

國民所得民間消費新分類

為因應聯合國用途別個人消費分類（COICOP）修正，利於國際資料比較，及配合國內經濟發展與消費型態變遷情勢，本次98年國民所得五年修正民間消費已依最新版（2000年版）COICOP分類調整，並根據工商普查、相關公務統計與調查資料匡定95年基準值及回溯修正時間數列。

◎ 詹秋玫、許石山（行政院主計處第3局專員、科員）

壹、前言

民間消費向為國內生產毛額（GDP）支出面各組成（民間消費、政府消費、投資、輸出及輸入）首要項目之一，近年來其占GDP比重雖次於輸出，惟國內需求狀況仍以民間消費成長情形為觀察重點。為因應各國經濟發展及隨之而來的消費型態變遷情勢，聯合國與OECD自1995年起共同著手修訂用途別個人消費分類（Classification of Individual

Consumption According to Purpose，簡稱COICOP），相關結果於2000年發布。為求接軌國際俾利資料比較，並契合現代消費發展動態，此次五年修正民間消費部分除循往例參考95年工商普查及其它專案調查結果，校正基準年規模值、修正非基準年數列及更換平減指數基期外，相關分類亦依前述聯合國最新版（2000年版）COICOP進行調整，結果簡述如后。

貳、2000年版COICOP分類架構與原則

2000年版COICOP為能完整陳示民間消費概念，採用部門別分類架構。由於「民間消費」在內涵上可解釋為「所支付的消費支出」，亦可解釋為「所獲得的各項商品及服務」，為能分別由「付費者」及「享有者」的角度釐清消費概念，COICOP配合聯合國國民經濟會計制度（System of National Accounts，簡稱SNA）之規

範，引進「民間實際消費」項目，將「民間消費的支出」加計由政府負擔而家庭享用之支出（如假牙補助及幼兒教育券等）來衡量民間真正享用的消費，亦稱為「民間實際消費」。在此一架構下，COICOP由付費者角度將「民間消費支出」區分為「家庭消費支出」及「對家庭服務之民間非營利機構消費支出」，其中前者依用途別區分01~12類，後者為第13類；另由享用者角度加計第14類「對家庭服務之政府消費支出」，而成為民間實際消費（表1）。

有關「家庭消費支出」01~12類項目，與前版相較之拆併調整如下：

一、拆分、增列部分——為因應全球化之下各國消費結構及型態的改變，新版COICOP拆分了幾個項目：

（一）「娛樂消遣教育及文化服務」拆分成「休閒與文化」、「教育」2類。

（二）「運輸交通及通訊」拆分

成「交通」及「通訊」2類。

（三）「餐廳及旅館」從原「食品」、「娛樂消遣教育及文化服務」及「其他」獨立成1類。

二、簡併部分：

（一）「食品」、「飲料」及「菸絲及捲菸」3類拆併為「食品及非酒精飲料」及「菸酒」2類。

（二）「燃料及燈光」與「租金及水費」合併為「住宅服務、水電瓦斯及其他燃料」。

（三）「家庭器具及設備」與「家庭管理」合併為「家具設備及家務維護」。

COICOP係依用途作為分類基礎，例如去醫院或診所看病，與到藥局買藥，雖分屬服務及商品，但其目的皆為預防

表 1 我國民間消費分類修正前後對照表

修正前	修正後
民間消費支出	民間消費
01 食品	01-12 家庭消費支出
02 飲料	
03 菸絲及捲菸	
04 衣著鞋襪及服飾用品	
05 燃料及燈光	
06 租金及水費	
07 家庭器具及設備	
08 家庭管理	
09 醫療及保健	
10 娛樂消遣教育及文化服務	
11 運輸交通及通訊	
12 其他	
	01 食品及非酒精飲料
	02 菸酒
	03 衣著鞋襪及服飾用品
	04 住宅服務、水電瓦斯及其他燃料
	05 家具設備及家務維護
	06 醫療保健
	09 休閒與文化
	10 教育
	07 交通
	08 通訊
	11 餐廳及旅館
	12 其他
	家庭消費支出 (=01+02+...+12)
	13 對家庭服務之民間非營利機構 (NPISH)消費支出
	民間消費支出 (=01+02+...+13)
	14 對家庭服務之政府消費支出
	民間實際消費 (=01+02+...+14)

或治療疾病，所以兩者都歸為「醫療保健」類；另汽機車購買及搭乘大眾運輸工具所支付相關費用，雖前者屬商品、後者屬服務，但其用途皆為運輸，因此皆歸入「交通」類消費支出。

然而，由於單項產品或服務常會有多種用途，以用途別為劃分依據的分類方法要全面適用有其困難，故COICOP又針對多用途（multi-purpose）及混合用途（mixed purpose）的商品與服務訂定了分類原則如下：

一、多用途之商品或服務：以最重要（predominant）的用途類別為劃分依據。例如購買台鐵火車票可能是為了返鄉或旅行，個人電腦可能用於娛樂文化、教育或家庭管理等。因此，為兼顧統計實務與用途分類的穩定性，明定以商品及服務為基本統計單位，單項產品或服務則以最重

要（predominant）的用途類別為劃分依據。依此原則，台鐵購票歸「交通」消費，個人電腦歸「休閒與文化」消費。

二、混合用途之商品及服務：係指產品或服務以套裝（bundled）形式整合出售者，基於資料取得難易度不同，此類商品之分類視情況決定。例如套裝旅遊行程內含交通、食宿、旅行社服務費、導遊費等，通常由運輸業者、飯店業者與旅行社業者進行異業聯盟，採取契約銷售模式，以大幅降低旅行社銷售成本，如果單獨購買就無法享此優惠價格。由於要將套裝行程消費支出準確拆分出交通、食宿及服務費有其困難度，故不予拆分，而全數歸入「休閒與文化」類；其他如教育服務消費則應就其用於「教育」、「交通」或「餐飲」

等不同用途而加以細分。

基於前述分類項目與原則，家庭消費各項類別之劃分如表2所示，其中：

- 一、舉凡與民生飲食有關者歸入「食品及非酒精飲料」及「菸酒」，惟可立即食用之外食，以及於餐廳、旅館等消費之菸酒類則歸「餐廳及旅館」。
- 二、身上穿著配戴之服飾品、鞋襪、帽子等紡織品歸「衣著鞋襪及服飾用品」，居家裝飾的紡織品歸「家具設備及家務維護」，而皮包、雨傘、珠寶及鐘錶等飾品及個人用品則歸「其他」。
- 三、與住宅維護相關之消費歸入「住宅服務、水電瓦斯及其他燃料」；與家庭管理相關之消費歸入「家具設備及家務維護」；個人衛生用品則歸「其他」。
- 四、與運輸相關支出歸「交通」，但娛樂用途之露營

表2 民間消費各類主要內涵

類別	主要內涵
01-12 家庭消費支出	
01 食品及非酒精飲料	· 穀物、肉類、蔬果等各種食物，咖啡、茶、果汁等各種非酒精性飲料
02 菸酒	· 葡萄酒、啤酒等各種酒，菸
03 衣著鞋襪及服飾用品	· 各式衣服及鞋子，帽子、鈕扣及拉鍊等配件，包含清洗
04 住宅服務、水電瓦斯及其他燃料	· 實際與設算住宅房屋租金，一般住宅維修，水電瓦斯及其他燃料供應，垃圾、下水道及其他住宅服務
05 家具設備及家務維護	· 家具及家電，地毯及地板，家用紡織品，玻璃器具及餐具，家用及園藝工具，家庭日常維護用品及服務
06 醫療保健	· 醫療用品及設備，門診及住院服務
07 交通	· 個人交通工具、配件及燃料購置，相關維修服務，交通服務
08 通訊	· 郵寄及快遞服務，電話電報及傳真設備與相關服務
09 休閒與文化	· 視聽、照相及資訊處理設備，樂器、體育、玩具等其他休閒文化用品及設備，園藝及寵物用品，休閒及文化服務，書報雜誌文具，套裝旅遊
10 教育	· 各級教育及成人教育
11 餐廳及旅館	· 各種餐廳及旅館、自動販賣機販賣的食品及飲料
12 其他	· 個人理容及照護服務，個人用品，社會保護服務，保險服務，金融服務，法律、喪葬、仲介、廣告等其他未分類服務
13 對家庭服務之民間非營利機構消費支出	

車、高爾夫球車及套裝旅遊歸「休閒與文化」。

五、身體疾病預防及治療有關歸「醫療保健」，包含矯正功能的眼鏡（但太陽眼鏡歸「其他」）；寵物相關治療歸「休閒與文化」，提供長期照護的安養中心則歸「其他」。

六、與教育服務相關者歸入「教育」，包含職能教育，

但支援教育服務之書籍、文具等歸「休閒與文化」，駕訓課程歸「交通」。

參、編算結果

前述各項分類經依據95年工商普查，以及各部會主管之相關調查統計與公務統計，如經濟部「批發零售餐飲業動態調查」、交通部「自用小客車使

用狀況調查」、觀光局「國人旅遊狀況調查」、「來台旅客消費及動向調查」、「國際收支帳」等，以及內政部、財政部、農委會、勞委會、金管會、保險事業發展中心、投信投顧公會、中華數據分公司及車輛工業同業公會相關公務統計等，與主要事業公司如台電、省水等公司財報，推估各項商品銷售收入比率、家庭消費比重、

自產自用規模等，並加計國外淨購買及扣除政府補助民間消

費金額等，彙總編定95年各項民間消費規模值如表3。

依表3觀察，95年總民間消費支出達新台幣7兆2,483億

表3 95年（基準年）民間消費規模值

項 目	金 額		項 目	金 額	
	(百萬元)	占民間消費 比重 (%)		(百萬元)	占民間消費 比重 (%)
民間消費	7,248,344	100.00	8. 通訊	301,605	4.16
(一) 家庭消費支出	7,150,211	98.65	通訊及遞送	254,701	3.51
1. 食品及非酒精飲料	885,394	12.22	電傳設備	46,904	0.65
2. 菸酒	170,549	2.35	9. 休閒與文化	641,860	8.86
3. 衣著鞋襪及服飾用品	319,693	4.41	育樂設備及用品之購買及維修	325,857	4.50
4. 住宅服務、水電瓦斯及其他燃料	1,255,282	17.32	娛樂消遣及文化服務 (g)	137,001	1.89
住宅租金	1,041,428	14.37	報紙書籍及文具	109,138	1.51
住宅維護	4,971	0.07	套裝旅遊	69,864	0.96
用電服務	97,172	1.34	10. 教育	342,740	4.73
燃料	48,659	0.67	學雜費	184,433	2.54
用水供應及其他住宅服務 (a)	63,052	0.87	補習費及其他	158,307	2.18
5. 家具設備及家務維護	345,285	4.76	11. 餐廳及旅館	447,571	6.17
家具	129,052	1.78	餐廳 (h)	400,712	5.53
家庭設備	121,756	1.68	旅館 (i)	46,859	0.65
其他家庭用品	34,555	0.48	12. 其他	998,338	13.77
家務維護 (b)	59,922	0.83	個人清潔保養 (j)	253,783	3.50
6. 醫療保健	645,441	8.90	個人用品 (k)	160,104	2.21
健保醫療 (c)	481,900	6.65	社會保障 (l)	36,446	0.50
藥品及醫療設備 (d)	130,769	1.80	保險服務	186,784	2.58
其他	32,772	0.45	FISIM	148,029	2.04
7. 交通	796,453	10.99	其他金融服務 (m)	90,086	1.24
交通工具購買	233,010	3.21	喪葬服務	46,440	0.64
汽車 (e)	200,676	2.77	國外淨購買 (n)	45,590	0.63
機車、自行車及其他	32,334	0.45	其他服務 (o)	31,076	0.43
交通工具燃料購買	249,748	3.45	(二) 對家庭服務之民間非營利機構	98,133	1.35
交通工具維修	142,891	1.97	消費支出		
其他交通服務 (f)	170,804	2.36			

說明：(a) 其他住宅服務包括垃圾處理費、大樓管理費及保全費等。
 (c) 含健保給付、健保特約院所掛號費及自付額等。
 (e) 其中新車（以車輛總價計入當期消費）消費1,765.9億元，中古車（家庭購買扣除出售部分）消費240.8億元。
 (f) 包括大眾運輸、租賃、計程車服務及水運與航空服務等。
 (h) 包括學生及企業餐廳、軍人餐費等。
 (j) 包括理容服務、化妝品及其他保養用品。
 (l) 包括老人安養護理、保姆服務等。
 (n) 係指家庭國外購買扣除外人在台購買之差額。

(b) 包括幫傭、司機及家教等。
 (d) 係指健保涵蓋範圍以外之民間自行購買部分。
 (g) 文化服務係指有線電視、電影、影片租賃及博物館參觀等。
 (i) 包括一般旅館及學生宿舍費用。
 (k) 包括珠寶、鐘錶、皮包、打火機等個人用品。
 (m) 包括期貨交易、基金手續費、ATM手續費、匯費等。
 (o) 如法律、行政服務等。

元，占GDP約6成，就其內容來看：

一、「住宅服務、水電瓦斯及其他燃料」支出1兆2,553億元，在民間消費各類支出中所占比重最高，達17.3%；其中住宅租金支出即略高於1兆元，占本項消費比重超過8成，另電費一年之花費近千億元，水費則為258億元。

二、其次是內容多樣的「其他」類消費支出，近1兆元，占比重13.8%；其中包含理容服務、化妝品與保養用品，以及珠寶、鐘錶、皮包等個人用品合計超過4,000億元，加上「衣著鞋襪及服飾用品」3,197億元，則超過7,000億元，占比重1成，顯示「人要衣裝、佛要金裝」的影響。

三、居第3位則是「食品及非酒精飲料」，近9,000億元，若加計菸酒（1,705億元）及餐廳（4,007億元）

消費支出，則達1兆4,567億元，占整體民間消費達2成，正所謂「民以食為天」也。餐廳消費在所有與「飲食」有關之消費中占比重超過1/4，亦顯示外食在飲食消費上的重要性。

四、至於「交通」支出則達7,965億元，約占民間消費11%，其中95年購買的汽車約2,007億元，加計其他車輛購買後則為2,330億元，惟花在油錢上則高達2,497億元，加上維修及停車等費用後更近4,000億元，印證了「買車容易養車難」。

五、其他如與身體健康相關的「醫療保健」支出達6,454億元，占8.9%，其中健保醫療占3/4；手機及通訊費等「通訊」消費支出，也達3,016億元；教育部分因義務教育時間長達9年，有效減輕民眾教育消

費負擔，95年3,427億元（僅為休閒文化之53%），其中學雜費占5成4，補習費占4成6。

肆、結語

自2000年版COICOP發布後，世界各主要國家國民所得民間消費分類多已配合調整，由於其分類之精神大體上係將服務類型之消費細分，較符合全球化之下一般國家消費發展狀況，故此次我國民間消費之類別改編除有國際接軌之意義外，相關結果亦能提供更有價值之消費型態資訊，以為決策分析參考。

民間消費涵蓋範圍龐雜，所需資料及編算方法極為繁瑣，惟其確度對GDP結果影響甚為深遠，不可輕忽，未來仍將秉持精益求精之精神，對民間消費之估算進行常川性的檢討改進與確度強化，以提升GDP統計之合理性與正確性。❖