

# 批發、零售及餐飲業經營實況調查報告

民國 111 年

Trade and Food Services Operations Surveys

2022

經濟部統計處 編印

Department of Statistics, Ministry of Economic Affairs

中華民國 111 年 10 月出版

October 2022

# 目 次

第壹章、調查概要 .....	(1)
第貳章、提要分析 .....	(3)
壹、批發業 .....	(3)
一、營業收入 .....	(3)
二、商品銷售結構及銷售對象 .....	(4)
三、商品進貨來源 .....	(6)
四、經營困境與營運發展計畫 .....	(7)
五、未來希望拓銷的海外市場 .....	(9)
貳、零售業 .....	(10)
一、營業收入 .....	(10)
二、商品進貨來源 .....	(11)
三、消費者付款方式 .....	(12)
四、商品銷售結構 .....	(14)
五、經營困境 .....	(15)
六、發展之營運策略 .....	(16)
參、餐飲業 .....	(17)
一、營業收入 .....	(17)
二、營業收入結構 .....	(17)
三、營收之付款方式 .....	(18)
四、原物料及食材供應來源 .....	(19)
五、提供之服務 .....	(19)
六、經營困境與營運發展計畫 .....	(20)
七、經營型態 .....	(22)
第參章、統計結果表	
表 1 批發業商品銷售對象—按小類分 .....	1
表 2 批發業商品進貨來源—按小類分 .....	3
表 3 批發業各類商品銷售比率—按小類分 .....	5
表 4 批發業經營上遭遇的困境—按小類及員工人數分(複選) .....	7
表 5 批發業營運發展計畫—按小類及員工人數分(複選) .....	9
表 6 批發業希望拓銷海外市場—按小類及員工人數分(複選) .....	11
表 7 零售業商品進貨來源—按小類分 .....	13
表 8 零售業消費者付款方式—按小類分 .....	15
表 9 零售業各類商品銷售比率—按小類分 .....	17

表 10	零售業經營上遭遇的困境—按小類及員工人數分(複選) .....	21
表 11	零售業有無發展營運策略—按小類及員工人數分 .....	22
表 12	餐飲業營運型態—按小類及員工人數分 .....	24
表 13	餐飲業連鎖加盟情形—按小類及員工人數分 .....	27
表 14	餐飲業之營業收入結構—按小類及員工人數分 .....	28
表 15	餐飲業消費者付款方式—按小類及員工人數分 .....	29
表 16	餐飲業原物料及食材供應來源—按小類及員工人數分 .....	30
表 17	餐飲業有無提供各項服務—按小類及員工人數分 .....	31
表 18	餐飲業經營上遭遇的困境—按小類及員工人數分(複選) .....	33
表 19	餐飲業營運發展計畫—按小類及員工人數分(複選) .....	35

### 附錄、批發、零售及餐飲業經營實況調查表

## 第壹章、調查概要

一、調查目的：為了解國內批發、零售及餐飲業業者之營運變動，蒐集全年收入、進貨來源、經營困境和營運計畫等資料，以供政府釐訂經濟決策及施政之參據。

二、調查區域範圍及對象：

(一)、調查區域範圍：本調查之區域範圍為臺閩地區。

(二)、調查對象：凡調查範圍內，從事批發、零售及餐飲業交易活動之公司行號，且設有固定營業場所之企業單位，均列為本調查之對象。

三、調查項目：

(一)、公司基本資料(含員工人數、會計制度及經營型態等)

(二)、全年營業收入

(三)、商品銷售對象占比

(四)、商品進貨來源占比

(五)、各類商品及服務銷售占比

(六)、電腦軟體、資料庫購買支出金額

(七)、全年專業技術交易金額

(八)、電子商務交易概況

(九)、營業收入項目占比

(十)、營業收入按消費者付款方式占比

(十一)、原物料及燃料耗用金額

(十二)、原物料及食材供應來源占比

(十三)、公司所提供的服務項目

(十四)、公司經營上遭遇的困境

(十五)、公司營運發展計畫

(十六)、公司希望加強拓銷的海外市場

(2)

**四、資料標準時期：**以調查年 5 月底為調查標準日，凡屬靜態資料均以標準日為準，動態資料則以 110 年 1 月 1 日至 12 月 31 日合計數為準。

**五、實施調查期間及進度：**

(一)、實施調查期間：調查年 6 月 1 日至 8 月 31 日止。

(二)、調查進度

1. 調查規劃設計：調查年 4 月 30 日前完成。

2. 調查、審核及複審：調查年 6 月 1 日至 8 月 15 日止。

3. 資料處理統計：調查年 8 月 16 日至 10 月 31 日止。

**六、調查方法：**採郵寄調查方式辦理，兼採傳真、網路調查。

**七、抽樣設計：**

(一)、母體：以最新之工業及服務業普查綜合資料檔為主，編訂母體檔。

(二)、抽樣方法：按「中華民國行業標準分類」將批發業按小類別，零售業中除綜合商品零售業按細類別，以及 487 其他非店面零售業增列 4871 電子購物及郵購業細類別外，餘按小類別；餐飲業按細類別 5611 餐館業、5620 外燴及團膳承包業及 5631 飲料店業，以普查全年營業收入為基準，各業採用「分業截斷抽樣法」，共抽取樣本約 3,800 家。

(三)、估計方法：

1. 樣本屬性分類：依受查廠商所從事之最主要經濟活動屬性，按「中華民國行業標準分類」將其分類至第 3 位數之小業別，並另依受查廠商員工人數多寡分類。

2. 家數百分比：調查項目之選項的家數百分比係以選取該問項之樣本家數除以回答該題之全部有效家數後，再乘以 100% 得之。

3. 金額百分比：調查項目之選項的金額百分比係以回表樣本在該選項之百分比乘以回表樣本的營業收入，將其加總後除以全部回表樣本之營業收入總合得之。

**八、辦理機關：**經濟部統計處。

## 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 111 年 6 月辦理「批發、零售及餐飲業經營實況調查」，調查家數計 3,865 家，回收有效樣本為 3,803 家，回表率 98.4%。茲將調查統計結果分述如次：

### 壹、批發業

#### 一、營業收入

##### ▲ 110 年批發業營業收入為 12 兆 1,641 億元，較 109 年增加 15.8%

110 年批發業營業收入為 12 兆 1,641 億元，較 109 年增加 15.8%，其中機械器具批發業因疫情催升宅經濟及遠距應用商機，帶動筆電、電腦、平板、網通設備等需求，年增 20.6%；建材批發業受惠廠辦、營建工程需求擴增，加以鋼品價格續居高檔，年增 32.5%；化學原材料及其製品批發業因市場需求暢旺，石化及塑膠產品價量齊揚，年增 26.2% (詳表 1)。

表 1、近 3 年批發業營業收入概況

單位：億元；%

	108 年	109 年	110 年		
			結構比	年增率	
<b>批發業</b>	<b>102,495</b>	<b>105,066</b>	<b>121,641</b>	<b>100.0</b>	<b>15.8</b>
商品經紀業	445	423	472	0.4	11.5
綜合商品批發業	2,705	2,742	3,031	2.5	10.6
農產原料及活動物批發業	741	687	804	0.7	17.0
食品、飲料及菸草製品批發業	12,010	11,823	12,125	10.0	2.6
布疋及服飾品批發業	3,998	3,452	3,604	3.0	4.4
家用器具及用品批發業	5,770	6,149	6,591	5.4	7.2
藥品、醫療用品及化粧品批發業	6,398	6,824	7,247	6.0	6.2
文教育樂用品批發業	1,791	1,830	2,103	1.7	14.9
建材批發業	10,964	10,757	14,248	11.7	32.5
化學原材料及其製品批發業	5,386	5,241	6,614	5.4	26.2
燃料及相關產品批發業	944	563	679	0.6	20.5
機械器具批發業	39,905	42,961	51,807	42.6	20.6
汽機車及其零配件、用品批發業	7,976	8,321	8,334	6.9	0.2
其他專賣批發業	3,463	3,292	3,983	3.3	21.0

(4)

## 二、商品銷售結構及銷售對象

### ▲110年批發業商品銷售結構以資通訊產品及機械器具為大宗

110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41.8%，其中電子零組件產品占比高達31.4%，其次為建築材料(占12.2%)，汽機車及零件(占7.1%)居第3(詳表2)。

表2、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	化學原材料及製品	其他
		電子零組件	其他						
109年	100.0	40.0	29.4	10.6	10.8	8.1	7.4	5.8	27.9
110年	100.0	41.8	31.4	10.4	12.2	7.1	6.6	6.3	26.0

### ▲110年批發業銷售對象內銷占65.7%，外銷占34.3%

110年批發業銷售對象內銷占65.7%，以「貿易、批發及零售商」43.7%為主要銷售對象，其次為「生產者」18.8%，「政府、一般民眾」3.2%居第3；外銷則占34.3%，以「中國大陸(含港澳)」21.0%為主，其次為「東南亞」4.2%，「美國」4.1%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98.4%最高，主要售予「貿易、批發及零售商」(占50.8%)；外銷以機械器具批發業占56.5%最高，主要銷往「中國大陸(含港澳)」(占43.8%)最多(詳表3)。

表 3、110 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、零售商	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
<b>批發業</b>	<b>100.0</b>	<b>65.7</b>	<b>18.8</b>	<b>43.7</b>	<b>3.2</b>	<b>34.3</b>	<b>21.0</b>	<b>1.1</b>	<b>0.5</b>	<b>4.2</b>	<b>2.1</b>	<b>4.1</b>	<b>1.3</b>
商品經紀業	100.0	47.6	20.3	19.6	7.7	52.4	13.8	0.9	0.7	1.0	28.8	6.2	1.0
綜合商品批發業	100.0	70.8	11.8	54.4	4.6	29.2	1.5	4.4	0.6	3.7	1.8	12.5	4.7
農產原料及活動物批發業	100.0	92.7	39.6	37.0	16.1	7.3	0.9	0.9	0.1	1.9	1.2	1.6	0.6
食品飲料及菸草製品批發業	100.0	90.8	4.9	82.1	3.7	9.2	1.4	0.5	0.0	2.8	1.0	2.4	1.0
布疋及服飾品批發業	100.0	66.5	13.7	31.1	21.7	33.5	4.8	0.1	0.8	16.1	1.8	7.9	2.1
家庭器具及用品批發業	100.0	85.0	2.1	69.8	13.1	15.0	5.2	0.3	0.0	0.1	1.9	6.2	1.3
藥品醫療用品及化粧品批發業	100.0	98.4	44.3	50.8	3.3	1.6	0.3	0.1	0.0	0.3	0.7	0.2	0.0
文教、育樂用品批發業	100.0	50.4	3.9	43.2	3.3	49.6	2.1	2.4	0.1	4.0	20.4	15.8	4.8
建材批發業	100.0	76.5	26.5	48.7	1.2	23.5	1.6	0.8	0.1	4.7	3.5	10.8	1.9
化學材料及其製品批發業	100.0	69.0	42.5	26.1	0.3	31.0	20.7	1.9	0.3	3.9	1.8	0.7	1.7
燃料及相關產品批發業	100.0	80.8	38.5	40.7	1.6	19.2	2.3	1.0	1.5	1.8	1.3	3.2	8.2
機械器具批發業	100.0	43.5	16.3	25.8	1.4	56.5	43.8	1.5	0.9	5.3	1.5	2.5	1.0
汽機車及其零配件用品批發業	100.0	92.7	1.3	88.9	2.4	7.3	0.2	0.7	0.0	0.3	1.4	4.0	0.8
其他專賣批發業	100.0	82.6	53.2	29.3	0.1	17.4	9.8	0.2	0.4	5.5	0.8	0.3	0.4



(6)

### 三、商品進貨來源

#### ▲110年批發業向海外進貨占57.7%，向國內採購占42.3%

110年批發業向國內採購占進貨金額42.3%，其中購自「生產者」占22.0%最多，其次為「貿易、批發、零售商」20.2%；向海外採購占57.7%，以「中國大陸(含港澳)」14.5%占比最高，「東南亞」12.9%次之，「日本」11.1%居第3。

若觀察110年各業採購情形，向國內採購以建材批發業占75.5%最高，主要來自「生產者」(占49.4%)；向國外採購以機械器具批發業占75.5%最高，主要購自「中國大陸(含港澳)」(占20.9%)最多(詳表4)。

表4、110年批發業商品進貨來源(進貨金額占比)

單位：%

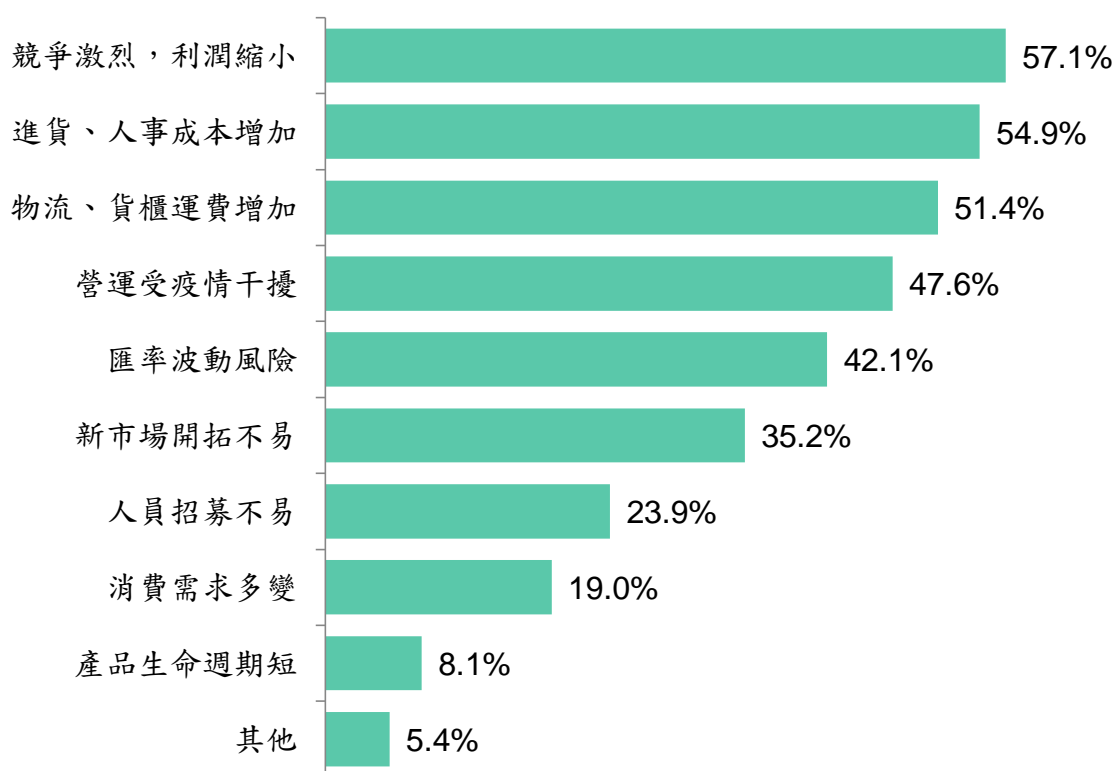
	合計	國內採購				海外採購							
		小計	生產者	貿易、批發、零售商	其他	小計	中國大陸(含港澳)	日本	南韓	東南亞	歐洲	美國	其他地區
<b>批發業</b>	<b>100.0</b>	<b>42.3</b>	<b>22.0</b>	<b>20.2</b>	<b>0.1</b>	<b>57.7</b>	<b>14.5</b>	<b>11.1</b>	<b>7.6</b>	<b>12.9</b>	<b>5.8</b>	<b>4.3</b>	<b>1.5</b>
商品經紀業	100.0	33.5	20.1	13.4	0.0	66.5	39.6	8.5	7.5	0.0	2.6	6.6	1.7
綜合商品批發業	100.0	71.9	17.7	54.2	0.0	28.1	10.5	6.8	0.6	6.1	0.8	2.4	0.8
農產原料及活動物批發業	100.0	43.5	7.4	36.1	0.0	56.5	4.1	0.3	0.1	8.9	4.2	18.6	20.2
食品飲料及菸草製品批發業	100.0	65.5	35.5	30.0	0.0	34.5	3.9	2.1	2.2	5.9	6.0	4.6	9.8
布疋及服飾品批發業	100.0	52.2	39.3	12.8	0.1	47.8	11.3	1.6	0.7	22.7	10.0	0.5	1.0
家庭器具及用品批發業	100.0	53.2	33.1	19.8	0.3	46.8	13.4	10.5	3.8	5.8	11.0	2.1	0.2
藥品醫療用品及化粧品批發業	100.0	66.9	16.5	50.4	0.0	33.1	2.5	3.8	0.0	4.9	19.3	2.3	0.3
文教、育樂用品批發業	100.0	55.4	32.2	23.2	0.0	44.6	21.1	13.8	0.4	6.7	1.8	0.8	0.0
建材批發業	100.0	75.5	49.4	25.9	0.2	24.5	8.5	2.2	1.0	8.9	1.5	0.7	1.5
化學材料及其製品批發業	100.0	53.3	39.0	14.3	0.0	46.7	16.2	13.0	1.9	4.8	3.6	6.1	1.0
燃料及相關產品批發業	100.0	61.0	24.7	36.3	0.0	39.0	3.5	3.6	0.9	29.3	1.1	0.7	0.0
機械器具批發業	100.0	24.5	11.2	13.1	0.2	75.5	20.9	13.1	13.5	19.2	2.5	5.8	0.5
汽機車及其零配件用品批發業	100.0	52.8	36.6	16.1	0.0	47.2	4.1	22.1	0.1	1.8	18.2	0.9	0.0
其他專賣批發業	100.0	63.8	37.0	26.6	0.2	36.2	12.9	4.1	1.7	7.1	2.0	3.1	5.1

#### 四、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」

111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5成7，其次為「進貨、人事成本增加」占54.9%，「物流、貨櫃運費增加」占51.4%居第3，其餘占比逾10%者依序為「營運受疫情干擾」占47.6%、「匯率波動風險」占42.1%、「新市場開拓不易」占35.2%、「人員招募不易」占23.9%、「消費需求多變」占19.0%。

圖 1、批發業經營上遭遇的困境(複選)



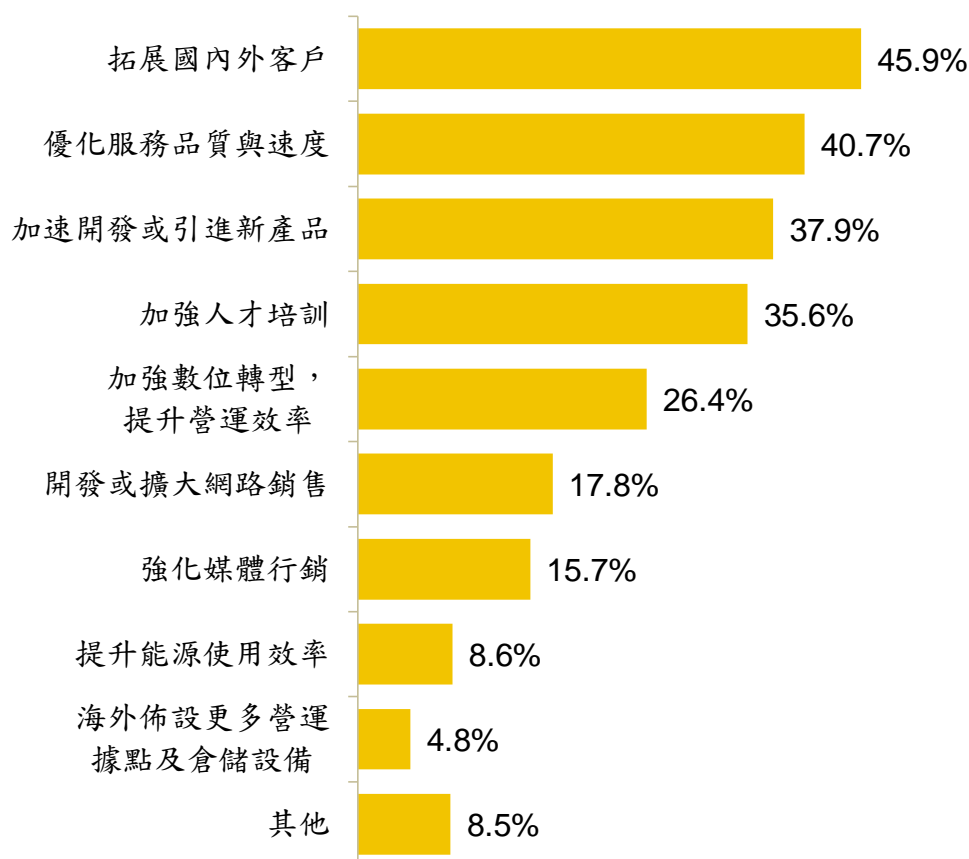
說明：以回表樣本家數計算。

(8)

### ▲批發業未來營運發展計畫，主要為「拓展國內外客戶」

111年5月批發業近4成6表示「拓展國內外客戶」為未來營運發展計畫重點，其次為「優化服務品質與速度」占比超過4成，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」約3成8居第3(詳圖2)。

圖2、批發業未來營運發展計畫(複選)



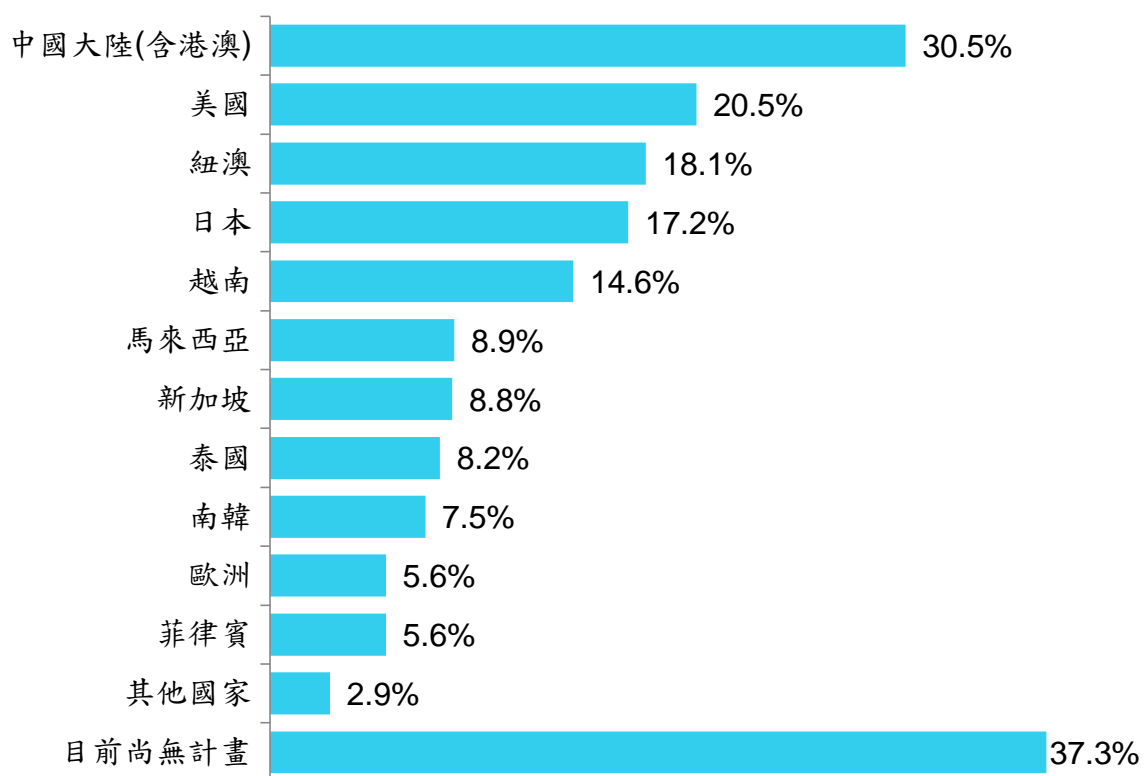
說明：以回表樣本家數計算。

## 五、未來希望拓銷的海外市場

▲批發業未來希望拓銷的海外市場，主要為「中國大陸(含港澳)」占3成

111年5月批發業者未來加強拓銷的海外市場，以「中國大陸(含港澳)」占30.5%最高，「美國」占20.5%次之，第三為「紐澳」占18.1%，另日本占17.2%、越南占14.6%，分居第4、5名(詳圖3)。

圖3、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。

## 貳、零售業

### 一、營業收入

#### ▲110年零售業營業收入為3兆9,855億元，較109年增加3.3%

110年零售業營業收入為3兆9,855億元，較109年增加3.3%，其中電子購物及郵購業年增18.3%，主因「宅經濟」持續發酵，推升營收續創新高；燃料及相關產品零售業年增15.8%，主因油品價格較上年成長所致；資通訊及家電設備零售業年增11.8%，主因疫情升溫，帶動遠端設備需求增加；其他綜合商品零售業年減10.1%，主因受疫情影響，邊境管制持續，致免稅店及其他綜合商品賣場業績下滑(詳表5)。

表5、近3年零售業營業收入概況

單位：億元；%

	108年	109年	110年	110年	
				結構比	年增率
<b>零售業</b>	<b>38,523</b>	<b>38,597</b>	<b>39,855</b>	<b>100.0</b>	<b>3.3</b>
綜合商品零售業	12,727	12,921	13,026	32.7	0.8
百貨公司	3,552	3,541	3,426	8.6	-3.2
超級市場	2,078	2,299	2,482	6.2	8.0
便利商店	3,316	3,610	3,614	9.1	0.1
量販店	2,101	2,287	2,439	6.1	6.6
其他	1,679	1,183	1,064	2.7	-10.1
食品、飲料及菸草製品零售業	2,880	2,800	2,851	7.2	1.8
布疋及服飾品零售業	2,835	2,880	2,941	7.4	2.1
家用器具及用品零售業	1,963	1,795	1,824	4.6	1.6
藥品、醫療用品及化粧品零售業	1,981	1,990	1,980	5.0	-0.5
文教育樂用品零售業	786	849	776	1.9	-8.6
建材零售業	451	470	469	1.2	-0.2
燃料及相關產品零售業	2,638	2,152	2,491	6.2	15.8
資通訊及家電設備零售業	2,379	2,403	2,687	6.7	11.8
汽機車及其零配件、用品零售業	6,373	6,601	6,607	16.6	0.1
其他專賣零售業	576	443	452	1.1	1.9
其他非店面零售業	2,934	3,293	3,752	9.4	14.0
電子購物及郵購業	2,078	2,412	2,854	7.2	18.3

## 二、商品進貨來源

### ▲110年零售業商品進貨來源以國內採購為主

110年零售業之商品進貨來源，有87.0%來自國內採購，其中以自貿易、批發、零售商進貨(占66.4%)最多，向生產者採購占20.6%次之；海外採購比率占13.0%，其中自日本採購占3.6%最高，歐洲占2.9%次之，美國及中國大陸(含港澳)分占2.6%及2.2%。

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63.4%，家庭器具及用品零售業占45.0%(詳表6)。

表6、110年零售業商品進貨來源

單位：%

	國內採購			海外採購							
	小計	生產者	貿易、批發、零售商	小計	中國大陸(含港澳)	日本	南韓	東南亞	歐洲	美國	其他
<b>零售業</b>	<b>87.0</b>	<b>20.6</b>	<b>66.4</b>	<b>13.0</b>	<b>2.2</b>	<b>3.6</b>	<b>0.7</b>	<b>0.8</b>	<b>2.9</b>	<b>2.6</b>	<b>0.1</b>
綜合商品零售業	91.6	12.4	79.2	8.4	0.4	1.0	0.6	0.4	1.6	4.4	0.0
百貨公司	99.8	0.0	99.8	0.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.1	0.0
超級市場	97.4	6.0	91.4	2.6	0.0	1.8	0.0	0.0	0.6	0.0	0.1
便利商店	100.0	34.4	65.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
量販店	75.6	4.4	71.2	24.4	1.1	1.5	2.0	0.5	4.1	15.2	0.0
其他	70.3	10.4	59.9	29.7	2.8	10.8	0.2	6.1	8.6	1.1	0.2
食品飲料及菸草業	89.0	30.3	58.7	11.0	0.1	2.2	3.2	0.3	4.1	1.2	0.0
布疋及服飾品業	36.6	7.2	29.3	63.4	23.1	1.8	0.2	7.2	30.4	0.2	0.5
家用器具及用品業	55.0	6.2	48.1	45.0	16.3	8.2	0.1	6.5	13.0	0.8	0.1
藥品及化粧品業	89.8	18.5	71.3	10.2	0.6	2.3	1.2	1.2	3.5	1.4	0.0
文教育樂用品業	72.3	24.6	47.8	27.7	8.6	6.5	0.9	0.3	1.8	9.7	0.0
建材零售業	87.5	32.4	55.2	12.5	10.1	0.0	0.0	0.8	0.0	0.8	0.8
燃料零售業	100.0	43.3	56.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
資通訊及家電設備業	93.1	31.0	62.1	6.9	6.8	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0
汽機車零售業	83.0	37.7	45.3	17.0	0.0	11.9	1.6	0.1	2.8	0.5	0.1
其他專賣零售業	87.1	4.5	82.6	12.9	2.5	2.3	0.0	0.5	4.5	1.4	1.7
其他非店面零售業	91.1	3.1	88.0	8.9	1.8	0.7	0.1	1.5	0.1	4.7	0.1
電子購物及郵購業	97.5	1.4	96.1	2.5	1.9	0.3	0.1	0.0	0.0	0.1	0.0

### 三、消費者付款方式

#### ▲110年疫情催化行動支付使用意願大幅攀升

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，110年有90.5%直接向消費者收取款項，其中以信用卡消費之占比36.8%居冠，現金占26.8%居第2，轉帳、匯款居第3(占15.8%)，其餘支付方式占比依序為行動支付占6.8%、禮券及商品券占2.1%、儲值卡(如悠遊卡、一卡通)占1.3%，其他占0.8%。另透過其他管道間接向消費者取款者占9.5%，以支票、轉帳、匯款占7.8%最多，主因部分零售品牌商多於百貨公司設櫃，或因應疫情轉往線上平台開設店鋪，或與外送平台合作，因此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；其次為貨到付款及便利商店代收均占0.8%。

依業別觀察，綜合商品零售業以信用卡占38.0%最高，現金占37.0%次之，兩者合計占75.0%，另行動支付占14.3%，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，加以不斷強化網路銷售，順勢帶動行動支付占比不斷攀升；其他非店面零售業則逾6成採信用卡支付；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7)。

表 7、110 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
<b>零售業</b>	<b>100.0</b>	<b>90.5</b>	<b>26.8</b>	<b>36.8</b>	<b>15.8</b>	<b>1.3</b>	<b>6.8</b>	<b>2.1</b>	<b>0.8</b>
綜合商品零售業	100.0	99.8	37.0	38.0	0.3	3.3	14.3	5.2	1.8
食品飲料及菸草業	100.0	88.3	45.0	26.6	13.2	0.4	2.4	0.5	0.1
布疋及服飾品業	100.0	71.3	19.8	46.0	2.3	0.2	2.4	0.4	0.2
家用器具及用品業	100.0	74.9	19.3	44.2	8.5	0.0	1.7	0.6	0.7
藥品及化粧品業	100.0	84.0	37.9	31.4	2.3	1.6	8.3	0.8	1.6
文教育樂用品業	100.0	73.7	30.0	32.5	7.2	0.6	1.9	1.2	0.2
建材零售業	100.0	97.4	23.1	59.2	7.8	0.0	6.5	0.8	0.0
燃料零售業	100.0	83.7	37.4	32.3	11.1	0.9	1.8	0.1	0.1
資通訊及家電設備業	100.0	80.8	24.0	47.4	5.6	0.0	2.3	1.0	0.5
汽機車零售業	100.0	99.8	10.0	15.6	73.8	0.0	0.4	0.0	0.0
其他專賣零售業	100.0	95.1	47.1	33.3	10.3	0.3	3.4	0.7	0.0
其他非店面零售業	100.0	83.1	2.8	63.9	5.0	0.6	8.6	1.6	0.6
電子購物及郵購業	100.0	78.6	0.3	61.9	2.1	0.7	11.1	1.9	0.6

	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
<b>零售業</b>	<b>9.5</b>	<b>0.8</b>	<b>0.8</b>	<b>7.8</b>	<b>0.0</b>
綜合商品零售業	0.2	0.0	0.0	0.1	0.0
食品飲料及菸草業	11.7	1.5	0.2	10.0	0.0
布疋及服飾品業	28.7	0.1	0.3	28.3	0.0
家用器具及用品業	25.1	0.2	0.0	24.8	0.0
藥品及化粧品業	16.0	0.3	0.6	15.2	0.0
文教育樂用品業	26.3	0.6	1.7	24.1	0.0
建材零售業	2.6	0.1	0.8	1.7	0.0
燃料零售業	16.3	0.0	0.0	16.3	0.0
資通訊及家電設備業	19.2	0.1	0.1	18.9	0.0
汽機車零售業	0.2	0.0	0.0	0.2	0.0
其他專賣零售業	4.9	0.9	0.0	4.0	0.0
其他非店面零售業	16.9	7.0	7.5	2.4	0.0
電子購物及郵購業	21.4	9.1	9.1	3.1	0.0



#### 四、商品銷售結構

##### ▲110年零售業銷售商品以食品類最多

110年零售業之商品銷售以食品類占19.3%最高、汽機車及零件類占16.7%次之，與109年比較分別增加3.8及減少4.1個百分點，主因110年5月中下旬國內疫情驟升，三級警戒管制下，民眾對居家宅食及保健食品需求提升，降低以實體店銷售為主之汽機車買氣所致，其餘占比逾10%依序為家庭器具類占14.0%、衣著及服飾配件類占12.3%。

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36.2%)居冠，其次為家庭器具(占20.2%)，餐飲服務(占16.7%)，藥品及化粧清潔用品(占12.4%)分居第3、4；超級市場業以銷售食品類(占56.6%)為主，其次為家庭器具(占14.7%)，飲料、菸酒類(占13.1%)居第3；便利商店業以飲料、菸酒類(占61.2%)為主，其次為食品類(占30.7%)；量販業以食品類(占53.6%)為主，其次為家庭器具(占12.8%)，藥品及化粧清潔用品(占10.5%)居第3；其他綜合商品零售業以食品類(占20.1%)為主，其次為飲料、菸酒類(占18.9%)，衣著及服飾配件類(占17.5%)居第3。

其他非店面零售業以資通訊產品(占25.9%)銷售為主，其次為食品類(占23.5%)，家庭器具(占18.9%)居第3(詳表8)。

表8、110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						其他非店面零售業
		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	19.3	32.5	4.7	56.6	30.7	53.6	20.1	23.5
飲料、菸酒類	8.0	20.9	0.1	13.1	61.2	7.4	18.9	2.0
衣著及服飾配件	12.3	12.4	36.2	0.8	0.1	4.0	17.5	9.4
家庭器具	14.0	12.2	20.2	14.7	0.7	12.8	14.8	18.9
藥品及化粧清潔用品	8.0	9.4	12.4	11.3	3.0	10.5	15.4	12.5
文教及娛樂用品	3.8	2.6	3.8	1.6	1.3	2.5	7.8	4.6
住宅裝修材料類	0.6	0.2	0.0	0.8	0.0	0.2	0.3	0.3
汽柴油等燃料品	6.1	0.4	0.0	0.0	0.0	1.7	0.0	0.0
資通訊產品	8.1	2.5	3.2	0.0	2.0	4.4	2.4	25.9
汽機車及零件	16.7	0.2	0.0	0.0	0.0	0.8	1.1	0.6
餐飲服務	1.9	5.6	16.7	1.0	0.0	2.2	0.9	0.0
其他商品	1.3	1.1	2.7	0.1	1.0	0.1	0.7	2.1

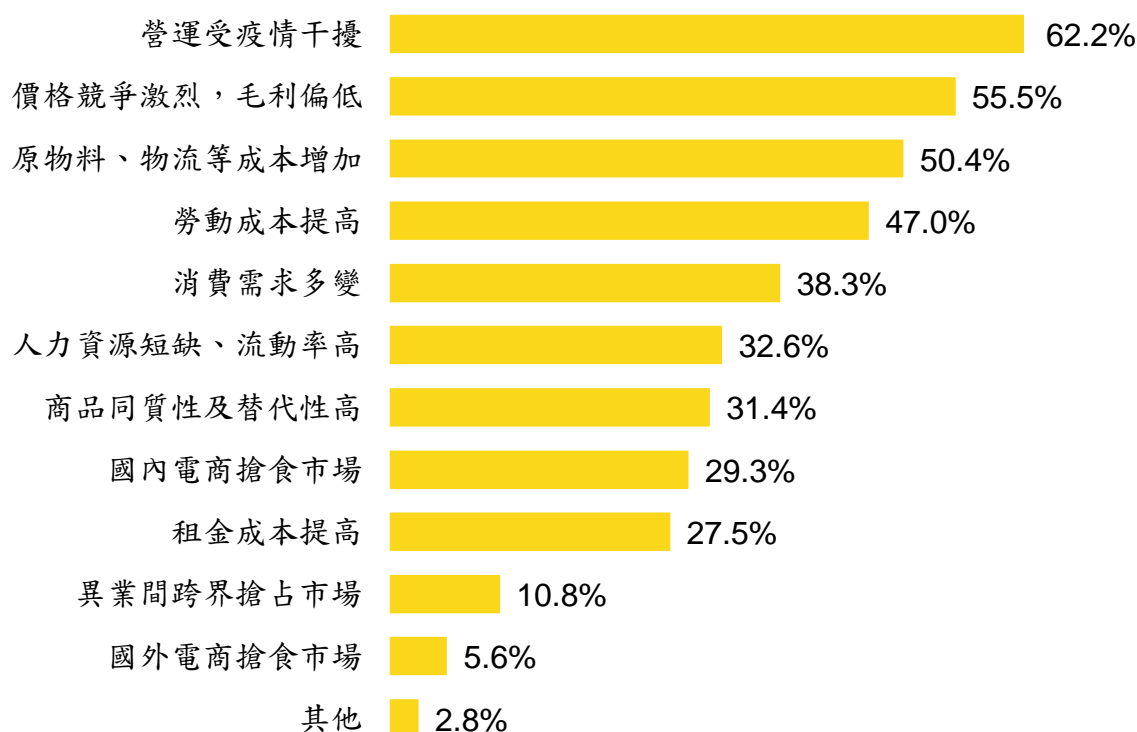
## 五、經營困境

### ▲零售業目前經營上遭遇之困境主要為「營運受疫情干擾」

111年5月零售業者經營上遭遇的困境，主要為「營運受疫情干擾」占62.2%，其次為「價格競爭激烈，毛利偏低」占55.5%，「原物料、物流等成本增加」占50.4%居第3，其餘占比逾二成者依序為「勞動成本提高」占47.0%、「消費需求多變」占38.3%、「人力資源短缺、流動率高」占32.6%，及「商品同質性及替代性高」占31.4%（詳圖4）。

觀察各業情形，百貨公司業以「營運受疫情干擾」為主要經營困境，占92.6%；超級市場以「價格競爭激烈，毛利偏低」為主要經營困境，占80.6%；便利商店業以「人力資源短缺、流動率高」及「國內電商搶食市場」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」、「勞動成本提高」、「營運受疫情干擾」及「原物料、物流等成本增加」均占66.7%為主要營業困境；其餘各業多以「營運受疫情干擾」、「價格競爭激烈，毛利偏低」及「原物料、物流等成本增加」為主要經營困境。

圖4、零售業經營上遭遇的困境(複選)



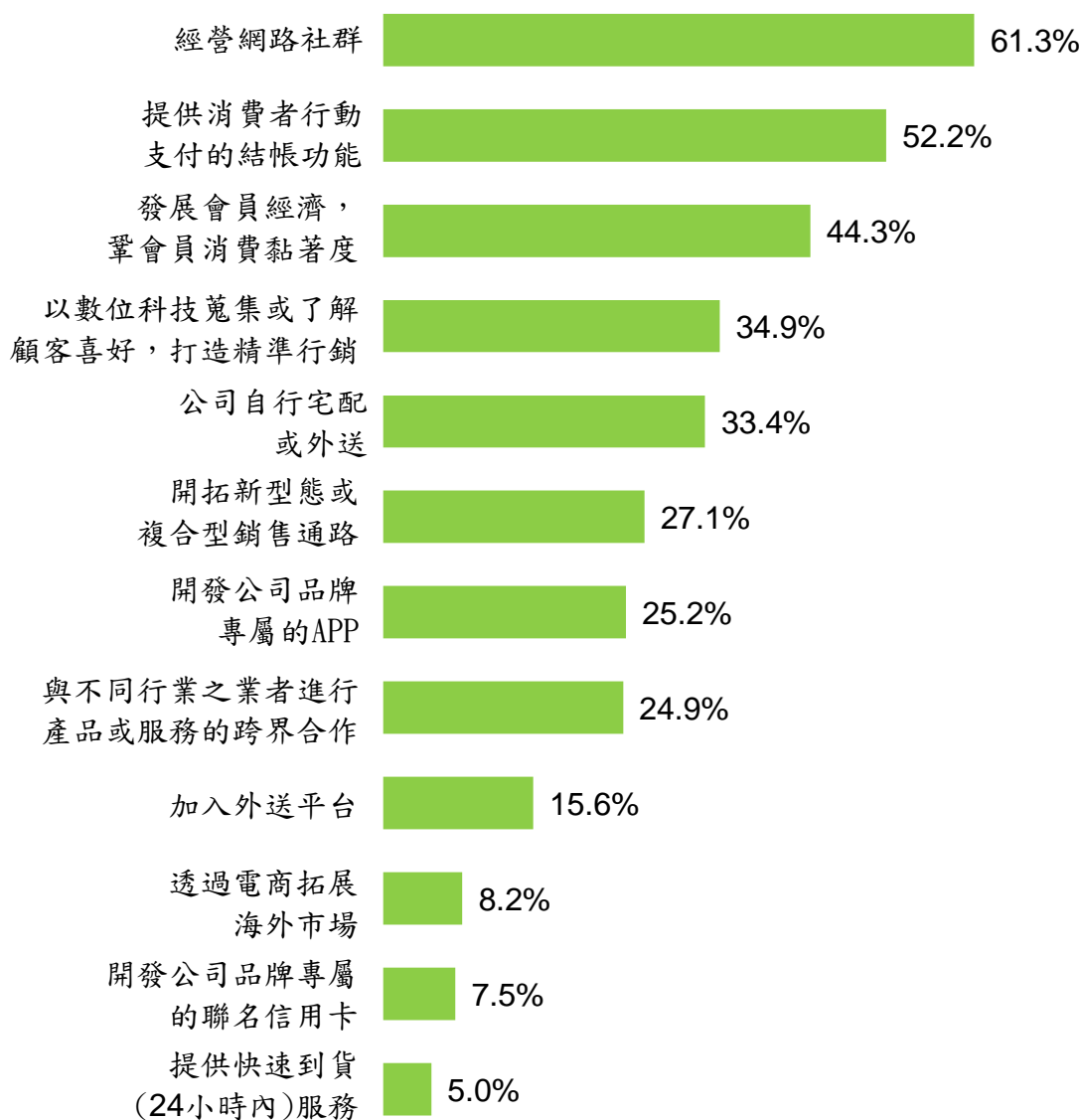
說明：以回表樣本家數計算。

## 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

111年5月零售業者發展的營運策略以「經營網路社群」占61.3%最高，「提供消費者行動支付的結帳功能」占52.2%次之，「發展會員經濟，鞏固會員消費黏著度」占44.3%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34.9%、「公司自行宅配或外送」占33.4%(詳圖5)。

圖5、零售業發展之營運策略



說明：以回表樣本家數計算。

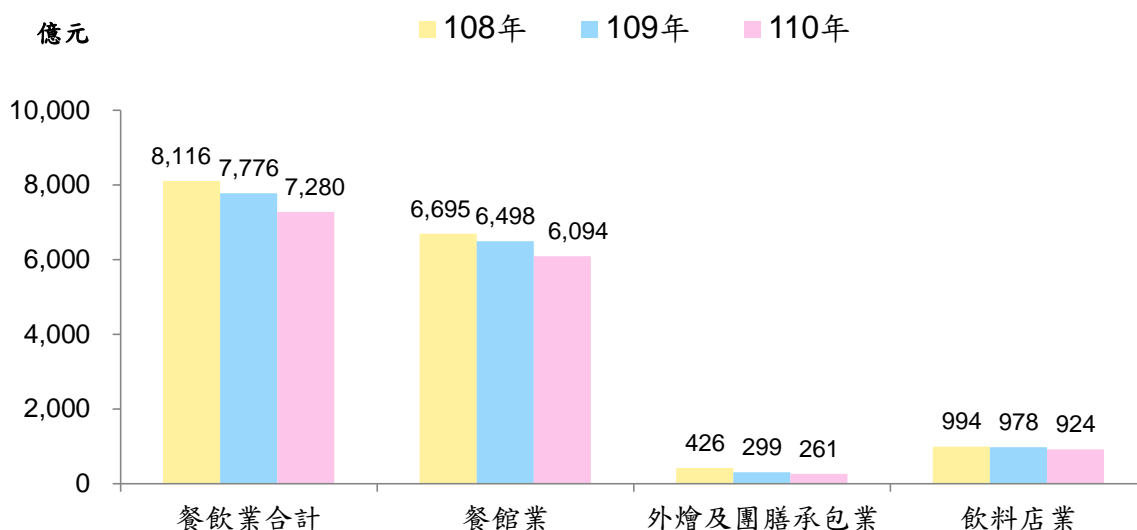
## 參、餐飲業

### 一、營業收入

#### ▲110年餐飲業營業收入達7,280億元，較109年下滑6.4%

110年餐飲業之營業收入為7,280億元，年減6.4%，主因COVID-19疫情升溫，5月中至9月配合防疫規定，餐飲業禁止內用或降載量能，衝擊餐飲業營運動能，其中餐館業營業收入6,094億元，年減6.2%；飲料店業營業收入924億元，年減5.5%；外燴及團膳承包業營業收入261億元，年減12.7%（詳圖6）。

圖6、近3年餐飲業收入概況



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。

### 二、營業收入結構

#### ▲110年餐飲業營收主要來自餐飲供應占逾9成

110年餐飲業營收結構主要為餐飲供應收入，占94.1%，其次為商品銷售收入占5.0%。依業別觀察，餐館業、外燴及團膳承包業及飲料店業均以餐飲收入占比最高，分別占95.0%、91.0%及87.5%（詳表9）。

表 9、110 年餐飲業營收結構

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
<b>餐飲業</b>	<b>100.0</b>	<b>94.1</b>	<b>5.0</b>	<b>0.3</b>	<b>0.7</b>
餐館業	100.0	95.0	4.0	0.3	0.7
外燴及團膳承包業	100.0	91.0	8.2	0.0	0.7
飲料店業	100.0	87.5	11.5	0.4	0.7

### 三、營收之付款方式

#### ▲110 年餐飲業消費者付款方式以現金為主

110 年餐飲業多直接向消費者取款，占比達 86.6%，其中以現金支付占 40.6% 居冠，其次為信用卡占 25.1% 居次，儲值卡(如悠遊卡、一卡通)占 7.7% 居 3，其餘支付方式依序為轉帳、匯款 6.6%，行動支付占 4.5%，禮券及商品券占 1.7%，其他占 0.6%。另因疫情趨動外送及線上點餐需求擴增，致透過其他管道間接向消費者取款者占 13.4%。

依業別觀察，餐館業及飲料店業均以現金為主，分別占 43.1% 及 32.9%；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 87.8%(詳表 10)。

表 10、110 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	
<b>餐飲業</b>	<b>100.0</b>	<b>40.6</b>	<b>25.1</b>	<b>6.6</b>	<b>7.7</b>	<b>4.5</b>	<b>1.7</b>	<b>0.6</b>	<b>13.4</b>
餐館業	100.0	43.1	28.0	2.2	5.1	4.8	1.6	0.6	14.5
外燴及團膳承包業	100.0	7.5	1.7	87.8	0.3	0.0	0.1	0.6	2.0
飲料店業	100.0	32.9	12.2	12.7	26.9	3.5	2.6	0.5	8.7

說明：間接向消費者取款中的「支票、轉帳、匯款(含外送平台、線上點餐系統)」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。

#### 四、原物料及食材供應來源

##### ▲110 年餐飲業原物料及食材供應來源以食品工廠占比最大

110 年餐飲業原物料及食材供應來源，以食品工廠為主，占 39.2%，批發、零售商占 34.2%次之，果菜市場、魚市場占 12.8%再次之；按業別觀察，餐館業及飲料店業均以食品工廠占比最高，外燴及團膳承包業則以果菜市場、魚市場占比最大(詳表 11)。

表 11、110 年餐飲業原物料及食材供應來源

單位：%

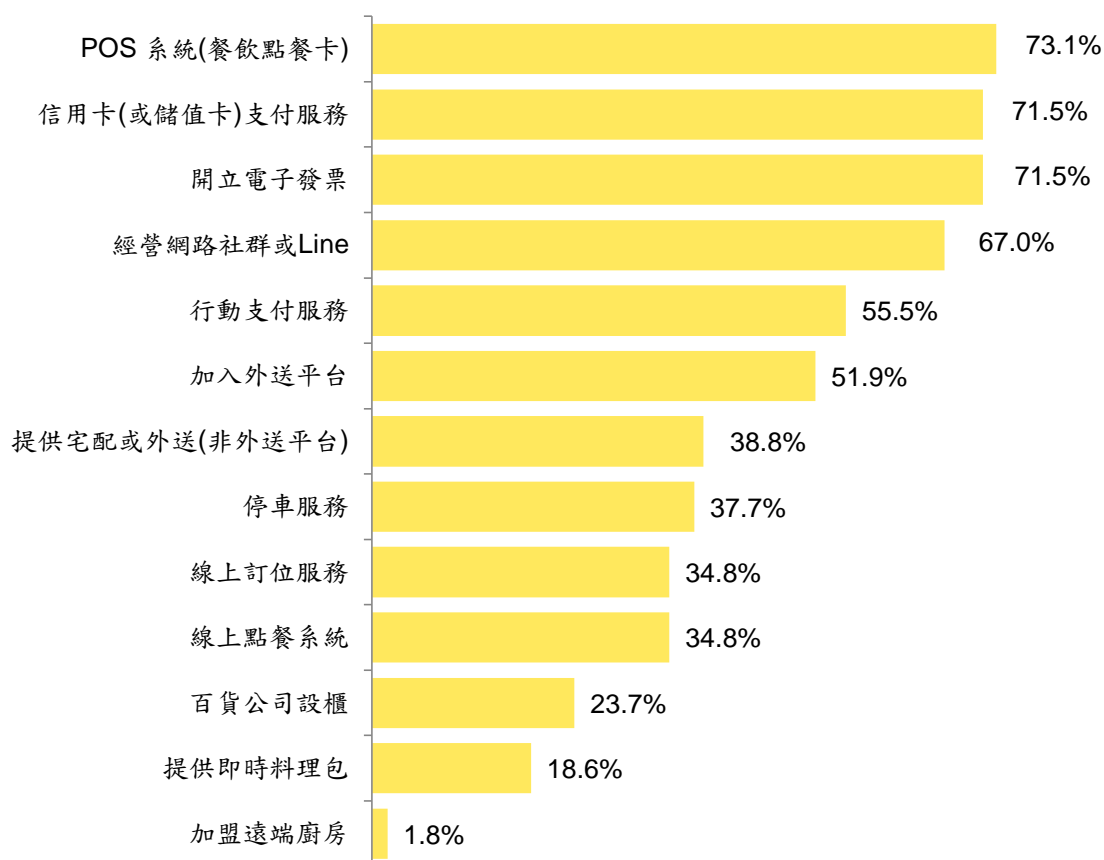
	總計	食品 工廠	果菜 市場、 魚市場	特定 農民 或契作	批發、零 售商(包 含連鎖加 盟公司)	自行 進口	其他
<b>餐飲業</b>	<b>100.0</b>	<b>39.2</b>	<b>12.8</b>	<b>3.5</b>	<b>34.2</b>	<b>9.3</b>	<b>1.1</b>
餐館業	100.0	42.6	11.2	2.1	35.9	7.6	0.6
外燴及團膳承包業	100.0	23.2	33.2	13.2	29.9	0.4	0.1
飲料店業	100.0	35.2	1.8	2.0	28.6	27.6	4.8

#### 五、提供之服務

##### ▲餐飲業提供「POS 系統」占 73.1%最高，「信用卡(或儲值卡)支付服務」及「開立電子發票」均占 71.5%並列第二

111 年 5 月餐飲業提供的各項服務中，「POS 系統」以 73.1%占居第 1，「信用卡(或儲值卡)支付服務」及「開立電子發票」均占 71.5%並列第 2，其餘「經營網路社群(Facebook、Instagram)或 Line 等」占 67.0%，「行動支付服務」與「加入外送平台(如 Uber Eats 或 foodpandas 等)」均占逾 5 成；另新型態營運模式「加盟遠端廚房」則占 1.8% (詳圖 7)。

圖 7、餐飲業提供的各項服務



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主要為「營運受疫情干擾」及「食材成本波動大」

111 年 5 月餐飲業者目前經營面臨的困難，前三項依序為：「營運受疫情干擾」(占 79.9%)、「食材成本波動大」(占 71.6%)及「人事成本過高」(占 46.0%)，另外「人員流動率高」與「人力短缺」均占逾 4 成，「同業間競爭激烈」、「毛利降低」、「租金支出高」均占 3 成以上。

按業別觀察，餐館業、飲料店業、外燴及團膳承包業目前經營上遭遇的困境，均以「營運受疫情干擾」與「食材成本波動大」占居前兩名(詳表 12)。

表 12、餐飲業在經營上遭遇的困境（複選）

單位：%

	餐飲業			
	餐館業	飲料店業	外燴及團膳承包業	
營運受疫情干擾	79.9	84.0	73.1	68.9
食材成本波動大	71.6	72.8	66.2	73.3
人事成本過高	46.0	46.1	45.4	46.7
人員流動率高	42.3	44.5	41.5	32.2
人力短缺	40.1	43.0	36.9	30.0
同業間競爭激烈	39.1	37.7	49.2	31.1
毛利降低	38.9	39.3	33.9	44.4
租金支出高	37.9	44.1	32.3	14.4
消費者喜好變化快速	21.6	22.8	22.3	14.4
食材品質不易控制	13.9	14.7	11.5	13.3
受其他業(無店鋪等)競爭	8.1	6.6	15.4	5.6
找不到合適地點	5.0	5.7	3.9	3.3
海外業務控管困難	1.2	0.9	2.3	1.1
其他	2.5	2.6	2.3	2.2

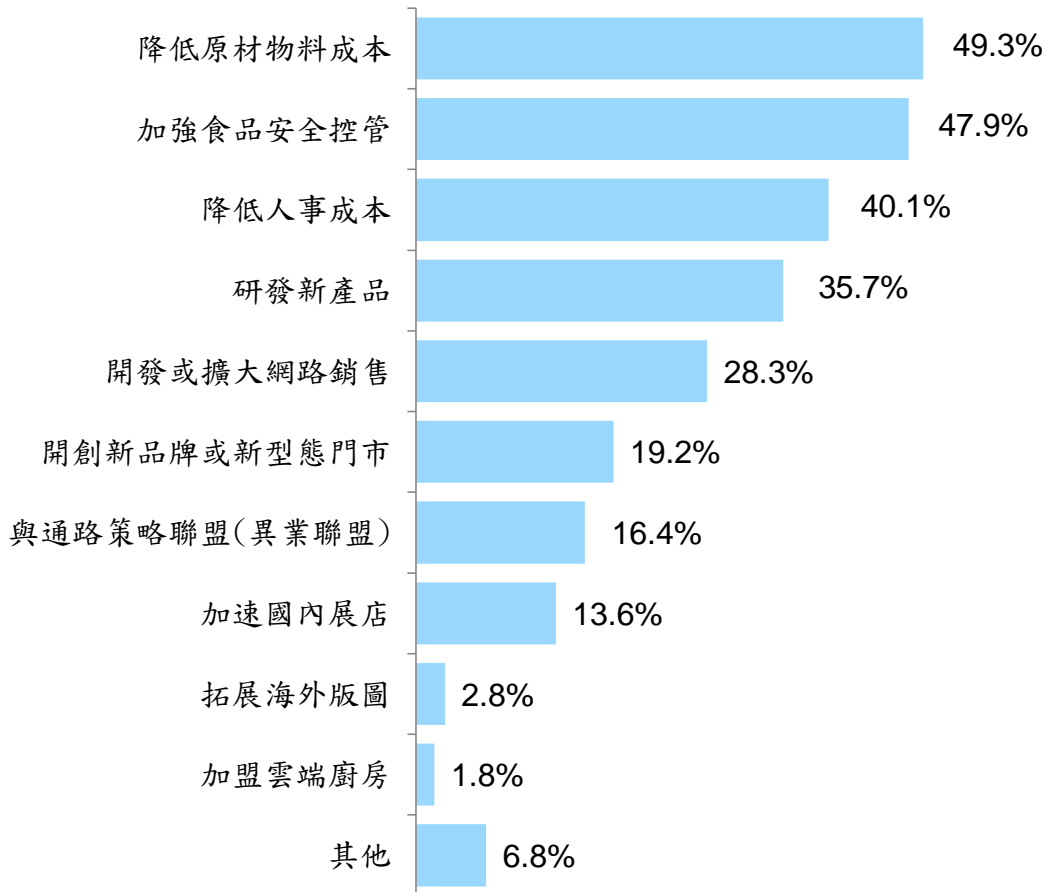
說明：以回表樣本金額計算。

### ▲餐飲業未來營運發展計畫，以「降低原材物料成本」占 49.3%最高

受疫情干擾、工資調漲、塞港、進口原物料上漲等因素影響，餐飲業者 111 年 5 月認為未來營運發展計畫重點，以「降低原材物料成本」為首要課題占 49.3% 最高，其次為「加強食品安全控管」占 47.9% 居次，「降低人事成本」占 40.1% 居第 3(詳圖 8)。



圖 8、餐飲業未來營運發展計畫（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逾 5 成，其中 100 人以上之企業超過 6 成

111 年 5 月餐飲業逾 5 成全年無休，按員工人數觀察，100 人(含)以上之企業採全年無休之占比(占 66.7%)，高於未滿 100 人企業(占 46.9%)；按業別觀察，餐館業及飲料店全年無休占比率均逾 5 成，外燴及團膳承包業則以週休 2 日者占 65.6%最高(詳表 13)。

表 13、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
	<b>餐飲業</b>	<b>100.0</b>	<b>8.3</b>	<b>17.2</b>	<b>0.6</b>	<b>51.5</b>
<b>按員工人數分</b>						
未滿 100 人	100.0	9.8	17.1	0.8	46.9	25.5
100 人(含)以上	100.0	3.2	17.3	0.0	66.7	12.8
<b>按業別分</b>						
餐館業	100.0	8.1	7.9	0.4	56.6	27.0
外燴及團膳承包業	100.0	6.7	65.6	1.1	18.9	7.8
飲料店業	100.0	10.0	16.2	0.8	56.2	16.9

**▲餐飲業營業時間 8 至 12 小時占 55.2%最多，24 小時營業僅占 2.2%**

餐飲業平均營業時間 8 小時及以下者占 26.3%，8 小時以上至 12 小時者占 55.2%，12 小時以上至 18 小時者占 14.8%，24 小時營業者僅占 2.2%；其中餐館業及飲料店業皆以營業 8 小時以上至 12 小時占比最大(分別為 60.3%、54.6%)；外燴及團膳承包業則以 8 小時(含)內占 60.0%最高(詳表 14)。

表 14、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
		<b>餐飲業</b>	<b>100.0</b>	<b>26.3</b>	<b>55.2</b>	<b>14.8</b>
餐館業	100.0	21.5	60.3	14.3	2.9	1.1
外燴及團膳承包業	100.0	60.0	30.0	5.6	1.1	3.3
飲料店業	100.0	20.0	54.6	23.1	0.8	1.5

## 第參章、統計結果表

表1 批發業商品銷售對象 - 按小類分(1/2)

資料時間：110年

單位：%

	合計	內 銷			
		小計	生產者	貿易、批發 、零售商	政府、 一般民眾
45-46 批 發 業	100.0	65.7	18.8	43.7	3.2
按 業 別 分					
451 商品經紀業	100.0	47.6	20.3	19.6	7.7
452 綜合商品批發業	100.0	70.8	11.8	54.4	4.6
453 農產原料及活動物批發業	100.0	92.7	39.6	37.0	16.1
454 食品飲料及菸草製品批發業	100.0	90.8	4.9	82.1	3.7
455 布疋及服飾品批發業	100.0	66.5	13.7	31.1	21.7
456 家庭器具及用品批發業	100.0	85.0	2.1	69.8	13.1
457 藥品醫療用品及化粧品批發業	100.0	98.4	44.3	50.8	3.3
458 文教、育樂用品批發業	100.0	50.4	3.9	43.2	3.3
461 建材批發業	100.0	76.5	26.5	48.7	1.2
462 化學材料及其製品批發業	100.0	69.0	42.5	26.1	0.3
463 燃料及相關產品批發業	100.0	80.8	38.5	40.7	1.6
464 機械器具批發業	100.0	43.5	16.3	25.8	1.4
465 汽機車及其零配件用品批發業	100.0	92.7	1.3	88.9	2.4
469 其他專賣批發業	100.0	82.6	53.2	29.3	0.1

表1 批發業商品銷售對象 - 按小類分(2/2)

資料時間：110年

單位：%

	外 銷							
	小計	中國大陸 (含港澳)	日本	南韓	東南亞	歐洲	美國	其他地區
<b>45-46 批 發 業</b>	<b>34.3</b>	<b>21.0</b>	<b>1.1</b>	<b>0.5</b>	<b>4.2</b>	<b>2.1</b>	<b>4.1</b>	<b>1.3</b>
<b>按 業 別 分</b>								
451 商品經紀業	52.4	13.8	0.9	0.7	1.0	28.8	6.2	1.0
452 綜合商品批發業	29.2	1.5	4.4	0.6	3.7	1.8	12.5	4.7
453 農產原料及活動物批發業	7.3	0.9	0.9	0.1	1.9	1.2	1.6	0.6
454 食品飲料及菸草製品批發業	9.2	1.4	0.5	0.0	2.8	1.0	2.4	1.0
455 布疋及服飾品批發業	33.5	4.8	0.1	0.8	16.1	1.8	7.9	2.1
456 家庭器具及用品批發業	15.0	5.2	0.3	0.0	0.1	1.9	6.2	1.3
457 藥品醫療用品及化粧品批發業	1.6	0.3	0.1	0.0	0.3	0.7	0.2	0.0
458 文教、育樂用品批發業	49.6	2.1	2.4	0.1	4.0	20.4	15.8	4.8
461 建材批發業	23.5	1.6	0.8	0.1	4.7	3.5	10.8	1.9
462 化學材料及其製品批發業	31.0	20.7	1.9	0.3	3.9	1.8	0.7	1.7
463 燃料及相關產品批發業	19.2	2.3	1.0	1.5	1.8	1.3	3.2	8.2
464 機械器具批發業	56.5	43.8	1.5	0.9	5.3	1.5	2.5	1.0
465 汽機車及其零配件用品批發業	7.3	0.2	0.7	0.0	0.3	1.4	4.0	0.8
469 其他專賣批發業	17.4	9.8	0.2	0.4	5.5	0.8	0.3	0.4

表2 批發業商品進貨來源 - 按小類分(1/2)

資料時間：110年

單位：%

	合計	國內採購			
		小計	生產者	貿易、批發、零售商	其他
45-46 批發業	100.0	42.3	22.0	20.2	0.1
按業別分					
451 商品經紀業	100.0	33.5	20.1	13.4	0.0
452 綜合商品批發業	100.0	71.9	17.7	54.2	0.0
453 農產原料及活動物批發業	100.0	43.5	7.4	36.1	0.0
454 食品飲料及菸草製品批發業	100.0	65.5	35.5	30.0	0.0
455 布疋及服飾品批發業	100.0	52.2	39.3	12.8	0.1
456 家庭器具及用品批發業	100.0	53.2	33.1	19.8	0.3
457 藥品醫療用品及化粧品批發業	100.0	66.9	16.5	50.4	0.0
458 文教、育樂用品批發業	100.0	55.4	32.2	23.2	0.0
461 建材批發業	100.0	75.5	49.4	25.9	0.2
462 化學材料及其製品批發業	100.0	53.3	39.0	14.3	0.0
463 燃料及相關產品批發業	100.0	61.0	24.7	36.3	0.0
464 機械器具批發業	100.0	24.5	11.2	13.1	0.2
465 汽機車及其零配件用品批發業	100.0	52.8	36.6	16.1	0.0
469 其他專賣批發業	100.0	63.8	37.0	26.6	0.2

表2 批發業商品進貨來源 - 按小類分(2/2)

資料時間：110年

單位：%

	海 外 採 購							
	小計	中國大陸 (含港澳)	日 本	南 韓	東 南 亞	歐 洲	美 國	其他地區
45-46 批 發 業	57.7	14.5	11.1	7.6	12.9	5.8	4.3	1.5
按 業 別 分								
451 商品經紀業	66.5	39.6	8.5	7.5	0.0	2.6	6.6	1.7
452 綜合商品批發業	28.1	10.5	6.8	0.6	6.1	0.8	2.4	0.8
453 農產原料及活動物批發業	56.5	4.1	0.3	0.1	8.9	4.2	18.6	20.2
454 食品飲料及菸草製品批發業	34.5	3.9	2.1	2.2	5.9	6.0	4.6	9.8
455 布疋及服飾品批發業	47.8	11.3	1.6	0.7	22.7	10.0	0.5	1.0
456 家庭器具及用品批發業	46.8	13.4	10.5	3.8	5.8	11.0	2.1	0.2
457 藥品醫療用品及化粧品批發業	33.1	2.5	3.8	0.0	4.9	19.3	2.3	0.3
458 文教、育樂用品批發業	44.6	21.1	13.8	0.4	6.7	1.8	0.8	0.0
461 建材批發業	24.5	8.5	2.2	1.0	8.9	1.5	0.7	1.5
462 化學材料及其製品批發業	46.7	16.2	13.0	1.9	4.8	3.6	6.1	1.0
463 燃料及相關產品批發業	39.0	3.5	3.6	0.9	29.3	1.1	0.7	0.0
464 機械器具批發業	75.5	20.9	13.1	13.5	19.2	2.5	5.8	0.5
465 汽機車及其零配件用品批發業	47.2	4.1	22.1	0.1	1.8	18.2	0.9	0.0
469 其他專賣批發業	36.2	12.9	4.1	1.7	7.1	2.0	3.1	5.1

表3 批發業各類商品銷售比率 - 按小類分 (1/2)

資料時間：110年

單位：%

	合計	食品	飲料及菸酒	紡織、成衣 及個人用品	藥品及化粧 清潔用品	文教及 娛樂用品	建築材料	化學原材料 及製品	燃料
<b>45-46 批發業</b>	<b>100.0</b>	<b>6.6</b>	<b>5.4</b>	<b>3.1</b>	<b>5.8</b>	<b>1.7</b>	<b>12.2</b>	<b>6.3</b>	<b>0.7</b>
<b>按業別分</b>									
451 商品經紀業	100.0	5.8	4.9	10.7	0.0	5.1	5.2	19.2	1.7
452 綜合商品批發業	100.0	30.1	20.3	0.9	2.7	0.7	5.8	8.6	0.2
453 農產原料及活動物批發業	100.0	94.8	0.1	0.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
454 食品飲料及菸草製品批發業	100.0	48.9	49.2	0.0	0.9	0.0	0.0	0.5	0.0
455 布疋及服飾品批發業	100.0	0.0	0.0	96.7	0.0	0.4	0.0	0.0	0.0
456 家庭器具及用品批發業	100.0	0.4	0.0	0.9	1.1	0.4	2.4	0.8	0.1
457 藥品醫療用品及化粧品批發業	100.0	5.1	0.1	0.1	90.5	0.0	0.0	2.2	0.0
458 文教、育樂用品批發業	100.0	0.0	0.0	2.6	0.1	90.5	1.0	0.4	0.0
461 建材批發業	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	95.1	1.1	0.3
462 化學材料及其製品批發業	100.0	0.3	0.0	0.5	0.1	0.0	0.3	95.1	1.0
463 燃料及相關產品批發業	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.9	97.7
464 機械器具批發業	100.0	0.0	0.0	0.0	0.3	0.0	0.1	1.0	0.0
465 汽機車及其零配件用品批發業	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.1	0.1
469 其他專賣批發業	100.0	0.0	0.0	0.3	0.0	0.2	21.0	0.0	0.3



表3 批發業各類商品銷售比率 - 按小類分 (2/2)

資料時間：110年

單位：%

	家庭器具	資通訊產品 及機械器具	資通訊產品			機械器具	電子零組件	汽機車 及零件	其他商品
			資通訊產品	電子遊樂器 (含軟體)	其他 資通訊產品				
<b>45-46 批發業</b>	<b>5.4</b>	<b>41.8</b>	<b>7.2</b>	<b>1.2</b>	<b>6.0</b>	<b>3.2</b>	<b>31.4</b>	<b>7.1</b>	<b>4.0</b>
<b>按業別分</b>									
451 商品經紀業	1.9	11.5	0.3	0.0	0.3	1.4	9.8	0.0	34.1
452 綜合商品批發業	16.4	1.4	0.4	0.0	0.4	0.4	0.6	4.1	8.8
453 農產原料及活動物批發業	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	4.8
454 食品飲料及菸草製品批發業	0.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.3
455 布疋及服飾品批發業	0.6	0.1	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0	2.1
456 家庭器具及用品批發業	84.7	7.9	1.5	0.0	1.5	1.3	5.1	0.4	0.9
457 藥品醫療用品及化粧品批發業	0.2	0.8	0.0	0.0	0.0	0.8	0.0	0.0	1.0
458 文教、育樂用品批發業	0.9	3.6	3.3	3.0	0.3	0.2	0.0	0.0	0.9
461 建材批發業	0.6	1.1	0.3	0.0	0.3	0.6	0.2	0.7	1.1
462 化學材料及其製品批發業	0.1	2.0	0.1	0.0	0.1	0.1	1.8	0.4	0.1
463 燃料及相關產品批發業	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.1
464 機械器具批發業	0.6	96.2	16.5	2.7	13.8	7.0	72.7	0.2	1.6
465 汽機車及其零配件用品批發業	0.1	0.5	0.0	0.0	0.0	0.4	0.1	99.0	0.2
469 其他專賣批發業	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	78.2

表4 批發業經營上遭遇的困境 - 按小類及員工人數分 (複選) (1/2)

資料時間：111年5月

單位：%

	樣本家數 (家)	競爭激烈， 利潤縮小	進貨、人事 成本增加	新市場 開拓不易	匯率波動 風險	消費需求 多變
<b>45-46 批發業</b>	<b>2,011</b>	<b>57.1</b>	<b>54.9</b>	<b>35.2</b>	<b>42.1</b>	<b>19.0</b>
<b>按業別分</b>						
451 商品經紀業	28	35.7	53.6	35.7	60.7	14.3
452 綜合商品批發業	38	57.9	44.7	50.0	21.1	31.6
453 農產原料及活動物批發業	47	53.2	55.3	36.2	51.1	10.6
454 食品飲料及菸草製品批發業	328	57.3	61.9	31.4	33.8	31.4
455 布疋及服飾品批發業	117	54.7	50.4	35.9	41.9	21.4
456 家庭器具及用品批發業	169	58.0	53.9	33.7	37.9	27.8
457 藥品醫療用品及化粧品批發業	107	51.4	43.0	23.4	20.6	17.8
458 文教、育樂用品批發業	83	49.4	62.7	32.5	60.2	27.7
461 建材批發業	295	58.0	65.8	38.3	35.9	10.9
462 化學材料及其製品批發業	152	65.1	52.0	44.7	58.6	12.5
463 燃料及相關產品批發業	45	48.9	40.0	42.2	28.9	11.1
464 機械器具批發業	380	59.5	50.5	35.3	53.2	12.4
465 汽機車及其零配件用品批發業	143	61.5	47.6	34.3	37.1	23.8
469 其他專賣批發業	79	49.4	55.7	31.7	48.1	7.6
<b>按員工人數分</b>						
未滿5人	102	49.0	34.3	28.4	36.3	10.8
5人~49人	1,223	58.8	56.6	36.6	43.7	18.7
50人~99人	361	56.0	57.9	36.8	41.8	21.3
100人~199人	179	54.8	57.0	34.6	40.2	16.8
200人以上	146	54.1	45.2	25.3	34.9	23.3

表4 批發業經營上遭遇的困境 - 按小類及員工人數分 (複選) (2/2)

資料時間：111年5月

單位：%

	人員 招募不易	產品生命 週期短	物流、貨櫃 運費增加	營運受 疫情干擾	其他
<b>45-46 批發業</b>	<b>23.9</b>	<b>8.1</b>	<b>51.4</b>	<b>47.6</b>	<b>5.4</b>
<b>按業別分</b>					
451 商品經紀業	17.9	10.7	57.1	53.6	3.6
452 綜合商品批發業	23.7	10.5	42.1	36.8	5.3
453 農產原料及活動物批發業	25.5	10.6	51.1	55.3	2.1
454 食品飲料及菸草製品批發業	29.3	14.6	50.0	49.7	4.9
455 布疋及服飾品批發業	15.4	6.8	57.3	58.1	5.1
456 家庭器具及用品批發業	24.9	9.5	56.8	56.2	7.7
457 藥品醫療用品及化粧品批發業	12.2	4.7	50.5	50.5	11.2
458 文教、育樂用品批發業	24.1	13.3	65.1	63.9	0.0
461 建材批發業	26.8	3.1	49.2	36.3	5.4
462 化學材料及其製品批發業	17.1	4.0	61.8	43.4	4.6
463 燃料及相關產品批發業	13.3	2.2	20.0	35.6	8.9
464 機械器具批發業	29.2	9.7	51.1	44.0	5.0
465 汽機車及其零配件用品批發業	21.7	5.6	42.7	58.0	4.9
469 其他專賣批發業	15.2	1.3	50.6	39.2	5.1
<b>按員工人數分</b>					
未滿5人	7.8	4.9	38.2	37.3	12.8
5人~49人	20.2	7.6	51.4	47.9	4.5
50人~99人	30.8	7.5	55.4	50.1	3.9
100人~199人	35.8	8.9	53.6	50.3	6.2
200人以上	34.3	14.4	48.6	43.2	10.3

表5 批發業營運發展計畫- 按小類及員工人數分 (複選) (1/2)

資料時間：111年5月

	樣本家數 (家)	加強數位 轉型·提升 營運效率	加強人才 培訓	拓展國內外 客戶	加速開發或 引進新產品	開發 或擴大 網路銷售
<b>45-46 批發業</b>	<b>2,011</b>	<b>26.4</b>	<b>35.6</b>	<b>45.9</b>	<b>37.9</b>	<b>17.8</b>
<b>按業別分</b>						
451 商品經紀業	28	21.4	32.1	60.7	17.9	14.3
452 綜合商品批發業	38	42.1	44.7	50.0	42.1	23.7
453 農產原料及活動物批發業	47	17.0	25.5	53.2	19.2	10.6
454 食品飲料及菸草製品批發業	328	29.3	33.8	38.1	35.4	26.8
455 布疋及服飾品批發業	117	24.8	29.1	46.2	33.3	26.5
456 家庭器具及用品批發業	169	30.8	32.5	35.5	50.3	31.4
457 藥品醫療用品及化粧品批發業	107	39.3	38.3	25.2	55.1	14.0
458 文教、育樂用品批發業	83	34.9	24.1	44.6	43.4	27.7
461 建材批發業	295	18.0	37.0	50.5	27.1	10.2
462 化學材料及其製品批發業	152	20.4	34.9	65.8	49.3	7.9
463 燃料及相關產品批發業	45	6.7	17.8	37.8	17.8	6.7
464 機械器具批發業	380	33.4	45.0	52.6	44.7	16.1
465 汽機車及其零配件用品批發業	143	23.8	37.8	35.0	35.0	14.0
469 其他專賣批發業	79	5.1	26.6	54.4	17.7	3.8
<b>按員工人數分</b>						
未滿5人	102	15.7	9.8	43.1	17.7	10.8
5人~49人	1,223	21.4	29.0	48.2	35.7	14.6
50人~99人	361	32.7	49.0	46.3	42.9	24.9
100人~199人	179	41.3	55.3	39.7	49.2	22.9
200人以上	146	41.1	50.7	35.6	43.8	24.7

表5 批發業營運發展計畫- 按小類及員工人數分 (複選) (2/2)

資料時間：111年5月

單位：%

	提升能源 使用效率	強化媒體 行銷	優化 服務品質 與速度	海外佈設更多 營運據點及 倉儲設備	其他
<b>45-46 批 發 業</b>	<b>8.6</b>	<b>15.7</b>	<b>40.7</b>	<b>4.8</b>	<b>8.5</b>
<b>按 業 別 分</b>					
451 商品經紀業	7.1	17.9	35.7	0.0	7.1
452 綜合商品批發業	7.9	26.3	50.0	0.0	5.3
453 農產原料及活動物批發業	10.6	17.0	23.4	10.6	12.8
454 食品飲料及菸草製品批發業	7.9	20.1	42.1	2.7	9.2
455 布疋及服飾品批發業	5.1	15.4	39.3	6.0	7.7
456 家庭器具及用品批發業	11.8	33.1	45.6	2.4	11.2
457 藥品醫療用品及化粧品批發業	9.4	16.8	34.6	3.7	10.3
458 文教、育樂用品批發業	4.8	31.3	37.4	3.6	4.8
461 建材批發業	6.8	6.4	36.3	2.7	10.2
462 化學材料及其製品批發業	9.2	3.3	34.9	10.5	5.3
463 燃料及相關產品批發業	8.9	6.7	35.6	0.0	15.6
464 機械器具批發業	8.4	13.4	47.1	8.7	6.1
465 汽機車及其零配件用品批發業	11.9	21.0	48.3	2.8	5.6
469 其他專賣批發業	12.7	1.3	32.9	3.8	13.9
<b>按 員 工 人 數 分</b>					
未滿5人	4.9	2.9	22.6	2.0	24.5
5人~49人	7.8	12.4	39.0	4.2	8.7
50人~99人	8.0	22.4	43.8	5.8	6.4
100人~199人	14.0	26.8	49.2	3.9	3.4
200人以上	13.0	22.6	50.0	10.3	6.9

表6 批發業希望拓銷海外市場- 按小類及員工人數分(複選) (1/2)

資料時間：111年5月

	樣本家數 (家)	美國	歐洲	紐澳	中國大陸(含港澳)	日本
<b>45-46 批發業</b>	<b>2,011</b>	<b>20.5</b>	<b>5.6</b>	<b>18.1</b>	<b>30.5</b>	<b>17.2</b>
<b>按業別分</b>						
451 商品經紀業	28	21.4	0.0	7.1	32.1	10.7
452 綜合商品批發業	38	13.2	2.6	18.4	34.2	34.2
453 農產原料及活動物批發業	47	29.8	21.3	25.5	17.0	21.3
454 食品飲料及菸草製品批發業	328	11.9	5.5	9.2	27.1	17.4
455 布疋及服飾品批發業	117	29.9	4.3	29.1	23.9	18.0
456 家庭器具及用品批發業	169	25.4	8.3	21.9	25.4	11.2
457 藥品醫療用品及化粧品批發業	107	6.5	1.9	6.5	24.3	4.7
458 文教、育樂用品批發業	83	38.6	7.2	36.1	26.5	22.9
461 建材批發業	295	22.7	6.4	22.0	26.8	18.6
462 化學材料及其製品批發業	152	13.8	5.3	14.5	42.8	21.1
463 燃料及相關產品批發業	45	8.9	0.0	8.9	24.4	13.3
464 機械器具批發業	380	23.4	4.0	19.0	44.5	20.0
465 汽機車及其零配件用品批發業	143	25.9	7.0	21.7	15.4	11.9
469 其他專賣批發業	79	16.5	5.1	12.7	38.0	16.5
<b>按員工人數分</b>						
未滿5人	102	19.6	5.9	7.8	21.6	13.7
5人~49人	1,223	21.1	5.9	18.6	29.8	17.7
50人~99人	361	20.2	6.1	19.9	33.8	18.0
100人~199人	179	14.0	2.8	14.0	35.2	12.3
200人以上	146	24.7	4.8	20.6	28.8	19.9

表6 批發業希望拓銷海外市場- 按小類及員工人數分(複選) (2/2)

資料時間：111年5月

單位：%

	南韓	泰國	越南	新加坡	馬來西亞	菲律賓	其他國家 或尚無計畫
45-46 批發業	7.5	8.2	14.6	8.8	8.9	5.6	40.2
按業別分							
451 商品經紀業	3.6	3.6	10.7	0.0	3.6	3.6	28.6
452 綜合商品批發業	2.6	10.5	5.3	2.6	0.0	0.0	42.1
453 農產原料及活動物批發業	4.3	8.5	25.5	6.4	4.3	4.3	44.7
454 食品飲料及菸草製品批發業	7.3	7.0	6.7	8.5	7.3	3.4	48.8
455 布疋及服飾品批發業	11.1	6.0	23.1	5.1	6.8	4.3	33.3
456 家庭器具及用品批發業	10.1	5.3	9.5	8.3	10.7	5.3	42.6
457 藥品醫療用品及化粧品批發業	1.9	4.7	9.4	6.5	9.4	6.5	63.6
458 文教、育樂用品批發業	8.4	4.8	4.8	9.6	6.0	2.4	36.1
461 建材批發業	5.8	7.5	13.2	8.5	9.2	5.8	35.9
462 化學材料及其製品批發業	7.2	18.4	39.5	9.9	12.5	8.6	28.3
463 燃料及相關產品批發業	6.7	6.7	4.4	4.4	4.4	0.0	60.0
464 機械器具批發業	9.7	10.5	17.4	14.7	11.8	8.4	30.8
465 汽機車及其零配件用品批發業	2.8	2.8	7.0	3.5	4.2	4.2	51.8
469 其他專賣批發業	13.9	12.7	25.3	7.6	13.9	8.9	34.2
按員工人數分							
未滿5人	6.9	7.8	13.7	7.8	8.8	7.8	46.1
5人~49人	7.5	8.0	14.5	8.0	8.2	4.5	38.4
50人~99人	8.0	9.4	16.3	8.9	9.7	6.7	38.8
100人~199人	6.2	9.5	12.9	8.9	9.5	8.4	48.0
200人以上	7.5	4.8	13.7	15.1	11.6	6.9	44.5

表7 零售業商品進貨來源 - 按小類分(1/2)

資料時間：110年

單位：%

	合計	國內採購			
		小計	生產者	貿易、批發、零售商	其他
<b>47-48 零售業</b>	<b>100.0</b>	<b>80.5</b>	<b>19.1</b>	<b>61.4</b>	<b>0.0</b>
<b>按業別分</b>					
471 綜合商品零售業	100.0	91.6	12.4	79.2	0.0
4711 百貨公司業	100.0	99.8	0.0	99.8	0.0
4712 超級市場業	100.0	97.4	6.0	91.4	0.0
4713 連鎖式便利商店業	100.0	100.0	34.4	65.6	0.0
4714 零售式量販業	100.0	75.6	4.4	71.2	0.0
4719 其他綜合商品零售業	100.0	70.3	10.4	59.9	0.0
472 食品、飲料及菸草製品零售業	100.0	89.0	30.3	58.7	0.0
473 布疋及服飾品零售業	100.0	36.6	7.2	29.3	0.0
474 家用器具及用品零售業	100.0	55.0	6.2	48.1	0.7
475 藥品、醫療用品及化粧品零售業	100.0	89.8	18.5	71.3	0.0
476 文教育樂用品零售業	100.0	72.3	24.6	47.8	0.0
481 建材零售業	100.0	87.5	32.4	55.2	0.0
482 燃料及相關產品零售業	100.0	39.9	17.3	22.6	0.0
483 資通訊及家電設備零售業	100.0	93.1	31.0	62.1	0.0
484 汽機車及其零配件、用品零售業	100.0	83.0	37.7	45.3	0.0
485 其他專賣零售業	100.0	87.1	4.5	82.6	0.0
487 其他非店面零售業	100.0	91.1	3.1	88.0	0.0
4871 電子購物及郵購業	100.0	97.5	1.4	96.1	0.0



表7 零售業商品進貨來源 - 按小類分(2/2)

資料時間：110年

單位：%

	海 外 採 購							其 他
	小 計	中 國 大 陸 (含 港 澳)	日 本	南 韓	東 南 亞	歐 洲	美 國	
<b>47-48 零 售 業</b>	<b>19.5</b>	<b>2.0</b>	<b>3.4</b>	<b>0.7</b>	<b>0.7</b>	<b>2.7</b>	<b>2.4</b>	<b>7.6</b>
<b>按 業 別 分</b>								
471 綜合商品零售業	8.4	0.4	1.0	0.6	0.4	1.6	4.4	0.0
4711 百貨公司業	0.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.1	0.0
4712 超級市場業	2.6	0.0	1.8	0.0	0.0	0.6	0.0	0.1
4713 連鎖式便利商店業	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
4714 零售式量販業	24.4	1.1	1.5	2.0	0.5	4.1	15.2	0.0
4719 其他綜合商品零售業	29.7	2.8	10.8	0.2	6.1	8.6	1.1	0.2
472 食品、飲料及菸草製品零售業	11.0	0.1	2.2	3.2	0.3	4.1	1.2	0.0
473 布疋及服飾品零售業	63.4	23.1	1.8	0.2	7.2	30.4	0.2	0.5
474 家用器具及用品零售業	45.0	16.3	8.2	0.1	6.5	13.0	0.8	0.1
475 藥品、醫療用品及化粧品零售業	10.2	0.6	2.3	1.2	1.2	3.5	1.4	0.0
476 文教育樂用品零售業	27.7	8.6	6.5	0.9	0.3	1.8	9.7	0.0
481 建材零售業	12.5	10.1	0.0	0.0	0.8	0.0	0.8	0.8
482 燃料及相關產品零售業	60.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	60.1
483 資通訊及家電設備零售業	6.9	6.8	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0
484 汽機車及其零配件、用品零售業	17.0	0.0	11.9	1.6	0.1	2.8	0.5	0.1
485 其他專賣零售業	12.9	2.5	2.3	0.0	0.5	4.5	1.4	1.7
487 其他非店面零售業	8.9	1.8	0.7	0.1	1.5	0.1	4.7	0.1
4871 電子購物及郵購業	2.5	1.9	0.3	0.1	0.0	0.0	0.1	0.0

表8 零售業消費者付款方式 - 按小類分(1/2)

資料時間：110年

單位：%

	合計	直接向消費者取款						
		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
<b>47-48 零售業</b>	<b>100.0</b>	<b>26.8</b>	<b>36.8</b>	<b>15.8</b>	<b>1.3</b>	<b>6.8</b>	<b>2.1</b>	<b>0.8</b>
<b>按業別分</b>								
471 綜合商品零售業	100.0	37.0	38.0	0.3	3.3	14.3	5.2	1.8
472 食品、飲料及菸草製品零售業	100.0	45.0	26.6	13.2	0.4	2.4	0.5	0.1
473 布疋及服飾品零售業	100.0	19.8	46.0	2.3	0.2	2.4	0.4	0.2
474 家用器具及用品零售業	100.0	19.3	44.2	8.5	0.0	1.7	0.6	0.7
475 藥品、醫療用品及化粧品零售業	100.0	37.9	31.4	2.3	1.6	8.3	0.8	1.6
476 文教育樂用品零售業	100.0	30.0	32.5	7.2	0.6	1.9	1.2	0.2
481 建材零售業	100.0	23.1	59.2	7.8	0.0	6.5	0.8	0.0
482 燃料及相關產品零售業	100.0	37.4	32.3	11.1	0.9	1.8	0.1	0.1
483 資通訊及家電設備零售業	100.0	24.0	47.4	5.6	0.0	2.3	1.0	0.5
484 汽機車及其零配件、用品零售業	100.0	10.0	15.6	73.8	0.0	0.4	0.0	0.0
485 其他專賣零售業	100.0	47.1	33.3	10.3	0.3	3.4	0.7	0.0
487 其他非店面零售業	100.0	2.8	63.9	5.0	0.6	8.6	1.6	0.6
4871 電子購物及郵購業	100.0	0.3	61.9	2.1	0.7	11.1	1.9	0.6

表8 零售業消費者付款方式 - 按小類分(2/2)

資料時間：110年

單位：%

		透過其他管道間接向消費者取款			
		貨到付款	便利商店代收	支票、轉帳、匯款	其他
47-48	零售業	0.8	0.8	7.8	0.0
按	業別分				
471	綜合商品零售業	0.0	0.0	0.1	0.0
472	食品、飲料及菸草製品零售業	1.5	0.2	10.0	0.0
473	布疋及服飾品零售業	0.1	0.3	28.3	0.0
474	家用器具及用品零售業	0.2	0.0	24.8	0.0
475	藥品、醫療用品及化粧品零售業	0.3	0.6	15.2	0.0
476	文教育樂用品零售業	0.6	1.7	24.1	0.0
481	建材零售業	0.1	0.8	1.7	0.0
482	燃料及相關產品零售業	0.0	0.0	16.3	0.0
483	資通訊及家電設備零售業	0.1	0.1	18.9	0.0
484	汽機車及其零配件、用品零售業	0.0	0.0	0.2	0.0
485	其他專賣零售業	0.9	0.0	4.0	0.0
487	其他非店面零售業	7.0	7.5	2.4	0.0
4871	電子購物及郵購業	9.1	9.1	3.1	0.0

表9 零售業各類商品銷售比率 - 按小類分 (1/4)

資料時間：110年

單位：%

	總計	食品類	飲料、 菸酒類	酒精性飲料			菸草類	衣著鞋襪、配 件及個人用品	布疋、衣著 鞋襪及服飾 配件	個人用品
				酒精性飲料	非酒精性飲 料 及即飲乳品					
<b>47-48 零售業</b>	100.0	18.2	9.4	1.7	3.9	3.8	11.0	9.5	1.6	
<b>按業別分</b>										
471 綜合商品零售業	100.0	32.5	20.9	3.5	8.6	8.7	12.4	11.1	1.3	
4711 百貨公司業	100.0	4.7	0.1	0.1	0.1	0.0	36.2	33.4	2.8	
4712 超級市場業	100.0	56.6	13.1	5.1	4.6	3.4	0.8	0.8	0.0	
4713 連鎖式便利商店業	100.0	30.7	61.2	4.9	26.5	29.7	0.1	0.1	0.0	
4714 零售式量販業	100.0	53.6	7.4	3.6	3.1	0.6	4.0	3.1	0.9	
4719 其他綜合商品零售業	100.0	20.1	18.9	13.3	1.4	4.2	17.5	9.3	8.2	
472 食品、飲料及菸草製品零售業	100.0	80.3	13.2	9.7	1.4	2.1	0.0	0.0	0.0	
473 布疋及服飾品零售業	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	88.7	73.4	15.4	
474 家用器具及用品零售業	100.0	0.4	0.0	0.0	0.0	0.0	1.6	0.8	0.8	
475 藥品、醫療用品及化粧品零售業	100.0	13.2	0.4	0.0	0.4	0.0	5.9	3.9	2.0	
476 文教育樂用品零售業	100.0	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	17.0	16.8	0.2	
481 建材零售業	100.0	1.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
482 燃料及相關產品零售業	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
483 資通訊及家電設備零售業	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2	0.0	0.2	
484 汽機車及其零配件、用品零售業	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
485 其他專賣零售業	100.0	4.6	0.9	0.1	0.8	0.0	4.3	0.0	4.3	
487 其他非店面零售業	100.0	68.2	3.3	1.6	1.6	0.0	2.4	2.4	0.0	
4871 電子購物及郵購業	100.0	9.0	1.6	0.0	1.6	0.0	11.7	9.9	1.8	

表9 零售業各類商品銷售比率 - 按小類分 (2/4)

資料時間：110年

單位：%

	家庭器具 及用品	家電	家具、廚 具、餐具、 寢具、家 飾、家庭洗 滌清潔用品	鐘及其零配 件	眼鏡、 隱形眼鏡	珠寶、首 飾、貴金 屬、錶及其 零配件	藥品及化粧 清潔用品	個人清潔、 化粧保養	藥品及 醫療用品
<b>47-48 零 售 業</b>	11.9	5.6	3.5	0.1	0.4	2.3	8.3	6.7	1.5
<b>按 業 別 分</b>									
471 綜合商品零售業	12.2	5.5	4.0	0.2	0.2	2.4	9.4	8.1	1.3
4711 百貨公司業	20.2	9.4	3.6	0.0	0.2	6.9	12.4	12.3	0.1
4712 超級市場業	14.7	4.1	10.6	0.0	0.0	0.0	11.3	9.8	1.6
4713 連鎖式便利商店業	0.7	0.0	0.7	0.0	0.0	0.0	3.0	3.0	0.0
4714 零售式量販業	12.8	8.1	2.3	0.6	0.6	1.1	10.5	6.1	4.4
4719 其他綜合商品零售業	14.8	4.8	7.4	0.6	0.2	1.8	15.4	14.4	1.0
472 食品、飲料及菸草製品零售業	1.2	1.0	0.2	0.0	0.0	0.0	0.5	0.2	0.3
473 布疋及服飾品零售業	10.8	0.0	0.8	0.0	0.0	10.0	0.3	0.3	0.0
474 家用器具及用品零售業	91.6	7.4	31.4	1.4	13.9	37.4	0.5	0.4	0.1
475 藥品、醫療用品及化粧品零售業	5.4	3.4	1.7	0.0	0.1	0.2	72.9	49.7	23.2
476 文教育樂用品零售業	0.4	0.3	0.0	0.1	0.0	0.0	0.1	0.1	0.0
481 建材零售業	61.4	10.7	50.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
482 燃料及相關產品零售業	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
483 資通訊及家電設備零售業	30.5	30.3	0.2	0.0	0.0	0.0	0.2	0.1	0.1
484 汽機車及其零配件、用品零售業	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
485 其他專賣零售業	6.4	0.1	6.4	0.0	0.0	0.0	0.1	0.1	0.0
487 其他非店面零售業	7.4	4.0	1.2	0.0	0.0	2.2	16.0	15.9	0.0
4871 電子購物及郵購業	22.6	13.3	7.9	0.5	0.2	0.7	11.4	10.5	0.9

表9 零售業各類商品銷售比率 - 按小類分 (3/4)

資料時間：110年

單位：%

	文教及娛樂用品	書報、雜誌及文具	運動器材、 休閒娛樂用品	寵物及水族 相關用品	住宅裝修材料 及用品類	汽油、柴油、木 炭、桶裝瓦斯、機 油等燃料
<b>47-48 零售業</b>	2.5	1.0	1.1	0.4	0.4	9.1
<b>按業別分</b>						
471 綜合商品零售業	2.6	1.0	1.2	0.3	0.2	0.4
4711 百貨公司業	3.8	1.3	2.5	0.0	0.0	0.0
4712 超級市場業	1.6	0.0	0.0	1.5	0.8	0.0
4713 連鎖式便利商店業	1.3	0.8	0.5	0.0	0.0	0.0
4714 零售式量販業	2.5	1.0	1.3	0.2	0.2	1.7
4719 其他綜合商品零售業	7.8	5.7	2.0	0.1	0.3	0.0
472 食品、飲料及菸草製品零售業	0.2	0.0	0.0	0.2	0.0	0.0
473 布疋及服飾品零售業	0.1	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0
474 家用器具及用品零售業	2.8	0.0	2.8	0.0	0.9	0.0
475 藥品、醫療用品及化粧品零售業	0.6	0.6	0.0	0.0	1.3	0.0
476 文教育樂用品零售業	71.3	35.1	36.1	0.0	0.0	0.0
481 建材零售業	2.5	0.0	2.4	0.0	33.2	0.1
482 燃料及相關產品零售業	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	97.9
483 資通訊及家電設備零售業	0.9	0.1	0.8	0.0	0.0	0.0
484 汽機車及其零配件、用品零售業	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
485 其他專賣零售業	72.7	2.5	0.0	70.2	0.2	0.0
487 其他非店面零售業	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
4871 電子購物及郵購業	6.1	3.4	2.1	0.7	0.5	0.0

表9 零售業各類商品銷售比率 - 按小類分 (4/4)

資料時間：110年

單位：%

	資通訊產品	電腦、平	照相、攝影	通訊產品	電子遊樂器	未錄製之	汽機車及零件	餐飲服務	其他商品
		板、視聽及其週邊設備(含軟體)	及其週邊設備	及配件	及遊戲軟體	紀錄媒介			
<b>47-48 零售業</b>	7.6	4.2	0.3	2.6	0.4	0.1	18.0	2.5	1.1
<b>按業別分</b>									
471 綜合商品零售業	2.5	1.3	0.2	0.8	0.2	0.0	0.2	5.6	1.1
4711 百貨公司業	3.2	2.5	0.1	0.5	0.0	0.0	0.0	16.7	2.7
4712 超級市場業	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.0	0.1
4713 連鎖式便利商店業	2.0	0.0	0.0	1.8	0.2	0.0	0.0	0.0	1.0
4714 零售式量販業	4.4	2.1	0.9	0.6	0.6	0.1	0.8	2.2	0.1
4719 其他綜合商品零售業	2.4	1.8	0.1	0.2	0.2	0.1	1.1	0.9	0.7
472 食品、飲料及菸草製品零售業	0.6	0.2	0.2	0.2	0.0	0.0	0.0	0.7	3.3
473 布疋及服飾品零售業	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0
474 家用器具及用品零售業	1.5	0.2	1.2	0.1	0.0	0.0	0.1	0.2	0.3
475 藥品、醫療用品及化粧品零售業	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.3
476 文教育樂用品零售業	10.5	0.8	0.0	0.4	9.3	0.0	0.5	0.0	0.1
481 建材零售業	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.3	0.0	0.9
482 燃料及相關產品零售業	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0	2.0
483 資通訊及家電設備零售業	66.8	29.8	1.2	34.5	0.8	0.4	0.0	0.2	1.2
484 汽機車及其零配件、用品零售業	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
485 其他專賣零售業	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	10.7
487 其他非店面零售業	1.0	0.0	0.0	0.0	1.0	0.0	0.0	0.0	1.7
4871 電子購物及郵購業	34.0	24.4	1.4	5.8	2.0	0.5	0.8	0.0	2.2

表10 零售業經營上遭遇的困境 - 按小類及員工人數分 (複選)

資料時間：111年5月

單位：%

	樣本 家數 (家)	價格競爭 激烈·毛 利偏低	勞動成本 提高	人力資源 短缺、流 動率高	消費需求 多變	國內電商 搶食市場	國外電商 搶食市場	租金成本 提高	異業間 跨界搶占 市場	商品同質 性及替代 性高	營運受疫 情干擾	原物料、 物流等成 本增加	其他
<b>47-48 零售業</b>	<b>1,116</b>	<b>55.5</b>	<b>47.0</b>	<b>32.5</b>	<b>38.3</b>	<b>29.3</b>	<b>5.6</b>	<b>27.5</b>	<b>10.8</b>	<b>31.4</b>	<b>62.1</b>	<b>50.4</b>	<b>2.8</b>
<b>按業別分</b>													
471 綜合商品零售業	172	54.7	49.4	39.5	46.5	48.8	9.3	32.0	14.5	29.1	60.5	34.3	2.9
4711 百貨公司業	54	51.9	35.2	31.5	57.4	68.5	16.7	35.2	16.7	25.9	92.6	7.4	0.0
4712 超級市場業	31	80.6	74.2	51.6	41.9	45.2	3.2	38.7	22.6	25.8	32.3	54.8	6.5
4713 連鎖式便利商店業	5	0.0	60.0	80.0	60.0	80.0	20.0	0.0	20.0	40.0	60.0	60.0	0.0
4714 零售式量販業	6	66.7	66.7	33.3	50.0	50.0	0.0	33.3	0.0	33.3	66.7	66.7	0.0
4719 其他綜合商品零售業	76	48.7	47.4	38.2	39.5	34.2	6.6	28.9	10.5	31.6	48.7	40.8	3.9
472 食品、飲料及菸草製品零售業	170	61.8	58.8	40.0	37.1	17.1	0.6	15.9	11.2	38.2	60.0	74.7	1.2
473 布疋及服飾品零售業	125	43.2	48.8	30.4	42.4	36.0	10.4	38.4	8.8	27.2	82.4	52.0	2.4
474 家用器具及用品零售業	124	47.6	39.5	27.4	45.2	20.2	3.2	32.3	11.3	27.4	62.1	55.6	1.6
475 藥品、醫療用品及化粧品零售業	60	46.7	46.7	35.0	31.7	31.7	5.0	28.3	3.3	38.3	61.7	56.7	5.0
476 文教娛樂用品零售業	72	50.0	34.7	16.7	30.6	41.7	6.9	29.2	5.6	20.8	72.2	40.3	4.2
481 建材零售業	11	81.8	54.5	27.3	45.5	36.4	27.3	36.4	27.3	36.4	45.5	72.7	0.0
482 燃料及相關產品零售業	55	50.9	65.5	47.3	3.6	0.0	0.0	14.5	5.5	7.3	52.7	40.0	3.6
483 資通訊及家電設備零售業	61	86.9	47.5	31.1	44.3	44.3	0.0	26.2	8.2	34.4	49.2	36.1	1.6
484 汽機車及其零配件、用品零售業	108	71.3	51.9	32.4	33.3	6.5	0.0	32.4	6.5	33.3	70.4	49.1	4.6
485 其他專賣零售業	54	46.3	46.3	38.9	33.3	20.4	5.6	33.3	14.8	29.6	59.3	44.4	3.7
487 其他非店面零售業	104	49.0	23.1	17.3	44.2	44.2	13.5	17.3	18.3	46.2	44.2	49.0	2.9
<b>按員工人數分</b>													
未滿5人	65	63.1	15.4	7.7	38.5	18.5	0.0	12.3	6.2	38.5	56.9	35.4	7.7
5人~49人	530	56.8	49.1	30.0	36.2	27.5	5.3	21.1	11.3	28.9	57.7	53.2	2.5
50人~99人	182	50.5	50.5	37.9	41.2	32.4	7.1	33.5	11.5	37.9	72.0	54.4	2.2
100人~199人	141	49.6	42.6	31.9	35.5	26.2	5.0	31.2	7.1	30.5	61.7	45.4	2.1
200人以上	198	58.1	51.5	42.9	42.9	36.9	7.1	41.4	12.6	30.3	66.7	48.0	3.0



表11 零售業有無發展營運策略 - 按小類及員工人數分 (1/2)

資料時間：111年5月

單位：%

	樣本家數 (家)	發展數位轉型										強化外送功能	
		經營網路社群		提供消費者行動支付的結帳功能		開發公司品牌專屬的APP		以數位科技蒐集或了解顧客喜好· 打造精準行銷		透過電商 拓展海外市場		加入外送平台	
		有	無	有	無	有	無	有	無	有	無	有	無
<b>47-48 零售業</b>	<b>1,116</b>	<b>61.2</b>	<b>38.8</b>	<b>52.2</b>	<b>47.8</b>	<b>25.3</b>	<b>74.7</b>	<b>34.9</b>	<b>65.1</b>	<b>8.2</b>	<b>91.8</b>	<b>15.6</b>	<b>84.4</b>
<b>按業別分</b>													
471 綜合商品零售業	172	69.8	30.2	72.7	27.3	44.2	55.8	45.3	54.7	7.0	93.0	49.4	50.6
4711 百貨公司業	54	90.7	9.3	88.9	11.1	72.2	27.8	68.5	31.5	9.3	90.7	75.9	24.1
4712 超級市場業	31	74.2	25.8	67.7	32.3	25.8	74.2	29.0	71.0	3.2	96.8	45.2	54.8
4713 連鎖式便利商店業	5	80.0	20.0	100.0	0.0	80.0	20.0	60.0	40.0	0.0	100.0	100.0	0.0
4714 零售式量販業	6	83.3	16.7	83.3	16.7	83.3	16.7	83.3	16.7	0.0	100.0	83.3	16.7
4719 其他綜合商品零售業	76	51.3	48.7	60.5	39.5	26.3	73.7	31.6	68.4	7.9	92.1	26.3	73.7
472 食品、飲料及菸草製品零售業	170	50.0	50.0	44.7	55.3	8.2	91.8	19.4	80.6	4.7	95.3	24.1	75.9
473 布疋及服飾品零售業	125	72.8	27.2	62.4	37.6	28.0	72.0	40.0	60.0	11.2	88.8	3.2	96.8
474 家用器具及用品零售業	124	66.1	33.9	50.8	49.2	21.0	79.0	38.7	61.3	7.3	92.7	3.2	96.8
475 藥品、醫療用品及化粧品零售業	60	68.3	31.7	60.0	40.0	28.3	71.7	46.7	53.3	10.0	90.0	25.0	75.0
476 文教育樂用品零售業	72	72.2	27.8	52.8	47.2	15.3	84.7	26.4	73.6	6.9	93.1	8.3	91.7
481 建材零售業	11	45.5	54.5	36.4	63.6	18.2	81.8	18.2	81.8	0.0	100.0	18.2	81.8
482 燃料及相關產品零售業	55	9.1	90.9	38.2	61.8	10.9	89.1	5.5	94.5	0.0	100.0	0.0	100.0
483 資通訊及家電設備零售業	61	47.5	52.5	36.1	63.9	19.7	80.3	29.5	70.5	6.6	93.4	9.8	90.2
484 汽機車及其零配件、用品零售業	108	58.3	41.7	37.0	63.0	24.1	75.9	37.0	63.0	0.9	99.1	2.8	97.2
485 其他專賣零售業	54	48.1	51.9	44.4	55.6	5.6	94.4	18.5	81.5	7.4	92.6	9.3	90.7
487 其他非店面零售業	104	80.8	19.2	53.8	46.2	51.9	48.1	58.7	41.3	26.9	73.1	2.9	97.1
4871 電子購物及郵購業	63	82.5	17.5	58.7	41.3	44.4	55.6	73.0	27.0	41.3	58.7	4.8	95.2
<b>按員工人數分</b>													
未滿5人	65	21.5	78.5	15.4	84.6	4.6	95.4	6.2	93.8	1.5	98.5	3.1	96.9
5人~49人	530	48.3	51.7	40.9	59.1	12.8	87.2	22.5	77.5	6.4	93.6	10.0	90.0
50人~99人	182	70.3	29.7	54.9	45.1	29.1	70.9	36.3	63.7	8.2	91.8	13.2	86.8
100人~199人	141	85.1	14.9	69.5	30.5	38.3	61.7	52.5	47.5	9.9	90.1	28.4	71.6
200人以上	198	83.3	16.7	79.8	20.2	52.5	47.5	64.1	35.9	13.6	86.4	27.8	72.2

表11 零售業有無發展營運策略 - 按小類及員工人數分 (2/2)

資料時間：111年5月

單位：%

	強化外送功能				創新銷售或服務							
	公司自行宅配或外送		提供快速到貨 (24小時內)服務		開拓新型態或 複合型銷售通路		與不同行業之業者進行 產品或服務的跨界合作		發展會員經濟， 鞏固會員消費黏著度		開發公司品牌專屬 的聯名信用卡	
	有	無	有	無	有	無	有	無	有	無	有	無
<b>47-48 零售業</b>	<b>33.3</b>	<b>66.7</b>	<b>5.0</b>	<b>95.0</b>	<b>27.2</b>	<b>72.8</b>	<b>24.9</b>	<b>75.1</b>	<b>44.4</b>	<b>55.6</b>	<b>7.6</b>	<b>92.4</b>
<b>按業別分</b>												
471 綜合商品零售業	40.7	59.3	6.4	93.6	41.3	58.7	29.1	70.9	67.4	32.6	23.8	76.2
4711 百貨公司業	33.3	66.7	3.7	96.3	50.0	50.0	46.3	53.7	92.6	7.4	51.9	48.1
4712 超級市場業	45.2	54.8	12.9	87.1	35.5	64.5	16.1	83.9	67.7	32.3	12.9	87.1
4713 連鎖式便利商店業	60.0	40.0	0.0	100.0	80.0	20.0	80.0	20.0	80.0	20.0	0.0	100.0
4714 零售式量販業	50.0	50.0	16.7	83.3	50.0	50.0	50.0	50.0	100.0	0.0	66.7	33.3
4719 其他綜合商品零售業	42.1	57.9	5.3	94.7	34.2	65.8	17.1	82.9	46.1	53.9	6.6	93.4
472 食品、飲料及菸草製品零售業	45.9	54.1	2.4	97.6	18.8	81.2	20.6	79.4	31.8	68.2	0.6	99.4
473 布疋及服飾品零售業	26.4	73.6	2.4	97.6	22.4	77.6	21.6	78.4	50.4	49.6	0.8	99.2
474 家用器具及用品零售業	38.7	61.3	2.4	97.6	25.8	74.2	30.6	69.4	32.3	67.7	0.8	99.2
475 藥品、醫療用品及化粧品零售業	43.3	56.7	6.7	93.3	31.7	68.3	28.3	71.7	55.0	45.0	5.0	95.0
476 文教育樂用品零售業	16.7	83.3	4.2	95.8	18.1	81.9	23.6	76.4	47.2	52.8	0.0	100.0
481 建材零售業	36.4	63.6	9.1	90.9	27.3	72.7	18.2	81.8	36.4	63.6	0.0	100.0
482 燃料及相關產品零售業	10.9	89.1	3.6	96.4	14.5	85.5	9.1	90.9	20.0	80.0	10.9	89.1
483 資通訊及家電設備零售業	32.8	67.2	11.5	88.5	29.5	70.5	26.2	73.8	34.4	65.6	6.6	93.4
484 汽機車及其零配件、用品零售業	8.3	91.7	3.7	96.3	21.3	78.7	22.2	77.8	31.5	68.5	13.9	86.1
485 其他專賣零售業	38.9	61.1	1.9	98.1	13.0	87.0	14.8	85.2	24.1	75.9	0.0	100.0
487 其他非店面零售業	43.3	56.7	12.5	87.5	47.1	52.9	37.5	62.5	69.2	30.8	12.5	87.5
4871 電子購物及郵購業	39.7	60.3	15.9	84.1	54.0	46.0	47.6	52.4	68.3	31.7	11.1	88.9
<b>按員工人數分</b>												
未滿5人	20.0	80.0	3.1	96.9	4.6	95.4	3.1	96.9	16.9	83.1	3.1	96.9
5人~49人	33.6	66.4	3.4	96.6	19.8	80.2	16.0	84.0	29.6	70.4	1.5	98.5
50人~99人	33.0	67.0	3.8	96.2	27.5	72.5	24.2	75.8	50.0	50.0	4.9	95.1
100人~199人	38.3	61.7	5.0	95.0	36.9	63.1	41.8	58.2	63.8	36.2	12.1	87.9
200人以上	33.8	66.2	11.1	88.9	47.0	53.0	44.4	55.6	73.7	26.3	24.7	75.3

表12 餐飲業營運型態 - 按小類及員工人數分 (1/3)

資料時間：111年5月

單位：%

	樣本家數 (家)	店休日數					
		小計	每週1日	每週2日	每月1日	全年無休	其他
56 餐 飲 業	676	100.0	8.3	17.2	0.6	51.5	22.5
按 業 別 分							
5611 餐館業	456	100.0	8.1	7.9	0.4	56.6	27.0
5620 外燴及團膳承包業	90	100.0	6.7	65.6	1.1	18.9	7.8
5631 飲料店業	130	100.0	10.0	16.2	0.8	56.2	16.9
按 員 工 人 數 分							
未滿5人	24	100.0	25.0	33.3	0.0	20.8	20.8
5人~49人	362	100.0	11.1	13.8	1.1	46.4	27.6
50人~99人	134	100.0	3.7	23.1	0.0	53.0	20.2
100人~199人	73	100.0	5.5	31.5	0.0	50.7	12.3
200人以上	83	100.0	1.2	4.8	0.0	80.7	13.3

表12 餐飲業營運型態 - 按小類及員工人數分 (2/3)

資料時間：111年5月

單位：%

	營業時間					
	小計	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
56 餐 飲 業	100.0	26.3	55.2	14.8	2.2	1.5
按 業 別 分						
5611 餐館業	100.0	21.5	60.3	14.3	2.9	1.1
5620 外燴及團膳承包業	100.0	60.0	30.0	5.6	1.1	3.3
5631 飲料店業	100.0	20.0	54.6	23.1	0.8	1.5
按 員 工 人 數 分						
未滿5人	100.0	45.8	29.2	8.3	4.2	12.5
5人~49人	100.0	26.0	59.9	12.2	0.8	1.1
50人~99人	100.0	33.6	41.8	20.2	3.7	0.8
100人~199人	100.0	27.4	60.3	8.2	4.1	0.0
200人以上	100.0	9.6	59.0	25.3	3.6	2.4

表12 餐飲業的經營型態 - 按小類及員工人數分 (3/3)

資料時間：111年5月

單位：%

	成立時間				
	小計	不滿1年	1年以上，不滿5年	5年以上，不滿10年	10年以上
<b>56 餐 飲 業</b>	<b>100.0</b>	<b>0.3</b>	<b>7.5</b>	<b>24.0</b>	<b>68.2</b>
<b>按 業 別 分</b>					
5611 餐館業	100.0	0.2	7.2	26.8	65.8
5620 外燴及團膳承包業	100.0	0.0	2.2	5.6	92.2
5631 飲料店業	100.0	0.8	12.3	26.9	60.0
<b>按 員 工 人 數 分</b>					
未滿5人	100.0	0.0	33.3	16.7	50.0
5人~49人	100.0	0.6	9.4	24.6	65.5
50人~99人	100.0	0.0	3.0	28.4	68.7
100人~199人	100.0	0.0	2.7	27.4	69.9
200人以上	100.0	0.0	3.6	13.3	83.1

表13 餐飲業連鎖加盟情形 - 按小類及員工人數分

資料時間：111年5月

單位：%

	總計	國內		海外			
		直營店	加盟店	直營店	加盟店		
56 餐 飲 業	100.0	83.0	56.6	26.4	17.0	0.4	16.7
按 業 別 分							
5611 餐館業	100.0	99.2	80.7	18.5	0.8	0.1	0.7
5620 外燴及團膳承包業	100.0	100.0	98.9	1.1	0.0	0.0	0.0
5631 飲料店業	100.0	62.7	26.1	36.6	37.3	0.7	36.6
按 員 工 人 數 分							
未滿5人	100.0	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
5人~49人	100.0	95.8	26.2	69.5	4.2	0.0	4.2
50人~99人	100.0	68.9	57.4	11.5	31.1	0.0	31.1
100人~199人	100.0	86.0	27.5	58.5	14.0	0.2	13.8
200人以上	100.0	81.3	67.4	13.9	18.7	0.5	18.2

註:本表僅統計總公司連鎖加盟情形

表14 餐飲業之營業收入結構 - 按小類及員工人數分

資料時間：110年

單位：%

	小計	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
<b>56 餐 飲 業</b>	<b>100.0</b>	<b>94.0</b>	<b>5.1</b>	<b>0.2</b>	<b>0.7</b>
<b>按 業 別 分</b>					
5611 餐館業	100.0	95.0	4.0	0.3	0.7
5620 外燴及團膳承包業	100.0	91.0	8.2	0.0	0.7
5631 飲料店業	100.0	87.5	11.5	0.4	0.7
<b>按 員 工 人 數 分</b>					
未滿5人	100.0	97.0	0.4	0.0	2.5
5人~49人	100.0	94.8	4.4	0.3	0.5
50人~99人	100.0	94.3	4.4	0.1	1.2
100人~199人	100.0	89.5	10.1	0.1	0.4
200人以上	100.0	94.3	4.8	0.3	0.7

表15 餐飲業消費者付款方式 - 按小類及員工人數分

資料時間：110年

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	支票、轉帳 、匯款(含外 送平台、線 上點餐系統)	其他
56 餐 飲 業	100.0	39.0	24.0	10.4	7.3	4.3	1.6	0.6	12.8	0.0
按 業 別 分										
5611 餐館業	100.0	43.1	28.0	2.2	5.1	4.8	1.6	0.6	14.5	0.0
5620 外燴及團膳承包業	100.0	7.5	1.7	87.8	0.3	0.0	0.1	0.6	2.0	0.0
5631 飲料店業	100.0	32.9	12.2	12.7	26.9	3.5	2.6	0.5	8.7	0.0
按 員 工 人 數 分										
未滿5人	100.0	57.5	17.6	10.3	0.3	1.3	1.0	0.0	12.1	0.0
5人~49人	100.0	48.6	26.3	16.1	1.0	1.7	0.9	0.0	5.3	0.1
50人~99人	100.0	29.7	32.0	27.8	0.3	2.7	0.3	0.5	6.6	0.0
100人~199人	100.0	35.0	20.1	30.5	1.8	2.7	1.0	0.2	8.7	0.0
200人以上	100.0	38.8	23.3	5.5	9.7	5.0	1.9	0.7	15.1	0.0



表16 餐飲業原物料及食材供應來源 - 按小類及員工人數分

資料時間：110年

單位：%

	合計	食品工廠	果菜市場、魚市場	特定農民或製作	批發、零售商 (包含連鎖 加盟公司)	自行進口	其他
<b>56 餐 飲 業</b>	<b>100.0</b>	<b>39.2</b>	<b>12.8</b>	<b>3.5</b>	<b>34.2</b>	<b>9.3</b>	<b>1.1</b>
<b>按 業 別 分</b>							
5611 餐館業	100.0	42.6	11.2	2.1	35.9	7.6	0.6
5620 外燴及團膳承包業	100.0	23.2	33.2	13.2	29.9	0.4	0.1
5631 飲料店業	100.0	35.2	1.8	2.0	28.6	27.6	4.8
<b>按 員 工 人 數 分</b>							
未滿5人	100.0	15.5	29.8	2.6	47.2	0.6	4.3
5人~49人	100.0	22.2	26.9	6.6	40.1	1.2	3.0
50人~99人	100.0	29.8	25.1	5.5	38.2	0.5	1.0
100人~199人	100.0	32.8	24.2	9.3	31.5	2.0	0.1
200人以上	100.0	44.8	6.7	1.8	32.9	13.1	0.9

表17 餐飲業有無提供各項服務 - 按小類及員工人數分 (1/2)

資料時間：111年5月

單位：%

	樣本家數 (家)	線上訂位服務		線上點餐系統		經營網路社群 (Facebook、 Instagram)或Line等		POS系統 (餐飲點餐卡)		行動支付服務		信用卡(或儲值卡) 支付服務	
		有 (%)	無 (%)	有 (%)	無 (%)	有 (%)	無 (%)	有 (%)	無 (%)	有 (%)	無 (%)	有 (%)	無 (%)
56 餐 飲 業	676	34.8	65.2	34.8	65.2	67.0	33.0	71.0	29.0	55.5	44.5	71.5	28.6
按 業 別 分													
5611 餐館業	456	47.4	52.6	39.7	60.3	76.5	23.5	79.4	20.6	62.9	37.1	84.9	15.1
5620 外燴及團膳承包業	90	2.2	97.8	5.6	94.4	17.8	82.2	12.2	87.8	4.4	95.6	15.6	84.4
5631 飲料店業	130	13.1	86.9	37.7	62.3	67.7	32.3	82.3	17.7	64.6	35.4	63.1	36.9
按 員 工 人 數 分													
未滿5人	24	12.5	87.5	20.8	79.2	54.2	45.8	54.2	45.8	37.5	62.5	33.3	66.7
5人~49人	362	29.0	71.0	27.1	72.9	64.1	35.9	69.9	30.1	50.0	50.0	70.2	29.8
50人~99人	134	40.3	59.7	38.1	61.9	64.9	35.1	64.9	35.1	56.7	43.3	70.2	29.9
100人~199人	73	37.0	63.0	41.1	58.9	64.4	35.6	71.2	28.8	58.9	41.1	69.9	30.1
200人以上	83	55.4	44.6	61.5	38.6	89.2	10.8	90.4	9.6	79.5	20.5	91.6	8.4

表17 餐飲業有無提供各項服務 - 按小類及員工人數分 (2/2)

資料時間：111年5月

單位：%

	停車服務		開立電子發票		提供宅配或外送 (非外送平台)		加入外送平台 (如UberEats或 foodpanda等)		提供即時料理包		百貨公司設櫃 (如新光三越、 遠東SOGO)		加盟遠端廚房	
	有 (%)	無 (%)	有 (%)	無 (%)	有 (%)	無 (%)	有 (%)	無 (%)	有 (%)	無 (%)	有 (%)	無 (%)	有 (%)	無 (%)
<b>56 餐 飲 業</b>	<b>37.7</b>	<b>62.3</b>	<b>71.5</b>	<b>28.6</b>	<b>38.8</b>	<b>61.2</b>	<b>51.9</b>	<b>48.1</b>	<b>18.6</b>	<b>81.4</b>	<b>23.7</b>	<b>76.3</b>	<b>1.8</b>	<b>98.2</b>
<b>按 業 別 分</b>														
5611 餐館業	49.8	50.2	78.1	21.9	41.0	59.0	61.6	38.4	23.9	76.1	30.0	70.0	2.4	97.6
5620 外燴及團膳承包業	5.6	94.4	36.7	63.3	15.6	84.4	0.0	100.0	8.9	91.1	3.3	96.7	0.0	100.0
5631 飲料店業	17.7	82.3	72.3	27.7	46.9	53.1	53.9	46.2	6.9	93.1	15.4	84.6	0.8	99.2
<b>按 員 工 人 數 分</b>														
未滿5人	8.3	91.7	58.3	41.7	37.5	62.5	41.7	58.3	8.3	91.7	4.2	95.8	0.0	100.0
5人~49人	38.1	61.9	70.4	29.6	36.5	63.5	45.9	54.1	15.5	84.5	12.2	87.9	1.4	98.6
50人~99人	41.0	59.0	67.9	32.1	28.4	71.6	49.3	50.8	13.4	86.6	25.4	74.6	2.2	97.8
100人~199人	30.1	69.9	63.0	37.0	46.6	53.4	58.9	41.1	19.2	80.8	39.7	60.3	2.7	97.3
200人以上	45.8	54.2	92.8	7.2	59.0	41.0	79.5	20.5	43.4	56.6	62.7	37.4	2.4	97.6

表18 餐飲業經營上遭遇的困境 - 按小類及員工人數分 (複選) (1/2)

資料時間：111年5月

單位：%

	樣本家數 (家)	找不到 合適地點	租金 支出高	人員 流動率高	食材品質 不易控制	消費者喜好 變化快速	毛利降低	同業間 競爭激烈
56 餐 飲 業	676	5.0	37.9	42.3	13.9	21.6	38.9	39.1
按 業 別 分								
5611 餐館業	456	5.7	44.1	44.5	14.7	22.8	39.3	37.7
5620 外燴及團膳承包業	90	3.3	14.4	32.2	13.3	14.4	44.4	31.1
5631 飲料店業	130	3.9	32.3	41.5	11.5	22.3	33.9	49.2
按 員 工 人 數 分								
未滿5人	24	0.0	29.2	16.7	4.2	16.7	37.5	41.7
5人~49人	362	3.0	35.4	36.7	14.9	21.3	35.9	35.9
50人~99人	134	4.5	26.9	41.8	11.9	14.2	35.8	31.3
100人~199人	73	5.5	45.2	57.5	16.4	23.3	48.0	46.6
200人以上	83	15.7	62.7	61.5	13.3	34.9	49.4	57.8

表18 餐飲業經營上遭遇的困境 - 按小類及員工人數分 (複選) (2/2)

資料時間：111年5月

單位：%

	受其他業 (無店鋪等)競爭	食材成本 波動大	海外業務 控管困難	人力短缺	人事成本 過高	營運受疫情干擾	其他
56 餐 飲 業	8.1	71.6	1.2	40.1	46.0	79.9	2.5
按 業 別 分							
5611 餐館業	6.6	72.8	0.9	43.0	46.1	84.0	2.6
5620 外燴及團膳承包業	5.6	73.3	1.1	30.0	46.7	68.9	2.2
5631 飲料店業	15.4	66.2	2.3	36.9	45.4	73.1	2.3
按 員 工 人 數 分							
未滿5人	16.7	58.3	0.0	8.3	33.3	54.2	12.5
5人~49人	8.8	68.8	1.4	34.8	43.1	81.2	1.9
50人~99人	5.2	72.4	0.8	38.8	41.0	79.9	3.0
100人~199人	6.9	80.8	0.0	54.8	56.2	79.5	1.4
200人以上	8.4	78.3	2.4	61.5	61.5	81.9	2.4

表19 餐飲業營運發展計畫 - 按小類及員工人數分 (複選)

資料時間：111年5月

單位：%

	樣本家數 (家)	加強食品 安全控管	與通路 策略聯盟 (異業結盟)	開發或 擴大網 路銷售	研發 新產品	加速 國內展店	開創新品 牌或新型 態門市	降低 人事成本	拓展 海外版圖	降低 原材物料	加盟 雲端廚房	其他
56 餐 飲 業	676	47.9	16.4	28.3	35.7	13.6	19.2	40.1	2.8	49.3	1.8	6.8
按 業 別 分												
5611 餐館業	456	46.1	17.8	32.7	38.4	15.8	20.4	42.3	1.3	49.3	2.2	7.2
5620 外燴及團膳承包業	90	68.9	10.0	13.3	22.2	1.1	7.8	37.8	0.0	51.1	1.1	4.4
5631 飲料店業	130	40.0	16.2	23.1	35.4	14.6	23.1	33.9	10.0	47.7	0.8	6.9
按 員 工 人 數 分												
未滿5人	24	29.2	20.8	8.3	20.8	4.2	12.5	33.3	0.0	33.3	0.0	25.0
5人~49人	362	47.8	12.7	26.5	32.6	7.5	14.6	38.7	1.9	44.5	1.7	8.8
50人~99人	134	38.1	13.4	26.1	32.8	14.2	14.9	43.3	3.0	53.7	2.2	5.2
100人~199人	73	61.6	16.4	24.7	38.4	17.8	21.9	49.3	2.7	68.5	1.4	0.0
200人以上	83	57.8	36.1	48.2	55.4	38.6	45.8	34.9	7.2	50.6	2.4	1.2

## 附錄、調查表式





核定機關：行政院主計總處  
 核定文號：主普管字第 1110400443 號  
 調查類別：指定統計調查  
 有效期間：民國 111 年 12 月底  
 調查週期：按年

 **經濟部**  
**批發業經營實況調查**

樣本編號		統計員代號	
郵遞區號		統一編號	
收件人地址			
公司名稱			
填表人			
電話		傳真	

- 1.依統計法第十四及十五條，辦理指定統計調查時，任何人不得規避、妨礙或拒絕，並應依限據實答復。
- 2.本調查所填資料僅供整體統計分析應用，個別資料絕對保密。

帳號： \_\_\_\_\_ ，初始密碼： \_\_\_\_\_

請多利用網路填報，網址請至經濟部統計處，或：<https://dmz26.moea.gov.tw/GiWebFill/b>

**※請填非合併財報資料**

**一、111年5月底貴公司基本資料：**

- A. 員工人數： \_\_\_\_\_ 人  
 B. 貴公司會計制度是否採曆年制：1.  是 2.  否

**二、110年營業收入淨額(扣除折讓及退回；不含子公司、關係企業及海外分支機構)： \_\_\_\_\_ 元**

**110年營業收入較109年變動原因：** \_\_\_\_\_

**三、110年商品銷售對象占比：(請四捨五入至整數)**

合計	內 銷			外 銷						
	生產者	貿易、批發、零售	政府、一般民眾	中國大陸(含港澳)	日本	南韓	東南亞	歐洲	美國	其他
100%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%

**四、110年商品進貨總金額： \_\_\_\_\_ 元**

**五、110年商品進貨來源占比：(請四捨五入至整數)**

合計	國內採購			海外採購						
	生產者	貿易、批發、零售	其他	中國大陸(含港澳)	日本	南韓	東南亞	歐洲	美國	其他
100%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%

**六、110年營業收入淨額(扣除折讓與退回)之各類商品及服務銷售占比：**

(請四捨五入至整數)

序號	商品類別	占比	
1	食品(含農畜、水產品、乳製品、營養保健食品、動物飼品)	%	
2	飲料及菸酒	%	
3	紡織、成衣及個人用品(含布、紡紗、紡織製品、服飾配件、鞋類、皮包類、行李箱)	%	
4	藥品及化粧清潔用品	%	
5	文教及娛樂用品(如書籍、文具、運動用品、非電動自行車)	%	
6	建築材料(如鋼鐵製品、木材、水泥、玻璃、建材五金)	%	
7	化學原材料及其製品	%	
8	燃料(含汽柴油、潤滑油)	%	
9	家庭器具(如家用電器、家具、寢具、廚具、餐具、家飾品、珠寶、鐘錶、貴金屬、眼鏡、家庭清潔衛生用品)	%	
10	資通訊產品及機械器具	10.1 資通訊產品	
		a 電子遊樂器(含軟體)	%
		b 其他資通訊產品	%
	10.2 機械器具	%	
	10.3 電子零組件	%	
11	汽機車及零件	%	
12	其他商品 _____	%	
合計		100%	

統計員：

(請續填背面)

七、110年電腦軟體、資料庫購買：費用性支出\_\_\_\_\_元  
資本性支出\_\_\_\_\_元

電腦軟體、資料庫購買包括購入成本及租金費用等；其中未予資本化而記入費用科目者列為"費用性支出"，另予以資本化而記入資產科目者，則為"資本性支出"。

八、110年全年專業技術交易金額：

係指商標、經銷權、專利權之採購(銷售)及授權，以及透過合約簽訂方式進行之專門技術合作及移轉；不包括：金融性、商業性、管理性、法律性技術協助，著作權範圍內之影音產品(含資料)授權使用，以及設計與軟體之交易。

序號	技術購買		技術銷售	
	國別	金額	國別	金額
1	中華民國	元	中華民國	元
2	美國	元	美國	元
3	日本	元	新加坡	元
4	新加坡	元	中國大陸(含港澳)	元
5	其他( )	元	其他( )	元
	合計	元	合計	元

九、110年貴公司有無透過電子商務進行銷售：

電子商務交易：係指企業透過網路，利用特定交易平臺、自行架設網站(網頁)或系統(含 EDI)進行商品或服務之接單、銷售作業；但不包括僅提供商品資訊查詢及利用電子郵件、社群網站傳遞訂單。

1. 無

2. 有，請續填下列問項(請填至小數第一位)

電子商務銷售金額占營業收入約\_\_\_\_\_%，其中銷售給企業(B to B)占\_\_\_\_\_%，  
銷售給民眾及家庭(B to C)占\_\_\_\_\_%

十、貴公司目前經營上遭遇的困境：(可複選)

1. <input type="checkbox"/> 競爭激烈，利潤縮小	6. <input type="checkbox"/> 人員招募不易
2. <input type="checkbox"/> 進貨、人事成本增加	7. <input type="checkbox"/> 產品生命週期短
3. <input type="checkbox"/> 新市場開拓不易	8. <input type="checkbox"/> 物流、貨櫃運費增加
4. <input type="checkbox"/> 匯率波動風險	9. <input type="checkbox"/> 營運受疫情干擾
5. <input type="checkbox"/> 消費需求多變	10. <input type="checkbox"/> 其他_____

十一、貴公司未來營運發展計畫：(可複選)

1. <input type="checkbox"/> 加強數位轉型，提升營運效率	6. <input type="checkbox"/> 提升能源使用效率
2. <input type="checkbox"/> 加強人才培訓	7. <input type="checkbox"/> 強化媒體行銷
3. <input type="checkbox"/> 拓展國內外客戶	8. <input type="checkbox"/> 優化服務品質與速度
4. <input type="checkbox"/> 加速開發或引進新產品	9. <input type="checkbox"/> 海外佈設更多營運據點及倉儲設備
5. <input type="checkbox"/> 開發或擴大網路銷售	10. <input type="checkbox"/> 其他_____

十二、貴公司未來希望加強拓銷哪些海外市場？(可複選)

1. <input type="checkbox"/> 美國	5. <input type="checkbox"/> 日本	9. <input type="checkbox"/> 新加坡
2. <input type="checkbox"/> 歐洲	6. <input type="checkbox"/> 南韓	10. <input type="checkbox"/> 馬來西亞
3. <input type="checkbox"/> 紐澳	7. <input type="checkbox"/> 泰國	11. <input type="checkbox"/> 菲律賓
4. <input type="checkbox"/> 中國大陸(含港澳)	8. <input type="checkbox"/> 越南	12. <input type="checkbox"/> 其他國家_____

感謝您的支持與配合！

如對調查問項有任何疑問，請速與統計員連絡，  
本表請於 6 月 20 日前填妥資料並郵寄至 10015 臺北市中正區福州街 15 號經濟部統計處或以傳真方式回覆。傳真電話：(02) 2358-7064、2391-8776、2351-7294、2397-2553、2397-3449

統計員：\_\_\_\_\_ 分機  
統計員：\_\_\_\_\_

統一編號

樣本編號

核定機關：行政院主計總處  
 核定文號：主普管字第 1110400443 號  
 調查類別：指定統計調查  
 有效期間：民國 111 年 12 月底  
 調查週期：按年

 **經濟部**  
**零售業經營實況調查**

樣本編號		統計員代號	
郵遞區號		統一編號	
收件人地址			
公司名稱			
填表人			
電話		傳真	

1. 依統計法第十四及十五條，辦理指定統計調查時，任何人不得規避、妨礙或拒絕，並應依限據實答復。  
 2. 本調查所填資料僅供整體統計分析應用，個別資料絕對保密。

帳號：\_\_\_\_\_，初始密碼：\_\_\_\_\_

請多利用網路填報，網址請至經濟部統計處，或：<https://dmz26.moea.gov.tw/GiWebFill/b>

**※請填非合併財報資料**

五、110 年電腦軟體、資料庫購買：費用性支出\_\_\_\_\_元  
 資本性支出\_\_\_\_\_元

一、111年5月底貴公司基本資料：

電腦軟體、資料庫購買包括購入成本及租金費用等；其中未予資本化而記入費用科目者列為「費用性支出」，另予以資本化而記入資產科目者，則為「資本性支出」。

- A. 員工人數：\_\_\_\_\_人  
 B. 貴公司會計制度是否採曆年制：1. 是 2. 否  
 C. 貴公司目前經營型態(單選)

六、110 年營業收入按消費者付款方式占比：(請四捨五入至**整數**)

1. 總公司(總部)

	國內	海外
直營店	家	家
加盟店	家	家

▲若全為直營店，加盟店家數請填0

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)	貨到 付款	便利 商店 代收	支票、 轉帳、 匯款	(其他)
100%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%

2. 加盟店，加盟品牌名稱\_\_\_\_\_
3. 非連鎖模式

附註：1. 行動支付係指透過QR Code、APP、感應機及其他技術，以手機等行動裝置直接支付或收取價款。  
 2. 其他管道係指透過物流貨運之貨到付款、便利商店代收，或經由其他零售經銷通路等方式，間接向消費者取款。

二、110年營業收入淨額(扣除折讓及退回；不含子公司、關係企業及海外分支機構；百貨公司請依總額法填報)：\_\_\_\_\_元

七、110 年貴公司有無透過電子商務進行銷售：

110 年營業收入較 109 年變動原因：\_\_\_\_\_

電子商務交易：係指企業透過網路，利用特定交易平臺、自行架設網站(網頁)或系統(含 EDI)進行商品或服務之接單、銷售作業；但不包括僅提供商品資訊查詢及利用電子郵件、社群網站傳遞訂單。

三、110年商品進貨總金額：\_\_\_\_\_元

1. 無  
 2. 有，請續填下列問項，電子商務銷售金額占營業收入比率(請填至**小數第一位**)

四、110年商品進貨來源占比：(請四捨五入至**整數**)

合計	銷售對象		
	合計 ①+②	企業 (B to B) ①	民眾及家庭 (B to C) ②
公司整體	%	%	%
銷售對象位於境外	%	%	%

合計	國內採購			海外採購						
	生產者	貿易、 批發或 零售商	(其他)	中國 大陸 (含港澳)	日本	南韓	東南亞	歐洲	美國	(其他)
100%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%

附註：銷售對象位於境外係指位於臺、澎、金、馬以外地區均屬之。

統計員：

(請續填背面)

八、110年營業收入淨額(扣除折讓與退回)之各類商品及服務銷售占比：  
(請四捨五入至整數)

序號	商品類別	占比
1	食品類(含生鮮冷凍類、烘培食品、米麵食材、醬料、泡麵、罐頭、沖泡乳粉、保健食品、營養品、酵素等)	%
2	飲料、菸酒類	%
	2.1 酒精性飲料	%
	2.2 非酒精性飲料及即飲乳品(含冰淇淋)	%
3	2.3 菸草類	%
	3.1 布疋、衣著鞋襪及服飾配件	%
4	3.2 個人用品(如皮包、行李箱)	%
	4.1 家電(如生活、廚房、美容家電、按摩電器)	%
	4.2 家具、廚具、餐具、寢具、家飾、家庭洗滌清潔用品(如洗衣粉)	%
	4.3 鐘及其零配件	%
	4.4 眼鏡、隱形眼鏡	%
5	4.5 珠寶、首飾、貴金屬、錶及其零配件	%
	5.1 藥品及化粧品清潔用品	%
	5.2 藥品及醫療用品	%
6	6.1 書報、雜誌及文具	%
	6.2 運動器材(含非電動自行車)、休閒娛樂用品(含玩具、影音光碟、遊樂器材)	%
	6.3 寵物及水族相關用品	%
7	住宅裝修材料及用品類(如塗料、磁磚、衛浴設備等)	%
8	汽油、柴油、木炭、桶裝瓦斯、機油等燃料	%
9	9.1 電腦、平板、視聽及其週邊設備(含軟體)	%
	9.2 照相、攝影及其週邊設備	%
	9.3 通訊產品(含手機、智慧穿戴裝置)及配件	%
	9.4 電子遊樂器及遊戲軟體	%
	9.5 未錄製之紀錄媒介(如行動硬碟、隨身碟、SD卡、空白光碟等)	%
10	汽機車及零件(交通工具之零件附屬品及清潔與維護用品)	%
11	餐飲服務(含美食街、進駐在商場內的餐飲櫃位或門市)	%
12	其他商品	%
合計		100 %

附註：非屬上列商品或服務(如旅遊住宿券、電子票券等)請填列至其他商品。

九、貴公司目前經營上遭遇的困境：(可複選)

1. <input type="checkbox"/> 價格競爭激烈，毛利偏低	7. <input type="checkbox"/> 租金成本提高
2. <input type="checkbox"/> 勞動成本提高	8. <input type="checkbox"/> 異業間跨界搶占市場
3. <input type="checkbox"/> 人力資源短缺、流動率高	9. <input type="checkbox"/> 商品同質性及替代性高
4. <input type="checkbox"/> 消費需求多變	10. <input type="checkbox"/> 營運受疫情干擾
5. <input type="checkbox"/> 國內電商搶食市場	11. <input type="checkbox"/> 原物料、物流等成本增加
6. <input type="checkbox"/> 國外電商搶食市場	12. <input type="checkbox"/> 其他_____

十、貴公司目前有無發展下列營運策略：

發展數位轉型	1.經營網路社群(如臉書、IG或Line等)	1. <input type="checkbox"/> 有	2. <input type="checkbox"/> 無
	2.提供消費者行動支付的結帳功能	1. <input type="checkbox"/> 有	2. <input type="checkbox"/> 無
3.開發公司品牌專屬的APP	1. <input type="checkbox"/> 有	2. <input type="checkbox"/> 無	
4.以數位科技蒐集或了解顧客喜好，打造精準行銷	1. <input type="checkbox"/> 有	2. <input type="checkbox"/> 無	
5.透過電商拓展海外市場	1. <input type="checkbox"/> 有	2. <input type="checkbox"/> 無	
強化外送功能	1.加入外送平台(如UberEats或foodpanda等)	1. <input type="checkbox"/> 有	2. <input type="checkbox"/> 無
	2.公司自行宅配或外送(非透過外送平台)	1. <input type="checkbox"/> 有	2. <input type="checkbox"/> 無
	3.提供快速到貨(24小時內)服務	1. <input type="checkbox"/> 有	2. <input type="checkbox"/> 無
創新銷售或服務	1.開拓新型態或复合型銷售通路	1. <input type="checkbox"/> 有	2. <input type="checkbox"/> 無
	2.與不同行業之業者進行產品或服務的跨界合作	1. <input type="checkbox"/> 有	2. <input type="checkbox"/> 無
	3.發展會員經濟，鞏固會員消費黏著度	1. <input type="checkbox"/> 有	2. <input type="checkbox"/> 無
	4.開發公司品牌專屬的聯名信用卡	1. <input type="checkbox"/> 有	2. <input type="checkbox"/> 無

十一、110年全年專業技術交易金額：

係指商標、經銷權、專利權之採購(銷售)及授權，以及透過合約簽訂方式進行之專門技術合作及移轉；不包括：金融性、商業性、管理性、法律性技術協助，著作權範圍內之影音產品(含資料)授權使用，以及設計與軟體之交易。

序號	技術購買		技術銷售	
	國別	金額	國別	金額
1	中華民國	元	中華民國	元
2	美國	元	美國	元
3	日本	元	新加坡	元
4	新加坡	元	中國大陸(含港澳)	元
5	其他( )	元	其他( )	元
	合計	元	合計	元

感謝您的支持與配合！

本表請於6月20日前填妥資料並郵寄至10015臺北市中正區福州街15號經濟部統計處或以傳真方式回覆。傳真電話：(02) 2358-7064、2391-8776、2351-7294、2397-2553、2397-3449

如對調查問項有任何疑問，請速與統計員連絡，電話(02)23212200轉 分機 統計員：

統一編號 樣本編號

核定機關：行政院主計總處  
 核定文號：主普管字第 1110400443 號  
 調查類別：指定統計調查  
 有效期間：民國 111 年 12 月底  
 調查週期：按年

1.依統計法第十四及十五條，辦理指定統計調查時，任何人不得規避、妨礙或拒絕，並應依限據實答復。  
 2.本調查所填資料僅供整體統計分析應用，個別資料絕對保密。



## 零售業經營實況調查 (電子購物及郵購業用表)

樣本編號		統計員代號	
郵遞區號		統一編號	
收件人地址			
公司名稱			
填表人			
電話		傳真	

帳號：\_\_\_\_\_，初始密碼：\_\_\_\_\_

請多利用網路填報，網址請至經濟部統計處，或：<https://dmz26.moea.gov.tw/GiWebFill/b>

### ※請填非合併財報資料

#### 一、111年5月底貴公司基本資料：

- A. 員工人數：\_\_\_\_\_人  
 B. 貴公司會計制度是否採曆年制：1. 是 2. 否

#### 二、110年營業收入淨額(扣除折讓及退回；不含子公司、關係企業及海外分支機構)：\_\_\_\_\_元

110年營業收入較109年變動原因：\_\_\_\_\_

#### 三、110年商品進貨總金額：\_\_\_\_\_元

#### 四、110年商品進貨來源占比：(請四捨五入至整數)

合計	國內採購			海外採購						
	生產者	貿易、批發或零售商	其他( )	中國大陸(含港澳)	日本	南韓	東南亞	歐洲	美國	其他( )
100%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%

#### 五、110年電腦軟體、資料庫購買：費用性支出\_\_\_\_\_元

資本性支出\_\_\_\_\_元

電腦軟體、資料庫購買包括購入成本及租金費用等；其中未予資本化而記入費用科目者列為「費用性支出」，另予以資本化而記入資產科目者，則為「資本性支出」。

#### 六、110年營業收入按消費者付款方式占比：(請四捨五入至整數)

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( )	貨到付款	便利商店代收	支票、轉帳、匯款	其他( )
100%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%

附註：1.行動支付係指透過QR Code、APP、感應機及其他技術，以手機等行動裝置直接支付或收取價款。  
 2.其他管道係指透過物流貨運之貨到付款、便利商店代收，或經由其他零售經銷通路等方式，間接向消費者取款。

#### 七、110年貴公司有無透過電子商務進行銷售：

電子商務交易：係指企業透過網路，利用特定交易平臺、自行架設網站(網頁)或系統(含 EDI)進行商品或服務之接單、銷售作業；但不包括僅提供商品資訊查詢及利用電子郵件、社群網站傳遞訂單。

1. 無  
 2. 有，請續填下列問項，電子商務銷售金額占營業收入比率(請填至小數第一位)

	銷售對象		
	合計 ①+②	企業(B to B) ①	民眾及家庭(B to C) ②
公司整體	%	%	%
銷售對象位於境外	%	%	%

附註：銷售對象位於境外係指位於臺、澎、金、馬以外地區均屬之。

#### 八、110年經由貴公司所建構網路購物平台之已付款的商品成交金額(勿填佣金、租賃費或手續費，不含運費)：\_\_\_\_\_元

統計員：\_\_\_\_\_ (請續填背面)

九、110年營業收入淨額(扣除折讓與退回)之各類商品及服務銷售占比：  
(請四捨五入至整數)

序號	商品類別	占比	
1	食品類(含生鮮冷凍類、烘培食品、米麵食材、醬料、泡麵、罐頭、沖泡乳粉、保健食品、營養品、酵素等)	%	
2	飲料、菸酒類	2.1 酒精性飲料	%
		2.2 非酒精性飲料及即飲乳品(含冰淇淋)	%
		2.3 菸草類	%
3	衣著鞋襪、配件、個人用品	3.1 布疋、衣著鞋襪及服飾配件	%
		3.2 個人用品(如皮包、行李箱)	%
4	家庭器具及用品	4.1 家電(如生活、廚房、美容家電、按摩電器)	%
		4.2 家具、廚具、餐具、寢具、家飾、家庭洗滌清潔用品(如洗衣粉)	%
		4.3 鐘及其零配件	%
		4.4 眼鏡、隱形眼鏡	%
		4.5 珠寶、首飾、貴金屬、錶及其零配件	%
5	藥品及化粧清潔用品	5.1 個人清潔、化粧保養(含染髮、香水、沐浴乳)	%
		5.2 藥品及醫療用品	%
6	文教及娛樂用品	6.1 書報、雜誌及文具	%
		6.2 運動器材(含非電動自行車)、休閒娛樂用品(含玩具、影音光碟、遊樂器材)	%
		6.3 寵物及水族相關用品	%
7	住宅裝修材料及用品類(如塗料、磁磚、衛浴設備等)	%	
8	汽油、柴油、木炭、桶裝瓦斯、機油等燃料	%	
9	資通訊產品	9.1 電腦、平板、視聽及其週邊設備(含軟體)	%
		9.2 照相、攝影及其週邊設備	%
		9.3 通訊產品(含手機、智慧穿戴裝置)及配件	%
		9.4 電子遊樂器及遊戲軟體	%
		9.5 未錄製之紀錄媒介(如行動硬碟、隨身碟、SD卡、空白光碟等)	%
10	汽機車及零件(交通工具之零件附屬品及清潔與維護用品)	%	
11	餐飲服務(含美食街、進駐在商場內的餐飲櫃位或門市)	%	
12	其他商品_____	%	
合計		100%	

附註：非屬上列商品或服務(如旅遊住宿券、電子票券等)請填列至其他商品。

十、貴公司目前經營上遭遇的困境：(可複選)

1. <input type="checkbox"/> 價格競爭激烈，毛利偏低	7. <input type="checkbox"/> 租金成本提高
2. <input type="checkbox"/> 勞動成本提高	8. <input type="checkbox"/> 異業間跨界搶占市場
3. <input type="checkbox"/> 人力資源短缺、流動率高	9. <input type="checkbox"/> 商品同質性及替代性高
4. <input type="checkbox"/> 消費需求多變	10. <input type="checkbox"/> 營運受疫情干擾
5. <input type="checkbox"/> 國內電商搶食市場	11. <input type="checkbox"/> 原物料、物流等成本增加
6. <input type="checkbox"/> 國外電商搶食市場	12. <input type="checkbox"/> 其他_____

十一、貴公司目前有無發展下列營運策略：

發展數位轉型	1. 經營網路社群(如臉書、IG或Line等)	1. <input type="checkbox"/> 有	2. <input type="checkbox"/> 無
	2. 提供消費者行動支付的結帳功能	1. <input type="checkbox"/> 有	2. <input type="checkbox"/> 無
	3. 開發公司品牌專屬的APP	1. <input type="checkbox"/> 有	2. <input type="checkbox"/> 無
	4. 以數位科技蒐集或了解顧客喜好，打造精準行銷	1. <input type="checkbox"/> 有	2. <input type="checkbox"/> 無
	5. 透過電商拓展海外市場	1. <input type="checkbox"/> 有	2. <input type="checkbox"/> 無
強化外送功能	1. 加入外送平台(如UberEats或foodpanda等)	1. <input type="checkbox"/> 有	2. <input type="checkbox"/> 無
	2. 公司自行宅配或外送(非透過外送平台)	1. <input type="checkbox"/> 有	2. <input type="checkbox"/> 無
	3. 提供快速到貨(24小時內)服務	1. <input type="checkbox"/> 有	2. <input type="checkbox"/> 無
創新銷售或服務	1. 開拓新型態或复合型銷售通路	1. <input type="checkbox"/> 有	2. <input type="checkbox"/> 無
	2. 與不同行業之業者進行產品或服務的跨界合作	1. <input type="checkbox"/> 有	2. <input type="checkbox"/> 無
	3. 發展會員經濟，鞏固會員消費黏著度	1. <input type="checkbox"/> 有	2. <input type="checkbox"/> 無
	4. 開發公司品牌專屬的聯名信用卡	1. <input type="checkbox"/> 有	2. <input type="checkbox"/> 無

十二、110年全年專業技術交易金額：

係指商標、經銷權、專利權之採購(銷售)及授權，以及透過合約簽訂方式進行之專門技術合作及移轉；不包括：金融性、商業性、管理性、法律性技術協助，著作權範圍內之影音產品(含資料)授權使用，以及設計與軟體之交易。

序號	技術購買		技術銷售	
	國別	金額	國別	金額
1	中華民國	元	中華民國	元
2	美國	元	美國	元
3	日本	元	新加坡	元
4	新加坡	元	中國大陸(含港澳)	元
5	其他( )	元	其他( )	元
	合計	元	合計	元

感謝您的支持與配合！

本表請於6月20日前填妥資料並郵寄至10015臺北市中正區福州街15號經濟部統計處或以傳真方式回覆。傳真電話：(02) 2358-7064、2391-8776、2351-7294、2397-2553、2397-3449

如對調查問項有任何疑問，請速與統計員連絡，電話(02)23212200轉 分機 統計員：

統一編號 樣本編號

核定機關：行政院主計總處  
核定文號：主普管字第 1110400443 號  
調查類別：指定統計調查  
有效期間：民國 111 年 12 月底  
調查週期：按年

 經濟部  
餐飲業經營實況調查

樣本編號		統計員代號	
郵遞區號		統一編號	
收件人地址			
公司名稱			
填表人			
電話		傳真	

- 1.依統計法第十四及十五條，辦理指定統計調查時，任何人不得規避、妨礙或拒絕，並應依限據實答復。
- 2.本調查所填資料僅供整體統計分析應用，個別資料絕對保密。

帳號： \_\_\_\_\_ ，初始密碼： \_\_\_\_\_

請多利用網路填報，網址請至經濟部統計處，或：<https://dmz26.moea.gov.tw/GiWebFill/b>

※請填非合併財報資料

一、111年5月底貴公司基本資料：

A.員工人數： \_\_\_\_\_ 人

B.店休日數：(單選，以最多業態為準)

1.  每週 1 日      2.  每週 2 日      3.  每月 1 日  
4.  全年無休      5.  其他 \_\_\_\_\_

C.每日營業時間：(單選，以最多業態為準)

1.  8 小時(含)內      2.  超過 8 小時~12 小時(含)內  
3.  超過 12 小時~18 小時(含)內      4.  24 小時營業      5.  其他 \_\_\_\_\_

D.主要營業型態(單選，以最多業態為準)

餐館業	外燴及團膳承包業	飲料店業
1. <input type="checkbox"/> 早午餐店	1. <input type="checkbox"/> 外燴(辦桌)承包	1. <input type="checkbox"/> 冰果店、冷(熱)飲店
2. <input type="checkbox"/> 便當、自助餐店	2. <input type="checkbox"/> 員工膳食承包	2. <input type="checkbox"/> 咖啡館
3. <input type="checkbox"/> 速食店	3. <input type="checkbox"/> 彌月油飯(含月子中心 月子餐)承包	3. <input type="checkbox"/> 茶藝館
4. <input type="checkbox"/> 宴會型餐廳	4. <input type="checkbox"/> 飛機空中膳食承包	4. <input type="checkbox"/> 飲酒店
5. <input type="checkbox"/> 簡餐、家庭式等餐廳	5. <input type="checkbox"/> 學校營養午餐供應	5. <input type="checkbox"/> 其他 _____
6. <input type="checkbox"/> 其他 _____	6. <input type="checkbox"/> 其他 _____	

E.連鎖加盟情形(單選)

1.  總公司(總部)

	國內	海外
直營店	家	家
加盟店	家	家

▲若全為直營店，加盟店家數請填 0

2.  加盟店，加盟品牌名稱 \_\_\_\_\_

3.  非連鎖模式

F.成立時間：(單選)

1.  未滿 1 年      2.  1 年~未滿 5 年      3.  5 年~未滿 10 年  
4.  10 年以上

二、110年營業收入淨額(扣除折讓及退回；不含子公司、關係企業及海外分支機構)： \_\_\_\_\_ 元。

110年營業收入較109年變動原因： \_\_\_\_\_

三、110年營業收入項目占比：(請四捨五入至整數)

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
		透過外送平台			
100%	%	%	%	%	%

附註：外送平台係指UberEats或foodpanda等營收占餐飲收入的占比。

四、110年營業收入按消費者付款方式占比：(請四捨五入至整數)

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 ( )	支票、轉帳、 匯款(含外送平 台、線上點餐系統)	其他 ( )	
100%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	

附註：行動支付係指透過QR Code、APP、感應機及其他技術，以手機等行動裝置直接支付或收取價款。

統計員：

(請續填背面)

五、110年原物料及燃料耗用金額(含食材、物料耗用)：\_\_\_\_\_元

六、110年原物料及食材供應來源占比：(請四捨五入至**整數**)

合計	食品工廠	果菜市场、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( )
100%	%	%	%	%	%	%

附註：契作係指農民(農產品供應方)與業者(農產品需求方)雙方，協議生產供應之農業生產模式，契約規範雙方的權利與義務。

七、110年電腦軟體、資料庫購買：費用性支出\_\_\_\_\_元

資本性支出\_\_\_\_\_元

電腦軟體、資料庫購買包括購入成本及租金費用等；其中未予資本化而記入費用科目者列為"費用性支出"，另予以資本化而記入資產科目者，則為"資本性支出"。

八、貴公司有無提供以下的服務：

A. 線上訂位服務	1. <input type="checkbox"/> 有	2. <input type="checkbox"/> 無
B. 線上點餐系統	1. <input type="checkbox"/> 有	2. <input type="checkbox"/> 無
C. 經營網路社群(Facebook、Instagram)或Line	1. <input type="checkbox"/> 有	2. <input type="checkbox"/> 無
D. POS系統(餐飲點餐卡)	1. <input type="checkbox"/> 有	2. <input type="checkbox"/> 無
E. 行動支付服務	1. <input type="checkbox"/> 有	2. <input type="checkbox"/> 無
F. 信用卡(或儲值卡)支付服務	1. <input type="checkbox"/> 有	2. <input type="checkbox"/> 無
G. 停車服務	1. <input type="checkbox"/> 有	2. <input type="checkbox"/> 無
H. 開立電子發票	1. <input type="checkbox"/> 有	2. <input type="checkbox"/> 無
I. 提供宅配或外送(非外送平台)	1. <input type="checkbox"/> 有	2. <input type="checkbox"/> 無
J. 加入外送平台(如UberEats或foodpanda等)	1. <input type="checkbox"/> 有	2. <input type="checkbox"/> 無
K. 提供即時料理包	1. <input type="checkbox"/> 有	2. <input type="checkbox"/> 無
L. 百貨公司設櫃(如新光三越、遠東SOGO)	1. <input type="checkbox"/> 有	2. <input type="checkbox"/> 無
M. 加盟雲端廚房 附註：雲端廚房係指一空間可同時經營多個餐飲品牌，惟不提供內用服務，僅提供外送或外帶服務。	1. <input type="checkbox"/> 有	2. <input type="checkbox"/> 無

九、貴公司目前經營上遭遇的困境：(可複選)

1. <input type="checkbox"/> 找不到合適地點	8. <input type="checkbox"/> 受其他業(別的跨業)競爭
2. <input type="checkbox"/> 租金支出高	9. <input type="checkbox"/> 食材成本波動大
3. <input type="checkbox"/> 人員流動率高	10. <input type="checkbox"/> 海外業務控管困難
4. <input type="checkbox"/> 食材品質不易控制	11. <input type="checkbox"/> 人力短缺
5. <input type="checkbox"/> 消費者喜好變化快速	12. <input type="checkbox"/> 人事成本過高
6. <input type="checkbox"/> 毛利降低	13. <input type="checkbox"/> 營運受疫情干擾
7. <input type="checkbox"/> 同業間競爭激烈	14. <input type="checkbox"/> 其他_____

十、貴公司未來營運發展計畫：(可複選)

1. <input type="checkbox"/> 加強食品安全控管	7. <input type="checkbox"/> 降低人事成本
2. <input type="checkbox"/> 與通路策略聯盟(異業結盟)	8. <input type="checkbox"/> 拓展海外版圖
3. <input type="checkbox"/> 開發或擴大網路銷售	9. <input type="checkbox"/> 降低原材物料成本
4. <input type="checkbox"/> 研發新產品	10. <input type="checkbox"/> 加盟雲端廚房
5. <input type="checkbox"/> 加速國內展店	11. <input type="checkbox"/> 其他_____
6. <input type="checkbox"/> 開創新品牌或新型態門市	

十一、110年全年專業技術交易金額：

係指商標、經銷權、專利權之採購(銷售)及授權，以及透過合約簽訂方式進行之專門技術合作及移轉；不包括：金融性、商業性、管理性、法律性技術協助，著作權範圍內之影音產品(含資料)授權使用，以及設計與軟體之交易。

序號	技術購買		技術銷售	
	國別	金額	國別	金額
1	中華民國	元	中華民國	元
2	美國	元	美國	元
3	日本	元	新加坡	元
4	新加坡	元	中國大陸(含港澳)	元
5	其他( )	元	其他( )	元
	合計	元	合計	元

<p><b>感謝您的支持與配合！</b> 本表請於6月20日前填妥資料並郵寄至10015臺北市中正區福州街15號經濟部統計處或以傳真方式回覆。傳真電話：(02) 2358-7064、2391-8776、2351-7294、2397-2553、2397-3449</p>	<p>如對調查問項有任何疑問，請速與統計員連絡， 電話(02)23212200 轉 分機 統計員：</p>	
	統一編號	樣本編號



## 經濟部統計處出版品系列

### 月刊

- 外銷訂單統計速報 (電子書)
- 工業生產統計月報 (電子書)
- 批發、零售及餐飲業動態統計月報 (電子書)

### 不定期

- 常用經濟統計用語解釋
- 經濟部工業產品分類
- 工業產品生產總量值與淨值分配

### 季刊

- 製造業投資及營運統計季報 (電子書)
- 資訊、專業技術服務及租賃業調查 (電子書)

### 年刊

- 經濟統計年報 (電子書)
- 工業生產統計年報 (電子書)
- 工廠校正及營運調查報告  
(原：工業統計調查報告)
- 台閩地區各行業工廠名錄
- 批發、零售及餐飲業經營實況調查報告 (電子書)

中華民國 111 年

## 批發、零售及餐飲業經營實況調查報告

<p>出版機關：經濟部</p> <p>地址：100210 臺北市中正區福州街 15 號</p> <p>網址：<a href="http://www.moea.gov.tw/">http://www.moea.gov.tw/</a></p> <p>編者：經濟部統計處</p> <p>網址：<a href="http://www.moea.gov.tw/Mns/dos/">http://www.moea.gov.tw/Mns/dos/</a></p> <p>電話：(02)2321-2200 轉 8515</p> <p>傳真：(02)2397-3449</p>	<p>出版年月：中華民國 111 年 10 月</p> <p>創刊年月：中華民國 91 年 8 月</p> <p>出版週期：按年</p> <p>本刊電子書登載於經濟部統計處網站，歡迎各界免費下載。</p> <p>GPN：2009102454</p> <p>ISSN：1727-4567</p>
---	--

## The Publications of Department of Statistics

### Monthly

- Express report of Export Orders Statistics (e-book)
- Monthly report of Industrial Production Statistics (e-book)
- Monthly report of Trade and Food Services Activity Statistics (e-book)

### Quarterly

- Quarterly report of Manufacturing Investment and Operation Statistics (e-book)
- Quarterly report of Information , Professional and Technical Services , Rental and Leasing (e-book)

### Non-periodically

- Comprehensive Introduction for Economic Statistics
- Category of Industrial Productions
- Production Quantity and Net Value of Industrial Products

### Annually

- Yearbook of Economic Statistics(e-book)
- Yearbook of Industrial Production Statistics (e-book)
- Report on Factory Operation Census
- Directory of Factory by Industry
- Report on Trade and Food Services Operation Trends Survey (e-book)

## YEARBOOK OF Trade and Food Services STATISTICS, 2022

<b>Published by</b>	<b>Ministry of Economic Affairs, Executive Yuan, Republic of China</b>
Address	No. 15, Fuzhou St., Taipei City 100210, Taiwan, R.O.C.
Web site	<a href="http://www.moea.gov.tw/">http://www.moea.gov.tw/</a>
<b>Edited by</b>	<b>Department of Statistics, M.O.E.A.</b>
Web site	<a href="http://www.moea.gov.tw/Mns/dos/">http://www.moea.gov.tw/Mns/dos/</a>
Tel	886-2-2321-2200 EXT 8515
Fax	886-2-2397-3449
<b>Printed on</b>	October, 2022
<b>First Edition on</b>	August, 2002
<b>Period</b>	Annually

**GPN : 2009102454**

**ISSN : 1727-4567**