

98 年度國際經貿事務研究及培訓中心計畫

子計畫：即時性議題

**加強推動婦女中小企業參與服務貿易初探**

**—以加盟連鎖事業為例**

計畫主持人：徐遵慈

研究人員：徐遵慈、姜博瑄、傅清萍

研究助理：陳慧芳

# 摘 要

服務業占我國 GDP 比重已超過七成，由於服務業向為婦女經濟活動之重要發展領域，對於婦女中小企業就業、創業提供重要之機會，為配合我國推動「性別主流化」政策，本研究計畫從檢視我國經貿政策對於婦女經濟培力（empowerment）之角度，以加盟連鎖事業為例，研析我國推動婦女參與服務貿易之政策與做法。

根據經濟部中小企業處發布之中小企業白皮書統計資料，在廣義之物流、商業服務業範圍下，批發零售業近年已成為國內婦女創業最重要之領域，高於其他服務業行業。由於婦女企業透過連鎖加盟形式進入批發零售業所佔比率甚高，因此連鎖加盟事業被認為是適宜婦女投入的重要形式。而除批發零售業外，餐飲服務亦為婦女藉由連鎖加盟形式創業的重要領域。

不過，根據本研究研析，雖然我國加盟連鎖事業蓬勃發展，但是近年來因相關制度未完善、加盟品牌競爭激烈，以及加盟金、授權金等標準混亂等因素，造成加盟連鎖事業成功率不如預期，導致許多婦女創業夢碎，增加婦女投入加盟連鎖事業的風險。此外，根據美國實際調查，婦女擔任連鎖加盟企業主之比率實際上並不高，其投入連鎖加盟事業創業，擔任企業主的比率低於其擔任非連鎖加盟事業企業主之比率。相較美國，國內雖無完整統計數據或調查，然據估計，婦女不論創立連鎖加盟品牌，或擔任連鎖加盟加盟主之人數、比率仍然偏低。此一現象顯示婦女是否能夠投入連鎖加盟事業及順利創業，仍須面對各項限制，有待進一步深入了解。

惟總結來說，本研究認為，不論批發零售業或連鎖加盟，都是能夠提供女性創業、就業及發揮長才的重要產業，而其他國家如美國、加拿大、以及亞洲國家等均積極鼓勵婦女投入，其政策對我國極具參考價值。我國婦女創業以中小企業為主，服務業部門潛力雖然無窮，但其發展仍面臨共同問題，包括廠商規模偏小，不利進行員工培訓；員工流動頻仍；貸款資訊取得不易

等。批發零售業或連鎖加盟業之婦女企業家亦正面對類似問題，有關單位應及早因應規劃。

我國加盟連鎖事業進軍國際市場亦極具潛力，尤其自 2008 年下半年以來，兩岸經貿關係快速變化，正出現歷史新局，國內主管機關與業者應思索如何利用兩岸即將談判及簽署之「經濟合作架構協議」（ECFA），將拓展大陸商業服務業市場，以及連鎖加盟事業之合作，列為兩岸加強經濟合作之優先議題。惟大陸市場潛力雖大，但其經濟體制與加盟連鎖制度未臻成熟，潛在諸多風險，是否適宜資金、企業規模有限之婦女企業家投入，須視個案再行評估。

本研究最後提出政策建議，主要內容如下：

- (一) 利用經濟部即將召開「2009 全國商業發展會議」，明確責成有關單位擬定完整之協助婦女參與物流服務業及連鎖加盟計劃方針與實施要點。
- (二) 秉持性別主流化之精神，促請政府機關依其部會之業務性質，落實性別統計資料之蒐集與分析，並於推動服務業發展政策或方案研擬過程中，設定性別指標（gender benchmark），以明確訂定有別於男性之女性參與或受惠之量化指標。
- (三) 政府鼓勵婦女創業，除提供貸款外，亦應提供完整配套措施，尤其應在資金籌措、拓銷協助、以及科技運用三個層面，予以具體可行協助。
- (四) 研析當前國內連鎖加盟或零售業發展趨勢之優勢與劣勢，引導婦女投入具發展潛力之連鎖加盟或零售業，避免過度集中於獲利低、競爭已趨飽和的連鎖加盟事業，例如部分都會地區之早餐連鎖加盟事業。
- (五) 蒐集、研究適合推動以婦女為主之加盟連鎖行業出口市場，如中國大陸及東南亞華人市場等，以協助婦女進入國際市場。
- (六) 利用兩岸洽簽「經濟合作架構協議」（ECFA）機會，將協助台商進入中國大陸物流批發零售服務業，以及發展連鎖加盟事業等事項列入

協議下之經濟合作項目，以便為業者爭取最好的市場進入條件。

- (七) 為協助爭取我國政府採購市場，政府可考慮給予婦女中小企業或連鎖加盟業者在參與政府採購市場上一定程度之保障或協助，並協助業者爭取其他國家政府採購市場商機。

# 目 次

摘 要 .....	II
目 次 .....	V
表 次 .....	VII
圖 次 .....	XI
第一章 緒論 .....	1
第一節 研究背景 .....	1
第二節 研究內容與統計資料說明 .....	3
第二章 我國服務業之發展與婦女 之參與 .....	5
第一節 我國服務業之發展 .....	5
第二節 我國批發零售服務之發展 .....	15
第三節 我國婦女在零售批發服務業之創業及人力運用現況與趨勢 .....	22
第四節 全球金融風暴對台灣婦女的影響 .....	34
第三章 我國婦女參與加盟連鎖事業之現狀與政策檢視 .....	39
第一節 我國加盟連鎖事業之發展 .....	39
第二節 我國婦女在批發零售加盟連鎖事業 之創業機會 .....	55
第三節 我國政府推動婦女參與連鎖加盟事業 之政策檢視 .....	59
第四章 其他國家的經驗 .....	69
第一節 亞洲國家推動加盟連鎖事業之經驗 .....	69
第二節 北美國家推動加盟連鎖事業之經驗 .....	74

第三節 美國婦女及弱勢族群參與加盟事業之分析 .....	82
第五章 結論與建議 .....	89
第一節 結論 .....	89
第二節 建議 .....	92

# 表 次

表 1	12 項策略性新興服務業之產業範圍 .....	2
表 2	我國服務業重點產業發展目標 .....	6
表 3	我國產業結構變動（按各產業占 GDP 比重） .....	8
表 4	國內服務業各分業之成長率 .....	9
表 5	國內服務業各分業受僱員工每人月平均薪資 .....	9
表 6	服務業行業分類之就業人數 .....	10
表 7	批發、零售業營業收入—按中業別分 .....	16
表 8	2007 年批發及零售業中分類家數 .....	19
表 9	2003 年至 2007 年中小企業主要產業家數比率 .....	20
表 10	2003 年至 2007 年中小企業主要產業銷售值比率 .....	20
表 11	2003 年至 2007 年中小企業主要產業出口值比率 .....	21
表 12	2007 年企業家數、銷售值及出口值行業結構比—按企業主性別 ....	24
表 13	2007 年核准對中國投資前十名行業投資金額、比率及年增率 .....	25
表 14	政府促進女性就業相關政策 .....	26
表 15	我國服務業歷年就業結構 .....	28
表 16	我國女性就業者在不同產業的分配比例 .....	30
表 17	我國各產業女性就業者佔各產業總就業人數之比例 .....	31
表 18	2005~2009 年我國連鎖總部家數與店數統計表 .....	41
表 19	2008 年整體連鎖店數統計 .....	42

表 20	2008 年綜合零售店數統計 .....	44
表 21	綜合零售店數成長統計 .....	44
表 22	2008 年一般零售店數統計 .....	45
表 23	一般零售店數成長統計 .....	45
表 24	餐飲服務店數成長統計 .....	47
表 25	2008 年餐飲服務連鎖店數統計 .....	48
表 26	2008 年生活服務連鎖店數統計 .....	48
表 27	生活服務店數成長統計 .....	49
表 28	國內連鎖直營加盟品牌之屬性結構 .....	51
表 29	單一商品零售業品牌展店模式（2008 年 8 月底） .....	52
表 30	國內連鎖直營加盟總店數地區分布情形（單一商品零售業 397 家品 牌） .....	53
表 31	單一商品零售業連鎖加盟品牌營運概況統計（2008 年 8 月底） ..	53
表 32	連鎖加盟品牌單店每月營業額之比較（單一商品零售業） .....	54
表 33	各連鎖直營加盟品牌國外展店計畫之比率 .....	55
表 34	政府鼓勵女性創業相關政策 .....	64
表 35	2008 年全球前 30 大零售市場 .....	69
表 36	東亞國家推動加盟連鎖業的政策措施 .....	74
表 37	美國最大加盟連鎖業品牌及加盟店數 .....	76
表 38	美國平均加盟費用 .....	78
表 39	美國平均投資於加盟連鎖事業之費用 .....	78
表 40	美國加盟與非加盟事業主之性別統計 .....	84

表 41	美國加盟與非加盟事業主之族群分佈統計 .....	85
表 42	美國加盟與非加盟事業主之各族群分佈統計 .....	85
表 43	美國餐飲服務業之加盟與非加盟事業主之性別統計 .....	86
表 44	加盟事業主依雇用人數分類之性別與族群統計 .....	87



# 圖 次

圖 1 商業發展政策 .....	12
圖 2 有雇用員工加盟事業主依營業額分類之性別統計 .....	87

# 第一章 緒論

## 第一節 研究背景

鑒於服務業占我國 GDP 比重已超過七成，政府近年為推動各項關鍵服務業出口，擬定多項輔導與推廣措施。由於服務業向為婦女中小企業重要發展領域，為配合我國推動「性別主流化」政策，本研究計畫擬從檢視我國經貿政策對於婦女經濟培力（empowerment）之角度，研析我國推動服務貿易出口政策與做法，俾將性別意涵納入我國推動服務貿易出口政策，以提出加強協助婦女中小企業參與我國服務貿易出口之具體建議與作法。

鑑於服務業類別涵蓋範圍廣泛，本研究擬於經濟部主管之具潛力之服務業類別中，選擇對婦女中小企業較具發展潛力之產業進行研究，以流通服務業為研究標的。

流通服務業為行政院 2015 年經濟發展願景第一階段衝刺計畫（2007～2009 年）12 項服務業產業升級轉型細部執行計畫之一。負責同籌協調的經建會以高創新效益、高附加價值、高成長潛力及產值大、創造就業機會大、產業關聯性高等具體原則，遴選出 12 項列為重點的新興服務業，以擴大產業範疇，增加就業機會，同時期能藉由服務業與科技優勢結合而協助傳統服務業升級。該項計畫將以四年為期，並將與我國援外計畫結合，將我國具發展優勢之服務業，例如醫療、農技產業等予以整合，以協助受援國家發展並擴大國內服務業市場。

該 12 項產業及其主管單位分別為：（1）流通服務業（經濟部）；（2）醫療服務業（行政院衛生署）；（3）電信服務業（交通部）；（4）觀光服務業（交通部）；（5）資訊服務業（經濟部）；（6）設計服務業（經濟部）；（7）研發服務業（經濟部）；（8）數位內容產業（經濟部）；（9）流行文化核心產業（行政院新聞局）；（10）環保服務業（環保署）；（11）工

程顧問服務業（行政院公共工程委員會）；及（12）管理顧問服務業（經濟部）。

依據經濟部「流通服務業細部執行計畫」之定義，流通服務業是自生產者把財貨或服務轉移至消費者的過程中所需之場所、時間或其他創造效用的所有活動，因此將生產與消費結合的經濟活動即可稱之為流通服務業，包括有商流、物流、金流、資訊流與人才流等等。例如批發業、零售業、運輸業（客運除外）、倉儲業、物流輔助業（報關、承攬等）。

**表 1 12 項策略性新興服務業之產業範圍**

策略性新興服務業別	產業範圍
1.金融服務業	銀行業、信用合作社業、農(漁)業信用部、信託業、郵政儲金匯兌業、其他金融及輔助業、證券業、期貨業以及人身保險業、財產保險業、社會保險業、再保險業等。
2.流通服務業	批發業、零售業、物流業（除客運外之運輸倉儲業）。
3.通訊媒體服務業	電信服務（固定通信、行動通信、衛星通信及網際網路接取）等服務，與廣電服務（廣播、有線電視、無線電視及衛星電視）等服務。
4.醫療保健及照顧服務業	預防健康服務、國際化特色醫療、醫療國際行銷、醫療資訊科技、健康產業知識庫、本土化輔具、無障礙空間、照顧服務、老人住宅、臨終醫療服務。
5.人才培訓、物業管理服務業	高等教育、回流教育、職業訓練、人力派遣、建築物與環境的使用管理與維護、生活與商業支援服務、物業資產管理。
6.觀光及運動休閒服務業	觀光服務業、運動休閒服務。
7.文化創意服務業	視覺藝術產業、音樂與表演藝術產業、文化展演設施產業、工藝產業、電影產業、廣播電視產業、出版產業、廣告產業、設計產業、設計品牌時尚產業、建築設計產業、創意生活產業、數位休閒娛樂產業等。
8.設計服務業	產品設計、服務設計。
9.資訊服務業	電腦系統設計服務業、資料處理及資訊供應服務業。
10.研發服務業	以自然、工程、社會及人文科學等專門性知識或技能，提供研究發展服務之產業。
11. 環保服務業	空氣污染防治類、水污染防治類、廢棄物防治類、土壤及地下水污染整治類、噪音及振動防制類、環境檢測、監視及評估類、環保研究及發展類、環境教育、訓練及資訊類及病媒防治類等九大類。
12.工程顧問服務業	建築師、專業技師、顧問機構。

資料來源：行政院經濟建設委員會（2004）。服務業發展綱領及行動方案。

本研究擬以其中之批發零售業為研究範圍，主要原因在其對於提高國民所得、創造就業機會、暢通商品的流動等，具重要功能，尤其批發零售業可提供大量的工作機會，對結構性失業問題的紓解裨益甚大，更能發揮穩定經濟與就業的獨特功能，值此景氣低迷時刻，對於協助婦女中小企業及婦女就業，可望發揮一定之作用。

在協助我國企業參與批發零售等配銷服務業方面，我國因連鎖加盟事業蓬勃多元發展，已成為企業投身配銷服務之重要模式。根據統計，我國之連鎖加盟事業年產值約 1.7 兆元，業別達 180 種，堪稱台灣另一個「兆元」產業；連鎖總店家數接近 1,500 家，總店舖數近 9 萬家，相對於土地面積與人口總數，台灣可說是全球加盟總部密度最高的地區，海外發展實力雄厚。就此，本研究將研析透過連鎖加盟事業協助婦女參與零售批發出口之可能方式與做法。

## 第二節 研究內容與統計資料說明

本研究內容包括：

- (一) 研析我國服務業及批發零售業之發展現狀與婦女中小企業參與之檢討；
- (二) 研析我國連鎖加盟事業之發展現狀與婦女中小企業投入之檢討；
- (三) 研析國外之作法與經驗，及其可供我國參考之處；
- (四) 提出我國加強協助婦女中小企業參與連鎖加盟事業之政策建議與作法。

須特別說明者，本研究因分析所需使用相關統計資料，因國內現有相關統計資料之定義、範圍並非完全一致，為避免造成讀者對於統計分析產生混淆，特此提出說明。依我國行政院主計處對於服務業定義及分類，批發及零售業係我國服務業中大分類下之一項，其餘類別包括：住宿及餐飲業；運輸

倉儲及通信業；金融及保險業；不動產及租賃業；專業科學及技術服務業；教育服務業；醫療保健及社會福利服務業；文化運動及休閒服務業；以及其他服務業。依此分類，本研究第二章第一節、第一節所引用統計資料及分析，均係依為據，亦即及批發及零售業類及住宿及餐飲業類分類進行研析。

然而，如依據主管機關別來區分服務業分類，則前述服務業分類中屬經濟部主管之領域者計有：批發及零售業；餐飲業；倉儲及物流業；租賃業；專業科學及技術服務業；休閒服務業；以及其他服務業，共計七類。前述分類中包括住宿；運輸；通信；金融及保險業；不動產；教育；醫療保健及社會福利服務；文化運動等，均不在經濟部業務主管範圍，因此經濟部統計處進行之相關普查、調查等，所涵蓋範圍及其定義與行政院主計處所發布統計並非全然一致。

最後，本研究目的係在研析婦女參與批發零售服務業之情形，以作為我國研究推動婦女中小企業參與服務業出口之可行做法，其中主要分析集中於企業以連鎖加盟型態經營批發零售服務業之分析。對此，由於經濟部統計處、商業發佈連鎖加盟統計及調查，係依經濟部主管服務業分類，將批發、零售、餐飲分並以商業服務業歸類，因此其範圍較本研究所定之研究範圍（批發零售）增加餐飲業一項，範圍較廣，此類分類統計主要呈現於本研究第三章第三節，特此說明。由於婦女中小企業投身連鎖加盟事業之業別中，餐飲業亦為一重要領域，例如連鎖加盟早餐店，因此本研究之部分分析亦納入連鎖加盟餐飲業之討論，期能有助本研究提出更周全之政策建議，亦於此說明之。

# 第二章 我國服務業之發展與婦女 之參與

## 第一節 我國服務業之發展

### 一、我國服務業之發展

自 1980 年代後期開始，我國工業面臨新台幣大幅升值、工資逐漸調漲、進口擴大開放、以及關稅大幅降低等因素，導致廠商生產成本相對提高，競爭力受到影響，再加上中國等開發中國家發展出口導向的經濟政策逐漸奏效，出口快速成長，遂導致我逐漸喪失傳統製造業的競爭優勢。

自 1980 年代末期，我國服務業之名目生產毛額佔 GDP 的比重逐年升高，自 2001 年起超過 70%，顯示我國產業經濟結構逐漸轉變，服務業地位日趨重要，惟自 2001 年以來服務業占 GDP 之比重大致維持在七成左右，成長速度略有趨緩，製造業下滑的速度亦漸趨緩。須注意者，歷年來服務業就業人數大約佔總就業人口比重之五至六成間，鮮少突破 60%，較諸其他先進國家服務業就業人口比例高於服務業占 GDP 比重之情形，我國仍有極大成長空間，此亦政府近年積極推動服務業發展之重要政策目標，俾能提升生活品質，創造更多就業機會。

行政院擬定 2015 年經濟發展願景第一階段衝刺計畫（2007~2009 年）中，提出我國 12 項服務業之發展計劃與目標，預計 2009 年國內服務業從業人員可成長至 632.7 萬人，創造 GDP 達 10.3 兆元，並提升每人勞動生產力為 162.8 萬元。

表 2 我國服務業重點產業發展目標

	2005 年	2009 年(量目標)	2009 年(質目標)
金融服務	1.產值：1.2 兆元 2.平均就業人數：40.4 萬人	1.產值：1.5 兆元 2.平均就業人數：42 萬人	促使金融產業永續成長、獲利、具競爭力；健全金融總體環境，使消費者及投資者安心、安全與滿意；發揮金融中介功能，提供產業部門充足之金融服務，以促進經濟成長，進而發達金融服務業。
流通服務	1.批發零售產值：2.2 兆元 2.批發零售總就業人數：177 萬人 3.物流：存貨保管成本占 GDP 比率 4.6%	1.批發零售產值：2.6 兆元 2.批發零售總就業人數：183 萬人 3.物流：存貨保管成本占 GDP 比率 4.3%	發揮「以知識創新為提供服務之基礎」、「以知識創造高附加價值」之特性，提供及時、迅速、便捷之服務。
醫療	1.產值：6,962 億元 2.受雇人員：21.4 萬人	1.產值：7,724 億元 2.受雇人員：24.2 萬人	提升醫療服務品質，導入醫療資訊化，活絡醫療資訊產業，建構安全之醫療環境。強化醫療服務國際化，達成「顧客走進來，醫療走出去」，以提升台灣優質醫療的國際形象。
電信	總產值 3,770 億元 1.行動 2,202 億元 2.市話 415 億元 3.Internet 及加值 494 億元 4.電路出租 268 億元 5.國際 258 億元 6.長途 133 億元	總產值 4,300 億元 1.行動 2,607 億元 2.市話 275 億元 3.Internet 及加值 717 億元 4.電路出租 307 億元 5.國際 260 億元 6.長途 134 億元	提供 30Mbps 寬頻人口涵蓋率達到 40%
觀光	1.觀光總收入：3,561 億元 2.旅客人數： 境外市場：337 萬 8,118 人次 國民旅遊市場：9,261 萬旅次	1.觀光總收入：4,483 億元 2.旅客人數： 境外市場：520 萬人次(含第 1 類大陸觀光客) 國民旅遊市場：1.2 億旅次	打造台灣成為亞洲重要旅遊目的地
資訊服務	1.營業額：2,118 億元 2.CMMI 認證家數累計 26 家，全球排名第 8 3.出口：262 億元 4.已具有 1 家 ERP 業者為亞太地區前 5 大資訊服務公司	1.營業額：3,180 億元 2.CMMI 認證家數累計 85 家，全球排名第 5 3.出口：640 億元 4.培養至少 2 家排名亞太地區特定領域前 3 大的資訊服務公司	促成我國成為特定領域資訊服務的主要供應者
設計	1.產值：503 億元	1.產值：810 億元	1.運用創意設計提升產業

	2005 年	2009 年(量目標)	2009 年(質目標)
服務	2.出口：201 億元 3.國際知名設計獎項累計獲獎 182 件	2.出口：400 億元 3.國際知名設計獎項累計獲獎 550 件	競爭力 2.促進設計服務業發展
研發服務	1.營業額：1,040 億元 2.從業人數：4.5 萬人	1.營業額：1,442 億元 2.從業人數：5.5 萬人	1.提升研發成果之流通及運用效率 2.提升研發服務業之服務能量 3.普及智慧財產管理制度
數位內容產業	1.產值：2,902 億元 2.國產動畫：1 部/年 3.國產遊戲：1 部/年	1.產值：5,150 億元 2.國產動畫：5 部/年 3.國產遊戲：6 部/年	建構台灣成為亞太地區數位內容設計、開發與製作中樞
流行文化核心產業	1.跨國合作中大型旗艦電影：0 部 2.高畫質電視及第二單頻網傳輸系統覆蓋率：0% 3.圖文出版產值：582 億元 4.流行音樂產值：31.6 億元	1.跨國合作中大型旗艦電影：5 部以上 2.高畫質電視及第二單頻網傳輸系統覆蓋率：85% 3.圖文出版產值：593 億元 4.流行音樂產值：44 億元	培育台灣影視、圖文出版、流行音樂人才，重整台灣流行文化發展環境，繁榮本國消費市場，並帶動國際間對台灣旅遊、觀光、服飾等消費性商品之品牌認同。
環保服務	1.產值：527 億元 2.就業人數：2.5 萬人	1.產值：709 億元 2.就業人數：3.1 萬人	提升環境品質，以永續化為規劃理念，擴大環保服務業規模
工程及管理顧問服務	1.產值：802 億元 2.從業人數：6.1 萬人	1.產值：1,068 億元 2.從業人數：7.3 萬人	建構全球化競爭力之工程及管理顧問服務業。

資料來源：行政院（2006），2015 年經濟發展願景三年衝刺計畫-產業發展套案。

服務業對我國經濟成長已具有相當影響力，其中又以「商業」所占的比重最大。以 2008 年為例，批發及零售業國內生產毛額（名目 GDP）占全經濟比重達 19.23% 之多，且其成長幅度亦是居服務業各分業之冠。

根據主計處國民所得統計資料，服務業各分業生產毛額的比重，以批發及零售業生產毛額居冠，幾乎佔服務業五分之一，其次為政府服務，金融及保險業、不動產及租賃業分居第三及第四。此外，各分業生產毛額結構近年來變化幅度不大，而新興服務業如專業科學及技術服務業、教育服務業、醫療保健及社會福利業，雖呈逐漸增加的趨勢，但比重依然偏低。

表 3 我國產業結構變動（按各產業占 GDP 比重）

單位：%

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
合計	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
農業	1.98	1.85	1.74	1.66	1.64	1.66	1.62	1.51	1.68
工業	29.09	27.62	28.28	27.96	27.57	27.05	27.02	27.77	25.15
製造業	23.76	22.73	23.68	23.69	23.72	23.21	23.04	24.01	21.85
服務業	68.93	70.53	69.98	70.38	70.79	71.29	71.36	70.71	73.17
批發零售業 及住宿餐飲 業	18.34	18.28	18.20	18.24	19.08	19.86	20.46	20.62	21.40

資料來源：行政院主計處「國民所得統計」。

附註：依聯合國 1993 年版國民經濟會計制編布。

以批發及零售業而言，除 2001 年以外，其實質成長率均高於整體服務業成長率，其生產毛額占服務業之比重亦逐年升高，至 2006 年時已超過 25%，居所有服務業分業之冠，並占我整體 GDP 比率之 20.46%，遙遙領先於金融及保險業、政府服務、及不動產及租賃業等其他重要服務業分業，至 2008 年時，占我整體 GDP 比率達 21.40%。

如以營業額觀之，以 2008 年為例，中分類以批發業營業額的 8 兆 6,274 億元最高，較 2007 年成長 3.59%，其次為零售業的 3 兆 2,244 億元，較 2007 年衰退 1.50%，二者相加營業額接近 1.2 兆元以上，與排名第三位的專業及技術服務業營業額，差距十分明顯，顯示批發零售業的重要地位。

如以平均資本額、資本額級距廠商家數分析，在平均資本額方面，批發零售業與住宿餐飲業的平均資本額較服務業其他分業來得低，其中尤以住宿餐飲業的平均資本額最低，且大部分的廠商資本級距多集中在 10 萬元以下，而廠商家數眾多及規模較小等特性，顯示批發零售業與住宿餐飲業等行業進入之門檻較低，以致市場競爭情形亦相當激烈，這也是未來政府推動批發零售業等服務業時應予注意之現象。

表 4 國內服務業各分業之成長率

單位：%

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
服務業	5.75	5.99	5.89	0.08	3.59	3.39	5.28	3.53	3.92	4.26	0.75
批發及零售業	6.68	7.03	6.76	-3.26	3.60	2.69	7.59	6.85	6.21	5.37	0.82
住宿及餐飲業	6.67	5.42	7.53	-0.88	-0.27	-0.07	6.04	6.65	6.03	2.61	-2.82
運輸、倉儲及保險業	10.52	18.06	11.50	2.29	5.49	3.95	7.48	4.18	3.74	2.16	0.99
金融及保險業	3.42	5.57	2.58	0.49	5.86	5.12	4.73	1.51	1.22	8.19	-1.77
不動產及租賃業	4.23	2.01	4.63	-0.35	0.02	4.19	3.64	2.57	5.71	4.64	2.42
專業、科學及技術服務業	8.73	9.76	10.66	2.70	1.47	1.40	7.81	2.35	9.85	11.30	5.08
教育服務業	8.19	9.20	7.00	5.49	2.41	3.11	2.70	2.48	2.87	2.53	2.56
醫療保健及社會福利服務業	8.91	5.92	4.28	3.43	5.17	1.86	3.13	2.46	3.05	3.55	3.09
政府服務生產者	2.89	3.09	3.56	2.47	2.15	3.24	1.35	1.01	0.70	-0.61	0.72

資料來源：行政院主計處。

表 5 國內服務業各分業受僱員工每人月平均薪資

單位：新臺幣元

	2004	2005	2006	2007	2008	2009 1-2月	1月	2月
服務業合計	44,396	44,290	44,359	45,380	45,450	58,949	72,458	45,339
批發及零售業	39,819	39,545	39,380	39,475	39,980	52,700	62,871	42,428
運輸及倉儲業	46,986	48,618	48,460	49,234	49,800	60,417	74,640	46,093
住宿及餐飲業	24,813	25,121	24,960	25,500	26,747	34,500	42,301	26,642
資訊及通訊傳播業	59,417	61,381	61,134	63,756	63,888	89,729	103,200	76,235
金融及保險業	66,671	65,113	69,054	75,732	71,319	100,445	136,681	63,902
不動產業	39,781	38,819	38,313	37,877	40,343	46,216	57,795	34,672
專業、科學及技術服務業	49,311	50,890	51,740	53,281	54,524	61,527	72,427	50,702
支援服務業	32,707	32,815	32,622	33,139	32,999	35,362	38,887	31,789
醫療保健服務業	55,341	55,603	55,429	56,603	58,122	75,847	97,163	54,542
藝術、娛樂及休閒服務業	29,662	29,898	31,303	31,499	32,053	35,666	41,812	29,353
其他服務業	29,421	30,384	30,203	29,926	29,311	36,505	44,301	28,571

資料來源：行政院主計處。

表 6 服務業行業分類之就業人數

單位：千人

	2004	2005	2006	2007	2008	2009 1-3 月	1 月	2 月	3 月
總計	9,786	9,942	10,111	10,294	10,403	10,249	10,303	10,224	10,220
服務業合計	5,631	5,733	5,857	5,962	6,036	6,021	6,036	6,012	6,015
批發及零售業	1,726	1,726	1,759	1,782	1,770	1,749	1,758	1,747	1,741
運輸及倉儲業	419	412	417	415	414	398	401	397	395
住宿及餐飲業	605	634	665	681	687	679	683	677	675
資訊及通訊傳播業	195	199	209	206	203	207	205	207	209
金融及保險業	390	406	407	404	411	405	406	405	404
不動產業	55	61	66	74	74	66	66	65	66
專業、科學及技術服務業	234	258	264	301	317	317	319	316	315
支援服務業	183	194	205	215	231	231	232	230	232
公共行政及國防； 強制性社會安全	357	336	334	332	343	374	367	374	380
教育服務業	538	556	563	588	605	612	611	612	614
醫療保健及社會工 作服務業	303	323	334	340	355	363	362	363	364
藝術、娛樂及休閒 服務業	114	116	111	101	98	93	95	93	92
其他服務業	510	513	524	523	528	527	529	525	527

資料來源：行政院主計處。

如以平均薪資觀察，我國整體服務業受僱勞工的平均薪資雖高於工業，但服務業各分業之間的薪資差異則較工業明顯。以批發零售業的平均薪資而言，2008 年其平均薪資為新台幣 39,980 元，低於服務業平均薪資之 45,450 元，亦低於電子零組件等製造業。不過，2009 年前二個月批發零售業的平均薪資增加為 52,700 元，較 2008 年成長幅度超過三成，其原因可能與政府相關就業振興措施有關，或與農曆年節民眾購物消費活動較為熱絡有關。

如果以服務業分業中平均薪資最高的前三項分業，亦即金融及保險業、資訊及通訊傳播業、醫療保健服務業、專業科學及技術服務業比較，則可發現該三項產業的就業人員屬性為高技術及專業性，因此相較之下，就業人員主要仍以非技術性勞動力為主的批發零售業之薪資普遍仍處於低水準。

在服務業各分業就業人數方面，其中以批發及零售業所占的比重最高，2008 年時，批發及零售業就業人數共計 177 萬人，約占服務業所有分業就業人數比率之 29%，再其次為住宿及餐飲業，而教育服務業、運輸倉儲及通訊業分居第三及第四。不過，2008 年批發零售業就業人數較 2007 年微幅衰退，共計減少約 1 萬 2,000 人，至 2009 年前三個月時，仍呈持續衰退，較 2008 年減少 2 萬 1,000 人，顯示批發、零售就業成長的動能較為不足，今年以來更受到國內消費不振，以及零售店面退出市場等的直接影響。反觀新興服務業如專業科學及技術服務業、教育服務業、醫療保健及社會福利業，則近六年來成長動能大致優於整體服務業成長情形。

## 二、我國近年發展商業服務業之政策與作法

鑒於服務產業已成為我國經濟成長的重要動力，經濟部於 2006 年舉辦「2006 全國商業發展會議」，探討我國商業發展的現況及未來發展方向，並針對商業政策法規、政策目標及政策架構等進行全面總體檢，作為擬具「商業發展綱領及行動方案」之依據。

根據該會所擬定之我國商業發展政策，我國希望能將台灣推動成為「行銷國際連鎖加盟商業的運籌總部」，並預計在 2010 年時達到以下目標：商業服務業之國內生產毛額從新台幣 2.8 兆元成長至 4 兆元；商業服務業之出口金額從新台幣 3.4 兆元成長為 5 兆元，成長 1.5 倍；商業服務業之就業人數從 283 萬人成長至 303 萬人，增加 20 萬人；商業服務業研發經費投入金額從 153 億元成長至 300 億元，成長 2 倍；電子商務營業額從 511 億元成長至 2000 億元，成長 4 倍；加盟連鎖商業國際營運總部從 115 家成長至 200 家。

## 商業發展政策



**圖 1 商業發展政策**

「2006 全國商業發展會議」計作成五大重要結論，其中與批發、零售業及連鎖加盟有關之內容與重要措施包括：(1)健全商業發展機制、建構商業競爭優勢：包括辦理國際物流等新興策略性產業獎勵辦法、流通業及餐飲業優惠貸款、建立商業服務業品牌鑑價機制、完成電子簽章法修法、推動優良服務 GSP 認證等；(2)形塑良好投資環境，建構投資誘因機制，包括：修正《商業登記法》、制定《有限合夥法》、廢止營利事業統一發證辦法、

透過補貼鼓勵研發創新、修正《批發業、零售業及技術服務業購置設備或技術適用投資抵減辦法》、流通服務業適用於促進產業研究發展貸款辦法資格；（3）推動產學合作，培養商業經營人才，包括：連鎖加盟人才認證培育推廣、協助連鎖加盟事業參與品牌台灣計畫之獎勵措施；（4）建立前瞻政策規劃，加速服務業國際化，包括：輔導連鎖總部營運機能和國際化、協助連鎖加盟事業參與品牌台灣計畫、成立財團法人商業發展研究院；以及（5）加速發展商業服務業，鼓勵研發創新，包括：依「協助服務業研究發展輔導計畫」協助業者申請商業專利、輔導企業從單店-總部-國際化的連鎖事業海外佈局作品牌通路及產品推展的國際化行銷等<sup>1</sup>。

為肯定商業研究發展之重要性，因應產業發展新環境，提高服務之附加價值，重塑對服務價值之認定，經濟部商業司於 2005 年 10 月 7 日依〈促進產業升級條例〉第 22 條之 1 第 2 項，公告〈促進商業研究發展輔導辦法〉。並據以辦理「協助服務業研究發展輔導計畫」，以部分補貼的方式鼓勵研發及創新，啟發業者自主從事研究發展的意願，輔以商業創新活動之推動，引導新業態及業種之產生，進而強化商業核心競爭力。

依據〈促進商業研究發展輔導辦法〉規定，為使批發、零售、物流、餐飲、管理顧問、國際貿易、電子商務、會議展覽、廣告、商業設計、商業連鎖加盟服務或其相關業務之業者自主性從事創新研發活動，以補助研究開發計畫經費，鼓勵投入新服務商品、新經營模式、新行銷模式或新商業應用技術之開發，1 年補助額上限為新台幣 250 萬元，2 年補助上限為 500 萬元。

根據經濟部統計，上述計畫於 2006~2007 年共計執行結案計 262 案，而截至 2008 年 10 月，其經濟績效包括成立新公司 16 家；成立新品牌 55 個；加盟授權點數增加 401 個；增加就業人數 1,201 人等<sup>2</sup>。2009 年度協助服務業研究發展輔導計畫「創新連鎖加盟展店計畫」補助申請自 2009 年 2 月 9

---

<sup>1</sup> 參商業司網站說明，at <http://60.244.127.66/big5/p1215/htm/2006.html>。

<sup>2</sup> 參「協助服務業研究發展輔導計畫(ASSTD計畫)成果暨說明」，經濟部商業司，2008年12月3日。

日開始受理。

為因應全球景氣衰退對台灣造成之影響、以及失業攀升情形，商業司配合經濟部 2009 年度施政重點，提出「商業服務，提振消費：以連鎖加盟業者為主，推動『開店大補帖計畫』」，鼓勵以連鎖加盟型態開店，提供法規鬆綁、諮詢診斷、資金協助、經營輔導、人才培訓、行銷推廣等措施。

該項計畫實施期程為 2 年，預計從 2009 至 2010 年間實施以下五類工作，包括：（1）推動法規鬆綁，包括廢除營利事業統一發證；（2）推動諮詢服務，包括成立開店諮詢服務團、提供投資抵減規劃；（3）協助提供資金貸款，包括提供流通服務業及餐飲業優惠貸款；（4）創業服務經營輔導，包括提供開店 E 化輔導、人力資源輔導；以及（5）創業服務行銷輔導，包括協調各大公會、媒體、電子商務、各大網站等合作提供各類購買折扣或優惠，以促進民眾消費等。

根據經濟商業司之估計，上述計畫實施後，預計在 2009~2010 年間增加業者開店數 9,200 家、增加投資金額 184 億元、創造 4 萬 6,000 名就業機會、並期待能夠透過行銷推廣及展售活動，創造 1,300 億元商機、提供 2,800 家業者開店之 E 化補助、500 家業者創新研發補助、增加業者營收 5% 以上<sup>3</sup>。

例如，上述計畫中，針對「經營輔導」中規劃辦理「開店補助輔導」，係在考量連鎖加盟產業具有創新多元之特性及鼓勵研發創新之目的下，以「創新連鎖加盟展店計畫」進行協助輔導，擬輔導補助標的如下：

- （一）依公司法設立之連鎖總部提出已完成創新規劃（新品牌、新服務商品、新行銷模式、新經營模式或新商業應用技術等）之展店計畫。每一新設直營或加盟店，補助新開店店主新台幣 5 萬元，新開店店主須自籌新台幣 5 萬元，展店計畫補助總店數上限 10 家店，總補助款申請上限為新台幣 50 萬元。

---

<sup>3</sup> 高靜遠，「2009 年連鎖加盟產業發展解析」，2009 年連鎖店年鑑。

(二) 依公司法設立之連鎖總部提出具新服務商品、新行銷模式、新經營模式或新商業應用技術之創新計畫及展店計畫。申請創新計畫補助款上限為新台幣 200 萬元（連鎖總部配合自籌款上限 200 萬元）；連鎖總部每一新設直營或加盟店，補助新開店店主新台幣 5 萬元，新開店店主須自籌新台幣 5 萬元，補助總店數上限 10 家店；創新計畫及展店計畫總補助款申請上限為新台幣 250 萬元。

(三) 依公司法設立之公司且曾獲政府補助並結案之創新研發計畫業者就其成果推展，提出應用創新成果之展店計畫。每一新設直營或加盟店，補助新開店店主新台幣 5 萬元，新開店店主須自籌新台幣 5 萬元，展店計畫補助總店數上限 10 家店，總補助款申請上限為新台幣 50 萬元。

該計畫第一階段試辦目標補助 500 店，總預算額度為 2,500 萬元。截至 2009 年 6 月，經濟部共計已通過補助 66 案連鎖加盟展店計畫，以及 15 案創新暨連鎖加盟展店計畫，補助展店數計 524 店，其涵蓋的行業包括健康美容業、居家服務業、零售業、文化休閒業、清潔、修繕服務業、餐飲業等，可以看出國內加盟連鎖事業貼近民眾生活需求而發展之趨勢<sup>4</sup>。

根據商業司初步評估，該項計畫之推動估計將帶動受補助業者同時投入逾新台幣 3,600 萬元研發經費，進行創新研發，其成績不僅將有助紓解現階段國內失業壓力，亦將對我國中小企業的體質提升，發揮一定程度的貢獻。

## 第二節 我國批發零售服務之發展

依照我國行業分類標準，批發、零售業係由經濟部主管，為瞭解工商企業營業活動之動向及營運變動趨勢，經濟部統計處除以普查方式蒐集全國工商業基本統計數據外，另並編製批發、零售等各業經營概況調查報告。

---

<sup>4</sup> 獲補助案件主要是經由整合產業多方資源而提出新穎之營運模式，或以提供具專業性之服務建立品牌以拓展展店規模。所有核定補助名單公布於 <http://gcis.nat.gov.tw/neo-s> 計畫網站。經核定通過之計畫，商業司已開始發函通知業者依所載規定期限，辦理簽約。

2007 年受到全球經濟持續成長，帶動我國對外貿易暢旺，進出口值均創下歷年新高，外銷訂單表現亮麗，工業生產穩定增產，就業市場供需活絡，國內景氣平穩擴張，2007 年我國經濟成長達 5.72%。2008 年受到美國次級房貸風暴擴大，引發全球信用緊縮，加上國際原油及原物料價格飆漲，造成全球通膨壓力增大，對我國商業發展亦產生負面影響。

根據經濟部統計資料，2008 年全年批發、零售業營業收入共計 11 兆 8,518 億元，較上年成長 2.14%，其中批發業營業收入為 8 兆 6,274 億元，較 2007 年成長 3.59%，零售業營業收入為 3 兆 2,244 億元，較 2007 年減少 1.50%（參表 7）。依據 2008 年第 4 季工商企業經營概況調查結果，2008 年第 4 季批發、零售業營業收入金額較上年同季大幅減少，創 2002 年以來的最大跌幅。其中，批發業因受全球景氣驟降，出口需求縮減之影響，以致減少幅度達 11.60%，零售業則因受到國內失業率攀高、所得降低，以及股市下跌等負面因素衝擊，以致民間消費意願低落，減少幅度亦達 7.12%。

**表 7 批發、零售業營業收入—按中業別分**

單位：億元

年（季）別	總 計	批發業	零售業
2005 年	101,801	70,720	31,081
2006 年	108,705	77,063	31,642
2007 年	116,021	83,286	32,735
2008 年	118,518	86,274	32,244
本年較上年增減(%)	2.14	3.59	-1.5

資料來源：行政院主計處。

如觀察批發、零售業自 2005 年起之營業表現，則批發業自 2006、2007 年均呈現成長趨式，年成長幅度分別為 5%及 8%，零售業之表現則略為遜色，年成長幅度分別為 2%及 3%。因此，2008 年下半年起雖受到全球金融風暴造成之經濟衰退因素的影響，我國批發業仍能維持接近 4%的成長，零售業則近年本已出現成長趨緩現象，因此受到經濟景氣與國內消費影響之衝擊便十分明顯。

惟須注意者，今（2009）年以來，受到國內消費疲弱不振的持續性影響，前三個月批發、零售業營業額出現罕見之衰退，其中批發業衰退 17.0%，零售業衰退 4.64%，二者合計衰退 13.67%<sup>5</sup>。由於據估計，今年全年批發、零售業將持續受到全球及國內景氣之影響，不復往年之榮景，因此如何構思有效方案提振批發、零售業之成長，恐須政府注入更多資源及尋求有別於傳統之可行做法。

另外，根據經濟部發佈之「97 年批發、零售及餐飲業經營實況調查報告」<sup>6</sup>，經濟部統計處於 2008 年 3 月針對國內批發、零售及餐飲業業者在經營環境、發展策略、實施數位化及自動化等方面之現況進行調查，調查結果顯示，2007 年國內批發、零售業的商品銷售金額中，內銷占銷售金額的比重達到 73.43%，外銷則僅占 26.57%。至於在外銷之商品銷售市場中，則以銷往中國大陸（包括港、澳地區）之金額占總銷售額之比重最高，達 12.71%，其次則是東南亞國家，占 4.90%，顯示中國大陸與東南亞地區因人口眾多及近年經濟蓬勃發展，因此龐大的消費市場已竄升成為我國商品外銷地區的第一、第二位。

另外，依該調查之推估，2007 年我國批發、零售業之商品進貨金額總計達 9 兆 6,871 億元，其中批發業商品進貨金額約 7 兆 1,184 億元，零售業商品進貨金額約 2 兆 5,687 億元。調查結果顯示，如果以商品進貨來源觀察，國內批發、零售業以國內採購為其進貨來源之比率達到 64.61%，顯示國內採購為其最主要進貨來源，遠超過直接向海外採購之比率，約為 35.39%。至於向國內採購之商品進貨來源中，則又以向民營工廠採購占其總進貨之比率最高，約為 33.89%，其次為向批發及零售商採購，約占 14.72%。

---

<sup>5</sup> 參經濟部統計處「批發、零售及餐飲業調查統計」。

<sup>6</sup> 本次調查回收之有效樣本數計 3,110 家，其中員工人數達 200 人以上之企業有 204 家（占 6.56%），介於 100 人至 199 人者有 145 家（占 4.66%），在 50 人至 99 人之間者有 304 家（占 9.77%），而介於 5 人至 49 人之間者最多計 2,002 家（占 64.37%），至員工人數未滿 5 人之企業有 455 家（占 14.63%）。若按中業別分類，批發業 1,727 家（占 55.53%），零售業 1,194 家（占 38.39%），餐飲業 189 家（占 6.08%）。回收率約八成六。

而在向國外採購之進貨來源中，則以向日本採購占總進貨來源比率之 9.90%，排名第一位，其次則是向中國大陸（包括港、澳地區）採購，占總進貨來源比率之 8.29%。

2007 年我國批發、零售業企業總家數為 670,031 家，其中規模屬於大型企業者計有 15,940 家，占批發、零售業企業總家數比率之 2.38%，中小企業共計 654,091，占批發、零售業企業總家數比率之 97.62%<sup>7</sup>。如將批發、零售業企業家數分開觀察，則批發業企業總家數為 292,246 家，其中大型企業與中小企業各有 11,539 家及 280,707 家，占企業家數比率分別為 3.95% 及 96.05%；零售業企業總家數為 377,785 家，其中大型企業與中小企業各有 4,401 家及 373,384 家，占企業家數比率分別為 1.16% 及 98.84%。我國零售業以中小企業為主的情形較批發業更為明顯，所占比率接近 99%。

如果將 2007 年統計與 2006 年相比較，2007 年批發、零售業企業總家數較 2006 年減少 2,763 家，但如將批發、零售業企業家數增減分開觀察，則批發業企業家數增加 20,454 家，零售業企業家數係減少 23,217 家。在批發業企業增加家數中，大型企業增加 1,096 家，占增加家數比率之 5.36%，中小企業增加 19,358 家，占增加家數比率之 94.64%；在零售業企業減少家數中，大型企業係減少 367 家，占增加家數比率之 1.58%，中小企業減少 22,850 家，占增加家數比率之 98.42%。

---

<sup>7</sup> 依據中小企業認定標準第 2 條，稱中小企業係指依法辦理公司登記或商業登記，批發及零售業前一年營業額在新臺幣一億元以下者，或經常雇用員工數未滿五十人者。分屬上述定義者則為大型企業。

表 8 2007 年批發及零售業中分類家數

單位：家

項 目	全部企業		中小企業		大型企業	
		2007-2006		2007-2006		2007-2006
總 計	670,031	-2,763	654,091	-3,492	15,940	729
批發業	292,246	20,454	280,707	19,358	11,539	1,096
零售業	377,785	-23,217	373,384	-22,850	4,401	-367

資料來源：整理自財政部財稅資料中心，營業稅徵收原始資料，2006-2007 年。

前述分析顯示，2007 年我批發業中，大型企業與中小企業企業家數雙成長，零售業則出現大型企業與中小企業企業家數同步減少現象，其中又以中小企業企業家數減少最為明顯，顯示當年因各種不利因素退出市場之零售業中小企業極多。

造成近年中小型零售業減少的主要原因，根據本研究及經濟部商業司之調查分析，認為原因如下：

1. 許多中小型零售業採獨資經營，因其規模太小，且無其他合作夥伴，因此面對與大型企業如量販店，或是加盟連鎖業之商店競爭時，因無法生存而退出市場。
2. 許多中小型零售業者的自動化或 e 化的程度不足，同時在管理、行銷方面之能力較弱，不易與其他業者競爭。
3. 近年來國內大型企業之零售業者，包括量販店、百貨公司、購物中心等不斷擴張，造成零售市場價格競爭激烈，中小企業無力對抗。
4. 國際與國內原物料成本上漲，導致中小型零售業者成本增加，以致負荷過重，無法繼續生存。
5. 近年來因高科技與新的營運模式興起，促成網路購物、電視購物、網路拍賣、個人工作室及網路創業蓬勃發展，對於中小型零售業者造成直接競爭壓力，以致許多中小企業不敵競爭而退出市場。

**表 9 2003 年至 2007 年中小企業主要產業家數比率**

單位：家；%

項目別 \ 年別	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年
全部中小企業家數	1,147,200	1,176,986	1,226,095	1,244,099	1,236,586
年增率	3.77	2.60	4.17	1.47	-0.60
產業部門比率	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
農業	0.93	0.91	0.91	0.88	0.87
工業	18.44	18.24	18.11	18.13	18.75
製造業	11.64	11.31	10.94	11.64	10.78
營造業	6.62	6.76	7.01	7.34	7.30
服務業	80.63	80.85	80.98	80.99	80.38
批發及零售業	53.31	53.25	53.14	52.86	52.89
住宿及餐飲業	7.43	7.81	8.33	8.62	8.80

資料來源：整理自財政部財稅資料中心，營業稅徵收原始資料，2003 年至 2007 年。

**表 10 2003 年至 2007 年中小企業主要產業銷售值比率**

單位：百萬元；%

項目別 \ 年別	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年
全部中小企銷售值	8,708,904	9,726,721	10,000,220	10,241,215	10,171,750
年增率	16.17	11.69	2.81	2.41	-0.68
產業部門比率	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
農業	0.16	0.14	0.14	0.14	0.15
工業	46.38	48.54	48.20	48.85	48.52
製造業	36.13	37.24	36.75	37.11	39.56
營造業	9.78	10.82	10.94	11.22	7.2
服務業	53.46	51.33	51.65	51.01	51.53
批發及零售業	38.84	37.43	37.95	37.41	38.41
住宿及餐飲業	2.04	2.01	2.07	2.12	2.23
運輸倉儲及通信業	4.10	3.48	3.07	2.91	2.40

資料來源：整理自財政部財稅資料中心，營業稅徵收原始資料，2003 年至 2007 年。

比較中小企業行業的每家平均銷售值，批發及零售業平均每家銷售值為 597 萬元，而製造業為 3,019 萬元，約為批發及零售業的 5 倍。如比較中小企業產業部門每家平均銷售值，服務業平均每家銷售值為 525 萬元，而工業則為 2,129 萬元，約為服務業的 4 倍。

批發及零售業出口值 4,496 億元（占 27.50%）居次。中小型批發及零售業對中小企業出口值的貢獻，呈下滑趨勢。

所謂新設企業，係指經營未滿 1 年的企業。2007 年新設企業家數中，99.70% 為新設之中小企業，共計約有 9 萬 2,957 家，若以行業別觀察，則新設中小企業不論在企業家數、銷售值、內銷值以及出口值方面，均以批發、零售業居各行業之冠，所占比率依序為 47.94%、52.60%、52.46%，以及 54.28%。在企業家數方面，批發、零售業遙遙領先位居第二位的住宿及餐飲業，其家數所占比率僅約 16.70%；在銷售值及出口值方面，則領先排名第二位的製造業，其所占比率分別為 12.55% 及 41.95%。

**表 11 2003 年至 2007 年中小企業主要產業出口值比率**

單位：百萬元；%

項目別 \ 年別	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年
全部中小企出口值	1,327,839	1,448,374	1,518,823	1,562,224	1,635,159
年增率	-1.71	9.08	4.86	2.86	4.67
產業部門比率	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
農業	0.14	0.14	0.14	0.10	0.11
工業	64.33	67.25	69.61	70.25	71.03
製造業	63.39	66.13	68.65	69.35	70.35
服務業	35.53	32.61	30.25	29.64	28.86
批發及零售業	30.58	28.85	27.47	27.27	27.50

資料來源：整理自財政部財稅資料中心，營業稅徵收原始資料，2003 年至 2007 年。

### 第三節 我國婦女在零售批發服務業之創業及人力 運用現況與趨勢

#### 一、我國婦女在零售批發服務業之創業現況與趨勢

根據經濟部統計，2007 年台灣地區可以區分企業負責人性別的企業家數 125 萬 8,678 家中，由女性擔任企業主的企業家數計有 44 萬 3,088 家，占所有企業家數比率之 35.20%，由男性擔任企業主的企業家數則占所有企業家數比率之 64.80%<sup>8</sup>。

如果依企業之規模觀察，2007 年所有女性企業主中，屬於中小企業之家數占全部女性企業主家數比率的 98.83%，顯示女性擔任企業主的企業絕大多數為中小企業，屬於大型企業者為鳳毛麟角。因此，不僅政府推動之中小企業政策對於婦女企業影響甚鉅，政府推動之各種經貿政策，以至於經貿環境，都可能對婦女企業產生重要而直接的影響。

如以產業部門觀察，女性企業主企業無論家數、銷售值及出口值，均以服務業占全體女性企業比率最高，其中，服務業家數占 86.08%。

如果以行業別再做觀察，在所有行業中，女性企業經營批發及零售業家數占所有女性企業家數之比率高達 55.47%，而一般認知適合女性創業的餐飲與住宿，以及教育服務業等，則僅占女性創業比率之 11.89%與 0.04%。此外，此一比率亦高於男性企業比率之 51.44%，顯示女性創業集中於批發、零售業之程度高於男性。

---

<sup>8</sup> 由於財政部財稅資料中心統計資料並未區分企業負責人的性別，因此營運指標資料，係以身分證第 1 個阿拉伯數字作為判定依據。但企業負責人若為公司或外國人，因無法辨別，則予以捨去。至於部分企業以女性掛名企業負責人，並未實際執行業務、或僅占很小股份等情形，則無法排除。因此本節男女企業合計數值，與全體企業的總計數值不盡相符。

在銷售額方面，女性經營之批發、零售業銷售額占所有女性企業銷售額比率之 51.48%，而男性經營之批發、零售業銷售額占所有男性企業銷售額比率則僅約 31.71%，顯示女性經營之批發、零售業對女性創造之平均銷售額高於男性。至於男女兩性在製造業的表現，女性經營之製造業銷售額占所有女性企業銷售額比率之僅約 18.3%，而男性經營之製造業銷售額占所有男性企業銷售額比率則高達 40.15%，與批發、零售業恰呈現相反的情形。

而如再進一步以出口值觀察，則女性經營之批發、零售業出口值占所有女性企業出口值比率之 64.91%，而男性經營之批發、零售業出口值所占比率卻僅有 24.75%。此一對比明顯看出女性經營之批發、零售業較男性經營之批發、零售業更為出口導向，以致女性企業主企業出口表現中之超過六成係由批發、零售業所貢獻，男性企業主企業出口表現中則不到三成係由批發、零售業所貢獻。

相較於批發、零售業出口表現，男性經營之製造業較為出口導向，占所有男性企業主企業出口表現比率之 69.56%，而女性經營之製造業占所有女性企業主企業出口表現比率則約為 28.97%。

基於前述分析，政府如能加強推動批發、零售業，將佳惠廣大婦女，尤其如能研擬協助批發、零售業拓展國外市場之具體策略與配套措施，對於女性企業的幫助將遠高於對男性企業之幫助，可望使較多的婦女企業自其政策中受惠。

在女性企業家數方面，次於批發及零售業而位居第二位之行業則是住宿及餐飲業，占所有家數比率之 11.89%；在銷售額與出口值方面，均由製造業位居第二位，所占比率分別為 18.23%及 28.97%。相較於女性企業，男性企業在家數方面係由製造業排名第二，在銷售額與出口值方面，批發、零售業均明顯落在製造業之後，其中出口值方面，製造業占出口值之比率更高達 69.56%，幾乎達到七成。此一現象充分顯示男性企業以製造業、出口導向為主之特性。

而如果以平均每家銷售值來看，服務業女性企業主為 828 萬元，而男性企業主則為 2,374 萬元，男性為女性 2.9 倍；工業女性企業主為 2,008 萬元，男性企業主則為 7,605 萬元，男性為女性 3.8 倍。批發及零售業之女性企業主則為 2,008 萬元，男性企業主則為 7,605 萬元，男性為女性 3.8 倍。因此，從銷售值觀察，批發及零售業對女性經濟收入之貢獻最大，遠高於其他服務業部門及製造業，不過如與男性企業主平均每家銷售值約為 7,605 萬元相較，則女性投入批發及零售業的平均銷售值尚不到男性批發及零售業平均銷售值的三分之一。

**表 12 2007 年企業家數、銷售值及出口值行業結構比—按企業主性別**

項目 行業別	家數		銷售額		出口值	
	女性 企業主	男性 企業主	女性 企業主	男性 企業主	女性 企業主	男性 企業主
總計	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
農林漁牧業	0.54	1.03	0.12	0.09	0.08	0.03
礦業及土石採取業	0.07	0.14	0.13	0.17	0.01	0.01
製造業	7.80	12.57	18.23	40.15	28.97	69.56
電力及燃氣供應業	0.01	0.04	0.85	1.93	0.00	0.14
用水供應及污染整治業	0.44	0.57	0.74	0.45	0.22	0.09
營造業	5.08	8.55	7.44	4.87	0.43	0.29
<b>批發及零售業</b>	<b>55.47</b>	<b>51.44</b>	<b>51.48</b>	<b>31.71</b>	<b>64.91</b>	<b>24.75</b>
運輸及倉儲業	1.70	2.96	3.17	2.50	3.04	3.15
住宿及餐飲業	11.89	6.86	2.19	0.74	0.22	0.01
資訊及通訊傳播業	1.02	1.36	1.60	2.27	1.37	0.94
金融及保險業	0.98	1.44	5.86	10.46	0.05	0.02
不動產業	1.25	1.75	3.73	2.11	0.18	0.03
專業、科學及技術服務業	2.72	2.85	2.18	1.32	0.42	0.89
支援服務業	2.25	2.01	1.03	0.62	0.09	0.07
教育服務業	0.04	0.04	0.01	0.01	0.00	0.00
醫療保健及社會工作服務業	0.02	0.03	0.01	0.01	0.00	0.00
藝術、娛樂及休閒服務業	1.74	1.90	0.34	0.19	0.01	0.00
其他服務業	6.99	4.47	0.89	0.40	0.01	0.01

附註：表中「全部企業」之就業人數及受僱員工人數及比率，尚包括受政府雇用的93萬2千人及其比率9.05%（占就業人數）、12.04%（占全部受雇人數）。

資料來源：1.整理自財政部財稅資料中心，營業稅徵收原始資料，2007年。

2.整理自行政院主計處，《人力資源統計月報》原始資料，2007年。

對此，政府未來宜從性別角度進行分析，以了解阻礙女性經營批發及零售業之營運規模擴展及獲利能力的主要原因，俾能對症下藥，提出具體對策。

**表 13 2007 年核准對中國投資前十名行業投資金額、比率及年增率**

行業別	金額 (萬美元)	百分比 (%)	年增率 (%)
電子零組件製造業	2,426,286	24.33	49.9
電腦、通信及視聽電子產品製造業	1,688,385	16.93	14.69
電力機械器材及設備製造修配業	1,047,009	10.5	57.51
化學材料及化學製品製造業	583,748	5.85	165.63
金屬基本工業及金屬製品製造業	517,895	5.19	191.04
精密、光學、醫療器材及鐘錶製造業	504,199	5.06	134.81
機械設備製造修配業	411,902	4.13	31.69
非金屬礦物製品製造業	309,437	3.1	-30.07
批發及零售業	231,452	2.32	-40.17
專業、科學及技術服務業	178,810	1.79	181.48

附註：1.圖中比率係指該行業投資金額占全部核准對中國投資金額百分比。

2.年增率為2007年較2006年增加百分比。

資料來源：經濟部投資審議委員會《核准對外投資統計》。

最後，由於近年我國批發及零售事業開始到海外投資佈局，尤其以前往中國大陸投資及設立據點最為積極。依據經濟部投審會統計核准對中國投資金額，2007年我對中國投資共計99億7,055萬美元，較2006年成長30.46%。如以投資金額排名前10位之業別來看，2007年經濟部核准批發及零售業對中國投資居所有行業別對大陸投資的第九位，投資金額為231,452萬美元，占我對中國投資比率之2.32%，不過相較於2006年，大幅減少40.17%。惟整體觀察，大陸批發及零售業市場魅力不墜，因此國內業者未來前往大陸搶食批發及零售業市場的趨勢將不會改變，如何在此波趨勢中協助女性企業打開大陸市場，政府應深入研究可行做法。

## 二、我國婦女在零售批發服務業之人力運用現況與趨勢

我國因經濟發展與婦女教育程度與社經地位逐漸提升，我國婦女勞動參與率逐年增加，由 1979 年的 39.23% 穩定增加，至 2008 年時增至 48.68%。我國近年積極發展服務業及知識密集產業，更提供國內婦女較過去多元的就業、創業機會。

表 14 政府促進女性就業相關政策

啟動時間	計畫名稱	主要措施	主要成效
1994年	促進婦女就業措施	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.落實勞動法令保障婦女就業者之權益</li> <li>2.擴大辦理婦女職業訓練</li> <li>3.減除婦女就業障礙，以利婦女就業</li> <li>4.加強婦女就業服務</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.首度宣示政府對婦女就業的重視</li> <li>2.因配套措施不足，故成效有限</li> </ol>
2001年	新世紀人力發展方案	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.開拓部分時間及非典型僱用型態工作機會</li> <li>2.從鬆綁勞動法規、減少政府干預、消除婦女就業障礙及增進婦女就業能力</li> <li>3.鼓勵設置學前教育、托育及托老設施，並輔導家庭支持系統事業之發展</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.透過具體策略，落實女性人力資源運用</li> <li>2.首度提出以部分時間及非典型僱用方式來提升女性勞動參與</li> </ol>
2003年	新世紀婦女勞動政策	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.創造兩性平等的工作環境</li> <li>2.提昇婦女就業能力</li> <li>3.健全婦女勞動保護</li> <li>4.建構完善的社會支援體系</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.以兩性平等作為主軸</li> <li>2.從提升能力、勞動保護到社會支援的完整配套</li> </ol>
2004年	新世紀第二期人力發展計畫	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.建構完善幼兒托育及幼兒教育環境，提供普及性之托育服務</li> <li>2.因應高齡化社會需要，建構綜合性與連續性之長期照護體系發展照護產業</li> <li>3.研擬推動「職業能力再提升方案」第二期計畫，以發展國民永續且具生產力的職業能力</li> <li>4.強化就業服務效能，提高就業媒合效率</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.延伸並進一步落實「新世紀人力發展方案」與「新世紀婦女勞動政策」</li> <li>2.加強對社會支援體系的建構</li> </ol>
2006年	2015年經濟發展願景第一階段三	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.促進弱勢者就業計畫</li> <li>2.普及嬰幼兒照顧體系計畫</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.將女性就業政策整合到國家整體經濟發展計畫中</li> </ol>

啟動時間	計畫名稱	主要措施	主要成效
	年衝刺計畫		
2006年	好管家專案	1.社會制度協助處理家務 2.勞動市場制度協助促進婦女就業	1.完善社會支援體系 2.強化婦女二度就業或創業能力，多元就業開發方案支持弱勢婦女就業自立
2007年	縮減婦女數位落差實施計畫	1.運用政府資源，結合民間力量，共同訓練未具電腦基本能力之婦女 2.透過基礎電腦訓練，創造婦女社會與經濟方面的多重機會，進而提升其受僱或創業的能力 3.增進既有硬體建置使用效率，提升教育部數位機會中心等資訊設備民眾使用率 4.募集企業資源，徵求軟硬體及寬頻網路之供應，共同提升電腦與網路普及率，降低數位落差	1.直接針對知識經濟下婦女較弱勢的數位能力補強 2.有效提昇婦女運用電腦、蒐集資訊的技能，並增強其就業機會

資料來源：王麗容等，「因應知識經濟及新興服務業發展提升我國婦女人力運用之研究」。

從產業結構的角度觀察，隨著我國服務業部門逐漸擴張，提供女性就業心的契機。據估計，從 1980 年代至今，國內女性就業人數在服務業部門中所占比率漸增。1980 年間，我國婦女在服務業部門就業人數占總就業人數比率之 39.7%，至 2008 年時則增加至將近七成的比例。在所有服務業中，又以批發、零售及餐飲業，金融、保險及不動產業，以及工商服務業中婦女就業人數的成長趨勢最為明顯，尤其是批發、零售及餐飲業與工商服務業，年成長幅度均超過 10%，顯示這些行業具有吸納女性就業的行業特徵。

表 15 我國服務業歷年就業結構

單位：千人，%

年		2001		2002		2003		2004		2005		2006		2007	
業別		人數	比例	人數	比例	人數	比例								
總計	小計	9383	100	9454	100	9573	100	9786	100	9942	100	10111	100	10294	100
	男	5553	59.18	5547	58.67	5579	58.28	5680	58.04	5753	57.87	5810	57.46	5868	57
	女	3830	40.82	3907	41.33	3994	41.72	4106	41.96	4190	42.14	4301	42.54	4426	43
服務業	小計	5245	55.9	5356	56.65	5480	57.24	5631	57.54	5733	57.66	5857	57.93	5962	57.92
	男	2711	28.89	2738	28.96	2785	29.09	2842	29.04	2861	28.78	2882	28.5	2899	28.16
	女	2534	27.01	2619	27.7	2695	28.15	2789	28.5	2872	28.89	2975	29.42	3063	29.76
批發及零售業	小計	1679	17.89	1693	17.91	1698	17.74	1726	17.64	1726	17.36	1759	17.4	1782	17.31
	男	894	9.53	893	9.45	891	9.31	895	9.15	888	8.93	896	8.86	885	8.6
	女	785	8.37	800	8.46	806	8.42	831	8.49	839	8.44	863	8.54	897	8.71
運輸及倉儲業	小計	421	4.49	407	4.31	414	4.32	419	4.28	412	4.14	417	4.12	415	4.03
	男	341	3.63	330	3.49	336	3.51	344	3.52	337	3.39	335	3.31	333	3.23
	女	80	0.85	77	0.81	77	0.8	75	0.77	75	0.75	82	0.81	82	0.8
住宿及餐飲業	小計	532	5.67	579	6.12	590	6.16	605	6.18	634	6.38	665	6.58	681	6.62
	男	233	2.48	250	2.64	253	2.64	261	2.67	267	2.69	278	2.75	286	2.78
	女	299	3.19	329	3.48	337	3.52	344	3.52	367	3.69	387	3.83	395	3.84
資訊通訊傳播業	小計	190	2.02	191	2.02	187	1.95	195	1.99	199	2	209	2.07	206	2
	男	114	1.21	113	1.2	115	1.2	119	1.22	121	1.22	125	1.24	125	1.21
	女	76	0.81	77	0.81	72	0.75	76	0.78	78	0.78	84	0.83	82	0.8
金融及保險業	小計	373	3.98	380	4.02	378	3.95	390	3.99	406	4.08	407	4.03	404	3.92
	男	157	1.67	158	1.67	156	1.63	161	1.65	167	1.68	160	1.58	160	1.55
	女	217	2.31	222	2.35	222	2.32	229	2.34	239	2.4	247	2.44	244	2.37
不動產業	小計	40	0.43	41	0.43	44	0.46	55	0.56	61	0.61	66	0.65	74	0.72
	男	27	0.29	27	0.29	26	0.27	35	0.36	40	0.4	43	0.43	47	0.46
	女	14	0.15	14	0.15	18	0.19	20	0.2	21	0.21	23	0.23	28	0.27
專業、科學及技術服務業	小計	202	2.15	220	2.33	224	2.34	234	2.39	258	2.6	264	2.61	301	2.92
	男	103	1.1	112	1.18	111	1.16	120	1.23	132	1.33	131	1.3	151	1.47
	女	99	1.06	107	1.13	113	1.18	114	1.16	126	1.27	133	1.32	149	1.45
支援服務業	小計	153	1.63	158	1.67	180	1.88	183	1.87	194	1.95	205	2.03	215	2.09
	男	92	0.98	95	1	108	1.13	102	1.04	111	1.12	118	1.17	123	1.19
	女	61	0.65	63	0.67	72	0.75	81	0.83	84	0.84	86	0.85	92	0.89

年		2001		2002		2003		2004		2005		2006		2007	
業別		人數	比例												
公共行政 及國防強 制性社會 安全	小計	315	3.36	316	3.34	352	3.68	357	3.65	336	3.38	334	3.3	332	3.23
	男	200	2.13	199	2.1	214	2.24	216	2.21	205	2.06	205	2.03	197	1.91
	女	114	1.21	118	1.25	138	1.44	141	1.44	130	1.31	129	1.28	135	1.31
教育 服務業	小計	484	5.16	488	5.16	514	5.37	538	5.5	556	5.59	563	5.57	588	5.71
	男	168	1.79	167	1.77	171	1.79	180	1.84	183	1.84	185	1.83	191	1.86
	女	316	3.37	321	3.4	343	3.58	359	3.67	374	3.76	378	3.74	398	3.87
醫療保健 社會工作 服務業	小計	268	2.86	281	2.97	292	3.05	303	3.1	323	3.25	334	3.3	340	3.3
	男	83	0.88	84	0.89	89	0.93	89	0.91	88	0.89	87	0.86	89	0.86
	女	185	1.97	197	2.08	203	2.12	215	2.2	235	2.36	246	2.43	251	2.44
藝術 娛樂及休 閒服務業	小計	93	0.99	107	1.13	110	1.15	114	1.16	116	1.17	111	1.1	101	0.98
	男	46	0.49	53	0.56	54	0.56	57	0.58	57	0.57	54	0.53	50	0.49
	女	47	0.5	55	0.58	56	0.58	57	0.58	59	0.59	57	0.56	51	0.5
其他 服務業	小計	496	5.29	496	5.25	497	5.19	510	5.21	513	5.16	524	5.18	523	5.08
	男	253	2.7	256	2.71	259	2.71	263	2.69	267	2.69	265	2.62	263	2.55
	女	242	2.58	240	2.54	238	2.49	247	2.52	245	2.46	259	2.56	260	2.53

資料來源：行政院主計處(2007)。人力資源調查統計。(依行業標準分類第八次修訂(90年以後))。

表 16 我國女性就業者在不同產業的分配比例

	1980年	1985年	1990年	1995年		2000年	2006年
	女性就業者在各產業的分配比例	女性就業者在各產業的分配比例	女性就業者在各產業的分配比例	女性就業者在各產業的分配比例		女性就業者在各產業的分配比例	女性就業者在各產業的分配比例
農、林、漁、牧業	18.1%	14.8%	10.2%	7.7%	農、林、漁、牧業	5.4%	3.7%
工業部門	42.2%	41.3%	37.6%	32.2%	工業部門	29.3%	26.8%
礦業及土石採取業	0.4%	0.15%	0.1%	0.1%	礦業及土石採取業	0.1%	0.0%
製造業	39.7%	39.3%	35.1%	28.3%	製造業	26.8%	24.4%
水電燃氣業	0.1%	0.15%	0.2%	0.1%	水電燃氣業	0.1%	0.2%
營造業	2.0%	1.7%	2.2%	3.7%	營造業	2.3%	2.2%
服務業	39.7%	43.9%	52.2%	60.1%	服務業	65.3%	69.5%
批發、零售及餐飲業	18.0%	20.4%	22.7%	25.7%	批發及零售業	20.5%	20.0%
					住宿及餐飲業	7.3%	8.9%
運輸、倉儲及通信業	2.0%	2.1%	2.3%	2.3%	運輸、倉儲及通信業	2.6%	2.7%
					金融及保險業	5.5%	5.8%
金融、保險及不動產業	1.6%	2.0%	3.7%	4.8%	不動產及租賃業	0.7%	0.7%
					專業、科學及技術服務業	3.0%	3.7%
工商服務業	1.2%	1.2%	2.1%	3.0%	教育服務業	8.2%	8.7%
					醫療保健及社會福利服務業	4.5%	5.7%
社會服務及個人服務業	14.2%	15.1%	18.2%	21.0%	文化、運動及休閒服務業	2.1%	2.3%
					其他服務業	7.8%	7.9%
公共行政業	2.7%	3.1%	3.2%	3.3%	公共行政業	3.1%	3.1%
總計	100%	100%	100%	100%	總計	100%	100%

資料來源：行政院主計處，轉引自經濟部工業局（2007）。企業在促進婦女就業應有的責任與作為。

表 17 我國各產業女性就業者佔各產業總就業人數之比例

	1980年	1985年	1990年	1995年		2000年	2006年
	女性就業者佔各產業總就業人數之比例	女性就業者佔各產業總就業人數之比例	女性就業者佔各產業總就業人數之比例	女性就業者佔各產業總就業人數之比例		女性就業者佔各產業總就業人數之比例	女性就業者佔各產業總就業人數之比例
農、林、漁、牧業	31.1%	30.9%	29.7%	28.3%	農、林、漁、牧業	27.9%	29.0%
工業部門	33.2%	36.2%	34.5%	32.1%	工業部門	31.7%	31.6%
礦業及土石採取業	16.1%	11.4%	15.0%	20.0%	礦業及土石採取業	18.2%	14.3%
製造業	40.4%	42.5%	41.1%	40.3%	製造業	38.6%	37.9%
水電燃氣業	11.1%	11.8%	13.9%	13.9%	水電燃氣業	16.7%	14.7%
營造業	7.8%	8.9%	10.4%	12.9%	營造業	10.5%	11.4%
服務業	35.0%	39.1%	42.3%	45.6%	服務業	47.8%	50.5%
批發、零售及餐飲業	37.2%	41.7%	43.6%	46.7%	批發及零售業	46.1%	49.0%
					住宿及餐飲業	55.8%	58.2%
運輸、倉儲及通信業	13.3%	14.5%	16.6%	17.3%	運輸、倉儲及通信業	20.8%	23.5%
金融、保險及不動產業	39.1%	45.5%	51.8%	53.4%	金融及保險業	57.2%	60.8%
					不動產及租賃業	37.9%	36.5%
工商服務業	40.0%	41.3%	44.6%	46.2%	專業、科學及技術服務業	46.4%	45.9%
					教育服務業	65.6%	67.0%
社會服務及個人服務業	43.9%	47.6%	51.5%	54.3%	醫療保健及社會福利服務業	68.3%	73.2%
					文化、運動及休閒服務業	47.9%	51.5%
					其他服務業	46.3%	45.7%
公共行政業	25.5%	30.9%	32.5%	36.0%	公共行政業	37.1%	39.0%
總計	33.5%	36.5%	37.5%	38.6%	總計	40.3%	42.5%

資料來源：行政院主計處，轉引自經濟部工業局（2007）。企業在促進婦女就業應有的責任與作為。



在政府積極推動的十二項重點服務業中，一般認為，較於適合女性發展的服務產業，包括金融服務業、醫療保健及照顧服務業、人才培訓、人力派遣及物業管理服務業、觀光及運動休閒服務業、文化創意服務業等等，另外在設計服務業、資訊服務業、研發服務業、環保服務業、工程顧問服務業等服務業目前雖對婦女投入之門檻較高，但因此類行業未來極具發展潛力，因此亦應積極推動婦女進入。

為有效提振女性就業，及促進兩性在經濟活動上之平等參與機會，如何繼續發展屬於婦女就業重要領域之批發、零售業，對於落實政府近年推動之「性別主流化」政策實具有重要意義，此外，其他服務業項目諸如住宿及餐飲業、教育服務業、金融及保險業、以及醫療保健、社會工作服務業等，亦是婦女較具優勢的服務業，政府如能研擬妥適對策大力推展，將有助婦女經濟充權（*economic empowerment*）之具體展現。

從批發、零售所屬的流通服務業特色觀察，流通服務業為典型之需要大量勞力的服務業，因此吸納廣大就業人口。而隨著經濟發達與國民所得提高，各類新型態交易模式出現，導致流通服務業迅速擴張。例如，近年網路拍賣大量增加流通服務業的業務量，又如國內大型賣場與零售加盟連鎖店大量增加，增加更多就業機會。

不過，由於流通服務業也是典型的勞力密集工作，因此工作時間相對較長。在我國工資昂貴的情況下，業者多半採取雇用少數之正職或全職人員，而將主要之勞動力改以雇用兼職或部分工時人員的作法，以降低人事成本。此種大量雇用部分工時人員，彈性的時間安排，固然有利於部分婦女，例如二度就業婦女，或仍負有照顧家人責任之婦女，可使其兼顧家庭與工作的責任。然而，流通服務業勞力密集，而且須耗費大量體力的特性，亦可能影響婦女之投入，或是對於婦女之工作條件與福利造成不良之影響。如觀察我國批發、零售業人員僱用結構中，可發現教育程度在國中及以國中以下程度者所占比率超過三成，而大專及大專以上教育程度者卻僅占不到二成的懸殊比率，或可說明批發、零售如欲吸引較高學歷之婦女參與，恐仍有待改善工

作條件<sup>9</sup>。

不過，如就薪資差距而言，國內男女性別的薪資差異在服務業上較製造業呈現較小之差距，其中，包括批發、零售、旅館及餐飲業，以及金融、保險、不動產及工商服務業等，正呈現逐年縮小趨勢，甚至在社會及個人服務業上，女性薪資水準顯著高於男性。基此，雖然台灣婦女其他國家婦女皆然，在大多數行業中所獲平均薪資均低於男性，不過，這種性別差距隨著服務業漸成主流，正出現調整趨勢。

惟須強調者，面對知識經濟時代以來臨，由於資通訊科技（ICT）發達帶來的「數位落差」（digital divide）問題，亦可能危及婦女未來在知識經濟或數位經濟中與男性一較高下之競爭優勢。對此，如何協助國內婦女因應知識經濟與數位經濟，政府推動之各類「縮減數位落差」計畫，具有特別之時代意義。

#### 第四節 全球金融風暴對台灣婦女的影響

自去（2008）年下半年起，肇始於美國次級房貸的金融風暴迅速席捲全球，使得世界各國幾乎絕少倖免地陷入金融動盪或經濟衰退的陰影中，也引發一連串企業倒閉、員工失業、政府社福支出縮減等後續效應。根據國際勞工組織（ILO）最新報告，截至 2009 年底，全球預計將有 9,700 萬名婦女因為此波金融風暴及經濟衰退而喪失工作，全球進入嚴重失業潮：經濟衰退更將導致女性工作條件惡化、勞工人權及社會保障等面臨不保。

全球金融風暴對不僅帶來台灣經濟發展歷程中少見的經濟負成長、出口大幅衰退、民間消費停滯等現象，更使許多台灣婦女陷入經濟困局。內政部在今年 3 月 8 日婦女節前夕，發布「台灣十年婦女權益發展及願景」報告（1999～2008），雖然報告內容顯示台灣婦女的地位與處境已較過去改善許多，如

---

<sup>9</sup> 參王麗容等，「因應知識經濟及新興服務業發展提升我國婦女人力運用之研究」，行政院經濟建設委員會委託研究計畫，2008年6月。

依聯合國開發性別發展指數（GDI），台灣排名全球第 22 位；如以評比婦女經濟、政治及決策參與程度之性別權力測度（GEM）觀察，則排名全球第 24 位及亞洲國家第 2 位，遙遙領先排名第 59 位的日本與第 69 位的南韓。

然而，今年以來多項正式、非正式統計，均顯示台灣婦女不論在就業與各種經濟活動，已深受此波全球金融風暴與台灣經濟衰退的波及，如何有效協助台灣婦女渡過經濟困境，不致淪為景氣衰退下的最大受害者，實為政府當局刻不容緩的重要課題。

例如，根據 104 人力銀行指出，今年 3 月以來女性求職者總數較去年同期增加幅度平均超過五成，其原因包括去年物價飆漲、金融風暴造成景氣下滑，家庭經濟壓力負擔變重有關，以致女性求職人數暴增。

相較於美國自從經濟陷入衰退以來，因其直接衝擊製造業、建築業等受男性就業比例較高的行業，以致所有減少工作機會中男性占極高比例，台灣屬於出口導向經濟，又以中小企業為主，因此受到國際景氣趨緩的衝擊極深，自然影響到廣大的女性就業人口與創業機會。

此外，服務業一向為台灣女性就業之主要部門，然而女性就業最多的流通、百貨、零售、餐飲等服務業部門較易受景氣波動的影響，相形之下其普遍處境較男性更為脆弱。

另一個值得關心的現象，則是女性的貧窮問題或經濟壓力已因經濟衰退而更形惡化。以台灣鄰近的東南亞國家為例，這些國家的婦女因為出口貿易衰退、海外工作機會減少等因素，正面臨前所未有的經濟壓力。根據統計，自去年年底以來，在亞洲國家新近增加的「城市新貧」人口中，約有高達 80% 為女性。

依據我國內政部公佈之全國低收入戶及人數統計資料，2008 年第一季至第四季全國低收入人數，不論男女，均呈現逐季遞增的現象。而雖然 2008

年全國低收入人口中，男性多於女性<sup>10</sup>，然而如果觀察台北與高雄兩大直轄市的低收入人口，則均顯示女性多於男性<sup>11</sup>，其中高雄市女性低收入人數的增加速度又較男性低收入人數的增加速度更為明顯。此一現象顯示台灣亦有所謂「城市新貧」逐漸增加的情形，其中女性「城市新貧」增加的速度尤其值得關注。如果考量今年起女性失業、被迫無薪休假、或更改為非典型雇用情形，可以預期今年以來居住於台北、高雄，以及發展較先進之都會型城市，包括台北縣、新竹市、台中市等的女性「城市新貧」人口，將較去年更為增加。

例如，國內學者研究發現，「低收入的勞動所得者，特別是有撫育兒童負擔的家庭」，在此波經濟衰退下所受衝擊最為明顯，因此政府相關政策應對此類特別脆弱之族群，予以特殊之考量與對應措施<sup>12</sup>。

經濟衰退導致婦女處境惡化的情形，還包括婦女遭受家暴人數增加。根據內政部統計，今年一月全國家暴通報案件比去年同月增加 9.36%，台北市更增加 111.17%，居全國之冠。此外，依據勵馨基金會的統計，今年一月其除家暴服務案數量大幅增加外，未成年少女懷孕服務個案也較去年一、二月增加五成，弱勢婦女因經濟因素而進入色情行業的情形更為明顯。

行政院在婦女節時宣示，將繼續積極推動「性別主流化實施計畫」，要求所有行政單位徹底落實「性別影響評估」，以便能將性別觀點納入重要施政中。值此罕見經濟危機，我們呼籲政府不僅應重新檢視各項婦女經濟培力（empowerment）政策與計畫，更應以性別觀點全盤檢視我國財稅、經濟、貿易、投資、勞動、職訓政策，以及各項經濟振興方案，以確保重要施政確實能為婦女創造更多經濟參與機會，進而降低經濟衰退對於婦女的衝擊與傷害。

---

<sup>10</sup> 依 2008 年第四季之統計，男性 113,281 人，女性 110,418 人。

<sup>11</sup> 依 2008 年第四季之統計，台北市為男性 18,082 人，女性 18,192 人；高雄市為男性 9,560 人，女性 10,596。

<sup>12</sup> 參王永慈，「探討新貧問題及其因應對策研究」，行政院經濟建設委員會委託研究，2008 年 12 月。

對於台灣而言，失業率增加將是 2009 年難以避免的趨勢，如何保障勞工權益，尤其是婦女就業及經濟安全，將是政府嚴厲的挑戰。值此關鍵時刻，政府更應落實「性別主流化」之政策美意，從「性別觀點」踐行重要經濟政策或措施之「性別影響評估」，俾能調整經濟衰退對於兩性帶來之不對稱之衝擊。

例如，為刺激國內民間消費，提振低迷景氣，行政院院會於 2008 年 11 月 18 日通過發放消費券提案，11 月 24 日行政院通過「振興經濟消費券發放特別條例（草案）」，報請立法院於 12 月 5 日三讀通過，並於當日晚間總統公布實施。2009 年 1 月 18 日行政院發放每人 3,600 元消費券，消費券總經費 857 億元。

不過，僅管根據估計，消費券對刺激民間消費效果顯著，1 月底農曆年前後，各地皆出現消費熱潮，有效提振內需。然而，消費券創造之消費是否有益一般商家，包括中小企業、婦女、或弱勢團體經營之企業，抑或多半流入大型企業及外商企業，亦值得進一步分析，以促使國家資源能夠均衡分配，並發揮最大的經濟、社會效益。

另外，行政院亦通過補助購置節能減碳家電、設備及低污染車輛等措施，列入補助商品包含：節能燈具（泡）、太陽能熱水系統、太陽光電系統，及符合節能標章之冷氣機、電冰箱、洗衣機，以及電動機車及其他低污染車等。對於此類之補助或產業支持措施，有關單位除產業發展之政策思維外，亦應考慮納入性別、社會等其他因素，以構思更能符合社會期待之完整方案。

由於國內市場持續積疲不振，根據經濟部最新統計，2009 年 5 月份國內較上年同月大幅衰退，其中批發業因受全球性經濟景氣持續衰退影響減少 15.17%，零售業減少 2.50%，累計今年 1 至 5 月以來，批發及零售業營業額合計為 4 兆 6,621 億元，分別較上年同期減少 15.65%與 3.61%<sup>13</sup>。在國內消費與商品出口銷售雙雙衰退之際，推展服務業出口應可望扮演重要角

---

<sup>13</sup> 經濟部民國 98 年 5 月批發、零售及餐飲業動態調查，98/06/22。

色，值此時刻，如何借助兩岸關係和緩以及密集洽談簽署「兩岸經濟合作架構協議」(Economic Cooperation Framework Agreement,ECFA)之趨勢與機會，協助業者拓展中國大陸市場，尤其協助國內婦女藉由連鎖加盟產業，掌握大陸內需市場，將可為國內經濟注入新動力，同時將協助台灣連鎖加盟事業走入最重要的潛力市場，為國內眾多有心投入連鎖加盟事業的婦女開創新的商機<sup>14</sup>。

---

<sup>14</sup> 國貿局長：ECFA 兩岸達共識，聯合報，2009.07.01。。

# 第三章 我國婦女參與加盟連鎖事業 之現狀與政策檢視

## 第一節 我國加盟連鎖事業之發展<sup>15</sup>

我國連鎖加盟事業之發展發軔於 1979 年統一企業與美國南方公司合作，引進「7-ELEVEN」品牌經營連鎖超商，以全套經營管理制度，成為國內第一家擁有國際 know-how 的連鎖便利商店。1984 年寬達企業引進美國麥當勞速食店，使國內連鎖業更臻成熟<sup>16</sup>。

依「2009 年台灣連鎖店年鑑」資料指出，2008 年我國批發、零售及餐飲業營業額合計約新台幣 3.55 兆元，推估連鎖加盟產業之貢獻金額達到 1.7 兆元，約占批發、零售及餐飲業營業額比率之 48%。此一現象顯示連鎖加盟產業不僅在我國經濟整體活動上占舉足輕重地位，企業透過連鎖加盟提供國人生活所需之各項服務，就消費者而言，可提升國人生活品質，就連鎖加盟品牌與加盟主而言，則提供各種創業機會。基此，連鎖加盟產業近年在國際間快速成長，在國內之發展速度亦引起各界注意。

台灣連鎖加盟事業之興盛發展與國內中小企業、微型企業創業熱潮，發揮相輔相成作用。透過連鎖加盟事業，加盟主得以取得產品、技術、行銷、經營及管理等各層面之系統性服務與支援，一圓創業之夢，因此在近年國內連鎖加盟事業日漸制度化，連鎖加盟展店規模與加盟費用選擇範圍日多等吸

---

<sup>15</sup> 加盟連鎖經營係指透過契約授權至少兩家（含）以上店舖，以相同的招牌、裝潢佈置、類似商品或勞務等經營方式，進行市場銷售。國內發佈統計資料如經濟部之加盟連鎖統計係包括零售批發與餐飲事業，本章主要就批發零售部分進行分析，但部分分析亦將包括餐飲業。

<sup>16</sup> 參許英傑、李冠穎，「台灣加盟連鎖產業的蛻變」，2006年。

引下，成為眾多無創業經驗者透過加盟創業的最佳途徑。而看好連鎖加盟所提供之輔導與支援體系，以及部分連鎖加盟收費的低門檻，婦女投入連鎖加盟事業的風氣大開，從 1990 年代的葡式蛋塔、泡沫紅茶、早餐店、炸雞排等加盟系統，到營業規模較大之女性服飾、婚紗禮服、生機食品、保養美容等加盟系統，均為台灣婦女開創重要的創業機會。

在欠缺正式可信統計數據的情形下，根據估計，連鎖加盟約占批發零售業中約六成之比率，而如以批發零售業中男性與女性企業主各占 45% 與 55% 的比率估算，則連鎖加盟事業中約 34% 屬於婦女擁有或經營之批發零售企業。如再上餐飲服務、生活服務類等其他類別之連鎖加盟事業，則女性加盟主所占比率應十分可觀。惟此一估計屬欠缺正式統計數據之概略估計，因此僅能提供有限之參考。

1990 年代以來，加盟連鎖業產值規模逐年成長。根據台灣連鎖暨加盟協會統計資料顯示，2008 年台灣連鎖加盟總部共計 1,395 家，連鎖加盟店舖總共計 87,894 家，其中直營店數計 27,382 家，加盟店數計 60,512 家，平均每間連鎖加盟品牌擁有 63 家連鎖加盟店<sup>17</sup>。

如果與過去幾年台灣連鎖加盟店數動輒出現二位數之成長幅度相比，2008 年因受到美國次級房貸引起之全球金融海嘯與經濟衰退影響，2008 年第四季起我國各項產業均難逃大幅衰退命運，以致全年商業整體營業額較 2007 年僅成長 2.14%，其中零售業更出現負成長。受到整體商業動能大減的影響，2008 年我國連鎖加盟總部家數與總店數雙雙呈現成長趨緩現象：連鎖總部家數成長 1.5%；總店數成長 2.4%，其中直營店數甚至減少 0.2%，加盟店數成長 4.2%（參表 18）。

---

<sup>17</sup> 參，2009 年台灣連鎖店年鑑，台灣連鎖暨加盟協會出版，2009 年 5 月。

表 18 2005~2009 年我國連鎖總部家數與店數統計表

年 度	2005		2006		2007		2008	
	數量	成長率 (%)	數量	成長率 (%)	數量	成長率 (%)	數量	成長率 (%)
連鎖總部數	1,124	30.8	1,187	5.6	1,374	15.8	1,395	1.5
總店數	74,324	18.7	79,794	7.4	85,824	7.6	87,894	2.4
直營店數	23,219	24.2	24,455	5.3	27,425	12.1	27,382	-0.2
加盟店數	51,105	16.3	55,339	8.3	58,099	5.0	60,512	4.2
平均店數	66.1	-9.3	67.2	1.7	62.2	-7.4	63.0	1.3

資料來源：「2009 年台灣連鎖店年鑑」及經濟部統計處。

台灣連鎖加盟體系大致可區分為以下四類：

- (一) 直營連鎖：即總公司直接經營的連鎖店家，其經營權屬於連鎖總部，總部掌握絕對的指揮控制權；
- (二) 自願加盟：分店的設立所需的資金、人力全部由加盟主負責，所有權屬於加盟主。依照加盟主與總部的契約規定，使用相同商標、裝潢與選擇性使用商品、服務及經營模式；
- (三) 委託加盟：由總部百分百投資設立，所有權屬於總公司。透過總部或區域加盟公司與加盟主締結契約，委託加盟主經營該加盟店，經營上所需的人員由加盟主負責，使用相同商標、裝潢、商品、服務及經營模式；
- (四) 特許加盟：加盟店設立所需資金大部分由加盟主負責，所有權雖由總公司與加盟主共有，但是以加盟主為主。加盟處透過總部或區域加盟公司締結契約後，依契約規定使用商標、裝潢、商品、服務及經營模式。

不過，由於連鎖加盟係企業經營之一種方式，而非一項特定產業，因此國內相關單位多半僅就其主管業務部份進行業務相關統計或分析，例如經濟部、交通部分別就其主管業務之連鎖加盟事宜蒐集部門別資訊，以致欲取得

涵蓋所有行業之完整最新連鎖加盟資訊仍有一定困難。基此，以下係依台灣連鎖暨加盟協會「2009年台灣連鎖店普查分析報告」，以及經濟部於2008年9月進行之「單一商品零售及餐飲連鎖品牌經營概況調查」之統計調查資料為據，就我國批發、零售之商業服務業之連鎖加盟情形，進行分析。

## 一、台灣連鎖暨加盟協會「2009年台灣連鎖店普查分析報告」概述

本次普查為台灣連鎖暨加盟協會自2008年12月~2009年2月間進行，主要以台灣地區經營流通、零售、服務業之連鎖店總部，連鎖店之家數達3家以上（含3家）之連鎖門市總部為普查對象。本次普查之結果可歸納為四大類：（1）綜合零售類；（2）一般零售類；（3）餐飲服務業；（4）生活服務業，普查資料重點如下<sup>18</sup>：

表 19 2008 年整體連鎖店數統計

	家數	總店數	直營	加盟
	1,395	87,894	27,382	60,512
1. 綜合零售	86	10,749	2,850	7,899
2. 一般零售	577	20,730	13,926	6,804
3. 餐飲服務	347	20,524	3,777	16,747
4. 生活服務	385	35,891	6,829	29,062

資料來源：「2009年台灣連鎖店年鑑」及經濟部統計處。

### （一）綜合零售類

2008年我國綜合零售總家數為86家，較2007年的84家增加2家，成長率為2.4%；總店數為10,749間，其中屬於直營店計2850間，屬於加盟店

<sup>18</sup> 本調查採自願性接受普查，此外，為考量連鎖門市及企業總部經營體制之完善，2009年未將小吃、餐車等攤販式型態之總部納入普查對象。普查方式採郵寄、傳真、電話與網路等調查方式同步進行，扣除不符合本調查之對象以及結束營業之廠商。

計 7899 間。2008 年綜合零售總店數較 2007 年 10,421 間增加 238 間，成長率為 3.1%，整體表現呈現正成長。

綜合零售類又分為購物中心、百貨公司、量販店、超級市場、便利商店五個項目，說明如下。

2008 年台灣購物中心家數共 21 家，較 2007 年新增 1 家(高雄漢神巨蛋購物廣場)，購物中心主要分布於北中南都會區，且購物中心型態皆為一家一店，沒有開設分店。

2008 年台灣百貨公司總家數現為 24 家，總店數為 67 間，較 2007 年新增 1 家，新增店數 5 間。2008 年台灣量販店總店數為 9 家，總店數為 120 間，量販店總店數並未增加，但店數較 2007 年增加 13 間<sup>19</sup>。觀察量販店分布情形可發現，中南部之量販店展店較多，表示量販店比較符合台灣中南部之消費模式。量販店於 2008 年景氣不佳的情況下展店仍在增加，成長率達 12.1%，顯示消費者還是會選擇到量販店以較便宜的價格購物。

2008 年我國超級市場總家數為 28 家，總店數為 1,357 間，其中家數較 2007 年新增 1 家，店數則增加 236 間。2008 年超級市場為綜合零售業中成長最明顯者，店數成長幅度達 21.1%，顯示價格通常比便利商店便宜，方便性優於量販店的超級市場，符合多數消費者需求。

台灣的便利商店多採加盟方式展店，2008 年便利商店總家數為 4 家，總店數為 9,184 間<sup>20</sup>，其中便利商店減少一家，店數增加 73 間。整體而言，雖然 2008 年便利商店店數仍有成長，但成長幅度只有 0.8%，顯示台灣便利商店之競爭已趨飽和，市場競爭激烈。

---

<sup>19</sup> 其中，家樂福、大潤發、愛買吉安在全省總店數超過 10 間；全買，主要分布在中、南部；好市多總店數有 5 間，分布在北、南部；台糖量販總店數有 5 間，分布在中、南部；大買家總店數 3 間，分布在中部；其他量販店南部與中部各 1 間。

<sup>20</sup> 統一超商、全家、萊爾富總店數全省皆超過 1,000 間，富群超商分店數亦有 828 間，而離島只有統一超商進駐。

**表 20 2008 年綜合零售店數統計**

	家數	總店數	直營	加盟
1. 綜合零售	86	10,749	2,850	7,899
1.1 購物中心	21	21	21	0
1.2 百貨公司	24	67	67	0
1.3 量販店	9	120	120	0
1.4 超級市場	28	1,357	1,355	2
1.5 便利商店	4	9,184	1,287	7,897

資料來源：「2009 年台灣連鎖店年鑑」及經濟部統計處。

**表 21 綜合零售店數成長統計**

	2008 年			2009 年			家數成長		店數成長	
	家數	店數	平均店數	家數	店數	平均店數	數量	百分比	數量	百分比
綜合零售合計	84	10,421	124.1	86	10,749	125.0	2	2.4	328	3.1
購物中心	20	20	1.0	21	21	1.0	1	5.0	1	5.0
百貨公司	23	62	2.7	24	67	2.8	1	4.3	5	8.1
量販店	9	107	11.9	9	120	13.3	0	0.0	13	12.1
超級市場	27	1,121	41.5	28	1,357	48.5	1	3.7	236	21.1
便利商店	5	9,111	1,822.2	4	9,184	2,296.0	-1	-20.0	73	0.8

資料來源：「2009 年台灣連鎖店年鑑」及經濟部統計處。

## (二) 一般零售類

一般零售類下分為：食品零售、流行時尚、服飾專賣、藥妝精品、居家修繕、數位科技五類零售。2008 年我國一般零售總家數家數為 577 家，較 2007 年的 567 家增加 10 家，成長率為 1.8%；一般零售總店數為 20,730 間，較 2007 年 20,573 間增加 157 間，成長率約為 0.8%（參表 22）。

表 22 2008 年一般零售店數統計

	家數	總店數	直營	加盟
2. 綜合零售	577	20,730	13,926	6,804
2.1 食品零售	126	2,322	1,556	766
2.2 流行時尚	137	4,472	3,558	914
2.3 服飾專賣	134	4,194	3,744	450
2.4 藥妝精品	69	3,138	2,045	1,093
2.5 居家修繕	80	1,811	1,199	612
2.6 數位科技	31	4,793	1,824	2,969

資料來源：「2009 年台灣連鎖店年鑑」及經濟部統計處。

表 23 一般零售店數成長統計

	2008 年			2009 年			家數成長		店數成長	
	家數	店數	平均店數	家數	店數	平均店數	數量	百分比	數量	百分比
一般零售合計	567	20,573	36.3	577	20,730	35.9	10	1.8	157	0.8
食品零售	109	2,204	20.2	126	2,322	18.4	17	15.6	118	5.4
流行時尚	134	4,350	32.5	137	4,472	32.6	3	2.2	122	2.8
服飾專賣	136	4,198	30.9	134	4,194	31.3	-2	-1.5	-4	-0.1
藥妝精品	76	3,624	47.7	69	3,138	45.5	-7	-9.2	-486	-13.4
居家修繕	81	1,931	23.8	80	1,811	22.6	-1	-1.2	-120	-6.2
數位科技	31	4,266	137.6	31	4,793	154.6	0	0.0	527	12.4

資料來源：「2009 年台灣連鎖店年鑑」及經濟部統計處。

在一般零售類下之食品零售業方面，2008 年連鎖加盟總部家數增加 17 家，店數增加 118 間，為一般零售類中家數成長最多者，成長幅度達 15.6%，其中又以食品專賣與麵包蛋糕成長幅度最為明顯，顯示國內景氣雖然不佳，但並未波及食品有關消費。

在各類食品專賣連鎖加盟中，麵包蛋糕總家數為 45 家，總店數 861 間，其中 422 間為直營店，439 間為加盟店。多數麵包蛋糕業者以直營方式營業以監管品質，但某些業者如 85 度 C 則以加盟為主，以求快速展店，使店面

能見度高，進而提高其市占率。

在一般零售類下之流行時尚類別方面，2008 年連鎖加盟總部家數增加 3 家，店數增加 122 間，成長幅度並不明顯，其中大概以運動休閒、圖書文具為大宗。值得重視的是，由於經濟不景氣，流行時尚類產品多非屬民生必需品，對於時尚品牌知名度之重視似乎更較以往明顯，此一現象反映在鞋子專賣、眼鏡專賣、鐘錶專賣、珠寶飾品及運動休閒等類別上皆可獲不同程度之印證。

在一般零售類下之服飾專賣連鎖加盟事業，2008 年總部家數較 2007 年減少 2 家，店數減少 4 間，整體呈現負成長。

一般零售類第四個項目藥妝精品，則總部家數減少 7 家，店數減少 486 間，家數減少 9.2%，店數減少 13.4%，衰退幅度較大，原因可能為展店過度，市場飽和進而造成競爭。一般零售類第五個項目為居家修繕，家數減少 1 家，店數減少 120 間，整體呈現衰退。至於數位科技類連鎖加盟，則 2008 年總部家數未出現變化，但店數增加 527 間，成長幅度約為 12.4%。

### (三) 餐飲服務類

餐飲服務類雖不屬於批發與零售業之範圍，但因餐飲服務類一向居我國連鎖加盟事業之重鎮，亦是傳統以來國內外婦女選擇創業之重要型態，因此本研究亦擷取本次加盟連鎖調查中有關餐飲業之調查結果予以說明，以提供主管機關參考。

2008 年台灣餐飲業連鎖加盟總部家數共計 347 家，較 2007 年 323 家增加 24 家，成長幅度為 7.4%；連鎖加盟總店數共計 20,524 家，較 2007 年 20,933 家減少 409 間，成長幅度為-2.0%。

表 24 餐飲服務店數成長統計

	2008 年			2009 年			家數成長		店數成長	
	家數	店數	平均店數	家數	店數	平均店數	數量	百分比	數量	百分比
餐飲服務合計	323	20,933	64.8	347	20,524	59.1	24	7.4	-409	-2.0
速食店	111	14,861	133.9	108	15,042	139.3	-3	-2.7	181	1.2
咖啡簡餐	37	1,514	40.9	40	1,405	35.1	3	8.1	-109	-7.2
餐廳	127	1,969	15.5	150	2,091	13.9	23	18.1	122	6.2
休閒飲品	48	2,589	53.9	49	1,986	40.5	1	2.1	-603	-23.3

資料來源：「2009 年台灣連鎖店年鑑」及經濟部統計處。

餐飲服務類下又分為速食店、咖啡簡餐、餐廳、休閒飲品四大類，其中，在速食店下又分為西式速食、日韓速食、中式速食、早餐專賣四類。在中式速食店連鎖加盟方面，2008 年中式速食店總部總家數共計 46 家，連鎖加盟總店數計 1,992 間，其中直營店計 610 間，加盟店計 1,382 間。在早餐專賣速食店連鎖加盟方面，2008 年早餐專賣店總部總家數共計 24 家，連鎖加盟總店數計 11,527 間，其中直營店僅 78 間，其餘皆為加盟店，共計 11,449 間。

簡要來說，2008 年台灣餐飲業連鎖加盟總部家數雖較 2007 年略有增加，但連鎖加盟總店數卻較 2007 年減少，計有超過 400 家加盟店退出市場。以中式速食店而言，由於中式速食符合在地口味，進貨、管理亦較容易，因此加盟比例高於西式速食、日韓速食；至於早餐專賣店則因加盟成本較低，加盟比例極高，例如國內已有 5 家早餐專賣店擁有加盟店數超過 1000 家，包括瑞麟美而美，計 2,915 間；麥味登，計 1,500 間；巨林美而美，計 1,000 間；東方美，計 1,000 間；及早安美芝城，計 1,000 間。

**表 25 2008 年餐飲服務連鎖店數統計**

	家數	總店數	直營	加盟
3. 餐飲服務	347	20,524	3,777	16,747
3.1 速食店	108	15,042	1,921	13,121
3.2 咖啡簡餐	40	1,405	564	841
3.3 餐廳	150	2,091	1,098	993
3.4 休閒飲品	49	1,986	194	1,792

資料來源：「2009 年台灣連鎖店年鑑」及經濟部統計處。

#### (四) 生活服務類

生活服務類又可分為休閒娛樂、家居服務、美容美髮、補習教育、汽車服務及其他六大項目，其中家居服務、美容美髮、補習教育三項通常被視為是婦女創業優先投入之領域。2008 年台灣生活服務連鎖加盟總部家數共計 385 家，較 2007 年 400 家減少 15 家，衰退幅度達 3.8%；生活服務連鎖加盟總店數共計 35,891 家，較 2007 年 33,597 家增加 2,294 間，成長幅度為 6.8%。

其中，在美容美髮方面，2008 年連鎖加盟總部家數減少 11 家，店數減少 106 間，家數成長幅度為-15.3%。補習教育則呈現穩定成長，家數增加 10 家，店數增加 208 間，成長幅度約 13.5%。其中，兒童才藝類之總家數為 25 家，總店數共計 2,505 間，其中 142 間為直營店，2,363 間為加盟店。

**表 26 2008 年生活服務連鎖店數統計**

	家數	總店數	直營	加盟
4. 生活服務	385	35,891	6,829	29,062
4.1 休閒娛樂	63	3,613	799	2,814
4.2 家居服務	37	3,171	809	2,362
4.3 美容美髮	61	2,733	1,333	1,400
4.4 補習教育	84	6,389	772	5,617
4.5 汽車服務	66	7,621	2,337	5,284
4.6 其它	74	12,364	779	11,585

資料來源：「2009 年台灣連鎖店年鑑」及經濟部統計處。

表 27 生活服務店數成長統計

	2008 年			2009 年			家數成長		店數成長	
	家數	店數	平均店數	家數	店數	平均店數	數量	百分比	數量	百分比
生活服務合計	400	33,597	84	385	35,891	93	-15	-3.8	2,294	6.8
休閒娛樂	77	4,781	62	63	3,613	57	-14	-18.2	-1,168	-24.4
家居服務	41	3,630	89	37	3,171	86	-4	-9.8	-459	-12.6
美容美髮	72	2,839	39	61	2,733	45	-11	-15.3	-106	-3.7
補習教育	74	6,109	83	84	6,389	76	10	13.5	280	4.6
汽車服務	66	7,622	115	66	7,621	115	0	0.0	-1	0.0
其它	70	8,616	123	74	12,364	167	4	5.7	3,748	43.5

資料來源：「2009 年台灣連鎖店年鑑」及經濟部統計處。

由於「2009 年台灣連鎖店年鑑」所作統計分析並未顯示加盟主之性別，因此不易直接據以研判上述加盟連鎖趨勢中婦女加盟主所占比率，不過，基於婦女創業或投入連鎖加盟事業，傾向於特定行業或領域，例如餐飲服務業；美容美髮、家居服務等之生活服務業；一般零售類下之食品零售、流行時尚、服飾專賣、藥妝精品等，因此從 2008 年國內連鎖加盟展店數量消長情形，仍可間接提供研判其對婦女投入連鎖加盟事業影響的參考。

以美容美髮、家居服務兩項生活服務業類別而言，2009 年無論連鎖加盟家數、店數均較 2008 年呈現衰退趨勢，其中家居服務加盟店數減少 459 店，美容美髮加盟店數減少 106 店，店數減少幅度分別為 12.6% 及 3.7%。餐飲服務類下之速食店、咖啡簡餐、餐廳、休閒飲品四大類別，則除休閒飲品衰退幅度降為明顯外，其餘三類大致仍呈微幅成長。一般零售類則以藥妝精品衰退幅度較巨。

上述衰退較明顯之行業與女性創業及就業息息相關，而其行業發展明顯受到國內經濟景氣、過去展店可能趨向飽和、以及網路商店及電子商務等快速發展之新興競爭者之影響，如何避免其持續受到景氣波及，而對婦女造成衝擊，應是政府當前力圖經濟重振之重要目標之一。

## 二、經濟部「97年單一商品零售及餐飲連鎖品牌經營概況調查報告」概述

為蒐集零售業中單一商品零售及餐飲業國內連鎖直營加盟品牌之營業狀況、店數、區域分布等資料，經濟部於2008年9月進行「單一商品零售及餐飲連鎖品牌經營概況調查」<sup>21</sup>，並發布「97年單一商品零售及餐飲連鎖品牌經營概況調查報告」。這也是國內首度針對單一商品零售及餐飲連鎖品牌經營現狀所做之全國性大型調查<sup>22</sup>。

該項調查針對品牌總部共計回收有效樣本620家（品牌連鎖加盟店數達3店以上者），包括：

- （一）單一商品零售業：包括服裝配件及鞋類、食品類、家庭器具及用品、文教娛樂用品、鐘錶眼鏡貴金屬、藥品化妝品及資通訊家電用品7類，共計397家品牌。
- （二）餐飲業：包括中式速食、中式餐廳、西式及日韓式等速食、西式及日韓式等餐廳及茶咖啡簡餐休閒飲料5類，共計223家品牌。

該項調查結果顯示國內單一商品零售業與餐飲業之連鎖加盟事業發展活絡，在經營策略、展店趨勢等提供諸多可供政府研擬相關政策參考之處。本研究以下篩選與單一商品零售業有關之重點說明於下：

- （一）國內現有連鎖加盟品牌以國內自創品牌為主，由國外引進者所占比率尚不足20%。

---

<sup>21</sup> 該項創辦工作於2008年9月間進行問卷調查，並以2008年8月31日為調查標準日。

<sup>22</sup> 綜合商品零售業如百貨公司、超市、便利商店及量販店業，因目前統計資料較完整，因此並被列入本次調查。

表 28 國內連鎖直營加盟品牌之屬性結構

	合計		單一商品零售業		餐飲業	
	(家)	(%)	(家)	(%)	(家)	(%)
合計	620	100.00	397	100.00	223	100.00
國內自創品牌	505	81.45	313	78.84	192	86.10
由國外引進品牌	115	18.55	84	21.16	31	13.90

根據調查結果顯示，截至 2008 年 8 月底為止，國內計有 397 家單一商品零售品牌，其中由國外引進的品牌計 84 家，包括屈臣氏、HANG TEN、Baleno 及 GIORDANO 等；由國內自創的品牌計 313 家，包括大同 3C、康是美、全國電子、燦坤、麗嬰房、阿瘦皮鞋、詩威特、La New、PLAYA、愛的世界、奇威、上光眼鏡及小林眼鏡等。國外引進品牌與國內自創品牌分別占 21.16% 及 78.84%，顯示目前國內單一商品零售品牌係以國內自創品牌居市場品牌數量之主導地位。

(二) 不論是國內自創品牌或國外引進品牌之單一商品零售業，其展店均以設立直營連鎖店為主，設立加盟店為輔，展店家數比率約為 80% 與 20%。

截至 2008 年 8 月底為止，我國單一商品零售業之國內展店家數共有 12,822 家，其中屬國內自創品牌之展店家數計 10,171 家，其中直營連鎖店計 7,784 家，占所有展店家數比率約 76.53%，加盟店計 2,387 家，占 23.47%；國外引進品牌之展店家數計 2,651 家，其中直營連鎖店計 2,328 家，占所有展店家數比率約 87.82%，加盟店計 323 家，占 12.18%。

表 29 單一商品零售業品牌展店模式（2008 年 8 月底）

	總計（店）		直營店	加盟店
	數量	百分比		
總計	12,822	100.00%	10,112	2,710
國外引進品牌	2,651	20.68%	2,328	323
國內自創品牌	10,171	79.32%	7,784	2,387

（三）國內單一商品零售品牌平均展店家數約為 32 家，但平均其中僅 6.83 家為加盟店，其餘皆為直營連鎖。

國內單一商品零售品牌平均之展店家數，在國內自創品牌部分，平均展店家數為 32.50 家，其中直營連鎖店平均展店家數為 7.63 家，加盟店平均展店家數為 7.63 家；國外引進品牌之平均展店家數為 31.50 家，其中直營連鎖店平均展店家數為 27.71 家，加盟店平均展店家數為 3.85 家，均低於國內自創品牌之平均展店家數。

（四）國內連鎖直營加盟品牌總店數分布以北部地區為主，其中單一商品零售品牌 6,565 店占 51.20%；餐飲品牌 4,818 店占 52.0%。

（五）如按國內地區分布情形觀察，單一商品零售業連鎖直營及加盟之展店地點，集中於北部地區，占有展店家數比率之 51.20%，其中又以台北市占 19.90%及台北縣占 12.89%，分居第一、第二位；南部地區占有展店家數比率之 26.36%，其中高雄市占 9.20%，居國內第三位；中部地區占有展店家數比率之 19.65%；東部地區及離島則僅占 2.3%及 0.4%，展店發展情形遠落後於其他地區。

如果依直營店及加盟店之分布觀察，則連鎖直營店亦集中於台北市，計有 2,218 家店，占有直營連鎖店比率之 21.94%；連鎖加盟店則以中部地區最多，計有 666 家店，占有加盟店比率之 24.57%。

**表 30 國內連鎖直營加盟總店數地區分布情形  
(單一商品零售業 397 家品牌)**

	總計		直營店		加盟店	
	(店)	(%)	(店)	(%)	(店)	(%)
總計	12,822	100.00	10,112	100.00	2,710	100.00
台北市	2,551	19.90	2,218	21.94	333	12.29
台北縣	1,653	12.89	1,295	12.81	358	13.21
高雄市	1,180	9.20	963	9.52	217	8.01
北部(不含台北縣市)	2,361	18.41	1,879	18.58	482	17.79
中部	2,520	19.65	1,854	18.33	666	24.57
南部(不含高雄市)	2,200	17.16	1,676	16.57	524	19.33
東部	305	2.38	198	1.96	107	3.95
離島	52	0.41	29	0.29	23	0.85

(六) 依調查結果推估，國內單一商品連鎖加盟零售業 397 家品牌年營業額為新台幣 3,371 億元，其中「服裝、配件及鞋類」、「資通訊及家電用品」、「藥品化妝品」及「家庭器具及用品」年營業額均在 500 億元以上，其中又以電腦、家電與通訊產業之 3C 連鎖賣場，平均每店月營業額達 421 萬元最為突出。

**表 31 單一商品零售業連鎖加盟品牌營運概況統計  
(2008 年 8 月底)**

	品牌家數 (家)	展店數 (店)	全部用 人數(人)	人月 營業額 (萬元)	每店月 營業額 (萬元)	年營業額 (萬元)
單一商品零售業總計	397	12,822	69,300	41	219	33,714,126
文教育樂用品	51	1,133	6,182	35	193	2,626,100
家庭器具及用品	57	1,261	9,415	51	382	5,775,004
服裝、配件及鞋類	120	4,564	19,374	33	139	7,586,533
食品類	85	1,486	8,693	31	183	3,270,280
資通訊及家電用品	13	1,338	8,046	70	421	6,754,832
藥品化妝品	35	1,976	13,456	41	278	6,598,913
鐘錶眼鏡貴金屬	36	1,064	4,134	22	86	1,102,464

(七) 國內單一商品零售品牌之單店每月平均營業額為新台幣 219 萬元，其中單店每月平均營業額超過新台幣 1,000 萬元者計有 20 家，占所有單一商品零售品牌比率之 5.04%；超過新台幣 100 萬元者計有 173 家，占所有單一商品零售品牌比率之 43.57%；未達新台幣 30 萬元則有 50 家，約占 12.59%。

在單店每月平均營業額超過新台幣 1,000 萬元的 20 家連鎖加盟品牌中，展店家數共計 560 家，平均每品牌展店家數為 28 家，每月單店平均營業額約為 1,666 萬元；單店每月平均營業額在新台幣 100 萬元以下共有 224 家連鎖加盟品牌，展店家數共計 6,574 家，平均每品牌展店家數為 29.35 家，每月單店平均營業額約為 51.52 萬元；其中，50 家品牌計 1,428 家展店家數，其每月單店平均營業額僅 17 萬元，占所有單一商品連鎖加盟展店家數比率之 11.14%。

**表 32 連鎖加盟品牌單店每月營業額之比較  
(單一商品零售業)**

級距	品牌家數 (家)	展店數 總計 (店)	平均每品 牌展店數 (店)	平均每店 月營業額 (萬元)
總計	397	12,822	32	219
29萬元以下	50	1,428	29	17
30~49萬元	57	1,388	24	37
50~99萬元	117	3,758	32	70
100~299 萬元	106	3,458	33	142
300~499萬元	31	1,391	45	381
500~999萬元	16	839	52	615
1,000萬元以上	20	560	28	1,666

(八) 目前國內單一商品零售業中有 29 家品牌在國外已有展店，約占 397 家國內單一商品零售品牌比率之 7.30%。在未來一年內有計畫在國外展店的品牌計有 31 家，尚未計畫在國外展店的品牌計有 366 家。

表 33 各連鎖直營加盟品牌國外展店計畫之比率

單位：家

	品牌家數	有國外展店品牌	未來展店計畫			
			無		有	
總計	620	52	562	90.65%	58	9.35%
單一商品零售業	397	29	366	92.19%	31	7.80%
餐飲業	223	23	196	87.89%	27	12.10%

## 第二節 我國婦女在批發零售加盟連鎖事業之創業機會

綜合前各節分析，可以發現國內近年在製造業之堅實基礎與帶動力下，因消費市場日趨競爭，再加上資通訊科技及其他支援業務之興起，以致逐漸發展出以批發、零售及相關支援服務業為主之「內需購物型服務產業」。如將批發、零售及其相關聯之交通運輸倉儲業、資訊傳輸、電腦服務和軟體業、郵政等合併計算，則國內服務業中與買賣、物流等相關商業活動約占服務業產值近四成之多<sup>23</sup>。此種以內需為主之「購物服務產業」相較於其他國家或城市，例如中國上海式以相關金融服務業為主之服務業結構，可謂大相逕庭，成為台灣發展服務業之一大特色。

國內連鎖加盟產業之發軔始於餐飲事業，但在便利商店連鎖加盟之快速成長曾創下國際間連鎖加盟展店密度之冠，顯示連鎖加盟事業對於批發、零售、物流等「購物服務產業」之發展實具推波助瀾，相互為用之效。由於加盟主借由品牌總部成功方法與經驗的複製，創造更多的就業與財富，也帶動國內創業的風氣，對於婦女創業、就業更提供有別於製造業之重要發展機會。

<sup>23</sup> 參洪明洲，「兩岸服務產業的競爭力比較」，2009年台灣連鎖店年鑑。

由於傳統之女性創業因受限於女性財力之限制、企業營運、行銷、管理能力與經驗之不足等因素，因此多半僅能維持中小企業或微型企業之規模，不過連鎖加盟形式提供一個讓女性創業家將其成功發展商品或服務之經驗複製的機會，亦即創業婦女不需具備龐大之資金及行銷、管理經驗，而可以通過授權加盟主複製其商品或服務、技能之方式擴大其事業版圖。

據了解，國內不少國人自創之連鎖加盟品牌為婦女企業家成功創立單一店鋪後，採取將其成功經驗經由連鎖加盟複製之方式擴展營業，較為知名之連鎖加盟品牌如婚紗攝影（青樺婚紗、林莉）、運動健身休閒（亞歷山大、佳姿、邱素貞瑜珈）、美容保養（自然美）、女性服飾（歐德名店）、食品餐飲（白木屋、比利小雞、三媽臭臭鍋、費太太）、醫療美容（維康、杏一、信和美眼科醫院）、新興產業（姚媽媽家事管理）等。

除婦女自創連鎖加盟品牌外，婦女選擇以品牌加盟主方式創業，開設加盟店面，據估計亦不在少數。如以連鎖加盟行業來看，包括美容、保養、休閒、SPA、餐飲、生活服務、以及單一商品零售業等，均為婦女加盟創業的重鎮。如再進一步細分，如餐飲類下之早餐專賣、中式速食、咖啡簡餐、休閒飲品；補習教育連鎖店下之兒童才藝；其他連鎖店下之寵物、花店、新興產業（例如家事管理）等，因其開店投資成本較低、技術門檻不高、加盟金相對較低、以及與婦女本身興趣、專長較為契合等因素，因此都是婦女決定加盟創業時的優先選擇。

不過，雖然女性在連鎖加盟事業中表現積極，因相關統計資料不足，因此尚不足精準研判女性設立連鎖加盟品牌或擔任加盟主之家數統計<sup>24</sup>。

展望我國批發、零售服務業及連鎖加盟事業之發展，如能吸納更多創業婦女投入，不僅將有助為該產業發展挹注新的動能，亦可望藉由婦女的創意

---

<sup>24</sup> 例如，我國工商及服務業普查雖為大型全國性普查，但並未對於受調查對象之性別進行分析，其他包括經濟部、台灣連鎖暨加盟協會等進行連鎖加盟調查時，其調查結果均未見性別分類統計，另雖我國公司登記可判別企業所有人性別，但實際上以他人名義(如配偶)登記企業之情形極多，因此僅具一定參考性。

與專長，創造更多知名連鎖加盟品牌及連鎖加盟新興行業，同時，亦將有助我國提升婦女經濟參與能力與地位。

例如，我國在工業化發展程度漸深後，正面臨與其他工業化國家類似之少子化、高齡化、平均結婚年齡延後等諸多社會現象，使得各類銀髮、兒童、單身族之照護、生活機能服務應運而生，例如銀髮生活照護、銀髮族用品、兒童才藝班蓬勃發展，提供有興趣創業者重要的創業空間，也為婦女創業帶來絕佳的機會。

此外，政府近年積極推動服務業出口拓銷計畫，如能透過連鎖加盟事業積極拓展海外市場，可望為婦女加盟主帶來新的契機。事實上，我國已有婦女創立之連鎖加盟品牌成功發展至海外市場之實例，例如青樺婚紗攝影於馬來西亞早已成功創立連鎖加盟店，自然美、亞力山大、林莉及歐德名品等亦於中國大陸設立眾多連鎖加盟店面等。因此，對於婦女易於發揮所長的連鎖加盟行業，包括婚紗攝影、美容保養、流行服飾、中式餐飲、休閒飲品、才藝教學等，如能協助其進軍華人市場、亞洲市場，應具可觀之發展潛力。

不過，國內近年因連鎖加盟風氣蔚為潮流，導致部份連鎖加盟事業之因展店速度過快，以致失敗關店案例頻傳的現象，誠值得重視。再者，連鎖加盟事業興盛，對於傳統之單一店家經營方式造成莫大壓力，對於婦女經營之傳統零售店面、餐廳、咖啡簡餐、特色小吃、小型書局、兒童才藝教室等，形成排擠壓力。此一「顧此失彼」現象，實有待有關單位以「性別觀點」(gender perspective) 予以全面檢視，並研擬因應對策。

另外，為創造規模經濟，各連鎖加盟品牌總部大多以展店方式來搶攻市場，但因加盟金、授權金、租金過高及專業人才培訓不易等因素之限制，可能造成業者經營上的阻力。國內連鎖加盟體系良莠不齊，許多連鎖加盟營運總部未能提供完善的人才培訓及經營環境，均影響加盟主之業務營運。這也是連鎖加盟事業展店速度快，但失敗而關店的案例亦多的原因之一。

根據前述經濟部次調查顯示，從受調查之單一零售品牌單一店面每月平均營業額觀察，可發現國內約有近 1,500 家連鎖加盟店每月平均營業額僅 17

萬元，占所有單一商品連鎖加盟展店家數比率之 11.14%。此一訊息透露出連鎖加盟事業正面臨高度競爭與部分品牌或展店營運或獲利情形不佳的問題，政府如欲繼續推動連鎖加盟事業之發展，尤其欲使其成為當前經濟景氣低迷下之重振民間消費，及協助中小型企業與微型企業創業之管道，在政策研擬上恐須正視此一現象。部分業者提議政府能比照優良商店的選拔及頒發優良商店徽章，建立優良加盟品牌識別標識，定期表揚優秀品牌總部，並可做為有興趣進行加盟者選擇加盟品牌的參考。

不過，如前述，我國單一商品零售之連鎖加盟雖蓬勃發展，但實際上約有高達近 12%的連鎖加盟店平均每月營業額不到 20 萬元，顯示部份連鎖加盟事業之獲利情形不佳，或已面臨競爭飽和壓力，因此女性如欲投入連鎖加盟事業，成為加盟主，仍須慎選加盟之品牌及研究加盟之策略、地區等因素，以提高加盟成功之機率。尤其近年國內因連鎖加盟事業快速擴張，在各連鎖加盟品牌迅速展店的策略下，性質相近品牌之連鎖加盟店如雨後春筍產生，以批發零售業與餐飲業而言，已出現獲利逐漸降低及成長趨緩現象，因此婦女選擇連鎖加盟事業更應審慎為之。

簡要來說，2008 年台灣餐飲業連鎖加盟總部家數雖較 2007 年略有增加，但連鎖加盟總店數卻較 2007 年減少，計有超過 400 家加盟店退出市場。以中式速食店而言，由於中式速食符合在地口味，進貨、管理亦較容易，因此加盟比例高於西式速食、日韓速食；至於早餐專賣店則因加盟成本較低，加盟比例極高，例如國內已有 5 家早餐專賣店擁有加盟店數超過 1000 家，自 2008 年下半年以來，因失業、彈性休假、放無薪假或其他原因而選擇創業者，因早餐專賣店投資金額通常低於 100 萬元，加盟金較低，部分總部甚至不要求加盟金，再加上技術與管理門檻亦不高，導致經營早餐店人數快速增加，許多都市地區已出現競爭飽和現象，值得重視<sup>25</sup>。

---

<sup>25</sup> 「美式早餐屋無加盟金打造早餐新品牌」，大台灣旅遊網，2009-04-26。

## 第三節 我國政府推動婦女參與連鎖加盟事業 之政策檢視

我國近年因婦女創業漸成潮流，政府為藉由協助婦女提升經濟主權及實際參與經濟活動，改善我國兩性平權現象，亦積極推動各類促進婦女參與經濟活動之政策與措施。惟因現行政府有關單位針對婦女參與批發零售服務並未擬定婦女特有之輔助措施，而係視實際情形直接適用有關婦女創業之既有方案，因此以下特整理近年經濟部推動之女性專屬「婦女創業輔導計畫」，有關婦女企業、創業輔導措施，分述如下。

惟須強調者，下述婦女企業輔導方案，係適用於所有產業或行業，目前並無針對婦女投入批發零售業，或從事連鎖加盟事業，給予單獨適用婦女之鼓勵或優惠方案；此外，經濟部針對推展服務業下之商業服務業、電子商務、連鎖加盟事業等，雖訂定以產業別或行業別單獨適用之創業輔導或獎勵辦法，惟該類辦法對兩性係一體適用，尚無僅對婦女適用之措施。此一現狀反映前章分析於「2009 年全國商業會議」中，擬首度討論婦女參與商業服務業之重要意義。

### (一) 建構婦女企業資訊交流平台

#### 1. 台灣經貿網婦女企業入口網 (<http://womenbusiness.taiwantrade.com.tw>)

外貿協會於台灣經貿網設置婦女企業入口專區，協助婦女企業透過網路行銷開拓國際市場，包括協助具外銷能力之婦女企業開拓國際貿易市場，以及與歐美國家婦女企業網站聯結，提供產品資訊等。

#### 2. 婦女企業電子商務網站 (<http://www.women-village.org.tw>)

經濟部於 2007 年 8 月設置完成婦女企業電子商務網，徵集婦女企業廠商共約 1,000 家，提供廠商、產品及商情資訊，俾協助內銷導向之婦女企業開拓國內商機，同時做為國內婦女企業資訊交流平台，以及與國際性婦女組

織進行資訊交流之用。

### **3. 創業圓夢網婦女創業專區 (<http://sme.moeasmea.gov.tw/SME/>)**

在「創業圓夢網」所開闢女性企業專區，提供婦女企業相關輔導措施資訊及資源，包括：提供婦女創業知識資訊及互動社群；提供電子櫥窗及資源媒合交換服務；以及創業諮詢輔導服務免費線上申請。

## **(二) 婦女創業經營管理能力養成**

### **1. 中小企業處「創業圓夢計畫」 (<http://sme.moeasmea.gov.tw/SME/>)**

在「創業圓夢計畫」輔導平台下，推出女性專屬之「婦女創業輔導計畫」，透過創業諮詢、創業創新養成學苑、創業家圓夢坊及新創事業獎，提供有志創業婦女及新創婦女企業完整輔導措施及教育訓練，協助解決創業經營過程中各項疑難雜症。

### **2. 中小企業處「縮減產業數位落差計畫」 (<http://www.e98.org.tw>)**

透過國內各縣市之電腦公會，組成「中小企業數位化開運團」及婦女企業專屬輔導團隊，提供婦女企業在地化輔導服務，協助建置企業網站或管理性應用軟體。

### **3. 行政院青輔會「飛雁專案」 (<http://womenbusiness.nyc.gov.tw>)**

青輔會自 2000 年起推動新經濟時代婦女創業輔導計畫，在 2002 年將婦女創業輔導相關專案擴大及更名為「飛雁專案」，針對不同背景、不同階段的創業女性，規劃不同的輔導創業課程，提供女性創業諮詢、企業診斷輔導並開辦多元化培訓課程，喚起女性創業自主意識，並致力於開創本土女性創業議題，建構女性創業的友善環境。

### **4. 行政院勞工委員會「創薪行動」網 (<http://www.be-boss.org.tw>)**

勞委會建置「創薪行動」網提供婦女創業資訊平台，並建置免付費諮詢專線及開辦創業研習班（包含入門班、進階班、精進班）、企業見習及創薪

家族聯誼，遴聘創業顧問提供創業諮詢陪伴服務，及結合創業貸款、就業服務及職業訓練等措施，促進微型企業創業風潮。

### (三) 暢通婦女創業融資貸款

婦女創業時最重要的資金，可透過下列管道取得低利融資貸款：

1. 行政院青年輔導委員會「青年創業貸款」(<http://www.nyc.gov.tw>)，對象為年齡 20 歲~45 歲，且公司或行號設立未滿 3 年之企業主或股東；
2. 行政院勞委會「創業鳳凰婦女小額創業貸款」(<http://www.be-boss.org.tw>)，對象為年齡 20 歲~65 歲，創業未滿 1 年婦女，並提供婦女創業陪伴服務及融資信用保證專案。該創業貸款自 2007 年 3 月開辦，由行政院勞工委員會及中小企業信用保證基金各提撥新台幣 5,000 萬元，提供 95% 信用保證，協助婦女企業取得創業資金，貸款利率 2.83% 加計信用保證手續費 0.5% 合計 3.33%。
3. 行政院勞委會「微型企業創業貸款」(<http://www.be-boss.org.tw>)，對象為年齡 45 歲~65 歲，且公司或行號設立未滿 1 年者。提供最高 80% 信用保證，申貸者固定負擔年息 3%，利息差額由行政院勞委會補貼。
4. 行政院勞委會「特殊境遇婦女創業貸款」(<http://www.be-boss.gov.tw>)，對象為年齡 20 歲~65 歲，符合特殊境遇婦女身份之創業婦女。申請政府創業貸款可享前 3 年免息，第 4 年起年息 1%，利息差額由行政院勞委會補貼。
5. 行政院勞委會「家庭暴力被害人創業貸款利息補助」(<http://www.be-boss.org.tw>)，對象為年齡 20 歲~65 歲，符合家庭暴力被害人依民事保護令取得未成年子女之權利義務行使或有具體事實扶養子女。申請政府創業貸款可享前 3 年年息 1%，第 4 年起年息 2%，利息差額由行政院勞委會補貼。

#### (四) 組織婦女互助網絡

經濟部中小企業處、行政院中部及南部聯合服務中心已協助籌組全國北、中、南區「婦女企業諮詢委員會」，提供婦女創業諮詢管道、創業貸款的申辦資訊等，指導婦女善用政府資源，協助創業及就業。

#### (五) 婦女企業專業諮詢輔導服務

提供婦女企業諮詢管道，協助婦女企業運用政府資源，取得所需創業、法律及經營管理等專業諮詢服務，以協助婦女企業發展與成長。

在此同時，經濟部針對中小企業在國內及國際行銷的特性及所需要輔導，由國際貿易局、商業司及中小企業處共同推動中小企業行銷輔導工作。在國內行銷推動「中小企業商機媒合及技術交流計畫」、「中小企業品牌建立及行銷輔導計畫」及「連鎖加盟行銷拓展計畫」，以加強新產品市場接受度，並運用品牌策略拓展市場。2007年商機媒合提供商品及技術展示有1,214家、促成媒合次數5,276件、成功媒合435案、創造技術合作及交易金額達2億7000萬元。

2008年促成商機媒合具體作法包括：

1. 新產品發表及商機媒合：以新產品展示暨商機洽談會的方式，協助中小企業釋放新產品資訊，以拓展商機並尋求合作的機會。預計辦理7場次。
2. 新技術展示及合作交流：經由新技術展示及媒合交流活動，協助中小企業技術升級及尋找創業投資的機會。預計辦理8場次
3. 網路行銷媒合：透過虛擬網路平台進行商品及技術展示行銷，協助中小企業進行商機搜尋與推廣活動。預計透過APEC地方特色產業網路博覽會、產業協會電子商務網、OTOP地方特色網、中小企業升級轉型資訊網及台灣技術交易市場資訊網等5項網路行銷平台，進行商品展示及交易行為。

2008 年預期效益：商品及技術展示家數 1,300 家、促進媒合次數 5,500 件、促成媒合成功案例 450 案、創造媒合金額 3 億元。

表 34 政府鼓勵女性創業相關政策

啟動時間	計畫名稱	主要措施	主要成效
1968年	行政院青輔會青年創業貸款	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.提供二十歲以上四十五歲以下青年創業貸款</li> <li>2.貸款種類分無擔保貸款即有擔保兩種，最高貸款額為新臺幣四百萬元。</li> <li>3.本金還款有寬限期一年。</li> <li>4.利率是郵政儲金二年定期儲金機動利率加1.45%（目前約4%）</li> </ol>	青年創業貸款是政府開辦的政策性放款之一，迄今已四十年，輔導成功的知名企業不計其數，對協助青年創業、紓緩失業壓力及促進國家經濟發展均有重大裨益
1996年	經濟部中小企業處創業育成中心	提供國內中小企業於新創事業發展所需的各項技術、知識、資金等輔導與協助，以建構創業學習機制，打造知識型的創業社會	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.地點分佈廣泛，可就近提供新創事業支援</li> <li>2.有效降低新創事業風險</li> <li>3.較偏重創業後的育成工作，相對於創業前的諮詢或評估較缺乏</li> <li>4.較缺乏以服務業為主的育成中心，對於主要從事服務業的女性創業者而言幫助較少</li> </ol>
2000年	農村婦女副業創業經營班「田媽媽」	支助與輔導營農婦女副業創業經營班	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.以農村婦女副業為主要輔導對象，一般以服務業為主的女性創業者較不適用</li> </ol>
2000年	行政院青輔會飛雁專案婦女創業養成系列	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.提供婦女創業準備課程</li> <li>2.辦理台灣地區婦女創業論壇</li> <li>3.召開婦女創業諮詢顧問會議及婦女創業網路讀書會</li> <li>4.辦理「婦女創業輔導系列活動」</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.政府部門首度有計畫推動婦女創業輔導</li> <li>2.累積學員數眾多，學員向心力強</li> <li>3.創業輔導部分成效佳，但育成部分尚未見成效</li> </ol>
2001年	經濟部中小企業創業創新養成學苑	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.提供創業前創業諮詢服務</li> <li>2.提供創業時培育創業的實務課程</li> <li>3.提供創業後的追蹤輔導</li> <li>4.透過婦女創業輔導計畫，促進互助網絡形成</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.涵蓋創業種子期、創建期、成長期等三階段不同的需求的完整輔導機制</li> <li>2.因新創事業多屬中小企業，因此此一輔導機制相當適合</li> <li>3.婦女創業輔導計畫補強女性創業過程中較弱勢的網絡建構能力</li> </ol>
2003年	行政院勞委會創業技能訓練	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.配合地區特性，辦理與創業相關之職業技能訓練</li> <li>2.「婦女創業見習計畫」，提供婦女創業者實地見習的機會</li> <li>3.「創薪行動」鎖定微型創業，開辦創業研習班、創業講座及聯誼座談會等，結合創業諮詢輔導、創業貸款、就業服務及職業訓練等措施，促進微型企業創業風潮。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.與地區特性結合之訓練，有利發展新創事業特色</li> <li>2.創業見習有助於降低女性創業風險</li> <li>3.創薪行動以微型創業為核心，切合目前創業風潮與創業者需求</li> </ol>

啟動時間	計畫名稱	主要措施	主要成效
2003年	行政院勞委會微型企業創業貸款	1.提供年滿45歲至65歲創業者貸款 2.貸款總額度最高為新台幣100萬元。 3.年息3%固定利息	1.提供中年創業者貸款 2.固定利率制 3.貸款金額較低
2004年	行政院勞委會職業訓練局創業訓練課程	1.提供婦女創業者在創業前、中、後期的經營諮詢及輔導服務 2.提供一對一的免費諮詢服務	1.提供專屬的諮詢輔導 2.唯因委外承包單位屬性問題，對於以服務業為主要創業方向的婦女而言助益較小
2007年	行政院勞委會創業鳳凰－婦女小額貸款計畫	1.提供20至65歲婦女創業貸款 2.貸款額度最高50萬元 3.貸款年限7年含寬限期1年 4.貸款利率按郵政儲金二年定期儲金機動利率加年息0.575%機動計息。 5.提供貸款戶9成5保證，並免提擔保人。 6.並提供創業陪伴輔導、創業技能培訓及相關配套措施。	1.專屬婦女的貸款方案。 2.免提擔保人。 3.提供創業輔導等完整配套措施。 4.貸款金額較低。

資料來源：本研究整理。

事實上，鑒於商業服務近年對於我國經濟發展重要性與日俱增，2006年全國商業發展會議召開期間，訂定我國商業政策發展之願景，希望能夠推動我國成為行銷國際連鎖加盟商業的運籌總部，並預計在2010年時能夠達到下列目標：商業服務業國內生產毛額從2.8兆元增加至4兆元；商業服務業之出口金額成長1.5倍，從3.4兆增加至5兆；商業服務業之就業人數增加20萬人，從283萬人增加至303萬人；商業服務業之研發經費投入金額成長2倍，從153億元增加至300億元；加盟連鎖商業國際營運總部達200家，從115家增加至200家。

2006全國商業發展會議對於推動連鎖加盟、物流服務業等作出重要決議，包括：在「加速發展商業服務業，鼓勵研發創新」的議題下，將推動連鎖、會展、物流業發展，具體作法則包括：輔導企業從單店-總部-國際化的連鎖事業海外佈局，加強品牌通路及產品推展的國際化行銷；爭取國際會議來臺舉辦。在產業輔導、人才培育、資訊網建置、提升會展國際形象方面，

將推動產業供應鏈物流之整合發展與物流業之服務增值及營運效能；協助處理用地及專區輔導設置計畫、輔導產業增值性及整合性之商業 e 化應用計畫等。

台灣連鎖暨加盟協會日前出版「2008 台灣連鎖店年鑑」，公布台灣地區連鎖加盟總部及連鎖店數最新普查數字。普查結果登錄連鎖總部共 1,374 家，總店數 8 萬 5,524 家店，較 2007 前年之統計，連鎖總部成長 15.8%；總店數成長 7.2%，惟加盟店成長比率縮減，連鎖業平均店數規模也下降 7.4%<sup>26</sup>。

此外，鑒於「2009 全國商業發展會議」預定於今（2009）年 9 月 15、16 日召開，將延續「2006 全國商業發展會議」之脈絡，以建構優質的商業發展環境，強化我國商業競爭力，現暫定以「優質化」、「系統化」、「創新化」及「國際化」為研討核心，初步擬具四項會議主要議題，包括「優質商業發展環境」、「前瞻商業發展趨勢」、「創新商業發展模式」、「擴大商業國際視野」。每項主要議題下再區分為五項子議題<sup>27</sup>。

值得注意的是，在經濟部已擬定之「2009 全國商業發展會議」各項主議題、子議題（草案），中，以確定「議題一、優質商業發展環境」下，將討論如何有效運用婦女人力，擴大創業及就業能量等子議題，討論重點預計將包括：分析相關服務產業之產業特性及就業特色，針對女性創業、就業機會之影響、未來可採行之措施及政策方向等內容進行討論，俾利有效運用婦女人力，增加女性創業、就業機會。

為因應全球性經濟蕭條、失業攀升，經濟部商業司配合 2009 年度施政重點第五點，提出以商業服務，提振消費為主的輔導計畫，於 2009 年訂定服務業研究發展輔導計畫「創新連鎖加盟展店計畫」，鼓勵以連鎖加盟型態開店，並擬提供法規鬆綁、諮詢診斷、資金協助、經營輔導、人才培訓、行

---

<sup>26</sup> 2008-05-13，經濟日報/E1 版/企業情報/台北訊。

<sup>27</sup> 本計畫之執行，將於 4 月下旬召開各地方政府商業發展政策座談會及商業團體商業發展政策座談會、7 月召開分組預備會議、98 年 9 月召開全國商業發展正式會議。各會議之進行方式，將採取「議題導向」。

銷推廣等補助，預計第一階段試辦目標補助 500 店，總預算額度為 2,500 萬元<sup>28</sup>。

儘管目前該計畫實施成效尚無法得知，不過，根據經濟部最新公布的統計，今年 2 月零售業營業額為 2,426 億元，比上年同月減少 9.55%，為連續九個月來的負成長，累計今年 1 至 2 月零售業衰退 4.65%，為 2000 年來同期首度出現負成長，顯示金融風暴對國內民間消費的影響仍大<sup>29</sup>。值此政府積極推動加盟連鎖業，以藉此緩和金融風暴衝擊，並期有助創造就業機會之際，國內相關經濟、產業結構以及市場需求等因素，恐亦應全盤納入考量，以提出完整之配套措施與規劃，以發揮較明顯之效益。

另外，根據台灣連鎖暨加盟協會出版之「2009 台灣連鎖店年鑑」，該協會發布之 2008 年連鎖店最新普查資料，2008 年國內共計登錄連鎖總部 1,395 家，連鎖加盟店總數達到 87,894 家，其中直營店共計 27,382 家、加盟店共計 60,512 家；2008 年國內連鎖總部較 2007 年 1,374 家，微幅增加 21 家，成長率為 1.53%，其中直營店減少 1.57%、加盟店成長 4.15%，平均店數由 62.2 店成長至 63.0 店，顯示連鎖規模呈現微幅成長<sup>30</sup>。

---

<sup>28</sup> 補助申請自 98 年 2 月 9 日開始受理，擬輔導補助標的如下：

- (一) 依公司法設立之連鎖總部提出已完成創新規劃（新品牌、新服務商品、新行銷模式、新經營模式或新商業應用技術等）之展店計畫。每一新設直營或加盟店，補助新開店店主新台幣 5 萬元，新開店店主須自籌新台幣 5 萬元，展店計畫補助總店數上限 10 家店，總補助款申請上限為新台幣 50 萬元。
- (二) 依公司法設立之連鎖總部提出具新服務商品、新行銷模式、新經營模式或新商業應用技術之創新計畫及展店計畫。申請創新計畫補助款上限為新台幣 200 萬元（連鎖總部配合自籌款上限 200 萬元）；連鎖總部每一新設直營或加盟店，補助新開店店主新台幣 5 萬元，新開店店主須自籌新台幣 5 萬元，補助總店數上限 10 家店；創新計畫及展店計畫總補助款申請上限為新台幣 250 萬元。
- (三) 依公司法設立之公司且曾獲政府補助並結案之創新研發計畫業者就其成果推展，提出應用創新成果之展店計畫。每一新設直營或加盟店，補助新開店店主新台幣 5 萬元，新開店店主須自籌新台幣 5 萬元，展店計畫補助總店數上限 10 家店，總補助款申請上限為新台幣 50 萬元。

<sup>29</sup> 2009/03/24，經濟日報。

<sup>30</sup> 詳參該協會網站，

[http://www.tcfa.org.tw/asp/left\\_main.asp?act=anndetail&sn=9176709&class=5](http://www.tcfa.org.tw/asp/left_main.asp?act=anndetail&sn=9176709&class=5)。



## 第四章 其他國家的經驗

### 第一節 亞洲國家推動加盟連鎖事業之經驗

雖然加盟連鎖發展是先進國家的指標之一，近年亞洲國家因國民所得逐年增加、內需型服務業快速發展，因此帶動連鎖加盟事業的蓬勃發展。根據美國知名市調公司 A.T. Kearney 公司所發布的「2008 年全球零售業發展指標」（Global Retail Development Index），依據風險、市場吸引力、市場以及時間壓力等衡量因素計算積分的結果，評選 2008 年排名全球前 30 大零售市場，其中計有越南、中國、馬來西亞、印尼、泰國、菲律賓等我鄰近國家高居榜內，對於我國批發零售及其連鎖加盟事業欲拓展國際市場，應可提供一重要市場基地。

表 35 2008 年全球前 30 大零售市場

國家	2008 年排名	2007 年排名	排名變動
越南(東協國家)	1	4	3
印度	2	1	-1
俄羅斯	3	2	-1
中國	4	3	-1
埃及	5	14	9
摩洛哥	6	15	?9
沙烏地阿拉伯	7	10	3
智利	8	6	-2
巴西	9	20	11
土耳其	10	13	3
墨西哥	11	9	-2
阿爾及利亞	12	25	13
馬來西亞	13	8	-5

國家	2008 年排名	2007 年排名	排名變動
祕魯	14	22	8
印尼	15	24	9
保加利亞	16	12	-4
烏克蘭	17	5	-12
突尼西亞	18	11	-7
哥倫比亞	19	30	11
阿拉伯聯合大公國	20	18	-2
拉托維亞	21	7	-14
羅馬尼亞	22	27	5
斯洛維尼亞共和國	23	17	-6
泰國	24	16	-8
馬其頓	25	N/A	N/A
菲律賓	26	23	-3?
瓜地馬拉	27	N/A	N/A
阿根廷	28	29	1
宏都拉斯	29	N/A	N/A
立陶宛	30	28	-2

資料來源：A.T. Kearney Global Retail Development Index, 2008。

以排名全球最具潛力零售市場的越南而言，2007 年越南排名全球前 30 大零售市場之第四位，至 2008 年時躍升為全球之冠，其對台灣零售批發業的吸引力早為國內各界看好。台商自 1980 年代後期即赴越南投資，2008 年居越南外人投資的第一位。台商進駐越南雖較其他外資企業為早，惟多數集中於製造業，將越南做為外銷歐美市場的生產據點。配合越南內銷市場的開放，國內配銷業者可赴越南尋求發展機會，尤其台灣連鎖加盟業蓬勃發展，極具競爭優勢。

越南總人口超過 8,400 萬人，人口結構中有 90% 以上為 65 歲以下具消費潛力人口。2006 年全國平均國民所得約 720 美元，但商業大城胡志明市的國民所得已超過 2,000 美元，首都河內市平均國民所得亦逾 1,500 美元。

拜近年經濟快速發展之賜，部分人民漸形成一所得較高的「新富階級」，該階級消費以品牌為首要考量，目前如歐美、日本、韓國品牌等皆十分受歡迎。例如，近年越南對於高價電子產品消費能力提高，較高單價之消費性電子產品中如手機、LCD-TV、電腦等市場潛力極大，另外如進口高級成衣、服飾、化妝品、鐘錶、玩具等，亦為各國廠商競逐的重要市場。

尤其，越南傳統商店或市集正逐漸轉變為現代化經營的過程，便利商店大部分係由傳統雜貨店轉型而來，缺乏現代專業知能，台灣便利商店系統的密集程度、多元服務、整合與創新等成功經營模式，符合越南當前發展需求；相關商業設施的更新與升級，以及關聯之冷凍、倉儲、運輸、物流管理等設備與知識，皆為深具商機的潛力市場，台灣連鎖加盟業在當地極具競爭優勢。

不過，越南因長期實施計畫經濟，內銷市場發展備受限制，以零售業而言，迄今仍以傳統商店和市集<sup>31</sup>為主，再加上越南國土狹長，市場集中化程度極低，經營方式亦落後。據越南政府估計，越南現有零售市場共計約 9,000 個，其中 75% 屬農村市集，至於購物中心、超市、連鎖店等現代型態零售據點則尚未形成規模，主要集中在胡志明市、河內、海防、峴港等大城市。

根據估計，越南全國商品零售業績中，傳統商店約與農村市集合計約占 80~85%，現代化購物中心和超市等則僅占 10~15%，但值得注意的是，近年越南零售業發展快速，大型超級市場、量販店、連鎖店等成長空間極大，據估計，至 2010 年時超市業務量可望佔越南零售市場比重之 20%。

依據越南加入 WTO 之承諾，越南內銷市場將在入會後逐步開放，外商可經營越南國產和進口商品的批發和零售、加盟業務等。另外，依據市場調查公司 GfK 與 AC 尼爾森公司越南分公司所聯手進行的市場調查結果，以家用電器為例，目前家用電器產品在全越南的年零售金額約為 13 億美元，但

---

<sup>31</sup> 在越南城市中，經常會出現產品類型相同的零售或批發市場，例如電氣街、五金建材街、汽機車零件街等，商品類型相同的「一條街」集中銷售型態在市區內有時可延伸 2 至 3 公里長，此種形式稱之為「市集」或「市場」，係越南批發零售市場的一大特色。

因越南民眾對於家用電器的需求強勁，預估其年零售金額可望快速增加至 30 億美元。

2008 年中國排名全球前 30 大零售市場之第四位，中國龐大的人口以及快速成長的都市中產階級，使得中國商品批發、零售市場近年成為各國業者必爭之地。根據中國商務部統計，截至 2008 年 11 月為止，中國市場消費品零售總金額已突破 10 兆人民幣大關，預計 2008 年全年達到 10.8 兆人民幣，較 2007 年增加 21%。

為爭取中國大陸自加入世界貿易組織(WTO)後始開放的國內批發、零售市場，台灣企業早已運用在大陸投資社廠及密切往來的優勢，在彼岸部署重兵，積極在各地佈局。例如，潤泰集團旗下在中國大陸擁有大潤發流通事業，於 2008 年順利達成在 10 年內在大陸開設 100 家加盟店的「10 年 100 家」目標，並進一步研究與其股東法商歐尚集團進行換股作業，規劃在香港股票上市。大潤發最新自訂一項五年計劃，預計在 2012 年將營業額提高至 1,041 億人民幣，屆時將超越台灣通路的市場規模<sup>32</sup>。

另外，統一企業集團下的統一超商 7-ELEVEN 於 2009 年 4 月 30 日在上海開幕四個據點，預計將在營運四年後開始獲利，並將在五年內達成開設 300 家店的目標。台商企業積極進軍大陸批發、零售市場，然因大陸相關法規未臻完備，亦欠缺透明度，因此時有賴兩岸有關單位予以協助。

根據台灣連鎖加盟促進協會於 2008 年上半年所完成的統計調查發現，目前國內連鎖品牌往國際市場發展的總部約有 186 家，海外分店約有 4 萬 3,000 家店舖數<sup>33</sup>，顯示我連鎖加盟事業對海外市場的企圖心。且台灣業者較歐美企業更早佈局中國大陸市場，因此中國知名的加盟品牌中不乏源頭來自台灣者，例如信義房屋、仙蹤林餐飲連鎖、藍天電腦等，中國市場成為台灣加盟連鎖業進軍台灣以外市場的首要選擇。

---

<sup>32</sup> 工商時報/A7/2008-11-12。

<sup>33</sup> 資料來源：2007 年 12 月台灣連鎖加盟促進協會上海商務中心調查。

除越南、中國市場外，香港的經濟以服務業為主導，服務業佔香港生產總值比率之 90%，其中以零售業，連同餐廳、酒店、批發和出入口貿易佔本地生產總值之 27.5%，為香港第一大服務行業。

自 2005 年起香港零售業銷售總額突破 2,000 億港元，僱用人數約 24 萬人，若連同餐飲業計算，僱用人數超過 45 萬人。作為香港主要的服務行業，香港零售管理協會認為香港應持續提升零售從業員的技能、地位及專業性，保持業界長遠的競爭力，以突顯香港為亞洲首要的金融、服務中心和購物天堂的形象。

根據印尼連鎖業者協會（Association Franchise Indonesia）統計，2006 年印尼連鎖加盟業者的總營業額約為 60 億美元，較 2001 年的 30 億美元成長 1 倍，連鎖加盟品牌至 2006 年已超過 450 家，其中國外品牌超過 220 家、本土品牌超過 230 家。其中以餐廳、咖啡館、麵包店等最多，其他如零售店、補習班、美容院、房地產仲介也是重要的加盟產業。

印尼連鎖加盟業發展雖然起步較晚，但因印尼擁有 2 億 4,000 萬人的龐大人口消費市場，預計未來將是連鎖加盟業最具成長潛能的市場。對此，印尼政府規劃多項措施，以推動加盟連鎖業之發展，尤其希望藉此紓解景氣低迷的壓力。

包括香港、印尼、越南等東南亞國家，以及其他亞洲國家如中國、日本、南韓、新加坡等，近年莫不積極推展批發零售、餐飲等之連鎖加盟事業，並由政府提供諸多協助、輔導措施，包括強化相關法制、培訓連鎖加盟人才、提供企業或微型企業優惠的貸款方案等。其中，馬來西亞為發展連鎖加盟事業，提撥 1 億馬元發展 1,000 家連鎖新店舖；韓國政府則設定目標，於每年培訓連鎖加盟業者專業人員 3,000 人，由國庫負擔 50% 的培訓費用。

另外，新加坡政府除部分負擔企業的外部顧問輔導費用，以協助企業或民眾投入連鎖加盟事業外，並設置「新加坡品質獎」，以表揚績效傑出的企業，及「創新發展獎」、「新加坡服務優質獎」等，以分別表揚創新與優良服務的企業。

表 36 東亞國家推動加盟連鎖業的政策措施

國家	產業推動組織	推行內容
新加坡	* 政府單位：新加坡標準局、新加坡創新局、新加坡國際企業發展局 * 民間組織：新加坡生產力組織	1.透過研習會、座談會進行國內外業界交流。 2.提供各種診斷諮詢服務。 3.提供成長中的企業或微型企業優惠的貸款方案。 4.政府部分負擔企業的外部顧問輔導費用。 5.設置「新加坡品質獎」表揚績效傑出的企業；「創新發展獎」、「新加坡服務優質獎」分別表揚創新與優良服務的企業。
馬來西亞	* 政府單位：馬國企業發展部 * 民間組織：馬來西亞連鎖協會	1.提撥 1 億馬元發展 1,000 家連鎖新店鋪。 2.協會提供各種教育訓練、展覽，同時作為國內產業與國外其他相關組織的聯繫單位。 3.1998 通過並實施「連鎖法案」。
日本	* 民間組織： 日本連鎖店協會 日本授權連鎖店協會 日本零售業協會	1.加盟合約審核 2.維護國內連鎖制度 3.提供顧問輔導 4.辦理教育訓練 5.辦理國內外交流活動
韓國	* 政府單位：韓國產業資源部 * 民間組織： 韓國連鎖加盟事業協同組合 韓國連鎖店協會 韓國連鎖加盟協會 韓國超市協同組合聯合會	1.每年培訓連鎖加盟業者專業人員 3,000 人，由國庫負擔 50%的培訓費用。 2.推動連鎖加盟事業正常化 3 年計畫。 3.推廣對價廉物美的「陽光村」品牌產品的認同並鼓勵至連鎖加盟店購買。 4.推廣執行共同採購、銷售及設施利用等

## 第二節 北美國家推動加盟連鎖事業之經驗

連鎖加盟在北美地區之發展由來已久，一向十分興盛。根據統計，在全美國目前約有 3,000 個連鎖加盟品牌，提供之商品或服務類型橫跨 250 種行業。在加拿大，連鎖加盟業的年銷售額高達 1,000 億加幣，約為加國 GDP 之 10%，佔全國零售銷售額的 40% 左右。加拿大全國共有 78,000 家連鎖加盟事業，其直接雇用之總人數超過 100 萬人<sup>34</sup>。根據加拿大連鎖加盟協會

<sup>34</sup> Manitoba Law Reform Commission, Franchise Law Consultation Paper, May 2007。

(Canadian Franchise Association) 非正式的估計，加國消費者花費於購買商品或服務的金額中，約有 20% 係向連鎖加盟業者購買。

加拿大連鎖加盟雜誌 (Franchise Canada Magazine) 2 月號刊載加拿大連鎖加盟協會 (the Canadian Franchise Association, CFA) 在 2009 年 2 月公佈的一份最新連鎖加盟趨勢最新調查報告，該報告指出加國連鎖加盟業的幾項重要趨勢，包括：(1) 美容、化妝品業的零售業績持續成長，至 2009 年 1 月成長幅度達 44%，後續成長潛力不受經濟衰退的影響而依然看好；(2) 隨著加國民眾自行創業的人數越來越多，帶動創業諮詢、顧問、企業教育訓練等行業日漸興盛，2008 年成長幅度超過 40%，反而在景氣衰退浪潮中逆勢成長。(3) 咖啡、麵包、烘培糕餅等行業亦未見衰退，反而成長 28%，顯示民眾日常必須消費行為仍可能成為連鎖加盟的潛力商機；(4) 2008 年加國有關健康、健身、營養、養生等行業亦成長 21%，包括 24 小時營運的健身中心、體能課程、減肥與營養諮詢等行業；以及(5)快速服務餐廳(Quick Service Restaurants, QSR) 在繁忙的工業化社會與都會城市正快速成長，在加上加國家庭購買外食回家食用 ("eating out at home") 的趨勢日漸普及，成長幅度達 9%，2009 年此類餐廳的連鎖加盟從 129 家業者增加至 140 家。

根據估計，連鎖加盟較其他形式之新創立事業的成功機率約為 2.5 倍，而連鎖加盟之首要產業則依序為：速食、零售、服務業、汽車、維修、餐廳、建築營建、零售-食品、商業服務、及住宿。

表 37 美國最大加盟連鎖業品牌及加盟店數

最大連鎖加盟品牌	加盟店數
麥當勞	30,300 家
Yum (Taco Bell, KFC 等)	29,300 家
7-Eleven	28,200 家
Cendant(Century 21; Avis Rent-a-Car 等)	24,600 家
Subway	21,000 家
漢堡王(Burger King)	11,200 家
H&R Block	11,200 家
Jani King	11,000 家
Dunkin Brands(Baskin Robbins, Dunkin Donuts 等)	10,800 家
Curves	8,700 家

資料來源：IFA 網站，<http://www.franchisedirect.com/information/>。

根據，2005 年全美國連鎖加盟事業家數共計 909,253 家，占全美國商企業家數比率約 3.3%，共計提供 110 萬個工作機會，約占全美民間部門提供工作比率之 8.1%；營業總額約 8,809 億美元，約占全美民間部門經濟產出比率之 4.4%。

根據美國的統計指出，婦女企業平均雇用 52% 的女性與 48% 的男性；男性所有的企業則平均雇用 38% 的女性與 62% 的男性。因此，鼓勵婦女創實際上更能有助讓更多婦女進入勞動市場。由於婦女所有的企業傾向於雇用女性，因此鼓勵婦女進入連鎖加盟事業，除有助婦女參與經濟活動外，更可望為其他婦女創造新的就業機會，在美國近年經濟表現未如預期的情形下，鼓勵婦女創業，包括選擇連鎖加盟，更具社會意義。

過去 10 年來，美國婦女投入連鎖加盟事業的人數快速成長，雖然統計數據顯示男性仍主導所加盟品牌的主管職位與連鎖加盟事業，但有越來越多婦女大量進入連鎖加盟事業，包括設立連鎖加盟新創品牌、參加連鎖加盟、以及在連鎖加盟事業工作。另外，根據一些研究調查顯示，婦女在連鎖加盟的成功機率較男性更高。

根據小型企業局（Small Business Administration, SBA）所做的研究顯示，從 1975 年到 2000 年間，美國所有成立的企業中約有 10% 為婦女參加之連鎖加盟。美國國際連鎖加盟協會（International Franchise Association, IFA）於 2005 年所作之調查亦顯示，婦女創業中約有 25% 屬於連鎖加盟，顯示連鎖加盟對於婦女尋求經濟獨立的重要性。如以加盟連鎖店所有權擁有者的性別觀察，大約 58% 為男性，25% 為女性，另外之 17% 則為共同所有權。

在此同時，美國國際連鎖加盟協會指出，越來越多連鎖加盟品牌在尋找具有潛力的連鎖加盟夥伴時，傾向於優先網羅婦女。其主要原因之一，在於婦女的女性特質已被各種研究、調查等肯定為適合發展成功的連鎖加盟事業的重要優勢。這些優勢包括：女性對於人際網絡關係的處理較為擅長、擅於與人溝通、適於處理連鎖加盟有關之繁瑣細節等。

另外，婦女在參與連鎖加盟事業時，亦有以下之趨勢：傾向選擇投身投資成本較低，例如加盟費用較低的連鎖加盟系統、除傳統上較受女性歡迎的行業，例如美容業之連鎖加盟外、越來越多婦女亦選擇進入傳統上為男性主導之領域，且經營十分成功，例如汽車維修有關之連鎖加盟。<sup>35</sup>為推廣婦女進入連鎖加盟，美國政府機關、民間組織等開設各種有關的融資協助、教育訓練、創業導師課程（mentoring programs）等，以提供婦女需要的協助。

約為根據美國國際連鎖加盟協會（International Franchise Association）的一份調查報告，在 1995 年時，婦女參加美國加盟連鎖業的比率僅約 8%，至 2005 年時成長至 25%，此外，美國婦女創立 23 個加盟連鎖品牌。婦女參加的加盟連鎖行業中，以兒童相關用品與服務、旅遊、教育所占比率最高，汽車產業有關之用品與服務所占比率最低。

---

<sup>35</sup> 例如，美國 Two Men and a Truck 連鎖加盟即為女性所創。

**表 38 美國平均加盟費用**

	平均初次加盟費用 (Average Initial Fee)	
	標準費用 Standard Programs	非標準費用 Non-Standard Programs
兒童有關用品、服務行業	\$23,500	\$12,500
旅遊	\$19,750	\$5,063
教育	\$19,500	\$21,750

資料來源：International Franchise Association's 'Profile of Franchising' Report 2006。

**表 39 美國平均投資於加盟連鎖事業之費用**

	投資金額	
	最低投資金額	最低投資金額
兒童有關用品、服務行業	\$77,550	\$153,975
旅遊	\$67,669	\$134,950
教育	\$36,308	\$ 74,911

資料來源：International Franchise Association's 'Profile of Franchising' Report 2006。

在所有行業中，教育服務業之加盟費用最低，亦即其所需之投資金額最低；旅遊服務業有關之加盟投資經費則居第五；兒童有關之加盟投資則居第九低。對於婦女而言，較低之加盟費用較能減輕其創立加盟店之投資成本，因此格外受到婦女歡迎。在初次加盟費用之後，一般之加盟連鎖業平均尚須支付 6.7% 的授權金（Royalty Fee），以及平均約為 5% 的廣告經費。

為協助婦女投入加盟連鎖事業，在協助婦女取得加盟所需的創業資金方面，美國透過以下管道：

### （一）金融機構

例如，小型企業局（The Small Business Administration, SBA）為協助更多的婦女進入加盟連鎖事業，已分別與 15 個婦女有關的職業組織簽署合作協定，包括美國全國婦女企業家協會（National Association of Women

Business Owners, NAWB)、美國婦女商業中心協會(The Association of Women's Business Centers, AWBC)、黑人婦女企業家全國聯合會(The National Federation of Black Women Business Owners)、全國女性企業主管協會(National Association of Female Executives)。

自 1992 年起，小型企業局提供給婦女企業家的各類融資貸款費用增加三倍，現更已成為婦女選擇進入連鎖加盟事業時所需初次資金的最重要來源。

## (二) 美國合格會計師協會 (The American Institute of Certified Public Accountants, AICPA)

該組織主要提供有心投入連鎖加盟事業的婦女與連鎖加盟有關的財稅、會計有關資訊與諮詢服務。該組織成立一線上課程，稱為「360 度婦女財務知識」(360 Degrees of Financial Literacy for Women)，專門解答所有有關財務之疑難雜症，其中最受歡迎者便是提供婦女財務規劃，包括如何取得最適合的融資或貸款管道與協助。

## (三) 企業機會協會 (Association for Enterprise Opportunity)

主要在推廣微型企業，協助婦女與有色人種等進入連鎖加盟事業，以及提供相關資金協助等，平均微型貸款之金額約為 7,000 美元。

## (四) 「讓我加入」計畫 (Count Me In)

「讓我加入」計畫是一美國非營利組織發起之促進婦女經濟獨立 (Women's Economic Independence) 計畫，主旨在提供婦女企業家微型貸款與商業教育的機會。該計畫自 1999 年開始推行，目標是在 2010 年以前透過其線上計畫 (on-line programs) 協助 100 萬個婦女成為百萬富翁 (Make Mine a Million\$)。

## (五) 考夫曼基金會 ( Ewing Marion Kauffman Foundation )

該基金會除提供婦女創業之資金補助與教育訓練外，並出資成立「天使創投基金教育基金會」( The Angel Capital Education Foundation, ACEF )，以從事與推廣創投事業有關教育、資訊提供、及研究工作等，進而讓創投資金能夠有效投入創投市場運作。

## (六) 「女人做主」網站 ( WomenOwned.com )

「女人做主」網站是一個專門為女人設立的商業網絡，成立於 1998 年，旨在提供婦女創業有關之資訊、創業工具、以及彼此聯繫的機會。

## (七) 婦女創投基金 ( The Women's Venture Fund )

婦女創投基金為一非營利組織，以提供紐約、紐澤西州婦女創業有關技術培訓、創業貸款、商業諮詢等協助。

美國政府部門共計約提供 5,000 種各類婦女創業有關之協助與貸款方案，總計婦女每年可獲得之貸款經費高達 200 億美元，其中約 100 億係用於協助婦女創業，10 億左右係用教育課程。

另外，美國全國婦女企業家協會 ( NAWB ) 亦積極推廣婦女投入加盟連鎖事業，其提供給有心進入該領域的婦女各項協助，包括政府資源之連結與引介、訓練課程、職涯發展課程、聯誼機會、財務與法律諮詢與服務之管道之引介、行銷與技術協助之諮詢與服務管道之引介<sup>36</sup>。

根據美國經濟分析局 ( Bureau of Economic Analysis ) 的估計，至 2012 年前美國零售業預計將為美國創造 171 萬個新的就業機會，其中主要將由零售之連鎖加盟事業所創造。目前，連鎖加盟之零售業約占整個零售業銷售額的 40%，年營收額約 1 兆美元。

---

<sup>36</sup> 參考 NAWBO 網頁，<http://www.nawbo.org/>。



「在家連鎖加盟」(Home Based Franchise)為美國近年日漸受到歡迎的連鎖加盟型態，由於其工作時間較為彈性，可以滿足婦女照顧家庭與維持經濟收入的需要，因此更成為許多婦女進入連鎖加盟行業的首要選擇。根據資料顯示，「在家連鎖加盟」目前涵蓋的行業別越來越多，其中較受歡迎且成功機率較高的行業包括電腦顧問諮詢、補習教育、長者照護、土地景觀規劃與諮詢、清潔、財務諮詢、行銷服務、居家裝潢等等。

根據美國小型企業局的資料，全美國共計約有 2,400 萬家「在家從商」的企業(home-base businesses)，約占所有小型企業比率之 53%。大約三分之一的「在家從商」企業為部份工時性質，且多數為主要家計收入之來源。此外，根據美國「在家從商協會」(Home Based Business Institute)的資料顯示，在所有「在家從商」的企業或 SOHO 族等經濟活動中，約有 79%的企業營運超過 3 年，而一項最新調查報告指出，以家庭為基礎的企業平均每年創造的經濟收入為 63,000 美元，

超過 90%的「在家連鎖加盟」屬於個人出資企業形態，主要行業則以服務業為主，主要集中於商業服務、金融、清潔、飲食、電腦諮詢、以及行銷服務等。營建服務與零售業之加盟連鎖分別占「在家連鎖加盟」比率的 16% 與 14%。

### 第三節 美國婦女及弱勢族群參與加盟事業之分析

連鎖加盟為企業營運的一種模式，亦為加盟主創業的方式之一，因其所涉資金需求可能較其他創業模式所需資金需求為低，因此對於協助經濟弱勢人士創業具有一定作用。運用連鎖加盟政策及資訊做為工具，將其納入「發展」(development)議題或社會政策考量之作法，已逐漸在一些國家的實務運用上獲得印證，值得我國參考。

美國國際連鎖加盟協會(International Franchise Association, IFA)下之教育基金會(IFA Educational Foundation)於 2007 年委託 PricewaterhouseCoopers 會計師事務所執行一份主題為「連鎖加盟事業所有

權：性別與種族之分析」(Franchised Business Ownership: By Minority and Gender Groups) 的研究調查報告，於 2007 年 9 月 5 日發布。該調查報告係依據美國官方 2002 年對於全美國連鎖加盟事業進行之大規模普查為基礎，進一步分析其間所涉之性別與種族面向。

IFA 為推動婦女、少數民族或弱勢族群、退伍軍人等參與連鎖加盟事業，在協會下訂立「少數族群連鎖加盟計劃」(MinorityFran Program)，鼓勵會員廠商致力於增加少數族群作為加盟事業主、加盟店供應商、加盟店雇員等人數，以協助少數族群藉由連鎖加盟事業受益。另外，IFA 下亦設有「多元化發展協會」(IFA's Diversity Institute)，旨在舉辦各種研討、訓練活動，為婦女、少數民族、退伍軍人、殘障者等尋找投身連鎖加盟事業的商機。「多元化發展協會」亦與其他相關機構維持密切合作關係，包括小型企業發展中心協會(the Association of Small Business Development Centers)、國際城市聯盟(the National Urban League)、少數種族商業發展署(the Minority Business Development Agency)等。

根據普查結果，2002 年全美計有 19.3% 的連鎖加盟店係由少數種族所擁有，明顯高於較少數種族在非連鎖加盟事業擁有事業體主權比率的 13.2%。然而如以性別區分，2002 年美國婦女為連鎖加盟主之比率約為 25%，低於美國婦女在非連鎖加盟事業擁有所有權之比率 27.9%。由男女共同擁有連鎖加盟事業之比率則是 17.1%，高於非連鎖加盟事業約 12.1% 的比率。

**表 40 美國加盟與非加盟事業主之性別統計**

事業體	男性所有	女性所有	男女共同所有
所有受調查企業			
加盟	57.2%	25.0%	17.1%
非加盟	57.4%	27.9%	12.1%
有一名僱員以上企業			
加盟	61.3%	14.8%	18.5%
非加盟	63.3%	16.2%	12.6%
無僱員企業			
加盟	51.4%	31.8%	15.2%
非加盟	55.5%	31.7%	12.0%

資料來源：Franchised Business Ownership: By Minority and Gender Groups。

根據普查結果，在僱用一名僱員以上的連鎖加盟事業中，由少數種族所擁有的連鎖加盟事業與由非少數種族所擁有的連鎖加盟事業，各約占 14.6% 與 79.3%；但相較於僱用一名僱員以上的非加盟事業，少數種族擁有事業的比率則降至 10.0%，低於連鎖加盟事業。

在完全未僱用員工的連鎖加盟事業中，由少數種族所擁有的連鎖加盟事業與由非少數種族所擁有的連鎖加盟事業，各約占 22.0% 與 78.9%；但相較於未僱用員工的非加盟事業，少數種族擁有事業的比率則降至 14.29%，亦低於連鎖加盟事業。此一情形顯示，不論是未僱用員工，規模極小的連鎖加盟事業，或是僱用一名僱員以上的連鎖加盟事業，少數種族擔任企業主的比率均高於其擔任非連鎖加盟事業企業主的比率，足見連鎖加盟事業確實為少數種族帶來較多之創業及致富機會，因此亦賦予連鎖加盟事業政策一定之社會政策意涵。

**表 41 美國加盟與非加盟事業主之族群分佈統計**

事業體	少數族群所有	非少數族群所有
所有受調查企業		
加盟	19.3%	79.2%
非加盟	13.2%	84.3%
有一名僱員以上企業		
加盟	14.6%	79.3%
非加盟	10.0%	82.1%
無僱員企業		
加盟	22.0%	78.2%
非加盟	14.2%	85.0%

資料來源：Franchised Business Ownership: By Minority and Gender Groups。

**表 42 美國加盟與非加盟事業主之各族群分佈統計**

事業體	西班牙裔或拉丁裔所有	亞裔所有	黑人所有	美籍印地安人所有 <sup>1</sup>	太平洋洲民族所有 <sup>2</sup>
所有受調查企業					
加盟	5.8%	8.9%	4.4%	0.8%	0.2%
非加盟	5.1%	4.2%	3.5%	0.8%	0.1%
有一名僱員以上企業					
加盟	2.8%	10.0%	1.8%	0.4%	0.1%
非加盟	3.3%	4.9%	1.4%	0.4%	0.1%
無僱員企業					
加盟	7.9%	7.3%	6.5%	1.0%	0.3%
非加盟	5.6%	4.0%	4.1%	0.9%	0.1%

資料來源：Franchised Business Ownership: By Minority and Gender Groups。

不過，相較於少數民族的情形，美國婦女投入連鎖加盟事業創業，擔任企業主的比率卻低於其擔任非連鎖加盟事業企業主之比率，顯示婦女是否能夠投入連鎖加盟事業創業，仍有不同於少數民族之考量因素與受限原因。

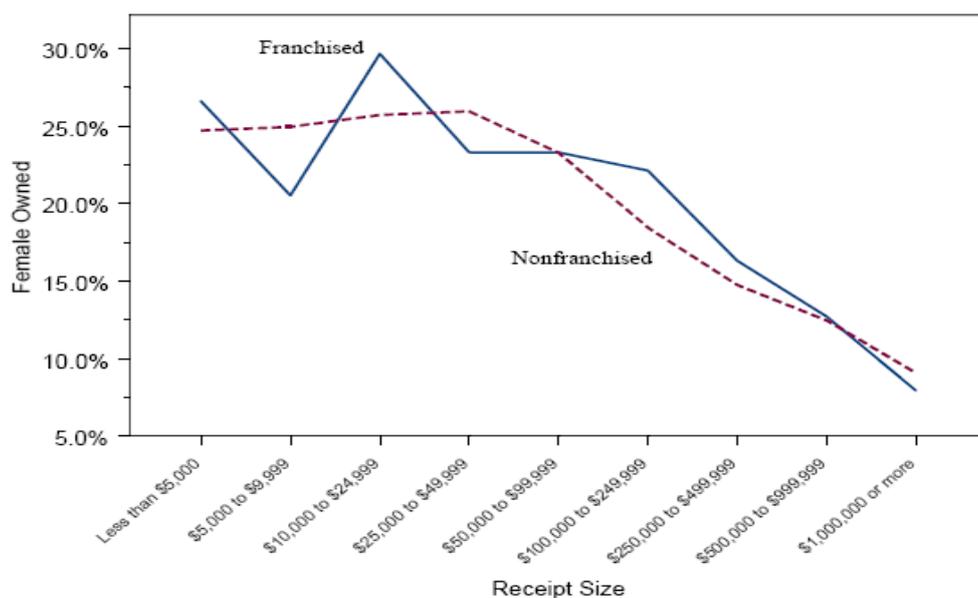
如進一步觀察美國婦女投入連鎖加盟事業創業的餐飲事業，可以發現婦女擔任供應食物與飲料餐廳之連鎖加盟事業主之比率約為 13.2%，如再加上男女共同擁有事業所有權之比率 20.3%，則合計達 33.50%。在非連鎖加盟之餐飲事業方面，婦女企業主與男女共為企業主之比率則高達 45.60%，由此應可認為美國婦女不論在連鎖加盟或非連鎖加盟之餐飲事業，均扮演重要角色。

在供應食物與飲料餐廳之連鎖加盟事業分項之下，婦女在特殊餐飲服務之創業較為積極，所占比率約為 21.3%，在僅供應飲料餐廳之創業較不積極，所占比率僅約 4.1%。

**表 43 美國餐飲服務業之加盟與非加盟事業主之性別統計**

事業體	男性所有	女性所有	男女共同所有
供應食物與飲料餐廳			
加盟	61.4%	13.2%	20.3%
非加盟	50.6%	25.8%	19.8%
<i>次部門</i>			
全方位服務餐廳			
加盟	65.8%	10.6%	17.6%
非加盟	52.3%	21.4%	21.6%
限制性服務餐廳			
加盟	60.9%	13.4%	21.3%
非加盟	51.8%	23.5%	20.6%
特殊餐飲服務			
加盟	63.4%	21.3%	15.5%
非加盟	44.0%	37.7%	17.2%
僅供應飲料餐廳			
加盟	53.0%	4.1%	11.5%
非加盟	53.9%	24.6%	17.3%

資料來源：Franchised Business Ownership: By Minority and Gender Groups。



資料來源：Franchised Business Ownership: By Minority and Gender Groups。

圖 2 有雇用員工加盟事業主依營業額分類之性別統計

表 44 加盟事業主依雇用人數分類之性別與族群統計

雇用人數	非白人所有	西裔所有	女性所有	總計
無雇用員工	5.7%	3.3%	3.1%	3.1%
雇用員工1~4人	3.5%	2.1%	2.1%	2.0%
雇用員工5~9人	8.0%	3.3%	4.5%	4.0%
雇用員工10~19人	15.5%	4.7%	5.7%	5.8%
雇用員工20~49人	14.0%	7.6%	8.1%	8.7%
雇用員工50~99人	15.0%	5.5%	6.3%	8.8%
雇用員工100~499人	15.8%	9.0%	8.0%	7.7%
雇用員工500人以上	13.0%	6.4%	6.3%	3.7%

資料來源：Franchised Business Ownership: By Minority and Gender Groups。

如將連鎖加盟事業依據雇用人數再予分類，則可看出婦女做為加盟主的情形與企業僱用員工人數，未必呈現正向或逆向之變動趨勢，因此與部分人士預測婦女在規模較小之連鎖加盟事業較易創業或擔任企業主之想法，並非全然吻合。惟此處之調查結果僅提供一參考方向，如欲進一步深入探究，恐

須配合其他資訊或調查事項，始得以窺得全貌。

總結來說，以上述報告為基礎進行之美國個案研究，可看出美國婦女投入加盟事業的積極程度，顯示連鎖加盟事業確實能為一般婦女及弱勢婦女帶來廣大的創業及就業機會。不過，由於事實上美國婦女擔任連鎖加盟事業企業主的比率實低於其擔任非連鎖加盟事業企業主之比率，也突顯婦女究竟是否能夠從連鎖加盟事業發展風潮中獲益，仍有待深入研究，以了解造成婦女擔任加盟連鎖事業企業主比率偏低的原因，包括應了解是否其係加盟事業制度性或市場結構性的問題，抑或例如加盟金、授權金等收取標準過高、加盟制度與法律相關問題複雜難懂等其他障礙，阻礙婦女創立加盟事業的意願與能力。

此外，參酌美國的經驗，可看出連鎖加盟事業對於美國之「弱勢族群」，包括少數民族、原住民、移民、婦女等，提供重要之經濟收入來源與經濟安全保障，實具有「社會安全網」(social safety net)之功能，因而對於改善社會均衡發展與和諧，誠具重大意義。由此觀之，推展加盟連鎖事業之發展除有經濟與商業之考慮外，抑同時具有社會安定之作用。基此，我國未來在研擬加盟連鎖事業政策時，亦應考慮對於弱勢族群之經濟安全與社會保障之功能，而參考上述美國之個案分析，納入有效且可行之鼓勵或優惠措施。

# 第五章 結論與建議

## 第一節 結論

服務業為我國重要經濟發展動力，長久以來提供婦女創業及就業之重要機會與養分。概括而言，在政府擬定十二項策略性服務業中，對於婦女就業、創業代表不同之機會。其中，金融服務業、流通服務業與觀光及運動休閒服務業，不僅吸納眾多的就業人口，同時女性基於其傳統特質，具有較為顯著的就業優勢，因此可謂我國婦女在服務業領域中就業的主力部門。至於醫療保健及照顧服務業、人才培訓、物業管理服務業，以及文化創意服務業與設計服務業等，則因其性質屬於知識密集的新興服務業，切合台灣未來發展方向，因此極具發展遠景。這些產業基本上對婦女而言，屬於就業門檻較高的領域，然而其發展條件亦相對優於前述產業，政府應研擬完備方案，以協助婦女在此類新興產業中能夠充分發揮與立足。

至於其他策略性服務業，包括通訊媒體服務業、資訊服務業、研發服務業、環保服務業與工程顧問服務業，雖然性質上亦屬於知識密集產業，但因其理工背景較重，對一般非專業背景之女性就業、創業之門檻構成較大之阻礙，因此並不容易有所發揮<sup>37</sup>。

根據經濟部中小企業處每年發布之中小企業白皮書統計資料，在廣義之物流、商業服務業範圍下，批發零售業近年已成為國內婦女創業最重要之領域，高於其他服務業行業，例如住宿及餐飲業；專業、科學及技術服務業；文化、運動及休閒服務業；及醫療保健及社會福利服務業等，顯示批發零售

---

<sup>37</sup> 參王麗容等，「因應知識經濟及新興服務業發展提升我國婦女人力運用之研究」，行政院經濟建設委員會委託研究計畫，2008年6月。

業對於婦女經濟活動之重要性<sup>38</sup>。

由於企業透過連鎖加盟形式進入批發零售業所佔比率甚高，因此連鎖加盟事業被認為是適宜婦女投入的重要形式，除批發零售業外，餐飲服務亦為婦女藉由連鎖加盟形式創業的重要領域。

不過，經由本研究分析發現，儘管國內及部分國家一般印象認為婦女從事連鎖加盟事業比率甚高，然而根據美國實際調查結果，婦女擔任連鎖加盟企業主之比率實際上並不高，其投入連鎖加盟事業創業，擔任企業主的比率低於其擔任非連鎖加盟事業企業主之比率。相較美國，國內雖無完整統計數據或調查，仍依據估計，婦女不論創立連鎖加盟品牌，或擔任連鎖加盟加盟主之人數、比率仍偏低。此一現象突顯婦女否能夠投入連鎖加盟事業及順利創業，仍須面對各項限制，有待進一步深入了解。

儘管如此，本研究認為，不論批發零售業或連鎖加盟，都是能夠提供女性創業、就業及發揮長才的重要產業，近年以來包括美國、加拿大、以及亞洲國家等均積極鼓勵婦女投入，其政策對我國應極具參考價值。惟我國婦女創業以中小企業為主，近年雖在服務業部門表現良好，但一般而言其發展仍面臨共同問題，包括：廠商規模偏小，不利進行員工培訓；員工流動頻仍；貸款資訊取得不易等<sup>39</sup>。未來在批發零售業或連鎖加盟業之婦女企業家亦恐面對類似問題，有關單位應及早因應規劃。

依據經建會「服務業發展綱領」，選擇具海外行銷及國際化之服務產業作為我國重點推廣出口之服務產業，包括流通、醫療、觀光、文化創意、設計、資訊服務、環保服務及工程顧問等 8 項。其中，外貿協會初期選定憑藉內需市場經驗，可順利將產品或服務輸出至海外市場的 5 項服務業，分別是流通（含物流、批發、零售等）、醫療、觀光、資訊服務、營建（含環保服務及工程顧問）等，自 2006 年 7 月接受經濟部國際貿易局委辦，成立專責

---

<sup>38</sup> 參徐遵慈，「台灣推動文化創意產業對婦女創業之契機與影響」，97 年度國際經貿事務研究及培訓中心計畫，外交部/經濟部國貿局委託。

<sup>39</sup> 同前註。

單位，即服務業推廣中心，積極協助我國服務業者與國際接軌，開拓海外市場，創造出口實績。

我國物流產業具備資訊化、管理效率等優勢，再加上台商及華裔人口遍佈全球，為我國物流業發展提供進入國際市場的絕佳契機。物流業之發展提供批發、零售業快速發展之溫床，亦有助連鎖加盟事業之發展。如對應於土地面積與人口總數，台灣可謂排名全球加盟總部密度最高的地區，因此對於中小企業而言，如何運用台灣物流業投身連鎖加盟事業，實為近年政府與企業部門關心之重要課題。

為協助台灣連鎖加盟業出口，外貿協會與物流及連鎖加盟相關公會合作，協助流通業國際化暨海外布局，其目標市場即鎖定在較易切入且我國業者具有較高相對利基的中國大陸及東南亞國家。在物流業方面，貿協於 2007 年 5 月及 11 月辦理「中國渤海灣保稅物流考察團」及「越南（胡志明）物流考察團」，已有業者於越南拓銷活動中覓得合作對象。

在連鎖加盟業方面，除參加美國連鎖加盟展、並配合台北國際食品展辦理「餐飲服務業全球布局國際論壇」，於 2007 年 11 月首度籌組「中國大陸連鎖加盟拓銷團」，帶領知名餐飲連鎖業者赴成都、重慶拓展商機後，2008 年帶領連鎖加盟業者前往中國北京、上海、大連辦理海外拓銷活動，並籌劃於東南亞辦理物流業推廣活動，期為我國流通業者拓展海外市場商機。自 2008 年下半年以來，兩岸經貿關係快速變化，正出現歷史新局，國內主管機關與業者應思索如何利用兩岸即將談判及簽署之「經濟合作架構協議」（ECFA），將拓展大陸商業服務業市場，以及連鎖加盟事業之合作，列為兩岸「經濟合作架構協議」下之優先議題。

不過，大陸市場潛力雖然無窮，但其經濟體制與加盟連鎖制度仍未臻成熟，潛在諸多風險，是否適宜資金、企業規模有限之婦女企業家投入，恐須視個案再行評估。在鼓勵婦女企業前往中國或東南亞拓展市場前，亦須協助婦女企業家在財務規劃、服務內容、行銷拓展等方面，先行做好外銷的準備。

我國婦女創業雖漸成潮流，政府亦積極推動各類促進婦女參與經濟活動之政策與措施，惟現行政府有關單位針對婦女參與批發零售服務業，或投入連鎖加盟事業並未擬定婦女特有之整體推動政策與輔助措施，而係視實際情形直接適用有關婦女創業之既有方案，以致目前國內並無針對特別針對婦女投入批發零售業，或從事連鎖加盟事業之特定業別，所給予單獨適用婦女之鼓勵或優惠方案；此外，經濟部針對推展服務業下之商業服務業、電子商務、連鎖加盟事業等，雖訂定以產業別或行業別單獨適用之創業輔導或獎勵辦法，惟該類辦法對兩性係一體適用，亦無僅對婦女適用之餘地。

此一現象導致婦女能夠運用之資源十分有限，可能造成有心創業者無力創業，或雖成為加盟主，卻因行業競爭，獲利漸弱，以致最終創業夢碎。此一可能發展值得政府重視。

## 第二節 建議

本研究發現，我國物流批發零售服務業近年穩健發展，成為國內重要的產業部門及經濟活動，提供婦女創業與就業的可觀機會，然而本研究分析亦發現，批發零售業在產值、出口、平均薪資等方面，並不如其他服務業部門表現；此外，雖然我國加盟連鎖事業蓬勃發展，但是近年因相關制度未完善、加盟品牌競爭激烈，以及加盟金、授權金等標準混亂等因素，造成加盟連鎖事業成功率不如預期，增加婦女投入加盟連鎖事業的風險。

基此，政府有關單位如欲推動婦女參與服務業，以落實「性別主流化」政策目標，在消極面實有必要針對前述諸多現象對症下藥，以排除婦女參與之障礙，在積極面則應協助婦女拓展新的市場，包括加強拓銷海外市場等。依據我國物流批發零售服務業及加盟連鎖業發展方向，及參考前述其他國家推動婦女投入加盟連鎖之政策措施與相關經驗，本研究提出以下政策建議：

- (一) 利用經濟部即將召開「2009 全國商業發展會議」，指示有關單位擬定完整之協助婦女參與物流服務業及連鎖加盟計劃方針與實施要點。

經濟部繼 2006 年召開「2006 年全國商業發展會議」後，將於 2009 年下半年召開「2009 年全國商業發展會議」，並已自四月起陸續辦理二十餘場地方產官商業發展政策座談會、分區預備會議等。針對會議議題中，在「優質商業發展環境」之議題下，首次列入「如何有效運用婦女人力，擴大創業及就業能量」之子題，預計將進行如何有效運用婦女人力，擴大創業及就業能量之相關討論<sup>40</sup>。

本研究建議，大會可考慮針對婦女參與物流服務業及連鎖加盟之現狀與優劣勢，召開籌備會議，廣邀婦女企業家、婦女組織與團體等參與及提供意見，俾能利用「全國商業發展會議」召開期間，凝聚共識，政策宣示政府加強婦女參與商業服務業的施政決心與政策方向，並指示研擬具體之協助婦女參與商業服務業及連鎖加盟事業之鼓勵措施與實施要點。其中，為協助經濟弱勢婦女透過連鎖加盟事業，提高其經濟收入，建議除一般性適用之鼓勵措施外，亦應考慮針對特殊及經濟弱勢之婦女，例如低收入、原住民、單親家庭婦女等，研擬提供更具優惠之辦法，例如對於符合條件者提供加盟金之補助或貸款、鼓勵連鎖加盟事業僱用弱勢婦女等。

(二) 秉持性別主流化之精神，促請政府機關依其部會之業務性質，落實性別統計資料之蒐集與分析，並於推動服務業發展政策或方案研擬過程中，設定性別指標（gender benchmark），以明確訂定有別於男性之女性參與或受惠之量化指標。

雖然政府積極推動性別統計，惟在實際調查作業中，相關性別統計並不易取得，例如經濟部辦理之全國工商普查，以及其他不定期調查統計等，例如「97 年單一商品零售及餐飲連鎖品牌經營概況調查報告」等，造成研析工作之極大限制。對此，未來宜考慮配合相關統計、調查機關執行普查、調

---

<sup>40</sup> 大會四項主要議題為：「優質商業發展環境」、「前瞻商業發展趨勢」、「創新商業發展模式」、「擴大商業國際視野」；在「優質商業發展環境」議題下，將討論：子題 1：強化跨部會整合機制，提升商業經營效率；子題 2：檢討商業管理法規，簡化行政流程；子題 3：如何有效運用婦女人力，擴大創業及就業能量；子題 4：建構商業多元籌資管道，引導業者投資；子題 5：完備電子商務法制環境，擴大電子商務規模。參「2009 全國商業發展會議」網站，<http://60.244.127.77/superior/2009.html>。

查，增加依性別區隔之相關問題與統計，以改善目前國內相關統計資訊不足或過時之問題，進而有助提出更具可行性之實施計劃。

另外，經濟部商業司依據〈促進商業研究發展輔導辦法〉規定，對於批發、零售、物流、餐飲、商業連鎖加盟服務等提供各項創新研發活動或展店補助或輔導，但因其公佈之統計資料中並無法窺知其申請及核定補助或輔導之性別統計與比率，因此不易研判該類措施下婦女直接獲益之情形。未來類似資訊亦宜落實性別統計與性別分析，增加依性別區隔之相關問題與統計數據。

本研究同時也建議，經濟部(商業司、中小企業處、國貿局等)、勞委會、經建會等服務業相關主管機關，可考慮依其部會之業務性質，於推動服務業發展政策或方案研擬過程中，設定性別指標（gender benchmark），以明確訂定有別於男性之女性參與或受惠之量化指標。例如，在推動連鎖加盟事業方面，可研究是否為協助女性進入連鎖加盟業，設立企業家數及目標市場、培育女性物流人才之人數或比率等，以及給予合理之資源投入。

又如，今年以來經濟部頃核定補助之 66 家連鎖加盟展店計畫，以及 15 案創新暨連鎖加盟展店計畫等，未來於類似審核申請廠商是否符合補助要件時，亦可考慮給予一定之性別比例，或對於一定比例之弱勢婦女優先予以考慮補助。

此外，為提高婦女投入加盟事業的人數及成功率，推廣婦女創立之加盟品牌，亦宜針對婦女作為連鎖加盟品牌創辦人、加盟主、供應商、雇員或非典型員工等不同角度，檢視婦女參與之現狀、可能障礙與改善之道，進而設立若干可行之性別指標。

（三）政府鼓勵婦女創業，除提供貸款外，亦應提供完整配套措施，尤其應

在資金籌措、拓銷協助、以及科技運用三個層面予以具體可行協助。

近年政府為推動服務業發展、鼓勵婦女創業等原因，執行各項協助或鼓勵方案，雖各項措施確實發揮一定程度之效果，但其重點多半置於優惠貸款

或信用保證等相關環節上。根據本研究訪談婦女企業家之結果，咸認為政府輔導或鼓勵機制應涵蓋：諮詢服務；創業訓練；心理準備與信心建立訓練；資源的聯結和運用；網絡連結與支持；建立支持性團體；政府相關部門資源的整合與運用；家庭照顧政策的普及化；以數位教育支援創業服務等，俾能多管齊下，協助女性創業。基此，婦女創業應提供完整配套措施，以滿足其資金籌措、拓銷協助、以及科技運用三個層面之需要。

此外，協助婦女創業方案，亦應增加「陪伴期」的設計。目前國內創業計畫多半限於提供上課機會，並不包括後續之實際協助。鑑於創業風第一年、創業三到五年的失敗率最高，因此建議應納入「陪伴期」之機制。此一作法可結合相關公會、婦女團體等，例如，對於有心參與連鎖加盟事業的婦女提供創業體驗機制，如台灣連鎖加盟促進協會願意提供相關機會，讓婦女到其會員之連鎖店進行「創業體驗」。

尤其值此全球經濟衰退之際，國內經濟地位最脆弱之特殊婦女更應享有特別之就業輔導機制，此處特殊婦女包括低教育程度、二度就業、高齡，以及新移民女性等。此類婦女大多教育程度較低，缺乏專業技能，因此在就業的競爭力上明顯不足，政府應為其設計更能符合其需要的就業、創業輔導機制。

(四) 研析當前國內連鎖加盟或零售業發展趨勢之優勢與劣勢，引導婦女投入具發展潛力之連鎖加盟或零售業，避免過度集中於獲利低、競爭已趨飽和的連鎖加盟事業，例如部分都會地區之早餐連鎖加盟事業。

近年國內連鎖加盟事業本已快速發展，再加上政府多項利多誘因與大量媒體報導之鼓吹作用，以致部份連鎖加盟品牌為達到快速展店目標，大幅調降加盟金與授權金，同時部分集中於低資金門檻與低技術門檻的加盟事業亦出現「展店爆炸」現象，導致關店事件時有所聞。<sup>41</sup>有關單位應研析當前連鎖加盟趨勢，以引導展店趨勢走向較具長遠發展潛力的行業，避免繼續投入

---

<sup>41</sup> 實例如早餐店、超商、咖啡餐飲連鎖等，均是較常發生因展店過速或績效不彰，而關店歇業或遷徙的業別。

已臻飽和市場。同時，針對部分連鎖加盟品牌加盟費用混亂不清，或與加盟主權利義務關係不明等情形，亦應明定相關規定。

此外，參考美國、加拿大等研析未來連鎖加盟或零售業之發展趨勢，例如「在家連鎖加盟」(Home Based Franchise)之發展趨勢與潛力等，有關單位亦可委託研究機關研析在我國推動婦女參與之可行性分析與配套方案，以排除相關障礙，協助更多婦女進入此一領域。

(五) 蒐集、研究適合推動以婦女為主之加盟連鎖行業出口市場，以協助婦女進入國際市場。

本研究前已分析，國內如餐廳、飲料、有機食品、電子資訊產品、婚紗攝影、流行服飾等連鎖加盟品牌，在國際間已有一定知名度及品牌魅力，具有發展海外市場潛力。主管機關可協助蒐集、研究適合推動以婦女為主之加盟連鎖行業拓展出口市場，初步建議可以台商投資聚集，以及華人市場為主之亞洲鄰近國家為主，包括越南、中國大陸、馬來西亞、印尼、泰國等。此類市場原本已被列為目前國際間最具發展潛力的零售市場，其中對於台灣而言，又以婚紗攝影、女性服飾、食品、飲料、書籍或 DVD 出租、文教相關商品與服務等加盟連鎖行業，最具拓銷潛力。

另外，本研究並建議辦理以婦女企業為主之海外拓銷商展、加盟連鎖說明展等，以提供婦女拓展海外之機會，同時有助其形成彼此進行商業往來的網絡 (network)。

(六) 利用兩岸洽簽「經濟合作架構協議」(ECFA)機會，將協助台商進駐中國大陸物流批發零售服務業，以及發展連鎖加盟事業等事項列入協議下之經濟合作項目<sup>42</sup>，以便為業者爭取最好的市場進入條件。

中國為當前各國企業爭相爭取的龐大內需市場，然而中國雖已逐漸對外資企業開放物流批發零售服務業，但中國政府卻仍訂定各類複雜的審批及核證程序與規定。由於兩岸預計將在下半年展開簽署 ECFA 協議之談判，本研究建議應考慮在 ECFA 架構下之服務業貿易(商業服務業)議題，或經濟合作(Economic Cooperation)議題之談判主題下，列入協助台商進軍大陸物流批發零售服務業，以及發展連鎖加盟事業等事項。相關談判可涵蓋市場進入(market access)議題、審批核證程序、資訊與人員交換、智慧財產權保護合作(如連鎖加盟商標)等。

此外，藉由 ECFA 架構建立兩岸相關機關之合作關係，未來兩岸批發零售事業或連鎖加盟事業亦有機會攜手開拓兩岸以外第三國市場。

(七) 檢視、研究國內與物流服務、批發零售、或連鎖加盟有關之產業公會或組織，以瞭解其業務運作、功能宗旨、理監事性別組成比例或會員結構等是否得以反映婦女在連鎖加盟事業之需求，以落實「性別主流化」目標。

如前所述，國外之連鎖加盟組織往往在協助婦女或弱勢族群上扮演重要角色，例如美國、加拿大、澳洲之連鎖加盟協會等，在協會成員性別代表性、決策程序、關切議題上，均力求反映性別均衡，協助婦女投入事業，因此本研究建議，我國應檢視、研究國內與物流服務、批發零售、或連鎖

---

<sup>42</sup> 在東協與中國、日本、韓國三個「10+1」架構協定或自由貿易協定下，均列有經濟合作(Economic Cooperation)事項，但其範圍與合作程度不盡相同。中國-東協經濟合作架構協定(Framework Agreement on Comprehensive Economic Co-Operation Between ASEAN and the People's Republic of China)第7條明訂，雙方經濟合作之五大優先領域：農業、資通訊科技、人力資源發展、投資、湄公河流域開發(Mekong River basin development)；日本與東協經濟合作夥伴架構協定(Framework for Comprehensive Economic Partnership between the Association of Southeast Asian Nations and Japan)第5條訂定多項經濟合作領域，包括物流合作在內。

加盟有關之產業公協會或組織，包括台灣連鎖暨加盟協會<sup>43</sup>、台灣連鎖加盟促進協會等<sup>44</sup>主要全國性業者聯盟，以瞭解其業務運作、功能宗旨等，同時檢視其理監事組成情形或工作幹部、會員性別分佈等是否足以反映婦女在連鎖加盟事業之需求，俾能為婦女「發聲」及排憂解難，進而漸臻促進兩性經濟平權之目標。

(八) 檢討服務產業中之人力派遣法制和服務機制，以協助婦女投入服務業，同時逐漸在國內建立有利婦女自由進出之職場。

鑑於近年國際間朝向服務業應提供就業者「三 A」( anywhere, anyway, anytime ) 就業取向，並強調工作時間彈性和工作場所自主 ( flexitime and flexiplace ) 之趨勢，本研究建議我國政府應檢討服務產業中之人力派遣法制和服務機制，以協助婦女投入服務業，同時逐漸在國內建立有利婦女自由進出之職場，而不致面臨就業機會被剝奪或工作條件被犧牲之窘境。

許多服務業領域，包括批發、零售、餐飲業，部分工時在一定程度上可化解婦女家庭、工作雙重角色的衝突，同時給予婦女較大的就業彈性與空間。建議政府可以從適宜推動部分工時的服務業先行著手，再視情況逐步推展到其他行業。對於連鎖加盟事業雇用婦女員工，尤其是弱勢婦女，應給予其一定之獎勵或鼓勵，以擴大婦女就業機會。

(九) 重新釐定協助中小企業品牌經營模式，對於國際間或東南亞國家、中國市場已具一定知名度之婦女自創連鎖加盟品牌或優勢領域，應考慮給予協助其創立或擴大品牌經營之所需輔導與資源。

我國長期以來以製造業為推動國家經濟發展的主要動力，直至近年始開始注重服務業之發展及推動出口政策，而逐漸推展服務業品牌。本研究建議，國內應調整過去品牌政策之差別待遇，修改產業政策過度重視科技產業，而排擠其他產業的政策立場，對於製造業以外之品牌發展，應依該品牌

---

<sup>43</sup> 詳參該協會網站，<http://www.tcfa.org.tw/>。

<sup>44</sup> 詳參該協會網站，<http://www.franchise.org.tw/home.php>。

未來在國際間發展潛力，而予以資源之挹注<sup>45</sup>。對於國際間或東南亞國家、中國市場已具一定知名度之婦女自創連鎖加盟品，例如婚紗攝影、服飾成衣、食品飲料、美容保健等連鎖加盟品牌，應考慮給予協助其創立或擴大品牌經營之所需輔導與資源。

(十) 面對全球金融風暴帶來之各種衝擊，台灣政府應以更具性別敏感度的觀點，檢視各項振興經濟方案與相關配套措施，力求踐行「性別主流化」與「性別影響評估」。

全球金融風暴自去年下半年快速蔓延後，重創各國經濟，對於婦女尤其造成巨大之衝擊，因此各國提出各項振興經濟方案，應特別考量婦女之經濟處境。以我國而言，為落實「性別主流化」，踐行「性別影響評估」，應以性別角度檢視各類振興消費及經濟措施，是否符合「性別主流化」原則，例如發放消費券、補助特別產業之對象及補助方式，推展加盟連鎖事業之輔導與優惠辦法等，均應於實施前確實做好「性別影響評估」，擬定完整配套方案，以使國家資源均衡、有效分配，避免讓台灣婦女成為經濟衰退的最大受害者。

(十一) 我國政府採購市場，可考慮給予婦女中小企業或連鎖加盟業者在參與政府採購市場上一定程度之保障或協助，並協助業者爭取其他國家政府採購市場商機。

我國於去(2008)年12月經世界貿易組織(WTO)通過我加入『政府採購協定』(Agreement on Government Procurement, GPA)決議，並在我立法院批准加入文件，並送交WTO秘書處30天後正式生效。未來我國依據WTO『政府採購協定』規定開放國內採購市場，應特別注意避免無力爭取國外市場的中小企業因國內政府採購市場開放而遭受雙重衝擊。

其可研擬可行性之作法包括，我國婦女中小企業或連鎖加盟業者在發展品牌過程中，是否可能在參與政府採購市場上獲得一定程度之保障或協助，

---

<sup>45</sup> 另參 2007 中小企業白皮書，第 8 章「中小企業品牌經營模式」。

或容許部份貨品採購可由中小規模之批發、零售商聯合供應等，均有賴經濟部中小企業處、行政院工程委員會等有關當局思考，以尋求既能符合我國在 WTO 下之國際協定義務，亦能提供國內中小企業、婦女企業具體有效協助之可行做法<sup>46</sup>。

---

<sup>46</sup> 依據我國加入 GPA 之談判結果，在 GPA 對我生效後，原則上我所有列入政府採購標案中，商品或勞務採購金額在 545 萬新台幣以上，或工程採購金額在 2 億元新台幣以上者，必須開放供其他 GPA 簽署國之廠商參與競標，相關招標、決標等程序須依照 GPA 規定執行，但轉售性質之採購及國防軍事採購將排除適用。對此，則我政府採購不須依 GPA 對外開放之部分，或須依 GPA 對外開放但得加入相關採購限制條款部分，均可研究是否針對婦女中小企業(含連鎖加盟)提供協助。另參徐遵慈，「如何藉 GPA (政府採購協定) 開拓海外市場商機」，國際商情雙周刊第 262 期，外貿協會。2009 年 3 月。