

基礎研究報告 ③

1982/83年版

中華民國台灣地區

市場年報

TAIWAN MARKET PROFILE

2



環球經濟社
策略印書館

環經研究報告 ③

1982/83年版

中華民國台灣地區

市場年報

TAIWAN MARKET PROFILE

2



環球經濟社
香略印書館

環境研究報告 ③

1982/3年版

中華民國台灣地區市場年報

全二冊 實售：每套新台幣6,500元

海外訂購每套(含郵費)US\$195

中華民國七十一年七月卅一日印製

環球經濟社

發行人 / 陶子厚

社長兼總經理 / 林建山

行政院新聞局登記證局版臺誌字第2218號

台北市館前路59號 7樓

電話：3118396・3118519・3119064

郵政劃撥帳戶第152669號

香略印書館

發行人 / 林建山

行政院新聞局登記證局版台業字第1597號臺

台北市郵政第39—618號信箱

郵政劃撥帳戶第111091號

版權所有・翻印必究

弁 言

這是一個經濟主導，管理掛帥的時代，企業經濟的發展，引領了整個社會的發展，也提升了人類生活的素質層面，經濟關係的擴張延伸，更使得全世界每一國家與國家之間的相互依存程度日益提高，國內外一切經濟活動層面的任何市場、產業、商品、貿易、投資、金融、企業、政府政策，管理及科技的變化，自然都值得我們深加重視與肆應。

環球經濟社與雪略印書館同屬經濟管理專業研究出版機構，為配合政府長期經濟建設政策目標，協助工商企業經營之再發展與再成長，引馭內外，長存永壯，用擬結合兩機構近百位學者專家及高級研究人員，發揮研究纂析功能，密切掌握國內外經濟及管理之主流動向，有系統地定期編製印行各種深具實用參攷價值的研究報告，以為工商企業經營實務之助力。

我們的努力，切盼能獲致大家的寵惠與賜教！

環球經濟社
雪略印書館

再版序

企業經營成功的要素很多，惟以其中有一項要素，是一九七〇年代以還，愈來愈受到決策當局重視，並被目為企業邁向成功的充要條件者，即所謂的「市場情報」(marketing information)。多數的決策人員，非特將市場情報列為決策行為的主要依循，甚且在管理會計的科目中，將「情報成本」的比重地位大力提升，與「智慧成本」並列為一九七〇年代後期企業管理成本分析的兩大關鍵項次。

益有進者，部分管理學者更認為此二項成本要素是決定今後企業成長的基本左右力量，絕不容輕予忽視。此二項成本比重愈高，即顯示該企業是一情報愈密集、智慧愈密集的企業，對未來的肆應彈性及肆應能力即愈大愈高。易言之，市場情報在企業經營中的地位，在短期，甚至是中長期的未來，都將越來越高，其份量自亦愈來愈重。

就其涵括的空間範疇區分，市場情報應當大別為國際市場情報與國內市場情報。在國際市場情報中，尚可依其產品、國家、經濟特性分區、種族文化、經濟集團……等等而畫分出諸多異中有同，理趣相殊的情報類型與情報需求，對於像我國這樣一個高度依存對外貿易的國家來說，國際市場情報的不可或缺，應是顯見且毋庸置疑的。多年來固係如此，在可預見的未來，想必亦復如此。

至於對國內市場情報的重視程度，比較上是相對偏低的，此與一般企業人士久來重外賤內的心態是一致的，在過去的三十多年當中，甚少企業以國內市場作為經營目標

對象，即使有之，其比重地位亦不會太高。洎至能源危機發生之後，睿智的經營者及企業經濟學家們乃開始看重國內市場對企業生存及成長的意義。

當然，這樣的轉變與覺醒，在時間上固屬稍晚，但其能收亡羊補牢之功，却也是必然的，仍值我們適度給予鼓勵。

亦因此，我們覺得極有必要廣泛蒐集析理有關國內市場情態（market profile）的一切資料，加以適切的整理纂編，使其龐雜歸於精簡，使其紛陳轉作有秩，並予篇章安排，縷成體系，以為協助中外企業界開拓國內市場的重要參攷。第二度整輯內容，恐尚不免乖漏，用特仍採年報型式，冀能爾後定期修整增訂，使其涵括內容更臻完備，俾期發揮更大助益作用。

「一九八二／八三年版台灣地區市場年報」之出版，自亦象徵本社服務業界更邁一步，切盼獲致更多鼓勵與指導！

社長兼
總經理

林建山

中華民國七十一年七月卅一日

凡 例

- 一 本年報乃係第一部開發國內市場必備的權威實務大典，其編輯目的在於提供中華民國台灣地區市場之完整資料，以供國內外企業透視台灣市場之主要參攷，使能成為投資設廠、銷售商品、業務企畫及市場研究不可或缺之基本工具。
- 二 本年報資料來源，以政府有關單位之未公開印行資料為主幹，民間權威專業研究資料為輔，主要引徵來源概在百餘種以上，上及行政院、各部會，以至省市機構，兼及公民營企業研究部門，務期所蒐資料完整、權威並富實用價值。
- 三 在總體性資料方面，本年報除蒐集各項主要經濟、金融、工業生產等指標外，並詳列一九八二年（民國七十一年）台灣地區經濟建設計劃，及未來四年台灣地區經建長期規劃。此外，舉凡有關所得、人口、教育等市場研究必備基本資料，均詳盡蒐納。以所得乙項言，即有數百列表資料，不僅以年齡、職稱、行業、地區、教育等常見標準來區分所得水準，且列有以鄉鎮區為單位及其它國內少見的區分單位的所得水準，堪稱國內首創。
- 四 在個體資料方面，本年報置有「消費市場」，「購買行為」與「通路媒體」等三大篇。除以年齡、教育程度、地區等來區分「可支配所得」的水準外，並有「最終消費支出」結構之各種統計資料，極具實用價值。
- 五 本年報資料時限，概皆截至一九八一年底為止，唯有部分篇章資料蒐集作業困難或蒐編頻度較稀，皆儘其可能更新至一九八〇年底，此類資料在目前可用資料類中，仍屬最新，則殆無可疑。
- 六 本年報內容大別為總體及個體兩大部分，並依其資料特性及使用目的分置為六大篇，各篇並予分章分節安排，目的在便利企畫作業，唯以各篇資料實具上下縱橫之連鎖相關性，使用時，除於各篇索引資料外，最好亦能引徵其他篇章，必可收更大使用效益。
- 七 綜括全篇其結構內容概為：
 - 1 經濟情勢篇：包括各種基本指標，經濟現勢及規模，經建計畫全文及貿易現況等，可以掌握短期、中期、長期的可能演變趨勢與方向。

2. 投資環境篇：各主要行業生產力及成長性比較，主要工業產品產銷情形，各行業獲利能力，安全性分析等，提供最實用的產業資料以爲投資人士參考。
3. 行政地理篇：地理環境、行政區畫、工業區位、資源地理等，通路策略必備資料。
4. 消費市場篇：包括人口所得、教育統計、都市化程度、職業、社會結構及年齡分層，羣體行爲等重要指標實用資料。另有家用電器市場，房屋市場，汽車市場及奶粉市場等調查結果報告爲業務企劃，市場研究，抽樣調查必備之基礎資訊。
5. 購買行爲篇：分析機構消費者及一般消費者，可支配所得能力，支付物價、家庭收支、消費傾向、福利指標等，任何工商企業主管人員不可不看。
6. 通路與媒體篇：是企業開發國內市場之通路策略所不可或缺之各項資訊。如傳播公司，新聞事業單位，產業公會雜誌。
7. 附錄：
 - ① 中華民國台灣紡織工業及資訊工業發展計畫全文。
 - ② 新竹工業園區簡介及管理條例。
 - ③ 與工商業有關之政府各級機關通訊錄。
 - ④ 機械業發展方案執行計劃草案。
 - ⑤ 台灣地區地名英漢對照表。

八、爲擴大實用價值，本年版年報新增列篇章計有：進出口貿易、工業主要產品產銷狀況、房屋市場、奶粉市場等調查，新竹科學園區簡介及特置管理條例以及紡織及資訊工業部門發展計劃全文，使有效資料範圍，更趨完備。

九、本年報冀能在有限篇幅中容納更多有用資訊，凡於一九八〇年版已有且其內容短期不可能修訂更新者，不再編入，讀者如有需要，請逕行查閱該年版年報。

十、本年報除文字分析部分外，所有數據資料儘量採中英文對照方式編排，以便中外企業直接查索引用。

十一、本年報所有圖表爲謀便利使用者查索，採取統一編碼方式，各冊除將所有篇章名稱并列外，並分置各冊詳細圖表編碼目錄，可一索即得，相爲參照。

十二、本年報動員本社近十位高級研究人員共同擘畫核訂審校完成，計畫今後仍將盡人力、物力及資料取得之最大可能，更新增補，修繕出版，以期更符實用。

目 錄

上 冊

第一篇 經濟情勢

第 一 章	中華民國七十一年台灣經濟建設計劃·····	3
第 二 章	中華民國台灣經濟建設四年計劃(71~74)·····	117
第 三 章	重要經濟指標·····	273
第 四 章	進出口貿易·····	295

第二篇 投資環境

第 五 章	台灣地區工業生產指數·····	413
第 六 章	台灣地區工業主要產品產量·····	449
第 七 章	台灣地區工業主要產品銷售量值·····	475
第 八 章	台灣地區工業主要產品存貨量·····	513
第 九 章	各行業固定資產來源分析·····	527
第 十 章	各行業獲利能力·····	533
第十一章	各行業各項週轉率·····	539

第十二章	各行業安全性分析·····	545
第十三章	製造業概況·····	551

第三篇 行政地理

第十四章	台灣區地理概況·····	577
第十五章	人口·····	593
第十六章	教育·····	687
第十七章	各縣市鄉鎮市區各行業就業人口·····	743
第十八章	各縣市鄉鎮市區各職稱就業人口·····	807
第十九章	各縣市鄉鎮市區就業與失業率·····	871
第 廿 章	農林漁牧·····	927

下 冊

第四篇 消費市場

第廿一章	所得與可支配所得·····	3
第廿二章	消費市場規模·····	115
第廿三章	台灣地區人口移動統計·····	137
第廿四章	台灣地區家電用品市場普及狀況·····	175
第廿五章	台灣地區家電用品型態結構·····	235
第廿六章	台灣地區汽車市場·····	257
第廿七章	台灣地區房屋市場·····	271
第廿八章	台北市奶粉市場·····	367

第五篇 購買行爲

第廿九章	最終消費支出.....	391
第卅章	家庭設備現代化狀況.....	407
第卅一章	台灣地區家電用品未來購買意向.....	421
第卅二章	台灣地區住戶未來購買意向分析.....	469
第卅三章	社會福利指標.....	489

第六篇 通路媒體

第卅四章	產業公會.....	515
第卅五章	工商服務及諮詢.....	521
第卅六章	報紙及通訊社.....	525
第卅七章	雜誌業.....	531
第卅八章	傳播公司.....	615
附錄A	中華民國台灣紡織工業部門發展計劃.....	627
附錄B	中華民國台灣資訊工業部門發展計劃.....	851
附錄C	新竹科學園區簡介及管理條例.....	911
附錄D	機械工業發展方案執行計劃草案.....	933
附錄E	與工商業有關之各級政府機關.....	939
附錄F	台灣地名英漢對照表.....	951

CONTENTS

VOLUME I

ECONOMIC TREND

Chapter 1	Economic construct planning in Taiwan, Republic China, 1982.	3
2	Economic construct planning in Taiwan, Republic of China, 1982-1985.	117
3	Main economic indicators	273
4	Foreign trade	295

INVESTMENT ENVIRONMENT

Chapter 5	Indexes of industrial production in Taiwan district ...	413
6	Production of principal industrial products	449
7	Selling quantity and value of principal industrial products	475
8	Producer's inventory of principal industrial products .	513
9	Fixed asset resources analysis for any industry	527
10	Profit ability analysis for any industry	533
11	Turnover analysis for any industry	539
12	Solvency analysis for any industry	545
13	General conditions of manufacturing industries	551

DEMOGRAPHIC ENVIRONMENT

Chapter 14	Geographic profile	577
15	Population	593
16	Education	687
17	Employed persons by industry in Taiwan area	743
18	Employed persons by occupation in Taiwan area	807
19	Employed and unemployed persons in Taiwan area	871
20	Agriculture, forestry, fishery, livestock	927

VOLUME II

CONSUMER MARKETS

Chapter 21	Per capita income and disposable income	3
22	Scale of consumer marketing	115
23	Population movement in Taiwan area	137
24	Penetration of appliances	175
25	Product form for appliances	235
26	Automobile market	257
27	Residence survey	271
28	Milk power market	367

BUYING BEHAVIER

Chapter 29	End-user's expenditures	391
30	General survey of modern household equipment	407
31	Potential purchasing on appliance	421
32	Potential purchasing on residence	469
33	Social welfare indicators	489

MARKETING CHANNEL

Chapter 34	Industrial union	515
35	Services and consultings	521
36	Newspapers and news agencies	525
37	Magazines	531
38	Communications	615

APPEDICES

Appendix A	The textile industrial department's development plan of Republic of China, Taiwan	627
B	The information industrial department's development plan of Republic of China, Taiwan	851
C	Introduction to Hsinchu Science - based industrial park and its administration	911
D	Machine industrial development proposed program ...	933
E	The address of the government relative to business ...	939
F	English - chinese name of Taiwan places	951

圖表目錄

下 冊

第廿一章

4001 所得收入者平均每人基本所得按職業及行業分.....	4
4002 所得收入者平均每人基本所得按職業及性別分.....	8
4003 所得收入者平均每人基本所得按行業及性別分.....	14
4004 所得收入者平均每人基本所得按教育程度及性別分.....	20
4005 所得收入者平均每人已分配要素所得依年齡，教育程度及性別分.....	24
4006 所得收入者平均每人已分配要素所得依職業及教育程度分.....	30
4007 所得收入者平均每人已分配要素所得依行業及教育程度分.....	34
4008 所得收入者平均每人已分配要素所得依行業及從業身份分.....	38
4009 平均每戶基本所得按戶內所得收入者人數分.....	40
4010 平均每戶所得按經濟戶長社會經濟特性分.....	42
4011 平均每戶可支配所得及最終消費支出按經濟戶長年齡社會經濟特性分...	44
4012 平均每戶可支配所得及最終消費支出按經濟戶長行業及職業分.....	50
4013 平均每戶可支配所得及最終消費支出按經濟戶長教育程度及年齡分.....	56
4014 平均每戶可支配所得及最終消費支出按經濟戶長教育程度及職業分.....	60
4015 平均每戶可支配所得及最終消費支出按經濟戶長教育程度及都市化地區 分.....	64
4016 平均每戶可支配所得及最終消費支出按經濟戶長行業及從業身份分.....	66
4017 平均每戶可支配所得及最終消費支出按經濟戶長職業及所得組別分.....	70
4018 平均每戶可支配所得及最終消費支出按經濟戶長職業及戶內人數分.....	76
4019 平均每戶可支配所得及最終消費支出按經濟戶長職業及都市化程度分...	82
4020 平均每戶可支配所得及最終消費支出按經濟戶長職業、年齡分.....	84
4021 平均每戶可支配所得及最終消費支出按經濟戶長從業身分及戶內就業人 數分.....	90
4022 平均每戶可支配所得及最終消費支出按可支配所得組別及經濟戶長年齡	

及性別分	92
4023 平均每戶可支配所得及最終消費支出按可支配所得組別及都市化程度地區分	102
4024 平均每戶可支配所得及最終消費支出按戶內就業人數與經濟戶長年齡分	
4025 平均每戶可支配所得及最終消費支出按經濟戶長行業及所得組別分	108

第廿二章

4026 台灣地區人口總增加及自然增加率、粗出生率、粗死亡率、毛及淨繁殖率暨嬰兒出生時母親平均年齡	116
4027 台灣地區年中人口數按三階段年齡百分比及其扶養比	117
4028 台灣地區年中人口數按性別及五歲年齡組分	118
4029 民國六十四年至六十九年台灣地區年底人口數按性別及單一年齡分	120
4030 台灣地區人口密度按土地總面積及耕地面積分	127
4031 台灣地區十五歲以上年底人口數及其百分比按經濟活動與非經濟活動分	128
4032 台灣地區年中人口數按性別、年齡及行政區域類別分	130
4033 台灣地區年中人口數按性別、年齡及都市程度分	132

第廿三章

4035 台灣地區各縣市鄉鎮市區間遷入，遷出，淨遷徙人口數暨人口總移動人次	138
4036 台灣地區各縣市鄉鎮市區間遷入，遷出，淨遷徙率暨人口總移動率	156

第廿四章

4037 台灣地區家用電器普及狀況	176
4038 台北市家用電器普及狀況	177
4039 高雄市家用電器普及狀況	178
4040 台灣省家用電器普及狀況	179
4041 基隆市家用電器普及狀況	180
4042 台北市區家用電器普及狀況	181
4043 台北南區家用電器普及狀況	182
4044 台北北區家用電器普及狀況	183

4045	新莊區家用電器普及狀況	184
4046	桃園區家用電器普及狀況	185
4047	新竹區家用電器普及狀況	186
4048	台中區家用電器普及狀況	187
4049	南投區家用電器普及狀況	188
4050	彰化區家用電器普及狀況	189
4051	嘉義區家用電器普及狀況	190
4052	台南區家用電器普及狀況	191
4053	高雄區家用電器普及狀況	192
4054	鳳山區家用電器普及狀況	193
4055	屏東區家用電器普及狀況	194
4056	台東區家用電器普及狀況	195
4057	花蓮區家用電器普及狀況	196
4058	宜蘭區家用電器普及狀況	197
4059	澎湖區家用電器普及狀況	198
4060	省縣轄市家用電器普及狀況	199
4061	鎮區家用電器普及狀況	200
4062	鄉區家用電器普及狀況	201
4063	電視機普及狀況	202
4064	黑白電視機普及狀況	203
4065	彩色電視機普及狀況	204
4066	錄影機普及狀況	205
4067	電冰箱普及狀況	206
4068	洗衣機普及狀況	207
4069	冷氣機普及狀況	208
4070	冷氣用冷氣機普及狀況	209
4071	冷暖用冷氣機普及狀況	210
4072	電鍋普及狀況	211
4073	烤麵包機普及狀況	212
4074	電爐普及狀況	213

4075	電扇普及狀況	214
4076	電熱水器普及狀況	215
4077	音響電器普及狀況	216
4078	收音機普及狀況	217
4079	電晶體收音機普及狀況	218
4080	錄音機普及狀況	219
4081	電唱機普及狀況	220
4082	收音錄音機普及狀況	221
4083	電唱收音機普及狀況	222
4084	電唱收音錄音機普及狀況	223
4085	果汁機普及狀況	224
4086	電暖器普及狀況	225
4087	電熨斗普及狀況	226
4088	家庭大小與家用電器普及率	227
4089	家長年齡與家用電器普及率	228
4090	每月所得與家用電器普及率	229
4091	家長職業與家用電器普及率	230
4092	家長教育程度與家用電器普及率	231
4093	家庭生命週期與家用電器普及率	232
4094	家庭特性與黑白電視機每日最常收視時間	233
4095	家庭特性與彩色電視機每日最常收視時間	234
第廿五章		
4096	黑白電視機型態結構	236
4097	彩色電視機型態結構	237
4098	錄影機型態結構	240
4099	電冰箱型態結構	242
4100	洗衣機型態結構	244
4101	冷氣機型態結構	246
4102	電鍋型態結構	250
4103	烤麵包機型態結構	251