第貳章、提要分析

為瞭解國內批發、零售及餐飲業業者目前經營實況，供政府釐訂經濟決策及編算國民所得統計，本處於 115 年 6 月辦理「批發、零售及餐飲業經營實況調查」，調查家數計 4,368 家，回收有效樣本為 3,994 家，回表率 91.4%。茲將調查統計結果分述如次：

壹、批發業

一、全年損益

▲114 年批發業營業收入為 14 兆 718 億元，較 113 年增加 8.7%

114 年批發業營業收入為 14 兆 718 億元，較 113 年增加 8.7%，其中機械器具批發業受惠人工智慧及雲端資料服務等應用持續拓展，推升伺服器、記憶體及相關電子零組件出貨動能，年增 23.8%；藥品及化粧品批發業因新藥上市、國內常規疫苗及藥品出貨增加，年增 3.7%；汽機車批發業因車市買氣觀望，經銷商拉貨動能趨緩，年減 10.5%；建材批發業因下游產業備貨保守，加以鋼價居於低檔，年減 8.6%(詳表 1)。

表 1、批發業營業收入概況

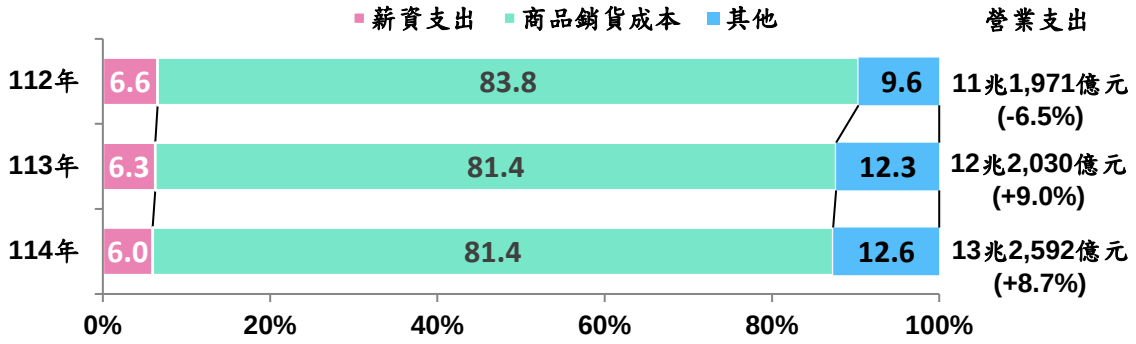
單位：億元；%

	112 年	113 年	114 年		
				結構比	年增率
批發業	**119,060**	**129,507**	**140,718**	**100.0**	**8.7**
商品經紀業	515	549	540	0.4	-1.6
綜合商品批發業	3,002	3,090	2,968	2.1	-4.0
農產原料及活動物批發業	862	808	752	0.5	-6.9
食品、飲料及菸草製品批發業	14,902	15,287	15,242	10.8	-0.3
布疋及服飾品批發業	3,842	4,067	3,963	2.8	-2.6
家用器具及用品批發業	6,848	7,062	6,904	4.9	-2.2
藥品、醫療用品及化粧品批發業	6,832	6,895	7,151	5.1	3.7
文教育樂用品批發業	1,941	1,877	1,803	1.3	-3.9
建材批發業	10,912	10,903	9,963	7.1	-8.6
化學原材料及其製品批發業	5,433	5,933	5,724	4.1	-3.5
燃料及相關產品批發業	1,595	1,384	1,343	1.0	-3.0
機械器具批發業	48,574	57,800	71,579	50.9	23.8
汽機車及其零配件、用品批發業	10,511	10,296	9,215	6.5	-10.5
其他專賣批發業	3,289	3,556	3,572	2.5	0.4

▲114 年批發業營業支出為 13 兆 2,592 億元，較 113 年增加 8.7%

114 年批發業營業支出為 13 兆 2,592 億元，其中商品銷貨成本占營業支出比重為 81.4%，與 113 年持平；薪資支出占比由 113 年 6.3%微幅下滑至 6.0%，減少 0.3 個百分點 (詳圖 1)。

圖 1、批發業營業支出概況



▲114 年批發業營業淨利為 8,126 億元，營業利益率為 5.8%

114 年批發業營業淨利為 8,126 億元，較 113 年增加 8.7%，營業利益率為 5.8%，與 113 年近乎持平；就主要業別觀察，114 年批發業中以商品經紀業營業利益率達 9.3%為最高，食品、飲料及菸草製品批發業 7.9%居次，化學材料批發業 7.7%居第 3 (詳表 2)。

表 2、114 年批發業營業淨利情形

單位：億元；%

	營業淨利	年增率	營業利益率	增減百分點
批發業	**8,126**	**8.7**	**5.8**	**0.001**
商品經紀業	50	-13.1	9.3	-1.2
綜合商品批發業	144	-6.2	4.9	-0.1
農產原料及活動物批發業	41	-10.2	5.5	-0.2
食品、飲料及菸草製品批發業	1,208	-0.4	7.9	-0.01
布疋及服飾品批發業	281	-6.9	7.1	-0.3
家用器具及用品批發業	500	-4.1	7.2	-0.1
藥品、醫療用品及化粧品批發業	469	-0.3	6.6	-0.3
文教育樂用品批發業	124	-9.0	6.9	-0.4
建材批發業	761	-8.8	7.6	-0.01
化學材料及其製品批發業	439	5.0	7.7	0.6
燃料及相關產品批發業	38	2.9	2.8	0.2
機械器具批發業	3,345	35.4	4.7	0.4
汽機車及其零配件、用品批發業	534	-13.9	5.8	-0.2
其他專責批發業	193	-2.9	5.4	-0.2

說明：營業淨利＝營業毛利-營業費用；營業利益率＝營業淨利÷營業收入。

二、固定資產變動情形

▲114 年批發業固定資產(不含土地)增購額 875 億元，主要為購置機械雜項設備

114 年批發業固定資產(不含土地)增購額 875 億元，較 113 年減少 6.3%，其中機械雜項設備增購 404 億元(占 46.2%)，房屋營建工程增購 188 億元(占 21.5%)，交通運輸設備增購 131 億元(占 14.9%)，未完工程及預付購置設備增購 152 億元(占 17.4%)。

若觀察 114 年各小業固定資產之變動情形，以機械器具批發業增購 327 億元最多(占 37.4%)，其次為建材批發業增購 120 億元 (占 13.7%)，食品、飲料及菸草批發業增購 91 億元居第三(占 10.4%)，三者合占批發業固定資產增購 61.5%(詳表 3)。

若與 113 年比較，以機械器具批發業、食品、飲料及菸草批發業及商品經紀業減少最多，分別減少 79 億元、17 億元及 9 億元，主因投資期程規畫不同，部分業者於 113 年購置辦公大樓、改建廠房及汰舊換新設備支出較高所致。

表 3、114 年批發業固定資產增購概況

單位：億元

	合計	房屋營建工程	交通運輸設備	機械雜項設備	未完工程及預付設備款
批發業	**875**	**188**	**131**	**404**	**152**
商品經紀業	9	0.4	2	3	4
綜合商品批發業	15	3	1	4	7
農產原料及活動物批發業	6	0.5	0.2	5	0.4
食品、飲料及菸草製品批發業	91	14	21	45	12
布疋及服飾品批發業	31	7	5	17	2
家用器具及用品批發業	40	7	7	21	6
藥品、醫療用品及化粧品批發業	73	10	3	50	10
文教育樂用品批發業	26	12	8	5	2
建材批發業	120	40	32	31	18
化學材料及其製品批發業	47	8	8	15	16
燃料及相關產品批發業	13	3	2	5	3
機械器具批發業	327	65	25	182	55
汽機車及其零配件、用品批發業	62	14	14	19	14
其他專賣批發業	14	4	4	1	4

三、商品銷售結構及銷售對象

▲114 年批發業商品銷售以資通訊產品及機械器具為大宗

114 年批發業商品銷售以資通訊產品及機械器具占比最高，占比 49.4%，其中電子零組件產品受惠人工智慧、高效能運算及雲端服務等科技應用持續拓展，挹注電子零組件需求暢旺，占比 39.3%，較 113 年大幅增加 5.2 個百分點；食品及建材分別占 7.5%及 7.0%，分居第二及第三 (詳表 4)。

表 4、批發業商品銷售結構(銷售額占比)

單位：%

	合計	資通訊產品及機械器具	電子零組件	其他	食品	建築材料	汽機車及零件	飲料及菸酒	其他
113 年	100.0	42.6	34.1	8.5	8.4	8.4	8.3	5.3	27.0
114 年	100.0	49.4	39.3	10.1	7.5	7.0	6.9	4.9	24.3

說明：以回表樣本金額計算。

▲114 年批發業銷售對象內銷占 56.7%，外銷占 43.3%

114 年批發業銷售對象內銷占 56.7%，以「貿易、批發及零售商」37.9%為主要銷售對象，其次為「生產者」14.3%，「政府、一般民眾」4.5%居第三；外銷則占 43.3%，以「中國大陸(含港澳)」16.6%為主，其次為「東南亞」16.0%，「美國」4.5%居第三。

若觀察各業內外銷情形，內銷以藥品、醫療用品及化粧品批發業占 96.0%最高，主要售予「貿易、批發及零售商」(占 66.9%)；外銷以布疋及服飾品批發業占 72.2%最高，主要銷往「美國」(占 25.1%)，其次為機械器具批發業占 64.8%，以銷往「中國大陸(含港澳)」(占 29.3%)最多 (詳表 5)。

(8)

表 5、114 年批發業商品銷售對象(銷售額占比)

單位：%

	合計	內銷				外銷							
		小計	生產者	貿易、批發、零售商	政府、一般民眾	小計	中國大陸(含港澳)	日本	南韓	東南亞	歐洲	美國	其他地區
114 年	**100.0**	**56.7**	**14.3**	**37.9**	**4.5**	**43.3**	**16.6**	**1.4**	**0.5**	**16.0**	**1.8**	**4.5**	**2.6**
商品經紀業	100.0	77.0	14.3	46.6	16.1	23.0	1.4	3.1	0.0	0.3	5.6	6.2	6.4
綜合商品批發業	100.0	78.5	12.2	61.0	5.3	21.5	1.0	4.1	0.8	2.4	0.4	9.4	3.5
農產原料及活動物批發業	100.0	83.3	29.9	38.5	14.9	16.7	2.2	1.8	1.9	5.2	0.7	3.1	1.7
食品、飲料及菸草製品批發業	100.0	90.1	7.6	78.3	4.1	9.9	1.1	0.4	0.3	3.6	1.4	1.9	1.2
布疋及服飾品批發業	100.0	27.8	4.2	14.7	8.9	72.2	3.1	1.2	1.0	10.2	19.2	25.1	12.3
家用器具及用品批發業	100.0	81.1	2.2	56.9	22.0	18.9	2.8	1.8	0.2	1.6	2.1	9.1	1.3
藥品、醫療用品及化粧品批發業	100.0	96.0	10.5	66.9	18.6	4.0	0.5	0.6	0.1	0.2	1.0	1.3	0.3
文教育樂用品批發業	100.0	50.8	2.6	42.5	5.7	49.2	3.1	2.4	0.1	3.2	17.6	16.2	6.6
建材批發業	100.0	76.6	24.1	49.5	3.0	23.4	0.8	1.3	0.1	2.7	3.0	12.5	3.0
化學材料及其製品批發業	100.0	65.7	42.6	22.2	1.0	34.3	15.3	2.4	0.6	7.3	1.4	3.9	3.4
燃料及相關產品批發業	100.0	44.9	18.4	18.4	8.1	55.1	17.9	1.3	3.6	26.4	1.9	1.7	2.2
機械器具批發業	100.0	35.2	15.1	18.3	1.7	64.8	29.3	1.3	0.5	27.9	0.7	2.5	2.7
汽機車及其零配件、用品批發業	100.0	91.5	4.4	84.5	2.7	8.5	0.2	1.8	0.01	0.4	1.0	4.2	0.9
其他專賣批發業	100.0	74.0	26.5	43.5	4.1	26.0	14.8	2.6	1.1	6.3	0.0	0.9	0.4

說明：以回表樣本金額計算。

四、商品進貨來源

▲114 年批發業向海外進貨占 65.2%，向國內採購占 34.8%

114 年批發業向國內採購占進貨金額 34.8%，其中購自「生產者」占 20.2%最多，其次為「貿易、批發、零售商」13.9%；向海外採購占 65.2%，以「東南亞」27.8%占比最高，「日本」10.9%次之，「中國大陸(含港澳)」9.5%居第三。

若觀察 114 年各業採購情形，向國內採購以建材批發業占 75.2%最高，主要來自「生產者」(占 52.6%)；向國外採購以布疋及服飾品批發業占 83.9%最高，主要購自「東南亞」(占 64.3%)最多 (詳表 6)。

表 6、114 年批發業商品進貨來源(進貨金額占比)

單位：%

	合計	國內採購				海外採購							
		小計	生產者	貿易、批發、零售商	其他	小計	中國大陸(含港澳)	日本	南韓	東南亞	歐洲	美國	其他地區
114 年	**100.0**	**34.8**	**20.2**	**13.9**	**0.7**	**65.2**	**9.5**	**10.9**	**3.1**	**27.8**	**7.6**	**4.6**	**1.7**
商品經紀業	100.0	46.8	16.8	30.0	0.0	53.2	14.0	2.4	2.2	17.3	6.6	9.9	0.8
綜合商品批發業	100.0	73.5	23.5	50.0	0.0	26.5	7.4	6.7	1.7	3.8	1.5	1.8	3.7
農產原料及活動物批發業	100.0	39.4	27.4	12.0	0.0	60.6	5.4	0.5	0.2	11.8	5.5	24.4	12.8
食品、飲料及菸草製品批發業	100.0	60.0	37.6	22.3	0.2	40.0	6.1	2.9	1.9	6.3	7.4	6.0	9.4
布疋及服飾品批發業	100.0	16.1	13.2	2.8	0.2	83.9	14.0	1.3	0.3	64.3	3.8	0.0	0.2
家用器具及用品批發業	100.0	52.1	29.7	19.3	3.1	47.9	15.4	9.1	4.0	9.2	8.3	1.4	0.4
藥品、醫療用品及化粧品批發業	100.0	44.3	24.9	19.2	0.1	55.7	1.8	3.6	0.5	5.8	40.2	2.2	1.6
文教育樂用品批發業	100.0	42.8	26.0	16.1	0.8	57.2	22.0	17.0	0.2	15.2	0.6	1.5	0.7
建材批發業	100.0	75.2	52.6	22.5	0.2	24.8	10.0	3.3	1.0	5.6	1.2	1.3	2.3
化學材料及其製品批發業	100.0	43.7	29.7	14.0	0.0	56.3	15.9	20.2	4.4	6.1	3.3	4.2	2.3
燃料及相關產品批發業	100.0	44.6	26.4	18.2	0.0	55.4	0.6	0.3	0.8	32.1	0.1	0.0	21.4
機械器具批發業	100.0	23.4	12.3	10.2	0.9	76.6	10.5	11.2	4.3	40.6	4.1	5.6	0.3
汽機車及其零配件、用品批發業	100.0	40.0	31.5	8.4	0.1	60.0	4.0	27.3	0.1	2.8	22.1	3.0	0.7
其他專賣批發業	100.0	65.5	24.5	40.6	0.4	34.5	13.2	2.9	3.1	6.9	1.6	1.8	5.1

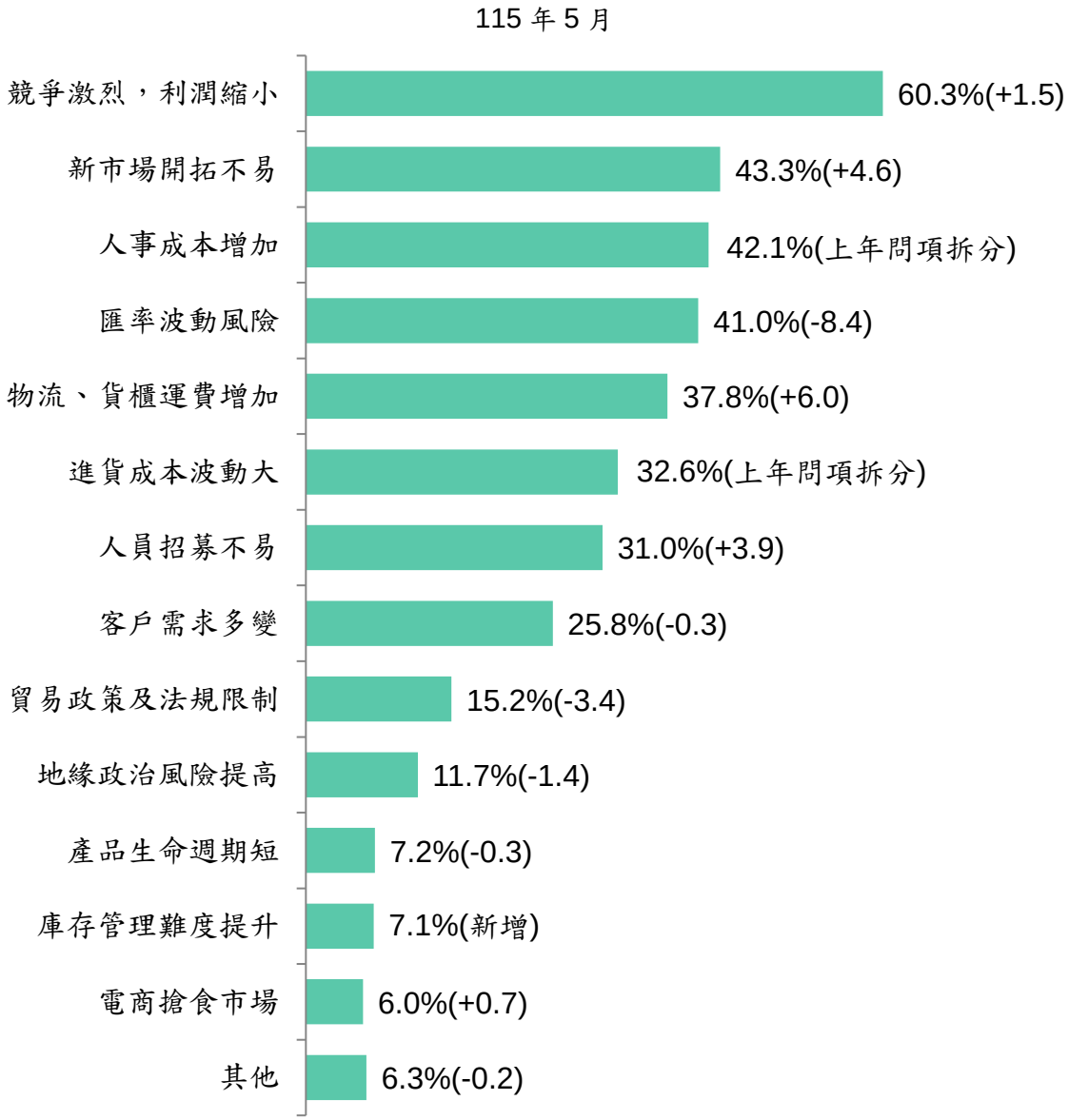
說明：以回表樣本金額計算。

五、經營困境與營運發展計畫

▲批發業者目前經營上遭遇的困境，主要為「競爭激烈，利潤縮小」

115 年 5 月批發業者經營上遭遇的困境，主要為「競爭激烈，利潤縮小」占 60.3%，其次為「新市場開拓不易」占 43.3%，「人事成本增加」占 42.1%居第三，「匯率波動風險」占 41.0%居第四；其餘占比逾 3 成者依序為「物流、貨櫃運費增加」占 37.8%、「進貨成本波動大」占 32.6%、「人員招募不易」占 31.0%，其中以「物流、貨櫃運費增加」占比較 114 年 5 月增加 6.0 個百分點最多。另外「庫存管理難度提升」為本次新增問項，占比為 7.1%(詳圖 2)。

圖 2、批發業目前經營上遭遇的困境(複選)

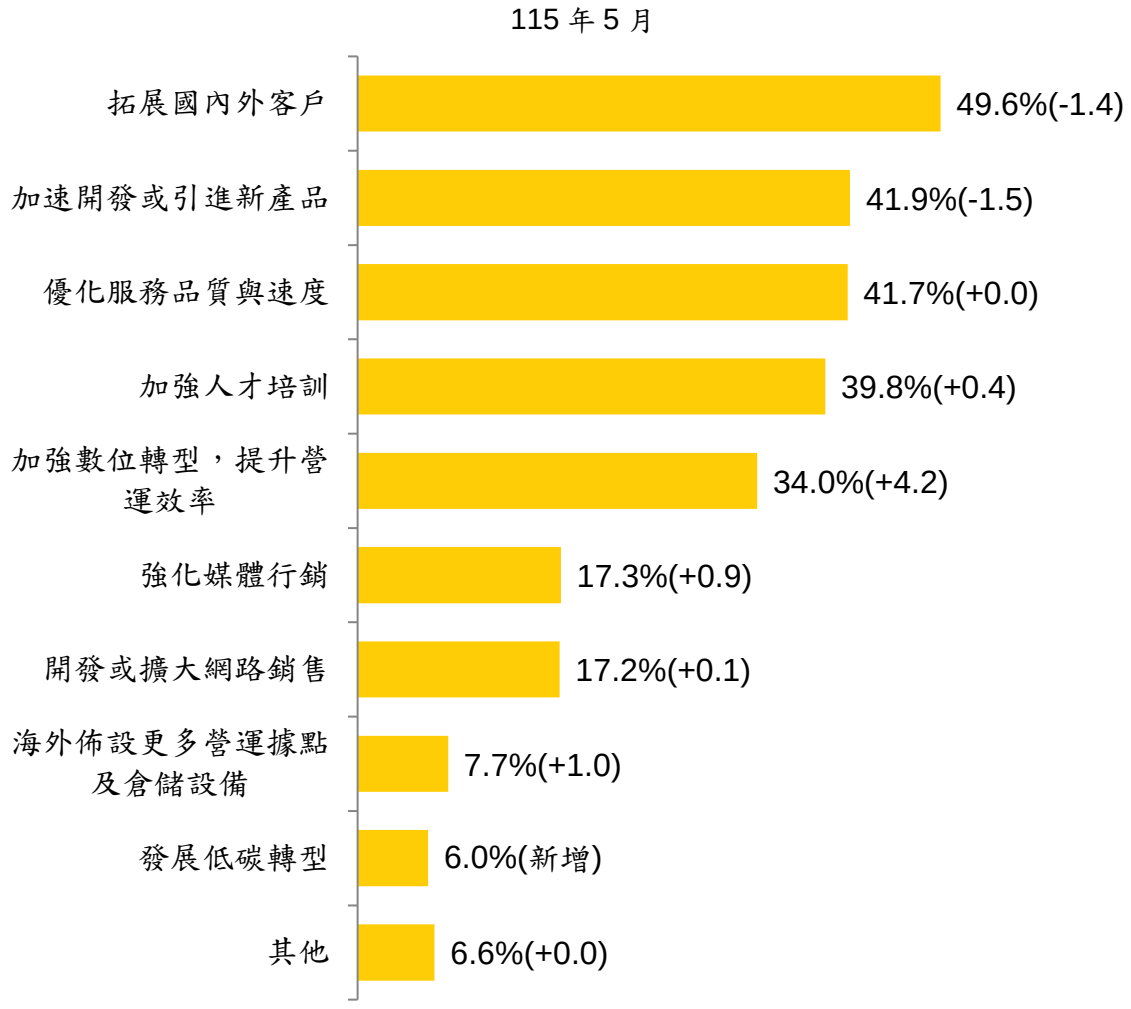


說明：1.以回表樣本家數計算。
2.（）表示較上年增減百分點。

▲批發業未來營運發展計畫，主要為「拓展國內外客戶」

115 年 5 月近 5 成批發業者表示「拓展國內外客戶」為未來營運發展計畫重點，「加速開發或引進新產品」占比 41.9%居次，「優化服務品質與速度」占 41.7%，位居第三，另以「加強數位轉型，提升營運效率」較 114 年 5 月上升 4.2 個百分點最多，顯示在全球供應鏈重組、人力結構轉變及市場需求變化快速影響下，業者持續推動數位轉型，以提升營運效率及強化競爭優勢(詳圖 3)。

圖 3、批發業未來營運發展計畫(複選)



說明：1.以回表樣本家數計算。
2.（）表示較上年增減百分點。

貳、零售業

一、全年損益

▲114 年零售業營業收入為 4 兆 8,448 億元，較 113 年微減 0.2%

114 年零售業營業收入為 4 兆 8,448 億元，較 113 年微減 0.2%，其中汽機車零售業年減 7.5%，主因車市買氣趨緩所致；綜合商品零售業年增 3.0%，主因受惠展店效益及業者掌握節慶商機，結合線上線下行銷活動挹注，帶動便利商店、超市營收成長；食品、飲料及菸草零售業年增 5.5%，主因銷售通路擴增，加以促銷活動拉抬業績；電子購物及郵購業年增 3.4%，主因業者強化線上銷售品牌多樣性，加以持續祭出優惠價格及強化快速配送優勢，帶動網路下單成長(詳表 7)。

表 7、零售業營業收入概況

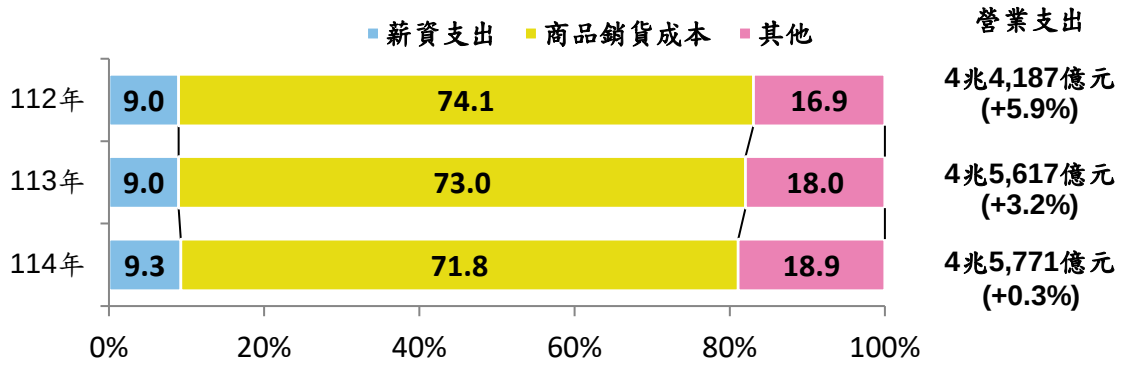
單位：億元；%

	112 年	113 年	114 年		
				結構比	年增率
零售業	**47,298**	**48,543**	**48,448**	**100.0**	**-0.2**
綜合商品零售業	14,768	15,434	15,897	32.8	3.0
百貨公司	4,427	4,491	4,555	9.4	1.4
超級市場	2,444	2,598	2,708	5.6	4.3
便利商店	4,018	4,235	4,420	9.1	4.4
量販店	2,377	2,484	2,563	5.3	3.2
其他	1,501	1,626	1,650	3.4	1.5
食品、飲料及菸草製品零售業	2,901	2,929	3,092	6.4	5.5
布疋及服飾品零售業	3,454	3,529	3,438	7.1	-2.6
家用器具及用品零售業	2,275	2,343	2,288	4.7	-2.3
藥品、醫療用品及化粧品零售業	2,068	2,132	2,160	4.5	1.3
文教育樂用品零售業	864	864	902	1.9	4.4
建材零售業	257	263	267	0.6	1.3
燃料及相關產品零售業	2,780	2,674	2,530	5.2	-5.4
資通訊及家電設備零售業	2,764	2,823	2,860	5.9	1.3
汽機車及其零配件、用品零售業	8,885	9,113	8,432	17.4	-7.5
其他專賣零售業	702	761	822	1.7	8.0
其他非店面零售業	5,580	5,680	5,759	11.9	1.4
電子購物及郵購業	4,531	4,668	4,827	10.0	3.4

▲114 年零售業營業支出為 4 兆 5,771 億元，逾 7 成為商品銷貨成本

114 年零售業營業支出為 4 兆 5,771 億元，商品銷貨成本占 71.8%，較 113 年減少 1.2 個百分點；薪資支出占 9.3%，較 113 年增加 0.3 個百分點 (詳圖 4)。

圖 4、零售業營業支出概況



▲114 年零售業營業淨利為 2,677 億元，營業利益率為 5.5%

114 年零售業營業淨利為 2,677 億元，年減 8.5%，營業利益率為 5.5%，較 113 年減少 0.5 個百分點，其中食品、飲料及菸草製品零售業及其他專賣零售業營業利益率均為 13.2%最高，其次為建材零售業 10.8% (詳表 8)。

表 8、114 年零售業營業淨利情形

單位：億元；%

	營業淨利	年增率	營業利益率	增減百分點
零售業	**2,677**	**-8.5**	**5.5**	**-0.5**
綜合商品零售業	646	-4.1	4.1	-0.3
食品、飲料及菸草製品零售業	408	4.7	13.2	-0.1
布疋及服飾品零售業	320	-13.0	9.3	-1.1
家庭器具及用品零售業	211	-2.9	9.2	0.0
藥品、醫療用品及化粧品零售業	193	4.9	8.9	0.3
文教育樂用品零售業	85	15.8	9.5	0.9
建材零售業	29	0.6	10.8	-0.1
燃料零售業	102	-1.0	4.0	0.2
資通訊及家電設備零售業	151	-4.4	5.3	-0.3
汽機車及其零配件、用品零售業	291	-17.1	3.4	-0.4
其他專賣零售業	109	16.3	13.2	0.9
其他非店面零售業	133	-53.7	2.3	-2.7

說明：營業淨利＝營業毛利-營業費用；營業利益率＝營業淨利÷營業收入。

二、固定資產變動情形

▲114 年零售業固定資產(不含土地)增購額 910 億元，主要為購置機械雜項設備

114 年零售業固定資產(不含土地)增購額 910 億元，年增 4.7%，其中機械雜項設備增購 398 億元(占 43.7%)，房屋營建工程增購 196 億元(占 21.5%)，交通運輸設備增購 145 億元(占 15.9%)，未完工程及預付購置設備增購 171 億元(占 18.8%)。

若觀察 114 年各小業固定資產之變動情形，以綜合商品零售業增購 320 億元最多(占 35.2%)，其次為汽機車及其零配件用品零售業增購 181 億元(占 19.9%)，食品、飲料及菸草零售業增購 85 億元居第 3(占 9.3%)，三者合占零售業固定資產增購 64.4% (詳表 9)。

若與 113 年比較，以綜合商品零售業增加 58 億元最多，主因百貨專櫃樓層改裝以及新商場建置工程；其次為家庭器具及用品零售業增加 12 億元，主因業者擴增營運據點、門市裝潢工程，以及更新設備所致；第三為布疋及服飾品零售業增加 6 億元，主因部分業者進行門市改裝工程與擴展營運規模所致。

表 9、114 年零售業固定資產增購概況

單位：億元

項目別	合計	房屋營建工程	交通運輸設備	機械雜項設備	未完工程及預付設備款
零售業	**910**	**196**	**145**	**398**	**171**
綜合商品零售業	320	61	11	167	81
食品、飲料及菸草製品零售業	85	32	9	42	2
布疋及服飾品零售業	58	25	7	22	3
家庭器具及用品零售業	56	6	10	36	4
藥品、醫療用品及化粧品零售業	68	25	2	25	15
文教育樂用品零售業	12	7	0.5	4	0.2
建材零售業	4	1	3	0.4	0.01
燃料零售業	27	11	1	13	2
資通訊及家電設備零售業	24	6	2	10	6
汽機車及其零配件、用品零售業	181	12	94	46	29
其他專賣零售業	6	2	1	1	1
其他非店面零售業	69	8	3	31	27

三、商品銷售結構

▲114 年零售業銷售商品以食品類、汽機車及零件類較多

114 年零售業之商品銷售以食品類占 19.4%最高，汽機車及零件類占 17.4%次之，其餘占比逾 10%之項目依序為家庭器具類占 14.1%、衣著及服飾配件類占 12.4%。與 113 年相較，以食品類增加 0.9 個百分點最多，主因業者銷售通路擴增，加以價格較上年調漲；汽機車及零件類則減少 1.3 個百分點，主因車市買氣趨緩所致。

綜合商品零售業中，百貨公司銷售商品以衣著及服飾配件類(占 34.7%)居冠，其次為餐飲服務(占 22.1%)，家庭器具(占 20.0%)居第 3；超級市場業以銷售食品類(占 57.2%)為主，其次為家庭器具(占 13.4%)，飲料、菸酒類(占 12.4%)居第三；便利商店業以飲料、菸酒類(占 56.6%)為主，其次為食品類(占 35.5%)；量販業以食品類(占 47.2%)為主，其次為家庭器具(占 15.0%)，藥品及化粧清潔用品(占 11.8%)居第三。

其他非店面零售業以食品類(占 23.7%)銷售為主，其次為家庭器具類(占 21.1%)，資通訊產品(占 19.4%)居第三 (詳表 10)。

表 10、114 年零售業銷售商品結構(銷售額占比)

單位：%

	零售業	綜合商品零售業	百貨公司	超級市場	便利商店	量販店	其他非店面零售業
總計	**100.0**	**100.0**	**100.0**	**100.0**	**100.0**	**100.0**	**100.0**
食品類	19.4	31.0	4.1	57.2	35.5	47.2	23.7
飲料、菸酒類	7.8	21.4	0.3	12.4	56.6	8.8	2.0
衣著及服飾配件	12.4	12.5	34.7	1.6	0.1	4.5	9.2
家庭器具	14.1	12.1	20.0	13.4	0.8	15.0	21.1
藥品及化粧清潔用品	7.9	8.1	9.3	10.0	1.5	11.8	12.9
文教及娛樂用品	3.7	2.4	3.1	2.4	0.9	2.3	7.1
住宅裝修材料類	0.7	0.3	0.0	0.8	0.0	1.0	0.4
汽柴油等燃料品	5.2	0.5	0.0	0.0	0.0	2.8	0.0
資通訊產品	6.6	2.0	2.9	0.0	1.1	3.7	19.4
汽機車及零件	17.4	0.2	0.0	0.0	0.0	0.9	1.0
餐飲服務	2.6	7.5	22.1	2.1	0.0	2.1	0.0
其他商品	2.2	2.1	3.6	0.1	3.4	0.0	3.1

說明：以回表樣本金額計算。

四、營收按消費者付款方式

▲受惠業者積極布建與政策推動雙重帶動，114 年行動支付占比持續攀升

受惠智慧行動裝置普及，業者導入多元支付工具以提升消費者購物便利性，114 年零售業銷售金額中，有 92.0%直接向消費者收取款項，其中以信用卡消費之占比 36.7%居冠，現金占 21.6%居第二，轉帳、匯款、支票居第三(占 18.1%)，其餘支付方式占比依序為行動支付占 12.2%，禮券及商品券占 1.7%、儲值卡占 1.0%；另透過其他管道間接向消費者取款者占 8.0%，以轉帳、匯款、支票占 5.3%最多，主因部分零售品牌商多於百貨公司設櫃、與電商業者合作開設網路商城，或加入外送平台，故部分收款方式係由上述業者採以轉帳、匯款或支票方式入帳；其次為貨到付款占 1.6%，便利商店代收占 0.9%再次之。

若與 113 年比較，行動支付方式受惠政府與民間業者協力擴展多元化應用場域，加以基礎環境陸續完備，國人對行動支付接受度與使用頻率提升，占比穩定成長，較 113 年增加 0.6 個百分點最多；直接收受消費者轉帳、匯款、支票則減少 1.3 個百分點，主因車市買氣平疲，消費者以轉帳、匯款、支票方式支付車款金額下降。

觀察各業別占比，綜合商品零售業以信用卡占 38.8%最高，現金占 32.3%次之，兩者合計占 71.1%，另隨業者積極導入行動支付工具，並結合會員數據精準行銷，帶動行動支付占比由 113 年之 18.7%上升至 20.2%，占比居各業別之冠；其他非店面零售業則有逾 6 成採信用卡支付，行動支付占比近 1 成；汽機車及其零配件用品零售業因產品具高單價特性，訂金多以信用卡或現金方式支付，尾款則採轉帳、匯款、支票方式付款(占逾 7 成) (詳表 11)。

表 11、114 年零售業營收按消費者付款方式(金額占比)

單位：%

	合計	直接向消費者取款							
		小計	現金	信用卡	轉帳、匯款、支票	儲值卡	行動支付	禮券、商品券	其他
零售業	**100.0**	**92.0**	**21.6**	**36.7**	**18.1**	**1.0**	**12.2**	**1.7**	**0.7**
綜合商品零售業	100.0	99.8	32.3	38.8	0.8	2.2	20.2	4.2	1.3
食品、飲料及菸草製品零售業	100.0	91.6	38.6	29.3	17.6	0.9	4.7	0.4	0.1
布疋及服飾品零售業	100.0	63.9	12.0	41.3	1.8	0.2	7.2	1.4	0.0
家用器具及用品零售業	100.0	84.8	14.4	52.2	13.5	0.1	4.3	0.4	0.0
藥品、醫療用品及化粧品零售業	100.0	86.0	33.2	32.7	2.4	1.1	14.3	2.2	0.1
文教育樂用品零售業	100.0	83.5	26.1	40.9	4.9	2.2	8.6	0.3	0.5
建材零售業	100.0	96.4	44.8	20.7	25.3	0.1	5.5	0.0	0.0
燃料及相關產品零售業	100.0	99.4	33.7	32.5	19.3	1.4	10.4	1.0	1.1
資通訊及家電設備零售業	100.0	94.4	25.1	43.7	17.4	0.1	7.0	1.0	0.1
汽機車及其零配件、用品零售業	100.0	98.7	4.0	11.1	75.2	0.0	8.4	0.0	0.0
其他專賣零售業	100.0	87.6	31.7	35.6	7.9	0.2	12.1	0.0	0.0
其他非店面零售業	100.0	80.4	2.4	63.7	3.0	0.4	9.4	0.1	1.4
電子購物及郵購業	100.0	76.0	0.7	60.5	2.8	0.5	10.8	0.1	0.6

	透過其他管道間接向消費者取款				
	小計	貨到付款	便利商店代收	轉帳、匯款、支票	其他
零售業	**8.0**	**1.6**	**0.9**	**5.3**	**0.2**
綜合商品零售業	0.2	0.0	0.0	0.1	0.1
食品、飲料及菸草製品零售業	8.4	1.8	1.4	4.7	0.5
布疋及服飾品零售業	36.1	0.2	1.5	34.2	0.2
家用器具及用品零售業	15.2	0.1	0.1	14.0	0.9
藥品、醫療用品及化粧品零售業	14.0	0.7	0.4	12.7	0.2
文教育樂用品零售業	16.5	1.2	0.8	14.4	0.1
建材零售業	3.6	0.0	0.0	3.6	0.0
燃料及相關產品零售業	0.6	0.1	0.0	0.5	0.0
資通訊及家電設備零售業	5.6	0.2	0.1	5.0	0.3
汽機車及其零配件、用品零售業	1.3	0.0	0.0	1.3	0.0
其他專賣零售業	12.4	0.7	1.8	9.1	0.8
其他非店面零售業	19.6	11.2	5.4	2.5	0.5
電子購物及郵購業	24.0	13.8	6.7	3.1	0.5

說明：以回表樣本金額計算。

五、商品進貨來源

▲114 年零售業商品進貨來源以國內採購為主

114 年零售業之商品進貨來源，有 88.3%來自國內採購，其中以自貿易、批發、零售商進貨占 73.0%最多，向生產者採購占 15.0%次之；海外採購比率占 11.7%，其中自歐洲占 4.9%最高，中國大陸(含港澳)占 2.1%次之，美國占 1.7%居第三，日本及東南亞則分別占 1.4%及 0.8%。

觀察各業採購情形，海外採購比率較高者包括布疋及服飾品零售業占 73.9%，文教育樂用品零售業占 42.3%居次 (詳表 12)。

表 12、114 年零售業商品進貨來源(進貨金額占比)

單位：%

	合計	國內採購				海外採購							
		小計	生產者	貿易、批發、零售商	其他	小計	中國大陸(含港澳)	日本	南韓	東南亞	歐洲	美國	其他
零售業	**100.0**	**88.3**	**15.0**	**73.0**	**0.3**	**11.7**	**2.1**	**1.4**	**0.3**	**0.8**	**4.9**	**1.7**	**0.5**
綜合商品零售業	100.0	92.9	9.6	83.2	0.0	7.1	0.7	0.8	0.2	0.7	1.7	2.2	0.9
百貨公司	100.0	99.7	0.1	99.6	0.0	0.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2	0.1	0.0
超級市場	100.0	99.2	0.6	98.6	0.0	0.8	0.0	0.3	0.0	0.1	0.4	0.0	0.0
便利商店	100.0	100.0	29.8	70.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
量販店	100.0	78.7	5.3	73.3	0.0	21.3	2.1	1.4	0.7	0.9	2.1	9.8	4.2
食品、飲料及菸草製品零售業	100.0	86.1	36.5	49.6	0.0	13.9	0.7	3.2	0.2	1.5	5.8	0.6	1.9
布疋及服飾品零售業	100.0	26.1	3.8	22.4	0.0	73.9	20.4	13.9	1.3	3.9	33.3	0.9	0.2
家用器具及用品零售業	100.0	61.0	11.4	49.2	0.4	39.0	15.1	3.6	0.1	4.3	13.6	2.0	0.3
藥品、醫療用品及化粧品零售業	100.0	93.6	22.0	71.6	0.0	6.4	0.7	0.6	0.6	1.5	2.3	0.7	0.0
文教育樂用品零售業	100.0	57.7	11.3	46.4	0.0	42.3	17.3	4.8	3.2	1.7	7.4	6.6	1.4
建材零售業	100.0	95.0	10.0	85.0	0.0	5.0	2.7	0.2	0.0	0.0	1.5	0.6	0.0
燃料及相關產品零售業	100.0	99.2	73.7	23.4	2.0	0.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.1	0.6
資通訊及家電設備零售業	100.0	95.4	31.1	64.4	0.0	4.6	0.9	0.3	0.0	2.9	0.4	0.1	0.0
汽機車及其零配件、用品零售業	100.0	89.6	18.1	70.9	0.6	10.4	0.0	0.7	0.1	0.0	9.5	0.1	0.1
其他專賣零售業	100.0	88.3	5.0	69.9	13.4	11.7	2.7	1.9	0.0	0.3	0.8	3.7	2.2
其他非店面零售業	100.0	91.0	3.6	87.3	0.0	9.0	2.8	0.6	0.7	0.3	0.3	4.2	0.2
電子購物及郵購業	100.0	95.9	1.3	94.7	0.0	4.1	2.9	0.4	0.7	0.0	0.0	0.0	0.0

說明：以回表樣本金額計算。

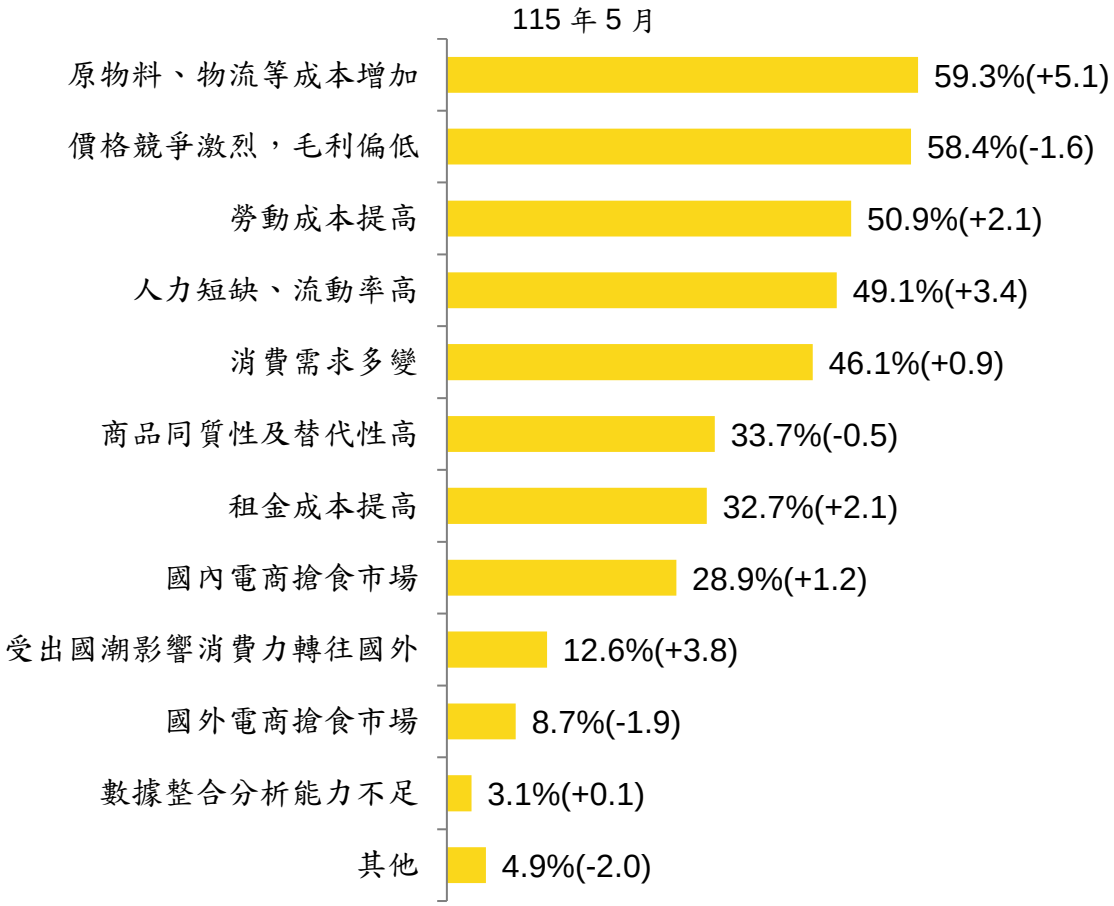
六、經營困境

▲零售業目前經營上遭遇之困境主要為「原物料、物流等成本增加」

115 年 5 月零售業者經營上遭遇的困境，主要為「原物料、物流等成本增加」占 59.3%，其次為「價格競爭激烈，毛利偏低」占 58.4%，「勞動成本提高」占 50.9%、「人力短缺、流動率高」占 49.1%、「消費需求多變」占 46.1%則分居第 3 至 5 名，其餘占比逾二成者依序為「商品同質性及替代性高」占 33.7%、「租金成本提高」占 32.7%，「國內電商搶食市場」占 28.9% (詳圖 5)。

觀察各業情形，百貨公司以「消費需求多變」為主要經營困境，占 69.8%；超級市場以「價格競爭激烈，毛利偏低」為主要經營困境，占 82.9%；便利商店以「人力短缺、流動率高」、「原物料、物流等成本增加」均占 100.0%為主要營業困境；量販店以「原物料、物流等成本增加」占 80.0%為主要營業困境；其餘各業多以「原物料、物流等成本增加」及「價格競爭激烈，毛利偏低」為主要經營困境。

圖 5、零售業目前經營上遭遇的困境(複選)



說明：1.以回表樣本家數計算。
2.（）表示較上年增減百分點。

七、發展之營運策略

▲零售業目前發展的營運策略以「經營網路社群」最高，「提供消費者行動支付的結帳功能」次之

115 年 5 月零售業者發展的營運策略以「經營網路社群」占 69.0%最高，「提供消費者行動支付的結帳功能」占 61.2%次之，「發展會員經濟，鞏固會員消費黏著度」占 42.1%居第三；另占比逾 3 成者為「以數位科技蒐集或了解顧客喜好，打造精準行銷」占 35.0%、「提供宅配或外送服務」占 31.4% (詳圖 6)。

圖 6、零售業目前發展之營運策略(複選)

115 年 5 月



說明：1.以回表樣本家數計算。
2.（）表示較上年增減百分點。

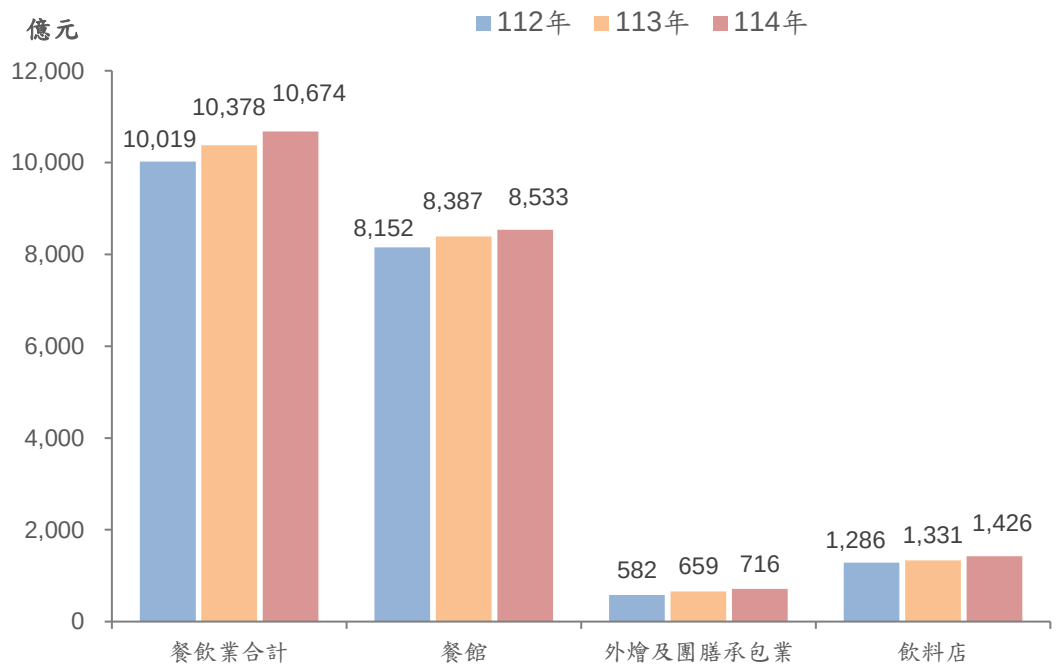
參、餐飲業

一、全年損益

▲114 年餐飲業營業收入達 1 兆 674 億元，較 113 年上升 2.9%

114 年餐飲業之營業收入為 1 兆 674 億元，年增 2.9%，主因業者延續多品牌展店策略，並透過聯名與促銷活動推陳出新，吸引來客數，加以航空客運市場穩健成長，挹注空廚餐點銷售動能，其中餐館營業收入 8,533 億元，年增 1.7%；飲料店營業收入 1,426 億元，年增 7.1%；外燴及團膳承包業營業收入 716 億元，年增 8.6% (詳圖 7)。

圖 7、餐飲業收入概況

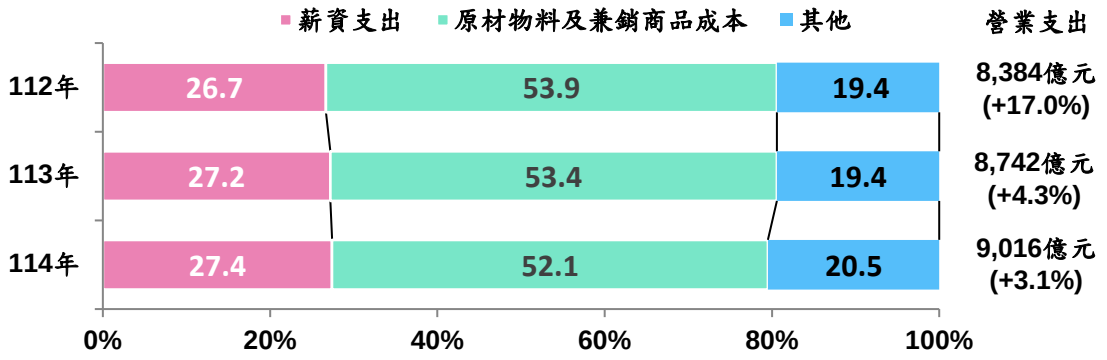


說明：外燴及團膳承包業包含餐飲承包服務(如宴席承辦、團膳供應等)及基於合約僅對特定對象供應餐食之學生或員工餐廳。

▲114 年餐飲業營業支出為 9,016 億元，較 113 年年增 3.1%

114 年餐飲業之營業支出為 9,016 億元，若觀察其結構，原材物料及兼銷商品成本占 52.1%，較 113 年減少 1.3 個百分點，薪資支出 27.4%，增加 0.2 個百分點(詳圖 8)。

圖 8、餐飲業營業支出概況



▲114 年餐飲業營業淨利為 1,658 億元，營業利益率為 15.5%

114 年餐飲業營業淨利為 1,658 億元，年增 1.4%，營業利益率為 15.5%，較 113 年減少 0.2 個百分點；就各業觀察，餐館營業利益率 15.7%，飲料店 14.2%，較 113 年分別減少 0.3 及 0.2 個百分點，外燴及團膳承包業 15.6%，較 113 年增加 0.7 個百分點(詳表 13)。

表 13、114 年餐飲業營業淨利情形

單位：億元；%

	營業淨利	年增率	營業利益率	增減百分點
餐飲業	**1,658**	**1.4**	**15.5**	**-0.2**
餐館	1,344	-0.1	15.7	-0.3
外燴及團膳承包業	111	13.5	15.6	0.7
飲料店	203	5.7	14.2	-0.2

註：1.營業淨利＝營業毛利-營業費用；營業淨利率＝營業淨利÷營業收入。
2.外燴及團膳承包業包含餐飲承包服務(如宴席承辦、團膳供應等)及基於合約僅對特定對象供應餐食之學生或員工餐廳。

二、固定資產變動情形

▲114 年餐飲業固定資產增購 239 億元，主要為購置機械雜項設備

114 年餐飲業固定資產增購 239 億元，年減 5.5%，其中房屋營建工程增購 89 億元(占 37.4%)，機械雜項設備增購 108 億元(占 45.1%)，兩者合占 82.5%；就各業觀察，餐館因拓展營業據點增購 190 億元，其中以機械雜項設備及房屋營建工程為主要投資項目，投資金額分別為 86 億元及 75 億元；外燴及團膳承包業增購 19 億元，以交通運輸設備居多；飲料店增購 31 億元，主要購置機械雜項設備 (詳表 14)。

若與 113 年比較，餐館減少 27 億元，主因部分業者上年增建中央廚房金額較高；飲料店、外燴及團膳承包業分別增加 7 億元及 6 億元，主因業者持續拓展店面及增購機械設備所致。

表 14、114 年餐飲業固定資產增購概況

單位：億元

	合計	房屋營建工程	交通運輸設備	機械雜項設備	未完工程及預付設備款
餐飲業	**239**	**89**	**13**	**108**	**29**
餐館	190	75	6	86	23
外燴及團膳承包業	19	3	6	5	4
飲料店	31	10	1	17	2

註：外燴及團膳承包業包含餐飲承包服務(如宴席承辦、團膳供應等)及基於合約僅對特定對象供應餐食之學生或員工餐廳。

三、營業收入結構

▲114 年餐飲業營收主要來自餐飲供應占逾 9 成

114 年餐飲業營收結構主要為餐飲供應收入，占 93.9%，其次為商品銷售收入占 4.6%。依業別觀察，餐館、外燴及團膳承包業及飲料店均以餐飲收入占比最高，分別占 95.0%、91.2%及 87.6% (詳表 15)。

表 15、114 年餐飲業營收結構(營業收入占比)

單位：%

	合計	餐飲收入	商品銷售收入（含原物料）	加盟金、權利金及代理金收入	其他收入
餐飲業	**100.0**	**93.9**	**4.6**	**0.3**	**1.0**
餐館	100.0	95.0	3.8	0.1	1.1
外燴及團膳承包業	100.0	91.2	5.2	0.0	3.6
飲料店	100.0	87.6	10.8	1.5	0.1

說明：以回表樣本金額計算。

四、營收按消費者付款方式

▲114 年餐飲業營收按消費者付款方式以信用卡為主

114 年餐飲業多直接向消費者取款，占比達 87.2%，其中以信用卡占 33.2%居冠，其次為現金占 26.9%，行動支付占 10.2%居第三，其餘支付方式依序為轉帳、匯款、支票占 9.7%，儲值卡(如悠遊卡、一卡通)占 5.2%，禮券及商品券占 1.3%。另透過其他管道間接向消費者取款者占 12.8%。

若與 113 年比較，以信用卡支付增加 3.2 個百分點最多，行動支付亦增加 0.4 個百分點，受多元支付工具日益普及影響，現金占比減少 2.6 個百分點。

依業別觀察，餐館以信用卡為主，占 38.5%；外燴及團膳承包業因多為餐飲承包服務，以轉帳、匯款、支票為主要收款方式，占 91.1%；飲料店以儲值卡及現金為主，分別占 22.2%及 20.7%(詳表 16)。

表 16、114 年餐飲業營收按消費者付款方式(金額占比)

單位：%

	合計	直接向消費者取款								透過其他管道間接向消費者取款
		小計	現金	信用卡	轉帳匯款支票	儲值卡(如悠遊卡、一卡通	行動支付	禮券、商品券	其他	
餐飲業	**100.0**	**87.2**	**26.9**	**33.2**	**9.7**	**5.2**	**10.2**	**1.3**	**0.7**	**12.8**
餐館	100.0	87.0	29.7	38.5	2.7	2.7	11.0	1.5	0.9	13.0
外燴及團膳承包業	100.0	99.2	6.4	1.0	91.1	0.1	0.4	0.0	0.0	0.8
飲料店	100.0	82.5	20.7	17.6	11.1	22.2	10.0	0.8	0.0	17.5

說明：1.以回表樣本金額計算。

2.透過其他管道間接向消費者取款係指消費者透過外送平台或以百貨公司為媒介進行線上點餐，外送平台業者或百貨公司再經由匯款、轉帳等方式將款項轉匯給餐飲業者等付款方式。

五、原材物料及食材供應來源

▲114 年餐飲業原材物料及食材供應來源以食品工廠占比最大

114 年餐飲業原材物料及食材供應來源，以食品工廠為主，占 44.3%，批發、零售商占 33.1%次之，果菜市場、魚市場占 8.8%再次之；按業別觀察，餐館、外燴及團膳承包業及飲料店均以食品工廠占比最高，批發、零售商為次高(詳表 17)。

表 17、114 年餐飲業原材物料及食材供應來源(進貨金額占比)

單位：%

	合計	食品工廠	果菜市場、魚市場	特定農民或契作	批發、零售商(包含連鎖加盟公司)	自行進口	其他
餐飲業	**100.0**	**44.3**	**8.8**	**4.0**	**33.1**	**8.2**	**1.6**
餐館	100.0	46.4	7.7	3.0	34.2	6.7	1.9
外燴及團膳承包業	100.0	36.1	20.8	12.4	26.0	3.9	0.8
飲料店	100.0	36.5	1.7	0.7	32.3	28.7	0.0

說明：以回表樣本金額計算。

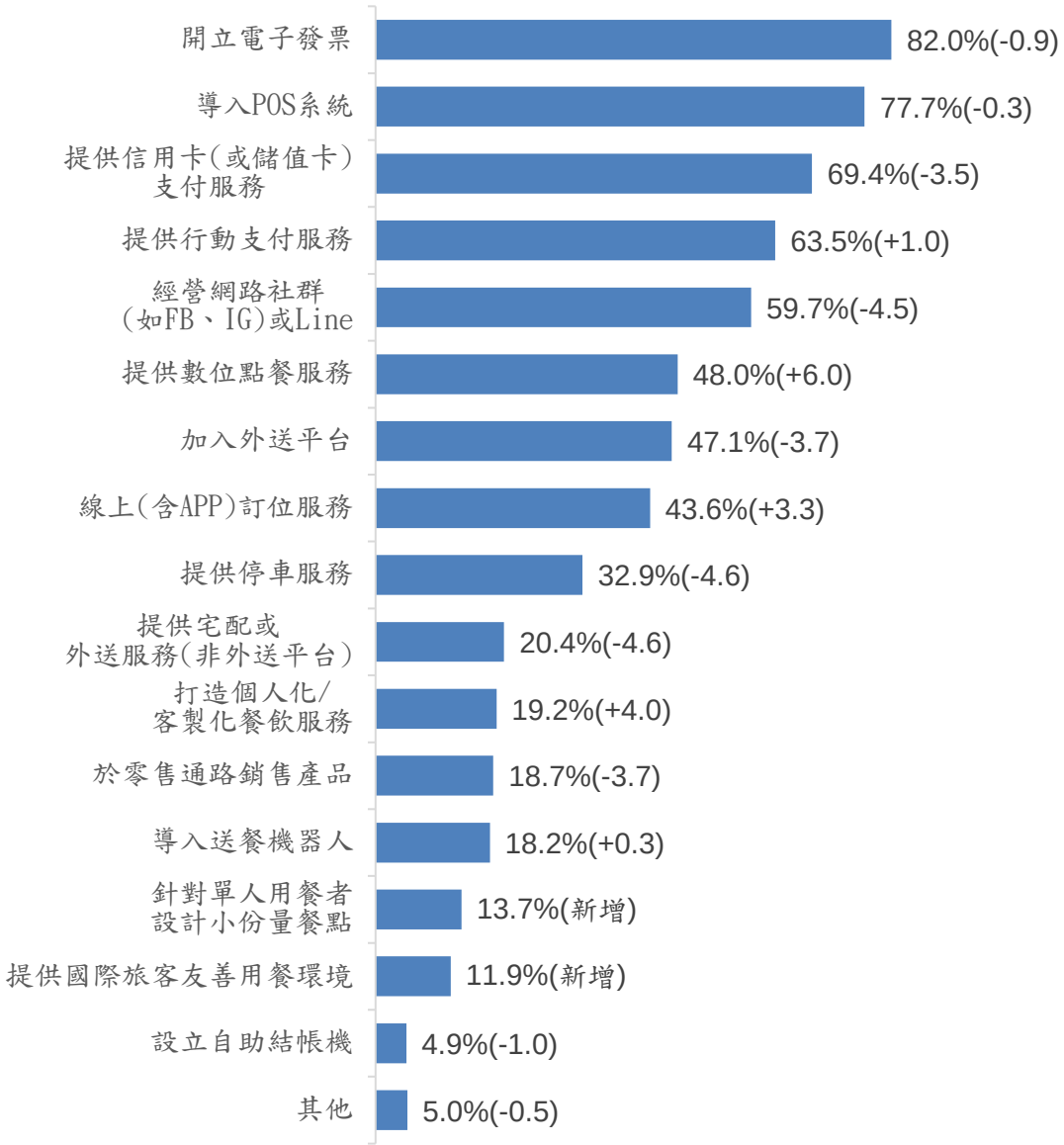
六、提供之服務

▲餐飲業提供「開立電子發票」占 82.0%最高，「導入 POS 系統」占 77.7%次之，「信用卡(或儲值卡)支付服務」占比 69.4%居第三

115 年 5 月餐飲業提供的各項服務中，「開立電子發票」以 82.0%占居第一，「導入 POS 系統」占 77.7%為第二，「信用卡(或儲值卡)支付服務」占 69.4%位居第三，「行動支付服務」占 63.5%、「經營網路社群(如 FB、IG)或 Line」占 59.7%分居第四及第五(詳圖 9)。

圖 9、餐飲業提供的各項服務(複選)

115 年 5 月



說明：1.以回表樣本家數計算。

2.（）表示較上年增減百分點。

七、經營困境與營運發展計畫

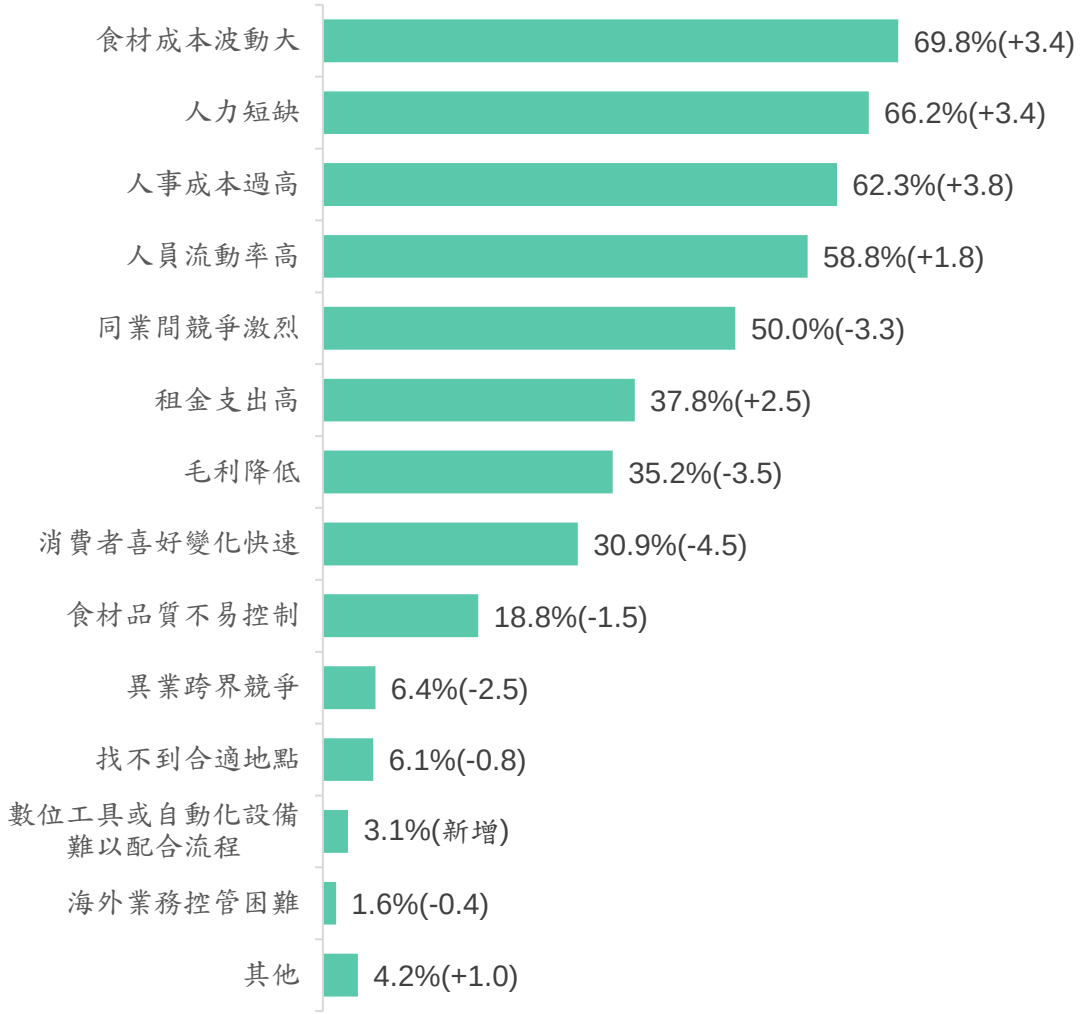
▲餐飲業目前經營上遭遇的困境主要為「食材成本波動大」及「人力短缺」

115 年 5 月餐飲業者目前經營面臨的困境，前三項依序為：「食材成本波動大」(占 69.8%)、「人力短缺」(占 66.2%)及「人事成本過高」(占 62.3%)，另外「人員流動率高」及「同業間競爭激烈」亦占約 5 成。

按業別觀察，餐館及外燴及團膳承包業目前經營上遭遇的困境，均以「食材成本波動大」居冠，「人力短缺」及「人事成本過高」分居第二及第三；飲料店則以「人力短缺」與「人事成本過高」分居一、二名 (詳圖 10)。

圖 10、餐飲業目前經營上遭遇的困境（複選）

115 年 5 月



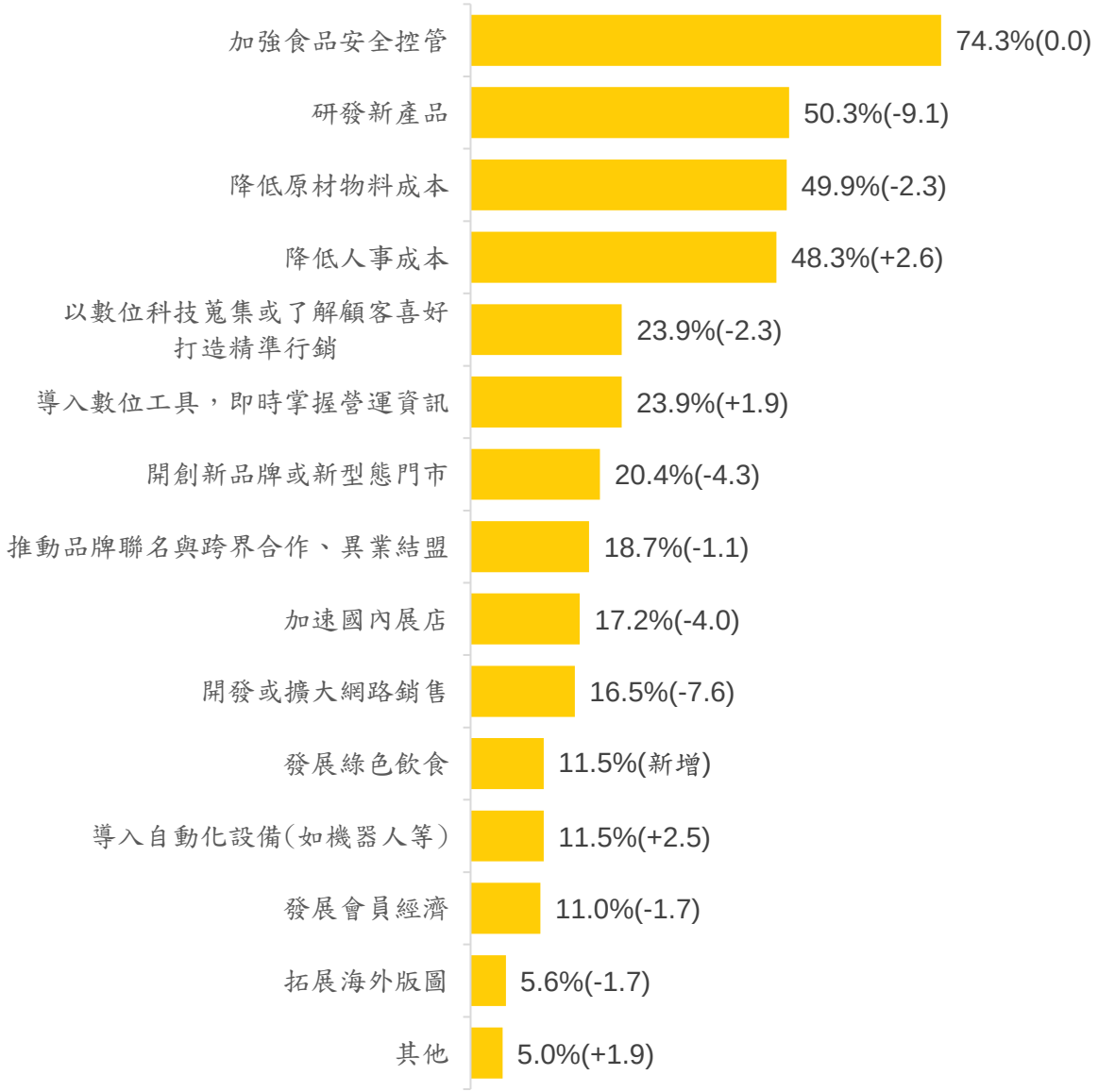
說明：1.以回表樣本家數計算。
2.（）表示較上年增減百分點。

▲餐飲業未來營運發展計畫，以「加強食品安全控管」占 74.3%最高

餐飲業者 115 年 5 月認為未來營運發展計畫重點，以「加強食品安全控管」占 74.3%為首要課題，其次為「研發新產品」占 50.3%居次，「降低原材物料」占 49.9%居第三 (詳圖 11)。

圖 11、餐飲業未來營運發展計畫（複選）

115 年 5 月



說明：1.以回表樣本家數計算。

2.（）表示較上年增減百分點。