



第四章 2012年休閒不動產市場分析

李欣運¹

觀光休閒產業與休閒不動產市場隨著國際持續變動，也反應出未來的發展趨勢與潛力機會。以下分別就觀光休閒市場現況、觀光休閒未來發展、休閒不動產市場現況、休閒不動產未來趨勢等四個面向提出分析與探討。

壹、觀光休閒市場現況

近年的觀光休閒市場的發展焦點為來台旅客總人數持續成長，尤以中國大陸來台旅客的成長幅度最大。此一現象明顯受惠於兩岸情勢穩定及直航啟動，分述如下。

一、來台旅客人數變化

2006年至2012年的來台旅客中如圖4-4-1所示，其中來台觀光人次持續創新高，達到了4,677,330人次，相較於2011年成長28.7%，成長力道驚人。但另一方面，業務目的來台旅客的人次為893,767人次，趨於衰退。

¹ 國立宜蘭大學副教授

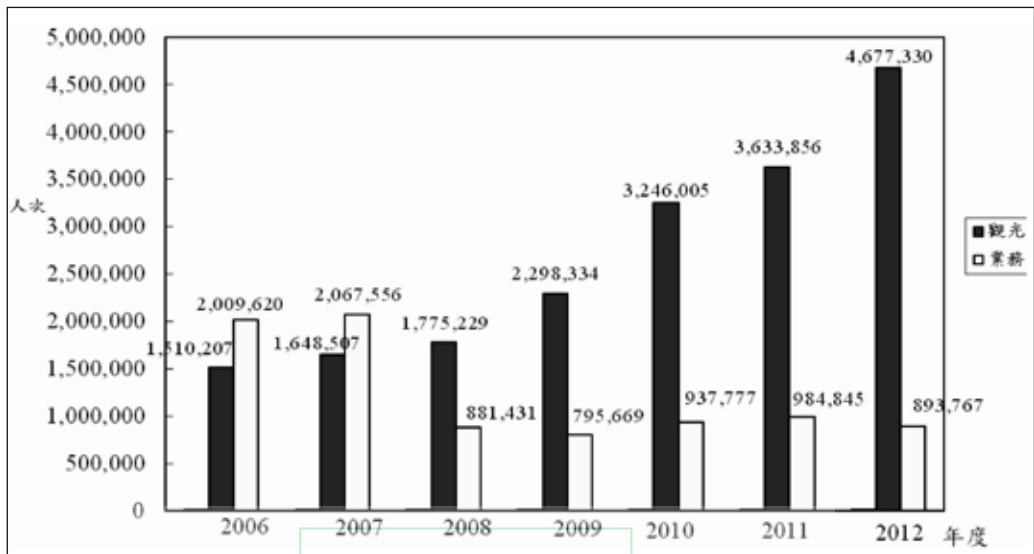


圖4-4-1 2006~2012年來台旅客人次

資料來源：摘自觀光局網站<http://admin.taiwan.net.tw/statistics/year.aspx?no=134>，2013/3/04。

分析來台旅客的國家來源，如圖4-4-2所示，以中國大陸為最多，大幅領先以往佔其大宗的日本旅客及港澳旅客。前十大中的其餘國家來源，主要來自新加坡、馬來西亞、美國、韓國、歐洲及紐澳，都為台灣維持航線營運穩定的重要對象。

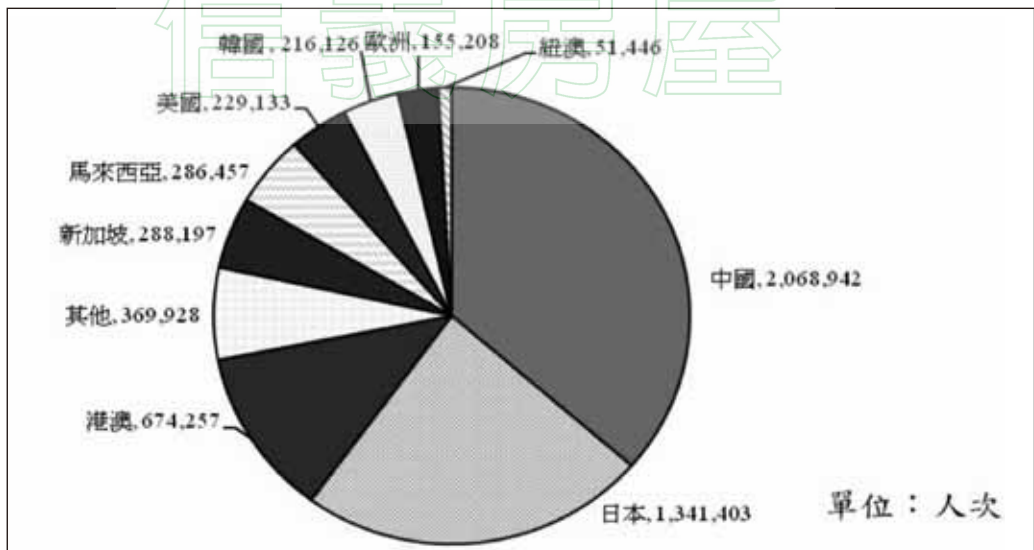


圖4-4-2 2012年來台旅客累計人次



二、兩岸關係與中國大陸來台旅客數

兩岸經濟合作架構協議（ECFA）已進入穩定進展的階段，並逐漸展現成效。經過多次的協商會議，2010年6月29日的第五次「江陳會談」於大陸重慶舉行，終於完成簽署「兩岸經濟合作架構協議」，並於2010年9月12日「兩岸經濟合作架構協議」生效實施。至2011年1月6日，「兩岸經濟合作委員會」（簡稱經合會）成立，開始例會運作，並於2011年2月22日已在台灣桃園舉行了經合會的首次例會。2012年8月8-10日於台北舉行第八次江陳會談，共同簽署了「海峽兩岸投資保障和促進協議」及「海峽兩岸海關合作協議」，為經貿與投資的發展再向前邁進一步。

開放大陸自由客來台也為國內觀光市場帶來成長助益。由於兩岸直航的航線與航點持續擴增，使得中國大陸來台旅客激增。尤其是松山機場與虹橋機場對飛之後，台北上海的一日生活圈形成，帶動了週邊的商業經濟效益與此二城市的不動產發展。如圖4-4-3所示，中國大陸來台旅客自2008年起逐年激增，於2012年的來台觀光人次已達2,019,757人。但在另一方，業務目的來台的旅客人數相對萎縮，兩岸往返的工商務需求將有待政府與民間在未來進一步強化。

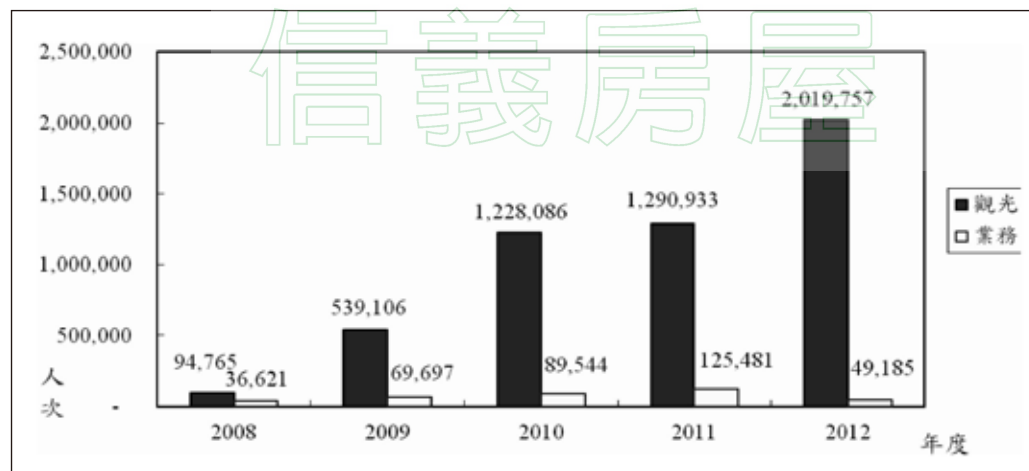


圖4-4-3 2008~2012年中國大陸來台旅客累計人次

資料來源：摘自觀光局網站<http://admin.taiwan.net.tw/statistics/year.aspx?no=134>，2013/3/04。

三、國內客房住宿需求

交通部觀光局曾於2008年評估國內客房需求量，估計有15,100間的需求缺口。自2008年至今，旅館業看好觀光休閒市場，持續投資擴增以試圖搶佔市場大餅，因此需求缺口預估已逐漸填補。因應未來的市場變化，其重點將轉向於房客差異化的市場區隔，而非一味地提供單純的住宿服務，必須致力於符合消費者的個別化需求以及對於更高服務品質的要求。

貳、觀光休閒未來發展

對應於來台觀光旅客人次的持續成長，延伸了未來的觀光休閒市場趨勢發展，包括了旅客向重要景點匯集、溫泉產業與休閒農業的蓬勃發展、購物中心與百貨商圈商戰持續白熱化，並且凸顯週邊產業的服務人力需求量。

一、國內重要景點人次

無論是國內還是國外的觀光旅客，都往重要景點蜂擁而入，在全台形成了數個聚集中心與數條旅遊線。2006~2011年台灣重要景點旅客人次如表4-4-1所示。造訪相對人次最多的重要景點中，除了第一位的夜市是分散於台灣各地之外，「台北101」、「故宮博物院」，都是近年內維持在前三位的熱門景點。另有原在十名之外但漸受關注的景點，包括了於2009年起「日月潭」躍升至第四位，「中正紀念堂」回升至第五位，野柳擠進第六位，「國父紀念堂」位居第七位，「太魯閣.天祥」位居第八位，「西子灣」及「阿里山」擠進前十名。其餘包括了「淡水」、「九份」、「信義計畫區商圈」、「西門町」、「台北東區」、「忠烈祠」、「龍山寺」以及「中台禪寺」，雖非前十大，但仍為人潮密集的熱門景點。這些觀光消費人潮匯集的地區，連帶提升了商業空間的不動產價值。



表4-4-1 2006~2011年台灣重要景點旅客人次 單位：人次/每百人次

年別 景點	2011年 名次 (相對次數)	2010年 名次 (相對次數)	2009年 名次 (相對次數)	2008年 名次 (相對次數)	2007年 名次 (相對次數)	2006年 名次 (相對次數)
夜市	1(74.06)	1 (76.76)	1 (72.77)	1 (67.29)	1 (62.72)	1 (40.96)
台北101	2(58.46)	2 (59.34)	2 (58.23)	2 (50.4)	3 (38.68)	3 (25.23)
故宮博物院	3(52.39)	3 (53.86)	3 (51.57)	3 (39.19)	2 (44.88)	2 (26.53)
日月潭	4(34.71)	4 (36.52)	4 (28.65)	—	—	—
中正紀念堂	5(34.22)	8 (27.61)	5 (25.69)	4 (30.86)	4 (35.34)	4 (20.71)
野柳	6(27.82)	5 (30.37)	10 (19.29)	—	—	—
國父紀念館	7(27.33)	6 (29.40)	6 (21.84)	—	—	—
太魯閣.天祥	8(24.50)	7 (27.99)	9 (19.69)	—	10 (14.17)	10 (7.68)
西子灣	9(22.60)	9 (26.99)	—	—	—	—
阿里山	10(22.87)	—	—	—	—	—
中台禪寺	—	10 (24.77)	—	—	—	—
淡水	—	—	7 (21.72)	6 (26.21)	9 (15.43)	9 (8.56)
九份	—	—	8 (21.33)	8 (21.39)	7 (18.88)	5 (15.81)
信義計畫區商圈	—	—	—	5 (27.81)	—	—
西門町	—	—	—	7 (24.14)	6 (21.98)	8 (10.08)
台北東區	—	—	—	9 (18.03)	—	—
忠烈祠	—	—	—	10 (17.91)	5 (28.52)	7 (10.74)
龍山寺	—	—	—	—	8 (18.66)	6 (11.3)

資料來源：http://admin.taiwan.net.tw/statistics/market.aspx?no=133，2013/3/04。

二、溫泉產業發展

台灣地區的溫泉產業持續發展，消費客層也由國內民眾拓展至國外遊客，並且有年輕化的趨勢。表4-4-2為各縣市的溫泉飯店及溫泉水源分佈情況。台灣的溫泉產業已經提升至國際水準，於東亞享有盛名。不僅與餐飲、健康養生、水療、美體美容等週邊產業串連成為整合型服務體系，更為消費者提供套裝服務行程，因此產值大幅增加。

表4-4-2 台灣溫泉地點及其相關飯店分佈

地區別	縣市別	飯店家數	溫泉數
北部	台北市	87	4
	新北市	94	4
	桃園縣	3	2
	新竹縣	11	2
	小計	195	12
中部	苗栗縣	24	2
	台中市	18	3
	南投縣	52	5
	小計	94	10
南部	台南市	28	3
	嘉義縣	2	1
	高雄市	27	6
	屏東縣	15	3
	小計	72	13
東部	宜蘭縣	39	4
	花蓮縣	22	3
	台東縣	32	8
	小計	93	15
總計		454	50

資料來源：摘自網站<http://www.twem.idv.tw/d5.htm>，2013/3/04。

其中，宜蘭地區的溫泉業發展迅速且泉質泉種稀有，造成烏來與北投的溫泉消費者往宜蘭礁溪遞移的現象。以礁溪地區為例，溫泉旅館主要集中於德陽路、仁愛路以及大忠路、和平路一帶，旅館與大型飯店的浴池多以個人池為主，而大眾池除了作為提供房客泡湯體驗的相關附屬設施之外，另對外開放收費營運。統計資料顯示目前宜蘭縣礁溪鄉住宿設施概況，現有飯店旅館135家，房間數共3597間，計有國際級觀光飯店2家（450房）、一般觀光



飯店（167房）、旅館業98家（2623房）、民宿業34家（167房）、籌備中國國際觀光飯店4家。隨市場變化，許多旅館及浴池加以改裝，增加溫泉使用的多樣性，例如浴池改裝成溫泉水療SPA，更有業者推出溫泉飲食，充分與地方農特產品結合。因此，產業持續鍊結之下，勢必更加帶動地區內不動產市場的蓬勃發展。

三、休閒農業發展

以台灣農業的深厚基礎，休閒農業是台灣觀光發展的競爭優勢之一。圖4-4-4為全台休閒農業區分佈情形，以宜蘭及南投為數最多，其次是苗栗、台東、花蓮。此外，2012年新增的休閒農業區包括了基隆、新北、嘉義各增加了一區，而苗栗與花蓮各減少了一區。綜觀北中南東各區的休閒農場家數，如表4-4-3所示，則以苗栗、宜蘭、南投、彰化為最多。

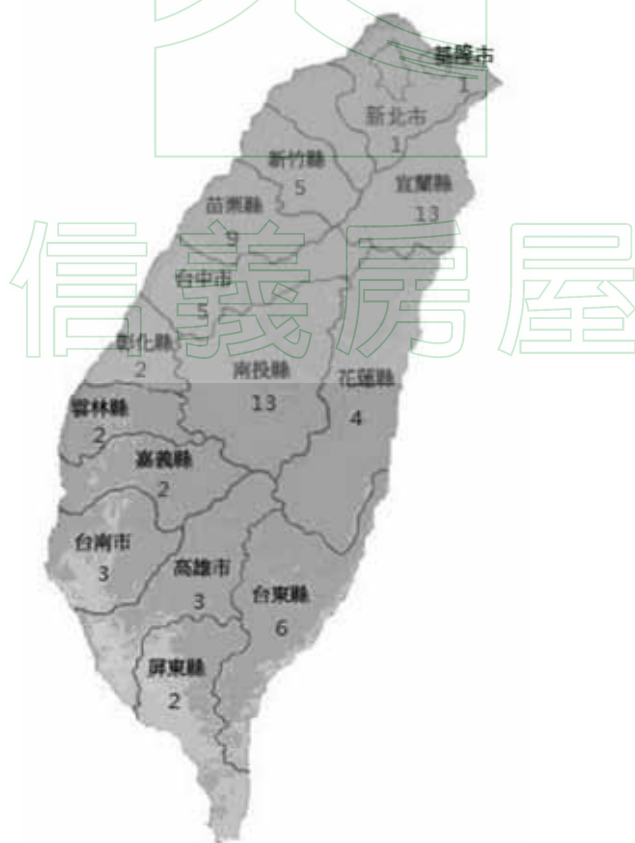


圖4-4-4 休閒農業區分佈圖

表4-4-3 合法休閒農業家數及比例

地區別	縣市	農場數 (取得許登記)	農家數 (准予籌設)	百分比(%)
北區	基隆市	6	3	2.013423
	台北市	10	3	2.908277
	新北市	6	10	3.579418
	桃園縣	8	17	5.592841
	新竹縣	0	2	0.447427
	新竹市	0	2	0.447427
	苗栗縣	55	24	17.67338
	小計	85	61	32.66219
中區	台中市	19	11	6.711409
	南投縣	31	18	10.96197
	彰化縣	20	5	5.592841
	雲林縣	7	6	2.908277
	小計	77	40	26.1745
南區	嘉義縣	8	4	2.684564
	嘉義市	1	0	0.223714
	台南市	8	6	3.131991
	高雄市	9	9	4.026846
	屏東縣	18	21	8.724832
	小計	44	40	18.79195
東區	宜蘭縣	38	26	14.31767
	花蓮縣	3	23	5.816555
	台東縣	4	5	2.013423
	小計	45	54	22.14765
離島	金門縣	0	1	0.223714
	小計	0	1	0.223714
總計		251	196	100.00

資料來源: http://ezgo.coa.gov.tw/event/20060216/?page_c=7&city=G, 2013/3/04。

台灣的休閒農業有別於中國大陸農家樂的營運方式，擁有數項特色。其一，政府與民間積極推展有機農產品，與健康養生潮流吻合，廣受中高年齡消費者歡迎。其二，經由設計巧思，致力於研發特色伴手禮，讓農產品再加工後的附加價值大幅提升。其三，網路行銷通路與社群網站之運用，頗得年



輕族群的喜愛，開發了田野農業體驗活動的新興客層。由於休閒農業區塊幾乎都位處郊區，其所延伸的不動產價值在於渡假休閒機能是否充實。

四、購物中心與百貨公司發展

相對於郊區田野，在各都會區則持續進行購物中心及百貨商圈的紅海競爭態勢。表4-4-4為全台購物中心與百貨商圈的分佈情形，仍大量集中於人口較多的都市。除原有的本土業者、歐美購物中心業者、日系百貨業者之外，近年仍然持續有新設立的購物中心及百貨公司展店加入戰局。在激烈的競爭下，業者各自鎖定利基客層，包括了中國大陸觀光客、日韓觀光客、台灣高消費族群，當然也有業者逆向專推平價商品以攻佔一般大眾市場。購物中心與百貨商圈的競爭白熱化，也連帶使得周圍地帶的房地產市場價格持續推向新高。便利帶來人潮，人潮帶來增值，在商圈區塊是不變的規則與歷程。

表4-4-4 全台購物中心與百貨公司分佈統計

區域	家數
台北	33
桃園	8
新竹	7
台中	11
彰化	3
嘉義	3
台南	6
南投	1
高雄	13
花蓮	1
宜蘭	2
屏東	2
台東	1
澎湖	1

資料來源：本文整理

五、週邊產業服務人力需求

觀光休閒產業市場的蓬勃景象，已經反應至週邊產業服務人力的需求增加。除了數量上的欠缺，對於人力素質的要求也愈來愈高。例如在語言能力

方面，除了英語人才的需求之外，也很需要粵語、日語、韓語的服務人力。如何提升服務人力的素質，將是觀光休閒業者的重要課題之一。

參、休閒不動產市場現況

針對休閒不動產市場的現況，就旅館、民宿、休閒渡假住宅提出探討與分析如下。

一、旅館產業發展

依據觀光局的統計，2012年國際觀光旅館與一般觀光旅館的家數及房間數都呈現增加，使得總房間數自25,333間增至25,717間，增幅為1.5%，如表4-4-5所示。分觀各縣市分佈如表4-4-6所示，仍然以台北市、高雄市等人口較多地區以及出入境地點桃園縣為前三位。值得注意的為台中市與花蓮縣成為第四位及第五位，為近年觀光產業相繼投入的縣市，住宿市場極具發展潛力。

表4-4-5 觀光旅館家數及房間數統計 單位：家、間

項目	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年
國際觀光旅館						
家數	60	63	65	68	70	70
房間數	17,733	18,396	18,876	19,894	20,382	20,339
每家平均房間數	296	292	290.4	292.6	291.2	291.1
一般觀光旅館						
家數	30	31	31	36	36	39
房間數	3,438	3,679	3,750	5,006	4,951	5,378
每家平均房間數	115	119	121	139.1	137.5	138.1
合計						
家數	90	94	96	104	106	109
房間數	21,171	22,075	22,626	24,900	25,333	25,717
每家平均房間數	235	235	236	239.4	239.0	235.9

資料來源：摘自觀光局網站<http://admin.taiwan.net.tw/indexc.asp>，2013/3/11。



表4-4-6 台灣觀光旅館及房間數統計

縣市別	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	1	198	4	274	5	472
台北市	25	8313	14	2040	39	10353
台中市	5	1135	2	538	7	1673
台南市	5	1201	1	40	6	1241
高雄市	10	3604	1	250	11	3854
宜蘭縣	3	622	2	201	5	823
桃園縣	4	1110	4	805	8	1915
新竹縣	1	386	1	389	2	775
苗栗縣	0	0	1	107	1	107
南投縣	3	399	1	54	4	453
嘉義縣	0	0	2	236	2	236
屏東縣	2	672	1	105	3	777
台東縣	2	459	0	0	2	459
花蓮縣	6	1530	0	0	6	1530
澎湖縣	0	0	1	78	1	78
基隆市	0	0	1	141	1	141
新竹市	2	465	0	0	2	465
嘉義市	1	245	0	120	1	365
總計	70	20339	36	5378	106	25717

資料來源：摘自<http://admin.taiwan.net.tw/indexc.asp>，2013/3/11。

表4-4-7與表4-4-8為截至2013年3月止的國內各地區旅館新建及擴建案一覽。從表中亦可顯見，旅館新建與擴建對於北部地區與東部地區之投入最為積極，計畫投資金額也為最高，各案自2012年至2015年將陸續完工開始營運。由於競爭者眾，如何區隔市場與建構核心特色，將是各業者未來面臨的重大挑戰。

表4-4-7 2013年3月止國內各地區旅館新建及擴建案一覽(國際)

觀光旅館名稱	房間數	預計完工日	計畫投資金額
大板根國際觀光飯店	93	2012/8/31	1,035,000,000
八里左岸會館	229	2014/12/20	2,351,000,000
大倉久和大飯店	208	2012/6/30	3,025,074,050
美福國際觀光旅館	153	2015/12/31	5,000,000,000
台北慶城福華大飯店	199	2014/12/31	300,000,000
宜華國際觀光旅館	320	2015/2/1	6,500,000,000
霧峰花園大酒店	110	2016/12/30	600,000,000
台中凱悅大飯店	250	2017/12/29	3,830,000,000
台南大員皇冠假日酒店	193	2015/7/1	2,000,000,000
鼎鼎大飯店	308	2017/12/29	4,400,000,000
香格里拉渡假村	146	2013/8/31	1,316,810,000
青春度假天堂國際觀光旅館	96	2015/3/5	1,447,340,000
礁溪麒麟大飯店	168	2016/3/1	1,400,000,000
宜蘭海洋國際觀光旅館	99	2013/12/31	825,170,000
喜來登宜蘭渡假酒店	193	2015/12/31	1,800,000,000
桃禧航空城酒店	187	2011/12/31	1,550,000,000
溪頭米堤大飯店	245	2011/12/30	850,000,000
棕柵湖國際觀光旅館	45	2016/12/31	1,380,000,000
鹿鳴溫泉酒店	192	2016/12/31	1,278,000,000
日暉池上渡假會館	402	2016/12/31	1,200,000,000
綠島大飯店	809	2016/12/30	4,990,000,000
銀山莊渡假會館	218	2014/12/31	1,000,000,000
兆豐大飯店	146	2015/12/31	1,110,391,200
花蓮國際大飯店	260	2017/12/29	1,090,000,000
澎湖群島國際渡假大酒店	206	2017/12/29	1,300,000,000
澎湖福朋酒店	311	2016/12/30	2,660,000,000
涓京澎湖風櫃國際觀光旅館	490	2017/12/29	3,856,860,000
大澎湖國際渡假村	269	2017/12/29	1,310,000,000

資料來源：摘自<http://t-hotel.tbrc.gov.tw/prepare/List.asp>，2013/03/19。



表4-4-8 2013年3月止國內各地區旅館新建及擴建案一覽(一般)

觀光旅館名稱	房間數	預計完工日	計畫投資金額
福容大飯店 福隆	129	2014/12/31	350,000,000
北海休閒大飯店A區	480	2017/12/29	2,200,000,000
北海休閒大飯店B區	708	2017/12/29	3,900,000,000
台北寒舍國際酒店	235	2013/7/1	383,300,000
老爺榮康大酒店	50	2013/5/31	143,000,000
風林酒店	80	2012/6/1	400,000,000
御盟晶英酒店	196	2017/1/31	1,488,370,000
春秋礁溪渡假酒店	84	2014/8/31	1,120,000,000
崧園陽光酒店	223	2013/2/28	1,200,000,000
御華飯店	242	2013/8/31	990,000,000

資料來源：摘自<http://t-hotel.tbroc.gov.tw/prepare/List.asp>，2013/03/19。

二、民宿經營現況

民宿產業的消費客層，則鎖定國內民眾及少部分來自國外的背包客。表4-4-9為截至2013年3月為止的全台灣民宿家數及房間數一覽。由於近年來政府積極輔導與稽核，許多未合法民宿已經轉向合法民宿。此外，台灣民宿產業多已為專業經營，雖有違政府推廣民宿之原意，但服務品質大幅提升，經營項目亦更為精緻且具特色。因此，民宿產業在都會以外的地區勢必將持續興盛發展，但業者也將面臨如何避免惡性競爭的挑戰與課題。

表4-4-9 民宿家數及房間數

縣市別	合法旅館		未合法旅館		小計	
	家數	房間數	家數	房間數	家數	房間數
新北市	234	9836	44	1285	278	11121
臺北市	356	16213	0	0	356	16213
臺中市	280	13162	38	1060	318	14222
臺南市	205	7134	20	829	225	7963
高雄市	353	15144	38	1292	391	16436
宜蘭縣	187	5615	9	116	196	5731
桃園縣	196	8335	11	409	207	8744

縣市別	合法旅館		未合法旅館		小計	
	家數	房間數	家數	房間數	家數	房間數
新竹縣	36	1249	4	98	40	1347
苗栗縣	70	2070	6	153	76	2223
彰化縣	68	1993	2	44	70	2037
南投縣	107	5207	84	2681	191	7888
雲林縣	69	2082	23	623	92	2705
嘉義縣	61	1976	20	626	81	2602
屏東縣	105	4324	84	2633	189	6957
臺東縣	85	4408	11	367	96	4775
花蓮縣	130	5948	5	123	135	6071
澎湖縣	48	2352	10	237	58	2589
基隆市	30	1223	0	0	30	1223
新竹市	55	3014	7	307	62	3321
嘉義市	49	2120	10	275	59	2395
金門縣	22	1165	0	0	22	1165
連江縣	2	55	12	236	14	291
總計	2748	114625	438	13394	3186	128019

資料來源：<http://admin.taiwan.net.tw/statistics/month.aspx?no=135>，2013/3/04。

三、休閒渡假第二住宅商品

對於高所得的族群而言，除住家以外再購置休閒渡假住宅的意願，於近年來明顯提升。由於在都會區以外的地價相對較低，休閒渡假住宅產品多為庭院式透天別墅，因此對於高所得消費者極具吸引力。由於農地使用法規的開發，許多是以農舍方式申請興建，因此於政府統計調查中並未能具體反應其供給量。亦有買家係先行購買農地，再委託設計師設計與建造。但根據市場上的交易熱度與產品推陳出新的速度，足見其為休閒不動產市場的重要性。

此類不動產商品係以滿足個別消費者的特別需求為主，因此轉賣機會與流通性相對較低，為消費者選購時應特別注意之關鍵。消費者應考慮自己的實際需要以及居住使用強度，而不能一味地著眼於誘人的精美外觀與價格。



肆、休閒不動產未來趨勢

綜觀台灣的休閒不動產市場，或有數項未來可能趨勢，提出探討如下：

一、高收入族群的市場競爭

近年來，台灣的貧富差距日漸懸殊。從政府的五等分位家庭可支配所得調查結果可見。如圖4-4-5所示，最高組與最低組的差距倍數都持續高達在6倍以上。

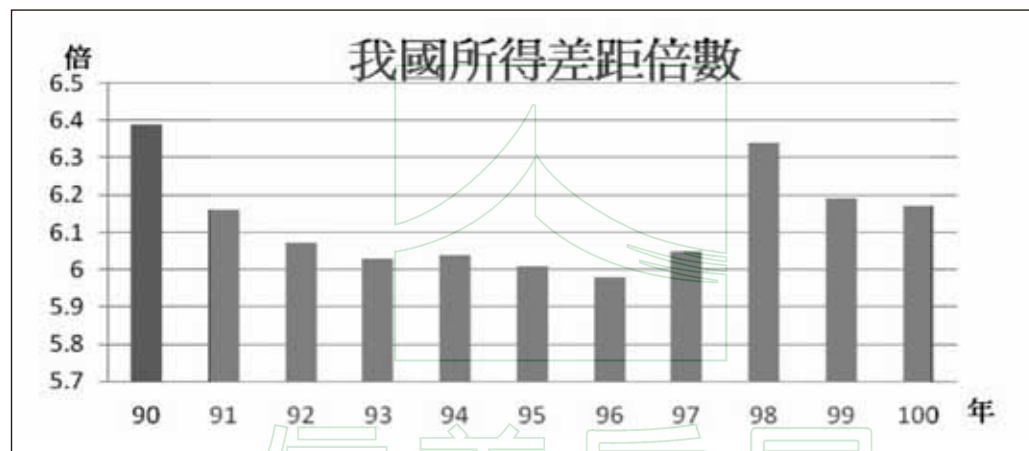


圖4-4-5家庭可支配所得之五等分位最高與最低差距倍數

資料來源：行政院主計處<http://www.dgbas.gov.tw>，2013/3/04。

高收入族群的具體成形，將顯現日益驚人的金字塔頂層消費能力。雖然政府以課徵奢侈稅等方式用以抑制高金額消費市場，但尚未澆熄市場的火紅熱度。因此，休閒不動產市場的業者早已將其視為兵家必爭之地，紛紛推出迎合需求之商品與服務。大型飯店旅館業者在住房與餐飲等方面皆有頂級品項推出。此外，除了大型飯店的客層鎖定策略之外，民宿業者也將陸續推出高價位的客房住宿，提供管家、廚師即時料理等精緻服務。一泊二食的民宿客房在市場上已推出單價上萬元的頂級品項。休閒渡假住宅亦將有更高單價的產品推出，以搶攻此族群的市場。

二、重視服務內容的設計與品質

在高單價產品推出的同時，消費者也更加注重品質與服務的水準。如此的市場回應將驅使休閒度假的品質走向更精緻化。許多業者早已將飯店式管理列為休閒不動產的基本配備。此外，更多的高附加價值的服務內容將成為購買時的評比要項，例如是否提供溫泉SPA、水療養生服務等。

面對消費者愈來愈高的要求，休閒不動產的開發商必須在維繫品質與品牌的前提下，進一步致力於成本精省與服務人力瘦身，方能維持在市場上的競爭力。

三、主題遊憩區帶動週邊不動產

主題遊憩區與主題樂園產業在台灣已經發展成熟。經過市場多年競爭後，現有業者皆為體質良好的企業，並且針對多變的消費者口味，持續拓展新的遊憩項目與週邊事業群。表4-4-10為觀光局所彙整的私立八大主題樂園2008年至2012年歷年遊客人數。可以顯見金融海嘯對其市場衝擊很大，2009年的遊客人數普遍來到谷底。2012年再度遭逢經濟景氣衰退，遊客人數也明顯減少。此外，更有其他遊樂事業新設或是既有事業體擴建等專案進行中。如表4-4-11所示，其大多仍然分佈於風景名勝匯集的縣市，尤其是花蓮及台東更為相繼投入的區域。如此產業的持續投資開發，亦將帶動週邊地區的休閒不動產市場更加活絡。

表4-4-10 歷年八大主題樂園遊客人數

單位：人數

地點 年別	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年
劍湖山世界	1,237,413	1,133,176	1,272,558	1,284,988	1,154,586
六福村主題遊樂園	947,217	1,225,235	1,136,533	1,193,885	1,189,250
月眉育樂世界	782,544	705,268	827,337	804,785	734,073
八仙海岸	319,739	369,590	403,966	351,745	335,694
九族文化村	804,609	768,610	2,017,316	1,559,764	1,343,060
小叮嚀科學遊樂園	135,028	163,181	166,146	175,860	233,319
小人國主題樂園	727,689	983,042	933,352	750,092	706,467
花蓮海洋公園	622,352	515,754	529,580	497,233	488,346

資料來源：http://admin.taiwan.net.tw/indexc.asp，2013/3/11。



表4-4-11 國內籌建中遊樂事業一覽

縣市別	案件名稱	申請總面積(公頃)	投資金額(億元)
宜蘭縣	宜蘭海洋生態科技遊樂館	5.7361	22.6700
南投縣	埔里赤崁頂遊樂區	27.623	9.2361
台南縣	統一夢世界園區	152.1632	136.7300
花蓮縣	怡園渡假村	12.7183	5.6900
花蓮縣	光隆遊樂區	9.9492	10.3548
台東縣	寶盛水族生態遊樂區	7.292959	7.7781
台東縣	布雅馬極限遊樂園區	10.8614	15.2600

資料來源：<http://admin.taiwan.net.tw/indexc.asp>，2013/3/11。

四、民宿與渡假別墅的多重消費選擇

由於休閒渡假住宅單價攀高，其主要客層集中於高收入族群。一般中等收入的消費者，在購置主要居住房屋之後大都並無餘力增購渡假別墅。然而，普遍大眾仍然嚮往鄉間渡假的休閒體驗。隨之應運而生的即為渡假農舍日益盛行。經由特別風格的設計，渡假農舍的品質與渡假別墅相當，而且消費者僅需支付每日住房費用。消費者亦可在每次不同旅程中選擇不同的渡假農舍民宿進行體驗，更勝於自購別墅的一成不變。因此，入住民宿農舍與購置渡假別墅之間，產生了相互替代性，並且以消費能力為其市場的主要區隔依據。未來可見其兩項休閒不動產商品，將在市場的雙軌上並行發展。

伍、結語

自金融海嘯後，觀光休閒市場逐漸恢復生機。展望未來數年，其市場規模將持續發展。然而在另一方面，2012年美國財政懸崖事件，反映了全球各大經濟體共同面臨的財政惡化問題。如此金融體系衝擊，有別於2008年金融海嘯的短時間內湧上波濤巨浪，而是以資金緊縮的過程對各產業造成緩慢而長期的影響。國內的休閒不動產市場亦不能自外於其他產業，勢必在面臨更嚴峻的挑戰。經由市場的競爭與自我調適，經營者必須更致力於健全體質與休閒產品的創新，逐漸達成永續經營所需的各項條件與能力，使我國的休閒

不動產業在全球化趨勢之下能更具競爭力。

此外，中國大陸來台旅客所帶來的效益，對於週邊產業及地區的滲透範圍將更廣且更深。因此，休閒不動產業者應依據自我核心競爭力之所在，選擇適當切入角度，搶佔市場上一席之地。

參考資料

中華民國統計資訊網，網站：<http://www.stat.gov.tw/lp.asp?CtNode=3491&CtUnit=1077&BaseDSD=7&mp=4>，2012/2/29。

台灣溫泉探勘服務網，網站：<http://www.twem.idv.tw/>，2012/2/29。

行政院ECFA網站<http://www.ecfa.org.tw/index.aspx>

行政院交通部民航局網站<http://www.caa.gov.tw/big5/content/index.asp?sno=554>

行政院交通部觀光局，2011，「觀光年報」，網站：<http://admin.taiwan.net.tw/indexc.asp>，2012/2/29。

行政院農委會，農村旅遊資訊網，網站：<http://agregion.coa.gov.tw/web/guest>，2012/2/29。



信義房屋