

第十九章 台灣地區服務業

本研究針對綜合零售業、餐飲業、儲配運輸物流業、休閒服務業、會議展覽服務業等五行業進行深度訪談，以探討各業在服務貿易總協定(GATS)四種模式之現況分析、當前面臨問題探討、未來發展趨勢分析與產業升級策略等做更深入之分析，以下分別就選擇三行業之原因及行業分析說明如下：

(一)選擇以上五行業之原因：

1. 該行業在產值及就業人口等對商業服務業具有重大指標意義。
2. 產業關聯性較大。
3. 該行業能夠作為兩岸及國際競爭指標之研究參考。

(二)台灣地區行業分析內容：

1. 在服務貿易總協定(GATS)四種模式之現況分析
 - (1) 跨境提供服務(cross-border supply)
 - (2) 消費者赴境外接受服務(consumption abroad)
 - (3) 到消費地設立商業據點提供服務(commercial presence)
 - (4) 服務人員親臨(presence of natural persons)
2. 與其他產業的關聯性分析
3. 當前面臨問題探討
4. SWOT 分析
5. 產業推廣策略
6. 外商在台營運狀況
7. 未來發展趨勢分析

(三)服務業貿易四種模式：

根據 GATS 第 1 條第 2 項，服務貿易可區分為四種模式，模式一為「跨境提供」，即服務提供者與消費者分位於兩個會員領土，兩者於提供服務時均不必移動；模式二為「境外消費」，即消費者進入服務提供者所處之會員領土進行消費，如觀光客至他國進行之服務消費；模式三為「商業呈現」，即服務提供者於他會員國領土設立據點以提供服務；模式四為「自然人呈現」，即提供者以自然人之身份進入他會員領土提供服務。

(資料來源:<http://ccms.ntu.edu.tw/~wtocenter/project/gats.htm>)

第一節 儲配運輸物流業

一、在WTO GATS架構下，四種服務模式之發展現況(普遍性)

(一) 跨國提供服務(在台灣直接提供跨國境外服務)

國內物流業者大多以國內市場為主，少數規模較大業者有提供跨國服務的業務，如台灣廠商需要出貨到中國、越南或歐美，或是外國人跟台灣買貨，從台灣或大陸運送到外國去，業者提供相關服務。

(二) 在台灣提供外國人或國外業者服務

大部分業者提供外國或國外業者服務，因為國外業者在台灣沒有登記代表處，物流業者不能當做實際進口商，因為政府政策關係，所以流失這方面的業務。

(三) 到國外設立營業據點直接提供服務

大部分的業者尚無提供此項服務，部分較大規模的業者已規劃在全球各地設營業據點直接提供服務。

(四) 派員到國外提供服務

大部分的業者無提供此項服務，部分較大規模的業者會派員到國外據點提供服務，以業務多的中國、東南亞國家佔多數。

二、與其他產業之關聯分析

依據行政院主計處「93年台灣地區產業關聯表」彙整統計，倉儲業之產業關聯狀況如下：

(一) 需求(部門)者

我國倉儲業提供服務的產值，於93年度共計新台幣231億餘元，服務之主要對象(即要求倉儲業提供服務之業者)，及其購買金額與所佔比例依序為：批發業68.2億元(佔29.51%)、國際貿易業40.13億元(佔17.36%)、空中運輸12.9億元(佔5.58%)，水上運輸11.24億元(佔4.86%)，其他對象別購買金額及比例詳見表19-1。

表 19-1 倉儲業之需求產業關聯表

部門別	金額(百萬元)	百分比(%)
1.中間需求	23,113	100.00
(1) 批發業	6,820	29.51
(2) 國際貿易	4,013	17.36
(3) 空中運輸	1,290	5.58
(4) 水上運輸	1,124	4.86
(5) 運輸服務	790	3.42
(6) 鋼鐵初級製品	748	3.24
(7) 其他陸上運輸	449	1.94
(8) 生鐵及粗鋼	390	1.69
(9) 視聽及電子產品	301	1.30
(10) 半導體	265	1.15
(11) 其他電機器材	253	1.09
(12) 零售	234	1.01
(13) 資訊服務	233	1.01
(14) 公共工程	216	0.93
(15) 電腦組件	214	0.93
(16) 其他機械	208	0.90
(17) 塑膠製品	206	0.89
(17) 其他	5,359	23.19
2.最終需求	0	0
總計	23,113	100.00

資料來源：行政院主計處，93 年台灣地區產業關聯表。

(二)供應(部門)者

投入資源於我國倉儲業之主要供應者包括:(1)勞動報酬(70.96 億元，佔 30.7%)、(2)資本消耗(31.55 億元，佔 13.65%)、(3)金融(11.71 億元，佔 5.07%)、(4)石油煉製(10.09 億元，佔 4.37%)、(5)其他陸上運輸(10.05 億元，佔 4.35%)。而本業之營業盈餘達 35.58 億元，佔產值之 15.39%

表 19-2 倉儲業之供給產業關聯表

部門別	金額(百萬元)	百分比(%)
1.中間投入	9,060	39.20
(1) 金融	1,171	5.09
(2) 其他陸上運輸	1,005	4.35
(3) 石油煉製品	1,009	4.37
(4) 電力	701	3.03
(5) 水上運輸	668	2.89
(6) 空中運輸	614	2.66
(7) 其他房屋工程	322	1.39
(8) 不動產服務	269	1.16
(9) 保險	268	1.16
(10) 一般通用機械	220	0.95
(11) 其他	2,813	12.17
2.原始投入	14,053	60.80
(1) 勞動報酬	7,096	30.70
(2) 營業盈餘	3,558	15.39
(3) 資本消耗	3,155	13.65
(4) 間接稅	244	1.06
投入合計	23,113	100.00

資料來源:行政院主計處，93年台灣地區產業關聯表。

三、當前面臨問題探討

(一)影響行業發展的最關鍵因素

1. 經濟情況：經濟衰退，影響的層面甚大。具體來說，當大多數人的收入減少、降低消費，相對的進口產品也會減少，對於運輸的需求也會下降，整體上產業受到大環境的影響，市場情況不佳，產生負面的結果。
2. 物價與油價漲幅：物價波動影響國民實質購買力與消費需求，進而影響整體貨運的數量。另油價上揚也會增加公司在運輸成本的負擔，直接影響物流業之成本。
3. 產業發展狀況：物流業與國內各產業的發展有直接的相關，當經濟景氣好轉及各產業持續成長，廠商則較願意投資，產生運輸的需求，反之廠商外移，貨運的需求量則降低。
4. 人才斷層：整個教育環節出了問題，大學程度高中化、學生素質明顯大不如前。而且英語能力好的人才不多，訓練不夠。而優秀的人才，如中

高階的主管認為在台灣的發展會受限以及整體工作機會不多，轉往中國發展。這樣的結果使得原來的人才外流，新進人才也沒有這麼多機會，而造成人才的斷層。另外貨運運輸需要大量勞力，目前台灣的基層勞力略顯不足。

5. 政治：政治清明會使更多人願意長期投資，帶動經濟、消費，而相對政治若不清明，投資人選擇存款，不願意貿然投資，產生惡性循環。

(二)政經環境情勢變動狀況

1. 政經情勢不穩定，感覺政府沒有將經濟帶動起來，對於運輸的需求量流動不高，同時銀行緊縮放款、國民所得停滯不前、卡債問題多。
2. 過去中小企業在台灣從事生產活動，非常熱絡，但近年來產業外移，中國大陸有土地、勞工的優勢，取代台灣，使得在台灣的運輸比例遞減，業務萎縮的情況。
3. 中國有漸漸開放、朝向資本主義的趨勢，開放核准的業者越多，同行之間的競爭越激烈，好幾家互相爭食中國這塊大餅，開放後，對於物流業者來說是一項衝擊。
4. 產業發展的改變，從過去傳統產業大體積的貨品，轉變成高科技、輕巧的 3C 產品，相對來說物流業的利潤也降低了。

(三)國內市場之購買動力或吸力

1. 國內消費呈現金字塔狀態，反映在物流業者將市場鎖定在小規模、高單價的族群，另外針對消費不高的族群，有降價等方式促銷。
2. 消費者因為有託運的需求、希望能以更省時省力的方式將物品送達對方，是主要消費的動力，在選擇託運公司時，比較的方式不僅要求時間的節省，也更講求品質，相關的售後服務，良好的服務態度，具客制化、以符合客人要求的運送服務更能滿足消費者，相較能產生的吸力也會更大。
3. 近年民眾感受物價上揚，實質購買力下滑，因而減少民生物資之需求，影響廠商的採購量，庫存量相對減少，也直接影響到物流貨運量。

(四)法令規定、限制，阻礙行業發展

1. 目前的間接航行政策不利於物流業發展，前往中國必須先在香港或澳門轉機，往往費時費力，行程常是延誤一天，對於常往返中國、台灣之間的業者而言，比不上直達的方便快捷。
2. 政府規定服務業不能雇用外勞，在台灣勞動力萎縮的狀態之下，無法雇用外勞會使業者難以找尋合適員工。
3. 代課稅的問題。聘請國外人才，公司則要另外支出薪資百分之二十的稅捐給政府，相對造成公司的負擔。據了解外國有薪資減免稅的條例，外

人投資意願會更高。

4. 在台灣沒有設分公司的國外業者，當有業務與台灣客戶交易時，進口報關的身分上沒有辦法做實際收貨人，而運輸業者也不能當做實際收貨人，因此流失了台灣的商機。
5. 產品在台灣港口轉運限制較香港、新加坡嚴格，而且有關稅的問題，稅捐種類太多，也過重，增加公司負擔，影響業務量。

(五)不利於行業發展的市場環境項目

1. 同業競爭：因為物流貨運業的進入門檻低，所以競爭對手多，各家公司的價格標準不一，影響物流貨運的品質，同時有壓低價格、惡性競爭的情形。非法物流業者，提供低品質的服務，政府的取締做得不完善，影響物流業服務水準。
2. 海關嚴格：相較於香港是自由港，沒有關稅，沒有海關條件限制，但在台灣轉運很有限制而嚴格。
3. 大眾對於貨運公司的價值認定較低，對此行業的工作環境評價不高，因而不易找到人才，應該開放雇用外勞，且可降低成本。

四、SWOT 分析

(一) 政府政策推動上，有利於行業發展之助力

1. 政府推動國際自由貿易港區及境外轉運中心，活絡轉口貿易量，對物流業的發展有所助益。
2. 政府更加開放外資流入，外商股權可超過原有規定的 49%，當外商變大股東，願意做更多投資，資本進來，與國外會有更好的連線作業、規模更加擴大。

(二)有利於行業發展的市場環境項目

1. 現今物流中心的發展，具有直達、方便運送的優勢，從貨物送達物流中心，再配送到所在地，替物流業者更加省時快速。以及保稅倉庫不需被課稅的優點，皆為有利的條件。
2. 無店舖販賣業（如郵購、網購、電視購物）興起，增加民生消費品的運送量，對宅配業業務發展有助益。
3. 自由貿易港區與境外轉運中心之設立。在高雄成立境外轉運中心，可以讓廠商加工、重新包裝再轉運出口。

(三)市場競爭優劣條件分析

1. 優勢:

- (1) 部份業者是全球化的公司，規模大，業務包辦陸海空、報關、貿易，

有專屬的、品質高的物流中心，並以大型客戶為主要提供服務對象，可避開惡性市場競爭。

- (2) 報關、運輸、配送一體，連結順利。
- (3) 有專屬的 IT 人員。
- (4) 有 ISO 認證，吸引顧客的注目。
- (5) 提供一元化之出口報關暨整合運輸作業體系。

2. 弱勢:

- (1) 提高服務品質後相對價錢較同業高，失去價格競爭優勢。
- (2) 政府進口流程不夠具體、文字化。
- (3) 物流業欠缺知名品牌，缺少品牌認同，比較難獲得廠商接觸的機會。
- (4) 台灣的經濟狀況，也受到景氣不好的影響。

五、外商在台營運狀況

儲配運輸物流業在台外商分公司之 95 年營業家數計 42 家，較 94 年減少 5 家，而營業總額計 92 億 6798 萬元，較 94 年成長 1.01%，而平均每家營業額計 2 億 2066 萬元，亦較上年成長 13.03%。

表 19-3 外商儲配運輸物流業在台營運業績

單位:家，千元，%

年度	家數	營業額		平均營業額	
		金額	成長率	金額	成長率
93	64	10,227,586	—	159,806	—
94	47	9,175,431	-10.29	195,222	22.16
95	42	9,267,982	1.01	220,666	13.03

資料來源:財政部財稅資料中心營業稅徵收統計，本調查彙總分析

六、產業推廣策略

本行業廠商經常運用之市場推廣策略如下：

1. 宣傳方式：公司網頁、客戶介紹、廣告車、期刊、訪問、在貨運車貼上大型廣告海報(最具效應，為主要的宣傳方式)。
2. 針對特定、中大型廠商提供服務，擁有固定的大型客戶群。
3. 朝物流中心發展，利用電腦軟體、硬體設備發展提升物流效率，結合海外資源，連結各地據點承接大案子、達到全球化經營。

4. 投入多項公益活動，如義捐等方式、與相關單位包含佛光山、慈濟、電台等公益上的合作。
5. 優質的服務，採取精緻路線，取代削價的惡性競爭，堅持一貫服務。用心、認真，達到客戶需求。

七、未來發展趨勢分析

本行業在未來幾年內可能發展之型態與採取之經營策略分述於下：

(一)行業發展型態上

1. 未來廠商會呈現大者恆大之現象，中型公司面臨淘汰的命運，外商在市場上將會佔更大的比例，同時同業間的競爭性會越大，可容納家數量降低、淘汰經營效率差的公司。
2. 提供多元化的服務，海、陸、空配合。搭配上政府自由貿易港區帶來更多物流業的發展，而未來海、空運業者擴大物流服務項目並轉往陸海空整合的服務。並隨著 RFID(無線射頻辨識)發展，提高競爭優勢。
3. 設置物流中心，會有更多業者朝向專業的物流中心配送運輸發展。
4. 業務往中國發展，拓寬大陸市場的趨勢。

(二)經營策略上

1. 建立新倉儲的計畫，提升經營效率、擴大經濟規模，搭配政府計畫，產生更大優勢。
2. 希望政府海關更加開放、減少設限、拆裝效率更加提升，使得物流業者更蓬勃發展。
3. 增加先進電腦化管理作業系統，運用電腦系統與 GPS 系統管理運送車隊。
4. 採用 RFID 系統做庫存管理、啟用電腦條碼收送簽單、使用 PT600 盤點全程追蹤貨物流向。

八、綜合分析

我國儲配運輸物流業之發展與批發零售業及國際貿易業之興衰有非常密切的關聯與受深切的影響；再次為受到物價與油價的波動直接影響其經營成本。

物流業目前所面臨的重要問題是：產業外移與消費需求不振造成業務量的明顯萎縮；基層員工不易聘雇到，期盼政府開放聘僱外勞以應急需；海關轉運的限制與稅捐；同業的削價競爭等。

我國物流業有利的發展條件有：政府推動國際自由貿易港區及境外轉運中心，可活絡轉口貿易量；無店鋪販賣業蓬勃發展，增加宅配業者的業務量，

有利於業務發展。

物流業的未來發展趨勢，在行業上將傾向於結合陸、海、空運輸提供多元化的服務，設置物流中心朝向專業物流配送發展；在經營策略上將設置更先進的電腦管理系統、GPS 衛星導航系統與 RFID 無線射頻辨識系統，以提高經營效率。

第二節 綜合零售業

一、在WTO GATS架構下，四種服務模式之發展現況(普遍性)

(一) 跨國提供服務(在台灣直接提供跨國境外服務)

少數大型公司均可提供此服務，例如透過網購虛擬通路提供跨國服務。大多數業者僅針對台灣市場提供服務。依營業稅徵收統計資料，我國綜合零售業之外銷金額 95 年計 92.6 億元，佔總營業額的 1.37%。

(二) 在台灣提供外國人或國外業者服務

綜合零售業是開放之營業空間，並無顧客對象之限制。只不過有些店址設在外國人居住較多或活動較頻繁的區域(如天母、世貿、華納商圈)，外國客戶較多，但所佔客層比列仍然是較低的。

(三) 到國外設立營業據點直接提供服務

部分業者前往國外、大陸發展，國際化經營，故有提供此服務。或是有業者是國外總公司的台灣分公司，此業務由國外總公司負責。大多數針對台灣市場的業者無提供此服務。

(四) 派員到國外提供服務

部分業者前往國外、大陸發展，國際化經營，故有提供此服務。大多數針對台灣市場的業者無提供此服務。

二、與其他產業的關聯分析

依據行政院主計處「93 年台灣地區產業關聯表」之部門分類並無綜合零售業項，而將其歸屬於零售業內，故於此僅依零售業之產業關聯狀況說明如下：

(一) 需求(部門)者

我國零售業提供服務的產值，於 93 年度共計新台幣 1 兆 890 億元，服務的對象(即要求零售業提供服務之業者或個人)，及其購買金額與所佔比例依序為：家計消費 6504 億 9800 萬元(佔 59.73%)、海關輸出 1296 億元(佔 11.90%)、固定資本形成 423.68 億元(佔 3.89%)、各項工程 318.32 億元(佔 2.93%)、運輸工具器材 231.54 億元(佔 2.13%)。其他對象別購買金額及比例詳見表 19-4。

表 19-4 零售業之需求產業關聯表

部門別	金額(百萬元)	百分比(%)
1.中間需求	257,946	23.69
(1) 農林漁牧產品	7,731	0.71
(2) 加工食品	6,505	0.60
(3) 紡織成衣服飾	8,544	0.78
(4) 紙製品及印刷品	10,276	0.94
(5) 化學材料	16,402	1.51
(6) 化學製品	15,778	1.45
(7) 非金屬礦物製品	6,349	0.58
(8) 金屬材料及製品	18,562	1.70
(9) 機械設備製品	12,758	1.17
(10)電腦、通信及視聽電子產品	11,754	1.08
(11)電子零組件	16,689	1.53
(12)電力機械產品	7,610	0.70
(13)運輸工具器材	23,154	2.13
(14)其他工業製品	5,562	0.51
(15)各項工程	31,832	2.93
(16)批發及零售	7,112	0.65
(17)國際貿易及商品經紀	3,281	0.30
(18)運輸倉儲及旅行服務	7,344	0.67
(19)金融及保險	2,618	0.24
(20)專業科學及技術服務	12,722	1.17
(21)醫療保健服務	3,652	0.34
(22)個人服務	6,984	0.64
(23)公共行政服務	6,342	0.58
(24)其他	8,285	0.76
2.最終需求	831,115	76.31
(1) 家計消費	650,498	59.73
(2) 固定資本形成	42,368	3.89
(3) 存貨變動	502	0.05
(4) 海關輸出	129,603	11.90
(5) 非海關輸出	8,144	0.75
總計	1,089,061	100.00

資料來源:行政院主計處, 93年台灣地區產業關聯表

(二)供應(部門)者

投入資源於我國零售業之主要供應者包括:(1)勞動報酬(5620.44 億元, 佔 51.61%)、(2)不動產服務(555.96 億元, 佔 5.10%)、(3)金融(367.95 億元, 佔 3.38%)、(4)電力消耗(252.04 億元, 佔 2.31%)、(5)資本消耗(240.88 億元, 佔 2.21%)、(6)電信服務(236.17 億元, 佔 2.17%)。而本業之營業盈餘卻高達 2,176.56 億元, 佔產值之近 20%。

表 19-5 零售業之供給產業關聯表

部門別	金額(百萬元)	百分比(%)
1.中間投入	276,006	25.34
(1) 紙製品	4,661	0.43
(2) 其他印刷品及裝訂	4,434	0.41
(3) 石油煉製品	14,304	1.31
(4) 橡膠製品	14,085	1.29
(5) 電力	25,204	2.31
(6) 零售	3,770	0.35
(7) 電信服務	23,617	2.17
(8) 金融	36,795	3.38
(9) 不動產服務	55,596	5.10
(10)顧問服務	3,772	0.35
(11)資訊服務	8,160	0.75
(12)研究發展服務	3,792	0.35
(13)廣告服務	16,746	1.54
(14)醫療服務	3,256	0.30
(15)其他個人服務	14,562	1.34
(16)其他	43,252	3.97
2.原始投入	813,055	74.66
(1) 勞動報酬	562,044	51.61
(2) 營業盈餘	217,656	19.99
(3) 資本消耗	24,088	2.21
(4) 間接稅	9,267	0.85
投入合計	1,089,061	100.00

資料來源:行政院主計處, 93 年台灣地區產業關聯表

三、當前面臨問題探討

(一)影響行業發展的最關鍵因素

1. 政經情勢：如進出口限制、關稅等將影響業者的經營成本。
2. 經濟景氣狀況：如國民所得、物價波動等均會影響消費者的實質購買能力。
3. 人口結構：少子化和老年化情形，使消費能力下降。
4. 市場競爭狀態：不同業態的競爭者加入會瓜分市場，影響很大。
5. 商品結構與服務水平：切合消費者的需求，提供齊全、清潔、安全、衛生的產品及服務品質。
6. 公司經營政策與策略。
7. 國民教育水準：如民眾之讀書風氣及文藝鑑賞能力，影響消費的選擇。
8. 商圈內的市場規模（腹地）夠不夠大。

(二)政經環境情勢變動狀況

1. 物價有上漲趨勢，將影響消費需求。
2. 政治紛擾現象依然存在，為了解決政治問題而忽略了經濟問題，且部分商品仰賴進口，會因最終產地在中國而受到限制。
3. 此行業販賣生活必需品，較不受國外政經環境的影響。

(三)國內市場之購買動力或吸力

1. 國內市場之購買能量有減緩現象。
2. 對本身就是儘量壓低產品售價之公司（如量販店）而言，反而因受大環境的影響，更能吸引顧客上門，是一項利多。
3. 廠商以提供多樣商品選擇、物廉價美的促銷活動，來刺激消費者的購買慾望。

(四)法令規定、限制，阻礙行業發展

1. 政府為了提高就業率及考量人權平等，規定業者招募新人不得有限制性別及年齡之規定，徒增人事單位之困擾。
2. 政府對勞基法及勞退金制度應定期召集各有關業者討論其適用性。
3. 業者受限土地分區使用，用地規定限制多，據點不易開發，開店困難。
4. 進出口的規定限制仍多，像是這一年來中國製的產品，被課徵反傾銷稅。另外現今製造業的生產多為多國分工，業者提出產品製造地的觀念，可以參考國外的觀念，以製造過程和產品完成程度來判定，而不要由最終產地來訂定。
5. 開放外資，但政府並無好好規劃管理，造成更大的威脅，使得業者經營成本提高。

(五)不利於行業發展的市場環境項目

1. 各項國際原物料價格上漲，帶動物價上揚，但是薪資水準沒變甚至下跌，消費者實質購買力下降。
2. 人口結構改變，人口成長緩慢，加上人口外移，將影響整個市場的消費能量。
3. 整體市場之吸納量不足，尤其是越大規模賣場，越難經營。
4. 各種不同業態的林立瓜分市場，如網路書店對實體書店的衝擊。
5. 同業競爭的問題，各大型百貨商場同質性高，很難塑造差異化，競爭益形激烈。
6. 公司內部雇用人員流動率大，不穩定。
7. 有關電磁波對人體影響的疑慮應該解除，讓消費者能安心使用各項 3C 產品。
8. 現代人的飲食習慣改變，外食機會增加，對於需要烹調的生鮮產品，銷路較不好。

四、SWOT 分析

(一)政府政策推動上，有利於行業發展之助力

1. 「重要投資事業屬於大型購物中心事業適用標準」—行政院核定發佈。
2. 行政院依「促進產業升級條例」所列重要投資事業標準，准允申請五年免徵營利事業所得稅。
3. 行政院經建會通過某廠商適用「中長期資金運用辦法」核准動撥金額新台幣 120 億元。

(二)有利於行業發展的市場環境項目

1. 加入 WTO 後，進口限制解除，關稅降低，使得進口商品種類增加，價格降低，回饋給消費者，對銷售業績有所助益。
2. 業者越來越重視客戶服務與賣場環境，可提高光顧意願及消費率。
3. M 型社會的形成，以高價優質的產品吸引購買力強的中高階層，讓其生活水準提高。
4. 養生觀念形成，有利保健養生產品開發。
5. 資訊、通訊與消費性電子產品已是家庭與個人必需品，產品也不斷推陳出新，創造更高的市場需求，市場發展潛力非常看好。
6. 都市消費多元化，購物中心能滿足其多元需求。
7. 婦女就業率提高，帶動消費需求，提升購買能力。

(三)市場競爭優劣條件分析

1. 購物中心提供購物、娛樂、商務及媒體四大服務，不侷限於實體商場店家服務，應藉由網路和電訊等方式整合遠端服務，提供客戶最周全貼心的服務。
2. 大型連鎖百貨公司除了商品及服務推陳出新滿足顧客需求外，更希望透過各式藝文活動、主題性活動的舉辦來強化文化深度，營造出獨有的品牌文化。
3. 大型連鎖書局以巨額資本投資，提高進入障礙。創新的空間規劃、結合藝文空間、畫廊等，引發動態文化活動熱潮，複合式經營，滿足消費者多元需求。
4. 大型連鎖量販店提供最低價的產品給消費者，毛利低於同業，並利用會員制、建立品牌形象等方法增加消費者的忠誠度。
5. 超級市場提供多元的產品給消費者，除了個人的消費外，另針對社區家庭類型滿足其需求。
6. 後勤系統完整，物流配送都有專屬的一套。
7. 與國際業者合作，如有業者與日方合作，提供技術面的協助、當地產品進口的挑選等。

五、外商在台營運狀況

綜合零售業在台外商分公司之 95 年營利事業家數計 53 家，較 94 年增加了 8 家(增幅 17.8%)，而營業總額計 48.97 億元，較 94 年略下滑 0.10%，平均營業額計 9,240 萬元，較 94 年下滑 15.18%。

表 19-6 外商綜合零售業在台營運業績

單位:家,千元,%

年度	家數	營業額		平均營業額	
		金額	成長率	金額	成長率
93	40	4,798,161	—	119,954	—
94	45	4,902,355	2.17	108,941	-9.18
95	53	4,897,382	-0.10	92,403	-15.18

資料來源:財政部財稅資料中心營業稅徵收統計，本調查彙總分析

六、推廣策略

本行業經常運用之市場推廣策略如下：

1. 媒體廣告（電視、報紙、雜誌、網路等）
2. 節慶促銷活動。
3. 書店發行導讀性刊物，並在超商通路發售。
4. 舉辦各項藝文活動及展覽，吸引媒體報導。
5. 定期寄發 DM，通知會員產品降價促銷消息。
6. 推動卡友會的會員制度

七、未來發展趨勢分析

本行業在未來幾年內之可能發展之型態與採取之經營策略分述如下：

(一)行業發展型態上

1. 推動多元通路，結合實體與虛擬網路，使消費者能透過網路即時掌握最新資訊，輕鬆瀏覽豐富的商品及網上購物服務。
2. 大型化、連鎖化及國際化的擴大經營。雖然土地取得不易，但某量販店仍計畫在新竹、台南、桃園、中壢及北高雄等地設立連鎖賣場。並繼續尋找擴充中國大陸營業據點。
3. 建立物流中心，降低庫存。
4. 朝複合式經營發展，提供多元服務。
5. 開發自有品牌產品，提高其結構比。
6. 超市改變形象，走中高階層形象，另可能會加開專門店來經營。

(二)經營策略上

1. 電子商務 Virtual-Mall。增加網路購物，需要增加許多的因應措施，像是物流配送、網路系統的架設。
2. 建立 POS 系統，做進銷存及客戶管理，可透過系統獲得即時銷售資料，並將資料直接傳送到總公司，做為訂貨、進貨之依循。各分店採電腦連線，確實掌握各店之銷售及庫存狀況。
3. 自行開發強大的電腦系統，透過這套數位神經系統提升內部運作效率，設立接單中心，客戶只要一通電話，即可完成詢價及下單工作。
4. 自家專屬資源系統作有效利用，像是物流方面補貨送貨效率提高。或是於台灣成立物流中心，降低運送成本。
5. 架構廠商之間的交流平台，如發票電子化、發展自動訂貨系統等。
6. 運用 BEPAI 的管理精髓，包括訂貨與交貨(Booking and Billing)、費用(Expense)、利潤(Profit)、應收帳款(Account Receivable)與庫存(Inventory)等五大要項，使公司的營運成本降至最低，利潤達到最大且績效最佳。

八、綜合分析

我國綜合零售業之發展與家計消費及海關輸出有密切的關連性，尤其是前者家庭或個人的購買力與消費意願直接影響綜合零售的業績；再次是經濟景氣狀況、物價波動、商品結構與服務水平等。

綜合零售業目前所面臨的重要問題是：物價上揚影響民眾購買能力與購買意願，自大陸進口商品限制增加、土地分區使用限制、勞基法與勞退金之適用性(部份工時人員)、外資公司的管理，以及人口結構改變成長趨緩、市場吸納量不足、同業同質性過高、競爭激烈等問題。

綜合零售業經營的有利條件有：投資大型購物中心政府給予獎勵；開放進口且降低關稅，減輕消費者負擔提高購買意願；婦女就業率提高，提升家庭消費者能力；科技發達助於新產品開發，加上流行趨勢，產品替換率增加，刺激消費需求；另外業者亦積極開發多元通路，以接觸各種客層，以及提供更多元的服務留住顧客或吸引新客戶光顧，更有利於業績的穩定與成長。

綜合零售業的未來發展趨勢，在行業發展上會持續朝大型化、連鎖化及國際化發展，並尋找更多的開店地點及推動多元通路吸納更寬廣的客層；另外在經營上會朝建立物流中心、複合式經營、開發自我品牌增加品項、運用電腦科技建立完善的行政管理(如進銷存、訂單處理、帳務處理等)與客戶管理系統，以提升經營效率。

第三節 會議展覽業

一、在WTO GATS架構下，四種服務模式之發展現況(普遍性)

(一) 跨國提供服務(在台灣直接提供跨國境外服務)

多數公司均有跨國提供服務，如透過委託的方式與外國公司合作代理。

(二) 在台灣提供外國人或國外業者服務

多數公司有提供此服務，如經由網路接受外國廠商訂購參展攤位。

(三) 到國外設立營業據點直接提供服務

部分業者提供此服務，是與國際集團互相支援所提供的服務。

(四) 派員到國外提供服務

部分業者提供此服務，隨同台灣廠商到國外參展，協助辦展。

二、與其他產業的關聯分析

依據行政院主計處「93年台灣地區產業關聯表」之部門分類並無會議展覽業項，而將其歸屬於支援服務業內，故於此僅依支援服務業之產業關聯狀況說明於下：

(一) 需求(部門)者

我國支援服務業提供服務的產值，於93年度共計新台幣768.41億元，服務的對象(即要求支援服務業提供服務之業者或個人)，及其購買金額與所佔比例依序為：批發業(88.99億元，佔11.58%)、國際貿易業(81.31億元，佔10.59%)、金融業(51.28億元，佔6.68%)、家庭消費(44.96億元，佔5.85%)、公共行政服務業(23.28億元，佔3.03%)、半導體業(17.93億元，佔2.33%)、電腦組件業(16.35億元，佔2.13%)，其他對象別購買金額及比例詳見表19-7。

表 19-7 支援服務業之需求產業關聯表

部門別	金額(百萬元)	百分比(%)
1.中間需求	72,345	94.15
(1) 批發	8,899	11.58
(2) 國際貿易	8,131	10.59
(3) 金融	5,128	6.68
(4) 公共行政服務	2,328	3.03
(5) 研究發展服務	2,138	2.78
(6) 半導體	1,793	2.33
(7) 電腦組件	1,635	2.13
(8) 石油煉製品	1,365	1.78
(9) 其他金屬製品	1,354	1.76
(10) 塑膠(合成樹脂)	1,254	1.63
(11) 運輸服務	1,145	1.49
(12) 工業專業機械	1,138	1.48
(13) 保險	1,113	1.45
(14) 其他運輸工具	1,032	1.34
(15) 電子零組件	1,027	1.34
(16) 餐飲服務	914	1.19
(17) 証券及期貨	852	1.11
(18) 電力	825	1.07
(19) 廣告服務	815	1.06
(20) 鋼鐵初級製品	796	1.04
(21) 其他	28,637	37.28
2.最終需求	4,496	5.85
(1) 家庭消費	4,496	5.85
總計	76,841	100.00

資料來源:行政院主計處, 93年台灣地區產業關聯表

(二)供應(部門)者

投入資源於我國支援服務業之主要供應者包括:(1)勞動報酬(437.05 億元,佔 56.90%)、(2)其他印刷品及裝訂(45.92 億元,佔 5.98%)、(3)紙製品(22.19 億元,佔 2.89%)、(4)資本消耗(17.26 億元,佔 2.25%)、(5)資訊服務(16.22 億元,佔 2.11%)、(6)不動產服務(14.65 億元,佔 1.91%)。而本業之營業盈餘達 56.59 億元,佔產值 7.37%

表 19-8 支援服務業之供給產業關聯表

部門別	金額(百萬元)	百分比(%)
1.中間投入	24,991	32.53
(1) 其他印刷品及裝訂	4,592	5.98
(2) 紙製品	2,219	2.89
(3) 資訊服務	1,622	2.11
(4) 不動產服務	1,465	1.91
(5) 商品經紀	1,165	1.52
(6) 零售	1,095	1.43
(7) 電信服務	1,034	1.35
(8) 廣播、電視及電影服務	915	1.19
(9) 廣告服務	896	1.17
(10)其他電機器材	887	1.15
(11)精密器械	863	1.12
(12)保險	811	1.06
(13)其他	7,427	9.67
2.原始投入	51,824	67.47
(1) 勞動報酬	43,705	56.90
(2) 營業盈餘	5,659	7.37
(3) 資本消耗	1,726	2.25
(4) 間接稅	734	0.95
投入合計	76,815	100.00

資料來源:行政院主計處，93年台灣地區產業關聯表

三、當前面臨問題探討

(一)影響行業發展的最關鍵因素

1. **簽證、觀光的配合**：辦簽證是否方便，也會影響國外人士的來台意願。外國人士來台看展、參展，之後需要觀光旅遊，有無配套措施來配合。像德國辦一個展覽，會有免費的公車、套票、住宿，而這應該是政府要提供的公共政策，才能吸引外國參展者來使用我們的展覽館。
2. **政府政策**：如果台灣對中國大陸的政策，可以開放一些，讓互動的自由度高一點，不要限制那麼多的話，對會展產業會有比較多的幫助。
3. **政治問題**：因為國際會議，都要到國際上去競標，台灣在很多大型的國際會議上，沒有辦法做為一個主權代表的國家的話，就沒有機會去競標了。

4. **台灣產業的發展狀況**：展覽服務業就像是產業興衰的指標一樣，產業越發達，對會展產業的需求和依賴度就越大，所辦的展覽規模也越大。如台灣電子資訊產業在國際市場之地位，因而電子資訊展即能吸引全世界的大廠參展及買家前來。反之若許多產業外移，則辦展覽必無法達到一定的效果。
5. **交通**：通往國內外的班機，受到中國打壓，需要轉機，交通往來不便利。
6. **國際化的程度**：外語能力差，對外國廠商無法進行良好的溝通，導致無法進行接洽；對於產業、經濟不了解，與國外廠商無法配合，路標指示不清，中央與地方，英文拼音不一致，外國人士搞不清楚。

(二)政經環境情勢變動狀況

1. **政府的重視程度不高**：面對國際市場自由化、變化快，會展產業的國際市場也必須跟著加快。台灣的會展產業，不斷被其他國家超越，我國政府在會展覽產業的支持度不夠的話，是無法帶動這個產業的，比較於其他國家，像東南亞地區國家、泰國、中國大陸和新加坡，他們的政府都全力投入，把會展產業視為重點發展產業。
2. **國內政治的穩定度不夠**：政黨不要再惡鬥，應想辦法去拼經濟，增加投資，開創新的產業契機，台灣有許多世界數一數二的產業，應善加利用加以推廣，增加展覽的標的。另外兩岸政策不夠明朗（如三通、直航），影響國外廠商來台意願。
3. **國內產業外移影響會展業**：中國大陸利用政治操作，吸引許多廠商前往設廠，像西部大開發計畫，吸引一些高污染、人力密集、附加價值低等產業前往設廠。許多產業外移，國際性展覽無法舉辦，也跟著外移。
4. **中國大陸的競爭與打壓**：大陸放出許多利多條件，吸引廠商參展。（如大陸蓋的展覽館都比台灣大，也放出許多優惠方案。）且中共打壓台灣的政治、經濟，像在外主辦展覽，也無法列入為主辦單位，而要用分公司的名義才能被列入為主辦單位。區域性的自由貿易區，區域內的國家，沒有貿易障礙、關稅的問題，若台灣無法加入，台灣會逐漸失去競爭力，而逐漸被邊緣化。

(三)國內市場之購買動力或吸力

1. 因台灣的內需市場不夠大，所以現在產業必須靠外銷的方式來銷售產品，而展覽就是一個銷售平台，可以讓產業透過知名度或專業度夠的展覽，吸引國外的買家來台採購。
2. 社會 M 型化，中產階級消失，中間物品無人購買，購買力傾向高階的人買高級品，低階的人只能買低級品，所以之後會展產業會走向展覽高級產品或最差的产品，而中間物品會越來越少，而這也是會展覽產業的

一個隱憂。

3. 消費力減弱，外國觀光客也明顯減少，參觀人潮不像以前熱絡（除了與資訊有關之展覽外），參觀的人多，買的人少。大家淪於價格的競爭，而不是服務品質的競爭。

(四)法令規定、限制，阻礙行業發展

1. 政府對展覽補助政策之公平性與合理性。政府重點性的補助，像一個展覽裡，同時有二家公司在賣，但其中一家有補助款佔有優勢，會對另一家沒補助者不公平，不如取消所有公司補助制度，把所有的補助款通通用到展覽會場上。
2. 國內的主要展覽，大都是外貿協會在主辦，政府應該開放給國內民間業者來經營，並讓民間主辦展覽時比照外貿協會，政府給予的優惠補助以及周邊資源的幫助。
3. 政府應該定期免費提供參展統計數據資料，讓市場資料充分交流，這樣廠商才知道國外的需求，才能及時變動它的生產線，做出最符合市場的需求。
4. 外幣兌換不便，不如國外方便，到處都有兌幣機。
5. 對於落後國家之要來台人士，簽證審核比較嚴格，而且程序繁複。
6. 兩岸政策不透明化，三通、直航無定期。
7. 駐外單位無法協助對外展覽，而且許多辦事處名字不一致，造成外國人士的混淆。

(五)不利於行業發展的市場環境項目

1. 會展業人才不足，沒有專業人才之訓練機構及機制，希望大學成立會展相關科系，培養各項技能人才。
2. 以不同的角度來看，網路的發達也可能是一種不利，其實展覽就是讓買賣方可以互相碰面的方式之一，但現在可以互相接觸的方式太多了，可以透過網路就可以找到買主了，因此也減低了會展的重要性。
3. 在機場和交通站的指示不足、配套措施不佳，政府應免費提供展覽的資訊或是交通工具到達展覽場館。

四、SWOT 分析

(一)政府政策推動上，有利於行業發展之助力

1. 商業司、國貿局等等相關單位，慢慢開始從國外或中國大陸發現了會展業對經濟發展的貢獻，開始重視會展服務業，未來預計投入新台幣 220 億元規劃興建新展覽館（如興建南港展覽館），全力推動會展產業，預

計交易機會可達16億美元，帶動展覽周邊經濟效益約達新台幣40億元。

2. 「會議展覽服務業發展計畫」將會展業列為重要新興發展產業。
3. 「推動國際會議及展覽在台辦理補助原則」，有利於會展業發展。
4. 觀光倍增計畫，獎勵、吸引外國人士，也帶動許多相關產業。
5. 在會展結束後，帶外國客戶去觀光旅遊，政府有相關補助。
6. 政府提供補貼給公會、協會或外貿協會，協助國內廠商出外參展。

(二)有利於行業發展的市場環境項目

1. 資訊、網路發達，可利用 E-mail、網站提供訊息，可大大降低經營的成本。
2. 台灣人對市場的期待高、樂觀的看待市場，而會願意繼續投資市場。
3. 南港第二展覽館即將使用（2008年3月正式啟用），總計有2,465個攤位，與信義展館的1,550個攤位結合，共計超過4,000餘個攤位。舉辦的各項展覽將創造的周邊效益，如旅館、航空、餐飲、公關、廣告、印刷、交通運輸與旅遊等，估計每年效益可超過50億元。

(三)市場競爭優劣條件分析

1. 優勢條件：公司的信譽、人員的專業度、符合客戶需要、經驗、跨國性。
2. 台灣競爭弱勢：
 - (1)市場區塊的轉移：因為許多產業都轉移到中國大陸或亞洲，買主可以直接到中國大陸或亞洲去購買，廠商也可能只去中國大陸或亞洲參展，而台灣展覽的國際性、重要性可能因此降低。
 - (2)展覽場所網站的國際化與吸引力不足，對國外市場了解不全，希望政府支援，可以把展覽、觀光資訊加入網站，讓外國人士可以了解。
 - (3)中國大陸政治上的打壓，影響到國外辦展，無法被列為主辦單位。

五、產業推廣策略

本行業經常運用之市場推廣策略如下：

1. 國內外廣告，透過平面、電子媒體，大量寄送DM、e-mail。
2. 做公關行銷，有機會做國外的案子，順便做交流。
3. 業務人員拜訪客戶。
4. 開招商說明會。
5. 發行展覽刊物。
6. 跟相關產業的公協會合作，公協會提供專業的指導，而會展業提供交易平台，把相關的買賣家結合在一起。
7. 跟學界、政府單位整合。

六、未來發展趨勢分析

本行業在未來幾年內之可能發展之型態與採取之經營策略分述如下：

(一)行業發展型態上

1. 產業規模可能持平或萎縮，因為客戶不斷流失，沒辦法擴大的發展。
2. 專業領域的深化，針對特定主題的展覽。
3. 提供多元化的服務，除了展覽外，配合參展業者召開產品發表會，建立媒體公共關係，以及交通、住宿及旅遊安排等。
4. 國際間同業合作，策略聯盟，全球化資源整合。

(二)經營策略上

1. 開發新的系統，讓客戶可以自行線上訂購，並利用電腦動畫技巧，將展覽場製作 3D 畫面，讓客戶了解展覽攤位實況，縮短溝通的時間，增加客戶參展意願。
2. 使用網路會議，跟客戶進行溝通。
3. 對客戶面對面的行銷、接觸、溝通，把客戶的需求，清楚的表達給他的客戶。
4. 開發新商品展覽。

七、綜合分析

我國會展業的發展與批發業、及國際貿易業及各產業（尤其是電腦電子與通訊產業）的發展有密切的關聯性。再次是政府政策（如兩岸關係、簽證方便性）、會展場館規模設施及交通住宿配套等，都將影響本業的發展甚鉅。

會展業目前所面臨的重要問題有：中國打壓業者無法到國際競標辦展、產業外移辦展效果大打折扣、兩岸尚無直航影響國外廠商來台參展意願、中國崛起利用優惠方案取代台灣地位、參展人潮不熱絡（除了資訊產品有關展覽之外），效果大不如前；另外會展人才不足，交通配套措施不佳、參展資訊不周全等都會影響辦展成效。

對會展業發展有利的條件有：政府已開始重視會展業，將其列為重要新興發展產業全力推動，提供補貼協助出國辦展；興建南港展覽館將於 2008 年 3 月正式啟用，屆時加信義館共有 4,000 餘攤位，增加辦展容量，創造周邊效益，積極爭取國際會議來台舉辦。

會展業的未來發展趨勢，在行業發展上將針對特定主題舉辦更為專業深化的展覽，國際間同業合作採策略聯盟整合資源，提供多元化服務，如舉辦產品發表，安排交通、住宿及旅遊等。在經營策略上，開發電腦展場 3D 畫面訂位系統、網路會議，以及開發新商品展覽等。

第四節 休閒服務業

一、在WTO GATS架構下，四種服務模式之發展現況(普遍性)

(一)跨國提供服務(在台灣直接提供跨國境外服務)

所有訪談的業者均無提供跨國服務的業務。

(二)在台灣提供外國人或國外業者服務

所有訪談的業者均有提供外國人的業務，也積極希望吸引外國遊客。

(三)到國外設立營業據點直接提供服務

大部分的業者並無提供此服務。

(四)派員到國外提供服務

大部分的業者並無提供此服務。

二、與其他產業的關聯分析

依據行政院主計處「93年台灣地區產業關聯表」之部門分類並無休閒服務業項，而將其歸屬於娛樂文化服務業內，故於此僅依娛樂文化服務業之產業關聯狀況說明於下：

(一)需求(部門)者

我國娛樂文化服務業提供服務之產值，於93年度共計新台幣1,538億餘元，服務的對象(即要求娛樂文化服務業提供服務之業者或個人)，及其購買金額與所佔比例依序為：家計消費1,234.22億元(佔80.24%)、非海關輸出108.8億元(佔7.07%)、政府消費72.05億元(佔4.68%)、廣告服務38.04億元(佔2.47%)、廣播、電視及電影服務32.69億元(佔2.13%)。其他對象別購買金額及比例詳見表19-9。

表 19-9 娛樂文化服務業之需求產業關聯表

部門別	金額(百萬元)	百分比(%)
1.中間需求	12,320	8.01
(1) 廣告服務	3,804	2.47
(2) 廣播、電視及電影服務	3,269	2.13
(3) 娛樂文化服務	1,126	0.73
(4) 其他專業及技術服務	665	0.43
(5) 半導體	443	0.29
(6) 法律與會計服務	415	0.27
(7) 商品經紀	404	0.26
(8) 其他	2,194	1.43
2.最終需求	141,507	91.99
(1) 家計消費	123,422	80.24
(2) 政府消費	7,205	4.68
(3) 非海關輸出	10,880	7.07
總計	153,827	100.00

資料來源:行政院主計處，93 年台灣地區產業關聯表

(二)供應(部門)者

投入於我國娛樂文化服務業之資源 93 年共計新台幣 1,282.17 億元，而其中之主要供應者包括：(1)勞動報酬(519.86 億元，佔 40.55%)、(2)資本消耗(120.29 億元，佔 9.38%)、(3)不動產服務(66.88 億元，佔 5.22%)、(4)廣播、電視及電影服務(34.37 億元，佔 2.68%)、(5)廣告服務(31.03 億元，佔 2.42%)、(6)電力(29.56 億元，佔 2.31%)。另繳交政府稅捐計 36.62 億元(佔 2.86%)，而本業創造之營業盈餘達 187.51 億元，佔產值之 14.62%。

表 19-10 娛樂文化服務業之供給產業關聯表

部門別	金額(百萬元)	百分比(%)
1.中間投入	41,789	32.59
(1) 不動產服務	6,688	5.22
(2) 廣播、電視及電影服務	3,437	2.68
(3) 廣告服務	3,103	2.42
(4) 電力	2,956	2.31
(5) 育樂用品	2,549	1.99
(6) 金融	2,310	1.80
(7) 環境衛生服務	2,032	1.58
(8) 電信服務	1,863	1.45
(9) 商品經紀	1,300	1.01
(10)其他房屋工程	1,170	0.91
(11)娛樂文化服務	1,126	0.88
(12)資訊服務	1,033	0.81
(13)塑膠製品	889	0.69
(14)其他	11,333	8.84
2.原始投入	86,428	67.41
(1) 勞動報酬	51,986	40.55
(2) 營業盈餘	18,751	14.62
(3) 資本消耗	12,029	9.38
(4) 間接稅	3,662	2.86
投入合計	128,217	100.00

資料來源:行政院主計處，93年台灣地區產業關聯表

三、當前面臨問題探討

(一)影響行業發展的最關鍵因素

1. 業者提供服務設施與服務品質、設施之獨特性與完備性。
2. 國民所得以及休閒旅遊態度與觀念。
3. 政府各項配套措施（如景點規劃、交通硬體建設、國外宣導推廣）。
4. 氣候穩定性，遊樂園是最怕天氣的不穩定，包括下雨、颱風來臨或者是寒流來襲，影響程度是非常大。
5. 假期也是非常重要因素，寒暑假和周休二日當然是遊樂園可以吸引大量人潮的時機，開學、正常上班上學時間，遊樂園生意普遍不佳。

(二)政經環境情勢變動狀況

1. 有的業者認為政經環境有較好，大家營造和諧氣氛與努力拼經濟。
2. 有的業者認為尚可，並無明顯變動狀況。

3. 有的業者則認為整個台灣經濟的不景氣，造成民眾收入增加遲緩，再加上最近物價的持續上揚，影響消費者遊玩的意願。

(三)國內市場之購買動力或吸力

1. 有的業者認為國人對休閒旅遊活動越來越重視，也願意支付預算在旅遊服務上，實質消費支出金額與比例也顯著提升。
2. 有的業者認為在總體經濟不景氣之下，許多家庭都是先顧食、衣、住、行、教育，將樂放到最後面，因此國內市場吸引力目前不太夠的。

(四)法令規定、限制，阻礙行業發展

1. 土地分區使用限制。
2. 溫泉區使用規劃沒有明確的法令規定。
3. 目前對於開放大陸觀光客來台僅僅只聽到口號而已，看不到實際作為。因為只靠國內民眾來消費是不夠的，如果真不開放，整個市場會慢慢萎縮，可以預想得到對我們衝擊也是非常大。

(五)不利於行業發展的市場環境項目

1. 競爭越來越激烈，互相殺價影響服務品質，使消費者信心大減，嚴重影響本產業之發展。
2. 國人習慣利用國定假日外出旅遊，造成到處塞車壅擠，房宿難求。

四、SWOT 分析

(一)政策推動上，有利於行業發展之助力

1. 推動觀光遊客倍增計畫。
2. 推動與地方特色產業或藝文民俗活動結合觀光，帶動地方發展。
3. 推動「衛生自主管理業者認證制度」確保各休閒場所之安全衛生。
4. 提升觀光事業為策略性重要產業，塑造台灣歡樂溫馨的形象。
5. 增進簽證、航線、資訊的便利性，提高旅客到訪意願。
6. 積極爭取國際會議來台舉辦。
7. 如果確實開放大陸觀光客來台，對整個台灣的觀光業是一大助力。

(二)有利於行業發展的市場環境項目

1. 政府交通建設擴增，旅遊景點增多，刺激市場需求。
2. 「溫泉標章認證」代表溫泉業者對消費者的品質保證。
3. 週休二日與彈性放假、連續假期多，可刺激休閒產業的活絡性。
4. 民眾越來越重視休閒活動，有益於休閒產業的發展。

(三)市場競爭優劣條件分析

1. 優勢條件:

- (1) 開發國寶級的原始板根亞熱帶雨林景觀，有作為國家級生態植物公園之條件。
- (2) 提供更完善的設施與多元化服務來因應競爭的環境，獲得顧客的肯定與認同，進而塑造品牌形象及口碑。
- (3) 招募會員，以穩定客源，調整淡季，降低風險。
- (4) 透過各不同業態業者之合作，開發套裝行程，安排遊客多元旅遊行程，包含交通、住宿、休閒、餐飲及景點觀光等，豐富旅遊內涵。
- (5) 開發多元休閒遊樂設施滿足遊客興致及提高回客率。
- (6) 鎖定國小到國中年齡層小朋友，園區希望是由全家福一起來歡樂，兼具文化教育和休閒。

2. 劣勢條件:

- (1) 國內各觀光旅遊設施景點仍以國人為主要客層，一遇假日即處處人滿為患，交通壅塞，苦不堪言，房宿難求或超貴，降低遊興。
- (2) 國內旅遊住宿與休閒設施業者之服務品質與國外比較仍有很大的改善空間，應加強服務人員的訓練。

五、外商在台營運狀況

休閒服務業在台外商分公司之 95 年營業家數計 9 家，三年來皆無變化，

然 95 年之營業總額卻持續下滑，計 3,828 萬元，較 94 年衰減 38.96%，平均營業額亦下滑至 425 萬元，降幅 38.95%。

表 19-11 外商休閒服務業在台營運業績

單位:家,千元,%

年度	家數	營業額		平均營業額	
		金額	成長率	金額	成長率
93	9	214,572	—	23,841	—
94	9	62,711	-70.77	6,968	-70.86
95	9	38,280	38.96	4,254	-38.95

資料來源:財政部財稅資料中心營業稅徵收統計，本調整彙總分析

六、推廣策略

本行業經常運用之市場推廣策略如下：

1. 網站廣告。
2. 推出專業行程。
3. 媒體廣告。
4. 國道休息站 DM。
5. 安排套裝行程

七、未來發展趨勢分析

本行業在未來幾年內之可能發展之型態與採取之經營策略分述於下：

(一)行業發展型態上

1. 複合式休閒遊樂設施（即結合休閒、遊樂、生態、溫泉、住宿、會議、餐飲等功能）。
2. 更精緻化的休閒旅遊規劃，成為業者競爭的主要利器。
3. 跟地方政府合作，結合地方文化活動，發展自己獨特的特色為主，並且需時常轉換主題活動。

(二)經營策略上

1. 專業化經營管理。
2. 推廣會員制度，利用電腦做會員管理。
3. 與異業結合服務，提供顧客套裝行程。
4. 與國際合作或聯盟，提供消費者多元的選擇。
5. 運用國際化的經營管理模式，強化競爭力。
6. 未來對於服務人員語言程度會要求，包括須具備英文能力與閩南語能力等。

八、綜合分析

我國休閒服務業的發展與家計消費支出關聯性最為密切，次為廣播、電視、電影服務以及娛樂文化服務等。另外業者提供之服務設施與服務品質、假期的安排、氣候的穩定性，以及民眾之休閒旅遊態度皆是影響本業發展之關鍵因素。

休閒服務業目前所面臨的重要問題有：近年民眾收入增加遲緩，加上物價上揚，實質所得下滑，影響民眾休閒活動意願或減少消費；國人旅遊

皆集中在星期或國定假日，尖峰時房宿難求、大塞車，降低遊興，而平常日門可羅雀，業者期待放寬大陸觀光客來台限制，使能補充平常日之空檔增加收益；另外對設置遊樂場所之土地分區使用限制及溫泉區使用規劃之法令規定應再檢討修訂。

對休閒服務業發展之有利條件有：政府將觀光事業列為策略性重要產業，推動觀光遊客倍增計畫，重視旅遊景點的整頓與開發，推動與地方特色產業和藝文民俗活動結合觀光，建立「溫泉標章認證」提高消費服務品質；各地方政府亦積極利用地方特色開發地方性休閒產業，提供多元性休閒旅遊方式，吸引民眾，帶動地方發展。

休閒服務的未來發展趨勢，在行業發展上將朝提供複合式多功能休閒遊樂設施發展，結合地方獨特的風土民俗文化活動，提供更為精緻化的休閒旅遊規劃；在經營策略上與異業結合服務，或推廣會員制度，穩定客源，並與國外採策略聯盟，提供會員更多元的服務，聘僱專人實行專業化經營管理。

第五節 餐飲業

一、在WTO GATS架構下，四種服務模式之發展現況(普遍性)

(一) 跨國提供服務(在台灣直接提供跨國境外服務)

目前尚無業者提供跨國境外服務，但已有業者到國外發展建立加盟體系或技術指導，收取權利金及加盟金現象，以中國大陸及東南亞國家為主。

(二) 在台灣提供外國人或國外業者服務

有。餐飲業做門市生意，不拘客人之國際、種族、膚色等。

(三) 到國外設立營業據點直接提供服務

我國著名餐飲、點心、地方小吃業者已到國外設立營業據點。

(四) 派員到國外提供服務

有。目前在國外設立營業據點者，大多有派遣技術及管理人員親臨國外服務。

二、與其他產業的關聯分析

依據行政院主計處「93年台灣地區產業關聯表」之部門分類，餐飲業之產業關聯狀況說明於下：

(一) 需求(部門)者

我國餐飲業提供服務之產值，於民國 93 年度共計新台幣 3,199.87 億元，服務的對象(即要求餐飲業提供服務之業者或個人)，及其購買金額與所佔比例依序為：家計需求 2,649 億元(82.80%)、公共行政服務 60.54 億元(1.89%)、批發業 20.26 億元(0.63%)、國際貿易業 19.74 億元(0.62%)。其他對象別購買金額及比例詳見表 19-12。

表 19-12 餐飲服務業之需求產業關聯表

部門別	金額(百萬元)	百分比(%)
1.中間需求	28,754	8.99
(1) 公共行政服務	6,054	1.89
(2) 批發業	2,026	0.63
(3) 國際貿易	1,974	0.62
(4) 研究發展服務	1,495	0.47
(5) 零售業	981	0.31
(6) 人民團體服務	963	0.30
(7) 空中運輸	883	0.28
(8) 社會福利服務	746	0.23
(9) 資訊服務	727	0.23
(10) 其他社會服務	621	0.19
(11) 電子零組件	450	0.14
(12) 教育訓練服務	437	0.14
(13) 塑膠製品	420	0.13
(14) 水上運輸	399	0.12
(15) 顧問服務	387	0.12
(16) 工業專業機械	383	0.12
(17) 其他	9,808	3.07
2.最終需求	291,233	91.01
(1) 家計需求	264,951	82.80
(2) 非海關輸出	26,282	8.21
總計	319,987	100.00

資料來源：行政院主計處，93年台灣地區產業關聯表

(二)供應(部門)者

投入於我國餐飲業之資源 93 年共計新台幣 2,764.77 億元，而其中之主要供應者包括：(1)勞動報酬(1,472.38 億元，佔 53.26%)、(2)不動產服務(126.95 億元，佔 4.59%)、(3)資本消耗(114.27 億元，佔 4.13%)、(4)燃氣(87.55 億元，佔 3.17%)、(5)資訊服務(80.29 億元，佔 2.90%)、(6)塑膠製品(73.71 億元，佔 2.67%)。另繳交政府稅捐計 50.14 億元，而本業之營業盈餘達 329.14 億元，佔整體之 11.90%。

表 19-13 餐飲服務業之供給產業關聯表

部門別	金額(百萬元)	百分比(%)
1.中間投入	79,884	28.89
(1) 不動產服務	12,695	4.59
(2) 燃氣	8,755	3.17
(3) 資訊服務	8,029	2.90
(4) 塑膠製品	7,371	2.67
(5) 電力	4,898	1.77
(6) 紙製品	3,987	1.44
(7) 廣告服務	3,004	1.09
(8) 零售業	2,376	0.86
(9) 電信服務	2,104	0.76
(10) 調味品	1,834	0.66
(11) 石油煉製品	1,627	0.59
(12) 金融	1,431	0.52
(13) 自然水、暖氣及熱水	1,307	0.47
(14) 其他個人服務	1,243	0.45
(15) 其他	19,223	6.95
2.原始	196,593	77.11
(1) 勞動報酬	147,238	53.26
(2) 營業盈餘	32,914	11.90
(3) 資本消耗	11,427	4.13
(4) 間接稅	5,014	1.81
總計	276,477	100.00

資料來源：行政院主計處，93 年台灣地區產業關聯表

三、當前面臨問題探討

(一)影響行業發展的最關鍵因素

1. **經濟景氣狀況及國民實質所得**：經濟景氣好轉，股市行情利多，帶動投資者的心情跟著興奮，因而大家也捨得上館子，增加消費金額。另一方面物價波動直接影響國民實質購買能力，影響最大的是服飾業與餐飲業。
2. **菜餚特色與菜色種類多元性**：餐飲業之主要競爭手段是其菜餚特色，其次才是服務，故須兼備色香味齊全才能吸引顧客上門，另外就是菜色種類的多元性，使顧客有多種的選擇，才能提高其光顧之頻率。
3. **價格水準及服務品質**：因應 M 型社會的來臨，中下階層消費者大多會精打細算，除了要求服務品質，亦非常在乎價格，業者若能兼顧兩者，才能高朋滿座。
4. **場所舒適性與停車方便性**：朋友聚會、家庭聚餐或商務宴會則會要求餐飲場所的舒適性與停車方便性，一般較具規模的餐廳則必須重視此兩項因素，才能吸引顧客樂意上門。

(二)政經環境情勢變動狀況

政治不穩定，直接影響餐飲業的業績，尤其是大型餐廳，據業者表示，尤其是選舉期間之爭吵紛擾更有負面的影響，2008 年初是選舉季節業者將面臨考驗。另外近年來國際原物料價格上揚，帶動物價的波動，無法相對反映成本，造成業者經營利潤縮減。

(三)國內市場之購買動力或吸力

近來物價上揚，國民實質所得下降，直接影響市場消費能量，首當其衝的應是餐飲業。

(四)法令規定、限制，阻礙行業發展

勞基法、退休金提撥的實施，使得僱用部份工時勞工(或工讀生)的餐廳最為困擾。另有繁瑣的消防安全規定與防護計畫、以及嚴格的排放油煙與廢水的規定，也是業者最感頭痛的地方。

(五)不利於行業發展的市場環境項目

1. 物價上揚，生產成本提高。
2. 消費者平日應酬減少，餐飲消費金額趨於保守。
3. 食材的安全衛生問題，如豬肉瘦肉精殘留、蔬菜水果的農藥殘留、魚類的含汞或化學殘留等均會使消費者產生疑慮，而降低消費者上餐廳的意願。

四、SWOT 分析

(一)有利於行業發展的市場環境項目

1. 台灣是個多族群共同聚集的地方，擁有多元的文化，故也引進了多國家地區的特色美食，吸引消費者享受到各地方的美食，刺激餐飲業的進步與發展。
2. 受到健康意識的抬頭與重視，部分餐飲業者也漸重視調理健康美食菜餚，從食材的選購到烹調方法都投入心血去研究，對市場的帶動有正面效益。
3. 年輕人投入餐飲業者日多，他們大多經過正統的教育訓練，學以致用，給業界帶來新的觀念與新氣象。

(二)政府政策推動上，有利於行業發展之助力

1. 近幾年來政府積極推動優良商店標章制度，使審核通過發給標章者代表安全衛生的保證，對消費之顧客是一項保障，有利於吸引顧客光顧。
2. 政府機構與民間團體共同舉辦多項美食展或餐飲評鑑競賽等，提高餐飲品質，對推動餐飲消費有正面意義。

(三)市場競爭優劣條件分析

1. 優勢條件
 - (1) 歷史悠久、價格公道、服務親切，建立消費者口碑。
 - (2) 連鎖經營，建立嚴密的管理制度與服務體系，塑造品牌形象與知名度。
 - (3) 台灣擁有豐富的美食文化(各國料理一應俱全，以及各地方小吃)，是刺激市場需求的主要動力。
2. 劣勢環境
 - (1) 仍有淡旺季與離尖峰的問題，生意好時招呼不過來，生意差時門可羅雀。
 - (2) 大型餐廳於旺季或是尖峰時間常雇用臨時工(或部份工時人員)以應急，而這些臨時工大多沒受過正規訓練，服務態度與品質較差，常被顧客抱怨。
 - (3) 食材的安全衛生甚難把關，有賴農政安驗單位訂出良好制度，確實掌握動態，以減少消費者之疑慮。

五、外商在台營運狀況

外商經營餐飲業者95年共計64家，較94年減少5家(減幅7.25%)，營業總額共計7億4,490萬元，較94年增加7,908萬元(增幅11.88%)，而平均營業額計1,164萬元，較94年提高20.62%。

表19-14 外商餐飲業在台營運業績

單位：家，千元，%

年度	家數	營業額		平均營業額	
		金額	成長率	金額	成長率
93年	68	699,778	—	10,291	—
94年	69	665,814	-4.85	9,649	-6.24
95年	64	744,901	11.88	11,639	20.62

六、推廣策略

本行業經常運用之市場推廣策略包含：

1. **媒體廣告**：如年節或尾牙時之廣告量較大(透過電視或廣播)，平常時則多利用相關雜誌(如旅遊雜誌、第四台節目表)或DM夾報等刊登廣告。
2. **客戶介紹**：經由客戶的口碑介紹是最佳、最有效的宣傳方法，雖然每人的口味偏好不同，但是只要有消費的經驗即能留住客戶，所以外場接待人員的親切招呼與關懷是牽動客戶介紹顧客的最佳利器。
3. **寄發DM**：收集相關名單郵寄DM，並附上優待券或折價券也是餐飲業經常使用之推廣策略。

七、未來發展趨勢分析

(一)行業發展型態上

1. 赴海外發展，輸出「台灣美食」，必須建立塑造整體品牌形象。
2. 必須與傳統中國餐廳作區隔，如跨業態經營，提供中西式菜餚。
3. 朝連鎖式或主題式餐廳經營。
4. 跨業經營提供各式菜餚或加工食品。

(二)經營策略上

1. 未來將發展為連鎖向的獨立品牌餐廳。
2. 積極規劃旅館相關事業，迎接未來觀光市場，提供消費者全新食尚風貌與舒適的用餐經驗。
3. 開發特色菜餚產品，以吸引顧客的光顧。

八、綜合分析

我國餐飲業的發展與家計需求之關連性最為密切，次為非海關輸出及公共行政服務等。另外，經濟景氣狀況與國民實質所得亦直接影響帶動餐飲的消費興衰，以及業者之菜餚特色種類、價格、服務水平及場所之舒適性則是其競爭的重要利器。

餐飲業目前所面臨的重要問題有：國際原物料上揚，帶動物價波動，提高經營成本；國民實質所得下滑，直接影響餐飲之消費需求，業者受到雙重衝擊；另外，勞基法與勞退金的適用性（本業僱用甚多工讀生與部份工時勞工）、食材安全衛生問題都是期待政府協助解決的難題。

對餐飲業發展之有利條件有：政府推動優良商店標章制度，使消費者樂於光顧優良商店，舉辦美食展或餐飲評鑑，提高餐飲服務品質，有利於餐飲業的發展與消費。另外，台灣擁有多元族群與文化，帶入各地方美食，有豐富的美食選擇，刺激消費需求；受過正統餐飲教育之年輕人投入餐飲業者日多，給業界帶來新的觀念與活力。

餐飲業的外來發展趨勢，在行業發展上將朝連鎖式或主題式餐廳經營方向發展，或跨業態經營，提供中西式菜餚，或赴海外發展，輸出「台灣美食」；在經營策略上，建立自我品牌，形塑形象，招展連鎖經營模式，擴大營業版圖與規模，或開發特色菜餚產品吸引顧客光顧。

