Taiwan Trend Research

TTR 台灣趨勢研究報告

餐飲業發展趨勢

2014 年 10 月

TEL： (02)2737-1068

Email： survey@twtrend.com

Web： www.twtrend.com

台 灣 趨 勢 研 究

逆向思考 順勢而為

餐飲業

根據行政院主計處 2011 年 3 月第 9 次修訂之「中華民國行業標準分類」，該分類標準將「餐飲業」定義為「從事調理餐食或飲料提供現場立即消費之餐飲服務之行業」，另外，凡提供外帶外送餐飲服務、餐飲承包服務等業者亦在行政院主計處所定義之餐飲業範疇之內。

表 1
我國餐飲業分類標準及定義

「中華民國行業標準分類」將餐飲業細分為餐館業、飲料店業、餐飲攤販業以及其他餐飲業，各細項之定義如表 1 所示：

行業名稱	定義
餐館業	提供調理餐食之餐館，現場餐食或外帶外送之披薩、便當、漢堡等店家皆為餐館業者
飲料店業	提供酒精飲料及非酒精飲料之立即飲用店家
餐飲攤販業	提供現場立即消費之固定或流動的調理餐食、飲料店家
其他餐飲業	上述餐館業、飲料店業及餐飲攤販業以外之餐飲服務業，餐飲承包業或為特定對象供餐之員工餐廳、學生餐廳皆屬其他餐飲業，交通工具上之餐飲承包業亦在此範圍內

資料來源：行政院主計處，本研究整理

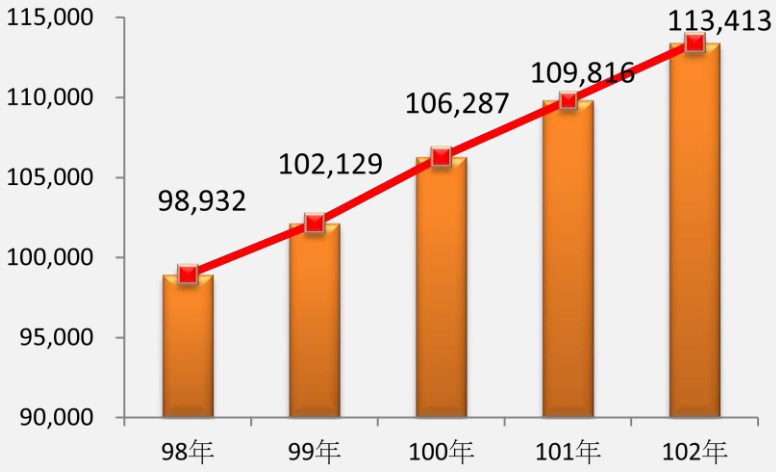
台灣多元的飲食文化向來為外來觀光客所樂道，除了在地小吃，因著不同文化的流入，西式洋食、日式料理、東南亞料理等美食成就台灣美食天堂的美譽。民以食為天是台灣美食種類多元的最佳佐證，國民樂啖美食的習性不僅造就飲食文化的蓬勃發展，也常使外來觀光客慕名而來。

TTR
Taiwan Trend Research
台灣趨勢研究股份有限公司

根據過去 5 年的統計數字可發現，我國整體餐飲業的家數呈逐年成長的趨勢，近年來家數的成長幅度大約在 3%~4%之間，99 年時整體的家數已突破 10 萬家，至 102 時已達 11 萬家。

圖 1
98 年~102 年我國餐飲業之營利事業家數

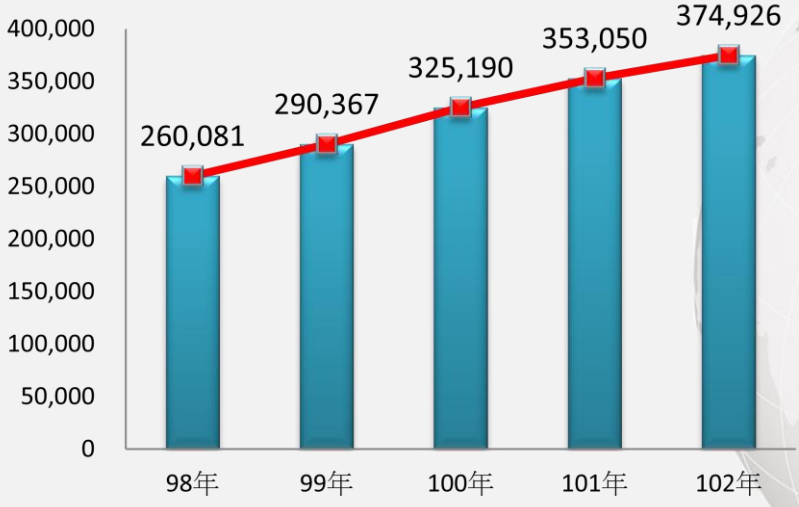
單位：家



資料來源：財政部資料中心，本研究整理

圖 2
98 年~102 年我國餐飲業之總體營收

單位：百萬元



資料來源：財政部資料中心，本研究整理

而在餐飲業產值方面，隨著整體家數的成長，近 5 年來的產值亦呈現逐年上升的情形，至 102 年時，整體餐飲業的營業額已達 3,749 億元。雖然如此，但 101 年至 102 年間，受到整體經濟景氣低迷，以及一連串食安事件的影響，也使得營業額的成長幅度略為趨緩。

TTR
Taiwan Trend Research
台灣趨勢研究股份有限公司

在從業人數部份，隨著每年店家數不斷攀升，餐飲業對於人力的需求也持續增長，根據統計資料顯示，我國餐飲業 98 年至 102 年的從業人數，在五年間增加了超過 6 萬人，其中又以 100 至 101 年間的增加幅度最大，101 年至 102 年所增加的人數最少。

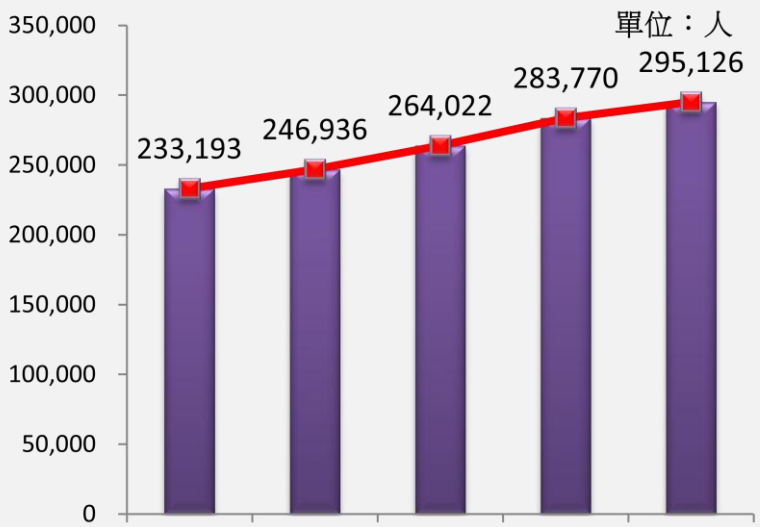


圖 3
98 年~102 年我國餐飲業從業人數

資料來源：財政部資料中心，本研究整理

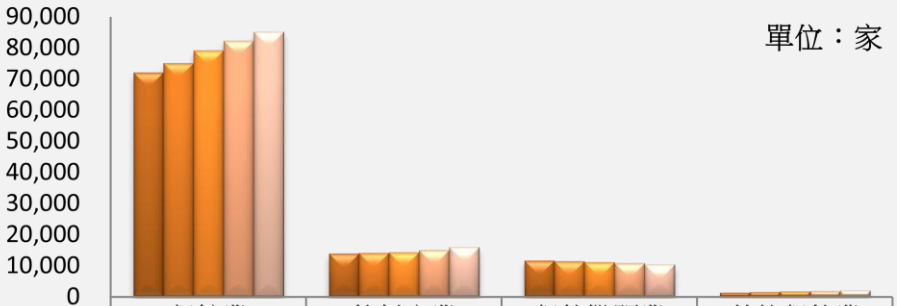
經由上述的統計資料可發現，近 4 年來餐飲業的家數、營業額、從業人數皆呈現逐年增長的態勢。而其中成長的主因乃來自於習慣外食的單身人口及頂客族增加，造成國內外食需求旺盛；另一方面，來臺旅遊觀光客的增加也對臺灣餐飲市場產值有相當程度的貢獻。各業者為因應國內外食市場的擴張，以及來台觀光人數攀升所致的需求，莫不摩拳擦掌，積極展店搶食餐飲市場大餅。

TTR
Taiwan Trend Research
台灣趨勢研究股份有限公司

若進一步從餐飲業中的餐館業、飲料店業、餐飲攤販業以及其他餐飲業各細產業別來看，則可發現以餐館業家數最多，其次則為飲料店業。而在家數的成長情形方面，從近 5 年的資料可發現，除餐飲攤販業者家數增幅自 98 年以來逐年下降之外，其餘各類別的家數均逐年成長。

圖 4
98 年~102 年我國各餐飲產業別之營利事業家數

單位：家

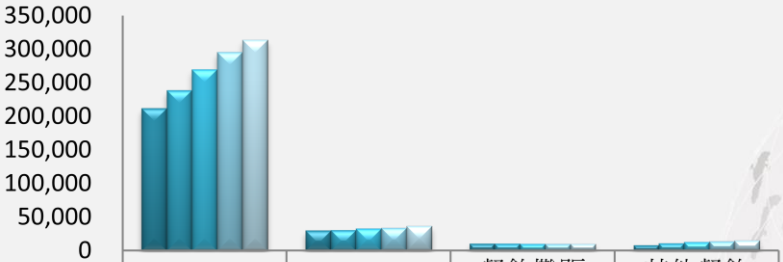


	餐館業	飲料店業	餐飲攤販業	其他餐飲業
98年	72,050	13,864	11,661	1,357
99年	75,077	14,087	11,429	1,536
100年	79,193	14,282	11,084	1,728
101年	82,201	14,985	10,802	1,828
102年	85,135	15,886	10,361	2,031

資料來源：財政部資料中心，本研究整理

圖 5
98 年~102 年我國各餐飲產業別之總體營收

單位：百萬元



	餐館業	飲料店業	餐飲攤販業	其他餐飲業
98年	211,898	29,904	10,149	8,130
99年	238,894	30,499	10,102	10,873
100年	269,989	32,641	10,033	12,527
101年	295,870	33,672	9,863	13,645
102年	313,858	36,472	9,723	14,874

資料來源：財政部資料中心，本研究整理

而在產值方面，同樣以餐館業的產值最高，其營業額占整體餐飲業比例大約八成左右，98 年至 102 年間，營業額由 2,118 億成長至 3,138 億元，但近兩年在成長幅度上則逐漸趨緩。飲料店業的產值排名居次，而隨著近來國內咖啡飲用人口提升，帶動連鎖咖啡店家數逐年增加，此趨勢也反應在飲料店業的營業額上，近年來的營業額皆呈現成長情形，102 年時營業額已達 364 億元。

TTR
Taiwan Trend Research
台灣趨勢研究股份有限公司

台灣餐飲業者以中小型業者居多，經營型態上亦以獨資占多數，但亦有不少業者往大型化與連鎖化發展，採取連鎖加盟的經營型態。根據 2014 年台灣連鎖店年鑑的資料顯示，2013 年餐飲服務業連鎖店的總部達 706 家，較 2012 年增加 82 家，成長率高達 13.1%。另外，直營店的增長幅度居次，2013 年總計有 7,005 家直營店，較 2012 年的 6,297 家成長 11.2%，但在平均店數部份則呈現負成長，自 2012 年的 46.3 家滑落至 2013 年的 42.5 家。

若將 2010 年與 2013 年比較，則可發現總部家數的成長幅度最大，平均店數減少 13.2 家店，而直營店的比率也有所上升，雖總部家數連年成長，2013 年與 2010 年連鎖餐飲總店數卻相當接近，意謂餐飲連鎖店業者百家爭鳴，消費者在餐廳選擇上較為多元，但餐飲服務連鎖店的總店數並未隨業者增加而逐年大幅擴展，顯示業者在展店時較為謹慎，且增設據點時多以直營店的型態展店。

表 2
2010 年~2013 年我國餐飲服務連鎖店發展趨勢

台灣餐飲服務連鎖店發展趨勢					
年度 / 類型	2010	2011	2012	2013	2012-2013 成長率
總部家數	526	557	624	706	13.1%
總店數	29,297	30,731	28,880	29,974	3.8%
直營店	5,287	5,636	6,297	7,005	11.2%
加盟店	24,010	25,095	22,583	22,969	1.7%
平均店數	55.7	55.2	46.3	42.5	-8.2%

資料來源：台灣連鎖店年鑑，本研究整理

TTR
Taiwan Trend Research
台灣趨勢研究股份有限公司

若從個別業者的表現來看，根據天下雜誌 2014 年 2000 大調查的資料，在觀光餐飲業業者方面，上榜之店家除餐館業者之外，還包括連鎖速食業者、航空餐供應業者及飲料店等餐飲業者，其中開曼美食達人（85 度 C）、王品餐飲及統一星巴克為餐飲業中前三大排名企業。

表 3
2012 年~2013 年我國餐飲業者排名

就 2013 年與 2012 年餐飲業排名之年度比較來看，開曼美食達人、王品餐飲、統一星巴克及安心食品服務連續兩年蟬聯榜上前四大餐飲業者，且其年營收皆呈現成長的情形，而開曼美食達人（151 億元）及王品餐飲（148 億元）2013 年營收均逾百億，年產值遠高於榜上其他餐飲業者。在營收成長率表現的部分，王品餐飲以 20.92%年營收成長率奪冠，雖瓦城泰統年產值不及王品餐飲的上百億元，但瓦城泰統不僅年度排名有所躍升，年營收成長率也排名第二，僅微幅落後王品餐飲 0.07%。

餐飲業排名		公司名稱	營業收入（億元）		營收成長率（%）	
2013	2012		2013	2012	2013	2012
1	1	開曼美食達人	151.14	134.79	11.53	17.66
2	2	王品餐飲	148.81	123.06	20.92	59.84
3	3	統一星巴克	67.53	59.52	13.46	8.81
4	4	安心食品服務（摩斯漢堡）	43.05	42.93	0.28	6.82

TTR
Taiwan Trend Research
台灣趨勢研究股份有限公司

餐飲業排名		公司名稱	營業收入（億元）		營收成長率（%）	
2013	2012		2013	2012	2013	2012
5	7	瓦城泰統	23.07	19.09	20.85	24.69
6	6	長榮空廚	22.65	19.69	17.60	13.16
7	5	華膳空廚	20.75	19.26	5.44	12.11
8	9	欣葉國際餐飲	15.73	14.84	6.00	1.57
9	8	高雄空廚	14.13	18.24	-22.53	-1.99
10	10	新天地國際實業	12.97	14.05	-7.75	-17.79
11	11	六角國際事業	11.54	10.08	14.48	92.37
12	N.A.	上海鄉村餐飲	11.11	N.A.	15.73	N.A.

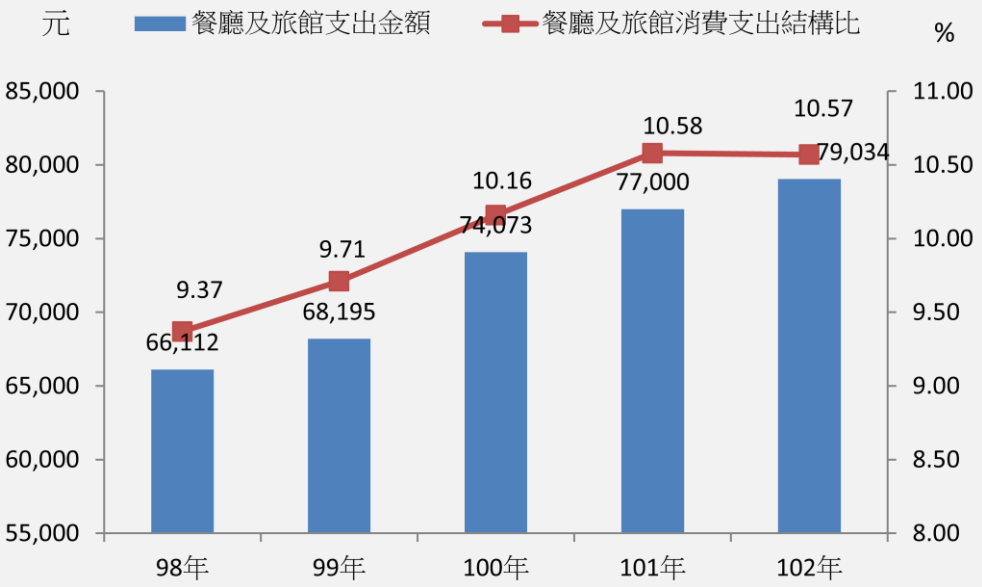
註：N.A.表示無法取得資料

資料來源：天下雜誌，本研究整理

TTR
Taiwan Trend Research
台灣趨勢研究股份有限公司

餐飲業的發展乃受到經濟環境、人口結構、社會型態、消費及飲食習慣等不同因素所影響。近年來台灣單身人口、頂客族、婦女就業人口攀升，使得外食比例增加，促使餐飲產業穩定成長。根據行政院主計總處統計資料，近年來我國每一個家庭在餐廳及旅館支出的金額逐年提高，從 98 年的 6 萬 6 千元，上升至 102 年的 7 萬 9 千元；而其占家庭消費性支出的比重也從 9.37%，提高到 10.57%，但近兩年的比重則有趨緩的情形。

圖 6
98 年~102 年我國餐廳及旅館支出金額額與結構比



許多業者看好外食市場發展，積極搶占商機，例如便利商店業者積極推動鮮食商品，並在門市設立座位區，成為沒有廚房的餐聽；食品業者也推出便利即食的餐點，如：調理肉品、冷凍家常菜等，意圖利用方便性來攻占家庭餐桌。此外，國人的外食比例以早餐最高，因為需求大，早餐也成為餐飲業者的重要戰場，便利商店、速食餐飲業者皆推出低價早餐吸引上班族或學生族群購買，部分餐廳業者也以早午餐做為主打產品，意圖搶占早餐市場商機；在連鎖早餐店業者方面，則採取拉長營業時間，轉型供應早午餐的策略以增加客源。

而在連鎖餐飲的市場方面，原本市場上的大型餐飲集團仍然積極擴店或推出新品牌；甚至連許多非餐飲本業的企業，也因為看好餐飲市場而投入餐飲業，例如：3C 通路業者燦坤入股五花馬水餃、金礦咖啡，並開設日法坊甜點、富士印豬排店。

TTR
Taiwan Trend Research
台灣趨勢研究股份有限公司

綜觀上述的統計資料可發現，雖然近年來的餐飲業營業額呈現逐年成長趨勢，但是近年來從塑化劑、毒澱粉、美牛瘦肉精、食材標示不實，一直到最近震驚社會大眾的餿水油、飼料油事件，一波又一波的食品安全危機不斷地降低消費者對餐飲業者的信任。在一連串食安風暴後，消費者食安意識逐漸提高，消費習慣也有所改變，開始更注意食材來源、商品標示與標章；也更加重視衛生安全、健康，挑選單純無添加物、有機的食品。

有鑑於此，許多業者透過各種不同方式，希望解除消費者的疑慮，以提升消費意願，例如：安溯市集推出的便當，利用雲端科技將食材生產過程及產銷履歷等訊息結合 QR CODE，讓消費者可清楚得知料理的食材來源及生產過程；西華飯店、日月潭雲品酒店的自助餐廳採用來自不同地方農夫契作的有機食材；欣葉日式自助餐廳在開放式的廚房設立生肉處理低溫室，在低溫下處理肉品，避免細菌孳生問題。麥當勞也強調食材的來源、甚至將食材的產地、食材源頭的飼養過程、環境，以及食品的製作、運送過程拍成影片，讓消費者能清楚得知食材資訊，提高食材透明化。

展望未來，對消費者而言，最在乎的仍是如何能吃的健康、吃的安全，而在消費者食安意識日漸抬頭之際，亦將會更深度檢視此議題，因此食安問題仍將是餐飲業的重大課題。

然而，危機即是轉機，對於餐飲業者來說，應在誠信原則下，不以降低成本、追求利益極大化為組織目標，不僅要確保食材原料的來源及品質，也應嚴格把關產品製作過程中的每道手續。若業者能以提供美味、健康又安心的產品做為生產主軸，同時增加食材、餐點的透明化，讓民眾在用餐時有更高的信賴感，不僅能在民眾心中建立良好的企業形象，也有望藉此在競爭市場中突破重圍，獲取消費者青睞。

而政府部門也應該有效率的修定及執行食品法規、食品安全標章認證，提供食品業者與民眾正確的食安資訊，以建構一個安全的飲食環境，以挽回消費者因食品安全問題所失去的信心。

TTR
Taiwan Trend Research
台灣趨勢研究股份有限公司