

當前經濟情勢概況

(專題：疫情干擾下的零售與餐飲業)



經濟部



統計處



Department of Statistics

中華民國109年4月29日

大綱

壹・國外經濟情勢

貳・國內經濟情勢

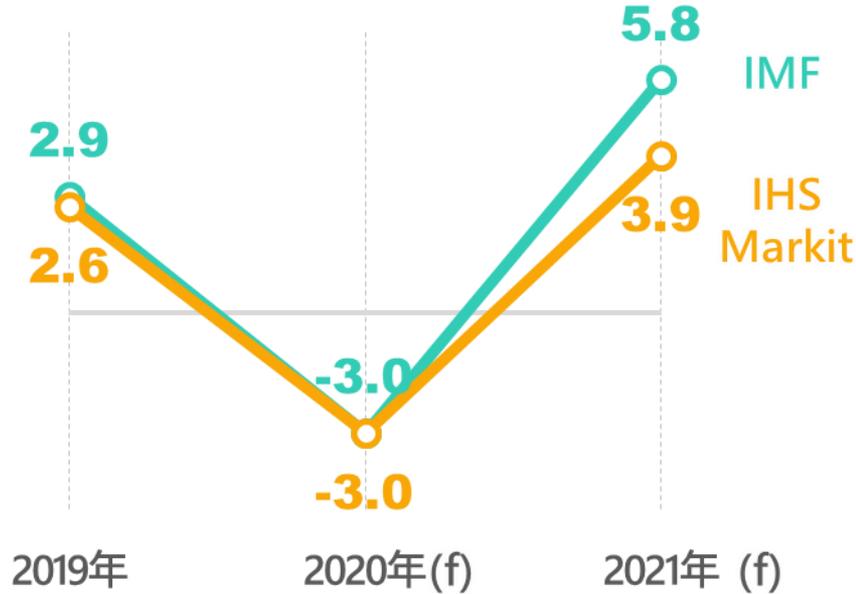
參・專題：疫情干擾下的零售與餐飲業

肆・結語

壹、國外經濟情勢

疫情擴散重創全球經濟

全球經濟成長率(%)



IMF預測主要國家經濟成長率

	2019年	2020年	
	成長率	成長率	較1月調整幅度
全球	2.9	-3.0	▼6.3
美國	2.3	-5.9	▼7.9
歐元區	1.2	-7.5	▼8.8
日本	0.7	-5.2	▼5.9
中國大陸	6.1	1.2	▼4.8

資料來源：IMF、IHS Markit

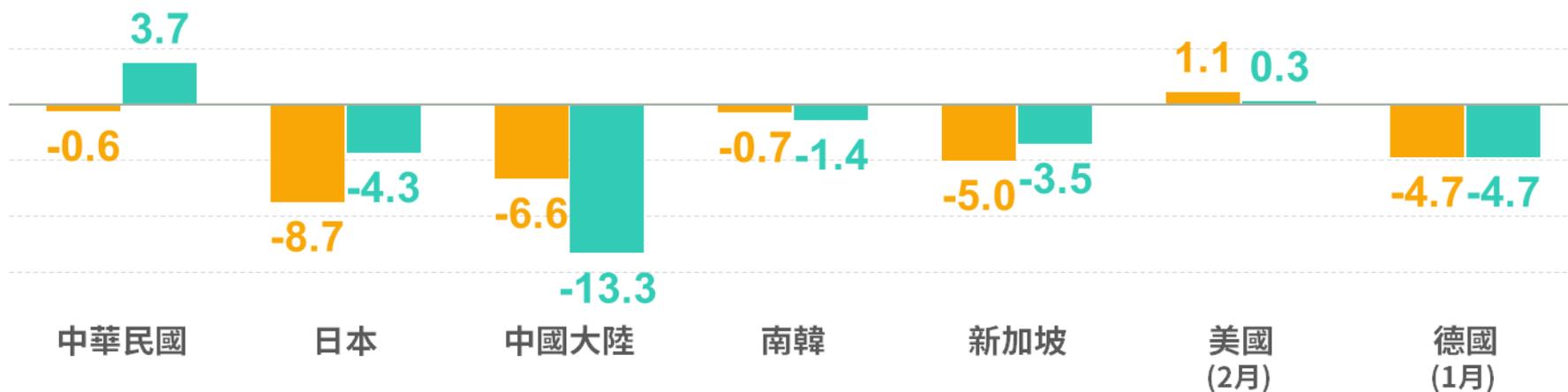
- COVID-19(武漢肺炎)疫情全球蔓延，各國實施封鎖管制，經濟活動劇減，國際貨幣基金(IMF)在4月預估今年全球經濟成長率將急劇萎縮至-3.0%，遠低於2008年金融海嘯時期，其中美國下調至-5.9%，歐元區下調至-7.5%，中國大陸下調至1.2%。
- IHS Markit 4月15日亦預估今年全球經濟成長率-3.0%(原0.7%)，較上年降低5.6個百分點。

3月主要國家出口多呈下滑(按美元計)

出口年增率(%)

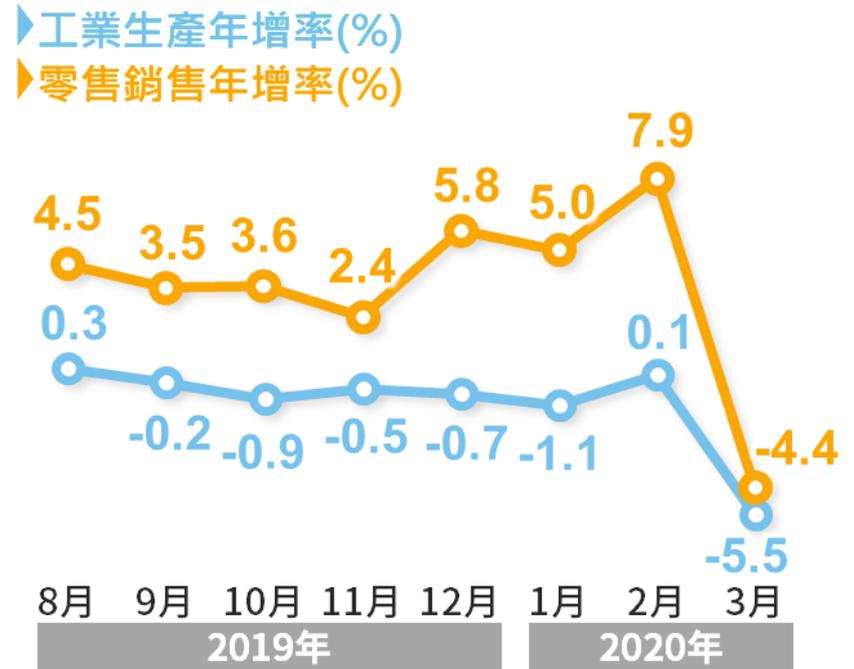
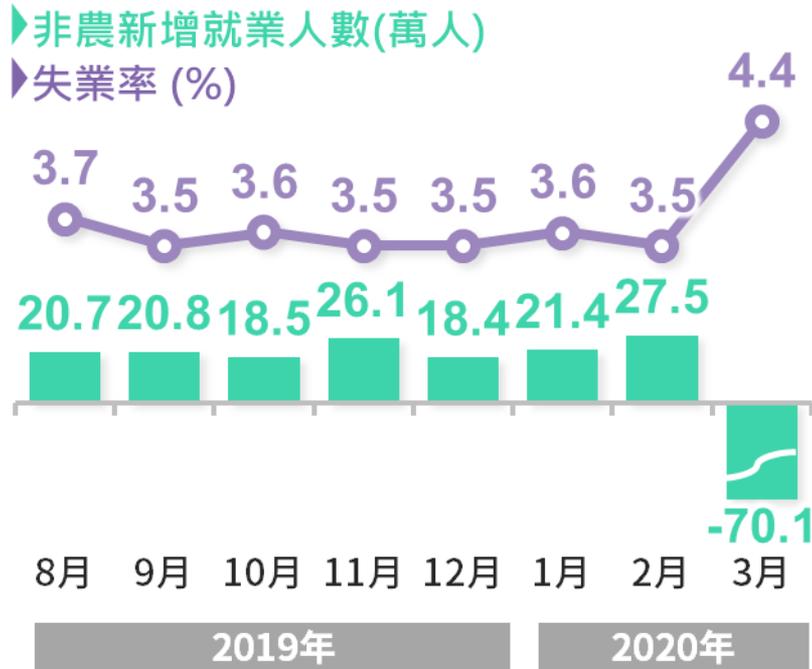
2020年3月

2020年1-3月



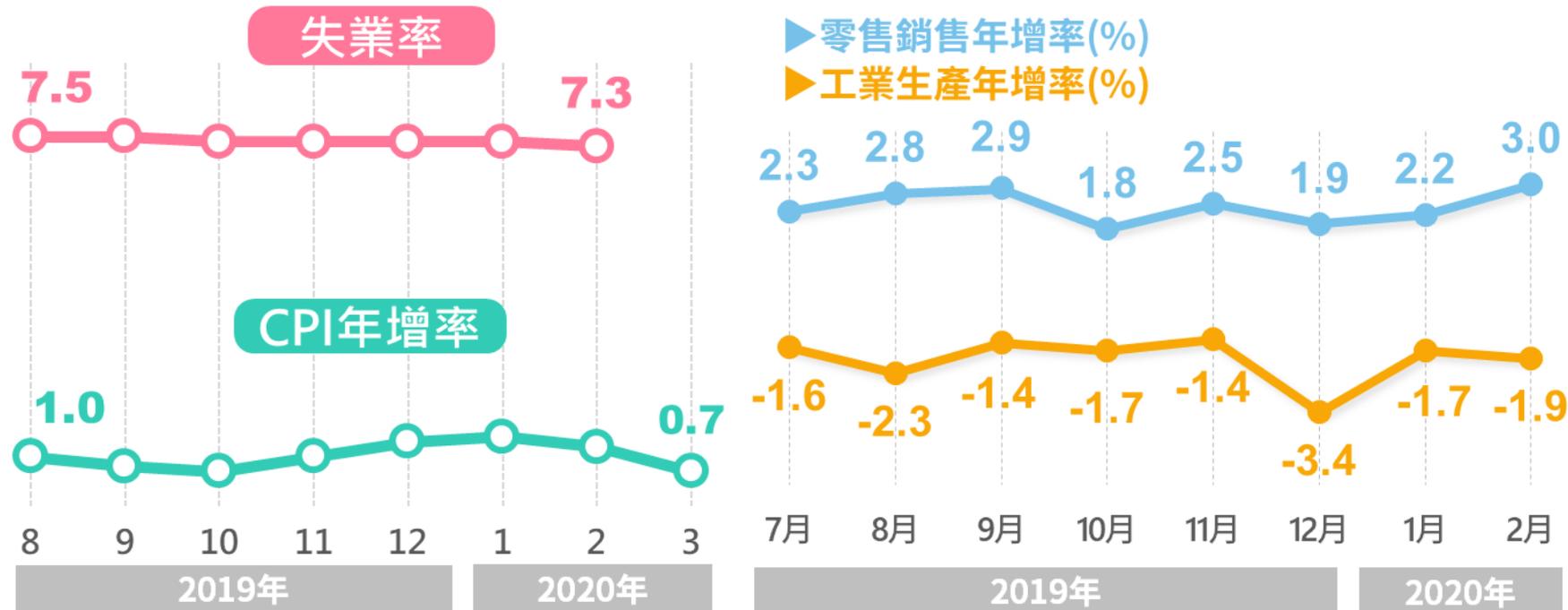
- 受武漢肺炎影響，3月主要國家出口多呈負成長，我國年減0.6%，南韓年減0.7%，新加坡年減5.0%，中國大陸、日本各年減6.6%及8.7%。
- 1-3月我國出口由於積體電路及資通產品出口熱絡，年增3.7%，其他亞洲主要國家出口多呈下滑，中國大陸受肺炎疫情影響，年減13.3%最多，南韓、新加坡及日本分別年減1.4%、3.5%及4.3%。

疫情對美國經濟的衝擊浮現



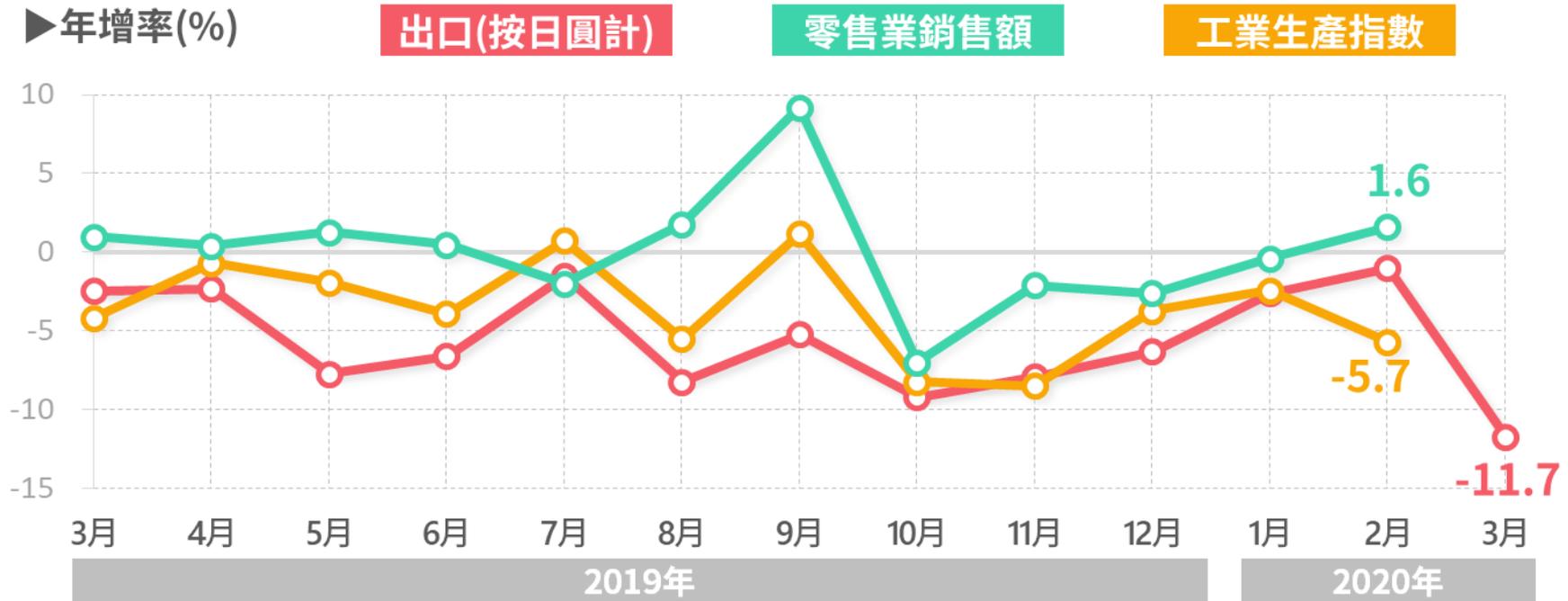
- 美國今年3月非農就業數較上月減70.1萬人，且失業率由2月份的3.5%，攀升至4.4%，為2017年9月以來最高，顯示在武漢疫情影響下，美國就業市場正快速惡化。
- 因疫情重創供應鏈，加上居家避疫令，導致企業生產、投資及民間消費均同步萎縮，其中工業生產年減5.5%，為2009年12月以來最大減幅，零售銷售額年減4.4%，為2009年10月以來最大減幅。

歐元區經濟成長存下行風險



- 歐元區2月失業率7.3%，仍維持近11年來最低水準；工業生產2月年減1.9%，連續16個月負成長；零售銷售年增3.0%，由於2月尚未採取強制防疫措施，就業及消費市場表現平穩。
- 3月起肺炎疫情快速擴散，油價和其他大宗商品價格下跌，歐元區3月消費者物價指數年增率下滑至0.7%；由於各行業經濟活動均受疫情干擾，經濟成長存在下行風險。

日本3月出口連16個月負成長



- 因武漢肺炎疫情快速擴散，導致供應鏈中斷與需求急凍，日本2月工業生產年減5.7%；因疫情帶動在家用餐需求增溫，加上防疫周邊商品熱銷，零售業銷售額年增1.6%，結束4個月負成長。
- 疫情衝擊全球需求，3月按日圓計出口年減11.7%，連續16個月負成長，且為2016年8月以來最大降幅，主因汽車、船舶及機械出口下滑，其中對美國、中國大陸出口各年減16.5%、8.7%。

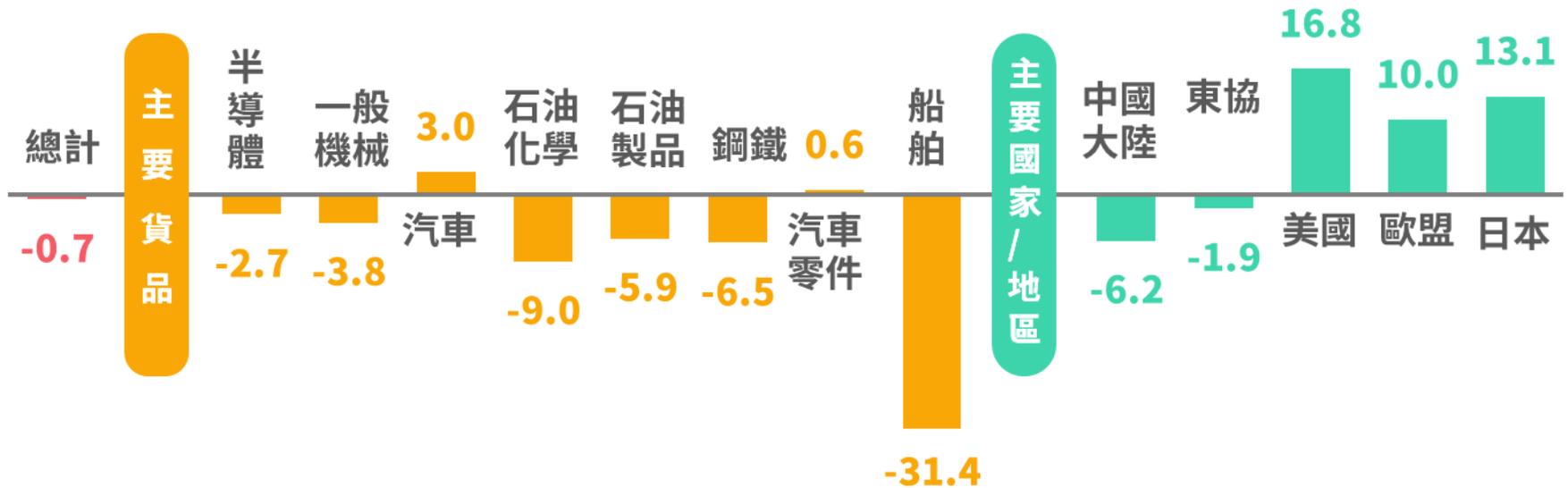
中國大陸第1季GDP負成長6.8%

	出口 年增率 (%)	進口 年增率 (%)	工業生產 年增率 (%)	社會消費品 零售額 年增率(%)	固定投資 累計年增率 (%)		GDP 成長率 (%)
2019年	0.5	-2.7	5.7	8.0	5.4	2019年	6.1
12月	7.9	16.5	6.9	8.0	5.4	Q1	6.4
2020年累計	-13.3	-2.9	-8.4	-19.0	-16.1	Q2	6.2
1月	-	-	-	-	-	Q3	6.0
2月	-17.2	-4.0	-13.5	-20.5	-24.5	Q4	6.0
3月	-6.6	-0.9	-1.1	-15.8	-16.1	2020年Q1	-6.8

- 中國大陸受武漢肺炎疫情影響，3月出口年減6.6%，進口年減0.9%，雙雙較去年同期減少；疫情快速蔓延和嚴格防疫措施，導致生產、消費和投資均大幅減少，3月工業生產年減1.1%，社會消費品零售額年減15.8%，1-3月固定投資累計年減16.1%。
- 由於出口、投資及消費等均全面下滑，中國大陸第1季經濟成長率衰退6.8%，創下1992年有紀錄以來的首次負成長。

南韓3月出口微幅下降

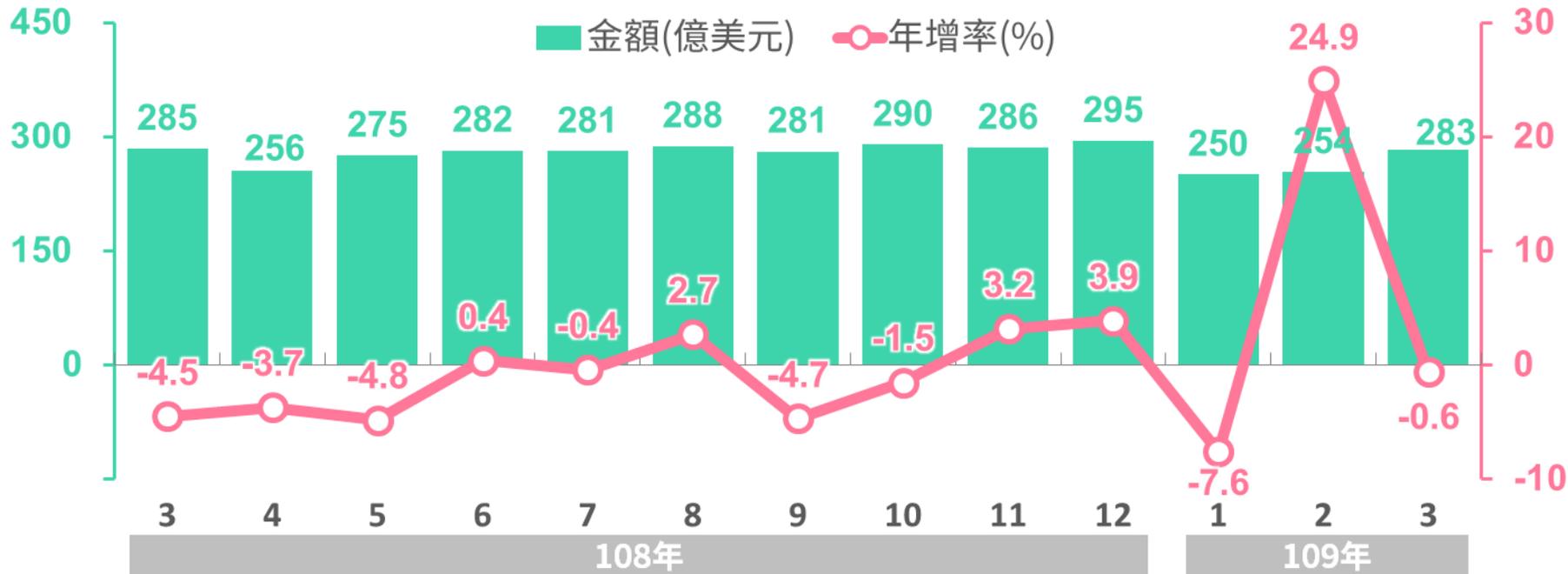
2020年3月出口年增率(%)



- 3月雖疫情擴散全球，中國、美國及歐洲主要工廠陸續停工影響，惟南韓生產線維持正常運作，致3月出口僅年減0.7%。
- 主要出口貨品，除汽車、汽車零件出口各成長3.0%、0.6%外，其餘呈負成長，其中以船舶年減31.4%最多，半導體年減2.7%。主要出口市場中，對中國大陸、東協出口各年減6.2%、1.9%，而對美國、歐盟及日本出口則各年增16.8%、10.0%及13.1%。

貳、國內經濟情勢

3月出口年減0.6%

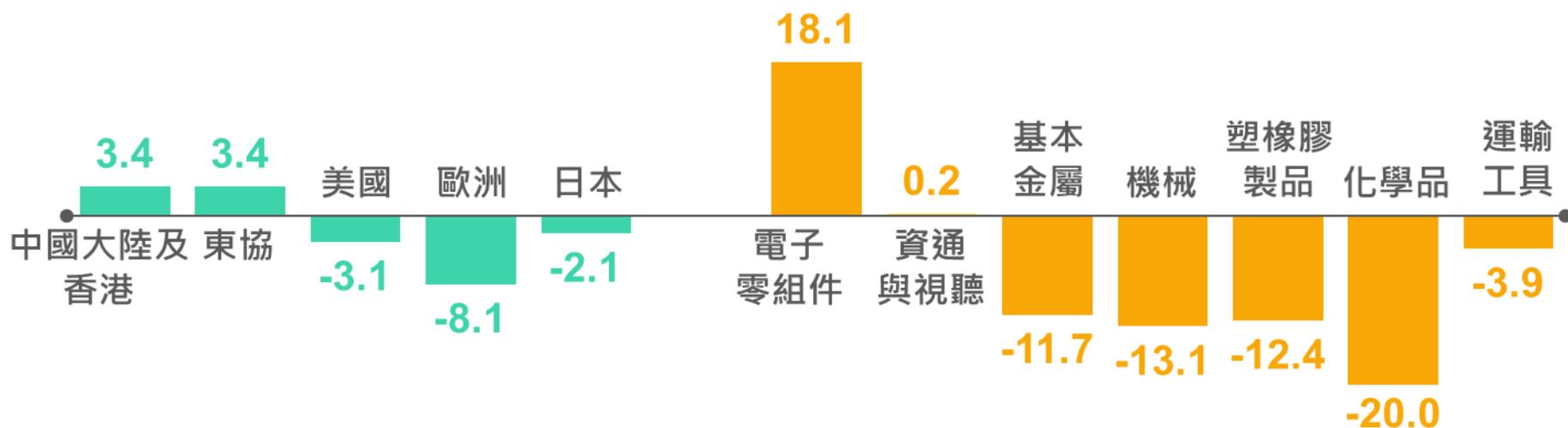


- 隨武漢肺炎疫情蔓延至歐美地區，加劇全球需求緊縮疑慮，國際原物料價格隨之重挫，傳產貨品出口明顯弱化，惟中國大陸產線復工加速，遠端辦公與電商等宅經濟順勢興起，以及5G通訊等新興科技持續發酵，正負互抵後，3月總出口為283億美元，年減0.6%。
- 展望未來，新興科技持續推展，遠距會議、教學等宅經濟商機加速崛起，廠商調升在台產能配置之趨勢延續，均有利挹注我國出口，惟肺炎疫情持續擴大蔓延，恐限縮我國第2季出口成長空間。

電子零組件3月出口值創歷年單月新高

主要出口市場

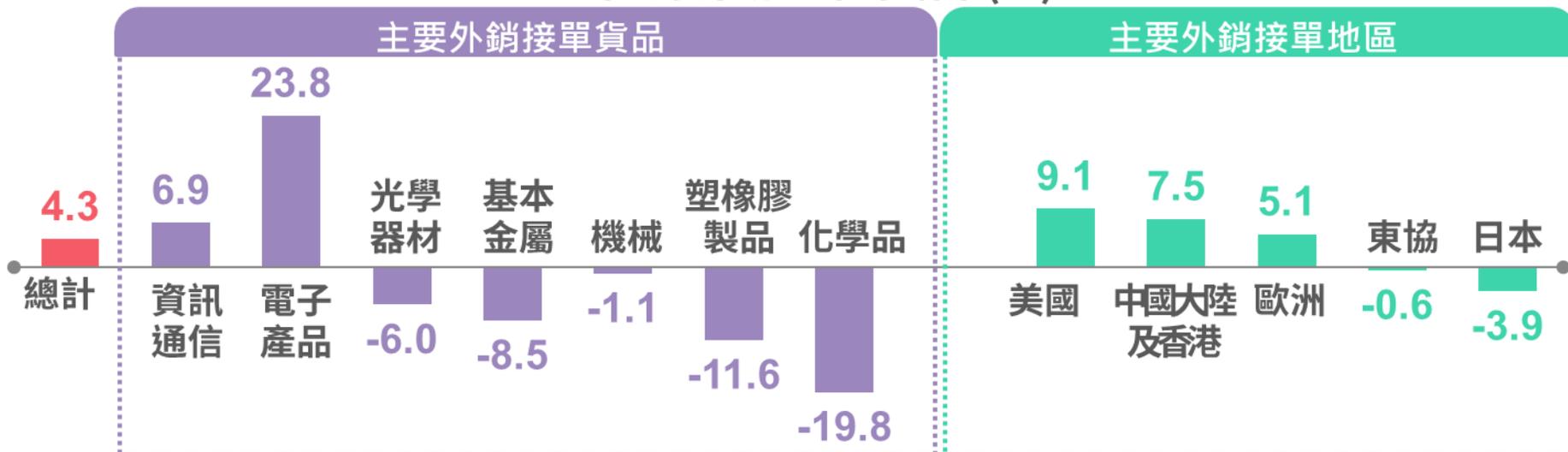
主要出口貨品



- 3月主要市場方面，除對中國大陸及香港、東協出口均成長3.4%外，其餘市場轉呈滑落，以對歐洲出口年減8.1%最多，對美國下滑3.1%，終止連續41個月正成長，對日本出口亦減2.1%。
- 3月主要出口貨品中，化學品、機械、塑橡膠製品、基本金屬等因油價、鋼價急跌及需求萎縮，分別年減20.0%、13.1%、12.4%、11.7%；電子零組件因積體電路外銷續呈活絡，年增18.1%，出口值刷新紀錄；資通與視聽產品因基期已高，僅增0.2%。

3月外銷訂單由負轉正

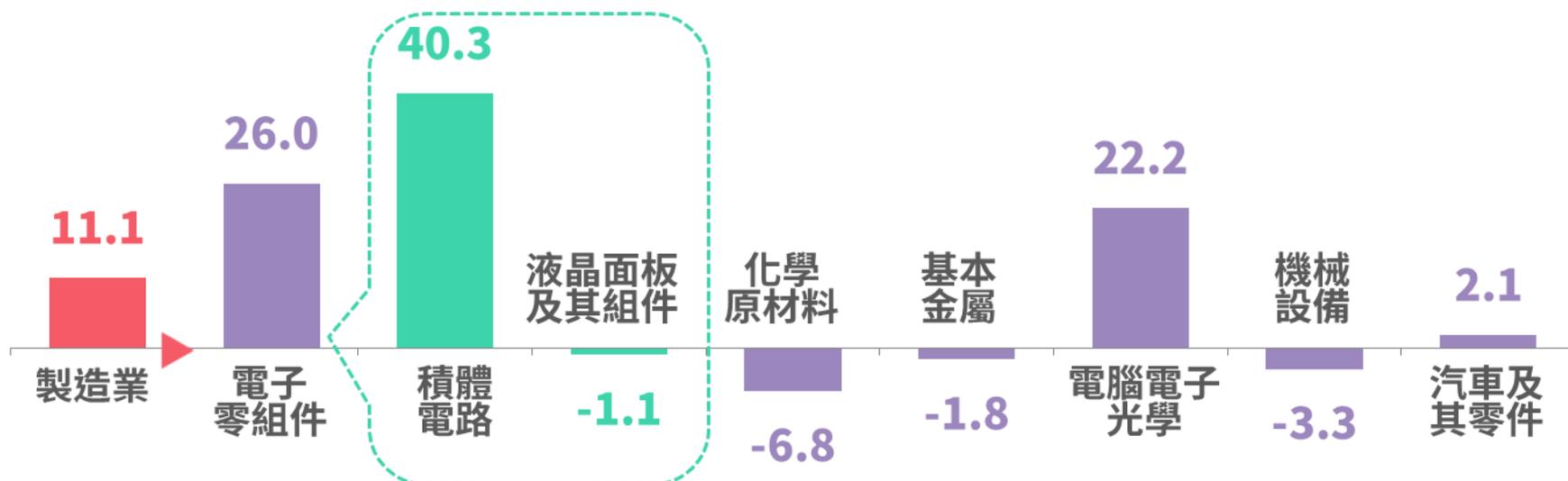
109年3月外銷訂單年增率(%)



- 3月外銷訂單年增4.3%，其中電子產品及資訊通信產品分別年增23.8%及6.9%，主因5G通訊、高效能運算等新興科技應用持續增溫，加上訂單遞延效應顯現，以及遠距工作、線上教學需求興起所致；光學器材因面板價格持續低於上年同期，加上需求亦受疫情衝擊，致年減6.0%。
- 傳統貨品方面，因肺炎疫情持續延燒，終端消費需求疲弱，及國際原油、鋼品價格走跌，接單均呈負成長，其中基本金屬年減8.5%，塑橡膠製品年減11.6%，化學品年減19.8%，機械年減1.1%。

電子零組件業3月生產指數創歷年單月新高

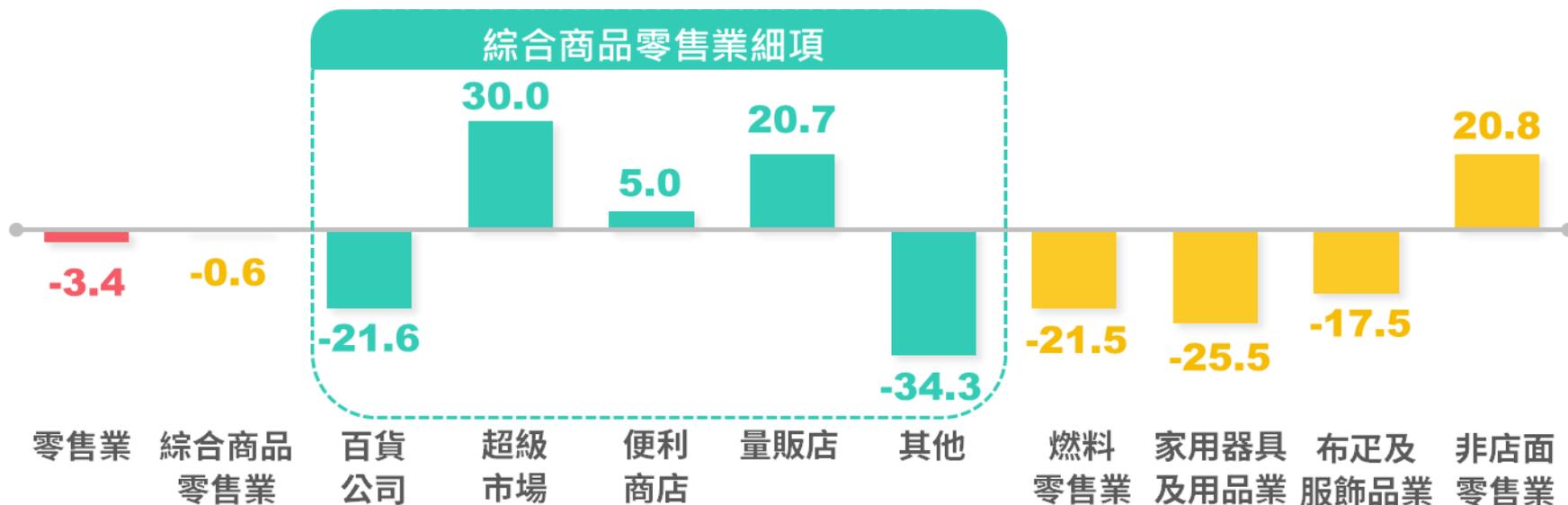
109年3月製造業生產量指數年增率(%)



- 3月製造業生產年增11.1%，其中電子零組件業生產指數創歷年單月新高，年增26.0%，為推升製造業生產成長之主要貢獻，主因受惠於5G通訊、高效能運算需求強勁所致；電腦電子產品及光學製品業年增22.2%，主因行動裝置鏡頭回補庫存需求，加上伺服器等在廠商擴增國內產線及遠端服務設備需求升溫下明顯增產所致。
- 傳統產業除續受美中貿易摩擦負面影響外，復因疫情擴及全球，市場需求下滑，致化學原材料業、機械設備業及基本金屬業分別年減6.8%、3.3%及1.8%；汽車及其零件業則年增2.1%。

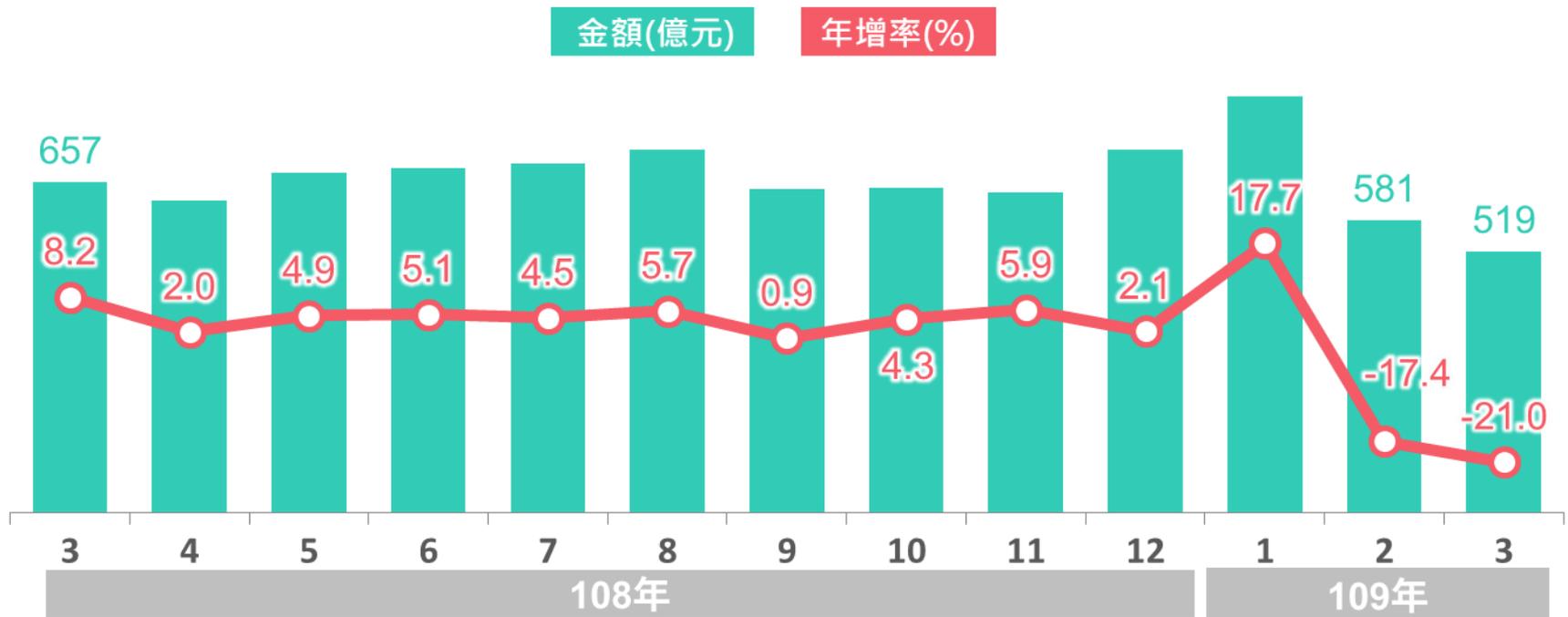
受疫情影響，3月零售業表現疲弱

109年3月零售業營業額年增率(%)



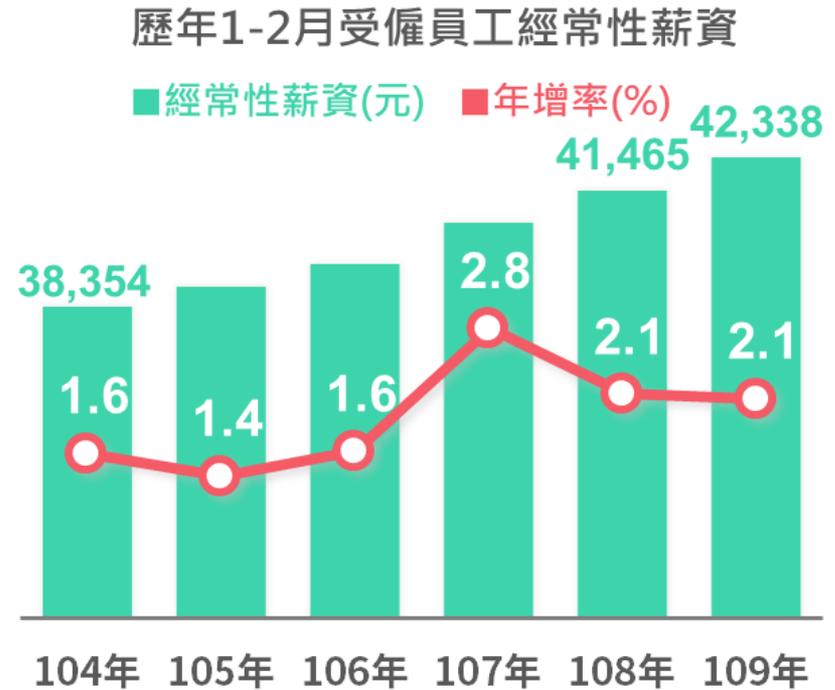
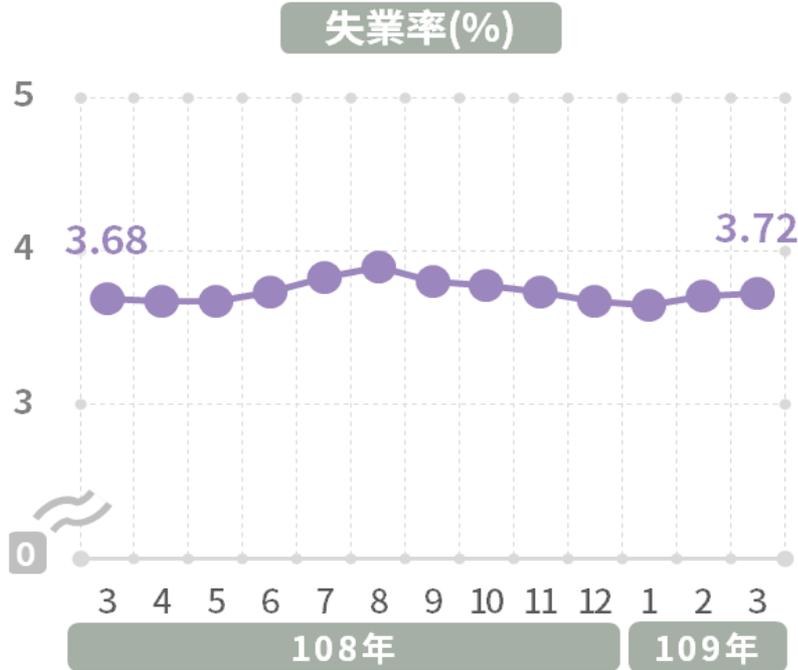
- 3月零售業營業額年減3.4%，其中受疫情影響致來客數減少的零售業，所受衝擊最大，包括百貨公司年減21.6%、其他綜合商品零售業(如免稅店等)年減34.3%、布疋及服飾品業年減17.5%、家用器具用品零售業年減25.5%；燃料零售業亦因油價大跌而年減21.5%。
- 部分業者反因疫情掀起囤貨潮或助長「宅經濟」而成長，包括超級市場及量販店營收分別年增30.0%與20.7%、非店面零售業年增20.8%。

3月餐飲業營業額為歷年最大減幅



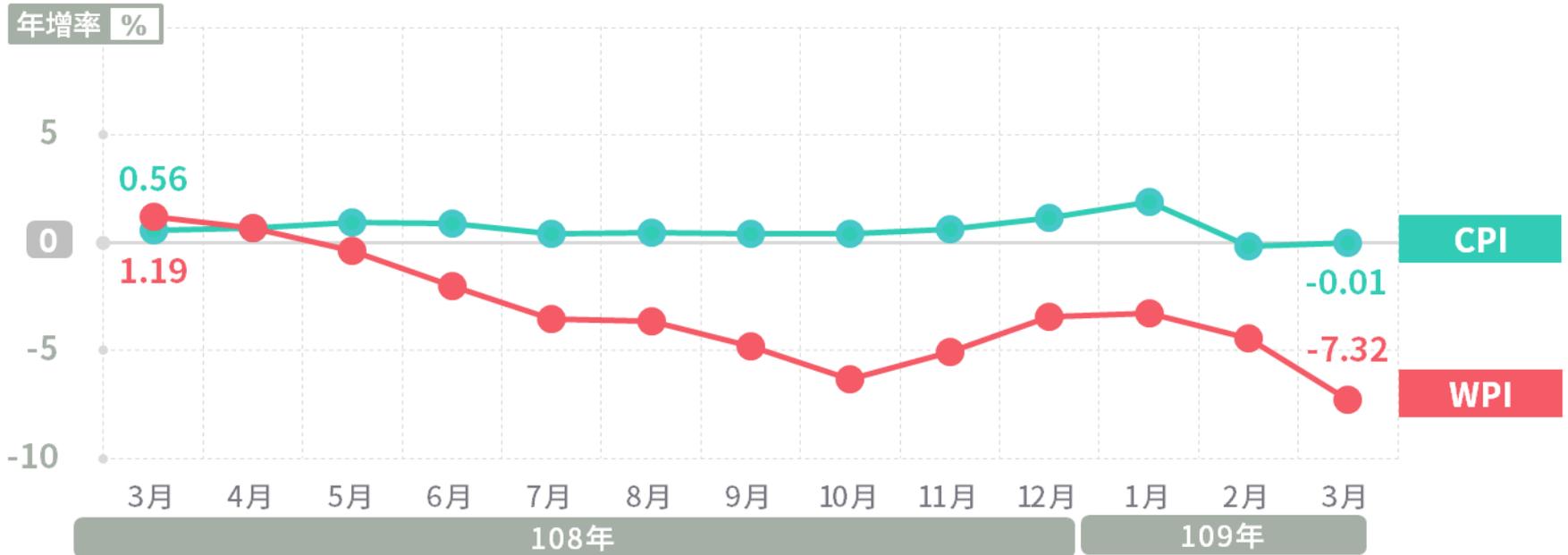
- 3月餐飲業營業額519億元，年減21.0%，其中餐館業年減22.3%，主因全球疫情相繼爆發，觀光客驟減，加上國人減少外出旅遊及聚餐，宴會活動大幅停擺，所幸部分速食業者持續開發新產品並加強促銷，抵銷部分減幅；外燴及團膳承包業亦受疫情影響，年減36.4%，主因航空客運量減少，空廚營收大幅滑落所致。

失業率連續2個月走揚



- 3月失業率為3.72%，較上月上升0.02個百分點，較上年同月亦升0.04個百分點，失業率連續2個月走揚。
- 受工作天數較上年同月多5天，及年初調薪的影響，2月受僱員工經常性薪資平均4萬2,317元，年增2.6%，增幅為19年同月次高。累計1至2月經常性薪資平均為42,338元，年增2.1%

消費者物價溫和乎穩



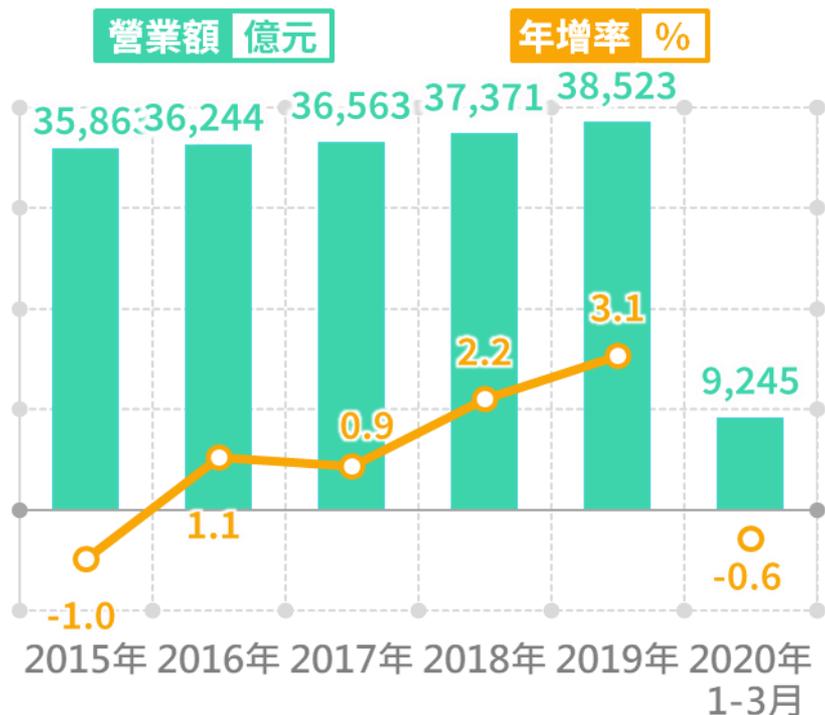
- 3月消費者物價指數(CPI)較去年同月下跌0.01%，主因油料費、燃氣及蔬菜價格下跌，加以通訊費及旅館住宿費調降所致；若扣除蔬果及能源後之核心物價，則漲0.34%。
- 因疫情致全球景氣降溫，原油、化學或有關工業產品與基本金屬等行情走跌，3月躉售物價指數(WPI)較上年同月跌7.32%，其中國產內銷品跌5.66%，進口品跌9.76%，出口品跌6.45%。

參、專題： 疫情干擾下的零售與餐飲業

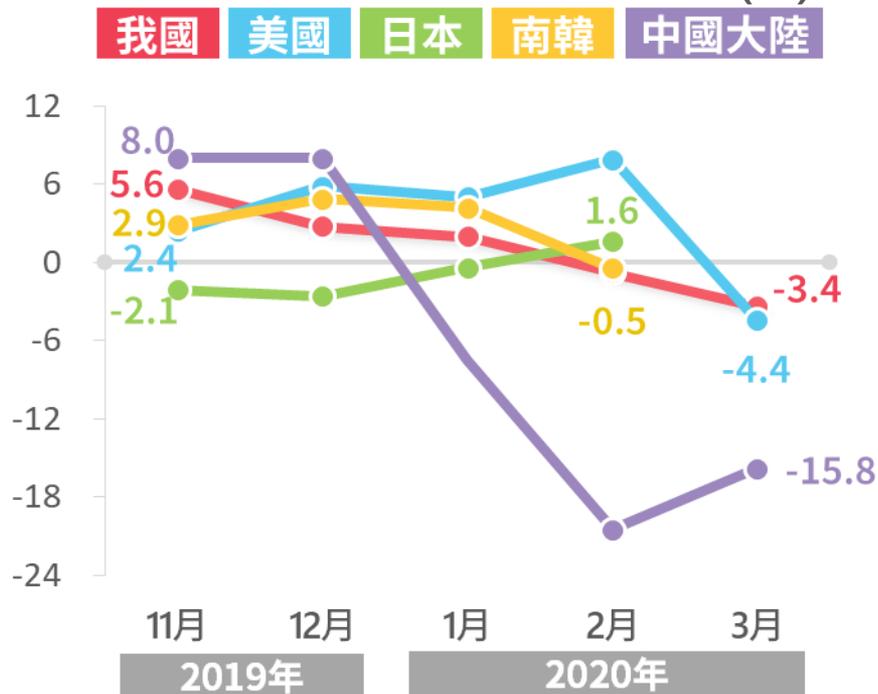
- A. 零售業受損與受益業者兼有
- B. 餐飲業各類型受創程度不一

我國3月零售業營業額減幅小於美、中

零售業營業額及年增率



主要國家零售業營業額年增率(%)



註：中國大陸為社會消費品零售額年增率

- 3月受疫情影響致來客數減少，零售業營業額年減3.4%，連續2個月負成長。累計第1季較上年同期減少0.6%。
- 中國大陸及美國相繼受疫情影響而採取防疫管制措施，3月零售業營業額分別減少15.8%、4.4%，我國所受衝擊相對和緩。累計第1季中國大陸年減19.0%，美國年增2.5%；日本1-2月0.6%、南韓2.0%。

零售業受損受益兩樣情

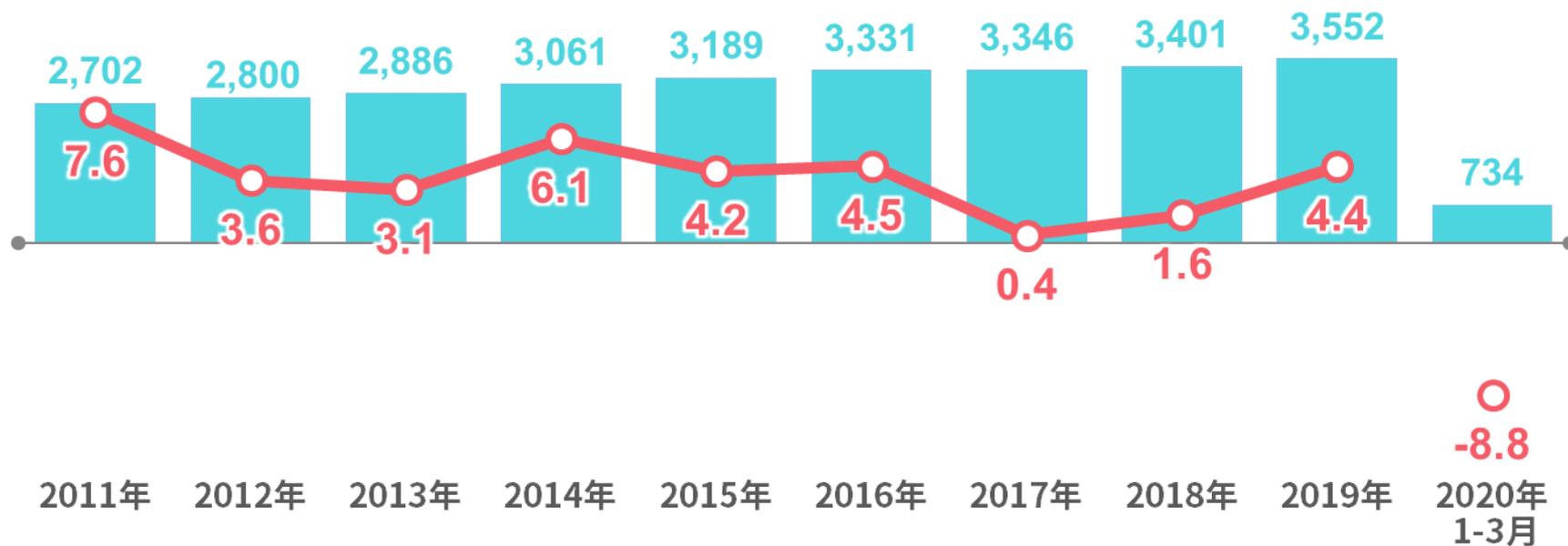
行業別	2020年3月		2020年1-3月	
	營業額 (億元)	年增率 (%)	營業額 (億元)	年增率 (%)
零售業總計	2,906	-3.4	9,245	-0.6
受損業別	838	-22.6	3,047	-11.2
百貨公司業	193	-21.6	734	-8.8
其他綜合商品零售業	90	-34.3	325	-22.6
布疋及服飾品業	167	-17.5	689	-6.8
家用器具及用品業	118	-25.5	404	-16.9
文教育樂用品零售業	56	-10.8	191	-4.7
燃料零售業	171	-21.5	580	-7.2
其他專賣零售業	42	-25.2	123	-20.8
受惠業別	599	25.0	1,768	16.7
超級市場業	211	30.0	584	20.1
量販業	193	20.7	614	13.7
電子購物及郵購業	195	24.2	569	16.5

- 就主要業別觀察，受衝擊最大者包括百貨公司、其他綜合商品零售業(如免稅店等)、布疋及服飾品、家用器具及用品、文教育樂用品、燃料零售業、其他專賣零售業等7個業別，3月合計減幅達22.6%，第1季減11.2%。
- 受惠業別分別為超市、量販店、電子購物及郵購業等3個業別，3月合計年增25.0%，第1季年增16.7%。

消費人潮減少 百貨公司第1季營收下滑

百貨公司營業額及年增率

■ 營業額(億元) ● 年增率(%)



- 近年各大百貨公司增加餐飲比重，利用餐飲集客效應帶動購物消費，惟今年3月因疫情未歇，民眾減少外出及聚餐，來客數明顯下滑，營業額年減21.6%，為2003年6月以來最大減幅(排除農曆春節因素)。
- 累計第1季營收年減8.8%，為歷年單季最大減幅。

疫情重創觀光 免稅店營收大減

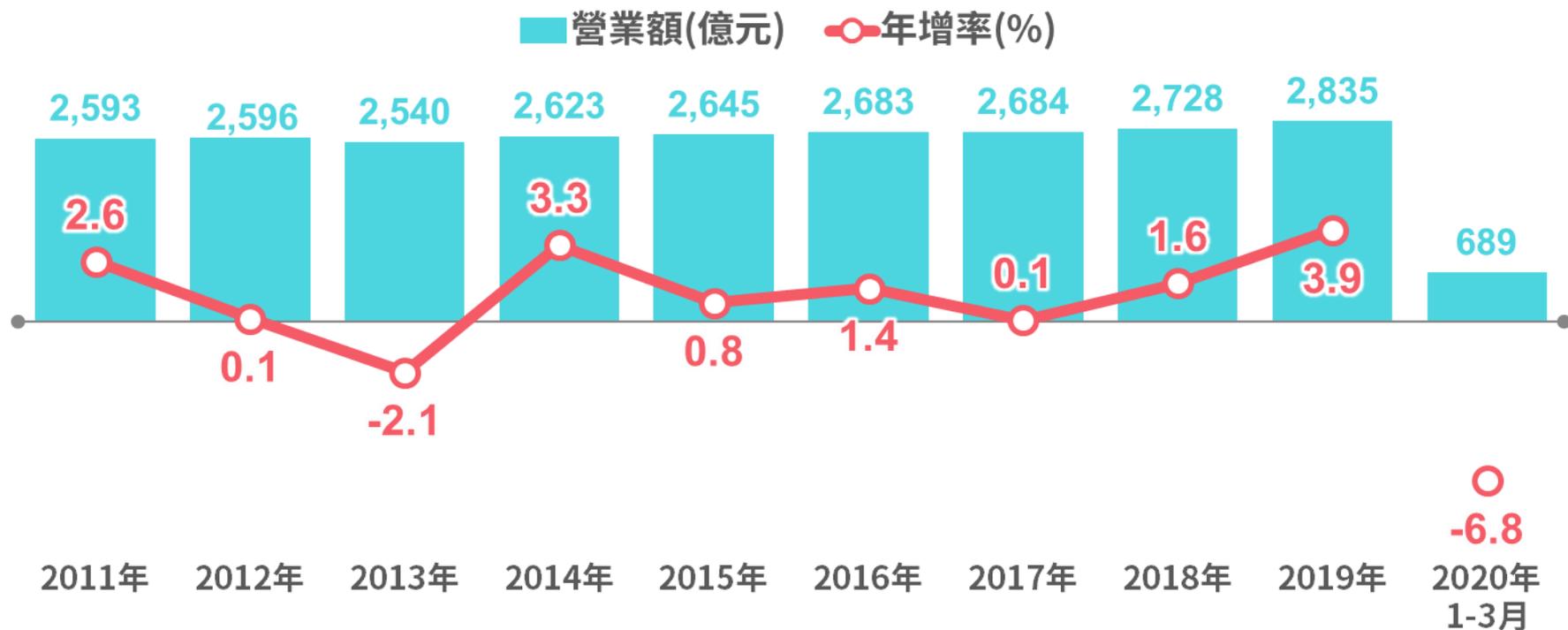
其他綜合商品零售業營業額及年增率



出入境人數

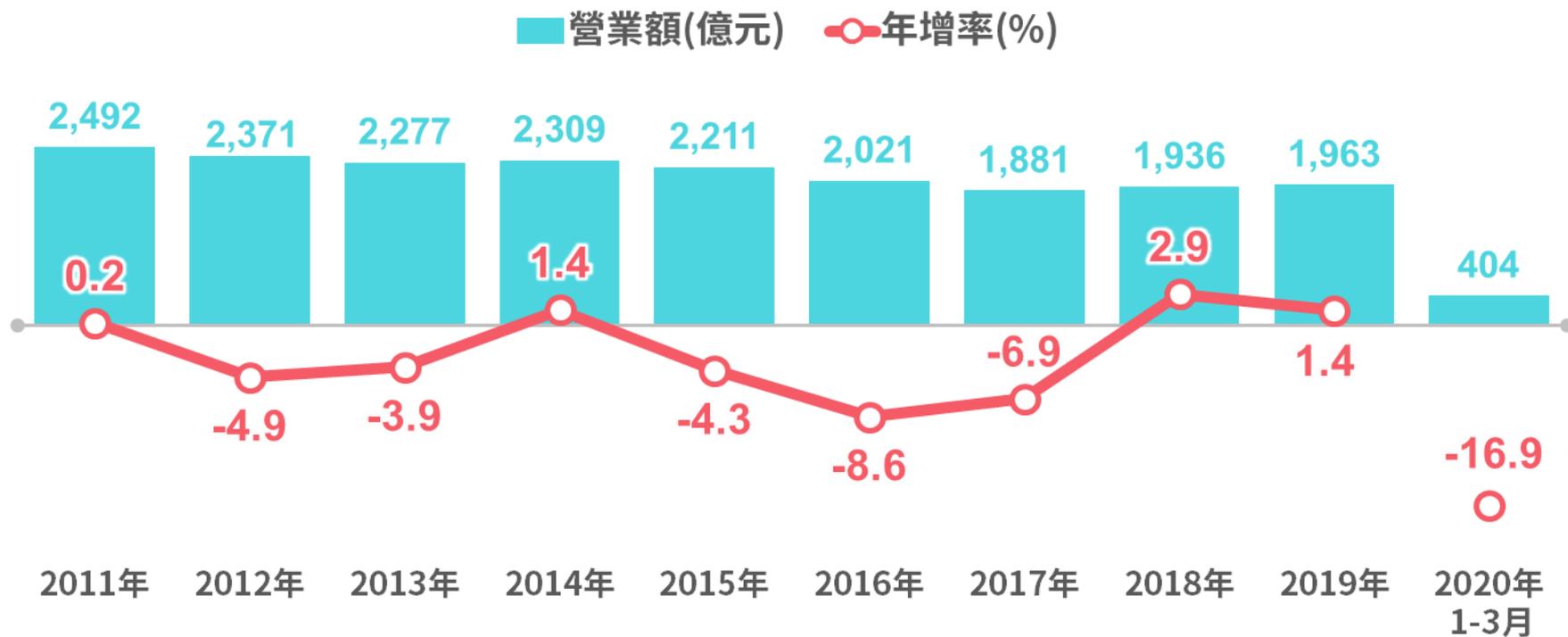
	來臺人數	陸客		出國人數
		陸客	日客	
人數(千人次)				
2020年1-3月	1,249	98	262	2,117
1月	813	91	136	1,412
2月	357	6	114	603
3月	78	2	13	101
年增率(%)				
2020年1-3月	-57.0	-87.6	-48.3	-49.2
1月	-6.3	-61.9	-7.2	8.7
2月	-62.6	-98.0	-21.3	-58.9
3月	-92.8	-99.4	-94.1	-92.7

- 受肺炎疫情影响，2月及3月來臺旅客人數分別較去年同期大減62.6%(60萬人次)及92.8%(100萬人次)，其中陸客因最早實施入境管制，第1季暴減87.6%；由於出國旅遊警示升級，第1季國人出國人數亦減少49.2%。
- 因出入境旅客量遽減重創免稅店業績，影響所及，第1季其他綜合商品零售業營業額年減22.6%(其中3月-34.3%)，為歷年單季最大減幅。



- 第1季布疋及服飾品零售業營業額年減6.8%(其中3月-17.5%)，為2006年第3季以來最大減幅，主因疫情擴散，民眾減少外出購物，致服裝、配件及運動相關商品需求減少，惟精品反因國人無法出國旅遊而致買氣升溫，抵銷部分減幅。

家用器具及用品零售業受觀光客驟減波及



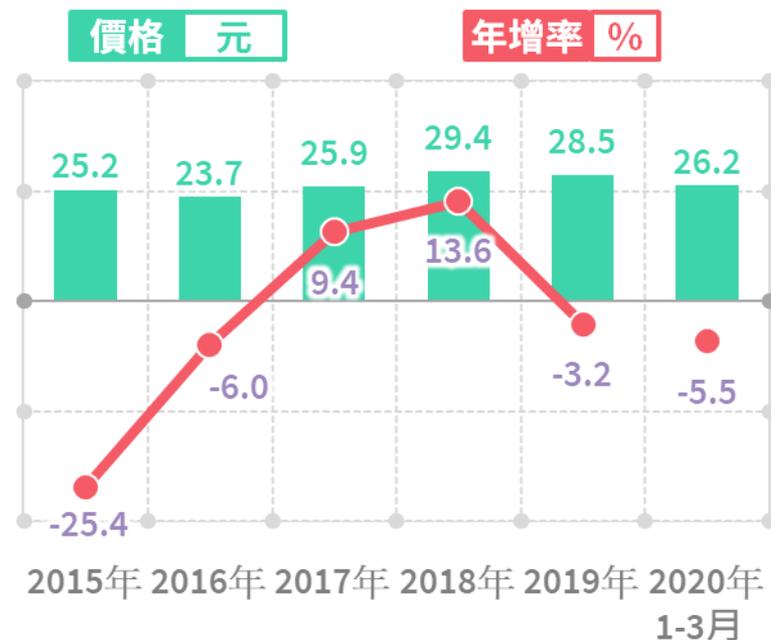
- 3月份家用器具及用品業營業額年減25.5%，為歷年單月最大減幅，主因觀光客驟減，珠寶、玉石買氣持續滑落，惟大型家具及居家用品業者舉辦促銷活動以及擴展線上購物，抵銷部分減幅。
- 第1季營收年減16.9%，為歷年單季最大減幅。

油價下滑 燃料零售業營業額減幅擴大

燃料零售業營業額及年增率



95無鉛汽油每公升平均價格



- 因疫情重創全球經濟，導致原油需求量大減及油價急跌，今年3月OPEC原油油價平均每桶降至33.9美元，較去年同月大跌48.9%；國內95無鉛汽油每公升平均價格亦跌至22.7元，為2016年4月以來最低，年減19.7%。
- 由於燃料零售業營業額易隨油價波動，致3月燃料零售業營業額年減21.5%，為2015年11月以來最大減幅，累計第1季年減7.2%。

超級市場營業額及年增率



超級市場展店家數(家)

	合計	全聯 (含松青)	美廉社	頂好 (惠康)
2011年底	1,525	603	250	280
2015年底	1,880	887	546	225
2017年底	2,163	909	614	229
2019年底	2,300	994	708	208
2020年3月底	2,315	994	726	205
較2011年底 增減店數	790	391	476	-75

資料來源：流通快訊

- 隨業者擴增據點，近年超級市場營業額以4.5%~8.4%的速度穩步擴增。
- 今年3月更因疫情發酵掀起防疫周邊、民生物資及清潔等商品搶購潮，致營業額達211億元，年增30.0%，創歷年單月最大增幅。累計第1季營收達584億元，年增20.1%，亦為歷年單季最大增幅。

量販店營業額及年增率

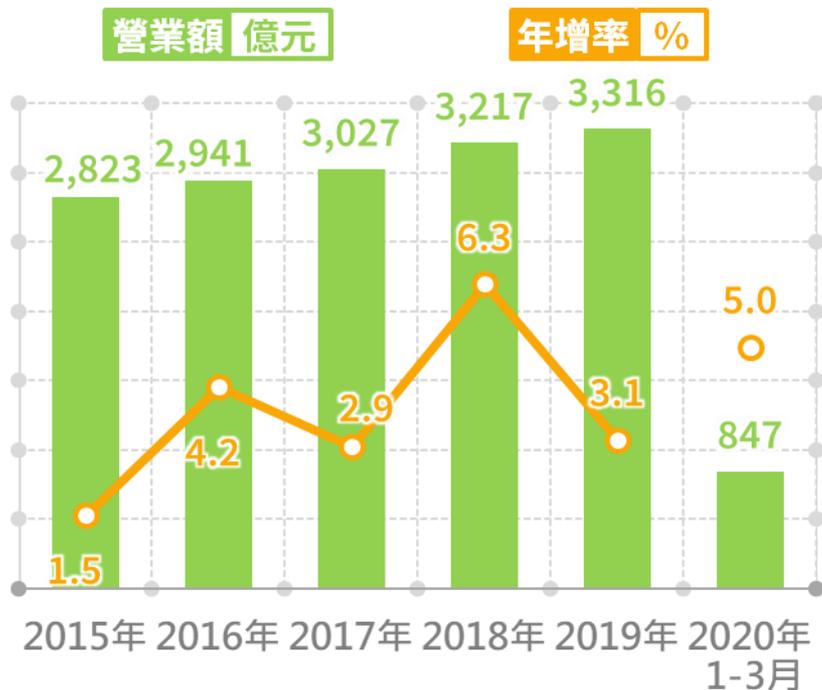


量販店營業店數(家)

	合計	家樂福 (含便利購)	大潤發	愛買	好市多
2011年底	121	63	26	18	8
2015年底	142	82	24	16	11
2018年底	185	128	22	16	13
2019年底	181	133	22	15	13
2020年3月底	187	137	22	14	13
較2011年底 增減店數	66	74	-4	-4	5

- 量販店展店速度雖未若超級市場快速，惟因積極深耕社區及經營網購平台，近年營收穩健成長，每年成長幅度介於2.5%~5.3%之間。
- 今年3月份更由於疫情掀起民生物資搶購熱潮，大舉推升營收揚升20.7%，為2000年10月以來最大增幅(排除農曆春節因素)；累計第1季營收614億元，年增13.7%，為2008年第2季以來最大增幅。

便利商店營業額及年增率



我國四大便利商店展店家數(家)

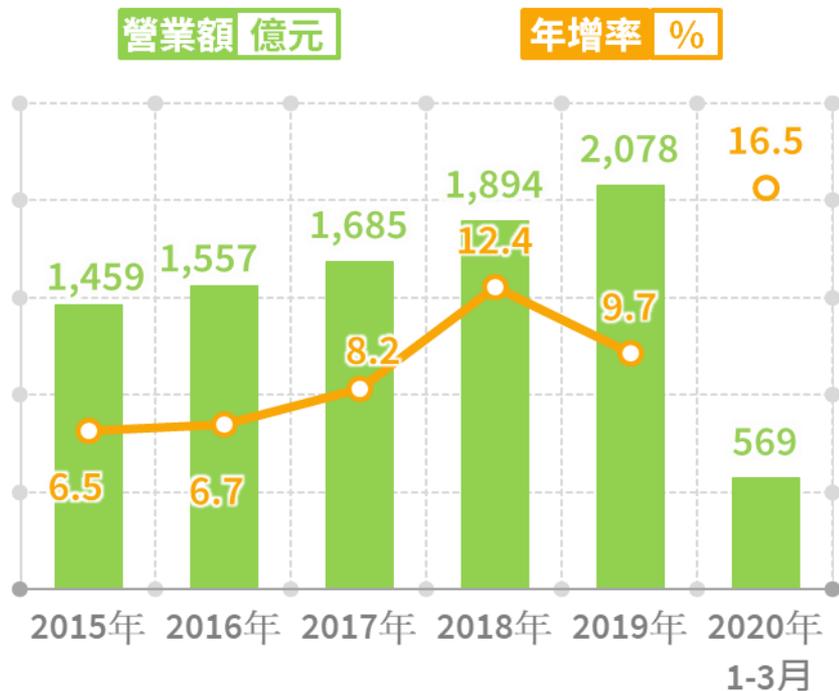
	合計	統一	全家	萊爾富	OK
2011年底	9,739	4,784	2,801	1,285	869
2015年底	10,187	5,032	2,975	1,300	880
2017年底	10,544	5,283	3,142	1,281	838
2019年底	11,353	5,609	3,531	1,406	807
2020年3月底	11,439	5,623	3,598	1,428	790
較2011年底 增減店數	1,700	839	797	143	-79

資料來源：流通快訊

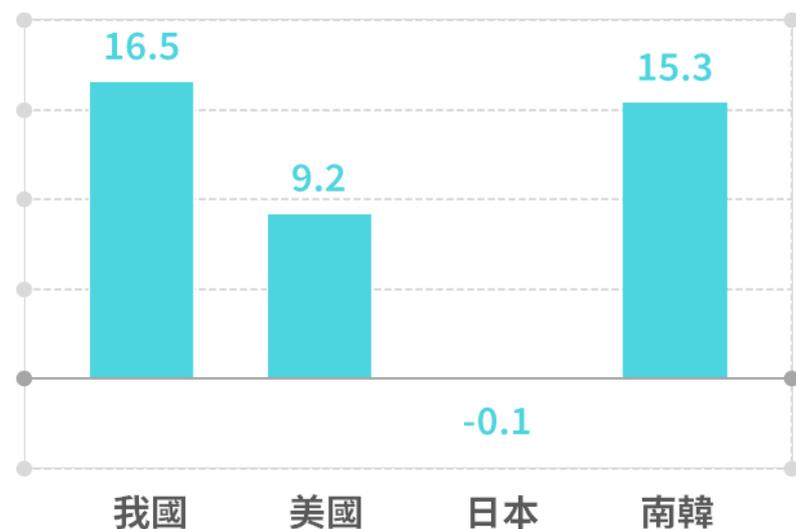
- 2020年3月底我國四大便利商店總數達11,439家，便利商店密度居全球第二，為民眾提供最佳便利購物服務。
- 隨總店數擴增，近年營收亦穩定擴增，今年第1季更因民眾減少餐廳外食、就近採購鮮食等需求上升，帶動第1季營收達847億元，為歷年單季次高，年增5.0%，亦是少數未受疫情衝擊之零售業。

A-11 疫情助長宅經濟，電子購物業績明顯成長

電子購物及郵購業營業額及年增率



1-3月電子購物及郵購業營業額年增(%)



註：日、韓2020年為1-2月資料

- 疫情助長宅經濟發酵，民眾居家時間增多，防疫及民生用品、保健食品、廚房家電與3C商品等需求增溫，帶動第1季電子購物及郵購業營業額創歷年單季次高，年增16.5%。
- 各國無店面零售業營業額亦快速成長，其中2020年第1季美國成長9.2%，南韓年增15.3%(1-2月)，日本則年減0.1%(1-2月)。

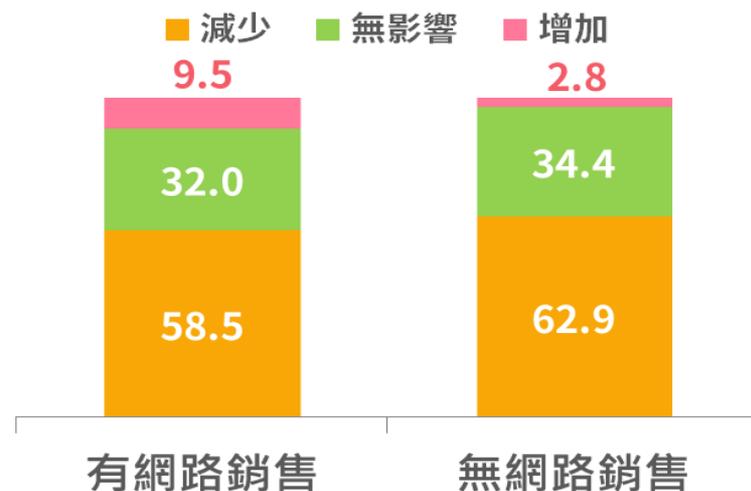
網路銷售助零售業減緩疫情衝擊

零售業營業額及網路銷售額(億元)

	零售業	網路銷售額		實體通路 銷售額
		銷售額	占比 (%)	
2017年	36,563	2,283	6.2	34,280
2018年	37,371	2,517	6.7	34,854
2019年	38,523	2,873	7.5	35,650
第1季	9,297	681	7.3	8,616
2020年第1季	9,245	811	8.8	8,433
年增率(%)	-0.6	19.1	-	-2.1

零售業受疫情影響比率(%)

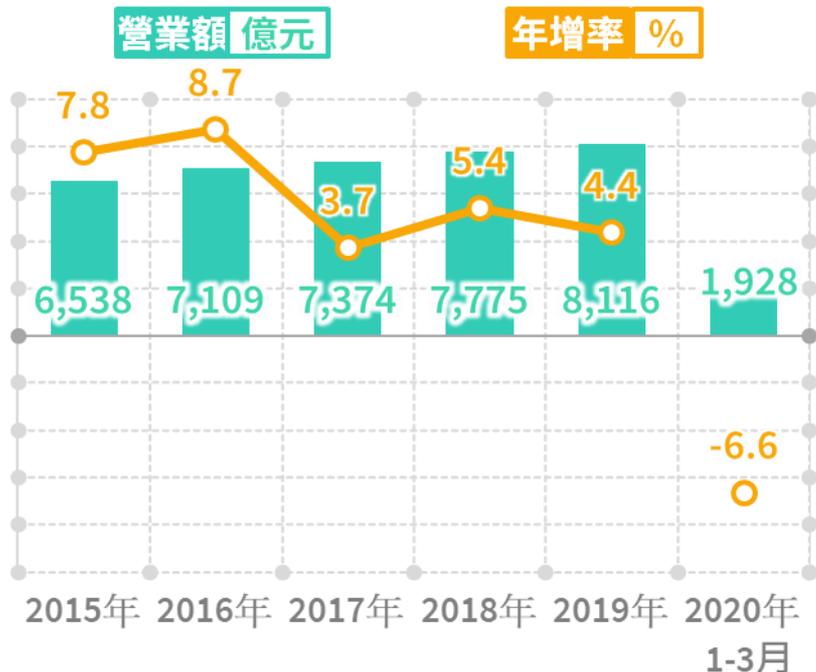
2020年3月



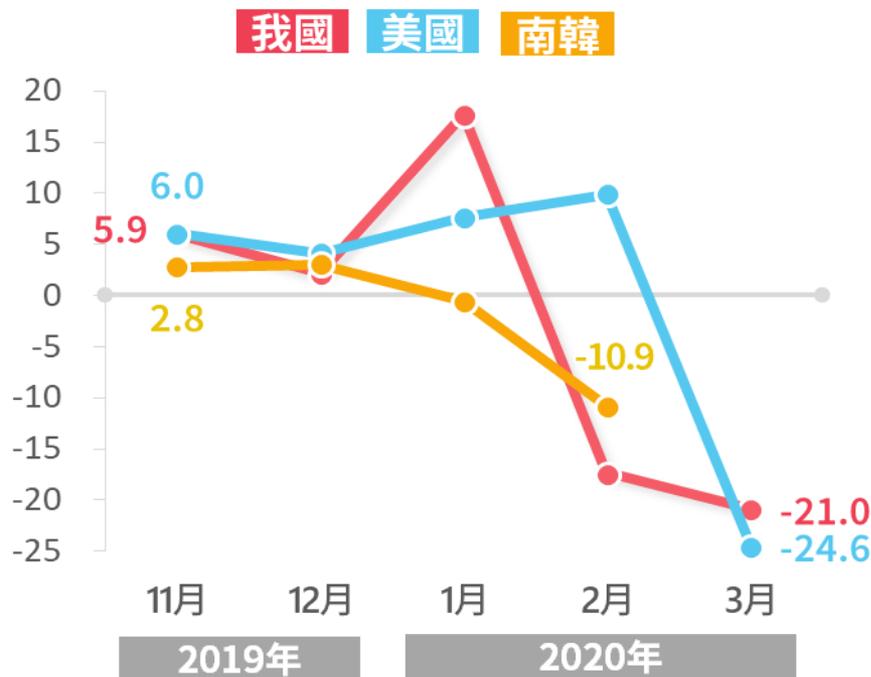
- 隨著民眾消費管道益趨多元，網路銷售占零售業比率自2017年6.2%，升至2019年7.5%，今年第1季更升至8.8%。
- 第1季整體零售業透過網路銷售之營業額為811億元，年增19.1%，對整體零售業營收成長貢獻1.4個百分點，主因疫情減低民眾外出頻率，消費管道轉移至網路而助長其增勢；實體通路則減少2.1%。
- 依零售業是否提供網路銷售服務觀察，有提供網路銷售者，3月受疫情影響而減少營收之家數占58.5%，低於無提供者之62.9%，顯示網路銷售服務有助減緩疫情衝擊。

各國餐飲業均受疫情衝擊

餐飲業營業額及年增率



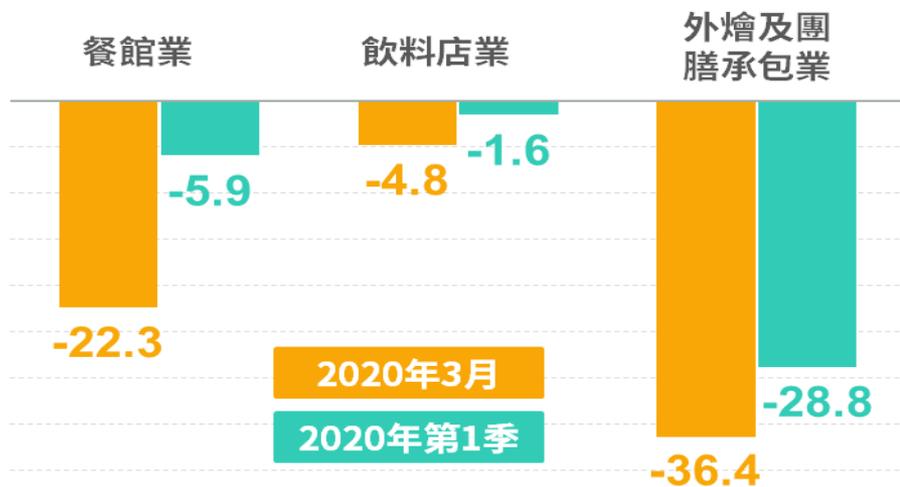
主要國家餐飲業營業額年增率(%)



- 由於民眾減少出遊及聚餐，3月餐飲業營業額僅519億元，為2015年12月以來最低，年減21.0%，為歷年單月最大減幅。累計第1季年減6.6%，為2003年第3季以來最大減幅。
- 各國餐飲業亦同受疫情衝擊，其中美國3月年減24.6%，南韓2月亦年減10.9%，均為歷年單月最大減幅，由於美國疫情相對亞洲較晚擴散，致第1季餐飲業營收-3.5%，亦相對我國之6.6%及南韓(1-2月)之5.4%和緩。

餐館業以宴會為主之業者受創深

營業額年增率(%)



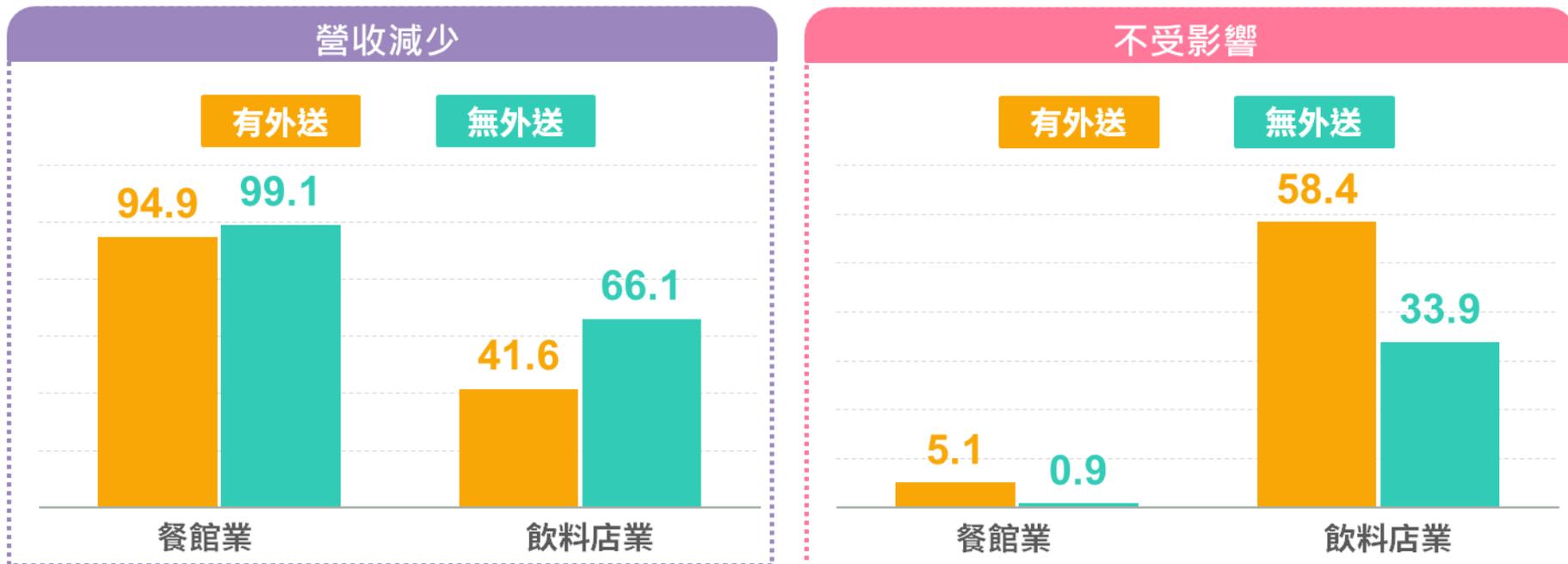
第1季各類餐館業者營收

	營收增減幅(%)	
	3月	1-3月
1.西式速食業者	-0.7	8.5
2.日常聚餐型	-27.7	-9.2
3.宴會型	-62.7	-25.9

- 餐飲業包括餐館、飲料店、外燴及團膳承包業，其中餐館業第1季營業額年減5.9%，為2005年第1季以來最大減幅，惟各類型受創程度不一，以宴會型餐館受創最深，第1季年減25.9%，其中3月份減幅更達62.7%，西式速食業者所受衝擊相對較輕。
- 飲料店業因提供外帶、外送服務者眾，第1季營業額年減1.6%(3月-4.8%)，減幅相對較小。
- 外燴及團膳承包業因延後開學，加上航空客運量減少，重創空廚營收，第1季營業額年減28.8%，為歷年單季最大減幅。

外送服務有助減緩疫情衝擊

3月餐館及飲料店業廠商受武漢肺炎疫情影響情形(%)



- 3月依有無提供外送服務對營收影響觀察，其中有提供外送服務之餐館業、飲料店業營收減少家數分別占94.9%、41.6%，小於無提供外送服務之99.1%、66.1%，顯示提供外送服務之業者營收減少衝擊相對較小。

肆、結語

一、國外經濟

COVID-19(武漢肺炎)疫情在國際間迅速蔓延，對全球生產及消費的衝擊效逐漸顯現，各國經濟活動陷入停滯現象，衝擊全球經濟，4月份主要機構之最新預測，均大幅下修全球經濟成長，其中IHS Markit 與IMF均預計今年全球經濟將轉為負成長3.0%。

二、國內經濟

疫情蔓延及國際原物料價格重挫，壓抑我國出口動能，致3月我國出口年減0.6%，惟受惠於5G通訊、高效能運算等新興科技應用擴增，加上臺商回臺擴廠趨勢延續，製造業生產年增11.1%，表現優於其他國家。民間消費方面，因疫情減低民眾外出頻率，壓縮零售及餐飲業營業額成長力道，致3月營業額分別年減3.4%、21.0%。

展望未來，新興科技持續發酵，遠距辦公、線上教學等需求增溫，加上廠商調升在台產能配置之趨勢延續，均有利挹注我國出口及生產，惟疫情蔓延全球，終端產品需求疲弱，國際原物料價格大幅滑落，恐限縮我國第2季出口、生產及消費之成長空間。

三、專題：疫情干擾下的零售與餐飲業

(一) 零售業：我國3月受疫情影響，民眾減少外出購物活動，零售業營業額年減3.4%；中國大陸及美國亦相繼受疫情影響而採取防疫管制措施，分別減少15.8%、4.4%，我國所受衝擊相對和緩。

第1季零售業營業額年減0.6%，惟疫情對各零售業影響程度不同，茲將各業別影響分述如下：

1. 受損業別：

- (1)百貨公司：因來客數減少，第1季營業額年減8.8，為歷年單季最大減幅。
- (2)其他綜合商品零售業：因出入境旅客量遽減重創免稅店業績，第1季營業額年減22.6%，為歷年單季最大減幅。
- (3)布疋及服飾品零售業：因民眾減少購物致服飾銷售大減，惟出國受阻反推升國內精品銷售抵銷部分減幅，第1季營業額年減6.8%，為2006年第3季以來最大減幅。
- (4)家用器具及用品業：因來臺觀光客驟減，珠寶、玉石買氣持續滑落，第1季營業額年減16.9%，為歷年單季最大減幅。
- (5)燃料零售業：營業額隨油價走低而縮減，第1季年減7.2%。

2. 受惠業別：

- (1)超級市場及量販店：防疫周邊及清潔相關商品熱賣，加上民生物資囤貨潮，第1季營業額分別大增20.1%及13.7%。

(2)便利商店：第1季因民眾減少餐廳外食、就近採購等需求上升，帶動第1季營收達847億元，為歷年單季次高，年增5.0%，是少數未受疫情衝擊之零售業。

(3)電子購物及郵購業：因疫情助長宅經濟發酵，帶動第1季營業額創歷年單季次高，年增16.5%。

(4)網路銷售減緩疫情衝擊：第1季零售業網路銷售額為811億元，年增19.1%，對整體零售業貢獻1.4百分點。在3月份的零售業調查中，有提供網路銷售服務的業者，其3月營收受疫情影響而減少之家數占58.5%，低於無提供者之62.9%，顯示網路銷售服務有助減緩衝擊。

(二)餐飲業：受疫情影響，3月我國、美國及南韓餐飲業營收分別年減21.0%、24.6%、10.9%(2月)，均創歷年單月最大減幅。累計第1季分別年減6.6%、3.5%及5.4%(1-2月)，其中美國因疫情較晚擴散，累計減幅相對較小。

(1)餐館業：因觀光客驟減，加上國人減少聚餐，第1季營業額年減5.9%，為2005年第1季以來最大減幅；依餐館業類型觀察，以宴會型餐館受創最深(第1季年減25.9%，3月減幅更達62.7%)，西式速食所受衝擊相對和緩。

(2)外送服務有助減緩疫情衝擊：依有無提供外送服務對營收影響觀察，其中有提供外送服務之餐館業、飲料店業營收減少家數分別占94.9%、41.6%，低於無提供外送服務之99.1%、66.1%，顯示提供外送服務之業者營收減少衝擊相對較小。

(三)紓困振興，協助企業走出經營困局：疫情限縮經濟活動，部分業者首當其衝，經濟部為了協助艱困企業渡過難關，並維持員工生計，設置「紓困與振興輔導」及「艱困事業薪資及營運資金補貼」專區，對艱困業者補貼薪資及營運資金，並補助零售業上架電商及餐飲增加外送服務功能，以協助企業擴大銷售管道，促進數位轉型，走出經營艱困時局。