



我國家庭消費支出概況

隨社經環境變遷及所得提升，國人消費型態丕變，由早期衣食溫飽轉為追求生活品質提升，而高齡化社會來臨、科技及工商業發展，更使家戶對「醫療保健」、「運輸交通及通訊」及「餐廳及旅館」支出需求增加。本文爰就家庭消費支出結構，探討家庭消費型態變動趨勢，以供各界參考應用。

江琇瑩（行政院主計總處地方統計推展中心專員）

壹、前言

隨著工商業的發展，國人生活步調與方式已有明顯改變，飲食習慣也隨之調整，加上交通建設、通訊科技之快速進步，對於各項交通設施、通訊設備及網絡也倚賴日深，且醫藥技術的進步、醫療逐漸普及，平均壽命持續增長，老年人口比率攀升，醫療照護需求大增，我國家庭消費受上述影響，相關支出也呈現相同的變化趨勢。

行政院主計總處按年辦理家庭收支調查，蒐集我國家庭收支資料，以作為研究家庭所

得分配及消費型態之依據。本文擬藉由家庭消費支出結構之變化，呈現社會環境及經濟發展之演化，對家庭消費型態之影響，以作為政策推動及相關研究之參據。

貳、消費結構及消費型態變化狀況

一、消費結構更趨多元化

以近 30 年來發展趨勢觀察，臺灣地區家庭消費型態已朝多元化發展，長期以來消費支出均以「住宅服務、水電瓦斯及其他燃料」及「食品飲料及菸草」為大宗，70 年合計占

逾六成，歷年來前者所占比率大多維持穩定，後者則逐年降低，至 101 年前述二項合計僅占四成。另與 70 年比較，因受社經發展及演變之影響，「醫療保健」、「運輸交通及通訊」、「休閒、文化及教育」及「餐廳及旅館」合計之消費支出已由 70 年之二成二增加至 101 年之四成八（下頁圖 1 及表 1）。

二、社經發展與消費型態趨勢

（一）「住、水電及燃料」支出穩定，「食」支出逐降
就各消費型態觀之，

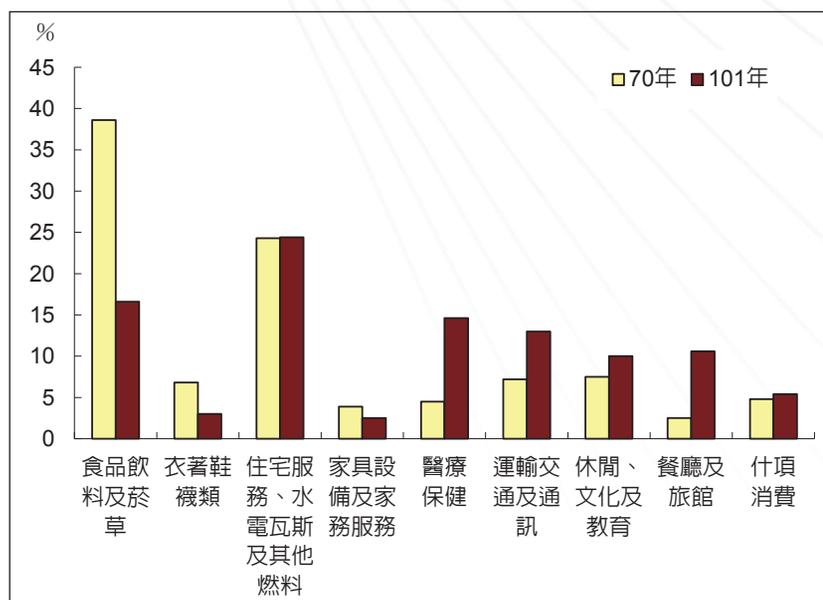
消費支出多以「住宅服務、水電瓦斯及其他燃料」最高，歷年來所占比率大多在25%，增減幅度不大；但「食品飲料及菸草」則逐年降低，至101年降至16.5%，與70年之38.6%比較減少22.1個百分點，在所有消費型態中減幅最大。顯見社會及經濟環境的演變，國人對於居住仍有穩定的需求，但食則因消費模式改變，其支出比重逐年降低。

(二)「醫療保健」支出受高齡化社會及保健需求影

響大幅增加
老年人口增加、全民

健保實施及國人保健觀念增
強，「醫療保健」支出比重

圖 1 臺灣地區家庭消費支出結構



資料來源：行政院主計總處家庭收支調查。

表 1 臺灣地區家庭消費支出結構變遷概況

年 別	平均每戶可支配所得 (新臺幣萬元)	65 歲以上人口占總人口比率 (%)	消費支出結構按消費型態分 (%)									
			合計	食品飲料及菸草	衣著鞋襪類	住宅服務、水電瓦斯及其他燃料	家具設備及家務服務	醫療保健	運輸交通及通訊	休閒、文化及教育	餐廳及旅館	什項消費
70	26.6	4.4	100.0	38.6	6.8	24.3	3.9	4.5	7.2	7.5	2.5	4.8
75	34.2	5.3	100.0	33.1	5.9	23.4	3.6	5.4	8.5	9.2	5.8	5.1
80	58.7	6.5	100.0	25.4	6.0	25.8	3.2	5.4	9.4	11.3	7.6	5.9
85	82.6	7.9	100.0	19.7	4.5	25.6	3.3	9.8	10.7	11.5	8.4	6.5
90	86.9	8.8	100.0	17.3	3.7	25.1	2.6	11.4	12.1	12.0	9.0	6.8
95	91.3	10.0	100.0	16.1	3.4	23.7	2.4	13.8	12.8	11.5	9.3	7.0
100	90.8	10.9	100.0	16.2	3.1	24.4	2.5	14.6	13.0	10.4	10.2	5.6
101	92.4	11.2	100.0	16.5	3.0	24.4	2.5	14.5	13.0	10.0	10.6	5.4
101 - 70 年變動百分點	-	+6.8	-	-22.1	-3.8	+0.1	-1.4	+10.0	+5.8	+2.5	+8.1	+0.6

資料來源：行政院主計總處家庭收支調查、內政部統計年報。

論述》統計 · 調查



由 70 年 4.5 % 增至 101 年 14.5%，在所有消費結構中已由 70 年之第 7 位提升至 101 年之第 3 位，增加之百分點也居首位。

1. 高齡化社會來臨，醫療需求增加

國民所得提高帶動了人民生活水準提升，加以醫療衛生設備普及、醫藥科技進步，使得國人平均壽命由 70 年 72 歲增加至 100 年 79 歲，至 101 年底止，臺灣地區 65 歲以上人口已達 258.6 萬人；另受少子（女）化影響，老年人口占總人口比率由 70 年 4.4% 增至 101 年 11.2%（上頁表 1），依世界衛生組織定義，高齡化社會係指 65 歲以上人口占總人口比例達 7%，顯示我國「高齡化社會」已經來臨。

另依衛生福利部統計資料顯示，100 年平均每人醫療費用，自 50 歲後迅速增加，60 - 69 歲達 7.4 萬元，為 50 - 59 歲的 1.7 倍；至 80 歲以上年齡組，更高達 13.5 萬元（表 2）。

可見，隨老年人口比率逐漸攀升，伴隨老年人口的高醫療需求，醫療支出亦將逐漸成長。

2. 保健觀念漸增強，保健食品受重視

由食品工業發展研究所「2011 年臺灣食品生活型態與消費行為之研究—以保健食品為例」之調查發現，約九成一的消費者會購買保健食品作為平日保養用，有八成七的消費者過去一年食用過健康食品，且有四成的消費者食用 2 至 5 年時間。另依經濟部工業局統計資料顯示，101 年國內保健食品產業內銷總額達 117 億，為 71 年之 14 倍。可見隨

國人保健觀念提升，保健食品需求也逐年增加。

(三) 「交通及通訊」支出因科技進步及工商發展而日增

交通、通訊科技及工商業發展，民衆對於運輸交通及通訊的需求與日俱增，使得家庭「交通及通訊」支出比重由 70 年 7.2% 增至 101 年 13.0%。觀察近 30 年主要交通及通訊設備普及率均大幅提升，其中家用汽車及電話普及率分別增加了 52 及 33.9 個百分點，另 88 年至 101 年間行動電話普及率亦成長了 32.3 個百分點（下頁表 3）。

(四) 「休閒、文化及教育」支出受少子（女）化及政策影響約占一成

表 2 100 年平均每人醫療費用

項目別	總計	0-9 歲	10-19 歲	20-29 歲	30-39 歲	40-49 歲	50-59 歲	60-69 歲	70-79 歲	80 歲以上
個人醫療支出總額 (新臺幣億元)	7,953	438	391	503	745	990	1,482	1,355	1,213	835
年中人口數 (萬人)	2,319	209	308	343	384	376	338	183	116	62
平均每人每年醫療費用 (新臺幣萬元)	3.4	2.1	1.3	1.5	1.9	2.6	4.4	7.4	10.5	13.5

資料來源：衛生福利部「100 年國民醫療保健支出年報」。
註：本表為臺灣地區資料。

國人對休閒及教育之重視，使「休閒、文化及教育消費」支出比重由 70 年 7.5% 遞增至 90 年 12%，惟近年略降至 10.0%，主因受少子（女）化及政府陸續推出各項免學費措施影響，致家庭教育支出減少。其中少子（女）化對「休閒、文化及教育消費」支出之影響，可由學生人數來觀

察。國小以上學生人數逐年遞增至 90 年代初期，爾後呈現減少趨勢，「休閒、文化及教育消費」支出比重亦呈相同走勢（表 4）。

（五）「餐廳及旅館」支出因飲食習慣改變而增加
由於社經之發展，促使飲食習性之調整，對「餐廳及旅館」的支出比重由 70 年

2.5% 增至 101 年 10.6%，增加 8.1 個百分點。如觀察經濟部工商企業經營概況調查之歷年餐飲業營業額亦反應相同趨勢，其 88 年之營業額為 2,697 億元，至 101 年則增為 3,855 億元，近十幾年即增加了 43%，其中家庭部門的消費應有極大之貢獻。

參、結論

經過 30 年社會經濟環境變遷，家庭日常生活開銷中，「住」的支出比重仍居首位，占四分之一強，「食」的支出比重雖大幅下降超過 20 個百分點，但仍占六分之一；另受工商及科技發達、人口高齡化，「醫療保健」、「運輸交通及通訊」及「餐廳及旅館」等支出比重均逾一成，增加 5 至 10 個百分點，且因少子（女）化關係，「休閒、文化及教育消費」比重緩步上升至一成。

家庭消費型態之變化與社經情勢息息相關，透過家庭各項消費支出消長變化之觀察，當可掌握家戶主要消費需求趨勢，以作為政府施政及經濟研究之參考。❖

表 3 家庭交通及通訊設備普及率

單位：%			
年 別	家用汽車	電 話	行動電話
70	6.4	60.9	...
75	13.6	85.2	...
80	33.7	94.8	...
85	51.2	97.5	...
88	54.3	98.0	60.0
90	55.6	97.8	79.5
95	59.1	97.4	88.0
100	59.1	96.1	91.7
101	58.4	94.8	92.3

資料來源：行政院主計總處家庭收支調查。

表 4 學生人數與育樂支出比重

年別 (學年度)	國小(含)以上學生人數 (萬人)	休閒、文化及教育消費占消 費支出比重(%)
70	445	7.5
80	509	11.3
90	511	12.0
95	509	11.5
100	467	10.4
101	455	10.0

資料來源：行政院主計總處家庭收支調查、教育部。

註：國小(含)以上學生人數係臺灣地區資料。