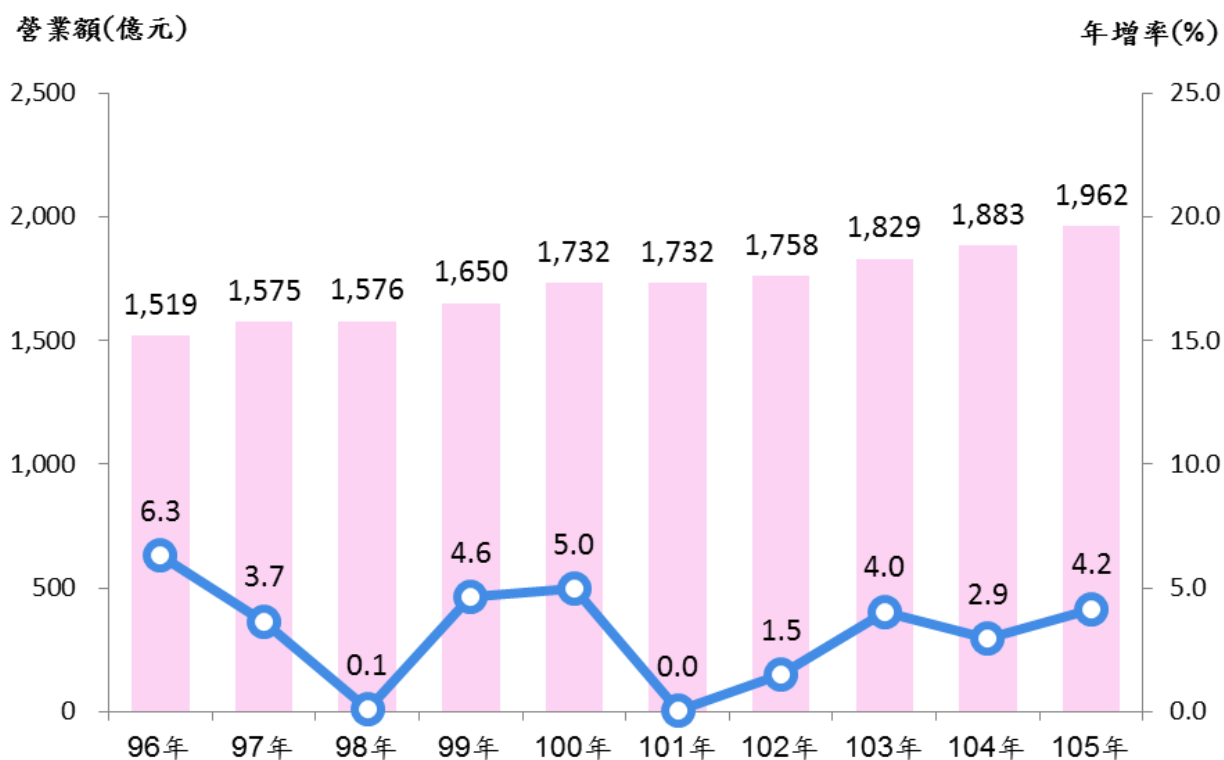


106 年藥妝零售業營業額可望突破 2,000 億元，續創新高

1. **藥妝零售業營業額成長動能穩健：**隨國人對於日常保健及美妝需求逐漸提高，自民國 88 年開辦商業營業額調查以來，藥品、醫療及化妝品(以下簡稱藥妝)零售業維持穩定成長趨勢。105 年藥妝零售業全年營收 1,962 億元，創歷年新高，年增 4.2%，近十年平均成長率為 3.2%。由於人口老化指數於今年 2 月破百，老年人口首度超越幼年人口，高齡社會對藥品及醫材的需求將日益升高，另女性龐大的消費潛力，有助提升化妝品、保養品的消費動能，預估 106 年藥妝零售業營業額將持續攀升，突破 2,000 億元。
2. **營運模式朝加值服務及多元品項發展：**近年來藥妝零售業走向藥品與開架式保養品、化妝品共同銷售，搭配保健、婦嬰及清潔用品等複合經營模式，並提供藥師及美容師之諮詢服務，根據本處 105 年零售業經營實況調查，藥妝零售業銷售商品以化妝保養品占 47.0%居首位，其次為藥品及醫療用品占 26.0%、食品類占 16.9%、清潔洗濯衛生用品占 6.8%。
3. **商品銷售管道以實體店面為主：**因開架方式陳列商品提供試用體驗功能，加上專業諮詢服務，讓消費者更容易選擇所需商品，根據本處調查，藥妝零售業銷售管道以實體店面為主，占 92.1%，直銷占 6.1%，而採自建平台或入口網站的電子商務模式僅占 1.8%，網路深化的程度尚不明顯，但由於國人智慧行動裝置普及，加上電子支付工具日漸成熟，大型藥妝店亦積極拓展網路市場，以滿足消費者多元化購物選擇。
4. **持續展店維持競爭優勢：**根據本處調查，藥妝零售業目前經營面臨的困難(複選)，前三項依序為：「價格競爭激烈，毛利偏低」(占 80.0%)、「勞動成本提高」(占 45.7%)、「消費需求多變」(占 42.9%)。另依流通快訊統計，截至 106 年 2 月底，國內兩大藥妝連鎖通路中，屈臣氏營業據點 520 家、康是美營業據點 401 家，分別較 98 年底增加 122 及 99 家；主要連鎖醫藥通路計 818 家，亦較 98 年底增加 120 家，顯示大型連鎖業者持續以展店方式維持競爭優勢。

圖 1 藥妝零售業營業額及年增率



資料來源：經濟部統計處「批發、零售及餐飲業營業額調查」。

圖 2 藥妝零售業各類商品銷售比率

資料時間：104 年

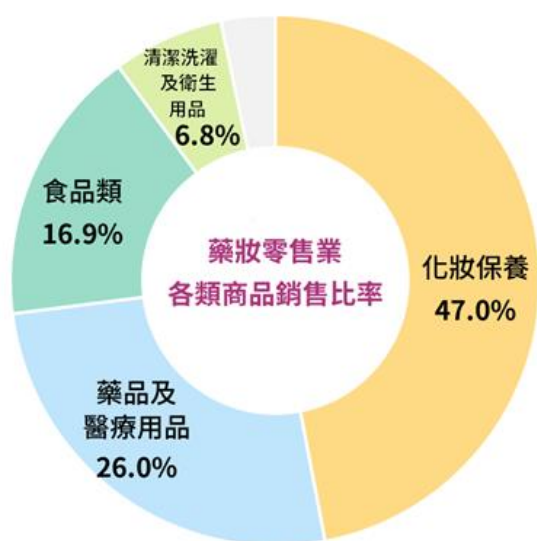
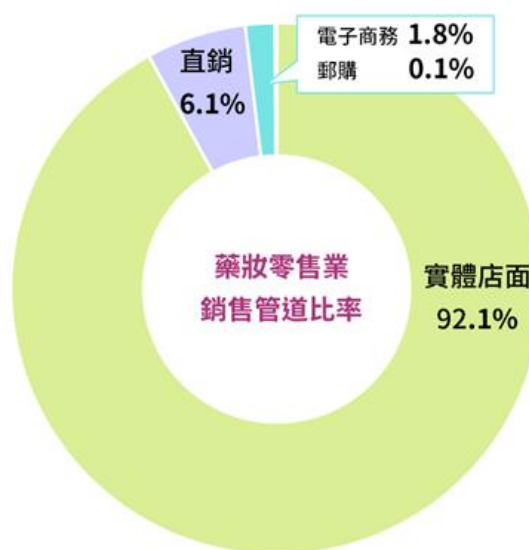


圖 3 藥妝零售業銷售管道

資料時間：104 年



資料來源：經濟部統計處「批發、零售及餐飲業經營實況調查」。

表 1 我國主要藥妝/醫藥零售通路家數

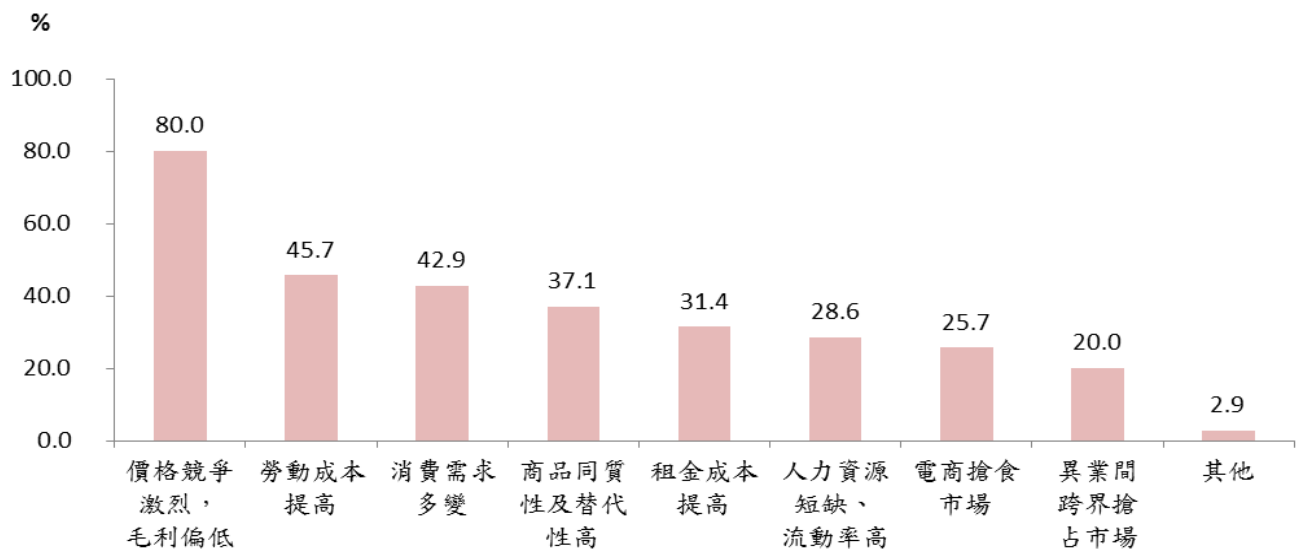
單位：家

	藥 妝			醫 藥						
	合計	屈臣氏	康是美	合計	杏一	維康	長青	躍獅	丁丁	博登
98年底	700	398	302	698	163	155	193	59	57	71
99年底	744	418	326	711	177	150	189	60	60	75
100年底	769	422	347	757	204	157	189	71	64	72
101年底	804	442	362	771	215	161	189	69	69	68
102年底	814	456	358	792	224	172	189	70	70	67
103年底	846	480	366	756	179	176	189	78	71	63
104年底	873	500	373	791	189	188	189	89	73	63
105年底	920	520	400	813	204	198	189	87	75	60
106年2月底	921	520	401	818	205	203	189	85	75	61
較98年底 增減店數	221	122	99	120	42	48	-4	26	18	-10

資料來源：流通快訊

圖 4 藥妝零售業經營困境(複選)

105 年



資料來源：經濟部統計處「批發、零售及餐飲業經營實況調查」。