



零售業發展現況與展望

◎王素鸞／中華經濟研究院第三（臺灣經濟）研究所 研究員

零售業的家數在各行業中家數所占比重達四分之一，具有舉足輕重的地位。各零售業中銷售額最大的為綜合商品零售業，尤以連鎖便利商店為代表。零售業的從業人數高達百萬人以上，為女性較集中的行業，薪資在服務業中屬於中等水準，惟工作時數較長，且進入率與退出率高。未來隨著人工智慧科技的來臨，零售業的發展也更呈現兩極化，期待政府除了對小眾的輔導之外，也能加速一般零售的現代化，使他們共享科技發展所帶來的豐碩成果。

關鍵詞：零售業、綜合商品零售業、連鎖加盟

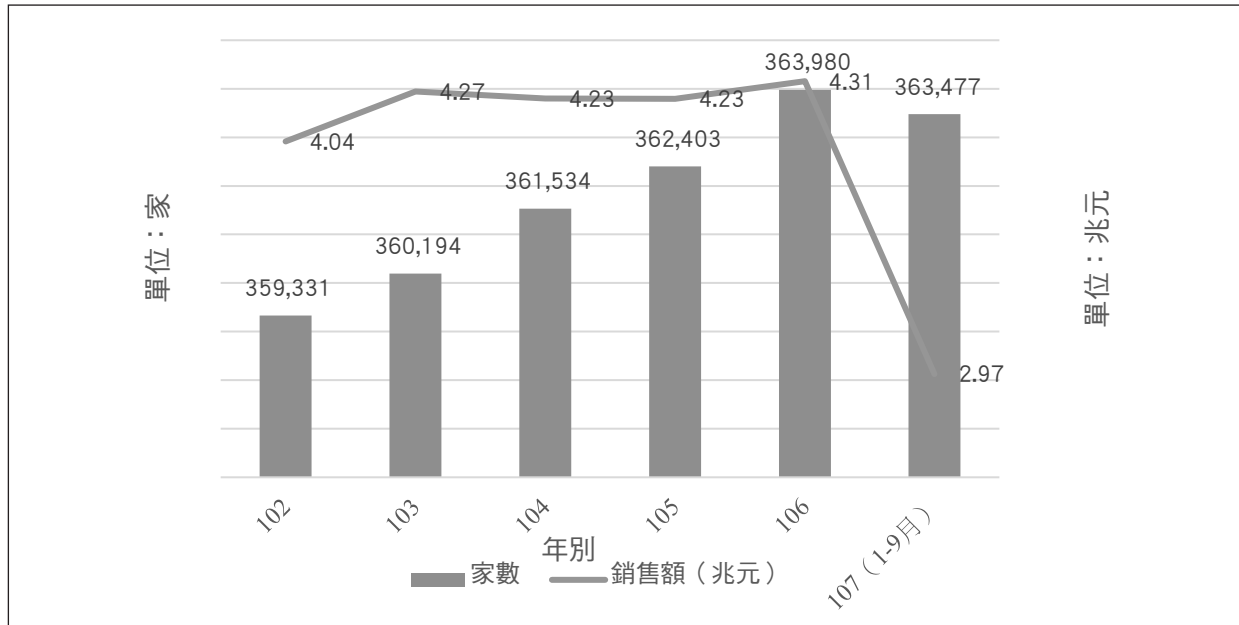
Keywords: Retail Industry, Retail Sale in Non-specialized Stores, Convenience Stores, Chain

根據中華民國行業標準分類，零售業係指從事透過商店、攤販及其他非店面如網際網路等向家庭或民眾銷售全新及中古有形商品的行業。其中再細分為綜合商品零售業、食品飲料及菸草製品零售業、布疋及服飾品零售業、家用器具及用品零售業、藥品醫療用品及化粧品零售業、文教育樂用品零售業、建材零售業、燃料及相關產品零售業、資訊及通訊設備零售業、汽機車及其零配件用品零售業、其他專賣零售業、零售攤

販業、其他非店面零售業。

零售業發展現況

從財政部的統計可發現，國內零售業2018年9月的家數為363,477家，在各行業中家數所占比重達25.47%，具有舉足輕重的地位，惟累計1-9月銷售額292.9億元，則只占全體業別的10.61%。（見圖1）與2017年同期相比，則家數增加195家，銷售額也增加1,671億元。



資料來源：整理自財政部財政統計資料庫。

圖1 2013至2018年零售業家數與銷售額

就各分業來看，2018年9月零售業以食品、飲料及菸草製品零售業的家數最多，高達97,004家，相對於2017年同期的98,051家，則減少了1,047家；次高的家庭器具及用品零售業，家數也減少了850家；而第三高的布疋及服飾品零售業，家數也減少1,040家。以銷售額來看，2018年1至9月累計金額最高的為綜合商品零售業，達7,303億元，次高的為汽機車及其零配件、用品零售業，累計金額5,055億元，再次高的行業為燃料零售業，累計銷售額3,841億元。相對於2017年同期，則除了文教、育樂用品零售業、其他專賣零售業兩業的銷售額分別減少12億元與13億元以外，其餘零售業的累計銷售額均呈增加的狀態，可見整體零售業景氣仍然持續暢旺，惟部分行業競爭加劇，以致家數減少，但銷售

額增加，僅部分行業如文教、育樂用品零售業、其他專賣零售業處於家數與銷售額均呈衰退局面。（見表1）

綜合商品零售業規模居零售業之首

各零售業中銷售額最大的為綜合商品零售業，凡以非特定專賣形式銷售多種系列商品的零售店屬之，如連鎖便利商店、百貨公司及超級市場等。其中以連鎖便利商店的家數最多，2018年累計至9月止，銷售額達2,359億元（見表2），比2017年同期增加152億元，成長率達6.8%；家數次之的其他綜合商品零售業也有5%以上的成長，而百貨公司雖然家數減少，但銷售額仍成長3%以上，可見百貨公司競爭激烈，致部分廠商退出市場，而存續者則平均經營規模更為擴大。



表1 2017年1-9月與2018年同期零售業各分業家數與銷售額

單位：家；億元

業別	2017 (1-9月)		2018 (1-9月)		增減	
	家數	銷售額	家數	銷售額	家數	銷售額
47-48零售業	363,282	28,044	363,477	29,716	195	1,672
471綜合商品零售業	30,128	6,937	31,053	7,303	925	367
472食品、飲料及菸草製品零售業	98,051	2,790	97,004	2,864	-1,047	74
473布疋及服飾品零售業	38,395	1,528	37,355	1,536	-1,040	8
474家用器具及用品零售業	53,729	2,388	52,879	2,418	-850	31
475藥品、醫療用品及化妝品零售業	24,774	1,260	24,819	1,330	45	70
476文教育樂用品零售業	15,394	648	15,162	635	-232	-12
481建材零售業	12,926	763	12,557	772	-369	8
482燃料及相關產品零售業	5,932	3,308	5,827	3,841	-105	533
483資訊及通訊設備零售業	13,605	2,421	13,660	2,648	55	227
484汽機車及其零配件、用品零售業	25,681	4,717	25,541	5,055	-140	337
485其他專賣零售業	24,541	585	24,447	572	-94	-13
486零售攤販業	3,168	30	3,188	31	20	1
487其他非店面零售業	16,958	669	19,985	710	3,027	41

資料來源：整理自財政部財政統計資料庫。

表2 2017年1-9月與2018年同期綜合商品零售業各分業家數與銷售額

單位：家；億元

業別	2017 (1-9月)		2018 (1-9月)		細業別	2017 (1-9月)		2018 (1-9月)	
	家數	銷售額	家數	銷售額		家數	銷售額	家數	銷售額
4711 連鎖 便利 商店	17,280	2,207	17,998	2,359	4711-12直營連鎖式便利商店	8,000	1,374	8,272	1,455
					4711-13加盟連鎖式便利商店	4,462	682	4,509	735
					4711-14加盟連鎖式便利商店 (無商品進、銷貨行為)	4,818	151	5,217	168
4712 百貨 公司	827	1,839	797	1,899	4712-00百貨公司	827	1,839	797	1,899
4719 其他 綜合 商品 零售業	12,021	2,891	12,258	3,046	4719-12零售式量販店	626	710	651	736
					4719-13雜貨店	3,137	57	3,158	62
					4719-14消費合作社	624	25	579	27
					4719-15綜合商品拍賣(零售)	85	2	100	3
					4719-16超級市場	2,148	1,480	2,183	1,575
					4719-99未分類其他綜合商品零售	5,401	617	5,587	642

資料來源：整理自財政部財政統計資料庫。

連鎖便利商店雖然平均每一家的營業額約僅1,310萬元，但因為主要集中於統一超商、全家便利商店、萊爾富、來來超商及台糖蜜鄰等五大超商，因此公平交易委員會特別針對該五大連鎖超商調查其經營現況。根據公平會「106年連鎖式便利商店經營概況調查」，至2017年底，五大超商共有10,528家門市據點，銷售額約2,209億元，對照財政部所統計的2017年直營、加盟連鎖便利商店的資料（家數17,595家、銷售額3,349億元），可知國內五大連鎖超商占國內連鎖便利商店家數的59.84%、銷售額的65.97%，是一個不可忽視的產業型態。

非店面零售業成長快速

在資訊網路發達之後，零售業雖然仍以實體店面為主，不過非實體店面如透過網際網路、郵購、逐戶拜訪及自動販賣機等方式的交易模式也快速崛起。以2017年的資料來看，非店面零售業的家數達17,639家，銷售額1,020億元，至2018年9月，家數最多的為經營電視購物、電台購物以及經營網路購物的業者，達16,595家，當年累計銷售額達561億元，而成長最快的則是以自動販賣機零售商品的業者達538家，銷售額約4億元，成長率達21.47%。

零售業工作條件

就2017年零售業的從業人員124萬人來

看，其中女性69.5萬人，男性54.7萬人，投入零售的女性高居國內各行業女性人數第一名，尤其受私人僱用的零售業女性就業人數更比男性高出2倍。零售的從業人員以25至29歲的投入人數最多，之後隨年齡提高而遞減。學歷皆以高職及大學者為主。

就零售業的薪資水準來看，2017年總薪資為38,559元，非經常性薪資5,896元約占總薪資的15%，男性總薪資為38,268元，女性為38,873元。雖然女性總薪資略高於男性，但在主管階級的監督及專技人員上，女性薪資卻較男性低4,500元以上，僅為男性的93%，民間企業給薪似仍存有性別落差。

零售業中的綜合商品零售業總薪資44,503元高於零售業平均，男性的42,561元與女性的39,852元也都高於零售業的從業人員薪資，而且非經常性薪資所占比重僅有10%，顯見綜合商品零售業的勞動條件較零售業為佳。惟相對於整體服務業，零售業或綜合商品零售業的薪資，無論男女都與服務業平均水準有約4,000元的差距，在服務業中屬於中等薪資水準。

零售業的工作時數較長，每月平均約166.9小時，略高於服務業的平均工時166.1小時，但綜合商品零售業則略減為158.1小時，惟有些商家採24小時營業，係以輪班方式因應。零售業員工的進入率與退出率分別為2.86%與2.68%，但綜合商品零售業的進入率與退出率則高達4.99%與4.63%，在各業中僅



次於餐館業的進退率5.23%、4.82%與人力供應業的7.67%、7.36%，若僅就勞動報酬與工時而言，綜合商品零售業仍然優於餐館業與人力供應業。

政府輔導策略與成果

面對36萬家以上的零售業，主管機關經濟部所採取的策略為掌握客群需求，舉辦主題性活動與商品競賽，促進消費；協助流行服飾國際展店；透過各種管道使MIT商品在全球上架；打造零售業者營運總部雲端服務中心。

2017年以推動零售業現代化與科技化為主，成果包括厚植連鎖加盟業能量暨發展計畫、推升電子商務兆元計畫、網路購物產業價值升級與環境建構計畫、社群分享商務推動發展計畫、服務增值再造生活服務業競爭力計畫、服務業結構調整與科技應用規劃計畫、服務業創新研發計畫、新興科技商業應用體驗環境推動計畫。除了從經營環境、法規建置等方面著手研究，並實際協助業者建構全通路服務與滿足消費者體驗需求的智慧零售應用環境，同時提升跨境電子商務平台的能力，協助國內商品跨國行銷。為協助國內企業人才選育用留，也辦理職能基準發展規劃培訓師等人才培育課程，擴散企業發展內部關鍵人才職能基準的能量。

零售業未來發展趨勢

零售業早期為傳統型、家族型的經營方

式，比較缺乏主動的促銷活動，鮮少採取顧客關係管理，多是小型、個別單店經營，顧客多來自生活圈附近的消費者。隨著國際連鎖業者進軍國內，零售業也逐漸轉型，除了引進開架式陳列，讓消費者可以自由挑選外，也比較注重店面的明亮與整潔，並且對於商品的成本效益、顧客關係管理、進、銷、存的掌控更為重視，並致力於投資企業形象與服務品質的提升。

由於連鎖加盟制度的引進，使得總部的規模趨於大型化，透過總部的專業規劃，提升加盟店的營運能力，並且經由市場情報分析，掌握多元行銷管道，提高價格競爭力。結合異業策略聯盟，增加服務項目，擴大客源，並與社區、公益活動緊密連結。另一方面，藉由總部的規模也反轉早期供應商掌握議價能力的局面，同時部分公司也因掌握通路優勢而得以開發自有品牌產品，增加獲利的空間。

從公平會的調查中也呈現便利商店不斷開發各式新商品（如販售霜淇淋、現調茶飲及甜甜圈等差異化商品），提供座位區與廁所，與異業結盟（如藥局、速食店等）或形成複合店經營模式（如美妝複合店、運動複合店及販賣機迷你便利店），並以電子商務平台整合商流、物流（如DHL、宅急便、宅配通）、金流及資訊流（如ATM提款機、ibon、icash），以吸引新客源、增加客戶黏著度及消費金額。可見連鎖加盟事業無論在

策略聯盟、開發差異化商品的能力相對較其他零售業更為積極。而連鎖便利商店的營收來自商品銷售收入占96.6%，服務收入僅占3.4%，且逐年提高，未來隨著服務項目的增加，對消費者將提供更多日常需求的服務。

而非店面零售業如電視購物、網路購物的家數在一年內增加3,000家以上，不但顛覆既有的銷售模式，同時也搶食實體店面的商機，皆為一般零售業所無法競爭的。

未來隨著人工智慧科技的來臨，零售業的發展也更呈現兩極化。既有的零售業者或數位科技業者不斷地引進高新科技，以提升消費者的購物體驗，例如物聯網（Internet of Things）、人工智慧（Artificial Intelligence）、擴增及虛擬實境（AR/VR）、機器人應用、區塊鏈應用等的加入，使智慧型手機在零售市場扮演更重要的角色，帶給消費者更好的購物體驗，以強化零售價值鏈，同時透過對消費者的資訊蒐集，加強顧客依存度，更精準的掌握客戶需求，使得產業競爭加劇。但也有部分的零售業由於規模不大，既無能力轉型，也無法投入大筆資金跟上資訊科技時代的浪潮，而仍然維持既有的經營方式。

目前政府雖然在促進零售的科技化與現代化上投入相當多資源，惟由於零售業者為數眾多，既有業者的升級或轉型上的協助相對為少，特別是商圈的輔導除了形象營造之

外，更須有地方特色與文化的融入，才能塑造在地的特色，以維繫永續發展的商機。期待在目前小眾的輔導方式之外，也能加速協助現代化經營，使他們共享科技發展所帶來的豐碩成果。

