



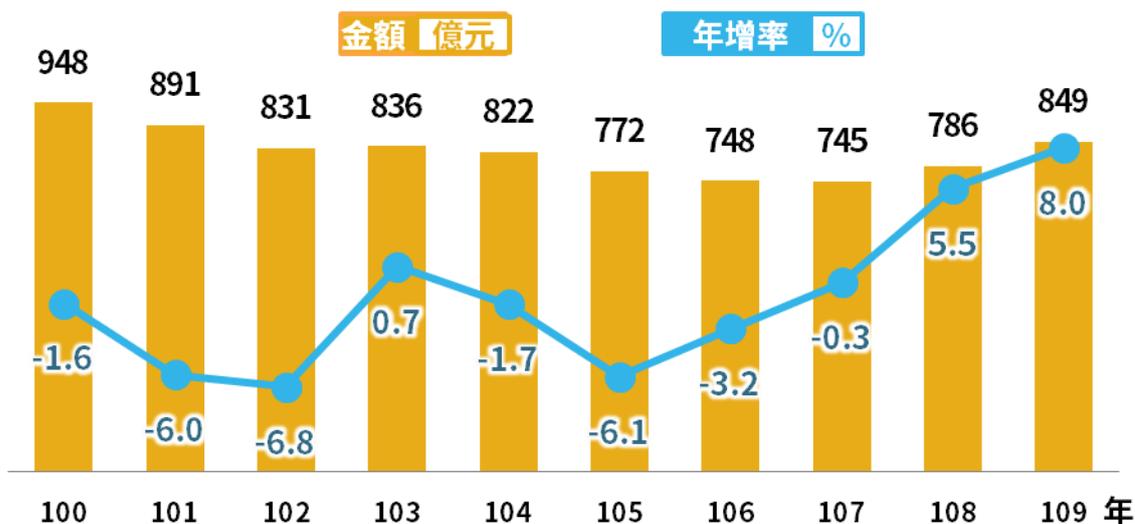
DATE 110.03.05

產業經濟統計簡訊《376》

疫情帶動需求，109年文教育樂用品零售業營收創近8年新高

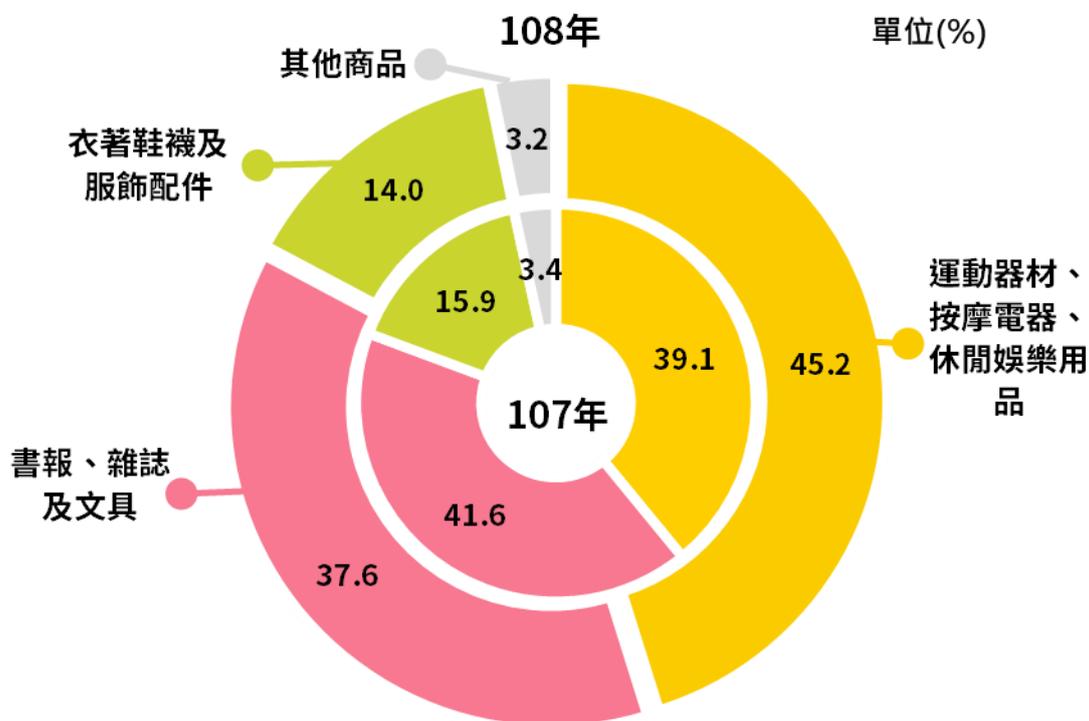
- 1. 疫情帶動娛樂及運動用品需求增加：**文教育樂用品零售業營業額自95年1,082億元創歷史高峰後，受網路購物的蓬勃發展，其後多呈下滑趨勢，惟近年受惠運動、健身風氣盛行，108年營業額年增5.5%，結束連4年負成長，109年復因 COVID-19 疫情改變人們生活型態，民眾減少在外聚集，居家時間增多，進而帶動居家娛樂用品需求增加，而隨民眾健康及運動意識提升，亦促使室內運動器材及自行車等銷售增溫，109年文教育樂用品零售業營業額849億元，創102年以來新高，年增8.0%，為96年以來最大增幅。
- 2. 主要銷售商品為「運動器材、按摩電器、休閒娛樂用品」：**108年文教育樂用品零售業銷售商品結構以「運動器材、按摩電器、休閒娛樂用品」為大宗，占45.2%，較上年之39.1%增加6.1個百分點，主因國內運動風氣漸盛所致，其次為「書報、雜誌及文具」占37.6%，較上年減少4.0個百分點，二者占比合計超過八成，「衣著鞋襪及服飾配件」占14.0%居第3。
- 3. 擴增網路銷售平台，推升網路銷售額成長：**由於消費管道漸由實體店面轉移至網路，致文教育樂用品零售業業者相繼跨足線上購物，加上109年因疫情加速業者積極擴增網路銷售平台，推升網路銷售業績成長，網路銷售額達60億元，占整體營業額比重7.1%，較108年之6.7%增加0.4個百分點，年增14.5%，優於實體通路之年增7.5%。
- 4. 受惠振興方案刺激，109年第3季躍居銷售旺季：**觀察近年文教育樂用品零售業銷售旺季，向以第4季為主要銷售高峰，占全年營收近3成，主因週年慶促銷活動，以及年底聖誕節送禮需求所致，其次為第1季，主因逢農曆春節前之採購旺季；惟109年第1季因受肺炎疫情衝擊，致營收驟減，降為谷底，而隨生活型態改變及疫情趨緩，第2季營收回溫，占比緩升，第3季在政府推行各項振興方案刺激買氣挹注下，營收表現優於以往，躍居全年最佳季度，第4季則落居第2。
- 5. 「價格競爭激烈，毛利偏低」為主要經營困境：**109年文教育樂用品零售業者以「價格競爭激烈，毛利偏低」為主要經營困境，占61.4%，其次為「勞動成本提高」占48.6%、「消費需求多變」占42.9%，與上年相較，以「商品同質性及替代性高」增加5.8個百分點最多，而在業者積極跨足網路銷售後，「電商搶食市場」占比下降14.3個百分點最多；另對於未來營運發展計畫則以「加強數位轉型」為主，占38.6%，顯示在疫情影響下，積極推動數位化布局及轉型，已成為業者首要課題。

圖1 文教育樂用品零售業營業額及年增率



資料來源：經濟部統計處「批發、零售及餐飲業動態調查」

圖2 文教育樂用品零售業銷售商品結構比



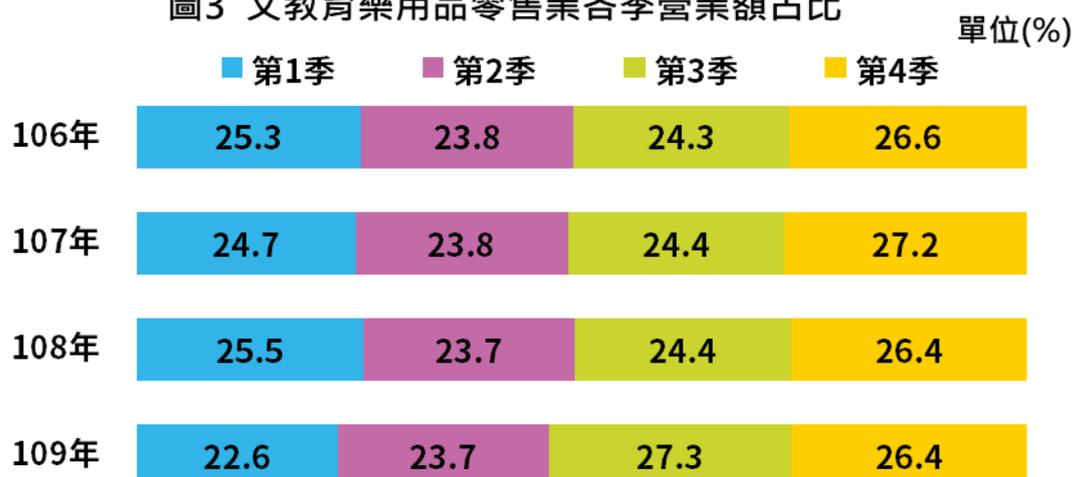
資料來源：經濟部統計處「批發、零售及餐飲業經營實況調查」

表1 文教育樂用品零售業網路及實體通路銷售比重及年增率

年	營業額(億元)		按銷售管道分					
	年增率 (%)	網路 銷售	網路銷售			實體 通路	實體通路	
			年增率 (%)	占比 (%)	年增率 (%)		占比 (%)	
107年	745	-0.3	-	-	-	-	-	-
108年	786	5.5	52	-	6.7	734	-	93.3
109年	849	8.0	60	14.5	7.1	789	7.5	92.9

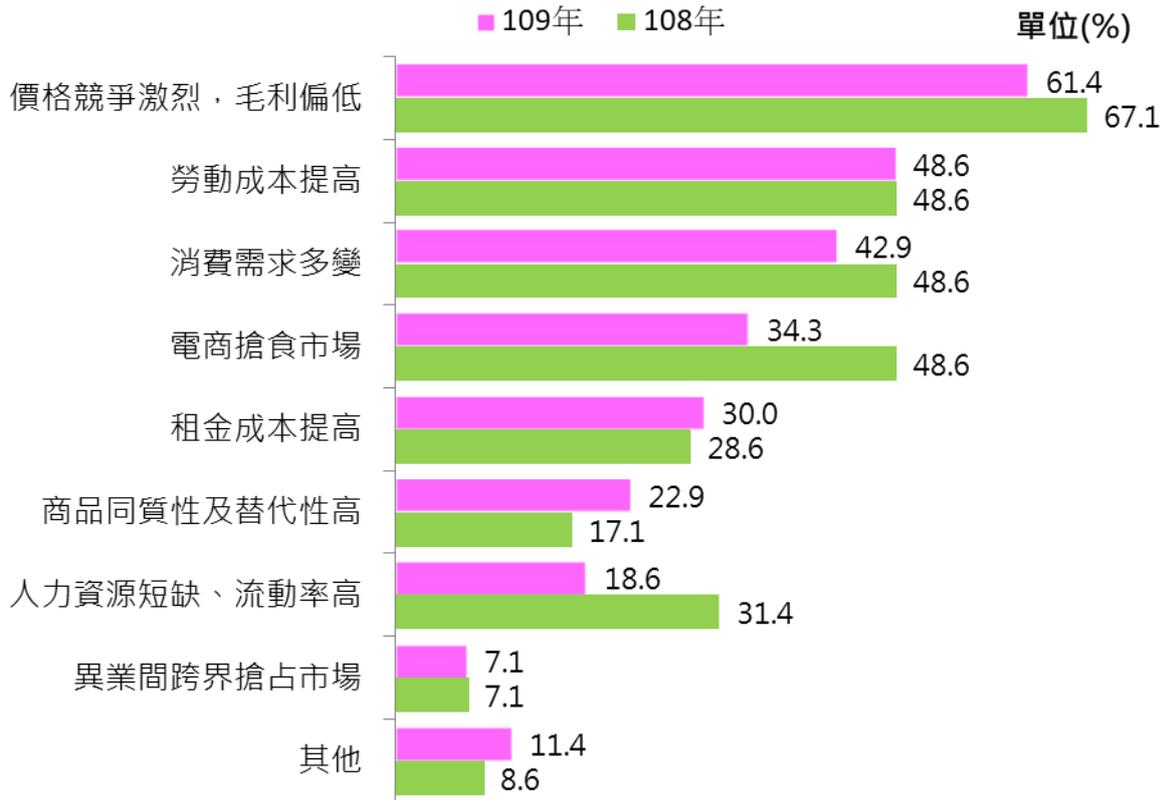
資料來源：經濟部統計處「批發、零售及餐飲業動態調查」

圖3 文教育樂用品零售業各季營業額占比



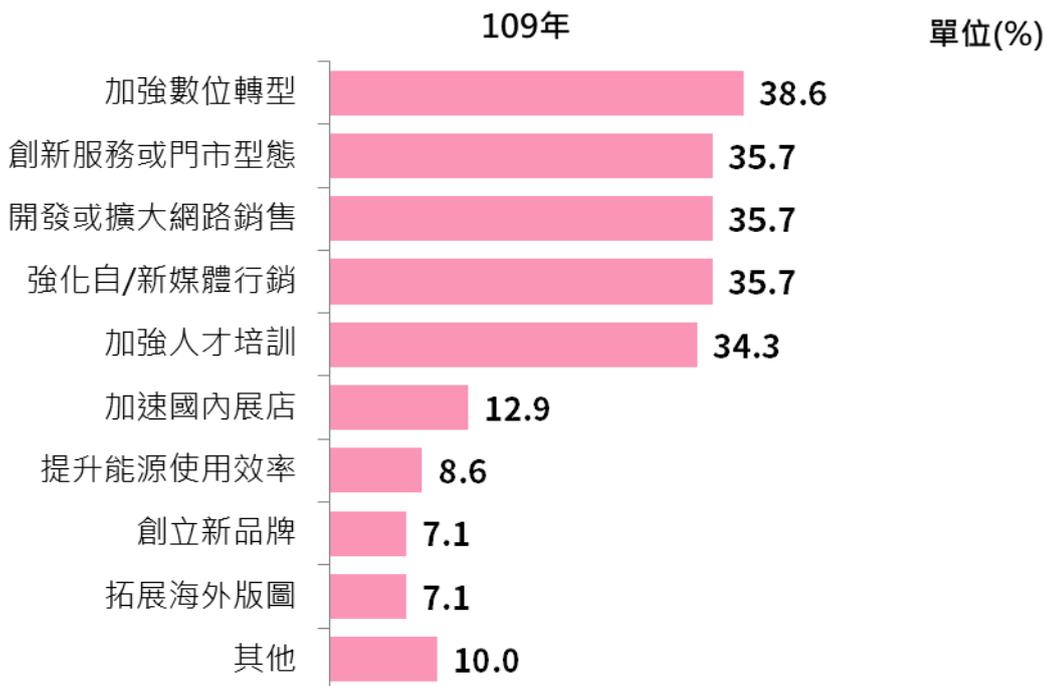
資料來源：經濟部統計處「批發、零售及餐飲業動態調查」

圖4 文教育樂用品零售業者在經營上遭遇的困境(複選)



資料來源：經濟部統計處「批發、零售及餐飲業經營實況調查」

圖5 文教育樂用品零售業者未來營運發展計畫(複選)



資料來源：經濟部統計處「批發、零售及餐飲業經營實況調查」

發言人：經濟部統計處 黃副處長偉傑

聯絡電話：(02)23212200#8500

電子郵件信箱：wjhuang2@moea.gov.tw

業務聯絡人：經濟部統計處 吳科長聲和

聯絡電話：(02)23212200#8513

電子郵件信箱：shwu2@moea.gov.tw

撰稿人：經濟部統計處 藍芳華科員