10.2	3.6	0.6
飲料店	100.0	14.6	52.7	29.1	3.6	0.0
其他餐飲業	100.0	64.1	20.5	5.1	5.1	5.1

說明：1.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。

2.以回表樣本家數計算