

當前經濟情勢概況

(專題：零售業國際比較)



中華民國107年8月27日

大綱

壹・國外經濟情勢

貳・國內經濟情勢

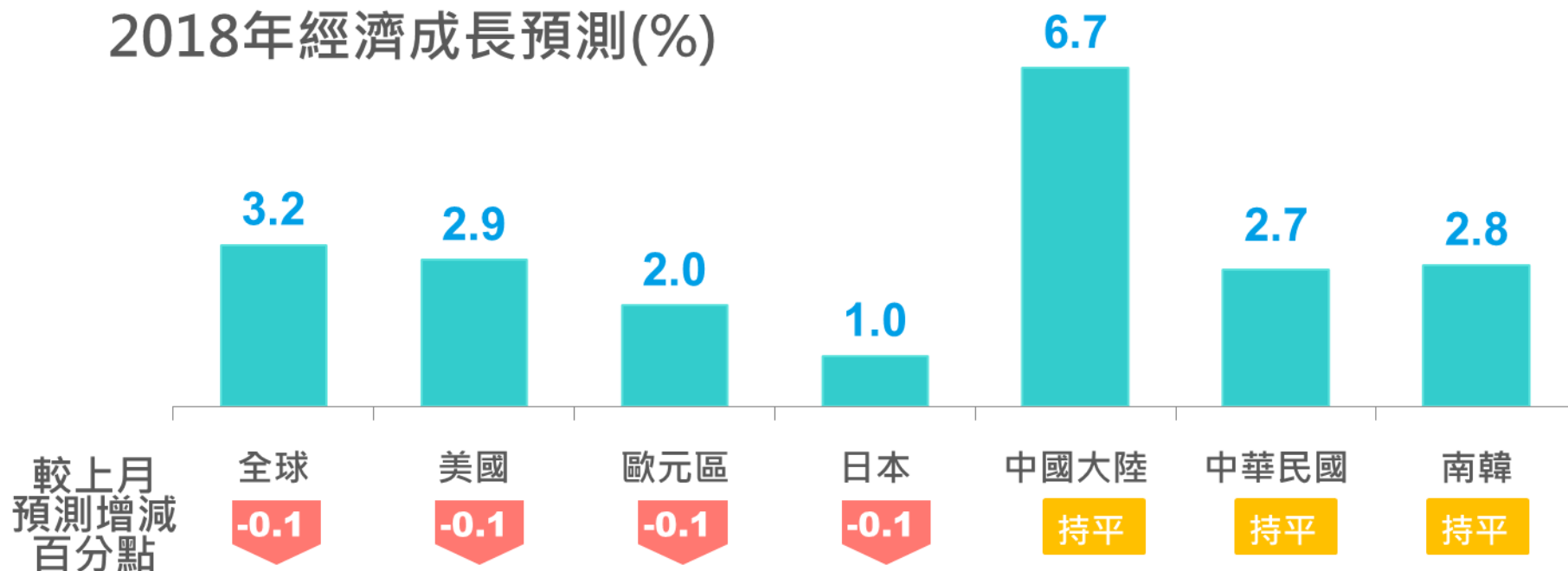
參・專題：零售業國際比較

肆・結語

壹、國外經濟情勢

全球經濟成長微幅下調

2018年經濟成長預測(%)

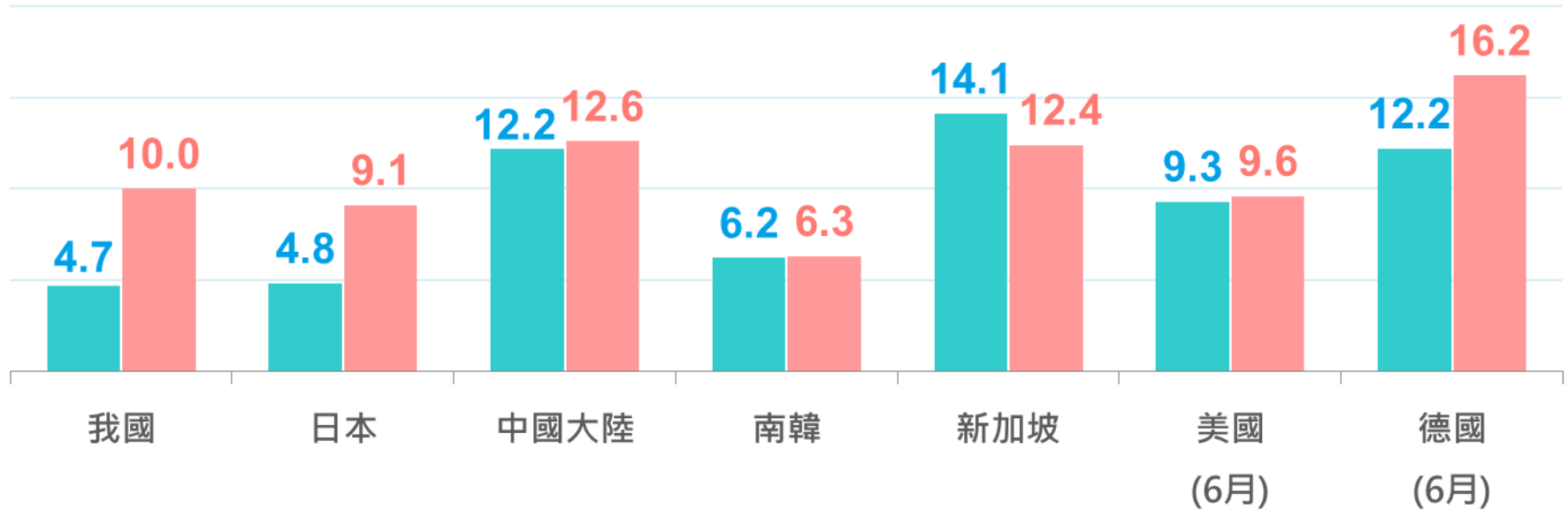


- IHS環球透視機構8月15日最新預測，2018年全球經濟成長3.2%，較7月預測下調0.1個百分點。
- 受全球貿易緊張情勢、地緣政治風險與土耳其危機等因素影響，IHS對美國、歐元區及日本各下修0.1個百分點，中國大陸持平。

7月主要國家出口普遍成長(按美元計)

■ 2018年7月 ■ 2018年1-7月

出口年增率(%)



- 外貿景氣續呈擴張，7月主要國家出口普遍成長，其中我國出口年增4.7%，日本4.8%，中國大陸12.2%，南韓6.2%，新加坡14.1%。6月美國及德國分別年增9.3%、12.2%。
- 累計1-7月，我國、日本、中國大陸、新加坡出口各增1成左右，南韓增6.3%。

美國經濟穩健成長

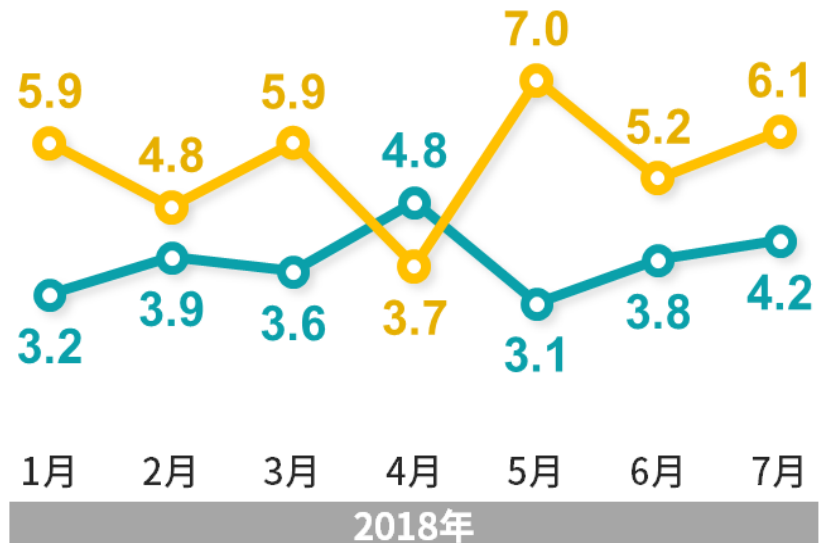
▶非農新增就業人數(萬人)

▶失業率 (%)



▶工業生產年增率(%)

▶零售銷售年增率(%)

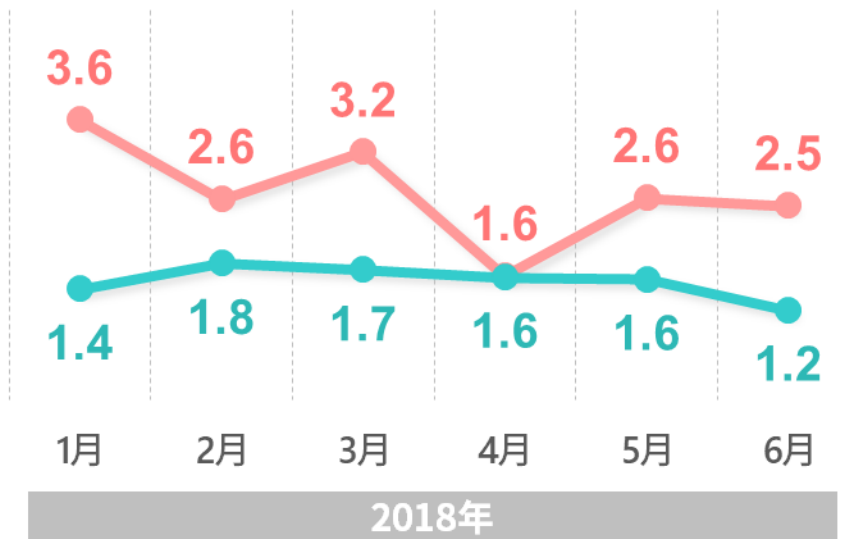


- 美國就業市場穩定，雖7月非農新增就業人數15.7萬人，低於上月，惟失業率為3.9%，較上月略降。
- 製造業生產活動持續擴張，7月工業生產指數年增4.2%，連續17個月正成長；零售業銷售額因減稅方案與經濟好轉，民間消費強勁，致年增6.1%，其中燃料零售業因原油價格上漲而年增21.6%，無店面零售業年增11.3%。

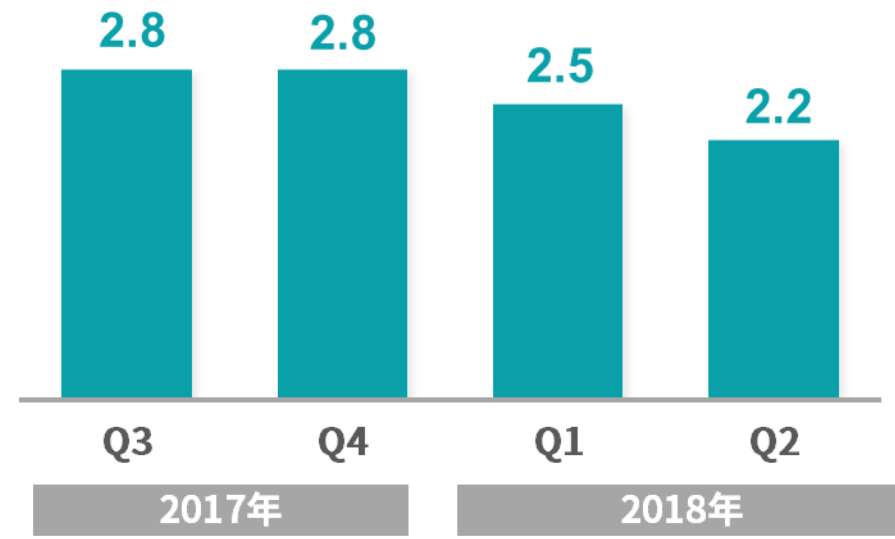
歐元區經濟成長趨緩

►零售銷售年增率(%)

►工業生產年增率(%)



►經濟成長率(%)



- 歐元區6月工業生產年增2.5%，零售銷售放緩至1.2%。因能源成本上升，7月消費者物價指數年增2.1%，增幅大於6月之2%，亦高於歐洲央行（ECB）設定的通膨目標2%。
- 上半年歐元區景氣擴張趨緩、內部政治風險升溫，歐元區第二季GDP年增2.2%，增幅為2年來新低。

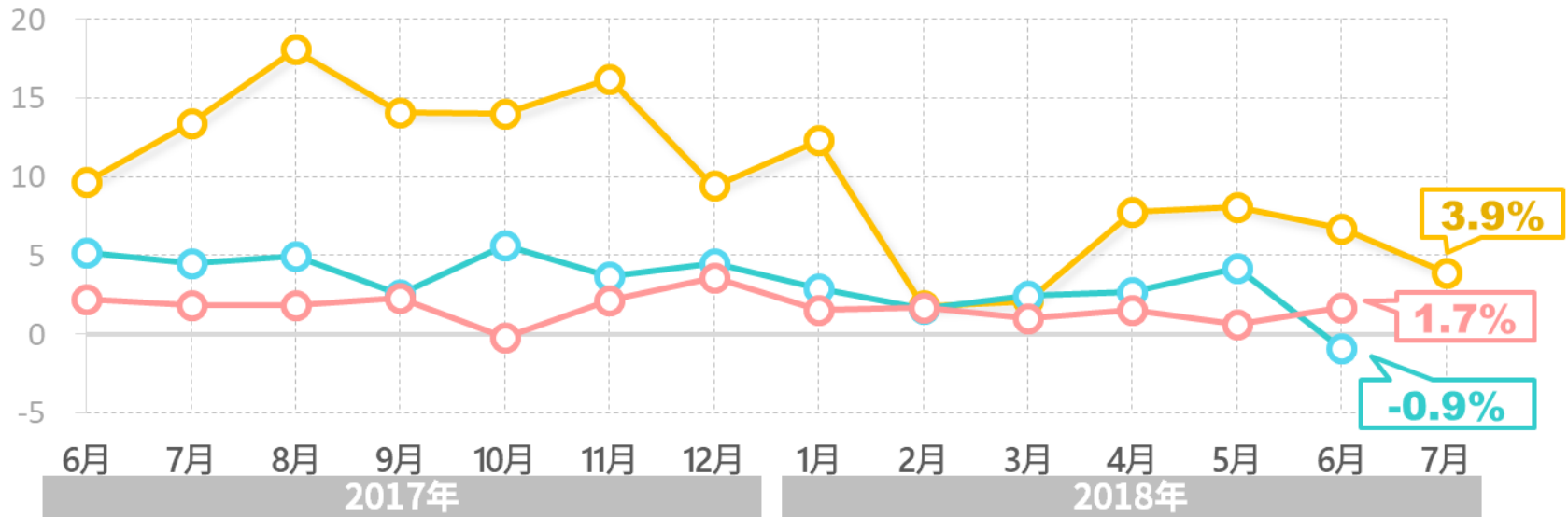
日本經濟成長放緩

▶年增率(%)

出口(按日圓計)

零售銷售額

工業生產指數



- 日本6月工業生產年減0.9%，自2016年11月來首度負成長，主要為情報通信機械業、石油及煤製品業、金屬製品業等下滑所致；6月零售業銷售額年增1.7%。
- 7月出口年增3.9%，成長減緩，主因對美國汽車出口萎縮，加上去年同月基數較高所致。

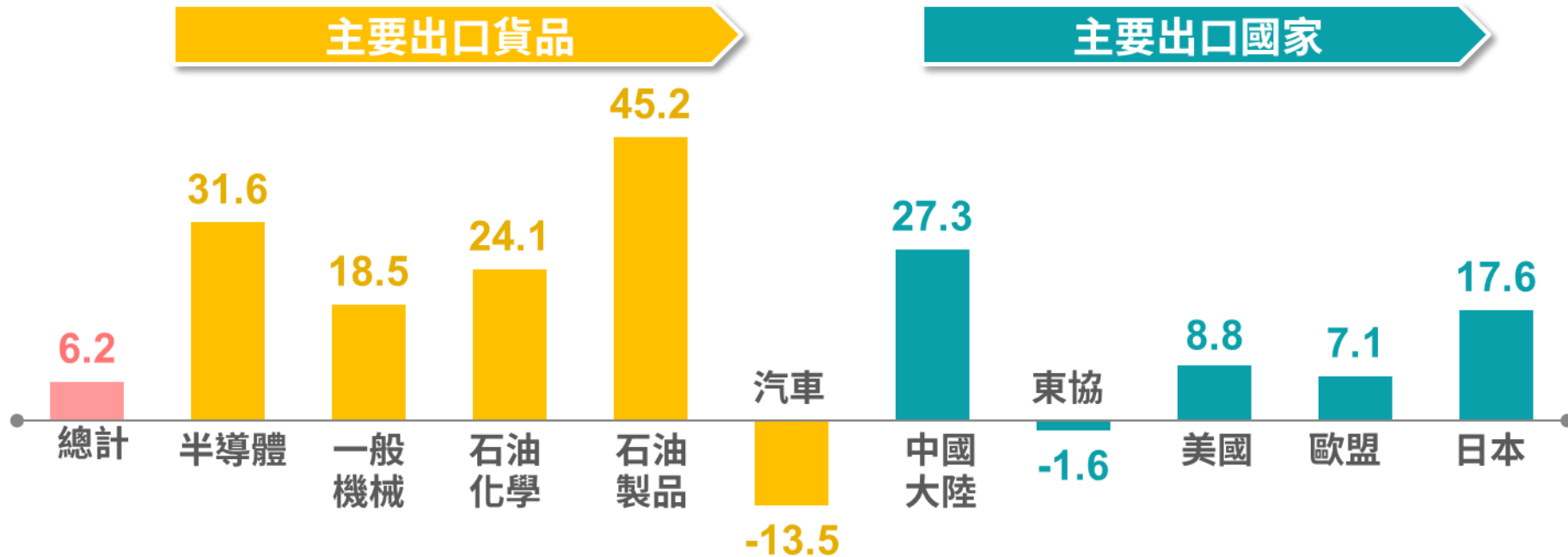
中國大陸7月投資力道降溫

	出口 年增率 (%)	進口 年增率 (%)	工業生產 年增率 (%)	社會消費品 零售額年增率 (%)	固定投資 累計年增率 (%)
2017年	7.9	16.1	6.6	10.2	7.2
2018年累計	12.6	21.0	6.6	9.3	5.5
4月	12.1	21.7	7.0	9.4	7.0
5月	12.1	26.0	6.8	8.5	6.1
6月	11.2	14.1	6.0	9.0	6.0
7月	12.2	27.3	6.0	8.8	5.5

- 7月中國大陸對歐美、東協及日本等主要市場出口持續擴增，出、進口增幅均達二位數，各年增12.2%、27.3%。
- 7月工業生產因高技術產業增產貢獻較多，年增6.0%，社會消費品零售額年增8.8%，為今年次低；1-7月固定投資年增5.5%，為20年來同期最小增幅，受美中貿易戰之影響，恐約制下半年經濟增速。

南韓7月出口由負轉正

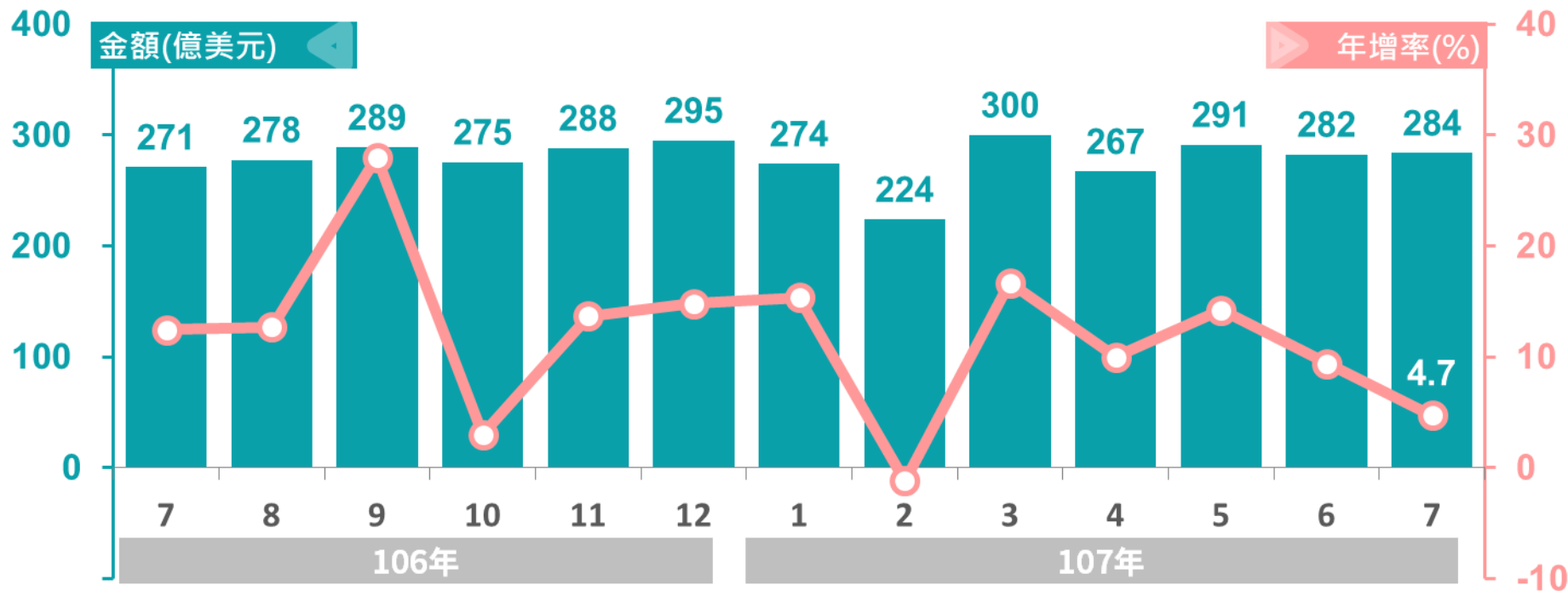
2018年7月出口年增率(%)



- 南韓7月出口年增6.2%，由負轉正，主要出口產品之半導體、一般機械、石油化學及石油製品增幅逾1成；對主要出口地區除東協外均增加，對中國大陸及日本增幅逾1成。

貳、國內經濟情勢

7月出口歷年同月新高



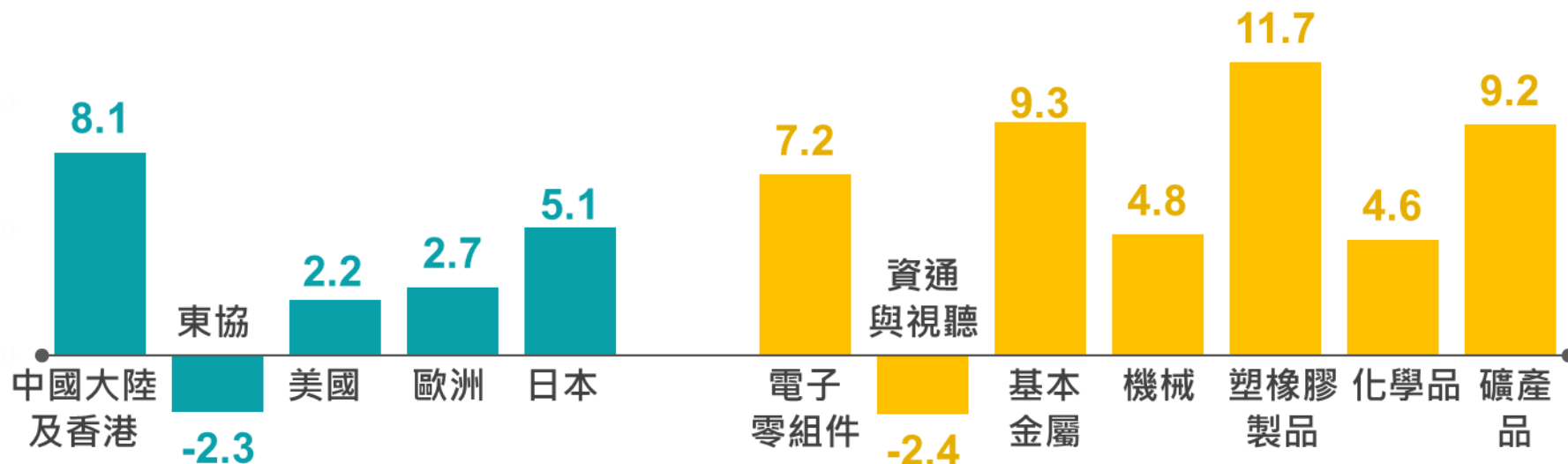
- 受全球經濟持續成長，基本金屬、原油價格續為高檔，積體電路出口回升，以及液晶裝置需求疲弱等交互影響，7月出口283.6億美元，居歷年同月新高，惟因基期較高，致僅年增4.7%。
- 下半年智慧手機新品陸續上市，相關供應鏈之需求釋出，加以人工智慧、物聯網、車用電子、生物辨識、高效能運算等新興商機拓展，皆有利推升我國出口動能。

對主要出口地區及貨品多呈正成長

107年7月出口年增率(%)

主要出口地區

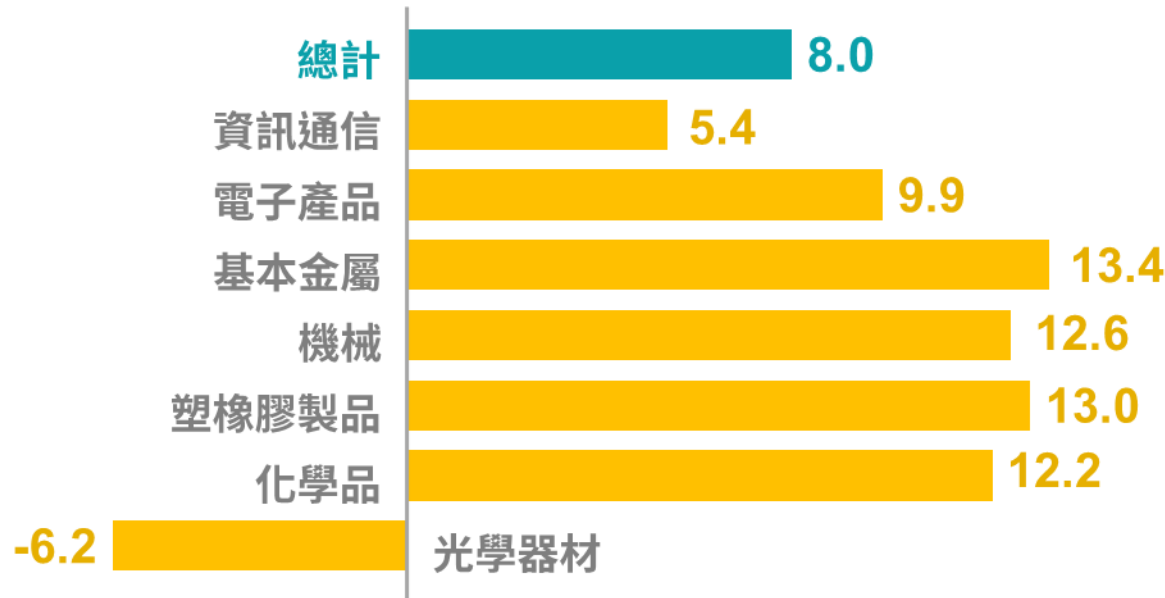
主要出口貨品



- 7月我國對中國大陸及香港出口年增8.1%最多；對日本出口年增5.1%；對歐洲、美國各年增2.7%、2.2%，對東協年減2.3%。
- 7月主要貨品出口多顯成長，其中塑橡膠製品、基本金屬及礦產品因原物料價漲推升產品價格及需求擴增，各年增11.7%、9.3%及9.2%；電子零組件漸入出口旺季，年增7.2%。

7月外銷訂單表現亮麗

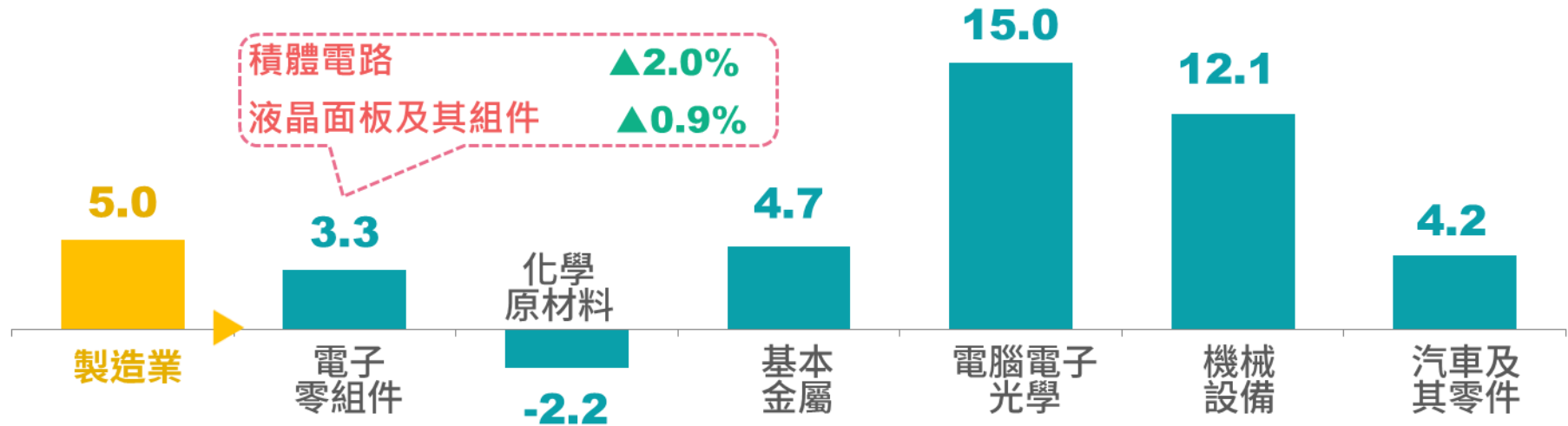
107年7月外銷訂單年增率(%)



- 7月外銷訂單418.0億美元，為歷年同月新高，年增8.0%；資訊通信產品及電子產品漸入旺季訂單回升，均創歷年同月新高，各年增5.4%及9.9%；光學器材則因大尺寸面板價格止跌回升，致減幅縮小，年減6.2%。
- 傳統貨品接單持續暢旺，其中機械因智慧自動化蔚為風潮，加上半導體及面板設備需求活絡，致接單金額為歷年同月新高，年增12.6%，基本金屬及塑橡膠製品亦各呈二位數成長。

7月製造業生產指數創歷年同月新高

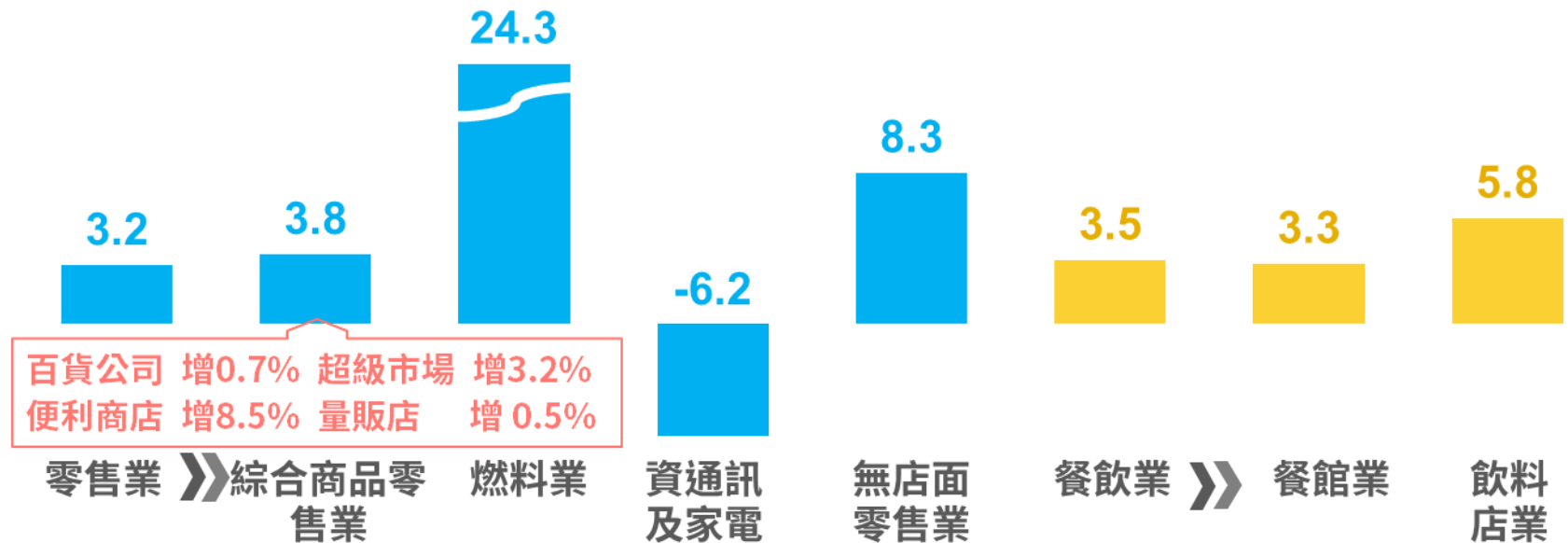
107年7月製造業生產量指數年增率(%)



- 因新興科技運用擴增及行動裝置供應鏈備貨需求漸顯，加上傳統產業穩健成長，7月製造業生產指數創歷年同月新高，年增5.0%。
- 電子零組件業年增3.3%，其中積體電路業年增2.0%，主因創新科技應用及行動裝置備貨需求漸增；電腦電子產品及光學製品業因光學鏡頭及半導體檢測設備等需求活絡，年增15.0%。
- 機械設備業因高科技精密及自動化設備需求殷切，年增12.1%；化學原材料業因部分業者進行歲修而年減2.2%。

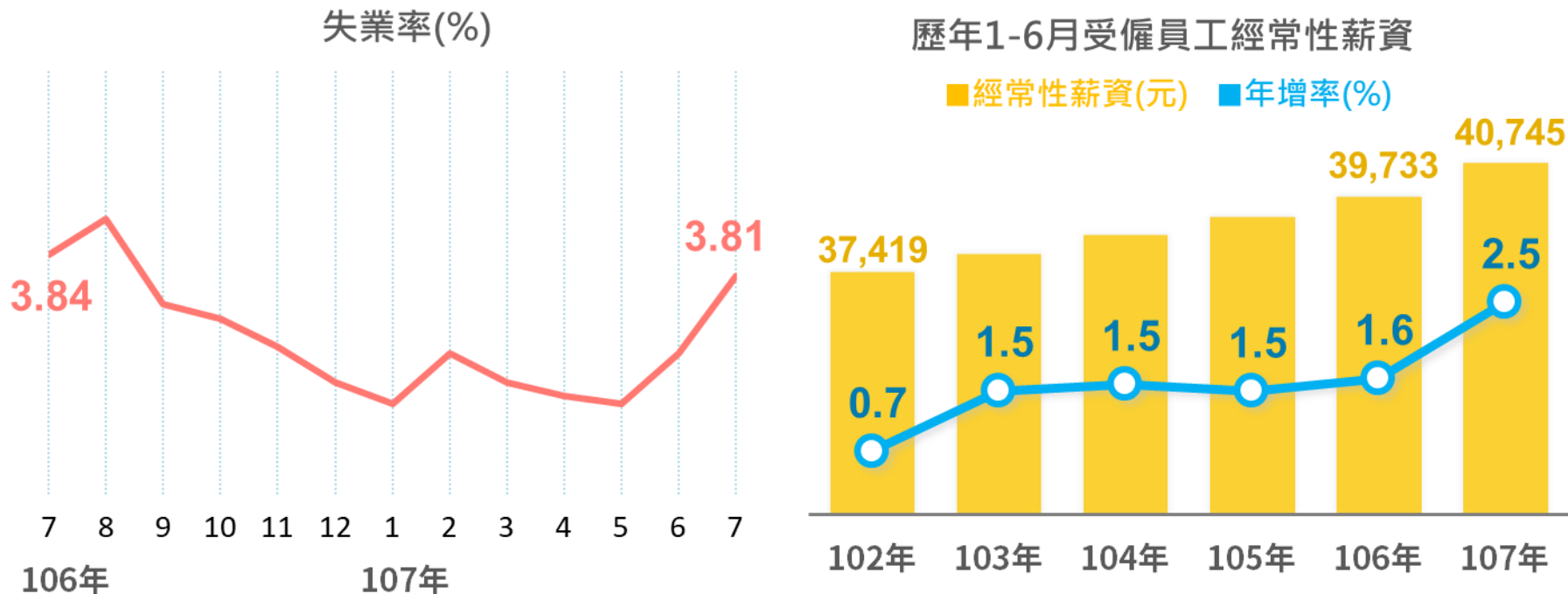
7月零售及餐飲業均為歷年同月新高

107年7月零售及餐飲業營業額年增率(%)



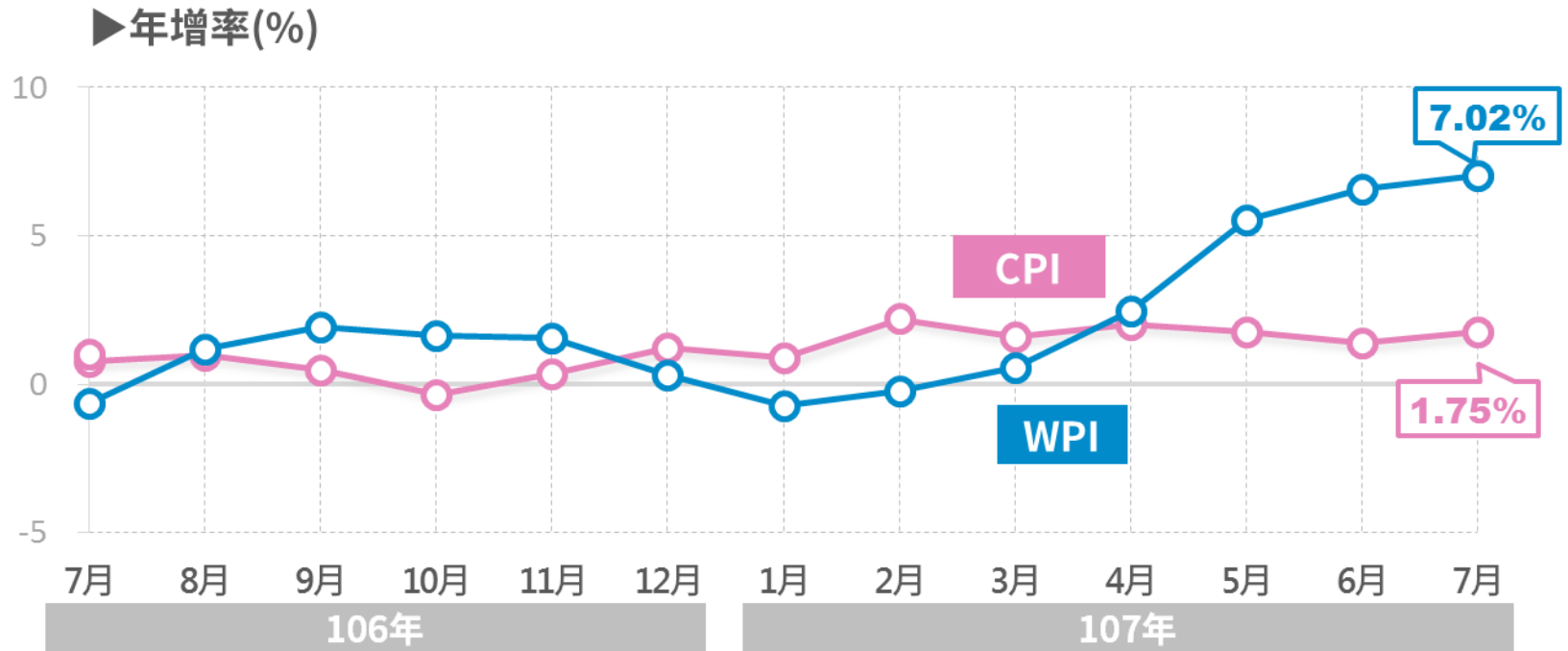
- 7月零售業年增3.2%，其中燃料零售業因油價較上年同月上漲，年增24.3%；便利商店因展店及消暑新品熱銷，年增8.5%；無店面零售業因電競、3C、暑假旅遊商品熱賣，年增8.3%；資通訊及家電設備零售業因冷氣買氣提前及手機銷售下滑而年減6.2%。
- 7月餐飲業年增3.5%，主因逢世足賽及業者持續擴增據點所致。

就業市場持續穩定



- 受7月畢業季效應影響，失業率升至3.81%，較上月增0.11個百分點，與上年同月相比，則降0.03個百分點，為18年以來歷年同月新低，顯示勞動市場穩定。
- 受惠於景氣復甦及廠商調薪，6月經常性薪資年增率2.5%，為連續第7個月增幅逾2%，累計1-6月平均經常性薪資4萬745元，為歷年同期最高，較去年同期增加2.5%，創近18年同期最大增幅。

消費者物價溫和平穩



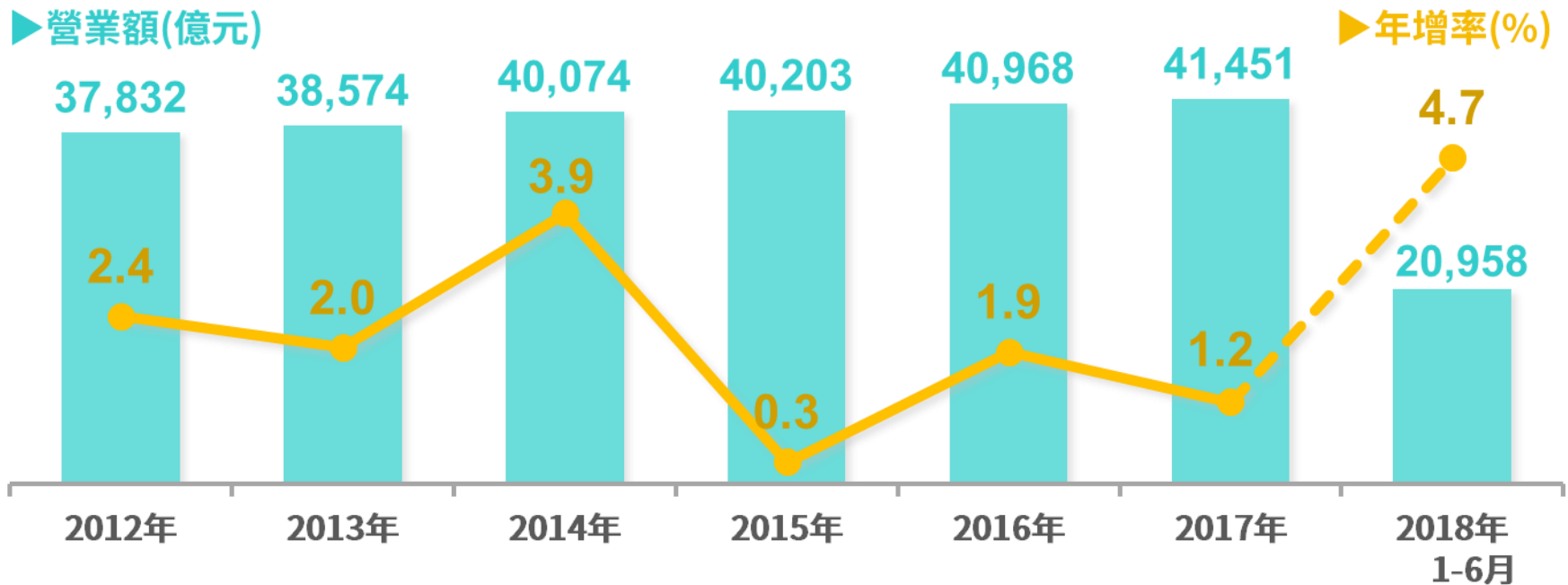
- 7月消費者物價(CPI)較上年同月漲1.75%，主因香菸、油料費、機票及燃氣價格調漲，加上蛋類、乳類與穀類及其製品價格上揚，1至7月平均CPI較上年同期漲1.65%，其中香菸與油料費上漲較多。
- 7月份躉售物價(WPI)因國際原油、基本金屬行情走高，加以台幣匯率貶值，致較上年同月漲7.02%，為8年多以來新高。

參、專題：零售業國際比較

- 我國零售業發展現況
- 國際比較
 - ◆ 零售業營業額
 - ◆ 百貨公司
 - ◆ 超級市場
 - ◆ 便利商店
 - ◆ 網路購物

我國零售業營業額逐年成長

我國零售業營業額及年增率



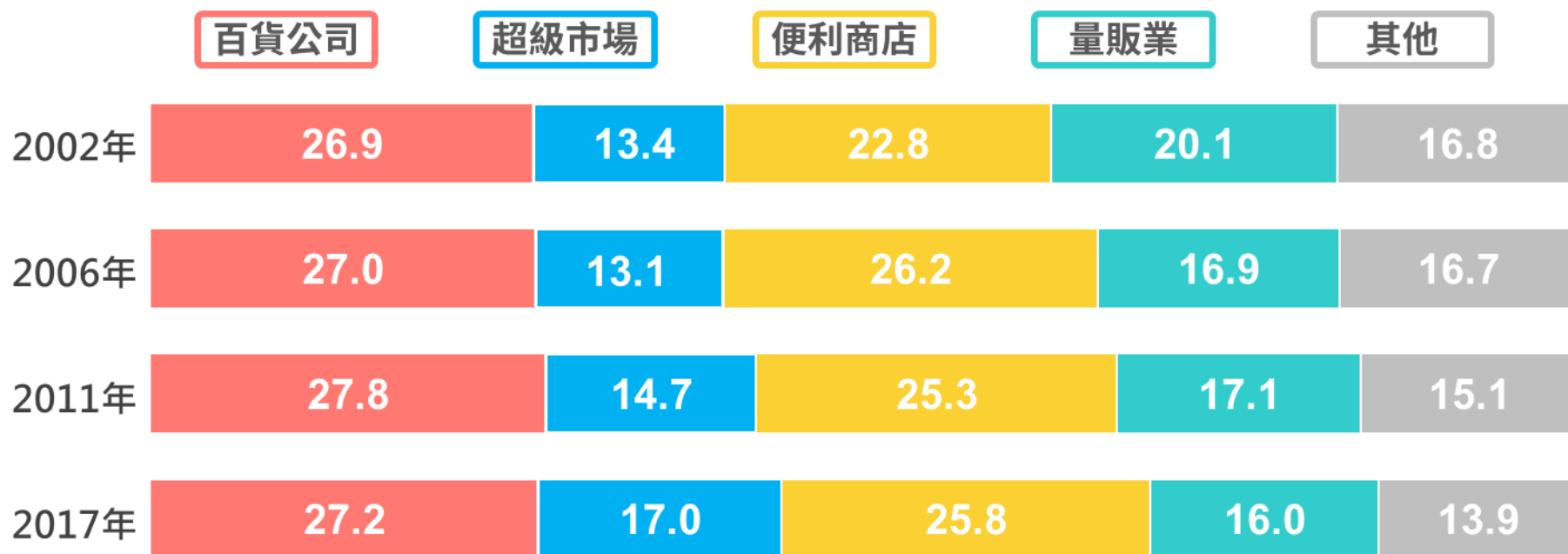
- 2017年我國零售業營業額為4兆1,451億元，占國民所得民間消費之4成5，為反映民間消費重要指標之一。
- 金融海嘯復甦以來，零售業營業額逐年成長，屢創新高，2018年1-6月年增4.7%，為近7年同期新高。

我國零售業以綜合商品零售業為大宗

營業額前8大業別	2017年		2018年 1-6月 年增率(%)
	占比 (%)	年增率 (%)	
零售業總計	100.0	1.2	4.7
綜合商品零售業	29.7	2.1	5.0
百貨公司	8.1	0.4	2.6
超級市場	5.1	6.2	6.4
便利商店	7.7	2.8	7.1
量販業	4.8	3.0	3.0
其他	4.2	-1.9	6.2
汽機車業	15.2	2.8	4.1
食品、飲料及菸草業	11.5	-0.7	0.6
資通訊及家電設備業	8.4	-2.6	7.9
家庭器具及用品業	7.0	-4.1	4.7
布疋及服飾品業	6.9	0.3	3.6
燃料零售業	5.7	9.3	12.6
無店面零售業	5.8	4.8	6.0

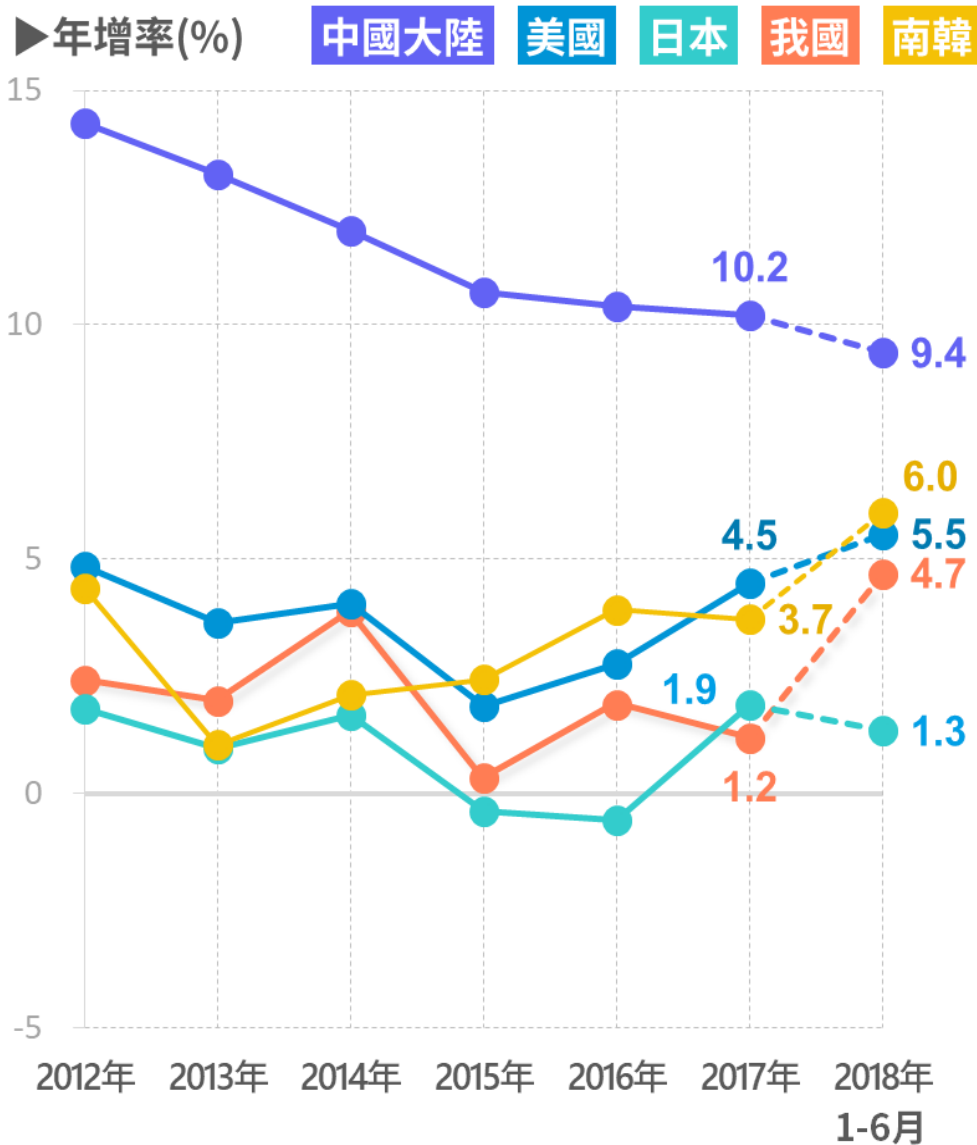
- 我國零售業營業額以綜合商品零售業為大宗，2017年占比29.7%，年增2.1%。
- 2017年汽機車零售業因進口車熱銷，占15.2%次之，年增2.8%。
- 燃料零售業因油價上漲，年增9.3%，今年上半年續增12.6%。
- 無店面零售業主要為網路購物，近年因手機普及率提高，網購商品擴增，致年增4.8%，今年上半年續增6.0%。

綜合商品零售業營業額以百貨公司占2成7居首



- 2017年綜合商品零售業營業額以百貨公司占27.2%最多，便利商店占25.8%次之，超級市場、量販店分占17.0%、16.0%。
- 與2002年比較，便利商店及超級市場近年因深耕社區展店，引進多樣化商品種類及店面改裝升級，挹注業績成長，占比各增3.0及3.6個百分點；量販店受家戶人口減少及超市競爭影響，占比減4.1個百分點。

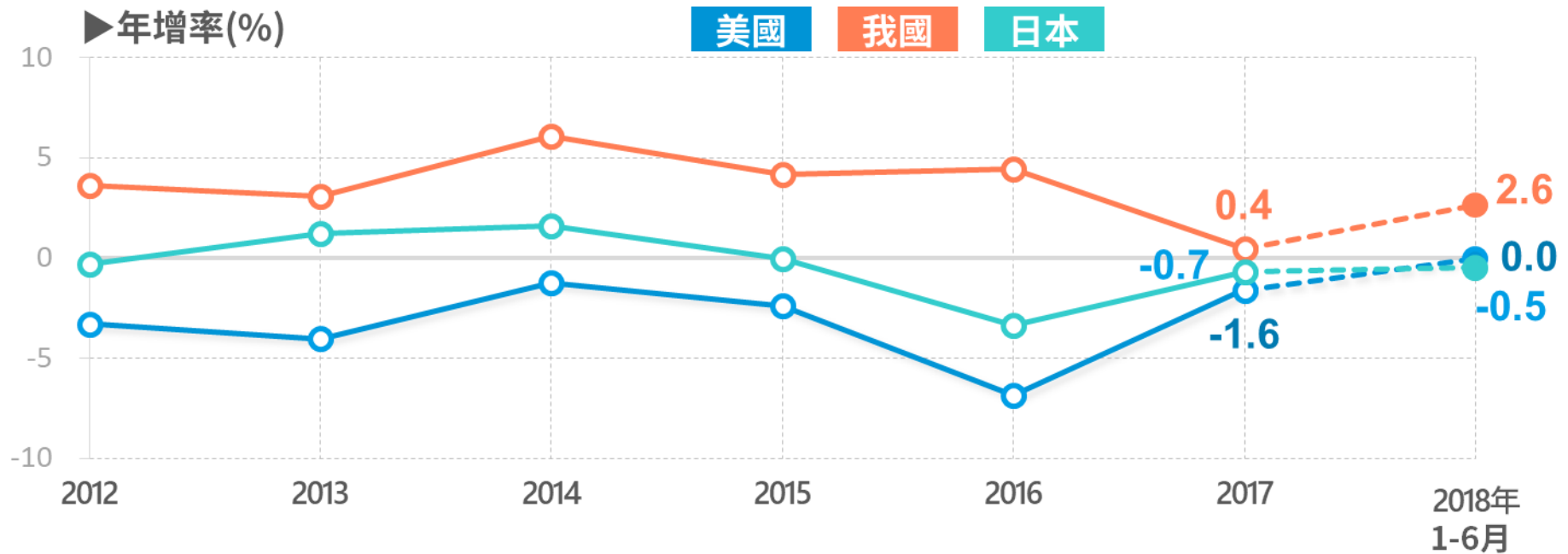
全球景氣復甦，各國零售業同步成長



註：中國大陸為社會消費品零售額年增率。

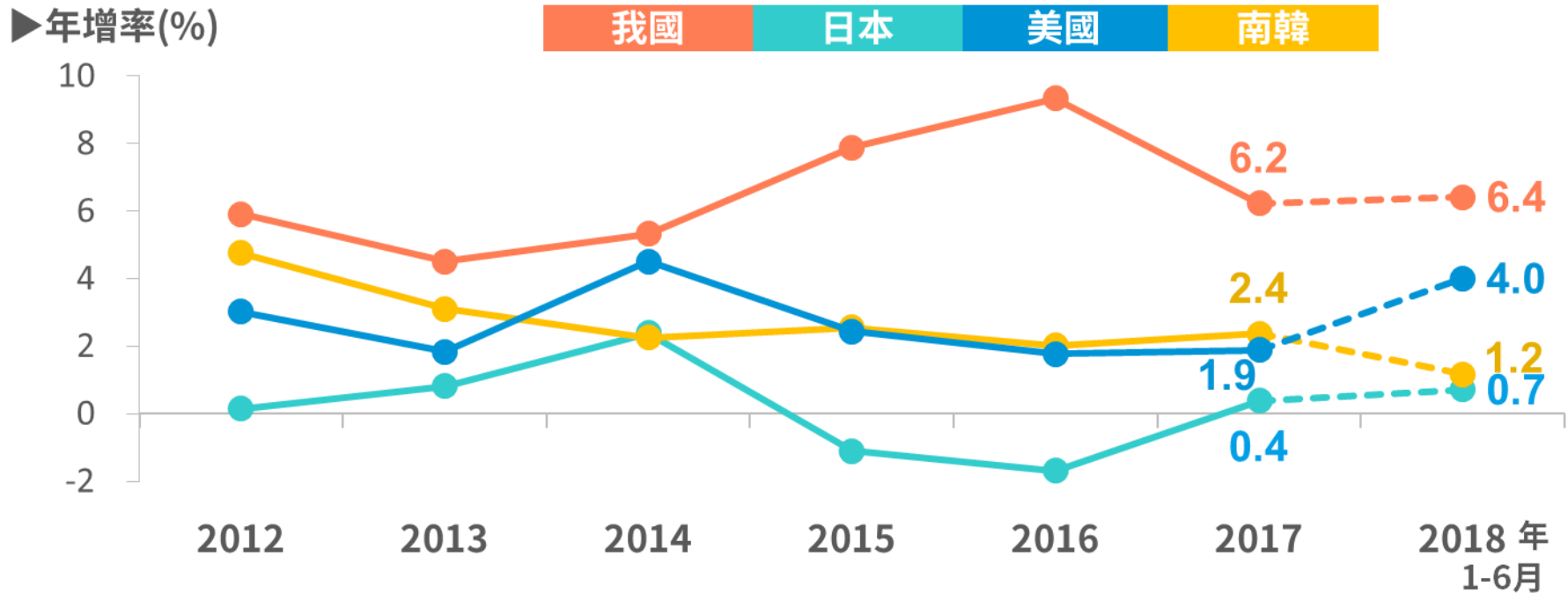
- 2017年因我國受暖冬效應影響，零售業營業額僅增1.2%，今年上半年年增4.7%。
- 中國大陸隨著工資快速增長，加上積極拓展銷售管道，2017年社會消費品零售額年增10.2%。
- 南韓因出口強勁，加上政府加強福利政策，改善家戶收入與消費，2017年零售業營業額年增3.7%。
- 美國2017年零售業營業額年增4.5%，為近5年最大增幅。
- 日本2017年零售業營業額年增1.9%，為2011年以來最大增幅。

各國百貨公司面臨網購競爭



- 美國因線上購物的便利性和優惠價格優勢深受消費者青睞，致百貨公司(不含租賃部門)營業額持續下滑，2017年年減1.6%，連續13年負成長。日本因消費者購物習慣改變，百貨公司營業額多呈逐年下滑。
- 我國百貨公司自2009年起營業額逐年上升，2017年營業額為3,346億元，年增0.4%，連續9年正成長，今年上半年續增2.6%。

2017年各國超級市場普遍成長



註：日本超市係指50%以上銷售空間採自助式購物，且銷售面積1,500平方米以上之大型超級市場及量販店。

- 我國超級市場因持續深耕社區，擴充商品品項及搭配發展自有品牌，致營業額逐年攀升，2017年年增6.2%。
- 美國2017年超市年增1.9%，營收呈逐年上升趨勢；南韓因展店快速，年增2.4%；日本因民間消費減緩，加上展店相對平緩，營業額僅年增0.4%。

密集度以韓、美較高

超級市場店數

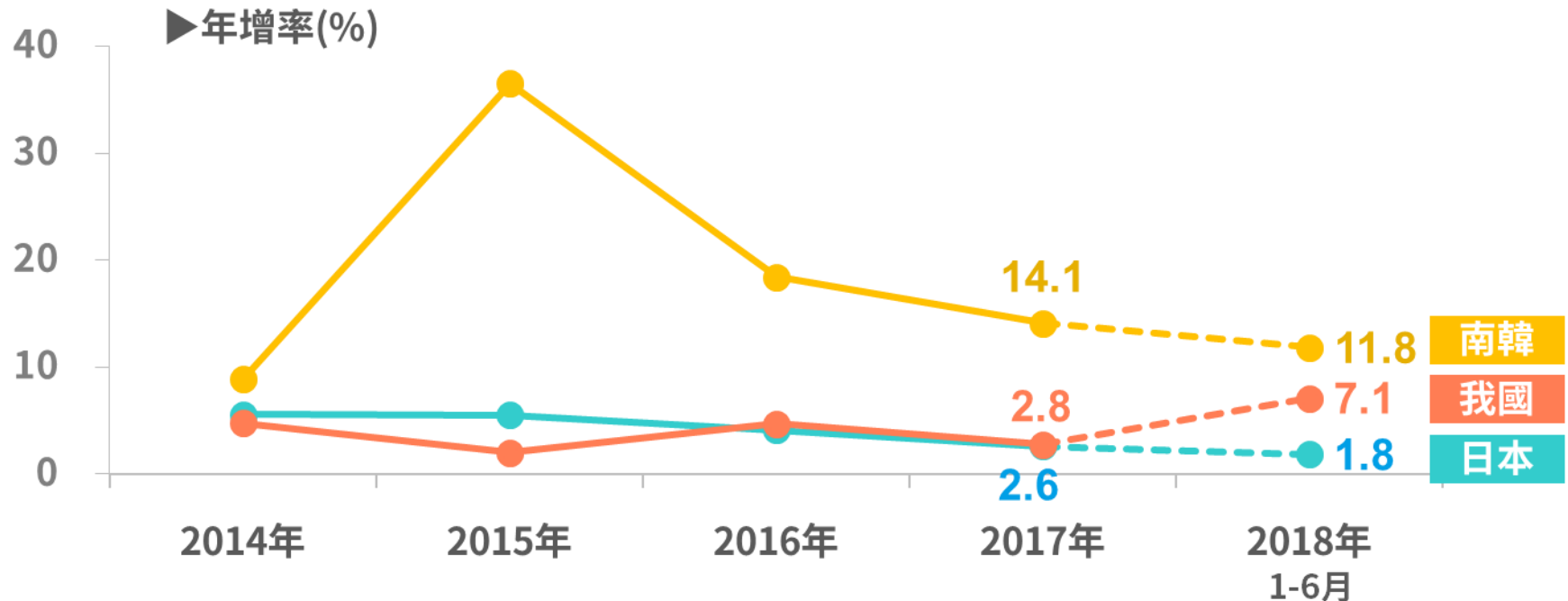
	2012年		2017年		
	店數 (家)	密集度 (人口數/店數)	店數 (家)	較2012年 增減率(%)	密集度 (人口數/店數)
我國	1,706	13,640	2,163	26.8	10,890
日本	4,873	26,184	4,901	0.6	25,853
南韓	9,047	5,549	11,446	26.5	4,477
美國	7,053	8,474	38,571	4.1	8,445

註：1.密集度 = 各國年中人口數 ÷ 超級市場店數。

2.南韓為2016年家數，增減率係以2016年與2011年比較。

- 2017年底日本超級市場店數達4,901家，平均每25,853人就有1家超級市場(即超市密集度)，我國為10,890人，美國8,445人，南韓4,477人，密集度最高。
- 與2012年比較，我國超市店數增加26.8%，南韓增26.5%，展店較快，日本、美國則各增0.6%、4.1%。

台日韓之便利商店均蓬勃發展



- 我國便利商店積極發展各式異業複合門市，搭配商品項目多元化，及擴展物流服務，營業額屢創新高，2017年營業額年增2.8%，今年上半年續增7.1%。
- 日本受惠展店及輕食產品熱賣，營收逐年攀升，2017年營業額年增2.6%，今年上半年續增1.8%。南韓因展店迅速，加上擴增商品販售種類及提供多樣化服務，2017年營業額年增14.1%，今年上半年續增11.8%。

我國便利商店密集度居第二

便利商店店數

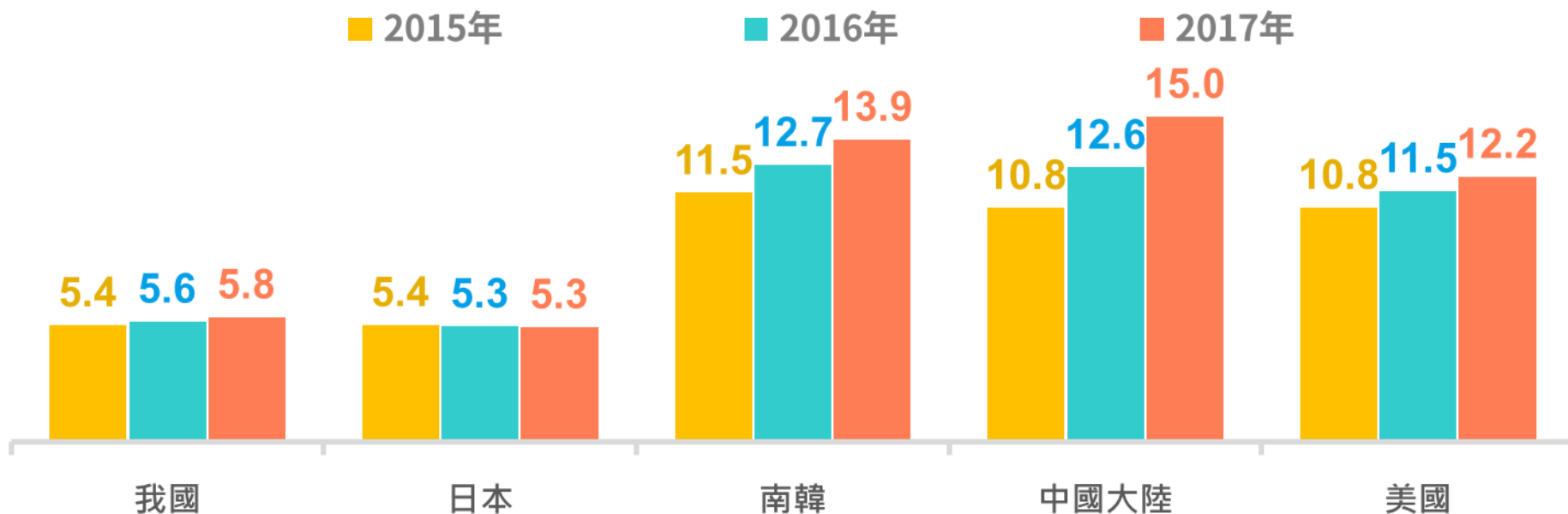
	我國			日本			南韓		
	店數 (家)	年增率 (%)	密集度	店數 (家)	年增率 (%)	密集度	店數 (家)	年增率 (%)	密集度
2013年	10,087	0.9	2,317	50,234	5.1	2,536	25,441	2.5	1,982
2014年	10,259	1.7	2,284	52,725	5.0	2,413	26,874	5.6	1,888
2015年	10,313	0.5	2,278	54,505	3.4	2,332	31,203	16.1	1,635
2016年	10,413	1.0	2,261	55,636	2.1	2,281	35,282	13.1	1,452
2017年	10,662	2.4	2,211	56,374	1.3	2,248	...	...	...

註：密集度 = 各國年中人口數 ÷ 便利商店店數。

- 南韓2016年底便利商店數為35,282家，平均每1,452人就有1家便利商店，密集度居冠，我國2017年2,211人居次，日本2,248人。
- 南韓因經營便利商店進入門檻相對較低，加上近年展店速度加快，2015年及2016年均為二位數成長，我國與日本則以推出新服務來提高競爭力，放慢店面擴展速度。

各國網路銷售占比升高

無店面業營業額占整體零售業比率(%)



註：日本2015年僅計算7至12月份；中國大陸為實物商品網上零售額占社會消費品零售額之比率。

- 智慧手機普及，加上線上購物方便，各國網路銷售占零售業營業額比重逐年升高，其中2017年美國無店面零售業占零售業比重為12.2%，較2015年提升1.4個百分點。
- 南韓2017年無店面零售業占比13.9%，較2015年增加2.4個百分點；我國占比5.8%，上升0.4個百分點；中國大陸占比15.0%，上升4.2個百分點；日本占比5.3%，略降0.1個百分點。

肆、結語

一、國外經濟

7 月份美國製造業生產及民間消費持續擴張，而歐元區景氣趨緩，加以內部政治紛擾，歐盟統計局指出第2季GDP成長率增幅為2年來新低；日本6月工業生產年減0.9%，為2016年11月來首度負成長，且7月出口連續3個月增幅減緩；中國大陸1-7月固定投資年增5.5%，增幅下滑。上半年主要國家仍延續去年之成長態勢，惟下半年中美貿易紛爭不斷，雙方頻頻加碼互課關稅，為全球經濟帶來隱憂，恐約制全球之經濟成長，IHS 8月預測2018年全球經濟成長3.2%，已較上月下調0.1個百分點。

二、國內經濟

7 月份外銷訂單、出口、工業生產指數、批發零售及餐飲業營業額均為歷年同月新高，經濟表現亮麗，下半年為生產及銷售旺季，加以新興科技運用持續擴展，有助於維持成長態勢，惟下半年因比較基期較高，加上中美貿易摩擦之不確定因素，增幅可能縮小。

三、零售業國際比較

1. **我國零售業營業額逐年成長**：2017年我國零售業營業額為4兆1,451億元，占國民所得民間消費之4成5，為反映民間消費重要指標之一，按行業分，以綜合商品零售業為大宗，2017年占比29.7%，其中便利商店及超級市場占比逐年增加，量販店減少，百貨公司略增。
2. **全球景氣復甦，各國零售業同步成長**：2017年因我國受暖冬效應影響，零售業營業額僅增1.2%，今年上半年年增4.7%，為近7年同期新高。中國大陸隨著工資快速增長，2017年社會消費品零售額年增10.2%；南韓因出口強勁帶動內需增溫，2017年零售業營業額年增3.7%；美國2017年零售業營業額年增4.5%，為近5年最大增幅；日本2017年零售業營業額年增1.9%，為2011年以來最大增幅。
3. **各國百貨公司面臨網購競爭**：美國因線上購物的便利性和優惠價格優勢深受消費者青睞，致百貨公司(不含租賃部門)營業額持續下滑，2017年年減1.6%，連續13年負成長；日本因消費者購物習慣改變，百貨公司營業額多呈逐年下滑；我國百貨公司自2009年起營業額逐年上升，2017年營業額年增0.4%，連續9年正成長，今年上半年續增2.6%。

4. **2017年各國超級市場普遍成長：**我國超級市場因持續深耕社區，擴充商品品項及搭配發展自有品牌，營業額逐年攀升，2017年年增6.2%；美國2017年超市年增1.9%，營收呈逐年上升趨勢；南韓因展店快速，年增2.4%；日本因民間消費減緩，營業額僅年增0.4%。就密集度觀察，2017年底日本平均每25,853人就有1家超級市場，我國為10,890人，美國8,445人，南韓4,477人，密集度以韓、美較高。
5. **台日韓之便利商店均蓬勃發展：**我國便利商店積極發展各式異業複合門市，搭配商品項目多元化，及擴展物流服務，營業額屢創新高，2017年年增7.1%；日本受惠展店及輕食產品熱賣，營收逐年攀升，年增2.6%；南韓因展店迅速，加上擴增商品販售種類及提供多樣化服務，年增14.1%。就密集度觀察，南韓2016年平均每1,452人就有1家便利商店，我國2017年2,211人居次，日本2,248人。
6. **各國網路銷售占比升高：**智慧手機普及，加上線上購物方便，各國網路銷售占零售業營業額比重逐年升高，其中2017年中國大陸占比15.0%，上升4.2個百分點；南韓2017年占比13.9%，上升2.4個百分點；美國占比12.2%，較2015年提升1.4個百分點；我國占比5.8%，上升0.4個百分點；日本占比5.3%，略降0.1個百分點。