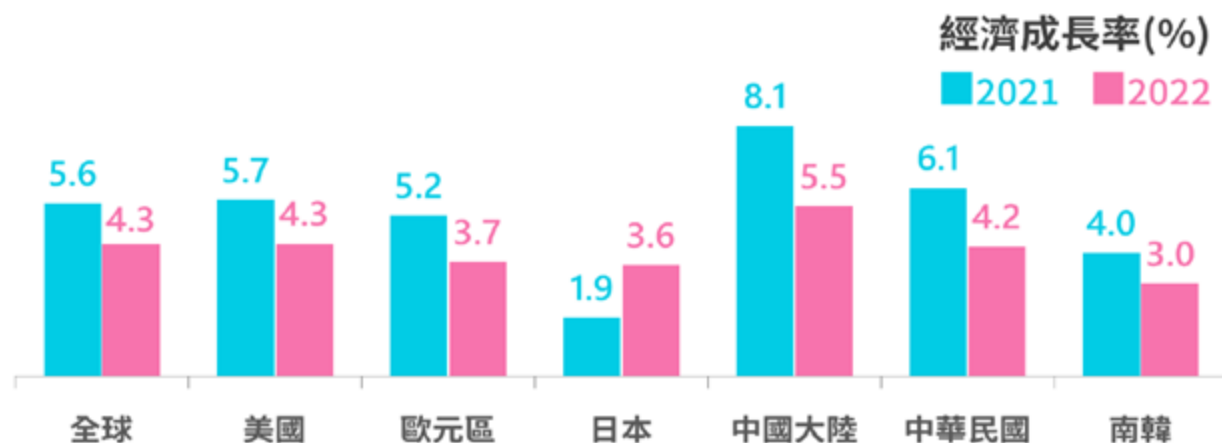


策略環境掃描

1. 總體經濟環境概況
2. 零售暨電商市場環境概況
3. 餐飲市場環境概況

■ 全球經濟成長動能延續

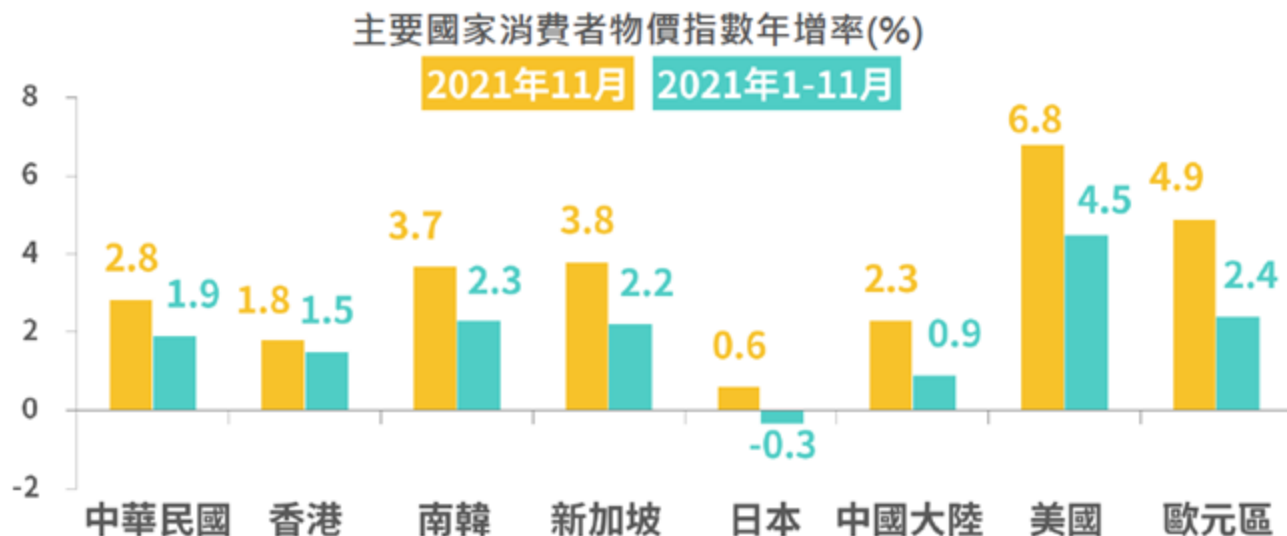
今年全球經濟活動仍受Covid-19疫情干擾，惟隨疫苗施打率上升、主要國家擴大基礎建設，全球經濟自疫情陰霾中逐步復甦，根據IHS Markit 12月15日最新預測，今年全球經濟成長率為5.6%。



資料來源：我國來自行政院主計總處11月預測數，餘皆來自IHS Markit。

■ 主要國家通膨壓力加劇

歐美經濟活動復甦帶動需求強勁且供應鏈瓶頸未解，全球通膨壓力持續升溫，11月美國CPI上漲6.8%，歐元區、新加坡及南韓皆呈現連續上漲。我國連續4個月漲幅逾2%。

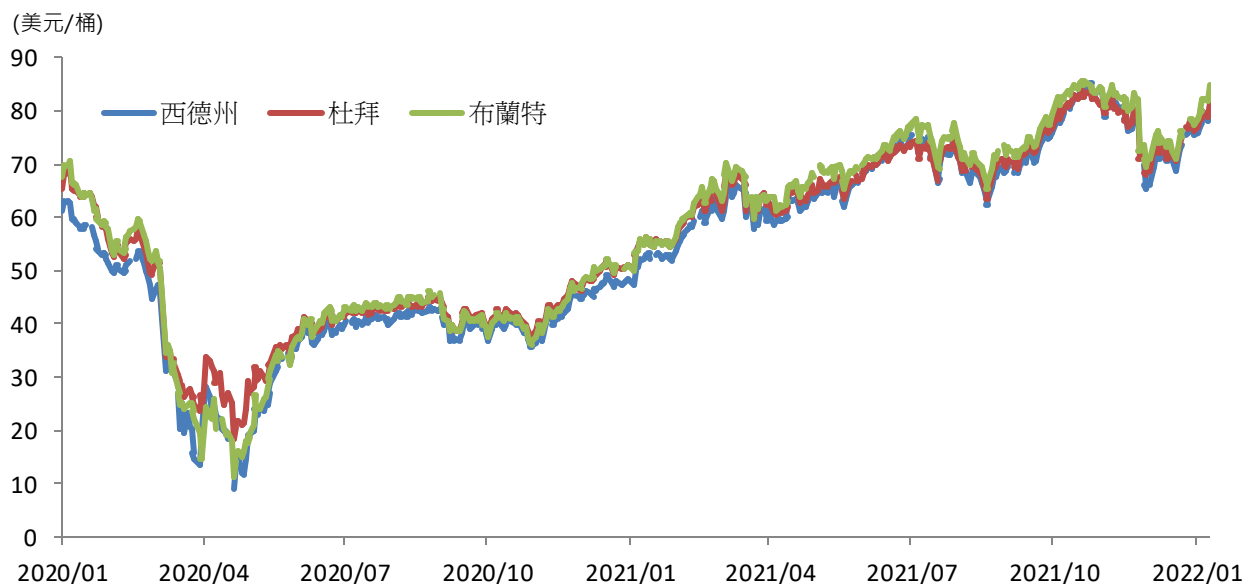


■ 糧食價格上漲

受產地氣候異常，以及俄羅斯恐限制出口，小麥價格於11月創9年新高；肥料價揚及乙醇需求強勁亦推升玉米價格。

■ 國際油價呈現震盪

2021年國際油價創下2009年來以來最大年度漲幅，石油輸出國家組織(opec)可能會同意再次增產，同時疫情對需求的影響依然堪慮，但市場寄望2022年能源需求進一步復甦。



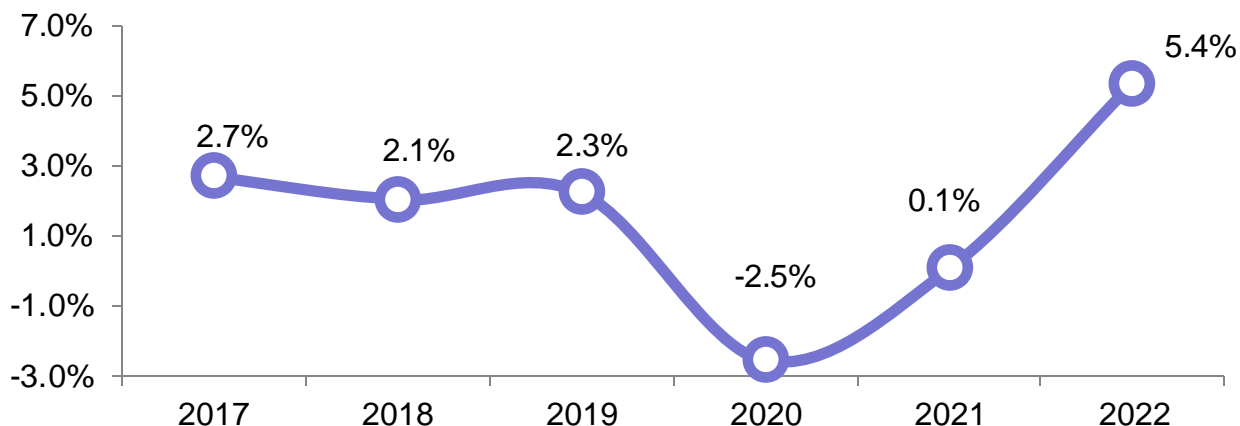
■ 全球經濟風險



■ 民間消費提升

國內疫情獲控制，隨管制措施鬆綁加上政府多項振興措施，民眾受壓抑之消費能量將逐漸釋放，預測110年民間消費成長0.07%；111年隨國外景氣回溫，產能擴增帶動人力需求，加上基本工資調升促使民間消費力道上漲，且基數相對較低，預測民間消費實質成長5.36%。

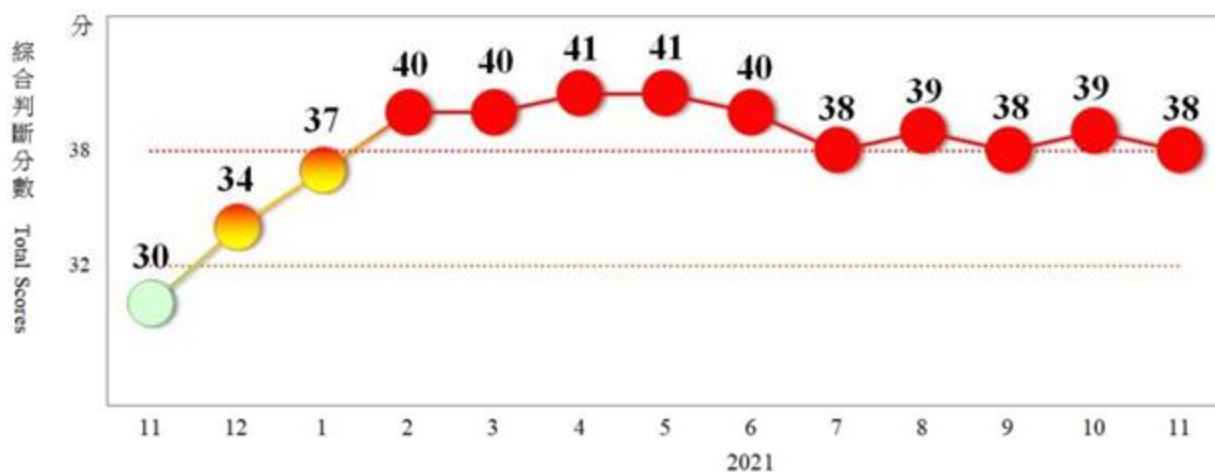
民間消費成長率



■ 國內景氣穩定成長

2021年景氣燈號續呈紅燈，反映國內經濟穩定成長。外需部分受惠全球經濟穩健成長，帶動貿易、生產及金融面指標持續擴增；內需部分因疫情趨緩，在週年慶等促銷活動及政府振興措施帶動下，零售及餐飲業營業額較去年同期擴增。

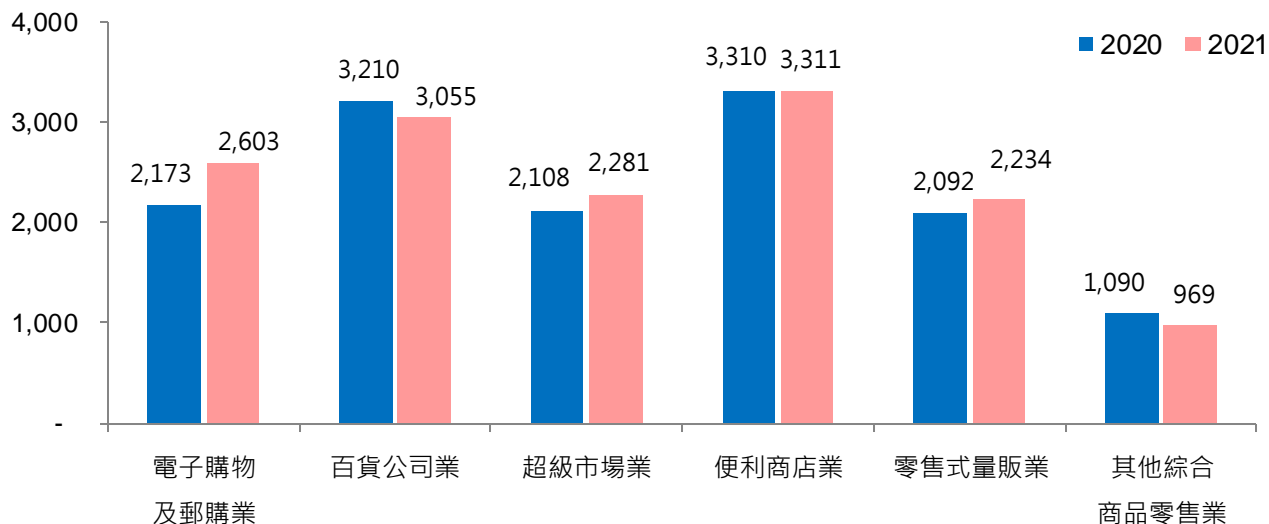
展望未來，國內疫情保持穩定，內需消費可望持續回溫。惟新型變種病毒疫情擴散，部分國家重啟或加大管制，且供應鏈瓶頸問題持續干擾，仍須審慎關注後續發展，並妥為因應。



■ 零售業11月營業額創歷年單月新高

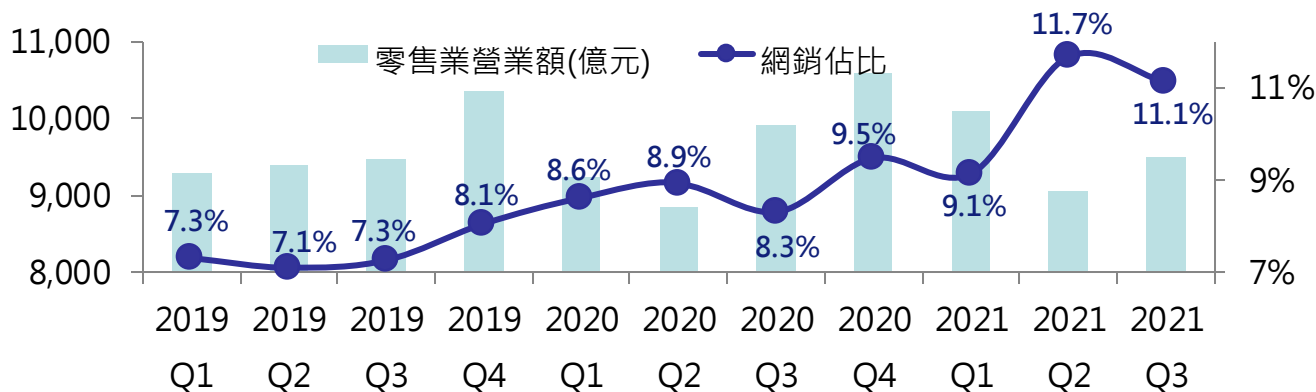
隨疫情趨緩，週年慶、雙11等促銷活動及政府振興方案挹注，客流量顯著回升，帶動11月零售業營業額3,754億元，創歷年單月新高，年增6.3%。其中電子購物及郵購業、百貨公司、超級市場、便利商店及量販店分別年增20.7%、8.6%、6.5%、3.21%及13.4%。

零售業11月累計營業額(億元)



■ 零售業網路銷售佔比增加

近年零售業網路銷售佔比持續上升，於2021年Q2已達11.7%，顯示群眾消費習慣已逐漸改變。



■ 零售產業界限模糊化，多角化跨業布局成為企業共通性策略

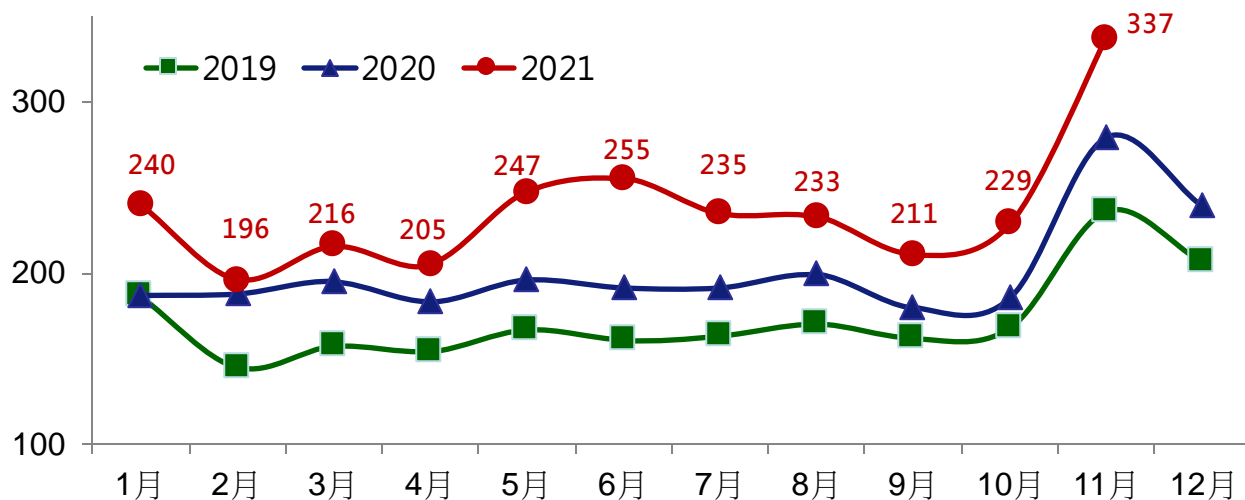
全通路及OMO布局已成為全球零售產業主要發展趨勢，台灣零售與電商產業在大型企業集團的積極布局下，也逐步打破各類型零售業態及虛實通路間的界線。如CVS設立大型店及複合店，突破傳統小型門店SKU的界線，並導入生鮮、鮮食與低溫食品販售，使CVS與超市產業銷售界線模糊化；而量販店則藉由開設中型社區店，精選簡化商品品類並縮短消費者購物里程，打破消費者對於量販及超市產業的認知界線。

■ 電商產業超越超市與量販，成為台灣規模第3大綜合零售通路

台灣電商產業2010年營業規模僅新台幣1,021億，與綜合零售各次產業相較敬陪末座。不過，近10年電商產業CAGR高達9.0%，其中3年成長幅度突破雙位數外，2020年成長表現更寫下16.1%的新高，帶動電商產業規模於2019及2020年陸續超越超市及量販業，成為規模第3大的綜合零售通路業別。

2021年在疫情影響下，消費行為向線上轉移，使電商產業規模快速逼近百貨業，兩項產業營業總額僅相差117億。

電子購物與郵購業營業額(億元)



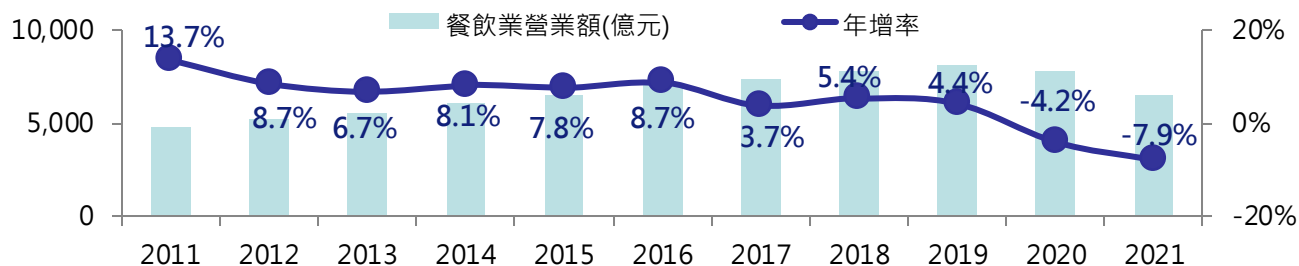
■ 量販業者強化線上購物，挹注營業額成長

網路銷售額成長幅度優於實體通路，量販業者紛紛啟動轉型，加快數位化腳步，加以今年因疫情升溫，推動線上購物需求增長，成為挹注營收成長的另一助力。

業者持續深耕社區，積極拓展中小型店：隨家庭結構及消費行為改變，逐步透過併購方式深入社區，朝向中小型便利店方向發展，以利擴大營收並快速提升市占率。

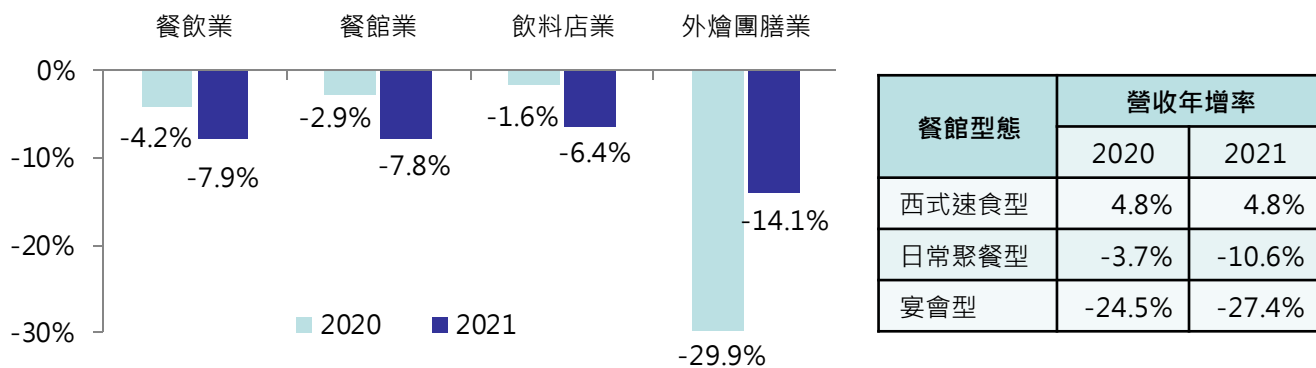
■ 三級警戒重創餐飲業

2020年因疫情影響，民眾減少出遊及聚餐，加上邊境管制等，餐飲業營業額年減4.2%。而2021因管制加劇，餐飲業表現更顯疲弱，1-11月營業額年減7.9%，為91年以來最大跌幅。



■ 餐飲各業均呈衰退

餐飲業以餐館業為大宗，並以宴會型餐館受創最深，而西式速食則因客群多偏向外帶，營收逆勢成長。



■ 餐飲業加速外送服務與數位轉型

餐飲業加速提供外送宅配等服務以減緩疫情衝擊，為提高滲透率及因應疫情所衍伸的消費習慣改變，亦促使業者強化數位服務，並以「線上點餐系統」之增長比率最為明顯。

餐飲業有提供各項服務之家數比率(%)

