

## 第三章 零售不動產市場分析

黃名義\*

### 壹、整體零售業市場分析

回顧2017年，我國民間消費支出年增率收斂至1.88%，受政府補貼政策減少，部分耐久財的汰換已於前二年提前反映完成，使得消費市場氣氛低迷，消費者觀望心態濃厚，加上暖冬效應與網購分食等因素影響，整體消費者買氣呈現緩慢上升；在批發零售業的整體表現方面，營業額年增率的表現相較於2016年是小幅成長，整體零售業動能的表現相當有限。

在零售業市場方面，依經濟部統計處2018年調查統計顯示，2008年至2017年零售業營業額由谷底逐年持續攀升上揚；從2008年321,950億元的營業額，到了2017年達到414,510億元的營業額，年增率從2008年的-1.17%，之後一路呈現正向遞增，到了2010年~2011年，連續兩年營業額年增率都達到6.3%以上之成長，營業額也來到了369,390億元；但自2012年以後，零售業營業額年增率又開始逐年下滑，到了2015年又再跌落谷底，呈現0.32%的微幅營業額年增率成長，而後隨著2016年的景氣緩步復甦，營業額年增率又再上升至1.9%，到了2017年，則是延續成長的動能，只是成長的速度又再度趨於和緩，營業額年增率下滑至1.18%；整體而言，2017年零售業營業額和年增率雙雙呈現緩步增加，較2016年的表現略為收斂。

\* 國立屏東大學不動產經營學系副教授兼系所主任，email：mingyi@mail.nptu.edu.tw

表4-3-1 零售業近10年營業額及年增率變動

(單位：十億元；%)

年度	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
營業額	32195	32681	34745	36939	37832	38574	40074	40203	40968	41451
年增率	-1.17	1.51	6.31	6.32	2.41	1.96	3.89	0.32	1.90	1.18

資料來源：經濟部統計處

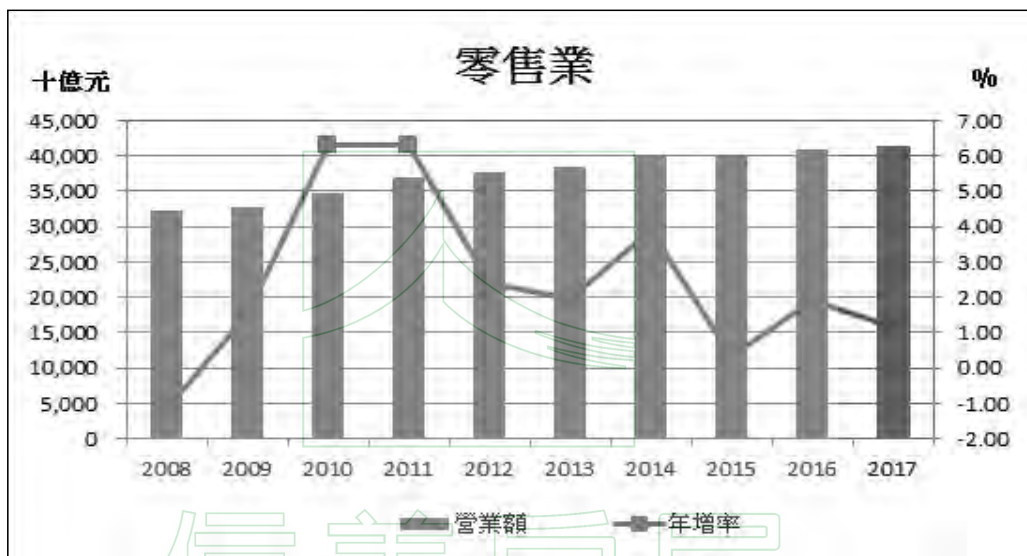


圖4-3-1 零售業近10年營業額及年增率之變動

在綜合零售業方面<sup>1</sup>，依經濟部統計處2018年年調查顯示，2017年綜合零售業營業額為1兆2,295億元，較上年比較增加了2.06%，顯示綜合零售業業績呈微量增加，且增加的力道相較於2016年，成長的比例則是下降了0.49%；在五種綜合零售業中，2017年的營業額仍是以百貨公司掄冠，達到3,346億元，占綜合商品零售業比重的27.22%；其次為連鎖式便利商店的3,173億元，占綜合商品零售業比重的25.81%；第三名至第五名是超級市場2,096億元（17.05%）、零售式量販店1,971億元（16.03%）和其他綜合商品零售業1,709億元（13.90%）；整體而言，超級市場、連鎖式便利商店和

<sup>1</sup> 經濟部統計處定義之綜合商品零售業包括：百貨公司(含購物中心)、超級市場、連鎖式便利商店、零售式量販店和其他零售業。

零售式量販店的比重上升，而百貨公司和其他綜合商品零售業的比重則是下滑；2017年營業額年增率則是以超級市場增加6.24%居冠，第二名是零售式量販業的3.05%，第三名是連鎖式便利商店的2.75%，顯示超級市場仍是零售業中成長力道最大的行業，零售式量販業則是超過連鎖式便利商店，而百貨公司則是大幅萎縮。

表4-3-2 歷年各零售業營業額分析

(單位：千元)

	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
2008年	835,016,138	224,783,846	121,306,315	211,994,223	145,220,861	131,710,893
2009年	853,228,184	231,924,366	126,830,568	212,065,701	147,773,134	134,634,415
2010年	913,041,846	251,112,824	133,577,164	230,456,451	156,366,307	141,529,100
2011年	973,501,622	270,185,778	143,397,672	245,984,981	166,539,484	147,393,707
2012年	1,022,723,882	279,985,767	151,885,305	267,700,369	170,742,634	152,409,807
2013年	1,052,399,313	288,635,769	158,748,155	276,056,192	171,556,666	157,402,531
2014年	1,106,506,429	306,135,905	167,218,220	289,169,590	175,824,493	168,158,221
2015年	1,150,969,874	318,902,126	180,404,296	294,991,479	182,993,313	173,678,660
2016年	1,204,677,237	333,148,772	197,266,153	308,806,578	191,323,313	174,132,421
2017年	1,229,508,934	334,626,496	209,570,977	317,311,987	197,149,385	170,850,089

資料來源：經濟部統計處

表4-3-3 各零售業營業額年增率

(單位：%)

	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
2008年	2.24	-0.17	9.33	1.12	5.85	-1.54
2009年	2.18	3.18	4.55	0.03	1.76	2.22
2010年	7.01	8.27	5.32	8.67	5.82	5.12
2011年	6.62	7.60	7.35	6.74	6.51	4.14
2012年	5.06	3.63	5.92	8.83	2.52	3.40
2013年	2.90	3.09	4.52	3.12	0.48	3.28
2014年	5.14	6.06	5.34	4.75	2.49	6.83
2015年	4.02	4.17	7.89	2.01	4.08	3.28
2016年	4.67	4.47	9.35	4.68	4.55	0.26
2017年	2.06	0.44	6.24	2.75	3.05	-1.88

資料來源：經濟部統計資料處

表4-3-4 近十年各零售業占綜合商品零售業比重

(單位：千元)

	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
2008年	26.92	14.53	25.39	17.39	15.77
2009年	27.18	14.86	24.85	17.32	15.78
2010年	27.50	14.63	25.24	17.13	15.50
2011年	27.75	14.73	25.27	17.11	15.14
2012年	27.38	14.85	26.18	16.69	14.90
2013年	27.43	15.08	26.23	16.30	14.96
2014年	27.67	15.11	26.13	15.89	15.20
2015年	27.71	15.67	25.63	15.90	15.09
2016年	27.65	16.38	25.63	15.88	14.45
2017年	27.22	17.05	25.81	16.03	13.90

資料來源：經濟部統計資料處

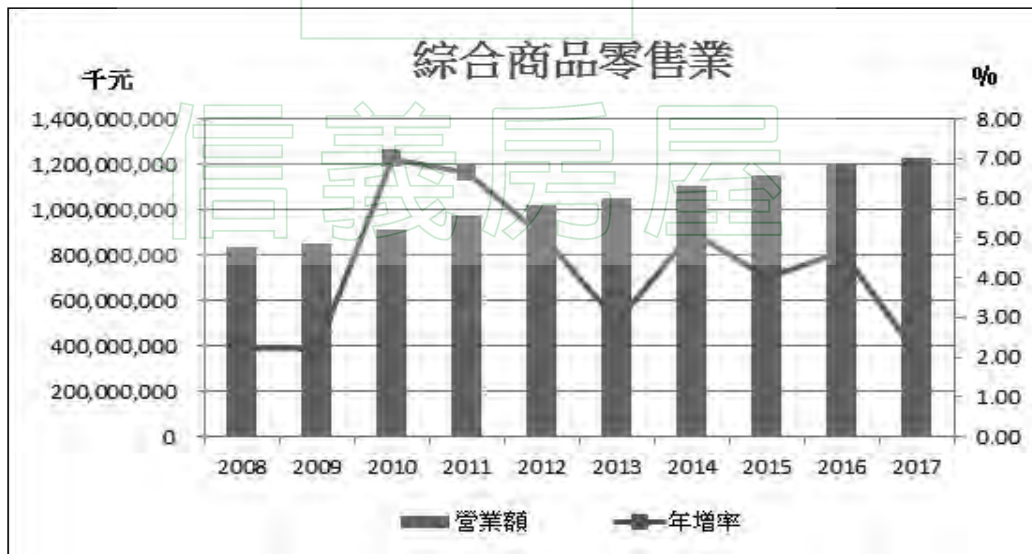


圖4-3-2 綜合商品零售業近十年營業額及年增率變動

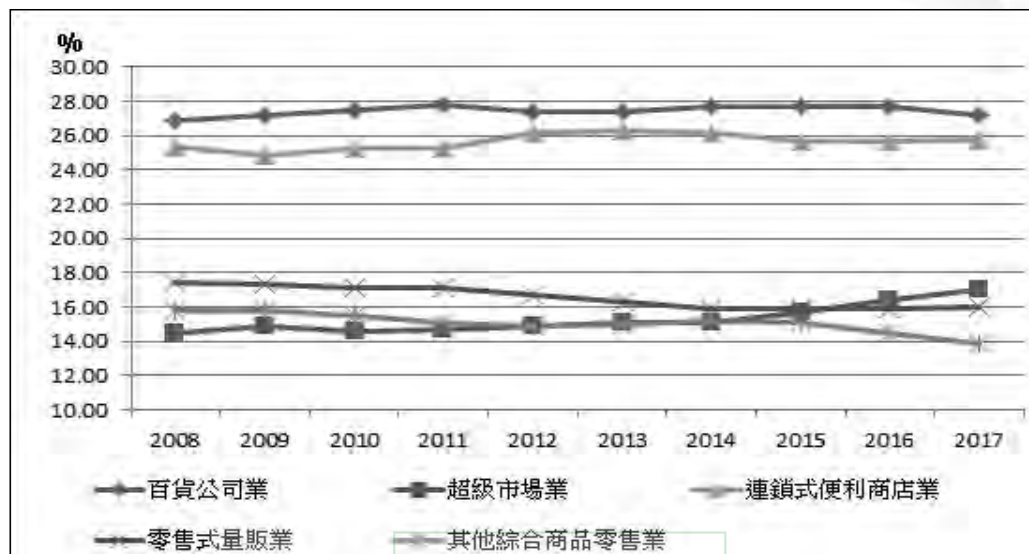


圖4-3-3 近十年各零售業占綜合商品零售業比重

其次，由歷年各零售業營業額分析顯示，自2008年起至2017年，綜合商品零售業營業額逐年遞增，顯示零售業市場呈現正向擴張成長之態勢；若進一步依各種零售業分析，又以百貨公司之營業額最高，其次為連鎖式便利商店，第三名為超級市場。再者，從各零售業營業額歷年年增率進行分析，綜合商品零售業營業額年增率，最近一年只有2%之年增率，相較前一年下滑一倍，顯示市場成長力道驟降；在各種零售業中，除了超級市場的年增率仍有5%以上的成長外，其餘各業成長幅度都在2~3%，自2015年起，超級市場之營業額首次超過零售式量販店與其他綜合商品零售業，而百貨公司的成長近乎停滯，僅有0.44%，其他綜合商品零售業更是-1.88%的負成長；其中連鎖式便利商店和零售式量販店幾乎已呈現飽和之勢，超級市場因為全聯福利中心和美廉社的大舉展店<sup>2</sup>，以及零售式量販店業者轉攻超級市場業，成長較為明顯，但也趨於下滑；百貨公司業則是下滑幅度最大，且有廠商歇業，由於全台零售業的家數近乎飽和，各業服務範圍的重疊性過高，市場瓜分效應將愈趨明顯，規模經濟與不斷的創新商品服務與體驗將吸引消費者的青睞。

<sup>2</sup> 本研究將美廉社歸類於超市業，若干研究則歸類於便利商店業。

## 貳、百貨公司市場分析

依據經濟部統計處2018年調查顯示，自2008年至2017年十年之間，百貨公司(含購物中心)占綜合商品零售業營業額比重約27.22%，位居綜合商品零售業(包括百貨公司、超級市場、便利商店、量販店、其他商品零售業)各細項產業之首，惟近三年的比重逐漸下滑，成長停滯。近十年市場態勢分析顯示，自民國2008年遭逢金融風暴衝擊，加上油價、通膨等問題影響，使得民間消費力大幅緊縮，百貨業者面臨買氣萎縮的情勢，百貨公司營業額的年增率急速下降至-0.17%，呈現負成長，占綜合商品零售業營業額的比重也下滑至26.92%；2009年上半年，受到不景氣的持續影響，使得買氣低迷，直到2009年下半年，隨著國內經濟景氣衰退幅度趨緩，年增率才開始由2008年的負成長(-0.17%)，轉變成2009年的正成長(3.18%)，且占綜合商品零售業比重的27.18%。到了2010年，年增率更是持續上揚，達到8.27%，2011年則略為下滑至7.60%。

524



圖4-3-4 百貨公司近10年營業額及年增率變動

2012年在景氣持續不佳的情況下，百貨類全年營業額為2,799.86億元，年增率更萎縮至僅剩3.63%，占綜合商品零售業營業額比重則維持在27.38%。2013年由於國內經濟成長趨勢仍緩慢，加上民眾對經濟前景存有疑慮，以及薪資水準短期恐難調薪，使得消費成長力道受到削弱，而網路購

物風潮盛行，也連帶影響百貨公司之業績，年增率更進一步下滑至3.09%；2014年各家百貨公司為求突破經營困境，紛紛提前促銷檔期，並著手進行展場之改裝，逐步引進特色餐飲與娛樂活動體驗，因而將年增率又拉回6.06%，占綜合商品零售業營業額比重則又來到27.67%。2015年景氣略微回升，但受到國際主要貨幣疲軟，使得出國旅遊人次增加，復影響百貨公司之業績，年增率則是略微下滑至4.17%；2016年景氣雖持續溫和成長，但受到新設購物中心與暢貨中心之夾殺，使得百貨公司的經營更為不易，而陸客觀光人數的銳減，也形成另一股壓力，全年年增率維持在4.17%，占綜合商品零售業營業額比重的27.65%。2017年因著國內景氣環境不佳與消費氛圍保守，使得買氣低迷，特別是高端的消費明顯萎縮，顧客購物與提袋率低，雖然百貨公司在餐飲與娛樂上的比重不斷增加，但仍難以彌補商品銷售之缺口，全年年增率下滑至僅剩0.44%，占綜合商品零售業營業額比重的27.22%。

若進一步依百貨公司營業額和市占率分析顯示，國內目前最大的三家百貨公司依序為新光三越、遠東百貨和太平洋SOGO，2016年的營業額分別為747億元、440億元和427億元，相較於2015年，營業額都呈現衰退；市場占有率依序分別占了22.41%、13.20%和12.81%，同樣也是較前一年明顯衰退；若從近五年營業額及市場占有率來看，新光三越百貨公司和太平洋SOGO的營業額是呈現先增加後衰減的情況，遠東百貨則是一路下滑。

表4-3-5 國內前三大百貨公司營收淨額與市場占有率

(單位：百萬元；%)

	營收淨額					
	2011	2012	2013	2014	2015	2016
新光三越	77,295	72,742	71,880	72,319	75,524	74,667
遠東百貨	27,641	39,128	46,754	45,929	44,998	43,961
太平洋SOGO	40,400	41,157	40,743	41,858	43,281	42,666
	市占率					
	2011	2012	2013	2014	2015	2016
新光三越	28.61	25.98	24.90	23.62	23.68	22.41
遠東百貨	10.23	13.97	16.20	15.00	14.11	13.20
太平洋SOGO	14.95	14.70	14.12	13.67	13.57	12.81

資料來源：中華徵信所企業資料庫

2018

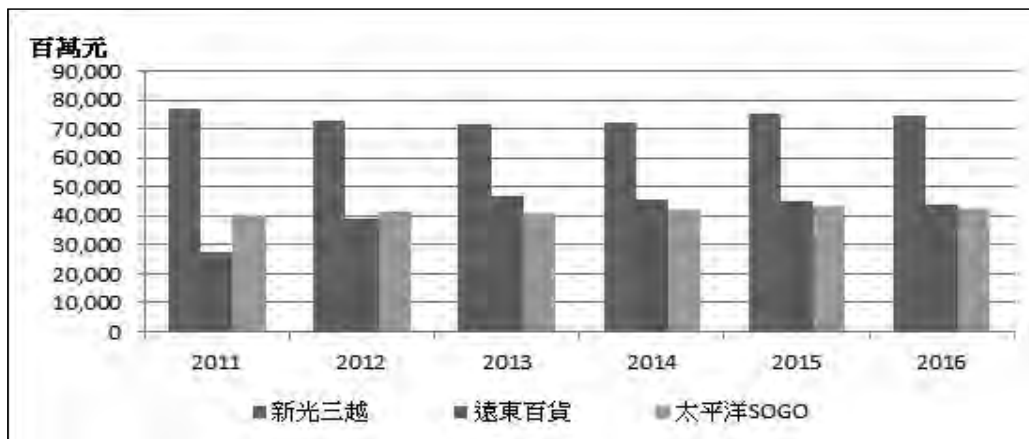


圖4-3-5 國內前三大百貨公司營業額

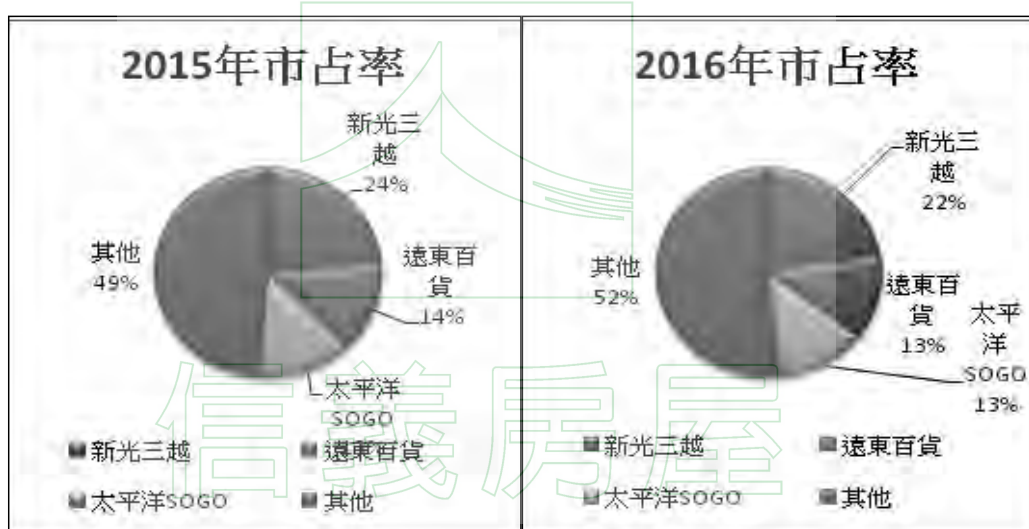


圖4-3-6 國內前三大百貨公司市場占有率

其次，在百貨公司總店數分析方面，目前以新光三越總店數13家最多，次之則是遠東百貨總店數11家，以及太平洋SOGO總店數7家。2017年市場上並無新出現的百貨公司；但各有一併購案、歇業和終止租約案，新光三越於2017年12月底接手經營高雄草衙道購物中心，新光三越新竹店則於2018年3月歇業，臺北南西店2館也將於同年5月租約到期後不再續租；整體而言，近幾年百貨公司的營運日益艱困，面對近年來不斷開幕的outlet購物中心，百貨公司定期的樓面改裝，以迎合消費者求新求變之口味；其次複合性綜合商場經營成為趨勢，將購物消費結合餐飲，再加上娛樂（影城、遊樂設施、虛擬實境體驗），未來若能同飯店業結合，將能拉長消費者駐足的時間；再



者，交通的便捷性將有助於百貨公司的可及性，靠近捷運、台鐵、高鐵等場站之百貨公司開發案，將能提供更便利性的消費；展望未來，即便在如此險峻的環境中，近期規劃中的百貨公司仍有近二十家，在市場飽和、市占率下滑之下，同業的競爭、適者生存，新形態、靈活度高、彈性大與多樣性的百貨公司將取代傳統制式的樓面經營，實體與虛擬的結合，提供更多的客製化服務，引入話題品牌與創造新的契機，將是百貨公司業的發展方向。

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	比漾廣場	1	ATT	2
遠東百貨	11	大葉高島屋	1	瀚星百貨	1
太平洋SOGO	7	廣三SOGO	1	欣欣大眾	1
大統集團	4	漢神百貨	2	大都會廣場	1
太平洋百貨	2	中友百貨	1	禮客時尚館	3
統領百貨	1	明耀百貨	1	FOCUS時尚	1
統一時代百貨	2	德安台南	1		
林百貨	1	麗寶百貨	1		

資料來源：本研究整理

## 參、購物中心市場分析

截至2017年，全台各地購物中心總家數計有50家，其中以北部地區31家最多，占了全台62%，中部地區有8家和南部地區有9家，分別占了16%與18%，東部地區僅有1家，占了2.0%，離島地區也有1家，同樣占了2%；展望未來將開幕的購物中心預計有8家，分別是北部地區的南山樹喜廣場（新北市）、大魯閣滿雅廣場（新竹市）、竹北Sky City遠東新世紀購物中心（新北縣）；中部地區的MITSUI OUTLET PARK 台中港（台中市）、文心廣場購物中心（台中市）；南部地區的義享天地（高雄市）；以及東部地區的花蓮潔西艾美酒店複合式購物中心（花蓮縣）、台開花蓮新天堂樂園（花蓮縣）。

表4-3-7 全台各地購物中心所占比率

	北部地區	中部地區	南部地區	東部地區	離島地區	合計
全台購物中心數量	31	8	9	1	1	50
全台購物中心比例	62.0%	16.0%	18.0%	2.0%	2.0%	100.0%
預計開幕之購物中心	1	2	1	-	-	4

資料來源：本資料整理

表4-3-8 全台現有購物中心基本描述

	所在縣市	分佈區位	購物中心	開幕日期	商場面積
北部地區	臺北市	大安區	遠企購物中心	1994.04.20	20,495m <sup>2</sup>
	桃園縣	蘆竹鄉	台茂南崁 家庭娛樂購物中心	1999.07.04	95,000 m <sup>2</sup>
	桃園縣	中壢市	大江國際購物中心	2001.03.29	76,033 m <sup>2</sup>
	臺北市	松山區	微風廣場	2001.10.26	75,900 m <sup>2</sup>
	臺北市	松山區	京華城	2001.11.23	42,000 m <sup>2</sup>
	臺北市	信義區	臺北101	2003.11.14	76,033 m <sup>2</sup>
	新北市	中和區	威力購物廣場	2003.12.04	71,395 m <sup>2</sup>
	臺北市	中山區	美麗華百樂園	2004.11.19	125,400 m <sup>2</sup>
	臺北市	大安區	微風忠孝館	2005.06.10	-
	新北市	中和區	環球購物中心(中和店)	2005.12.10	79,200 m <sup>2</sup>
	臺北市	大同區	微風臺北車站	2007.10.26	11,636 m <sup>2</sup>
	臺北市	信義區	寶麗廣場Bellavita	2009.09.21	163,944 m <sup>2</sup>
	臺北市	大同區	京站時尚廣場	2009.12.11	66,116 m <sup>2</sup>
	新北市	板橋區	環球購物中心(板橋店)	2010.04.12	19,834 m <sup>2</sup>
	桃園縣	蘆竹鄉	特力家居購物中心	2011.07.29	56,198 m <sup>2</sup>
	臺北市	信義區	ATT 4 FUN	2011.08.29	42,975 m <sup>2</sup>
	新北市	板橋區	板橋大遠百購物中心	2011.12.29	131,729 m <sup>2</sup>
	新竹縣	新竹市	遠東巨城購物中心	2012.04.28	264,462 m <sup>2</sup>
	臺北市	松山區	微風南京	2013.09.01	18,810 m <sup>2</sup>
	臺北市	信義區	微風松高	2014.10.24	12,540 m <sup>2</sup>
	臺北市	南港區	潤泰新南港citylink	2014.12.19	52,800 m <sup>2</sup>
	新北市	汐止區	遠雄U-TOWN購物中心	2015.05.08	99,000 m <sup>2</sup>
	新北市	林口區	昕境廣場	2015.07.18	71,395 m <sup>2</sup>
	臺北市	信義區	微風信義	2015.11.05	29,700 m <sup>2</sup>
	新北市	林口區	環球購物中心(桃園A8店)	2015.11.27	9,240 m <sup>2</sup>
	桃園市	中壢區	華泰名品城	2015.12.18	19,800 m <sup>2</sup>
	新北市	林口區	三井OUTLET	2016.01.27	67,400 m <sup>2</sup>
	臺北市	南港區	環球購物中心(南港車站)	2016.07.26	8,580 m <sup>2</sup>
	新竹市	東區	晶品城購物廣場	2016.10.29	33,000 m <sup>2</sup>
	桃園市	八德區	廣豐新天地	2017.01.12	53,598 m <sup>2</sup>
	新竹縣	竹北區	暉順經貿大樓G+PLAZA廣場	2018.01.26	79,200 m <sup>2</sup>

	所在縣市	分佈區位	購物中心	開幕日期	商場面積
中部地區	台中市	西屯區	台中老虎城	2002.01.16	48,972 m <sup>2</sup>
	台中市	西屯區	新國自在	2007.03.17	5,617 m <sup>2</sup>
	台中市	西區	勤美天地	2008.05.24	19,834 m <sup>2</sup>
	台中市	西屯區	台中大遠百購物中心	2011.12.22	177,947 m <sup>2</sup>
	苗栗縣	頭份鎮	尚順育樂世界	2015.05.29	39,600 m <sup>2</sup>
	台中市	東區	大魯閣新時代購物中心	2015.07.1	119,009 m <sup>2</sup>
	台中市	大雅區	大雅購物中心	2015.12.12	11,880 m <sup>2</sup>
	台中市	后里區	麗寶OUTLET MALL	2017.01.15	55,000 m <sup>2</sup>
南部地區	台南市	仁德區	嘉年華購物中心	2003.10.07	38,790 m <sup>2</sup>
	嘉義市	東區	耐斯松屋時尚百貨	2006.07.07	127,560 m <sup>2</sup>
	高雄市	前鎮區	統一夢時代	2007.06.07	852,079 m <sup>2</sup>
	高雄市	左營區	漢神巨蛋購物廣場	2008.07.10	69,421 m <sup>2</sup>
	高雄市	大樹區	義大世界	2010.06.01	191,736 m <sup>2</sup>
	屏東縣	屏東市	環球購物中心(屏東店)	2012.12.15	13,223 m <sup>2</sup>
	高雄市	左營區	環球購物中心(新左營店)	2013.04.03	7,920 m <sup>2</sup>
	台南市	東區	南紡購物中心	2015.02.11	180,000 m <sup>2</sup>
高雄市	前鎮區	大魯閣草衙道	2016.05.09	85,800 m <sup>2</sup>	
東部地區	宜蘭縣	宜蘭市	蘭城新月廣場	2008.05	122,100 m <sup>2</sup>
離島地區	金門縣	金城鎮	風獅爺購物中心	2014.04.23	35,640 m <sup>2</sup>

資料來源：本研究整理

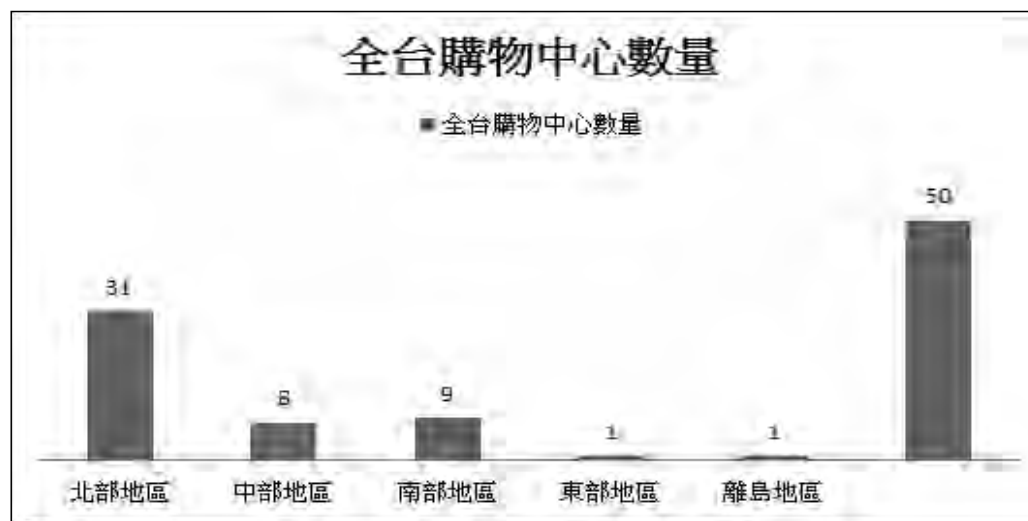


圖4-3-7 各地區購物中心數量

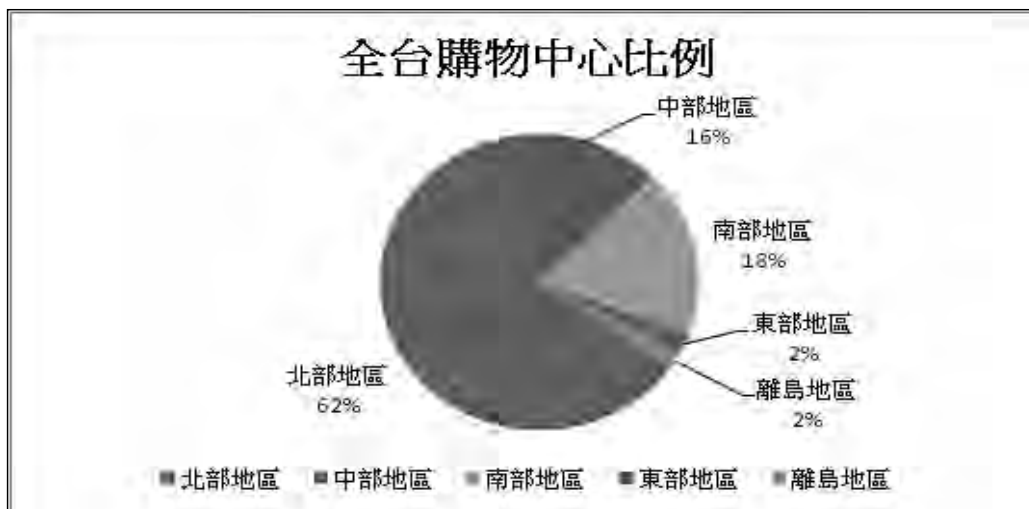


圖4-3-8 各地區購物中心比例

2017年至2018年初全台灣新開幕的購物中心總計有3家，分別是桃園市的廣豐新天地、新竹縣的暉順經貿大樓6+PLAZA廣場，以及台中市的麗寶OUTLET MALL；桃園市的廣豐新天地全館於2017年1月12日正式開幕，內設有家樂福大賣場、迪卡儂運動用品店、國賓影城、彭園會館餐廳等，除此之外，五、六樓空間捐贈給桃園市政府規劃為「桃園市立兒童美術館」使用，內設虛擬實境（VR）與擴增實境（AR），2017年5月試營運。

新竹縣的暉順經貿大樓6+PLAZA廣場於2018年1月27日正式開幕，AJ HOTEL安捷國際酒店也進駐大樓，集結百貨與住宿。「6+PLAZA」廣場規劃於地下1樓至5樓，內設有休閒服飾到精品家具，還有童書教具與生活用品特賣會，3樓歡樂家庭區也設置快樂小熊、飄移卡丁車、湯瑪士軌道小火車等遊樂場，「TOY WORLD」、精品服飾、主題餐廳、小型KTV—迷歌MeGo、室內兒童遊樂園、空中庭院、停車場等設施。

中台灣的「麗寶outlet mall」於2017年1月開幕，占地5.5公頃，進駐120家商店，以日系商品為主，包括4家獨家商店，同時引進海外第一間日本BEST電器進駐，並提供全台最大1,000席次美食區，賣場則是匯集70個熱門休閒運動品牌、40家異國美食與主題餐廳，以及全台唯一的寵物狗樂園。

另外，未來三年全台購物中心展店計劃包括：義聯集團在高雄市興建的義享天地第一期高雄萬豪酒店及精品購物廣場，預計於2018年年底開幕，第二期則是計畫引進快速時尚購物、文創主題商品、企業商辦、科技娛樂，打造台灣IMAX最大螢幕影城；其次，日商三井公司與台中港務局簽約，將

斥資25億元在台中港區興建outlet，預計2017年7月動工，2018年底完工，占地18公頃，包括規劃郵輪碼頭、親水設施、海濱餐廳、夜景餐廳等休閒娛樂場域，同時融入大台中在地文化與美食特色；南山樹喜廣場是南山人壽在台灣新北市設置的第一間大型購物中心，位於樹林區樹新路與保順街口上，2015年6月南山人壽與秀泰影城將共同於新北市樹林區打造一座複合式電影購物商城，預計2018年完工。

大魯閣滙雅廣場位於新竹市北區大潤發滙雅店旁，商場由大潤發興建裝潢，大魯閣商場事業負責經營，為兩家企業首度合作的作品，商場為一棟地上四層、地下一層的建物，總樓板面積約10,000坪，營業樓板面積約6,800坪，於2016年6月22日舉行動土典禮，目前結構、外觀已完工，內部裝潢正在施工中，預計2018年中開幕；竹北Sky City遠東新世紀購物中心位於新竹竹北臺大校地旁的「停八」停車場BOT案，基地6,000坪，預估可開發出地上10層、地下4層、3.5萬至3.8萬坪的購物中心，投資金額粗估至少11億元，需建構公有停車場至少800個停車位，其他開放旅館、餐飲、商場、超市等近17個項目開發。2017年6月22日動工，預計2020年7月1日開幕。

## 肆、零售式量販業市場分析

2017年底，台灣主要量販店家數總計達154家，較前一年減少2家，市場競爭激烈，近5年家數都維持在此154~156家之間，市場成長空間有限，加上超級市場的競爭，步入遞減階段，近幾年穩定成長的量販店僅有好市多，較前一年新增1家，愛買和家樂福則是呈現家數遞減，其餘量販業則是維持現況。

表4-3-9 近年台灣主要量販店門市家數 (單位：家)

品牌 \ 年	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
家樂福	61	63	64	65	65	64	65	63
大潤發	22	22	22	22	22	22	22	22
愛買	17	18	19	19	19	19	17	16
好市多	6	8	9	10	10	11	12	13
台糖	7	6	5	5	5	5	5	5
大樂	1	1	1	1	1	1	1	1
大買家	3	3	3	3	3	2	2	2
特力屋	-		25	25	25	25	27	27
IKEA	-		4	5	5	5	5	5
合計	117	121	153	156	156	155	156	154

資料來源：本研究整理



圖4-3-9 2010年~2017年歷年量販店總家數

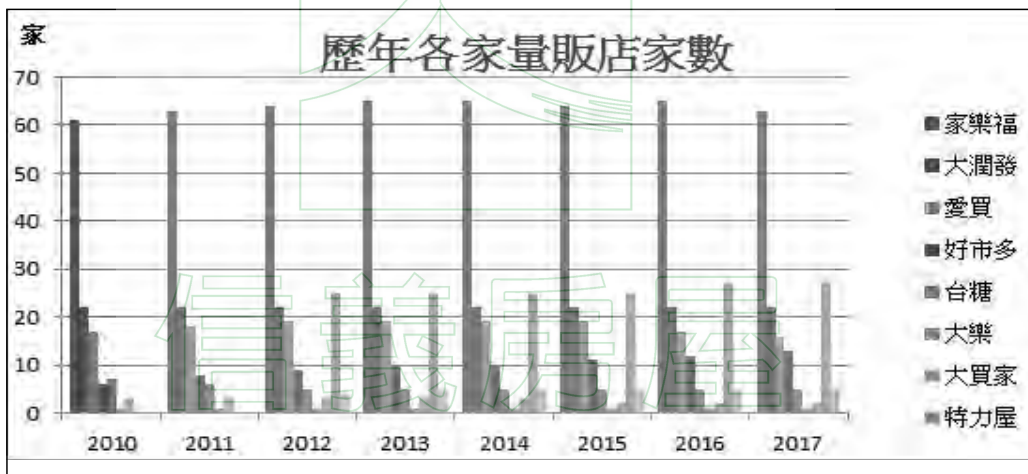


圖4-3-10 近年台灣主要量販店門市家數

依據經濟部統計處2017年年調查顯示，2017年零售式量販業營業額為1,971億元，約占整體綜合商品零售業的16.03%，營業額年增率為3.05%；從零售式量販業店近五年營業額及所占比率來看，可看出零售式量販業的營業額仍是呈穩定成長，從2013年營業額年增率僅0.48%，近4年則都有2%~4%的成長，惟零售式量販業營業額的年增率則是略微下化，由前一年的4.55%，下降至3.05%，下滑了1.5%；但在整體零售式量販業營業額佔綜合

商品零售業的比重則是近五年來的首次增加，自2016年的15.88%，上升至2017年的16.03%，比重增加了0.15%；由於其他零售業如超級市場業與零售式便利商店業的占比成長仍是大於量販店，其成長僅高於百貨公司業。

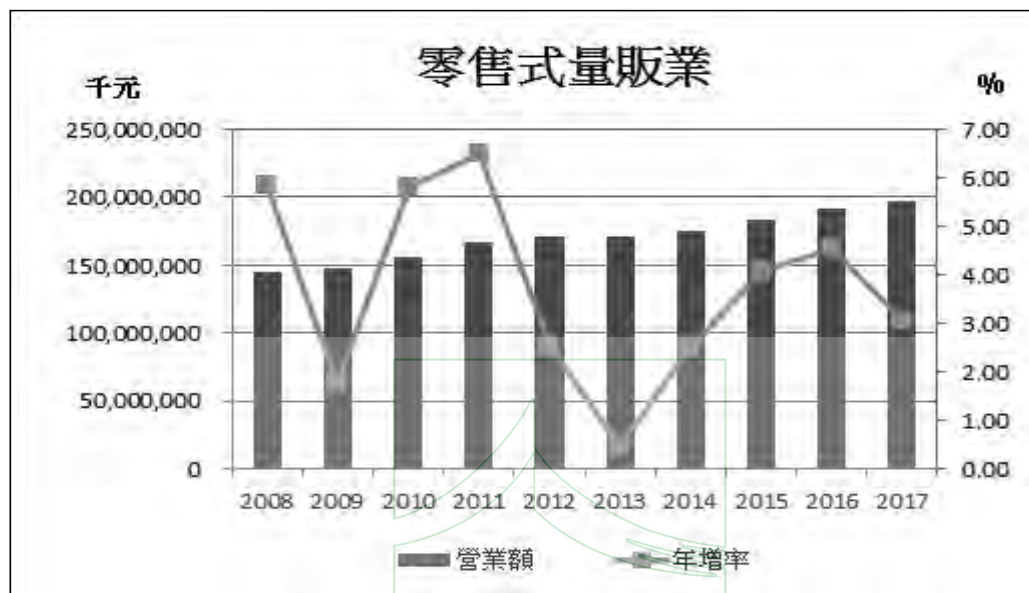


圖4-3-11 零售式量販店近10年營業額及年增率變動

依目前國內量販店的市占率，龍頭依舊為家樂福63家，市占率為40.91%，其次為大潤發22家，市占率為14.29%，第三名為愛買16家，市占率為10.39%，第四名則是好市多13家，市占率為8.44%；其次，販賣五金雜貨裝修的特力屋有27家店，家飾量販業的IEKA也有5家店；量販店中法商家樂福仍是遙遙領先，獨占四成以上之量販店市場，惟家數略微下滑，高雄十全店於2018年初歇業；大潤發雖緊追其後，但依市場態勢，幾乎無法與之抗衡或超越。其次，依地區分布，大臺北地區有48家量販店，較前一年增加1家，居全台之冠；次之為南部地區，計有39家，較前一年減少1家；第三名為中部地區有33家，較前一年減少1家；桃竹苗地區也有27家，較前一年減少1家；最少的則是宜花東地區僅有7家，與去年家數相同。

表4-3-10 2017年台灣各區域主要量販店家數

(單位：家)

地區 品牌	大臺北 地區	桃竹苗 地區	中部 地區	南部 地區	宜花東 地區	總數	市占率 (%)
家樂福	21	9	12	18	3	63	40.91%
大潤發	7	6	4	4	1	22	14.29%
愛買	6	4	4	1	1	16	10.39%
好市多	5	3	1	4	-	13	8.44%
台糖	-	-	2	3	-	5	3.25%
大樂	-	-	-	1	-	1	0.65%
大買家	-	-	2	-	-	2	1.30%
特力屋	7	4	7	7	2	27	17.53%
IKEA	2	1	1	1	-	5	3.25%
總計	48	27	33	39	7	154	100

註：大臺北地區包括：臺北市、新北市、基隆市；桃竹苗地區包括：桃園、新竹、苗栗縣市；中部地區包括：台中、彰化、南投縣市；南部地區包括：雲林、嘉義、台南、高雄、屏東縣市；宜花東地區包括：宜蘭、花蓮、台東縣市。

資料來源：各量販店官網

534

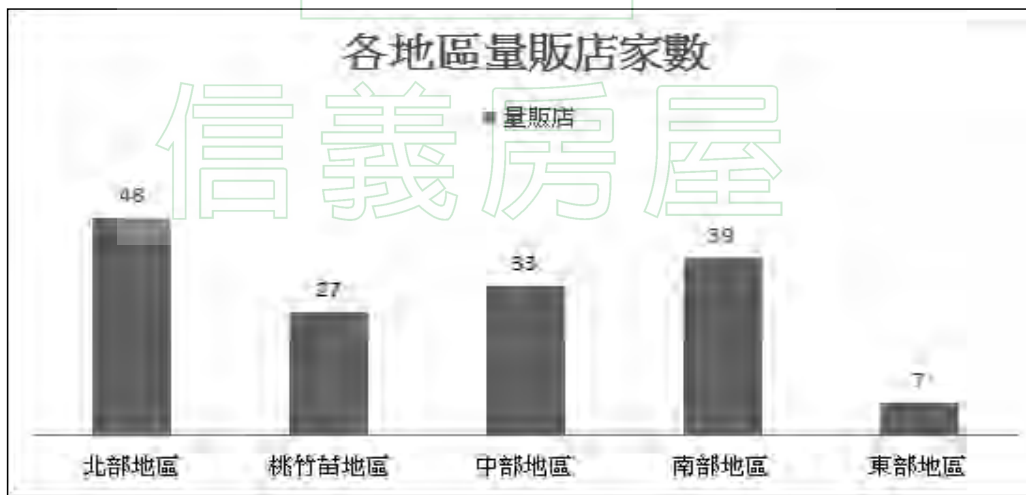


圖4-3-12 台灣各地區量販店分布狀況

在各量販店的展店上，自2012年起，各量販店的展店速度都一再趨緩，市場幾近飽和，到了2017年，期間各家量販店的開關關，總家數都持續盤據在153家到156家之間，量販店的新增數極度保守。

依據經濟部統計處2017年統計顯示，零售式量販店從2010~2011年



才又出現明顯成長，營業額達到1,665億元，營業額年增率回到5%~7%之間，到了2012年營業額年增率又再度逐年下降到2013年的0.48%；自2014年~2016年，營業額又上升至1,913億元，年增率又回到4.55%；但在2017年，營業額又上升至1,971億元，但年增率則是下修為3.05%。

展望未來，量販店的家數成長有限，營業額則是緩慢推升，大型量販店紛紛轉戰超級市場，如家樂福逐步擴展便利購、愛買推出快速購，以穩定長期客戶，未來量販店除了持續結合餐飲業外，結合實體店面和虛擬網路平台、社群互動、行動裝置與APP等通路將拓展更多元之消費。

## 伍、連鎖便利商店市場分析

依據經濟部統計處2017年調查顯示，連鎖便利商店近10年的營業額，從2008年的2,120億元，逐年上升，到了2017年，營業額已達到3,173億元，期間營業額增加了近1,053億元，成長近50%，成長迅速；但在營業額年增率方面，從2008年的1.12%，到了2009年，降至最低點，營業額年增率只有0.03%，主要是受到全球金融風暴，國內經濟景氣與內需市場相對疲軟之影響，加上國內失業率高漲，薪資水準倒退，更是壓抑民眾消費意願，使得民間消費支出衰退，連帶影響便利商店業績滑落；而2010年至2012年間，營業額年增率又呈現大幅上漲，維持在6.74%和8.83%之間，主要受惠於景氣回溫，消費者信心指數增加影響。但自2013年以後，營業額年增率又開始下滑，到了2016年，營業額年增率都維持在2%~4%之間，此期間雖然經濟復甦動能不佳，但在各大便利商店持續改裝，提供更大型的便利商店、座位區與停車場，以及冰品與鮮食的販售，拉抬業績；到了2017年，營業額年增率又掉回2.75%，由於便利商店的商品與服務日趨於完善，未來則是朝向電子商務、型錄販售與預購發展；另外，統一超商於107年初推出無人商店（X-STORE），店內使用的科技包括：商品辨識系統、感應式自動化open show case、icash、智能語音互動、IOT系統運用、人流熱點分析、掃描式微波爐、自動結帳POS系統、電子標籤、e-POP、迎賓機器人、掃地機器人等；全家則是推出科技概念店，使用4大技術—IOT物聯網、大數據、AI人工智慧、RFID無線射頻為首，優化工作流程，降低店員工作量；綜上可知，便利商店的科技化與無人化將慢慢取代目前的人工作業。其次，連鎖式便利商店近十年營業額佔整體綜合零售業的比重都約在25%~26%之間，近一年有略

微回升，僅次於百貨公司業，產業地位重要。

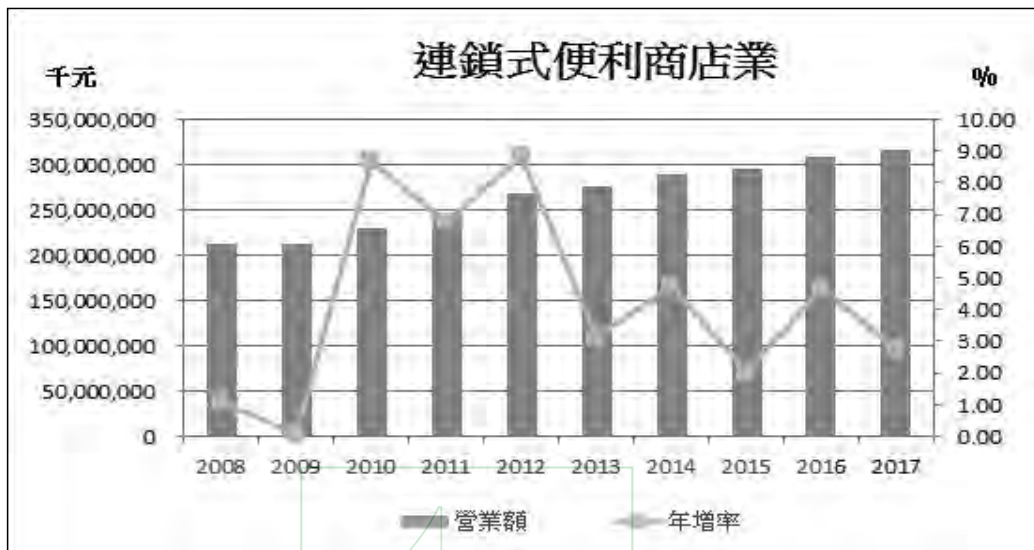


圖4-3-13 連鎖式便利商店近10年營業額及年增率之變動

其次，在數量分析方面，針對國內四大主流連鎖便利商店家數分析顯示，截至2017年，四家連鎖便利商店總計有10,646家，較前一年10,333家，增加了313家，年增率約為3%，家數趨於飽和；2017年全台四大主流連鎖便利商店家數，龍頭仍是統一超商家數5,221家，市占率49%；其次是全家便利商店3,165家，市占率30%；萊爾富與OK便利商店則分居三四名，分別有1,340家與920家，各占了13%與9%；其中全家和統一展店數較多，且逐步朝向科技化與無人化經營，萊爾富與OK便利商店則是家數下滑，朝向改善單店體質為主。

展望未來，人口少子化將減少消費人口，以及網路平台與送貨將減少實體店面之交易，而今年的發展趨勢，則是擁抱電子科技推出無人化商店或是運用大量電子科技的新形態便利商店；其次，實體商店與網購和宅配的服務，也是未來異業結盟趨勢，在商品與服務的完善後，未來將擴及更多與長照有關之服務，健檢和銀髮族市場將是便利商店可提供的服務範疇。

表4-3-11 2017年12月連鎖便利商店家數及其市占率一覽表

(單位：家；%)

業者	家數	市占率
統一超商	5,221	49%
全家便利商店	3,165	30%
萊爾富便利商店	1,340	13%
OK便利商店	920	9%
總計	10,646	100%

資料來源：本研究整理

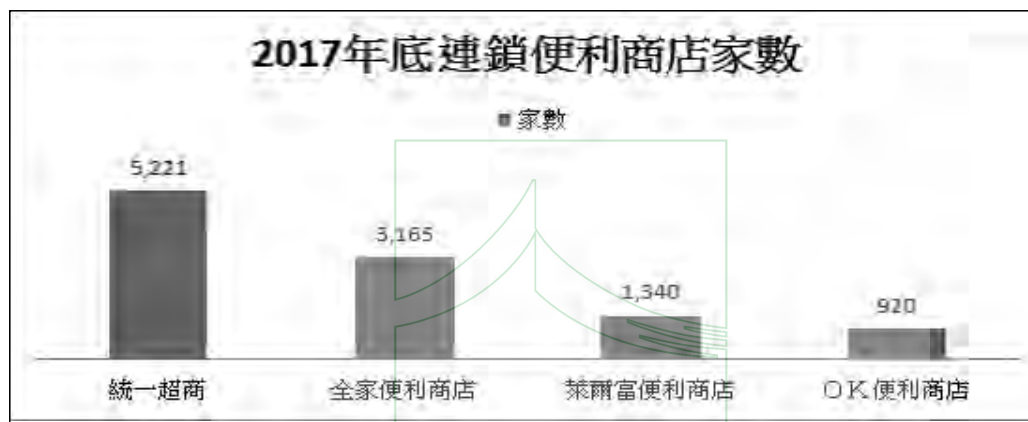


圖4-3-14 連鎖式便利商店家數



圖4-3-15 連鎖式便利商店市占率

## 陸、超級市場業分析

依據經濟部統計處2017年調查顯示，連鎖超級市場近10年的營業額，從2008年的1,213億元，逐年上升，到了2017年，營業額已達到2,096億元，期間營業額增加了近883億元，成長近73%，成長趨勢明顯；在營業額年增率方面，從2008年的9.33%，到了2009年下滑至4.55%，但在2011年又回升至7.35%；同樣2012年又下滑至5.92%，但在2016年又上升至9.35%，顯示平均4~5年有一次景氣循環週期。其次超級市場近十年營業額佔整體綜合零售業的比重也從14.54%成長至17.05%，每年都還是呈現成長之趨勢，顯示超級市場和量販店的競合，略佔優勢。

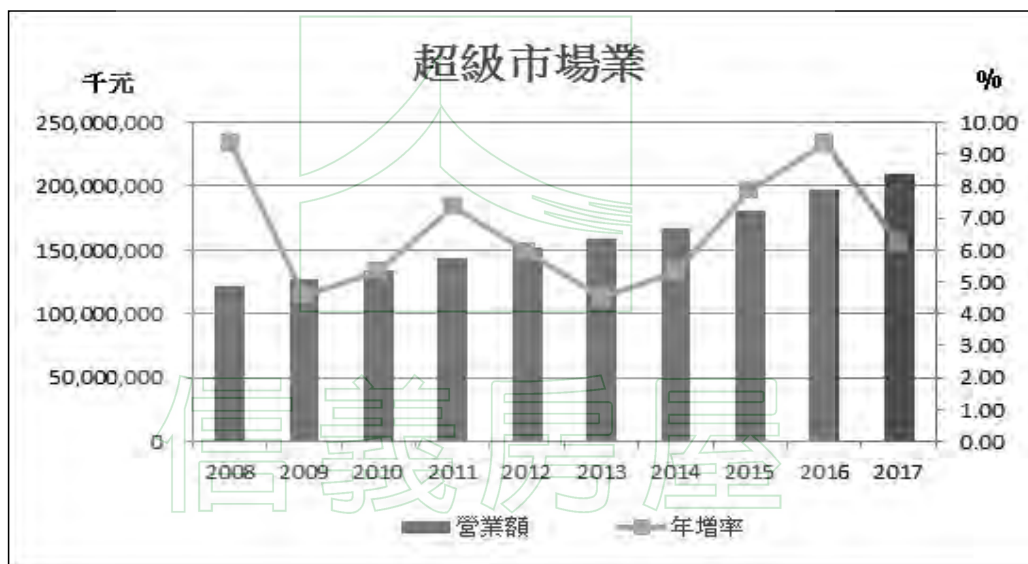


圖4-3-16 超級市場近10年營業額及年增率變動

其次，在數量分析方面，針對國內六大主流超級市場家數分析顯示，截至2018年，六大主要超級市場合計有1,825家電，龍頭超市為全聯福利中心900家，市占率49.32%；其次是美廉社624家，市占率34.19%；第三名是頂好超市226家，市占率12.38%；2017年超級市場家數年增率為8.83%；整體而言，線上銷售規模，獲利狀況仍有限，折扣連鎖超市平價策略奏效，如全聯福利中心主推平民經濟學，以低價來銷售商品，並搭配配售組合、集點換購、發燒價專區、抗漲專區、卡友優惠專區等皆成功吸引消費者；其次，消費者尋求更多的體驗，複合式經營的超市逐漸出現，增加咖啡店舖和快速剪髮，以及提升店面美學設計，同時增加未來主流的有機食品販售，都能為超市業者創造業績。

表4-3-12 2018年3月連鎖超級市場家數

連鎖超級市場	2018年3月	百分比
全聯福利中心	900	49.32%
美聯社	628	34.19%
頂好超市	229	12.38%
台灣楓康超市	48	2.63%
Jason market place	20	1.10%
City' super	7	0.38%
總數	1,825	100.00%

資料來源：本研究整理

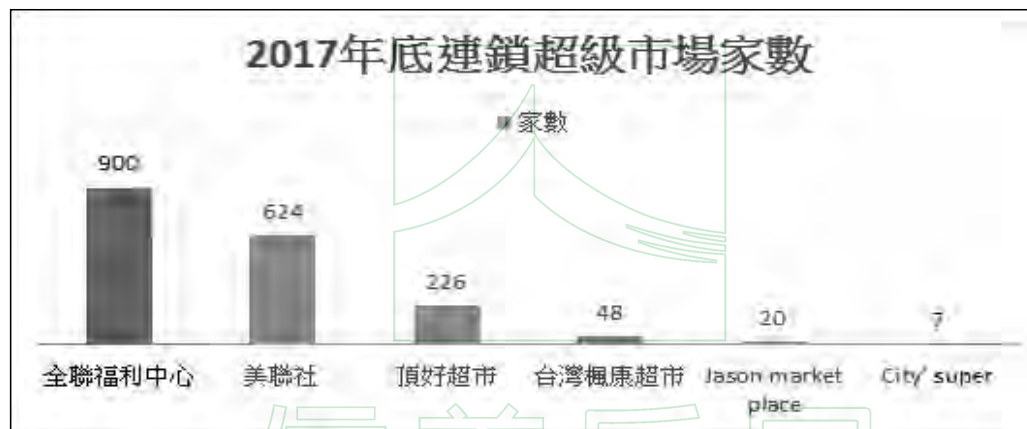


圖4-3-17 超級市場家數



圖4-3-18 超級市場市占率

## 柒、總結

2017年整體零售業營業額成長了1.18%，營業額增加了483億元，來到1兆2,295億元，較前一年略為收斂；在各業中，營業額年增率以超級市場業成長最多，達到6.24%，其次為零售式量販店成長3.05%，第三名則是連鎖式便利商店成長2.75%；在營業額方面，以百貨公司之營業額最高，達到3,346億元，其次為連鎖式便利商店3,173億元，第三名為超級市場2,096億元。整體而言，零售業的成長都趨於緩慢與飽和，只有超級市場的發展較為蓬勃。

在百貨公司業中，經營日益嚴峻，受到新的百貨公司與購物中心的挑戰，既有百貨公司必須定期進行樓面改裝，以迎合消費者求新求變的口味；其次，複合性綜合商場經營成為未來趨勢，將購物消費結合餐飲，再加上娛樂（影城、遊樂設施、虛擬實境體驗），同時結合飯店住宿，將能拉長消費者駐足的時間。再者，新形態、靈活度高、彈性大與多樣性的百貨公司將取代傳統制式的樓面經營，實體與虛擬的結合，提供更多的客製化服務，引入話題品牌與創造新的契機，將是百貨公司業的發展新方向。

在零售式量販業方面，未來家數的成長將極為有限，同時跨行超級市場將是一種靈活的商場經營，兼顧大型與中小型商店，如家樂福逐步擴展便利購、愛買推出快速購，以穩定長期客戶，未來量販店除了持續結合餐飲業外，結合實體店面和虛擬網路平台、社群互動、行動裝置與APP等通路將有效拓展更多元之消費族群。

在連鎖便利商店方面，人口少子化將減少消費人口，運用網路平台與送貨服務將逐漸減少實體店面交易，並且逐步運用電子科技推出無人化商店，以及運用大量電子科技於服務和營業中，將為便利商店帶來革命性之轉變；其次，實體商店與網購和宅配的服務，也是未來異業結盟趨勢，在商品與服務的完善後，未來將擴及更多有關與長照之服務，健檢和銀髮族市場未來將是便利商店服務的一環。

在超級市場方面，線上銷售規模獲利有限，折扣連鎖超市平價策略將持續為大型超級市場創造優勢；其次，搭配配售組合、集點換購、發燒價專區、抗漲專區、卡友優惠專區等將持續吸引消費者；再者，消費者為尋求更多的消費體驗，超級市場也需要逐步納入複合式經營，增加咖啡店鋪或快速剪髮等服務，以及持續提升店面美學設計，同時增加未來主流的有機食品販售，將為超市業者創造更多之業績。