



DATE 109.1.15

產業經濟統計簡訊《351》

108年超市營收可望再締新猷，連續17年正成長

- 1. 超市營收續呈穩定成長：**家庭結構轉型帶動消費習慣轉變，我國超級市場近年積極展店，加上以鮮食主題、集點活動強化行銷，並導入多元支付，提升消費便利性及客群黏著度，營業額自92年來逐年攀升，至107年已達1,985億元，平均每年成長5.2%，高於整體綜合商品零售業之3.9%，108年1-11月營業額達1,901億元，續較上年同期增5.1%，預期在耶誕、跨年商機及農曆春節買氣提前挹注下，108年全年營業額可望突破2,000億元，續創佳績。
- 2. 持續展店擴展市場規模：**根據流通快訊超市店數統計，108年11月底超市達2,286家，較98年底增加917家，其中全聯989家居首，其次為美廉社699家，頂好208家；展店速度以104年及105年最快，分別較上年度增加142家及200家，108年整體展店速度放緩，至11月底僅較上年底增35家，主因部分地區型超市退出市場所致。
- 3. 販售商品以食品、飲料類占最多數：**107年超市商品販售結構以「食品及飲料」(占69.4%)為主，「家庭器具」(占14.3%)次之，「藥品及化粧清潔用品」(占8.5%)再次之，衣著及服飾品配件等其他類別所占比重皆不及5%。與105年比較，「食品及飲料」因持續強化生鮮及即食食品之販售，增加4.8個百分點；「藥品及化粧清潔用品」亦增加0.9個百分點，其餘商品占比則相對縮小。
- 4. 電商經營以1年至未滿3年為主：**107年超市透過電商進行銷售家數比重為27.6%，經營年限以1年~未滿3年為主，顯見超市在拓展電子商務方面仍屬起步階段，未來仍具發展空間。
- 5. 勞動成本提高為超市首要經營困境：**108年超市業者經營困境以「勞動成本提高(占82.8%)」為首，「價格競爭激烈，致毛利偏低(占65.5%)」居次，「電商搶食市場(占55.2%)」再次之。與105年比較，「電商搶食市場」大增38.8個百分點最多，顯示電商崛起，超市同受衝擊；「勞動成本提高」則因基本工資調漲，增加31.9個百分點；「價格競爭激烈，致毛利偏低」則減少23.6個百分點。

圖1 我國超級市場營業額及年增率



資料來源：經濟部統計處按月「批發、零售及餐飲業營業額調查」。

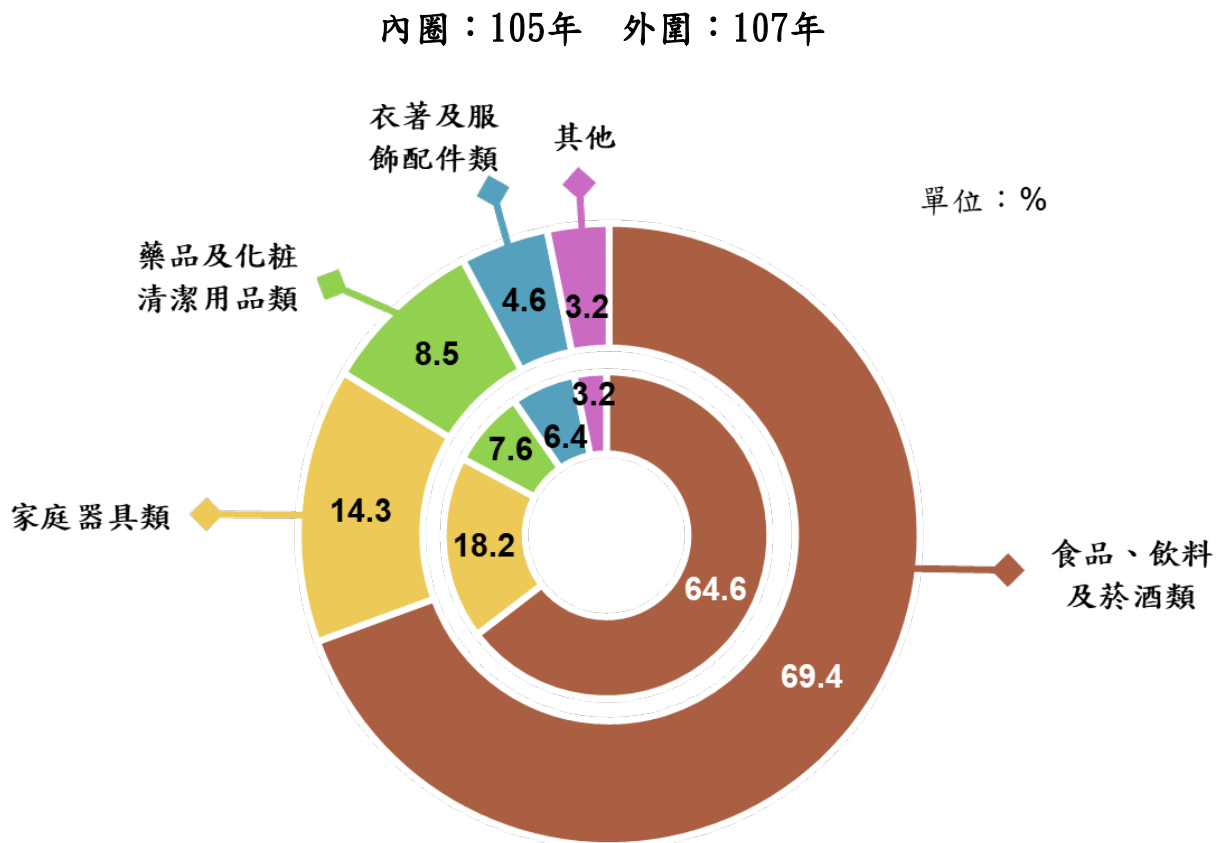
表1 近十年我國超級市場店數

單位：家

年別	總計		全聯	美廉社	頂好	農會超市	自由聯盟	台灣楓康(原興農)	其他
	總計	較上年底增加							
98年	1,369	116	508	176	290	89	61	39	206
99年	1,468	99	568	205	303	89	62	41	200
100年	1,525	57	603	250	280	89	64	40	199
101年	1,624	99	642	308	280	89	64	40	201
102年	1,682	58	680	337	267	90	62	40	206
103年	1,738	56	725	373	238	90	61	42	209
104年	1,880	142	774	459	235	90	60	45	217
105年	2,080	200	887	546	225	90	60	50	222
106年	2,163	83	909	614	229	80	58	50	223
107年	2,251	88	951	660	219	89	60	47	225
108年 11月底	2,286	35	989	699	208	81	63	47	199

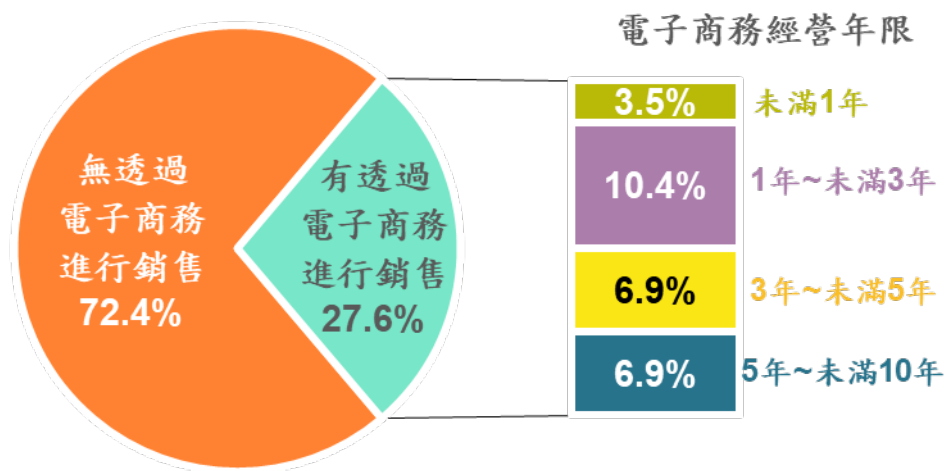
資料來源：流通快訊

圖2 105年、107年超級市場業銷售商品結構比較



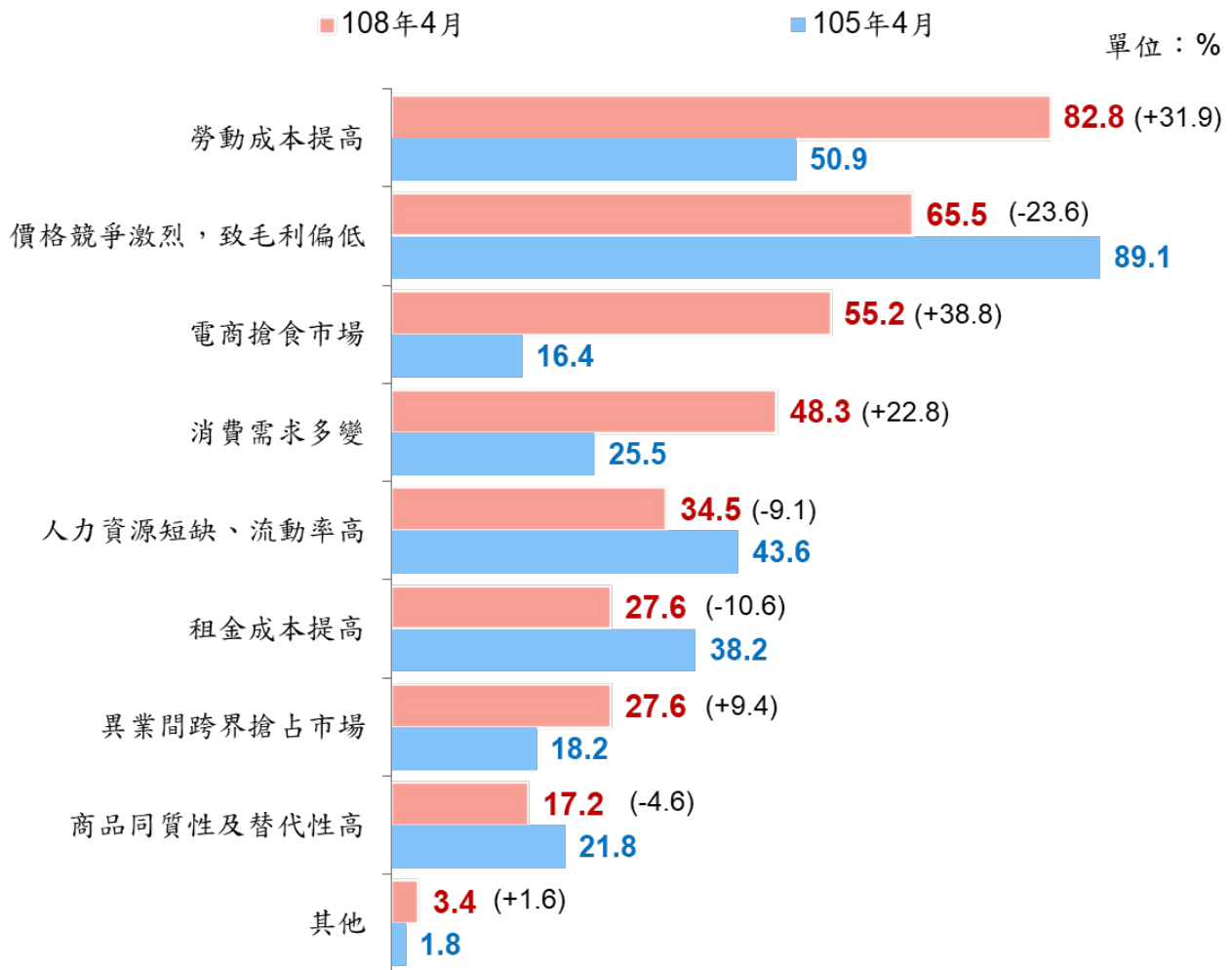
資料來源：經濟部統計處按年「批發、零售及餐飲業經營實況調查」

圖3 108年超級市場業電子商務銷售情形



資料來源：經濟部統計處按年「批發、零售及餐飲業經營實況調查」。

圖4 105年、108年超級市場業經營困境比較



資料來源：經濟部統計處按年「批發、零售及餐飲業經營實況調查」。

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 蔡科長美娟
 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 魏文郡科員