



第三章 零售業不動產市場

陳奕賢¹ 莊婷婷²

壹、整體零售業市場分析

依國發會統計發佈的景氣對策信號顯示，2011年8月份景氣對策訊號轉為黃藍燈，代表國內景氣轉趨蕭條；但自2011年11月開始，持續到2012年8月，景氣依舊持續維持在藍燈，顯示國內景氣極為低迷；直到2012年9月景氣對策訊號才又轉呈黃藍燈，顯示市場景氣狀況逐漸開始活絡復甦，而此股景氣復甦狀態又一路維持到2014年2月，多呈現黃藍燈，但分別在近3個月兩度（2013年12月及2014年2月）呈現綠燈，整體而言，2014年1月金融面指標維持穩定，市場信心調查對未來景氣看法持續偏向樂觀，且生產面亦逐漸回穩，惟貿易面指標好壞參半，消費面及勞動市場仍未盡理想，2014年2月景氣對策信號綜合判斷分數增至25分，燈號由黃藍燈回復至綠燈，領先及同時指標維持上升，國內的景氣持續復甦可望漸入佳境。

本報告將先就整體零售業營業額作一綜合分析，再針對綜合商品零售業最主要的百貨公司及購物中心作一較詳盡的分析介紹，最後對百貨公司及購物中心產業的趨勢作一說明。

一、整體零售業營業額綜合分析

根據經濟部統計處的統計資料，商業的營業額包含批發業、零售業、及餐飲業等3種業別的營業額，而零售業內又分為綜合商品零售業及其他多項單純業種零售業，本文將針對零售業、餐飲業、綜合商品零售業、及因科技進步網

¹ 中華民國購物中心協會秘書長

² 中華民國購物中心協會秘書處主任

路普及而快速成長的無店鋪零售業進行分析。

依經濟部統計處（2014）調查統計資料整理的表4-3-1與圖4-3-1，根據資料顯示，整體零售業的營業額從2004年的2兆9281億元增加到2013年的3兆8874億元，10年來共增加32.76%合計9593億元，年平均成長率為3.20%，而各年成長率隨景氣起伏及多項因素而有較大的變化，最低是2008年的-1.0%、最高則是2010年的6.57%。2013年則明顯趨緩，年成長率僅1.95%。

表4-3-1 零售業、綜合商品零售業、無店鋪販售、
及餐飲業近10年營業額及年成長率一覽表（單位：億元）

年度	零售業	年成長率	綜合商品零售業	年成長率	無店鋪零售	年成長率	餐飲業	年成長率
2004	29,281		7,384		978		2,713	
2005	30,939	5.66%	7,605	2.99%	1,124	14.85%	2,894	6.67%
2006	31,471	1.72%	7,830	2.96%	1,087	-3.29%	3,027	4.60%
2007	32,629	3.68%	8,176	4.42%	1,216	11.95%	3,159	4.36%
2008	32,302	-1.00%	8,368	2.35%	1,384	13.75%	3,217	1.84%
2009	32,815	1.59%	8,560	2.29%	1,523	10.05%	3,218	0.03%
2010	34,970	6.57%	9,170	7.12%	1,659	8.94%	3,448	7.15%
2011	37,233	6.47%	9,786	6.73%	1,756	5.85%	3,721	7.92%
2012	38,131	2.41%	10,280	5.05%	1,818	3.53%	3,855	3.60%
2013	38,874	1.95%	10,579	2.90%	1,948	7.15%	3,915	1.56%
10年平均		3.20%		4.07%		7.95%		4.16%
10年增加	9,593	32.76%	3,194	43.26%	970	99.13%	1,202	44.31%

資料來源：經濟部統計處

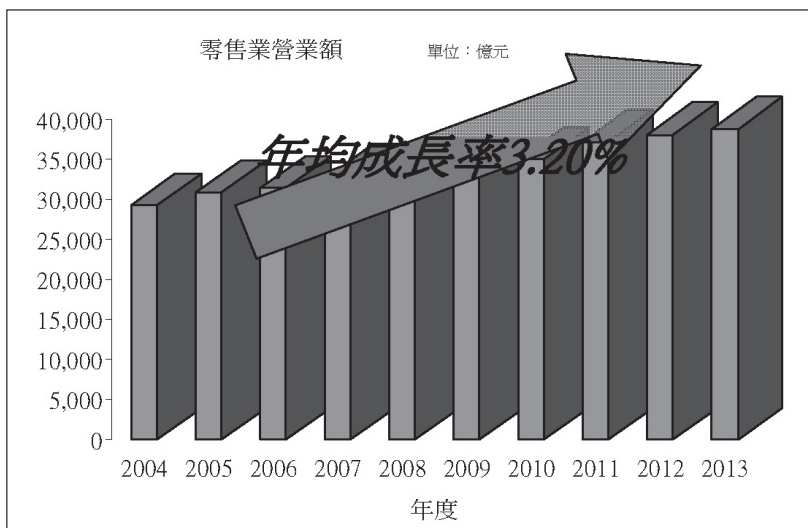


圖4-3-1 零售業近10年營業額及成長情形



與整體零售業同列於商業內的餐飲業營業額，則從2004年的2713億元增加到2013年的3915億元，10年來共增加44.31%合計1202億元，年平均成長率為4.16%，高於整體零售業，顯示近年來外食產業的成長高於多數一般零售業，而各年成長率隨景氣起伏及多項因素變化也如整體零售業有較大的變化，最低是2009年的0.03%、最高則是2011年的7.92%。2013年也明顯趨緩僅1.56%。

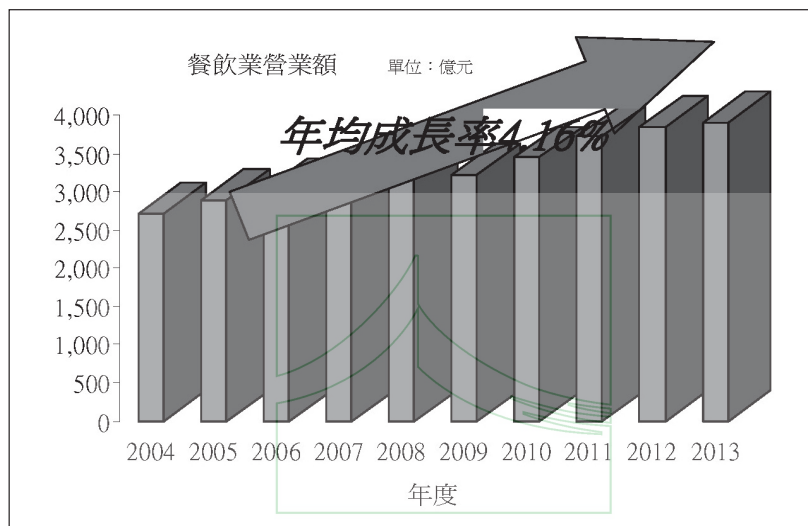


圖4-3-2 餐飲業近10年營業額及成長情形

整體零售業中的無店鋪零售業營業額從2004年的978億元增加到2013年的1948億元，10年來共增加99.13%近一倍，合計970億元，年平均成長率高達7.95%，遠遠高於整體零售業的成長率，而各年成長率隨景氣起伏及多項因素有很大變化，最低是2006年的-3.29%(遭受卡債問題，致使國人消費欲望受到限制)、最高則是2005年的14.85%。就10年來的變化而言，顯示隨著網際網路技術日新月異，無店面零售業的竄起逐漸顛覆傳統實體店面買賣模式，加上近幾年智慧型行動裝置蓬勃發展，網購環境日趨成熟，民眾消費習慣也逐漸改變。2013年仍維持在7.15%的高成長率。

而隨著科技進步及消費行為的改變，零售業之銷售通路日趨多元化，無店鋪零售業成長迅速，根據2011年工商及服務業普查統計結果，無店鋪零售業總計6,093家(占零售業企業家數之2.2%)，與2006年比較，家數成長1.2倍。其銷售管道以透過網路提高4.70%最多，透過自動販賣機提高2.30%次之，直銷則減3.20%。依調查銷售管道(可複選)以透過網路占56.3%最高，另外，透過自動販賣機占23.3%，直銷占22.6%等較多。

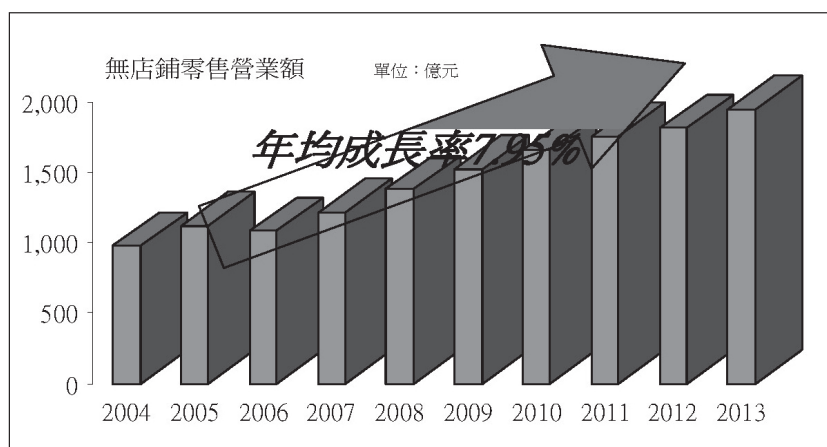


圖4-3-3 無店鋪零售業近10年營業額及成長情形

整體零售業中的綜合商品零售業營業額從2004年的7384億元增加到2013年的10579億元，10年來共增加43.26%合計3194億元，年平均成長率為4.07%，高於整體零售業近0.90%，而各年成長率隨景氣起伏及多項因素變化較整體零售業小，最低是2009年的2.29%、最高則是2010年的7.12%。2013年的成長率則明顯趨緩為2.90%，但仍高於整體零售業的1.95%。

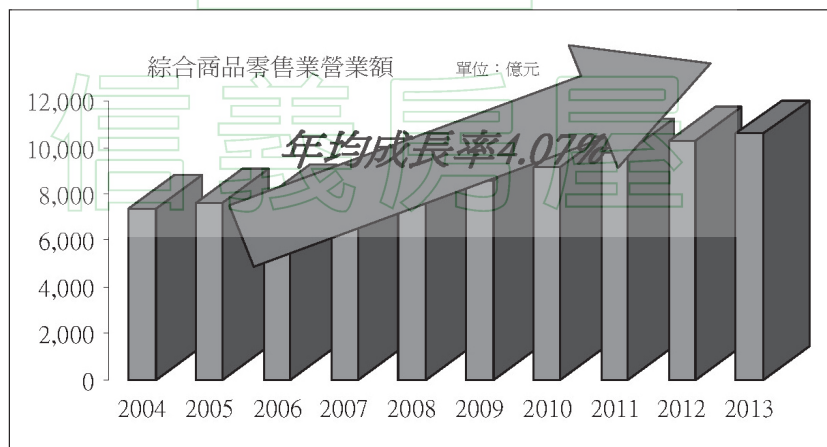


圖4-3-4 綜合商品零售業近10年營業額及成長情形

二、綜合商品零售業營業額綜合分析

在經濟部統計處的資料分類中，綜合商品零售業包含百貨公司、超級市場、連鎖式便利商店、零售式量販店、及其他綜合商品零售業(免稅商店、雜貨店、消費合作社(非以食品飲料為主))等五大類，以下再針對這五大類作比



較分析，表4-3-2及表4-3-3為近10年來各類綜合商品零售業的營業額及其年成長率。

表4-3-2 近10年各綜合商品零售業營業額分析

(單位：億元)

年度	綜合商品零售業	百貨公司	超級市場	連鎖式便利商店	零售式量販店	其他綜合商品零售
2004	7,384	2,028	989	1,732	1,301	1,334
2005	7,605	2,135	1,011	1,889	1,304	1,266
2006	7,830	2,116	1,030	2,055	1,324	1,306
2007	8,176	2,252	1,109	2,097	1,373	1,346
2008	8,368	2,248	1,212	2,120	1,454	1,334
2009	8,560	2,319	1,267	2,121	1,481	1,373
2010	9,170	2,511	1,333	2,305	1,568	1,452
2011	9,786	2,702	1,431	2,460	1,671	1,522
2012	10,280	2,800	1,516	2,677	1,714	1,574
2013	10,579	2,886	1,584	2,761	1,722	1,626

資料來源：經濟部統計處。

表4-3-3 近10年各綜合商品零售業營業額年成長率

年度	綜合商品零售業	百貨公司	超級市場	連鎖式便利商店	零售式量販店	其他綜合商品零售
2005	2.99%	5.30%	2.16%	9.03%	0.29%	-5.11%
2006	2.96%	-0.91%	1.88%	8.80%	1.53%	3.14%
2007	4.42%	6.42%	7.71%	2.02%	3.67%	3.12%
2008	2.35%	-0.17%	9.29%	1.12%	5.93%	-0.90%
2009	2.29%	3.18%	4.51%	0.03%	1.83%	2.88%
2010	7.12%	8.27%	5.27%	8.67%	5.89%	5.80%
2011	6.73%	7.60%	7.31%	6.74%	6.58%	4.82%
2012	5.05%	3.63%	5.92%	8.83%	2.52%	3.40%
2013	2.90%	3.09%	4.52%	3.12%	0.48%	3.28%
10年平均	4.07%	4.00%	5.37%	5.31%	3.17%	2.22%
近5年平均	5.44%	5.62%	5.75%	6.81%	3.84%	4.32%

資料來源：經濟部統計處。

綜合商品零售業的營業額從2004年的7384億元增加到2012年首度突破兆元，而至2013年的10579億元，10年來共增加43.26%合計3194億元，年平均成長率為4.07%，其中百貨公司10年來年平均成長率4.00%，約與綜合商品零售業成長率相同，成長最快速的分別是超級市場的5.37%及連鎖式便利商店的5.31%，10年來營業額分別增加595億元及1028億元；而零售式量販店與其他綜合商品零售業則是相對成長緩慢，近10年年平均成長率分別是3.17%及2.22%，營業額分別增加421億元及292億元，遠低於綜合商品零售業的成長率，詳見圖4-3-5到圖4-3-9。

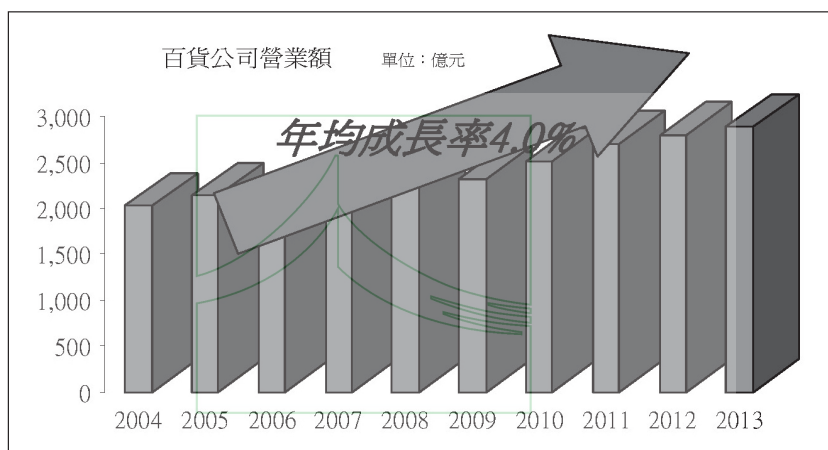


圖4-3-5 百貨公司近10年營業額及成長情形

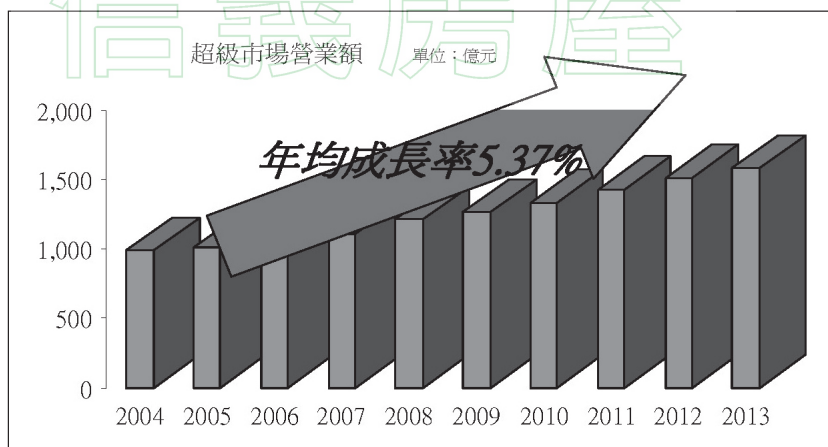


圖4-3-6 超級市場近10年營業額及成長情形

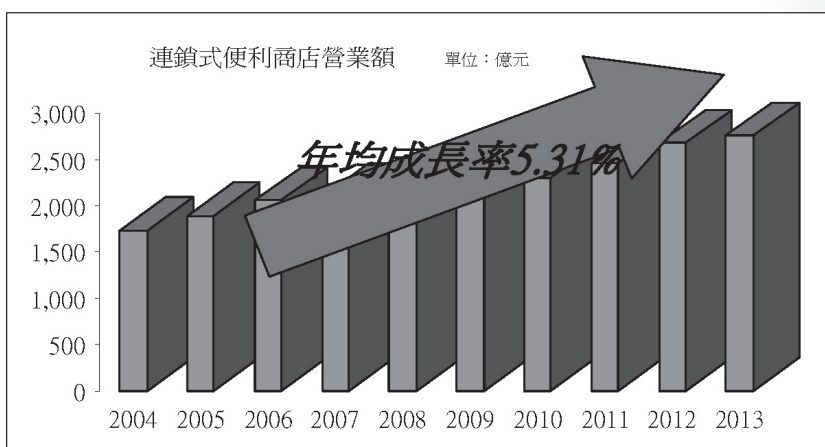


圖4-3-7 連鎖式便利商店近10年營業額及成長情形

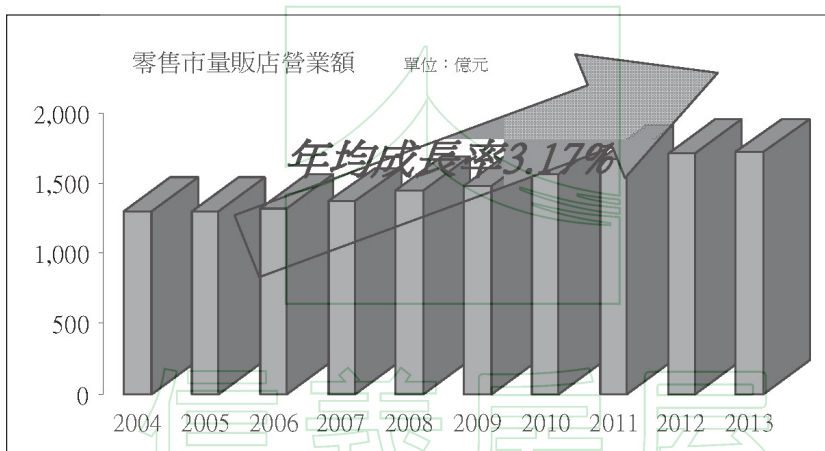


圖4-3-8 零售式量販店近10年營業額及年增率變動

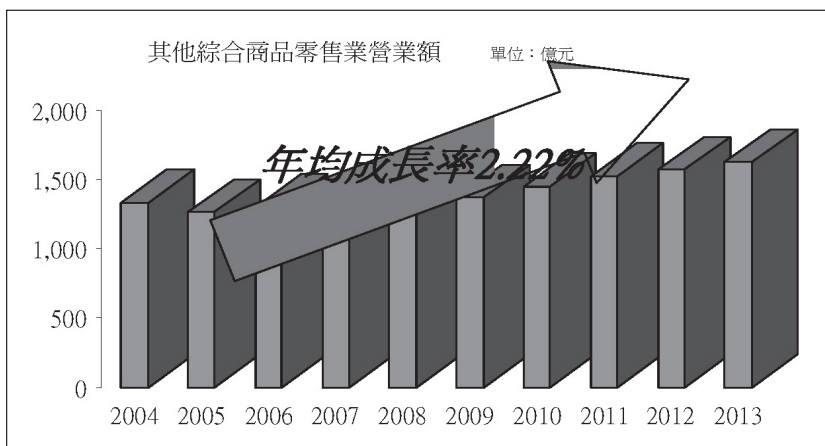


圖4-3-9 其他綜合商品零售近10年營業額及成長情形

表4-3-4及圖4-3-10則是近10年來各類別綜合商品零售業營業額佔比，其中百貨公司年營業額於2013年達2886億元，佔有27.28%，連鎖式便利商店達2761億元佔有26.10%，兩者加總已超過五成，其他三類的佔比則在15%~16.3%之間，2013年超級市場、零售式量販店與其他綜合商品零售業的營業額分別是1584億元、1722億元、及1626億元。

就2013年而論，綜合商品零售業營業額衝到10579億元，年增2.90%。前三季便利商店營業額達2,079億元，一度超過百貨公司的1,941億元；但第四季為百貨公司周年慶促銷期，買氣爆發帶動百貨去年營業額衝到2,886億元，超過便利商店，百貨公司方得以維持綜合商品零售業中霸主之位。

究其原因，百貨公司受到集中消費效應，消費者一定要等到各大百貨公司週年慶大打折扣時，才會進行大規模消費，2013年最後一季百貨公司周年慶買氣大爆發，扭轉頹勢，才得以超過便利商店，全年營業額衝上2,886億元，年增3.09%，領先一路直追的便利商店；便利商店營業額年增率略高，為3.12%。不過，百貨公司儘管仍為零售市場龍頭，但因集中消費，侵蝕毛利率。近年來只能維持在20%，甚至還出現低於20%者。

其他包括量販業、超級市場，去年業績也都有成長，量販業去年營業額

表4-3-4 近10年各類別綜合商品零售業營業額佔比

年度	百貨公司	超級市場	連鎖式便利商店	零售式量販店	其他綜合商品
2004	27.46%	13.40%	23.46%	17.61%	18.07%
2005	28.08%	13.29%	24.84%	17.15%	16.65%
2006	27.02%	13.15%	26.24%	16.91%	16.68%
2007	27.54%	13.56%	25.64%	16.79%	16.47%
2008	26.86%	14.48%	25.33%	17.38%	15.94%
2009	27.09%	14.80%	24.77%	17.30%	16.04%
2010	27.38%	14.54%	25.13%	17.10%	15.84%
2011	27.61%	14.62%	25.14%	17.08%	15.56%
2012	27.24%	14.74%	26.04%	16.67%	15.31%
2013	27.28%	14.97%	26.10%	16.28%	15.37%
10年平均	27.35%	14.23%	25.32%	17.00%	16.11%

資料來源：經濟部統計處



1,722億元，年增僅0.48%；超級市場成長率最高達4.52%，營業額為1,584億元。頂級、平價超市崛起，侵蝕量販市場業績，此現象也表現在同時經營多種業態的遠百集團各不同事業體的營業表現上，2013年遠東集團旗下零售事業體遠東百貨、太平洋SOGO百貨、及超級市場city super都有成長，僅零售式量販店遠百愛買營業額衰退，年減超過3.0%。

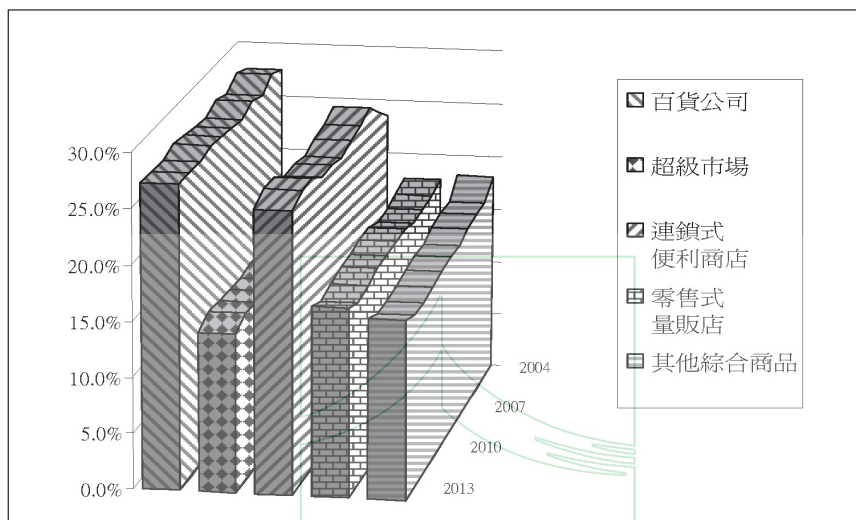


圖4-3-10 綜合商品零售業近10年各類別營業額佔比

貳、百貨公司及購物中心市場分析

目前在經濟部統計處的統計資料綜合商品零售業的營業額包含前述五種業態，其中百貨公司類的營業額除了傳統定義裡的百貨公司外，還包括近二十年來發展迅速的新業態----購物中心，購物中心目前在國內官方行業標準分類中，還沒有單獨明確的產業定義。

依表4-3-5，百貨公司營業額由2004年的2028億元增加到2013年的2886億元，10年來年複合平均成長率為4.00%，自2010年達到最高年成長率8.27%後，逐年成長趨緩，到2013年成長率僅3.09%，低於10年平均成長率，而百貨公司在綜合商品零售業中的佔比則約維持在27.28%，僅略低於10年平均值，仍是綜合商品零售業中佔比最高。

表4-3-5 近10年百貨公司營業額變化及占綜合商品零售業比重之趨勢

年度	營業額 億元	年增率	佔綜合商品 零售業比例
2004	2,028		27.46%
2005	2,135	5.30%	28.08%
2006	2,116	-0.91%	27.02%
2007	2,252	6.42%	27.54%
2008	2,248	-0.17%	26.86%
2009	2,319	3.18%	27.09%
2010	2,511	8.27%	27.38%
2011	2,702	7.60%	27.61%
2012	2,800	3.63%	27.24%
2013	2,886	3.09%	27.28%
10年平均		4.00%	27.35%

資料來源：經濟部統計處；本研究整理。

一、國內主要百貨公司業者分析

截至2013年底，國內百貨公司共有17個業者，共49家店。其中以三大連鎖百貨(新光三越百貨、遠東百貨、太平洋SOGO百貨)為首共有29家店，超過百貨公司總店數的一半以上，其營業額合計也超過百貨公司營業額的一半，詳見表4-3-6。

2013年12月開幕的新光三越台南西門店2館，使得原本就是台南是最大的新光三越西門店又更增加規模及商品業種廣度，新光三越西門店原是南部唯一年營業額超過百億的百貨公司，業者相中府城消費者驚人的購買力，結合即將開幕的晶英酒店，在西門店旁規劃一樓到地下二樓，共三個樓層，融合文創、潮流、科技、美食及運動等業種，打造台南新地標。1樓為法雅客旗艦店和甜點專櫃，2樓為潮流服飾sport b.、Levis概念店並設立互動式文創專區，餐飲則引進一風堂拉麵、銀湯匙泰式火鍋和南部獨家稻禾烏龍麵。並規劃台南唯一一座「冰宮」，也將提供在地藝術家及新銳設計師展演及交流的藝文空間，串聯城市的文化氛圍，讓「小西門」風華再現。



表4-3-6 各百貨公司總店數

(單位：家)

店名	總店數	店名	總店數	店名	總店數
新光三越	13	德安台南	1	FOCUS	1
遠東百貨	9	大葉高島屋	1	友愛百貨	1
太平洋SOGO	7	廣三SOGO	1	欣欣大眾	1
大統集團	5	漢神百貨	1		
太平洋百貨	3	中友百貨	1		
統領百貨	1	明耀百貨	1		
統一阪急	1	名統百貨	1	總計	49

註：本報告中大遠百台中店、大遠百板橋店、及新竹遠東巨城皆納入購物中心類別，未計入百貨公司家數及面積計算，統一阪急百貨高雄店之面積已計入購物中心類別計算，新光三越信義四館計為1店、南西三館計為1店、台南西門兩館計為1店、桃園大有兩館計為1店。

資料來源：本研究整理

二、國內購物中心業者分析

自1994年第一個都心型購物中心----遠企TheMall開幕後，發展至今購物中心產業已經邁入第20個年頭，根據2013年底的統計，全台各地購物中心總家數計有46家，購物中心營業面積則達695,575坪，整理如後附表4-3-13，各購物中心的特色及其主力商店則如後附表4-3-14。

將現有購物中心營業面積及家數分別依不同區域整理如表4-3-7，在地區分佈上就家數而言，以北部地區30家最多，占了全台65.2%，中部地區有6家和南部地區有8家，分別占了13.0%與17.4%，東部地區僅有2家，占了4.3%；就購物中心營業面積而言，以北部地區405,444坪，佔全國購物中心營業面積的58.3%，東部最少僅19,400坪佔2.8%。

表4-3-7 現有營運中購物中心分佈狀況

區域	購物中心 營業面積(坪)	占比	購物中心家數	占比
北部	405,444	58.3%	30	65.2%
中部	97,560	14.0%	6	13.0%
南部	173,171	24.9%	8	17.4%
東部	19,400	2.8%	2	4.3%
合計	695,575	100.0%	46	100.0%

資料來源：本資料整理

進一步將過去20年來歷年開幕的購物中心分成四個5年分段統計可得到表4-3-8，在剛萌芽的1994到1998年間，新增面積緩慢僅23,210坪，而後面三個5年，則都分別超過20萬坪以上，成長快速。

表4-3-8 20年來每5年購物中心新增營業面積

開幕年度	購物中心 營業面積(坪)
1994~1998	23,210
1999~2003	217,915
2004~2008	209,350
2009~2013	245,100
合計	695,575

資料來源：本資料整理。

三、2013年開幕的購物中心

於2013年開幕營運的購物中心共計7家，營業面積合計僅38,000坪，比起2012年開幕的84,800坪大幅減少，其平均一家購物中心的營業面積5,429坪，在近3年間偏低，也遠低於目前累積存量的平均面積15,121坪，顯見2013年開幕者以小型購物中心為主，詳見表4-3-9及表4-3-10。

表4-3-9 2013年開幕的購物中心

地區	城市	地點	名稱	開幕時間
北部	新北市	板橋區	HiMall麗寶廣場	2013/01
北部	台北市	萬華區	Neo West	2013/01
南部	高雄市	左營區	環球左營新站	2013/04
北部	台北市	松山區	幸福市集City Link松山	2013/06
東部	台東市	台東市	秀泰廣場台東	2013/07
北部	台北市	松山區	微風南京東路店	2013/08
北部	台北市	松山區	誠品松菸	2013/08
			總數	7 家

資料來源：本研究整理。



表4-3-10 近3年開幕的購物中心分年統計

開幕年度	購物中心 營業面積(坪)	購物中心 開幕家數	平均每家 營業面積(坪)
2011	49,500	2家	24,750
2012	84,800	5家	16,960
2013	38,000	7家	5,429
累計存量	695,575	46家	15,121

資料來源：本研究整理。

2013年開幕的7家購物中心包含Hi Mall麗寶百貨廣場、「Neo West」商場、環球購物中心新左營車站店、幸福市集CITYLINK松山車站店、秀泰影城廣場台東店、微風南京店、及誠品生活松菸店，以下分別詳細介紹。

1. Hi Mall麗寶百貨廣場

新北市板橋新板特區內繼板橋大遠百、誠品生活板橋店於2012年開幕之後，由麗寶集團轉投資的麗寶鵬程購物中心「Hi Mall麗寶百貨廣場」也於2013年1月18日全面試營運，總共有16層樓，購物中心規劃地下1樓到地上9樓，1~2樓是百貨公司；秀泰影城在2~4樓，2樓有一個廳，3~4樓則全部都是電影廳，共有17個廳；5樓是健身房，6~9樓則規劃美食街跟餐廳。

秀泰影城投資2.0億元打造新北市首座4D精品影城，17個影廳座位數達1,140個。2013年2月5日正式開幕，獨家規劃出黃金比例的影廳觀影規格，以銀幕的1：2.3比例，到觀賞左右視角不超過90度，上下視角不超過45度，座位之間無遮蔽為原則，搭配落地加大的超大銀幕，將最大空間留給觀眾，推出全廳無死角，就連第一排都是觀影座位的影廳設計。影城更全面配備免治馬桶、獨立空氣清淨機及除濕機，使每位購票的客人都能享受相同的品質以及如飯店般的高級設備及服務。2013年整體目標營業額希望達到50億元。

2. 「Neo West」商場

北市知名零售娛樂事業Neo 19集團砸下逾8,000萬元，由東區跨足至西區，在西門町開設「Neo West」商場，估首年創造7億元營收。「Neo West」商場位於「阿曼TiT」的1樓至5樓(中國戲院原址)，業種規劃涵蓋時尚、美妝、3C、餐廳等，已於2013年1月18日開幕。1及2樓有3C商店The

Sony Store 及神腦國際、與Too Cool For School 及位在2樓的「曉確幸 Light House」餐廳，3與4樓以知名餐廳為主，包含瓦城泰式餐廳、勝博殿日式豬排、麻布茶房、Evans Burger、及千本拉麵等。阿曼TIT建物外觀有如杜拜帆船酒店造型，購物中心共5層樓，距離捷運西門站約5分鐘步行時間。Neo19集團由建鑫開發董事長王超立創立，旗下事業體包含Neo 19、飯店 Home Hotel、威秀影城以及夜店Room 18、Barcode等…，大多集結在北市信義計畫區，隨著2013年西區新商場的開幕，集團營業規模將逼近40億元。

3. 環球購物中心新左營車站店

環球購物中心新左營車站店位於台鐵新左營站2至4樓，是南台灣唯一的車站型賣場，營業面積約3000坪，於2013年4月開幕，購物中心與高鐵、台鐵、捷運三鐵共構，每月客流量至少140萬人次，本購物中心除鎖定商務、觀光客，往北還可吸納橋頭、岡山客源。為因應轉運站客層特性，以販售中價位的特色餐飲為主，2樓提供特色餐飲，3樓販售流行服飾、配件，4樓設有市區唯一的冰宮可望成青少年休閒新據點，進駐店家約100家。

冠德新店來勢洶洶，已開幕2年多的新光三越左營店首當其衝，除改裝內部迎戰，並規劃增設北高雄首座大型影城吸客，左營店2館、彩虹市集去年起改裝，南台灣唯一的鋼彈館在2月開幕，日本優衣庫等品牌也將陸續進駐。高鐵商圈從無到有，初期經營確實辛苦，但捷運岡山站等重大建設已陸續到位，2012年起穩定成長，新的店開幕達到共榮商圈的效果，未來遠景可期。

4. 幸福市集CITYLINK松山車站店

幸福市集CITYLINK是潤泰集團跨足經營購物商場的事業體，以「時髦+設計+速度+便利」為特色，秉持著商圈共榮的經營理念，並引進日本車站內商圈一次購足的概念，打造符合現代人需求的創新型態商場。第一家CITYLINK松山車站店位於松山車站1~3樓，規劃符合現代人需求的美食生活廣場、流行時尚基地以及設計藝文空間，擁有交通轉運優勢地理。

一樓規劃為「幸福食集」引進20個人氣美食咖啡廳與生活櫃位，包括統一集團的STARBUCKS、MISTER DONUT、COLD STONE、21世紀風味館，以及團購第一名的香帥蛋糕。先於2012年12月開幕；全館則於二、三樓裝修完成後，2013年6月全面正式開幕。



目前二樓則引進多家知名餐廳、服飾品牌等，三樓以藝文空間、書局為主，年營收預計約10億元，高樓層將規劃辦公大樓，隔壁增蓋另一棟大樓，由國賓飯店副品牌amba飯店進駐，總計2棟大樓，面積達3.5萬坪。根據台鐵公司的統計，松山車站加每天約有三萬多名旅客進出，預估周邊商圈也有五到六萬人次，假日車站及商圈人潮更高達十萬人次。

5. 秀泰影城廣場台東店

台東的新地標秀泰影城廣場台東店，於2013年7月完工開幕，斥資六億多，是市區最大娛樂廣場，座落於新生公園旁的食、趣、購物新據點，影城提供最優質影音設備，共8個影廳近千個座位，是台東唯一現代化多廳院影城，還有精品商店及美食街，提供臺東市民多樣性的餐飲休閒選擇，進駐品牌包括UNIQLO、獨身貴族、NIKE、PUMA、NEW BALANCE、品田牧場、聚北海道昆布鍋、COLD STONE酷聖石冰淇淋、Mister Donut、御之饌日式料理、義美食品等等……不可錯過的美食饗宴及休閒流行服飾，滿足一次購足享受。

6. 微風南京東路店

微風集團第四個經營據點「微風南京東路店」於2013年10月正式開幕，座落在南京東路及敦化北路口，台北小巨蛋的斜對面，秉持一貫精神「Something New Something Special」，微風南京店地下兩層與地上兩層的賣場空間，將鎖定年輕消費族群，引進新的品牌專櫃與深受消費者喜愛的名品店家。

建物本身已有相當歷史，於1980年代成立鴻源百貨，歷經數次換手及改裝，於2010年10月由MOMO富邦媒體科技公司開設MOMO百貨，3年來儘管MOMO公司旗下有百貨、購物網、型錄、實體藥妝連鎖店，2012年通路營收高達187億，比2011年成長20%。但是實體商場營收卻只占整體營收的2.5%，與當初預期有較大落差，因此決定將實體商場經營權轉手給微風廣場，正式宣布退出經營。

7. 誠品生活松菸店

位於台北市松山文創園區的「誠品生活松菸店」於2013年8月正式開

幕，歷經四年籌備規劃，為近年來誠品生活展店規模較大的個案，包含地下2樓及地上3樓，總營業面積約7,200坪，斥資2億元裝修；結合誠品文創書店、文創商場、還有藝術電影院、表演廳等，要打造成為台北市的「現代文創工廠」、「實演文創平台」及「觀光文創勝地」，其中文創商場定位在現代文創工廠，匯聚JIA等上百家台灣原創品牌，現場以「實演」做文創平台，業者不僅可直接銷售，且透過實演，亦可企業接單客製化，是目前零售業首見的營運模式。

「誠品生活松菸店」以「跨界·實演」為定位，以發掘台灣設計人才為訴求，要聚焦台灣之光，積極扶植台灣在地品牌，賣場匯集了上百家台灣原創品牌，其中4成以上，都是首次進駐通路的百年老店或全台極具人氣的在地知名品牌。包括台灣首座進入通路的窯爐玻璃屋、現場組裝客製單車、平價訂製服設計、工藝木作等。另外誠品也首次跨足經營電影及表演等新經營業態，以中小型古典音樂、跨界表演節目與藝術電影為主軸，串接跨界多元表演內容，期能成為全民美育的文化展演平台。在此誠品也積極自營品牌，書店推出living project生活選品概念店與全台首家誠品音樂黑膠館等。

「誠品生活松菸店」將延續整個園區的歷史古蹟生態與藝文氣息，並承繼過往松山菸廠的細緻人工精神，在室內特別規劃四大文創場域，包括2013年8月開幕的「文創展售平台」、「文化展演平台」、「茶戲投影書店」；還有「誠品藝文行旅」藝文旅館，則於2013年年底對外營運。(工商時報及中廣新聞網報導)

四、預計未來兩年開幕的購物中心

預計未來兩年內開幕的購物中心有16家，詳見表4-3-11，2014年及2015年分別有11家及5家，其中14家(不含在金門的金湖昇恆昌及風獅爺購物中心)營業面積合計約達140,025坪，平均一家購物中心的營業面積10,002坪，遠低於目前累積存量的平均面積15,121坪。



表4-3-11 預計未來兩年開幕之購物中心

地區	地點	類型	名稱	開幕時間
北部	台北市	內湖區	禮客內湖02	2014Q2
北部	新竹市	世博店	環球新竹世博	2014Q2
北部	台北市	信義區	微風信義A10	2014Q3
北部	台北市	內湖區	幸福市集內湖捷11	2014Q4
北部	台北市	南港區	幸福市集南港車站	2014Q4
北部	新北市	林口區	亞昕國賓林口影城	2014Q4
北部	桃園縣	青埔高鐵站	The Gloria Outlet01	2014Q4
北部	新北市	林口區	環球購物中心林口A8	2014Q4
北部	台北市	信義區	微風信義A3	2015Q3
北部	新北市	林口區	林口Outlet Park	2015Q2
北部	新竹縣	高鐵竹北站	威秀影城商場	2015Q3
外島	金門縣	金湖鎮	金門金湖昇恆昌	2014Q2
外島	金門縣	金寧鄉	風獅爺購物中心	2014Q2
南部	嘉義市	嘉義市	秀泰廣場嘉義	2015Q4
南部	台南市	東區	南紡夢時代	2014Q4
南部	高雄市	前鎮區	大魯閣草衙道	2015Q4
			總數	16 家

資料來源：本研究整理。

分析未來兩年開幕的16家購物中心的類型，有2家是設有免稅商店，都位於離島金門縣；微風廣場則有兩家重量級商場於台北市信義計畫區內開幕，將可大幅提升集團市佔率；而由潤泰集團投資的車站型購物中心也有2家加入戰場，其中南港車站店面積更達16,000坪；近年來很熱門的影城商場，包含威秀、秀泰、國賓等三家主要業者也各自有新的購物廣場開幕；另外則是進軍購物中心市場有成的上市建商冠德建設轉投資的環球購物中心，將於新竹開設其結合世博台灣館的第5家商場。

Outlet型態者則有3家，除了在台北經營有成的都會型小型精品Outlet禮客時尚館內湖2店外，另外兩家都是具有外商背景，首度進軍台灣郊區開設與國外行之多年的大型Outlet Center。其中在桃園高鐵特定區內，由華泰集團延攬曾任職於美國知名Outlet集團Chelsea Premium Outlet的專業經理人，藉其多年經驗及業界人脈在臺灣打造一間國際級的折扣名品城，要把美

國大型Outlet的購物型態帶給消費者。另一家則是具有真正外資背景的三新奧特萊斯公司，計劃於新北市林口區開設日式大型Outlet Center(精品暢貨中心)，三新奧特萊斯原為日本三井不動產獨資成立的台灣子公司，後於2013年底將30%股權售予國內大型建設集團----遠雄建設，遂成為合資公司，其計劃於2015年第2季開幕的林口Outlet Park 基地面積廣達近2萬坪，總樓地板面積含停車場則高達4.5萬坪，其中可租賃面積約為13,700坪，三井不動產目前在日本本土就有12家Outlet Park，自1995年開設第1 家到現在已累積了20年的經驗商場。

由統一集團旗下的統正開發與南紡合資開發位於台南市的南紡夢時代，已於2013年10月舉行上樑暨廠商簽約儀式，計劃於2014年底開幕，開幕後B1~B4將規劃為寢具、美食專區，占地450坪的誠品生活將進駐2樓，IMAX威秀影城則規劃在5樓，5~9樓則是老爺大酒店。隨著「南紡夢時代開發案」上樑後，即將邁入裝修工程與開幕營運前的籌備階段，南紡夢時代購物中心目前招商，已完成所有中大坪數廠商進駐簽約，約佔總租賃面積60%以上。老爺大酒店、威秀影城、統一佳佳健身中心、玩具反斗城、湯姆熊親子遊樂、新天地宴會廳、漢來海港城Buffet、Jason's精緻超市、阿霞飯店、誠品書店等超過60家知名品牌，於上樑時同步進行雙方的簽約儀式。第一期開發內容包含南紡夢時代購物中心、擁有250間房的老爺大酒店，及南紡企業總部大樓，預計在2014年第四季開幕營運，該案開發區域內之1.47萬坪公園也將同步落成啟用。

另一個大案則是大魯閣草衙道，座落於高雄捷運草衙站出口，採低密度開發概念，定位目標為注重生活休閒的年輕家庭，結合購物、休閒、餐飲、運動、卡丁賽車、遊樂園，計畫打造出「全亞洲最好玩」的購物中心。大魯閣草衙道基地面積26.306坪，規劃商業樓地板面積零售佔47%、餐飲27.7%、娛樂25.3%(尚未計入鈴鹿賽道樂園之使用面積)。透過整合大魯閣公司旗下棒壘球打擊場、卡丁車、遊戲愛樂園等運動娛樂項目，並將打造運動設施最多元的運動場館—WeSport運動館。

知名休閒娛樂品牌如日本鈴鹿賽道樂園、健身工廠、法商迪卡儂等主力商家皆已簽約確定進駐。其中健身工廠規劃約兩千坪大空間，以結合健身房、保齡球館、會員專屬室內籃球場、餐飲的複合式經營，為國內單點最大規模都會健身俱樂部。而國賓影城更計畫在此打造10個廳、2000個座位，豪華級影音設備旗艦店，可望為商場帶來極大的聚客效應，結合高比例之休閒



服務主力店家，期望結合購物、運動、休閒、樂活的複合式商場，帶給消費者耳目一新的國際級購物中心新體驗。

預計將新開幕的購物中心16家中，10家位於北部地區，3家位於南部地區，2家位於離島地區；就面積而言以南部74,025坪最多，北部66,000坪次之。

表4-3-12 未來兩年開幕購物中心面積及家數與其占比

區域	購物中心 營業面積(坪)	占比	購物中心家數	占比
北部	74,025	52.9%	11	68.8%
中部	-	0.0%	0	0.0%
南部	66,000	47.1%	3	18.8%
東部	-	0.0%	0	0.0%
外島	NA		2	12.5%
合計	140,025	100.0%	16	100.0%

資料來源：本資料整理

參、百貨公司及購物中心產業的趨勢

2013年整體零售業的營業額達到3兆8874億元，年成長率則明顯趨緩僅1.95%。其中的無店鋪零售業營業額則約1948億元，年成長率高達7.15%；而綜合商品零售業營業額於2012年突破兆元，2013年小幅成長達1兆579億元，年成長率則明顯趨緩僅2.90%，但仍遠高於整體零售業的1.95%。顯示整體零售業因景氣不佳而成長緩慢，但其中無店鋪零售業因電子商務的盛行，在各不同通路中，仍有驚人的成長；而綜合商品零售業雖然成長也較前幾年緩慢，但其中的不同通路間也各見消長，其中百貨公司2013年成長率為3.09%，略高於綜合商品零售業成長率相同，連鎖式便利商店則從前幾年動輒8.0%以上的年成長率，大幅降為3.12%，成長最快速的超級市場的4.52%；而零售式量販店則是相對成長緩慢僅0.48%，遠低於綜合商品零售業的成長率。

百貨公司及購物中心產業的產業趨勢包含租戶組合的轉變、國際Outlet業者進軍國內、及外資投資台灣購物中心，茲分述如下：

一、租戶組合的轉變

不論是百貨公司或購物中心，近年來面對網路購物的崛起，人潮流失的挑戰，多以引進更多的主題餐飲及娛樂休閒業種因應，而其中餐飲成為吸客亮點，藉以維繫人氣與消費力。現在百貨公司餐飲佔比就從過去15.0%，提高到40.0%，同時也有愈來愈多的餐飲業者往百貨商場靠攏，在百貨商場設點的比重不斷拉高。兩者各取所需、相得益彰。

這幾年新開設的大遠百「Top City」及「Mega City」都是結合影城並拉高餐飲比重的新型態購物中心，開幕後顯然大受消費市場歡迎；南台灣高雄夢時代購物中心擴大各式餐飲營業面積，結果也大幅拉升整個百貨賣場的人氣與買氣；而大台南的新光三越相繼將部分賣場改為主題餐廳賣場；冠德環球購物中心中和店餐飲業績亦大幅改裝奏效，業績占比從原20%提升至30%；京站時尚廣場去年營業額近60億元，目前餐飲營收占比達35%；大江購物中心耗資1.5億元改裝2800坪，強化餐飲與家用品，改裝完成後業績成長也達2位數。

另一趨勢即為多廳院影城之設置，近5年來影城消費力大幅成長20%，多廳院影城業者不止進駐大型購物中心作為主力商店，甚至在二三線城市自己開發或進駐以影城為主軸的中小型購物中心，如今年已開幕的秀泰影城台東店，及明後年即將開幕的國賓影城林口店、威秀影城竹北店、及秀泰影城嘉義店。

二、國際Outlet業者進軍國內

未來兩年預計開幕的Outlet有兩家引進國際經驗。其中林口Outlet Park由日本三井不動產直接來台投資開設，帶來其在日本多年經驗，其自1995年到現在日本本土就有12家Outlet Park，還有亞洲其他國家有3家，已累積了20年的經驗。而在桃園高鐵特定區內的The Gloria Outlet則延攬美國最大Outlet集團Simon Chelsea Premium Outlet的專業經理人，把美國大型Outlet的購物型態帶給消費者。

三、外資投資台灣購物中心

今年兩宗國際資金投資國內商用不動產開發的個案，都是日本資金與國



內資金合作，兩者都以大型購物中心的開發為主，這是繼10幾年前新加坡政府投資公司(GIC)投資國內兩大購物中心開發案後，沉寂10數年後首度又有國際資金進入國內投資大型購物中心開發案，茲分述如下：

今年初取得林口中商36BOT案開發權的日商三井不動產在台獨資成立「三新奧特萊斯公司」於2013年12月11日出售其30%的股權予遠雄建設，該公司目前資本額3.5億元，未來將增資到20億元，三井將持有七成股權，遠雄集團則由遠雄建設持股三成，雙方共同合作經營；全案總投資金額約54.5億元。與國內現有OUTLET購物中心不同的是，三井不動產在日本、中國、馬來西亞等，擁有至少15家國際購物中心的開發經驗，此次進軍台灣將引進日本品牌通路廠商進駐，將國內OUTLET購物商城提升至國際規格。

另一則是取得台北市包括松山及南港兩大火車站站區大型開發案的潤泰新，於2013年12月24日處分「潤泰旭展公司」10%股權給日本三菱集團的MEC Global Investment Limited 三菱地所全球投資有限公司(日本三菱地所株式會社100%持有的英國子公司)，潤泰新和日本三菱集團簽約合作，為雙方策略結盟的一個重要起點，未來雙方的合作開發案將由台灣到中國大陸市場甚至亞洲地區國家。潤泰新旗下的「潤泰旭展公司」成立時的股本為20億元，主要負責開發經營南港火車站BOT大型開發案，此一開發案內容包括了4棟大樓建物；總開發的樓地板面積達到5.6萬坪，包括飯店1.6萬坪、商場1.6萬坪及辦公大樓1.6萬坪，其餘為停車場使用。潤泰新以每股45元的溢價處分手中的「潤泰旭展公司」10%股權給日本三菱集團，總金額9億元，其處分利益並達到7.12億元。

表4-3-13 2013年底全台現有購物中心基本資料

地區	城市	地點	名稱	開幕時間
北部	台北市	大安區	遠企購物中心	199403
北部	台北市	士林區	誠品天母	199609
北部	台北市	大安區	誠品敦南	199610
北部	台北市	信義區	華納威秀 A+B	199801
北部	台北市	萬華區	西門X52	199808
南部	高雄市	前鎮區	金銀島購物中心	199906
北部	桃園縣	蘆竹鄉	台茂購物中心	199907
北部	桃園縣	中壢市	大江購物中心	200103
中部	台中市	台中市	新時代廣場ModeMall	200109
北部	台北市	松山區	微風廣場復興店	200110

地區	城市	地點	名稱	開幕時間
北部	台北市	信義區	Neo19	200110
北部	台北市	松山區	京華城	200111
中部	台中市	台中市	老虎城購物中心	200211
北部	新北市	中和區	南山威力廣場	200310
南部	台南市	台南市	台糖嘉年華購物中心	200310
北部	台北市	信義區	台北101購物中心	200311
北部	台北市	中山區	美麗華樂園	200411
北部	台北市	信義區	誠品信義	200506
北部	台北市	內湖區	禮客內湖01	200507
北部	新北市	中和區	環球中和	200512
南部	嘉義市	嘉義市	耐斯廣場	200607
南部	高雄市	前鎮區	夢時代購物中心高雄	200703
北部	台北市	中正區	微風台北車站	200801
中部	台中市	台中市	日曜天地	200805
南部	高雄市	左營區	漢神巨蛋購物廣場	200807
中部	台中市	台中市	勤美誠品綠園道	200809
東部	宜蘭縣	宜蘭縣	蘭城新月廣場	200810
北部	台北市	信義區	寶麗廣場A5	200909
北部	台北市	中正區	禮客公館	200911
北部	台北市	大同區	京站時尚廣場	200912
北部	新北市	板橋區	環球板橋車站	201004
南部	高雄市	大樹區	義大世界購物廣場	201010
北部	台北市	信義區	Att 4 Fun	201110
中部	台中市	台中市	大遠百台中	201112
中部	台中市	台中市	金典綠園道	201201
北部	新北市	板橋區	大遠百板橋	201201
北部	新北市	蘆洲區	蘆洲徐匯廣場	201201
北部	新竹市	新竹市	巨城購物中心	201204
南部	屏東市	屏東市	環球屏東	201212
北部	新北市	板橋區	HiMall麗寶廣場	201301
北部	台北市	萬華區	NeoWest	201301
南部	高雄市	左營區	環球左營新站	201304
北部	台北市	松山區	幸福市集CityLink松山	201306
東部	台東市	台東市	秀泰廣場台東	201307
北部	台北市	松山區	微風南京東路店	201308
北部	台北市	松山區	誠品松菸	201308
			總數	46 家

資料來源：本研究整理。



表4-3-14 全台購物中心主要特色及主力商店

購物中心名稱	主要特色	主力店
京站時尚廣場	台灣第一座集合長途客運車站、購物中心、影城、旅館等不同類型設施的大型複合式交通轉運設施。具有時尚、便利、休閒功能的複合式商場，以「食、裝、趣、遊」來包裝主題，讓不同客層能各取所需，全面攻佔消費者的饕癮、購慾、玩心、遊樂，中、西、日、印等多國美食大總匯，聚會約會新據點。各大知名設計品牌總集，走在流行最前端；百貨首創獨特貼心的內衣地熱區，試穿衣物超舒緩；順應潮流的室內自行車道，休閒玩樂超自在；環保意識的超Q會員卡，購物享盡優惠好康；消費潮流新興份子，引爆都市生活的美學驚奇。	君品酒店、威秀影城、伊士邦健身俱樂部…等。
微風台北車站	該店原為設於台北車站二樓的金華百貨，後因經營不善而封館；封館後由微風廣場向台鐵承租取得經營權，將該店以「食尚中心」為號召，重新定位為以美食街為主的車站型商場，於2007年10月26日開幕；2011年起擴大營業，向台鐵取得台北車站地下一樓與地上一樓的承租權，以販賣伴手禮為主，並在重新裝潢後於該年11月11日重新開幕。	台灣各地名產、創意物品…等。
美麗華百樂園	美麗華百樂園主要特色是擁有一座北台灣最大、全台第二之摩天輪。	美麗華大直影城、台北華漾大飯店、主題餐廳（TA-TA-U、星期五餐廳、瓦城）…等。IMAX劇院
京華城	京華城的外觀設計擁有少見的「L」形主建築體，結合中央一個大型球體結構作為商場使用，代表中國傳統的「雙龍抱珠」意念。	寵物達人、ANGEL GARLLERY、Jasper、FRENCH、CONNECTION、BabyBoss職業體驗任意城…等。
遠企購物中心	台灣首座歐美式購物中心，商場設計為垂直性建築，其間以知名精品店串連，營造垂直環狀的主動線。自地下二樓至地上五樓共七個營業樓層，匯集一百多個世界知名品牌，是一個充滿陽光、綠樹、流水的購物空間。獨特的商場空間設計，不僅創造精緻且人性化的購物環境，同時也提供消費者整體的購物享受創造一個讓消費者能感受到的悠閒優雅環境，使生活更增品味，The Mall, The Good Life.。	館內網羅眾多國際精品，如Georg Jensen、dunhill、KENZO、MaxMara、Blumarine、MOSCHINO、SHIATZY CHEN夏姿，及高級珠寶玉世家(jadegia)、時尚皮件FURLA等。三樓更有全台唯一將ISSEY MIYAKE(君梵代理)全系列十個品牌集合於此的時尚長廊；五樓生活大店集結琉園、法藍瓷、慕尼黑琥珀博物館、大禾竹藝工坊等中西工藝文創名店，地下室則有City Super。

購物中心名稱	主要特色	主力店
台北101購物中心	台北101是目前世界第二高樓、全球最高綠建築。建築內除購物商場之外，更結合金融服務及商旅服務。 1. 全台最多國際精品旗艦店、Dior世界最大、Miu Miu亞洲最大、LV/Burberry/Prada等19個品牌全台最大 2. 全台最多獨家專賣店Dior Homme/Dolce&Gabbana/Berluti/百達翡麗/江詩丹頓/IWC等15個獨家 3. 全台最頂級的尊榮俱樂部消費滿101萬元才能成為會員 4. 來台觀光客必訪之處	LV/DIOR/Bruberry/Par-da、ZARA/Pageone/鼎泰豐、Jasons Market/World Gym Elite 101大樓的87—86樓（挑高兩層）、以及85樓為景觀餐廳樓層，分別為頂鮮101美食美景餐廳（87—86樓）、欣葉101食藝軒和隨意鳥地方
寶麗廣場 Bel-lavita	商場經營風格偏向高價位女性消費市場，故被稱為「貴婦百貨」。內有各國風味的新型態美食及歐、美、日時裝、珠寶、飾品、水晶等；另外設置藝文空間，以及廚藝空間。	L'ATELIER de Jol Robuchon（侯布雄法式餐廳）、soci、Hstens、giuliano Fujiwara、HERMS…等。
ATT 4 FUN	設有升降機可供汽車進出，適合大型展覽及藝文演出。為一中型娛樂藝文空間。Myst Club占地約800坪，為目前全台灣最大型夜店。	文創立方、Myst Club izzue、GUESS、TOUGH、…等。
微風廣場復興店	在經營上，為了突顯都會流行風格，微風廣場自從開幕以來即固定經常邀請模特兒或時尚藝人作為代言人，並將代言人形象廣泛運用於購物型錄及活動宣傳海報等。微風廣場內設置設有介紹黑松企業發展史，並以仿古方式重現1950年代老街景物的「黑松世界」展覽館。	LV、GUCCI、Dior國賓影城、微風超市、法國傳統麵包的Maison Kayser、Dean & DeLuca、紀伊國屋書店、台隆手創館、PRADA、Jimmy Choo、Burberry、UNIQLO…等。
環球購物中心（板橋店）	定位為社區型生活購物中心，並以「提供情報」作為全新的購物服務方式。也是環球和台鐵合作的首間車站型百貨。擁有大片的外帶便當區和2F的大型餐廳區、女裝、鞋包飾品及1F的運動用品和生活百貨等。其結合車站百貨特性，擁有租車、洗衣、洗鞋服務。	THE FACE SHOP、衫佳美、Hello Kitty Sweets…等。
板橋大遠百購物中心	MegaCity板橋大遠百獨家引進隸屬新加坡「BreadTalk集團」旗下當紅美食品牌「Food Republic大食代」、土司工坊（Toast Box），並以「台灣老街」做為主題式美食廣場。而為了營造悠閒娛樂的購物空間，設有「威尼斯廣場」，並設置水道，傳統黑色鳳尾船「貢多拉」在當中穿梭，是全台灣唯一室內有水道、船隻的百貨公司。	GUCCI、YSL、Bottega Veneta、OMEGA、S.Ferragamo、Bally、COACH、Marc by Marc Jacobs、Hearts On Fire、Georg Jensen、MONT BLANC、swarovski、TASAKI…等。
環球購物中心（中和店）	引進日本AEON Mall營運管理模式，定位為社區型生活購物中心，並以「提供情報」作為全新的購物服務方式。	環球健身中心、AS、GMP、DHC…等。



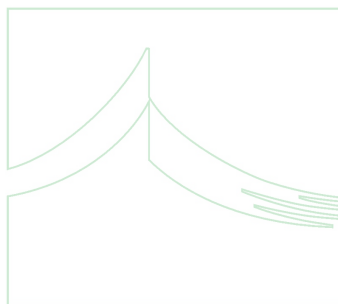
購物中心名稱	主要特色	主力店
威力購物廣場	包含各大型賣場、生活百貨及Big Box Retailer是其主要特點。	家樂福、和樂家居館（HOLA）、特力屋、燦坤旗艦店、緹力士健康會館…等。
大江國際購物中心	營運上與日本福岡市的博多運河城有合作關係。中心內設有一般購物設施之外，電玩遊戲廠商世嘉（SEGA）也在購物中心內設有該公司旗下主題樂園—Joypolis。	家樂福、英國 SBC國際影城、SEGA…等。家樂福、屈臣氏、星巴克咖啡 SEGA Joypolis、誠品書店 Studio A、星橋國際影城。
台茂購物中心	中心室內外共有五個表演場地。適合發表會、音樂會之舉辦；也可舉辦各類運動或競技類活動。而城垛造型牆面是一大特色，為台灣電視節目常拍攝場景之一。	ACE 歡影城、百樂集主題娛樂餐廳、動力站（卡通尼樂園、極限健身中心、大魯閣棒壘球打擊練習場）…等。
遠東巨城購物中心	打造美食、流行、娛樂的複合式購物中心，強調一次購足、滿足全客層需求；更斥資打造全台唯一舊金山主題造景。另外位於4樓美食街整體以中式台灣老街、日式和風造景凸顯品牌特色、超過2/3品牌皆為新竹獨家，即可享有食尚新體驗；7樓以「漁人碼頭」為特色主題裝點八大主題餐廳，強調全客層的巨城購物中心更引進許多新型態娛樂大店，	SOGO、愛買、City Super、UNIQLO、無印良品、大創百貨IMAX影城威秀影城、誠品書店、世界健身俱樂部、各體育場地（室內溜冰場、高爾夫球場、保齡球、游泳池和棒球打擊場）…等。
新時代購物中心 Mode Mall	以「快樂的市中心」為訴求，提供大台中地區居民全新的娛樂休閒購物新選擇。 1.購物、娛樂、饗宴…all in one。 2.巧妙運用百貨公司的多樣化陳列，結合Mall的寬廣獨立空間及全國最多選擇的餐飲娛樂休閒大店。 3.中部唯一半戶外式挑高17米入口之中央休閒購物廣場。 4.為中部緊鄰台中火車站最近距離之商場。 5.購物中心設計之概念以空間造型、燈光、地板的變化,營造消費者最適化購物空間。	家樂福、威秀影城、UNIQ-LO、瓦城。
勤美綠園道	結合人文、藝術、觀光與生活機能的購物中心。室外有三面植生牆的設計，由10萬多棵植栽組成，號稱是全亞洲面積最大的植生牆。	台灣工藝美學概念館、TrueYOGA…等。
台中老虎城	擁有全台第一座自行車停車塔。	City Club（悅椿國際會館）、華納威秀影城、CLUB SEGA…等。

購物中心名稱	主要特色	主力店
台中大遠百購物中心	遠百台中店在景觀與內在裝飾，外牆採用LED，夜晚時依季節、特殊節日可發光、排列不同圖案。在館內有全台獨家「互動設備」及「未來庭園」採用電子互動投影牆，能依照四季而呈現不同元素。尚有「互動魚池」，接近時會產生水波紋，池內的魚會游動。著重主題式大型造景。Top City台中大遠百11、12樓運用六台高流明的投影機，拼接成12米寬，9米高，近三層樓高的「大型熱帶擬真海洋」，可與消費者做即時互動，彷彿沉浸在真實的海洋世界中。	LV、香奈兒、愛馬仕、Dior、Zegna、BURBERRY、…等。
耐斯廣場	裡面除販售時裝、生活用品，並設有多間餐廳和美食街。此外，並與耐斯王子大飯店、耐斯數位玩國和耐斯馬哥波羅會員俱樂部結合。	頂好welcom、王子大飯店、耐斯松屋百貨、耐斯數位玩國…等。
嘉年華購物中心	強調餐飲多元化選擇與舒適寬敞的硬體空間，訴求大台南及高縣地區全客層聚餐的最佳場所。	鬥牛士義大利麵、喜粵樓港式飲茶、台糖量販店…等。
統一夢時代購物中心	內含百貨公司、主題遊樂園、摩天輪、電影院、展覽場、健身中心、書局、宴會廳、各式餐飲及其他中小型零售等約800家店鋪。為臺灣最大之購物中心。頂樓有台灣離地最高的「高雄之眼」OPEN! 家族摩天輪。	統一阪急百貨、喜滿客影城、誠品書局、世界健身中心、新天地雅悅會館、大創百貨、優衣庫、無印良品、玩具反斗城等
漢神巨蛋購物廣場	擁有國際精品、世界級化妝品旗艦大店、流行女鞋時尚大道。在整體的建築規劃上，是以舒適性、自然調和健康、環保等三大綠建築設計理以營造一個低污染的購物空間。精緻購物中心、高級連鎖餐飲及漢來飯店宴會廳組合而成。新一代頂級超市、3C旗艦店、大型生活用品專門店，完整豐富的生活特色規劃，滿足全階層生活型態需求。以「A Day for Special」為訴求，內有貴賓廳與仕女補妝間、溫馨專業的哺乳育嬰室，以及無障礙廁所等。	LV、GUCCI、BV、BURBERRY、COACH、LOEWE、YSL、BVLGARI、MONT BLANC、POLO、SWAROVSKI、FENDI、國際化妝品ZARA、UNIQLO、SONY、APPLE、MUJI、松青超市、台隆鼎泰豐、漢來海港、一風堂、勝博殿、瓦城、紀伊國屋。
義大世界	全國首創的「品牌直營」Outlet Mall為概念，擁有全台灣海拔最高的摩天輪，南部首創主題運動館、冰刀式巨型冰宮、棒壘球打擊場、室內籃球場和南部規模最大3D立體數位電影城。除此之外，也結合飯店與大型遊樂園。	義大天悅飯店、GUCCI、Coach、TOD's、Dunhill、YSL、A/X、DKNY、Tommy Hilfiger、Polo Ralph Lauren…等。



購物中心名稱	主要特色	主力店
環球購物中心 (屏東店)	以年輕族群、全家庭為經營概念，打破太平洋百貨在屏東地區獨佔大型百貨市場的局面；有國賓影城、男女百貨品牌、親子品牌等全客層商品。	金石堂書店、UNIQLO、Play Boy、Crocs、國賓影城、KOSE、The Body Shop、Arnold Palmer、LEVI' S、ROXY……等。
蘭城新月廣場	為目前東台灣地區唯一大型奧特萊斯型態購物中心。	晶英酒店、家樂福、百貨公司、奧特萊斯。

資料來源：本資料整理。



信義房屋