

當前經濟情勢概況

(專題：後疫情時期我國零售及餐飲業之情勢)



中華民國109年10月8日

大綱

壹・國外經濟情勢

貳・國內經濟情勢

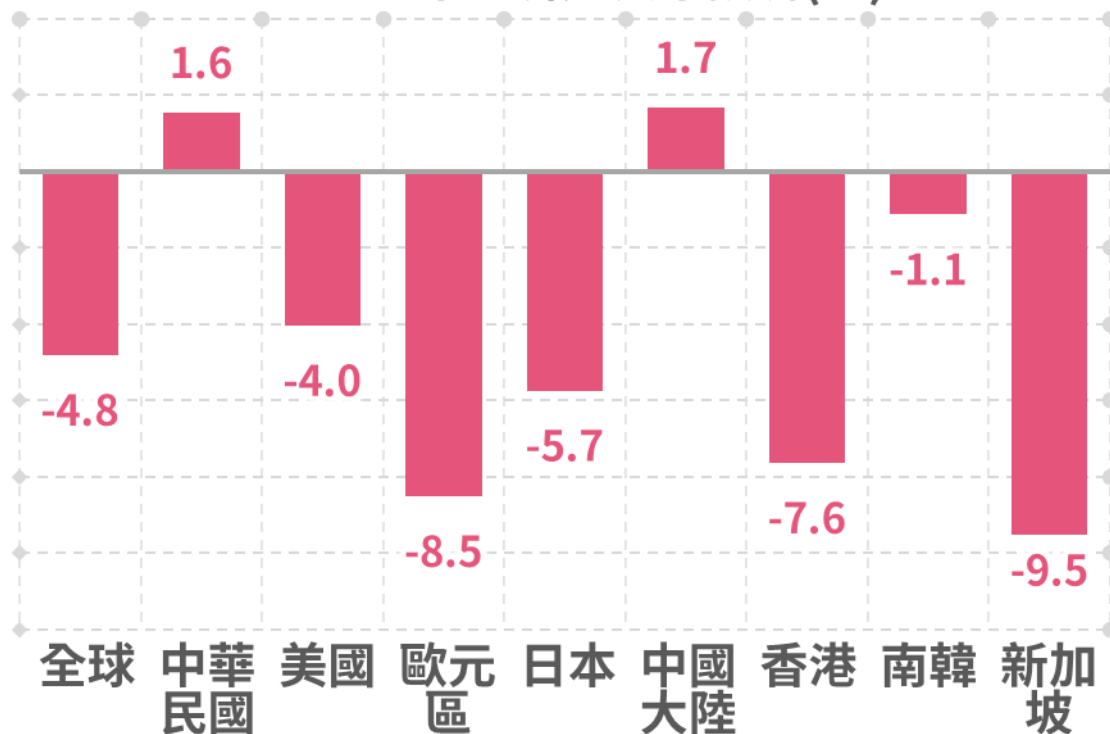
參・專題：後疫情時期我國零售及餐飲業
之情勢

肆・結語

壹、國外經濟情勢

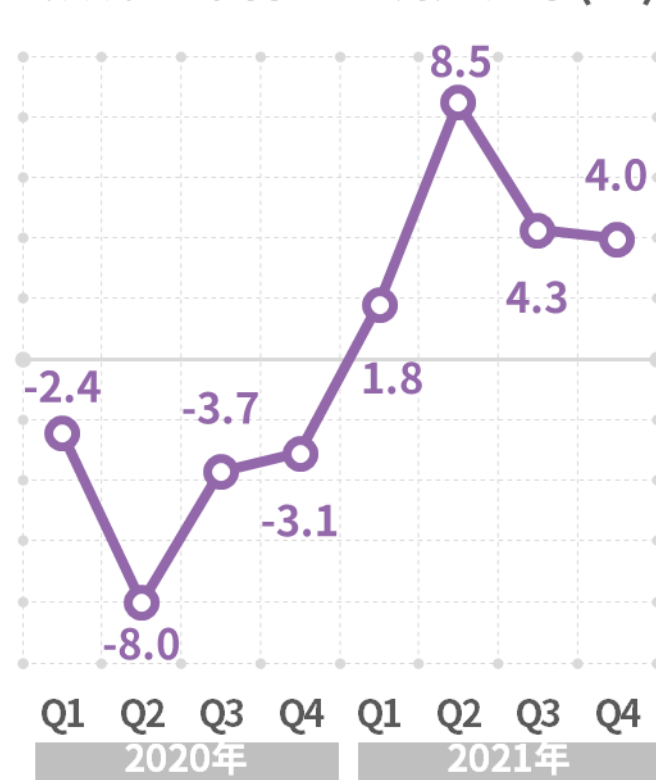
全球經濟可望逐步復甦

2020年經濟成長率預測(%)



資料來源：我國來自行政院主計總處，餘皆來自IHS Markit。

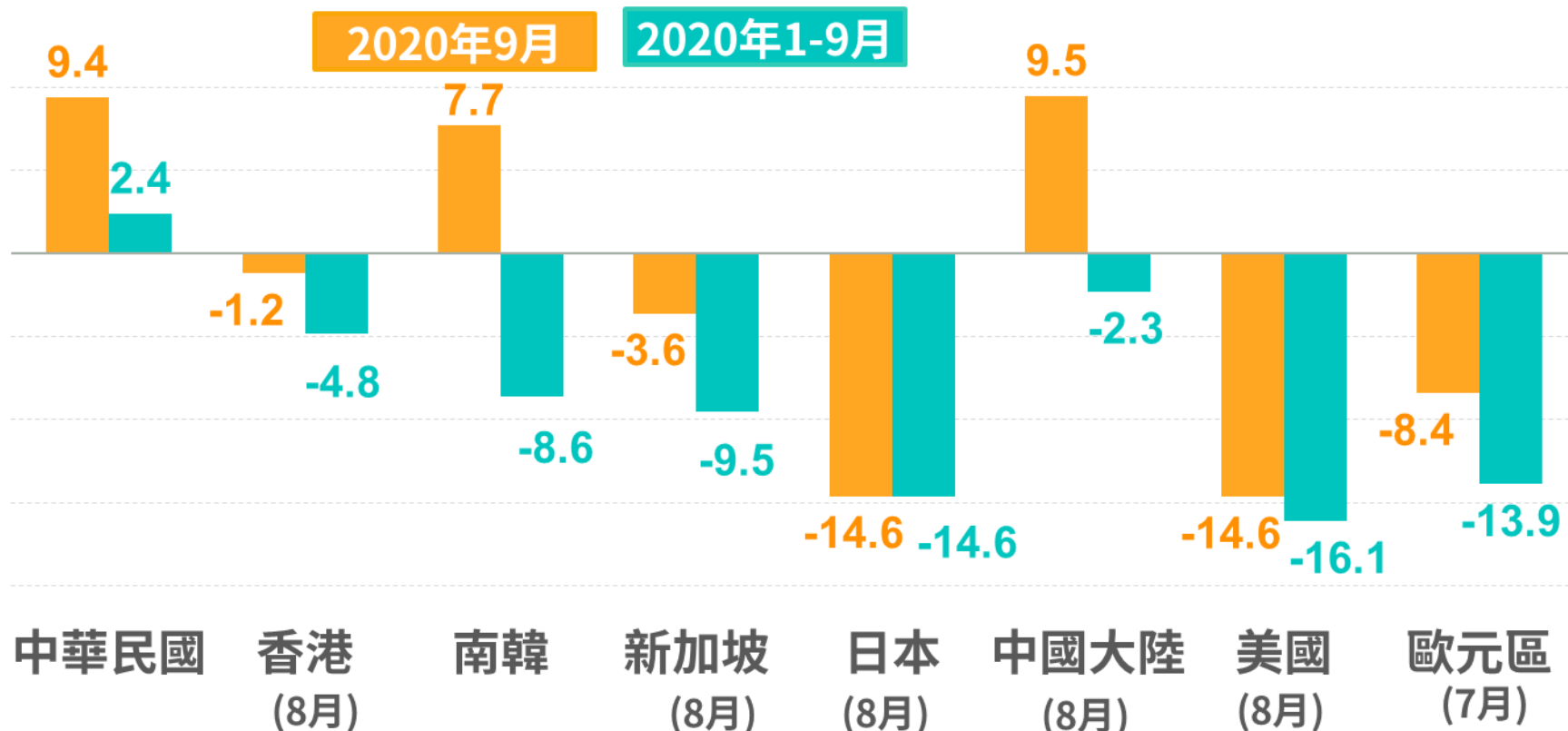
預測全球各季經濟成長率(%)



- 今年因疫情導致經濟疲弱，IHS Markit 最新預測，今年全球經濟成長率為-4.8%，主要國家經濟成長率多為負值；明年可望在生產、消費回復下，成長4.3%。
- OECD亦預測今年全球經濟負成長4.5%，明年將成長5.0%。

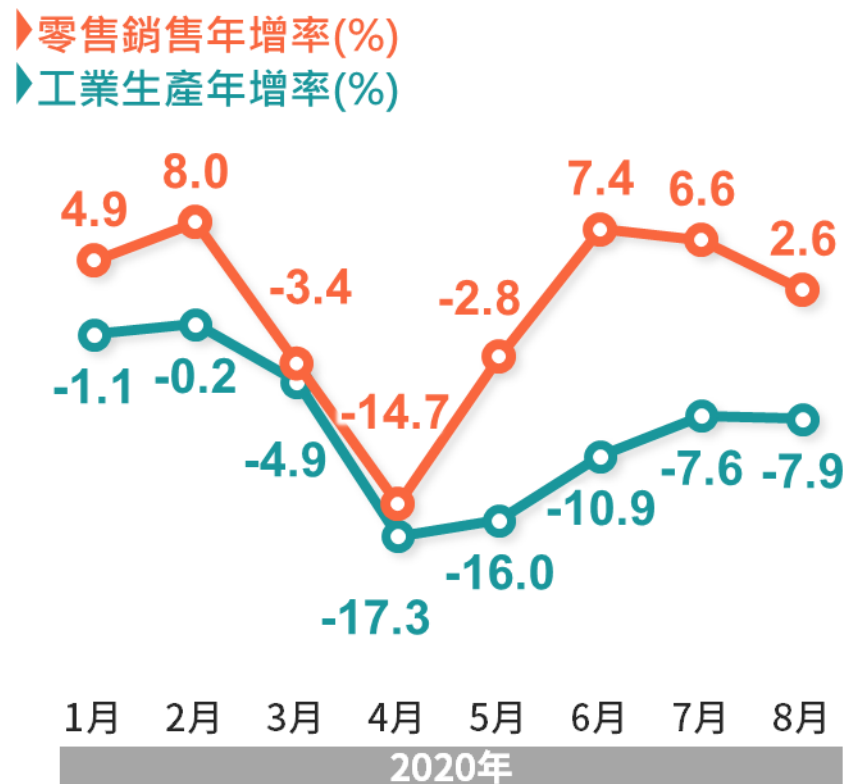
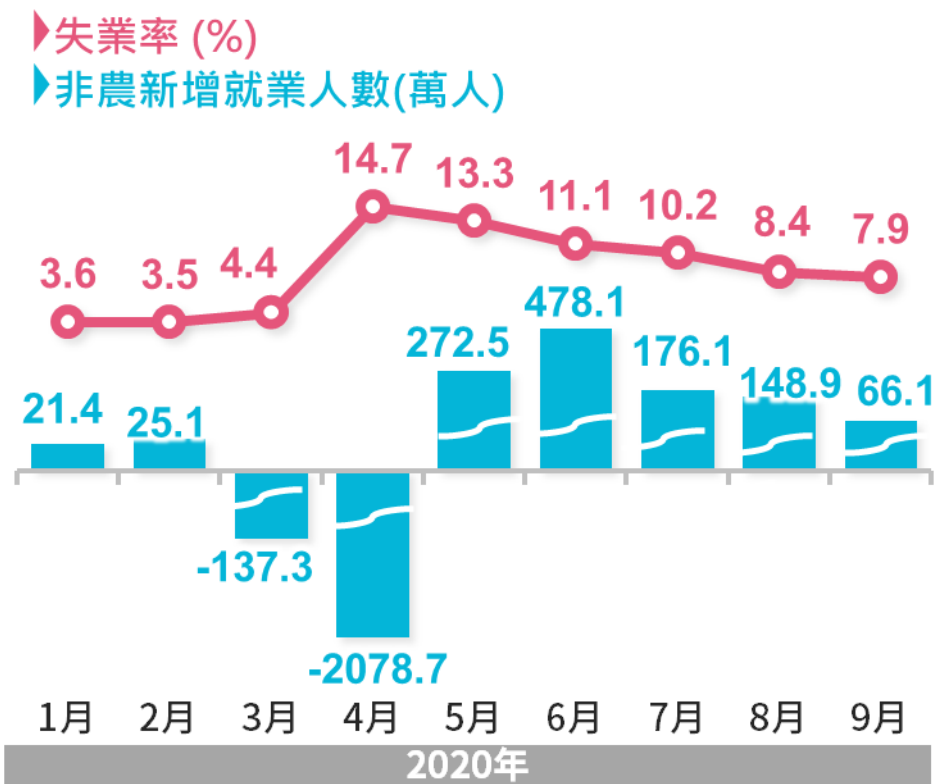
主要國家出口多呈下滑(按美元計)

出口年增率—按美金計(%)



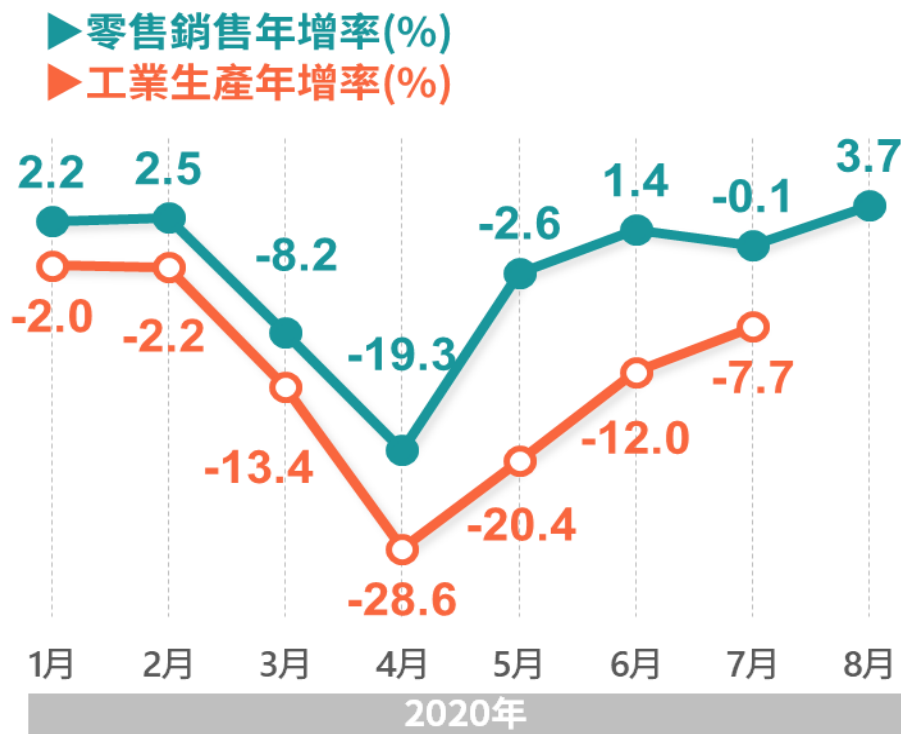
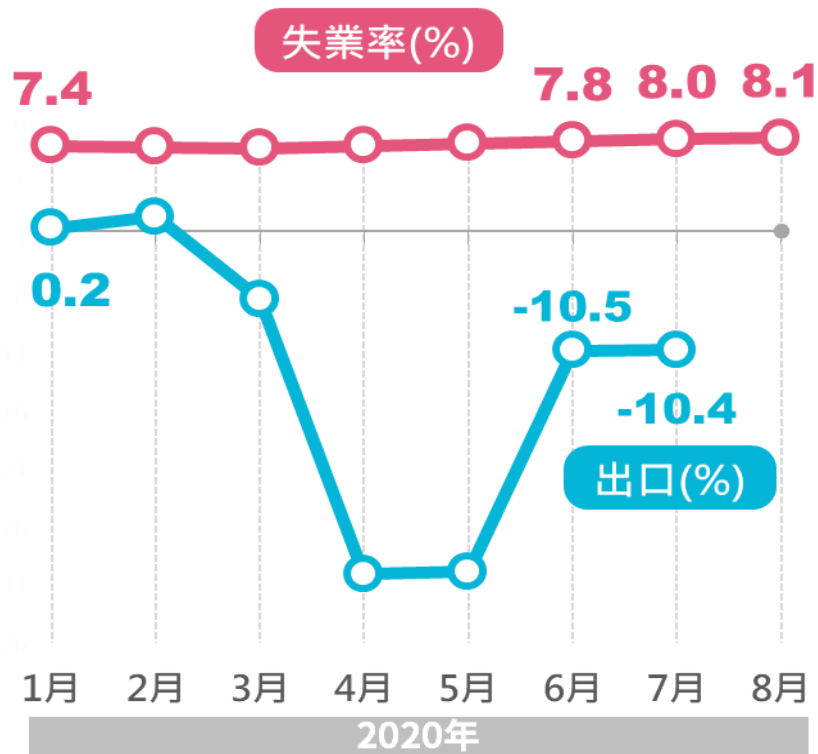
- 受肺炎疫情拖累，各國出口趨於疲弱，今年1-9月除我國出口年增2.4%外，其他主要國家出口均呈下滑，其中日本(1-8月)、美國(1-8月)、歐元區(1-7月)皆呈雙位數下滑。

美國就業市場緩步回溫



- 美國9月非農月增就業人數66.1萬人，為5月就業市場復甦以來最小增幅；失業率由上月的8.4%下滑至7.9%，就業市場緩步回溫。
- 因額外失業救濟金到期及民眾不再囤積民生必需品，8月零售業銷售年增2.6%，增幅較上月縮小；工業生產雖年減7.9%，惟減幅漸趨縮小。

歐元區疫情再度趨危 復甦力道放緩

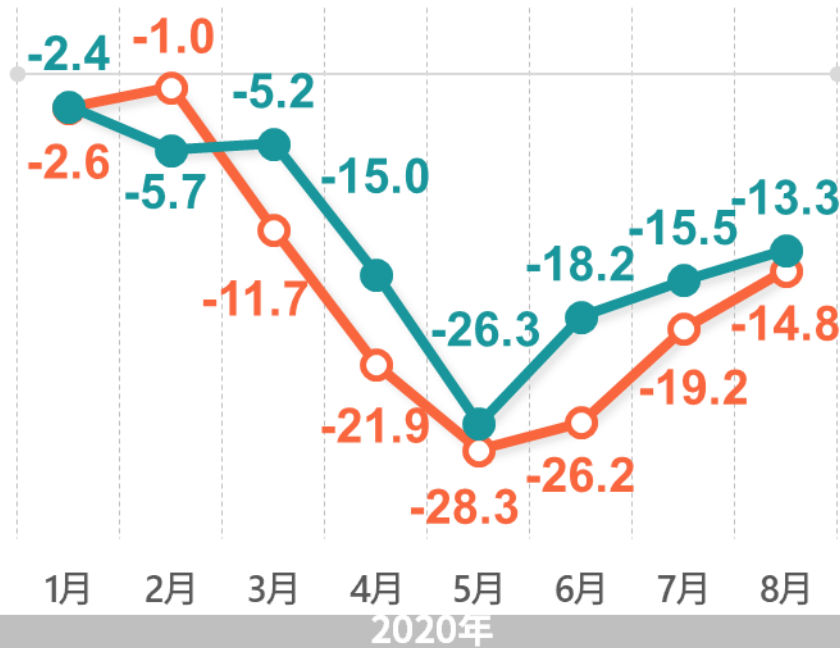


- 歐元區因疫情再度升溫使經濟復甦步伐放緩，8月失業率升至8.1%，連續第5個月上升。零售銷售因食品飲料煙酒銷售增加，而年增3.7%。
- 7月按歐元計出口年減10.4%，主因對美國及阿拉伯聯合大公國出口之機械和運輸設備減少所致。工業生產仍年減7.7%，惟減幅明顯縮小。

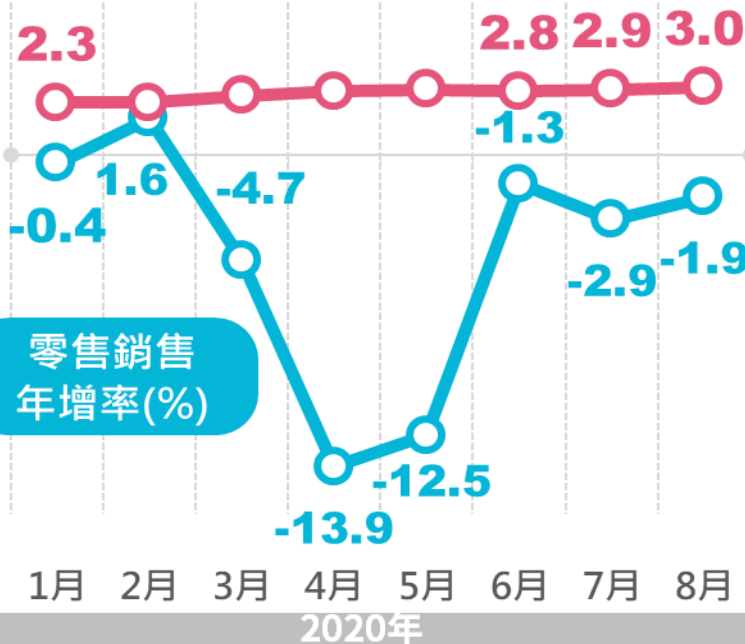
日本出口及工業生產減幅收斂

►工業生產年增率(%)

►出口年增率(%)

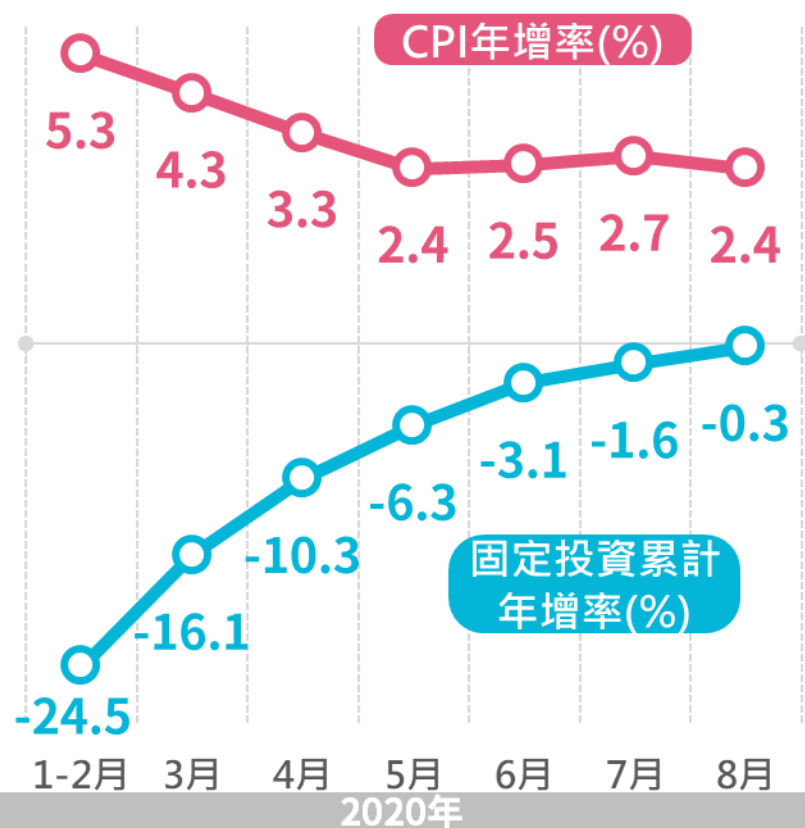
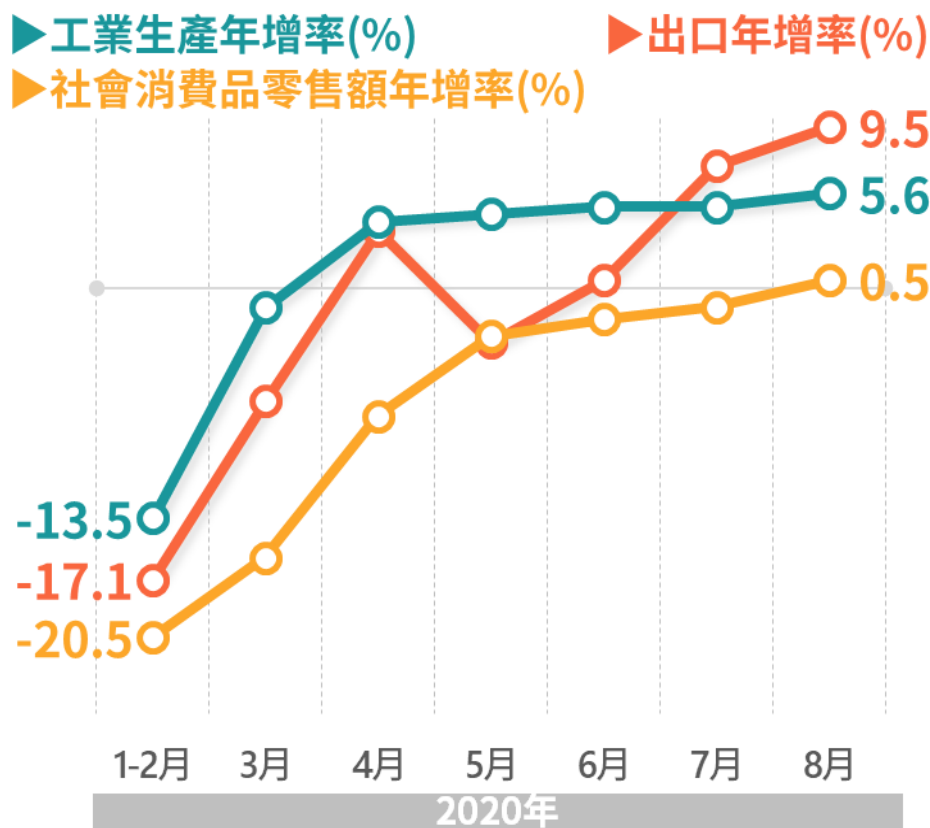


失業率(%)



- 日本8月按日圓計出口年減14.8%，連續6個月雙位數衰退，惟減幅持續收斂。
- 因解除全國緊急狀態，8月工業生產減幅持續縮至-13.3%；惟日本境內疫情再次擴大，致零售業銷售額年減1.9%，連續6個月負成長；失業率升至3.0%，為2017年6月以來最高。

中國大陸8月各項指標均持續回升



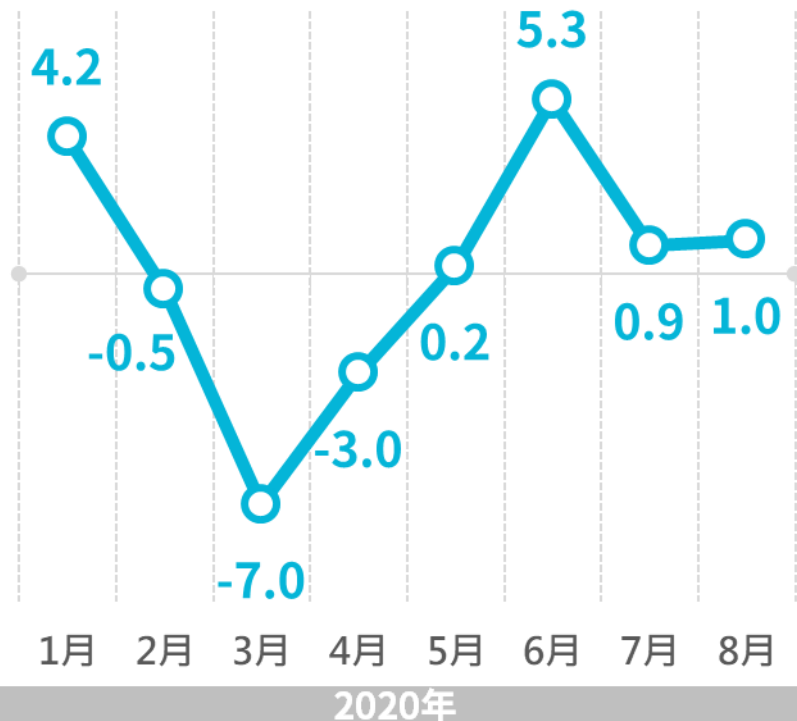
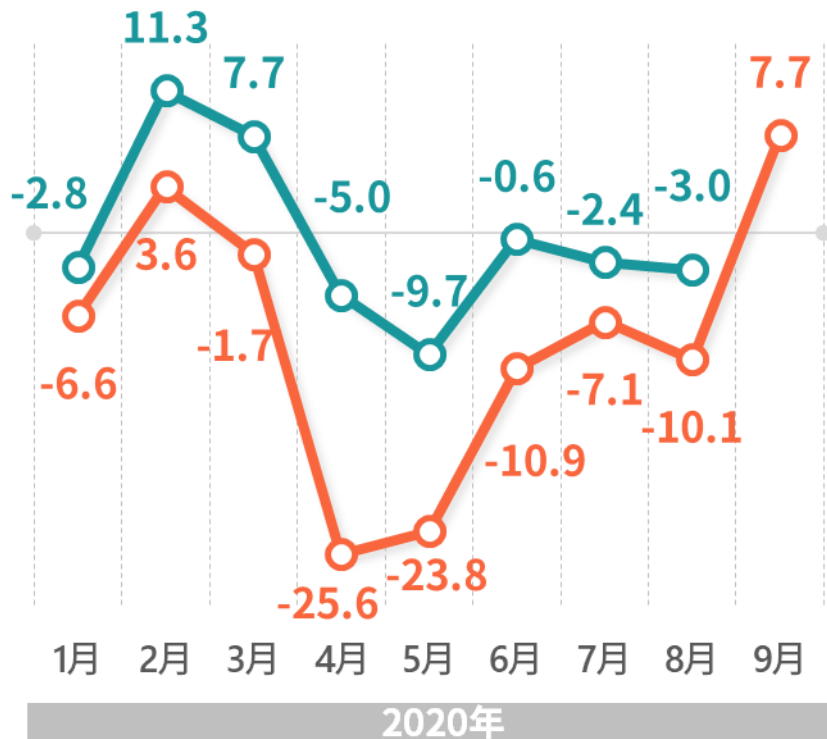
- 中國大陸經濟持續復甦，8月出口年增9.5%，為2019年4月以來新高；工業生產續增5.6%；社會消費品零售額年增0.5%，為今年以來首次正成長。
- 企業投資動能回升，1-8月固定資產投資額減幅收斂至-0.3%。

南韓經濟已逐漸回穩

►工業生產年增率(%)

►出口年增率(%)

►零售業銷售額年增率(%)



- 南韓9月出口年增7.7%，為近7個月以來首度正成長，主因各國防疫封鎖逐漸鬆綁，晶片、汽車及電腦等出口增加所致。
- 8月工業生產仍受疫情影響而呈年減3.0%；零售業銷售額則年增1.0%，主因線上購物需求暢旺，抵銷免稅店、百貨公司衰退。

貳、國內經濟情勢

國內經濟情勢總覽

8月零售業營業額

↑ 8.2%

8月餐飲業營業額

↑ 2.0%

8月失業率

3.99%

(較上年同月
↑ 0.1個百分點)

8月CPI

↓ 0.33%



9月出口

↑ 9.4%

9月進口

↓ 5.4%

8月外銷訂單

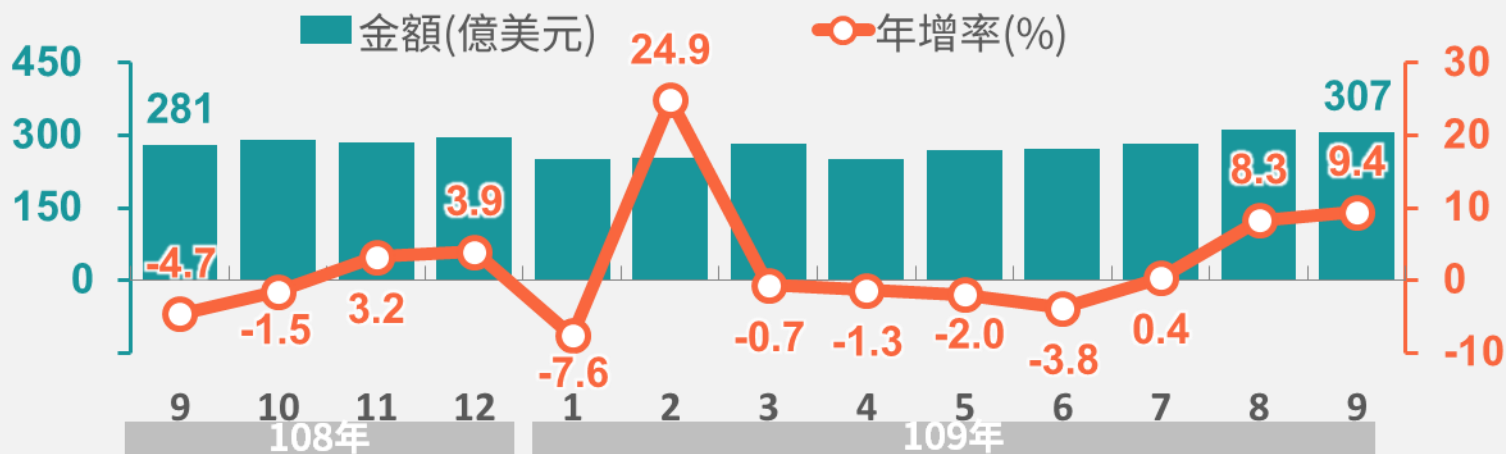
↑ 13.6%

8月製造業
生產量指數

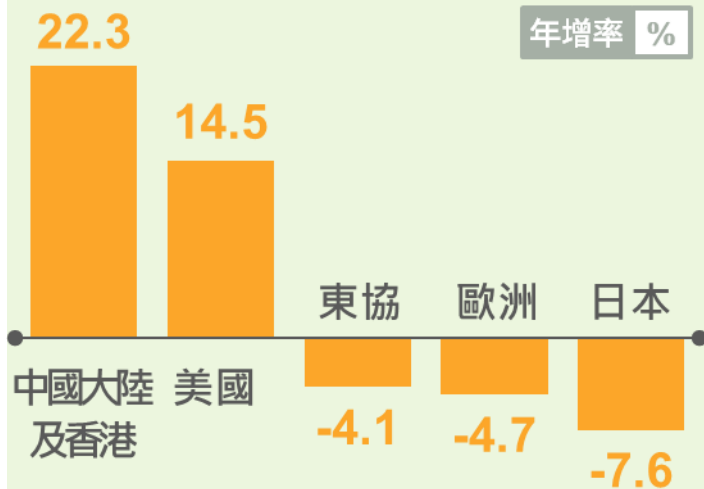
↑ 5.3%

9月出口金額為歷年單月次高

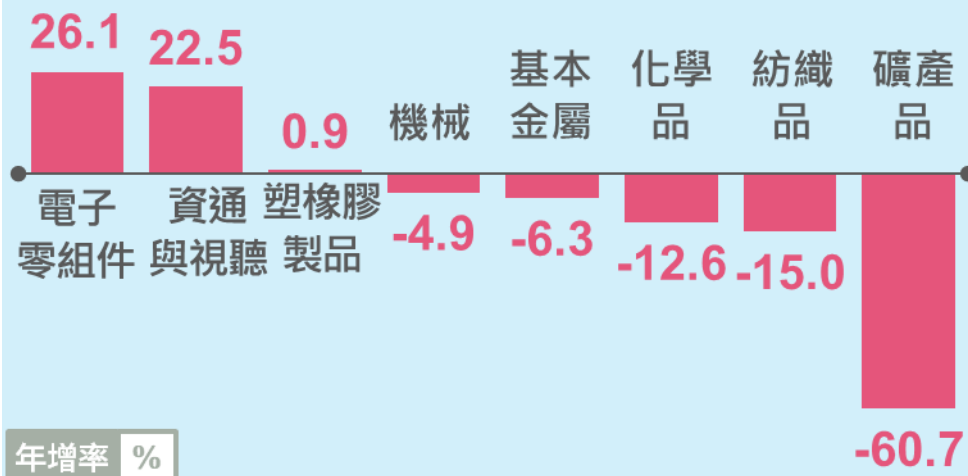
出口金額及年增率



9月主要出口市場



9月主要出口貨品



外銷訂單、製造業生產增加

外銷訂單

8月 ↑ 13.6%



- 資訊通信、電子產品及光學器材接單增加
- 傳統貨品接單除機械已正成長外，其餘皆呈減少，惟減幅較上月縮小

製造業生產指數

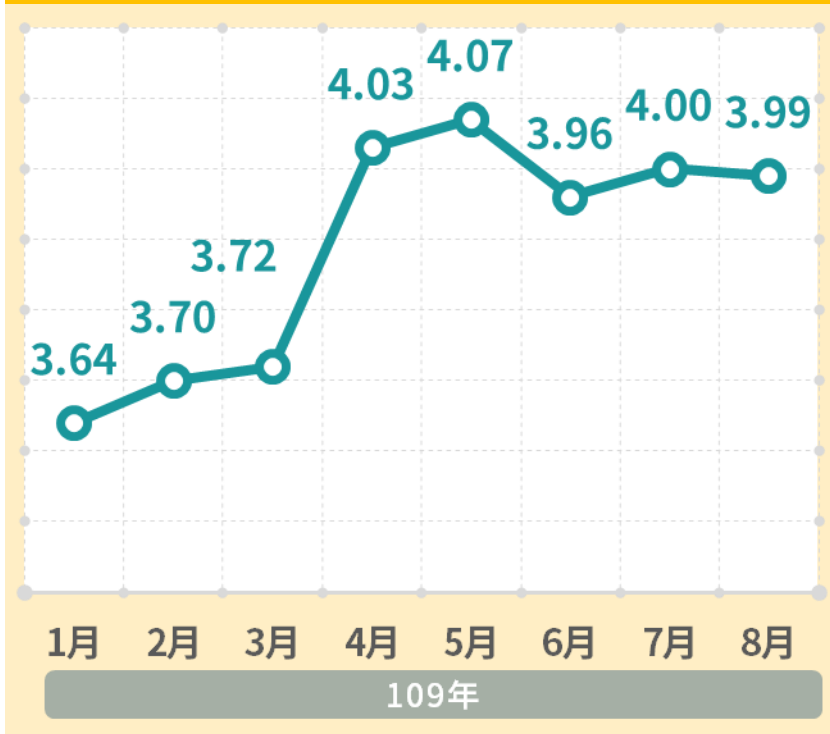
8月 ↑ 5.3%



- 新興科技應用與遠距商機強勁需求
- 國內產能持續擴增
- 美對中科技禁令效應

就業市場逐漸回溫

失業率(%)

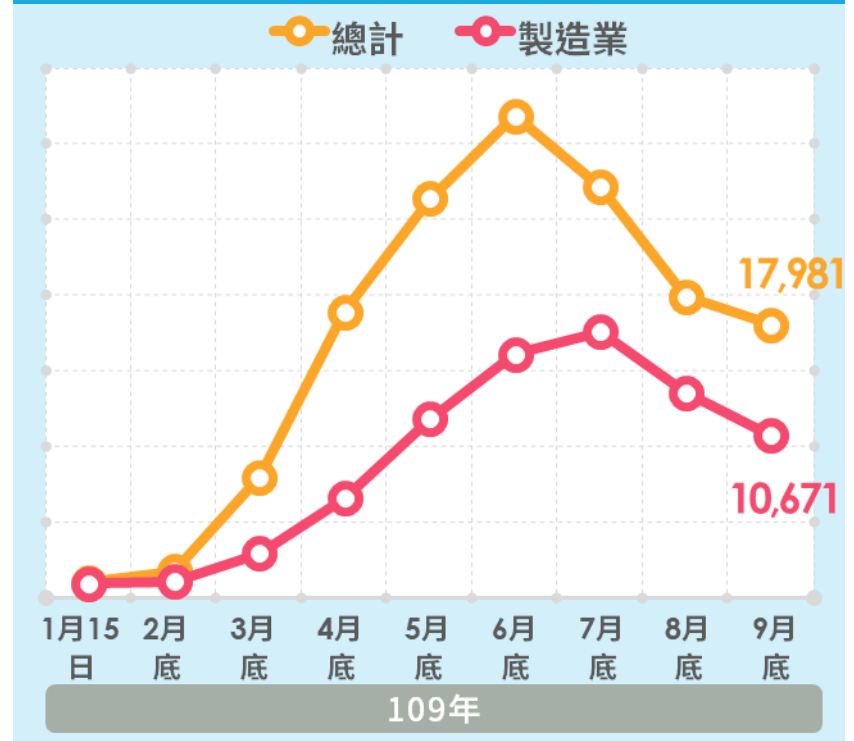


8月**3.99%**

(較上月**-0.01**個百分點)

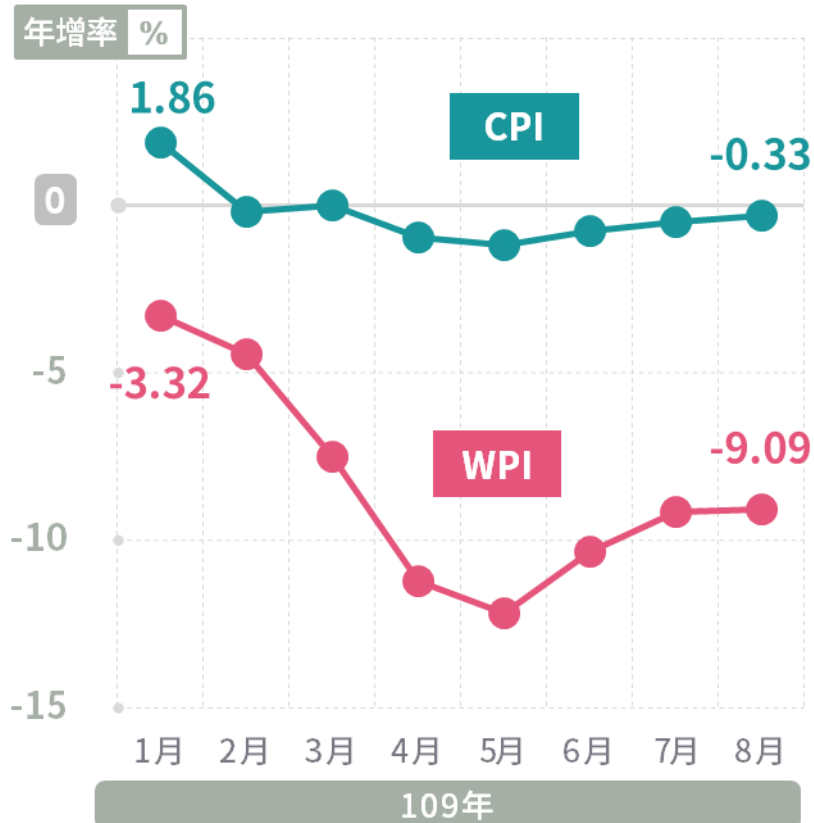
國內經濟活動回溫，因工作場所業務緊縮而失業者連續3個月下降

減班休息(人)

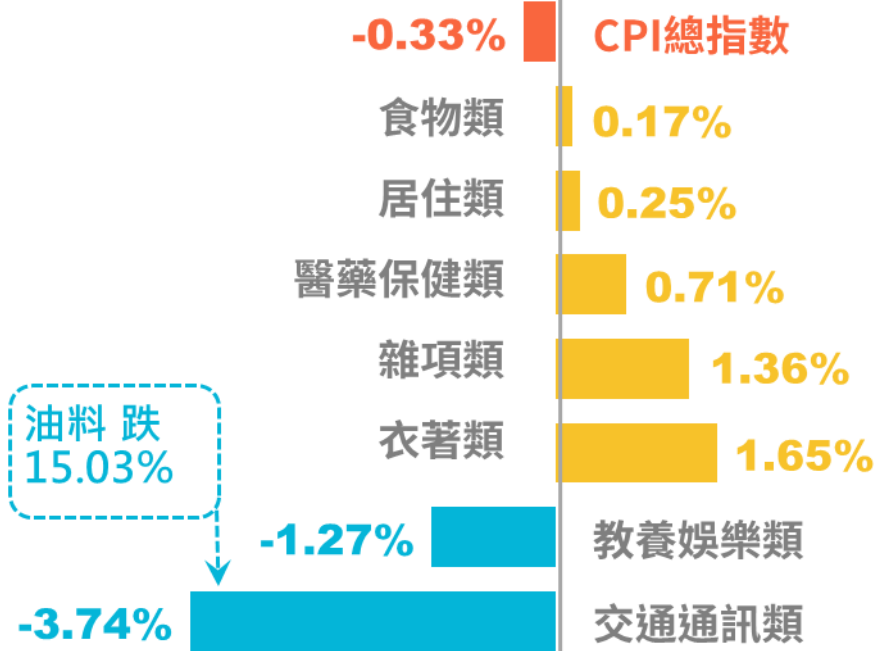


截至9月底實施無薪假人數**17,981**人，較上月底減**1,869**人，其中製造業**10,671**人，較上月底減**2,813**人，連2個月下滑

CPI及WPI之跌幅 已連3個月收斂



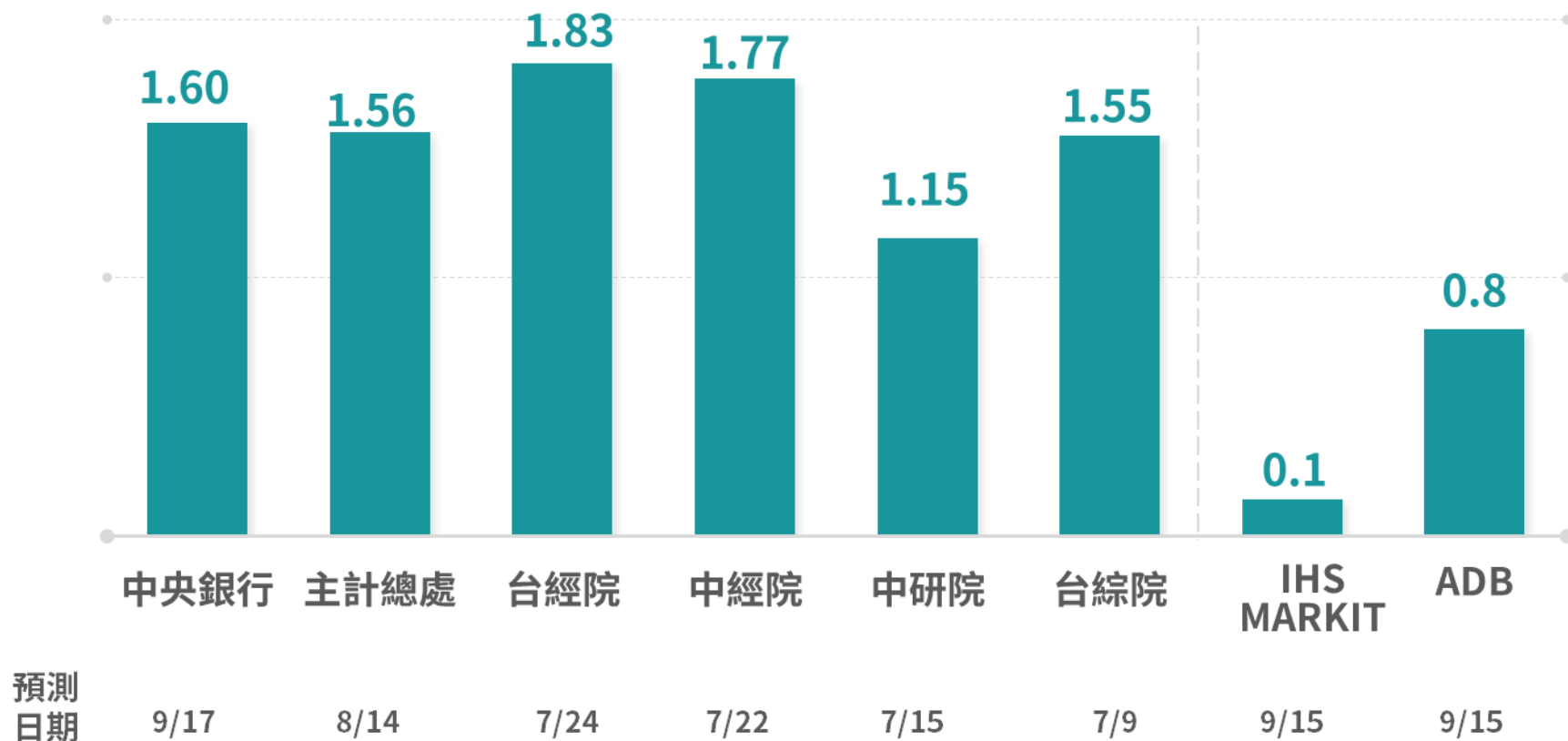
109年8月CPI年增率



- 因疫情及國際油價下滑雙重影響，8月消費者物價指數(CPI)較上年同月跌0.33%，連7個月負成長，惟跌幅連3個月收斂。
- 躉售物價指數(WPI)較上年同月減9.09%，雖連續16個月下跌，惟跌幅已連3個月收斂。

國內機構預測我國今年經濟成長率超過1%

主要機構預測我國今年經濟成長率(%)



- 我國民間投資及政府支出穩健成長，加上半導體、資通訊產品在臺產能大幅擴增，恰順應 5 G、雲端運算等新興應用與疫情帶動之遠距商機，有助支撐出口成長，國內主要機構預測我國今年經濟成長率均超過1%。

參、專題： 後疫情時期我國零售及餐飲業之情勢

A

背景說明

B

我國零售業現況

C

我國餐飲業現況

D

各國零售及餐飲業現況

E

網購趨勢

COVID-19防疫關鍵決策時間軸

2020年

2/2~2/3

高中職以下學校延後2週開學，大專校院延至2/25以後開學

3/18

暫停組團赴國外旅遊及接待來臺觀光團體入境

4/3

過去14天內有症狀之入境旅客，應配合至指定地點進行居家檢疫

4/30

啟動「防疫新生活運動」

7/1

弱勢民眾領取振興三倍券1000元補助；其餘民眾上網登記綁定消費載具或7/15至郵局領取

暫停旅行業組團赴中港澳旅遊

2/6

室內超過100人以上、室外超過500人以上的公眾集會活動停辦

3/25

公布「社交距離注意事項」

4/1

觀光景點、國家公園、遊樂區及夜市、寺廟等，實施人流管制措施

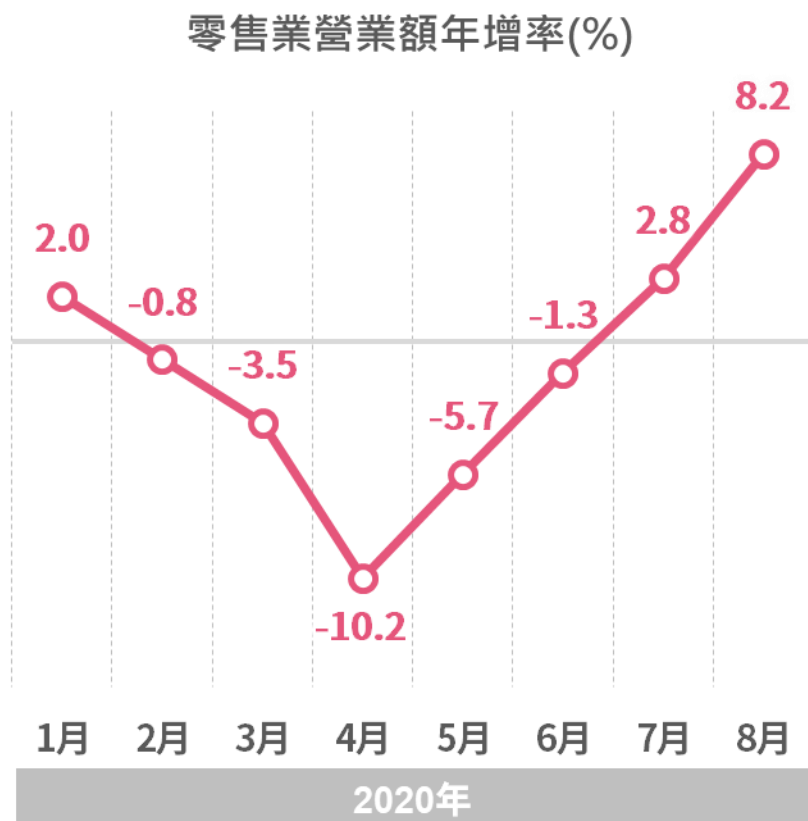
4/10

擴大鬆綁生活防疫規範，落實「防疫新生活運動」

6/7

######

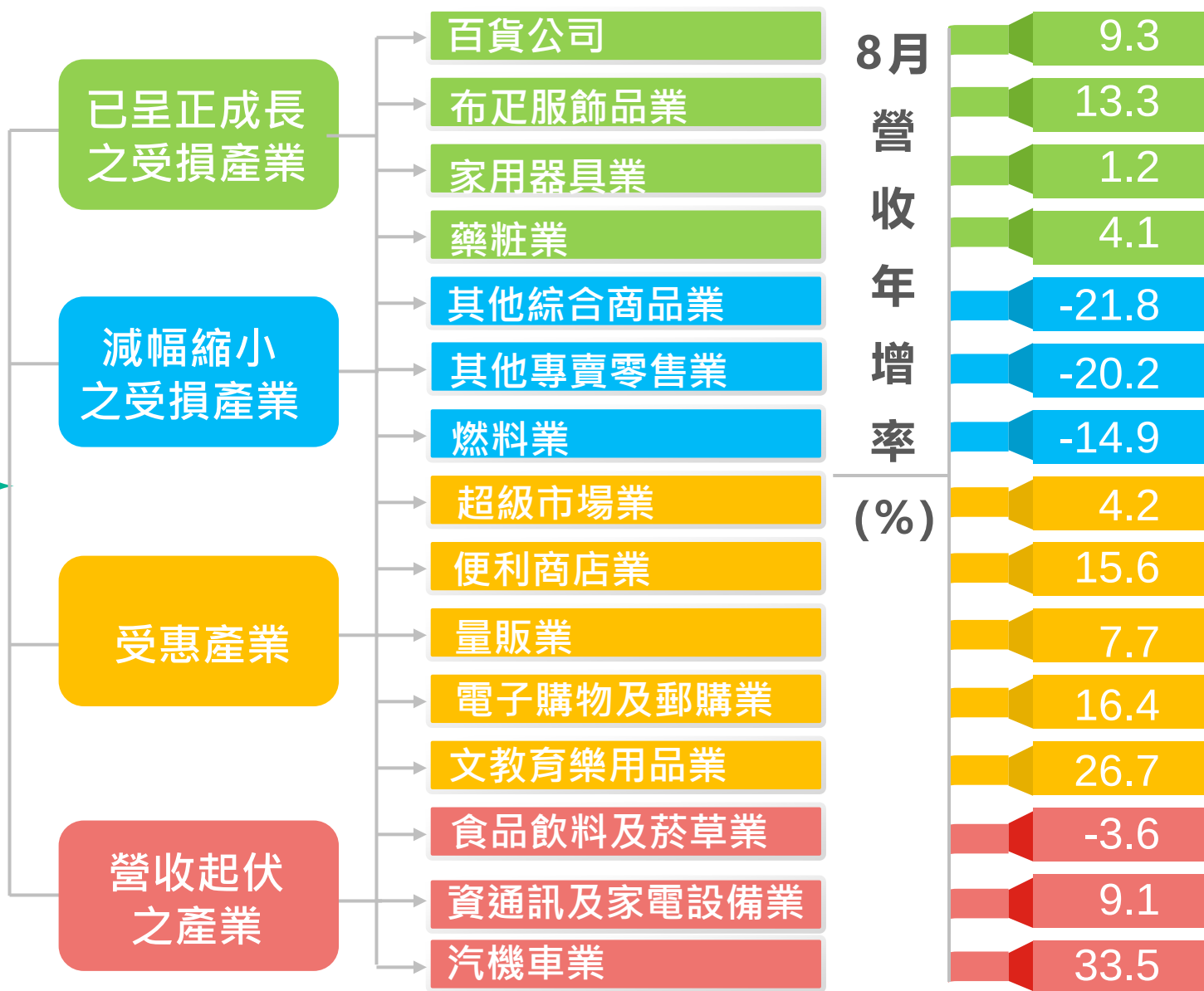
我國零售業營業額呈V型快速復甦



- 今年5月起國內疫情趨緩，6月擴大解封，消費人潮逐漸回流，加上邊境管制，留在國內消費人口增加，零售業營業額逐漸增加，7月在政府推出振興方案及業者強力促銷帶動下，年增2.8%，終止連續5個月負成長，8月續升8.2%，為2010年3月以來最大增幅。

零售業受損產業復甦兩樣情

零售業

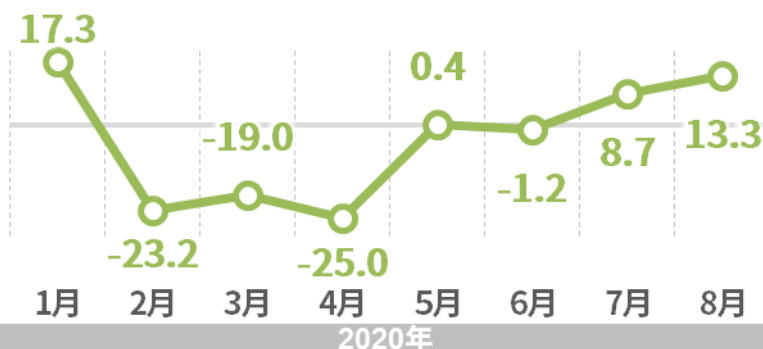


受損產業多數已呈正成長

百貨公司



布疋及服飾品業



藥粧業

家庭器具及用品業

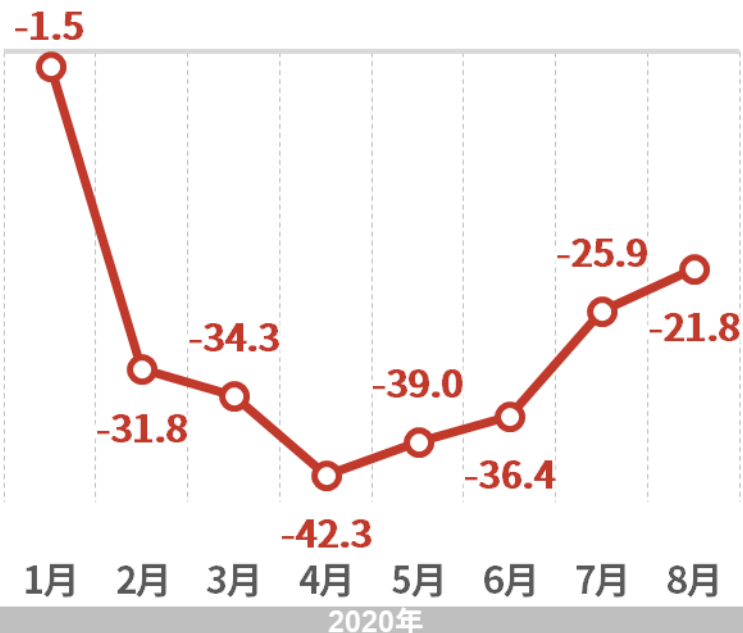
- 人潮逐漸回流，加上業者搭配政府振興方案推出強力促銷活動，致原深受疫情衝擊之百貨公司等4個產業，營業額逐漸增溫。

註：受損產業原則以1-5月營業額年增率<0來認定。

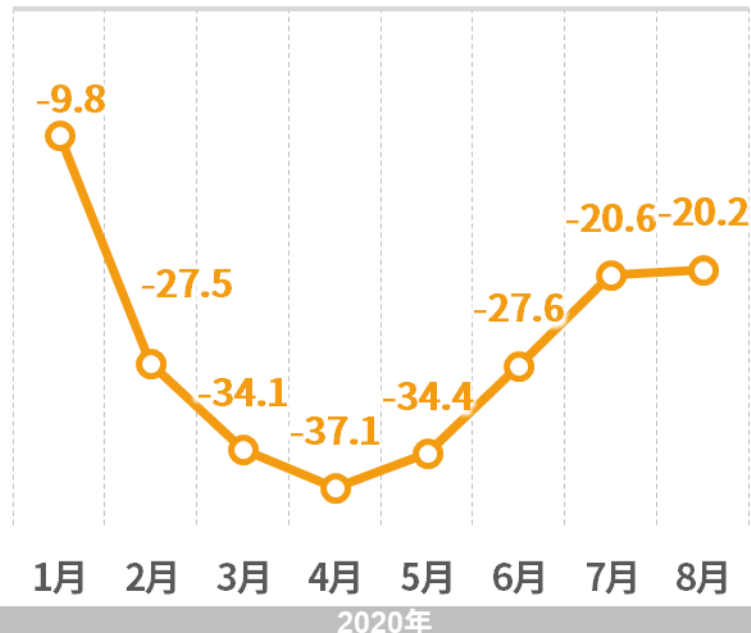
與國際觀光客關連性高的業者仍受衝擊



其他綜合商品業營業額年增率(%)

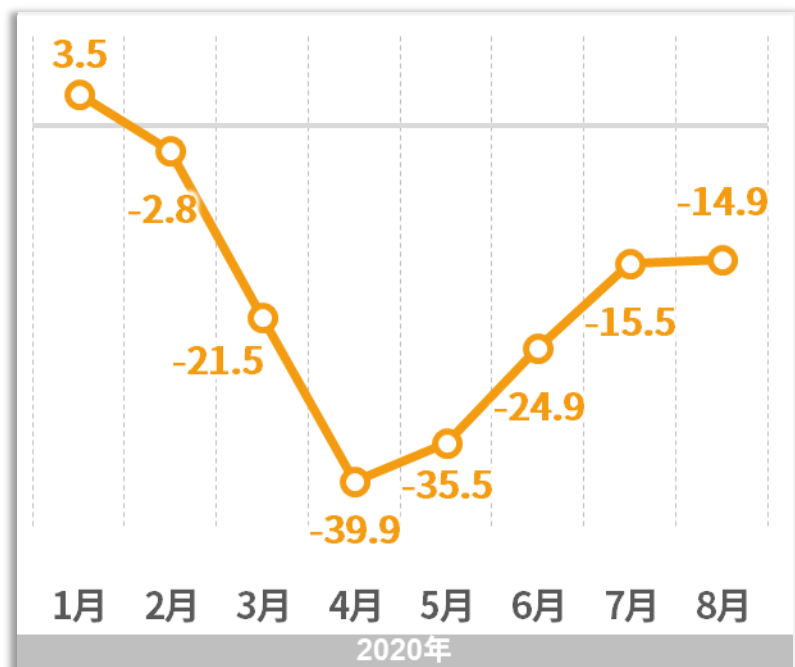


其他專賣零售業營業額年增率(%)

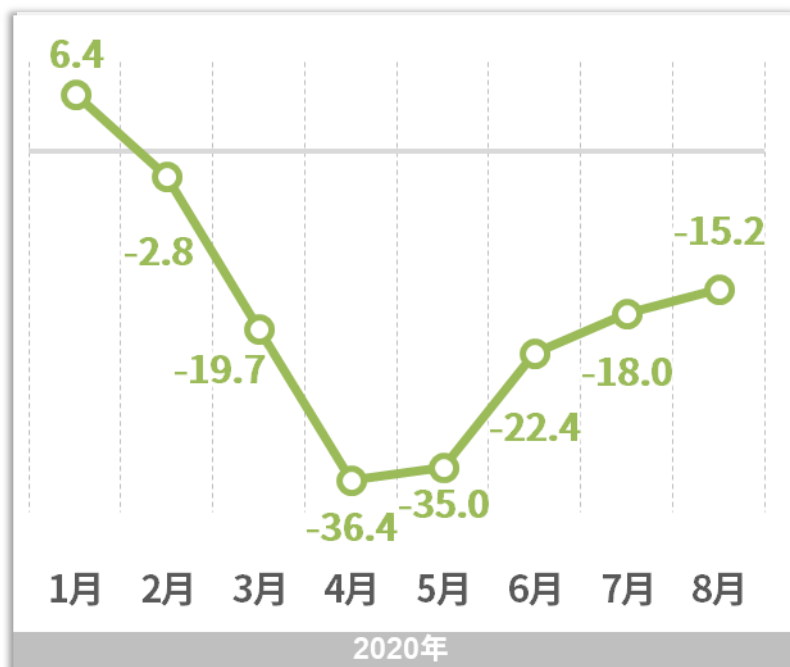


- 與國際觀光客相關之免稅店、紀念品店等，受出入境旅客量遽減影響，營業額大幅衰退，惟隨安心國旅啟動，7、8月其他綜合商品零售業、其他專賣零售業之減幅已明顯收斂。

油價下滑 燃料零售業營業額仍呈負成長



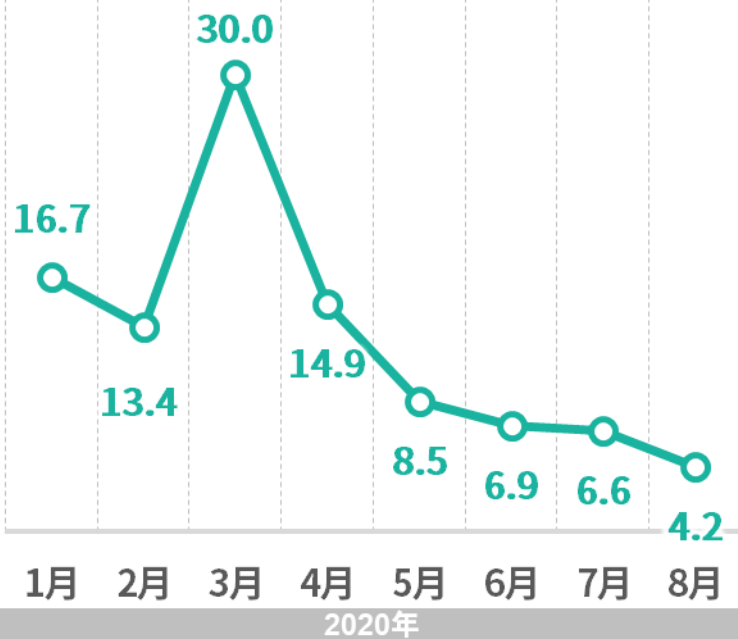
燃料零售業營業額
年增率(%)



95無鉛汽油每公升
平均價格年增率(%)



- 由於燃料零售業營業額易隨油價波動，而今年2月以來汽柴油價格較上年同月下跌，致8月燃料零售業營業額仍為負成長。

超級市場業營業額
年增率(%)量販業營業額
年增率(%)

- 因防疫周邊及清潔相關商品熱賣，加上民生物資囤貨潮，超市及量販店業為這波疫情主要受惠產業之一。
- 近年來在展店、促銷活動及線上購物業績成長下，營業額持續成長，截至8月均已連續18個月正成長。

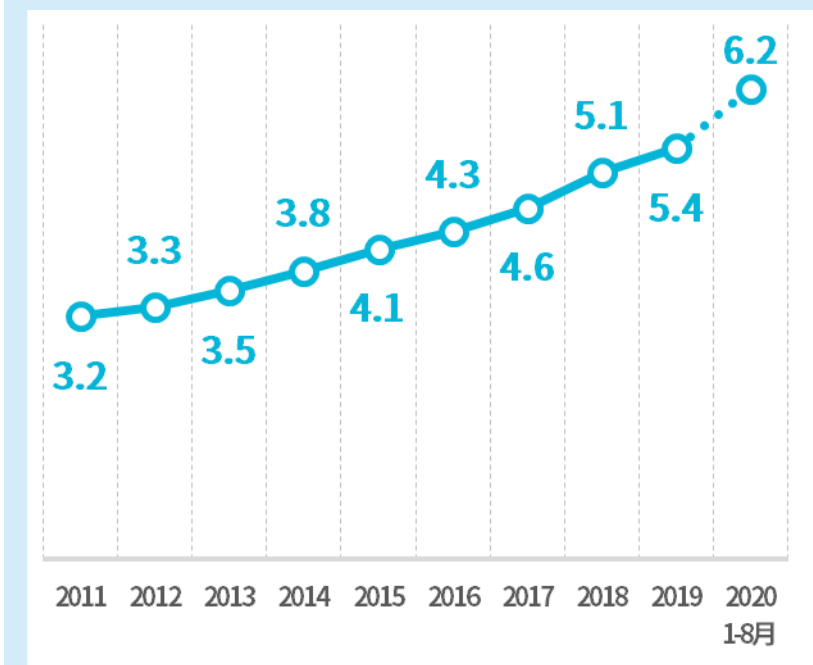
居家消費帶動電子購物及郵購業營業額成長



電子購物及郵購業營業額年增率(%)



電子購物及郵購業占零售業之比率(%)



- 近年網購蓬勃發展，加上疫情爆發改變民眾購物模式，「居家消費」更加拉動網購成長力道，8月我國電子購物及郵購業營業額年增16.4%，連續7個月雙位數成長。
- 電子購物及郵購業占零售業比率自2011年3.2%，升至2019年5.4%，今年1-8月更升至6.2%。

便利商店密度高 鮮食銷售助成長

便利商店業營業額年增率(%)



四大便利商店展店家數(家)

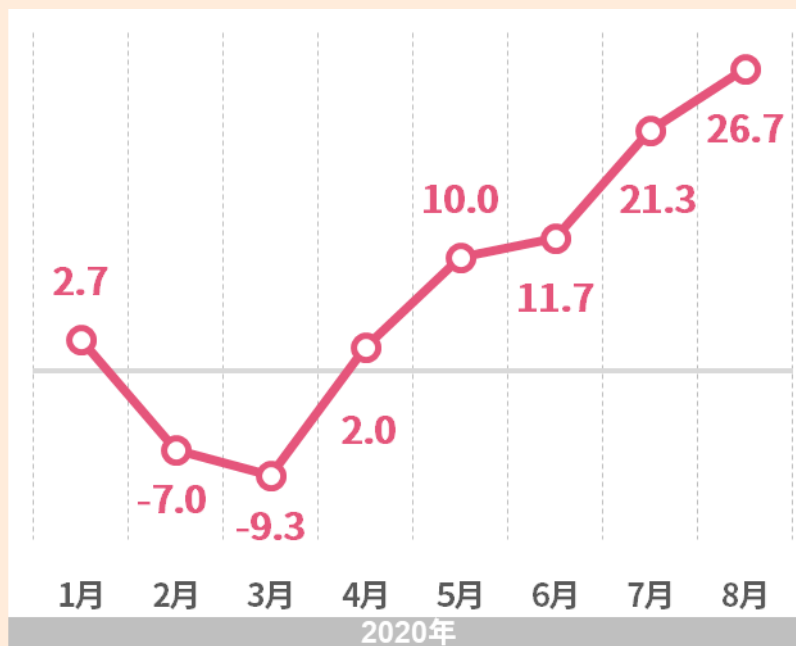
	合計	統一	全家	萊爾富	OK
2011年底	9,739	4,784	2,801	1,285	869
2015年底	10,187	5,032	2,975	1,300	880
2017年底	10,544	5,283	3,142	1,281	838
2019年底	11,353	5,609	3,531	1,406	807
2020年8月底	11,836	5,852	3,687	1,464	833
較2011年底 增減店數	2,097	1,068	886	179	-36

資料來源：流通快訊

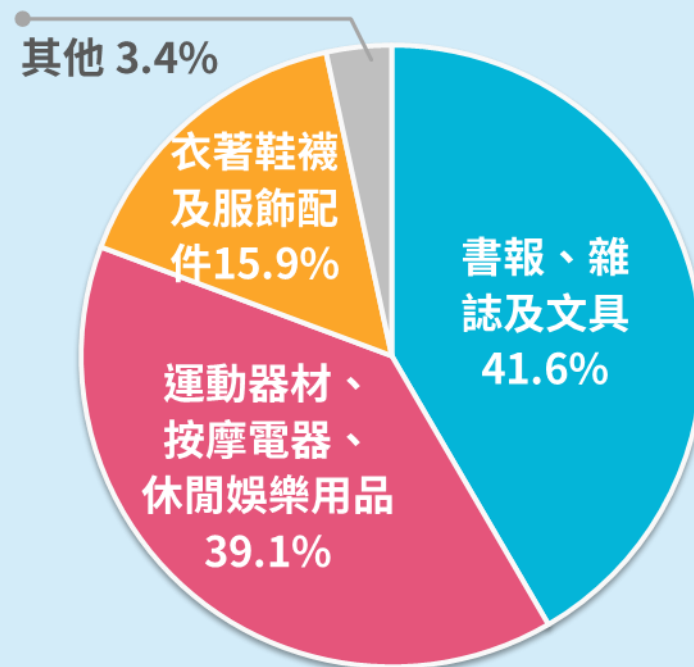
- 因三倍券預購及提領享優惠之促銷活動，加上適逢暑假旺季，鮮食及飲料業績成長，致7月營業額創歷年單月新高，年增21.3%，8月受惠展店、節慶及國旅商機，營收穩定續增15.6%。

文教育樂業營業額持續攀升

文教育樂業營業額年增率(%)



2018年文教育樂業商品銷售占比(%)



- 文教育樂業銷售商品以「書報、雜誌及文具」、「運動器材、按摩電器、休閒娛樂用品」為大宗。
- 疫情帶動在家娛樂用品、室內健身器材及自行車等需求激增，8月文教育樂業營業額年增26.7%，連續4個月雙位數成長。

受多重因素交互影響之產業 營收起伏波動

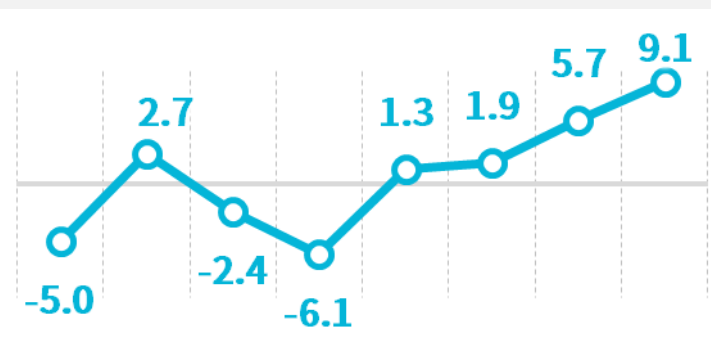
菸草業 食品飲料及



受惠：民眾在家開伙頻率增加，食物需求增，加上端午節檔期商機挹注

受損：來台旅客縮減，以觀光客為主要客群的烘焙食品業績降

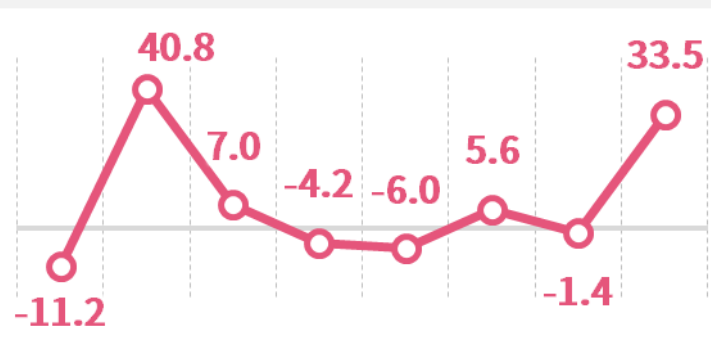
資通通訊及家 電設備業



受惠：遠端學習及居家工作需求挹注電腦與視訊商品銷量攀升，加上5月後，天氣炎熱，帶動家用冷氣需求增加

受損：疫情致來客量減少，加上手機市場低迷，消費力減

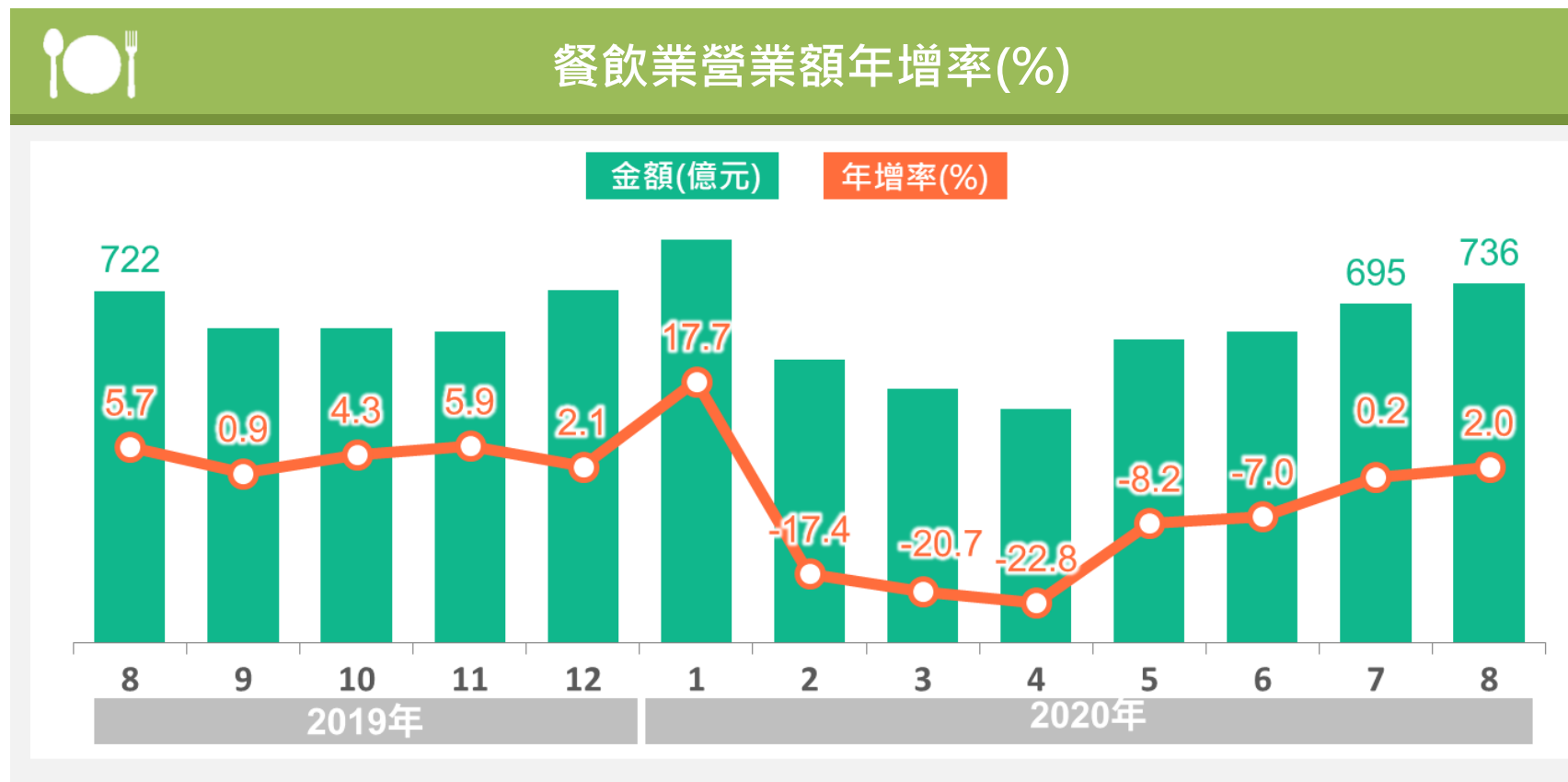
汽機車業



受惠：防疫購買私人載具，以及6月後疫情解封，國旅需求推升買氣

受損：4-5月在防疫期間，賞車人潮減少，買氣減弱

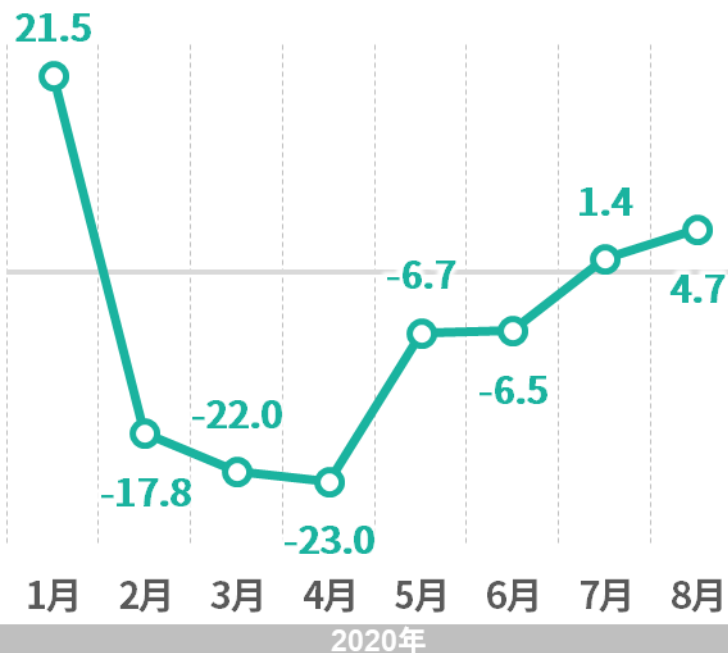
8月餐飲業營業額為歷年單月次高



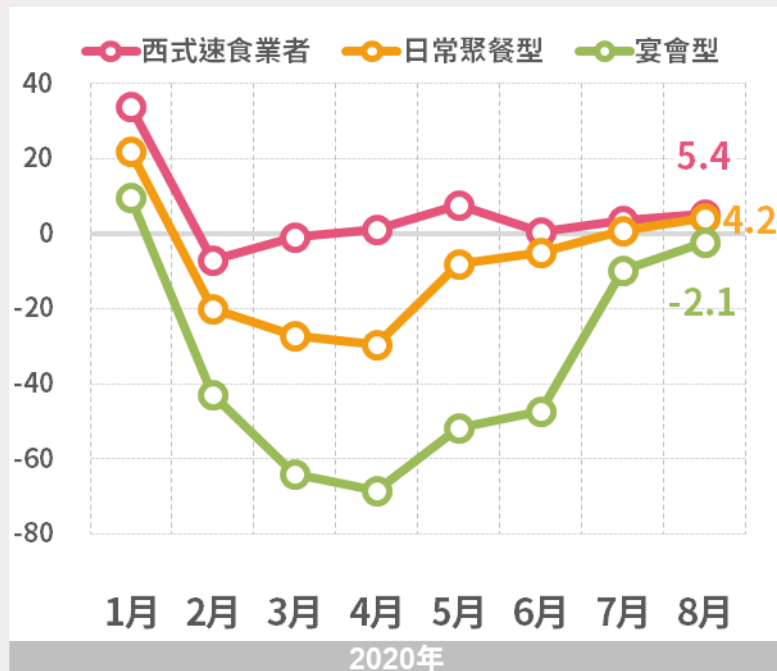
- 受疫情衝擊，餐飲業3、4月營業額衰退2成以上，增幅創有統計以來新低，5月起隨著疫情緩和，聚餐及旅遊人潮大增，加上政府振興方案與業者促銷，以及國旅帶動下，餐飲業於7月轉呈正成長，8月續增2.0%。

以宴會為主之餐館業仍在恢復之中

餐館營業額年增率(%)



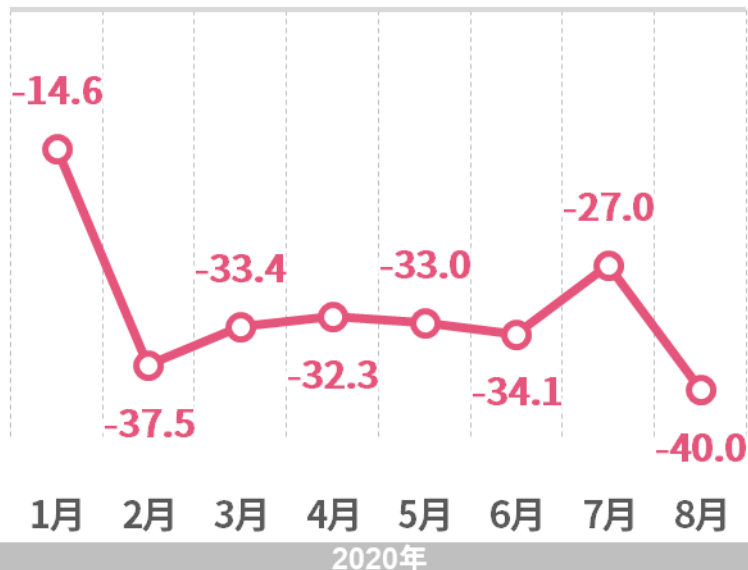
各類餐館業者營業額年增率(%)



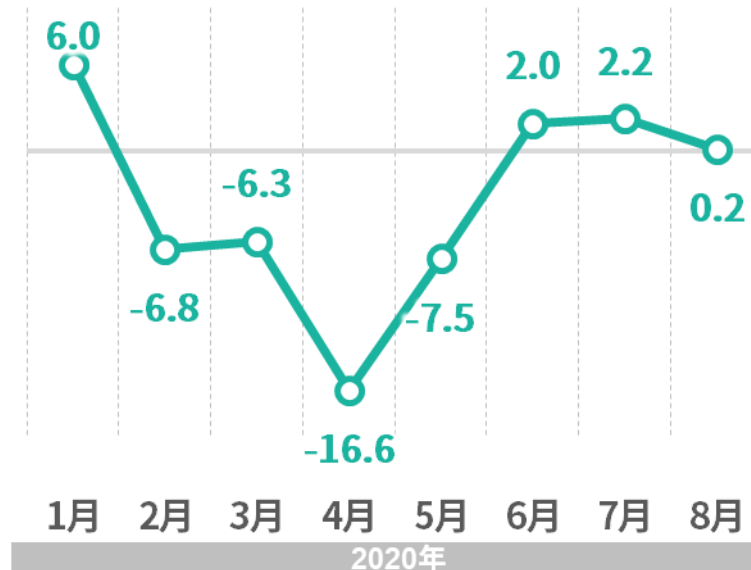
- 8月餐館營業額年增4.7%，為歷年單月次高，惟各類型受創程度不一，其中西式速食業者在展店或促銷下，營收續增；日常聚餐型因社交距離鬆綁，7月轉為正成長，8月續增；以宴會為主要客源的業者則受創最深，8月仍減2.1%，惟減幅已逐漸收斂。

外燴及團膳承包業仍受到疫情衝擊

外燴及團膳承包業營業額年增率(%)



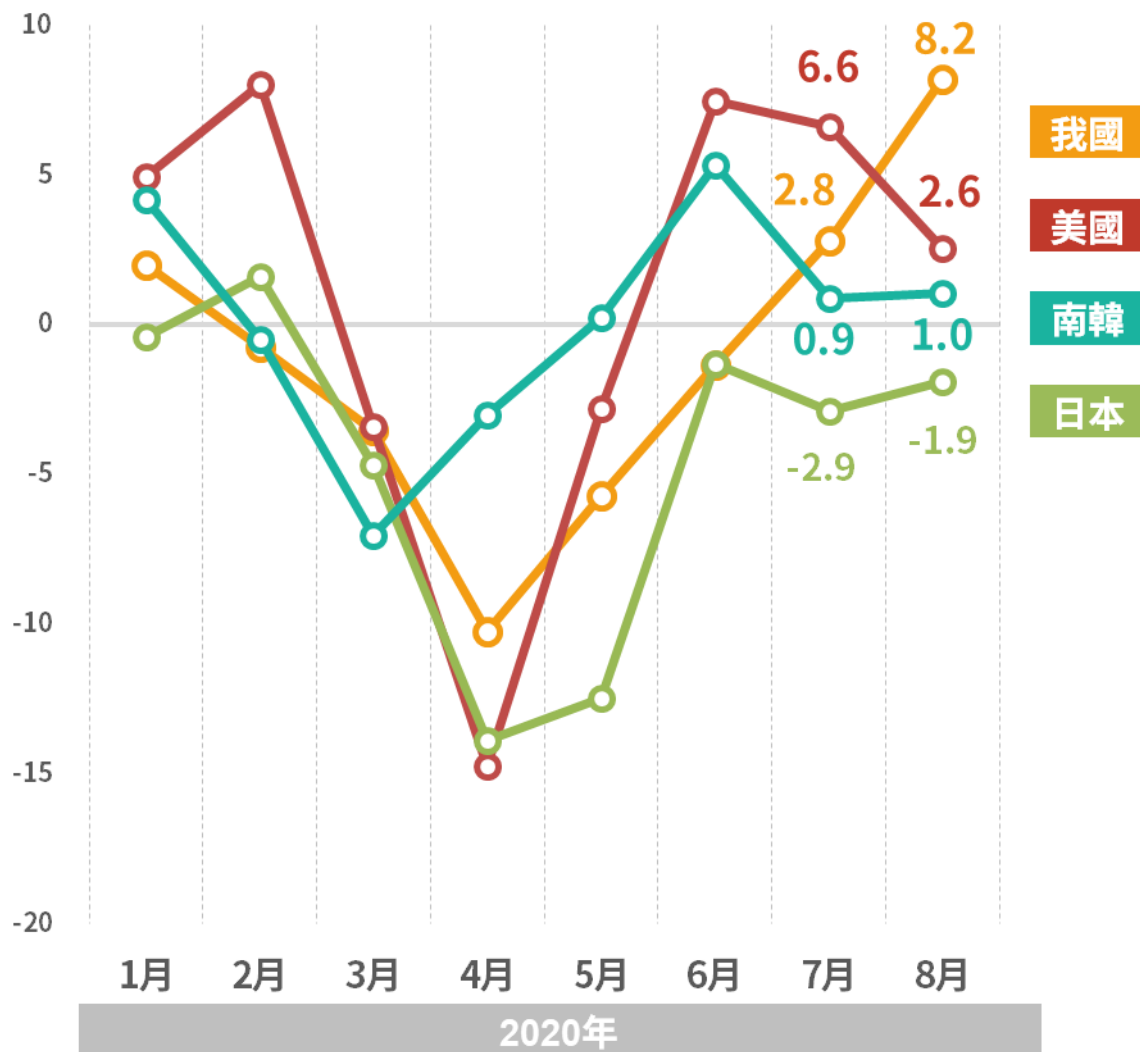
飲料店營業額年增率(%)



- 因各國持續邊境管制，衝擊空廚營收，今年以來，外燴及團膳承包業營業額仍呈負成長。
- 隨著外出民眾增多，加上飲品口味推陳出新，6月起飲料店營收已恢復到疫情前水準。

我國零售業表現優於其他各國

各國零售業營業額年增率(%)

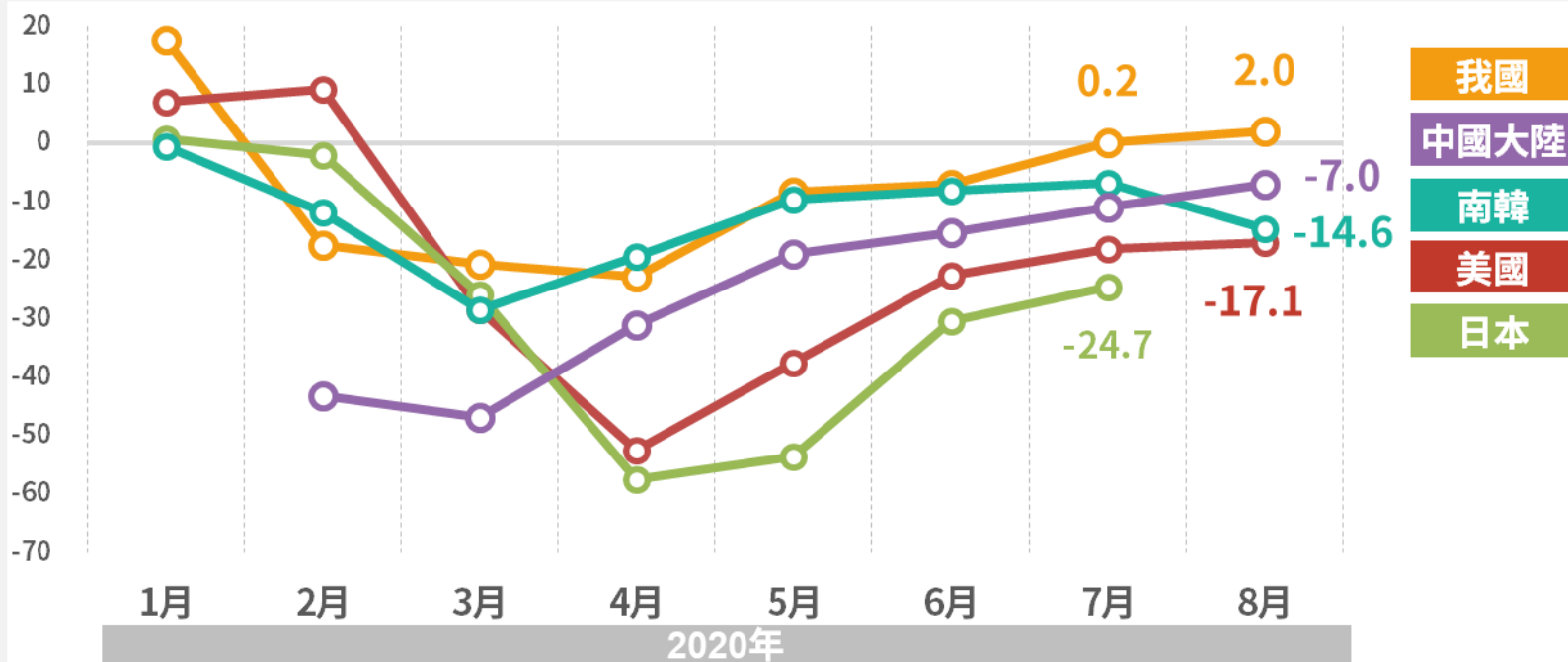


- 各國自5月起陸續解除管制，加上定額補助金發放，帶動消費動能逐步回升。
- 我國因疫情控制得宜，8月零售業營業額創歷年同月新高，年增8.2%，表現優於美國、南韓及日本。

我國餐飲業表現優於其他各國



各國餐飲業營業額年增率(%)

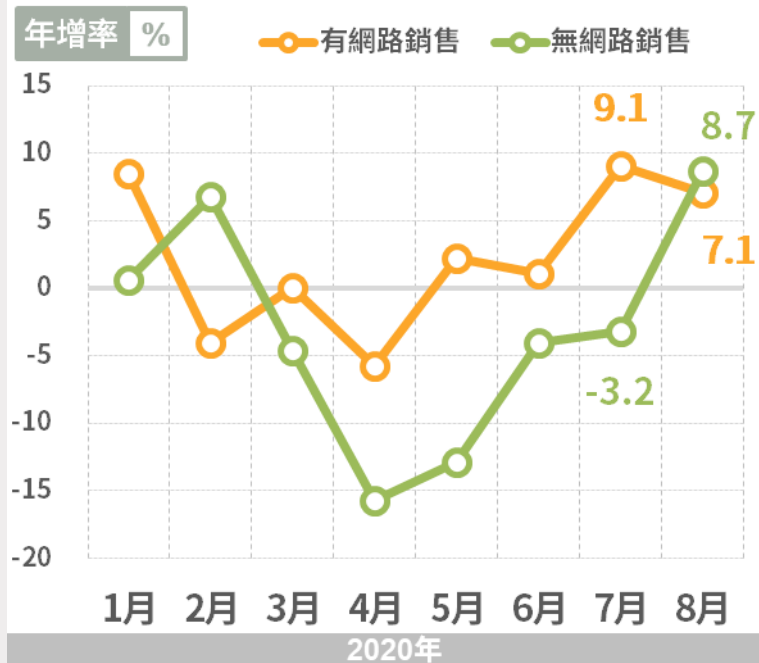


註：中國大陸為餐飲收入年增率，2月數據為1~2月累計。

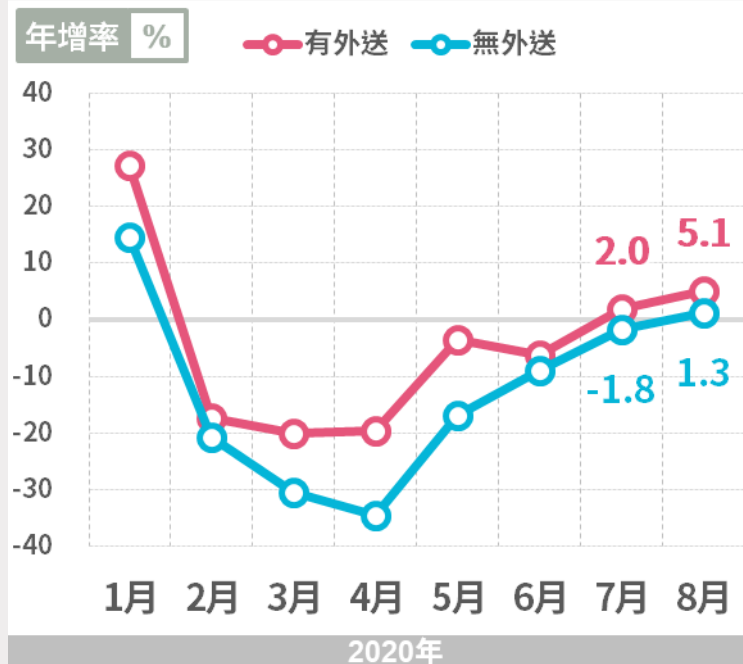
- 各國餐飲業同受疫情衝擊，惟隨5月起陸續解封，已明顯回升，我國因疫情控制得宜，且實施振興方案及業者加碼優惠，帶動7月餐飲業營業額轉正，8月更成長2.0%，遠優於中國大陸(-7.0%)、南韓(-14.6%)、美國(-17.1%)、日本(-24.7%；7月)。

網路銷售、外送助零售及餐飲業減緩疫情衝擊

零售業廠商營業額
— 按有無網路銷售分



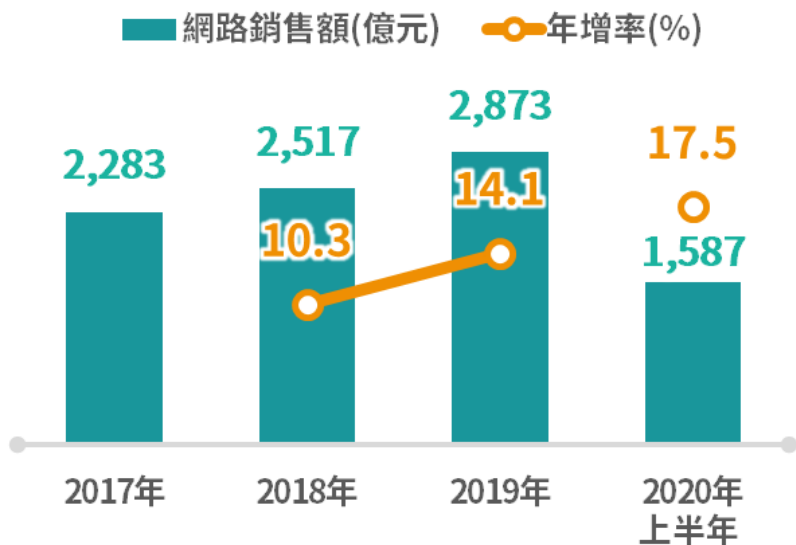
餐館及飲料業廠商營業額
— 按有無外送分



- 受疫情影響，3月起零售及餐飲業表現疲弱，惟有提供網路銷售或外送之業者，營業額成長力道優於無提供者，顯示網路銷售服務及外送有助減緩疫情衝擊。

各國網路銷售額大幅成長 新型態模式興起

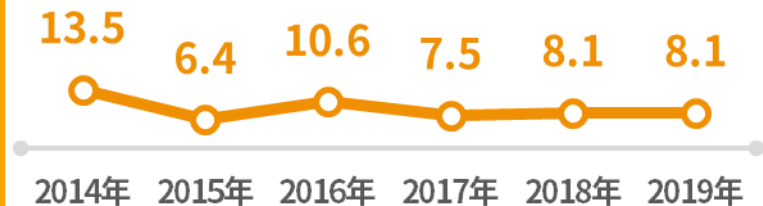
我國零售業網路銷售額年增率(%)



美國電子商務銷售額年增率(%)



日本B2C商品類交易額年增率(%)



南韓電子商務銷售額年增率(%)



中國大陸網上零售額年增率(%)



肆、結語

一、國外經濟

各國陸續鬆綁封鎖措施，全球景氣由谷底逐步回溫，主要國家經濟指標持續緩慢回升，惟近期部分國家疫情反覆，加上美中貿易與科技爭端，均牽動全球經濟復甦步調，IHS Markit 及OECD最新預測，今年全球經濟成長率各衰退4.8%、4.5%，明年可望在生產、消費活動回復下恢復成長，各成長4.3%、5.0%。

二、國內經濟

半導體高階製程需求暢旺，5G通訊、宅經濟、遠距應用相關產品需求熱度不減，帶動9月我國出口年增9.4%，8月製造業生產分別年增5.3%。民間消費方面，在政府推出振興方案及業者強力促銷帶動下，國人之消費意願大增，帶動8月零售及餐飲業營業額各增8.2%、2.0%。

展望未來，在科技產業支撐和政府振興方案帶動下，我國出口、生產及民間消費之動能可望漸次增溫，下半年國內景氣將逐漸回升，惟全球疫情控制未見明朗，美中貿易及科技衝突未歇，恐抑制部分成長動能。

三、專題：後疫情時期我國零售及餐飲業之情勢

1.我國零售業營業額呈V型快速復甦：今年5月起國內疫情趨緩，6月擴大解封，消費人潮逐漸回流，加上邊境管制，留在國內消費人口增加，零售業營業額逐漸增加，7月在政府推出振興方案及業者強力促銷帶動下，年增2.8%，終止連續5個月負成長，8月續升8.2%。

2.零售業受損產業復甦兩樣情：

(1)已呈正成長之受損產業：人潮逐漸回流，加上業者搭配政府振興方案推出強力促銷活動，致原深受疫情衝擊之百貨公司、藥粧業、布疋服飾品業及家庭器具業等4個產業，營收逐漸增溫。

(2)減幅縮小之受損產業：與國際觀光客關連性高的業者仍受衝擊，惟安心國旅啟動，抵銷部分減幅，其他綜合商品零售業、其他專賣零售業之營收減幅已明顯收斂。另燃料零售業因汽柴油價格較上年同月下跌，營業額仍為負成長。

(3)受惠產業：超市、量販店、電子購物及郵購業、便利商店等因展店、促銷活動及生活型態改變下，營收續成長。而文教娛樂業因疫情帶動在家娛樂用品、室內健身器材及自行車等需求激增，8月營收年增26.7%，連續4個月雙位數成長。

(4)營收起伏之產業：食品飲料及菸草業、資通訊及家電設備業、汽機車業等3產業，因受多重因素交互影響，造成營收起伏波動。

3.餐飲業營業額已呈正成長：在政府振興方案與業者促銷下，加上國旅帶動，餐飲業於7月轉呈正成長，8月續增2.0%。惟各國持續邊境管制，衝擊空廚營收，外燴及團膳承包業仍呈負成長。

- 4.我國零售及餐飲業表現優於其他各國：各國自5月起陸續解除管制，加上定額補助金發放，帶動消費動能逐步回升。我國因疫情控制得宜，致零售及餐飲業表現優於其他各國。
- 5.各國網購市場高度成長：隨全球電子商務蓬勃發展，加上疫情助長宅經濟發酵，帶動網路銷售業績大幅提升，我國及美國、南韓網路銷售額近年皆以兩位數增幅快速成長。
- 6.數位轉型成為零售及餐飲商的重大策略：疫情爆發後，「居家娛樂」及「遠距辦公」興起，對零售及餐飲產業帶來巨大的衝擊。業者為因應疫情，推動數位轉型，以帶動業績持續成長，而經濟部亦積極輔導業者上架電商及外送服務，與業者同心協力一同提升數位轉型的速度。