

百貨公司營運調整，預估今年營業額邁向 3 千億元大關

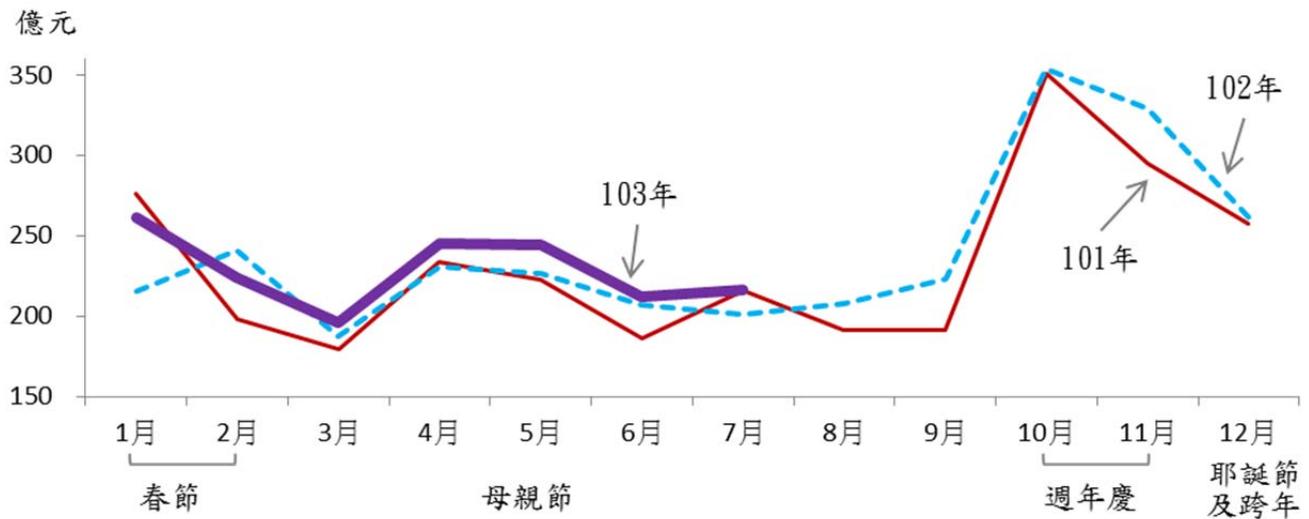
- 百貨公司營業額為反映民間消費指標之一，近十年來，除了卡債問題與金融海嘯風暴，營業額於民國 95 年及 97 年呈負成長外，其餘各年均呈正成長。惟近幾年受到網路購物興起、消費者喜好變化快速，及國外平價商品進軍國內影響，101 年及 102 年年增率有下滑現象，僅各增 3.6%及 3.1%，致百貨公司乃積極轉型應變，除進行樓層改裝與櫃位調整外，亦持續引進熱門餐飲名店、時尚服飾精品、電影院等，並結合休閒、娛樂、觀光等產業，以吸引及積聚人潮。本年 1-7 月百貨公司營業額年增率已回升至 6.0%。
- 百貨公司營業額具有明顯且規律性之淡旺季態勢，每年年初因春節因素，除舊佈新，加上年終獎金商機挹注，帶動農曆年前買氣升溫；9 月至 12 月間，各大百貨公司週年慶活動陸續展開，推升整體業績達到最高峰，加上氣候轉冷，帶動保暖商品熱銷，且因耶誕節與跨年活動加持，延續先前買氣。根據本處營業額統計，近 5 年各年第 4 季營業額占全年營業額之比重介於 32.3%至 33.7%之間，均為營運之高峰期，顯示週年慶及節慶等行銷策略對百貨公司營運之重要性。
- 根據本處調查，百貨公司銷售商品結構，以衣著及服飾(占 44.1%)為主，餐飲(占 16.2%)次之，個人用品(占 15.4%)再次之，因近年來百貨公司紛紛引入知名的餐飲品牌進駐，藉以提升人氣及業績，預估未來餐飲比重有上升趨勢。由於今年景氣復甦，民間消費動能增加，加上百貨公司之營運調整，預估百貨公司全年營業額邁向 3,000 億元大關。

百貨公司營業額



資料來源：經濟部統計處

百貨公司營業額淡旺季波動走勢圖



百貨公司按季營業額比重

單位：%

年別	合計	第一季	第二季	第三季	第四季
92	100.0	26.1	20.1	23.7	30.2
93	100.0	24.9	23.4	21.9	29.9
94	100.0	25.2	22.4	22.1	30.3
95	100.0	23.8	22.8	22.0	31.3
96	100.0	23.6	22.2	21.4	32.7
97	100.0	24.8	22.9	21.7	30.7
98	100.0	22.8	22.6	21.4	33.2
99	100.0	22.7	22.2	21.4	33.7
100	100.0	23.0	22.6	21.3	33.1
101	100.0	23.4	23.0	21.4	32.3
102	100.0	22.3	23.0	21.9	32.7

101年百貨公司銷售商品結構

