

## 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 108 年 5 月辦理「批發、零售及餐飲業經營實況調查」，調查家數計 3,800 家，回收有效樣本為 3,727 家，回表率 98.1%。茲將調查統計結果分述如次：

### 壹、批發業

#### 一、全年損益

##### ▲107 年批發業營業收入 10 兆 4,747 億元，較 106 年成長 4.9%

107 年批發業營業收入 10 兆 4,747 億元，較 106 年增加 4.9%，其中機械器具批發業受惠智慧科技應用擴展，帶動伺服器、記憶體等電子零組件需求活絡，年增 7.5%；建材批發業因鋼品外銷價量齊揚，年增 5.0%；食品、飲料及菸草製品批發業因水產品及菸品銷售增加，年增 4.1%；化學原料及其製品批發業因國際油價上漲推升塑化產品價格，年增 6.6%。

#### 近年批發業營業收入概況

單位：億元；%

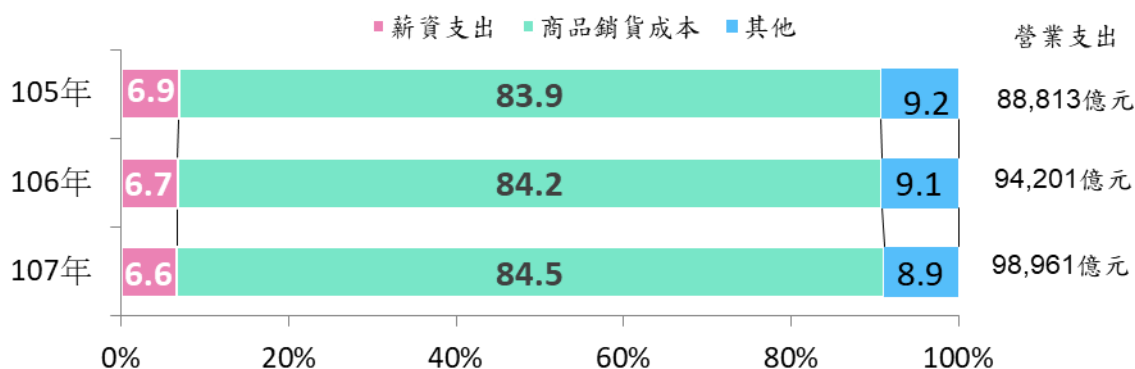
	105 年	106 年	107 年		
				結構比	年增率
<b>批發業</b>	<b>94,046</b>	<b>99,819</b>	<b>104,747</b>	<b>100.0</b>	<b>4.9</b>
商品經紀業	496	478	460	0.4	-3.8
綜合商品批發業	2,465	2,601	2,793	2.7	7.4
農產原料及活動物批發業	741	686	684	0.7	-0.4
食品、飲料及菸草製品批發業	11,093	11,322	11,790	11.3	4.1
布疋及服飾品批發業	4,336	4,297	4,221	4.0	-1.8
家庭器具及用品批發業	5,909	5,677	5,789	5.5	2.0
藥品、醫療用品及化粧品批發業	5,241	5,748	5,973	5.7	3.9
文教育樂用品批發業	1,932	1,839	1,783	1.7	-3.0
建材批發業	10,093	11,093	11,644	11.1	5.0
化學原料及其製品批發業	5,118	5,485	5,845	5.6	6.6
燃料及相關產品批發業	781	876	1,016	1.0	16.0
機械器具批發業	34,806	37,938	40,776	38.9	7.5
汽機車及其零配件、用品批發業	7,826	8,035	7,953	7.6	-1.0
其他專賣批發業	3,209	3,744	4,019	3.8	7.3

(6)

**▲107年批發業營業支出為9兆8,961億元，較106年增加5.1%**

107年批發業之營業支出為9兆8,961億元，其中商品銷貨成本占總營業支出比重由106年84.2%升至84.5%，增加0.3個百分點；薪資支出占比由106年6.7%降為6.6%，較106年減少0.1個百分點，其他支出占8.9%。

**近年批發業營業支出概況**



**▲107年批發業營業淨利5,786億元，營業利益率5.5%**

107年批發業之營業淨利5,786億元，年增3.0%，營業利益率為5.5%，較106年減少0.1個百分點，其中化學材料及其製品批發業因油價上漲推升塑化產品價格，致營業利益率達6.8%最高；家庭器具及用品批發業及文教、育樂用品批發業營業利益率均為6.7%次之。

## 107 年批發業營業淨利

單位：億元；%

	營業淨利		營業 利益率	
		年增率		增減百分點
<b>批發業</b>	<b>5,786</b>	<b>3.0</b>	<b>5.5</b>	<b>-0.1</b>
商品經紀業	31	-3.7	6.8	0.0
綜合商品批發業	92	-13.5	3.3	-0.8
農產原料及活動物批發業	27	7.1	4.0	0.3
食品、飲料及菸草製品批發業	728	4.2	6.2	0.0
布疋及服飾品批發業	256	-5.0	6.1	-0.2
家庭器具及用品批發業	388	4.5	6.7	0.2
藥品、醫療用品及化粧品批發業	382	3.0	6.4	-0.1
文教育樂用品批發業	119	-5.6	6.7	-0.2
建材批發業	750	3.8	6.4	-0.1
化學材料及其製品批發業	396	2.9	6.8	-0.2
燃料及相關產品批發業	39	1.5	3.9	-0.5
機械器具批發業	1,969	7.8	4.8	0.0
汽機車及其零配件、用品批發業	424	-9.4	5.3	-0.5
其他專賣批發業	183	3.8	4.6	-0.1

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

### ▲107 年批發業固定資產（不含土地）增購額 704 億元，主要購置機械雜項設備

107 年批發業固定資產（不含土地）增購額 704 億元，較 106 年增加 2.6%，其中機械雜項設備增購 323 億元，占 45.9%，交通運輸設備增購 163 億元，占 23.1%，房屋營建工程 152 億元，占 21.6%，未完工程及預付購置設備增購 66 億元，占 9.3%。

依業別觀察，以機械器具批發業增購 193 億元最多，食品、飲料及菸草批發業增購 109 億元次之，建材批發業增購 91 億元再次之。

與 106 年比較，建材批發業年增 11.4%，主因部分業者興建發貨中心及廠房所致；汽機車及其零配件用品批發業年增 10.9%，主因部分業者購置廠房及倉庫所致；藥品、醫療用品及化粧品批發業年增 10.9%，主因建物改裝工程及業者購買醫療設備出租給客戶使用。

(8)

## 107 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
<b>批發業</b>	<b>704</b>	<b>152</b>	<b>163</b>	<b>323</b>	<b>66</b>
商品經紀業	11	1	1	10	0
綜合商品批發業	13	3	1	8	1
農產原料及活動物批發業	12	3	2	6	1
食品、飲料及菸草製品批發業	109	27	28	47	7
布疋及服飾品批發業	41	8	10	18	6
家庭器具及用品批發業	36	15	9	11	1
藥品、醫療用品及化粧品批發業	53	7	3	36	7
文教育樂用品批發業	15	5	5	5	0
建材批發業	91	29	29	25	8
化學材料及其製品批發業	39	7	8	19	5
燃料及相關產品批發業	15	2	7	3	3
機械器具批發業	193	32	27	119	15
汽機車及其零配件、用品批發業	56	11	30	8	7
其他專賣批發業	21	2	5	10	4

## 三、商品銷售結構及銷售對象

## ▲107 年批發業之商品銷售結構以資通訊產品及機械器具為主

107 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 38.3%，其中電子零組件產品即占 26.8%，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 12.0%），汽機車及零件（占 7.8%）居第三。

## 107 年批發業商品銷售結構(金額占比)

	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						
106 年	100.0	40.9	26.2	14.7	8.9	7.1	6.5	6.4	30.2
107 年	100.0	38.3	26.8	11.5	12.0	7.8	7.0	4.8	30.1

說明：以回表樣本金額計算。

### ▲107年批發業銷售對象內銷占62.7%，外銷占37.3%

107年批發業銷售對象內銷占62.7%，以「貿易、批發及零售商」占40.1%為主要銷售對象，「製造工廠」占11.5%，「政府及一般民眾」占7.2%；外銷比重則占37.3%，以銷往「中國大陸」占22.4%為主，銷往「美國」占4.8%次之，銷往「東南亞」則占3.7%。

依業別觀察，以機械器具批發業外銷占比最高，為61.4%，外銷地區以「中國大陸」占49.4%最多；內銷則以藥品、醫療用品及化粧品批發業最高，占97.9%，主要售予「貿易、批發及零售商」（占57.3%）及「政府、一般民眾」（占39.1%）。

#### 批發業銷售對象(金額占比)

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
<b>106年</b>	<b>100.0</b>	<b>62.8</b>	<b>6.2</b>	<b>8.3</b>	<b>41.9</b>	<b>6.4</b>	<b>37.2</b>	<b>23.0</b>	<b>2.0</b>	<b>3.2</b>	<b>2.3</b>	<b>4.8</b>	<b>2.0</b>
<b>107年</b>	<b>100.0</b>	<b>62.7</b>	<b>4.0</b>	<b>11.5</b>	<b>40.1</b>	<b>7.2</b>	<b>37.3</b>	<b>22.4</b>	<b>1.2</b>	<b>3.7</b>	<b>2.2</b>	<b>4.8</b>	<b>2.9</b>
商品批發經紀業	100.0	55.0	0.0	18.1	30.7	6.2	45.0	26.7	1.8	3.6	7.9	4.3	0.7
綜合商品批發業	100.0	65.9	5.1	12.7	45.9	2.2	34.1	1.5	3.8	4.1	3.3	11.9	9.5
農產原料及活動物批發業	100.0	88.2	5.4	17.2	53.1	12.6	11.8	1.2	4.4	2.5	0.8	1.9	1.0
食品、飲料及菸草製品批發業	100.0	88.3	5.2	1.6	75.6	5.9	11.7	2.1	0.6	4.1	1.3	2.2	1.4
布疋及服飾品批發業	100.0	57.2	5.2	5.7	36.8	9.5	42.8	6.9	1.0	18.7	2.0	11.1	3.2
家庭器具及用品批發業	100.0	78.0	2.5	1.7	54.9	18.9	22.0	5.0	2.0	0.5	3.4	9.0	2.1
藥品、醫療用品及化粧品批發業	100.0	97.9	1.2	0.2	57.3	39.1	2.1	0.5	0.1	0.3	0.6	0.1	0.5
文教育樂用品批發業	100.0	53.8	4.4	0.3	41.8	7.3	46.2	2.2	1.9	5.5	13.0	15.6	8.1
建材批發業	100.0	70.8	6.9	19.3	42.1	2.4	29.2	2.9	1.3	4.7	4.3	13.6	2.5
化學原材料及其製品批發業	100.0	66.7	2.9	30.9	32.0	0.9	33.3	22.3	1.5	4.6	1.8	1.0	2.2
燃料及相關產品批發業	100.0	60.3	4.2	26.3	28.6	1.2	39.7	19.5	0.0	13.7	0.1	0.0	6.4
機械器具批發業	100.0	38.6	2.4	12.4	21.0	2.7	61.4	49.4	1.2	2.2	1.8	3.0	3.8
汽機車及其零配件、用品批發業	100.0	92.4	5.8	1.6	69.6	15.4	7.6	0.2	0.7	0.6	1.1	3.9	1.1
其他專賣批發業	100.0	75.9	9.1	36.4	29.9	0.5	24.1	9.8	0.9	10.2	1.5	0.2	1.4

說明：以回表樣本金額計算。

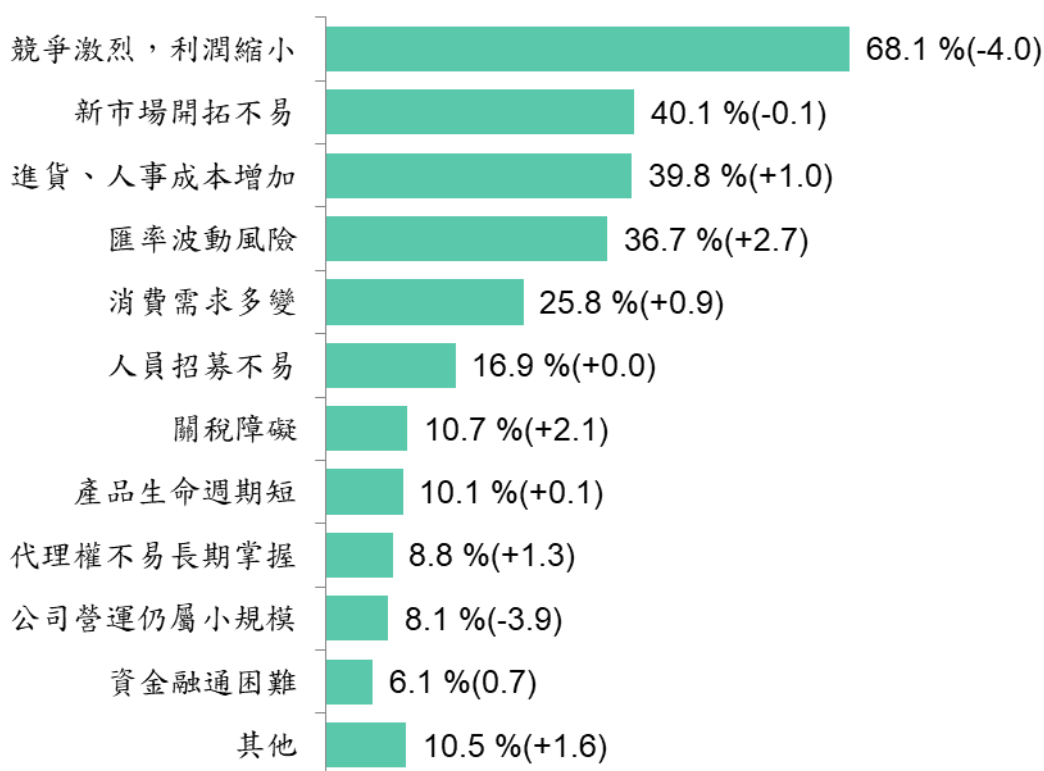
#### 四、經營困境

▲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 6 成 8

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 8 最高，「新市場開拓不易」占 40.1%次之，「進貨、人事成本增加」占 39.8%再次之，其餘比率高於 1 成者依序為：「匯率波動風險」占 36.7%，「消費需求多變」占 25.8%，「人員招募不易」占 16.9%，「關稅障礙」占 10.7%，「產品生命週期短」占 10.1%。

因美中貿易摩擦紛爭，致「匯率波動風險」、「關稅障礙」之比率各較 107 年調查結果增加 2.7、2.1 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

說明：以回表樣本家數計算。

## 貳、零售業

### 一、全年損益

#### ▲107年零售業營業收入達3兆7,371億元，較106年成長2.2%

107年零售業營業收入為3兆7,371億元，較106年增加2.2%，其中燃料零售業隨油價上漲，年增12.8%；其他非店面零售業因網購平台業者積極推出主題促銷活動，帶動買氣，年增6.0%；藥品、醫療用品及化粧品零售業因業者積極展店，年增4.3%；綜合商品零售業受惠於便利商店展店，超級市場積極拓點及推出集點換購活動，營收年增3.8%；汽機車及其零配件、用品零售業營收受國產車買氣清淡影響，年減2.9%

#### 近年零售業營業收入概況

單位：億元；%

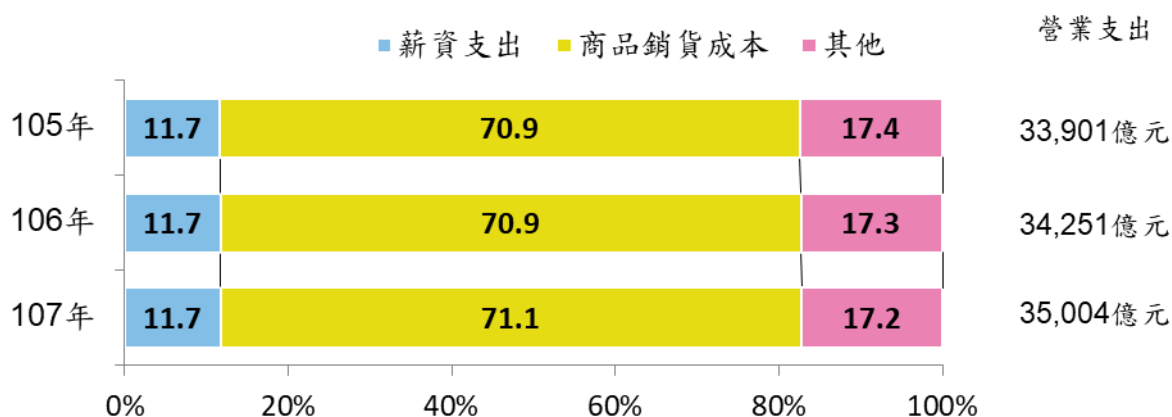
	105年	106年	107年		
			結構比	年增率	
<b>零售業</b>	36,244	36,563	37,371	100.0	2.2
綜合商品零售業	11,647	11,782	12,226	32.7	3.8
百貨公司	3,331	3,346	3,401	9.1	1.6
超級市場	1,812	1,900	1,985	5.3	4.5
便利商店	2,941	3,027	3,217	8.6	6.3
量販店	1,891	1,947	1,995	5.3	2.5
其他	1,671	1,561	1,627	4.4	4.2
食品、飲料及菸草製品零售業	2,830	2,844	2,847	7.6	0.1
布疋及服飾品零售業	2,683	2,684	2,728	7.3	1.6
家用器具及用品零售業	2,021	1,881	1,936	5.2	2.9
藥品、醫療用品及化粧品零售業	1,776	1,838	1,918	5.1	4.3
文教育樂用品零售業	772	748	745	2.0	-0.3
建材零售業	499	467	459	1.2	-1.7
燃料及相關產品零售業	2,223	2,422	2,732	7.3	12.8
資訊及通訊設備零售業	2,557	2,522	2,446	6.5	-3.0
汽機車及其零配件、用品零售業	6,113	6,187	6,007	16.1	-2.9
其他專賣零售業	638	595	579	1.6	-2.7
其他非店面零售業	2,485	2,592	2,748	7.4	6.0

(12)

### ▲107年零售業營業支出達3兆5,004億元，薪資支出占11.7%

107年零售業之營業支出總額達3兆5,004億元，商品銷貨成本占71.1%，較106年增加0.2個百分點，薪資支出占比11.7%持平。

#### 近年零售業營業支出概況



### ▲107年零售業營業淨利2,367億元；營業利率為6.3%

#### 107年零售業營業淨利

單位：億元；%

	營業		營業	
	淨利	年增率	利率	增減百分點
<b>零售業</b>	2,367	2.4	6.3	0.0
綜合商品零售業	652	10.7	5.3	0.3
食品、飲料及菸草製品零售業	322	0.4	11.3	0.0
布疋及服飾品零售業	332	8.9	12.2	0.8
家庭器具及用品零售業	193	8.0	9.9	0.4
藥品、醫療用品及化粧品零售業	179	7.5	9.4	0.3
文教育樂用品零售業	56	-8.4	7.6	-0.6
建材零售業	36	-9.1	7.9	-0.6
燃料零售業	103	3.7	3.8	-0.3
資通訊及家電設備零售業	108	-11.3	4.4	-0.4
汽機車及其零配件、用品零售業	195	-6.7	3.2	-0.2
其他專賣零售業	64	-8.5	11.0	-0.7
其他非店面零售業	126	-15.8	4.6	-1.2

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。



107年零售業之營業淨利2,367億元，較106年年增2.4%，營業利益率6.3%，與106年持平，其中以布疋及服飾品零售業營業利益率達12.2%最高；食品飲料及菸草製品零售業11.3%次之；其他非店面零售業因部分電商推行補貼運費政策造成行銷費用增加，營業淨利年減15.8%，營業利益率減少1.2個百分點。

## 二、固定資產變動情形

### ▲107年零售業固定資產（不含土地）增購額709億元，主要購置機械雜項設備

107年零售業固定資產（不含土地）增購額709億元，年增3.5%，其中機械雜項設備增購314億元，占44.3%，房屋營建工程206億元，占29.1%，交通運輸設備增購118億元，占16.6%，未完工程及預付購置設備增購71億元，占10.0%。

按業別觀察，以綜合商品零售業增購207億元最多，主因部分百貨業者進行改裝，加上超商業者成立自動化物流中心所致；汽機車及其零配件用品零售業增購148億元次之；食品飲料及菸草製品零售業增購74億元再次之，三者合占零售業固定資產（不含土地）增購額60.4%。

與106年比較，以綜合商品零售業增幅最大，年增26.0%；汽機車及其零配件用品零售業成長14.7%次之；其他非店面零售業投資放緩，年減34.9%最多；資通訊及家電設備零售業年減23.5%，主因部分業者近年逐漸朝向電子商務銷售平台拓展，實體店面展店速度趨緩所致。

## 107 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
<b>零售業</b>	<b>709</b>	<b>206</b>	<b>118</b>	<b>314</b>	<b>71</b>
綜合商品零售業	207	28	4	149	26
食品、飲料及菸草製品零售業	74	25	14	32	3
布疋及服飾品零售業	67	34	3	28	2
家庭器具及用品零售業	48	20	6	21	1
藥品、醫療用品及化粧品零售業	49	26	4	18	1
文教育樂用品零售業	26	18	1	2	5
建材零售業	4	0	2	1	1
燃料零售業	24	4	6	13	1
資通訊及家電設備零售業	25	13	2	8	2
汽機車及其零配件、用品零售業	148	32	71	18	27
其他專賣零售業	13	1	1	10	1
其他非店面零售業	25	6	3	15	2

## 三、商品銷售結構

## ▲107 年零售業銷售商品以汽機車及零件類最多

107 年零售業之商品銷售結構就總額觀察，以汽機車及零件類占 19.5% 最高、食品類占 15.2% 居次，其餘占 1 成以上依序為：飲料、菸酒類占 12.2%、家庭器具類占 11.9%、衣著及服飾配件類占 11.7%。

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 37.1%）為主，家庭器具（占 16.4%）次之，餐飲服務（占 16.1%）居第三，藥品化粧品清潔用品則占 13.0%；超級市場業主要以販售食品類（占 52.3%）為主，飲料、菸酒類（占 17.1%），其次為家庭器具（占 14.3%）。

便利商店業以飲料、菸酒類（占 65.1%）為主，食品類（占 29.1%）次之；量販業以食品類（占 41.1%）為首，家庭器具（占 21.1%）次之，飲料、菸酒類（占 10.8%）再次之；其他綜合商品零售業以藥品及化粧品清潔用品（占 23.8%）、飲料、菸酒類（占 26.1%）為主，其次占 1 成以上者依序為：衣著及服飾配件（占 17.1%）、食品類（占 10.3%）、家庭器具（占 10.2%）。

其他非店面零售業以食品類（占 23.6%）為主，其次為資通訊產品（占 20.1%）、

家庭器具(占 18.7%)，若與上年比較，以資通訊產品銷售占比增加 4.3 個百分點最大。

### 107 年零售業銷售商品結構(金額占比)

單位：%

	零售業	零售業						其他非 店面零 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	100.0
食品類	15.2	25.0	5.1	52.3	29.1	41.1	10.3	23.6
飲料、菸酒類	12.2	25.4	0.2	17.1	65.1	10.8	26.1	2.7
衣著及服飾配件	11.7	15.2	37.1	4.6	0.0	5.8	17.1	10.6
家庭器具	11.9	11.4	16.4	14.3	0.2	21.1	10.2	18.7
藥品及化粧清潔 用品	9.4	9.7	13.0	8.5	2.4	9.0	23.8	13.6
文教及娛樂用品	2.5	2.5	2.8	0.0	2.8	3.5	3.3	5.0
住宅裝修材料及用 品類	0.6	0.2	0.2	0.0	0.0	1.1	0.2	0.6
汽油、柴油、木炭、 桶裝瓦斯、機油	5.2	0.0	0.0	0.1	0.0	0.1	0.0	0.0
資通訊產品	6.1	1.6	2.4	0.0	0.0	4.4	3.0	20.1
汽機車及零件	19.5	0.1	0.0	0.0	0.0	0.7	0.1	0.9
餐飲服務	2.6	5.5	16.1	0.2	0.0	0.6	1.9	0.2
其他商品	3.2	3.3	6.5	2.9	0.4	1.9	4.0	3.9

說明：以回表樣本金額計算。

## 四、商品銷售管道

### ▲107 年零售業之商品銷售管道以實體店面為主

107 年零售業之商品銷售管道，超過 9 成以實體店面銷售為主，惟較 106 年降低 1.3 個百分點；透過電子商務銷售者占 6.9%，較 106 年提高 1.2 個百分點；透過直銷或傳銷販售占比維持 1.0%。

依業別觀察，其他非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 69.1%最高，利用電視購物台者占 8.3%，透過直銷或傳銷者占 11.9%，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、資通訊家電設備零售業，因業者積極布局拓展，電子商務比重分別較 106 年增加 3.2 及 3.1 個百分點，其他非店

(16)

面零售業則因行動購物持續提升商品齊全度，並強化物流服務，較 106 年增加 1.1 個百分點。

### 零售業商品銷售管道(金額占比)

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
<b>106 年</b>	<b>100.0</b>	<b>92.0</b>	<b>5.7</b>	<b>0.5</b>	<b>0.1</b>	<b>0.1</b>	<b>1.0</b>	<b>0.6</b>
<b>107 年</b>	<b>100.0</b>	<b>90.7</b>	<b>6.9</b>	<b>0.7</b>	<b>0.1</b>	<b>0.1</b>	<b>1.0</b>	<b>0.6</b>
綜合商品零售業	100.0	99.0	0.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.4
食品、飲料及菸草製品零售業	100.0	93.6	3.9	0.6	0.1	0.0	0.6	1.2
布疋及服飾品零售業	100.0	95.4	4.4	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0
家庭器具及用品零售業	100.0	96.9	2.2	0.0	0.0	0.0	0.4	0.5
藥品、醫療用品及化粧品零售業	100.0	95.7	3.3	0.1	0.0	0.0	0.0	0.9
文教育樂用品零售業	100.0	92.4	5.3	0.4	0.0	0.5	0.6	0.8
建材零售業	100.0	94.3	5.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
燃料零售業	100.0	99.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1
資通訊及家電設備零售業	100.0	90.7	6.6	0.1	0.0	0.0	0.0	2.7
汽機車及其零配件、用品零售業	100.0	99.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
其他專賣零售業	100.0	98.7	1.2	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0
其他非店面零售業	100.0	6.5	69.1	8.3	1.0	1.0	11.9	2.2
電子購物及郵購業	100.0	1.7	83.1	11.1	1.2	0.0	0.0	2.8

說明：以回表樣本金額計算。

#### ▲零售業約 3 成 5 廠商有透過電子商務進行銷售，以從事 5 年~未滿 10 年者比率最高

零售業有 34.6%業者有透過電子商務進行銷售，以從事 5 年~未滿 10 年者占比達 32%最高，3 年~未滿 5 年者占 24.1%次之，1 年~未 3 年者占 22.0%居第三。

就行業別觀察，其他非店面零售業有 73.1%的業者透過電子商務進行銷售；布疋及服飾品零售業則逾 5 成；汽機車及其零配件用品零售業中透過電子商務進行銷售者僅占 6.5%，主因汽、機車價格較高，消費者多半需親臨門市試乘或體驗才會購買。

## 零售業有無透過電子商務進行銷售(家數占比)

單位：%

	無	有							20年 以上
			未滿 1年	1年~ 未滿 3年	3年~ 未滿 5年	5年~ 未滿 10年	10年~ 未滿 20年		
<b>零售業</b>	<b>65.4</b>	<b>34.6</b>	<b>6.0</b>	<b>22.0</b>	<b>24.1</b>	<b>32.0</b>	<b>15.5</b>	<b>0.3</b>	
綜合商品零售業	73.5	26.5	9.1	25.0	31.8	29.5	4.5	0.0	
食品、飲料及菸草製品零售業	64.0	36.0	8.5	16.9	28.8	33.9	11.9	0.0	
布疋及服飾品零售業	48.8	51.2	1.6	38.1	23.8	27.0	9.5	0.0	
家庭器具及用品零售業	72.2	27.8	8.6	34.3	17.1	31.4	8.6	0.0	
藥品、醫療用品及化粧品零售業	50.8	49.2	10.0	16.7	33.3	33.3	6.7	0.0	
文教育樂用品零售業	52.9	47.1	3.0	15.2	21.2	45.5	15.2	0.0	
建材零售業	78.6	21.4	33.3	33.3	0.0	33.3	0.0	0.0	
燃料零售業	100.0	0.0	-	-	-	-	-	-	
資通訊及家電設備零售業	58.1	41.9	7.7	15.4	26.9	34.6	15.4	0.0	
汽機車及其零配件、用品零售業	93.5	6.5	14.3	42.9	14.3	14.3	14.3	0.0	
其他專賣零售業	79.0	21.0	7.7	38.5	30.8	23.1	0.0	0.0	
其他非店面零售業	26.9	73.1	1.5	5.9	16.2	32.4	42.6	1.5	

## 五、消費者付款方式

## ▲107年零售業之消費者付款方式以現金為主，信用卡為輔

107年零售業之消費者付款仍有37.6%來自現金，惟隨金融機構積極拓展信用卡業務，加上部分零售業者強化與銀行合作發行聯名卡的影響下，信用卡消費占比已趨近於現金，達37.0%，支票、轉帳匯款則占19.4%，儲值卡占2.2%，行動支付工具占1.1%，便利商店代收占0.7%。

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、家庭器具及用品零售業、建材零售業、其他非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68.6%，結構異於其他零售業者。

## 零售業之消費者付款方式(金額占比)

	合計	現金	信用卡	支票、轉帳、匯款	儲值卡 (如悠遊卡)	便利商店代收	行動支付	其他
<b>106年</b>	<b>100.0</b>	<b>41.1</b>	<b>36.8</b>	<b>17.8</b>	<b>1.5</b>	<b>0.5</b>	<b>0.6</b>	<b>1.7</b>
<b>107年</b>	<b>100.0</b>	<b>37.6</b>	<b>37.0</b>	<b>19.4</b>	<b>2.2</b>	<b>0.7</b>	<b>1.1</b>	<b>2.0</b>
綜合商品零售業	100.0	51.9	37.4	1.1	4.5	0.0	1.5	3.6
百貨公司業	100.0	19.0	69.3	0.5	0.3	0.0	2.0	9.0
超級市場業	100.0	76.3	14.0	0.2	8.4	0.0	0.8	0.3
連鎖式便利商店業	100.0	87.3	1.3	0.0	10.0	0.0	0.7	0.8
零售式量販業	100.0	33.5	55.9	6.5	0.7	0.0	0.9	2.5
其他綜合商品零售業	100.0	37.2	56.8	0.9	0.3	0.0	4.0	0.8
食品飲料及菸草製品零售業	100.0	58.2	20.6	19.6	0.5	0.0	0.8	0.2
布疋及服飾品零售業	100.0	24.2	46.1	26.4	0.3	0.0	1.0	1.9
家庭器具及用品零售業	100.0	24.2	54.1	19.9	0.0	0.0	1.5	0.2
藥品醫療用品及化粧品零售業	100.0	47.2	38.6	11.5	0.4	0.0	1.6	0.7
文教育樂用品零售業	100.0	37.8	41.2	18.6	0.5	0.0	0.6	1.4
建材零售業	100.0	29.4	62.9	7.7	0.0	0.0	0.0	0.0
燃料零售業	100.0	40.1	34.0	24.8	0.6	0.0	0.0	0.4
資通訊及家電設備零售業	100.0	31.3	46.6	20.5	0.0	0.0	0.7	0.9
汽機車及其零配件用品零售業	100.0	16.7	14.4	68.6	0.1	0.0	0.2	0.0
其他專賣零售業	100.0	42.0	42.1	13.9	0.0	0.0	1.7	0.3
其他非店面零售業	100.0	15.0	68.7	5.2	0.0	7.9	2.0	1.3

說明：以回表樣本金額計算。

## 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」

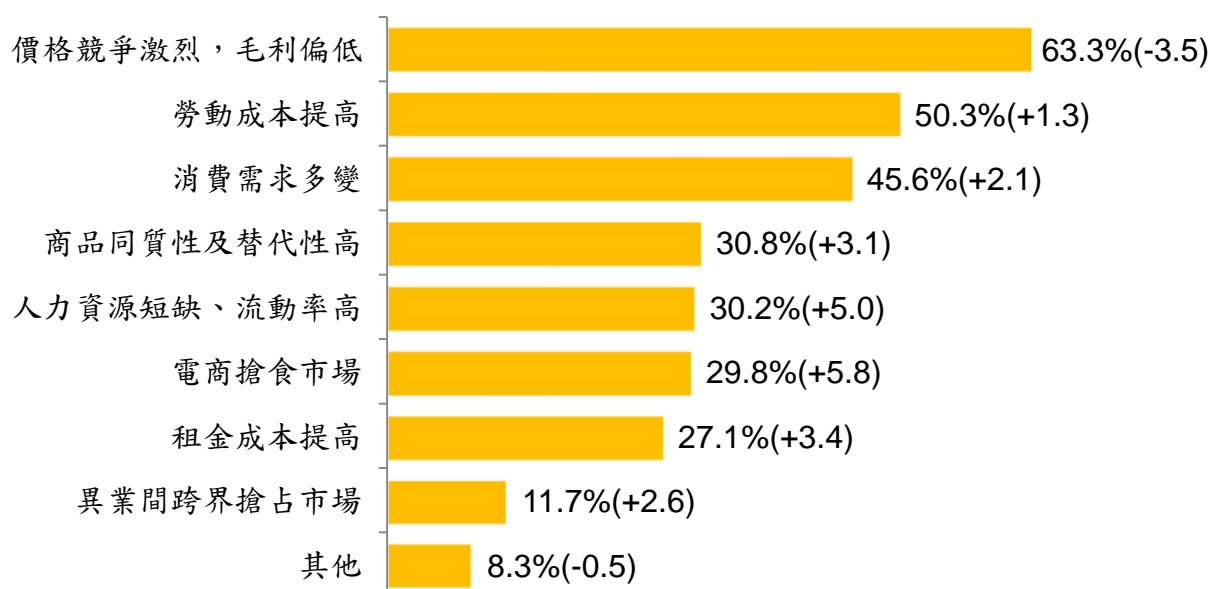
零售業者目前經營上遭遇的困境，主要為「價格競爭激烈，毛利偏低」，占 63.3%，其次為「勞動成本提高」，占 50.3%，「消費需求多變」占 45.6%再次之，其餘占 2 成以上者依序為：「商品同質性及替代性高」占 30.8%，「人力資源短缺、流動率高」占 30.2%，「電商搶食市場」占 29.8%，「租金成本提高」占 27.1%。

與 107 年調查結果相比，因電子商務蓬勃發展，「電商搶食市場」增加 5.8 個百分點最多，「人力資源短缺、流動率高」增加 5.0 個百分點次之。

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 72.3%；超級市場、便利商店業因基本工資調漲，以「勞動成本提高」為主要經營困境，占比分別為 82.8%及 100.0%；量販業以「價格競爭激烈，毛利偏低」為最首要困境，占比達 100.0%，

「異業間跨界搶占市場」及「電商搶食市場」均占 83.3% 為次要營業困境，顯示量販店受到人口結構轉變（少子化，購買份量不需太多）、超市快速展店及電商瓜分市場影響較大；其餘各業多以「價格競爭激烈，毛利偏低」為主要經營困境。

### 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。

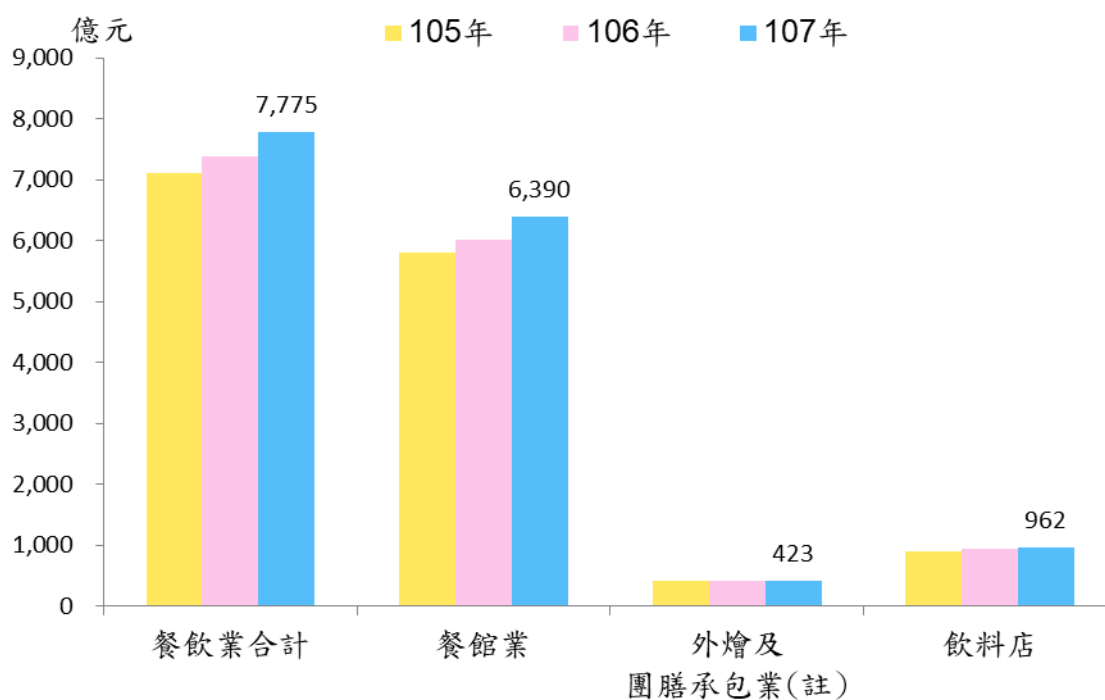
## 參、餐飲業

### 一、全年損益

#### ▲107年餐飲業營業收入達7,775億元，較106年成長5.4%

隨經濟結構與生活型態轉變，外食人口增加，再加上觀光旅遊挹注，帶動餐飲消費需求擴增，107年餐飲業營業收入總額達7,775億元，創歷年新高，年增5.4%，其中餐館業營業收入為6,390億元，年增6.1%，占82.2%最高。

#### 近年餐飲業收入概況



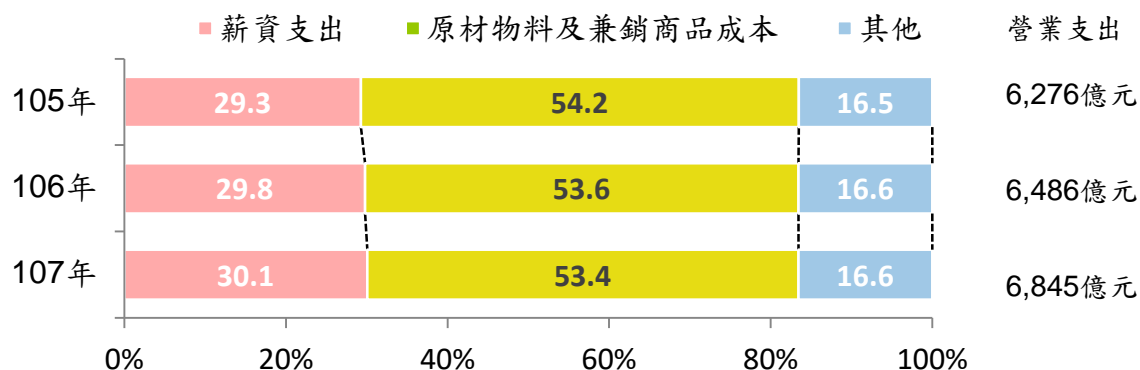
註：外燴及團膳承包業包含餐飲承包服務(如宴席承辦、團膳供應等)及基於合約僅對特定對象供應餐食之學生或員工餐廳。



### ▲107年餐飲業營業支出為6,845億元，較106年增加5.5%

107年餐飲業營業支出總額達6,845億元；依支出結構觀察，原材物料及兼銷商品成本占53.4%，較106年減少0.2個百分點，薪資支出占30.1%，較106年增加0.3個百分點，其他支出占16.6%。

近年餐飲業營業支出概況



### ▲107年餐飲業營業淨利930億元，營業收益率12.0%

107年餐飲業因餐飲需求擴增，成本控管得宜，營業淨利為930億元，較106年增加4.7%，營業收益率12.0%持平。各業別中，餐館業營業收益率12.0%，較106年減少0.2個百分點；飲料店業為12.7%，較106年增加0.1個百分點。

餐飲業營業淨利

單位：億元；%

	106年		107年	
	營業淨利	營業收益率	營業淨利	營業收益率
餐飲業	888	12.0	930	12.0
餐館業	733	12.2	769	12.0
外燴及團膳承包業	38	9.1	39	9.2
飲料店業	118	12.6	123	12.7

註：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.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。

## 二、固定資產變動情形

### ▲107年餐飲業固定資產增購179億元，以機械雜項設備及房屋營建工程為主要投資項目

107年餐飲業固定資產增購179億元，其中投資機械雜項設備增購77億元，占43.1%，房屋營建工程73億元，占41.0%，兩者合占84.1%；按業別觀察，餐館業因拓展營業據點而增購139億元，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67億元及57億元；飲料店業增購19億元，外燴及團膳承包業增購21億元。

#### 107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	179	73	11	77	18
餐館業	139	67	6	57	9
外燴及團膳承包業	21	1	2	9	8
飲料店業	19	4	3	11	1

註：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。

## 三、營業收入結構

### ▲107年餐飲業營收主要來自餐飲收入，占93.2%

107年餐飲業營收結構主要為餐飲收入，占93.2%。依業別觀察，外燴及團膳承包業之餐飲收入占93.7%達最多，其次為飲料店業占93.4%，餐館業則占93.1%。

#### 107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	93.2	4.3	0.4	2.2
餐館業	100.0	93.1	4.3	0.4	2.2
外燴及團膳承包業	100.0	93.7	3.7	0.0	2.6
飲料店業	100.0	93.4	5.0	0.7	0.9

註：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。

## 四、營收之付款方式

### ▲107年餐飲業營收之付款方式以現金為主

107年餐飲業營收付款方式主要為現金，占55.6%，其次為信用卡，占25.0%。依業別觀察，餐館業及飲料店業均以現金為主，分別占59.7%及65.5%，另飲料店業以儲值卡及行動支付比重分別達8.6%、3.6%，高於其他二者；外燴及團膳承包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85.9%。

### 107年餐飲業營收之付款方式

單位：%

	合計	現金	信用卡	支票、 轉帳、 匯款	儲值卡 (如悠遊 卡、一卡 通)	行動 支付	現金 禮券 商品券	其他
<b>餐飲業</b>	<b>100.0</b>	<b>55.6</b>	<b>25.0</b>	<b>12.0</b>	<b>2.7</b>	<b>1.2</b>	<b>2.5</b>	<b>1.0</b>
餐館業	100.0	59.7	29.3	3.6	2.3	1.1	2.7	1.2
外燴及團膳承包業	100.0	12.9	0.8	85.9	0.1	0.0	0.2	0.0
飲料店業	100.0	65.5	16.5	2.8	8.6	3.6	3.1	0.0

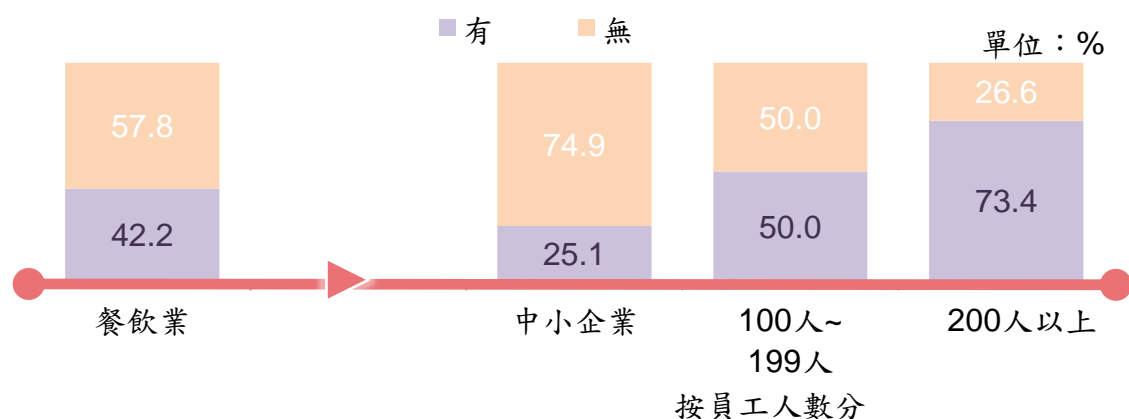
註：外燴及團膳承包業包含餐飲承包服務(如宴席承辦、團膳供應等)及基於合約僅對特定對象供應餐食之學生或員工餐廳。

## 五、展店意願

### ▲餐飲業未來有國內展店計畫占4成2

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7成3最高，介於100人至199人者占50.0%，而100人以下者則占25.1%，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

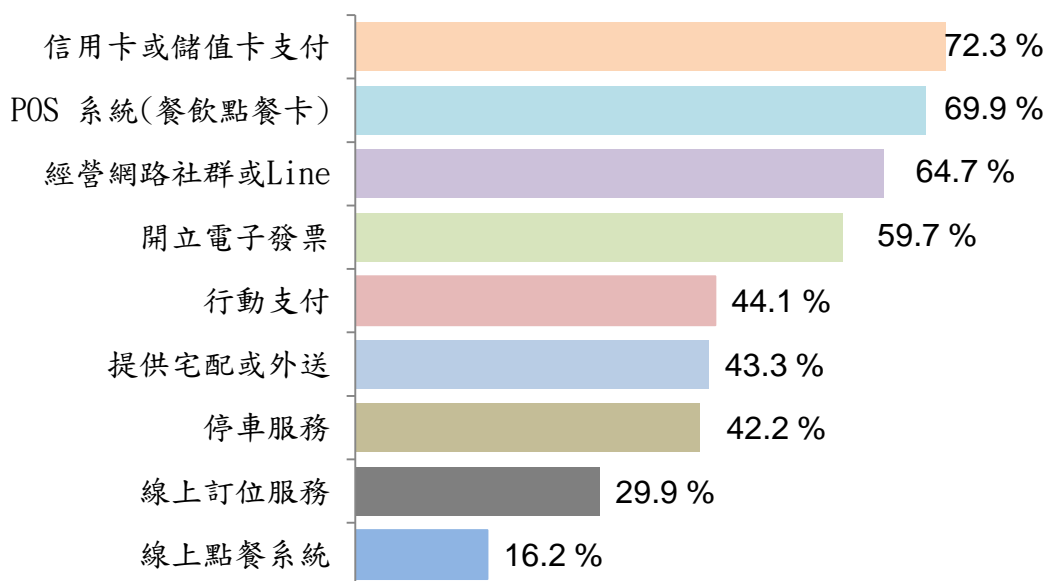


## 六、餐飲業提供之服務

### ▲餐飲業提供信用卡或儲值卡支付服務者占逾7成

餐飲業提供的各項服務中，「信用卡或儲值卡支付」占 72.3%最高，「POS 系統(餐飲點餐卡)」占 69.9%次之，「經營網路社群或 Line」占 64.7%再次之，「開立電子發票」占 59.7%，「行動支付」、「提供宅配或外送」與「停車服務」均占逾 4 成。

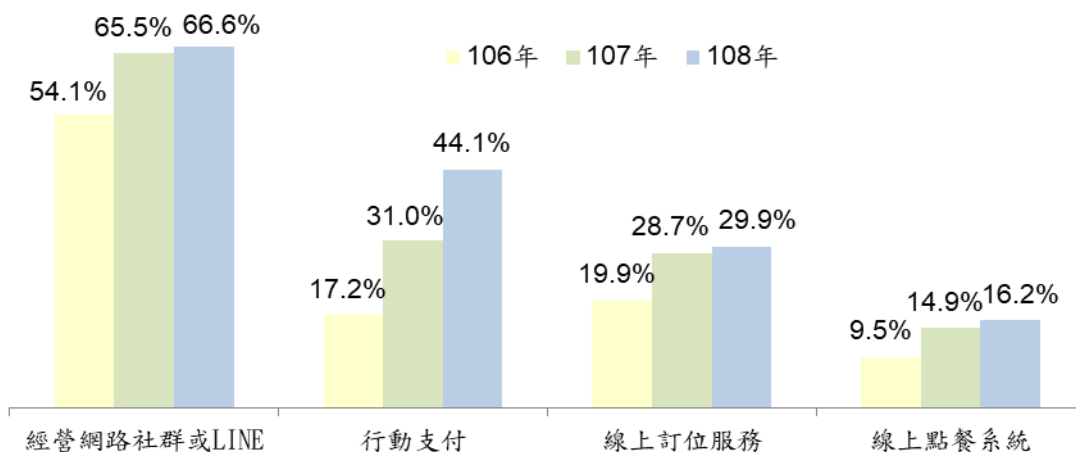
餐飲業提供的各項服務



### ▲近 6 成 7 餐飲業者經營網路社群或 LINE

108 年經營網路社群或 LINE 的業者占 66.6%，提供行動支付服務占 44.1%，提供線上訂位、點餐分別占 29.9%、16.2%，其中行動支付較上年提高 13.1 個百分點為最多，顯示未來在行動生活趨勢帶動下，可望提升餐飲業數位服務。

餐飲業提供的數位服務



## 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(複選)主要為人事成本過高、人員流動率高及食材成本波動大，均占逾5成

餐飲業者目前經營面臨的困難，前三項依序為：「人事成本過高」(占55.1%)、「人員流動率高」(占53.4%)及「食材成本波動大」(占50.4%)，另外「營業成本上升」、「同業間競爭激烈」與「租金成本高」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「人員流動率高」逾5成6最高，「人事成本過高」占52.9%次之，飲料店業者以「人事成本過高」占6成7最高，「人員流動率高」占54.6%次之，外燴及團膳承包業者以「食材成本波動大」占80.0%最高。

### 餐飲業在經營上遭遇的困境(可複選)

單位：%

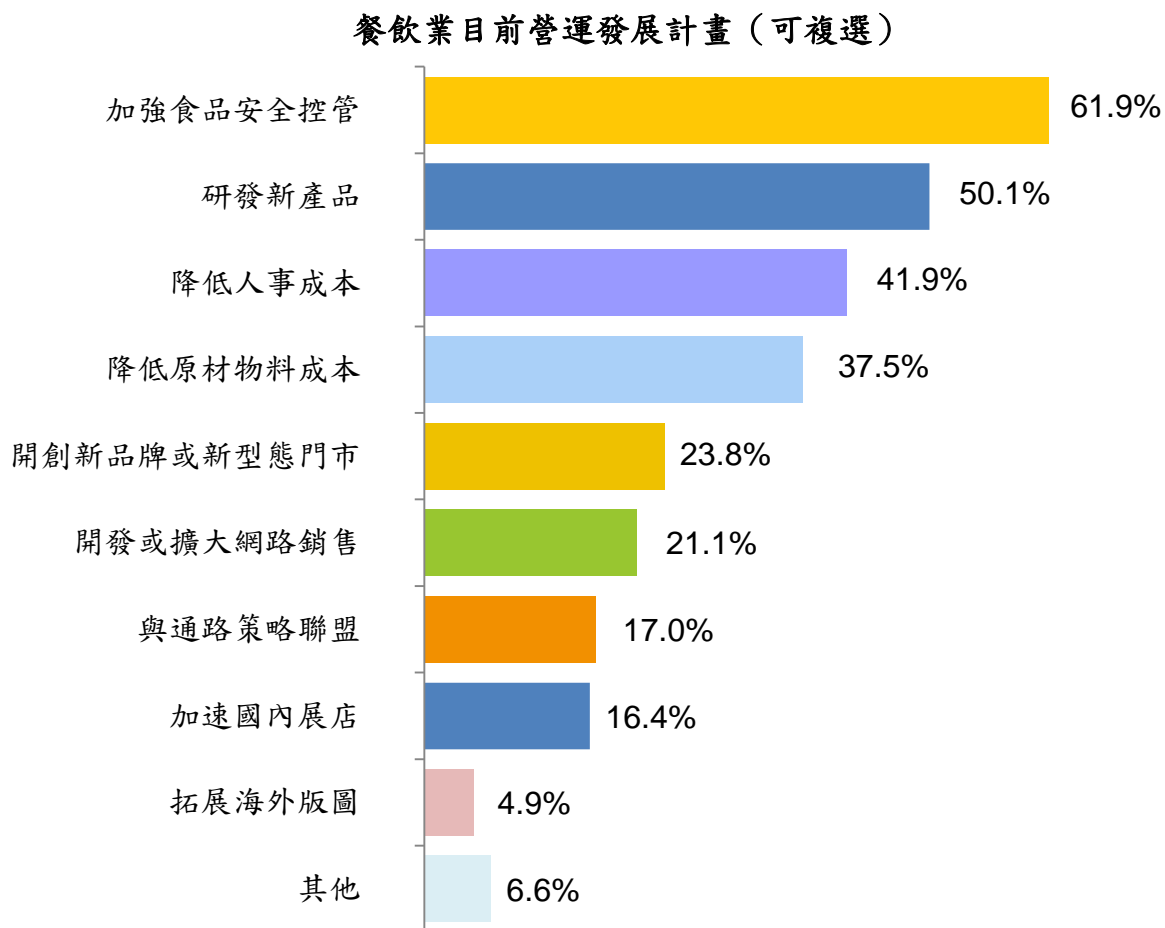
	餐飲業			
	餐館業	外燴及團膳承包業	飲料店業	
人事成本過高	55.1	52.9	50.9	66.7
人員流動率高	53.4	56.6	38.2	54.6
食材成本波動大	50.4	50.0	80.0	27.3
營業成本上升	49.3	51.6	49.1	40.9
同業間競爭激烈	48.0	52.1	32.7	45.5
租金成本高	45.2	51.6	10.9	50.0
人力短缺	38.1	38.9	32.7	39.4
消費者喜好變化快速	30.1	35.7	18.2	19.7
平價化，毛利降低	24.1	26.6	27.3	12.1
食材品質不易控制	14.5	13.5	21.8	12.1
找不到合適地點	14.0	17.6	1.8	10.6
受其他業(無店鋪等)競爭	7.1	7.0	5.5	9.1
海外業務控管困難	0.6	0.8	0.0	0.0
其他	5.2	5.3	5.5	4.6

註：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。

### ▲餐飲業目前營運發展計畫，主要為加強食品安全控管占61.9%最高

近年來食安問題屢見不鮮，消費者對食品的安全趨於重視，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2，表示「研發新產品」之業者占5成次之，表示「降低人事成本」之業者占4成2再次之，表示「拓

展海外版圖」之業者比率則占 4.9%。



## 八、經營形態

### ▲餐飲業全年無休者占 5 成 7，其中大企業超過 6 成 6

餐飲業全年無休者占 5 成 7，按企業規模觀察，大企業之 66.1%高於中小企業之 50.3%，中小企業週休 2 日比率較大企業高 10.9 個百分點；按業別觀察，餐館業及飲料店業全年無休者所占比率均逾 6 成，其中飲料店業全年無休者所占比率更高達 7 成 1，外燴及團膳承包業則以週休 2 日者占 76.4%較高。

#### 餐飲業經營形態—店休日數

單位：%

	合計					
		每週 1 日	每週 2 日	每月 1 日	全年無休	其他
餐飲業	100.0	2.7	22.7	1.1	57.3	16.2
按員工人數分						
中小企業	100.0	4.9	27.6	2.0	50.3	15.3
大企業	100.0	0.0	16.7	0.0	66.1	17.3
按業別分						
餐館業	100.0	1.6	12.3	0.0	63.1	23.0
外燴及團膳承包業	100.0	3.6	76.4	1.8	14.6	3.6
飲料店	100.0	6.1	16.7	4.6	71.2	1.5

註：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。

### ▲餐飲業營業時間 8 至 12 小時占 56.4%最多，24 小時營業僅占 2.7%

餐飲業營業時間 8 小時及以下者占 26.6%，8 小時以上至 12 小時者占 56.4%，12 小時以上至 18 小時者占 13.4%，24 小時營業者僅占 2.7%；其中餐館業及飲料店業營業 8~12 小時占比均逾 6 成，外燴及團膳承包業營業時間以 8 小時(含)內最高，占 74.6%。

#### 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	26.6	56.4	13.4	2.7	0.8
餐館業	100.0	19.3	63.1	13.9	2.9	0.8
外燴及團膳承包業	100.0	74.6	18.2	3.6	1.8	1.8
飲料店	100.0	13.6	63.6	19.7	3.0	0.0

註：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。