

第三章 零售業不動產市場分析

黃名義¹

壹、整體零售業市場分析

行政院主計處指出2019年我國的民間消費支出達到98,696.9億元，年增率上升2.71%，受到積體電路與資通產品出口持續暢旺，國際油價年增率上揚，電動自行車出口較前年倍增，台商陸續回台投資帶動設備進口，以及全年消費者物價上漲率僅0.56%，較2018年為低；整體而言，受惠5G通信熱潮，電子業的前景看好，而傳統產業則受制於全球經濟依舊疲弱，惟受惠於中美貿易戰的趨緩，觀望態度也逐漸趨於明朗，並同步激勵服務業，原預期2020年的經濟將趨於成長態勢。惟天有不測風雲，自2020年2月起，新冠肺炎疫情自中國蔓延至亞洲，並擴散至歐美，截至目前為止，疫情仍持續升溫，各國也紛紛祭出鎖國封城防疫，國際油價應聲持續下跌，對全球經濟造成莫大衝擊，並逐步影響各國終端經濟需求，首當其衝嚴重影響旅宿業、餐飲業、大眾運輸業與百貨零售業，由於短期疫情仍未受到控制，預估未來半年景氣都是看壞悲觀。

在零售業市場方面，依經濟部統計處（2020）調查統計顯示，2010年至2019年的零售業營業額由2010~2011年的高峰，年成長率都超過5%，至2015年跌至谷底，自2016年又開始另一波復甦，逐年持續攀升上揚至2019年，年成長率較2018年上升3.08%；零售業的營業額自2010年32,876億元的營業額，到了2019年達到38,523億元的營業額，年增率在2010~2011年，連續兩年營業額年增率都達到5%以上之成長率，營業額也來到了34,552億元；但自2012年以後，零售業營業額年增率又開始逐年下滑，到

¹ 國立屏東大學不動產經營學系副教授兼學務長，email：mingyi@mail.nptu.edu.tw

了2015年又再度跌落谷底，呈現-0.96%的衰退，而後隨著2016年的景氣緩步復甦，營業額年增率又再上升至1.06%，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緩和，營業額年增率下滑至0.88%；到了2018年，營業額年增率又呈現倍增，達到2.21%；到了2019年，零售業景氣仍是暢順，營業額年增率持續上升；整體而言，2019年零售業營業額和年增率雙雙呈現上升，較2018年的表現更為亮麗，只是此一榮景，隨著新冠肺炎疫情的蔓延，將嚴重影響2020年的零售業景況，預期將會出現大幅度明顯的衰退，後勢悲觀。

表4-3-1 零售業近10年營業額及年增率變動（單位：億元；%）

年度	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
營業額	32,876	34,552	34,939	35,209	36,209	35,863	36,244	36,563	37,371	38,523
年增率	5.06	5.10	1.12	0.77	2.84	-0.96	1.06	0.88	2.21	3.08

資料來源：經濟部統計處



圖4-3-1 零售業近10年營業額及年增率變動

資料來源：經濟部統計資料處

在綜合零售業方面²，依經濟部統計處（2020）調查顯示，2019年綜合零售業營業額為1兆2,726億元，較上年增加了4.09%，顯示綜合零售業業績呈現增加，且增加的力道，相較於2018年的成長率3.77%，上升了0.32%；在五種綜合零售業中，2019年的營業額仍是以百貨公司掄冠，達到3,552億元，占綜合商品零售業比重的27.91%；其次為連鎖式便利商店的3,316億元，占綜合商品零售業比重的26.06%；第三名至第五名是零售式量販店2,101億元（16.51%）、超級市場2,078億元（16.32%）和其他綜合商品零售業1,679億元（13.20%）；整體而言，零售式量販店和超級市場的比重持續上升，而百貨公司的比重則是由遞減轉呈上升，至於連鎖式便利商店和其他綜合商品零售業的比重則是下滑；2019年營業額年增率以零售式量販店的5.31%居冠，第二名是超級市場的4.65%，第三名是百貨公司上升了4.44%；由此可知，2019年綜合零售業以量販店和超市是零售業中成長力道最強的行業，其次則是百貨公司的大躍進，而連鎖式便利商店和其他綜合商品零售業的成長則是較為和緩。

表4-3-2 歷年各零售業營業額分析（單位：千元）

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
2010	901,097,427	251,112,824	129,119,303	226,013,224	155,643,364	139,208,711
2011	957,654,500	270,185,778	137,440,837	240,071,063	165,577,571	144,379,250
2012	1,002,564,377	279,985,767	144,345,812	259,995,865	169,559,892	148,677,046
2013	1,028,123,666	288,635,769	149,593,198	266,809,450	170,171,024	152,914,223
2014	1,077,397,788	306,135,905	156,243,335	278,126,634	174,202,443	162,689,470
2015	1,116,822,996	318,902,126	167,139,662	282,348,624	181,095,204	167,337,381
2016	1,164,704,953	333,148,772	181,217,423	294,136,549	189,119,572	167,082,634
2017	1,178,200,644	334,626,496	190,023,673	302,741,029	194,716,281	156,093,165
2018	1,222,612,428	340,119,327	198,523,349	321,736,563	199,539,696	162,693,493
2019	1,272,663,811	355,204,568	207,752,435	331,633,300	210,134,913	167,938,595

資料來源：經濟部統計處

² 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。

表4-3-3 各零售業營業額年增率（單位：％）

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
2010	5.61	8.27	1.80	6.58	5.33	3.40
2011	6.28	7.60	6.44	6.22	6.38	3.71
2012	4.69	3.63	5.02	8.30	2.41	2.98
2013	2.55	3.09	3.64	2.62	0.36	2.85
2014	4.79	6.06	4.45	4.24	2.37	6.39
2015	3.66	4.17	6.97	1.52	3.96	2.86
2016	4.29	4.47	8.42	4.17	4.43	-0.15
2017	1.16	0.44	4.86	2.93	2.96	-6.58
2018	3.77	1.64	4.47	6.27	2.48	4.23
2019	4.09	4.44	4.65	3.08	5.31	3.22

資料來源：經濟部統計資料處

表4-3-4 近10年各零售業占綜合商品零售業比重（單位：％）

年度	百貨公司	超級市場	連鎖式便利商店	零售式量販店	其他綜合商品零售
2010	27.87	14.33	25.08	17.27	15.45
2011	28.21	14.35	25.07	17.29	15.08
2012	27.93	14.40	25.93	16.91	14.83
2013	28.07	14.55	25.95	16.55	14.87
2014	28.41	14.50	25.81	16.17	15.10
2015	28.55	14.97	25.28	16.22	14.98
2016	28.60	15.56	25.25	16.24	14.35
2017	28.40	16.13	25.70	16.53	13.25
2018	27.82	16.24	26.32	16.32	13.31
2019	27.91	16.32	26.06	16.51	13.20

資料來源：經濟部統計資料處



圖4-3-2 綜合商品零售業近10年營業額及年增率變動

資料來源：經濟部統計資料處



圖4-3-3 近10年各零售業占綜合商品零售業比重

資料來源：經濟部統計資料處

其次，由歷年各零售業營業額分析顯示，自2010年起至2019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，第三名為零售式量販店。再者，從各零售業營業額歷年年增率進一步分析，綜合商品零售業營業額年增率，最近一年有4.09%，相較前一年的3.77%略為上升，顯示市場成長力道溫和；在各種零售業中，零售式量販店的年增率最高，達到5.31%；其次，超級市場和百貨公司的成長幅度都超過4%，其餘連鎖式便利商店和其他綜合商品零售業也都有3%以上之成長；綜上所述，2019年，量販店和超級市場的競爭仍是白熱化，而百貨公司業的展店也從谷底回升，倒是連鎖式便利商店因家數趨於飽和，急需謀求變革，以便創造更大商機。

貳、百貨公司市場分析

依據經濟部統計處（2020）調查顯示，自2010年至2019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28.18%，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）各細項產業之冠，惟近三年的比重由下滑又轉為成長。近10年市場態勢分析顯示，自2009年下半季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%。

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的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%；民國105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，特別是高所得階層的消費明顯萎縮，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%；2018年，受到產業景氣影響，上半年業績表現佳，惟下半年受到年金改革上路，以及地方選舉影響，業績趨緩。2019年百貨公司業的營業額較前一年成長了4.44%，表現亮眼，占綜合商品零售業營業額比重的27.91%。

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，2018年的營業額分別為752.0億元、442.8億元和433.4億元，相較於2017年，新光三越和遠東百貨的營業額都呈現成長，而太平洋SOGO則是略微衰退；三家百貨公司市場占有率依序分別為30.69%、18.07%和17.69%，較前一年都明顯上升；惟若從近五年營業額及市場占有率來看，新光三越百貨公司、遠東百貨公司和太平洋SOGO的營業額都是呈現先遞減後增加的趨勢，2018年的表現都呈現遞增之勢。



圖4-3-4 百貨公司近10年營業額及年增率變動

資料來源：經濟部統計資料處

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				
店名	2014	2015	2016	2017	2018	
新光三越	72,319	75,524	74,667	74,352	75,201	
遠東百貨	45,929	44,998	43,961	43,704	44,284	
太平洋SOGO	41,858	43,281	42,666	42,808	43,344	
		市占率				
店名	2014	2015	2016	2017	2018	
新光三越	30.69	29.75	27.21	29.42	30.69	
遠東百貨	19.49	17.73	16.02	17.29	18.07	
太平洋SOGO	17.76	17.05	15.55	16.94	17.69	

資料來源：中華徵信所企業資料庫

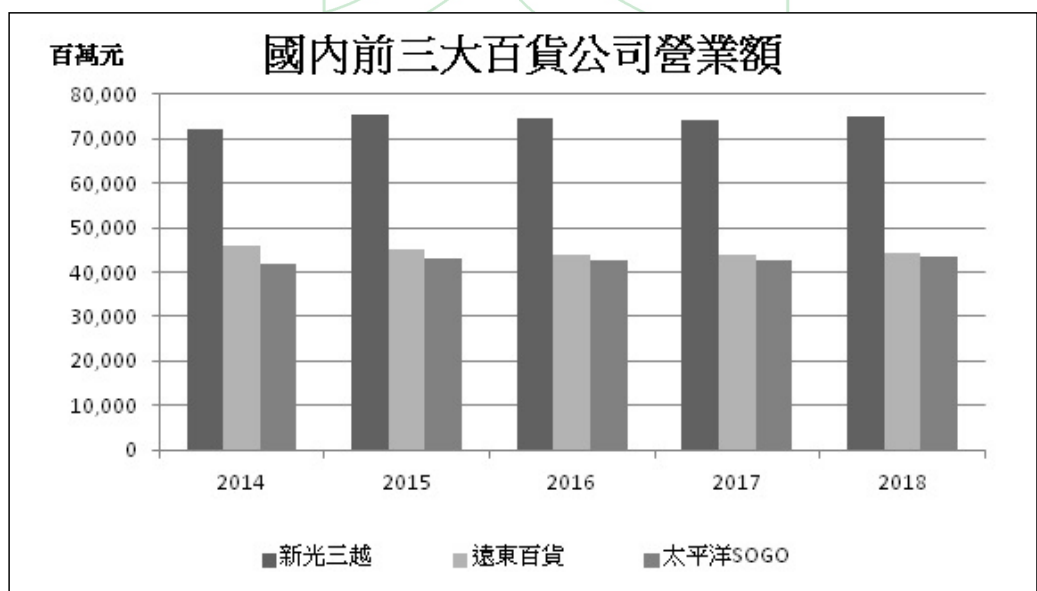


圖4-3-5 國內前三大百貨公司營業額

資料來源：中華徵信所企業資料庫

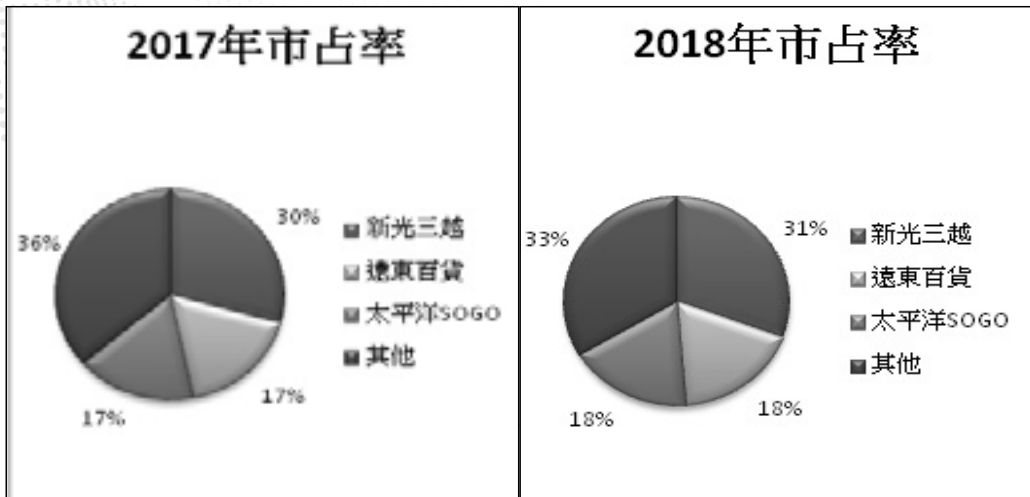


圖4-3-6 國內前三大百貨公司市場占有率

資料來源：本研究整理

其次，在百貨公司總店數分析方面，目前以新光三越總店數20家最多，次之則是遠東百貨總店數11家，以及微風廣場總店數10家和太平洋SOGO總店數7家。2019年1月微風南山信義店開幕，面積1萬6,200坪，地上7層地下層，計有200家專櫃進駐，包含精品、流行服飾、雜貨、異國美食等，為全台灣最大的百貨公司，主要特色為日本atr商場進駐，並帶入數家日本品牌店面，其次引入16家首次進軍台灣之各國商店，包括：日本人氣咖啡名店藍瓶咖啡（Blue Bottle Coffee）、神戶限定人氣水果塔Kobe sweets caf，以及來自新加坡的手抓海鮮Dancing Crab等，而高樓層46樓、47樓和48樓也打造天際餐廳與高空酒吧。

其次，高雄誠廣場在2019年7月開幕，由興富發集團租下大統新世紀原址改建，以文創、遊逛、美食與文化體驗為主，整體設計以書櫃構築發想，定位為社區型複合式商場，主要進駐商店為誠品生活。遠百信義A13在2020年1月開幕，成為台北市信義區0.5平方公里之內的第十四家百貨公司，地上14層，地下3層，形塑為一棟智慧賣場，以遠百App為核心，串聯各項個人化服務，除了線上DM、個人化推播、HAPPY GO Pay等功能外，並提供「館內物流Smart Pick」服務；遠百信義A13引進的獨家品牌，包括：全台首家樂高授權專賣店、饗食天堂新品牌餐飲一旭集、法國時尚品牌聯名Yazbukey主題咖啡廳、叮叮（DINK DINK）泰式料理、威秀頂級影城和蘋果直營旗艦店。再者，遠東SOGO百貨新竹站前館因租約到期，在2019年

8月底封館結束營業，原因為營業額未達標，且同集團在新竹當地的遠東巨城購物中心和大遠百貨二家公司營業績效佳，故租約到期未再續租。此外，全球最大球體建築「京華城」，在2019年11月底歇業，走過十八個年頭，曾創下一天50萬人次造訪，有多家夜店、24小時營業優勢，後轉型為親子育樂購物中心，但隨著信義商圈的興起，單店經營的京華城難以抗衡，終究熄燈。高雄大統和平店於2020年3月封館，目前正洽商新的合夥人，投資十億元進行內部改裝轉型，除了高樓層健身房與遊樂場，以及B1超市合約不變外，一到九樓將會重新規劃以嶄新面貌結合愛情主題相關產業重新營運。

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	20	比漾廣場	1	ATT	3
遠東百貨	12	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	微風廣場	10
林百貨	1	麗寶百貨	1	金典綠園道	1
耐斯廣場	1				

資料來源：本研究整理

參、購物中心市場分析

截至2020年，全臺各地購物中心總家數計有57家，其中以北部地區35家最多，占了全臺61.40%，中部地區和南部地區各有10家，分別各占了17.54%，東部地區僅有1家，占了1.75%，離島地區也有1家，同樣也占了1.75%；展望未來將開幕的購物中心預計有6家，分別是北部地區的宏匯廣場（HONHUI PLAZA）（新北市）、環球購物中心A19站（桃園市）、竹北Sky City遠東新世紀購物中心（新竹縣）；南部地區的南紡購物中心第二期（台南市）、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）。

表4-3-7 全臺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
全臺購物中心數量	35	10	10	1	1	57
全臺購物中心比例	61.40%	17.54%	17.54%	1.75%	1.75%	100%
預計開幕之購物中心	4	2	3	2	-	11

資料來源：本研究整理

表4-3-8 全臺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	83.04.20	20,495m ²
	桃園市	蘆竹區	台茂南崁 家庭娛樂購物中心	88.07.04	95,000m ²
	桃園市	中壢區	大江國際購物中心	90.03.29	76,033m ²
	臺北市	松山區	微風廣場	90.10.26	75,900m ²
	臺北市	松山區	京華城	90.11.23	42,000m ²
	臺北市	信義區	台北101	92.11.14	76,033m ²
	新北市	中和區	威力購物廣場	92.12.04	71,395m ²
	臺北市	中山區	美麗華百樂園	93.11.19	125,400m ²
	臺北市	大安區	微風忠孝館	94.06.10	-
	新北市	中和區	環球購物中心(中和店)	94.12.10	79,200m ²
	臺北市	大同區	微風台北車站	96.10.26	11,636m ²
	臺北市	信義區	寶麗廣場Bellavita	98.09.21	163,944m ²
	臺北市	大同區	京站時尚廣場	98.12.11	66,116m ²
	新北市	板橋區	環球購物中心(板橋店)	99.04.12	19,834m ²
	桃園市	蘆竹區	特力家居購物中心	100.07.29	56,198m ²
	臺北市	信義區	ATT 4 FUN	100.08.29	42,975m ²
	新北市	板橋區	板橋大遠百購物中心	100.12.29	131,729m ²
	新竹市	東區	遠東巨城購物中心	101.04.28	264,462m ²
	臺北市	松山區	微風南京	102.09.01	18,810m ²
	臺北市	信義區	微風松高	103.10.24	12,540m ²
	臺北市	南港區	潤泰新南港citylink	103.12.19	52,800m ²
	新北市	汐止區	遠雄U-TOWN購物中心	104.05.08	99,000m ²
	新北市	林口區	昕境廣場	104.07.18	71,395m ²
臺北市	信義區	微風信義	104.11.05	29,700m ²	

	所在縣市	分佈區位	購物中心	開幕日期	商場面積
北部地區	新北市	林口區	環球購物中心(桃園A8店)	104.11.27	9,240m ²
	桃園市	中壢區	華泰名品城	104.12.18	19,800m ²
	新北市	林口區	MITSUI OUTLET PARK林口	105.01.27	67,400m ²
	臺北市	南港區	環球購物中心(南港車站)	105.07.26	8,580m ²
	新竹市	東區	晶品城購物廣場	105.10.29	33,000m ²
	桃園市	八德區	廣豐新天地	106.01.12	53,598m ²
	新竹縣	竹北區	暉順經貿大樓6+PLAZA廣場	107.01.26	79,200m ²
	臺北市	中山區	ATT4 Recharge	107.12.23	49,500m ²
	新北市	樹林區	秀泰生活樹林店	107.05.26	61,710m ²
	新竹市	北區	大魯閣滿雅廣場	107.06.01	36,300m ²
	臺北市	信義區	微風南山廣場	108.01.10	53,460m ²
中部地區	臺中市	西屯區	台中老虎城	91.01.16	48,972m ²
	臺中市	西屯區	新國自在	96.03.17	5,617m ²
	臺中市	西區	勤美天地	97.05.24	19,834m ²
	臺中市	西屯區	台中大遠百購物中心	100.12.22	177,947m ²
	苗栗縣	頭份鎮	尚順育樂世界	104.05.29	39,600m ²
	臺中市	東區	大魯閣新時代購物中心	104.07.1	119,009m ²
	臺中市	大雅區	大雅購物中心	104.12.12	11,880m ²
	臺中市	后里區	麗寶OUTLET MALL	106.01.15	55,000m ²
	臺中市	南屯區	秀泰生活台中文心店	107.08.08	80,962m ²
	臺中市	梧棲區	MITSUI OUTLET PARK台中港	107.12.12	178,200m ²
南部地區	臺南市	仁德區	嘉年華購物中心	92.10.07	38,790m ²
	嘉義市	東區	耐斯松屋時尚百貨	95.07.07	127,560m ²
	高雄市	前鎮區	統一夢時代	96.06.07	852,079m ²
	高雄市	左營區	漢神巨蛋購物廣場	97.07.10	69,421m ²
	高雄市	大樹區	義大世界	99.06.01	191,736m ²
	屏東縣	屏東市	環球購物中心(屏東店)	101.12.15	13,223m ²
	高雄市	左營區	環球購物中心(新左營店)	102.04.03	7,920m ²
	臺南市	東區	南紡購物中心	104.02.11	180,000m ²
	嘉義市	西區	秀泰生活嘉義店	105.01.30	25,781m ²
	高雄市	前鎮區	大魯閣草衙道	105.05.09	85,800m ²
東部地區	宜蘭縣	宜蘭市	蘭城新月廣場	97.05	122,100m ²
離島地區	金門縣	金城鎮	風獅爺購物中心	103.04.23	35,640m ²

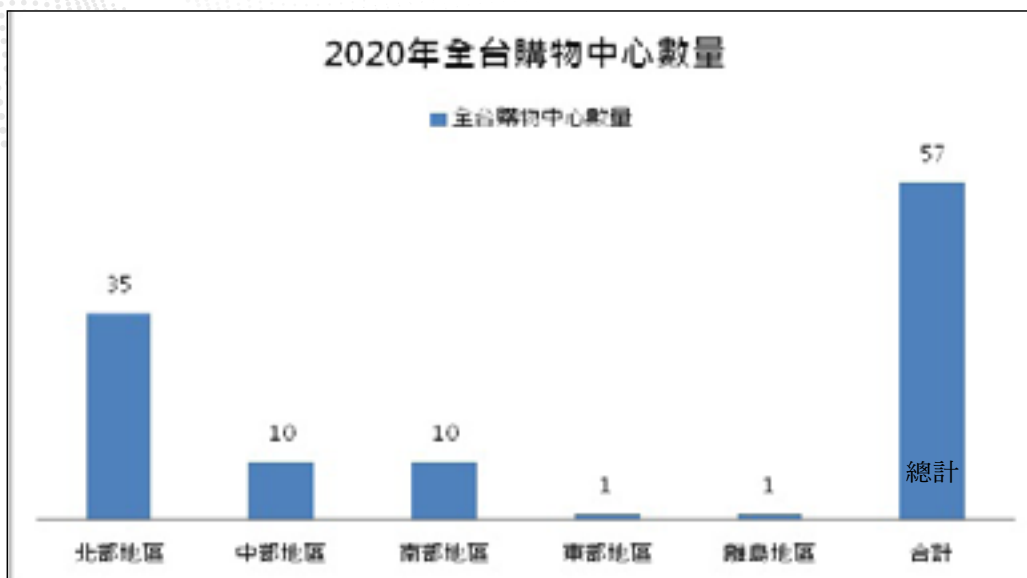


圖4-3-7 各地區購物中心數量

資料來源：本研究整理

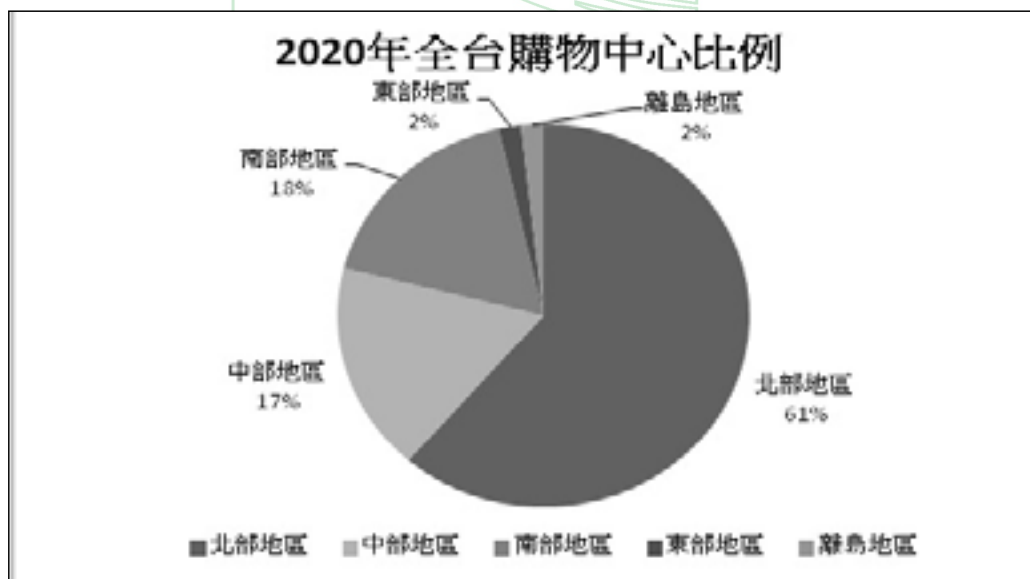


圖4-3-8 各地區購物中心比例

資料來源：本研究整理



2019年至2020年初，全台新開幕的購物中心總計有2家，分別是臺北市的微風南山和台中后里麗寶樂園渡假區Outlet Mall第二期；臺北市的微風南山廣場於2019年1月10日正式開幕，全館配置餐飲業占了45%，總計超過130家餐飲食品相關行業進駐，結合精品、流行服飾、雜貨、異國美饌，全館約200家專櫃，獨家專櫃約130家，32家全台獨家餐廳。

台中后里麗寶樂園渡假區Outlet Mall第二期於2020年1月開幕，以義大利避暑勝地「科莫湖」街道為設計概念，有全球獨家的星巴克鐘樓、小型運河，並設有影城、書店、餐飲等，預計引入140家店，其中包括：占地500坪的湯姆熊主題旗艦店，木育森林大型體驗區。

另外，未來三年全臺購物中心展店計劃包括：宏匯廣場坐落於新北市新莊區，面積3.1萬坪，將引進400個品牌，影城由美麗新影城營運，並獨家引進日本Sony集團音樂場館「Zepp場館」及虛擬實境體驗樂園「VR ZONE New Taipei」。義享天地坐落於北高雄精華區，期望成為南台灣新生活地標，融合購物廣場、國際酒店、企業商辦、電影院及室內數位娛樂場等為一體的概念，以科技、互動創造體驗式消費，智能商業提供更貼心的購物、休閒、娛樂、美食新空間，打造成為國際級城市綜合體。義享天地分為A、B兩館，A館包含朕華國際股份有限公司經營管理的精品百貨購物中心，以及由朕豪大酒店股份有限公司經營管理的國際觀光飯店，並已加盟萬豪集團（Marriott），將以高雄萬豪酒店的名稱提供服務；B館由義享樂國際股份有限公司負責經營管理，預計於2020年底開幕，包含威秀影城、購物中心與企業商辦等。

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。環球購物中心桃園機場捷運 A19 站住商混合規劃案，商場部分包括地上6樓、地下4樓，營業面積約6,000坪。

南紡購物中心第二期共11層，約2萬坪，以休閒娛樂與美食為主，除了有許多首次進駐台南地區的知名餐廳外，更引進商場KTV，與台南在地知名連鎖KTV「賓士KTV」合作，打造具聲光效果的KTV旗艦店。花蓮潔西艾美酒店複合式購物中心，地上21層、地下4層，地下4樓規劃為美食街、停車場，地下1樓至5樓為大型商場、餐廳，6樓為近千坪空中花園，7樓為健身房、SPA中心，8樓至21樓為酒店。

肆、零售式量販業市場分析

2019年底，臺灣主要量販店家數總計達153家，與前一年家數相同，市場競爭激烈，近5年家數都維持在153~156家之間，近一年成長的量販店有家樂福，主要是台糖量販店結束經營，委由家樂福承租經營，故家數增加5家；另外IKEA 2019年5月在新店小碧潭開了第六家店，近2年量販業維持家數不變。

表4-3-9 近年臺灣主要量販店門市家數（單位：家）

品牌 \ 年度	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
家樂福	61	63	64	65	65	64	65	63	64	68
大潤發	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22
愛買	17	18	19	19	19	19	17	16	14	14
好市多	6	8	9	10	10	11	12	13	13	13
台糖	7	6	5	5	5	5	5	5	5	0
大樂	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
大買家	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2
特力屋	-		25	25	25	25	27	27	27	27
IKEA	-		4	5	5	5	5	5	5	6
合計	117	121	153	156	156	155	156	154	153	153

資料來源：本研究整理



圖4-3-9 2010年至2019年歷年量販店總家數

資料來源：本研究整理

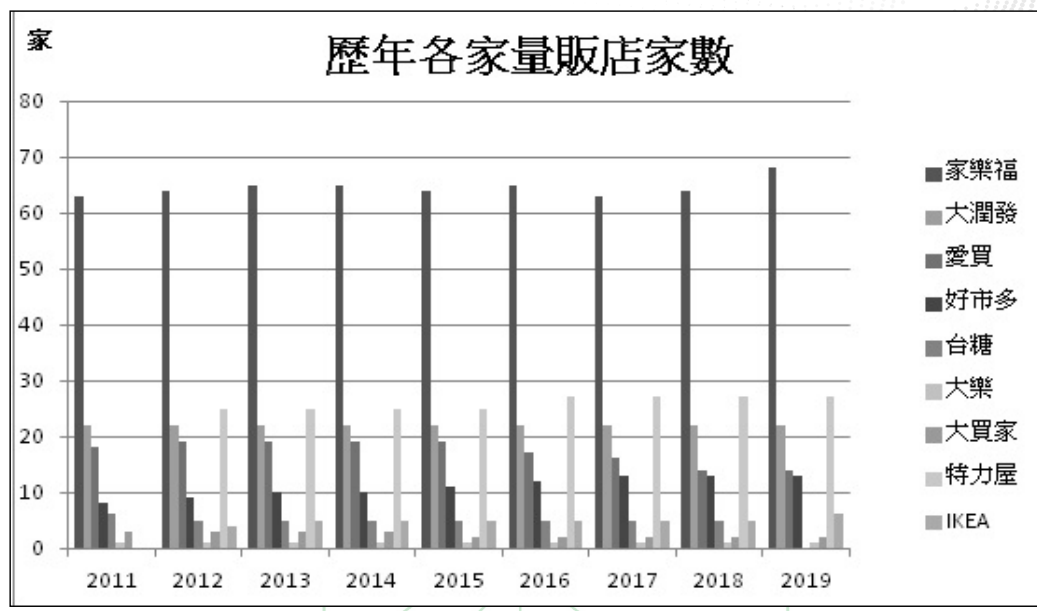


圖4-3-10 近年臺灣主要量販店門市家數

資料來源：本研究整理

依據經濟部統計處（2020）調查顯示，2019年零售式量販業營業額為2,101億元，約占整體綜合商品零售業的16.51%，營業額年增率為5.31%；從零售式量販業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呈現穩定成長，2019年更是各類零售業成長之冠；從2016年營業額年增率



圖4-3-11 零售式量販店近10年營業額及年增率變動

資料來源：經濟部統計資料處

僅4.43%，到了2017年下降至2.96%，下滑了1.47%，到了2018年更下降至2.48%，較前一年又下滑了0.48%，到了2019年營業額年增率為5.31%，較前一年成長了2.83%，成長力道極大；其次，整體零售式量販業營業額占綜合商品零售業的比重則是從2017年的16.53%，下降至2018年的16.32%，比重減少了0.21%，到了2019年比重又上升到16.51%，增加了0.19%；同超級市場業與百貨公司業的占比都是呈現成長，且零售式量販業的占比成長最大。

依目前國內量販店的市占率，龍頭依舊為家樂福68家，市占率為44.44%，其次為大潤發22家，市占率為14.38%，第三名為愛買14家，市占率為9.15%，第四名則是好市多13家，市占率為8.50%；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6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，2019年新增5家店，皆是接手承租原台糖5家量販店；大潤發量販店家數遠遠落後家樂福一大截，且近5年都未曾再有拓展新的量販店；遠東愛買2019年則是關了臺中中港店與永福店，家數由16家減少為14家，預計2020年愛買臺中水滴店將開幕；IKEA 2019年5月在新店小碧潭新開了一家店。其次，依地區分布，大臺北地區有48家量販店，居全臺之冠；次之為南部地區，計有39家，與前一年相同；第三名為中部地區有31家，與前一年相同；桃竹苗地區也有27家，與前一年相

表4-3-10 2019年台灣各區域主要量販店家數（單位：家）

品牌	地區	大台北地區	桃竹苗地區	中部地區	南部地區	宜花東地區	離島地區	總數	市占率(%)
家樂福		20	9	14	21	3	1	68	44.44%
大潤發		7	6	4	4	1		22	14.38%
愛買		6	4	2	1	1		14	9.15%
好市多		5	3	1	4	-		13	8.50%
台糖		-	-	0	0	-		0	0.00%
大樂		-	-	-	1	-		1	0.65%
大買家				2				2	1.31%
特力屋		7	4	7	7	2		27	17.65%
IKEA		3	1	1	1	-		6	3.92%
總計		48	27	31	39	7	1	153	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：臺中、彰化、南投縣市；南部地區包括：雲林、嘉義、臺南、高雄、屏東縣市；宜花東地區包括：宜蘭、花蓮、臺東縣市。

資料來源：各量販店官網

同；宜花東地區則是有7家，與去年家數相同，離島金門則是有1家量販店。2019年5月家樂福與台糖簽約接手經營台糖公司旗下五家量販店與3家超市，其中台南新仁店和雲林北港店皆已引進秀泰影城進行複合式經營。

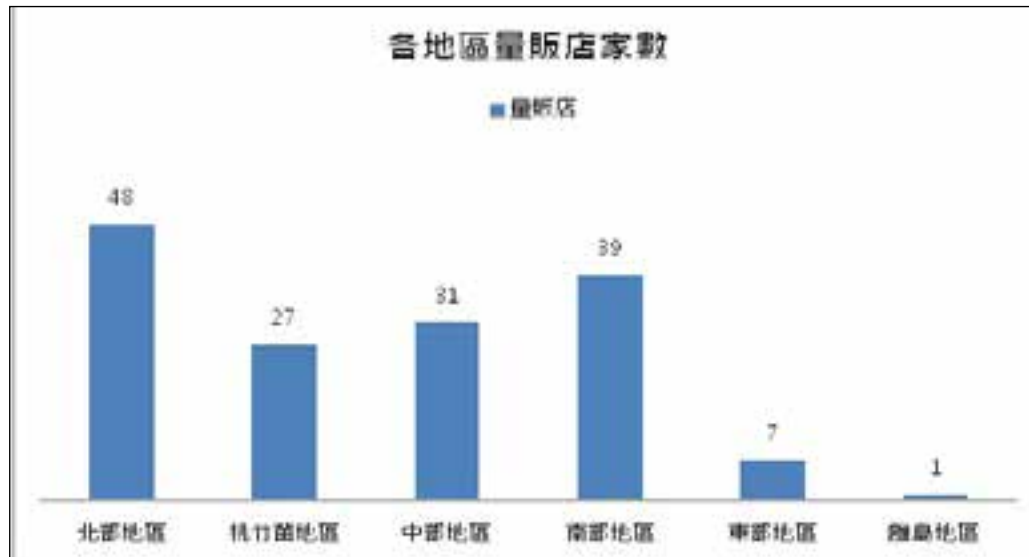


圖4-3-12 臺灣各地區量販店分布狀況

資料來源：本研究整理

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2019年，期間各家量販店開開關關，總家數都持續盤據在153家到156家之間，量販店的新增速度極為保守，2019年只有新增1家店。

依據經濟部統計處（2020）統計顯示，零售式量販店從2009年開始出現明顯成長，2011年營業額達到1,656億元，營業額年增率在6.38%，到了2012年營業額年增率逐年下降，只剩2.41%，到了2013年年成長率僅剩0.36%；自2014年至2016年，營業額又上升至1,891億元，年增率又回到4.43%；但在2017年，營業額微幅上升至1,947億元，但年增率則是下修為2.96%；2018年，營業額又成長上升至1,995億元，但年增率則是繼續下修為2.28%，到了2019年，營業額又成長上升至2,101億元，但年增率則是繼續上修為5.31%，這一年的表現亮麗。

展望未來，各主要量販店的市占率早已超過95%，店數趨於飽和，市場已趨於成熟期，大者恆大，未來成長極為有限；未來大型量販店除了持續轉戰超級市場外，應提供更為便捷的行動電子支付方式，並強化複合性功能，而無人商店、智慧商店與網路購物平台，將更迎合消費族群之需求。

伍、連鎖便利商店市場分析

依據經濟部統計處（2020）調查顯示，連鎖便利商店近10年的營業額，從2010年的2,260億元，逐年上升，到了2019年，營業額已達到3,316億元，期間營業額增加了近1,056億元，成長近46.73%，成長迅速；但在營業額年增率方面，從2010年的6.58%，到了2012年上升至8.30%，主要受惠於景氣回溫，消費者信心指數增加的影響。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；2018年營業額年增率又上升為6.27%，主要原因是景氣成長，鮮食改造成功，門市改裝與持續展店，以及發展行動支付，都提升營業額。另外，統一超商於2018年初推出無人商店（X-STORE），7月又在信義區開第二家店，也是第一家24小時開放的無人經營超商，入店方式採行臉部生物特徵辨識或刷卡兩種，而結帳區設有商品辨識系統及自助掃描條碼二種模式；統一超商跟中國信託合作全臺第一台智能「X-ATM」首創 結合指靜脈和人臉辨識、多國語言支援、零錢存款，以及外幣提領等 四大功能；惟無人商店結帳時仍必須攜帶「icash 2.0」實體卡，與科技智能互相矛盾，且目前 X-store尚未提供行動支付服務也是不便之處。2019年連鎖便利商店的營業額年增率又下降為3.08%，年營業額為3,316億元，統一超商推出的無人商店關閉，探究原因和進店購物手續繁瑣，增加使用者之困難度，讓簡單的購物變得不方便，換來的代價只是為了無人化；其次無人通路商店需要耗費大量投資成本，便利商店販售低價商品難以回收成本。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，只是發展無人化所節省的人力成本，背後可能會帶出更多高科技的投資成本與失去便利感的不必要複雜購物手續，或許從24小時的營業模式，因地調整營業時間或增設自動販賣機來解決將更有彈性與接近消費者需求。其次，連鎖式便利商店近十年營業額占整體綜合零售業的比重都約在25%~26%之間，2019年營業額占整體綜合零售業的比重達到26.06%，僅次於百貨公司業，產業地位重要。



圖4-3-13 連鎖式便利商店近十年營業額及年增率之變動

資料來源：經濟部統計資料處

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2020年1月，四家連鎖便利商店總計有11,580家，較前一年10,892家，增加了688家，年增率約為6.32%，家數成長穩定；2020年全臺四大主流連鎖便利商店家數，龍頭仍是統一超商家數5,712家，市占率49.33%；其次是全家便利商店3,548家，市占率30.64%；萊爾富與OK便利商店則分居三、四名，分別有1,400家與920家，各占了12.09%與7.94%；綜上可以明顯看出，大者恆大，且市占率愈高，小的則愈形萎縮，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之探索，萊爾富則是以多店型策略，加強區域化、特色化的不同店型，藉此取得更高股東權益報酬率為經營策略。

展望未來，超商的飽和與便利性已達極致，放眼超商的主要客源層在40歲以下，故應針對不同族群做出差異化與創意化，依季節性與主題性策展來帶動刺激消費；其次，在平價商品居多的氛圍下，也可以推出聯名商品與高單價商品，藉以分食高價客源；再者，異業結合與拓展多元化複合性商店行銷仍是未來發展趨勢。

表4-3-11 2020年1月連鎖便利商店家數及其市占率一覽表（單位：家；%）

業者	2019年家數	2020年家數	市占率
統一超商	5,336	5,712	49.33%
全家便利商店	3,296	3,548	30.64%
萊爾富便利商店	1,340	1,400	12.09%
OK便利商店	920	920	7.94%
總計	10,892	11,580	100%

資料來源：本研究整理



圖4-3-14 2020年1月連鎖式便利商店家數

資料來源：本研究整理

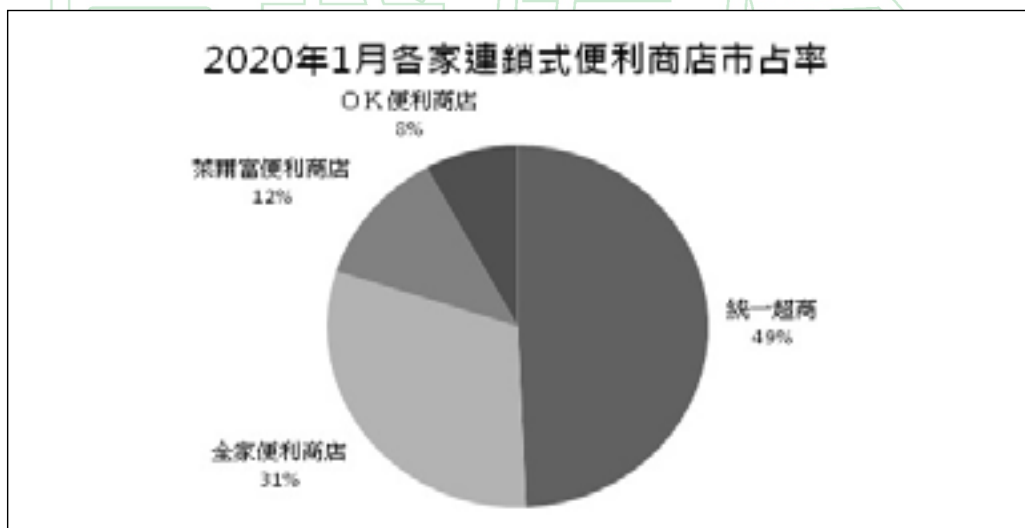


圖4-3-15 2020年1月各家連鎖式便利商店市占率

資料來源：本研究整理

陸、超級市場分析

依據經濟部統計處（2020）調查顯示，連鎖超級市場近10年的營業額，從2010年的1,291億元，逐年上升，到了2019年，營業額已達到2,078億元，期間營業額增加了近787億元，成長近60.96%，成長趨勢明顯；在營業額年增率方面，從2010年的1.80%，到了2011年擴大為6.44%；惟2012年又下滑至5.02%，但在2016年又上升至8.42%，之後二年略為下滑，營業額年增率分別為4.86%與4.47%；到了2019年，營業額年增率略為上升至4.65%。其次，超級市場近10年營業額占整體綜合零售業的比重也從14.33%成長至16.32%，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愈來愈接近。



圖4-3-16 超級市場近十年營業額及年增率變動

資料來源：經濟部統計資料處

其次，在數量分析方面，針對國內七大主流超級市場家數分析顯示，截至2020年3月，七大主要超級市場合計有2,085家店，較前一年新增了69家店，成長率為3.42%；龍頭超市為全聯福利中心1,000家，市占率47.96%；其次是美廉社726家，市占率34.82%；第三名是頂好超市209家，市占率10.02%；整體而言，2019年景氣溫和成長，全聯福利中心和美廉社的展店速度仍是非常快，頂好超市則是重北輕南，經營略顯保守，近年陸續關閉多家分店；家樂福便利購在2019年接收了台糖3家健康超市，來到了69家，位居

第四名；City' super頂級超市則是在遠百信義開出了全台第八家分店，引進更多食品、生鮮蔬果與即食專區，並擴展品牌櫃位。展望2020年超市將結合實體店面與電子商務功能，提供消費者購物的便利性，滿足消費者需求為未來發展趨勢；超級市場走向平民與頂級二大類也是未來的趨勢，全聯大量的展店，提供生鮮，便利主要客源方便採買，不斷攻城掠地，擠壓同業生存空間；其次頂級超市則是提供愈來愈多的熟食、異國進口零食、烹調食品，以及強調有機、天然或是環境友善的商品，提供試吃與教學體驗，以差異化吸引高端消費者，都是超市正逐步嘗試的新形態營業。

表4-3-12 2020年3月連鎖超級市場家數

連鎖超級市場	2020年3月	百分比
全聯福利中心	1000	47.96%
美聯社	726	34.82%
頂好超市	209	10.02%
台灣楓康超市	48	2.30%
Jason market place	25	1.20%
City' super	8	0.38%
家樂福便利購	69	3.31%
總數	2085	100.00%

資料來源：本研究整理

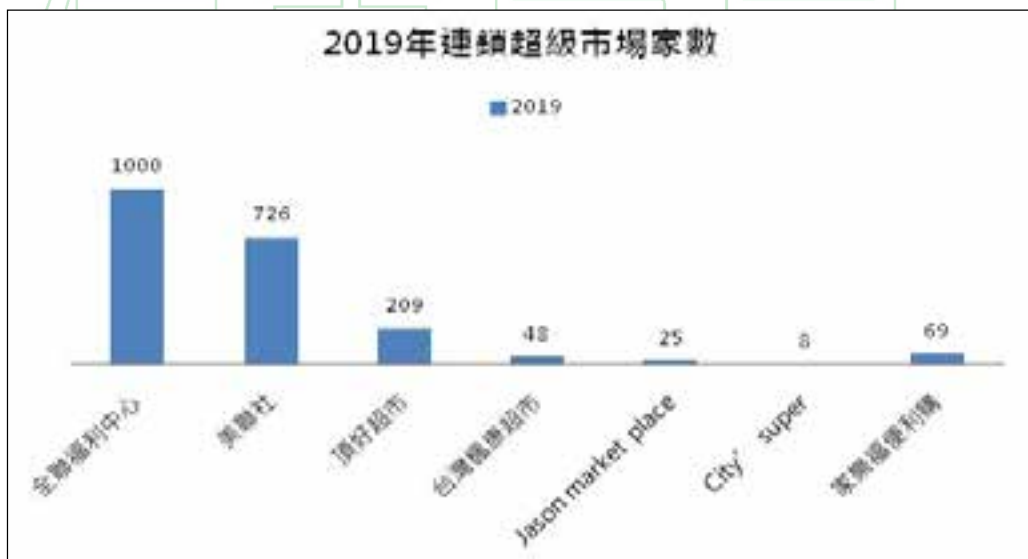


圖4-3-17 2019年連鎖超級市場家數

資料來源：本研究整理

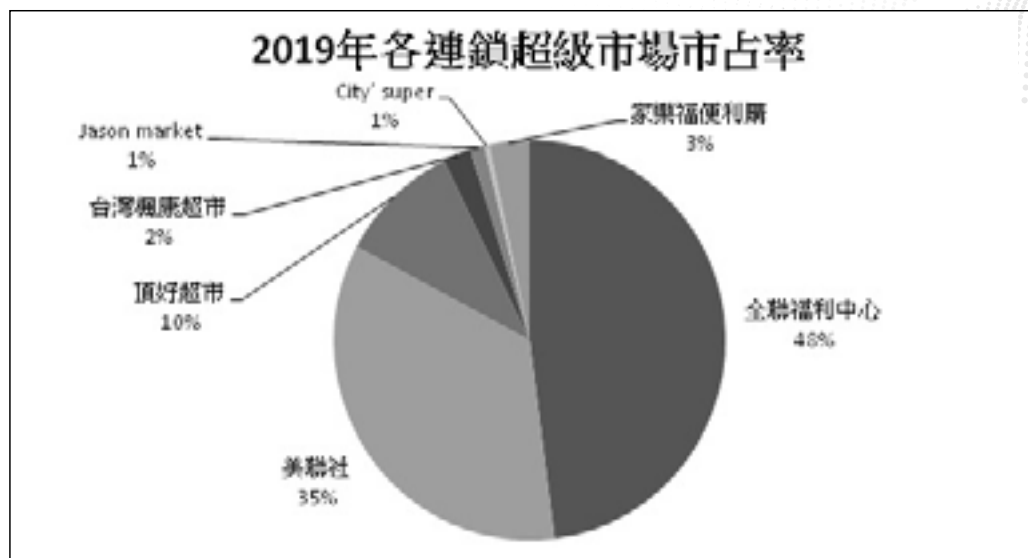


圖4-3-18 2019年各連鎖超級市場市占率

資料來源：本研究整理

柒、總結

2019年整體零售業營業額成長了3.08%，營業額增加了1,152億元，來到3兆8,522億元，較前一年略為增加；在各業中，營業額年增率以零售式量販業成長最多，達到5.31%，其次為超級市場業成長4.65%，第三名則是百貨公司業成長4.44%；在營業額方面，以百貨公司之營業額最高，達到3,552億元，其次為連鎖式便利商店3,316億元，第三名為零售式量販業2,101億元。整體而言，零售業的成長都較前一年復甦與擴張，特別是零售是量販業的成長超過5%。

在百貨公司業中，營業額居各零售業之冠，過去成長趨於飽和，但在2019年卻有4.44%的高成長率，表現亮眼；前三大的百貨公司的營業額都是呈現成長態勢，在經營競爭上，新的百貨公司仍是陸續出現，遠百信義A13店，擠進全球密度最高的百貨公司商圈，流行、創新與體驗總是帶入新的商機與人潮，但過時與單點的京華城、停車不便的遠東SOGO百貨新竹站前店則是畫下休止符。在購物中心方面，2019年有2家新的購物中心成立，包括微風南山廣場與台中后里麗寶樂園渡假區Outlet Mall第二期；未來還有6家購物中心要開幕，購物中心市場火熱，在台灣購物中心和百貨公司的差異化逐漸縮小，展店家數也讓市場的範圍愈形重疊與競合，並對生態產生變化，未來新型

態的購物中心將衝擊既有的購物中心，而既存的購物中心如何提供創新與購物體驗，將是維持與創造更大經營優勢的關鍵。

在零售式量販業方面，2019年的表現亮眼，新成家數僅有IKEA一家，台糖量販店則全數關閉，委託家樂福經營，遠東愛買也關了2家分店，整體量販店未來家數的成長將極為不易，並且有若干業者熄燈關閉分店，未來大型量販店除了持續轉戰超級市場外，應提供更為便捷的行動電子支付方式，並強化複合性功能，而無人商店、智慧商店與網路購物平台，以迎合消費族群之需求。

在連鎖便利商店方面，全家和統一展店數仍是旺盛，整體年增率超過6%，經營型態則是逐步朝向科技化與無人化經營之探索，萊爾富則是以多種店型策略，加強區域化、特色化的不同商店類型，藉此取得更高股東權益報酬率為經營策略。

在超級市場方面，較前一年成長了3%的家數，全聯福利中心和美廉社的展店速度仍是非常快，頂好超市則是重北輕南，經營略顯保守，至於家樂福便利購則是接收了台糖3家健康超市；未來結合實體店面與電子商務，走向平民與頂級二大分類之超級市場發展，市場仍是樂觀。

2020年新冠肺炎席捲全球，截至4月全球確診數已破200萬人，死亡逾12萬人，致死率逼近6%，造成各國紛紛祭出鎖國鎖城政策，為防止疫情蔓延，「STAY HOME」成為全球統一警語，連帶衝擊航空、旅遊、觀光、住宿業與零售娛樂活動，消費行為急速凍結，相關產業哀鴻遍野，由於疫苗尚未研發出來，疫情也正在攀升，未來半年內零售不動產的市場前景同樣悲觀，短期仍難以出現曙光。