



# COICOP 新分類下的家庭消費樣貌

隨著近年資訊與通訊技術（ICT）快速發展及消費模式轉變，聯合國於 2018 年推出新版 COICOP 2018，重新定義家庭消費的分類邏輯與範疇，以順應時代發展趨勢。本文將以 COICOP 2018 版為核心，探討在新分類架構下，我國家庭消費樣貌的轉變與趨勢。

陳叡晴（行政院主計總處科員）

## 壹、前言

家庭消費支出是衡量民衆生活水準、社會結構變遷與經濟發展的重要指標。隨著全球化、數位化與人口結構快速變化，傳統消費分類已難以全面反映現代家庭的消費行為與支出型態。為因應此趨勢，聯合國於 2018 年發布新版《個人消費支出分類標準》（Classification of Individual Consumption According to Purpose, COICOP），並建議

各國逐步採用，以提升統計資料的準確性與國際可比性。

行政院主計總處按年辦理家庭收支調查（以下簡稱本調查），蒐集我國家庭所得與消費資料，並依聯合國 COICOP 分類編製消費支出項目。因應 113 年國民所得統計五年修正，本調查亦同步由原採用之 COICOP 1999 版（前版）更新為 COICOP 2018 版（新版），以掌握家庭消費結構的最新樣貌，提供政府政策制定之參據。本文將從新版分類的異動出

發，探討其對家庭消費資料的影響，並重新詮釋在新分類架構下，我國家庭消費結構與型態的變化趨勢。

## 貳、新版消費分類異動概況

### 一、新增保險及金融服務分類

COICOP 新版將原本的 12 大類擴增為 13 大類，新增「保險與金融服務」類別，此類別整合原分散於「住宅服務」、

「醫療保健」、「交通」、「休閒與文化」及「什項消費」等類別中的各項保險支出（如住宅保險、人身意外災害醫療保險、汽機車保險、寵物險等），以及原屬「什項消費」的金融服務，提升分類的整體邏輯性與統計可比性。（圖 1）

## 二、調整類別名稱以因應產業發展與現代生活

由於科技日新月異，部分電子商品已難以明確劃分為「資訊」或「通訊」類別。為更貼近產業發展趨勢，新版將原「通訊」類別擴充並更名為「資通訊」，更方便了解資通訊相關產品與服務。此外，原「休閒與文化」類別亦調整為「休閒、運動與文化」；原「餐廳及旅館」則更名為「餐廳及住宿」，以更符合現代生活型態。

## 三、細項分類重組以貼近使用情境

新版對細項分類進行大幅調整。例如，原屬「通訊」類別的「郵政服務」，過去以信件寄送為主，但隨著網購普及與 COVID-19 疫情影響，已轉型為包裹與快遞等物流服務，故改列入「交通」類別，更精準反映實際消費行為。

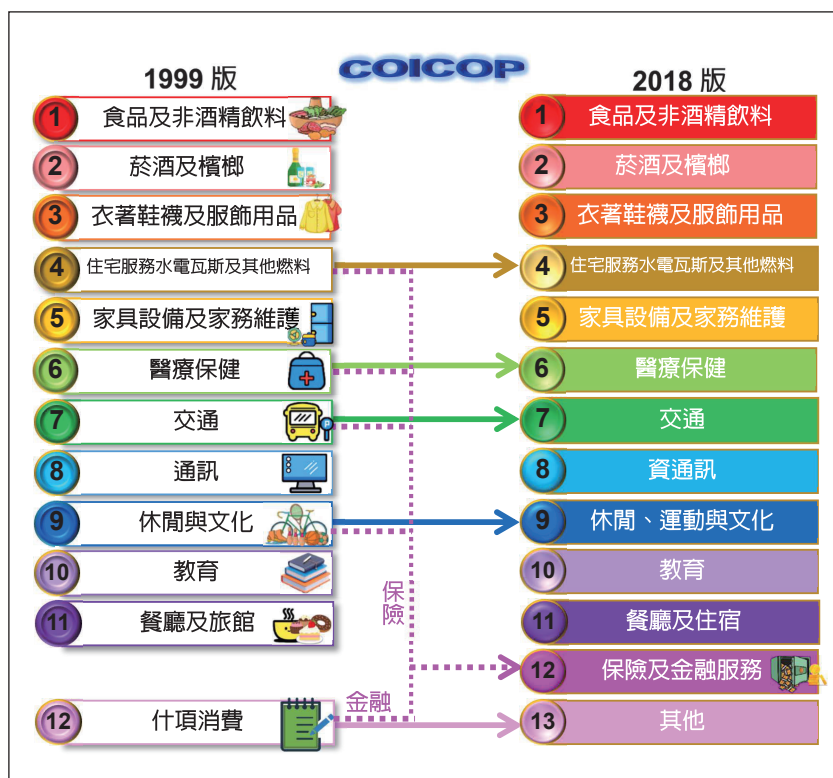
## 四、納入生活型態與科技發展考量

鑒於數位生活型態已成趨勢，原屬「休閒與文化」的視聽影像設備與相關服務（如電視頻道訂閱、多媒體隨選、線上影音串流等），因主要透過網路與數位設備提供，已調整歸入新版分類之「資通訊」類別，更能呈現現代家庭的消費實況。

## 五、分類邏輯一致性提升

新版分類強化邏輯一致性，避免同一支出項目分屬不同類別的情況。以資訊與通訊商品為例，坊間常見網綁銷售

圖 1 消費支出類別



說明：保險及金融服務為 2018 版新增類別。  
資料來源：行政院主計總處家庭收支調查。

# 論述》統計·調查



組合（如網路費搭配串流服務、手機費搭配影音平臺等），原分屬「交通」與「通訊」兩類，現統一歸入「資通訊」，簡化分類架構，提升資料分析的準確性。

此外，原屬「家具設備及家務維護」的固定地毯、電線與插座、保全裝機費、監控攝影機、住宅警報器及滅火器等，因屬不易搬遷的住宅配件，已調整歸入「住宅服務、水電瓦斯及其他燃料」類別，更貼近實際使用情境，亦有助於提升分類邏輯的一致性。

## 參、消費結構及型態變化趨勢

隨著社會經濟環境變遷與所得提升，我國家庭消費型態亦出現結構性調整，根據 113 年家庭收支調查結果，各類消費支出占比觀察，「住宅服務、水電瓦斯及其他燃料」占比最高，達 24%；其次為「食品、飲料及菸草」與「醫療保健」，占比分別為 15.3% 與 14.8%。其中，「醫療保健」較 80 年增加 9.4 個百分點，「餐廳及住

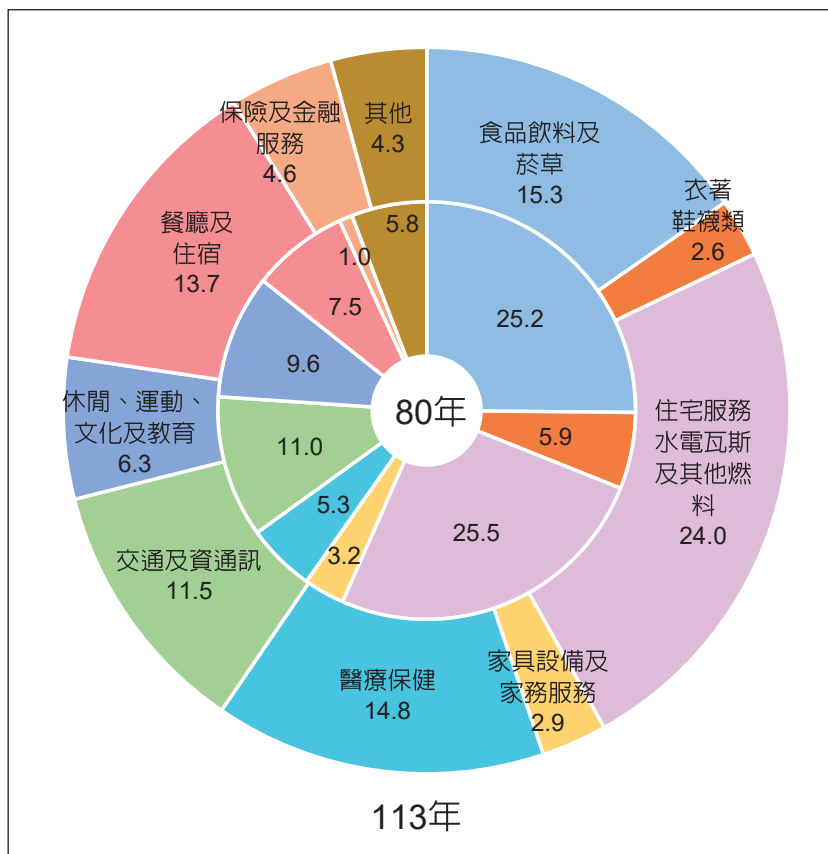
宿」次之，增加 6.2 個百分點，而「食品、飲料及菸草」下降最多，減幅達 9.9 個百分點（圖 2 及下頁表 1）。

### 一、飲食消費模式轉變：外食與外送成主流

都市化與雙薪家庭普及，帶動外食支出逐年上升。以基本生活需求中的「食」為例（含

「食品、飲料及菸草」與「餐廳及住宿」<sup>1)</sup>），113 年合計占比達 2 成 9，為各類支出之首。然而，「食品、飲料及菸草」占比自 80 年 25.2% 降至 113 年 15.3%，減幅達 9.9 個百分點，為所有類別中減幅最大。反觀「餐廳及住宿」支出因疫情催化宅經濟興起，外送平臺盛行，民衆飲食習慣由外食轉向線上

圖 2 我國家庭消費支出結構占比 (%)



資料來源：行政院主計總處家庭收支調查。

訂餐，顯示飲食消費型態已出現根本性轉變。

## 二、醫療保健支出成長： 高齡化與健康意識 提升

根據世界衛生組織（WHO）的定義，65歲以上人口比率超過7%為「高齡化社會」，超過14%為「高齡社會」，超過20%為「超高齡社

會」，我國老年人口在80年時僅占6.5%，82年成為高齡化社會，107年步入高齡社會，113年已達19.2%，即將邁入超高齡社會。隨著國人平均壽

表 1 我國家庭消費支出結構變遷概況

年別	平均每戶可支配所得(萬元)	65歲以上人口占總人口比率(%)	結構比(%)										
			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	交通及資通訊	休閒、運動、文化及教育	餐廳及住宿	保險及金融服務	其他
80	58.7	6.5	100.0	25.2	5.9	25.5	3.2	5.3	11.0	9.6	7.5	1.0	5.8
85	82.6	7.9	100.0	19.7	4.5	25.6	3.2	9.2	11.6	9.9	8.4	2.1	5.7
90	86.9	8.8	100.0	17.3	3.6	25.1	2.6	10.1	13.0	10.4	9.0	3.8	5.1
95	91.3	10.0	100.0	16.1	3.3	23.7	2.4	11.6	13.5	10.1	9.3	4.8	5.0
100	90.8	10.9	100.0	16.2	3.1	24.3	2.5	12.1	13.6	9.2	10.2	3.7	5.1
101	92.4	11.2	100.0	16.5	3.0	24.3	2.5	12.0	13.6	8.9	10.6	3.5	5.1
102	94.2	11.5	100.0	16.3	3.0	24.2	2.4	12.1	13.9	8.7	10.6	3.6	5.3
103	95.7	12.0	100.0	15.9	3.0	24.4	2.4	12.2	13.6	8.6	11.1	3.6	5.3
104	96.5	12.5	100.0	15.9	2.9	24.6	2.4	12.4	13.0	8.6	11.3	3.6	5.2
105	99.3	13.2	100.0	15.8	2.9	24.2	2.4	12.5	13.0	8.4	11.8	3.8	5.2
106	101.9	13.9	100.0	15.6	2.8	23.9	2.5	12.5	13.2	8.6	12.0	3.8	5.2
107	103.6	14.6	100.0	15.6	2.8	23.9	2.4	12.9	12.7	8.3	12.3	3.9	5.1
108	106.0	15.3	100.0	15.2	2.8	23.6	2.6	13.1	12.4	8.6	12.8	3.9	5.1
109	108.0	16.1	100.0	15.6	2.7	24.3	2.8	14.1	11.9	6.6	13.1	4.0	4.9
110	109.1	16.9	100.0	15.8	2.7	24.5	2.9	14.7	12.1	5.3	12.8	4.2	4.9
111	110.9	17.6	100.0	15.2	2.7	24.6	2.9	14.8	11.7	5.3	13.8	4.2	4.8
112	113.7	18.3	100.0	15.3	2.6	24.0	2.9	14.5	11.6	6.0	13.9	4.3	4.8
113	116.5	19.2	100.0	15.3	2.6	24.0	2.9	14.8	11.5	6.3	13.7	4.6	4.3
113年較80年增減百分點	-	12.7	-	-9.9	-3.3	-1.6	-0.2	9.4	0.5	-3.3	6.2	3.6	-1.6

說明：因四捨五入關係，部分增減百分點數字容或不等於該項數字之差。  
資料來源：行政院主計總處「家庭收支調查報告」、內政部「統計年報」。

# 論述》統計・調查



命延長，衛生保健觀念增強，使得醫療保健支出逐漸增加，113年較80年增9.4個百分點。

此外，近年儘管出生率偏低，國人對產後照護重視程度提高，越來越多新手爸媽，不再侷限於在家坐月子，而是選擇入住機構（如月子中心、產後護理之家），享受專業照護與貼心服務，讓坐月子成爲一段溫馨又療癒的時光，也促進

產後護理之家快速成長。113年全國產後護理之家達259家，年內入住人數約13萬人，爲103年的1.8倍（表2），使該類支出顯著上升。

### 三、交通與資通訊支出穩定：設備普及與使用型態轉變

隨著科技與工商業發展，有線電視普及率近10年維持約

8成，電話機與行動電話呈消長趨勢，113年分別爲77%與98%；家用電腦連網率則因疫情後遠距需求持續高達9成9（下頁表3）。

在交通方面，交通支出以購買新車爲大宗，近年來家庭擁有汽車比率約爲6成左右，已趨穩定，如臺北市與新北市大眾運輸發達，自有汽車普及率分別僅爲47%與48%。整體

表 2 產後護理之家概況

年別	家數（家）	床數（床）	新入住人數（人）	平均入住日數（日）
103	187	7,477	74,682	19.6
104	201	8,558	84,643	20.2
105	219	9,786	89,515	20.6
106	243	11,546	98,877	20.2
107	267	12,842	102,896	21.0
108	276	13,752	111,033	21.7
109	279	14,257	116,263	22.0
110	284	14,393	125,523	22.1
111	270	13,829	118,428	22.4
112	265	13,778	126,790	22.1
113	259	13,419	130,853	22.6

說明：產後入住機構依有無醫療行為分為產後護理之家及無醫療行為之「月子中心」；本表僅統計有醫療行為之產後護理之家。  
資料來源：衛生福利部「醫事機構服務量統計年報」。

而言，113 年「交通及資通訊」支出占比為 11.5%，較 80 年 11.0% 略增 0.5 個百分點，惟仍為僅次於「食」、「住」與「醫療保健」的主要支出類別。

#### 四、休閒、運動、文化及教育支出：受少子女化與政策影響

少子女化趨勢與政府推動

托育準公共化及高級中等學校免學費政策，使家庭教育支出占比逐年下降。其中準公共化幼兒園（含公立、教保服務中心、非營利及準公共幼兒園）

表 3 家庭交通及資通訊設備普及率

單位：%

年別	有線電視頻道設備			電話機	行動電話	機車	汽車	家用電腦	
	合計	一般	多媒體隨選視訊					連網比率	
80	...	...	...	94.8	...	79.2	33.7	9.6	...
85	59.6	59.6	...	97.5	...	80.8	51.2	22.6	...
90	72.3	72.3	...	97.8	79.5	79.7	55.6	50.9	76.3
95	79.8	79.8	...	97.4	88.0	81.7	59.1	66.1	90.2
100	82.9	78.9	6.6	96.1	91.7	83.0	59.1	71.9	95.1
101	83.2	77.7	7.5	94.8	92.3	83.1	58.4	72.3	94.9
102	84.4	78.8	7.6	94.7	92.6	82.8	58.4	72.2	95.4
103	84.8	78.3	8.9	94.0	93.1	82.9	58.7	70.7	94.9
104	85.4	78.7	8.5	92.9	93.5	82.8	59.1	69.3	94.6
105	85.9	78.5	8.9	92.8	94.6	83.5	59.7	68.8	94.7
106	86.4	77.8	10.2	91.3	95.1	83.8	60.8	68.1	94.1
107	86.1	76.9	11.1	89.6	95.2	83.6	60.6	66.8	95.4
108	85.9	75.4	12.0	88.2	95.6	84.2	60.8	66.7	95.5
109	85.2	73.7	12.6	85.9	96.2	83.3	60.3	66.0	97.4
110	85.6	73.7	12.8	84.4	96.6	83.7	60.3	67.4	98.5
111	83.6	70.7	14.0	81.0	97.1	83.9	61.3	67.8	98.9
112	83.4	70.0	14.2	79.9	97.3	83.5	61.2	67.7	99.0
113	81.7	67.6	15.1	76.8	97.5	83.7	60.6	67.0	99.3

資料來源：行政院主計總處「家庭收支調查報告」。

# 論述》統計・調查



占比由 103 年的 30.5 % 提升至 113 年的 71.4 % (表 4)，依政府規定，家長在準公共化幼兒園的每月繳費上限不超過 3,000 元，且依子女出生次序遞減，有效減輕家庭幼兒教育支出負擔。另高級中等學校學

生人數近 10 年為逐年遞減，加上 112 學年度第 2 學期起實施免學費政策，使「休閒、運動、文化及教育」支出占比由 80 年的 9.6 %，降至 113 年的 6.3 %，呈現一致的下降趨勢。

## 五、保險及金融服務支出增加：保障意識與金融參與提升

COICOP 新版中新增「保險及金融服務」類別，113 年占比較 80 年增加 3.6 個百分

表 4 幼兒園家數與高級中等學校學生人數

年別 (學年)	幼兒園					高級中等學校學生人數 (人)		
	家數 (家)			占比 (%)		總計	公立	私立
	總計	準公共化	一般私立	準公共化	一般私立			
103	6,468	1,975	4,493	30.5	69.5	818,866	439,734	379,132
104	6,362	2,009	4,353	31.6	68.4	792,290	428,876	363,414
105	6,310	2,052	4,258	32.5	67.5	776,113	421,008	355,105
106	6,323	2,118	4,205	33.5	66.5	745,464	417,650	327,814
107	6,348	2,183	4,165	34.4	65.6	696,782	406,707	290,075
108	6,384	2,257	4,127	35.4	64.6	642,791	390,755	252,036
109	6,447	2,336	4,111	36.2	63.8	609,745	375,726	234,019
110	6,507	2,417	4,090	37.1	62.9	585,629	368,134	217,495
111	6,661	4,485	2,176	67.3	32.7	568,106	364,148	203,958
112	6,699	4,642	2,057	69.3	30.7	556,490	360,099	196,391
113	6,657	4,751	1,906	71.4	28.6	549,843	356,256	193,587

說明：準公共化幼兒園含公立幼兒園、非營利幼兒園、準公共幼兒園及教保服務中心。  
資料來源：教育部統計處。

點。保險方面，隨國人保險觀念逐漸由「儲蓄型」轉向重視「保障型」，相關支出呈現穩定成長。由於本調查未包含儲蓄型保險（如保險期滿可領回受益金或具保本性質者），顯示人身意外災害醫療保險、汽機車保險及旅遊平安險等屬於保障型的保險支出逐年上升，反映出消費者對風險保障的重視程度提升。

另金融服務方面，主要為與金融機構交易往來之手續費支出、匯費、經紀人佣金，以及證券交易手續費、保險箱租金、貸款設定費等。

## 肆、結論

綜觀近 10 年我國家庭消費支出結構的演變，隨著 COICOP 新版分類的導入後，整體消費型態呈現出嶄新樣貌，基本生活需求如「食」與「住」屬於剛性支出，占比變動不大，仍居家庭支出前兩名，顯示其在家庭預算配置中具高度穩定性。

然而，受所得提升、社經發展及人口結構改變等因

素影響，「醫療保健」支出比重呈現較明顯上升趨勢，反映高齡人口比率逐年攀升，健康意識提升，以及醫美與產後護理等新興服務需求的快速成長。

此外，透過家庭消費支出項目的消長變化，不僅可掌握主要消費需求的轉向，更能洞察社會文化與生活型態的演進脈絡。數位生活普及、外食文化盛行與居住成本上升，使家庭消費行為逐漸由單純的經濟活動，轉化為反映社會文化、科技發展與政策環境的綜合結果。

展望未來，隨著科技創新、物聯網（IoT）、人工智慧（AI）等新興技術持續發展，家庭的工作與生活型態將更加多元，消費行為亦將更為複雜，進而牽動整體消費結構的持續轉型。此一趨勢值得持續關注，並作為政府政策規劃與社會研究的重要參考依據。

## 註釋

1. 「食品費」係指購買食材自行調理，「餐廳費」係在外餐館用

餐，均屬「食」的費用，爰合併觀察；另在外住宿費因樣本代表性考量，調查報告未發布細項資料，且其占比極小，此處予以忽略。❖