

89 年 6 月車用加油站業市場結構調查結果提要分析

一、調查目的與資料背景

本調查為配合推動「油品市場之解除管制與促進競爭」政策，依自由化時程，規劃自 87 年 7 月起進行連續 6 年之調查計畫，觀察開放前後油品零售市場發展態勢，追蹤瞭解油品自由化落實狀況；第一次調查係以除中油以外之民營車用加油站共 1,005 座為普查對象，第二次調查以 87 年全年售油量達一定規模以上除中油以外之民營車用加油站 500 座為對象，本次調查則以 88 年全年售油量達一定規模以上除中油以外之民營車用加油站為對象，計 500 座加油站，有效樣本回收 466 座，回收率達 93.2%。

二、調查結果分析

(一)經營規模與分布

1. 經營項目以汽、柴油為主，其他服務僅占 1%

民國 88 年平均每座具規模加油站業者之狀況為：員工人數 29.4 人（排名居中之中位數為 26 人），銷售額為 123,786 千元（中位數 102,876 千元），其中直營連鎖店銷售額 145,043 千元，高於非直營店之 119,981 千元；按油品種類分，92 無鉛汽油 22,320 千元，占銷售額之 18.0%，95 無鉛汽油 61,649 千元，占 49.8%，98 無鉛汽油 1,070 元，占 0.9%，高級汽油 9,712 千元，占 7.9%，高級柴油 27,774 千元，占 22.4%，其他非汽、柴油 1,262 千元，占 1.0%，其中潤滑油占 0.3%，洗車服務 0.2%，其他 0.5%；顯示具規模加油站之營運仍以售油為主，尚未轉入多角化經營（參閱表 1、表 2）。

2. 年平均銷售額負成長 10%

民國 88 年平均每座具規模加油站銷售額為 123,786 千元，較 87 年之 137,835 千元減少 10.2%，其中 9 加油站雜誌，NO.2，第 9 頁，引自日本「給油所革命雜誌」。5 無鉛汽油、92 無鉛汽油、高級柴油及高級汽油年增率分別為-6.7%、-9.5%、-10.3%及-35.2%；若按營業型態分，平均每座直營連鎖店銷售年增率為-8.3%，非直營店為-11.2%（總表 1）。

3. 區域別分布狀況

(1)具規模之加油站以北部都會區營業規模較大，部分遠離都會區售油以高級柴油居多，其餘皆以 95 無鉛汽油為主

觀察民國 88 年台灣地區各區域具規模加油站之營業狀況，其中以基隆市

及台北縣、市營業規模較大，平均每座加油站銷售額介於 186~255 百萬元間，而以澎湖縣、宜蘭縣、南投縣及花蓮縣規模較小，僅 70~92 百萬元；就售油種類分，除苗栗縣、花蓮縣、嘉義縣、及雲林縣等 4 縣仍以高級柴油為主，所占比例為 41%~49%，其餘縣市皆以 95 無鉛汽油為主（表 2）。

(2) 都會區設站少，都會區週邊設站增幅大

因都會區內土地取得不易，居民抗爭強烈，新增設加油站困難度高，依中油公司統計至民國 89 年 9 月底止，我國民營加油站共 1,397 座（含金門縣設 1 座），遠高於中油加油站 603 座，亦較上年同期增加 156 座；民營加油站設站數遠低於中油之都市，為台北市 22 座（中油 43 座）、基隆市 3 座（16 座）、台南市 24 座（27 座），其較上年同期僅分別增加 2 座、-1 座及 2 座；都會區週邊縣市高於中油公司設站數者，如桃園縣之 172 座（中油 39 座）、台北縣 113 座（43 座）、台中縣 137 座（30 座）、彰化縣 111 座（27 座）、台南縣 106 座（51 座）及高雄縣 107 座（34 座），其較上年同期分別增加 25 座、19 座、8 座、7 座、17 座及 5 座，顯示加油站市場之區域性競爭已移轉至都會區週邊。

(二)營業型態

1. 以獨立民營加油站為主，直營店僅占一成五

觀察具規模民營加油站於民國 89 年 6 月底之營業型態，以獨立民營加油站（非直營店）方式經營者占 84.5%，直營連鎖店則占 15.5%，若觀察其與上年 7 月底之營業型態變化，其中有 5 家獨立加油站併成直營連鎖店；中油公司仍為各加油站之唯一油源供應者，其與業者普遍有簽訂供需關係之「連鎖加盟合約」；此外，正式加入其他加盟連鎖體系之加油站僅 14 家（樣本），分布於桃園縣（6 家）、台北縣（2 家）、彰化縣（2 家）及雲林縣、台南縣、高雄縣、宜蘭縣（皆為 1 家），惟採非正式加入或正準備加入者可能遠超過於此；顯示在油品供應無其他競爭者情況下，市場之集團競爭態勢尚未明朗化。

2. 直營連鎖經營之事業規模高於非直營店

觀察擁有 72 座具規模直營連鎖店之 27 家加油站事業，及 394 家單點經營之獨立加油站（非直營店）事業經營狀況，民國 88 年平均每家直營連鎖事業實收資本額 238.4 百萬元，遠高於非直營店 27.0 百萬元，平均每家資產總額前者為 412,056 千元，為後者 60,706 千元之 6.8 倍，其中固定資產所占比例分別達 71.8% 及 55.2%；平均每家營業收入、支出於前者分別為 569,390 千元及 561,209 千元，高於後者之 126,889 千元及 123,073 千元，前者分別為後者之 4.5 倍及 4.6 倍；顯示以直營連鎖集團方式經營事業之規模較單點獨立加油站為大，惟二者

之固定資產（特別是土地）在營運中均占資產總額相當比重（表 3）。

(三)汽、柴油銷售固定對象

民營加油站開放後，對於價格之競爭可謂分罕見，僅對若干較大用戶有長期折扣之優待措施，民國 88 年具規模之民營加油站在銷售汽、柴油予消費者時，有固定客戶者占 18.9%，其大多屬客貨運輸業之柴油用戶，占 18.5%；另 92 無鉛汽油、95 無鉛汽油、98 無鉛汽油及高級汽油則分別僅占 4.1%、4.1%、0.6%及 0.9%，其主要對象為汽車駕訓班、汽車製造商、保全業者及其他事業等；若按區域別觀察，以桃園縣、台中市、台北縣及高雄縣較多。

(四)各項油品價格制定過程

政府基於民生之考量，對於油價管理仍以公布零售價格（至民國 89 年 9 月 1 日才廢止）為目標，具規模民營加油站於民國 89 年 6 月底對各項油品之售價亦大都依主管機關（或供應商）之統一零售價訂定，即 92 無鉛汽油每公升 18.6 元，95 無鉛 19.6 元，98 無鉛汽油 20.6 元，高級柴油 14.5 元，僅少數 5 家（樣本）採自行訂定方式零售，售價分別為 92 無鉛汽油每公升 17.2~18.2 元間，95 無鉛汽油 18.2~19.2 元，98 無鉛汽油 19.2~20.2 元，高級柴油 13.4~14.3 元，其訂價考量因素，依序分別為「進貨成本」、「促銷策略」及「參考同行售價」。

(五)汽、柴油加油槍數

民國 89 年 6 月底平均每座具規模加油站加油槍設備數為 27.1 支，略低於上年之 27.9 支，其中 95 無鉛汽油有 9.3 支，92 無鉛汽油 7.7 支，高級柴油 3.9 支，另上年新加入市場之 98 無鉛汽油則由 1.0 支增至 6.3 支；若依區域別觀察，以台北市平均每座 37.5 支及台北縣 33.8 支加油槍數較高，以台東縣 15.0 支及花蓮縣 17.8 支較低，又 98 無鉛加油槍數較多者為台北市（11.2 支）、台北縣（8.6 支）及台南市（7.8 支），高級柴油加油槍數則苗栗縣（5.1 支）及宜蘭縣（5.0 支）較多；若按營業型態分，直營連鎖店平均每座加油站槍數為 30.6 支，高於非直營店之 26.5 支（總表 2）。

(六)促銷活動

由於民營加油站相對於中油公司屬後加入市場者，且現階段又無法在價格上競爭，故採提供各項服務或贈品等促銷活動來吸引顧客為其行銷策略。

具規模之民營加油站於民國 89 年 6 月底對一般客戶有辦理促銷活動者占 95.6%，若依區域別觀察，除台南市（占 87.5%）及苗栗縣（占 88.2%）兩縣市外，其餘縣市皆達 9 成以上；觀察促銷活動成本占購油成本比例，以「一成以下」居多，占 59.1%，「一成至二成」次之，占 32.8%，「二成至三成」及「三成以上」則分占 5.5%及 2.6%，若依區域別觀察，促銷成本較高者，分別為基隆市、台南市、新竹市及嘉義市，以南投縣、台南縣及台東縣較低；綜上資料顯示，各區域促銷活動

之活絡榮枯與市場競爭具相關性。

在促銷活動內容中以「贈送沙拉油、蔬菜油、面紙、飲料、雨刷精等贈品」最為普遍，占 90.8%，「洗、擦車服務」占 70.0%次之，另「降價促銷」、「贈送折價券」及「其他服務」分別占 16.9%、14.9%及 2.7%；又「其他服務」尚有早晚報、時報贈閱、熱茶、奶茶供應、信用卡刷卡、換機油、免費吸塵、加水、打氣、汽車簡易保養、贈送禮券等促銷方式。

比較近三年具規模之加油站促銷活動狀況，對一般客戶有辦理促銷活動者已由民國 87 年 7 月之 79.1%逐年增至 89 年 6 月之 95.6%，若按營業型態分，非直營店由 78.4%增至 95.4%，直營連鎖店則由 84.6%提升至 96.9%；若依促銷活動成本占購油成本比例觀察，「一成以下」所占比例由民國 87 年 7 月之 70.2%降至 89 年 6 月之 59.1%，「一成至二成」則由 22.2%增至 32.8%，其中直營連鎖店則更由 2.9%提升至 32.3%，顯示隨市場競爭白熱化，促銷活動日趨普及，促銷成本亦相對提高（總表 3、總表 4）。

(七)兼營業務

目前各加油站之兼營服務項目侷限於「加油站設置管理規則」第 8 條之規定業務，即符合土地使用管制規定及其他法令規定時，得兼營汽、機車之潤滑油脂、簡易保養、洗車、汽機車用品、便利商店、停車場、車用液化石油氣、設置自動販賣機及代辦汽車定期檢驗等。

具規模之民營加油站於民國 89 年 6 月底有辦理兼營業務者占 65.9%，若依區域別觀察，以基隆市、澎湖縣（以上皆占 100.0%）、台南市（87.5%）、南投縣（87.5%）較高；以宜蘭縣（占 0%）、苗栗縣（47.1%）及台東縣（50.0%）較低，顯示各縣市兼營業務之差異不僅與市場競爭有關，同時亦須考量符合土地使用情況。

兼營業務內容中以「洗車」最為普遍，占 94.7%，「汽機車用品」占 25.8%次之，「汽機車簡易保養」11.0%再次之，另「便利商店」、「停車場」、「代辦汽機車定期檢驗」、「其他」及「車用液化石油氣」則分別占 2.0%、1.7%、1.3%、1.3%及 0.7%，又「其他」之兼營業務方式尚有廣告看板出租、販售回數票及垃圾袋、代收停車費等。

比較近三年具規模之加油站兼營業務狀況，有辦理兼營業務者已由民國 87 年 7 月之 72.3%續降至 89 年 6 月之 65.9%，若按營業型態分，非直營店由 72.0%降至 64.6%，直營連鎖店則由 75.0%微降至 73.4%（總表 5）。

(八)未來擴大之兼營業務

針對政府擬檢討擴大開放加油站業務，具規模之民營加油站於民國 89 年 6 月對未來有 68.2%還可兼營部分業務，其中以「汽車修理、保養及汽車百貨」占 71.5%居首，「簡易速食餐飲、超市」占 62.9%居次，「廣告、照片沖洗、洗衣、託收交通

違規罰款、代售娛樂場票券及資源回收等」占 46.4%再次之，以「貨運、倉儲連鎖」占 23.8%最低，另「其他」(占 6.0%) 尚含汽、機車代理檢驗、代售高速公、鐵路、機票、設自動販賣機、土地仲介、汽車旅館等業務。

若依區域別觀察，具規模之民營加油站還可兼營業務之地區以基隆市(100%)、台東縣(占 100%)、澎湖縣(占 100%)及嘉義市(85.7%)較高，以屏東縣(33.3%)、台北市(45.5%)、宜蘭縣(50.0%)、及新竹市(50.0%)較低。

比較近兩年具規模之民營加油站還可兼營業務狀況，由民國 88 年 7 月之 61.8% 增至 89 年 6 月之 68.2%；若依營業型態分，非直營店有 65.4%還可兼營業務，直營連鎖店則有 85.5%，分別較上年之 60.1%及 75.5%為高，其中直營店以「汽車修理、保養及汽車及汽車百貨」(77.4%)、「簡易速食餐飲、超市」(占 67.9%)及「油品自行運輸、進口」(60.4%)為主(總表 6)。

(九)參與連鎖經營之優先次序

觀察民國 89 年 6 月具規模之民營加油站希望加入連鎖經營優先狀況與 88 年 7 月相近，其列入第一優先考慮者，以「中油公司」居首，占 69.4%(上年為 68.6%)，「台塑公司」占 14.1%(8.6%)居次，「自行組合連鎖」占 5.6%(6.9%)再次之，以「外國油公司組成之連鎖」及「國內獨立進口商之連鎖」皆占 1.2%(1.7%及 1.5%)最低；此外，有 68.5%(上年為 65.6%)將「台塑公司」列入第二優先考慮，有 36.5%(33.1%)將「外國油公司組成之連鎖」列入第三優先考慮(總表 7)。

若按營業型態分，直營連鎖店希望加入經營之第一優先考慮者，以「中油公司」占 45.5%居首，「自行組合連鎖」占 20.0%居次，此外，其列入第二優先、第三優先者分別為「台塑公司」(占 54.2%)及「外國油公司」組成之連鎖(占 29.2%)；非直營店之第一優先考慮者，以「中油公司」占 72.9%居首，「台塑公司」占 14.3%次之，此外，其列入第二優先、第三優先者分別為「台塑公司」(占 70.5%)及「外國油公司組成之連鎖」(占 37.7%)。綜合觀之，由於油品市場自由化時程一再延盪，關係加油站業者零售市場經營績效，及上游供應者市場行銷佈網通路，其間之加盟連鎖經營方式並未明朗化，故現階段針對希望加入之 8 種連鎖經營則顯得保守與不定性(表 4)。

(十)未來油源供應之優先次序

隨自由化腳步逐漸逼近，我國將於「石油管理法」(草案)立法通過後油品全面開放，民營加油站業者將對中油、台塑及進口油品三大體系間，考量最有利的購油條件。

觀察民國 89 年 6 月具規模之民營加油站對各類汽、柴油供應來源優先狀況與 88 年 7 月相近，其列入第一優先考慮者，以「中油公司」占 77.6%(上年為 78.3%)居首，「台塑公司」占 12.9%(9.9%)居次，「國內加油站業者聯合組成進口油品公

司之經營連鎖」占 4.2% (5.9%) 再次之；此外，有 74.8% (上年為 74.7%) 將「台塑公司」列入第二優先考慮，有 41.0% (40.1%) 將「外國油公司組成之連鎖」列入第三優先考慮 (總表 8)。

若按營業型態分，直營連鎖店各類汽柴油供應來源之第一優先考慮者，以「中油公司」占 64.7% 居首，「台塑公司」占 13.7% 居次，「其他」(主要為依價格決定) 占 5.9% 再次之，此外，其列入第二優先、第三優先者分別為「台塑公司」(占 63.8%) 及「外國油公司組成之連鎖」(占 35.6%)；非直營連鎖店之第一優先考慮者，以「中油公司」占 79.3% 居首，「台塑公司」占 12.7% 居次，「國內加油站業者聯合組成進口油品公司之經營連鎖」占 3.5% 再次之，此外，其列入第二優先、第三優先者分別為「台塑公司」(占 76.2%) 及「外國油公司組成之連鎖」(占 41.8%)，顯示直營連鎖民營加油站對國內油品煉製業者依存度較低，其自主性較高 (表 5)。

(十一)我國加油站經營之未來發展

依中油公司統計，民國 89 年 9 月底我國車用加油站計 2,000 座，其中中油加油站維持 603 座，民營加油站自 76 年開放設站後，成長快速，於 83 年設站據點數首次超越中油加油站，89 年 9 月底為 1,397 座，較中油多 1.3 倍；就售油量觀察，由於國內汽機車數量成長快速，對油品需求日增，78 年至 88 年售油量平均每年增 6.01%，其中民營加油站售油比重持續上升，86 年首度超過中油，89 年 1 至 9 月占總售油量 59.4%；就平均每座每日售油量觀察，近年民營加油站設站數增幅大於油品需求，已自 83 年之 23.0 公秉逐年下降至 89 年 (1 至 9 月) 15.4 公秉，中油公司亦由 85 年之 27.7 公秉降至 89 年之 23.4 公秉 (表 6)。

比較我國與先進國家設置加油站發展趨勢，我國平均每座每日售油量為 17.9 公秉，遠高於美國之 8.7 公秉、德國 4.9 公秉、英國 3.6 公秉、法國 1.9 公秉及日本 1.7 公秉，相對地，我國加油站共 2,000 座，低於前述國家之 2.1~12.5 萬座；就單位面積觀察，我國每千平方公里設置 55 座加油站，與德國、法國相近，低於日本之 156 座、英國 86 座，惟高於美國之 13 座；就平均每座加油站服務人口數觀察，我國為 11.1 千人，高於各先進國家之 1.8~4.5 千人；就平均每座加油站服務車輛數觀察，我國為 8.4 千輛，高於各先進國之 1.0~2.5 千輛。先進國家加油站業之發展均已完全進入角化經營之成熟階段，提供人、車完備服務，油品已轉為一般商品，其油外收益占相當比重，反觀國內加油站之油品收入占銷售額比例達 99%，油外收益僅占 1%；故我國在開放油品零售市場的同時，為求市場健全發展，其兼營業務的推展及相關配套措施似有兼顧之必要。

總表 1 台灣地區具規模之民營車用加油站主要營業項目按直營、非直營店分

	員工人數 (人)	銷售額 (千元)					
		總銷售額	92 無鉛	95 無鉛	98 無鉛	高級汽油	高級柴油
民國 88 年							
合計	29.43	123,786	22,320	61,649	1,070	9,712	27,774
直營店	27.28	145,043	26,602	75,084	1,146	10,384	30,619
非直營店	29.82	119,981	21,553	59,244	1,057	9,592	27,264
民國 87 年							
合計	34.73	137,835	24,673	66,039	0	14,984	30,956
直營店	25.41	158,209	28,554	76,762	0	20,583	30,964
非直營店	35.98	135,175	24,166	64,639	0	14,253	30,954
民國 88 年年增率(%)							
合計	-15.26	-10.19	-9.54	-6.65	—	-35.18	-10.28
直營店	7.36	-8.32	-6.84	-2.19	—	-49.55	-1.11
非直營店	-17.12	-11.24	-10.81	-8.35	—	-32.7	-11.92

總表 2 台灣地區具規模之民營車用加油站加油槍數按直營、非直營店分

	合計	平均 每座 加油 槍 數 (支)				
		92 無鉛	95 無鉛	98 無鉛	高級汽油	高級柴油
民國 89 年 6 月底						
合計	27.14	7.74	9.26	6.27	0	3.88
直營店	30.61	8.71	9.96	7.57	0	4.38
非直營店	26.51	7.56	9.13	6.03	0	3.79
民國 88 年 7 月底						
合計	27.91	7.46	8.57	1.00	6.97	3.91
直營店	31.92	8.67	9.69	1.40	7.94	4.23
非直營店	27.41	7.31	8.42	0.95	6.85	3.87

總表 3 台灣地區具規模之民營車用加油站促銷活動狀況按直營、非直營店分

單位：%

	合計	無促 銷活動	有促 銷活動	促銷活動內容（複選）				
				降價 促銷	贈送沙拉 油、蔬菜油 、面紙、飲 料、雨刷精 等	贈送 折價券	洗、擦 車服務	其他 服務
民國 89 年 6 月底								
合計	100.00	4.38	95.62	16.93	90.85	14.87	70.02	2.75
直營店	100.00	3.08	96.92	19.05	88.89	23.81	87.30	0.00
非直營店	100.00	4.59	95.41	16.58	91.18	13.37	67.11	3.21
民國 88 年 7 月底								
合計	100.00	12.22	87.78	2.84	89.95	17.53	68.30	4.90
直營店	100.00	1.96	98.04	0.00	100.00	30.00	88.00	2.00
非直營店	100.00	13.55	86.45	3.25	88.46	15.68	65.38	5.33
民國 87 年 7 月底								
合計	100.00	20.90	79.10	3.77	81.13	17.25	67.12	11.05
直營店	100.00	15.38	84.62	0.00	61.36	29.55	72.73	9.09
非直營店	100.00	21.58	78.42	4.28	83.79	15.60	66.36	11.31

註：由於 87 年之調查採全查，為便於比較，本表該年資料係選取與 88 年調查相同之對象，計 470 座回收樣本統計。

總表 4 台灣地區具規模之民營車用加油站促銷活動成本按直營、非直營店分

單位：%

	合計	促銷活動成本占購油成本比例			
		一成以下	一成至二成	二成至三成	三成以上
民國 89 年 6 月底					
合計	100.00	59.14	32.78	5.46	2.61
直營店	100.00	62.90	32.26	4.84	0.00
非直營店	100.00	58.50	32.87	5.57	3.06
民國 88 年 7 月底					
合計	100.00	59.67	34.60	4.09	1.63
直營店	100.00	44.90	55.10	0.00	0.00
非直營店	100.00	61.95	31.45	4.72	1.89
民國 87 年 7 月底					
合計	100.00	70.24	22.15	6.23	1.38
直營店	100.00	88.24	2.94	8.82	0.00
非直營店	100.00	67.84	24.71	5.88	1.57

總表 5 台灣地區具規模之民營車用加油站兼營業務狀況按直營、非直營店分

單位：%

	合計	無兼營業務	有兼營業務	兼營業務內容（複選）								
				汽機車簡易保養	洗車	汽機車用品	便利商店	停車場	車用液化石油氣	代辦汽機車定期檢驗	其他	
民國89年6月底												
合計	100.00	34.14	65.86	11.04	94.65	25.75	2.01	1.67	0.67	1.34	1.34	
直營店	100.00	26.56	73.44	34.04	89.36	44.68	2.13	2.13	2.13	0.00	0.00	
非直營店	100.00	35.38	64.62	6.75	95.63	22.22	1.98	1.59	0.40	1.59	1.59	
民國88年7月底												
合計	100.00	31.52	68.48	9.93	91.72	24.17	3.64	1.32	1.66	1.66	3.97	
直營店	100.00	13.73	86.27	20.45	95.45	22.73	0.00	0.00	0.00	0.00	2.27	
非直營店	100.00	33.85	66.15	8.14	91.09	24.42	4.26	1.55	1.94	1.94	4.26	
民國87年7月底												
合計	100.00	27.66	72.34	8.53	90.00	30.59	3.24	1.47	0.29	1.47	2.65	
直營店	100.00	25.00	75.00	17.95	92.31	30.77	5.13	0.00	0.00	0.00	0.00	
非直營店	100.00	27.99	72.01	7.31	89.70	30.56	2.99	1.66	0.33	1.66	2.99	

註：同表 3 附註。

總表 6 台灣地區具規模之民營車用加油站未來擴大兼營業務狀況按直營、非直營店分

單位：%

	合計	無兼營業務	有兼營業務	未來擴大兼營業務內容（複選）								
				簡易速食餐飲、超市	汽車修理、保養及汽車百貨	電動汽機車充電	郵電、銀行保險代辦	貨運、停車場倉儲連鎖	廣告、照片沖洗、洗衣、托收交通違規罰款、代售娛樂場票券及資源回收	油品自行車運輸、進口	其他	
民國89年6月底												
合計	100.00	31.83	68.17	62.91	71.52	35.10	32.12	23.84	46.36	32.12	5.96	
直營店	100.00	14.52	85.48	67.92	77.36	41.51	37.74	37.74	54.72	60.38	3.77	
非直營店	100.00	34.65	65.35	61.85	70.28	33.73	30.92	20.88	44.58	26.10	6.43	
民國88年7月底												
合計	100.00	38.17	61.83	61.36	70.83	36.74	32.20	17.80	43.18	36.36	10.23	
直營店	100.00	24.49	75.51	78.38	64.86	37.84	37.84	29.73	40.54	59.46	43.24	
非直營店	100.00	39.95	60.05	58.59	71.81	36.56	31.28	15.86	43.61	32.60	4.85	

總表 7 台灣地區具規模之民營車用加油站希望加入連鎖經營優先情況

單位：%

連鎖型態	優先順序			
	總計	第一優先	第二優先	第三優先
民國 89 年 6 月底				
總計	—	100.00	100.00	100.00
中油公司	94.07	69.44	20.65	3.97
台塑公司	94.25	14.12	68.51	11.61
外國油公司組成之連鎖	41.23	1.16	3.53	36.54
國內獨立進口商經營	8.08	1.16	1.26	5.67
國內加油站業者聯合組成進口油公司經營	26.26	2.78	2.52	20.96
國內加油站業者聯合組成(但不進口油品)	20.36	3.70	2.77	13.88
自行組合, 不加入其他連鎖	11.13	5.56	0.76	4.82
不自行組合, 亦不加入其他連鎖	4.63	2.08	0.00	2.55
民國 88 年 7 月底				
總計	—	100.00	100.00	100.00
中油公司	89.71	68.64	13.97	7.10
台塑公司	84.34	8.64	65.64	10.06
外國油公司組成之連鎖	41.01	1.73	6.15	33.14
國內獨立進口商經營	10.26	1.48	1.68	7.10
國內加油站業者聯合組成進口油公司經營	28.05	6.42	4.47	17.16
國內加油站業者聯合組成(但不進口油品)	24.00	2.72	5.31	15.98
自行組合, 不加入其他連鎖	15.69	6.91	1.68	7.10
不自行組合, 亦不加入其他連鎖	6.94	3.46	1.12	2.37

總表 8 台灣地區具規模之民營車用加油站未來油品供應來源優先情況按直營、非直營店分

單位：%

未來油品供應來源	優先順序			
	總計	第一優先	第二優先	第三優先
民國 89 年 6 月底				
總計	—	100.00	100.00	100.00
中油公司	97.40	77.57	17.25	2.58
台塑公司	96.48	12.85	74.75	8.88
外國油公司組成之連鎖	45.86	1.64	3.25	40.97
國內獨立進口商之連鎖	8.56	0.47	1.50	6.59
國內加油站業者聯合組成進口油公司之連鎖	31.46	4.21	1.75	25.50
國內加油站業者組成之連鎖(不直接進口)	18.79	2.10	1.50	15.19
其他	1.45	1.17	0.00	0.29
民國 88 年 7 月底				
總計	—	100.00	100.00	100.00
中油公司	94.90	78.33	10.47	6.10
台塑公司	92.94	9.85	74.66	8.43
外國油公司組成之連鎖	48.76	1.48	7.16	40.12
國內獨立進口商之連鎖	13.26	1.72	1.65	9.88
國內加油站業者聯合組成進口油公司之連鎖	46.86	5.91	6.06	34.88
其他	3.29	2.71	0.00	0.58

表 1 台灣地區具規模之民營車用加油站主要營業項目按直營、非直營店及四分位組分

民國 88 年

	員工人數 (人)	銷售額 (千元)					
		總銷售額	92 無鉛	95 無鉛	98 無鉛	高級汽油	高級柴油
平均數	29.43	123,786	22,320	61,649	1,070	9,712	27,774
中位數	26.00	102,876	19,173	48,199	0	8,690	21,479
標準差	0.72	3,245	673	2,125	266	519	1,156
變異係數	2.46%	2.62%	3.01%	3.45%	24.83%	5.34%	4.16%
95%之信賴區間	29.43±	123786±	22,320±	61,649±	1,070±	9,712±	27,774±
	1.96*0.72	1.96*3,245	1.96*673	1.96*2,125	1.96*266	1.96*519	1.96*1,156
按直營、非直營店分							
直營店	27.28	145,043	26,602	75,084	1,146	10,384	30,619
非直營店	29.82	119,981	21,553	59,244	1,057	9,592	27,264
四分位組 (Quartile)之分配							
Q1 (最低第 25%)	19.00	79,820	13,131	33,696	0	5,495	12,652
Q2 (中位數, 第 50%)	26.00	102,876	19,173	48,199	0	8,690	21,479
Q3 (最高第 75%)	37.00	143,180	26,853	76,297	460	12,069	34,950

註：1. 本表資料為民國 88 年全年售油量具規模之台灣地區民營加油站 500 家,回收 466 家。

2. 四分位組分(quartile)之計算係將每家特徵值依小大順序排列,將其切割成四個等分組,每組家數相同皆占 25%

，3 個切割點依序為 Q1、Q2(中位數)、Q3。

表 2 台灣地區具規模之民營車用加油站主要營業項目平均銷售額按縣市別分

民國 88 年

縣市別	平均每座銷售額 (千元)								
	銷售額 合計	92 無鉛	95 無鉛	98 無鉛	高級 汽油	高級 柴油	潤滑油	洗車 服務	其他
合計	123,786	22,320	61,649	1,070	9,712	27,774	423	234	605
台北市	254,627	43,465	167,487	10,199	15,151	17,116	429	388	392
高雄市	123,741	17,557	75,013	737	11,547	17,467	667	382	373
台北縣	185,778	36,022	107,763	924	12,390	26,596	962	600	522
宜蘭縣	75,892	11,053	27,165	9,025	4,121	24,147	322	0	57
桃園縣	110,420	22,534	53,634	569	9,315	23,844	340	104	81
新竹縣	110,502	18,748	52,285	777	6,527	31,860	210	25	71
苗栗縣	108,060	14,034	34,762	255	5,892	52,756	205	85	71
台中縣	101,768	20,986	41,689	509	9,883	28,129	337	171	65
彰化縣	101,857	18,523	42,108	814	8,500	29,131	282	109	2,390
南投縣	90,603	15,806	38,234	140	9,584	26,634	198	1	5
雲林縣	114,711	15,260	37,709	1,028	7,371	47,221	411	129	5,582
嘉義縣	94,626	11,534	31,084	263	6,357	44,899	372	0	117
台南縣	135,880	22,929	60,044	304	9,846	41,903	241	190	422
高雄縣	97,935	11,878	46,865	313	8,519	29,669	231	200	260
屏東縣	100,435	13,489	50,589	1,136	8,469	25,538	262	65	886
台東縣	115,065	21,941	45,762	33	7,310	39,176	845	0	0
花蓮縣	92,484	14,733	28,672	353	4,335	43,968	320	104	0
澎湖縣	70,000	25,000	30,000	0	0	15,000	0	0	0
基隆市	199,154	32,797	110,276	0	12,907	43,174	0	0	0
新竹市	140,692	30,637	74,834	1,147	11,377	22,125	319	67	187
台中市	116,832	28,189	59,975	1,087	10,955	15,902	354	287	84
嘉義市	134,741	23,012	74,956	250	9,569	26,248	221	456	30
台南市	129,520	31,896	66,224	176	13,959	15,154	564	909	638

註：同表 1 註 1。

表 3 台灣地區具規模之民營車用加油站平均每家資產及收支按直營、非直營事業分

	民國 88 年						單位：千元
	合計		直營事業		非直營事業		比較
	平均每家 金額	分配比 (%)	平均每家 金額(A)	分配比 (%)	平均每家 金額(B)	分配比 (%)	A/B
實收資本額	40,875	—	238,407	—	26,986	—	8.83
資產合計	82,610	100.00	412,056	100.00	60,706	100.00	6.79
流動資產	23,637	28.61	49,417	11.99	21,923	36.11	2.25
基金及長期投資	2,939	3.56	18,941	4.60	1,875	3.09	10.10
固定資產	49,849	60.34	295,979	71.83	33,484	55.16	8.84
其他資產	6,185	7.49	47,719	11.58	3,424	5.64	13.94
營業收入	153,937	—	569,390	—	126,889	—	4.49
營業成本	130,577	—	487,143	—	107,363	—	4.54
營業費用	19,277	—	74,066	—	15,710	—	4.71
營業利益	4,083	—	8,181	—	3,816	—	2.14
營業外收入	1,089	—	6,866	—	712	—	9.64
營業外支出	1,940	—	10,740	—	1,367	—	7.86

註：1.直營事業係以總公司資料計算，共 27 家樣本事業（含 72 座直營連鎖加油站），

非直營事業計回收 394 家事業（1 座加油站為 1 家事業）。

2.同表 1 註 1。

表4 台灣地區具規模之民營車用加油站希望加入連鎖經營優先情況按直營、非直營店分

民國 89 年 6 月底

單位：%

連鎖型態	優先順序			
	總計	第一優先	第二優先	第三優先
合計				
總計	—	100.00	100.00	100.00
中油公司組成	94.07	69.44	20.65	3.97
台塑公司組成	94.25	14.12	68.51	11.61
外國油公司組成	41.23	1.16	3.53	36.54
國內獨立進口商經營	8.08	1.16	1.26	5.67
國內加油站業者聯合組成進口油公司經營	26.26	2.78	2.52	20.96
國內加油站業者聯合組成〔但不進口油品〕	20.36	3.70	2.77	13.88
自行組合，不加入其他連鎖	11.13	5.56	0.76	4.82
不自行組合，亦不加入其他連鎖	4.63	2.08	0.00	2.55
按直營、非直營店分				
直營店				
總計	—	100.00	100.00	100.00
中油公司組成	78.79	45.45	22.92	10.42
台塑公司組成	93.98	12.73	54.17	27.08
外國油公司組成	49.73	1.82	18.75	29.17
國內獨立進口商經營	17.42	9.09	0.00	8.33
國內加油站業者聯合組成進口油公司經營	14.32	1.82	2.08	10.42
國內加油站業者聯合組成〔但不進口油品〕	17.42	9.09	0.00	8.33
自行組合，不加入其他連鎖	26.25	20.00	2.08	4.17
不自行組合，亦不加入其他連鎖	2.08	0.00	0.00	2.08
非直營店				
總計	—	100.00	100.00	100.00
中油公司組成	96.24	72.94	20.34	2.95
台塑公司組成	93.99	14.32	70.49	9.18
外國油公司組成	40.20	1.06	1.43	37.70
國內獨立進口商經營	6.68	0.00	1.43	5.25
國內加油站業者聯合組成進口油公司經營	28.12	2.92	2.58	22.62
國內加油站業者聯合組成〔但不進口油品〕	20.82	2.92	3.15	14.75
自行組合，不加入其他連鎖	8.94	3.45	0.57	4.92
不自行組合，亦不加入其他連鎖	5.01	2.39	0.00	2.62

註：同表 1 註 1。

表5 台灣地區具規模之民營車用加油站未來油品供應來源優先情況按直營、非直營店分

民國 89 年 6 月

單位：%

未來油品供應來源	優先 順序			
	總計	第一優先	第二優先	第三優先
合 計				
總計	—	100.00	100.00	100.00
中油公司	97.40	77.57	17.25	2.58
台塑公司	96.48	12.85	74.75	8.88
外國油公司組成之連鎖	45.86	1.64	3.25	40.97
國內獨立進口商之連鎖	8.56	0.47	1.50	6.59
國內加油站業者聯合組成進口油公司之連鎖	31.46	4.21	1.75	25.50
國內加油站業者組成之連鎖(不直接進口)	18.79	2.10	1.50	15.19
其他	1.45	1.17	0.00	0.29

表 6 我國車用加油站售油概況與先進國家比較

	民國 78 年	民國 80 年	民國 82 年	民國 83 年	民國 84 年	民國 85 年	民國 86 年	民國 87 年	民國 88 年	民國 89 年 1-9 月
一、我國										
1.加油站總數(座)	840	1,042	1,138	1,190	1,242	1,350	1,521	1,723	1,884	2,000
中油	590	593	598	598	594	591	593	595	602	603
民營	250	449	540	592	648	759	928	1,128	1,282	1,397
2.售油量 (千公秉)	7,019	8,245	9,956	10,542	11,059	11,336	11,613	12,097	12,582	9,499
中油	5,614	5,040	5,657	5,794	5,951	6,000	5,710	5,499	5,408	3,854
民營	1,405	3,205	4,299	4,748	5,108	5,336	5,903	6,598	7,174	5,645
3.平均每座每日 售油量(公秉)	26.07	22.42	24.46	24.81	24.92	23.9	22.16	20.43	19.11	17.92
中油	26.25	23.25	25.87	26.55	27.36	27.67	26.43	25.36	24.76	23.43
民營	25.41	21.24	22.83	22.98	22.57	20.72	19.17	17.58	16.31	15.44
二、世界先進國家										
1.加油站總數(座)										
美國	—	—	144,690	136,570	132,080	124,600	—	—	—	—
德國	—	—	22,951	20,876	19,019	18,079	—	—	—	—
英國	—	—	24,108	23,079	22,032	21,140	—	—	—	—
法國	—	—	37,500	36,000	34,200	32,000	—	—	—	—
日本	—	—	59,307	59,329	59,324	59,082	—	—	—	—
2.平均每座每日售油量(公秉)										
美國	—	—	7.31	7.5	8.12	8.65	—	—	—	—
德國	—	—	3.86	3.66	4.82	4.94	—	—	—	—
英國	—	—	2.88	3.42	3.4	3.58	—	—	—	—
法國	—	—	1.78	1.66	1.85	1.91	—	—	—	—
日本	—	—	1.66	1.69	1.69	1.73	—	—	—	—

註：1.加油站座數係年底數，我國售油量數係指中油公司銷售予中油直營店及民營加油站數。

2.平均每座售油量之計算為售油量除以當年底與上年底加油站平均數。

資料來源：1.中油公司年報。

2.賴適存(88年1月)「汽車加油站經營發展前景—由法制再造完成多角化經營之開展」，
加油站雜誌，NO.2，第9頁，引自日本「給油所革命雜誌」。