



民間消費的過去式與現在進行式

因應近年 ICT 技術快速發展及消費模式轉變，聯合國於 2018 年推出新版 COICOP，使民間消費分類能順應時代發展趨勢，此外，民間消費衡量方式亦須隨著新興經濟活動適時調整資料來源與計算方法，以提升國民所得統計品質及應用價值。

邱創賦（行政院主計總處綜合統計處專員）

壹、前言

國內生產毛額（GDP）支出面組成包含民間消費、政府消費、資本形成、輸出及輸入，其中民間消費為民衆對日常生活商品與服務之最終消費支出，占我國 GDP 比重約 5 成，是支撐國內需求成長的穩定力量，民衆食、衣、住、行、育樂等各類型商品與服務的消費變化，向為各國政府關注重點。

為便於分析消費內涵與進行國際比較，聯合國以消費目的

為分類基準，於 2000 年發布個人消費用途別分類（Classification of Individual Consumption According to Purpose, COICOP 1999¹），作為各國民間消費分類的準則，我國亦於民國 98 年五年修正時配合調整。近年資訊科技進步，帶動銷售模式與商品型態快速變遷，聯合國於 2018 年發布新版的民間消費分類架構，即 COICOP 2018，以反映消費結構實況。本文將介紹民間消費最新版的分類架構，及我國配合修正結果。

貳、與時俱進的民間消費

一、COICOP 分類調整

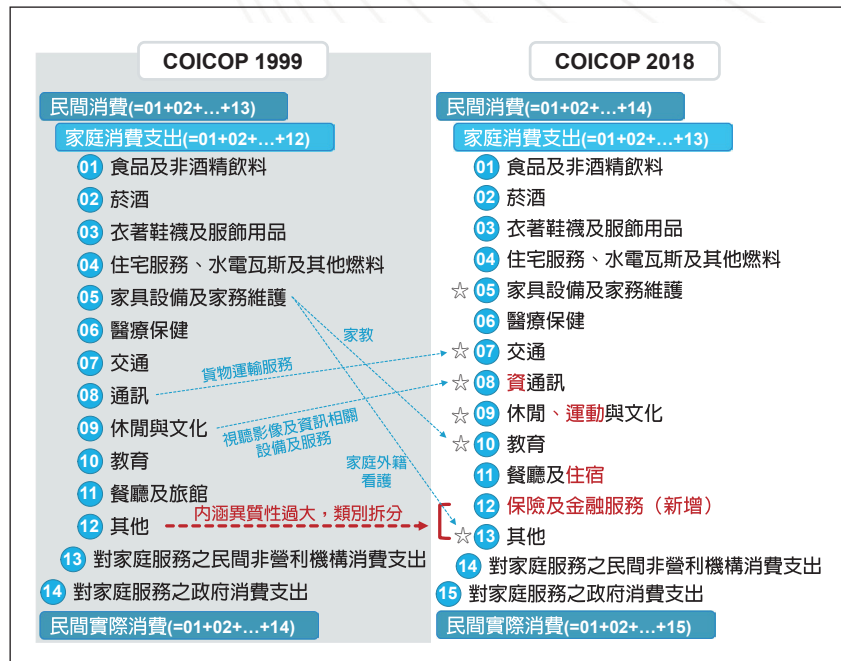
為了完整陳述民間消費概念，且為配合國民經濟會計制度（System of National Accounts, SNA）引進「民間實際消費」（Private Actual Final Consumption）概念，COICOP 1999 以部門別作為分類架構，其中從付費者角度區分為 01-12 大類的家庭消費支出，

以及第 13 大類的對家庭服務之民間非營利機構消費支出，再由享用者角度加計第 14 大類對家庭服務之政府消費支出（如假牙、旅遊補助等），成為民間實際消費，以衡量民間真正享用的消費。

近年來，數位科技、行動通訊、雲端計算、AI 人工智慧等新興科技應用不斷改變民眾日常生活，新興產品與服務難於 COICOP 1999 架構中歸類，故聯合國彙集主要國家及國際組織意見，並參考教育標準分類（ISCED 2011）、國際衛生帳分類（ICHA）等最新國際規範，於 2018 年發布 COICOP 2018。本次修正主要調整家庭消費分類，由 12 類增加為 13 類（圖 1），另為避免時間數列資料中斷，盡可能微調部分內涵以維持大類不變，僅針對「交通」、「通訊」及「休閒與文化」3 個大類進行較大幅度的跨類重組，主要異動如下（圖 2）。

（一）原「交通」主要含括個人交通運輸相關費用，近年電商普及，網購蔚

圖 1 我國民間消費分類修正前後對照



註：☆係指統計內涵調整。
資料來源：作者自行繪製。

圖 2 COICOP 2018 調整重點



資料來源：作者自行繪製。

專題

為主流，民衆使用包裹、快遞等遞送服務需求顯著提升，故納計原屬「通訊」之「郵寄服務」，將統計範圍由原本載人的消費延伸至個人消費的貨物運輸服務。

- (二) 因新興「資訊」與「通訊」產品及服務之用途難以釐析，為使分類區隔更清楚，將原「休閒與文化」之視聽影音與電腦等資訊相關軟、硬體及維修租用服務，以及電視頻道訂閱費、隨選影音串流等服務，與通訊設備及服務合併，並更名爲「資通訊」；「休閒與文化」更名爲「休閒、運動與文化」。
- (三) 原「家具設備及家務維護」之家教及家庭外籍看護，依消費目的，分別移至「教育」及「其他」。
- (四) 考量「其他」的占比逐年增加（我國占逾 1 成 5，僅次於「住宅

服務、水電瓦斯及其他燃料」），且類間異質性高，因此拆分為兩類，保險、FISIM、證券、基金、期貨等金融相關服務歸併獨立爲「保險及金融服務」大類，其餘個人清潔、個人財物及社會保障等仍保留在「其他」。

- (五) 原「餐廳及旅館」更名爲「餐廳及住宿」，統計範圍及內涵均不變。

前述類別調整在既有編算已有細項資料者，採整條時間序列資料挪移；新舊內涵不同者則須調整編算方法或資料來源，如原「休閒與文化」項下「育樂設備」分拆爲視聽影音與電腦等「資訊設備」，以及電子遊樂器及遊戲軟體等「育樂設備」，因分屬不同大類，故在改版準備階段即預先委請經濟部增加相關問項，蒐集細項資料。

除前述名目調整外，爲計算連鎖實質值，平減指數須依新涵蓋項目重新選定相對應的物價指數，各類別間之挪移皆

以連鎖法計算，並維持 105 年（含）以前調整前、後之整體民間消費連鎖實質值成長率不變。

二、精進衡量方法

隨民衆消費模式不斷演進，民間消費亦隨時檢視相關資料來源及編算方法，適時調整，主要革新如下：

- (一) 手機消費規模校正

早期行動電話多透過電信業者以綁定通話服務合約方式購買，故手機消費依行政院主計總處自辦電信業行動電話銷售金額統計。惟隨手機推陳出新，民衆單獨購買手機日益頻繁，加以蘋果、三星等國際大廠相繼來臺設立據點，手機購買管道日趨多元，故改以通訊設備批發零售業者營收框定基準年手機消費規模，以符合現況。

- (二) 加估新興經濟活動

隨智慧型手機普及帶動電子化消費模式蓬勃發展，推升民衆使用 foodpanda、Uber Eats 等外送平臺及 Uber 多元計程車等服務頻度。其

中外送平臺為疫情期間快速崛起的新經濟型態，缺少常川蒐集的參考資料，但因相關交易多透過信用卡支付，故以聯合信用卡處理中心外送平臺刷卡筆數加估外送服務費；計程車消費除既有參考指標，也增納聯卡中心的多元計程車刷卡金額，精進各季估算模式。

(三) 加估防疫物資消費

COVID-19 疫情期間，政府建立口罩及快篩試劑實名制銷售管道，由於相關消費非屬經濟部批發零售業調查統計範圍，故參考衛福部、網路公開資訊，於實名制實施期間分別加估口罩及快篩試劑 81 及 75 億元。

參、編算結果

一、110 年基準年規模校正結果

110 年民間消費循例依據工業及服務業普查、相關最新公務統計與調查結果進行基準年規模校正，並配合 COICOP 2018 調整家庭消費歸類，修正

後，110 年民間消費支出新臺幣 9.79 兆，其中家庭消費支出 9.66 兆，占整體民間消費 98.7%（下頁表 1）。

另依 COICOP 2018 分類觀察，以「住宅服務、水電瓦斯及其他燃料」支出 1.79 兆最高，占 18.3%，其中住宅租金 1.52 兆，占該類別 84.9%。「食品及非酒精飲料」支出 1.36 兆居次，占 13.9%，加計菸酒（0.23 兆）及餐廳消費（0.75 兆）後，與飲食有關之消費 2.34 兆，占民間消費比重超過 2 成。

「交通」消費 1.06 兆，占 10.8%，主要為汽、機車及自行車等交通工具購置費支出 0.43 兆，其次為運輸工具維修及停車費 0.23 兆，以及汽、柴油燃料費支出 0.22 兆，三者合計 0.88 兆，合占交通消費 83.1%。新獨立的「保險及金融服務」支出 0.87 兆，排名第 4，其中保險服務 0.47 兆，占該類別比重逾 5 成。

二、105 及 110 年民間消費結構比較

受 COVID-19 疫情影響，

110 年各國實施邊境管制，影響國人國外消費動能，加以三級警戒期間，民眾減少外出、企業居家辦公、師生遠距教學、餐飲場所禁內用及娛樂場所關閉等防疫措施，嚴重衝擊運輸、住宿餐飲、藝術娛樂與休閒等服務類產業，「交通」、「休閒、運動與文化」、「教育」及「餐廳及住宿」支出占民間消費比重顯著下滑，分別較 105 年減少 1.62、0.63、0.53 及 1.72 個百分點（第 19 頁表 2）。

民生必需的「食品及非酒精飲料」受惠於餐廳禁止內用措施，110 年占比較 105 年增加 0.69 個百分點；「資通訊」及「保險及金融服務」則因遠距商機及金融市場交易熱絡，占比分別增加 0.43 及 1.45 個百分點；「醫療保健」占比增加 0.80 個百分點，主因國人身心健康與美容需求增加，帶動健檢、心理諮商、植牙、醫美相關支出大增，加以疫情期間增購口罩及藥用酒精等防疫物資所致。

專題

表 1 110 (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	9,789,345	100.00	8. 資通訊	611,973	6.25
(一) 家庭消費支出	9,659,086	98.67	視聽影像及資通訊設備	381,330	3.90
1. 食品及非酒精飲料	1,356,310	13.85	資通訊服務	230,643	2.36
2. 菸酒	230,482	2.35	9. 休閒、運動與文化	433,128	4.42
3. 衣著鞋襪及服飾用品	464,311	4.74	育樂設備及用品之購買 及維修	149,630	1.53
4. 住宅服務、水電瓦斯及 其他燃料	1,791,955	18.31	娛樂消遣及文化服務 ⁵	187,670	1.92
住宅租金	1,520,556	15.53	報紙書籍及文具	66,622	0.68
住宅維護	4,711	0.05	套裝旅遊	29,206	0.30
用電服務	122,448	1.25	10. 教育	326,380	3.33
燃料	34,090	0.35	學雜費	151,896	1.55
用水供應及其他住宅服務 ¹	110,150	1.13	補習費、家教及其他	174,484	1.78
5. 家具設備及家務維護	431,968	4.41	11. 餐廳及住宿	825,525	8.43
家具	125,464	1.28	餐廳 ⁶	751,878	7.68
家庭設備	211,131	2.16	住宿 ⁷	73,647	0.75
其他家庭用品	72,222	0.74	12. 保險及金融服務	871,076	8.90
家務維護 ²	23,151	0.24	保險服務	470,660	4.81
6. 醫療保健	480,561	4.91	其他金融服務 ⁸	209,499	2.14
醫療費用 ³	241,072	2.46	FISIM	190,917	1.95
藥品及醫療設備	239,489	2.45	13. 其他	778,978	7.96
7. 交通	1,056,439	10.79	個人清潔照護 ⁹	363,025	3.71
交通工具購買	432,781	4.42	個人用品 ¹⁰	173,918	1.78
汽車	355,455	3.63	社會保障 ¹¹	118,650	1.21
機車、自行車及其他	77,326	0.79	喪葬服務	80,338	0.82
交通工具燃料購買	219,918	2.25	其他服務 ¹²	35,702	0.36
交通工具維修	225,616	2.30	國外淨購買 ¹³	7,345	-
其他交通服務 ⁴	178,124	1.82	(二) 對家庭服務之民間非 營利機構消費支出	130,259	1.33

註：1. 其他住宅服務包括垃圾處理費、大樓管理費及保全費等。
 2. 包括幫傭及清潔服務等。
 3. 係指在醫療院所內除健保給付外的掛號費及自付額等。
 4. 包括大眾運輸、租賃、計程車服務、水運、航空及個人消費之貨物運輸服務等。
 5. 文化服務係指電影及博物館參觀等。
 6. 包括學生及企業餐廳、軍人餐費等。
 7. 包括一般旅館及學生宿舍費用。
 8. 包括期貨交易、基金手續費、ATM 手續費、匯費等。
 9. 包括理容服務、化妝品及其他保養用品。
 10. 包括珠寶、鐘錶、皮包等個人用品。
 11. 包括老人安養護理、保母及外籍看護照顧服務等。
 12. 如法律、行政服務等。
 13. 係指家庭國外購買扣除外人在臺購買之金額。
 資料來源：行政院主計總處。

表 2 105 年與 110 民間消費結構比較表

單位：%，百分點

項目	110 年	105 年	110 較 105 年 增減
民間消費	100.00	100.00	—
(一) 家庭消費支出	98.67	98.79	-0.12
1. 食品及非酒精飲料	13.85	13.16	0.69
2. 菸酒	2.35	2.11	0.24
3. 衣著鞋襪及服飾用品	4.74	4.75	-0.01
4. 住宅服務、水電瓦斯及其他燃料	18.31	17.09	1.22
5. 家具設備及家務維護	4.41	4.17	0.24
6. 醫療保健	4.91	4.11	0.80
7. 交通	10.79	12.41	-1.62
8. 資通訊	6.25	5.82	0.43
9. 休閒、運動與文化	4.42	5.05	-0.63
10. 教育	3.33	3.86	-0.53
11. 餐廳及住宿	8.43	10.15	-1.72
12. 保險及金融服務	8.90	7.45	1.45
13. 其他	7.96	8.66	-0.70
(二) 對家庭服務之民間非營利機構消費支出	1.33	1.21	0.12

資料來源：行政院主計總處。

肆、結語

自 2018 年聯合國公布新版 COICOP 後，主要國家多漸進配合調整家庭消費支出分類，我國亦於 113 年 11 月國民所得統計五年修正完成民間消費分類調整及 70 年至 112 年時間數列回溯修正，俾接軌國際及提供政府相關政策制定之參考依據。

民間消費涵蓋範圍廣闊，編算所需資料及方法繁瑣複雜，面對新興科技創新、資通訊匯流、虛實及線上線下整合（Online To Offline）、AI 人工智慧等浪潮不斷革新消費者使用習慣與樣態，我們將持續關注消費模式變遷，精進民間消費相關估算作業，強化統計資料品質，以提升統計數據應用價值。

註解

1. 於 1999 年 3 月聯合國統計委員會通過，故簡稱 COICOP 1999。

參考文獻

1. 詹秋玫、許石山（2010），國民所得民間消費新分類，主計月刊，656 期，36-41 頁。
2. United Nations (2018). Classification of Individual Consumption According to Purpose (COICOP) 2018.❖