



第四章 休閒不動產市場分析

杜麗娟¹

休閒不動產為休閒產業提供人們從事休閒活動的場所，因此由「休閒」的定義來認識休閒不動產。大部分文獻予以自由的時間、自由的心理狀態與自主性的活動來解釋「休閒」，例如英國社會學家Parker(1976)的定義，休閒是剩餘時間安排，也就是以24小時減掉基本生理所需的時間，即工作、睡覺、吃飯及其他生理上所需之後，可以自由運用的閒暇時間，並在自由的時間內去從事自己喜愛的活動，故提供人們從事休閒活動所需之相關產品或服務之企業，皆可謂之為休閒產業。其相關行業包含食、衣、住、行、育、樂等，均可涵蓋其中，例如飲食服務、百貨零售服務、旅館服務、水陸空運輸服務、旅行服務、廣播、電視、電影、娛樂文化服務、育樂用品製造業等皆屬休閒產業，而上述的各類休閒產業為產生收入而涉及的不動產投資開發及交易等便可歸於「休閒不動產」的範疇。

現今休閒觀光產業早已是許多國家經濟發展的主力產業，發展休閒觀光不僅能拉動GDP成長及創造就業機會，同時繁榮的觀光休閒商機經常能帶動城市地貌的改造及美化。許多觀光統計資料顯示，近年無論是國內旅遊及國外旅客來台觀光人次均逐年成長，使台灣的整體觀光休閒市場充滿潛力與機會，而2015年12月20日台灣已迎來觀光史上首位千萬來台旅客，全年來台旅客達1,043萬人次，創造高達4,450億元觀光外匯收入。由於所能創造現金流量的多寡，是決定休閒產業的不動產價值之一項重要關鍵因素，而逐年成長的入境旅客人次便是「錢潮」、「消費力」，各行各業的觀光及休閒產業無不摩拳擦掌、渾身解數，期望能分食這塊大餅，尋求永續經營，進而使旗下休閒不動產價值得以水漲船高。

1 崑山科技大學空間設計系兼任講師、成功大學研究發展基金會專案講師

本章對於我國觀光休閒產業及休閒不動產的探討將分為三部份，第一節台灣觀光休閒整體市場現況分析，包括國人消費力及消費動向、來台旅遊人數及目的、來台旅客國籍及目的分析、來台旅客消費及動向調查、來台旅客觀光因素及主要景點分析等；第二節概依食、衣、住、行、育樂等台灣各主要觀光遊憩產業發展做深入的分析與討論，包括觀光餐飲、百貨及購物商場、觀光夜市、觀光旅館產業發展、民宿產業、溫泉產業、高鐵運輸產業、主題樂園、觀光工廠、文化商街與園區、休閒農場與農業區產業、國家公園等，各類型觀光休閒產業的發展現況與問題；第三節為我國觀光休閒不動產未來發展趨勢分析。

壹、台灣觀光休閒整體市場現況分析

一、國人消費力及消費動向分析

雖說自 2011 年以來我國名目 GDP 逐年微增，但若減去消費者物價指數後，我國實質 GDP 每年成長動力不彰；其次，依家庭支出分配資料（參見表 4-4-2）顯示，在 2009 年~2014 年間，國人在每一種消費支出類型的分配比重並無明顯消長變化。由於觀光休閒產業發展需要有源源不斷成長的消費力灌注，因此我國要拉動觀光休閒產業的產值及促進休閒不動產的投資，明顯需要更多的境外旅客的貢獻，政府與民間相關企業須更加緊密地合作，開發更具魅力及競爭力的觀光休閒產品。

表 4-4-1 台灣平均每人名目 GDP 單位：新台幣元

年度	金額	名目 GDP 成長率
2009	561,636	
2010	610,140	8.6%
2011	617,078	1.1%
2012	631,142	2.3%
2013	652,429	3.4%
2014	687,816	5.4%
2015	712,091	3.5%

資料來源：中華民國統計資料網 (2016)
<http://statdb.dgbas.gov.tw/pxweb/Dialog/statfile9L.asp>



表 4-4-2 台灣家庭支出 - 按消費型態分配百分比

單位 : %

年度	購物類	居住類	醫療保健	交通運輸	休閒文教	餐廳 & 旅館	雜項
2009	19.87	26.83	14.45	12.73	11.04	9.37	5.71
2010	19.87	27.05	14.39	12.52	11.01	9.71	5.45
2011	19.32	26.83	14.62	13.00	10.39	10.16	5.63
2012	19.57	26.86	14.55	13.02	10.01	10.58	5.41
2013	19.28	26.73	14.67	13.37	9.73	10.57	5.65
2014	18.89	26.9	14.87	13.12	9.58	11.08	5.55

資料來源：中華民國統計資料網 (2016)

<http://www.stat.gov.tw/mp.asp?mp=4>

二、來台旅客人數及目的分析

根據交通部觀光局統計資料顯示，來台觀光旅客目的人數主要為兩大類：觀光目的及業務目的。2010 年至 2015 年間，觀光目的旅客人次逐年明顯成長，從 3,246,005 人次成長到 7,505,457 人次，觀光目的旅客人次成長幅度有 131%，人次翻了一倍以上，由此可知，台灣的觀光休閒產業正以穩健的速度在增加，尤其是觀光目的旅客，此對台灣觀光休閒市場而言可謂利多訊息；但也顯示僅有少部分的人是因為業務而來，且逐年呈現小幅度減少，此不利於台灣會展產業的發展，值得重視。

根據圖 4-4-2 與圖 4-4-3，顯示以中國旅客 4,184,102 人次佔最多數，佔了 40.1%；其次是日本旅客計有 1,627,229 人次，佔了 15.6%，以及港澳旅客計有 1,517,597 人次，佔了 14.5%；其他如近幾年成長快速的南韓則超越美洲國家旅客成為排名第四，佔了 6.3%、美洲國家排名第五，佔了 5.6%，而馬來西亞、新加坡、歐洲各排名第六、第七及第八。值得注意的是，日本及馬來西亞在 2015 年的人次較 2014 年下滑，應持續觀察這兩個國家是否就此結束各別從 2009 年及 2000 年以來維持穩定成長的趨勢；其餘的中國、港澳、美洲國家等的來台旅客人次均仍維持成長趨勢。另外，我們也可從歷年來台旅客按居住地分的分析資料中觀察到，2015 年來台旅客人數 1,043 萬 9,785 人次，較 2014 年成長 5.3%，各主要市場中以南韓成長 24.8% 最高，港澳 (10.0%) 及中

國大陸 (4.9%) 則依序分佔為第 2、3 位，顯示陸客並未排擠其他市場，各主要市場均有成長，這是好的現象。

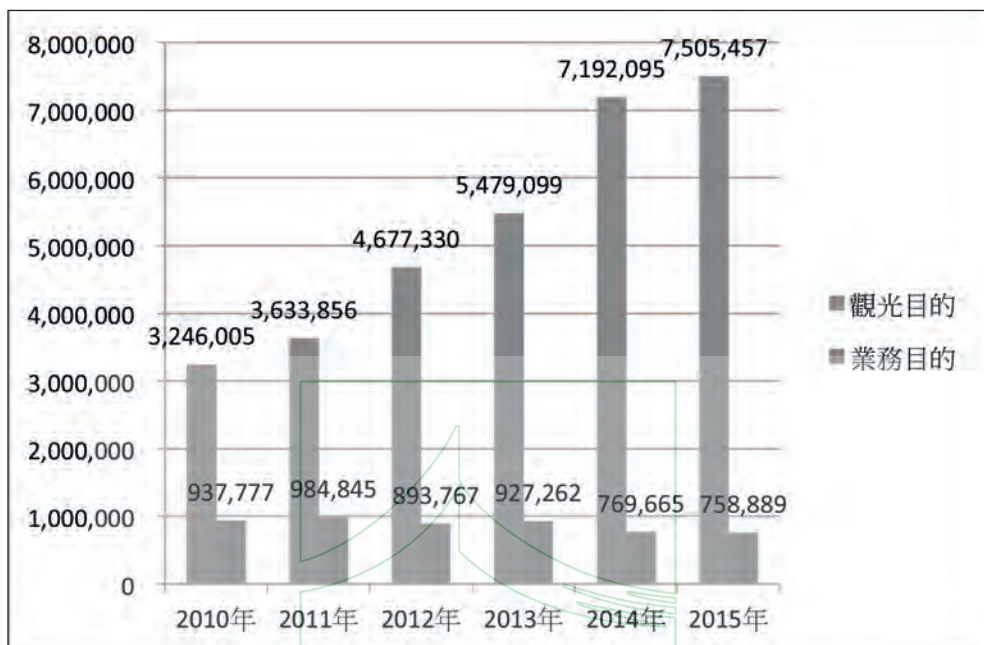


圖 4-4-1 2010-2015 年來臺旅客目的人數統計

資料來源：交通部觀光局（2016），<http://recreation.tbrc.gov.tw/asp1/statistics/year/INIT.ASP>

我們可以發現來台的旅客中，中國、日本、港澳、南韓、馬來西亞及新加坡等亞洲國家的人次合計便有約八成四；而 2015 年來台旅客中的中國日本及港澳地區三個地區的旅客來臺人次就佔了全部來台旅客的 70% 強，說明了這三個地區的旅客對於台灣的觀光發展有很大的影響力，其中兩岸三通及直航，對於港澳及中國的來台旅客數量皆有明顯大幅增加；其次，東南亞地區國家和韓國的來台旅客數量近年穩定或快速成長，未來應投入更多的海外宣傳，持續吸引遊客成長。



台灣地區房地產年鑑

2016

TAIWAN REAL ESTATE ALMANAC

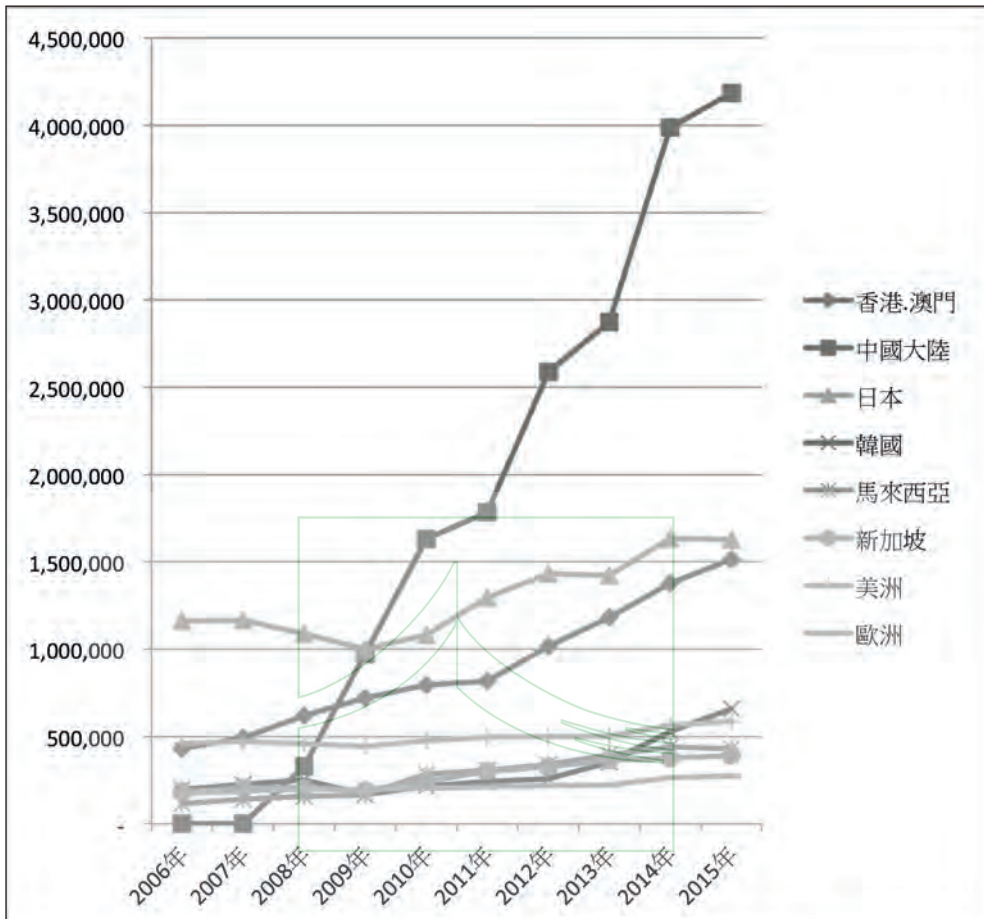


圖 4-4-2 近十年來台主要客源國旅客成長趨勢

資料來源：交通部觀光局（2016）
<http://recreation.tbrc.gov.tw/aspl/statistics/year/INIT.ASP>

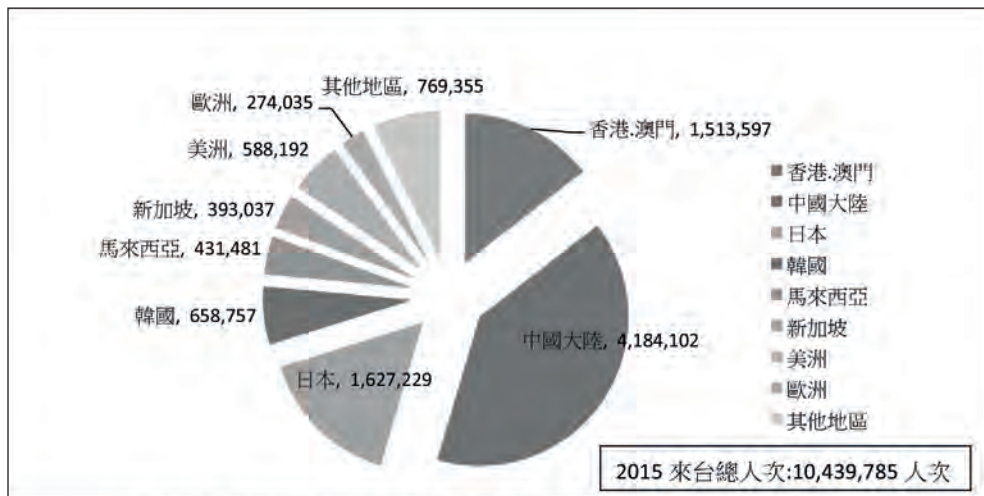


圖 4-4-3 2015 年來台旅客按國籍人數統計

資料來源：交通部觀光局（2016），<http://recreation.tbrc.gov.tw/asp1/statistics/year/INIT.ASP>

三、外國人士來台消費動向及消費力分析

依據觀光局「2015 年來臺旅客消費及動向調查」，台灣整體自由行與團客比已從 2010 年的 57：43 成長至 2014 年的 71：29，自由行旅客超過七成，這意味著海外旅客在台遊程亦由走馬看花走向深度體驗在地化旅遊，對於一些適合深度旅遊的休閒產業的發展是一大利多，例如溫泉產業、休閒農場與農業區、文創園區、文化商街等。另外，依據觀光局「2015 年來臺旅客消費及動向調查」前三季調查結果顯示，大陸旅客每人每日平均消費金額為 232.15 美元，高於日本旅客的 221.45 美元，其中在購物費部分，大陸旅客約 122.78 美元遠高於日本的 40.06 美元，大陸來台每人每日平均消費已超越日本觀光客。另外，對於來台數量最多的大陸旅客市場，在循序以質量優化、總量管制、市場監管的發展策略之下，目前優質團比例已達近 50%，並持續成長中；目前更積極引導陸團朝向區域、深度旅遊方向優化發展，推出離島住宿、原住民部落深度旅遊、高端品質團等專案措施，將旅客帶入離島地區及各地部落體驗文化特色，以及導引高品質旅遊市場發展，讓大陸旅客來台觀光回歸以體驗台灣特色風光為主的旅遊型態。



四、來台旅客觀光因素及主要景點分析

根據 2014 年觀光局來台旅客消費及動向調查報告，吸引旅客來台觀光因素依序為風光景色（每百人次有 64 人次）、菜餚（每百人次有 40 人次）、購物（每百人次有 29 人次）、臺灣民情風俗和文化（每百人次有 25 人次）及人民友善（每百人次有 22 人次）等。

表 4-4-3 2014 年吸引受訪旅客來台觀光因素 單位：人次 / 每百人次

來台觀光因素	風光景色	菜餚	購物	台灣民情風俗和文化	人民友善	水果	歷史文物
相對次數	64.31	39.67	28.56	24.85	22.36	19.40	15.86

資料來源：觀光局來台旅客消費及動向調查報告 (2016)

<http://admin.taiwan.net.tw/statistics/market.aspx?no=133>

根據 2014 年觀光局來台旅客消費及動向調查報告，受訪旅客主要遊覽景點依序為夜市（每百人次有 79 人次）、台北 101（每百人次有 58 人次）、故宮博物院（每百人次有 49 人次）、中正紀念堂（每百人次有 38 人次）及日月潭（每百人次有 32 人次）等。

表 4-4-4 2014 年受訪旅客主要遊覽景點排名 單位：人次 / 百人次

名次	遊覽景點	相對次數	名次	遊覽景點	相對次數
1	夜市	79.00	6	九份	30.47
2	台北 101	57.95	7	墾丁國家公園	29.72
3	故宮博物院	49.03	8	國父紀念館	28.16
4	中正紀念堂	37.94	9	太魯閣、天祥	26.22
5	日月潭	31.97	10	西門町	24.80

資料來源：觀光局來台旅客消費及動向調查報告 (2016)

<http://admin.taiwan.net.tw/statistics/market.aspx?no=133>

根據 2014 年觀光局來台旅客消費及動向調查報告，受訪旅客遊覽景點中以「日月潭」最獲喜愛（喜歡比率為 26.28%），其次依序為「九份」、「墾丁國家公園」、「太魯閣、天祥」及「阿里山」，喜歡比率皆在 22% 以上。顯示台灣的自然景觀遊憩景點對於外國旅客比較有吸引力。

表 4-4-5 2014 年受訪旅客最喜歡景點排名

名次	最喜歡景點	到訪 相對次數 (人次 / 百人次)	喜歡 比率	名次	最喜歡景點	到訪 相對次數 (人次 / 百人次)	喜歡 比率
1	日月潭	31.97	26.28%	6	野柳	24.25	17.09%
2	九份	30.47	25.79%	7	故宮博物院	49.03	14.44%
3	墾丁國家公園	29.72	24.04%	8	淡水	24.76	14.12%
4	太魯閣·天祥	26.22	23.77%	9	西門町	24.80	12.43%
5	阿里山	23.32	22.10%	10	臺北 101	57.95	11.61%

資料來源：觀光局來台旅客消費及動向調查報告 (2016)

<http://admin.taiwan.net.tw/statistics/market.aspx?no=133>

根據 2014 年觀光局來台旅客消費及動向調查報告，來台旅客在台期間參加活動以購物為最多（每百人次有 90 人次），其次依序是逛夜市（每百人次有 79 人次）、參觀古蹟（每百人次有 47 人次）、遊湖（每百人次有 26 人次）、泡溫泉浴（每百人次有 21 人次）等。

表 4-4-6 2014 年受訪旅客在台期間參加活動排名 單位：人次 / 百人次

名次	參加活動	相對次數	名次	參加活動	相對次數
1	購物	90.25	10	生態旅遊	2.65
2	逛夜市	79.02	11	卡拉 OK 或唱 KTV	2.15
3	參觀古蹟	46.81	12	運動或賽事	1.61
4	遊湖	26.36	13	SPA、三溫暖	1.57
5	泡溫泉浴	21.25	14	參觀節慶活動	1.38
6	按摩、指壓	9.81	15	參觀藝文表演活動	0.93
7	主題樂園	4.48	16	保健醫療	0.66
8	參觀展覽	3.93	17	護膚、美容、彩繪 指甲	0.58
9	夜總會、PUB 活動	3.86	18	拍婚紗或個人藝術 照	0.35

資料來源：觀光局來台旅客消費及動向調查報告 (2016)

<http://admin.taiwan.net.tw/statistics/market.aspx?no=133>



貳、台灣休閒不動產市場現況分析

一、觀光餐飲業

台灣特殊的海島型多元移民歷史，造就台灣的餐飲文化既傳統又創新：除保有中國大江南北的傳統滋味，亦融合日本及西方飲食的創新元素，再加上 20 世紀中葉以來，長足發展的農業科技，結合有利植物生長的亞熱帶氣候所培育出的品項繁多的蔬果等原物料應用，台灣的餐飲實力非常具有國際競爭力。

事實上，台灣的許多餐飲業者早在 2000 年左右便開始在中國內地市場發光發熱，例如仙蹤林餐飲集團、王品餐飲集團、統一 Starbucks 咖啡連鎖等。相較於台灣餐飲業者在海外的表現，國內餐飲市場的發展則毫不遜色，除了民以食為天，現代人上館子更是為交際、為降壓、為休閒，CP 值高的餐廳往往生意鼎沸，使得國內餐飲業商機蓬勃，街邊店、百貨商場美食街店、餐廳街四處林立。除了少數業者採購房經營模式（如金車集團旗下的伯朗咖啡館連鎖），多數仍以承租經營模式，故經營者即便生意興隆也賺不到不動產的增值；而餐廳的房東除了租金收入，成為最大的資產增值受益者；利之所趨，房東們除了在自己的商場增設餐廳街收房租，有些甚至在其他商場包下樓層成立餐廳街，例如微風百貨集團近幾年進駐台北車站金華百貨，開設高質感餐廳街一戰成功之後，便加快微風餐廳街事業版圖腳步，目前微風餐廳街已有 8 個據點。由於微風餐廳街環境質感佳，進駐的餐廳特色強，普遍聚客力大，為房東微風帶來豐厚的租金收入及累積更強大的招商能力，可預期在不久將來，微風百貨集團將覓址成立有別於傳統以零售為主，而以餐廳為主，零售為副的餐飲的大型百貨商場，已營運中的微風三總商店街便是其雛型店；如此微風百貨集團便除了租金收入外，便能進一步享有休閒不動產增值的效益。

二、百貨購物商場

這裡所謂的購物商場提及的是百貨公司與購物中心。根據「中華民國 2015 年來台旅客消費及動向調查」分析顯示，來台旅客在臺灣期間活動依序為購物（每百人次有 90 人次）、逛夜市（每百人次有 79

人次)、參觀古蹟(每百人次有 46 人次)(詳表 4-4-6)。由此可見，購物與逛夜市是來臺旅客們重要行程之一。

表 4-4-7 微風餐廳街據點

微風餐廳街進駐之商場名稱	所在城市
微風廣場購物中心	台北市
微風台北車站店	台北市
微風信義店	台北市
微風南京店	台北市
微風松高店	台北市
微風忠孝店	台北市
微風國賓店	台北市
微風南京店	台北市

資料來源：本研究整理

(一) 百貨公司

台灣整體零售市場規模小，多數的百貨公司集中於台北、新北市、台中、高雄等地都會人口區。單店或分店家數少的百貨公司往往只能吸引本地商家或常見於各百貨公司的國際品牌，商家組合無差別性，缺乏新鮮感，較難吸引消費者一逛再逛，只有財力雄厚的財團能有實力在精華地段開設更多分店，以優越地段、多點通路吸引更多國際知名品牌入駐，成就更豐富的商品組合吸引消費者，人潮即錢潮，形成一個良性循環，更強化了多店連鎖的實力。

台灣的百貨公司發展經過三個階段：第一個階段是建築業與壽險業為活化旗下的土地及資金，多引進日系經營手法，以各種節慶行銷、經營顧客關係來刺激顧客消費，創造營收現金流量而使不動產大幅度增值，箇中代表為太平洋 SOGO 百貨，位於台北市忠孝東路四段頂好廣場的單店年營業額曾高達 130 億元以上，至今仍無人能破；第二階段則從購物中心加入台灣百貨零售市場拉開序幕，許多百貨公司面對購物中心的競爭，陸續將部分的專櫃位置改成獨立店，並引進更多休閒業種如電影院、兒童遊戲館、餐廳街、健身中心等，於是百貨公司開始「購物中心化」，提供「一站購足」的消費體驗，其中新光三越百貨、中友百貨便是代表；第三階段則是客層分眾的百貨公司，例如



未被新光三越整併前的衣蝶百貨，以女性百貨定位，曾經業績風光一時。而現今的台灣百貨公司龍頭新光三越在台北信義區的各館便採「分眾、聚集」的經營策略，猶如航空母艦般地昭告週邊競爭對手其領頭羊之地位，提供顧客吃喝玩樂的一切享樂。

經過長期的汰弱存強後，目前台灣的百貨公司市場已是連鎖品牌的天下，有新光集團（新光三越百貨）、遠東（包含遠東百貨 & SOGO 百貨）、統一集團（統一阪急百貨）、大統集團（大統百貨）、太平洋集團（太平洋百貨）等的幾大百貨系統，其中又以新光及遠東旗下的店數最多，顯示台灣的百貨公司市場有著大型化、財團化，且大者恆大的特性。

表 4-4-8 台灣連鎖百貨公司在台店數 (2015.12)

百貨公司名稱	店數	控股集團	位址
新光三越百貨	13	新光集團	臺北、桃園、臺中、嘉義、臺南、高雄
遠東百貨	10	遠東集團	臺北、新北、桃園、臺中、臺南、高雄
太平洋 SOGO 百貨	8	遠東集團	臺北、桃園、新竹、高雄
大統百貨	2	大統集團	高雄
統一阪急百貨	2	統一集團	台北、高雄
太平洋百貨	2	太平洋集團	豐原、屏東
誠品生活百貨	8	誠品集團	台北、台中

資料來源：本研究整理

另外，有別於傳統的日系百貨，本土出身，常是中港澳遊客指定的必遊景點，現已跨足中國香港、蘇州開設海外店的誠品生活百貨連鎖的發展便值得一提。其發展初期是一個誠品書店（200 坪 ~500 坪）結合大坪數百貨零售專櫃的書店主題商場，以書店吸引人潮，吸引專櫃進駐的租金收入來養活書店及獲利；而現今的誠品生活百貨以文創百貨做定位，除了主力誠品書店之外，不斷發掘在地各行各業的文創品牌，鼓勵其以展示、教學、活動，甚至結合餐飲型態進駐商場，提供客人更多元富趣味的休閒生活。誠品生活百貨在台灣各分館位址均為承租，無法從不動產上得到好處，因此須想方設法增加櫃位租金收入，提高營業額，除了透過不斷開設分店，集團在每家書店分店之中也引

進書本以外的各類商品櫃以增加租金收入。

（二）購物中心

早期台灣部分購物中心的土地是由工廠用地變更成的工商綜合區，當中有不少的區位條件附近的商業條件並不成熟，加上單店經營招商不易，需要更費時費力才得生存。前車之鑑使得有心投資購物中心者慎選商業條件優越的地段進行設點，以獲得較多的成功機會，例如截至 2015 年底，環球購物中心已有 5 家分店。但絕大多數的購物中心即便區位優越，仍受限於經營能力、資金、單店經營規模過小等因素，致使品牌、商家組合過於重複、無新鮮感而經營辛苦，除了上述的環球購物中心，也只有零售背景的財團統一及潤泰轉投資的夢時代、CITYLINK 分別各有兩家分店，初具連鎖雛型。

隨著近幾年大陸遊客團體行與自由行陸續開放來台，台灣的零售市場版圖逐年擴大，從 2012 年起幾乎年年都有新開幕的購物中心，展望未來兩三年，亦有新的業者準備開張投入市場。綜觀近兩年新開幕的購物中心的規模，不再只有動輒數萬坪的大面積不動產，亦有僅僅數千坪，數家主力業種組合的中型商場，例如 2015 年 7 月開幕的台鋁生活商場為大型書店、美食廣場、超市三大業種組合；而在 2016 年 1 月底剛開幕的三井 Outlet Park 則以購物（誠品生活館）、影城、餐廳街的組合服務顧客。顯示經歷經過過去十多年的市場淬鍊，購物中心投資者以更謹慎、更專業的態度來投入休閒購物市場。

截至 2016 年 1 月底，台灣地區營運中的購物中心共 35 家：大台北地區 16 家、桃竹苗 5 家、台中 3 家、南部 10 家（高雄有 4 家）、東部 1 家，顯示台灣的購物中心重鎮仍是所得較高、人口密集的北部地區。



表 4-4-9 台灣地區營運中的購物中心

名稱	所在地址	開業時間	說明
遠企購物中心	台北市	1994.03	大台北都會區 16 家
微風廣場	台北市	2001.10	
京華城購物中心	台北市	2001.11	
台北 101	台北市	2003.11	
美麗華百樂園	台北市	2004.11	
麗寶廣場	台北市	2009.09	
京站時尚廣場	台北市	2009.12	
ATT 4 FUN	台北市	2011.08	
CITYLINK 松山店	台北市	2013.06	
CITYLINK 南港店	台北市	2014.12	
威力廣場	新北市	2003.12	
環球購物中心中和店	新北市	2005.12	
徐匯廣場	新北市	2012.01	
iFG 遠雄購物中心	新北市	2015.10	
三井 Outlet Park	新北市	2016.01	
環球購物中心林口店	新北市	2015.11	桃竹苗 5 家
台茂家庭娛樂購物中心	桃園南崁	1999.07	
大江國際購物中心	桃園中壢	2001.03	
華泰名品城	桃園中壢	2015.12	
環球購物中心世博店	新竹市	2013.02	
尚順購物中心	苗栗市	2015.06	台中 3 家
老虎城購物中心	台中市	2002.01	
大魯閣新時代購物中心	台中市	2015.07	
大雅購物中心	台中市	2015.12	
奈斯廣場	嘉義市	2006.10	南部 10 家
秀泰廣場	嘉義市	2016.01	
嘉年華購物中心	台南市	2003.10	
南紡夢時代購物中心	台南市	2015.02	
統一夢時代購物中心	高雄市	2007.06	
漢神巨蛋購物廣場	高雄市	2008.06	
義大世界購物廣場	高雄市	2010.12	
環球購物中心新左營店	高雄市	2013.04	
台鋁生活廣場	高雄市	2015.07	
環球購物中心屏東店	屏東市	2012.12	
蘭城新月廣場	宜蘭市	2008.11	東部 1 家

本研究整理

表 4-4-10 台灣地區籌備中的購物中心

名稱	所在地址	開業時間
裕隆城	新北市	未定
廣豐新天地	桃園市	預計 2016 年開幕
文心廣場購物中心	臺中市	預計 2017 年開幕 ^[1]
義大亞洲廣場	高雄市	未定
太魯閣草衙道購物中心	高雄市	預計 2016 年 1 月開幕
台中秀泰廣場	台中市	預計 2018 年

資料來源：本研究整理

三、觀光夜市

許多台灣人喜歡逛夜市當休閒，因為夜市有吃有玩有看、價格便宜，夜市不但是一種台灣庶民生活文化的展現，可讓外來遊客認識在地生活及飲食特色，在一些知名的夜市裡的眾多小吃，更體現了台灣人在飲食文化上的創意。事實上，從北到南，各鄉各鎮的大小夜市數量數百，早已成為台灣重要的休閒產業，其中最受遊客喜愛的大型觀光夜市主要分佈前三大直轄市：台北市、台中市及高雄市。人潮即錢潮，多數知名夜市攤位的租金往往絲毫不遜於鬧區地段的黃金店鋪；夜市裡的店鋪成交價格往往能創下天價。

表 4-4-11 台灣地區著名的觀光夜市

名稱	位址
士林夜市	台北
饒河夜市	台北
寧夏夜市	台北
萬華夜市	台北
師大夜市	台北
羅東夜市	羅東
逢甲夜市	台中
東海夜市	台中
花園夜市	台南
六合夜市	高雄
瑞豐夜市	高雄

資料來源：本研究整理



近幾年台灣夜市的魅力吸引了港、澳、日、韓、新加坡等地媒體紛紛前來報導，而媒體效應引起這些國家人們的興趣來台朝聖，根據2014年觀光局來台旅客消費及動向調查報告，逛夜市已成為來台旅客們重要的行程之一，因為必遊且又是夜晚行程，遊客自然會選擇在一些知名夜市景點附近的旅館或民宿過夜比較方便，為旅宿業帶來商機，進而帶動了夜市周邊有機會成為旅館或民宿的不動產價格，例如透天厝及商業大樓；

四、觀光旅館業

觀光旅館的開發與經營過程如同建築業是經濟的火車頭一般，帶動許多行業的商機，除了提供從業人員的就業機會，例如建築業、機電及水設備商、裝修業、傢俱與飾品業、餐飲設備業、房務用品業、清潔業、洗衣業、運輸業、旅行社等都會受惠。當地區內有越來越多觀光旅館的投資，除了意味投資者看好地區的觀光休閒市場的成長，且投資者對於旅館不動產的投資也將帶動以上關連行業之業績成長，而步入一個經濟發展的良性循環中。

根據觀光旅館家數及房間數統計資料顯示，2008年至2015年為止，國內的國際觀光旅館家數由63家增加至75家，房間數則由18,396間，增加至2015年的21,466間，顯示我國的國際觀光旅館的家數及房間數，在最近七年內呈現增長趨勢；但就平均房間數而言，則是呈現遞減之情形，2008年國際觀光旅館平均房間數為292間，但是到了2015年，平均房間數只剩下286間。至於國內一般觀光旅館的家數由2008年的31家，至2015年增加為43家，房間數由2008年的3,679間，至2015年增加為6,225間，平均房間數也從2008年的119間，至2015年增加為145間；是以國內一般觀光旅館的市場，正穩定持續增加中，家數、房間數與平均房間數都有增加。

表 4-4-12 台灣地區觀光旅館家數及房間數統計 單位：家、間

項目	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
國際觀光旅館								
家數	63	65	68	70	70	71	72	75
房間數	18,396	18,876	19,894	20,382	20,339	20,461	20,715	21,466
每家平均房間數	292	290	293	291	291	288	288	286
一般觀光旅館								
家數	31	31	36	36	39	40	42	43
房間數	3,679	3,750	5,006	4,951	5,378	5,613	6,049	6,225
每家平均房間數	119	121	139	138	138	140	144	145
合計								
家數	94	96	104	106	109	111	114	118
房間數	22,075	22,626	24,900	25,333	25,717	26,074	26,764	27,691
每家平均房間數	235	236	239	239	236	235	235	235

資料來源：交通部觀光局（2016），<http://admin.taiwan.net.tw/statistics/month.aspx?no=135>

我國的國際觀光旅館每家平均房間數呈現遞減，而一般觀光旅館呈現增長的現象，應與過去數年台灣最主要的觀光消費者－中國遊客的消費力有直接關聯，中國遊客的旅行住宿預算主要集中於平價旅館，而非單價較高的國際觀光旅館；其次，即便整體台灣旅宿業市場受惠於中國遊客來台觀光變大了，但競爭者也增多了，近年民宿業蓬勃發展，部分高價民宿產品也得到遊客的青睞，進而分食了國際觀光旅館的生意。但無論如何，每年可觀的中國遊客帶動了台灣的旅宿業新一輪的投資活力，尤其在觀光資源豐富、交通便利的台北都會區（包含台北市、新北市）、高雄都會區，在旅館家數及房間數的供給均排名一、二名。展望未來三年，台灣各縣市籌建中的觀光旅館約計 40 家以上，屆時將釋放近萬間房間數，加上民宿業的供給量，旅宿業將成為一個非常競爭的市場，加上政治因素可能造成未來中國遊客來台數量的不穩定，業者應早日做好策略因應。

另外，大陸自由行的人數日多，這些遊客具有自行規劃跨國旅行的能力，也較有能力篩選旅遊資訊，主觀選擇遊程，未來將會影響旅宿產業的品質訴求，現在中國已出現多家專門安排台灣自由行的民宿訂房網站。



表 4-4-13 台灣各縣市觀光旅館及房間數統計

地區	國際觀光旅館		一般觀光旅館		合計	
	家數	房間數	家數	房間數	家數	房間數
新北市	2	293	5	448	7	741
臺北市	27	8,834	17	2,386	44	11,220
桃園市	4	1,110	4	817	8	1,927
臺中市	5	1,135	3	538	8	1,673
臺南市	5	1,201	1	40	6	1,241
高雄市	10	3,616	1	250	11	3,866
宜蘭縣	3	622	2	201	5	823
新竹縣	1	386	1	384	2	770
苗栗縣	0	0	1	191	1	191
南投縣	3	399	0	0	3	399
嘉義縣	0	0	3	236	3	236
屏東縣	3	851	1	105	4	956
臺東縣	2	459	1	290	3	749
花蓮縣	6	1,519	0	0	6	1,519
澎湖縣	1	331	1	78	2	409
基隆市	0	0	1	141	1	141
新竹市	2	465	0	0	2	465
嘉義市	1	245	1	120	2	365
合計	75	21,466	43	6,225	118	27,691

資料來源：交通部觀光局（2016），

<http://admin.taiwan.net.tw/statistics/month.aspx?no=135>

表 4-4-14 2016 年 2 月止各縣市之觀光旅館及新建及擴建案一覽表

縣市	觀光旅館名稱	房間數	預計完工日	計畫投資金額 (億元)
台北市	國裕大飯店	400	2016/2/29	34.8
	板橋凱撒大飯店	400	2016/2/29	44.8
	桃禧左岸酒店	229	2017/6/30	23.5
	台北文華東方酒店	303	2016/6/30	126
	台北慶成福華大飯店	199	2016/12/31	3
	美福國際觀光旅館	153	2015/12/31	50
	宜華國際觀光旅館	320	2015/2/1	79.7
	台北漢來大飯店	420	2018/12/12	40
新北市	亞昕國際大飯店	165	2016/12/31	9

台中市	霧峰花園大酒店	110	2017/12/31	6
	台中凱悅大飯店	250	2017/12/29	38.3
	台中國聯大飯店	300	2017/2/1	23.1
	風林酒店	80	2017/12/31	4
台南市	台南大員皇冠假日酒店	193	2015/7/1	20
高雄市	鼎鼎大飯店	308	2017/12/29	44
	義大華悅酒店	806	2016/9/30	109
	御盟晶英酒店	196	2017/1/31	14.9
宜蘭縣	喜來登宜蘭渡假酒店	193	2015/12/31	18
	礁溪麒麟大飯店	168	2016/3/1	14
	香格里拉渡假村	146	2016/12/31	13.2
	綠舞莊園觀光飯店	105	2015/1/31	13.8
	悅川酒店	100	2016/12/31	6.25
	礁溪兆品酒店	182	2016/12/31	6.3
	礁溪遠雄悅來大飯店	84	2016/12/31	11.2
	青春度假天堂國際觀光旅館	96	2018/12/31	14.5
桃園市	桃禧航空城酒店	187	2013/12/31	15.5
嘉義縣	棕櫚湖國際觀光旅館	45	2017/12/31	13.8
	崧園陽光酒店	223	2016/6/30	12
屏東縣	御華飯店	242	2016/12/31	9.9
台東縣	日暉池上渡假會館	402	2017/12/31	12
	鹿鳴溫泉酒店	192	2017/12/31	12.8
	森之風知本渡假村	135	2016/6/30	7.07
	綠島大飯店	809	2017/12/31	49.9
花蓮縣	銀山莊渡假會館	218	2017/12/30	10
	瑞穗春天國際觀光酒店	198	2016/12/31	14.9
	花蓮國際大飯店	260	2017/12/29	10.9
	黃家觀光旅館	172	2017/6/30	3.8
澎湖縣	澎湖福朋酒店	311	2015/6/30	26.6
	澎湖群島國際渡假大酒店	206	2017/12/29	13
	大澎湖國際渡假村	269	2017/12/29	13.1
金門縣	浯江大飯店	120	2016/12/31	3.9
	合計	9895		996.5

臺灣旅宿網（2015），

<http://taiwanstay.net.tw/Directory/Prepare>



五、民宿業

國內民宿的家數截至 2016 年 1 月底止，全台民宿總計有 6,581 家，房間數則有 27,339 間；其中，合法民宿業計有 6,153 家，房間數 24,840 間；未合法民宿計有 428 家，房間數 2,499 間，但實際上未合法民宿的數量遠高於觀光局的統計資料；其次，目前民宿業之發展仍以東部地區最為密集，前三名為花蓮縣（第一）、宜蘭縣（第二）、臺東縣（第三）。整體而言，民宿產業集中在觀光資源豐富之縣市，而未合法的民宿目前仍佔了 7.39%，政府在 2015 年度加重取締未合法民宿，尤其是對於一些位於都市計畫區的民宿業者，部分未合法民宿在行銷轉為低調，甚至陸續歇業求售。民宿總家數及總房間數顯示這個於法規上屬於「家庭」副業，但實際上是一個多數的投入者以「專職經營」在投入的一項產業，法令規定與現實發展之間存在著矛盾，有礙國內民宿產業的發展，政府亟須早日尋求解決，以幫助國內旅宿業產品更多元豐富，目前新版的民宿管理辦法預計於 2016 年中公布，對於每家民宿房間數、設置區位、公共安全設施、違反罰則等應將有新的規定。

表 4-4-15 2016 年 1 月底全台民宿家數及房間數

縣市別	合法民宿			未合法民宿			小計		
	家數	房間數	經營人數	家數	房間數	經營人數	家數	房間數	經營人數
新北市	204	711	232	36	191	69	240	902	301
桃園市	26	116	32	24	107	27	50	223	59
臺中市	76	277	79	9	81	9	85	358	88
臺南市	81	327	89	1	10	1	82	337	90
高雄市	58	239	59	2	9	1	60	248	60
宜蘭縣	1165	4590	1324	41	249	44	1206	4839	1368
新竹縣	62	236	66	15	63	14	77	299	80
苗栗縣	235	823	246	2	5	2	237	828	248
彰化縣	27	104	27	5	18	7	32	122	34
南投縣	548	2552	580	94	568	93	642	3120	673
雲林縣	64	281	65	8	17	8	72	298	73
嘉義縣	126	453	137	41	222	41	167	675	178
屏東縣	430	1779	481	81	552	76	511	2331	557
臺東縣	902	3753	1086	21	101	22	923	3854	1108
花蓮縣	1485	5593	1529	12	64	10	1497	5657	1539

澎湖縣	398	1892	432	32	224	30	430	2116	462
基隆市	1	5	1	0	0	0	1	5	1
金門縣	172	754	224	0	0	0	172	754	224
連江縣	93	355	116	4	18	8	97	373	124
總計	6153	24840	6805	428	2499	462	6581	27339	7267

資料來源：交通部觀光局（2016），

<http://admin.taiwan.net.tw/statistics/month.aspx?no=135>

六、溫泉產業

台灣地區北中南東皆有溫泉，而且白磺、青磺、鐵磺、碳酸泉、碳酸氫鈉泉、硫磺鹽泉、泥漿溫泉等，是許多國人在假日選擇休閒度假的常項，成就了台灣八大高檔、平價聚集林立的溫產區產業，近年來也受到來台旅客的青睞，成為增加來台遊客停留天數的休閒產業之一。

表 4-4-16 台灣著名溫泉區

溫泉區名稱	區位	性質
北投溫泉	台北市	白磺、青磺及鐵磺
烏來溫泉	新北市	碳酸氫鈉泉
金山溫泉	新北市	硫磺鹽泉
谷關溫泉	台中市	碳酸泉
東埔溫泉	南投縣	碳酸泉
關子嶺溫泉	台南市	泥漿溫泉(碳酸泉)
四重溪溫泉	屏東縣	碳酸氫鈉泉
知本溫泉	台東縣	碳酸氫鈉泉

資料來源：本研究整理

交通部觀光局為辦理認可溫泉標章，鼓勵業者取得溫泉認證標章，每三個月至六個月辦理一次檢驗，至 2015 年底全台溫泉業者目前通過交通部觀光局認可，並且取得溫泉標章的業者，共計有 343 家，詳見表 4-4-17；各地區取得溫泉標章的家數分別是：北部地區計有 96 家、中部地區計有 44 家、南部地區計有 52 家、東部地區則有 151 家；全國各縣市以宜蘭縣獲得溫泉認證的業者家數最多，總共有 116 家，其次是台北市與新北市，只要由礁溪、北投、烏來等溫泉區服務大台北都會區的溫泉休閒消費人口。



表 4-4-17 交通部觀光局認可溫泉標章業者

地區別	縣市別	溫泉業者家數
北部	台北市	43
	新北市	46
	桃園縣	4
	新竹縣	3
	小計	96
中部	苗栗縣	13
	台中市	14
	南投縣	17
	小計	44
南部	嘉義縣	2
	台南市	35
	高雄市	1
	屏東縣	14
	小計	52
東部	宜蘭縣	116
	花蓮縣	15
	台東縣	20
	小計	151

資料來源：交通部觀光局（2016），
<http://admin.taiwan.net.tw/public/public.aspx?no=272>

七、高鐵運輸業

依據國外的經驗，高鐵站站體內及周邊可配套開發提供大量旅次人數的零售、餐飲等服務業而形成一定規模的商場，但由於台灣地區城鄉差距過大，直至今日 (2016.03)，在台灣高鐵停靠站台北、板橋、桃園、新竹、苗栗、台中、彰化、雲林、嘉義、台南、左營等 11 站體周邊，只有以下三個站的站體內或擴及周邊區域，發展出零售、餐飲等服務業群聚效應，甚至中大型商場的進駐，而其他各站皆僅僅在站體內有為數不多的餐飲及便利商店進駐：

- 台北站：受惠於台鐵、捷運、高鐵三鐵共構，周邊轉運口附近無論地下及地上的各種零售、餐飲業群聚效應強，布滿大大小小的各式商場；

- 桃園站：由於南北各地旅客可搭高鐵至桃園站後接駁到鄰近的桃園國際機場，外加可透過高鐵在約 20 分鐘內將大台北都會人口運送到站，大量的到站旅客吸引了華泰大飯店轉投資的華泰名品城 Outlet Mall 進駐桃園高鐵站旁；
- 左營站：高雄市左營區人口密集，土地稀少，造就高左營站區旁空地吸引了百貨龍頭新光三越及環球購物中心進駐設立連鎖分店。

八、主題樂園

自 2000 年以後，台灣主題樂園產業逐漸朝大型化與多元化方向發展，結合渡假與住宿、商店街、節慶活動及主題活動等之遊樂區域來愈多，例如 2001 年劍湖山世界投資耐斯王子飯店；2002 年花蓮海洋公園結合遠雄渡假飯店；2010 年義大遊樂世界結合飯店與購物中心；2012 年麗寶樂園引進台中福容大飯店，均企圖能將一日遊包裝成「二日遊」產品。遊客人次決定主題樂園經營的好壞，2015 年度台灣前三大業績最好的主題樂園分別是：六福村主題遊樂園、劍湖山世界以及九族文化村，前一、二名的遊客人次均較 2014 年成長，且遊客人次多年來穩定維持於百萬以上；排名第三的九族文化村遊客人次從過去數年起明顯有逐年遞減的趨勢，卻仍取代了 2013 及 2014 連續兩年均排名第三的麗寶樂園，顯見麗寶樂園於 2015 年遊客量下滑幅度之高 (32%)，值得注意；其次，隨著國內主題遊樂園的遊客數穩定成長，以及著眼於逐年增長的來台旅遊人次，全台灣目前有 15 處遊樂業申請新辦或變更籌建，增加投資金額，由此可見臺灣的遊樂事業日益活絡，相關之休閒不動產市場穩定成長中。

台灣主題樂園的性質大多相似，加上消費者喜新厭舊，縮短了遊樂設施與產品的生命週期，而其他休閒產業也會分食遊客，因此主題樂園業者必須能夠發揮創意，做出市場區隔，持續吸引目標客源。長期以來，台灣八大主題遊樂園除了提供遊樂設施外，亦積極透過各種主題活動與優惠措施等靈活的行銷手段來增加遊客人數，因此台灣主題遊樂園來客數一向屬於穩定成長中。但樂觀之中亦暗藏危機，2015



年六月底八仙海岸發生粉塵爆炸造成死傷慘重，突顯出遊憩區的安全問題，因此持續提供旅客能安心享受主題遊樂區內的軟、硬體設備，建立安全的標準及優良的服務品質，將成為未來包含主題樂園在內的所有遊憩區能否永續經營的重要發展指標之一。

表 4-4-18 台灣地區歷年八大主題樂園遊客人數

名稱 \ 年別	2011	2012	2013	2014	2015
六福村主題遊樂園	1,193,885	1,189,250	1,083,798	1,564,754	1,630,245
劍湖山世界	1,284,988	1,154,586	1,130,235	1,121,634	1,123,954
九族文化村	1,559,764	1,343,060	1,021,743	937,480	906,855
麗寶樂園	804,785	734,073	1,081,300	1,098,279	829,838
小人國主題樂園	750,092	706,467	742,970	791,190	777,878
花蓮海洋公園	497,233	488,346	535,166	613,674	577,255
小叮噹科學遊樂園	175,860	233,319	311,026	209,842	238,128
八仙海岸	351,745	335,694	326,713	326,654	

註：2015.06.27 八仙樂園發生粉塵爆炸事故，造成 15 死 484 傷，隨後被主管機關勒令無限期停業，因此 2015 年八仙海岸無遊客人次統計資料。

資料來源：交通部觀光局（2016），

<http://recreation.tbrc.gov.tw/asp1/statistics/year/INIT.ASP>

表 4-4-19 台灣地區興建及籌建中觀光遊樂業

縣市別	案件名稱	申請總面積 (公頃)	投資金額 (億元)
宜蘭縣	綠舞莊園日式主題遊樂園	5.7535	26.59
新北市	達樂花園	22.6592	2.21
桃園縣	桃源仙谷遊樂區	163.7772	12.68
臺中市	東勢林場遊樂區	39.9925	15.59
苗栗縣	香格里拉樂園	29.6948	58.26
南投縣	埔里赤崁頂遊樂區	27.7193	22.79
嘉義縣	石棹旅遊休憩中心	15.5495	29.42
臺南市	統一夢世界園區	152.1632	136.73
高雄市	義大科幻樂園	16.443817	56.2
花蓮縣	怡園渡假村	12.7183	5.69
花蓮縣	林田山休閒渡假園區	28.8491	17.68
臺東縣	寶盛水族生態遊樂區	7.2929	7.78
臺東縣	滿地富遊樂區	10.4200	26.34
臺東縣	杉原棕櫚濱海渡假村	25.7582	17.22
臺東縣	黃金海都蘭灣休閒渡假村	11.3208	21.41

資料來源：交通部觀光局（2016），<http://admin.taiwan.net.tw/public/public.aspx?no=247>

九、觀光工廠

觀光工廠是台灣政府為解決全台眾多中小型製造業因產業鏈外移而衰落不振，協助其向日益蓬勃的觀光休閒市場接軌產業轉型政策下的產物。轉型為觀光工廠的廠商雖仍歸經濟部工業局管轄，實際上經營內容是在原有的生產製造之外，加入對遊客進行製程展示、導覽解說、DIY 教學及產品零售等屬於觀光休閒性質的多元服務及行銷活動，也就是說觀光工廠實為二級產業與三集產業的混合體，而這些觀光工廠在轉型過程中所做的廠區美化建設，也無形中讓原有工業不動產有了增值的空間。

自 2003 年起政策推動以來，由於多數業者在轉型為觀光工廠之後的產品銷售業績明顯成長，企業品牌形象也有所提昇，口耳相傳之下，更加大觀光工廠家數的增長速度，截至 2016 年 2 月底為止，全台地區的觀光工廠家數已達 130 家，比較前一年的同期(116 家)增加了 14 家，幾乎是平均每個月就有一家新的觀光工廠問世，尤其在中小型工廠集中的南部，以台南市共 22 家最多，排名第一。不少觀光工廠已成為學校課外教學的合作對象，更與旅行社異業結盟，爭取國民旅遊市場，例如去年統計赴台南市觀光工廠參觀的人數，已首次突破 100 萬人次，帶來的營收站上 5 億元大關，預計 2016 年觀光工廠總營業額與來客數，可望相較 2015 年度成績倍數成長，預估可達約 10 億元，來客數挑戰 200 萬來客數，各地的觀光工廠已陸續成為國民旅遊的行程選項；換言之，在預期的未來，觀光工廠業者彼此間的競爭力度將隨著家數增加而增強，但整體產業也將成為台灣重要的觀光休閒產業之一，成為國民旅遊及來台旅客行程的主要選項之一。



表 4-4-20 台灣地區之觀光工廠家數及分布 (至 2016.02)

所屬地區	家數
基隆	1
台北及新北	16
桃園	17
新竹	2
苗栗	7
台中	10
彰化	8
雲林	8
嘉義	9
南投	11
台南	22
高雄	4
屏東	4
宜蘭	8
花蓮	2
台東	1
合計	130

資料來源：觀光工廠自在遊 (2016)，
<http://www.taiwanplace21.org/>

十、文化商街與園區

(一) 文化商街

近十年來，在政府與民間共同努力之下，各地的老街、老房子陸續被整理翻修再利用，老街們逐漸變成文創商店、咖啡餐飲聚集地，從而逐漸形成一股逛老街、住老屋，找文創、當文青的文化觀光休閒熱潮，假日人潮尤其明顯。老街周圍的房舍，尤其是透天厝老屋可作店面亦可作民宿，吸引不少商家搶進，帶動許多老街周邊獨棟透天厝老屋的房價大幅上揚。

以府都台南為例，2008 年起由財團法人古都保存再生文教基金會發起的「老屋欣力」活動，將修繕改造私有老房子再利用的精彩案例推廣給民眾認識，引起民眾對改造再利用的老房子產生好奇；老屋改裝成商業辦公室、餐飲店及民宿者居多，也有把老屋改裝成藝廊和髮廊，儼然形成一種懷舊運動，也造就了正興街、國華街、神農街、信

義街等老街文化商圈的形成，每到周休二日及各種節慶連假，來自台南以外各地的遊客如潮，帶動這些文化老街及周邊的房地產大幅起漲，例如 2015 年 12 月台南市中西區透天厝平均 16.3 萬元（資料來自信義房屋資訊系統），相較之下，位於老街上及附近巷弄的老透天的成交價均明顯高出甚多。展望未來，由於老房子在文化意涵上屬於文化財，各地知名老街附近老房子的房價應有所支撐，較不易隨著經濟環境消長而大幅波動。

表 4-4-21 台南市中西區老街周邊透天厝成交行情

成交時間	地址	每坪單價 (萬元)	屋齡 (年)
2015.07	正興街 91-120 號	19.4	52.5
2015.08	正興街 61-90 號	24.3	50.3
2015.03	國華街三段 9 巷 1-30 號 (近正興街)	25.7	44.8
2015.07	神農街 91-120 號	35.2	38.9
2015.08	民權路三段 31-60 號 (近神農街)	35	42.6
2015.11	海安路二段 128 巷 1-49 號 (近神農街)	30.8	50
2015.11	民生路二段 121-150 號 (近正興街)	22.4	26.9
2015.06	信義街 61-90 號	29.4	62.4
2015.10	信義街 108 巷 61-90 號	32.6	83.8

資料來源：信義房屋資料庫 (2016.02)

(二) 文化創意產業園區或文化聚落

台灣的文化創意產業園區（以下簡稱文創園區）的成立約起於 2002 年，從主要由政府資源介入並主導開發及經營管理的官方版文創園區（例如台中文創園區、華山文創園區等）開始，一路被文化團體及民眾批評過度商業化有如連鎖複製，或者交由特定財團開發經營的公器私用，逐漸也發展出因民間文化團體因需求而自行投資、整頓並自給自足經營管理的文化聚落案例，例如台南的十鼓仁糖文創園區、321 巷藝術聚落等。以港邊碼頭倉庫群作為文創基地，發展而成的高雄駁二藝術特區，擁有其他台灣文創園區沒有的海景特色，已發展成為高雄在地居民經常遊逛及外地遊客指定必遊景點，是南台灣最具特色的文創園區。



台灣的文創園區多數是在政府做文創、拼經濟目標下的產物，在政府重視的就業人口、遊客人次、營業額、展覽場次等經濟指標之下，造成官方主導的文創園區其展覽場地租金並非一般藝術家所能負擔，最後往往只有商業展覽有能力負擔場地租金，於是像日本動漫人物展等商業展覽便在華山、松山等官方文創園區一辦再辦；而常駐園區的商家也多為付租能力較強的餐館與坊間常見的文創品牌連鎖。其次，國外常見的藝術家進駐生活的文創園區或聚落，藝術家透過群聚效應而激盪出更多的創意能量並自給自足，培植創意沃土，除了台南的十鼓仁糖文創園區以及現階段被歸類為觀光工廠的陶藝創作教育園區，如水里蛇窯文化園區之外，在台灣並不多見。國外的經驗顯示，文創園區乃為國家發展文化觀光的重要土壤，而現階段台灣的土壤層仍然淺薄，需要重新再檢視發展機制，特別是經營管理機制，以免再次發生原先進駐松山文創園區的德國紅點設計博物館（亞洲唯一）於 2005 年 9 月 6 日決定撤出台灣之案例，除了有失國家臉面，也重創台灣發展文化創意產業的信心。

表 4-4-22 台灣主要的文創園區一覽表

區域	名稱	成立時間	發展定位
台北	華山文化创意產業園區	2005 年	文化创意產業、跨界藝術展現與生活美學風格塑造
	松山文化创意園區（官）	2010 年	台北市的原創基地：培育原創人才 & 原創力
台中	台中文化创意產業園區	2002 年	台灣建築、設計與藝術展演中心
嘉義	嘉義文化创意產業園區	2003 年	傳統藝術創新
台南	台南文化创意產業園區（	2003 年	台灣創意生活產業發展中心
	台南藍晒圖文創園區	2016 年	台南在地微型文創基地，由司法部宿舍群改建
	十鼓仁糖文創園區	2007 年	鼓樂藝術發展，
高雄	高雄駁二藝術特區	2002 年	南部人文藝術發展的基地
花蓮	花蓮文化创意產業園區	2012 年	文化藝術產業與觀光結合之實驗場域

資料來源：文化创意產業推動服務網 (2016)，
<http://cci.culture.tw/cci/cci/index.php>

十一、休閒農場與農業區產業

休閒農業的基本功能是提供一個減壓解勞、養生保健的場地，而休閒農場為休閒農業衍生出來的休閒旅遊型態，臺灣的休閒農場結合臺灣農村文化、生態保育、生活體驗、農業生產及鄉村美食等，提供遊客多樣化的選擇與體驗農村生活等樂趣，是外國遊客體驗台灣在地文化的一大途徑。隨著週休二日、民眾休假時間增長，加上國人生活水準及環保意識的提升，對各種休閒方式的需求日增，台灣休閒農業的發展成為轉型最為成功的產業，對農民所得、繁榮農村社會亦起大幫助。農委會主委陳保基曾表示，休閒農業將成為深度旅遊之台灣新亮點產業。

依行政院農委會許可認證的角度，將其區分為「已取得休閒農場許可證」和「已劃定休閒農業區」兩類。截至 2016 年 2 月止，已取得休閒農場許可登記家數共計 315 家，苗栗縣家數最多 (63 家)，宜蘭縣 (42 家) 與南投縣 (36 家) 分別是第二名及第三名；至於已劃定設立之休閒農業區方面，截至 2014 年 8 月為止共 72 處，其中以南投縣 14 處及宜蘭縣 13 處數量最多，第三名則是苗栗縣的 9 處。

表 4-4-23 已取得休閒農場許可登記家數 (至 2016.02)

縣市	家數	註明
基隆市	6	
台北市	11	
新北市	9	
臺中市	22	其中暫無營業 4 家
臺南市	10	
高雄市	16	
宜蘭縣	42	停業 1 家、暫無營業 1 家
桃園縣	13	
新竹縣	12	
苗栗縣	63	其中暫無營業 2 家
彰化縣	22	
南投縣	36	
雲林縣	9	
嘉義縣	8	查無營業 1 家
屏東縣	29	



臺東縣	5	
花蓮縣	2	
總計	315	

資料來源：休閒農業旅遊網（2016.02），

<http://www.taiwanfarm.org.tw/com/index.php/tw/farmgps/farm-license.html>

表 4-4-24 已許可劃定設立之休閒農業區（截至 2012.07）

縣市	家數
基隆市	1
新北市	1
臺中市	5
臺南市	3
高雄市	3
宜蘭縣	13
新竹縣	5
苗栗縣	9
彰化縣	2
南投縣	14
雲林縣	2
嘉義縣	2
屏東縣	2
臺東縣	6
花蓮縣	4
總計	72

資料來源：休閒農業旅遊網（2012.07），

<http://www.taiwanfarm.org.tw/com/index.php/tw/farmgps/casual-agri-cultural-area.html?start=60>

鑑於歐美度假農場已成為旅遊產業的特色商品，台灣優美的自然環境集濃厚的人情味，有潛力開發長宿休閒 (long stay) 市場，可吸引有錢有閒的退休族，或是只想暫時離家，在國內外找一個寧靜安適有人情味的地方渡假的人們，所以政府可輔導符合條件的休閒農場或農業區經營長宿休閒的度假農莊，或者業者可與優質旅館、民宿業者結盟以提昇農場住宿的品質，這將會是台灣農業未來的一種經營新型態。

十二、國家公園

台灣是東亞北迴歸線上唯一的島嶼，生態觀光資源豐富，隨著世人對旅遊的品質要求愈來愈高，綠色環保與生態觀光市場深具潛力。2002 年至 2014 年台灣各國家公園遊憩據點客人數統計，由表 4-4-26 中分析可知，過去 13 年到過國家公園的遊客總數是 23.7 億人，年平均人數為 1.82 百萬人，其中每年平均遊客數最多的是墾丁國家公園，年平均人數為 5,191,696 人；其次則是太魯閣國家公園，年平均人數為 4,739,732 人；第三名是壽山國家公園，年平均人數為 4,282,482 人，而 2013 年的第三名陽明山國家公園被擠至第四名，年平均人數為 4,188,234 人；若以 2010 年至 2014 年資料分析顯示，墾丁國家公園近年來遊客數大幅成長，每年都有 6 百萬人以上之遊客數，相較於陽明山國家公園和太魯閣國家公園遊客數長期維持在 3、4 百萬人數之間，墾丁國家公園已成為過去 5 年來旅客最愛的國家公園首選，區域內的吃喝玩樂及各式住宿品項眾多，非常方便。

這裡值得一提的是，金門在地理上緊靠中國大陸，自明清期間便已有大批中國先民移居開發，在清末民初許多金門人到東南亞經商成功回到故里紛紛興建具有中西合併的閩南式合院古厝或洋樓，為金門留下了數百棟的洋樓、民式古厝群等文化資產。逢 2000 年試辦到 2008 年全面開放小三通後，為供給逐年成長的大陸遊客（尤其為自由行），金門國家公園管理處經過調查管轄內的民間閩南式古厝、洋樓，編列經費，陸續進行整修改建成離島特色民宿，以公辦民營公開招標委託民間經營，發展並保證觀光的住宿配套及品質，因此，目前金門國家公園的住宿產品在台灣的国家公園當中，在數量與特色上均具競爭力，加上戰地歷史資源，深具觀光發展潛力。



表 4-4-25 台灣各國家公園面積表

單位：公頃

區域	名稱	面積
南部	墾丁國家公園	18,083.50 (陸域)
		15,206.09 (海域)
		33,289.59 (全區)
	玉山國家公園	103,121.40
北部	陽明山國家公園	11,338.00
東部	太魯閣國家公園	92,000.00
中部	雪霸國家公園	76,850.00
離島	金門國家公園	3,528.74
離島	海洋國家公園	389,811.57
南部	台江國家公園	4,905 (陸域)
		34,405 (海域)
		39,310 (全區)
離島	東沙環礁國家公園	168.97 (陸域)
		353,498.98 (海域)
		53,667.95 (全區)
離島	澎湖南方四島國家公園	370.29 (陸域)
		35,473.339 (海域)
		35,843.62 (全區)
南部	壽山國家自然公園	1,122.65

註：1. 平均遊客人數為 2002 年~2014 年平均數

2. 資料來源：內政部營建署 http://np.cpami.gov.tw/chinese/index.php?option=com_content&view=frontpage&Itemid=1&gp=1

信義房屋

表 4-4-26 台灣各國家公園遊憩據點遊客人數統計表 (2014.02.19)

年度	合計	墾丁	玉山	陽明山	太魯閣	雪霸	金門	海洋	合江	壽山
2002	15,115,155	4,564,798	1,335,454	4,317,096	2,906,370	554,484	1,436,953			
2003	14,968,187	3,665,953	1,534,104	4,559,489	3,332,000	787,781	1,088,860			
2004	15,785,561	4,416,243	1,254,867	4,859,703	3,551,037	608,475	1,095,236			
2005	16,364,623	4,075,861	1,349,281	3,915,307	5,598,963	423,146	1,002,065			
2006	18,203,069	4,298,546	1,387,161	4,823,394	6,279,061	456,531	958,376			
2007	15,817,833	3,605,196	1,349,311	4,619,109	4,812,614	473,496	958,107			
2008	1,6528,471	3,770,775	1,707,968	4,180,636	5,370,497	611,126	887,469			
2009	18,239,377	4,489,635	1,428,731	4,205,795	6,501,603	794,766	806,657	12,190		
2010	16,658,391	6,349,733	718,879	3,779,349	3,702,083	829,981	1,020,861	9,526	247,970	
2011	17,304,798	6,163,823	973,821	3,367,445	3,687,050	916,095	1,319,227	9,657	867,680	
2012	19,434,952	6,865,652	1,002,090	3,625,783	4,819,139	826,703	1,479,779	7,325	808,481	
2013	24,489,884	7,063,958	1,121,303	4,087,216	4,776,482	1,343,443	1,389,216	14,294	823,972	3,870,000
2014	28,278,536	8,161,878	1,008,746	4,106,750	6,279,617	1,195,222	1,842,914	15,431	973,013	4,694,965
合計	237,188,810	67,492,051	16,171,716	54,447,045	61,616,516	9,821,249	15,285,720	68,423	372,1125	8,565,965
年平均	18,245,293	5,191,696	1,243,978	4,188,234	4,739,732	755,490	1,175,824	11,403	744,225	4,282,482

資料來源：內政部營建署 (2016) http://np.cpmi.gov.tw/chinese/index.php?year=101&option=com_statistics&view=statistics&Itemid=182



參、台灣休閒不動產未來發展趨勢

綜合上述觀光休閒市場現況分析，本研究彙整提出如下三大觀光及休閒不動產的發展趨勢看法：

一、文化觀光產業方興未艾

根據世界觀光組織 (International Union of World Tourism Organization: UN-WTO) 的估計，2020 年時，國際觀光人次平均每年仍可成長 4%，其中又以文化觀光的發展潛力最被看好。UN-WTO 對文化觀光定義：「一種與文化環境，包含景觀、視覺、表演藝術、特殊地區生活型態、傳統、事件活動，以及其他具創造與文化交流的一種旅遊活動。文化觀光是指人們基於滿足某些文化動機，而實際從事或研究如何參加節慶及祭典、觀賞表演藝術、觀看嘉年華、造訪某些歷史遺跡或紀念景點，或旅行學習自然、觀賞自然地景、參觀民俗藝術，以及朝聖等觀光活動的文化旅遊團」。由於文化觀光產業的業態可能包含：藝術文化、當地文化、生活文化、農場文化，由此可知文化觀光有助於延長旅客停留的時間，發展地方深度旅遊，提高每位旅客的旅遊消費。進入 21 世紀，原本佔有大宗份額的自然風光旅遊產品增長率逐年下滑，而文化觀光則呈現強勁的發展態勢，台灣的觀光休閒市場亦如是，例如 2014 年來台旅客在台期間參加活動的第三名便是參觀古蹟。台灣擁有獨特的歷史背景與文化資產，加以包裝與行銷，便有機會開發出世界上獨一無二的文化觀光市場。

二、體驗行銷為觀光休閒產業增添魅力

台灣大部分觀光休閒產業的投資與場地規模與國外比較均相對狹小，彼此之間的競爭又非常激烈，除了努力於提昇產品及服務品質外，部分業者已開始強調與顧客互動及參與的體驗行銷來吸引國人與外國旅客，創造好口碑。事實上，台灣人情濃厚、創意豐富、生活素質高，發展深度旅遊市場潛力無窮，近幾年台灣的許多觀光工廠所設計遊客體驗行程就深受歡迎，遊客須提前數月預約，才得以參訪（如台中的汽球博物館）；知名餐廳提供外來旅客如「與名廚共事」等短期烹飪課

程，好萊塢知名影星湯姆漢克斯便曾當過知名小籠包連鎖店鼎泰豐的一日學徒；一邊賺現金、一邊賺品牌形象，便是台灣觀光休閒產業界運用體驗行銷，發展深度旅遊的效益。

三、銀髮養生渡假產業即將起飛

正式步入老齡化社會的台灣，醫療服務品質高、溫泉資源豐富、氣候溫和溼潤、自然景觀優美、生活費用適中，加上緊鄰消費力持續成長且同文同種的中國市場，依據國外的經驗，台灣非常適合開發吸引東亞地區結合醫療服務及銀髮養生渡假的產業基地，除了現有業者投入的養生村，預料不久的將來，隨著需求市場的逐漸成熟，區位合適的醫療機構或溫泉旅館，很有機會陸續改裝成銀髮養生渡假之休閒不動產，投入這個台灣未來的休閒明星產業。

表 4-4-27 台灣的銀髮安養及養護機構

名稱	地點	說明
台塑長庚養生文化村	桃園龜山鄉	國內最大銀髮住宅社區：佔地 34 公頃，一半作為綠地、醫院、多功能活動中心、公園等，約可容納 4,000 戶入住
潤福生活新象	新北市淡水	五星級銀髮飯店住宅：容納 300 戶，鎖定年滿 50 歲以上且日常生活能自理的長者
潤福大台北華城	新北市新店	三代同堂銀髮住宅，共有 88 戶出租住宅，強調為頂級的全齡化別墅，無入住年齡限制，提供住家清掃、庭園整理、送餐到府、24 小時護士服務、醫生每週社區駐診
北海福座泰和園	桃園縣龍潭	同時設立安養中心 300 戶及養護中心 180 床），入住需年滿 60 歲，雙人房住戶其配偶需年滿 55 歲。



國寶聖恩休閒養生會館	苗栗西湖渡假村	採年金式繳費、分時旅居住宅規畫：佔地高達 4.7 萬坪，3 期將興建約 780 戶的 15 坪住宅。聖恩休閒養生會館採年金式繳費，50 歲以後可以終生循環居住在各地會館。
松柏園老人養護中心	台中縣大甲鎮	3,000 坪開放庭園式綠色建築，引進日式專業照護技術，採用日本專業教育訓練課程進行職員訓練，並提供 24 小時全天候看護。入園資格為年滿 60 歲以上，未患有法定傳染病者
奇美悠然山莊	台南縣關廟	佔地 7 公頃，約可容納 100 名入住者，
康寧生活會館	於台北市內湖區	結合休閒、醫護之五星級銀髮會館，設有 165 戶 20 坪到 48 坪不等的豪華套房。
雙連安養中心	台北縣三芝鄉	佔地 11,000 坪，提供親切的家事服務，並有專業營養師調配營養均衡的膳食及全年無休的護理照顧，及必要之緊急醫療救助，入住者需年滿 60 歲以上者，未患有法定傳染疾病者。
翠柏新村	台北內湖	入住者主要條件為年滿 60 歲以上，身體健康能自理生活者。

資料來源：本研究整理

信義房屋

參考資料

1. 內政部營建署（2016），台灣國家公園，<http://np.cpami.gov.tw/>
2. 交通部觀光局（2016），<http://admin.taiwan.net.tw/index.aspx>
3. 休閒農業旅遊網（2016），<http://www.taiwanfarm.org.tw/com/index.php/tw/farmgps/farm-license.html>
4. 台灣旅宿網（2016），<http://taiwanstay.net.tw/Directory/Prepare>
5. 台灣觀光發展趨勢與展望，<http://twbusiness.nat.gov.tw/epaperArticle.do?id=265486350>
6. 交通部觀光局新聞稿，2015/12/26、2016/01/03
7. 工商時報，2016/01/11
8. 中時電子報－2016/01/11



信義房屋