

當前經濟情勢概況

(專題:人口結構變遷下之消費轉型與重塑)



經濟部

統計處
Department of Statistics

中華民國115年4月29日

大綱

壹·國外經濟情勢

貳·國內經濟情勢

參·專題:人口結構變遷下之消費轉型與重塑

肆·結語

壹、國外經濟情勢

A

全球經濟

B

主要國家CPI

C

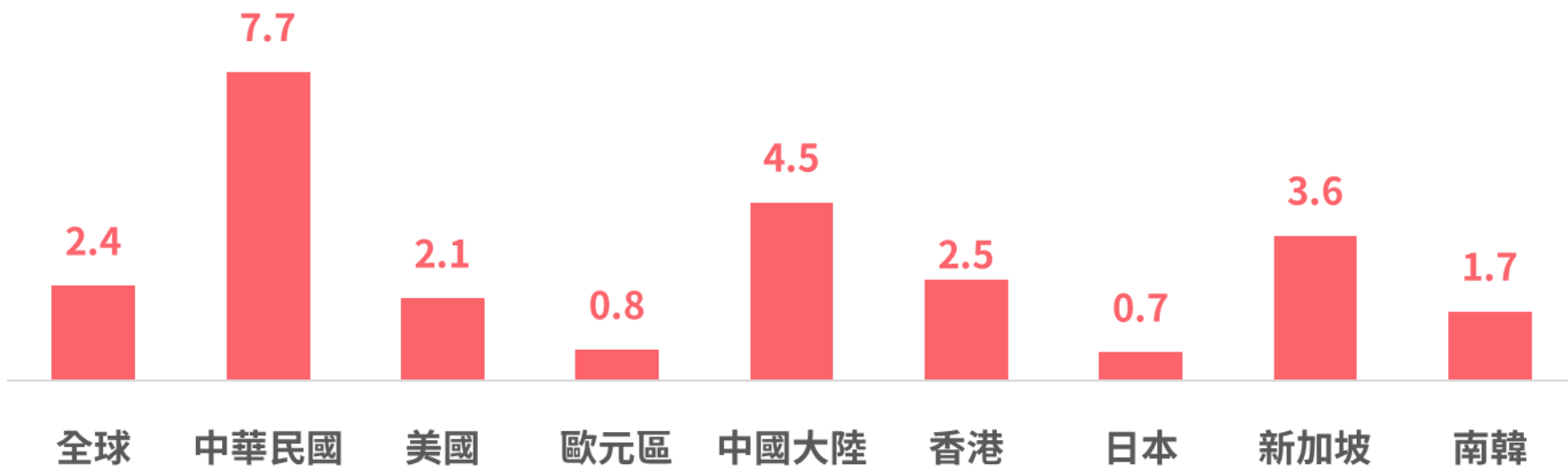
主要國家出口

D

主要國家經濟概況

地緣政治風險衝擊全球經濟展望

2026年經濟成長率預測(%)

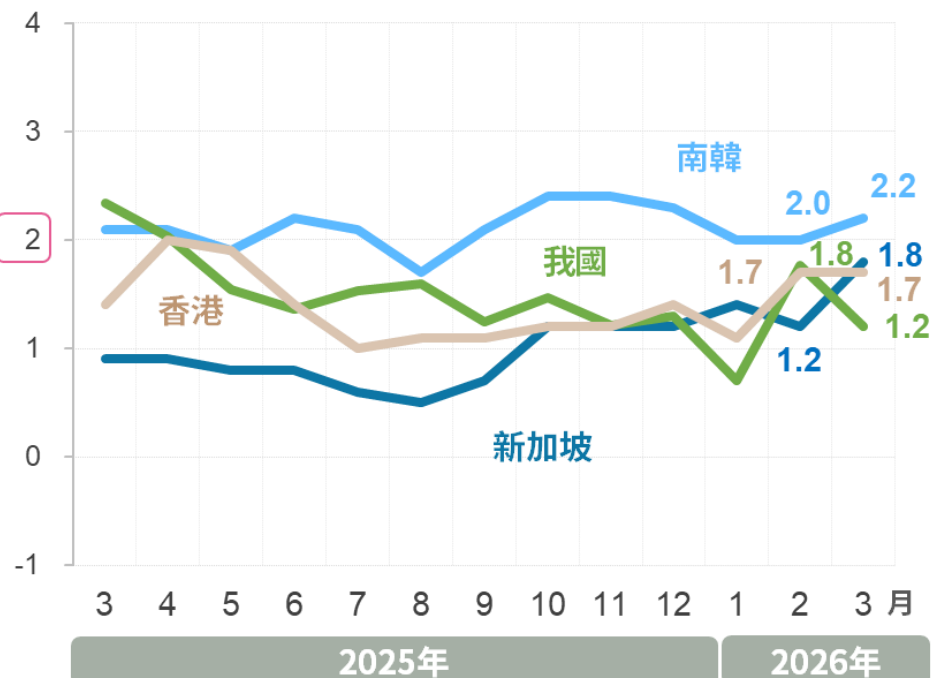
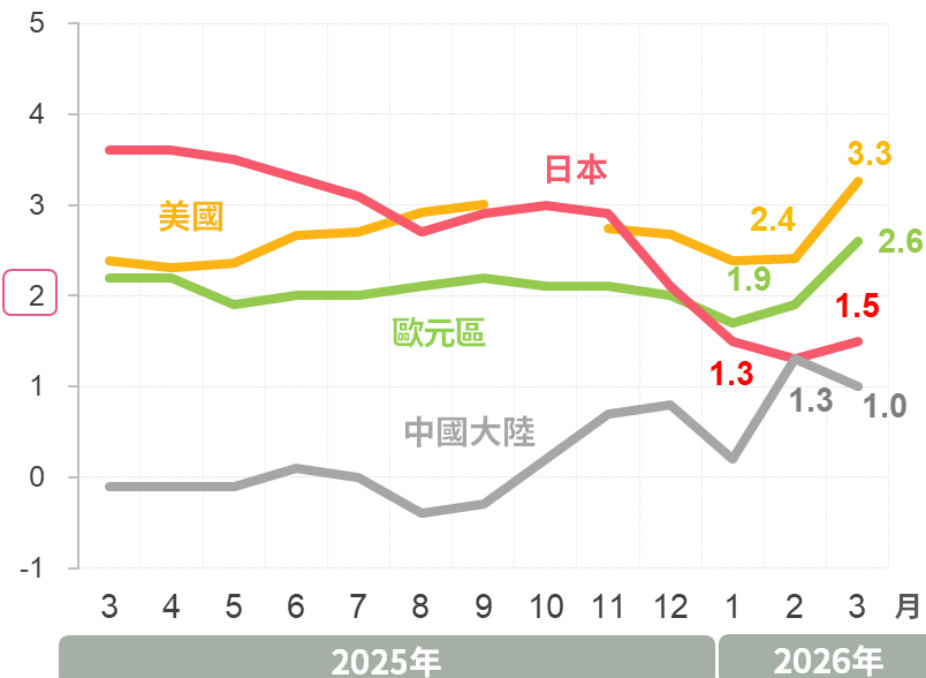


資料來源：我國為行政院主計總處(2026年2月預測)，餘皆來自國際預測機構S&P Global。

- 地緣政治衝突升溫及經貿局勢之不確定性仍高，為全球經濟前景增添變數。根據國際預測機構 S & P Global 於4月15日預測，2026年全球經濟成長率2.4%(較上次預測下修0.2個百分點)。

3月部分國家CPI年增幅升高

主要國家消費者物價指數(CPI)年增率(%)

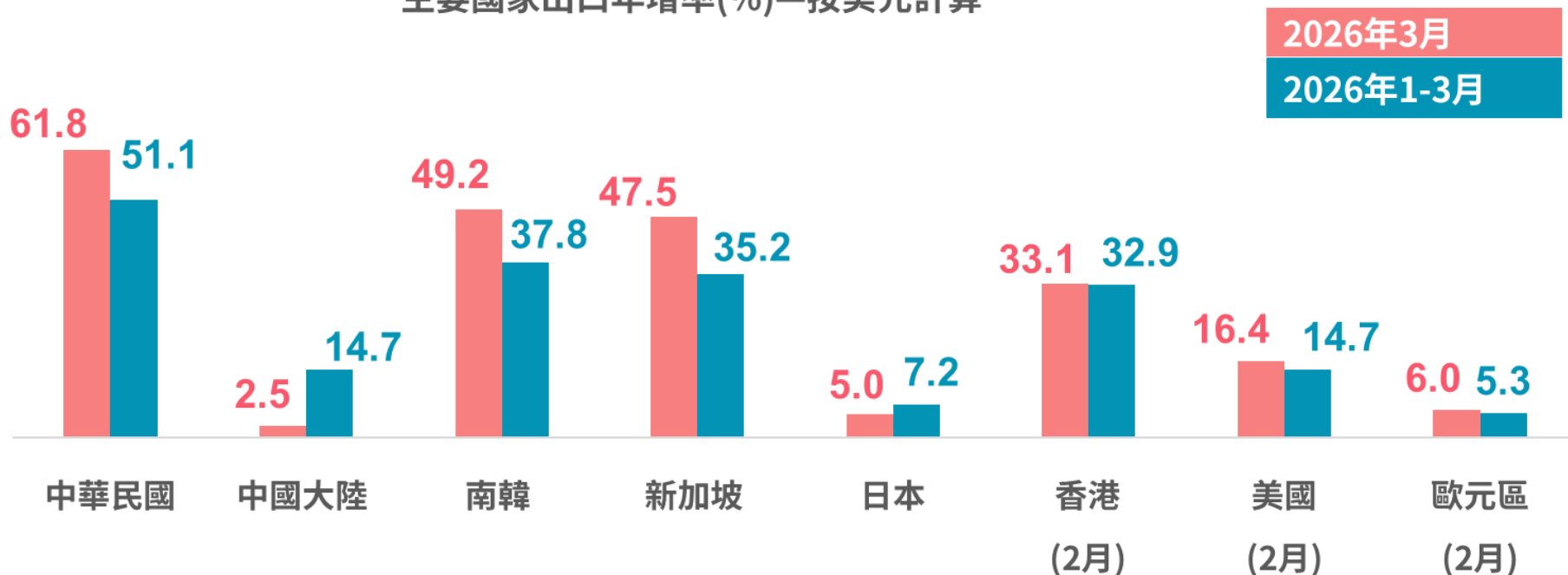


說明：美國2025年10月CPI年增率因受預算中斷影響無相關數據。

- 受中東戰事衝突影響，部分經濟體CPI漲幅較上月增加，其中美國(3月漲3.3%)、歐元區(+2.6%)、南韓(+2.2%)、新加坡(+1.8%)及日本(+1.5%)，年增幅較上月提高0.2~0.9個百分點；香港(+1.7%)與上月持平；我國(+1.2%)及中國大陸(+1.0%)則較上月下降0.6及0.3個百分點。

2026年3月主要國家出口皆呈正成長

主要國家出口年增率(%)—按美元計算



- 3月主要國家(地區)按美元計算之出口年增率皆呈正成長，我國年增61.8%，表現最為亮眼，南韓、新加坡、日本及中國大陸分別年增49.2%、47.5%、5.0%及2.5%。
- 累計1-3月我國、南韓、新加坡、中國大陸及日本出口增幅分別為51.1%、37.8%、35.2%、14.7%及7.2%。

美國出口動能續呈增勢

▶ 出口年增率(%)

▶ 工業生產年增率(%)

失業率(%)

零售銷售年增率(%)



3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 1 2 3月
2025年 | 2026年

3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 1 2 3月
2025年 | 2026年

說明：美國2025年10月失業率指標因受預算中斷影響無相關數據。

- 美國2月出口年增16.4%，主因貴金屬、有色金屬及醫藥產品出口增加；3月工業生產年增0.7%，其中製造業年增0.5%，主因電力及天然氣、電腦及電子產品增產較多，惟機動車輛及零件減產，抵銷部分增幅。
- 2月零售銷售額年增3.4%，主因汽車及零件、網路銷售增加所致；3月失業率4.3%，較上月減少0.1個百分點。

歐元區出口及生產動能續疲

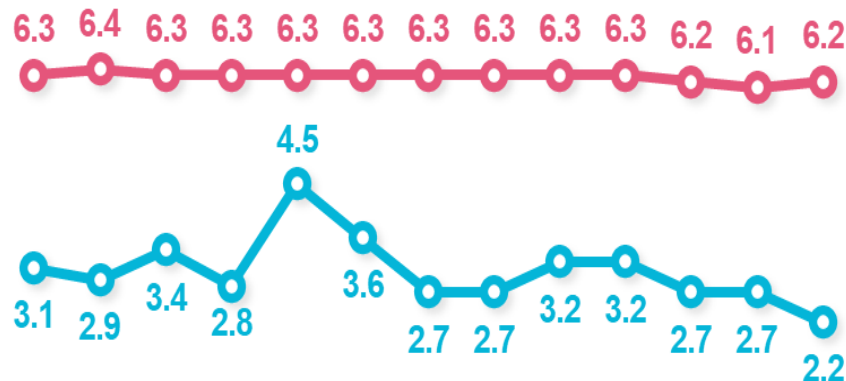
▶ 出口年增率(%)



▶ 工業生產年增率(%)

失業率(%)

零售銷售年增率(%)



2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 1 2 月

2025年

2026年

2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 1 2 月

2025年

2026年

- 歐元區2月出口按歐元計年減6.7%，主因化學品及相關產品出口減少所致；2月工業生產年減0.6%，主因基礎醫藥產品減產，惟電腦、電子及光學產品增產，抵銷部分減幅。
- 2月零售銷售年增2.2%，以網路銷售、食品飲料及菸草銷售成長幅度較大；2月失業率6.2%，較上月增0.1個百分點。

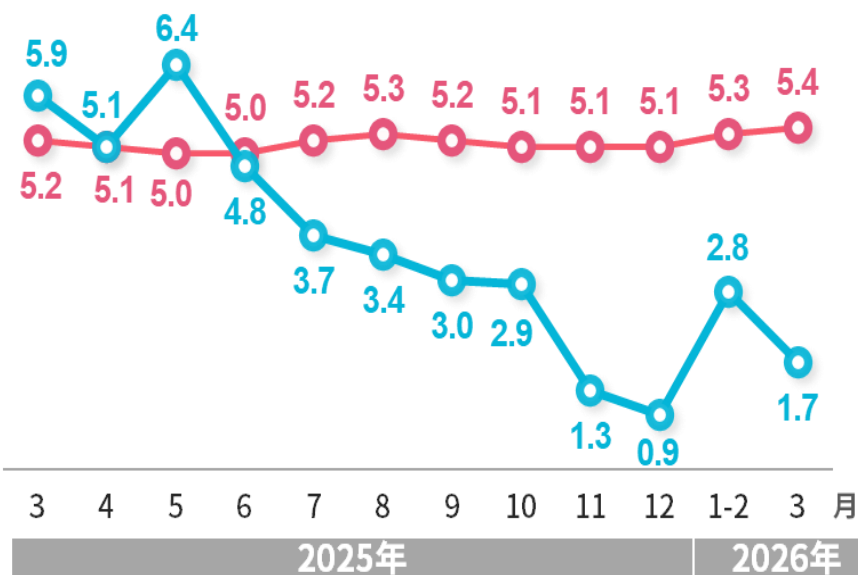
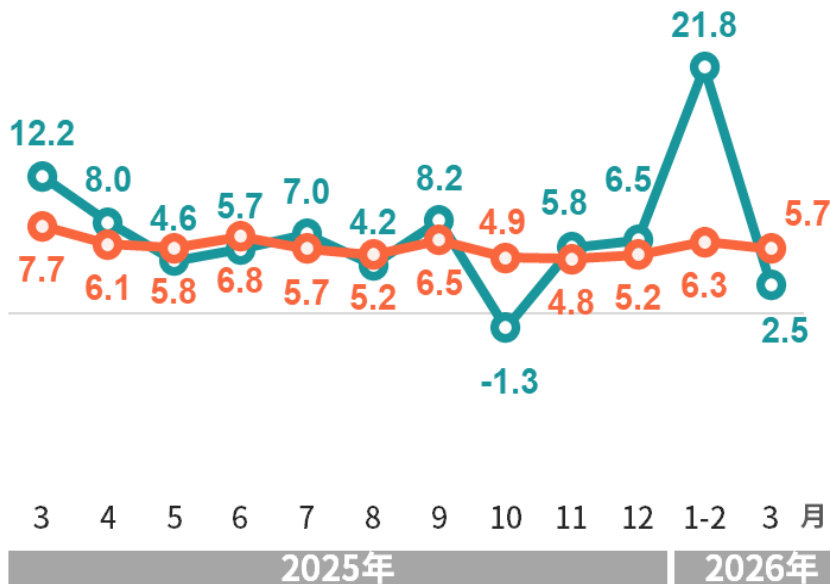
中國大陸3月出口及零售增幅放緩

▶ 出口年增率(%)

▶ 工業生產年增率(%)

失業率(%)

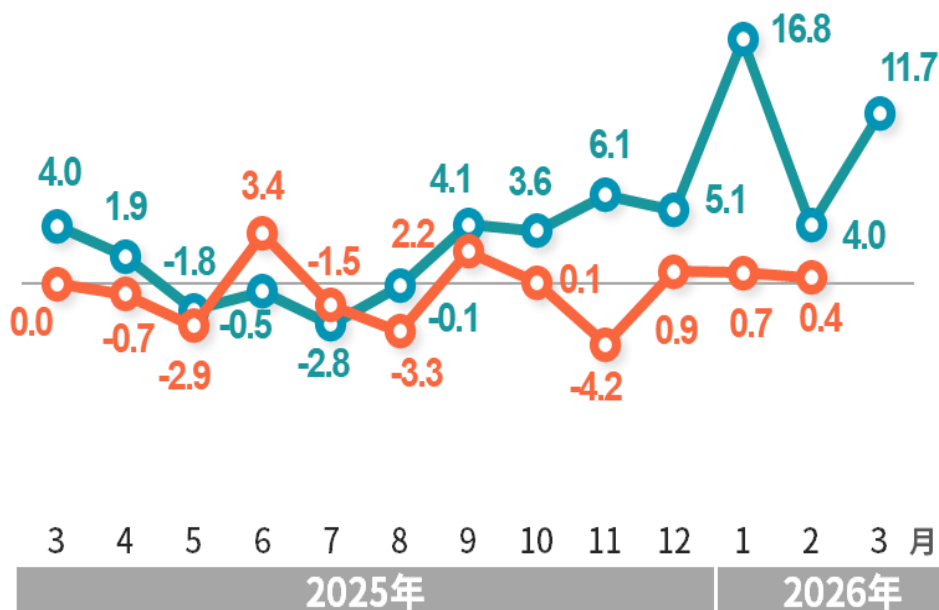
社會消費品零售額年增率(%)



- 中國大陸3月出口按美元計年增2.5%，增速大幅放緩，創上年11月以來新低；3月工業生產年增5.7%，以鐵路船舶航空及其他運輸設備、電腦通訊及其他電子設備製造增幅較大。
- 3月社會消費品零售額年增1.7%，其中商品零售年增1.5%，以通訊器材銷售增加較多，惟汽車銷售減少，抵銷部分增幅。3月失業率為5.4%。

日本內需平疲、外需穩健增長

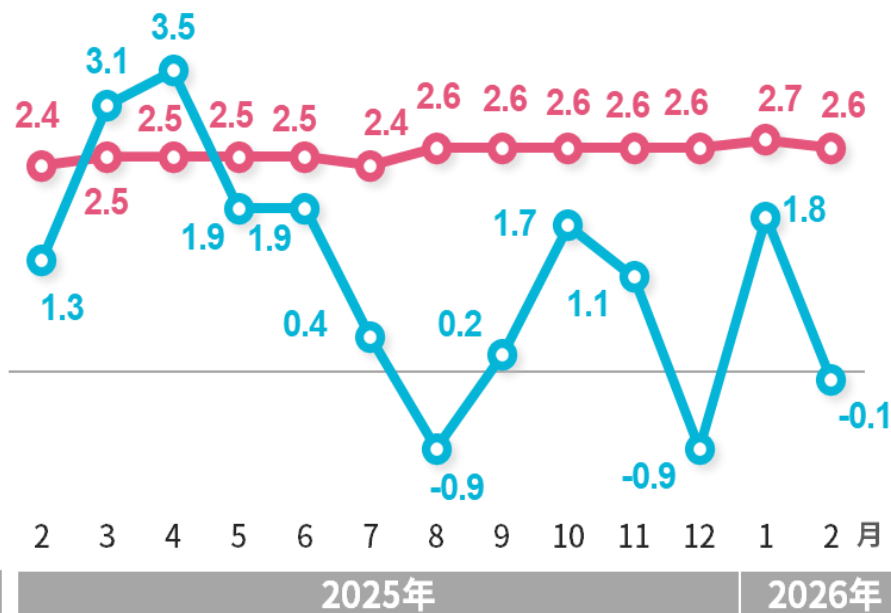
▶ 出口年增率(%)



▶ 工業生產年增率(%)

失業率(%)

零售銷售年增率(%)



- 日本3月出口按日圓計年增11.7%，主因半導體等電子零組件及非鐵金屬出口增加所致；2月工業生產年增0.4%，主因通用/商用機械行業增產，惟金屬製品業減產，抵銷部分增幅。
- 2月零售銷售年減0.1%，主因燃料零售及網路銷售減少，惟汽車零售、藥品及化粧品銷售增加，抵銷部分減幅；2月失業率2.6%，較上月減少0.1個百分點。

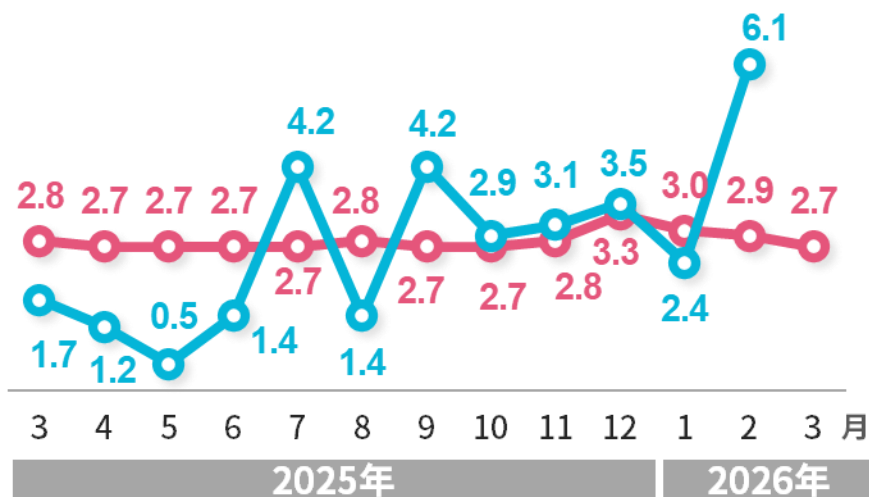
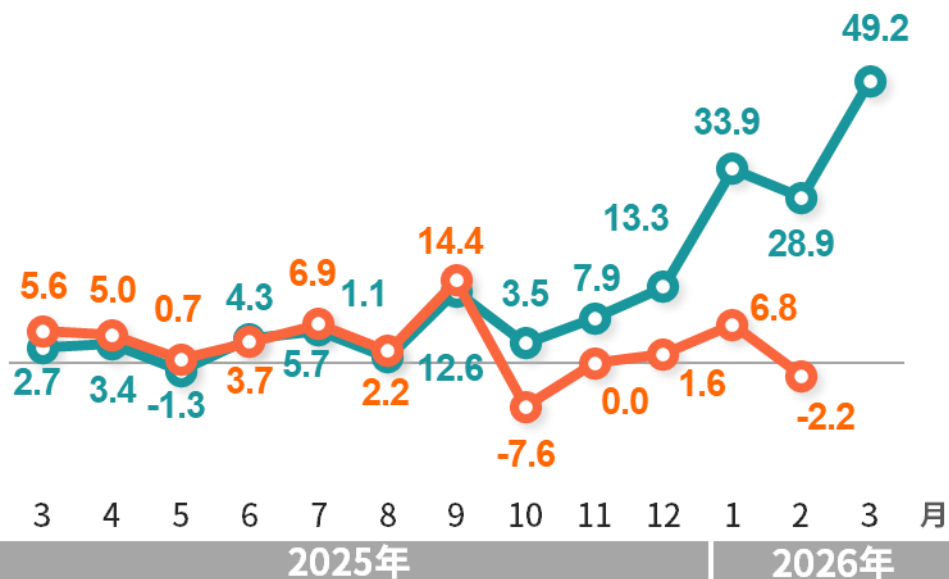
南韓出口續呈雙位數增長

▶ 出口年增率(%)

▶ 工業生產年增率(%)

失業率(%)

零售銷售年增率(%)



- 南韓3月出口年增49.2%，主因受惠電腦及半導體需求暢旺，連續10個月正成長；2月工業生產年減2.2%，若不計列半導體則年減8.3%。
- 2月零售銷售年增6.1%，主因食品及服飾銷售增加所致。3月失業率2.7%，較上月減少0.2個百分點。

貳、國內經濟情勢

A 出口

B 訂單及生產

C 零售及餐飲業

D 就業市場

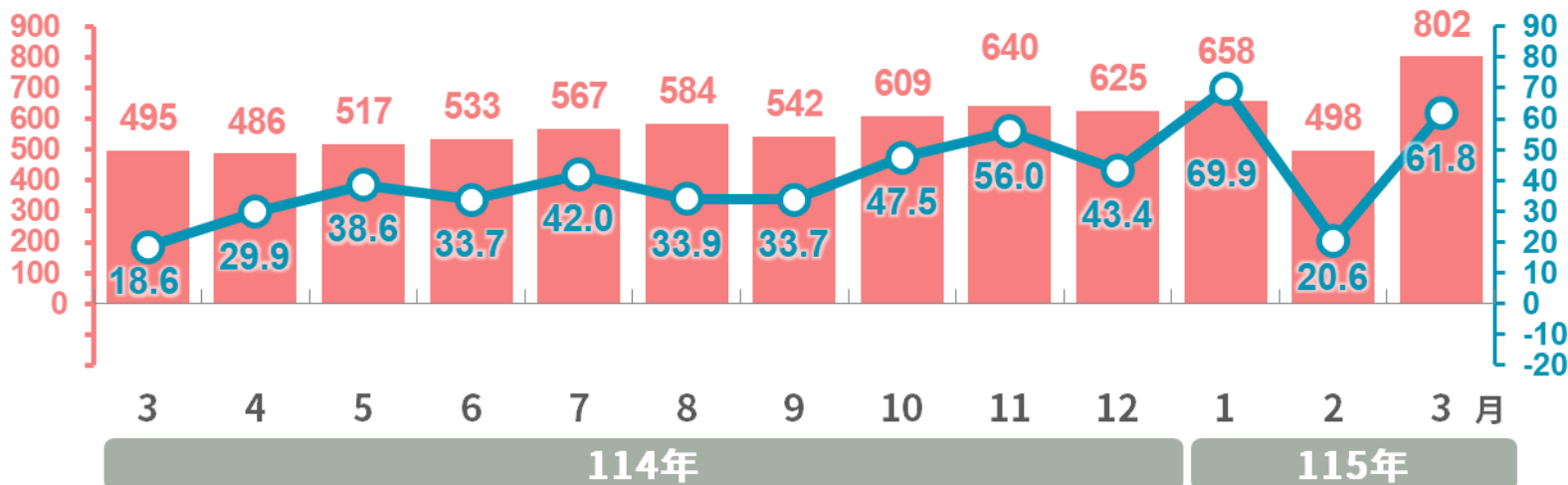
E 物價

3月出口創歷年單月新高

金額(億美元)

出口金額及年增率

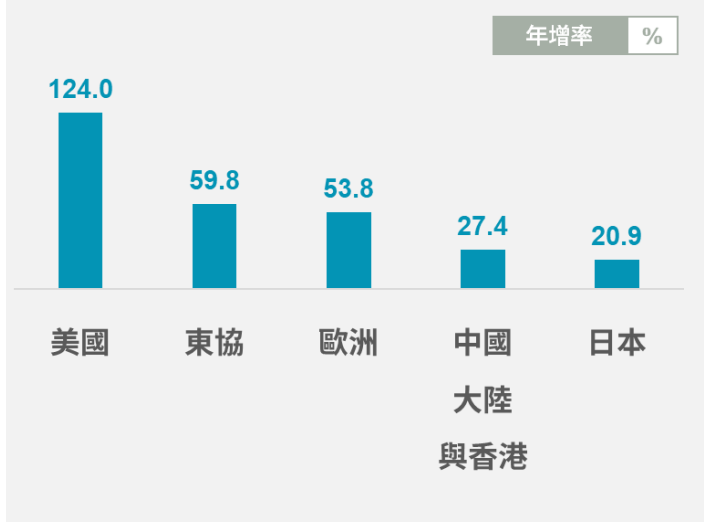
年增率(%)



- 受惠於人工智慧(AI)、高效能運算及雲端服務等應用需求擴增，帶動相關產品外銷價、量同步成長，3月出口躍升至802億美元，首度跨越800億美元，年增61.8%，連續29個月正成長；累計1至3月出口規模創歷年單季最高，年增51.1%。
- 展望未來，隨各國積極布建AI基礎建設，主要雲端服務供應商擴大資本支出，以及AI相關應用場域加速拓展，對我國半導體及資通訊供應鏈需求殷切，加上國內先進製程及高階封裝產能陸續開出，皆有助於維繫出口動能，惟須密切關注地緣政治衝突、貿易措施變化等後續發展。

我國對五大主要市場出口全面揚升

115年3月主要出口市場



115年3月主要出口貨品



- 3月對主要市場出口全面揚升，且對美國、中國大陸與香港、東協三大地區年增率分別為124.0%、27.4%、59.8%，對歐洲及日本各增53.8%、20.9%。
- 3月主要貨品出口以資通與視聽產品年增1.3倍最高，電子零組件亦增44.0%，規模值雙雙刷新單月紀錄，併計年增88.5%，機械、電機產品出口均增逾1成，基本金屬及其製品則因鋼鐵需求未見明顯起色，出口仍年減7.4%。

外銷訂單及製造業生產持續雙位數成長

外銷訂單

3月↑65.9%

年增率 %



製造業生產指數

3月↑30.7%

年增率 %



- 外銷訂單3月達911.2億美元，創歷年單月新高，年增65.9%，主因人工智慧、高效能運算及雲端資料服務等應用需求續強，帶動相關供應鏈需求攀升，加以國際主要原物料上漲，備貨意願轉強所致。

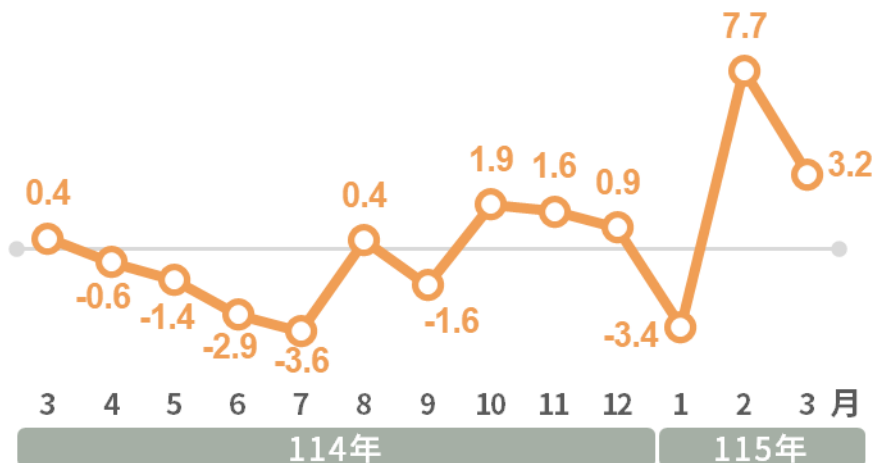
- 製造業生產指數3月年增30.7%，主因受惠人工智慧、高效能運算及雲端資料服務等應用需求持續擴增，挹注資訊電子產業生產動能穩步成長，惟部分傳統產業因市場競爭及需求回升力道仍緩，抵銷部分增幅。

3月零售及餐飲業營業額續呈增勢

零售業 營業額

3月↑3.2%

年增率 %



- 零售業營業額3月年增3.2%，主因業者掌握節慶賽事消費商機積極促銷，並持續優化商品銷售結構，加以消費性電子新品上市推升買氣，惟車市買氣續呈觀望，抵銷部分增幅。

餐飲業 營業額

3月↑2.3%

年增率 %



- 餐飲業營業額3月年增2.3%，其中餐館及飲料店受惠營運據點拓展，聯名新品與優惠活動挹注，分別年增1.8%及3.9%；外燴及團膳承包業因航空旅運人次成長推升空廚餐點需求，年增4.7%。

減班休息人數連續5個月下滑

失業率(%)



實施減班休息人數(人)



註：114年4月~115年3月為月底值。

- 3月失業率3.34%，為26年來同月最低，較上月微增0.02個百分點，主要係受春節後轉職影響所致；與上年同月相比則下降0.01個百分點。
- 4月中實施減班休息人數3,442人，主要集中於金屬機電工業(2,462人)，整體實施人數連5個月下滑，與3月底相比，減少245人，以金屬機電工業減少最多。

CPI連續11個月低於2%

生產者物價指數年增率(%)



- 3月生產者物價指數(PPI)年增2.53%，主因石油及煤製品、化學材料及其製品與藥品、電力設備及配備、電腦、電子產品及光學製品、電子零組件等價格上漲所致，惟農產品與燃氣等價格下跌，抵銷部分漲幅。

消費者物價指數年增率(%)



- 3月消費者物價指數(CPI)年增1.20%，主因外食費續有部分業者調漲售價，肉類價格仍居高檔，加上房租、電費、燃氣、機票及電腦等價格調升，惟蔬果、汽機車等交通工具及通訊設備等價格下跌，抵銷部分漲幅；若扣除蔬菜水果、能源後之核心CPI漲1.94%。

參、專題： 人口結構變遷下之消費轉型與重塑

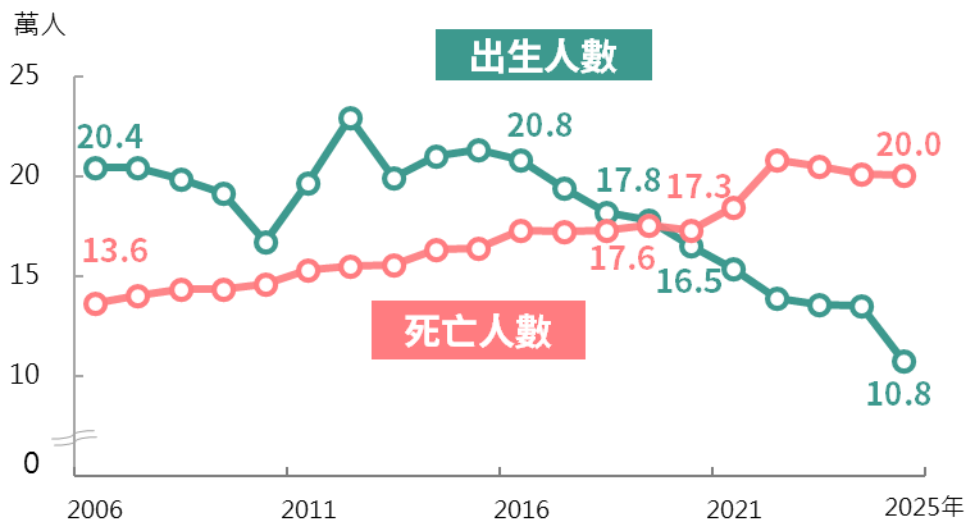
A 我國人口結構變遷現況

B 洞察民間消費結構之轉變

C 催化產業發展新趨勢

D 民間消費國際比較

出生及死亡人數



資料來源：內政部。

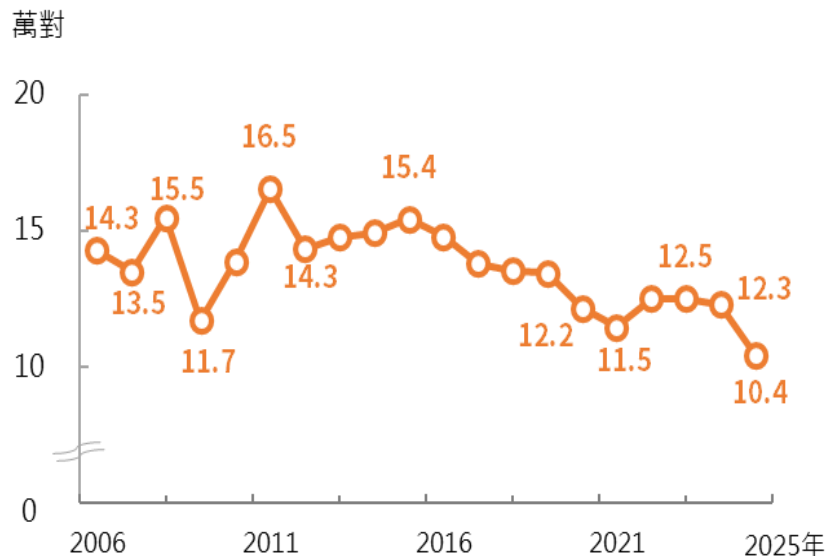
各年齡組人口占總人口比率

	各年齡組人口比率(%)		
	0-14歲	15-64歲	65歲以上
2006年	18.1	71.9	10.0
2011年	15.1	74.0	10.9
2016年	13.3	73.5	13.2
2018年	12.9	72.5	14.6
2021年	12.4	70.8	16.9
2025年	11.5	68.4	20.1
2006-2015年	15.6	73.4	11.0
2016-2025年	12.4	71.1	16.5
變動百分點	-3.2	-2.3	5.5

資料來源：內政部。

- 我國出生人數自2016年起連續10年負成長，2025年降至10.8萬人，創歷年新低，且2020年起連6年低於死亡人數，兩者差距擴大；同時，我國於2018年進入高齡社會(65歲以上人口占14.6%)，2025年(占20.1%)正式邁入超高齡社會。
- 工作年齡人口(15-64歲)比率自2013年起連續13年下滑，2025年降至68.4%，顯示勞動力供給逐步下降，扶養負擔漸次加重，對經濟發展構成挑戰。

結婚對數



資料來源：內政部。

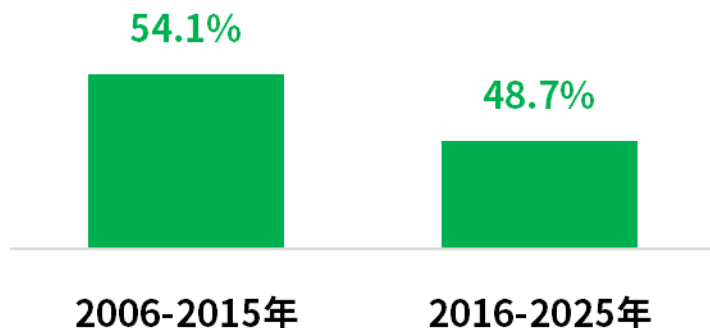
戶數結構

	戶數結構(%)					平均戶量(人)
	1人家戶	2人家戶	3人家戶	4人家戶	其他	
2006年	26.4	17.7	17.6	18.0	20.3	3.09
2011年	29.3	19.2	18.2	16.7	16.6	2.88
2016年	32.1	19.7	18.2	15.5	14.5	2.75
2021年	34.8	20.8	18.1	14.2	12.1	2.60
2025年	40.5	21.1	17.1	12.0	9.3	2.37
2006-2015年	29.1	18.8	18.1	16.8	17.2	2.92
2016-2025年	34.9	20.6	18.0	14.2	12.3	2.60
變動百分點(變動值)	5.8	1.8	-0.1	-2.6	-4.9	-0.32

資料來源：內政部。

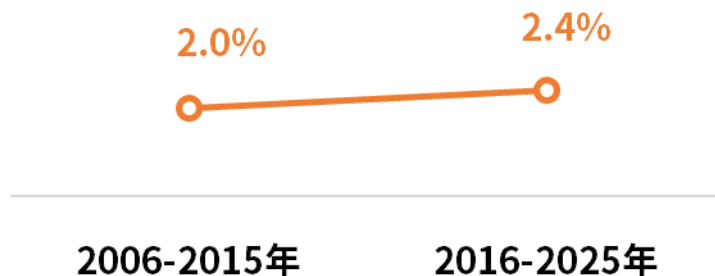
- 隨結婚對數持續下滑(2025年降至10.4萬對新低水準)，家戶結構中單人戶比率由2006年26.4%攀升至2025年40.5%，居所有戶數類型之冠。觀察近20年變動，2016-2025年單人戶占比較2006-2015年增加5.8個百分點，增幅最大。平均戶量(每戶人口數)亦由2006年3.09人逐年遞減至2025年2.37人，顯示家庭結構特徵趨向小型化與獨居現象。

民間消費占 GDP 比率



資料來源：行政院主計總處。

民間消費實質成長率



資料來源：行政院主計總處。

- 觀察近20年我國民間消費占國內生產毛額(GDP)比率變化，長期約維持在50%以上，惟自2020年起跌破50%，且呈逐步下降趨勢，其中前10年(2006-2015年)平均約占54.1%，後10年(2016-2025年)降至48.7%，惟實質成長率不降反升，由2.0%提高至2.4%，反映在高齡及人口低成長的因素下，民間消費仍保有高度韌性，支撐經濟穩定增長。

民間消費-依消費目的分(主要變動項目)

	消費結構 (%)			
	民間消費	餐廳及住宿	醫療保健	教育
2006-2015年	100.0	8.3	4.1	4.7
2016-2025年	100.0	9.9	4.7	3.2
變動百分點	-	1.6	0.6	-1.5

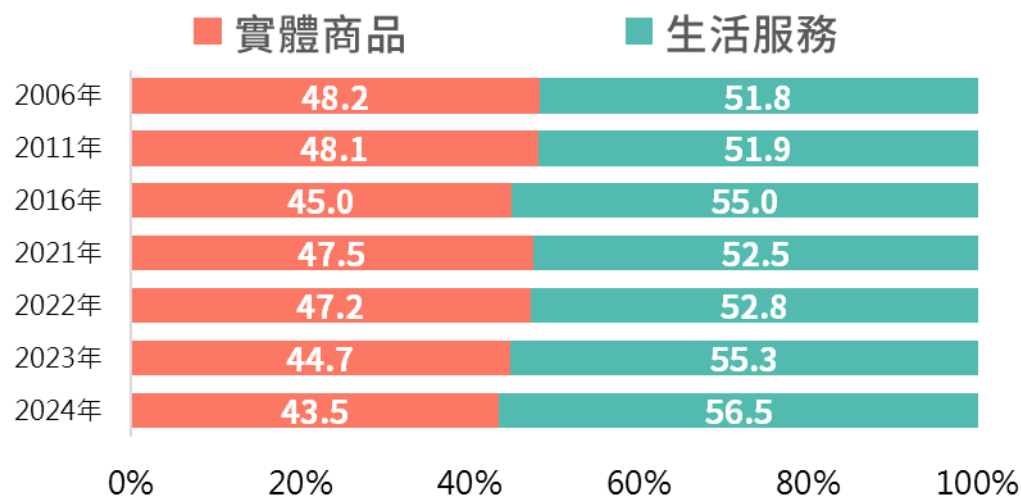
資料來源：行政院主計總處。

人口結構轉變正逐步重塑民間消費各類型支出：

- 餐廳及住宿：由2006-2015年8.3%提升至2016-2025年9.9%，增1.6個百分點，為消費結構中增加最多之類別，顯示國人將消費轉往外食與旅遊方面。
- 醫療保健：由4.1%升至4.7%，增0.6個百分點，反映人口高齡化對相關支出持續推升。
- 教育支出：受少子化影響，由4.7%降至3.2%，減1.5個百分點，為減少最多之類別。

消費重心由「實體商品」轉向「生活服務」

民間消費-依消費型態分



資料來源：行政院主計總處。

備註：實體商品(Goods)係指耐久財、半耐久財及非耐久財。

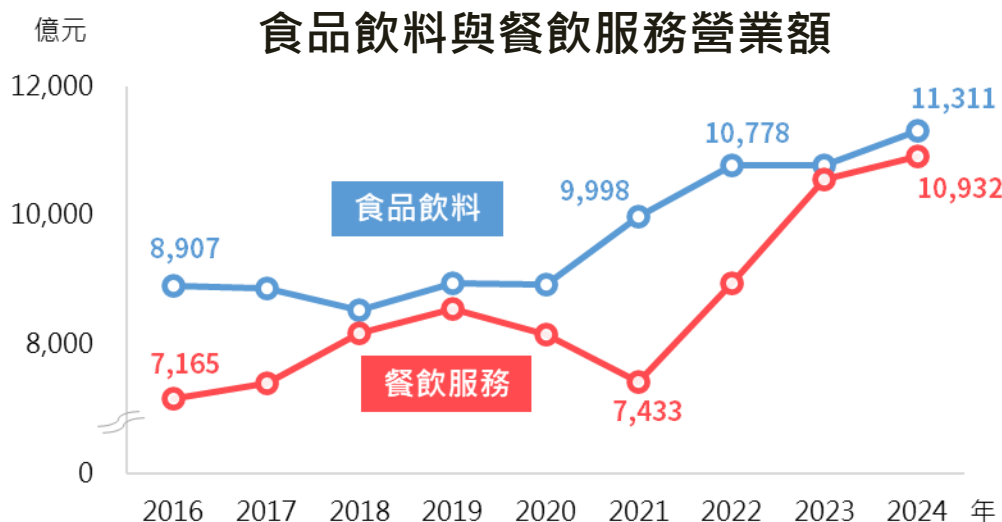
民間消費之平均消費結構

	消費結構 (%)		
	民間消費	實體商品	生活服務
2006-2015年	100.0	47.4	52.6
2016-2024年	100.0	45.1	54.9
變動百分點	-	-2.3	2.3

資料來源：行政院主計總處。

- 近年實體商品消費占民間消費比率除疫情期間外，多呈下滑走勢，2024年縮減至43.5%；就長期平均消費占比觀察，由2006-2015年47.4%降至2016-2024年之45.1%，減2.3個百分點。反之，服務消費占比漸進擴張，2024年達56.5%創歷年新高，反映隨社會人口結構變遷，國人消費支出轉移更多至非實體商品之服務需求上。

家戶人口減少，推升外食浪潮

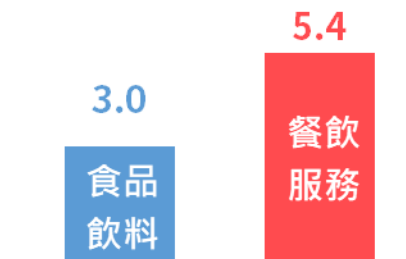


資料來源：經濟部統計處。

備註：1.食品飲料零售營業額：係採零售業之食品飲料銷售占比估算之金額。

2.餐飲服務營業額：除包含餐館業及飲料店營業額外，另含零售業中餐飲服務之營業額(參採零售業之餐飲服務銷售占比估算而得)。

食品飲料與餐飲服務營業額 平均成長率

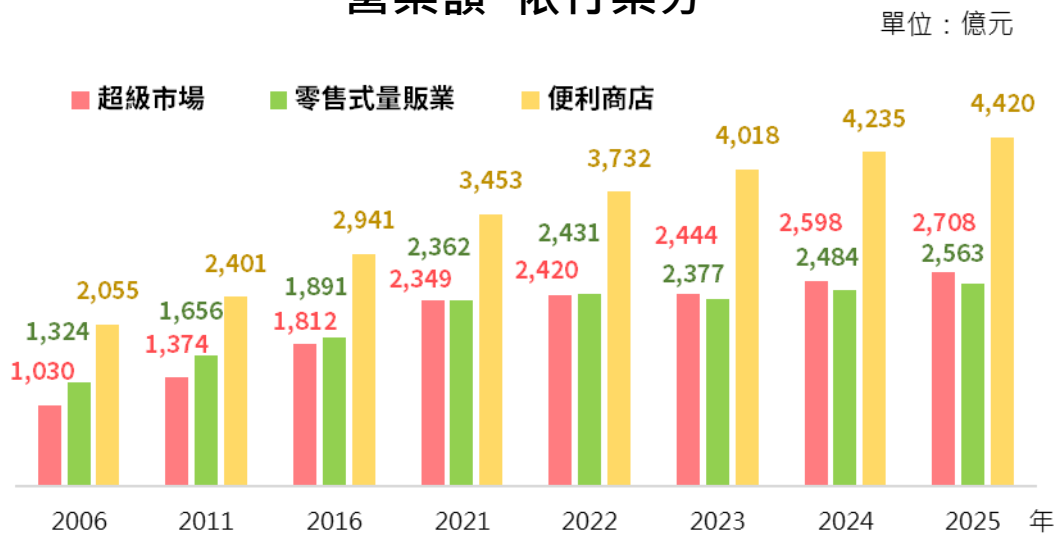


資料來源：經濟部統計處。

備註：為2017-2024年營業額每年平均成長率(%)。

- 家戶組成的改變也反應在相關產業的表現上，觀察食品飲料與餐飲服務銷售變化，除2020-2022年疫情期間帶動自煮風潮，餐飲業受創外，餐飲服務營業額逐步拉近食品飲料營業額。
- 就年平均成長率觀察，2017-2024年餐飲服務平均成長率5.4%，為食品飲料(3.0%)近兩倍，顯示家戶規模縮小與追求便利性趨勢下，消費需求逐漸由「採購食材」趨向外食或外送之「服務體驗」，外食已逐漸成為家戶餐飲需求的常態選擇。

營業額—依行業分



資料來源：經濟部統計處。

營業額平均成長率

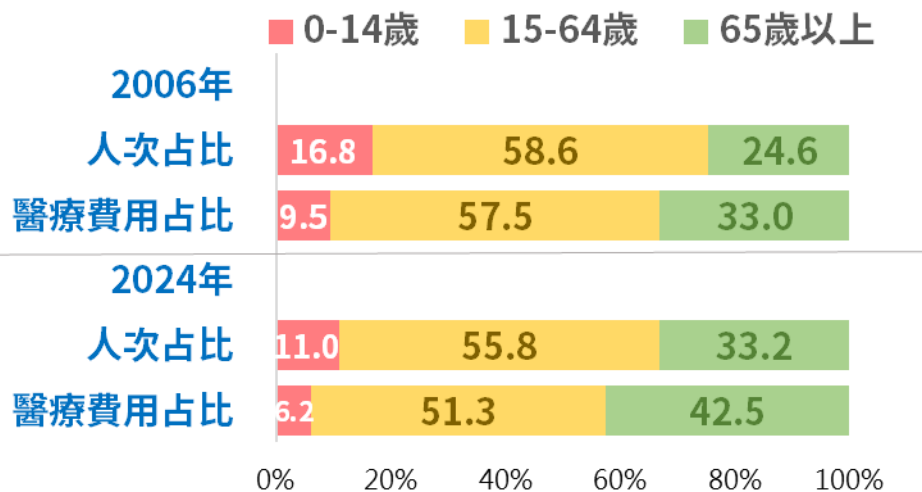
	超級市場	零售式量販業	便利商店
2016-2025年	4.9	3.5	4.6

資料來源：經濟部統計處。

- 隨人口高齡化與家庭結構微型化，大眾消費習慣逐步從「一站式購足」趨向「社區生活圈」發展，展現少量、即時的消費需求特徵。
- 便利商店與超級市場因具備「據點密集、距離近、社區化」優勢，加上較貼近現代小家庭「小包裝、少量」需求，營業額穩定增長，其中超級市場營業額自2023年起已連3年超過主打「大量採購」的量販店。
- 就近10年平均成長率觀察，三者成長動能約介於3-5%左右，其中超級市場約5%的增速居首，便利商店逾4%居次，反映人口結構改變，影響消費行為的轉向，進而牽動零售通路版圖消長。

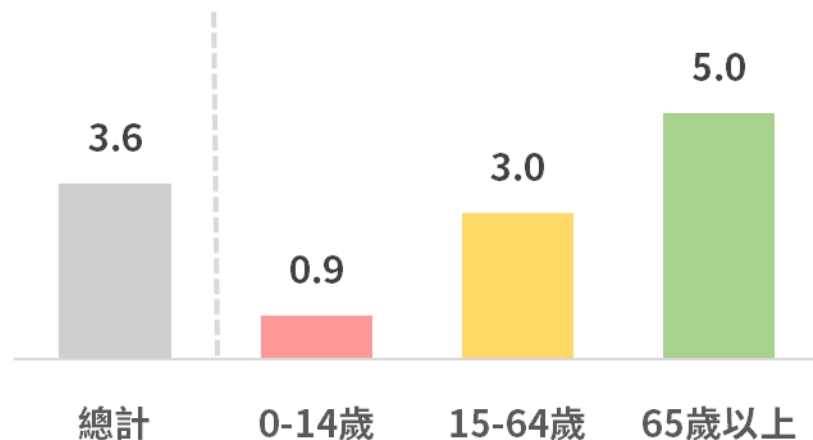
醫療照護支出增加

全民健康保險醫療統計-依年齡分



資料來源：衛福部。

全民健康保險醫療費用平均成長率-依年齡分



資料來源：衛福部。

備註：為2006年-2024年健保醫療費用每年平均成長率(%)。

- 隨人口高齡化發展，醫療服務需求呈擴張趨勢，依全民健康保險醫療統計，2024年我國門、住診人次中，65歲以上族群使用全民健保人次占比為33.2%，較2006年24.6%增加8.6個百分點，而其使用之醫療資源超過四成，較2006年之33.0%增9.5個百分點。
- 觀察長期趨勢，65歲以上族群使用之醫療費用平均成長率為5.0%，明顯高於15-64歲(3.0%)及0-14歲(0.9%)，亦較整體平均成長率3.6%為高。

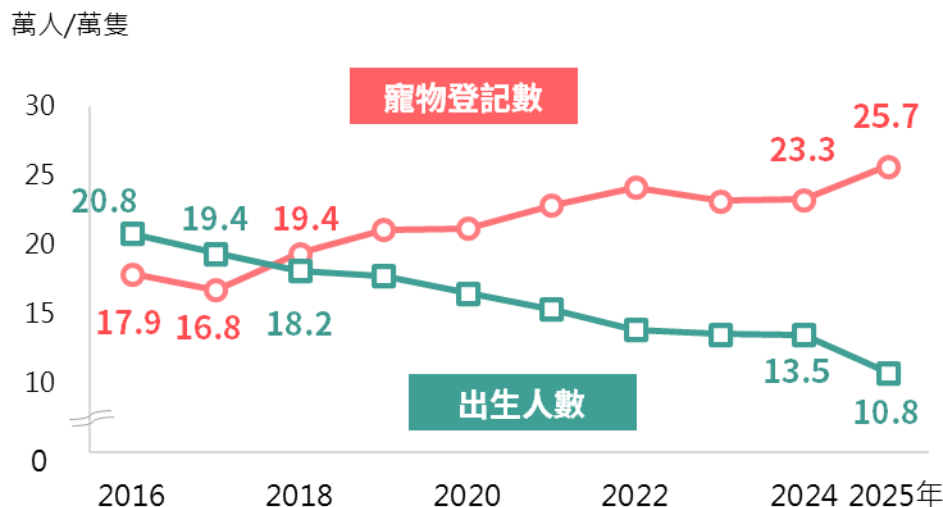
保健營養食品產銷與進口概況

	生產值 (億元)	內銷值 (億元)	海關進口值 (億元)
2006年	78	64	42
2011年	157	135	50
2016年	192	167	72
2021年	328	261	74
2022年	364	296	83
2023年	365	269	87
2024年	342	262	95
2025年	335	260	90
2006-2025年平均成長率(%)	7.7	7.1	4.3

資料來源：經濟部統計處、財政部。

- 隨人口結構逐步向中高齡族群傾斜，加以國人健康意識提升，帶動保健營養食品需求穩定成長。觀察國內保健營養食品主要以內銷市場為主，生產值從2006年78億元攀升至2023年達365億元高峰，2025年雖微幅減少至335億元，惟產值規模為2006年的4.3倍。就近20年觀察，生產值與內銷值平均每年分別成長7.7%及7.1%。
- 進口的保健營養食品亦呈逐步上揚趨勢，平均年增4.3%，顯示國內整體保健營養食品市場呈現擴張態勢。

出生人數及寵物登記數



資料來源：內政部、農業部「寵物登記管理資訊網」。
備註：寵物登記資料僅指狗與貓之登記數，不含其他寵物。

寵物相關產業營利事業銷售額

	家數 (家)	銷售額合計 (億元)	銷售額結構		
			寵物週邊商品販售	寵物販售	寵物照顧訓練及服務
2016年	6,098	275	231	32	12
2021年	7,701	347	289	36	22
2025年	9,669	461	384	43	35
2016-2025年平均成長率	5.1	5.6	5.4	3.5	12.5

資料來源：財政部。

備註：寵物週邊商品販售包含：寵物服裝及其飾品配件批發、寵物用品批發、寵物用品零售及寵物飼品零售；寵物販售包含：寵物批發及寵物零售；寵物照顧、訓練及服務包含：獸醫服務、寵物殯葬及寵物照顧及訓練。

■ 出生人數與寵物登記數於2018年出現黃金交叉，寵物登記數(19.4萬)首度超越出生人數(18.2萬)，之後兩者逐步拉大差距，至2025年達25.7萬為新生兒10.8萬的2.4倍，差距擴大至近15萬，同時也帶起一波寵物經濟浪潮。

■ 觀察寵物相關產業營利事業家數，近10年(2016-2025年)平均成長5.1%，銷售額亦成長5.6%。從販售商品類型結構觀察，以寵物週邊商品銷售額占逾八成最多，近10年銷售額成長主要以寵物照顧訓練及服務成長12.5%最顯著，顯示民眾對於寵物消費支出逐漸由單純購買飼料與用品，擴展至美容、醫療等多元服務，寵物經濟影響力逐步擴增。

主要國家民間消費變動趨勢

	我國	南韓	日本	新加坡	美國
民間消費占GDP比率(%)					
2006-2015年	54.1	52.1	55.9	37.6	67.8
2016-2025年	48.7	48.8	53.4	32.4	67.6
變動百分點	-5.4	-3.3	-2.5	-5.2	-0.2
民間消費實質成長率(%)					
2006-2015年	2.0	2.8	0.6	3.9	1.7
2016-2025年	2.4	1.9	0.0	3.0	2.7
變動百分點	0.4	-0.9	-0.6	-0.9	1.0

資料來源：行政院主計總處、各國官網。

- 觀察主要國家民間消費占GDP比重，近年多呈下滑，其中我國與新加坡降幅較明顯，2016-2025年與2006-2015年相較，分別減5.4與5.2個百分點。
- 若扣除物價因素觀察實質成長率，美國及我國仍呈成長態勢，分別增1.0及0.4個百分點，其餘主要國家則為衰退。顯示我國雖處人口結構轉變期，但消費動能仍穩健成長。

肆、結語

一、國外經濟

地緣政治衝突升溫及經貿局勢之不確定性仍高，為全球經濟前景增添變數。根據國際預測機構 S & P Global 於4月15日預測，2026年全球經濟成長率2.4%(較上次預測下修0.2個百分點)。

二、國內經濟

受惠人工智慧、高效能運算及雲端資料服務等應用需求續強，帶動我國3月外銷訂單、製造業生產分別年增65.9%及30.7%；民間消費方面，零售業3月營業額年增3.2%，主因業者掌握節慶賽事消費商機積極促銷，並持續優化商品銷售結構，加以消費性電子新品上市推升買氣所致；餐飲業3月營業額年增2.3%，其中餐館及飲料店受惠營運據點拓展，聯名新品與優惠活動挹注，外燴及團膳承包業則因航空旅運人次成長，推升空廚餐點需求。

展望未來，地緣政治風險及貿易保護主義加深全球經濟下行風險，惟AI相關應用加速擴展，加以各國AI基礎設施持續推進，將推升我國半導體先進製程及伺服器相關供應鏈需求暢旺，有助於維繫我國外銷接單、製造業生產成長動能；零售業因清明連假、母親節檔期陸續展開，加以新百貨商場加入營運，可望維繫成長動能；餐飲業因連假民眾外食及聚餐需求增溫，加以氣候轉熱帶動消暑商機，年增率續呈增勢。

三、專題：人口結構變遷下之消費轉型與重塑

(一)我國人口結構變遷現況：

1. **少子化與超高齡社會**：我國出生人數自2016年起連續10年負成長，2025年降至10.8萬人，創歷年新低，同年65歲以上人口占總人口達20.1%，正式邁入超高齡社會；工作年齡人口(15-64歲)比率自2013年起連續13年下滑，2025年降至68.4%，顯示勞動力供給逐步下降，扶養負擔漸次加重，對經濟發展構成挑戰。
2. **小規模家庭比率攀升**：隨結婚對數持續下滑(2025年降至10.4萬對新低水準)，家戶結構中單人戶比率由2006年26.4%攀升至2025年40.5%，居所有戶數類型之冠，顯示家庭結構特徵趨向小型化與獨居現象。

(二)洞察民間消費結構之轉變：

1. **民間消費占GDP比率下滑，實質成長仍維持正向**：觀察近20年我國民間消費占國內生產毛額(GDP)比率變化，前10年(2006-2015年)平均約占54.1%，後10年(2016-2025年)降至48.7%，惟實質成長率不降反升，由2.0%提高至2.4%，反映在高齡及人口低成長的因素下，民間消費仍保有高度韌性，支撐經濟穩定增長。

- 2.餐廳及住宿、教育支出為民間消費增、減最明顯之類別：人口結構轉變正逐步重塑民間消費各類型支出，其中以「餐廳及住宿、醫療保健及教育支出」之變動最為顯著。
- 3.消費重心由「實體商品」轉向「生活服務」：近年實體商品消費占民間消費比率除疫情期間外，多呈下滑走勢；反之，服務消費占比漸進擴張，反映隨社會人口結構變遷，國人消費支出轉移更多至非實體商品之服務需求上。

(三)催化產業發展新趨勢：

- 1.家戶人口減少，推升外食浪潮：家戶規模縮小與追求便利性趨勢下，消費需求逐漸由「採購食材」趨向外食或外送之「服務體驗」，外食已逐漸成為家戶餐飲需求的常態選擇。
- 2.消費模式趨向社區生活圈：隨人口高齡化與家庭結構微型化，大眾消費習慣逐步從「一站式購足」趨向「社區生活圈」發展，展現少量、即時的消費需求特徵。
- 3.醫療照護支出增加：隨人口高齡化發展，醫療服務需求呈擴張趨勢，2024年我國門、住診人次中，65歲以上族群使用全民健保人次占比為33.2%，使用之醫療資源超過四成。

4.保健營養食品生產及進口穩健成長：隨人口結構逐步向中高齡族群傾斜，加以國人健康意識提升，帶動保健營養食品需求穩定成長，保健營養食品2025年產值規模為2006年的4.3倍。

5.寵物經濟快速擴增：出生人數與寵物登記數於2018年出現黃金交叉；寵物相關營利事業銷售額持續攀升，其中以寵物照顧訓練及服務成長最顯著，顯示民眾對於寵物消費支出已由單純購買飼料與用品，擴展至美容、醫療等多元服務，寵物經濟影響力逐步擴增。

(四)民間消費國際比較：

主要國家民間消費占比多呈下滑：觀察主要國家民間消費占GDP比重，近年多呈下滑，其中我國雖降幅較明顯，但若扣除物價因素觀察實質成長率，我國仍呈成長態勢，顯示我國雖處人口結構轉變期，但消費動能仍穩健成長。

(五)智慧轉型緩解缺工壓力，開創銀髮產業新藍海：

政府致力協助服務業及傳統產業導入智慧機械與AI技術，透過數位轉型與自動化提升生產效能；並延攬重點產業(五大信賴產業)國際人才，串聯跨部會資源，鼓勵中高齡者經驗傳承、延任職場，提升中高齡勞動參與率，以緩解人力缺口壓力及少子化衝擊，同時引導資金投入長期照顧等國家產業，開拓銀髮經濟新商機。