



第三章 零售業不動產市場分析

陳奕賢¹ 葉上瑜²

壹、整體零售業市場分析

依據國發會 105 年 3 月發布的新聞稿，其統計發佈的景氣對策信號顯示，105 年 2 月，景氣對策信號連續第 9 個月呈現藍燈，綜合判斷分數較上月增加 2 分至 16 分，主要係因機械及電機設備進口值、製造業營業氣候測驗點各增加 1 分所致；批發、零售及餐飲業營業額變動率：由上月下修值 -2.7% 減為 -6.3%，燈號維持藍燈。景氣領先、同時指標持續下跌，顯示國內經濟成長力道疲弱，景氣仍處於低緩狀態。

展望未來，主要國際機構普遍預測今年全球貿易成長仍偏疲軟，且中國大陸等新興國家景氣持續走緩，恐影響我國出口復甦。投資方面，受惠於政府擴大今年公共建設及科技發展預算，加上半導體設備進口持續成長，帶動高階產能投資，應有助於維繫投資動能。民間消費方面，因景氣復甦緩慢，導致企業調薪意願及幅度偏低，難免對民眾消費信心造成影響，後續應密切觀察。整體而言，目前景氣雖處於低緩狀態，但部分信心調查資料顯示，廠商與消費者對未來景氣看法已略有改善，應有助於經濟逐漸好轉。

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，接著則針對這二十

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秘書

多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 多年的發展之後呈現的產業現況，並統計列出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。

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的營業額進行分析。

依經濟部統計處（2015）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 2006 年的 2 兆 7560 億元增加到 2015 年的 3 兆 6305 億元，10 年來共增加 31.73% 合計 8,745 億元，年平均成長率為 3.11%，而各年成長率隨景氣起伏及多項因素而有較大的變化，最低是受到 2008 年金融海嘯負面衝擊的 2009 年的 0.46%、最高則是 2011 年的 5.40%。2015 年成長較



為趨緩，年成長率為 2.51%，低於十年平均。

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
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%
2015	36,305	2.51%	11,505	3.98%	2,167	5.30%	4,241	2.71%
10年增加	8,745	31.73%	3,675	46.93%	1,080	99.44%	1,214	40.11%

資料來源：經濟部統計處

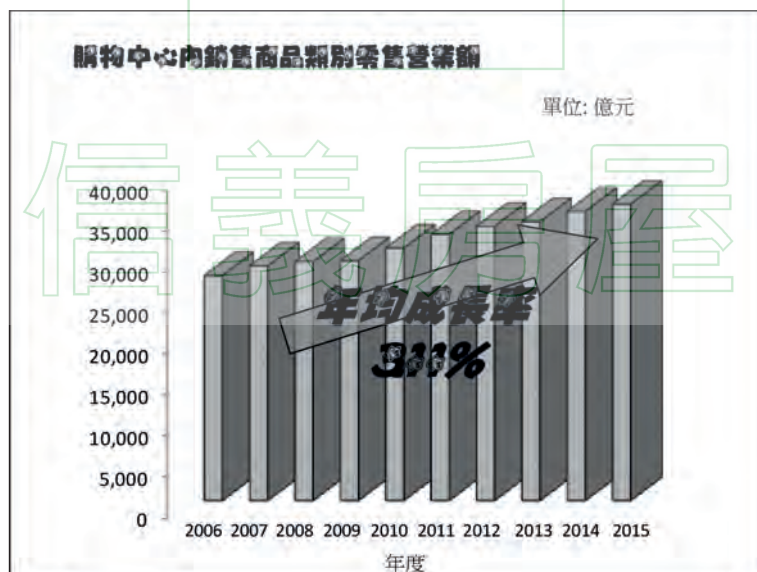


圖 4-3-1 購物中心內銷售商品類別零售業近 10 年營業額及成長情形

與整體零售業同列於商業內的餐飲業營業額，則從 2006 年的 3,027 億元增加到 2015 年的 4,241 億元，10 年來共增加 40.11% 合計 1,214 億元，年平均成長率為 3.82%，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%。2015 年則明顯趨緩，僅 2.71%（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。）

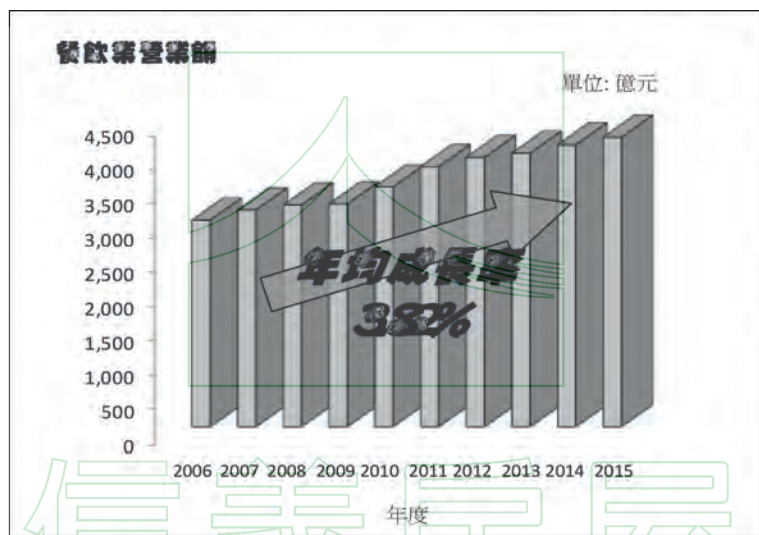


圖 4-3-2 餐飲業近 10 年營業額及成長情形

整體零售業中的無店面零售業營業額，從 2006 年的 1,087 億元增加到 2015 年的 2,167 億元，10 年來共增加 99.44%，合計 1,080 億元，年平均成長率高達 7.96%，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 2008 年的 13.29%。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。2015 年仍維持在 5.3% 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(佔零售業企業家數之 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。

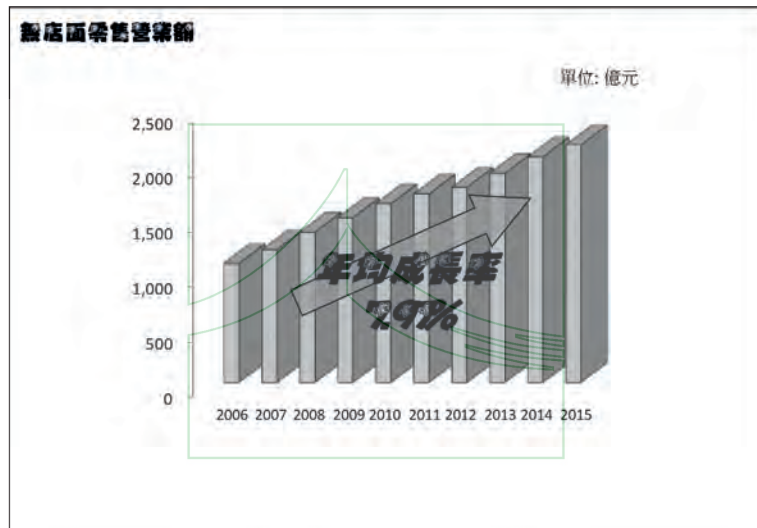


圖 4-3-3 無店面零售業近 10 年營業額及成長情形

整體零售業中的綜合商品零售業營業額，從 2006 年的 7,830 億元增加到 2015 年的 1 兆 1,505 億元，10 年來共增加 46.93% 合計 3,675 億元，年平均成長率為 4.37%，高於整體購物中心內銷售商品類別零售業 1.26%，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%。2015 年的成長率則仍有一定強度為 3.98%。

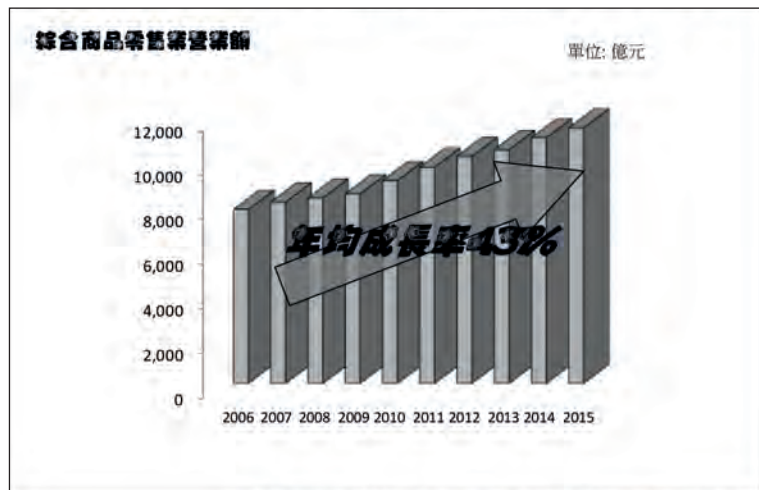


圖 4-3-4 綜合商品零售業近 10 年營業額及成長情形

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。

信義房屋



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
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
2015	11,505	3,185	1,804	2,950	1,830	1,737
10年增加	3,675	1,069	774	895	506	431
10年成長	46.93%	50.54%	75.20%	43.55%	38.19%	33.03%

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
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%
2015	3.98%	4.05%	7.89%	2.01%	4.10%	3.27%
10年平均	4.37%	4.65%	6.43%	4.10%	3.66%	3.22%
近5年平均	4.26%	4.20%	5.96%	4.65%	2.29%	3.35%

資料來源：經濟部統計處

綜合商品零售業的營業額從 2006 年的 7,830 億元增加到 2012 年首度突破兆元，而至 2015 年的 1 兆 1505 億元，10 年來共增加 46.93% 合計 3,675 億元，年平均成長率為 4.37%。其中成長最快速的分別是超級市場的 6.43% 及百貨公司的 4.65%，10 年來營業額分別增加 774 億元及 1,069 億元。

連鎖式便利商店的成長則略低於綜合商品零售業，營業額從 2006 年的 2,055 億元增加到 2015 年的 2,950 億元，10 年來營業額增加 43.55%，895 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 3.66% 及 3.22%，營業額分別增加 506 億元及 431 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。其營業額年增率於 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。

信義房屋



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
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%
2015	27.68%	15.68%	25.64%	15.91%	15.10%
2015年 佔購物中 心內銷售 商品	8.77%	4.97%	8.13%	5.04%	4.78%

資料來源：經濟部統計處

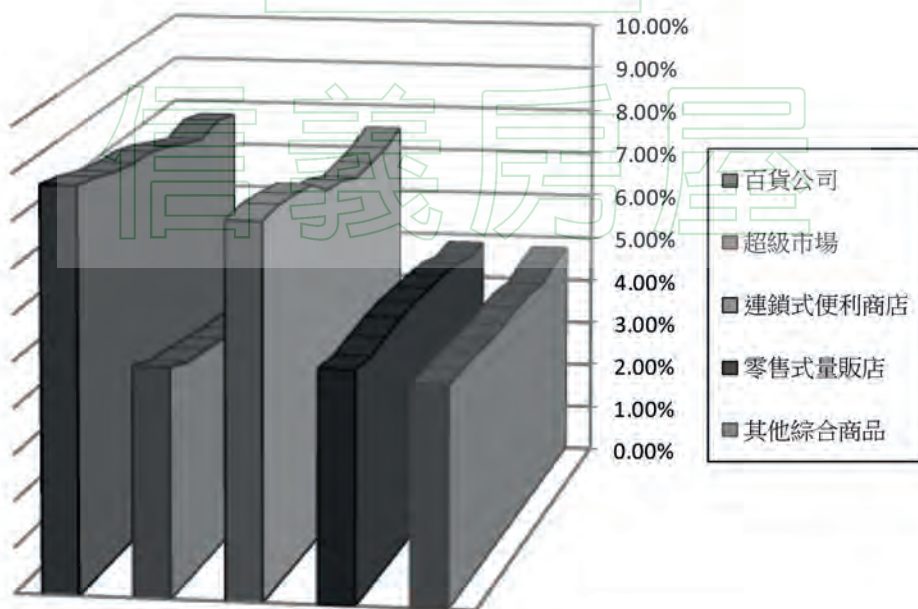


圖 4-3-5 綜合商品零售業近 10 年各類別營業額佔比

2015 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。

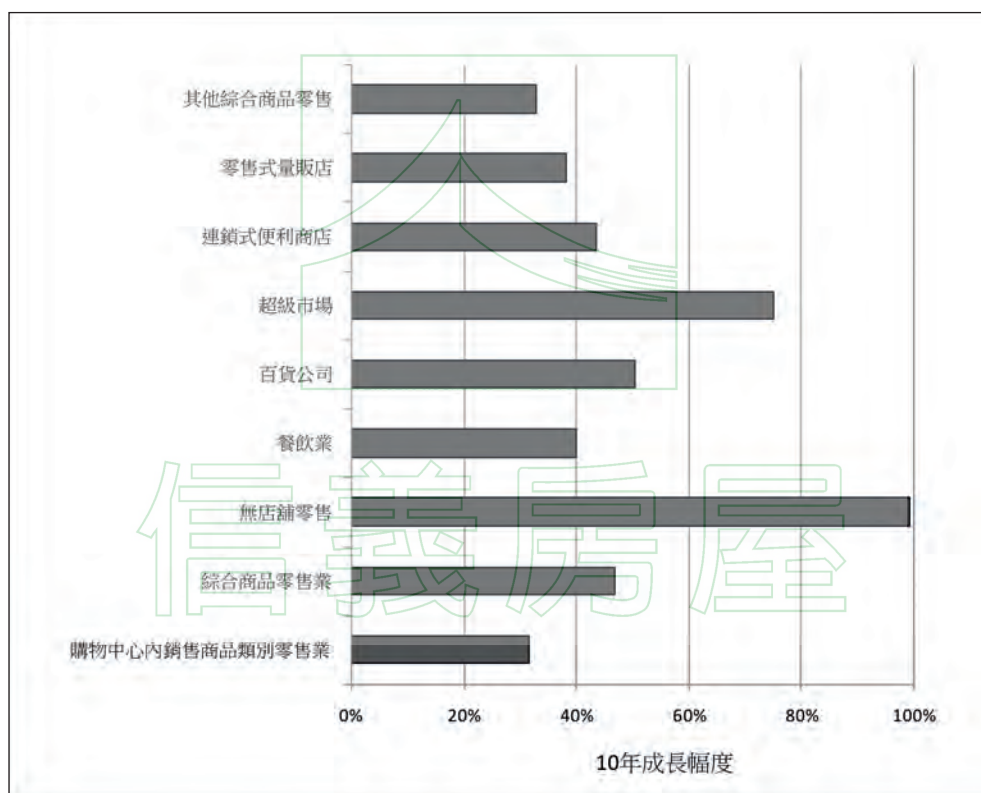


圖 4-3-6 購物中心內銷售商品類別零售業與各分類 10 年營業額成長幅度比較

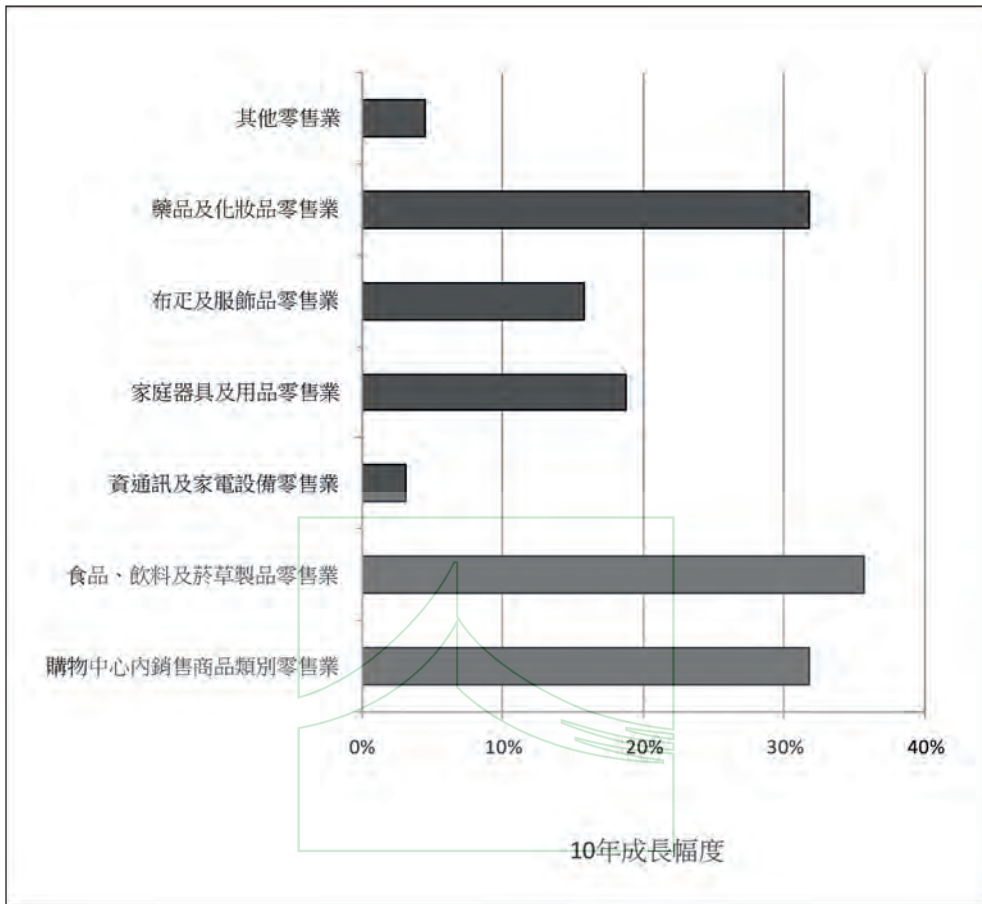


圖 4-3-7 購物中心內銷售商品類別零售業與各分類 10 年營業額成長幅度比較 2

信義房屋

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（不包含全部購物中心的營業額），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 2006 年的 2,116 億元增加到 2015 年達到 3,185 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 年恢復 6.05% 的高成長，於 2015 年又稍微趨緩，為 4.05%；10 年來年複合平均成長率為 4.65%。而百貨公司在綜合商品零售業中的佔比則約維持在 27.68%，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 2006 年的 7.68% 持續上升到 2015 年的 8.77%。

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
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%
2015	3,185	4.05%	27.68%	8.77%
10年平均		4.65%		

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 2015 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。

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	名統百貨*	0
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 2015 年底的統計，全台各地購物中心總家數計有 75 家，購物中心樓地板面積則達 943,475 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約 120 家、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、及各百貨公司如上節所述……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 9 萬坪）就接近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，2014 及 2015 兩年合計增加 20 家共 188,889 坪，然而於 2015 年小型購物中心誠品 116 因為租約到期，原營業場所改租給瑞典快時尚大店 H&M，及高雄金銀島購物中心也因租約到期，且原建物老舊未來用途未定，而在購物中心存量統計中，扣除這兩家及其面積則得兩年淨增加 18 家共 176,889 坪。

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 17,073 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 2014~2015 年的每家平均面積僅約 9,827 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	佔比	家數	佔比	平均每家面積
1994~1998	26,100	2.8%	6	8.0%	4,350
1999~2003	290,246	30.8%	17	22.7%	17,073
2004~2008	235,100	24.9%	15	20.0%	15,673
2009~2013	215,140	22.8%	19	25.3%	11,323
2014~2015	176,889	18.7%	18	24.0%	9,827
合計	943,475	100.0%	75	100.0%	12,580

資料來源：本研究整理。

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 (Gloss 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。

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 51 家最多，佔了全台 68.0%，中部地區和南部地區分別是 11 家及 10 家，分別佔了 14.7% 及 13.3%，東部及離島地區僅有 3 家，佔了 4.0%。

另外就購物中心樓地板面積而言，以北部地區 584,289 坪最多，佔全國購物中心樓地板面積的 61.90%，東部最少僅 23,140 坪佔 2.50%，雖然南部與中部的購物中心家數只差 1 家，然而南部區域的樓地板面積卻高出中部有近 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	584,289	61.9%	51	68.0%	11,457
中部	121,900	12.9%	11	14.7%	11,082
南部	214,146	22.7%	10	13.3%	21,415
東部 離島	23,140	2.5%	3	4.0%	7,713
合計	943,475	100.0%	75	100.0%	12,580

資料來源：本研究整理

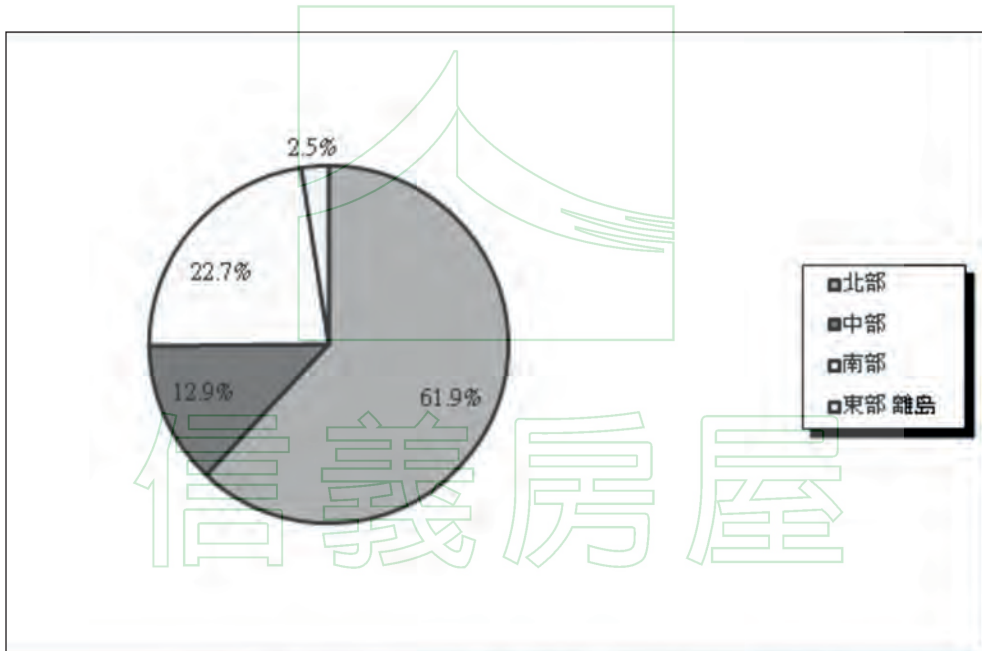


圖 4-3-8 現有營運中購物中心區域分佈狀況



三、2015 年開幕的購物中心

於 2015 年開幕營運的購物中心共計 10 家，其中有一家為擴建，樓地板面積合計約 80,400 坪，扣除擴建的禮客內湖店的 1200 坪，則 9 家新開幕者合計 79,200 坪，平均每家 8,800 坪，而苗栗縣首次出現大型購物中心 9,700 坪的尚順購物廣場。

表 4-3-9 2015 年開幕的購物中心

	區域	城市	地點	名稱	最近開幕時間	第一次開幕時間
1	1北部	台北市	中山區	三創生活園區	201505	201505
2	2中部	苗栗縣	頭份市	尚順購物廣場	201507	201507
3	3南部	高雄市	前鎮區	台鋁生活商場MLD	201507	201507
4	1北部	台北市	內湖區	禮客內湖 02 (擴)	201507	201507
5	1北部	新北市	林口區	亞昕林口昕境廣場	201507	201507
6	1北部	新北市	汐止區	遠雄購物中心U-TOWN	201510	201510
7	1北部	台北市	信義區	微風信義A3	201510	201510
8	1北部	新北市	林口區	環球購物中心林口A8	201505	201505
9	2中部	台中市	大雅區	大雅購物中心	201512	201512
10	1北部	桃園縣	青埔高鐵站	華泰名品城 01	201512	201512
				總面積		10 家
				總面積 (扣除換新經營者)		10 家
				總面積 (扣除擴建者)		9 家
						8,800/ 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 22 家，詳見表 4-3-10，2016 年及 2017 年分別有 17 家及 5 家，另外兩年各另有一家購物中心擴建（華泰名品城的第二期與第三期），新建構物中心 22 家的樓地板面積合計約達 225,268 坪（含擴建者總增加面積是 232,968 坪），平均一家購物中心的樓地板面積 10,239 坪，其中包含幾家超過 20,000 坪的大型購物中心如三井林口 Outlet、大魯閣草街道、麗寶 Outlet、及義大亞洲廣場……等。

以區域來分，預計新開幕的 22 家購物中心中，15 家位於北部地區，南部區域及中部區域則分別有 3 及 4 家；就面積而言，北部有 122,600 坪，佔總增量的 52.6%。就每家平均面積來看，南部遠大於中部，中部也高於北部。

參、百貨公司及購物中心產業的趨勢

百貨公司及購物中心產業的產業趨勢分述如下：

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，來自西班牙的 ZARA 於 2011 年入台，直到 2015 年短短五年間，包含美國的 GAP 及 Forever21、瑞典的 H&M、與各大品牌集團的其他品牌 GU、Paul & Bear、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，2015 年更有韓國衣戀集團 (The E-Land Group) 旗下多個品牌 WHO. A.U、SPA0 以及 MIXXO 也分別進駐台北 101 及微風忠孝館，更進一步在 2016 年大舉搶進西門町原 NeoWest 購物中心所在的阿曼 TIT 大樓 5 個層樓約 2 千多坪商場經營，目的打造西門町韓國流行文化時尚指標，而 H&M 也取代誠品生活廣場租下原西門町誠品 116 物業 2000 多坪開設旗艦大店。



表 4-3-10 預計未來兩年 2016 及 2017 年開幕之購物中心

	區域	城市	地點	名稱	最近開幕時間	第一次開幕時間
1	1北部	新北市	林口區	三井林口Outlet Park	201601	201601
2	3南部	嘉義市	嘉義市	秀泰廣場 嘉義	201601	201601
3	2中部	台中市	西屯區	特力屋複合商場	201607	201607
4	1北部	台北市	中山區	長虹新時代廣場	201603	201603
5	3南部	高雄市	前鎮區	大魯閣草衙道	201605	201605
6	1北部	台北市	中正區	德立莊商場	201606	201606
7	3南部	台南市	東區	國產中華路商場	201606	201606
8	2中部	台中市	月眉區	麗寶Outlet	201607	201607
9	1北部	台北市	南港區	環球購物中心南港	201609	201609
10	1北部	新北市	三重區	幸福市集三重捷6	201612	201612
11	1北部	新北市	土城區	日月光休閒購物中心	201612	201612
12	2中部	台中市	東區	南山陽光勝利廣場	201612	201612
13	1北部	台北市	內湖區	幸福市集內湖捷11	201612	201612
14	1北部	新北市	林口區	環球購物中心林口A9	201612	201612
15	1北部	桃園縣	八德市	廣豐新天地	201612	201612
16	1北部	新竹市	新竹市	台肥六本木	201612	201612
17	1北部	桃園縣	青埔高鐵站	華泰名品城 02 (擴)	201612	201612
18	1北部	新竹市	新竹市	晶品購物城	201612	201612
				總面積		18 家
				總面積 (扣除換新經營者)		18 家
				總面積 (扣除擴建者)		17 家
						8,898/ 家
2017						
	區域	城市	地點	名稱	最近開幕時間	第一次開幕時間
1	3南部	高雄市	三民區	義大亞洲廣場	201710	201710
2	1北部	新北市	樹林區	南山樹林休閒購物中心	201709	201709
3	1北部	桃園縣	青埔高鐵站	華泰名品城 03 (擴)	201712	201712
4	1北部	新北市	林口區	環球購物中心林口A19	201712	201712
5	1北部	新竹市	新竹市	大魯閣新竹	201712	201712
6	1北部	台北市	信義區	大遠百A13	201712	201712
				總面積		6 家
				總面積 (扣除換新經營者)		6 家
				總面積 (扣除擴建者)		5 家
						14,800/ 家

資料來源：本研究整理。

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	122,600	52.6%	15	68.2%	8,173
中部	36,600	15.7%	3	13.6%	12,200
南部	73,768	31.7%	4	18.2%	18,442
東部 離島	-	0.0%	-	0.0%	
合計	232,968	100.0%	22	100.0%	10,589

資料來源：本資料整理

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，許多購物中心的業種組合中，餐飲的比例已由過去的 15~20% 大幅增加到 30~40%，部分購物中心的餐飲業績占比也達到 30~40%，全台最大百貨購物商場連鎖新光三越的餐飲食品營業額逾 2015 年高達 101.6 億元，年成長 9%，營收占比則自 5 年前的 9% 提升到目前的 13%，另一有爆發性成長的業種則是運動休閒品類，多家業者都著手改裝此類商品專區。

隨著手持裝置的普及與網路科技的大幅進步，有越來越多的高科技技術應用在購物中心的經營管理上，包含手機 APP 結合會員卡以利會員各項優惠及服務措施的便利化、APP 搭配 beacon、wifi、等為定位科技應用、電子數位看板加上導引系統或訊息傳播、智慧停車系統、雲端應用、社群媒體應用、大數據分析、智慧及節能建築……等等各項技術也漸漸普及，伴隨著物聯網技術的成熟與普及化，未來可見到更多業者朝向智慧購物中心項努力。

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，財政部國稅局更進一步降低退稅門檻，且計畫於 2016 年 5 月施行電子退稅，以更便利國際觀光客退稅流程。展望新的年度，國際觀光客超過千萬人次後的增長預期，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 2015 年底全台現有購物中心一覽

	區域	城市	地點	名稱	最近開幕時間	第一次開幕時間
1	1 北部	台北市	大安區	遠企購物中心	199403	199403
2	1 北部	台北市	士林區	誠品天母		199609
3	1 北部	台北市	大安區	誠品敦南	199610	199610
4	1 北部	台北市	萬華區	誠品西門	199709	199709
5	1 北部	台北市	信義區	華納威秀 A+B	199801	199801
6	1 北部	台北市	萬華區	西門 X52	201205	199808
7	1 北部	新北市	板橋區	誠品板橋	199902	199902
8	1 北部	台北市	松山區	微風南京東路店	201308	199904
9	3 南部	高雄市	前鎮區	金銀島購物中心	199906	199906
10	1 北部	桃園縣	蘆竹鄉	台茂購物中心	199907	199907
11	1 北部	台北市	信義區	Att 4 Fun	201110	200004
12	1 北部	台北市	萬華區	誠品 116		200101
13	1 北部	桃園縣	中壢市	大江購物中心	200103	200103
14	2 中部	台中市	台中市	大魯閣新時代	201507	200109
15	1 北部	台北市	松山區	微風廣場復興店	200110	200110
16	1 北部	台北市	信義區	Neo19	200110	200110
17	1 北部	台北市	松山區	京華城	200111	200111
18	3 南部	高雄市	三民區	大統新世紀		200112
19	2 中部	台中市	台中市	老虎城購物中心	200211	200211
20	1 北部	新竹市	新竹市	遠東巨城購物中心	201204	200307
21	1 北部	新北市	中和區	南山威力廣場	200310	200310
22	3 南部	台南市	台南市	台糖嘉年華購物中心	200310	200310
23	1 北部	台北市	信義區	台北 101 購物中心	200311	200311
24	1 北部	台北市	萬華區	誠品武昌	200405	200405
25	1 北部	台北市	中山區	美麗華百樂園	200411	200411
26	1 北部	台北市	內湖區	InBase	200503	200503
27	1 北部	台北市	信義區	誠品信義	200506	200506

28	1 北部	台北市	內湖區	禮客內湖 01	200507	200507
29	2 中部	台中市	西屯區	中科購物廣場	200510	200510
30	1 北部	新北市	中和區	環球中和	200512	200512
31	3 南部	嘉義縣	嘉義市	耐斯廣場	200607	200607
32	3 南部	高雄市	前鎮區	統一夢時代購物中心	200703	200703
33	2 中部	台中市	南屯區	新國自在	200703	200703
34	1 北部	台北市	中正區	微風台北車站	200801	200801
35	2 中部	台中市	台中市	日曜天地	200805	200805
36	3 南部	高雄市	左營區	漢神巨蛋購物廣場	200807	200807
37	2 中部	台中市	台中市	勤美誠品綠園道	200809	200809
38	1 北部	宜蘭縣	宜蘭市	蘭城新月廣場	200810	200810
39	1 北部	台北市	信義區	寶麗廣場	200909	200909
40	1 北部	台北市	中正區	禮客公館	200911	200911
41	1 北部	台北市	大同區	京站時尚廣場	200912	200912
42	1 北部	新北市	板橋區	環球板橋車站	201004	201004
43	1 北部	台北市	中山區	慶城街 1 號	201011	201011
44	3 南部	高雄市	大樹區	義大世界購物廣場	201010	201010
45	1 北部	桃園縣	蘆竹鄉	特力家居生活購物中心	201109	201109
46	2 中部	台中市	台中市	大遠百台中	201112	201112
47	1 北部	新北市	板橋區	大遠百板橋 01	201201	201201
48	1 北部	新北市	蘆洲區	蘆洲徐匯廣場	201201	201201
49	2 中部	台中市	台中市	金典綠園道	201201	201201
50	3 南部	屏東市	屏東市	環球屏東	201212	201212
51	1 北部	新北市	板橋區	誠品生活新板店	201212	201212
52	1 北部	台北市	萬華區	NeoWest		201301
53	1 北部	新北市	板橋區	HiMall 麗寶廣場	201301	201301
54	3 南部	高雄市	左營區	環球左營新站	201304	201304
55	1 北部	台北市	松山區	幸福市集 CityLink 松山	201305	201305
56	4 東部離島	台東縣	台東市	秀泰廣場台東	201307	201307
57	1 北部	台北市	松山區	誠品松菸	201308	201308
58	4 東部離島	金門縣	金湖鎮	金門金湖昇恆昌	201405	201405
59	1 北部	桃園縣	中壢市	中美村 CMV	201407	201407
60	1 北部	新竹市	世博店	環球新竹世博	201407	201407
61	1 北部	新北市	板橋區	三猿廣場	201407	201407
62	1 北部	新北市	板橋區	大遠百板橋 02 (擴)	201407	201407
63	2 中部	台中市	台中市	禮客台中	201409	201409



台灣地區房地產年鑑

TAIWAN REAL ESTATE ALMANAC

2010

64	4 東部離島	金門縣	金寧鄉	風獅爺購物中心	201409	201409
65	1 北部	台北市	信義區	微風松高	201410	201410
66	1 北部	新北市	新莊區	晶冠購物中心	201410	201410
67	1 北部	台北市	南港區	中國信託金融園區	201412	201412
68	1 北部	台北市	南港區	幸福市集南港車站	201412	201412
69	3 南部	台南市	東區	南紡夢時代	201412	201412
70	1 北部	台北市	中山區	三創生活園區	201505	201505
71	2 中部	苗栗縣	頭份市	尚順購物廣場	201507	201507
72	3 南部	高雄市	前鎮區	台鋁生活商場 MLD	201507	201507
73	1 北部	台北市	內湖區	禮客內湖 02 (擴)	201507	201507
74	1 北部	新北市	林口區	亞昕林口昕境廣場	201507	201507
75	1 北部	新北市	汐止區	遠雄購物中心 U-TOWN	201510	201510
76	1 北部	台北市	信義區	微風信義 A3	201510	201510
77	1 北部	新北市	林口區	環球購物中心林口 A8	201505	201505
78	2 中部	台中市	大雅區	大雅購物中心	201512	201512
79	1 北部	桃園縣	青埔	華泰名品城 01	201512	201512
					總面積	
					79 家	
					77 家	
					75 家	
					總面積 (扣除轉做他 用者)	
					12,580 / 家	
	空置中		轉作他用	換經營者，重新開幕		

資料來源：本研究整理。

台灣購物中心及百貨商場區域分布圖



圖 4-3-9 2015 年台灣購物中心分佈圖

信義房屋