



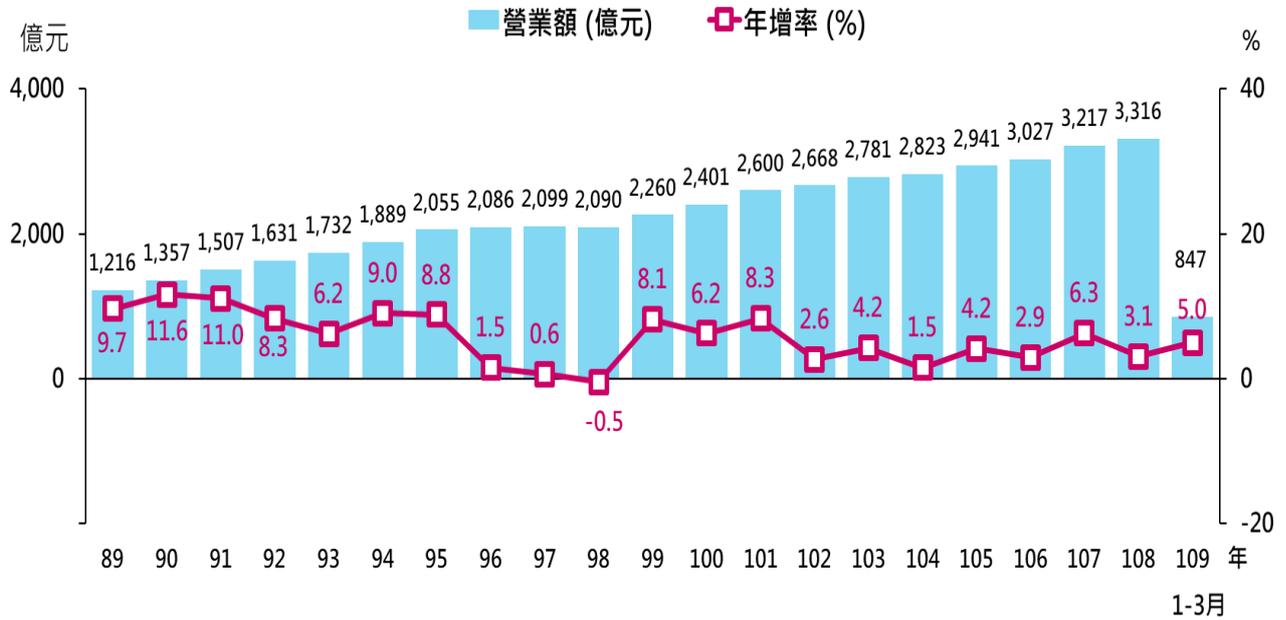
DATE 109.05.15

## 產業經濟統計簡訊《358》

### 便利商店展店快速，營業額屢創新高

- 1. 便利商店業營業額續創新高：**在綜合商品零售業中，便利商店雖單店營業面積相對小，惟商品種類繁多、提供便捷民生服務，向為其經營特色，在業者積極展店下，營業規模日益擴增，根據流通快訊雜誌統計，95年底便利商店總家數為8,564家，108年底成長至11,465家，平均每年展店超過200家，為驅動營收成長之重要動能，加上近年持續改裝新型態門市，推出複合店型，強化鮮食、現磨咖啡及現調茶飲等商品，並提供代收包裹等各式服務，以增加來客數及顧客黏著度，營收持續成長，108年營業額達3,316億元，續創歷年新高。
- 2. 武漢肺炎疫情衝擊下，網路銷售成長幅度優於實體通路：**今年1月下旬起，武漢肺炎疫情逐漸蔓延，零售業營運大受衝擊，109年第1季整體零售業營業額年減0.6%，惟便利商店逆勢成長，營業額達847億元，創歷年同季新高，年增5.0%，是少數未受疫情衝擊之零售業，除因家數擴增至11,551家的展店效應外，肺炎疫情導致民眾減少餐廳外食，就近採購需求擴增，進一步推升營收成長，此外，部分消費管道轉移至網路，致109年第1季便利商店透過網路銷售之營業額大幅成長25.0%，高於實體通路的增幅4.7%，網路銷售占營收比重亦由0.9%升至1.1%，亦成為挹注營收成長的另一助力。
- 3. 109年第1季便利商店營收超越百貨公司：**在綜合商品零售業中，營收占比向來居首的百貨公司，109年第1季因受疫情衝擊，營收大幅滑落，占比由108年之27.9%降至23.6%，落居第2，便利商店則由108年之26.1%升至27.3%，躍升為第1，成為綜合商品零售業之首要類型。
- 4. 飲料、菸酒類銷售占比逾6成，銷售旺季集中暑假期間：**按便利商店商品銷售結構觀察，107年以菸品占30.4%最高，較103年增加4.1個百分點，主因106年菸稅調漲，推升菸品價格所致；其他非酒精性飲料占29.4%、酒精性飲料占5.4%，分別較103年增加4.0個百分點及減少1.0個百分點，菸品及飲料(含酒精性飲料)合計銷售占比高達65.2%。另就各月營收觀察，由於飲料類為其主要銷售商品，隨著夏天天氣酷熱，國人對飲品需求增加，銷售旺季因此集中在每年7-8月暑假期間。
- 5. 我國便利商店密集度高於日本，低於南韓：**就台、日、韓便利商店密集度觀察，南韓密集度居冠，2018年平均每1,205人就有1間便利商店；我國2019年平均每2,058人有1間便利商店，密集度居次；而少子化嚴重的日本則因市場飽和、成長有限，平均每2,233人有1間便利商店，密集度居第3。

圖1 我國便利商店營業額及年增率



資料來源：經濟部統計處「批發、零售及餐飲業動態調查」。

圖2 綜合商品零售業之各細業占比

單位：%

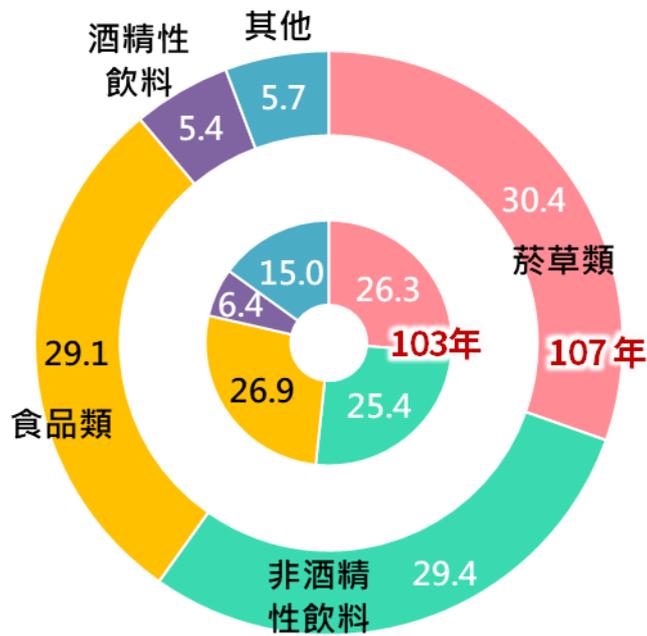


資料來源：經濟部統計處「批發、零售及餐飲業動態調查」。

說明：按營業額計算占比。

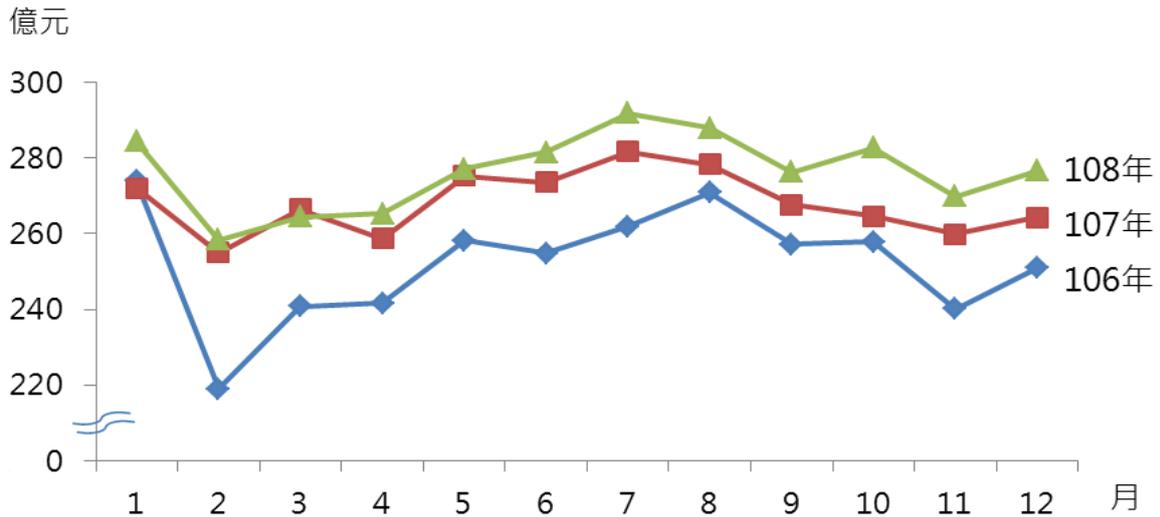
圖3 我國便利商店商品銷售占比

單位：%



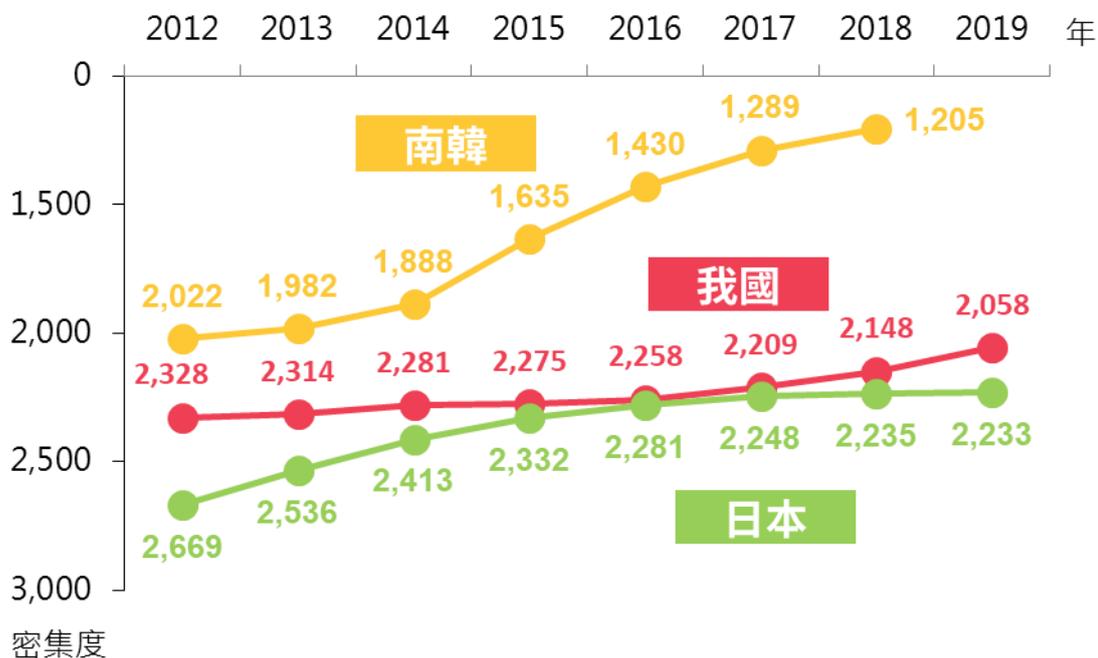
資料來源：經濟部統計處「批發、零售及餐飲業經營實況調查報告」。

圖4 我國便利商店營業額淡旺季走勢



資料來源：經濟部統計處「批發、零售及餐飲業動態調查」。

圖5 便利商店密集度國際比較



資料來源：流通快訊雜誌、內政部、南韓統計局、日本產業經濟省、日本統計局。

備註：1.密集度=各國年中人口數/便利商店店數。

2.南韓目前僅公布到2018年便利商店店數。

發言人：經濟部統計處 王副處長淑娟

聯絡電話：(02)23212200#8500

電子郵件信箱：scwang3@moea.gov.tw

業務聯絡人：經濟部統計處 蔡美娟科長

聯絡電話：(02)23212200#8513

電子郵件信箱：mjtsai1@moea.gov.tw

撰稿人：經濟部統計處 吳敏君薦任視察