



TTR台灣趨勢研究報告

食品、飲料及菸草製品批發業發展趨勢 2012年2月

TEL: (02)2737-1068

Email: survey@twtrend.com

Web: <u>www.twtrend.com</u>

逆向思考 順勢而為

食品、飲料及菸草製品批發業

根據行政院主計處第九次修 訂之「中華民國行業標準分類」將「食 品、飲料及菸草製品批發業」定義 為:「從事食品、飲料及菸草製品比發業」 發之行業,如蔬果、肉品、水產品 素之行業,如蔬果、肉品、零售商 力工處理即可販售給。不食力工處理即可販售給。食品、食品 脂、菸酒、非酒精性飲料、茶葉內 脂、菸酒、排過的食品、茶葉內 工食品投資,期間, 工食品批發。動物飼料批發的食品 類。」亦即將已完成加工過的食品 類。」亦即將已完成加工過的食品

食品、飲料及菸草製品批發業 自製造商購入大量商品後,轉售給 零售商販賣,是製造商與零售商之 間的橋樑,利用大量進貨來降低成 本,提高顧客滿意度及服務水準來 增加市場競爭力,並透過轉售賺取 價差,以獲取公司利潤。



在國內廠商家數方面,透過近5年的統計 資料發現(詳見圖1),我國食品、飲料及菸草 製品批發業之營利事業家數於97年大幅上升, 而後也呈持續攀升趨勢,並於99年突破3,000 家。

圖 1 96 年~100 年我國食 品、飲料及菸草製品批 發業之營利事業家數



資料來源:財政部資料中心,本研究整理

圖 2 96 年~100 年我國食 品、飲料及菸草製品 批發業之總體營收 在產值方面,從近5年的統計資料來看(詳見圖2),可發現食品、飲料及菸草製品批發業的產值自97年突破7,000億後,除98年受金融風暴影響而略微下滑外,該產業之產值呈現出逐年成長的趨勢,其100年之營業額可望逼近8,600億。



Taiwan Trend Research

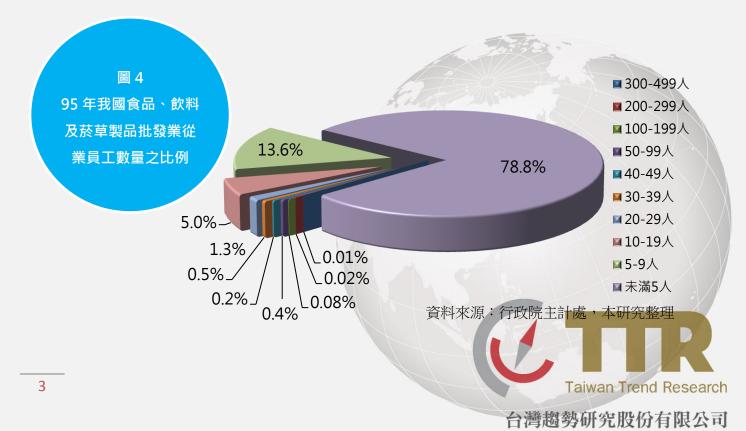
在業者平均營業額方面,從近5年的統計資料來看(詳見圖3),自97年起食品、飲料及菸草製品批發業家數大幅成長後,業者平均營業額維持在2,500萬左右,雖自金融海嘯後,營業額持續成長,但仍未達到96年的水準。

圖 3
96 年~100 年我國食
品、飲料及菸草製品批
發業之業者平均營業額



資料來源:行政院主計處,本研究整理

透過行政院主計處 95 年工商及服務業普查調查結果顯示 (詳見圖 4), 我國食品、飲料及菸草製品批發業業者之員工數以未滿 5 人的比例最高,占 78.8%,且最大規模之員工數不超過 500 人,顯示該產業以中小型規模為主要經營模式。



綜合上述分析結果,可得知我國食品、飲料及菸草製品批發業雖受金融海嘯一點影響,但並未受到重挫,98 年後產值逐漸復甦,預計於近2-3年內,將會回復到96年之水準。

「民以食為天」,即便我國經濟受金融海嘯影響甚深,但對食品、飲料及菸草製品批發業業者來說,影響並不深遠。由於我國飲食、菸草等製品多數仰賴進口,加上台灣近年來的消費模式已習慣「一次購足」的方式,讓食品、飲料及菸草製品批發業持續發燒,因此,在國民所得逐漸提升、消費者模式轉變的情況下,食品、飲料及菸草製造品批發業儼然在民生物品的供應中扮演相當重要的角色。

然而,該產業競爭激烈,加上國際原物料持續飆漲,導致成本水漲船高,對以小型規模經營為主的食品、飲料及菸草製品批發業來說無疑是一大負擔。因此,經營品牌、強化流通運輸是為必經之路,而較具規模之業者可嘗試將營業範圍擴展至鄰近國家,但進軍外銷的同時,其所面臨到的技術、經營管理方式等問題,亦是需要克服的部分。



