

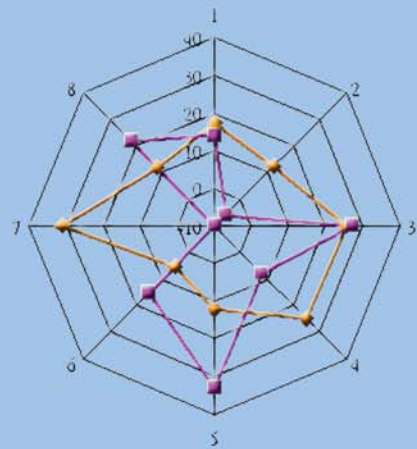
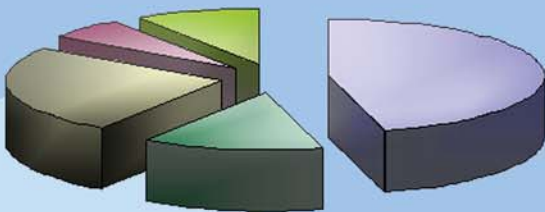
統計通訊

NEWSLETTER OF THE STATISTICAL ASSOCIATION

第29卷第6期 VOL. 29 NO. 6

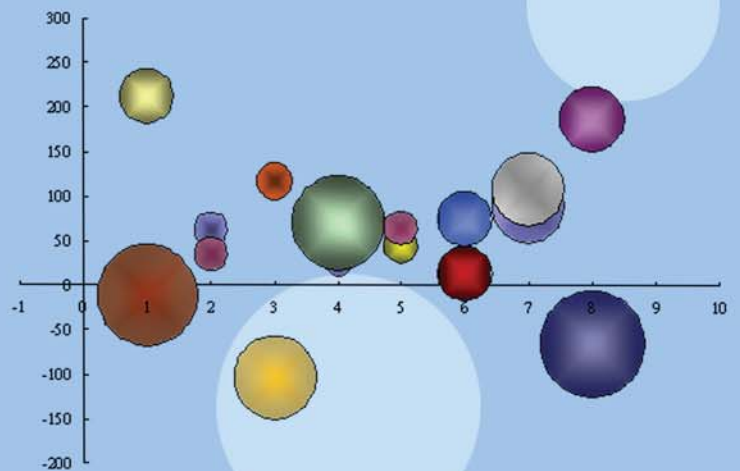
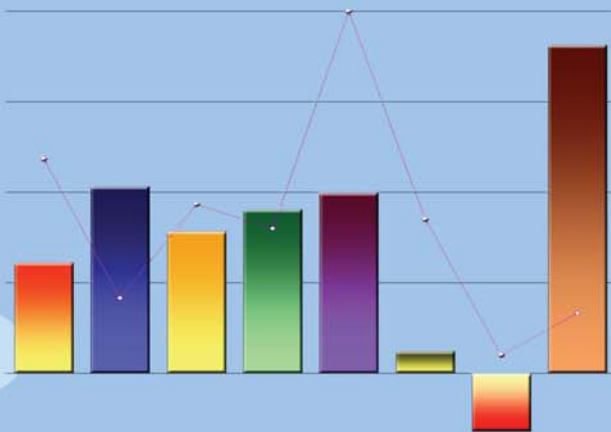
【統計專載】

自行車使用概況分析
近年上市櫃公司營運及投資概況



【統計專題分析】

近年汽車客運運量成長概況
近年國內汽車市場概況
近年南韓與我國線上購物銷售概況
2017年全球商品出口概況



中國統計學社

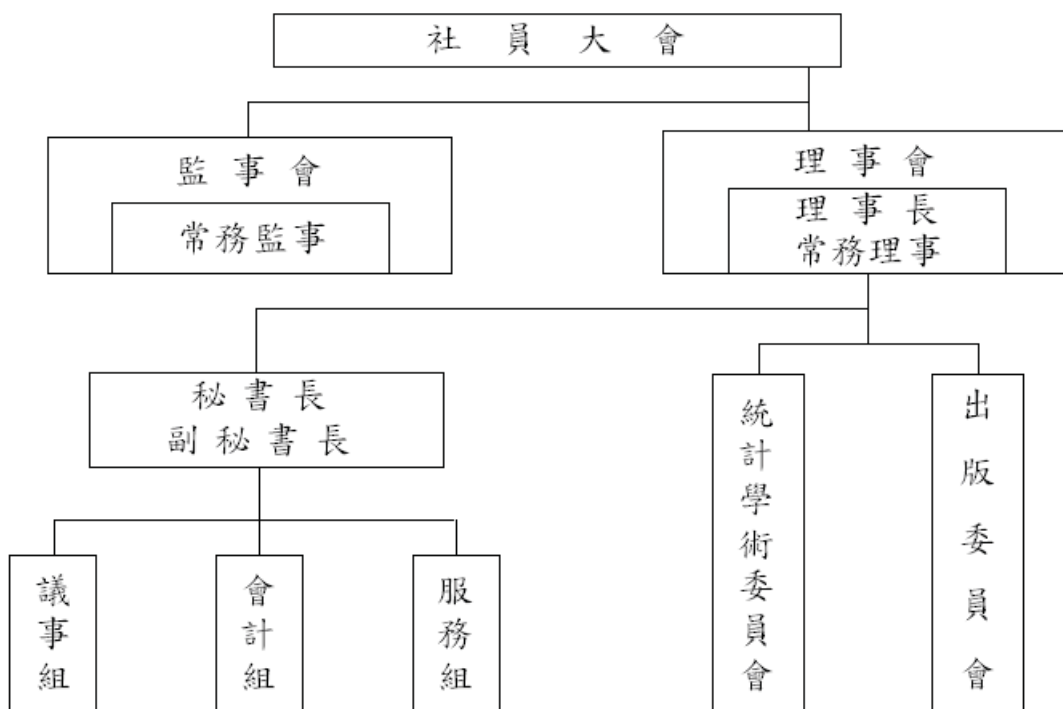
中國統計學社旨在弘揚統計學術，提供統計服務，並以研究統計學理及改良統計方法，促進統計發展為主要目的。本社在民國 19 年 3 月 9 日成立於南京，隨即依社章次第推展社務。政府播遷來台後，為恢弘統計學術功能，經籌備委員會積極策劃，迨民國 50 年完成在台復社，社務遂又陸續順利開展。

為配合推行社務需要，本社依章程在理事會下設統計學術委員會及出版委員會；另置秘書長、副秘書長各一人，下設議事、會計及服務等三組辦理社務有關事宜。本社每年召開社員大會一次，並常聯合有關學術機構共同舉辦各種統計學術研討會，邀請國內外統計學家發表最新統計論文。

在刊物出版方面，本社自民國 52 年 2 月創辦「中國統計學報」，即按季出刊；而後為充實內容，適時迅速提供最新資訊，復於民國 65 年 8 月及 69 年 3 月進行改版，由按季改為按月發行。為期本學報更具學術專業水準，在兼顧統計資訊傳播及服務社員原則下，自民國 79 年 1 月起再次改版，將統計理論、專題研究等部分單獨發行，仍名為「中國統計學報」，每半年出刊乙次，自民國 83 年起再改為按季出刊。另統計應用、統計實務、統計譯述、統計資料及統計消息等部分，則合併以「統計通訊」（原名「中國統計通訊」，101 年起改名）名稱按月發行。上述兩種刊物，與國外學術機構出版刊物定期交換，以加強推動國際統計事務，促進國際統計學術交流。

本社自成立以來，由於種種社務活動積極推展均著有成效，備受國內外學界重視與好評；今後，仍將秉持創社宗旨，積極策進統計學術研究，加速統計學術發展，激勵統計研究風氣，擴大統計服務層面，俾有效提升我國統計水準，提高我國在國際統計學界之地位。

組織系統圖



統計通訊

第 29 卷第 6 期

【統計專載】

- | | |
|-------------------|-----|
| 02 自行車使用概況分析 | 葉奕新 |
| 07 近年上市櫃公司營運及投資概況 | 郭菁芳 |

【統計情報】

- | | |
|-------------------------------|-----|
| 11 2018 CSA-KSS-JSS 國際統計學術研討會 | 許國安 |
|-------------------------------|-----|

【統計專題分析】

- | | |
|--------------------|-----|
| 12 近年汽車客運運量成長概況 | 郭昌儒 |
| 14 近年國內汽車市場概況 | 吳佩瑜 |
| 15 近年南韓與我國線上購物銷售概況 | 陳聖如 |
| 18 2017年全球商品出口概況 | 陳雅俐 |

中華民國 79 年 1 月創刊

中華民國 107 年 6 月 1 日出刊

發行所／中國統計學社、中國主計協進社

理事長／朱澤民

總編輯／葉滿足

編輯／陳國大

社址／台北市廣州街 2 號

電話／(02) 2380-3535

郵撥帳號／0004130-8

帳號：中國統計學社

行政院新聞局出版事業登記證/局版台誌第 8065 號

中華郵政台北雜字第 1931 號執照登記為雜誌交寄

稿件一經發表，作者同意非專屬授權本社（作者仍擁有著作權）。

自行車使用概況分析

葉奕新
交通部統計處編審

壹、前言

近年我國積極發展公共運輸系統，除於各都會區建構軌道系統外，也鼓勵民眾多騎自行車與步行。自行車為個人短程交通工具，兼具運動休閒或運輸接駁的不同角色，在規劃相關交通政策上便須考量不同使用族群及活動型態之行為特徵。本文利用交通部統計處於 106 年 10 月 25 日至 11 月 18 日間所辦理之「自行車使用狀況調查」基礎資料，調查結果已依受訪者性別、年齡、縣市人口數進行樣本代表性檢定並加權推估母體，俾針對騎自行車整體概況、活動型態及轉乘接駁深入分析，瞭解其行為差異，以提供政策所需。

貳、自行車整體概況

國內 12 歲以上民眾騎自行車之人口數及頻率等資料之推估結果如下：

一、自行車覆蓋率

自行車覆蓋率 (Cycling Coverage) 係指在一定期間內，有騎自行車的人口數占全國人口數之比率。國內 12 歲以上民眾每週騎 (經常騎) 自行車之覆蓋率為 24.2%，即每 100 人中有 24 人每週騎自行車。加計每月騎者，則提升至 35.1%。再併計每季、每半年及每年騎者，最近 1 年曾騎自行車者占 56.7%。

二、騎自行車人數

國內 12 歲以上民眾，經常騎自行車人口約為 511 萬人，其中以「北部地區」210 萬人 (占 41.1%) 最多，「東部地區」14 萬人 (占 2.7%) 最少。併計每月騎用人口 (231 萬人) 後，各地區中仍以「北部」最多 (327 萬人，占 44.1%)，「東部」最少 (18 萬人，占 2.4%)。

三、騎自行車頻率

12 歲以上近一年有騎自行車人口中，平均每人每月騎 22.8 次 (來回算 2 次)。就地區別觀察，則以「北部地區」平均每人每月騎 17.4 次最少，「南部地區」32.2 次最多。

圖 1 12 歲以上民眾最近 1 年騎自行車情形

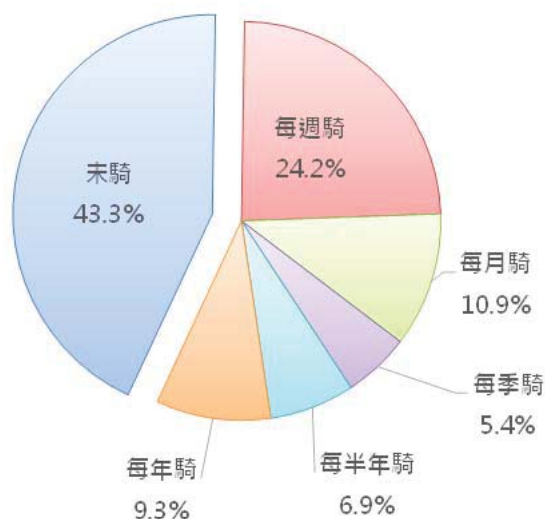


圖 2 騎自行車人數

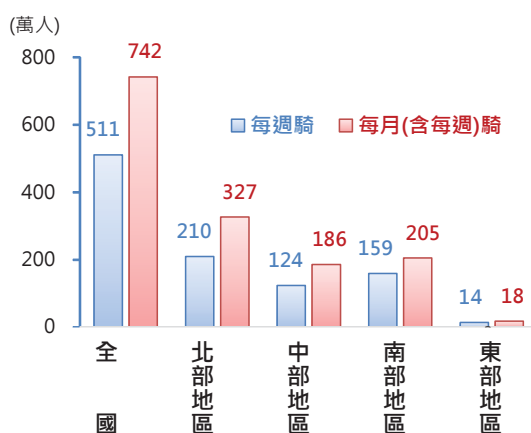
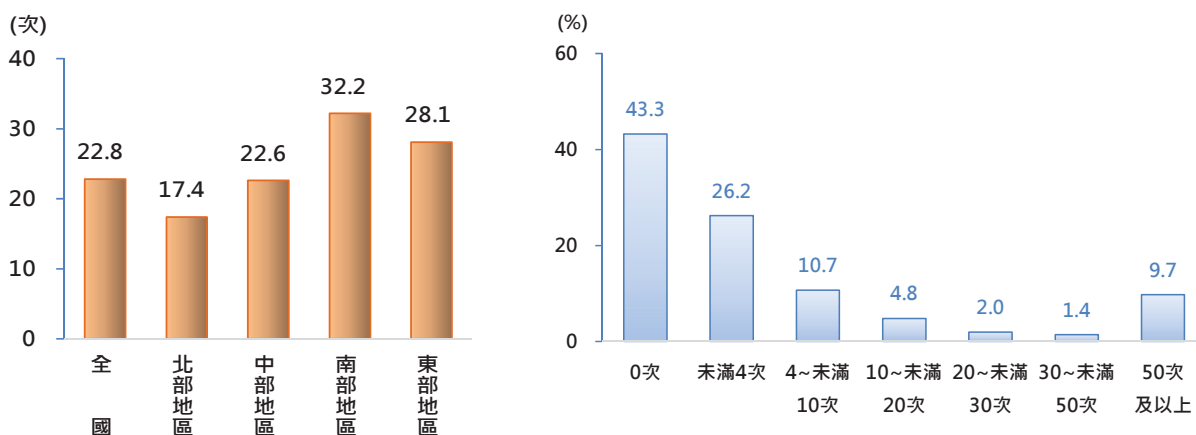


圖 3 每人每月騎自行車次數分配



四、家戶普及率及自行車數量

國內 54.1%的家戶擁有自行車（自行車家戶普及率），大約每 2 戶就有 1 戶擁有自行車，平均每戶擁有 1.24 輛自行車（不含公共自行車）；推估我國家戶擁有約 1,075 萬輛自行車，其中腳踏自行車 1,016 萬輛（占 94.5%），電動自行車 46 萬輛（占 4.2%）及電動輔助自行車 14 萬輛（占 1.3%）。

圖 4 自行車（不含公共自行車）數量推估

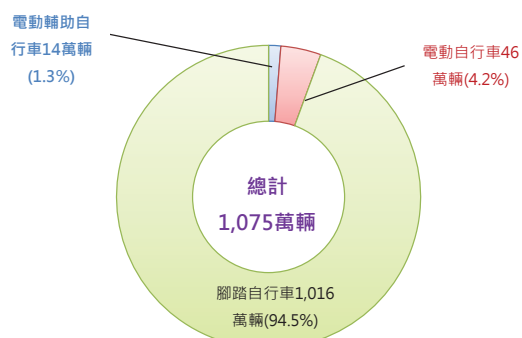
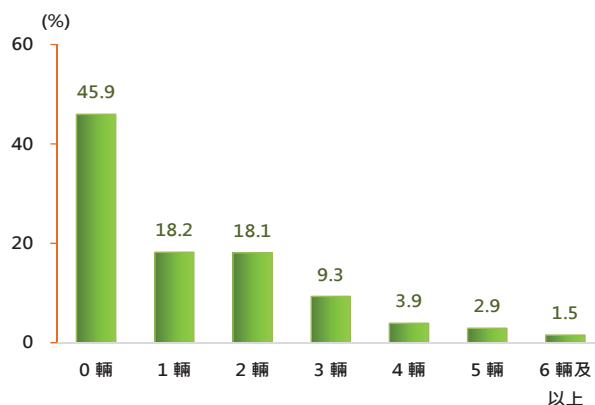


圖 5 每戶擁有自行車數量

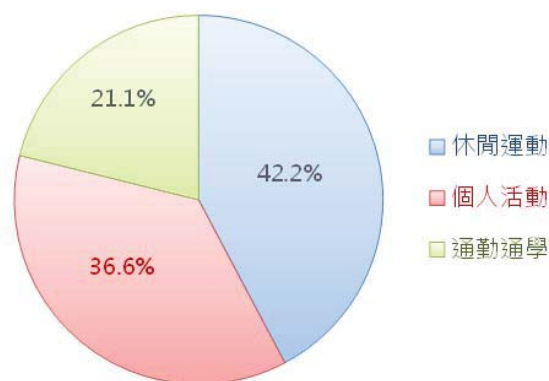


參、各活動型態之自行車使用情形

國內 12 歲以上民眾於調查期間近 2 週有騎自行車之比率為 26.9%（73.1%近 2 週未騎自行車），其主要活動型態以「休閒運動」（42.2%）最多，其次是買菜、購物等「個人活動」（36.6%），再其次為「通勤通學」（21.1%）。

為利後續探討，本文針對近 2 週有騎自行車之使用者，就此 3 類主要活動型態，個別分析其使用頻率、性別、年齡、花費時間，以及使用公共自行車情形。

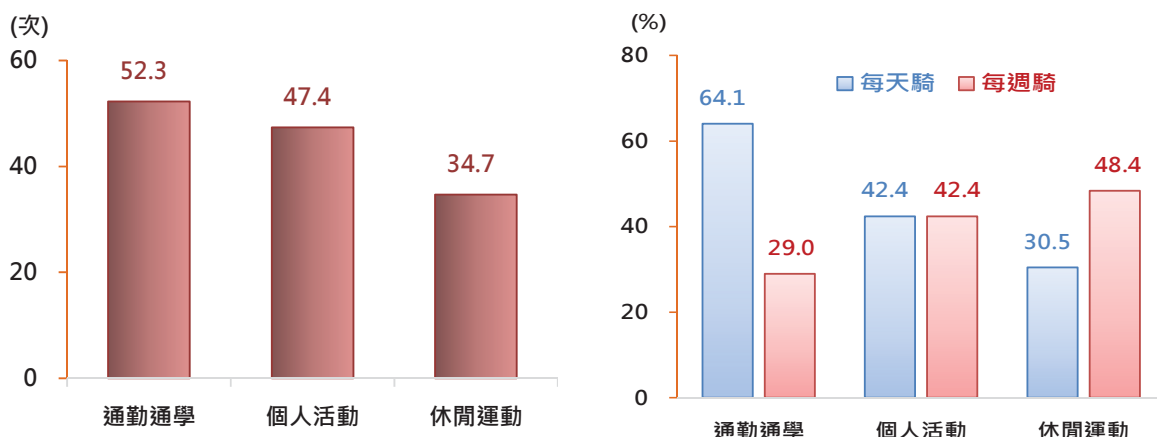
圖 6 近 2 週有騎自行車者之活動型態占比



一、騎自行車次數及頻率

觀察 3 類主要活動型態之使用者每月騎自行車次數，以用於「通勤通學」者的 52.3 次最高，其次為「個人活動」47.4 次及「休閒運動」34.7 次。若以頻率觀之，以「通勤通學」為主要活動型態之使用者有 64.1% 會每天騎，以「休閒運動」為主要活動型態之使用者，則每週騎的占比較高，占 48.4%。

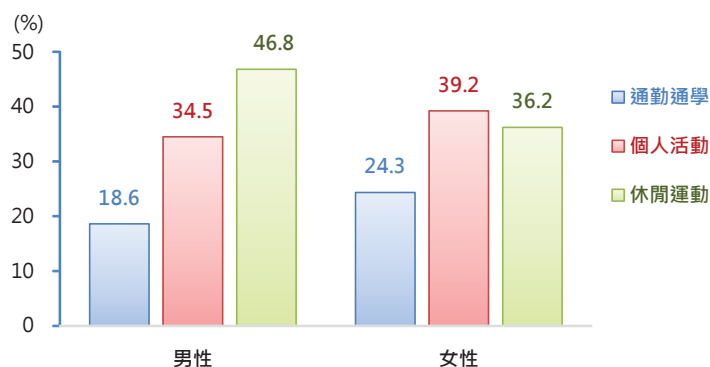
圖 7 各活動型態每人每月騎自行車次數及頻率



二、性別及年齡層之活動型態

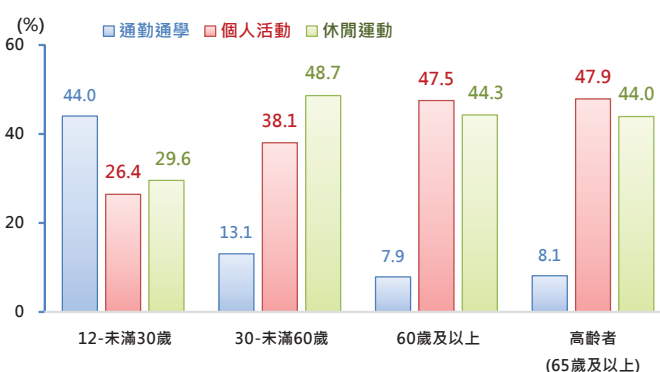
觀察不同性別民眾在騎自行車活動型態上的差異，男性以「休閒運動」（46.8%）較高，其次是「個人活動」（34.5%）及「通勤通學」（18.6%）；女性則以「個人活動」（39.2%）較高，其次是「休閒運動」（36.2%）及「通勤通學」（24.3%）。

圖 8 騎自行車之活動型態—按性別分



就各年齡層觀察，不同年齡層騎自行車之活動型態亦不盡相同，「12—未滿 30 歲」之年輕族群主要為「通勤通學」（44.0%），「30—未滿 60 歲」之中壯年族群則以自行車從事「休閒運動」（48.7%）較多，而「60 歲及以上」老年族群則以「個人活動」（47.5%）較高。特別觀察高齡者（65 歲及以上）之騎自行車活動型態，主要是「個人活動」（47.9%）與「休閒運動」（44.0%），均超過 4 成。

圖 9 騎自行車之活動型態—按年齡層分



三、騎自行車花費時間

近 2 週有騎自行車之 12 歲以上民眾騎自行車平均每次單程花費時間是 25.0 分鐘，其中以從事「休閒運動」所需時間最長，平均單程 40.0 分鐘，其次為「通勤通學」（15.4 分鐘）及「個人活動」（13.4 分鐘）。高齡者騎自行車平均單程花費時間為 19.7 分鐘，其中從事「通勤通學」與「個人活動」之花費時間相近，均為 14 分鐘，而從事「休閒運動」每次單程花費 27.0 分鐘。

四、使用公共自行車概況

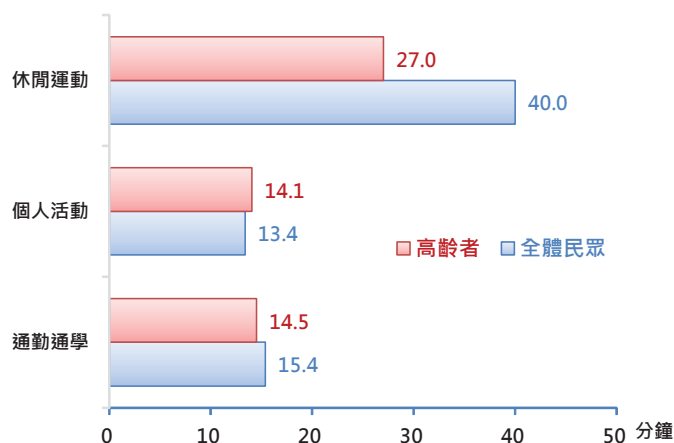
觀察各活動型態之自行車來源，「通勤通學」者有 4 成使用公共自行車，「個人活動」者及「休閒運動」者均有超過 8 成之自行車為自有或借用的，使用公共自行車的比列相對較低。

再就民眾居住地區觀察，各縣市民眾皆以使用「自有的或借用的自行車」占大宗，而其中北北基桃（臺北市、新北市、基隆市、桃園市）4 縣市使用「公共自行車」占比達 45.0%，較其他縣市的 9.9% 為高。

肆、轉乘接駁運具

國內 12 歲以上民眾於調查期間近 2 週有騎自行車者，有 15.8% 轉乘接駁其他交通運具，其中以轉乘捷運者最多（35.5%），其次為公路客運 / 市區公車（32.7%），再其次為臺鐵（17.8%）。

圖 10 全體民眾及高齡者騎自行車之單程時間



說明：「全體民眾」係指 12 歲以上近 2 週有騎自行車者。

圖 11 民眾騎自行車來源—按活動型態分

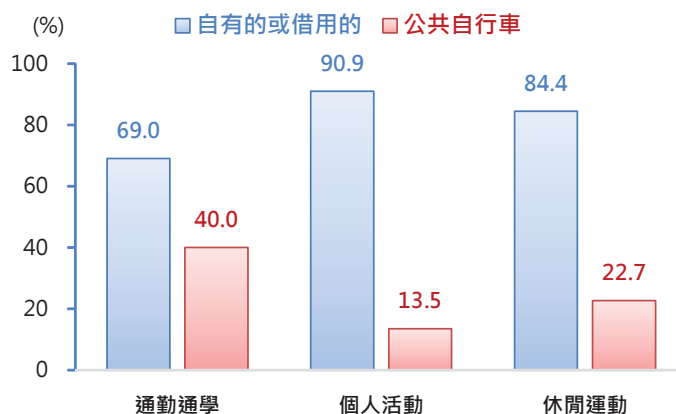
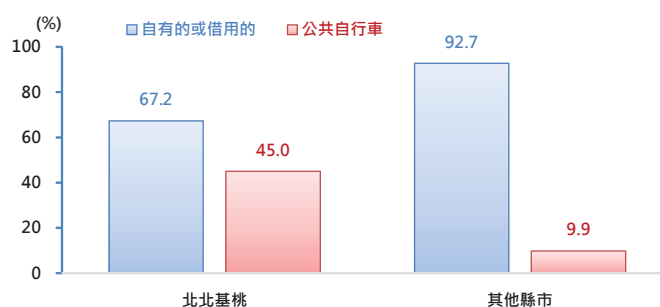
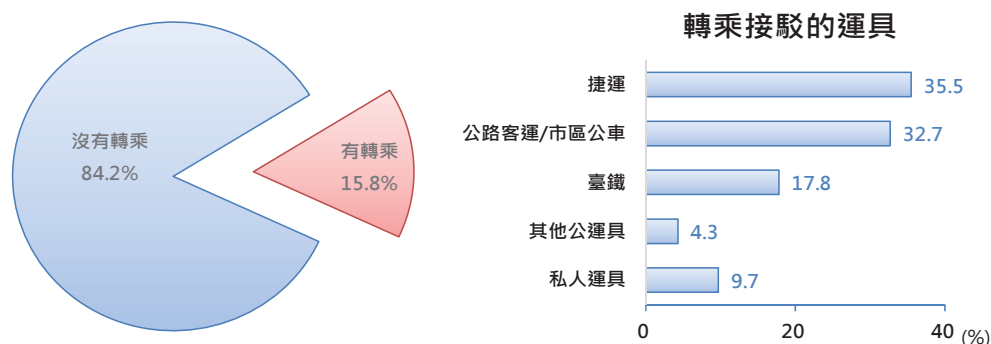


圖 12 民眾騎自行車來源—按地區分



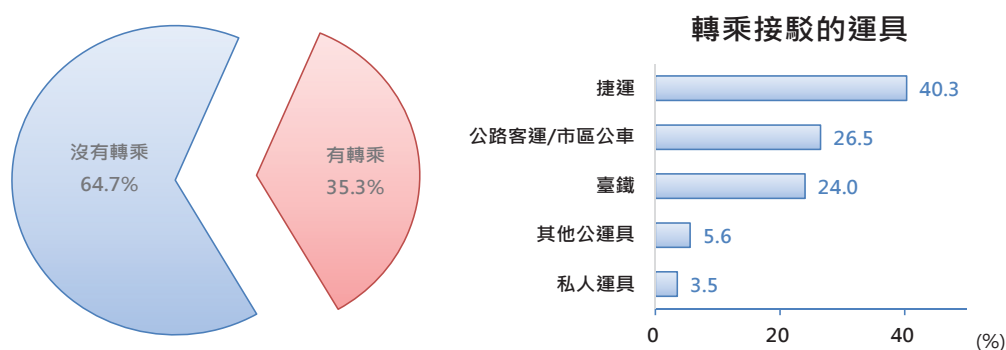
說明：圖 11，圖 12 皆為複選題。

圖 13 全體民眾騎自行車的轉乘情形



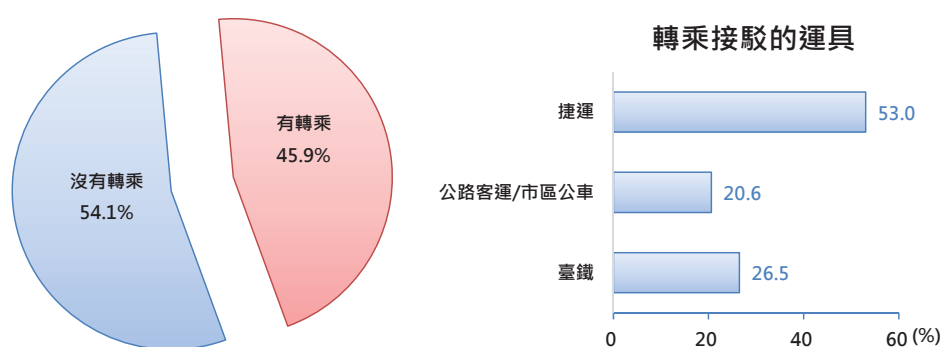
其中主要活動型態為「通勤通學」的轉乘比例最高，達 35.3%（另「休閒運動」者及「個人活動」者僅分別有 12.3% 及 8.9% 進行轉乘接駁），並以轉乘捷運者最多（40.3%），其次為轉乘公路客運/市區公車（26.5%），再其次為臺鐵（24.0%）。

圖 14 通勤通學民眾騎自行車的轉乘情形



再進一步觀察北部地區騎自行車「通勤通學」的民眾轉乘情形，轉乘比例再升至 45.9%，其中仍以轉乘捷運者最多（53.0%），轉乘臺鐵（26.5%）與公路客運/市區公車（20.6%）者亦各占 2 成以上。

圖 15 北部地區通勤通學民眾騎自行車的轉乘情形



伍、結論

本文旨在呈現自行車覆蓋率、家戶普及率、各活動型態使用情形及轉乘接駁概況，結果顯示不同年齡、性別、地區及活動型態的自行車騎用者，其特性均有差異，可作為國內自行車政策之規劃辦理基礎，例如於建構自行車系統騎乘空間、停車場所及轉乘動線時，即可依使用族群之年齡、活動型態及轉乘需求等特性，進行相關規劃及成本效益分析，以建立友善自行車騎行環境，提高綠能運輸效益，更有效地達成政策目標。

近年上市櫃公司營運及投資概況

郭菁芳

主計總處綜合統計處科員

壹、前言

國內上市櫃公司家數雖僅占全國約千分之一，營收占比卻逾三分之一，為國內經濟發展之要角。上市櫃公司依法所揭露之財務報告詳細記錄公司營運成果，不僅可供投資人資金配置決策參考，經彙整統計後，亦可呈現國內整體經濟發展及個別產業趨勢，反映產業脈動與景氣變化。本文彙集國內上市櫃公司 101~106 年之財報資料，分析近年企業營收、獲利之變化，並簡析企業之稅收貢獻及投資概況。

貳、非金融業上市櫃公司¹營運情形

一、企業營業毛利率連續 2 年逾 13%

國內產業向來與國際景氣關係緊密，受惠於全球經濟復甦力道增強，106 年我國非金融業上市櫃企業營業收入 19.4 兆元，較 105 年增 4.4%，結束 104 年以來連續 2 年縮減態勢；營業成本方面，受國際農工原料價格隨景氣好轉而上揚影響，亦增 4.1%，達 16.8 兆元；營業毛利 2.6 兆元，增 6.6%，營業毛利率（=營業毛利/營業收入×100%）為 13.4%，已連續 2 年逾 13%（表 1），上市櫃公司創造之附加價值持續上升。

表 1 非金融業上市櫃公司營收與獲利
(IFRS 非合併財報資料)

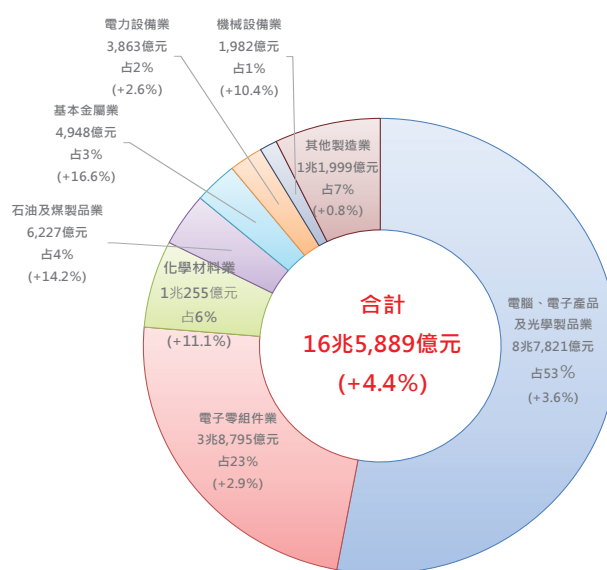
	營業收入	營業成本	營業毛利	營業毛利率	營業費用	營業利益	營業利益率	稅前淨利	稅後淨利
	①	②	③=①-②	(%)	④	⑤=③-④	(%)		
金額(億元)									
101 年	186,141	169,089	17,051	9.2	10,747	6,295	3.4	9,986	7,808
102 年	187,761	167,757	20,004	10.7	11,370	8,686	4.6	14,933	12,454
103 年	197,522	174,785	22,737	11.5	12,228	10,534	5.3	17,009	14,323
104 年	193,898	170,501	23,398	12.1	12,405	10,954	5.6	17,444	14,491
105 年	185,666	161,380	24,285	13.1	12,421	11,814	6.4	18,308	15,237
106 年	193,900	168,010	25,890	13.4	12,788	13,155	6.8	21,060	17,752
年增率(%)或增減百分點									
102 年	0.9	-0.8	17.3	1.5	5.8	38.0	1.2	49.5	59.5
103 年	5.2	4.2	13.7	0.9	7.5	21.3	0.7	13.9	15.0
104 年	-1.8	-2.5	2.9	0.6	1.4	4.0	0.3	2.6	1.2
105 年	-4.2	-5.3	3.8	1.0	0.1	7.9	0.7	5.0	5.2
106 年	4.4	4.1	6.6	0.3	2.9	11.3	0.4	15.0	16.5

資料來源：台灣經濟新報資料庫。

¹非金融業上市櫃公司統計範圍為 101~106 年皆有上市櫃之 1,504 家非金融業公司；全體上市櫃公司統計範圍為 101~106 年皆有上市櫃之 1,547 家金融業及非金融業公司。

若就行業別營業收入觀察，以製造業為最大宗，占比穩居 8 成 6 上下，106 年營收 16.6 兆元，年增 4.4%，其中占比逾 5 成的電腦、電子產品及光學製品業為 8.8 兆元，年增 3.6%，主因國際行動裝置新品上市，激勵買氣，加上雲端伺服器需求升溫，帶動相關組裝代工廠營收增加所致；電子零組件業亦因半導體市況暢旺，營收 3.9 兆元，年增 2.9%；另受惠於國際原油及基本金屬等原物料價格上漲，化學材料業、石油及煤製品業、基本金屬業營收分別年增 11.1%、14.2%及 16.6%；機械設備業營收亦因智慧自動化需求強勁，年增 10.4%（圖 1）。

圖 1 106 年製造業上市櫃公司營業收入



資料來源：台灣經濟新報資料庫。

說明：括號內為年增率。

二、企業獲利迭創佳績

近年非金融業上市櫃公司之營業利益（營業毛利扣除營業費用）亦呈遞增趨勢，103 年起均居兆元以上，106 年升至 1.3 兆元，年增率 11.3%，較 101 年增加逾 1 倍，代表本業獲利能力之營業利率（=營業利益/營業收入×100%）亦由 101 年之 3.4%漸次提高至 106 年 6.8%（表 1）。

依行業別觀察，106 年製造業營業毛利及營業利益各逾 2 兆元及 1.1 兆元，分別年增 7.2%及 11.2%，占整體上市櫃公司比重均為 8 成左右，其中以電子零組件業居冠，營業毛利及營業利益均呈雙位數成長，營業毛利率及營業利率各為 26.6%及 16.1%，均遠高於整體製造業；運輸及倉儲業因航運市況好轉，多家海運業者轉虧為盈，營業毛利及營業利益各增 57.1%及 1.4 倍；資訊及通訊傳播業則因電信業者相繼推出低價 4G 上網吃到飽的資費方案以搶食市占率，致營收衰退，侵蝕公司獲利，營業毛利及營業利益均呈減少（表 2）。

表 2 106 年非金融業上市櫃公司營業毛利與利益—按行業分

行業	營業毛利(億元)			營業利益(億元)				
	年增率 (%)	營業毛利率 (%)	占比 (%)	年增率 (%)	營業利率 (%)	占比 (%)		
合計	25,890	6.6	13.4	100.0	13,155	11.3	6.8	100.0
製造業	20,465	7.2	12.3	79.0	11,071	11.2	6.7	84.2
電子零組件業	10,322	13.7	26.6	39.9	6,234	20.9	16.1	47.4
電腦、電子產品及光學製品業	4,095	-4.6	4.7	15.8	1,688	-10.3	1.9	12.8
化學材料業	1,402	30.8	13.7	5.4	805	60.2	7.8	6.1
石油及煤製品業	1,011	6.4	16.2	3.9	913	6.5	14.7	6.9
其他製造業	3,635	-1.6	15.9	14.0	1,430	-7.9	6.3	10.9
批發及零售業	2,068	5.8	15.0	8.0	543	10.0	3.9	4.1
資訊及通訊傳播業	1,551	-2.6	37.1	6.0	685	-1.2	16.4	5.2
運輸及倉儲業	1,118	57.1	21.2	4.3	362	143.9	6.9	2.8
其他行業	687	-26.7	14.4	2.7	494	-6.0	10.4	3.8

資料來源：台灣經濟新報資料庫。

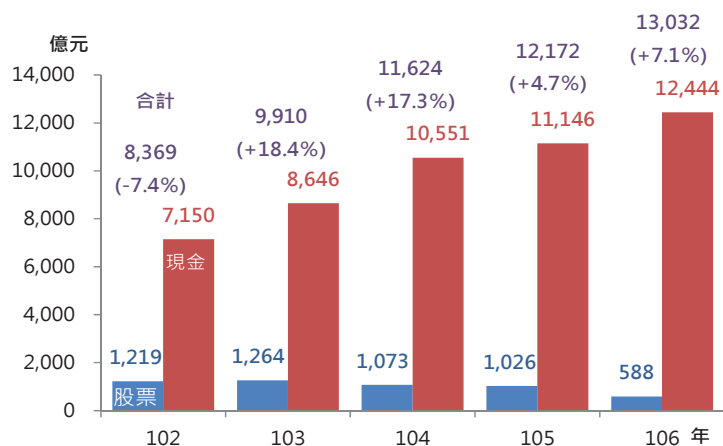
併計營業外損益後，106 年全體上市櫃公司稅前淨利 2.1 兆元，年增 15.0%，較 101 年增 1.1 倍，扣除賦稅支出後之稅後淨利 1.8 兆元，年增 16.5%，較 101 年增 1.3 倍，稅前、稅後獲利均迭創佳績（表 1）。

參、股利發放概況

股利發放為企業經營成果對股東之具體回饋。隨企業獲利迭創佳績，近年來全體上市櫃公司 1 股利發放亦逐年攀高，尤以 103 及 104 年增幅均達兩位數為最，致 104 年股利發放規模突破兆元，106 年則達 1.3 兆元，年增 7.1%。

為避免股本過度膨脹，近年上市櫃公司股利發放型態多採現金股利，且比重逐漸攀高，由 101 年之 85% 升至 106 年達 95%，致 106 年現金股利超過 1.2 兆元，年增 11.6%，隨 106 年企業獲利升幅顯著，107 年股利發放金額料將續增，現金股利也將再締新猷（圖 2）。

圖 2 全體上市櫃公司股利發放概況



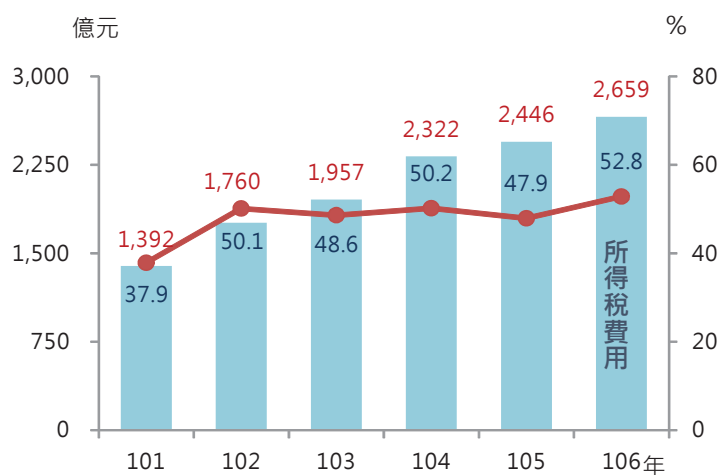
資料來源：台灣經濟新報資料庫。
說明：括號內為年增率。

肆、對稅收之貢獻

全體上市櫃公司近年來所得稅費用快速增加，由 101 年 1,392 億元升至 106 年 2,659 億元，占全國營利事業所得稅（以下簡稱營所稅）實徵淨額比重亦由 3 成 8 漸升至 5 成 3，對挹注國庫收入貢獻甚大（圖 3）。

另薪資與股利所得為綜合所得稅（綜所稅）重要稅源，企業當年之獲利，可於次年為員工加薪，加上發放外資股東股利就源扣繳之綜所稅（約占全年綜所稅實徵淨額近 4 分之 1），均可挹注次年稅收；而國內投資人獲配之股利，隨個人綜所稅結算申報，則可再遞延至其後反映，意即 106 年企業經營表現告捷，將可望貢獻 107、108 年綜所稅稅收。

圖 3 全體上市櫃公司所得稅費用



資料來源：台灣經濟新報資料庫、財政部。

伍、投資概況

106 年非金融業上市櫃公司購置不動產、廠房及設備（固定資產）金額為 8,477 億元，相較 101 年之 7,457 億元，5 年平均年增 2.6%。上市櫃公司投資雖呈增加，惟與現金部位相較，比重由 101 年 49.2% 滑落至 106 年 38.8%，下降 10.4 個百分點，且已連續 3 年低於 4 成，顯示其投資行為趨於保守（圖 4）。

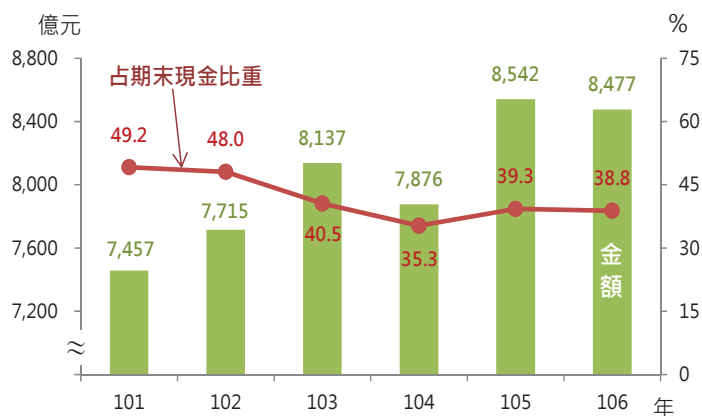
依行業別觀察，上市櫃公司購置固定資產金額大幅集中於電子零組件製造業（占 6 成 6），主因半導體領導廠商持續在國內投資高階製程，惟 106 年資本支出 5,595 億元，年減 2.1%；另運輸及倉儲業因航空業持續擴充機隊，投資規模 506 億元，年增 9.9%（表 3）。

陸、結語

上市櫃公司財報呈現企業營運成果，資訊內涵豐富而完整，係觀察國內經濟發展趨勢之利器。近年來國內企業為適應產業結構變化，積極調整營運步伐，營收與獲利表現亮眼，毛利率與營業利益率等獲利能力指標亦

明顯提升，對國內經濟有正面助益，亦能豐盈政府稅收。惟企業營運佳績所累積之大量現金，對於增購廠房、設備等相關投資之裨益卻相對有限，顯示上市櫃公司投資意願仍有激勵空間，值得進一步關注。

圖 4 非金融業上市櫃公司固定資產購置金額及占期末現金比重



資料來源：台灣經濟新報資料庫。

表 3 106 年非金融業上市櫃公司固定資產購置金額—按行業分

行業	金額(億元)	年增率(%)
製造業	7,270	-1.7
電子零組件業	5,595	-2.1
電腦、電子產品及光學製品業	280	-34.0
化學材料業	265	0.8
基本金屬業	200	10.3
其他製造業	930	14.9
運輸及倉儲業	506	9.9
資訊及通訊傳播業	409	-4.0
其他行業	292	11.7

資料來源：台灣經濟新報資料庫。

2018CSA-KSS-JSS 國際統計學術研討會

研討會時間及地點

時間：107 年 9 月 10 日(一)~107 年 9 月 13 日(四)

地點：日本東京 ChuoUniversity

研討會主題

- 1.Machine(Statistical)Learning
- 2.BayesianAnalysis
- 3.HighDimensionalAnalysis/Inference

學社代表

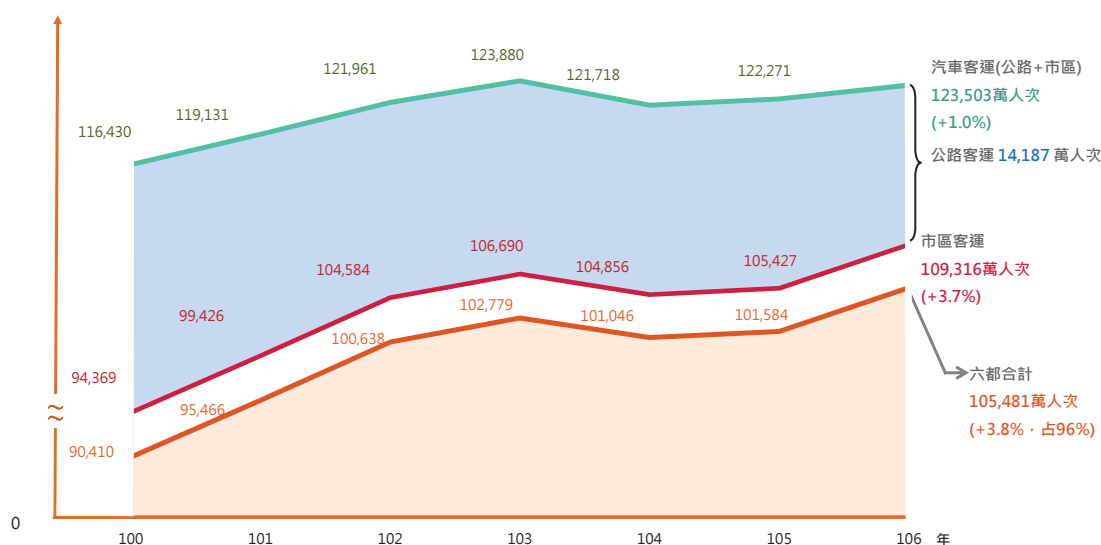
姓名	任職學校及職稱	主題	論文題目
林聖軒	交通大學統計學研究所 助理教授	Machine (Statistical) Learning	Causal Inference and Mechanism Investigation under Time-varying System
陳婉淑	逢甲大學 特聘教授	Bayesian Analysis	Bayesian Inference of Markov Switching Integer-valued GARCH Models with Applications
林良靖	成功大學統計學系 助理教授	High Dimensional Analysis/Inference	Spectral Statistics of Large Dimensional Spearman' s Rank Correlation Matrix and its Application

近年汽車客運運量成長概況

郭昌儒
交通部統計處專員

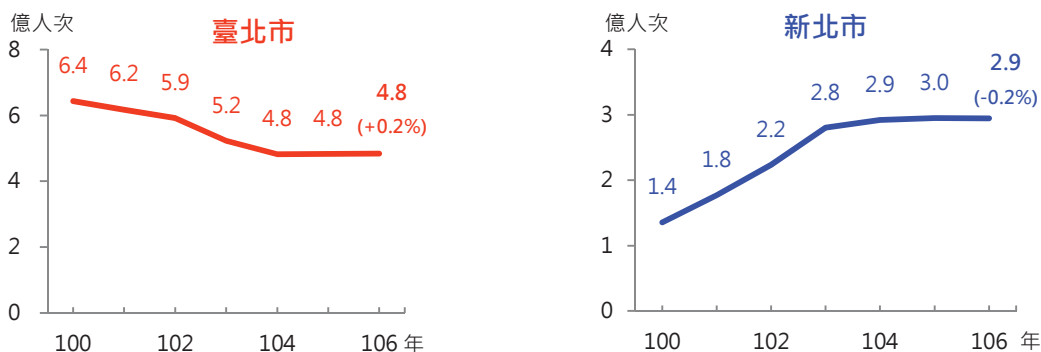
一、隨著我國公路公共運輸發展（99－101年）、提昇（102－105年）及多元推升（106－109年）計畫之賡續推動，國內公共運輸軟硬體環境不斷改善，帶動汽車客運（公路+市區客運）運量穩定成長，至106年底，國內112家汽車客運業者共經營2,200餘條核定路線（市區1,542條、公路684條），106年載客12.3億人次（平均每日載客338萬人次），較105年成長1.0%；其中市區客運量由100年之9.4億人次增至105年之10.5億人次，平均年增2.2%，106年亦較105年成長3.7%，載客數達10.9億人次為歷年新高。

100－106年汽車客運量



二、觀察各縣市市區客運運量，歷年皆以六都為大宗，合占96%以上，其中尤以雙北為主，惟占比已由100年之82.6%降至106年之71.2%。探其主因，係受臺北市捷運路網綿密，近年新增新莊、信義、松山等路線，及桃園機場捷運通車替代效果影響，致其市區客運量由100年6.4億人次漸趨下滑至106年為4.8億人次（平均每日132萬人次）；新北市捷運路網則相對鬆散，加以近年市區客運營運範圍延伸至桃園地區，故106年市區客運核定路線276條及載客數2.9億人次（平均每日81萬人次），均較100年成長逾倍。

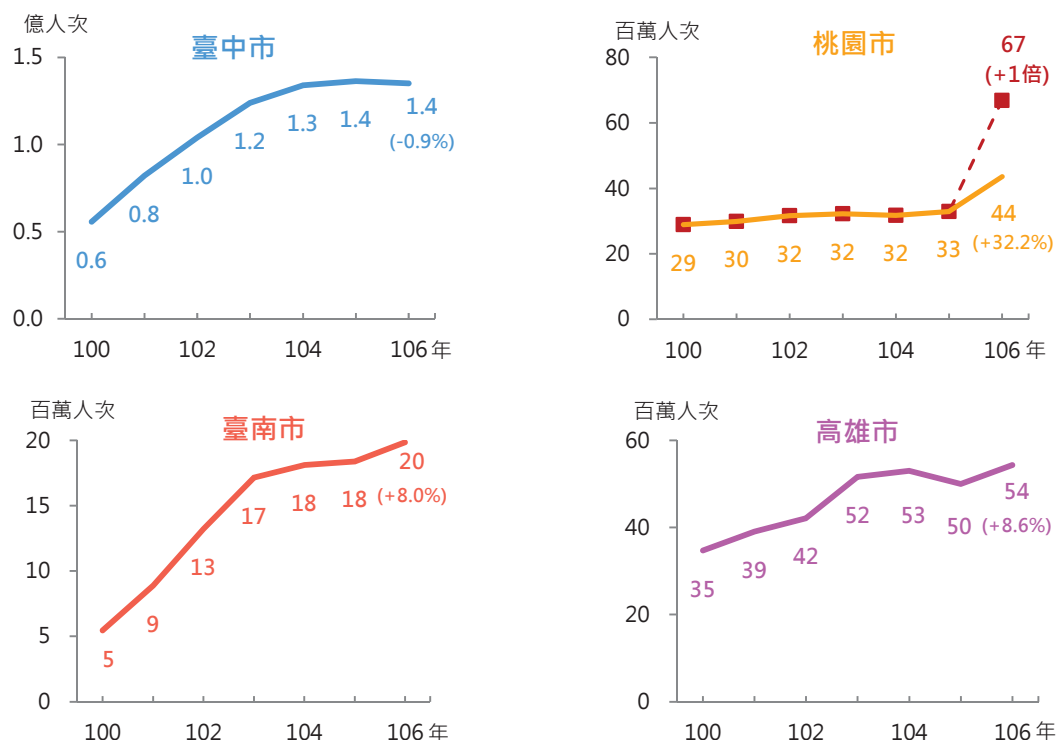
100－106年雙北市市區客運量



說明：括號內數字為106年年增率。

三、雙北以外四都，僅臺中市運量逾億人次，該市自100年起推動8公里免費政策（104年延長為10公里），培養搭乘市區客運客群，推升運量由100年5,574萬人次增為106年之1.4億人次（平均每日37萬人次）；桃園市亦於105年下半年起推動8公里免費政策，加以106年移入原屬交通部公路總局管轄之98條營運路線，總運量6,689萬人次（平均每日18萬人次），較105年成長1倍（不加計移撥路線，仍增32.2%），成長幅度居六都之冠；另臺南市106年運量1,986萬人次（平均每日5萬人次），為六都中唯一連續6年運量成長之都，惟總運量尚居六都之末；高雄市則在105年微幅滑落5.6%後，再於106年增8.6%，升為5,432萬人次（平均每日15萬人次）。

100—106 年臺中、桃園、臺南及高雄市區客運量



說明：括號內數字為 106 年年增率。

四、六都以外縣市，僅基隆市運量逾千萬人次，離島之澎湖縣、金門縣及連江縣，則因近年駐軍減少、人口外移及少子化衝擊影響，加上離島地區私人運具使用方便，市區客運運量逐年下滑，106年均較100年減少20%以上；其餘市區客運運量未及50萬人次者，或與當地人口相對較少有關，惟經路線及班次時刻之檢視調整，貼合當地需求，運量多已漸提高。

近年市區客運運量平均年增率（未及 50 萬人次之縣市）

縣市別	苗栗縣	南投縣	雲林縣	嘉義縣	臺東縣	花蓮縣	嘉義市	連江縣
106 年較 100 年平均年增率 (%)	18.2	52.3	204.0	10.4	43.2	0.2	-3.7	-5.4

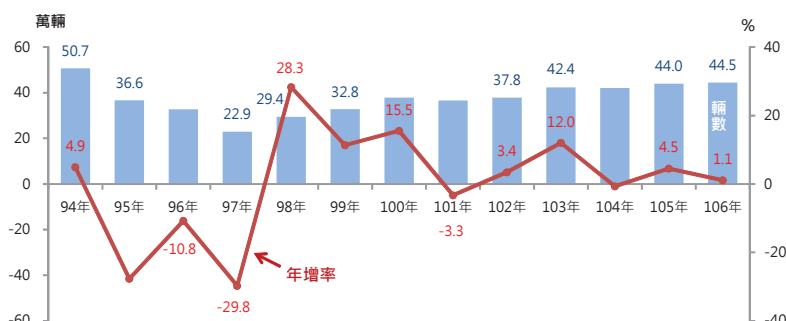
註：雲林縣為 106 年較 104 年平均年增率。

近年國內汽車市場概況

吳佩瑜（主計總處綜合統計處科員）

一、根據交通部統計，國內新車掛牌數於 94 年創下 50.7 萬輛之高點後，受換車高峰已過及全球金融海嘯影響，連續 3 年大幅衰退，97 年降至 22.9 萬輛之低點。98 年起隨景氣緩步復甦，帶動需求升溫，大致呈逐年增加之勢；105 年政

汽車新增掛牌數及年增率



府實施汰換舊車、購置新車可享貨物稅減徵政策，刺激車市買氣，106 年減稅政策延續，新增掛牌數達 44.5 萬輛，為 95 年以來新高，其中自用小客車所占比重將近 7 成，係帶動民間消費交通項成長主要動能之一。

汽車新增掛牌數—按產地分

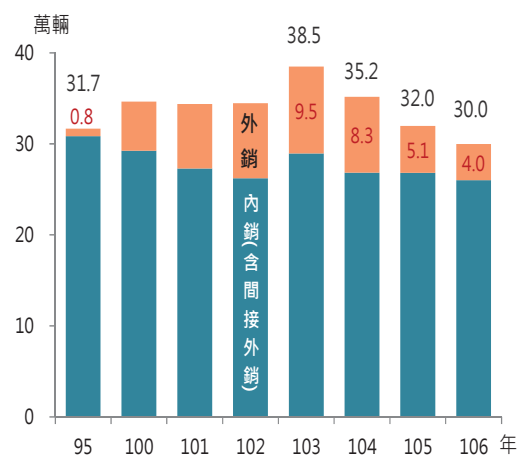
年	國產 (萬輛)			進口 (萬輛)		
	年增率 (%)	市占率 (%)	年增率 (%)	年增率 (%)	市占率 (%)	
95	30.6	-31.1	83.6	6.0	-14.6	16.4
100	28.1	11.3	74.3	9.7	29.6	25.7
101	26.7	-5.0	73.0	9.9	1.8	27.0
102	26.3	-1.3	69.6	11.5	16.4	30.4
103	28.4	7.7	66.9	14.0	21.9	33.1
104	26.2	-7.8	62.2	15.9	13.5	37.8
105	26.5	1.4	60.3	17.4	9.6	39.7
106	25.5	-3.9	57.3	19.0	8.8	42.7

二、就新車之產地分析，向以國產車居多，市占率曾超過 8 成；惟近年來因履行 WTO 承諾逐步調降進口車輛關稅，國際車廠

採入門車款平價化之訂價策略搶市，加上近年日圓大幅貶值，刺激日系進口車降價引發買氣，進口新車掛牌數連年增加，市占率相對提高，由 93 年 12.8%，增至 102 年已超過 3 成，106 年規模逼近 20 萬輛，市占率攀至 4 成 3；國產新車掛牌數則呈滑落之勢，106 年僅 25.5 萬輛，市占率降至 57.3% 新低。

三、國產車原以內銷為主，惟在內需市場規模有限與進口車搶市等競爭壓力下，轉而積極拓展整車外銷。依經濟部統計，103 年國產車直接外銷量達 9.5 萬輛（年增 15.8%）高點，惟其後國外市場競爭壓力升高，直接外銷量快速衰減，加以國產車之國內市占消蝕態勢延續，致 104~106 年我國汽車整車製造業工業生產指數連續 3 年縮減，106 年已較 103 年減少 20.5%。

國產汽車銷售量



近年南韓與我國線上購物銷售概況

陳聖如

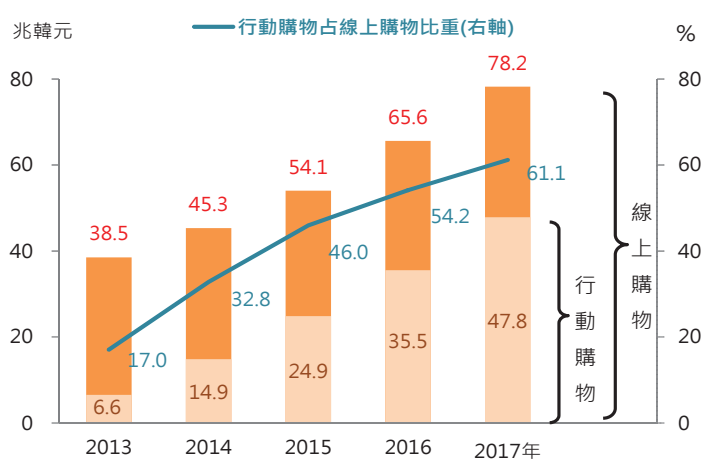
主計總處綜合統計處科員

一、因應電子商務之快速發展，南韓國家統計局自 2000 年 11 月起按月辦理線上購物（On line shopping）調查，針對年營業額超過 1,200 萬韓元（約 33 萬臺幣）B2C 網路商家，依其經營型態按月選查約 1,000 家（綜合商場採全查，專賣商場則採分層抽樣），以了解交易規模。隨智慧型手機日益普及，2013 年新增由行動裝置下單之問項；另為掌握跨境消費新趨勢，亦按季附帶調查「海外直接線上銷售（on line overseas direct sales）」問項，並於 2016 年首次發布其調查結果。

二、2017 年南韓線上購物銷售金額共 78.2 兆韓元，年增 19.2%，其中逾 6 成透過行動購物，銷售金額 47.8 兆韓元，年增 34.6%；若與 2013 年 38.5 兆韓元比較，4 年規模增逾 1 倍，行動購物更由 6.6 兆韓元大幅擴增 6.2 倍。

三、觀察南韓線上購物主要商品變化，2017 年以「旅遊規劃與訂位服務」居首（占 16.6%），年增 14.8%，其次為「衣著與時尚相關產品」（占 15.4%），年增 17.7%，「家庭用品、汽機車零件及配件」及「食品與飲料」分居 3、4（皆占 12.5%），分別增 17.2%及 38%（增幅最大），前 4 項合計占比已近 6 成；如與 2013 年相較，銷售金額則以「化妝品」與「食品與飲料」增幅近 2 倍為最大。

南韓線上購物規模



南韓線上購物依主要商品別分

單位：兆韓元；%

	2013	2014	2015	2016	2017	2017	
						結構比	對 2016 年增率
總計	38.5	45.3	54.1	65.6	78.2	100.0	19.2
旅遊規劃與訂位服務	6.4	8.4	9.8	11.3	13.0	16.6	14.8
衣著與時尚相關產品	6.3	7.3	8.5	10.2	12.0	15.4	17.7
家庭用品、汽機車零件及配件	4.3	5.2	6.7	8.3	9.8	12.5	17.2
食品與飲料	3.3	3.6	5.2	7.1	9.8	12.5	38.0
家用電器及電子通訊產品	4.1	5.0	5.9	7.2	8.9	11.4	24.3
化妝品	2.1	2.7	3.5	5.2	6.3	8.0	21.2
電腦及週邊設備	3.1	3.4	3.5	4.0	4.5	5.7	12.2
其他	8.9	9.7	10.9	12.3	14.0	17.9	13.7

說明：其他為「軟體」、「書籍」、「辦公設備及文具」、「視聽、影音設備產品」、「運動休閒設備」、「嬰幼兒用品」、「農畜漁業產品」等商品合計數。

四、由線上購物中以行動裝置下單比重觀之，除「旅遊規劃與訂位服務」、「家用電器及電子通訊產品」及「其他」占比低於 6 成外，餘皆超過 65%。至於主要商品排序與組合則與線上購物略有不同，各年皆由「衣著與時尚相關產品」居首，「食品及飲料」於 2017 年排升第 2，規模大幅增至 7.2 兆韓元，「旅遊規劃與訂位服務」於 2017 年排名略降至第 3，另「嬰幼童產品」取代「電腦及週邊設備」排居第 7。

南韓行動購物依主要商品別分

單位：兆韓元；%

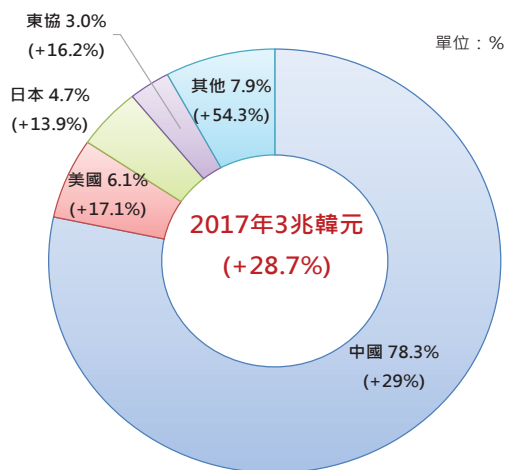
	2014	2015	2016	2017	2017		
					結構比	對 2016 年增率	占線上購物比重
總計	14.9	24.9	35.5	47.8	100.0	34.6	61.1
衣著與時尚相關產品	2.9	4.6	6.4	8.6	17.9	33.3	71.3
食品與飲料	1.3	2.9	4.6	7.2	15.1	57.6	74.0
旅遊規劃與訂位服務	2.7	3.9	5.3	6.8	14.1	27.1	52.1
家庭用品、汽機車零件及配件	1.8	3.3	4.8	6.3	13.3	33.4	65.0
家用電器及電子通訊產品	1.4	2.2	3.2	4.6	9.7	42.3	51.8
化妝品	1.0	1.9	3.3	4.2	8.8	28.6	66.9
嬰幼童用品	1.0	1.6	2.0	2.3	4.8	15.1	75.6
其他	2.7	4.4	6.0	7.8	16.4	31.5	50.5

說明：其他為「電腦及週邊設備」、「軟體」、「書籍」、「辦公設備及文具」、「視聽、影音設備產品」、「運動休閒設備」、「農畜漁業產品」等商品合計數。

五、近年南韓線上跨境銷售金額大致呈逐年翻倍態勢，2017 年近 3 兆韓元，較 2014 年增逾 3.3 倍。就銷售地區觀察，以外銷至中國最多（占 78.3%），金額 2.3 兆韓元，年增 29%，較 2014 年擴增 6.3 倍，其次為美國及日本，各為 1,812 億及 1,382 億韓元，年增 17.1%及 13.9%。如由主要商品來看，則以「化妝品」占 75.8%為最大，「衣著與時尚相關產品」占 13.9%居次，分別較 2016 年增加 36.5%及 14.3%，相較 2014 年則分別增逾 7 倍與增 1.4 倍。

南韓海外直接線上銷售依地區別分(占比)

(括號內為年增率)



南韓海外直接線上銷售依商品別分

單位：億韓元；%

	2014	2015	2016	2017	2017	
					構成比	對 2016 年增率
總計	6,791	12,599	22,934	29,510	100.0	28.7
化妝品	2,570	7,165	16,376	22,360	75.8	36.5
衣著與時尚相關產品	1,744	2,722	3,596	4,110	13.9	14.3
家用電器及電子通訊產品	548	575	666	751	2.5	12.8
其他	1,930	2,137	2,296	2,289	7.8	-0.3

說明：其他為「電腦及週邊設備」、「軟體」、「書籍」、「辦公設備及文具」、「視聽、影音設備產品」、「運動休閒設備」、「嬰幼童用品」、「食品與飲料」、「農畜漁業產品」、「家庭用品、汽機車零件及配件」等商品合計數。

六、我國電子商務統計起步較南韓為晚，自 2006 年起於普查年附帶於工商普查辦理，另自 2015 年起於非普查年附帶於「受僱員工動向調查」辦理，目的在掌握網路銷售概況，各公民營企業凡透過網路，利用特定交易平臺、自行架設網站（網頁）或系統（含電子資料交換）進行商品或服務之接單、銷售作業，皆屬調查對象；銷售金額包含售予一般消費者（B2C）與企業間下單（B2B），與南韓線上購物調查目前僅框定 B2C 及著重消費行為之辦理面向不同。

七、2016 年我國網路銷售整體規模達 3.5 兆元，較 2011 年大幅成長 73.8%，如由銷售對象來看，85.1%為上下游企業間下單交易（B2B），企業售予個人（B2C）僅占 14.9%。如由行業別觀之，服務業部門增近 1 倍，較工業部門增 66.5%為高，顯示隨民眾消費習慣改變與宅經濟興起，電子商務對服務業銷售成長帶動明顯。就主要行業別觀察，以「製造業」銷售金額 2.6 兆元為最大（占 73.7%），較 2011 年增 66.6%，其次為「批發及零售業」0.7 兆（占 19%），增 74.5%，增速最快為「運輸及倉儲業」，在國人休閒觀念改變，自助旅行風氣日盛，網路訂票交易明顯成長等因素帶動下，2016 年銷售額 1,147 億元較 2011 年 109 億元增 9.5 倍，占全體網路銷售比重亦由 0.5%升至 3.2%。

我國網路銷售金額依行業別分

單位：億元；%

	2011	2016	2016 年數據	
			結構比	對 2011 年增率
總計	20,371	35,395	100.0	73.8
工業部門	15,663	26,081	73.7	66.5
製造業	15,659	26,079	73.7	66.6
其他	4	2	0.0	-54.9
服務業部門	4,708	9,314	26.3	97.8
批發及零售業	3,855	6,726	19.0	74.5
運輸及倉儲業	109	1,147	3.2	950.3
住宿及餐飲業	95	209	0.6	121.2
資訊及通訊傳播業	168	479	1.4	184.7
金融及保險業、強制性社會安全	327	495	1.4	51.2
支援服務業	88	129	0.4	46.0
其他	66	128	0.4	95.1

資料來源：行政院主計總處。

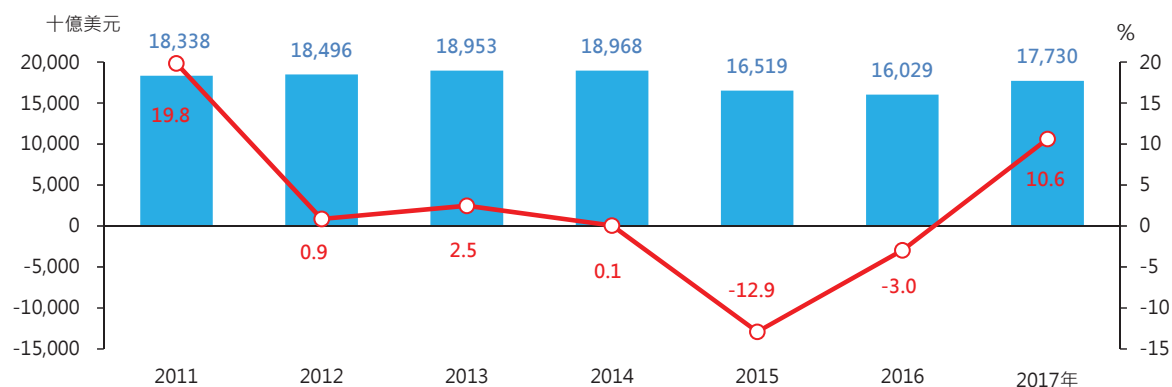
2017 年全球商品出口概況

陳雅俐

主計總處綜合統計處專員

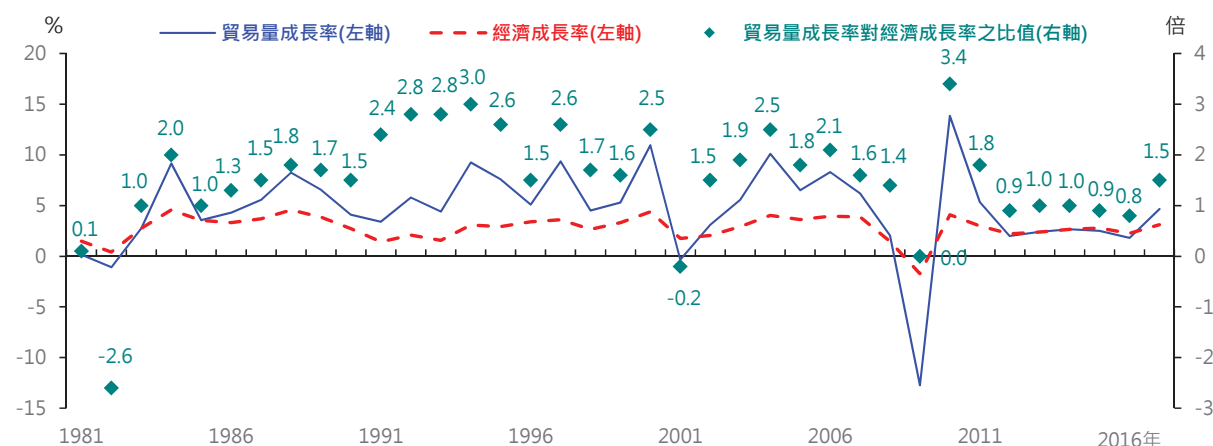
一、依據世界貿易組織（WTO）資料，2011 年至 2014 年原油每桶價格於 100 美元以上高檔盤旋，期間各年全球商品出口值約 18-19 兆美元。2015 年因頁岩油開發及國際景氣下滑影響，致原油市場供過於求，價格驟降至 50 美元，影響所及，全球商品出口值減逾 1 成，規模降至 16.5 兆美元，2016 年再減 3.0% 至 16 兆美元，惟隨油價回升及國際景氣緩步回溫，2017 年全球出口總值升至 17.7 兆美元，年增 10.6%。

近年全球商品出口



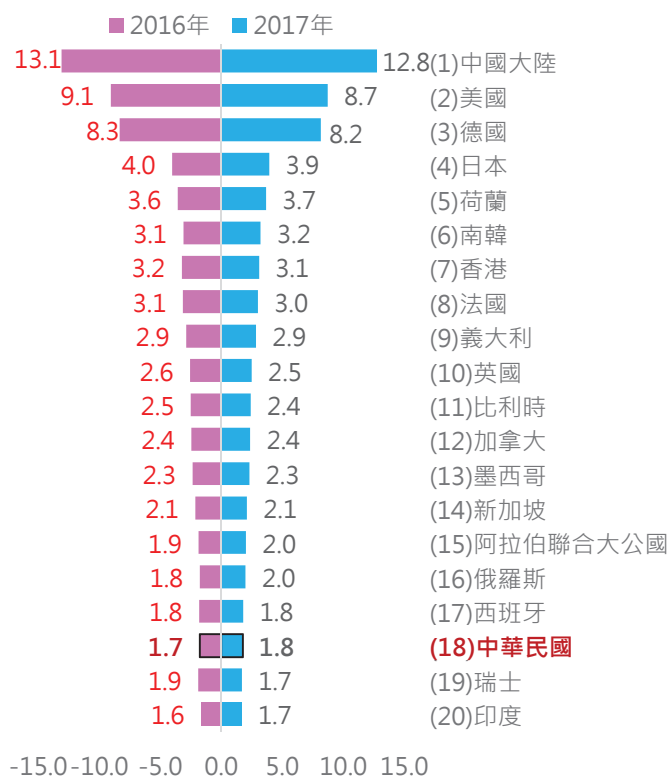
二、全球貿易規模與經濟成長相輔相成、密不可分。近 30 年之平均貿易收入彈性（elasticity of trade with respect to income, ETI），亦即貿易量成長率對經濟成長率之比值為 1.5 倍。就時間數列觀察，ETI 於 1981~1994 年間呈緩步來回趨升走勢，其後迄至 2000 年間雖顯震盪，然皆高於歷史平均（1.5 倍）；2001 年至 2011 年間，除 2001 年網路科技泡沫及 2009 年全球金融風暴外，其餘各年 ETI 仍多高於 1.5 倍，惟 2012 年以降，貿易成長與經濟成長雙顯停滯，ETI 亦降至 1.0 倍左右，2016 年再降至 0.8 倍。2017 年全球經濟復甦，貿易量成長升至 4.7%，ETI 亦回升至 1.5 倍。

全球貿易量成長率與經濟成長率



三、另觀察 2017 年全球主要商品出口國，前 20 大所占比重逾 7 成，其中中國大陸於 2009 年超越德國後，占比持續居首，2017 年占 12.8%，其次依序為美國（8.7%）、德國（8.2%）及日本（3.9%），4 者排名雖與 2016 年相同，惟合計占比縮減 0.9 個百分點。南韓 2017 年出口 5,737 億美元，占比 3.2%，較 2016 年增 0.1 個百分點，排名第 6，亦前進 2 名。我國出口 3,172 億美元，占比 1.8%，增 0.1 個百分點，排名同步前進 1 名，升至第 18 名。

全球商品輸出占比排名



資料來源：行政院主計總處，世界貿易組織（WTO）。

中國統計學社

第 38 屆理事暨監事

理事長：朱澤民

常務理事：陳君厚 黃文璋 蔡鴻坤 鹿篤瑾

常務監事：潘寧馨

理事：朱澤民 吳鐵肩 李克昭 李燦銘 林麗貞 馬瀾嘉
張志強 張雲濤 許璋瑤 陳宏 陳憫 陳君厚
陳昌雄 陳麗霞 鹿篤瑾 曾勝滄 曾議寬 辜炳珍
黃文璋 黃文瀚 黃怡婷 黃提源 楊貴顯 葉滿足
劉惠美 蔡美娜 蔡鈺泰 蔡鴻坤 謝邦昌 羅昌南
饒志堅（依姓氏筆劃排序）

監事：田玉霞 伍家志 李秋嫵 侯美鈴 康江良 陳盛能
潘寧馨 蔡宗儒 謝仁弘（依姓氏筆劃排序）

統計通訊稿約

- 一、刊登原則：本刊所登文章所需稿件為統計專載（針對某特定專題所發表之工作成果及研究心得）。
- 二、文字應流暢精確，以不超過 3,000 字為原則，數字請取 1 位小數。
- 三、翻譯稿請附原文，註明詳細出處，並請取得原著作所有權人同意授權。
- 四、來稿請註明作者姓名、職稱、服務機關。
- 五、來稿檔案格式為 word 檔，圖表請附原 excel 格式，以利統一修正格式。
- 六、本刊對來稿有刪改權，如不願被刪改者請先註明，未能刊登者，稿件恕不退還。
- 七、所投稿件一經發表，作者同意非專屬授權本社（作者仍擁有著作權），雙方權益另簽訂著作權同意書。
- 八、來稿請註明「統計通訊投稿」逕寄：臺北市廣州街 2 號 5 樓，中國統計學社編輯部陳國大先生（E-Mail: gwaudar@dgbas.gov.tw）收。



統計通訊 = Newsletter of the Statistical Association.

— 第 1 卷第 1 期 (民 79 年 1 月)

— • -- 臺北市：中國統計學報雜誌，民 79

— 面， 公分

ISSN 1016-6171

1.中國 — 統計 — 期刊

514.025 ○

