

# 後疫情時代，南投勁好！

## COVID-19 對南投縣營利事業的影響



南投縣政府主計處

民國 111 年 7 月



## 後疫情時代，南投勁好! COVID-19 對南投縣營利事業的影響

### 摘 要

- ◎近 2 年來，雖受 COVID-19 疫情影響，本縣整體營利事業銷售額仍呈現穩定成長，其成長趨勢與全臺一致。
- ◎本縣 110 年營利事業銷售額增加最多之業別為「製造業」，全年銷售額 1,615 億餘元，較上年增加 225 億餘元或 16.26%；「批發及零售業」次之，全年銷售額 953 億餘元，較上年增加 63 億餘元或 7.12%。
- ◎110 年銷售額減少最多之業別為「住宿及餐飲業」與「藝術、娛樂及休閒服務業」，其中住宿及餐飲業全年 123 億餘元，較上年減少 14 億餘元或 10.35%；藝術、娛樂及休閒服務業全年 22 億餘元，較上年減少 4 億餘元或 16.21%。



## 目次

壹、前言 .....	1
貳、現況分析 .....	1
參、統計分析 .....	2
一、綜觀全縣營利事業銷售額 .....	2
二、初探銷售額受疫情影響波動幅度最大之業別 .....	5
三、深究因疫情受創最嚴重之業別 .....	7
肆、施政作為 .....	9
伍、結語 .....	11
參考文獻 .....	12

## 圖目次

圖 1 近 3 年營利事業銷售額.....	3
圖 2 南投縣營利事業銷售額雙月份走勢圖 .....	4
圖 3 南投縣 110 年營利事業銷售額比率 .....	5
圖 4 南投縣住宿及餐飲業銷售額雙月份走勢圖 .....	7
圖 5 南投縣藝術、娛樂及休閒服務業銷售額雙月份 走勢圖.....	8

## 表目次

表 1 近 3 年營利事業銷售概況.....	3
表 2 南投縣近 3 年營利事業銷售額 .....	6



## 壹、前言

由於民國 109 年年初 COVID-19 (嚴重特殊傳染性肺炎)疫情發生初期，各國疏於防範，以致在短時間內造成全球大流行，至今仍不斷變種傳播。二年多以來，全球各地配合各項防疫措施，減少外出改變消費型態，進而削弱內需消費動能，也改變了市場供需結構，對全球經濟影響甚鉅，身為地球村一員的臺灣也無法置身其外。面臨全球疫情不斷升溫，過去二年臺灣也多次面臨緊張時刻，在政府與人民的通力合作下，讓臺灣可以在驚濤駭浪中，有驚無險地度過疫情。然而儘管疫情獲得良好控制，幾次的爆發，確實也對產業的經營造成影響。本文將探討自疫情發生以來，本縣營利事業受疫情影響狀況，並比較各行業別銷售額變化情形。

## 貳、現況分析

民國 108 年底於中國湖北省武漢市出現一種新型冠狀病毒，民國 109 年 2 月 11 日世界衛生組織(WHO)將此新興疾病命名為 COVID-19。疫情爆發初期，由於臺灣記取民國 92 年的 SARS 疫情經驗，對 COVID-19 所帶來的疫情一直控制良好，相對其他國家，臺灣疫情較輕微。但是 110 年 5 月初，桃園爆發群聚感染，疫情迅速蔓延至全國各縣市，5 月 11 日政府宣布全國進入疫情第二級警戒，5 月 19 日全國升級至第三級警戒。在政府機關採取精準快速疫調、匡列、大量篩檢及軟封城等措施，與民眾高度自律配合防疫的努力下，疫情在 2 個多月後舒緩，全國於 7 月 23 日降為第二級警戒。

本縣位處臺灣地區地理中心，縣內自然資源豐富，向來採農、林業與工商業並重方式發展地方經濟，除已開發之南崗及竹山工業區外，同時開發五大園區，促進地方特色產業永續發展，並藉由縣內豐富之自然及人文景觀，積極發展觀光休閒產業。本次疫情蔓延全球，導致人民生活需求改變，觀光旅遊產業首當其衝，以觀光首都自居的本縣，也無法置身其外。除了

眾所皆知的旅遊業受創，隨著疫情反覆升溫，連帶衝擊各產業營運，如製造業、零售業面臨供應鏈斷鏈的危機及壓力。因此，疫情對所有產業產生何種程度的影響，是縣府應該關注之議題，進而制定符合各產業需求的輔導措施，協助企業一起在危機中創造新的經營模式，將疫情衝擊轉為商機。爰此，本分析將就全縣各產業別營利事業銷售額之波動狀況進行分析，探討疫情對各業別之影響，供為政府制定政策之參考。

## 參、統計分析

近 2 年疫情反覆，各營利事業受疫情影響不一，為即時呈現本縣營利事業狀況，供本縣施政決策參考，本節將就所有產業別營利事業銷售額、消長幅度最明顯及受創最嚴重之產業別營利事業銷售額進行分析。此外，依「加值型及非加值型營業稅法施行細則第 38 條之 1 第 1 項」規定，除申請核准以每月為 1 期申報者外，應以每 2 月為 1 期，分別於每年 1 月、3 月、5 月、7 月、9 月、11 月之 15 日前向主管稽徵機關申報上期之銷售額、應納或溢付營業稅額，故本分析將以每 2 個月為統計期進行探討。

### 一、綜觀全縣營利事業銷售額

本縣 110 年營利事業銷售額 3,450 億餘元，較上年增加 323 億餘元或 10.34%，較 108 年增加 490 億餘元或 16.55%；營利事業 2 萬 7,124 家，較上年增加 719 家或 2.72%，較 108 年增加 1,269 家或 4.91%。近 3 年來本縣營利事業銷售額增減趨勢與全臺一致，而在疫情影響的近 2 年來，營利事業銷售額仍逐年穩定成長。(表 1、圖 1)

圖 1 近 3 年營利事業銷售額

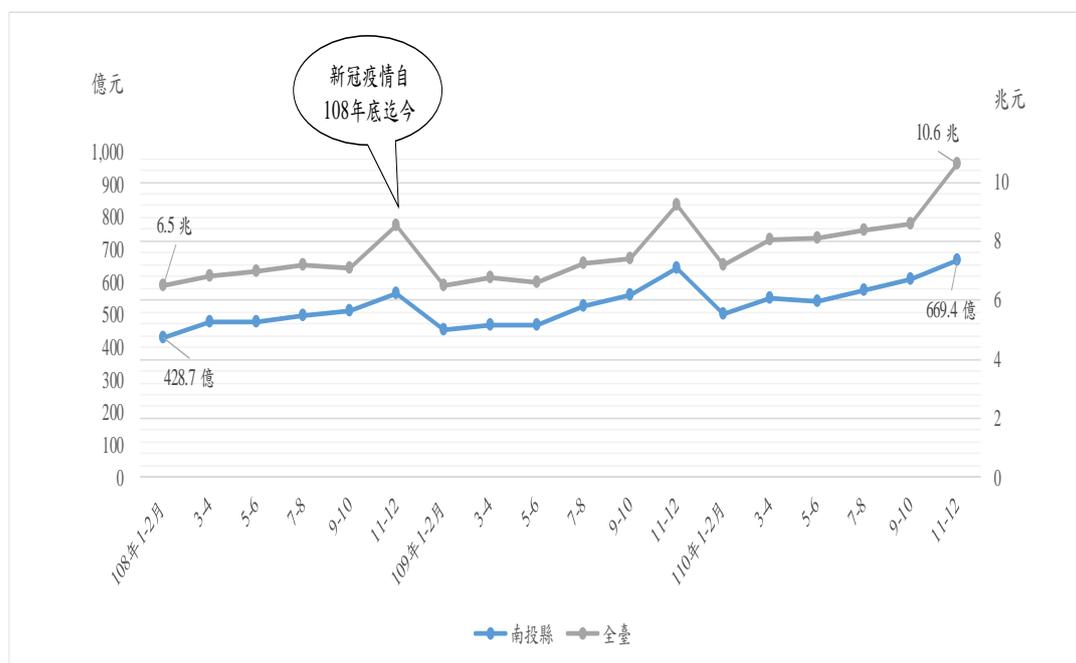


表 1 近 3 年營利事業銷售概況

單位：家、千元

統計期	全臺		南投縣	
	銷售額總計	家數總計	銷售額總計	家數總計
108	43,102,010,209	1,465,156	296,081,736	25,855
109	43,739,516,643	1,507,148	312,737,296	26,405
110	50,845,262,852	1,556,890	345,086,407	27,124
與109年相比	7,105,746,209	49,742	32,349,111	719
(%)	16.25	3.30	10.34	2.72
與108年相比	7,743,252,643	91,734	49,004,671	1,269
(%)	17.96	6.26	16.55	4.91
歷年趨勢圖				

資料來源：財政部財政統計資料庫

在疫情影響下，整體營利事業銷售額仍穩定成長，但若以去年同期增加率(year-on-year growth rate, yoy)觀察每 2 個月走勢，從 109 年 2 月底疫情升溫，直到 4 月底疫情開始趨緩，啟動防疫新生活運動，6 月初大規模解封，以及 7 月中實施振興三倍券刺激消費，109 年本縣營利事業銷售額在上半年(1-6 月)呈現裹足不前情形，3-4 月銷售額 469 億餘元，5-6 月銷售額 467 億餘元，二者去年同期增加率(yoy)均變成負數，下半年則因疫情緩和、政策鬆綁及刺激消費，本縣營利事業銷售額明顯回溫上揚，11-12 月銷售額 644 億餘元，去年同期年增加率(yoy)為 13%。(圖 2)

時序進入 110 年，首批疫苗(AZ)在 3 月下旬開始施打，4 月底疫情再度升溫，變種後之 Alpha 病毒株成為主要感染病毒，取代原始病毒株在國內傳染，5 月中疫情大規模爆發，全國進入第三級警戒，直到 7 月底隨著疫情舒緩降級為第二級警戒，期間民眾陸續接種疫苗，10 月初推出振興五倍券再次刺激消費。110 年受惠於國內疫情控制相較國外得宜，產業訂單維持正常或明顯增加，110 年上半年(1-6 月)本縣營利事業銷售額在疫情影響下仍持續增加，全年本縣營利事業銷售額持續正成長，各項去年同期增加率(yoy)均為正數，11-12 月銷售額達 669 億餘元。

圖 2 南投縣營利事業銷售額雙月份走勢圖



## 二、初探銷售額受疫情影響波動幅度最大之業別

雖然本縣在疫情影響下，營利事業銷售穩定成長，但對不同行業仍產生不同程度影響。110 年銷售額增加最多之前二項營利事業為「製造業」與「批發及零售業」，其中製造業全年 1,615 億餘元，較上年增加 225 億餘元或 16.26%，較 108 年增加 372 億餘元或 29.94%；批發及零售業全年 953 億餘元，較上年增加 63 億餘元或 7.12%，較 108 年增加 78 億餘元或 8.98%。銷售額減少最多之前二項營利事業則為「住宿及餐飲業」與「藝術、娛樂及休閒服務業」，其中住宿及餐飲業全年 123 億餘元，較上年減少 14 億餘元或 10.35%，較 108 年減少 5 億餘元或 4.30%；藝術、娛樂及休閒服務業全年 22 億餘元，較上年減少 4 億餘元或 16.21%，較 108 年減少 2 億餘元或 10.41%。從上述銷售額明顯波動之業別來觀察其占比，製造業占 46.8%、批發及零售業占 27.6%、住宿及餐飲業占 3.6%、藝術、娛樂及休閒服務業占 0.7%，此 4 業別銷售額占全縣比率近 8 成。(圖 3、表 2)

圖 3 南投縣 110 年營利事業銷售額比率

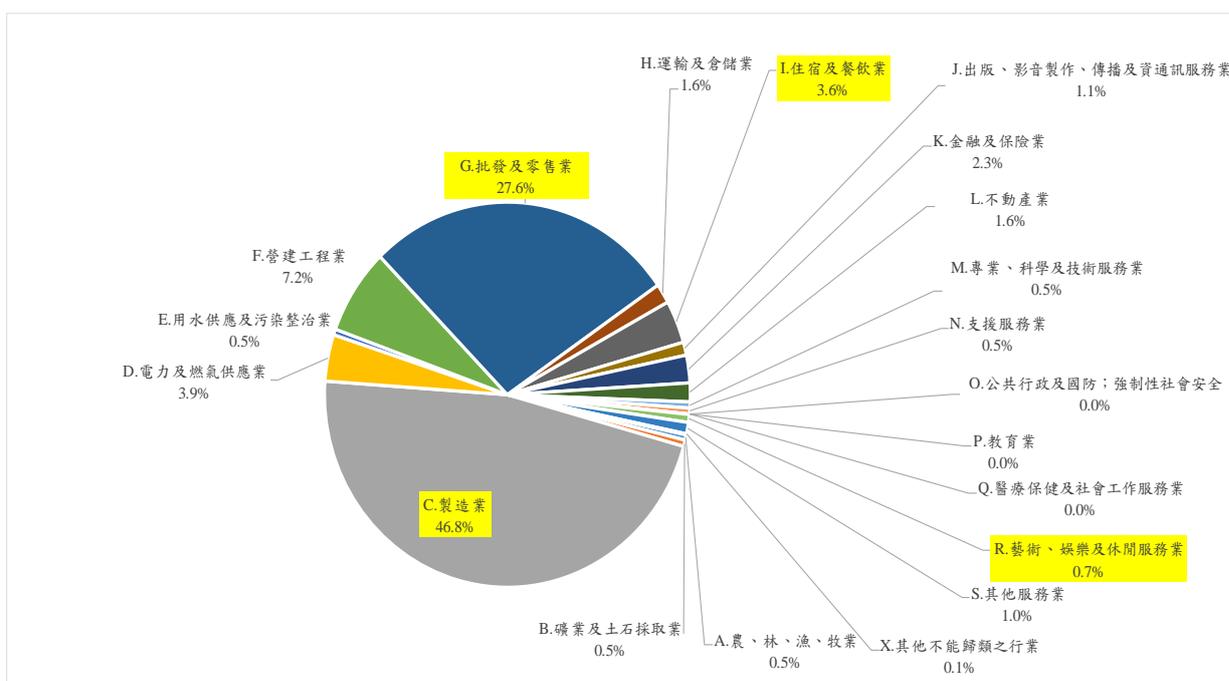


表 2 南投縣近 3 年營利事業銷售額

單位：千元

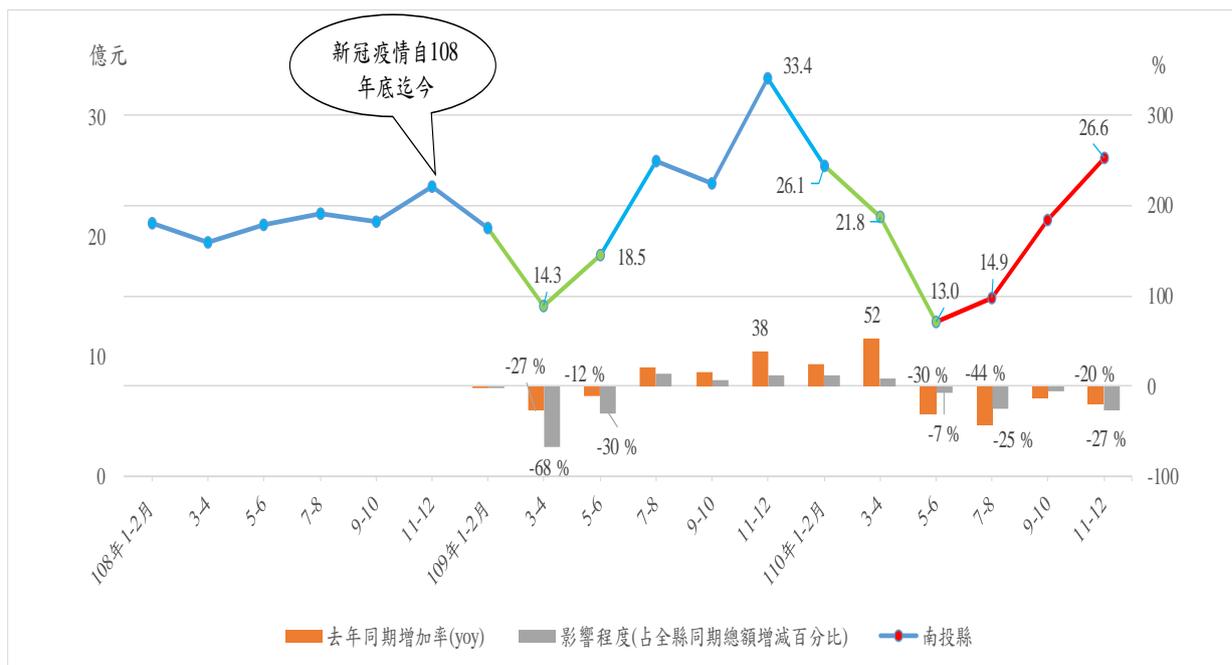
行業別	108	109	110	與109年比較 (%)	與108年比較 (%)	歷年趨勢圖
總計	296,081,736	312,737,296	345,086,407	32,349,111 10.34	49,004,671 16.55	
A.農、林、漁、牧業	1,801,207	1,752,597	1,579,248	-173,349 -9.89	-221,959 -12.32	
B.礦業及土石採取業	2,028,650	1,914,000	1,855,793	-58,207 -3.04	-172,857 -8.52	
C.製造業	124,295,740	138,919,062	161,511,314	22,592,252 16.26	37,215,574 29.94	
D.電力及燃氣供應業	12,814,069	12,379,120	13,505,897	1,126,777 9.10	691,828 5.40	
E.用水供應及污染整治業	1,500,568	1,419,072	1,669,209	250,137 17.63	168,641 11.24	
F.營建工程業	21,770,305	23,293,780	24,870,143	1,576,363 6.77	3,099,838 14.24	
G.批發及零售業	87,511,786	89,031,894	95,366,854	6,334,960 7.12	7,855,068 8.98	
H.運輸及倉儲業	5,074,125	5,210,954	5,672,257	461,303 8.85	598,132 11.79	
I.住宿及餐飲業	12,946,842	13,820,576	12,389,938	-1,430,638 -10.35	-556,904 -4.30	
J.出版、影音製作、傳播及資訊服務業	4,004,321	3,707,112	3,778,770	71,658 1.93	-225,551 -5.63	
K.金融及保險業	8,510,972	7,344,734	7,992,106	647,372 8.81	-518,866 -6.10	
L.不動產業	4,632,331	4,688,701	5,448,909	760,208 16.21	816,578 17.63	
M.專業、科學及技術服務業	1,628,195	1,526,612	1,772,158	245,546 16.08	143,963 8.84	
N.支援服務業	1,812,020	1,742,753	1,732,623	-10,130 -0.58	-79,397 -4.38	
O.公共行政及國防；強制性社會安全	-	-	-	-	-	
P.教育業	63,007	68,909	66,814	-2,095 -3.04	3,807 6.04	
Q.醫療保健及社會工作服務業	29,047	30,888	29,325	-1,563 -5.06	278 0.96	
R.藝術、娛樂及休閒服務業	2,560,969	2,738,293	2,294,440	-443,853 -16.21	-266,529 -10.41	
S.其他服務業	2,977,450	2,963,523	3,293,198	329,675 11.12	315,748 10.60	
X.其他不能歸類之行業	120,132	184,715	257,409	72,694 39.35	137,277 114.27	

資料來源：財政部財政統計資料庫

### 三、深究因疫情受創最嚴重之業別

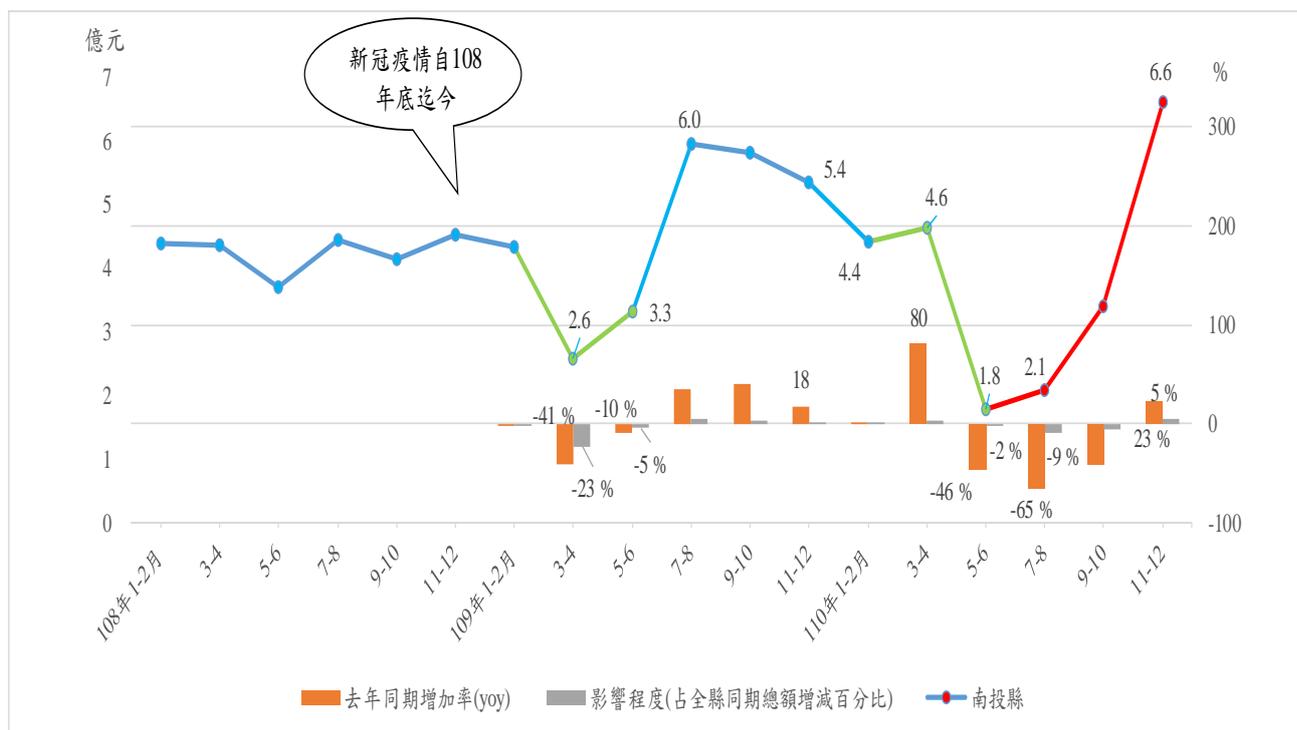
依前述分析發現，銷售額減少最多的行業分別為「住宿及餐飲業」及「藝術、娛樂及休閒服務業」，本節將以每期銷售額為基礎，進一步探討各期銷售額變動情形。從住宿及餐飲業觀察，在疫情影響下，109 年上半年(1-6 月)銷售額大受影響，3-4 月銷售額 14 億餘元，較去年同期減少 27%(即 yoy 為-27%)，占全縣同期總額增減百分比為-68%；5-6 月銷售額 18 億餘元，較去年同期減少 12%(即 yoy 為-12%)，占全縣同期總額增減百分比為-30%。下半年在疫情緩和下，銷售額明顯回升，11-12 月銷售額 33 億餘元創近期月份新高。110 年 3-8 月銷售額又因疫情再起大受影響，5-6 月銷售額 13 億餘元，再創新低，較去年同期減少 30%(即 yoy 為-30%)，占全縣同期總額增減百分比為-7%；7-8 月銷售額 14 億餘元，較去年同期減少 44%(即 yoy 為-44%)，占全縣同期總額增減百分比為-25%。9 月以後在疫情緩和下，銷售額又明顯回升，11-12 月銷售額回升至 26 億餘元，但仍與上年水準有明顯差距。(圖 4)

圖 4 南投縣住宿及餐飲業銷售額雙月份走勢圖



觀察藝術、娛樂及休閒服務業亦有相似之趨勢，109 年上半年(1-6 月)銷售額大受影響，3-4 月銷售額 2 億餘元，較去年同期減少 41%(即 yoy 為-41%)，占全縣同期總額增減百分比為-23%；5-6 月銷售額 3 億餘元，較去年同期減少 10%(即 yoy 為-10%)，占全縣同期總額增減百分比為-5%。下半年在疫情緩和下，銷售額明顯回升。110 年 3-8 月銷售額又因疫情再起大受影響，5-6 月銷售額 1 億餘元，再創新低，較去年同期減少 46%(即 yoy 為-46%)，占全縣同期總額增減百分比為-2%；7-8 月銷售額 2 億餘元，較去年同期減少 65%(即 yoy 為-65%)，占全縣同期總額增減百分比為-9%。9 月以後在疫情緩和下，銷售額又明顯回升，11-12 月銷售額回升至 6 億餘元，創近期月份新高。(圖 5)

圖 5 南投縣藝術、娛樂及休閒服務業銷售額雙月份走勢圖



## 肆、施政作為

COVID-19 疫情衝擊全球，重創觀光產業，本縣於疫情期間研擬多元紓困及振興方案，透過稅務減免、利息補貼，貸款緩繳等方式，減緩業者資金壓力，同時把握疫情趨緩時機，快速推動各項經濟復甦活動，由政府出資並協助整合各商家優惠，帶動民眾消費，緩解疫情對民生與產業的衝擊。疫情期間本縣運用多項紓困及振興政策，以緩解疫情衝擊之作為如下：

### 一、成立「防疫看過來」紓困專區

設置防疫宣傳及各類紓困專區，整合防疫措施等資訊，並提供線上客服，即時提供民眾與業者相關申請管道。

### 二、提供「青年創業貸款及中小企業融資一般性貸款專案」核貸者利息補貼

凡本縣青創貸款案件，於 COVID-19 疫情流行期間，貸放後申請展延貸款期間或延長寬限者，仍繼續補貼利息，以減緩疫情對創業者之衝擊，協助創業者度過難關。

### 三、推動五大產業園區開發計畫

本縣早已布局多元產業，其中「埔里福興農場溫泉園區」及「埔里地方特色產業微型園區」已完工，「南投旺來產業園區」用地已全數售出，「草屯手工藝產業園區」及「竹山竹藝產業園區」刻正開發中。五大園區陸續到位，亦看好在後疫情時代將掀起民間投資熱潮，未來可望創造 6,600 至 8,600 個工作機會，開發效益達 94 至 112 億元，期望能帶動南投縣一級農業、二級製造業及三級觀光業的升級，建立本縣產業鏈，創造地方就業機會，引導地方產業升級，使產業永續發展，將南投縣從「觀光首都」邁向和在地產業緊密結合之「產業新都」。

### 四、續辦「南投燈會」

南投燈會是縣內春節期間指標性活動，考量地方商機，本縣克服萬難落實雙重防疫措施，持續辦理南投燈會，依據「南投燈會遊客人次統計及滿意度調查」，2021 年燈會總

參觀人次 99 萬 6,442 人次，總經濟效益 4.58 億元；2022 年燈會參觀人次更高達 303 萬 2,650 元，總經濟效益 17.4 億元。

#### 五、辦理 110 年「南投玩很大·千千萬萬獎不完」

本活動是全臺最久、長達 6 個月的振興券加碼抽獎活動，週週抽 10 萬。縣府亦配合本抽獎整合縣內資源，推出一系列觀光活動，包括七城騎跡自行車、南投溫泉季及南投花卉嘉年華等活動，讓全臺民眾踴躍使用五倍券，來南投消費登錄發票，總登錄筆數超過 93 萬筆，累積登錄金額達 2 億 2,700 萬元。

#### 六、續推「南投好食民宿」

COVID-19 疫情重創本縣觀光，造成旅宿業經營困難，但是本縣與民宿協會持續推動「南投好食民宿」品牌，民宿業者使用南投在地農產品，提供在地農產品販售商品空間，連結「與環境永續發展」的國際趨勢，打造南投民宿區域品牌，提升競爭力。既協助產業轉型，也致力於營造安心旅宿環境，讓大家到南投旅遊都能安心，進而提升觀光產值。

**五大園區開發計畫**

埔里福興農場溫泉園區  
埔里地方特色微型園區  
草屯手工藝產業園區  
南投旺來產業園區  
竹山竹藝產業園區

名稱	面積(公頃)	業務年數	就業(人)	登錄(個)	辦理情形
豐收町茶	16.58	10-16	800	18-25	已開工
埔里福興	5.00	5-8	300	8-12	已開工
草屯手工藝	13.94	20-25	1,200	18-25	已開工
竹山竹藝	15.41	15-18	1,300	20	已開工
福興溫泉	55.68	68	3,000-5,000	30	已開工
小計	106.62	118-135	6,600-8,600	94-112	

**您創業 我挺您**

**南投玩很大 千千萬萬獎不完**

**南投燈會**  
2022 星光·福嶼山林  
Nantou Lantern Festival

**Nantou Good Food B&B**  
南投好食民宿

## 伍、結語

本縣擁有得天獨厚的地理景觀及豐富物產，是國人前來中臺灣旅遊的首選。然而 COVID-19 疫情的爆發，對縣內各產業皆帶來顯著的影響。根據本分析研究結果，「製造業」與「批發及零售業」銷售額分別較上年增加 16.26% 及 7.12%，「住宿及餐飲業」與「藝術、娛樂及休閒服務業」卻大幅滑落 10.35% 或 16.21%。因此，本縣於疫情期間積極辦理多元紓困及振興方案，以減緩業者資金壓力，同時帶動觀光消費。

COVID-19 疫情除了影響縣民生命及健康外，更改變縣民的消費行為，進而牽動整體經濟結構，造成產業鏈重組、數位經濟發展，新的經濟區塊也應運而生。本縣重點產業「住宿及餐飲業」與「藝術、娛樂及休閒服務業」之銷售額，受疫情影響而大幅滑落。面對後疫情時代的新變局，要如何突破經濟、觀光、民生等議題，掌握新的機會，進而展現本縣優勢，是未來的重要課題。建議縣府各相關部門應逐步推動後疫情經濟復甦活動，善用在地資源，以永續經營方式，推動產業轉型及振興計畫，在後疫情時代展現競爭優勢及自信，繁榮地方經濟，建立安居樂業的環境，帶領本縣走出疫情艱困時期，讓南投縣在後疫情時代前景看好。

## 參考文獻

1. World Health Organization (2022). Listings of WHO's response to COVID-19. Retrieved May 21, 2022, from <https://www.who.int/news/item/29-06-2020-covidtimeline>.
2. 原點顧問管理有限公司(2022)。2022 南投燈會遊客人次統計及委託調查結案報告(契約案號 111-06-02-041G)，未出版。
3. 國家高速網路與計算中心 (2022)。COVID-19 全球即時疫情地圖(2022)，111 年 6 月 3 日，取自：  
<https://covid-19.nchc.org.tw/>。
4. 臺中市政府主計處 (2022)，由營利事業銷售額看 COVID-19 影響，111 年 4 月 28 日，取自：  
[https://govstat.taichung.gov.tw/DgbasMCate/CustomizePage.aspx?CPN=SDB\\_CustomizePG002](https://govstat.taichung.gov.tw/DgbasMCate/CustomizePage.aspx?CPN=SDB_CustomizePG002)。
5. 維基百科 (2022)。嚴重特殊傳染性肺炎全球各地疫情，111 年 6 月 3 日，取自：<https://zh.wikipedia.org/wiki/>。
6. 衛生福利部 (2022)。嚴重特殊傳染性肺炎重要政策，111 年 6 月 8 日，取自：<https://covid19.mohw.gov.tw/ch/mp-205.html>。