

## 瑞士 109 年零售業回顧及 110 年展望

駐瑞士經濟組 110 年 1 月 28 日

瑞士信貸銀行 (Credit Suisse) 於 110 年 1 月 6 日發表本年瑞士零售業統計與展望報告。該報告顯示，109 年瑞士零售業營業額整體而言，雖深受新冠病毒疫情影響，但仍有良好成長，食品業受惠大於非食品業。

### 109 年瑞士經濟及零售業統計

瑞士信貸銀行預測瑞士 109 年全年之國民生產毛額較上年衰退 3.2% (該年每季較上年同期變化各為: -0.4%, -7.8%, -1.6%, -2.8%)，每人平均消費額較上年衰退 4.1% (每季較上年同期變化各為: -3%, -11.1%, -1.1%, -1.4%)，通貨膨脹率為-0.7% (每季較上年同期變化各為: -0.1%, -1.3%, -0.9%，預測: -0.7%)，失業率為 3.1% (每季較上年同期變化各為: 2.7%, 3.2%, 3.4%, 3.4%)，就業率與上年相似 (每季較上年同期變化各為: 0.8%, -0.2%, -0.1%, -0.5%)，名目薪資較上年成長 0.5%。

另依據瑞士聯邦統計局 1-3 季統計數據及瑞士信貸銀行第 4

季評估，瑞士 109 年瑞士零售業總營業額較上年成長 5.2%  
(該年每季較上年同期變化各為：-0.1%，-0.1%，0.4%，0.3%)，  
其中食品營業額較上年成長 9.4%(每季較上年同期變化各為：  
0.8%，0.1%，0.3%，0.7%)，非食品營業額較上年成長 2%(每  
季較上年同期變化各為：-7.5%，-1.7%，10%，0.2%)。

### 109 年瑞士零售業深受防疫政策影響

依據上述統計數字顯示，瑞士 109 年第 2 季之國民生產毛額  
及人均消費額明顯減少，且失業率自第 2 季起居高不下，其  
原因為瑞士新冠病毒疫情持續上升，以及政府為阻止病毒之  
進一步擴散採取限制政策，由 3 月中旬至 5 月中旬封鎖  
(Lockdown)期間之城市步行人數減少 80%，鄉村則減少 60%。  
然而 3 月至 5 月期間零售業總營業額較上年同期成長約 20%，  
食品零售營業額迅速成長，非食品零售營業額創歷史新低。

瑞士在 2 月 24 日首例新冠病毒確診病例後，瑞士民眾大量  
採購食品，食品零售營業銷售額指數由約 115 點迅速攀升  
(2012 年為 100 點)。瑞士 3 月 16 日起封鎖邊境及暫停餐廳、  
酒吧及販賣非食品商店營業，藉此瑞士食品零售業排除了邊

境貿易及餐廳之競爭，3月至5月期間食品零售營業額指數約為140點。5月11日餐廳恢復營業、以及6月15日邊境開放後，瑞士食品零售業營業額開始下降，但夏季營業額仍較第1波疫情前高，約為125點。

109年3月中旬至5月中旬瑞士非食品零售業商店皆暫停營業，營業額達到歷史新低。109年3月食品零售業營業額較上年同期減少21%，4月較上年同期減少40%。5月商店恢復營業後因消費追趕效應，以致總營業額較上年成長23%。其中成長最顯著者為DIY/園藝/汽車配件，經季節性調整後同比成長58%，以及休閒娛樂，經季節性調整後同比成長45%。另5月份居家百貨（17%）、家用電子（13%）及個人護理與健康（10%）等商品銷售額亦快速成長。上述產品之銷售復甦成長趨勢持續至10月，造成瑞士夏季非食品銷售營業額大幅成長。

瑞士服飾零售業於109年3月份營業額較上年減少50%，而4月份營業額甚至較上年減少將近75%。報告中分析其原因為實施營業封鎖期間服飾零售皆依賴網路平台，因此瑞士消

費者較以往容易接觸到外國服飾商店。限制封鎖解除後，瑞士服飾零售業銷售為唯一沒有表現復甦追趕效應之產業。5月至10月之營業額較上年減少5%至7%不等，其原因為網路平台新客戶可能在解除封鎖後仍保持線上購物之消費習慣，另宴會場合減少及居家辦公增加，導致高價位服飾之需求大幅減少。

瑞士在秋季第2波新冠病毒疫情及政府採取限制商店開放時間、餐廳每桌人數，以及戴口罩等相關措施，為瑞士食品零售業及個人衛生及健康零售業之營業額帶來相當助力，10月期間個人衛生及健康的零售額較上年同期成長近25%。

自瑞士政府採行限制與封鎖措施期間近33,000家商店暫時關門，造成零售業之失業登記人數急劇上升。2月至5月零售業失業登記人數增加3,000人，此後因政府實施縮短工時補貼制度，以致失業率沒有大幅增加。3月份約有7萬多名零售業員工得到短工時制補助，4月份增加至85,000人，超過瑞士零售業總勞動力的三分之一。

瑞士邊境貿易亦受防疫政策而產生明顯影響。根據鄰國簽帳金融卡紀錄推測，瑞士封鎖邊境造成鄰國邊境商店收入由3月中旬至6月中旬較往年減少20億瑞士法郎。自2020年6月15日邊境開放後，邊境貿易迅速恢復到疫情之前之水準。2020年全年邊境貿易約為60億瑞士法郎，約較上年減少25%。

#### 瑞士109年網路零售快速成長

瑞士109年3月中旬至5月中旬，大部分的非食品零售業店舖停業，此期間部分商品之線上銷售金額近似於聖誕節前的採購量，如5月資訊及通訊類設備銷售成長42.5%，網路購物成長30.0%。報告中預測109年線上零售金額為160億瑞士法郎，較上年成長55%。

109年瑞士衣服鞋帽類產品網路銷售量顯現衰退。報告中指出，Zalando平台估計在109年於瑞士銷售總金額為7.5億瑞士法郎，108年銷售總金額約為9億瑞士法郎。其衰退主因為居家辦公增加以及宴會取消，導致服裝需求明顯減少。

## 瑞士零售商之經營策略

報告中另彙整列出，瑞士零售商因新冠疫情期間消費行為變化之應對措施，排名前 6 名之措施依序為：增加行動支付功能、加強網路行銷、增加網路商店功能、強化員工服務、增加櫥窗吸引力、增開新店鋪。另瑞士零售商不採取的措施中第 1 名為撤除特定商品以增加店鋪供行動之面積。

## 瑞士 110 年零售業預測

報告中預估瑞士 110 年之國民生產毛額將比上年成長 3.5%，疫情前的景氣於 110 年底恢復，失業率將不超過 3.7%，名目薪資成長 0.1%，通貨膨脹率為 0.3%，購買力增加 3.5%。於上述預估前提下，有鑑於 109 年食品零售業因疫情快速成長，報告預測 110 年食品類零售總金額將較上年減少 6%，但仍較 108 年增加 3%。110 年非食品零售總金額將較上年成長 2%，較 108 年增加 4%。

此外，報告中預測 110 年瑞士人口淨移入約為 55,000 人，較 109 年減少 5,000 人，另歐元升值幅度將無法平衡瑞士較高之零售價價差，該 2 因素將會影響 110 年瑞士零售業的發

展。

針對瑞士零售公司之問卷報告結果顯示，僅 51%之企業認為 110 年營業額將成長，40%之企業認為 110 年利潤將成長。

資料來源：瑞士聯邦統計局(BFS) 109 年 2 月 28 日、3 月 31 日、4 月 30 日、6 月 2 日、6 月 30 日、7 月 31 日、8 月 31 日、10 月 1 日、10 月 30 日、11 月 30 日及 110 年 1 月 7 日新聞稿、瑞信集團(Credit Suisse) 110 年 1 月 6 日 Retail Outlook 報告。