



# 疫情催化下之無接觸新興產業活動

109 年在 COVID-19 疫情肆虐下，全球經濟陷入衰退，但動盪亦帶來新商機，本文從製造、零售、運輸、餐飲及金融等相關政府統計，觀察「無接觸新經濟型態」在疫情催化下，加快及加深的發展趨勢。

梁嘉莉、賴以代（金融監督管理委員會銀行局統計室主任、行政院主計總處綜合統計處科員）

## 壹、前言

去(109)年初爆發 COVID-19 疫情並蔓延全球，威脅民衆生命及健康，各國陸續實施封城及邊境管制措施，造成各國旅遊業大蕭條，部分產業也因缺工缺料而導致斷鏈，對全球經濟造成莫大的衝擊。我國因防疫得宜，生產活動如常，經濟受到的影響相對其他國家小很多，惟爲避免病毒傳播之群聚限制與保持社交距離意識提高，促使民衆的生活與消費方

式改變，廠商亦調整經營模式因應，許多運用高科技之新型態產業活動加速成長。本文從製造、零售、運輸、餐飲及金融等相關政府統計，來觀察「宅經濟」、「嗶經濟」等「無接觸新經濟型態」的發展狀況。

## 貳、「宅經濟」持續發酵

首先是遠端工作與外送宅配等無接觸新經濟型態的崛起，諸如在宅工作、會議、飲

食、娛樂、學習等各式「宅經濟」行爲模式的接受度提高，激勵資通訊相關產品之生產活動，加速無店面營運成長，以及活絡物品之遞送業務。

### 一、遠距商機帶動相關製造業逆勢增長

疫情催化遠距商機，及新興科技應用需求強勁，加上近年中美貿易紛爭，全球供應鏈加速重組，臺商大舉回流擴增產能，帶動相關產品之製造及出口逆勢增長。依據經濟部

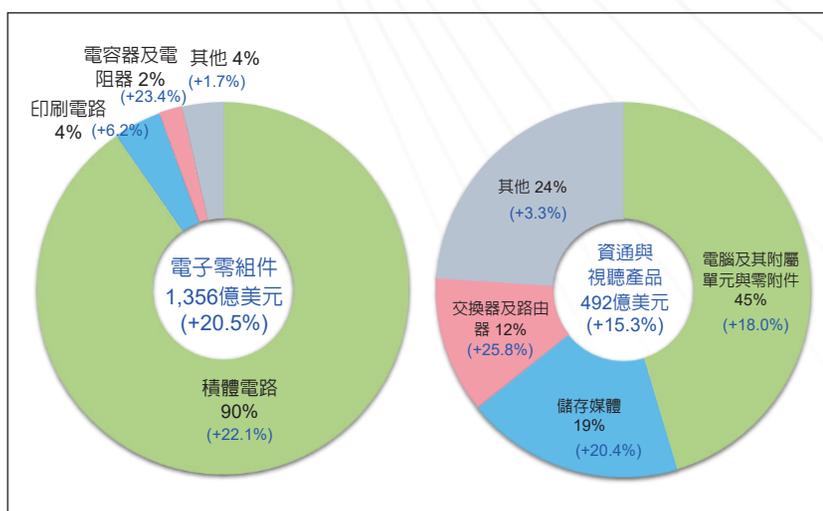
統計，109年製造業生產價值12兆7,272億元，較108年減3.7%，惟其中電子零組件業及電腦業<sup>1</sup>（兩者合計占製造業近4成）分別增10.7%及5.6%，表現遠優於整體製造業。

在出口方面，109年電子零組件海關出口總值1,356億美元（創歷年最高），年增20.5%，其中占比9成之積體電路更年增22.1%，表現亮眼。資通與視聽產品出口達492億美元，亦為歷年最高（年增15.3%），其中占比4成5之電腦及其附屬單元與零附件增18.0%，占比1成9之儲存媒體、占比1成2之交換器及路由器增幅均逾2成（圖1）。

擊，較108年僅增0.2%，為5年來新低，惟內涵包含電子購物及郵購、直銷、自動販賣機

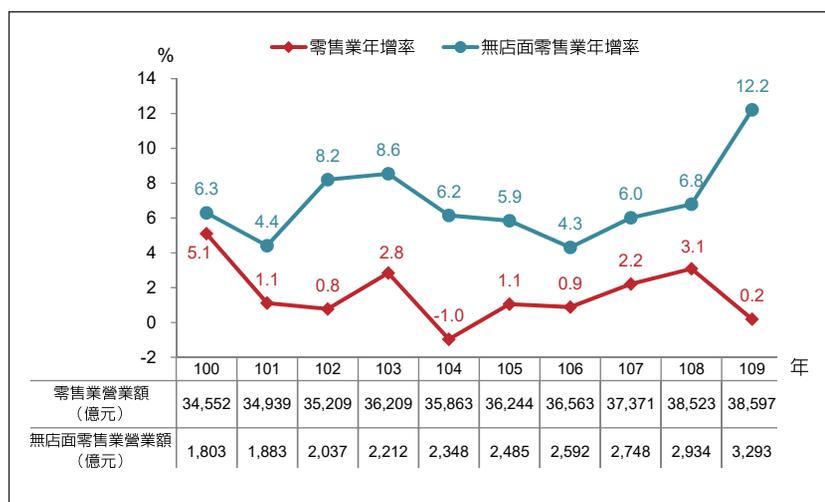
等方式銷售商品之「其他非店面零售業」（以下簡稱無店面零售業）受惠於消費管道轉移，

圖1 109年電子零組件、資通與視聽產品出口品項結構與年增率



註：（ ）內為年增率。  
資料來源：財政部進出口統計。

圖2 零售業營業額及年增率



資料來源：經濟部統計處「批發、零售及餐飲業動態調查」。

## 二、無店面零售蓬勃發展

隨資訊及網路科技應用日益普及，網路交易因不受時間和場域所侷限，加上容易比價之特性，越來越受消費者青睞；就業者而言，實體店面租金、人事成本相對較高，積極拓展網路通路的意願也普遍提升。109年零售業營業額（圖2）為3兆8,597億元，因受疫情衝

# 專題

營業額達 3,293 億元，年增 12.2%，占整體零售業 8.5%，較 100 年增加 3.3 個百分點。無店面零售業中又以電子購物及郵購業 2,412 億元，占逾 7 成爲大宗，109 年營業額年增 16.1%，爲推升無店面零售業增長之主力。

除無店面零售業外，零售業亦可按「網路」與「實體」兩種銷售模式觀察。106 年零售業以網路銷售之規模爲 2,283 億元，109 年擴增至 3,418 億元，每年均呈 2 位數增長，109 年更達 19.0%，成長力道遠優於實體銷售（衰退 1.3%）；另以結構觀察，109 年零售業網路銷售額占整體零售業營業額 8.9%，較 106 年提高 2.7 個百分點，比重持續上升。顯示除無店面零售業者營運蓬勃外，有實體店面業者跨足網路銷售之狀況也越來越普遍。

## 三、無接觸遞送服務亮眼

### （一）i 郵箱服務據點快速增加

中華郵政自 105 年起陸續建置「i 郵箱」智能櫃，

提供民衆 24 小時全年無休的自助寄／取郵件服務，甚至與 PChome 網路購物、momo 購物網等電商平臺合作，提供無接觸代收貨款及取件服務。

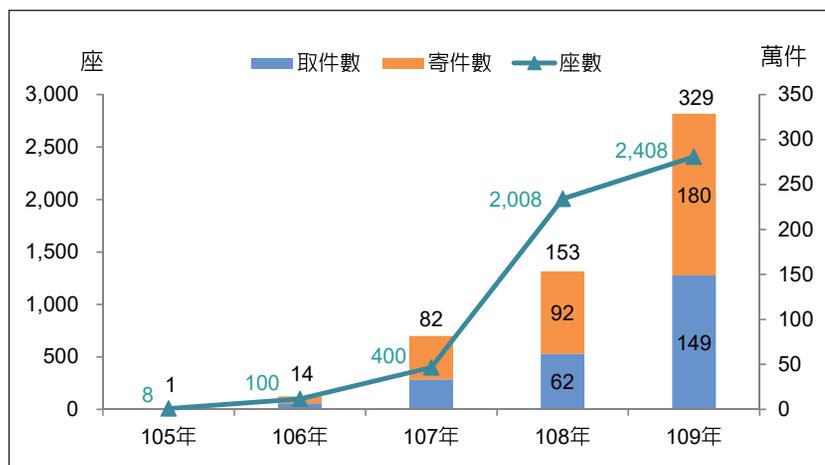
「i 郵箱」主要建置於郵局、學校、社區及捷運站等人潮密集處，近 2 年據點數快速增加，109 年底已達 2,400 餘座（圖 3），與四大超商相比，僅少於 7-11 及全家便利商店。疫情爆發後，民衆網購量大幅成長，109 年 i 郵箱取件數 149 萬件，寄件數 180 萬件，分別較 108 年的 62 萬件及 92 萬

件，成長 1.4 倍及 96%，總計 109 年寄取件數 329 萬件，年增 1.1 倍，提供民衆更便利的郵政服務，相信以後即便在沒有疫情的情況下，仍會深受歡迎。

### （二）外送平臺消費接受度提高

隨智慧手機功能推陳出新，民衆逐漸仰賴手機處理生活中的大小事，加上疫情催化，深化對 Uber Eats 及 foodpanda 等外送平臺服務的需求，越來越多消費者選擇不外出、不與餐飲業者接觸，透過手機的外送平臺 APP，從各式餐飲挑選喜愛的店家

圖 3 i 郵箱建置數量及寄取件數



註：105 年尚未開辦寄件服務。  
資料來源：中華郵政（股）公司。

及菜色，享用遞送到府的餐點。這些外送平臺除了遞送美食，目前更與超市、量販店及藥妝店等業者合作，提供生鮮食材與生活用品等外送服務。

根據聯合信用卡處理中心統計（圖4），國人在外送平臺利用信用卡消費的筆數及金額呈明顯上升趨勢。107年10月消費筆數僅24萬餘筆，消費金額約1億元；108年9月突破200萬筆，消費金額達5億元；109年3月起因疫情緊繃，消費筆數一舉突破400萬筆，消費金額亦達8.5億元，4月更逾600萬筆，消費金額達12.7億元，5月雖疫情有趨緩跡象，民眾逐漸恢復社交活動，每月交易筆數仍維持400萬筆以上水準，12月更因外送平臺為養成民眾消費習慣及提高市占率，推出運價優惠，交易達860萬筆，消費金額逾21億元。

（三）更多餐飲業者增加外送服務

民眾因疫情減少外出用

餐及聚會，餐飲業者無不亟思因應對策以提升民眾消費意願，如增加自行外送服務或與前述外送平臺合作，擴大供應範圍，甚至更發展出虛擬餐廳，以節省高昂的店面租金及服務人力成本。

餐飲業中，提供外送或宅配服務的業者以餐館業及飲料店業為主，依據經濟部統計（圖5），若將其按有無提供外送服務（與外送平臺合作或自行外送）區分，109年有外送者占53.8%，較108年的47.1%提

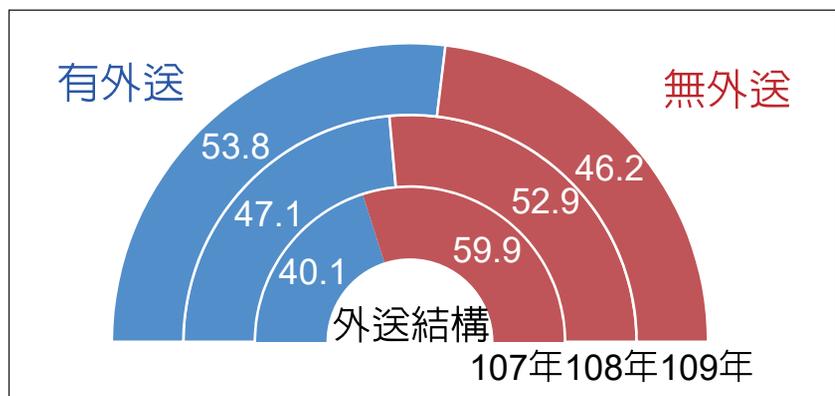
圖4 外送平臺信用卡消費筆數與金額



資料來源：聯合信用卡處理中心。

圖5 餐館業及飲料店業提供外送服務家數結構

單位：%



資料來源：經濟部統計處，107年、108年源自「批發、零售及餐飲業經營實況調查」，109年則為「批發、零售及餐飲業動態調查」之補充問項。

# 專題

高 6.7 個百分點，若與 107 年相較更提高 13.7 個百分點。

## 參、「暉經濟」盛行

支付工具是經濟活動的重要一環，基於方便性與安全性，市面上支付工具隨科技進步而趨於多元；歷經一年，卻還揮之不去的疫情更加使民衆逐漸養成無接觸式消費習慣，帶動非現金支付比例增加。以下分別就信用卡、電子票證及電子支付三種工具，觀察國人使用非現金支付之變化。

### 一、信用卡

非現金支付工具中，以信用卡（含手機綁定信用卡進行感應或掃碼支付，如 Apple Pay）交易規模最大。根據金管會統計，109 年底發卡機構計有 33 家，總流通卡數 5,012 萬張，有效卡數<sup>2</sup>3,300 萬張（年增 3.4%）。

民衆因疫情無法出國，限縮相關消費支出，致 109 年簽帳金額 3 兆 196 億元，略低於 108 年的 3 兆 2,230 億元，其中國外金額年減 43.4%，國內

金額年減 2.3%，惟信用卡消費筆數 109 年各月均呈 2 位數增加，顯示國人使用信用卡消費更爲普遍，許多小額消費也會刷卡。

### 二、電子票證

電子票證（如悠遊卡、一卡通及愛金卡等）在我國已發行逾 10 年，由於大多兼具交通票證功能，流通卡數最多，使用狀況趨於穩定。截至 109 年底經營該業務機構計有 5 家，流通卡數遞增至 1.4 億張（年增 7.2%），消費金額由 102 年之 334 億元擴增至 108 年之 882 億元，109 年則因民衆

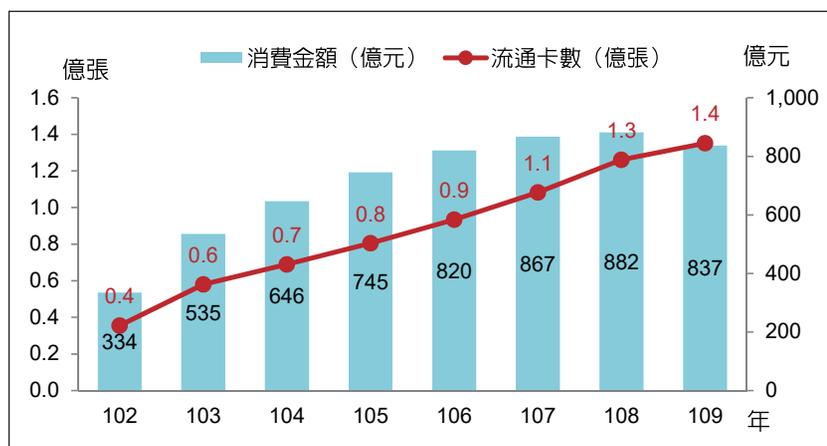
避免群聚減少搭乘大眾交通工具，致消費金額 837 億元，年減 5.0%（圖 6）。

### 三、電子支付

電子支付自 104 年發展至今，持續快速成長，截至 109 年底經營機構<sup>3</sup>計 28 家，使用者 1,178 萬人，較去年底大增 486 萬人或 70.2%，109 年增加人數爲開辦以來之最，交易金額 586 億元，年增率達 38.9%（下頁附表）。

若按支付機構觀察，以街口電子支付有限公司（街口支付）及一卡通票證股份有限公司（Line Pay Money）之使

圖 6 電子票證流通卡數及交易金額



註：電子票證自 102 年 4 月起始有正式統計資料。  
資料來源：金融監督管理委員會銀行局。

用人數最多，分別為 400 萬人及 305 萬人（各占 34.0% 及 25.9%），年增 1.5 倍及 50.3%，交易金額分別為 247 及 143 億元，年增 1.2 倍及 4.6 倍。

綜上，支付工具多元發展，加上疫情推波助瀾，促使民衆轉換為無現金交易模式，讓「嗶經濟」竄起並持續盛行。

## 肆、結語

科技演進及產業發展均為肆應整體社會需求，疫情或許暫時攪亂社會及經濟狀態，但也改變既有的生活及工作模

式，即便未來病毒威脅減輕，相關無接觸的商業模式及產品技術應仍會持續多元發展，值得關注。

## 註釋

1. 電腦業指電腦、電子產品及光學製品業。
2. 最近 6 個月有消費紀錄之卡，不含 Debit 卡（即簽帳金融卡），僅郵購分期交易亦算有效卡，不含只有循環繳款之卡片。
3. 電子支付機構係指經金管會許可，以網路或電子支付平臺為中介，接受使用者註冊、開立會記錄資金移轉與儲值情形之帳戶（即電子支付帳戶），並利用電

子設備以連線方式傳遞收付訊息，於付款方及收款方間經營「代理收付實質交易款項」、「收受儲值款項」、「電子支付帳戶間款項移轉」等業務之公司。❖

附表 109 年電子支付使用概況

	年底使用者人數（萬人）			交易金額（億元）		
		占比（%）	年增率（%）		占比（%）	年增率（%）
總計	1,178	100.0	70.2	586	100.00	38.9
街口支付	400	34.0	147.6	247	42.19	119.6
一卡通	305	25.9	50.3	143	24.40	456.7
玉山商銀	128	10.8	14.3	138	23.51	-19.9
歐付寶	94	8.0	9.6	19	3.32	40.2
其他	251	21.3	93.3	39	6.58	-60.6

註：1. 使用者人數係以各機構申請電子支付帳戶數為統計單位，若 1 人在 2 個機構各申請 1 個帳戶，則視為 2 人。

2. 交易金額係指代理收付實質交易款項金額。

資料來源：金融監督管理委員會銀行局。