

第三章 零售業不動產市場分析

陳奕賢¹ 莊婷婷²

壹、整體零售業市場分析

依據國發會民國 104 年 3 月發布的新聞稿，其統計發布的景氣對策信號顯示，同年 2 月景氣對策信號持續呈綠燈，綜合判斷分數較上月增加 1 分至 24 分；構成項目中，股價指數、機械及電機設備進口值由綠燈轉呈黃紅燈，商業營業額則由藍燈轉呈黃藍燈，分數增加；貨幣總計數 M1B、製造業銷售量指數由綠燈轉為黃藍燈，分數減少。景氣領先指標與同時指標雖下跌，但累計跌幅不大，顯示國內經濟仍大致穩定。

展望未來，今年美國、歐元區、日本經濟成長可望優於去年，有助於我國出口動能擴增；但中國大陸經濟持續放緩對我國貿易的影響，需密切關注。內需方面，行動通訊裝置、智慧晶片應用領域等新興商機，將帶動相關產業投資力道；民間消費受惠於就業情勢改善與低油價因素，實質購買力應可提升。整體而言，目前多數機構對今年國內景氣仍持審慎樂觀看法，經濟可望續呈溫和成長。

本報告將先就政府統計資料裡的零售業營業額作一綜合分析，再針對綜合商品零售業及其分類作一較詳盡的分析，接著則針對這三十年來購物中心市場供給狀況作一介紹，以了解台灣的購物中心產業在歷經 20 年的發展之後呈現的產業現況，並統計臚列未來兩年計畫開幕的購物中心。

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，包含以下業種：1. 食品、飲料及菸草製品零售業 2. 資通訊及家電設備零售業 3. 燃料零售業 4. 布疋及服飾品零售業 5. 藥品及化妝品零售業 6. 無店面零售業 7. 其他零售業（文教育樂用品、建材、其他專賣零售業） 8. 汽機車及其零配件、用品零售業……等等。

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

依據政府統計資料的分類，本文首先將零售業營業額作一重新調整，整理出屬於購物中心內銷售商品類別的營業額，即將零售業內明顯不屬於購物中心內銷售商品類別的燃料零售業與汽機車及其零配件、用品零售業的營業額扣除，再加上餐飲業的營業額，即得到屬於「購物中心內銷售商品類別零售業」（零售業 + 餐飲業 - 燃料零售業 - 汽機車及其零配件、用品零售業）的整體營業額。再將此定義之營業額與近年來蓬勃發展的餐飲業、綜合商品零售業、及因科技進步、網路普及而快速成長的無店面零售業之營業額進行分析。

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，整體購物中心內銷售商品類別零售業的營業額從 2005 年的 2 兆 6688 億元增加到 2014 年的 3 兆 5415 億元，10 年來共增加 32.70% 合計 8,727 億元，年平均成長率為 3.19%，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 2009 年的 0.46%、最高則是 2011 年的 5.40%。2014 年仍有強勁的成長，年成長率達 3.68%，高於十年平均。

表 4-3-1 購物中心內銷售商品類別零售業、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	購物中心內 銷售商品 類別零售業	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
2005	26,688	4.56%	7,605	2.99%	1,124	14.85%	2,894	6.67%
2006	27,560	3.27%	7,830	2.96%	1,087	-3.29%	3,027	4.60%
2007	28,739	4.28%	8,167	4.30%	1,211	11.45%	3,174	4.86%
2008	29,254	1.79%	8,350	2.24%	1,372	13.29%	3,247	2.30%
2009	29,388	0.46%	8,532	2.18%	1,504	9.62%	3,263	0.49%
2010	30,926	5.23%	9,130	7.01%	1,631	8.44%	3,512	7.63%
2011	32,597	5.40%	9,735	6.63%	1,719	5.40%	3,809	8.46%
2012	33,596	3.06%	10,227	5.05%	1,780	3.55%	3,945	3.57%
2013	34,157	1.67%	10,524	2.90%	1,908	7.19%	4,007	1.57%
2014	35,415	3.68%	11,065	5.14%	2,058	7.86%	4,129	3.04%
10年平均		3.19%		4.25%		6.96%		4.03%
10年增加	8,727	32.70%	3,460	45.50%	934	83.16%	1,235	42.67%

資料來源：經濟部統計處

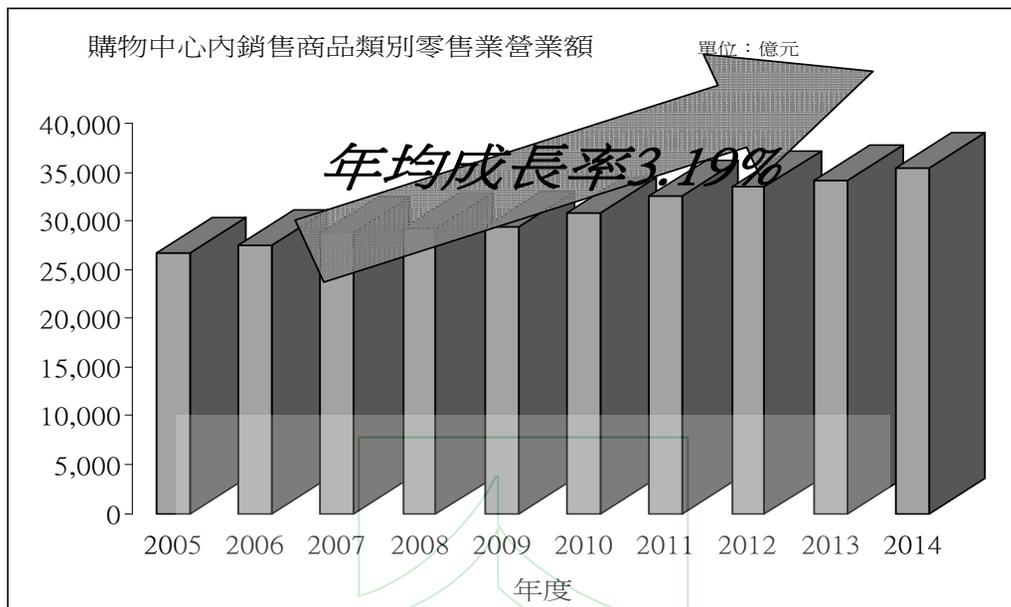


圖 4-3-1 購物中心內銷售商品類別零售業近 10 年營業額及成長情形

與整體零售業同列於商業內的餐飲業營業額，則從 2005 年的 2,894 億元增加到 2014 年的 4,129 億元，10 年來共增加 42.67% 合計 1,235 億元，年平均成長率為 4.03%，高於整體購物中心內銷售商品類別零售業，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購物中心內銷售商品類別零售業有較大的變化，最低是 2009 年的 0.49%、最高則是 2011 年的 8.46%。2014 年則明顯趨緩，僅 3.04% (近幾年來體驗型商業大行其道，餐廳是很重要的一環，越來越多的餐廳設店於購物中心或百貨公司內，如果他們開的發票是購物中心或百貨公司的發票，則其全額營業額會被計入綜合商品零售業內，而非紀錄在餐飲業的營業額，所以這部分明顯增加的餐飲業對此統計資料內的餐飲業營業額並無大的貢獻，反而會表現在百貨公司營業額組成裡不同業種間營業額佔比的變化。)

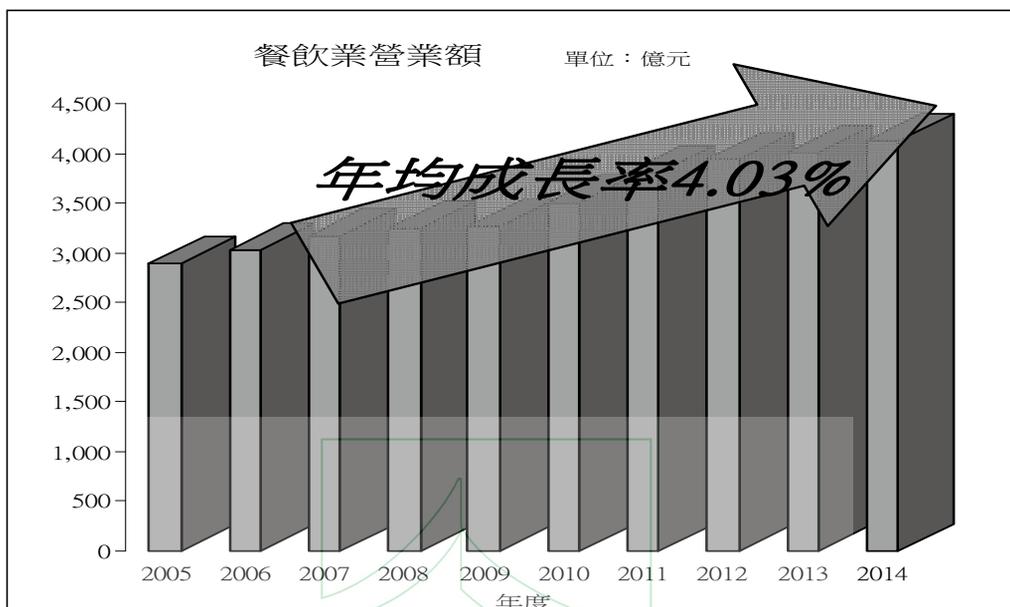


圖 4-3-2 餐飲業近 10 年營業額及成長情形

整體零售業中的無店面零售業營業額從 2004 年的 1,124 億元增加到 2014 年的 2,058 億元，10 年來共增加 83.16%，合計 943 億元，年平均成長率高達 6.96%，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。2014 年仍維持在 7.86% 的高成長率。

而隨著科技進步，零售業之銷售通路日趨多元化，無店鋪零售業成長迅速，根據最近一次進行工商及服務業普查 (2011 年) 統計結果，無店面零售業業者總計 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者增加 4.70% 最多，透過自動販賣機者增加 2.30% 次之，直銷業者則減少 3.20%。依調查銷售管道 (可複選) 以透過網路者占 56.3% 最高，另外，透過自動販賣機占 23.3%，直銷占 22.6% 等較多。

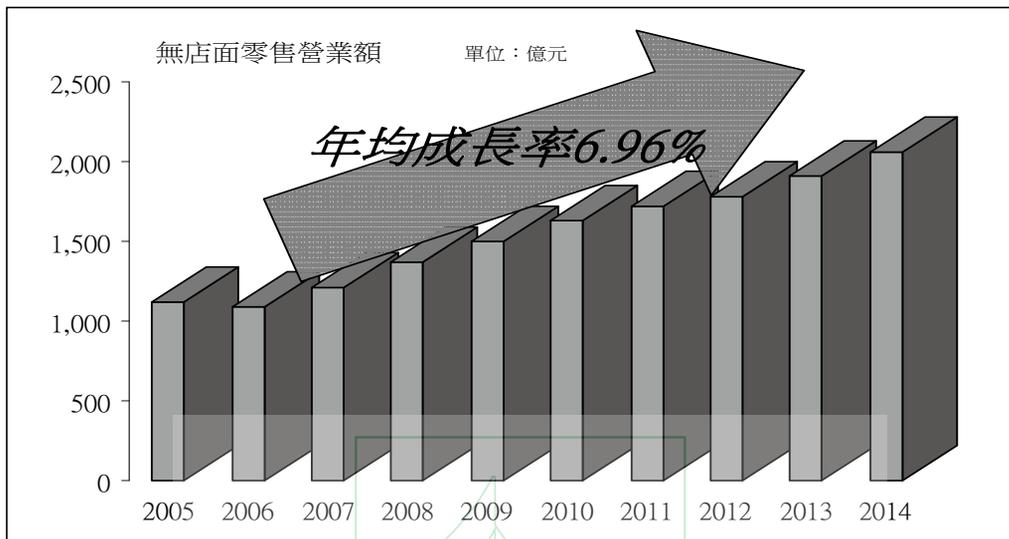


圖 4-3-3 無店面零售業近 10 年營業額及成長情形

整體零售業中的綜合商品零售業營業額從 2005 年的 7,605 億元增加到 2014 年的 1 兆 1,065 億元，10 年來共增加 45.50% 合計 3,460 億元，年平均成長率為 4.25%，高於整體購物中心內銷售商品類別零售業 1.06%，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 2.18%、最高則是 2010 年的 7.01%。2014 年的成長率則仍強勢為 5.14%。

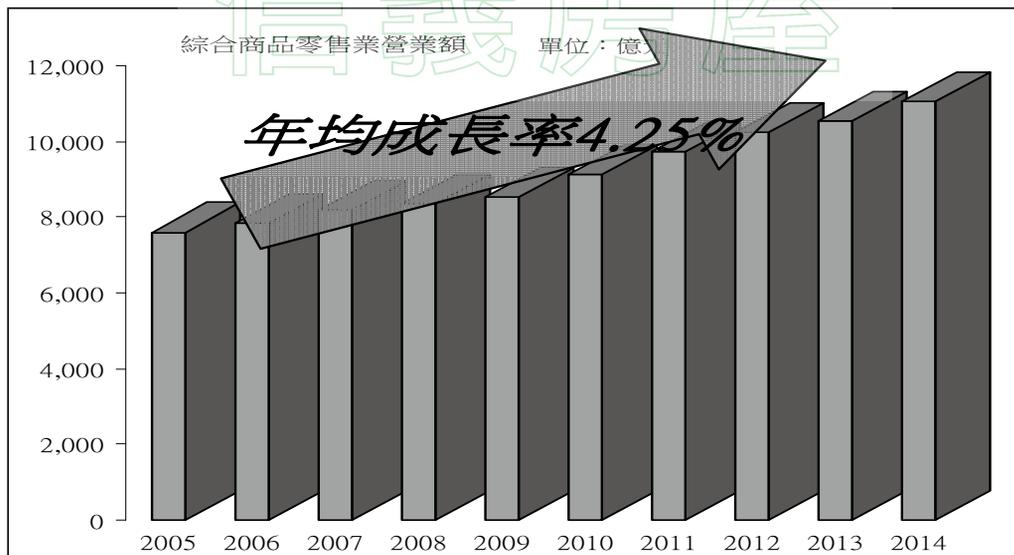


圖 4-3-4 綜合商品零售業近 10 年營業額及成長情形

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
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	8,167	2,252	1,109	2,097	1,373	1,346
2008	8,350	2,248	1,212	2,120	1,454	1,334
2009	8,532	2,319	1,267	2,121	1,481	1,373
2010	9,130	2,511	1,333	2,305	1,568	1,452
2011	9,735	2,702	1,431	2,460	1,671	1,522
2012	10,227	2,800	1,516	2,677	1,714	1,574
2013	10,524	2,886	1,584	2,761	1,722	1,626
2014	11,065	3,061	1,672	2,892	1,758	1,682
10年增加量	3,460	926	661	1,003	454	416
10年增加率	45.50%	43.36%	65.43%	53.11%	34.78%	32.86%

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	4.30%	6.42%	7.71%	2.02%	3.67%	3.12%
2008	2.24%	-0.17%	9.29%	1.12%	5.93%	-0.90%
2009	2.18%	3.18%	4.51%	0.03%	1.83%	2.88%
2010	7.01%	8.27%	5.27%	8.67%	5.89%	5.80%
2011	6.63%	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%
2014	5.14%	6.05%	5.55%	4.76%	2.11%	3.45%
10 年平均	4.25%	4.08%	5.75%	4.85%	3.37%	3.21%
近 5 年平均	4.92%	5.07%	5.82%	5.84%	2.90%	3.74%

資料來源：經濟部統計處

綜合商品零售業的營業額從 2005 年的 7,605 億元增加到 2012 年首度突破兆元，而至 2014 年的 1 兆 1065 億元，10 年來共增加 45.50% 合計 3,460 億元，年平均成長率為 4.25%，其中百貨公司的營業額從 2005 年的 2,135 億元增加到 2014 年首度突破三千億元的 3,061 億元，10 年來營業額增加 43.36%，926 億元，年平均成長率 4.08%，僅略低於綜合商品零售業成長率。

成長最快速的分別是超級市場的 5.75% 及連鎖式便利商店的 4.85%，10 年來營業額分別增加 661 億元及 1,003 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 3.37% 及 3.21%，營業額分別增加 454 億元及 416 億元，遠低於綜合商品零售業的成長率。

表 4-3-4 及圖 4-3-5 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 2014 年達 3061 億元，佔有 27.66%，連鎖式便利商店達 2892 億元佔有 26.14%，兩者加總已超過五成，其他三類的佔比則在 15%~16%

之間，2014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1672億元、1758億元、及1682億元。

就2014年而論，綜合商品零售業營業額衝到1兆1065億元，年增5.14%。百貨公司仍維持綜合商品零售業中霸主之位，佔有27.66%的營業額。其營業額年增率餘2014年更高達6.05%，為各類綜合商品零售業中成長最大，在所有零售業別中僅次於無店面零售業者。

其他如量販業、超級市場去年業績也都有成長，但是量販業去年營業額年增率僅2.11%；超級市場年成長率則高達5.55%，僅次於百貨公司。最主要因為頂級及平價超市崛起，侵蝕量販市場業績。

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%	26.25%	16.91%	16.68%
2007	27.57%	13.58%	25.67%	16.81%	16.49%
2008	26.92%	14.52%	25.39%	17.42%	15.98%
2009	27.18%	14.85%	24.86%	17.36%	16.09%
2010	27.50%	14.61%	25.24%	17.18%	15.91%
2011	27.75%	14.70%	25.27%	17.17%	15.64%
2012	27.38%	14.82%	26.18%	16.76%	15.39%
2013	27.43%	15.05%	26.23%	16.36%	15.45%
2014	27.66%	15.11%	26.14%	15.89%	15.20%
2014年 估購物中心 內銷售商品 類別零售業	8.64%	4.72%	8.17%	4.96%	4.75%

資料來源：經濟部統計處

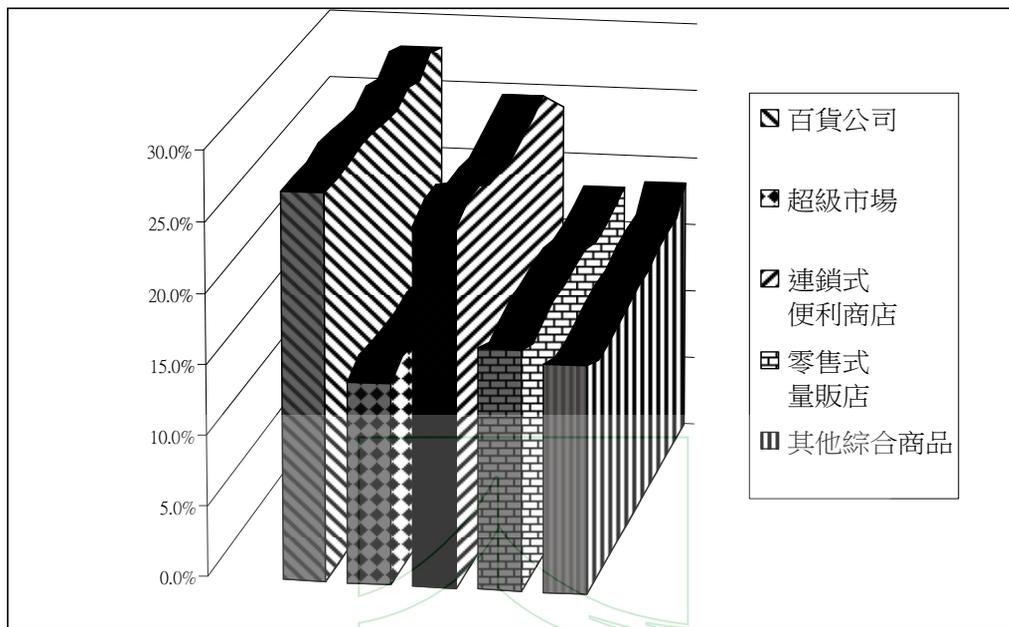


圖 4-3-5 綜合商品零售業近 10 年各類別營業額佔比

三、2014 年各類別零售業營業額成長綜合分析

在前述的分析類別中，包含綜合商品零售業及其細項類別、無店面零售業、及餐飲業各分類的 10 年成長幅度都高於「購物中心內銷售商品類別零售業」，屬於相對成長較快的業種，詳如圖 4-3-6；而圖 4-3-7 則顯示出其他類別零售業中，除了食品、飲料及菸草製品零售業與藥品及化粧品零售業兩種業別的成長分別略高及略低於「購物中心內銷售商品類別零售業」之外，其他業別的成長幅度都明顯低於「購物中心內銷售商品類別零售業」，都屬於相對成長較慢的業別。

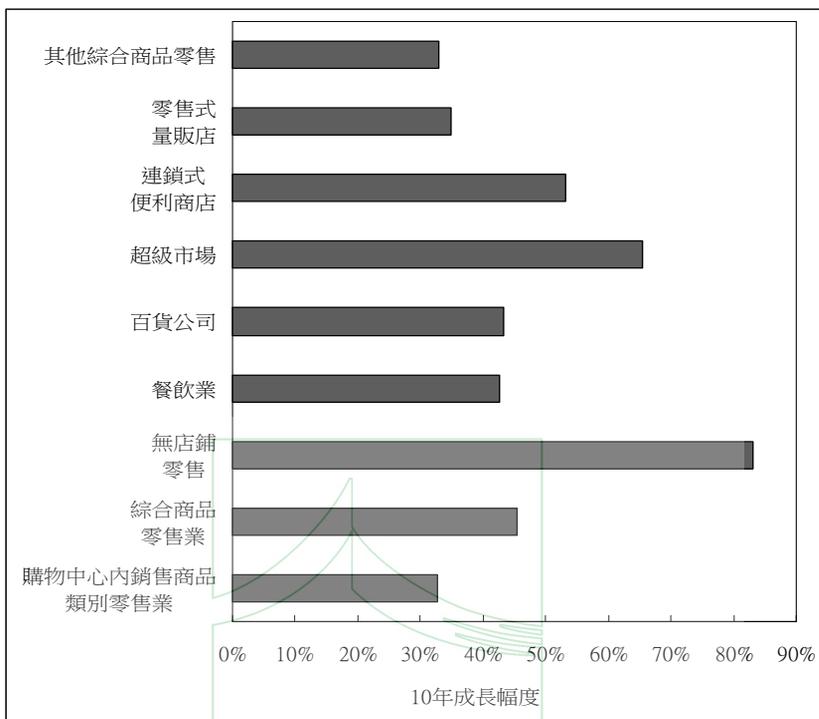


圖 4-3-6 購物中心內銷售商品類別零售業與各分類 10 年營業額成長幅度比較

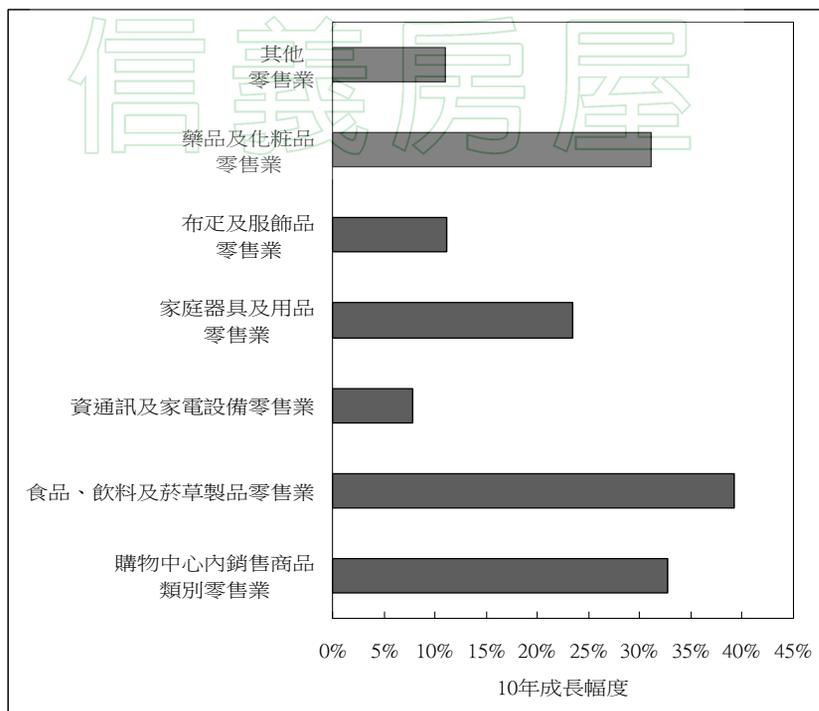


圖 4-3-7 購物中心內銷售商品類別零售業與各分類 10 年營業額成長幅度比較 2

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 2005 年的 2,135 億元增加到 2014 年首度突破 3,000 億元，達到 3,061 億元，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，2014 年則又恢復 6.05% 的高成長，10 年來年複合平均成長率為 4.08%，而百貨公司在綜合商品零售業中的佔比則約維持在 27.66%，仍是綜合商品零售業中佔比最高。相對「購物中心內銷售商品類別零售業」的營業額佔比，則從 2005 年的 8.00% 持續上升到 2014 年的 8.64%。

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	佔購物中心內銷售商品類別零售業比例
2005	2,135	5.30%	28.08%	8.00%
2006	2,116	-0.91%	27.02%	7.68%
2007	2,252	6.42%	27.57%	7.83%
2008	2,248	-0.17%	26.92%	7.68%
2009	2,319	3.18%	27.18%	7.89%
2010	2,511	8.27%	27.50%	8.12%
2011	2,702	7.60%	27.75%	8.29%
2012	2,800	3.63%	27.38%	8.33%
2013	2,886	3.09%	27.43%	8.45%
2014	3,061	6.05%	27.66%	8.64%
10 年平均		4.08%		

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 2014 年底，國內百貨公司共有 17 個業者，共 48 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。

甫於 2012 年底盛大開幕的淡水名統百貨，於 2014 年 9 月傳出財務問題，目前歇業中；另外在高雄市已營業 13 年的大統新世紀百貨，也於 2014 年底因租約到期而結束營業。

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	3	漢神百貨	1	林百貨	1
太平洋百貨	2	中友百貨	1		
統領百貨	1	明耀百貨	1		
統一阪急	2	比漾廣場	1	總計	48

註 1：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及 SOGO 巨城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 The Mall 開幕後，發展至今購物中心產業已經跨越第 20 個年頭，在台灣口語化都稱之為「商場」，其基本概念都是經過事先規劃招商所形成的一個統一經營管理的承租戶組合，根據 2014 年底的統計，全台各地購物中心總家數計有 66 家，購物中心樓地板面積則達 847,340 坪，整理如後附表（本統計尚未計入上百家以量販店為主力租戶的社區型購物中心、捷運地下街商場、餐廳、家具等主題性購物中心、部份特殊型態購物中心、附屬於醫院、校園、大飯店等設施內的商場、及各百貨公司…等等）。

將過去 20 年來開幕的購物中心分成四個 5 年分段統計，可得到表 4-3-7，在剛萌芽的 1994 到 1998 年間，新增面積緩慢僅 26,100 坪，而後面三個 5 年，則都分別超過 20 萬坪以上，遠高於萌芽期的五年供給；進入 2014 年單一年度新增供給就達到 10 萬坪，約達過去五年總供給的四成；若加計 2015 年計畫供給量（近 14 萬坪）就達到過去五年的總供給量了，足可看出購物中心產業這幾年的蓬勃發展。

而在平均每家購物中心面積統計上，第一個五年的平均面積為 4,350 坪，可見這段時間內開幕的都是偏向中小型，在 1999 年開幕的台茂是第一家郊區型美式大型購物中心，大約相當於美國區域型購物中心 (Regional Shopping Center) 的等級，其後就陸續出現多家大型的購物中心，以致於在第二個五年的區間，每家平均面積達到 17,154 坪，爾後則有大中小各不同類型的購物中心分別出現，在趨勢上可看出遞減的平均面積，直到 2014 年的每家平均面積僅約 9,455 坪（表中所列 2014 年的總供給面積 108,000 坪是含有板橋大遠百的二期擴建面積 4,000 坪，而新增購物中心家數有 11 家（不含擴建者），若調整後計算 2014 年開幕的購物中心平均面積為 9,455 坪）。

表 4-3-7 歷年來每 5 年購物中心新增樓地板面積

開幕年度	購物中心樓地板面積(坪)	家數	平均每家面積(坪)
1994~1998	26,100	6	4,350
1999~2003	223,000	13	17,154
2004~2008	235,100	15	15,673
2009~2013	255,140	21	12,150
2014~2014	108,000	11	9,818
合計	847,340	66	12,838

附註 1：購物中心樓地板面積：指的是購物中心可租賃面積 (GLA) 加計所有座落於室內的公共使用空間面積及購物中心營業所需之其他設施面積，包含公共走道、樓、電梯、電扶梯、後場通道、洗手間、休憩空間、機電設備空間、室內廣場活動空間。停車場面積不論室內室外則皆不計入。

附註 2：購物中心可租賃面積 (Gross Leaseable Area, GLA)：是購物中心內規劃給承租戶專用的面積，包含其賣場面積，加計專用庫存或其他專用面積，是計算其應付總租金的面積，GLA 是歐美國家通用的描述購物中心面積的重要定義。

資料來源：本研究整理

將現有購物中心樓地板面積及家數分別依不同區域整理如表 4-3-8，在區域分佈上就家數而言，以北部地區 44 家最多，占了全台 67.7%，中部地區和南部地區一樣各有 9 家，分別占了 13.8%，東部及離島地區僅有 3 家，占了 4.6%；另外就購物中心樓地板面積而言，以北部地區 495,300 坪最多，佔全國購物中心樓地板面積的 59.0%，東部最少僅 23,140 坪佔 2.8%，雖然南部與中部的購物中心家數同為 9 家，然而南部區域的樓地板面積卻高出中部有 100,000 坪之多，可見目前南部區域的購物中心多屬大型。

表 4-3-8 現有營運中購物中心分佈狀況

區 域	購 物 中 心 樓地板面積	占 比	購 物 中 心 家 數	占 比	平均每家 面積(坪)
北部	502,800	59.3%	45	68.2%	11,173
中部	110,200	13.0%	9	13.6%	12,244
南部	211,200	24.9%	9	13.6%	23,467
東部 離島	23,140	2.7%	3	4.5%	7,713
合計	847,340	100.0%	66	100.0%	12,838

資料來源：本研究整理

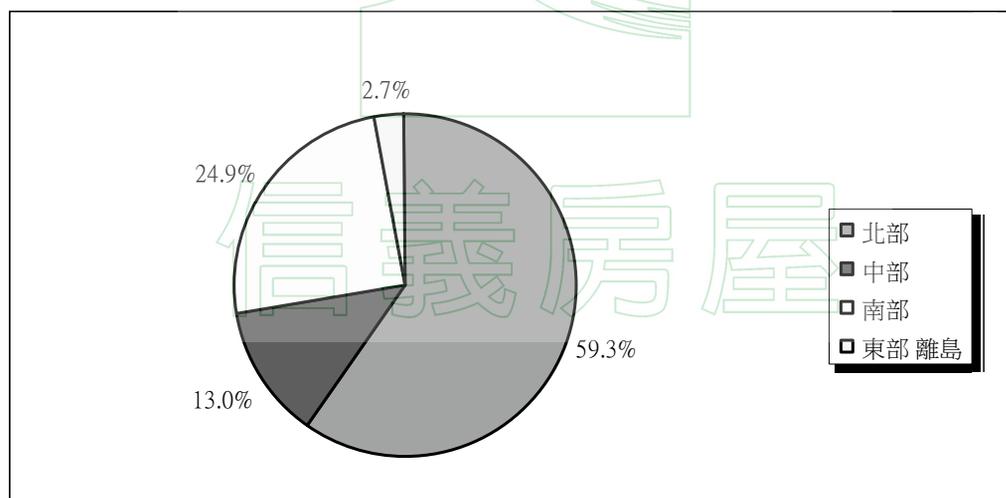


圖 4-3-8 現有營運中購物中心區域分佈狀況

三、2014 年開幕的購物中心

於 2014 年開幕營運的購物中心共計 11 家，另外有一家為擴建，樓地板面積合計約 108,000 坪，比起 2013 年開幕的 38,000 坪大幅增加，其中在離島金門縣首次出現大型購物中心且一年開兩家，乃受到潛在大量陸客來訪的激勵。

表 4-3-9 2014 年開幕的購物中心

區 域	城 市	地 點	名 稱	開幕時間
4 東部離島	金門縣	金湖鎮	金門金湖昇恆昌	201405
1 北部	桃園縣	中壢市	中美村 CMV	201407
1 北部	新竹市	世博店	環球新竹世博	201407
1 北部	新北市	板橋區	三猿廣場	201407
1 北部	新北市	板橋區	大遠百板橋 02 (擴)	201407
2 中部	台中市	台中市	禮客台中	201409
4 東部離島	金門縣	金寧鄉	風獅爺購物中心	201409
1 北部	台北市	信義區	微風松高	201410
1 北部	新北市	新莊區	晶冠購物中心	201410
1 北部	台北市	南港區	中國信託金融園區	201412
1 北部	台北市	南港區	幸福市集南港車站	201412
3 南部	台南市	東區	南紡夢時代	201412
			總數 (未包含擴建者)	11 家

資料來源：本研究整理

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 18 家，詳見表 4-3-10，2015 年及 2016 年分別有 14 家及 4 家，另外兩年各另有一家購物中心擴建（禮客內湖及華泰名品城），新建購物中心 16 家的（不含環球購物中心林口 A9、幸福市集三重捷 6 兩家）的樓地板面積合計約達 205,400 坪（總增加面積包含擴建者是 210,700 坪），平均一家購物中心的樓地板面積 12,838 坪，其中包含幾家超大型的購物中心如大魯閣草衙道、遠雄購物中心汐止店、及遠雄購物中心大巨蛋店，樓地板面積都超過 30,000 坪，三家就約佔新增供給樓地板面積的一半了（49.9%）。

表 4-3-10 預計未來兩年 2015 及 2016 年開幕之購物中心

區 域	城 市	地 點	名 稱	開幕時間
1 北部	台北市	內湖區	禮客內湖 02 (擴)	201506
1 北部	台北市	內湖區	幸福市集內湖捷 11	201506
1 北部	台北市	中正區	華斯達克廣場	201503
1 北部	台北市	中山區	三創生活園區	201503
2 中部	苗栗縣	頭份市	尚順購物廣場	201503
1 北部	新北市	林口區	亞昕林口昕境廣場	201506
1 北部	桃園縣	青埔高鐵站	華泰名品城 01	201508
1 北部	新北市	林口區	環球購物中心林口 A8	201505
1 北部	台北市	信義區	微風信義 A3	201510
1 北部	新北市	林口區	三井林口 Outlet Park	201509
1 北部	台北市	中山區	長虹新時代廣場	201509
3 南部	高雄市	前鎮區	大魯閣草衙道	201512
1 北部	台北縣	汐止區	遠雄購物中心	201512
3 南部	嘉義市	嘉義市	秀泰廣場 嘉義	201512
1 北部	新北市	林口區	環球購物中心林口 A9	201512
1 北部	桃園縣	青埔高鐵站	華泰名品城 02 (擴)	201603
1 北部	新北市	三重區	幸福市集三重捷 6	201612
1 北部	新北市	土城區	日月光休閒購物中心	201612
2 中部	台中市	東區	南山陽光勝利廣場	201612
1 北部	台北市	松山區	遠雄台北大巨蛋	201612
			總數 (未包含擴建者)	18 家

資料來源：本研究整理

以區域來分，預計新開幕的 18 家購物中心中，13 家位於北部地區，南部區域及中部區域則各有 2 家；就面積而言，北部有 135,9005 坪，佔總增量的 72.7%。

表 4-3-11 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 樓地板面積	占 比	購物中心 家 數	占 比	平均每 家面積(坪)
北部	150,000	74.60%	14	77.80%	10,714
中部	13,600	6.80%	2	11.10%	6,800
南部	37,400	18.60%	2	11.10%	18,700
東部 離島	-	0.00%	-	0.00%	
合計	201,000	100.00%	18	100.00%	11,167

資料來源：本資料整理

參、百貨公司及購物中心產業的趨勢

近年來快速時尚業者搶進台灣，最早的是日本業者 UNIQLO 於 2010 年開第一家店後，積極展店於今年已達到 51 家店，隨著店舖增加，整體營業額每年皆呈倍數成長；緊接著來自西班牙的 ZARA 於 2011 年入台，台北 101 的 ZARA 第一家店開幕第一天，來客數就高達 1.5 萬人，據估計單日營業額約 4000 萬～5000 萬；直到 2015 年短短五年間，包含 GAP、GU、Paul & Bear、H&M、Forever21、Bershika 等也都陸續進駐。快速時尚業者需求面積高達 700 多坪以上，且挾其高知名度及吸引人潮之能量，搖身一變成為購物中心的主力租戶吸引人潮的角色。

另一個成為購物中心主力租戶的業種是餐廳，延續近年來的趨勢，越來越多的餐廳業者進駐購物中心，甚至進一步擔綱主力租戶吸引人潮的角色，知名的天母洋蔥餐廳，已將所有的街邊店都轉移到百貨及購物中心裡；乾杯集團光是在信義計畫區內的百貨及購物中心內就開了 8 家分店；而國內最大的餐飲集團王品集團也開始積極跨入百貨及購物中心開店的行列。

近年來，國際觀光客的消費潛力越來越不可小覷，根據統計，台灣各大百貨及購物中心業包括新光三越信義店、站前店、SOGO 百貨等，其針對國際觀

光客的退稅金額增長均超過 50%，台北 101 甚至為觀光客推出更為便利的網路退稅機制。展望新的年度，國際觀光客上衝千萬人次的增長預期，及其帶來的龐大消費力，將是零售市場的成長一大助力。

表 4-3-12 2014 年底全台現有購物中心一覽表

區域	城市	地點	名稱	開幕時間
1 北部	台北市	大安區	遠企購物中心	199403
1 北部	台北市	士林區	誠品天母	199609
1 北部	台北市	大安區	誠品敦南	199610
1 北部	台北市	萬華區	誠品西門	199709
1 北部	台北市	信義區	華納威秀 A+B	199801
1 北部	台北市	萬華區	西門 X52	199808
1 北部	新北市	板橋區	誠品板橋	199902
3 南部	高雄市	前鎮區	金銀島購物中心	199906
1 北部	桃園縣	蘆竹鄉	台茂購物中心	199907
1 北部	台北市	萬華區	誠品 116	200101
1 北部	桃園縣	中壢市	大江購物中心	200103
2 中部	台中市	台中市	新時代廣場	200109
1 北部	台北市	松山區	微風廣場復興店	200110
1 北部	台北市	信義區	Neo19	200110
1 北部	台北市	松山區	京華城	200111
2 中部	台中市	台中市	老虎城購物中心	200211
1 北部	新北市	中和區	南山威力廣場	200310
3 南部	台南市	台南市	台糖嘉年華購物中心	200310
1 北部	台北市	信義區	台北 101 購物中心	200311
1 北部	台北市	萬華區	誠品武昌	200405
1 北部	台北市	中山區	美麗華百樂園	200411
1 北部	台北市	內湖區	InBase	200503
1 北部	台北市	信義區	誠品信義	200506
1 北部	台北市	內湖區	禮客內湖 01	200507
2 中部	台中市	西屯區	中科購物廣場	200510
1 北部	新北市	中和區	環球中和	200512
3 南部	嘉義市	嘉義市	耐斯廣場	200607
3 南部	高雄市	前鎮區	統一夢時代購物中心	200703
2 中部	台中市	南屯區	新國自在	200703
1 北部	台北市	中正區	微風台北車站	200801
2 中部	台中市	台中市	日曜天地	200805
3 南部	高雄市	左營區	漢神巨蛋購物廣場	200807
2 中部	台中市	台中市	勤美誠品綠園道	200809
4 東部	宜蘭縣	宜蘭縣	蘭城新月廣場	200810



1 北部	台北市	信義區	寶麗廣場	200909
1 北部	台北市	中正區	禮客公館	200911
1 北部	台北市	大同區	京站時尚廣場	200912
1 北部	新北市	板橋區	環球板橋車站	201004
1 北部	台北市	中山區	慶城街 1 號	201011
3 南部	高雄市	大樹區	義大世界購物廣場	201010
1 北部	台北市	信義區	Att 4 Fun	201110
2 中部	台中市	台中市	大遠百台中	201112
1 北部	新北市	板橋區	大遠百板橋 01	201201
1 北部	新北市	蘆洲區	蘆洲徐匯廣場	201201
2 中部	台中市	台中市	金典綠園道	201201
1 北部	新竹市	新竹市	巨城購物中心	201204
3 南部	屏東市	屏東市	環球屏東	201212
1 北部	新北市	板橋區	誠品生活新板店	201212
1 北部	台北市	萬華區	NeoWest	201301
1 北部	新北市	板橋區	HiMall 麗寶廣場	201301
3 南部	高雄市	左營區	環球左營新站	201304
1 北部	台北市	松山區	幸福市集 CityLink 松山	201305
4 東部	台東市	台東市	秀泰廣場台東	201307
1 北部	台北市	松山區	微風南京東路店	201308
1 北部	台北市	松山區	誠品松菸	201308
5 外島	金門縣	金湖鎮	金門金湖昇恆昌	201405
1 北部	桃園縣	中壢市	中美村 CMV	201407
1 北部	新竹市	世博店	環球新竹世博	201407
1 北部	新北市	板橋區	三猿廣場	201407
1 北部	新北市	板橋區	大遠百板橋 02 (擴)	201407
2 中部	台中市	台中市	禮客台中	201409
5 外島	金門縣	金寧鄉	風獅爺購物中心	201409
1 北部	台北市	信義區	微風松高	201410
1 北部	新北市	新莊區	晶冠購物中心	201410
1 北部	台北市	南港區	中國信託金融園區	201412
1 北部	台北市	南港區	幸福市集南港車站	201412
3 南部	台南市	東區	南紡夢時代	201412
			總數 (未包含擴建者)	66 家

資料來源：本資料整理

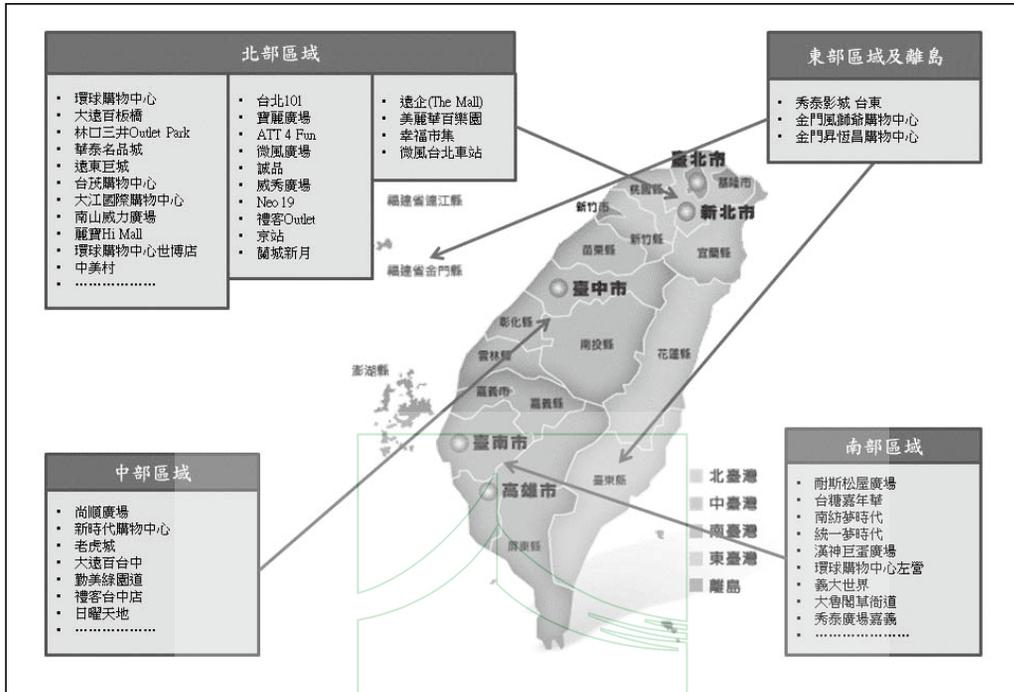


圖 4-3-9 台灣購物中心區域分布圖

信義房屋