

(每月發行3次)

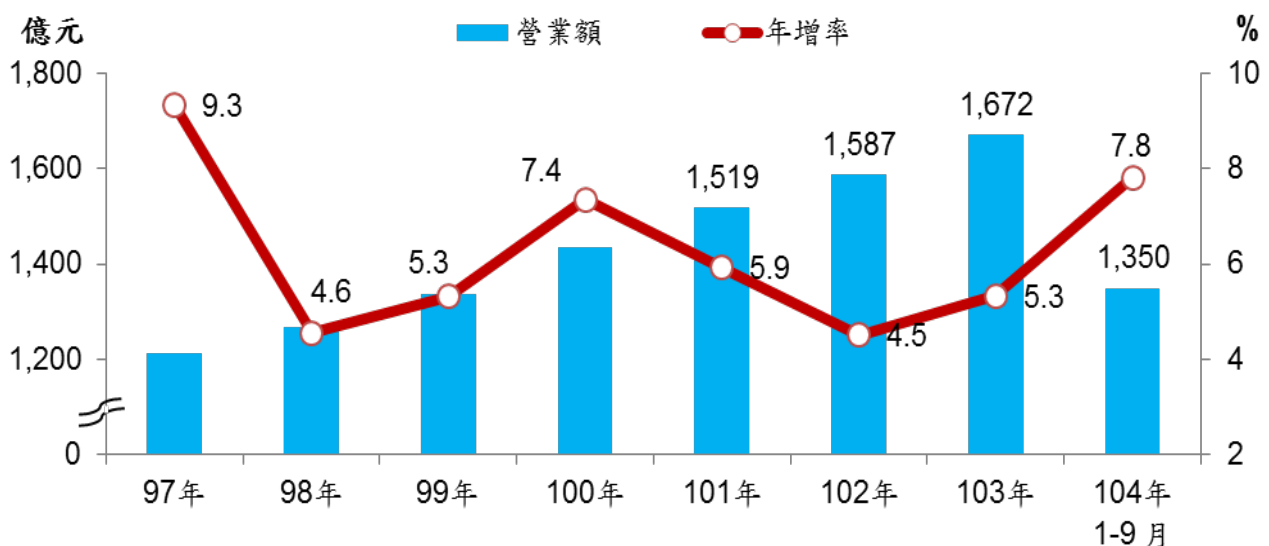
經濟部統計處  
發布日期：104年11月5日

聯絡人：黃麗靜科長  
聯絡電話：23212200#513  
信箱：lchuang@moea.gov.tw

## 超級市場今年前9個月營業額為歷年同期新高，年增7.8%

1. 今年1-9月超級市場營收1,350億元，為歷年同期新高，年增7.8%，增幅為七年來新高，成長表現高過其他零售通路，致占綜合商品零售業營業額比重由民國95年之13.1%增至16.0%，已逐漸追上量販業之16.6%。超市可滿足家庭一次購足食品及生活上之需求，已漸取代傳統市場，近年來因展店快速及調整產品結構，加上改裝店面之效益逐漸顯現，預估今年營收可跨越1,700億元，續攀高峰。
2. 超級市場因採持續展店、商品多樣化與鮮食化、朝社區型態發展、引進會員制及消費點數累積優惠等策略，營業額呈現逐年成長態勢，103年營收達1,672億元，為歷年新高，年增5.3%。就其銷售商品結構觀察，以「食品、飲料、菸品」合占57.3%為大宗，其中「食品」類占28.2%，「飲料」類占26.3%，「菸品」類占2.8%；其次為「化粧清潔用品」占32.0%，其餘類別所占比重均不及4%；就進貨來源觀察，有95.1%在國內採購，其中向「貿易、批發、零售商」採購占66.1%最多，向「製造工廠」採購占19.4%次之。
3. 就歷年各月營業額觀察，超市營收旺季主要集中在七、八月的中元普渡及中秋前之採買需求，以及農曆春節前一個月，其餘各月波動幅度較不明顯。
4. 根據《流通快訊》統計，超級市場因積極擴展分店版圖，104年9月底超市店數計1,935家，較103年底增加115家，其中全聯有759家，蟬聯排行冠軍；其次為美廉社455家，今年至9月為止共展店82家；第三為頂好超市231家，減少7家。

歷年超級市場營業額及年增率走勢

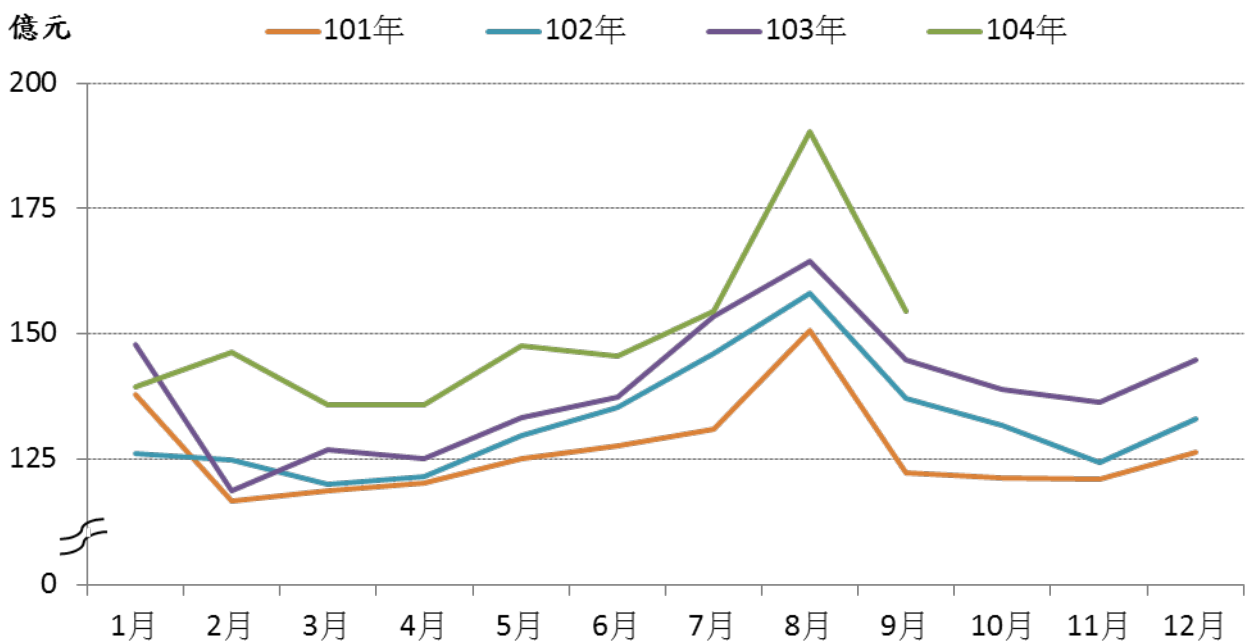


### 我國綜合商品零售業近年營收情形

		綜合商品零售業					
		百貨公司	超級市場	便利商店	量販業	其他	
營業額 (億元)	95年	7,830	2,116	1,030	2,055	1,324	1,306
	100年	9,735	2,702	1,434	2,460	1,665	1,474
	101年	10,227	2,800	1,519	2,677	1,707	1,524
	102年	10,524	2,886	1,587	2,761	1,716	1,574
	103年	11,065	3,061	1,672	2,892	1,758	1,682
	104年 1~9月	8,417	2,159	1,350	2,220	1,399	1,289
年增率 (%)	95年	3.0	-0.9	1.9	8.8	1.5	3.1
	100年	6.6	7.6	7.4	6.7	6.5	4.1
	101年	5.1	3.6	5.9	8.8	2.5	3.4
	102年	2.9	3.1	4.5	3.1	0.5	3.3
	103年	5.1	6.1	5.3	4.8	2.5	6.8
	104年 1~9月	4.2	5.2	7.8	1.4	4.3	4.1
占比 (%)	95年	100.0	27.0	13.1	26.2	16.9	16.7
	100年	100.0	27.8	14.7	25.3	17.1	15.1
	101年	100.0	27.4	14.9	26.2	16.7	14.9
	102年	100.0	27.4	15.1	26.2	16.3	15.0
	103年	100.0	27.7	15.1	26.1	15.9	15.2
	104年 1~9月	100.0	25.7	16.0	26.4	16.6	15.3

資料來源：經濟部統計處「批發、零售及餐飲業動態調查」

### 超級市場業歷年營收變化



資料來源：經濟部統計處「批發、零售及餐飲業動態調查」

## 103 年綜合商品零售業銷售商品結構

單位：%

		超級市場業	連鎖式便利 商店業	零售式量販業
<b>銷售商品結構</b>				
合計		100.0	100.0	100.0
食品、飲料 、菸品	<b>小計</b>	<b>57.3</b>	<b>85.1</b>	<b>48.4</b>
	食品	28.2	26.9	34.1
	飲料	26.3	31.8	12.3
	菸品	2.8	26.3	2.1
衣著及服飾 配件	<b>小計</b>	<b>3.5</b>	<b>0.2</b>	<b>6.9</b>
	衣著鞋襪	0.3	0.2	5.8
	皮革製品	3.2	0.0	1.1
家庭器具	<b>小計</b>	<b>3.2</b>	<b>0.3</b>	<b>11.0</b>
	家具及家飾品	0.1	0.0	7.4
	鐘錶、眼鏡	0.0	0.0	0.2
	珠寶首飾	0.0	0.0	0.0
	其他家用餐具	3.1	0.2	3.3
藥品及化妝 清潔用品	<b>小計</b>	<b>32.2</b>	<b>1.6</b>	<b>9.8</b>
	藥品	0.1	0.1	1.1
	化妝、清潔用品	32.0	1.5	8.7
其他		3.8	12.8	23.9
<b>進貨來源結構</b>				
合計		100.0	100.0	100.0
國內採購	<b>小計</b>	<b>95.1</b>	<b>100.0</b>	<b>99.3</b>
	母公司或關係企業	0.2	90.9	17.9
	製造工廠	19.4	5.4	0.0
	貿易、批發、零售商	66.1	3.4	81.4
	其他	9.4	0.4	0.0
海外採購	<b>小計</b>	<b>4.9</b>	<b>0.0</b>	<b>0.7</b>
	中國大陸(含港澳)	0.4	0.0	0.0
	日本	0.8	0.0	0.0
	東南亞	0.8	0.0	0.0
	歐洲	0.6	0.0	0.6
	美國	0.5	0.0	0.0
	其他地區	1.7	0.0	0.0

資料來源：經濟部統計處「104 年批發、零售及餐飲業經營實況調查」

## 我國主要超級市場營業店數

單位：家

	合計	全聯	美廉社	惠康 (頂好)	松青 (含九九)	台灣楓康 (原興農)
97 年底	1,020	445	169	239	77	37
98 年底	1,141	508	176	290	78	39
99 年底	1,247	568	205	303	82	41
100 年底	1,299	603	250	280	77	40
101 年底	1,394	642	308	280	75	40
102 年底	1,445	680	337	267	71	40
103 年底	1,820	725	373	238	72	42
104 年 9 月底	1,935	759	455	231	65	45
較上年底增減店數	115	34	82	-7	-7	3

資料來源：流通快訊