

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 112 年 6 月辦理「批發、零售及餐飲業經營實況調查」，調查家數計 3,922 家，回收有效樣本為 3,832 家，回表率 97.7%。茲將調查統計結果分述如次：

壹、批發業

一、全年損益

▲111 年批發業營業收入為 12 兆 7,013 億元，較 110 年增加 4.4%

111 年批發業營業收入為 12 兆 7,013 億元，較 110 年增加 4.4%，其中機械器具批發業受惠 5G、車用電子及雲端運算等應用持續擴增，帶動晶片、記憶體及網通等產品需求暢旺，年增 6.3%；藥品、醫療用品及化粧品批發業因醫療院所及下游零售端對藥品及防疫商品需求增加，年增 14.0%；食品、飲料及菸草製品批發業因部分產品價格調漲，年增 6.2%；化學原材料及其製品批發業因客戶庫存水位偏高，進貨趨於保守，年減 6.1%(詳表 1)。

表 1、批發業營業收入概況

單位：億元；%

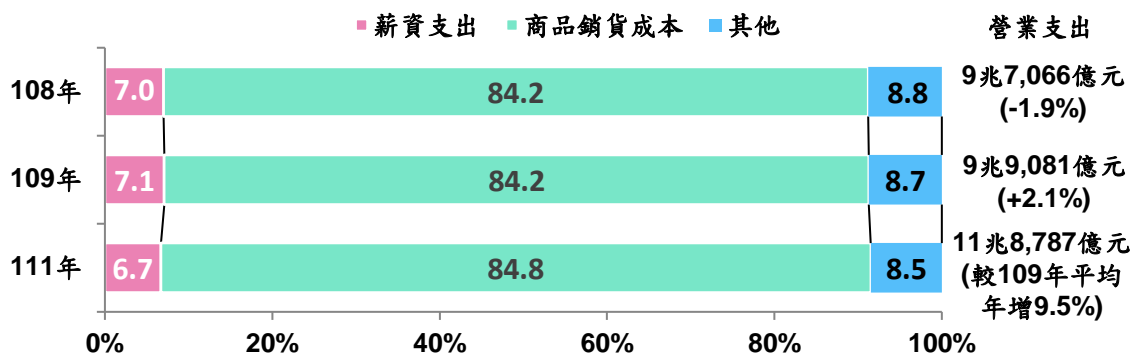
	109年	110年	111年		
			結構比	年增率	
批發業	105,066	121,641	127,013	100.0	4.4
商品經紀業	423	472	495	0.4	4.9
綜合商品批發業	2,742	3,031	3,055	2.4	0.8
農產原料及活動物批發業	687	804	892	0.7	11.0
食品、飲料及菸草製品批發業	11,823	12,125	12,872	10.1	6.2
布疋及服飾品批發業	3,452	3,604	3,787	3.0	5.1
家用器具及用品批發業	6,149	6,591	6,889	5.4	4.5
藥品、醫療用品及化粧品批發業	6,824	7,247	8,264	6.5	14.0
文教育樂用品批發業	1,830	2,103	2,221	1.7	5.6
建材批發業	10,757	14,248	14,498	11.4	1.8
化學原材料及其製品批發業	5,241	6,614	6,213	4.9	-6.1
燃料及相關產品批發業	563	679	847	0.7	24.7
機械器具批發業	42,961	51,807	55,057	43.3	6.3
汽機車及其零配件、用品批發業	8,321	8,334	8,360	6.6	0.3
其他專賣批發業	3,292	3,983	3,563	2.8	-10.5

(6)

▲111年批發業營業支出為11兆8,787億元，較109年平均年增9.5%

111年批發業營業支出為11兆8,787億元，其中商品銷貨成本占營業支出比重為84.8%，較109年增加0.6個百分點；薪資支出占比由109年7.1%降至6.7%，減少0.4個百分點(詳圖1)。

圖1、批發業營業支出概況



說明：110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

▲111年批發業營業淨利為8,226億元，營業利率為6.5%

111年批發業營業淨利為8,226億元，較109年平均年增17.2%，營業利率為6.5%，較109年提高0.8個百分點；就主要業別觀察，111年批發業中以商品經紀業及文教育樂用品批發業營業利率均達9.2%為最高，家用器具及用品批發業8.5%居第3(詳表2)。

表2、111年批發業營業淨利情形

	營業淨利	對109年平均增減率	營業利率	
			營業利率	對109年增減百分點
批發業	8,226	17.2	6.5	0.8
商品經紀業	45	16.0	9.2	1.2
綜合商品批發業	127	3.9	4.1	-0.1
農產原料及活動物批發業	46	20.3	5.1	0.5
食品、飲料及菸草製品批發業	880	8.4	6.8	0.5
布疋及服飾品批發業	254	11.7	6.7	0.8
家用器具及用品批發業	587	10.7	8.5	0.7
藥品、醫療用品及化粧品批發業	588	15.4	7.1	0.6
文教育樂用品批發業	205	19.1	9.2	1.3
建材批發業	1,142	28.0	7.9	1.4
化學材料及其製品批發業	428	13.9	6.9	0.6
燃料及相關產品批發業	42	28.1	5.0	0.4
機械器具批發業	3,159	22.0	5.7	0.8
汽機車及其零配件、用品批發業	545	9.6	6.5	1.1
其他專賣批發業	179	6.9	5.0	0.3

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。

二、固定資產變動情形

▲111年批發業固定資產(不含土地)增購額 750 億元，主要為購置機械雜項設備

111年批發業固定資產(不含土地)增購額 750 億元，較 109 年平均年增 2.4%，其中機械雜項設備增購 332 億元(占 44.3%)，交通運輸設備增購 160 億元(占 21.3%)，房屋營建工程增購 152 億元(占 20.3%)，未完工程及預付購置設備增購 106 億元(占 14.1%)。

若觀察 111 年各小業固定資產之變動情形，以機械器具批發業增購 243 億元最多(占 32.4%)，其次為食品、飲料及菸草批發業增購 107 億元(占 14.2%)，建材批發業增購 106 億元居第 3(占 14.2%)，三者合占批發業固定資產增購 60.8%(詳表 3)，主要皆因建構新廠房及辦公大樓以供營運使用，推升投資金額增加。

表 3、111 年批發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
批發業	750	152	160	332	106
商品經紀業	11	1	0	6	4
綜合商品批發業	16	2	0	6	8
農產原料及活動物批發業	11	2	2	6	0
食品、飲料及菸草製品批發業	107	22	29	43	13
布疋及服飾品批發業	33	12	12	6	3
家用器具及用品批發業	35	5	15	11	3
藥品、醫療用品及化粧品批發業	69	11	5	38	16
文教育樂用品批發業	14	3	6	4	0
建材批發業	106	29	37	25	15
化學材料及其製品批發業	34	6	8	17	4
燃料及相關產品批發業	17	6	5	3	3
機械器具批發業	243	41	27	150	26
汽機車及其零配件、用品批發業	41	7	11	14	9
其他專賣批發業	14	4	3	4	2

(8)

三、商品銷售結構及銷售對象

▲111年批發業商品銷售結構以資通訊產品及機械器具為大宗

111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，占比41.9%，其中電子零組件產品占比高達32.2%，其次為建築材料(占11.7%)，汽機車及零件(占7.0%)居第3(詳表4)。

表4、批發業商品銷售結構(銷售額占比)

單位：%

	合計	資通訊產品及機械器具			建築材料	汽機車及零件	食品	藥品及化粧清潔用品	其他
		電子零組件	其他						
110年	100.0	41.8	31.4	10.4	12.2	7.1	6.6	5.8	26.5
111年	100.0	41.9	32.2	9.7	11.7	7.0	6.9	6.5	26.0

說明：以回表樣本金額計算。

▲111批發業銷售對象內銷占64.4%，外銷占35.6%

111年批發業銷售對象內銷占64.4%，以「貿易、批發及零售商」41.9%為主要銷售對象，其次為「生產者」18.4%，「政府、一般民眾」4.1%居第3；外銷則占35.6%，以「中國大陸(含港澳)」20.7%為主，其次為「東南亞」4.8%，「美國」4.4%居第3。

若觀察各業內外銷情形，內銷以藥品、醫療用品及化粧品批發業占97.3%最高，主要售予「貿易、批發及零售商」(占44.4%)；外銷以機械器具批發業占57.7%最高，主要銷往「中國大陸(含港澳)」(占42.8%)最多(詳表5)。

表 5、111 年批發業商品銷售對象(銷售額占比)

單位：%

	合計	內 銷				外 銷							
		小計	生產者	貿易、批發、零售	政府、一般民眾	小計	中國大陸(含港澳)	日本	南韓	東南亞	歐洲	美國	其他地區
111年	100.0	64.4	18.4	41.9	4.1	35.6	20.7	1.3	0.4	4.8	2.1	4.4	1.9
商品經紀業	100.0	54.9	17.5	36.8	0.6	45.1	15.5	9.0	0.5	1.4	5.5	12.9	0.3
綜合商品批發業	100.0	73.7	13.8	56.7	3.2	26.3	1.3	4.6	0.2	4.3	1.5	8.9	5.5
農產原料及活動物批發業	100.0	90.7	36.2	44.6	9.9	9.3	1.1	1.4	0.1	2.2	1.1	2.5	1.0
食品飲料及菸草製品批發業	100.0	90.2	4.8	81.4	4.0	9.8	1.1	0.5	0.2	3.9	0.9	1.6	1.6
布疋及服飾品批發業	100.0	64.9	9.9	33.6	21.4	35.1	4.2	0.4	1.0	15.9	2.6	9.5	1.5
家庭器具及用品批發業	100.0	86.2	3.3	72.8	10.0	13.8	4.4	0.2	0.1	0.2	2.8	4.9	1.2
藥品醫療用品及化粧品批發業	100.0	97.3	35.5	44.4	17.5	2.7	0.2	0.1	0.0	0.2	0.5	0.2	1.4
文教、育樂用品批發業	100.0	48.0	1.5	40.0	6.4	52.0	1.5	1.8	0.1	4.1	22.6	16.1	5.8
建材批發業	100.0	73.9	23.5	49.0	1.4	26.1	1.2	0.8	0.1	3.8	4.0	13.9	2.3
化學材料及其製品批發業	100.0	69.1	43.3	24.9	0.8	30.9	20.0	1.6	0.5	3.7	1.3	1.8	2.0
燃料及相關產品批發業	100.0	78.0	37.2	39.3	1.6	22.0	4.9	2.7	3.2	2.1	1.1	3.2	4.7
機械器具批發業	100.0	42.3	18.5	22.1	1.6	57.7	42.8	1.8	0.7	6.6	1.4	2.6	1.8
汽機車及其零配件用品批發業	100.0	91.8	1.3	87.1	3.4	8.2	0.2	0.7	0.0	0.4	1.5	4.5	0.9
其他專賣批發業	100.0	78.8	46.6	32.0	0.2	21.2	11.5	0.8	0.1	6.6	1.4	0.3	0.4

說明：以回表樣本金額計算。

四、商品進貨來源

▲111年批發業向海外進貨占57.6%，向國內採購占42.4%

111年批發業向國內採購占進貨金額42.4%，其中購自「生產者」占21.9%最多，其次為「貿易、批發、零售商」20.3%；向海外採購占57.6%，以「東南亞」12.4%占比最高，「日本」10.1%次之，「美國」9.6%居第3。

若觀察111年各業採購情形，向國內採購以建材批發業占76.2%最高，主要來自「生產者」(占51.5%)；向國外採購以機械器具批發業占74.7%最高，主要購自「東南亞」(占18.0%)最多(詳表6)。

表6、111年批發業商品進貨來源(進貨金額占比)

單位：%

	合計	國內採購				海外採購							
		小計	生產者	貿易、批發、零售商	其他	小計	中國大陸(含港澳)	日本	南韓	東南亞	歐洲	美國	其他地區
111年	100.0	42.4	21.9	20.3	0.1	57.6	9.3	10.1	6.3	12.4	8.3	9.6	1.6
商品經紀業	100.0	47.1	16.8	30.3	0.0	52.9	39.2	5.7	6.8	0.0	0.8	0.2	0.2
綜合商品批發業	100.0	74.0	30.5	43.5	0.0	26.0	9.8	6.7	1.0	4.9	0.5	1.6	1.5
農產原料及活動物批發業	100.0	46.4	20.4	26.0	0.0	53.6	4.2	0.3	0.2	9.0	3.4	16.0	20.5
食品飲料及菸草製品批發業	100.0	66.1	37.6	28.0	0.6	33.9	4.3	1.8	1.5	5.4	6.7	4.8	9.4
布疋及服飾品批發業	100.0	47.5	34.0	13.2	0.2	52.5	12.7	1.8	1.2	24.5	11.4	0.5	0.4
家庭器具及用品批發業	100.0	51.5	31.3	19.6	0.6	48.5	12.6	6.8	4.0	11.3	11.3	2.0	0.5
藥品醫療用品及化粧品批發業	100.0	60.9	13.8	47.0	0.1	39.1	1.5	2.5	0.1	6.0	27.3	1.4	0.3
文教、育樂用品批發業	100.0	54.3	43.5	10.8	0.0	45.7	17.7	18.4	0.4	6.0	1.9	0.8	0.5
建材批發業	100.0	76.2	51.5	24.7	0.0	23.8	9.4	2.4	0.8	7.9	1.6	0.6	1.2
化學材料及其製品批發業	100.0	51.4	36.4	14.9	0.1	48.6	15.3	12.3	2.6	7.9	3.4	6.0	1.1
燃料及相關產品批發業	100.0	70.3	25.4	44.8	0.0	29.7	2.9	3.0	1.0	21.5	0.4	0.0	0.9
機械器具批發業	100.0	25.3	11.0	14.2	0.1	74.7	11.2	12.3	11.3	18.0	5.3	16.0	0.6
汽機車及其零配件用品批發業	100.0	52.1	37.0	15.1	0.0	47.9	3.2	19.6	0.0	1.6	20.5	2.9	0.0
其他專賣批發業	100.0	60.5	27.7	32.8	0.1	39.5	16.2	4.3	1.1	7.0	1.1	2.5	7.2

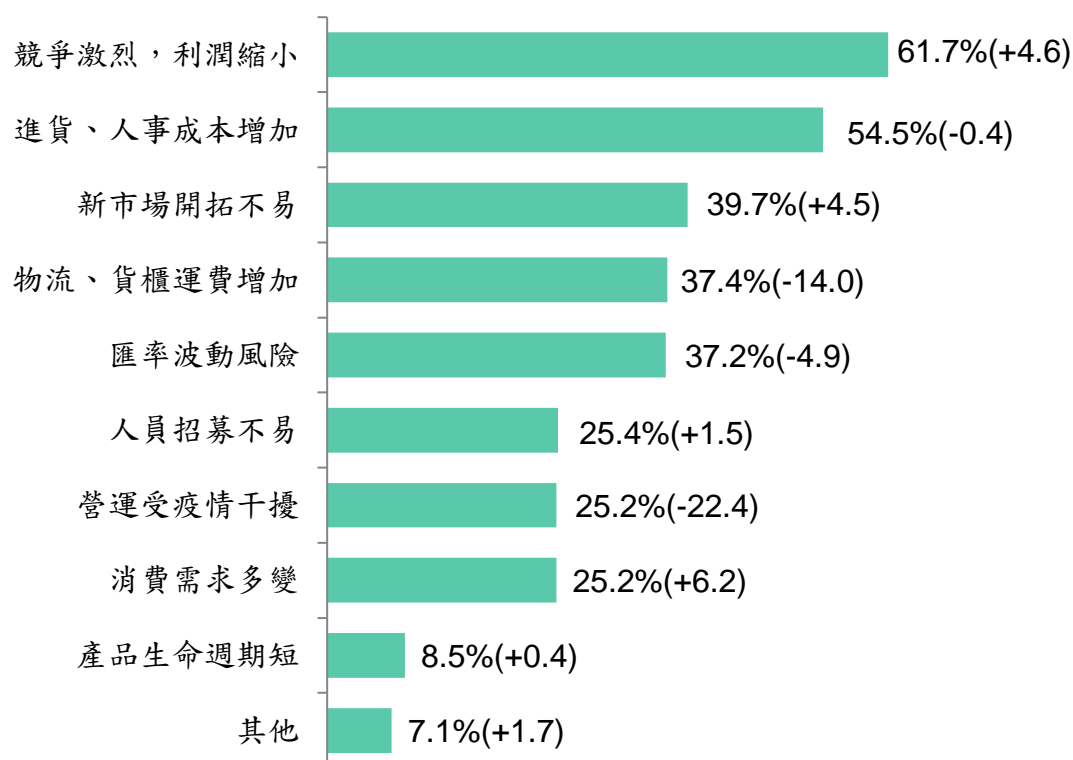
說明：以回表樣本金額計算。

五、經營困境與營運發展計畫

▲批發業者經營上遭遇的困境，主要為「競爭激烈，利潤縮小」

112年5月批發業者經營上遭遇的困境，主要為「競爭激烈，利潤縮小」占6成2，其次為「進貨、人事成本增加」占54.5%，「新市場開拓不易」占39.7%居第3，其餘占比逾3成者依序為「物流、貨櫃運費增加」占37.4%、「匯率波動風險」占37.2%(詳圖2)。

圖2、112年5月批發業經營上遭遇的困境(複選)

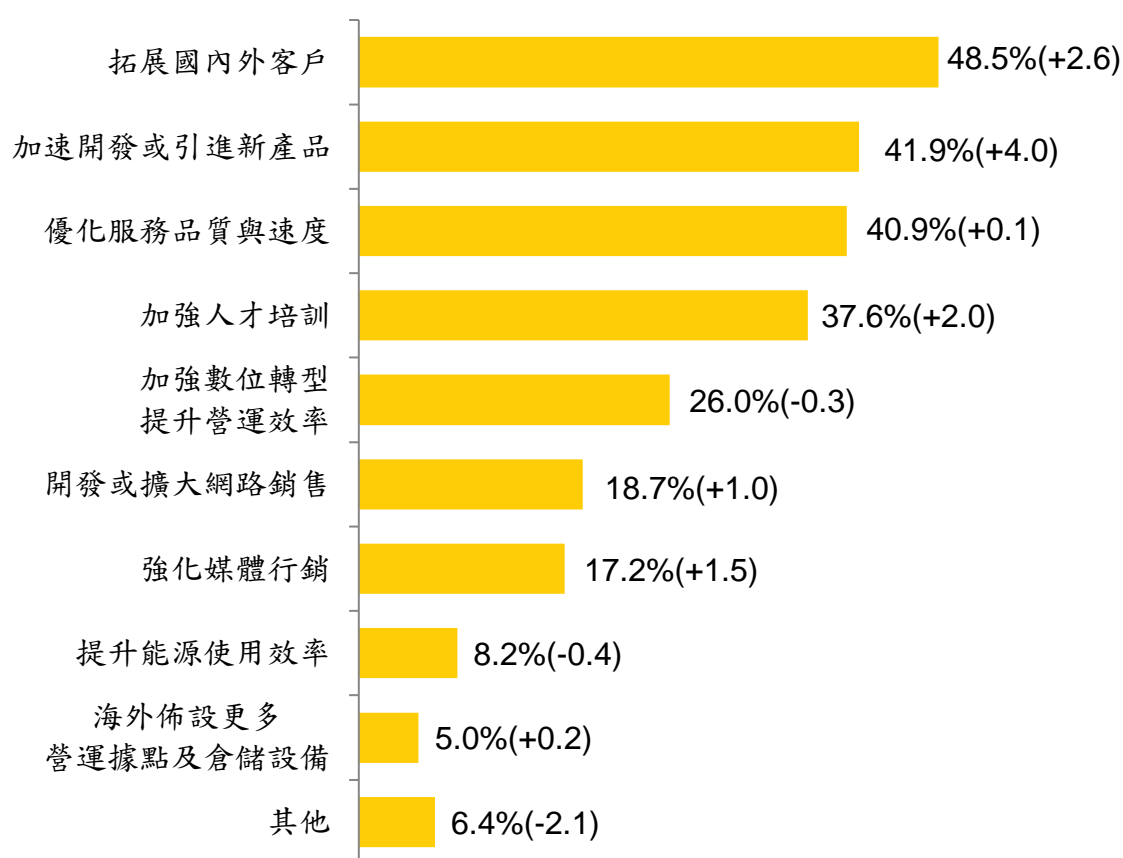


() 表示較上年增減百分點
說明：以回表樣本家數計算。

▲批發業未來營運發展計畫，主要為「拓展國內外客戶」

112年5月批發業近5成業者表示「拓展國內外客戶」為未來營運發展計畫重點，另因應消費模式與產業生態求新求變，消費者喜好趨向多元性，「加速開發或引進新產品」占比41.9%居次，較上年增加4個百分點，且超越「優化服務品質與速度」(占40.9%)，排名升至第2(詳圖3)。

圖3、112年5月批發業未來營運發展計畫(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

▲111年零售業營業收入為4兆2,815億元，較110年增加7.4%

111年零售業營業收入為4兆2,815億元，較110年增加7.4%，其中綜合商品零售業年增7.8%，主因與疫情共存逐漸被民眾接受，實體商場購物人潮回流，加以上年三級警戒管制措施較為嚴格，比較基期偏低，推升營收創歷年新高；布疋及服飾品零售業年增18.8%，主因門市來客數成長，帶動精品、服飾鞋類買氣攀升；電子購物及郵購業111年仍受惠疫情紅利，營收年增8.7%，惟受高基期因素影響，增幅縮減至個位數；燃料及相關產品零售業年增9.7%，主因油品價格較上年成長所致（詳表7）。

表7、零售業營業收入概況

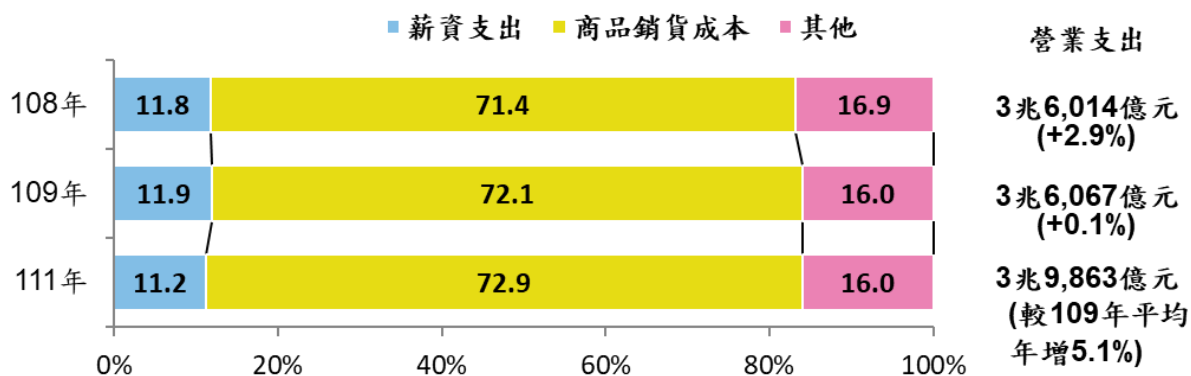
單位：億元；%

	109年	110年	111年		年增率
			結構比	年增率	
零售業	38,597	39,855	42,815	100.0	7.4
綜合商品零售業	12,921	13,026	14,042	32.8	7.8
百貨公司	3,541	3,426	3,946	9.2	15.2
超級市場	2,299	2,482	2,548	6.0	2.7
便利商店	3,610	3,614	3,821	8.9	5.7
量販店	2,287	2,439	2,491	5.8	2.1
其他	1,183	1,064	1,236	2.9	16.2
食品、飲料及菸草製品零售業	2,800	2,851	2,999	7.0	5.2
布疋及服飾品零售業	2,880	2,941	3,494	8.2	18.8
家用器具及用品零售業	1,795	1,824	1,970	4.6	8.0
藥品、醫療用品及化粧品零售業	1,990	1,980	2,146	5.0	8.3
文教育樂用品零售業	849	776	831	1.9	7.0
建材零售業	470	469	479	1.1	2.1
燃料及相關產品零售業	2,152	2,491	2,732	6.4	9.7
資通訊及家電設備零售業	2,403	2,687	2,736	6.4	1.8
汽機車及其零配件、用品零售業	6,601	6,607	6,820	15.9	3.2
其他專賣零售業	443	452	505	1.2	11.8
其他非店面零售業	3,293	3,752	4,062	9.5	8.3
電子購物及郵購業	2,412	2,854	3,103	7.2	8.7

▲111年零售業營業支出為3兆9,863億元，逾7成為商品銷貨成本

111年零售業營業支出為3兆9,863億元，商品銷貨成本占72.9%，薪資支出占11.2%，較109年分別增加0.8個百分點與減少0.7個百分點(詳圖4)。

圖4、零售業營業支出概況



▲111年零售業營業淨利為2,952億元，營業利益率為6.9%

111年零售業營業淨利為2,952億元，較109年平均年增8.0%，營業利益率為6.9%，較109年增加0.3個百分點，其中以布疋及服飾品零售業營業利益率16.8%最高，其次為家庭器具及用品零售業11.8%，食品飲料及菸草製品零售業11.6%居第3(詳表8)。

表8、111年零售業營業淨利情形

單位：億元；%

	營業淨利	較109年平均增減率	營業利益率	
			營業利益率	較109年增減百分點
零售業	2,952	8.0	6.9	0.3
綜合商品零售業	641	2.9	4.6	-0.1
食品、飲料及菸草製品零售業	347	7.6	11.6	0.9
布疋及服飾品零售業	589	21.5	16.8	3.0
家庭器具及用品零售業	232	11.2	11.8	1.3
藥品、醫療用品及化粧品零售業	208	2.1	9.7	-0.3
文教育樂用品零售業	78	-3.5	9.4	-0.5
建材零售業	33	-1.6	7.0	-0.4
燃料零售業	96	-0.3	3.5	-1.0
資通訊及家電設備零售業	158	10.0	5.8	0.3
汽機車及其零配件、用品零售業	313	12.6	4.6	0.8
其他專賣零售業	48	16.6	9.6	1.5
其他非店面零售業	208	-0.05	5.1	-1.2

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

▲111年零售業固定資產(不含土地)增購額 748 億元，主要為購置機械雜項設備及房屋建築工程

111年零售業固定資產(不含土地)增購額 748 億元，較 109 年平均年增 3.5%，其中機械雜項設備增購 317 億元(占 42.4%)，房屋營建工程增購 252 億元(占 33.7%)，未完工程及預付購置設備增購 99 億元(占 13.3%)，交通運輸設備增購 79 億元(占 10.6%)。

若觀察 111 年各小業固定資產之變動情形，以綜合商品零售業增購 233 億元最多(占 31.1%)，其次為汽機車及其零配件用品零售業增購 114 億元(占 15.2%)，食品飲料及菸草製品零售業增購 79 億元居第 3(占 10.5%)，三者合占零售業固定資產增購 56.8%(詳表 9)。

若與 109 年比較，以其他非店面零售業增加 38 億元最多，主因電商業者擴張實體店面，以及持續布建物流網絡；其次為綜合商品零售業增加 29 億元，主因超商業者因應展店所需，增加裝潢及設備支出，以及新建物流園區所致；第三為布疋及服飾品零售業增加 5 億元，主因部分精品與服飾業者改裝升級店面以及拓展門市，挹注投資金額成長。

表 9、111 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	748	252	79	317	99
綜合商品零售業	233	71	5	132	24
食品、飲料及菸草製品零售業	79	27	12	37	2
布疋及服飾品零售業	69	36	5	22	5
家庭器具及用品零售業	57	17	3	35	2
藥品、醫療用品及化粧品零售業	58	33	5	20	1
文教育樂用品零售業	20	11	2	4	2
建材零售業	5	2	1	1	0
燃料零售業	24	3	5	13	2
資通訊及家電設備零售業	21	12	4	4	1
汽機車及其零配件、用品零售業	114	35	32	26	21
其他專賣零售業	7	1	3	2	0
其他非店面零售業	63	3	2	21	37

三、商品銷售結構

▲111年零售業銷售商品以食品類最多

111年零售業之商品銷售以食品類占19.0%最高、汽機車及零件類占16.2%次之，其餘占比逾10%依序為家庭器具類占14.3%、衣著及服飾配件類占13.2%。與110年相較，則以資通訊產品減少1.1個百分點最多，主因111年因疫情趨緩，遠端視訊相關電子產品需求銳減所致。

綜合商品零售業中，百貨公司銷售商品以衣著及服飾配件類(占35.8%)居冠，其次為家庭器具(占20.5%)，餐飲服務(占18.9%)、藥品及化粧清潔用品(占10.9%)分居第3、4；超級市場業以銷售食品類(占56.2%)為主，其次為家庭器具(占14.8%)，飲料、菸酒類(占12.9%)居第3；便利商店業以飲料、菸酒類(占59.9%)為主，其次為食品類(占31.9%)；量販業以食品類(占49.9%)為主，其次為家庭器具(占11.9%)，藥品及化粧清潔用品(占11.7%)居第3；其他綜合商品零售業以衣著及服飾配件類(占19.6%)為主，其次為飲料、菸酒類(占19.2%)，食品類(占18.9%)居第3。

其他非店面零售業以資通訊產品(占22.4%)銷售為主，其次為食品類(占22.1%)，家庭器具(占20.5%)居第3(詳表10)。

表10、111年零售業銷售商品結構(銷售額占比)

單位：%

	零售業	綜合商品零售業	零售業					其他綜合商品業	其他非店面零售業
			百貨公司	超級市場	便利商店	量販店			
總計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	
食品類	19.0	30.6	4.1	56.2	31.9	49.9	18.9	22.1	
飲料、菸酒類	8.0	21.5	0.2	12.9	59.9	10.1	19.2	1.9	
衣著及服飾配件	13.2	12.7	35.8	0.9	0.1	3.1	19.6	10.4	
家庭器具	14.3	12.0	20.5	14.8	0.5	11.9	12.4	20.5	
藥品及化粧清潔用品	7.9	9.3	10.9	11.6	3.3	11.7	15.8	13.3	
文教及娛樂用品	3.7	2.5	3.1	1.6	1.4	3.0	7.0	5.6	
住宅裝修材料類	0.7	0.4	0.0	0.8	0.0	1.0	0.4	0.4	
汽柴油等燃料品	6.3	0.5	0.0	0.0	0.0	2.6	0.0	0.0	
資通訊產品	7.0	2.2	2.9	0.0	2.0	3.6	2.6	22.4	
汽機車及零件	16.2	0.2	0.0	0.0	0.0	0.7	1.0	1.5	
餐飲服務	2.3	6.6	18.9	1.1	0.0	2.4	2.1	0.0	
其他商品	1.5	1.5	3.7	0.1	1.0	0.0	0.9	1.9	

說明：以回表樣本金額計算。

四、消費者付款方式

▲111年行動支付工具百家爭鳴，推動消費者行動支付占比持續攀升

隨網路購物蓬勃發展及行動裝置普及，支付方式益趨向多元化，在零售業銷售金額中，111年有90.6%直接向消費者收取款項，其中以信用卡消費之占比36.0%居冠，現金占25.6%居第2，轉帳、匯款居第3(占16.1%)，其餘支付方式占比依序為行動支付占9.3%、禮券及商品券占1.7%、儲值卡(如悠遊卡、一卡通)占1.3%。另透過其他管道間接向消費者取款者占9.4%，以支票、轉帳、匯款占7.4%最多，主因部分零售品牌商多於百貨公司設櫃、與電商業者合作開設網路商城，或加入外送平台，故部分收款方式係由上述業者採以支票、轉帳或匯款方式入帳；其次為便利商店代收占1.0%，貨到付款占0.9%再次之。

若與110年比較，以行動支付增加2.5個百分點最多，主因疫情加速消費者使用行動支付的習慣養成，政府與民間業者協力推廣及擴展應用場域，加以支付工具百家爭鳴，推動行動支付占比大幅提升，連帶影響現金及信用卡占比較110年分別減少1.2及0.8個百分點。

觀察各業別占比，綜合商品零售業以信用卡占38.1%最高，現金占36.1%次之，兩者合計占74.2%，另行動支付占16.9%，居所有業別之冠，主因除了疫情醞釀出的低接觸生活型態外，另因部分大型綜合商品零售業者近年陸續開發自營行動支付，結合會員生態圈累積點數及推出專屬優惠活動，順勢帶動行動支付占比持續攀升；其他非店面零售業則逾6成採信用卡支付，行動支付占比達1成；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，尾款則採轉帳匯款方式付款(占逾7成)(詳表11)。

表 11、111 年零售業消費者付款方式(金額占比)

單位：%

	合計	直接向消費者取款							
		小計	現金	信用卡	轉帳、匯款	儲值卡 (如悠遊卡、一卡通)	行動支付	禮券、商品券	其他
零售業	100.0	90.6	25.6	36.0	16.1	1.3	9.3	1.7	0.7
綜合商品零售業	100.0	99.8	36.1	38.1	0.4	3.1	16.9	3.9	1.3
食品、飲料及菸草製品零售業	100.0	91.2	42.8	25.7	16.9	0.9	3.3	0.7	0.8
布疋及服飾品零售業	100.0	71.3	17.7	44.7	3.5	0.0	4.7	0.4	0.4
家用器具及用品零售業	100.0	78.6	17.8	47.2	9.7	0.0	2.4	0.6	0.8
藥品、醫療用品及化粧品零售業	100.0	81.2	36.3	29.2	2.2	1.6	10.8	1.1	0.1
文教育樂用品零售業	100.0	80.2	28.4	40.6	3.7	1.0	5.2	1.1	0.2
建材零售業	100.0	97.9	22.9	57.6	7.8	0.0	7.8	0.0	1.7
燃料及相關產品零售業	100.0	86.2	39.2	27.3	10.9	0.9	7.1	0.1	0.6
資通訊及家電設備零售業	100.0	80.3	24.1	46.0	5.8	0.0	3.2	1.1	0.1
汽機車及其零配件、用品零售業	100.0	99.9	7.1	12.5	76.6	0.0	3.7	0.0	0.0
其他專賣零售業	100.0	95.4	46.8	35.1	6.6	0.0	6.8	0.1	0.0
其他非店面零售業	100.0	81.2	1.7	61.9	5.0	0.5	10.1	1.4	0.6
電子購物及郵購業	100.0	77.7	0.3	58.7	3.1	0.5	12.6	1.8	0.7

	透過其他管道間接向消費者取款				
	小計	貨到付款	便利商店代收	支票、轉帳、匯款	其他
零售業	9.4	0.9	1.0	7.4	0.0
綜合商品零售業	0.2	0.0	0.0	0.2	0.0
食品、飲料及菸草製品零售業	8.8	1.7	0.6	6.5	0.0
布疋及服飾品零售業	28.7	0.2	1.3	27.2	0.0
家用器具及用品零售業	21.4	0.2	0.0	21.1	0.0
藥品、醫療用品及化粧品零售業	18.8	0.4	0.4	18.0	0.0
文教育樂用品零售業	19.8	0.3	0.9	18.5	0.0
建材零售業	2.1	0.0	0.0	2.1	0.0
燃料及相關產品零售業	13.8	0.0	0.0	13.8	0.0
資通訊及家電設備零售業	19.7	0.2	0.1	19.4	0.0
汽機車及其零配件、用品零售業	0.1	0.0	0.0	0.1	0.0
其他專賣零售業	4.6	0.2	0.0	4.3	0.0
其他非店面零售業	18.8	7.2	8.9	2.7	0.0
電子購物及郵購業	22.3	8.4	10.6	3.3	0.0

說明：以回表樣本金額計算。

五、商品進貨來源

▲111年零售業商品進貨來源以國內採購為主

111年零售業之商品進貨來源，有88.8%來自國內採購，其中以自貿易、批發、零售商進貨占69.7%最多，向生產者採購占19.1%次之；向海外採購比率占11.2%，較109年減少1.8個百分點，主因111年因疫情貨運塞港影響，部分零售業者增加國內採購比例所致，其中向歐洲採購占3.7%最高，中國大陸(含港澳)占2.7%次之，美國及日本分別占2.1%及1.1%。

觀察各業採購情形，海外採購比率較高者包括布疋及服飾品零售業占64.9%，家庭器具及用品零售業占47.2%(詳表12)。

表12、111年零售業商品進貨來源(進貨金額占比)

單位：%

	國內採購				海外採購							
	小計	生產者	貿易、批發、零售商	其他	小計	中國大陸(含港澳)	日本	南韓	東南亞	歐洲	美國	其他
零售業	88.8	19.1	69.7	0.0	11.2	2.7	1.1	0.2	1.0	3.7	2.1	0.4
綜合商品零售業	93.0	11.6	81.4	0.0	7.0	0.8	0.7	0.2	0.8	1.3	2.6	0.7
百貨公司	99.8	0.0	99.8	0.0	0.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.1	0.0
超級市場	96.6	2.8	93.8	0.0	3.4	0.0	0.3	0.0	0.0	2.9	0.0	0.1
便利商店	100.0	34.9	65.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
量販店	78.8	4.3	74.5	0.0	21.2	2.6	0.7	0.7	2.0	2.7	9.9	2.7
其他	65.9	9.2	56.6	0.0	34.1	2.9	12.3	0.2	6.7	10.6	1.4	0.0
食品、飲料及菸草製品零售業	86.5	32.8	53.5	0.2	13.5	0.1	2.8	3.3	1.1	5.1	0.8	0.3
布疋及服飾品零售業	35.1	2.9	32.2	0.0	64.9	27.5	3.0	0.4	5.9	26.9	0.3	1.0
家用器具及用品零售業	52.8	5.4	46.4	0.9	47.2	16.2	10.2	0.1	7.0	12.9	0.7	0.1
藥品、醫療用品及化粧品零售業	89.7	17.5	72.2	0.0	10.3	0.6	2.2	1.1	1.6	3.4	1.4	0.0
文教育樂用品零售業	58.2	8.3	49.7	0.2	41.8	22.8	4.7	1.3	1.3	1.8	9.9	0.1
建材零售業	86.4	30.9	55.5	0.0	13.6	11.3	0.0	0.0	0.8	0.0	0.8	0.8
燃料及相關產品零售業	100.0	99.2	0.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
資通訊及家電設備零售業	87.9	32.2	55.7	0.0	12.1	6.6	0.0	0.0	1.0	0.1	4.4	0.0
汽機車及其零配件、用品零售業	91.8	19.3	72.5	0.0	8.2	0.0	1.2	0.1	0.1	6.6	0.2	0.1
其他專賣零售業	84.2	1.9	82.0	0.3	15.8	2.3	1.7	0.0	1.0	4.3	4.3	2.3
其他非店面零售業	90.9	5.3	85.6	0.0	9.1	2.1	0.6	0.1	1.3	0.2	4.7	0.1
電子購物及郵購業	97.1	0.8	96.3	0.0	2.9	2.3	0.2	0.1	0.0	0.2	0.0	0.0

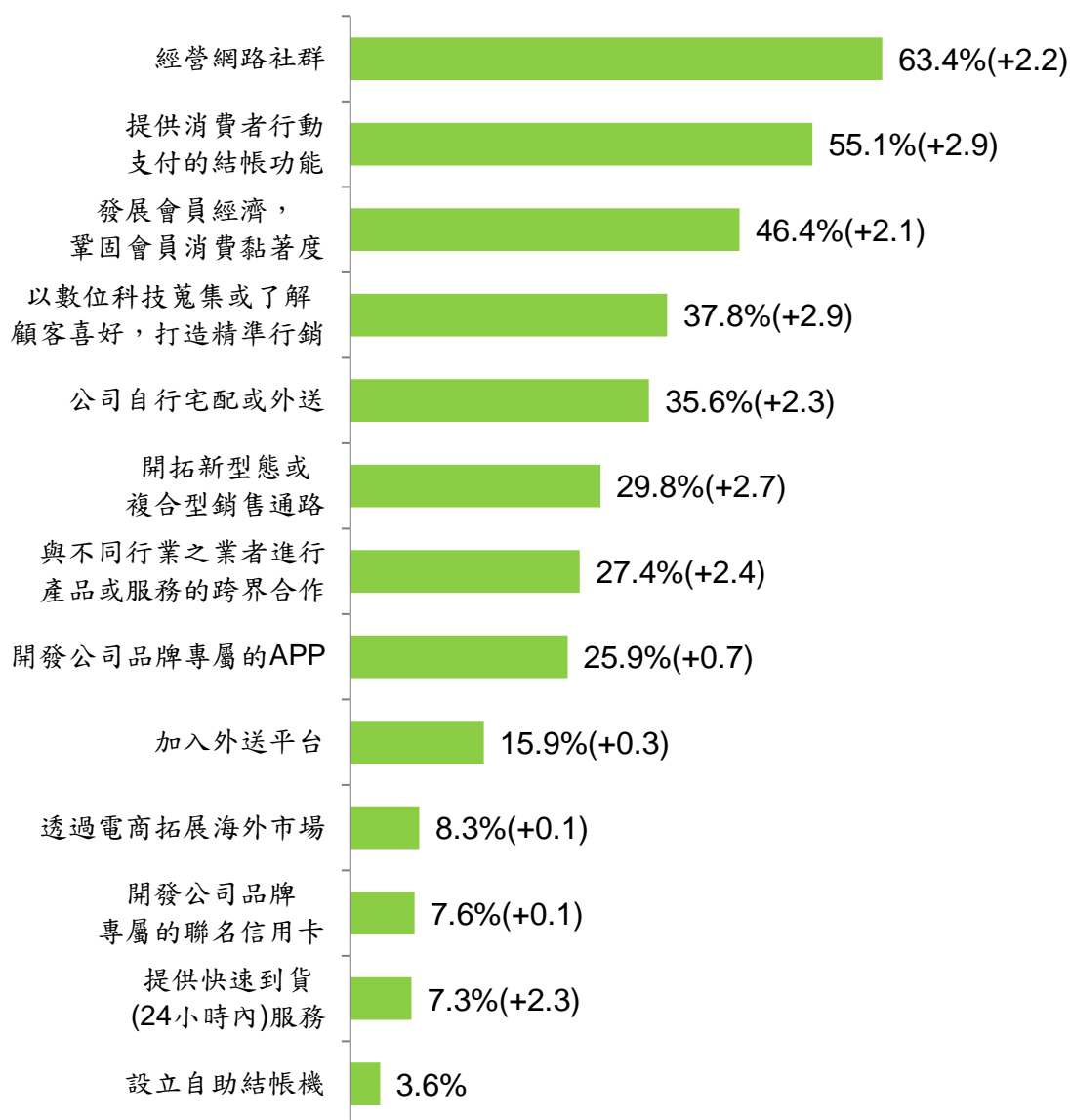
說明：以回表樣本金額計算。

六、發展之營運策略

▲零售業發展的營運策略以「經營網路社群」最高，「提供消費者行動支付的結帳功能」次之

112年5月零售業者發展的營運策略以「經營網路社群」占63.4%最高，「提供消費者行動支付的結帳功能」占55.1%次之，「發展會員經濟，鞏固會員消費黏著度」占46.4%居第3；另占比逾3成者依序為「以數位科技蒐集或了解顧客喜好，打造精準行銷」占37.8%、「公司自行宅配或外送」占35.6%(詳圖5)。

圖5、112年5月零售業發展之營運策略



() 表示較上年增減百分點
說明：以回表樣本家數計算。

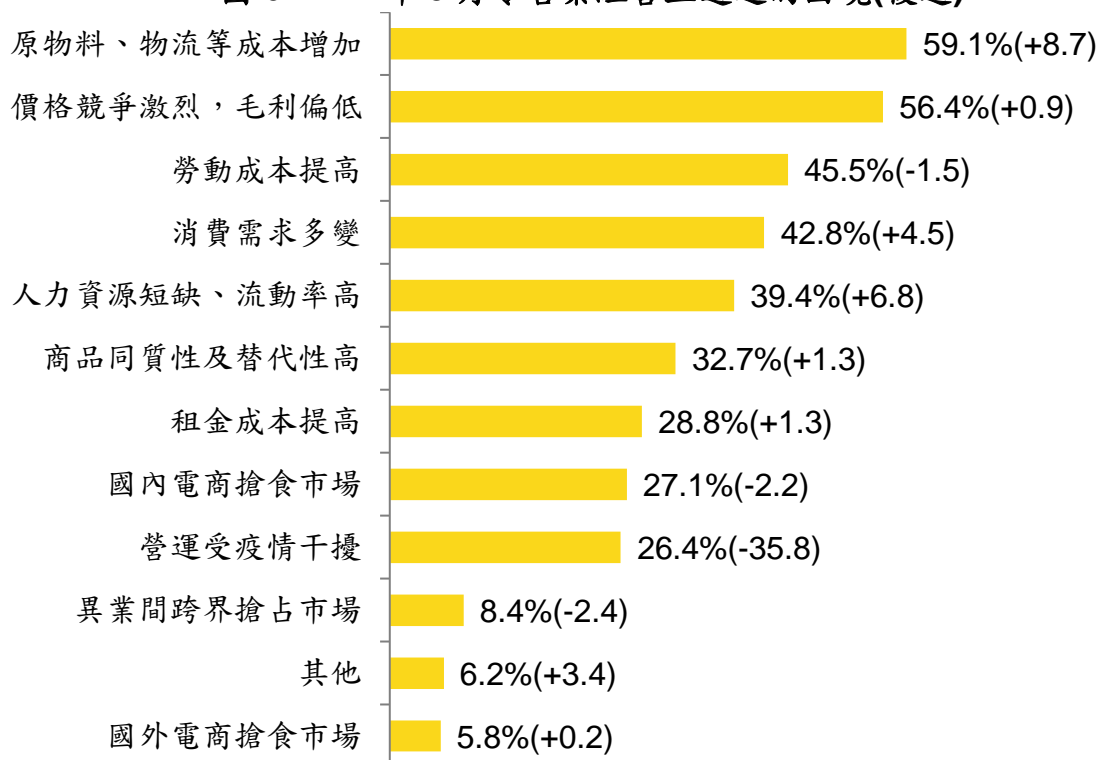
七、經營困境

▲零售業目前經營上遭遇之困境主要為「原物料、物流等成本增加」

112年5月零售業者經營上遭遇的困境，主要為「原物料、物流等成本增加」占59.1%，其次為「價格競爭激烈，毛利偏低」占56.4%，「勞動成本提高」占45.5%、「消費需求多變」占42.8%則分居第3及第4，其餘占比逾二成者依序為「人力資源短缺、流動率高」占39.4%、「商品同質性及替代性高」占32.7%、「租金成本提高」占28.8%、「國內電商搶食市場」占27.1%，及「營運受疫情干擾」占26.4%(詳圖6)。

觀察各業情形，百貨公司業以「國內電商搶食市場」為主要經營困境，占63.0%；超級市場以「原物料、物流等成本增加」為主要經營困境，占75.8%；便利商店業以「人力資源短缺、流動率高」及「原物料、物流等成本增加」均占80.0%為主要營業困境；量販業以「價格競爭激烈，毛利偏低」、「原物料、物流等成本增加」及「國內電商搶食市場」均占60.0%為主要營業困境；其餘各業多以「原物料、物流等成本增加」及「價格競爭激烈，毛利偏低」為主要經營困境。

圖6、112年5月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。

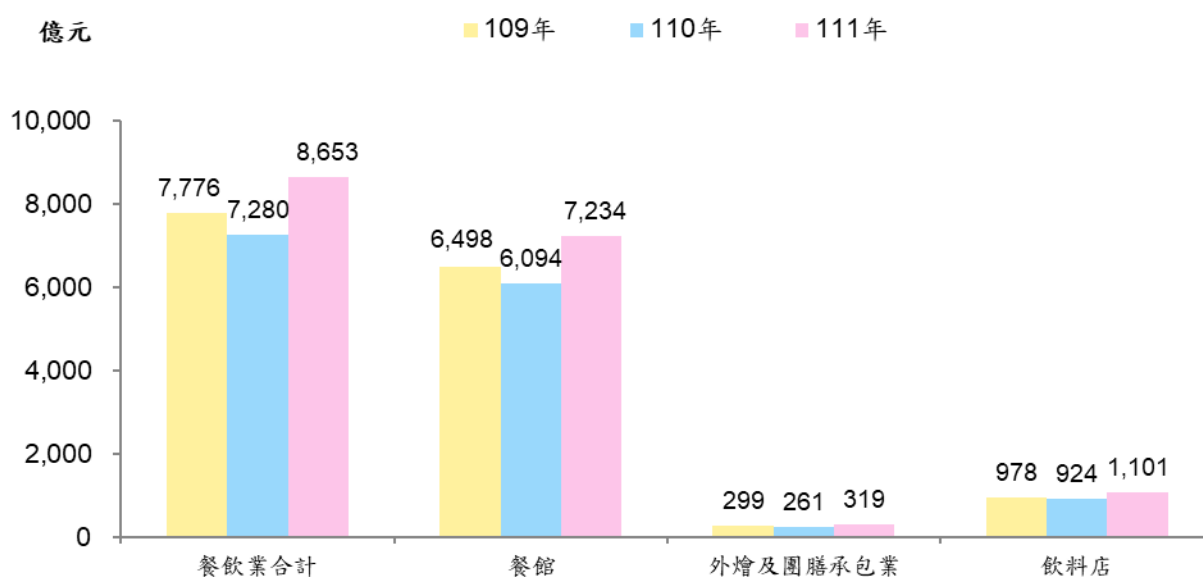
參、餐飲業

一、全年損益

▲111年餐飲業營業收入達8,653億元，較110年上升18.9%

111年餐飲業之營業收入為8,653億元，年增18.9%，主因上年三級警戒管制下餐飲禁止內用，比較基數較低，加以疫情影響逐漸弱化，消費者外食用餐意願提升，其中餐館營業收入7,234億元，年增18.7%；飲料店營業收入1,101億元，年增19.1%；外燴及團膳承包業營業收入319億元，年增22.0%（詳圖7）。

圖7、餐飲業收入概況

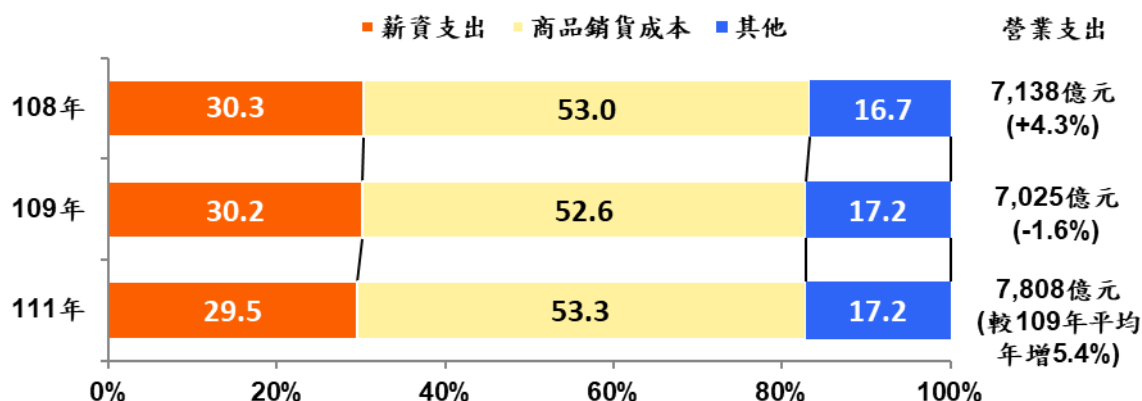


說明：外燴及團膳承包業包含餐飲承包服務(如宴席承辦、團膳供應等)及基於合約僅對特定對象供應餐食之學生或員工餐廳。

▲111年餐飲業營業支出為7,808億元，較109年平均年增5.4%

111年餐飲業之營業支出為7,808億元，若觀察其結構，原材物料及兼銷商品成本占53.3%，較109年增加0.7個百分點，薪資支出占29.5%，減少0.7個百分點（詳圖8）。

圖 8、餐飲業營業支出概況



▲ 111 年餐飲業營業淨利為 846 億元，營業利率為 9.8%

111 年餐飲業營業淨利為 846 億元，較 109 年平均年增 6.1%，營業利率為 9.8%，較 109 年增加 0.1 個百分點；就各業觀察，飲料店營業利率 12.6%，餐館 9.9%，外燴及團膳承包業-2.7%，較 109 年分別增加 0.1、0.05 及 0.9 個百分點(詳表 13)。

表 13、餐飲業營業淨利情形

單位：億元；%

	營業淨利		營業利率	
	對 109 年平均增減率	營業利率	對 109 年增減百分點	
餐飲業	846	6.1	9.8	0.1
餐館	716	5.8	9.9	0.05
外燴及團膳承包業	-9	-	-2.7	0.9
飲料店	138	6.5	12.6	0.1

註：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。

二、固定資產變動情形

▲ 111 年餐飲業固定資產增購 207 億元，以房屋營建工程及機械雜項設備為主要投資項目

111 年餐飲業固定資產增購 207 億元，較 109 年平均年增 4.0%，其中房屋營建工程增購 88 億元，占 42.8%，機械雜項設備增購 86 億元，占 41.6%，兩者合占 84.4%；就各業觀察，餐館增購 167 億元，其中以房屋營建工程及機械雜項設備為主要投資項目，投資金額分別為 77 億元及 67 億元；外燴及團膳承包業增購 13

(24)

億元，以機械雜項設備居多；飲料店增購 26 億元，主要購置機械雜項設備（詳表 14）。

若與 109 年比較，餐館與飲料店分別增加 13 億元及 8 億元，主因業者積極展店及推動門市轉型，增購新廠辦並購置所需機械設備所致。

表 14、111 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
批發業	207	88	12	86	21
餐館	167	77	6	67	17
外燴及團膳承包業	13	5	1	6	2
飲料店	26	7	5	13	2

三、營業收入結構

▲111 年餐飲業營收主要來自餐飲供應占逾 9 成

111 年餐飲業營收結構主要為餐飲供應收入，占 94.9%，其次為商品銷售收入占 4.4%。依業別觀察，餐館、外燴及團膳承包業及飲料店均以餐飲收入占比最高，分別占 96.4%、90.1%及 84.4%（詳表 15）。

表 15、111 年餐飲業營收結構(營業收入占比)

單位：%

	合計	餐飲收入	商品銷售收入(含原物料)	加盟金、權利金及代理金收入	其他收入
餐飲業	100.0	94.9	4.4	0.2	0.4
餐館	100.0	96.4	3.0	0.2	0.4
外燴及團膳承包業	100.0	90.1	8.3	0.1	1.6
飲料店	100.0	84.4	14.0	0.7	0.7

說明：以回表樣本金額計算。

四、營收之付款方式

▲111 年餐飲業消費者付款方式以現金為主

111 年餐飲業多直接向消費者取款，占比達 81.8%，其中以現金支付占 36.0% 居冠，其次為信用卡占 23.7% 居次，轉帳、匯款占 7.6% 居 3，其餘支付方式依序為儲值卡(如悠遊卡、一卡通)占 6.7%，行動支付占 6.2%，禮券及商品券占 1.1%。

另透過其他管道間接向消費者取款者占 18.2%。

依業別觀察，餐館以現金為主，占 39.1%；飲料店以儲值卡(如悠遊卡、一卡通)為主，占 25.9%；外燴及團膳承包業因多為餐飲承包服務，以轉帳、匯款為主要收款方式，占 90.2%(詳表 16)。

表 16、111 年餐飲業營收之付款方式(金額占比)

單位：%

	合計	直接向消費者取款							透過其他 管道間接 向消費者 取款
		現金	信用卡	轉帳 匯款	儲值卡 (如悠 遊卡、 一卡通)	行動 支付	禮券、 商品券	其他	
餐飲業	100.0	36.0	23.7	7.6	6.7	6.2	1.1	0.5	18.2
餐館	100.0	39.1	26.0	2.6	4.1	6.7	1.2	0.6	19.8
外燴及團膳承包業	100.0	6.1	1.4	90.2	0.5	0.1	0.2	0.0	1.5
飲料店	100.0	23.8	15.4	16.4	25.9	5.3	0.6	0.0	12.5

說明：以回表樣本金額計算；透過其他管道間接向消費者取款係指消費者透過外送平台或以百貨公司為媒介進行線上點餐，外送平台業者或百貨公司再經由匯款、轉帳等方式將款項轉匯給餐飲業者。

五、原物料及食材供應來源

▲111 年餐飲業原物料及食材供應來源以食品工廠占比最大

111 年餐飲業原物料及食材供應來源，以食品工廠為主，占 42.6%，批發、零售商占 33.8%次之，果菜市場、魚市場占 11.5%再次之；按業別觀察，餐館、外燴及團膳承包業及飲料店均以食品工廠占比最高，其中餐館、飲料店以批發、零售商為次高，而外燴及團膳承包業以果菜市場、魚市場為次高(詳表 17)。

表 17、111 年餐飲業原物料及食材供應來源(進貨金額占比)

單位：%

	總計	食品 工廠	果菜 市場、 魚市場	特定 農民 或契作	批發、零 售商(包 含連鎖加 盟公司)	自行 進口	其他
餐飲業	100.0	42.6	11.5	3.3	33.8	8.0	0.7
餐館	100.0	43.8	10.8	2.7	35.0	6.8	0.8
外燴及團膳承包業	100.0	39.2	25.7	9.3	25.5	0.2	0.2
飲料店	100.0	38.1	1.4	1.5	33.9	24.5	0.6

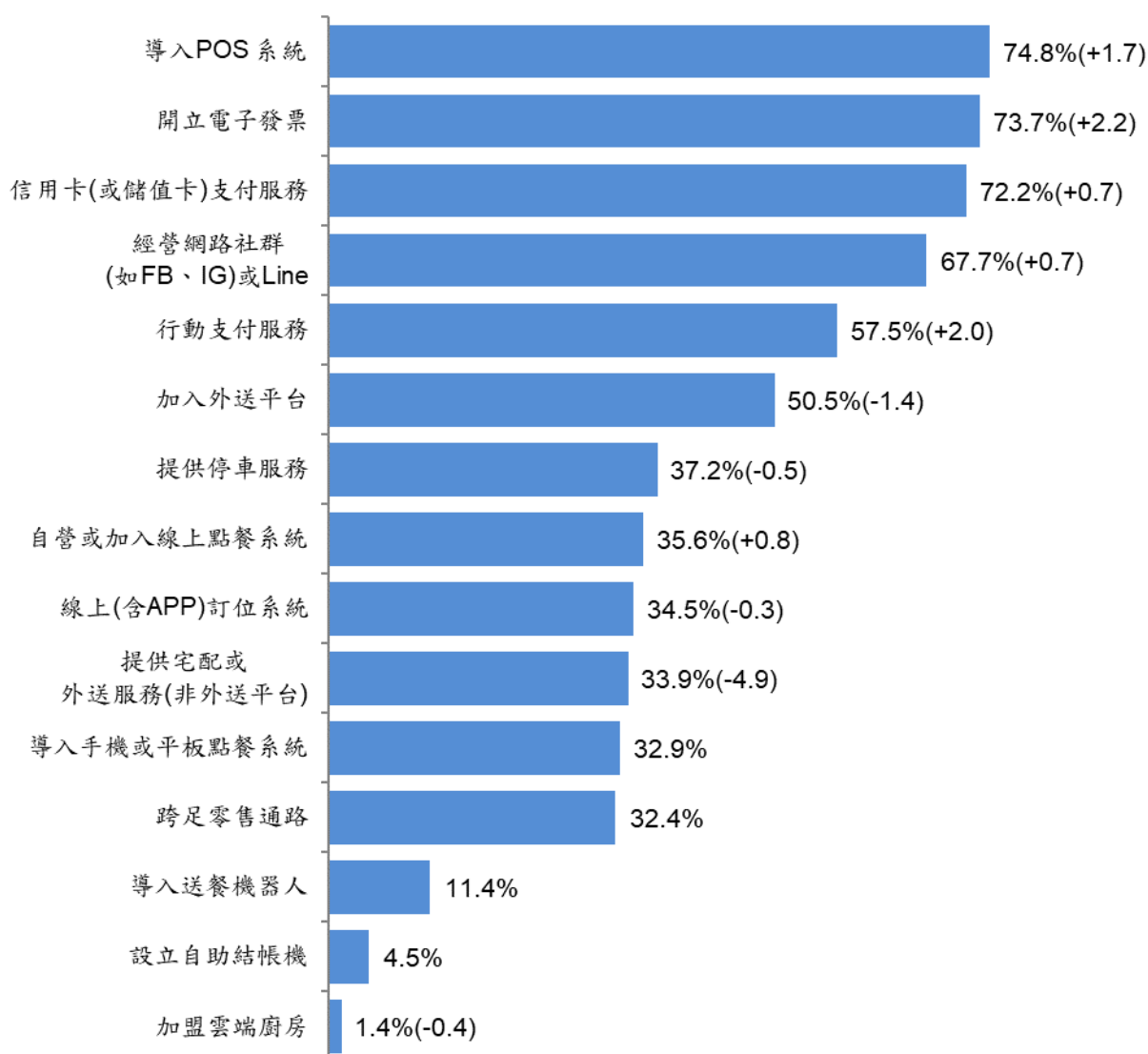
說明：以回表樣本金額計算。

六、提供之服務

▲餐飲業提供「POS 系統」占 74.8%最高，「開立電子發票」及「信用卡(或儲值卡)支付服務」各占 73.7%、72.2%分居第二、三

112 年 5 月餐飲業提供的各項服務中，「POS 系統」以 74.8%占居第 1，「開立電子發票」占 73.7%為第二、「信用卡(或儲值卡)支付服務」占 72.2%位居第 3，其餘「經營網路社群(Facebook、Instagram)或 Line 等」占 67.7%，「行動支付服務」與「加入外送平台(如 Uber Eats 或 foodpandas 等)」均占逾 5 成(詳圖 9)。

圖 9、112 年 5 月餐飲業有提供的各項服務之家數占比



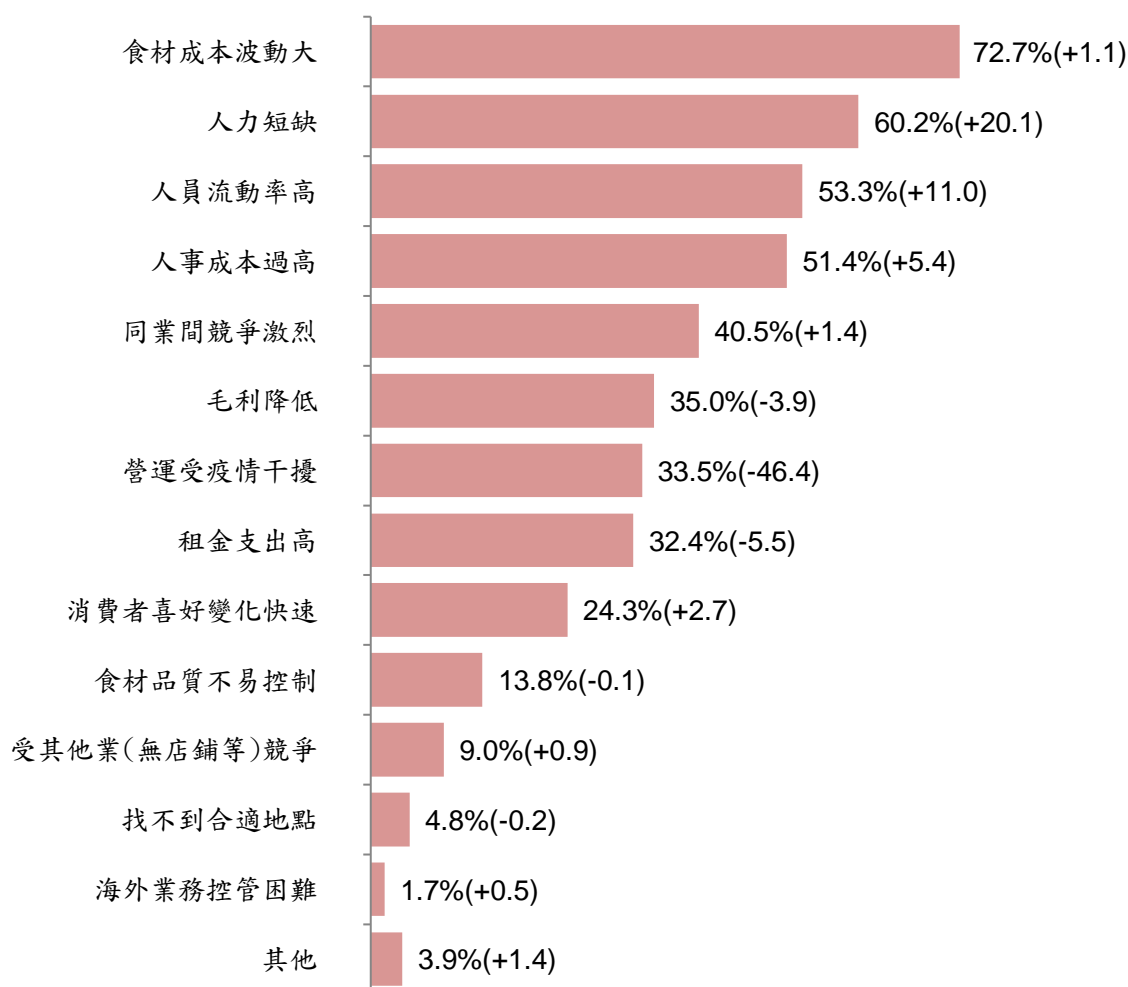
() 表示較上年增減百分點
說明：以回表樣本家數計算。

七、經營困境與營運發展計畫

▲餐飲業目前經營上遭遇的困境主要為「食材成本波動大」及「人力短缺」

112年5月餐飲業者目前經營面臨的困難，前三項依序為：「食材成本波動大」(占72.7%)、「人力短缺」(占60.2%)及「人員流動率高」(占53.3%)，另外「人事成本高」亦占逾5成(詳圖10)。

圖 10、112年5月餐飲業在經營上遭遇的困境（複選）

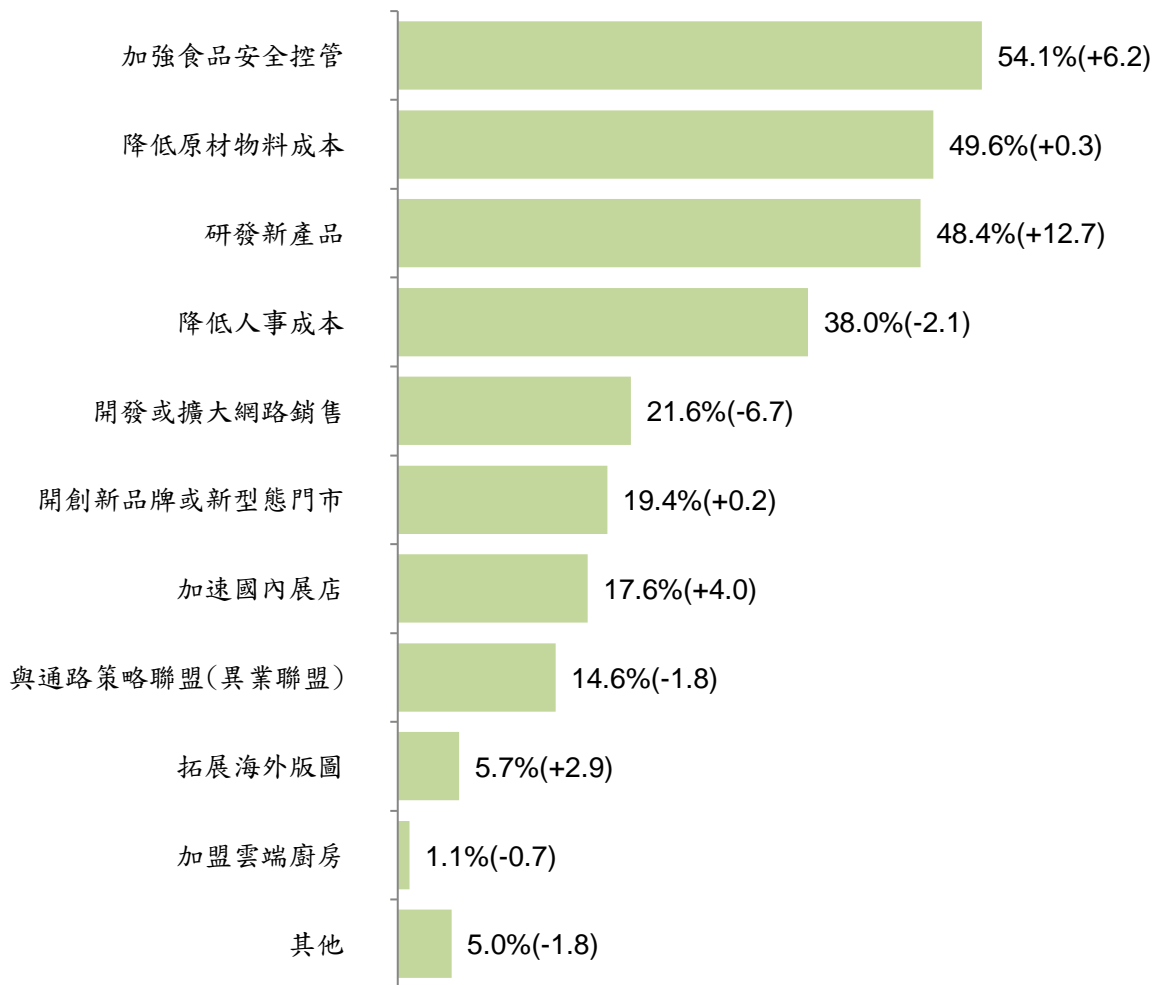


說明：以回表樣本家數計算。

▲餐飲業未來營運發展計畫以「加強食品安全控管」占 54.1%最高

餐飲業者 112 年 5 月認為未來營運發展計畫重點，以「加強食品安全控管」為首要課題占 54.1%最高，其次為「降低原材物料成本」占 49.6%居次，「研發新產品」占 48.4%居第 3(詳圖 11)。

圖 11、112 年 5 月餐飲業未來營運發展計畫 (複選)



說明：以回表樣本家數計算。