

## 第三章 市場可行性評估

### 3.1 市場供需現況調查分析方法

嘉義市商業使用多集中於火車站前至吳鳳南北路一帶，呈面的發展型態，土地使用密度較高，提供一般日常生活用品、地方批發、零售用品；另一個新興商業發展核心於西北地區重劃區，如未來鐵路高架化後，市區東西向活動將得以連續，商業發展將呈雙核心型態擴展。

本節將針對鄰近地區商業發展與趨勢現況進行瞭解，並就鄰近地區之商業開發案進行分析。有關市場供需設施現況調查之步驟說明如下：

#### 步驟 1：次級資料分析

以統計要覽之次級資料分析(89 年~92 年)，可得嘉義縣市所得及消費習性基本因子。



#### 步驟 2：空間配置考量

再以本身建築量體、法規面考量次級資料分析所得之業種業態。



#### 步驟 3：廠商意願度

最後根據需求 1 及需求 2 之分析設定，詢問廠商進駐意願及評估財務。



### 3.1.1 市場供給現況調查

#### 一、商圈範圍分析

商圈範圍界定是為瞭解及掌握服務商圈之消費潛力與偏好，以確立未來經營方向與提供之業種業態。商圈範圍受到商圈可及性、行車時間及銷售額比例等因素影響，根據美國國際大型購物中心協會 (International Council of Shopping Center, ICSC) 對全球各大型購物中心所作之分類，如表 3.1-1 所示，本基地面積屬『近鄰型』購物中心之規模，其範圍可達半徑約 3 公里，消費者可接受之車行時間約 5-10 分鐘以內，其所需之支持人口約在 2,500~40,000 人左右。

表 3.1-1 購物中心主要商圈比較表

內容 類型	開發面積 (公頃)	支持人口 (人)	商圈半徑 (公里)	車行時間 (分)
近鄰型	4 公頃以下	2,500~40,000	3	5-10
社區型	4-6 公頃	40,000~150,000	6	10-20
區域型	6-10 公頃	150,000 以上	10	30
超區域型	10 公頃以上	300,000 以上	20	30 以上

資料來源：Shopping Center Development Handbook, 1985；阿里山森林鐵路及阿里山森林遊樂區提供民間投資經營案-可行性評估，91.9。

#### 二、商圈範圍界定

本計畫依商圈可及性、行車時間及銷售額比例等因素影響，將劃分之商圈分為三級，如表 3.1-2 所示。根據上述商圈範圍界定原則，本計畫各級商圈劃分範圍如圖 3.1-1 所示，其包含行政區域說明如下。

一級商圈：自基地東至蘭潭、西至世賢路所圍區域；行政區域為嘉義市區。

二級商圈：自一級商圈至嘉義縣市交界範圍、民雄鄉南部、竹崎鄉西側；行政區域為嘉義縣民雄鄉、竹崎鄉。

三級商圈：自二級商圈至嘉義縣民雄鄉、水上鄉、竹崎鄉西側、中埔鄉西側、太保市東側、新港鄉東側；行政區域為嘉義縣太保市、水上鄉、中埔鄉、新港鄉。

表 3.1-2 商圈範圍界定表

商圈界定	一級商圈	二級商圈	三級商圈
距離(半徑/km)	3 公里	6 公里	10 公里
車程(hr)	5-10 分	10-20 分	30 分
銷售額比例	50%~60%	20%~30%	5%~10%

資料來源：民間參與投資經營阿里山森林鐵路及阿里山森林遊樂區可行性評估即先期計畫書，93.8。

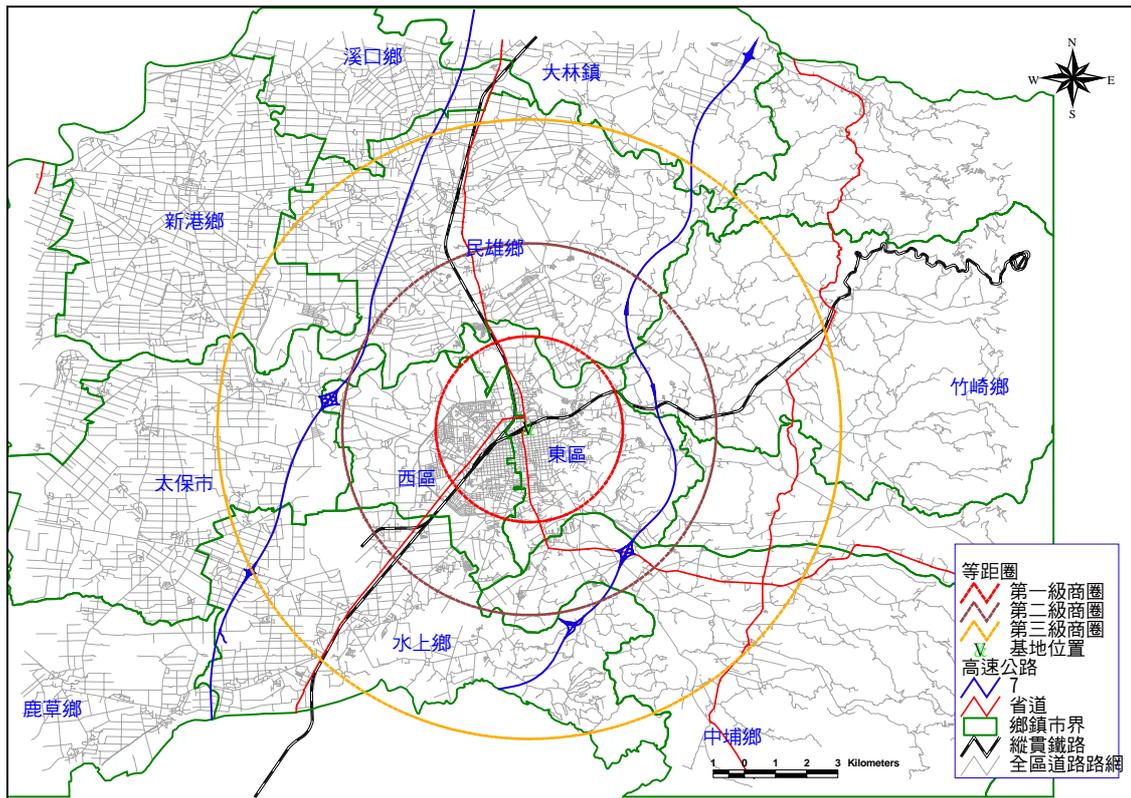


圖 3.1-1 計畫商圈範圍圖

嘉義市現有大型商業設施主要集中於北門車站西南側之市中心區，包括已在營運中之中信飯店、遠東百貨、衣蝶百貨及家樂福量販店，以及目前興建中之耐斯王子大飯店，由於其所提供之商業營業坪數達到 32,000 平方公尺(9,706 坪)，預估應可吸引『三級商圈』內之消費人口。由於本計畫距離耐斯王子大飯店約僅 1 公里，因此，預期本計畫於北門車站所提供之開發基地之商圈範圍應可擴及『二級商圈』內之消費人口。本計畫將針對一、二級商圈基本資料進行分析與探討。

### 3.1.2 市場需求設施現況調查

#### 一、商圈人口成長分析

由表 3.1-3 可知，商圈範圍內之嘉義市人口成長趨緩，民雄鄉人口成長穩定，竹崎鄉呈現負成長狀況，整體而言，總量仍在增加當中，目前商圈內總人口數已達約 26.8 萬人。

就嘉義市商圈人口漸朝外環圈擴散，原因在於外環區土地積極的開發暨重劃；而未來的高鐵太保站，將帶動嘉義縣太保與朴子地區加速開發暨發展，進而影響人口的遷移。

#### 二、商圈人口結構分析

##### 1. 年齡結構

一地區未來人口成長之趨勢，可由人口年齡分配情形可知，而人口年齡結構可反映經濟建設之發展，若地區經濟活動人口多，生產力強、產業發達，則必為一進步繁榮之都市；反之，幼年及老年人口(及依賴人口)過多，生產力弱、消費多，不但增加社會負擔，同時影響經濟成長。一般人口年齡結構，將 0~14 歲及 65 歲以上之人口歸為依賴人口，即無生產力；15~64 歲為經濟人口。

由表 3.1-4 及圖 3.1-2 觀之，本計畫商圈內之經濟人口有逐年減少的趨勢，九十一年底之勞動生產人口 263,770 人，佔總人口數 69.28%，較八十九年底的 69.34%，減少 0.06 百分點，顯示商圈範圍內之勞動層有漸弱趨勢。

表 3.1-3 商圈人口數及成長率表

年底	現住人口				
	嘉義市	竹崎鄉	民雄鄉	合計	成長率
87	263,050	41,580	69,328	373,958	-
88	265,109	41,434	69,862	376,405	0.65%
89	266,183	41,288	70,625	378,096	0.45%
90	267,993	41,189	71,034	380,216	0.56%
91	267,907	41,210	71,605	380,722	0.13%
92	269,594	40,916	71,857	382,367	0.43%

資料來源：嘉義市縣統計要覽。

表 3.1-4 商圈人口結構表

年別	合計	幼年層		勞動層		老年層		扶養比(%)			老化指數 (%)
		(0~14 歲)		(15~64 歲)		(65 歲以上)		合計	扶幼比	扶老比	
		人數	%	人數	%	人數	%				
八十九年	378,096	81,347	21.51	262,171	69.34	34,578	9.15	44.22	31.03	13.19	42.51
九十年	380,216	80,957	21.29	263,588	69.33	35,671	9.38	44.25	30.71	13.53	44.06
九十一年	380,722	80,084	21.03	263,770	69.28	36,868	9.68	44.34	30.36	13.98	46.04
九十二年	382,367	80,080	20.94	263,870	69.01	38,417	10.05	44.9	30.34	14.56	47

資料來源：(1)嘉義市縣統計要覽；(2)本計畫整理。

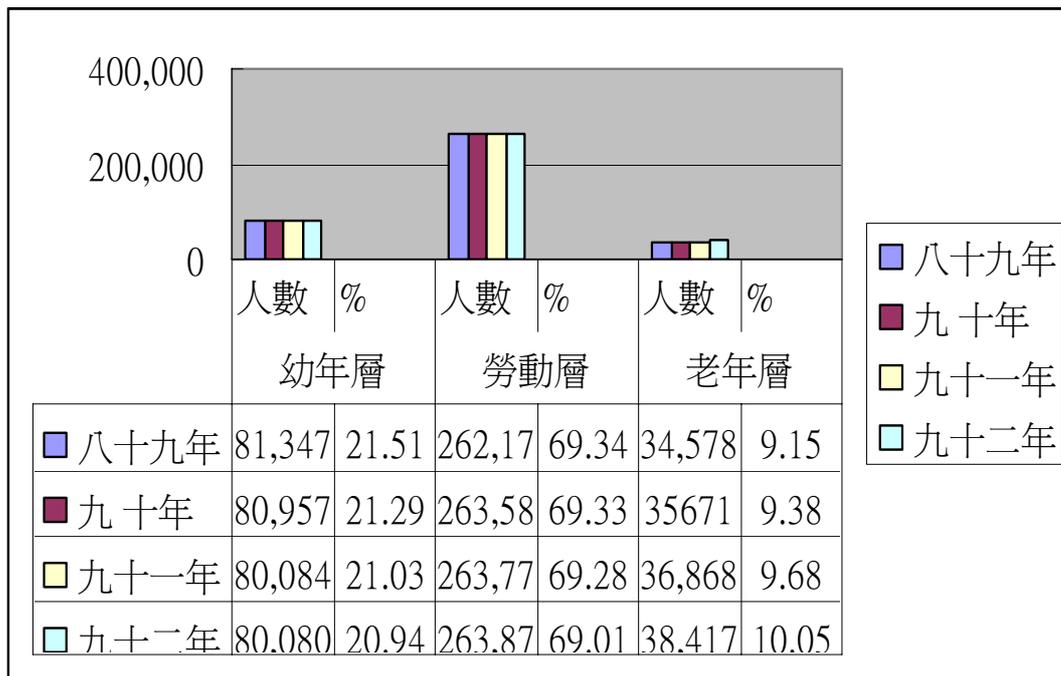


圖 3.1-2 商圈人口年齡結構圖

## 2. 扶養比

扶養比係指每百個工作年齡人口(15~64 歲人口)所需負擔依賴人口(14 歲以下幼年人口及 65 歲以上老年人口)之比，比率越高表示有生產力者負擔越重，反之則越輕。商圈內扶幼比已趨於緩和，扶老比則有逐漸增加的趨勢，整體而言，扶養比雖有逐年緩昇之現象，但已趨於平穩，如圖 3.1-3 所示。

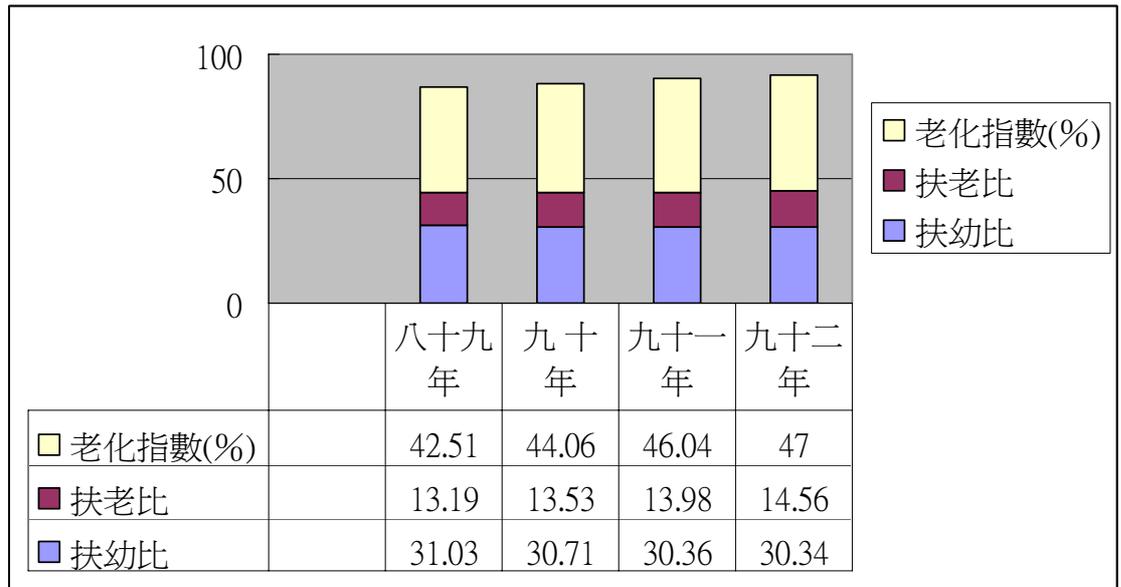


圖 3.1-3 商圈人口扶養比圖

### 3. 老化指數

老化指數可以顯示區域人口老化情形，如圖 3.1-4 所示。

商圈範圍內人口老化指數由八十九年 42.51%提高至九十二年之 47%，扶老比為 13.98%，已邁入世界衛生組織(who)定義(7%)之高齡化社會。

綜觀計畫商圈範圍之人口結構，本計畫商場消費可將 15~64 歲經濟人口視為主要消費者，並為本計畫之主要目標市場，提供適宜之商品種類間規劃，吸引到此消費；此外，因應高齡化社會的來臨，商品的品質、種類及商場空間規劃，應納入計畫中整體考量。

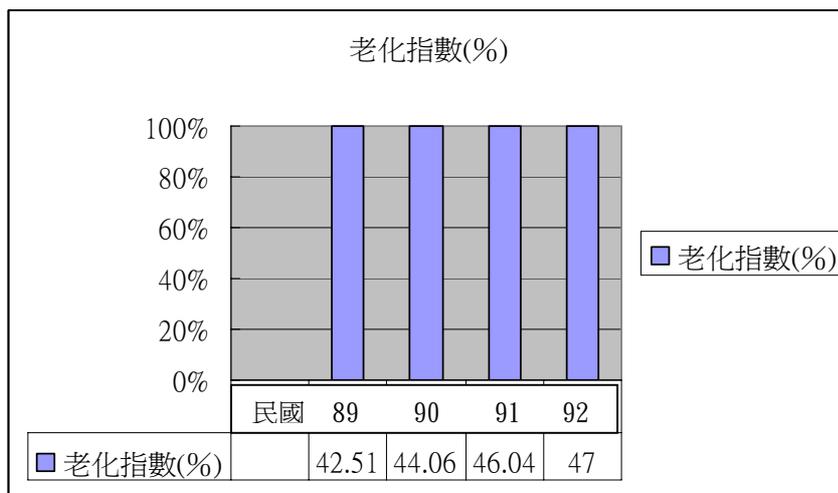


圖 3.1-4 商圈人口老化指數圖

#### 4. 商圈戶量分析

商圈範圍內之人口成長趨緩，但是由於國人小家庭的生活型態逐漸形成，所以在戶量的成長上，有明顯的增加，如表 3.1-5 及圖 3.1-5 所示。

表 3.1-5 商圈戶量及成長率表

年底	戶量				成長率
	嘉義市	竹崎鄉	民雄鄉	合計	
87	77,373	9,889	18,005	105,267	-
88	78,423	10,102	18,571	107,096	1.74%
89	79,716	10,312	19,057	109,085	1.86%
90	81,262	10,443	19,383	111,088	1.84%
91	82,444	10,577	19,778	112,799	1.54%
92	84,429	10,608	20,152	115,189	2.07%

資料來源：嘉義市縣統計要覽。

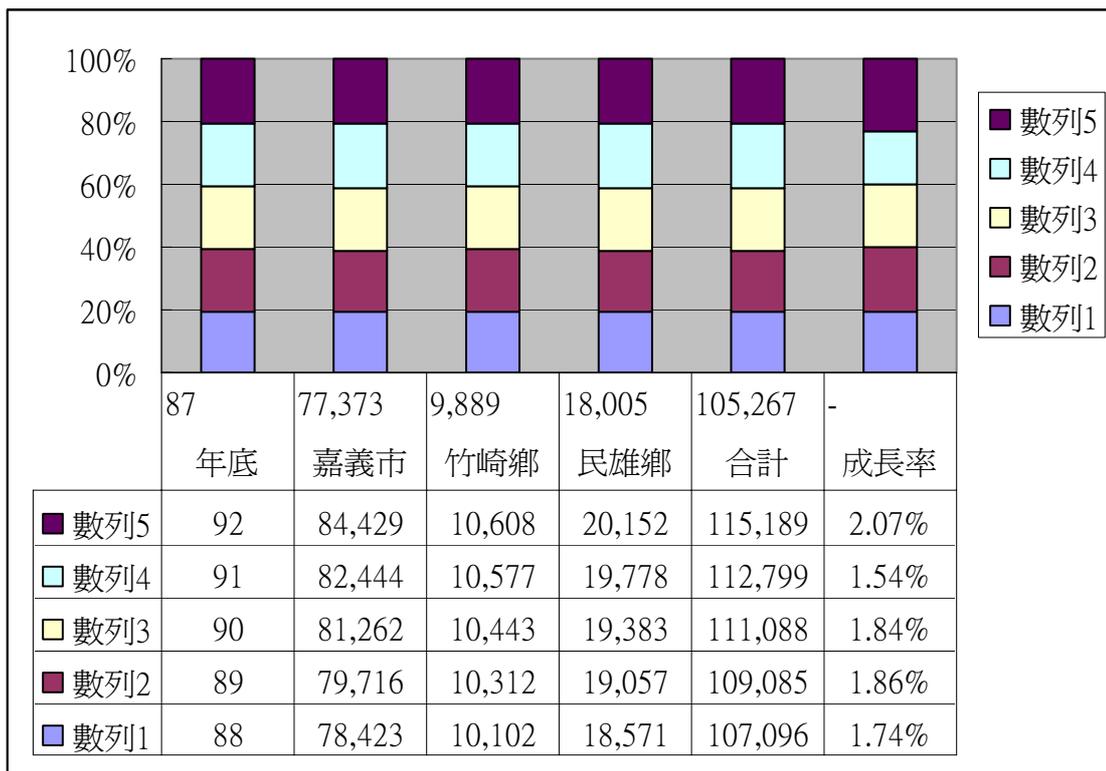


圖 3.1-5 商圈戶量及成長率圖

### 三、家庭收支分析

#### 1. 家庭經常收支情形

嘉義縣市近幾年平均每戶的經常收入有逐年減緩的趨勢，由民國 89 年平均每戶的經常收入 1,930,084 元，民國 91 年已減少為 1,794,901 元，經常性支出也隨之趨減。經常性支出包括消費性及非消費性支出，前者包括食品、飲料、菸草、衣類及個人穿著、房租及水費、燃料及燈光、家具及家庭設備、家事管理、保健及醫療、交通及通訊、娛樂及教育與雜項支出，平均約佔 80%；後者包括利息支出、經常性移轉支出等約 20%。另一方面，國人的儲蓄比例及金額也在逐年下降，顯示個人的消費能力加強，如表 3.1-6 及圖 3.1-6 所示。

表 3.1-6 嘉義縣市家庭平均每戶全年經常性收支表 單位：新台幣元

年度	嘉義縣、市			儲蓄
	經常性收入	經常性支出		
		消費性支出	非消費性支出	
89	1,930,084	1,160,861	328,377	415,166
90	1,823,072	1,137,153	313,731	308,812
91	1,794,901	1,175,302	289,617	281,122
92	1,743,455	1,117,004	277,875	271,142

資料來源：本計畫整理。

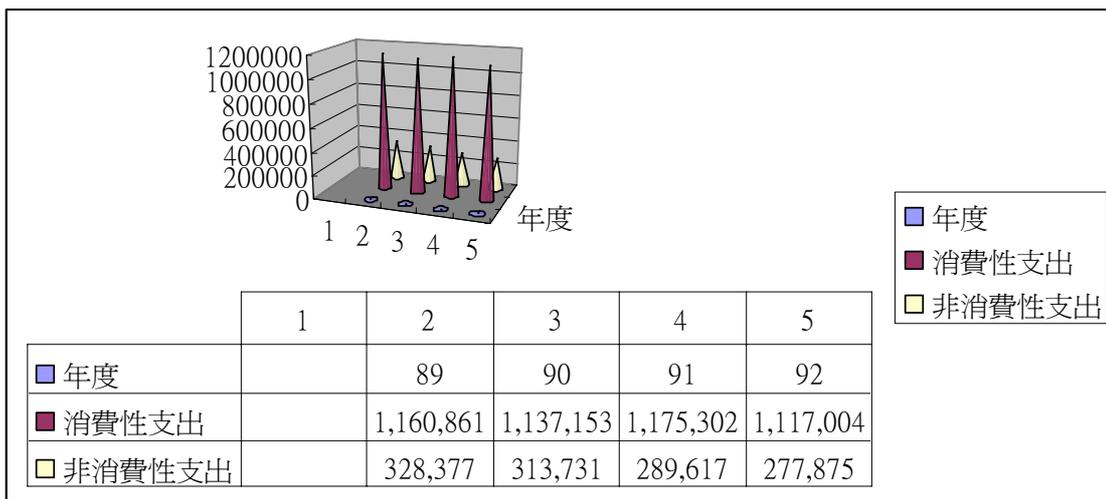


圖 3.1-6 嘉義縣市家庭平均每戶全年經常性支出圖

## 2. 家庭消費結構

嘉義縣市平均每戶之消費項目及其金額，如表 3.1-7~表 3.1-8 及圖 3.1-7 所示，與商場相關之消費項目包括食品飲料、衣著及服飾、教育及娛樂、保健及醫療、家具及家庭設備等項。其中教育娛樂及保健醫療有較明顯的成長的趨勢，也直接反映人口結構的變化；食品飲料、衣著及服飾、家具及家庭設備等項消費支出則有平緩甚至減少的趨勢。

表 3.1-7 嘉義縣市家庭消費項目表(與商場相關之消費項目)

單位：新台幣元

年度	食品飲料	衣著及服飾	教育及娛樂	保健及醫療	家具及家庭設備	小計
89	310,986	39,546	137,200	167,345	18,932	674,009
90	298,737	38,260	132,587	164,284	25,028	658,896
91	295,971	36,852	145,588	192,435	22,802	693,648
92	275,521	36,969	145,401	154,931	18,961	631,783

資料來源：本計畫整理。

表 3.1-8 嘉義縣市家庭消費項目表(其他消費項目)

單位：新台幣元

年度	房租及水費	燃料及燈光	運輸交通及通訊	其他消費支出	非消費支出	小計
89	217,503	33,852	133,141	100,090	328,377	812,963
90	211,846	34,607	132,209	97,839	313,731	790,232
91	211,852	34,992	134,962	98,185	289,617	769,608
92	205,612	34,828	129,068	64,298	277,875	711,681

資料來源：本計畫整理。

另外，由表 3.1-9 可以看出，與商場有關之消費支出之成長率呈現成長趨勢，所以佔總支出及總消費性支出將近一半比例。

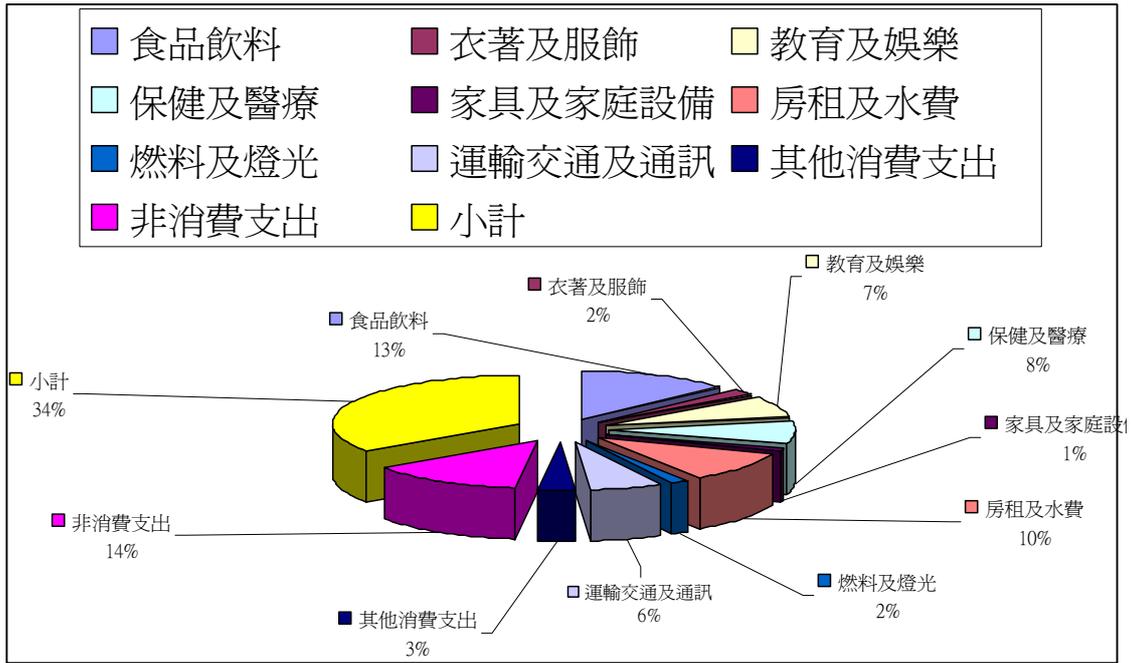


圖 3.1-7 嘉義縣市家庭消費項目圖

表 3.1-9 嘉義縣市家庭消費項目表(與商場相關之消費項目累計)

單位：新台幣元

年度	總支出	消費性支出	與商場有關之消費			
			支出	成長率	佔消費支出比例	佔總支出比例
89	1,486,972	1,160,861	674,009	-	58%	45%
90	1,449,128	1,137,153	658,896	-2.24%	57.94%	45.47%
91	1,463,256	1,175,302	693,648	5.27%	59.02%	47.40%
92	1,343,464	1,117,004	631,783	-9.79%	56.56%	47.03%

資料來源：本計畫整理。

#### 四、商圈購買力分析(嘉義縣市)

##### 1.89 年購買力(以本標的預估之購買力)

$$\begin{aligned}
 \text{購買力} &= 89 \text{ 年每戶數} \times 89 \text{ 年每戶與商場有關之消費} \\
 &= 109,085 \times 674,009 \\
 &= \text{約 } 735 \text{ 億元}
 \end{aligned}$$

##### 2. 預估 96 年購買力

$$\begin{aligned}
 (1) \text{ 預估 } 96 \text{ 年人口數} &= 89 \text{ 年人口數} \times (1 + 89 \text{ 至 } 91 \text{ 年平均人口成長率})^8 \\
 &= 378,096 \times 1.03081 = 389,745 \text{ 人}
 \end{aligned}$$



(2) 預估 96 年總戶量=89 年平均戶量 $\times(1+89$  至 91 年平均戶量成長率) $^8=109,085 \times 1.14888=125,326$  戶

(3) 預估 96 年每戶人數=預估 96 年人口數/預估 96 年總戶量  
 $=389,745/125,326=3.1$  人

(4) 預估 96 年每戶與商場有關之消費支出=89 年有關商場消費 $\times(1+89$  至 91 年與商場有關之消費成長率) $^8=674,009 \times 1.1279124=760,223$  元

(5) 預估 96 年購買力=預估 96 年總戶量 $\times$ 預估 96 年每戶與商場有關之消費支出 $=125,326 \times 760,223=952$  億元

根據上述分析數據顯示，在 89 年時商圈的購買力約為 735 億元，在 96 年時則為 952 億元，成長率 30%。

顯示商圈內的購買力仍有成長的空間，未來商場規劃的內容應考量當地人口結構變化及觀光旅客為市場目標。

以上與商場相關之消費支出，除一般量販店、百貨公司及連鎖商店外，一般傳統市集幾乎占消費支出比例 50% 左右；目前量販店年營業額約占 60~70 億元左右、百貨公司約占 90~120 億元、連鎖商店約占 100 億元、一般傳統市集仍占 400~500 億元間。故量販店在嘉義縣市仍有空間。

## 五、鄰近地區商業發展

本計畫一級商圈範圍主要以嘉義市市區為主，其商業服務發展較快，對於本計畫未來開發也較具影響力。嘉義市發展主要集中在中山路、新生路、垂楊路、吳鳳南路所圍之舊市區，區內道路狹窄，店面寬度不足，主要以傳統市集店面居多，嘉義市火車站興築完成後，火車站商圈形成，擴大原有傳統市集商圈的範圍，改以中山路與文化路之圓環處，延伸至站前廣場所為面積，南至垂楊路、西至中山路與林森西路，東至吳鳳南路並由中山路貫穿其中。

以下針對一級商圈發展現況進行說明。

### 1. 百貨精品市場分析

嘉義市區內目前有遠東及衣蝶等二家較大型百貨公司，其中以

遠東百貨較具規模，在各樓層中，除地下一樓及七樓提供生鮮、小吃及餐飲以外，其他樓層提供日常用品，如表 3.1-10 所示；衣蝶百貨則以提供服飾為主。目前在本計畫往北方約一公里處，由耐斯集團興建一大型購物中心，為未來嘉義地區最具規模之大型購務中心，商場規劃面積約為 9,706 坪，實際營業面積達 7,800 坪左右，提供購物、娛樂、餐飲、休閒、文化服務等各項設施，預估年營業額可達 29.6 億元。

嘉義市主要的零售商業活動以沿中山路兩旁之街面向外延伸，但就有建築物之店面規模都不大，活動主要仍集中於市中心區。一般精品店多聚集於中山路後之巷子內，其營業面積雖不大，但總營業額佔嘉義地區消費性支出額的比例很大。

表 3.1-10 遠東百貨各樓層經營項目表

樓層	館別	經營項目
7F	美食館	鬥牛士牛排館
6F	童年親子世界	童鞋、流行兒童服飾、嬰兒沙龍、嬰兒室、玩具
5F	精緻生活	視聽音樂、電腦、通訊器材、照材、家電用品、生活雜貨、寢具飾品、室內家具、廚房衛浴用品、精緻餐具
4F	運動休閒	CD 卡帶、牛仔休閒、運動服飾用品、青少年流行服飾、活動中心
3F	名流紳士	襯衫領帶、鐘錶、紳仕雜貨、皮鞋皮件、高級西服西褲、進口休閒服飾
2F	名媛風采綺麗新姿	內睡衣沙龍、女鞋、高級女裝、珠寶飾品、上班服飾、少女內衣
1F	荳蔻年華都會精品	流行雜貨、流行少女裝、名牌化妝品、皮件、女鞋、金飾手錶、服務台
B1	超級市場美食天地	生鮮食品、日用品、加工食品、咖啡、小吃、煙酒、顧客寄物處

資料來源：遠東百貨公司。

百貨公司部份，以供需兩方面討論，根據嘉義市地區消費指數，需求面是飽和；但就供給面來說，市場上有新光三越及 sogo，仍未進駐嘉義地區。但新光三越的展店現階段以一級都會為考慮、sogo 現階段屬於遠東集團，故短期間很難再展店。單就本標地(嘉義火車站)因非屬百貨公司立地條件及定位(客層為全客層、家庭客層，本案屬轉運型客層)，皆暫時不考慮。

## 2. 量販超市市場分析

嘉義地區較具規模之量販倉儲店，主要有全買興業店、家樂福嘉義店、及萬家福，後兩者有提供購物者停車空間，均位於本計畫一級商圈內。由於人民所得及生活品質提高，提昇民眾對生鮮及量販店的認同，過去幾年台灣各地區之大型量販店相繼投入，其成長率高達 208%，嘉義地區也加入此一戰場，然而在質與量上都有待評估。

超級市場主要分布在市中心區，除全買及百佳超市規模較大以外，其餘皆為一般小型零售商店，其中營業面積最大之嘉厚生鮮超市營業面積僅 450 坪。目前在量販超市的帶動下，嘉義市仍有極大的發展空間。

量販超市部份，以供需兩方面討論，根據嘉義市地區消費指數，需求面是可被需求（另一方面將與傳統市場、部分超市產生衝突）；但就供給面來說，市場上有大潤發、愛買吉安及特易購，仍未進駐嘉義地區。在上次研討會，愛買吉安、大潤發及特易購皆有表達進駐嘉義地區意願，單就本標地(嘉義火車站)因非屬量販店立地條件及定位(客層為家庭客層，本案屬轉運型客層)，皆暫時不考慮。

## 3. 餐飲市場分析

嘉義市的餐飲發展空間，早期集中在火車站前及以噴泉附近為中心散佈，近年來，新興之速食店也快速的崛起。文化路是攤販聚集最多之處，仍保有傳統市場獨特的飲食風格；林森西路及垂楊路有大量的日本料理、西餐廳、海鮮餐廳林立，排場豪華，顯示嘉義地區的餐飲市場仍具有其潛力。另外，所得提高，消費形態改變，以及婦女勞動參與率提高，也是導致外食人口增加的主要因素。依照目前整體的消費現況，主要分為三種餐飲消費空間的形成：

### (1) 百貨公司、量販超市及精品店之美食街

主要為提供購物民眾解決飲食問題之美食街，為購物逛街者提供一舒適進食之場所，餐飲供應的內容包括簡餐、零食飲料為主，也包含各項異國美食。

### (2) 新興之中型賣場之美食餐廳

主要位於垂楊路等新興之西餐廳、日本料理、海鮮餐廳之中

型餐廳，餐廳主要的目標市場，鎖定逛街購物之消費者或聚餐聚會之團體消費客群，所以設置至多考量鄰街面、近(備)停車場，包括西餐廳、海鮮樓、速食店、麵食館、日式料理店等，滿足各消費階層的飲食需求。

### (3)夜市及國民小吃

台灣普遍流行的夜市位於文化路夜市，以及國民路小吃形態之臨時性商場，因於夜間提供不同物美價廉兼具地方口味之餐飲，同時伴隨豐富遊樂性質，深具市場競爭潛力。

餐飲部份，以供需兩方面討論，根據嘉義市地區消費指數，需求面是可被需求；但就供給面來說，市場上進駐嘉義地區意願高（此部分廠商只會就設點評估），單就本標地(嘉義火車站)屬於轉運型客層，如便利商店、咖啡店、一般美食攤位；就商業考慮轉運型的環境將帶來流動人口，也會帶來大量餐飲需求。（此部分對未來開發者招商部分非困難點）

## 4.休閒娛樂市場分析

嘉義地區主要的休閒娛樂空間，如表 3.1-11 所示。

表 3.1-11 嘉義地區主要遊憩據點

類型	景點	地區
文化古蹟	嘉義市立文化中心、二二八紀念碑、嘉義忠烈祠	嘉義市
	吳鳳故居	竹崎鄉
宗教勝地	九華山北嶽殿地藏庵、孔廟、玄天上帝廟、彌陀寺、先天玉虛宮	嘉義市
	民雄大士爺廟	民雄鄉
	東嶽殿、德源禪寺	竹崎鄉
公園類	港坪花卉區、嘉義公園、植物園、中正公園、二二八紀念公園	嘉義市
	臥龍谷風景區、奮起湖風景區、茄苳風景區	竹崎鄉
山水勝景	內埔子水庫、蘭潭水庫	嘉義市
	觀音瀑布、石幻谷、十八靈岩洞、桃源瀑布	竹崎鄉
遊樂場	嘉義戲院、遠東戲院、嘉年華電影院、新榮戲院及 KTV 高爾夫球場	嘉義市

資料來源：民間參與投資經營阿里山森林鐵路及阿里山森林遊樂區可行性評估即先期計畫書，93.8。

休閒娛樂部份，以供需兩方面討論，根據嘉義市地區消費指數，需求面是可被需求（戶外活動有阿里山、劍湖山等設備）；但就供給面來說，市場上有極限運動及室內大型運動館現階段仍缺乏，仍未進駐嘉義地區。單就本標地(嘉義火車站)因侷限空間使用及定位(客層為家庭客層，本案屬轉運型客層)，皆暫時不考慮。

#### 5. 補教事業市場分析

補教事業部份，以供需兩方面討論，根據嘉義市地區消費指數，需求面是可被需求；但就供給面來說，市場上現階段集中在火車站商圈週邊。單就本標地(嘉義火車站)未來如能規劃補教空間之合法性，此方面將有助開發商投資意願度。

依表 3.1-12 統計，嘉義市市民於九十二年娛樂消遣及書報雜誌文具總支出為 10.1 億元，其娛樂消遣服務每年每家戶平均為 8,207 元，其書報雜誌文具每年每家戶平均為 3,771 元。

依表 3.1-13 統計，嘉義市市民於九十二年教育與研究費總支出為 41.9 億元，其教育與研究費每年每家戶平均為 49,665 元。

得之，補教業及圖書文具業、KTV、育樂業，就商機利益之觀點，且就目前嘉義市 10~40 歲佔嘉義市總人口數 48% 而言，單就補教業及娛樂業皆是一投資指標，另出生率的遞減及普遍性一胎化，呈現兒童學前教育、技能（語言、才藝等）學習的另類風潮。

就以市場面而言，地球村語言等教學、學儒等升學補習班、好樂迪、誠品、墊腳石等仍積極展店於嘉義地區。

#### (1) 胃納量（娛樂消遣服務暨書報雜誌文具）

表 3.1-12 嘉義市娛樂消遣及書報雜誌文具支出

民國	合計	娛樂消遣服務(元)	書報雜誌文具(元)	總支出
90 年	13,114	8,408	4,706	-
91 年	14,681	9,222	5,459	-
92 年	11,978	8,207	3,771	10.1 億

資料來源：本計畫蒐集整理。

#### (2) 胃納量（教育與研究費）

表 3.1-13 嘉義市教育與研究費

年 別	教育與研究費(元)	總支出
90 年	44,343	-
91 年	55,235	-
92 年	49,665	41.9 億

資料來源：本計畫蒐集整理。

### 3.1.3 市場供需現況分析

交通匯集的地方集結成市，進而帶動旺盛的人氣，乃是商業區域發展不變的趨勢，同時隨著交通因素與商業行為的演變，商圈也發展出不同的特色，並提供不同的服務。整個嘉義地區主要商業市場競爭分為百貨、量販超市及傳統市集三種型態，圖 3.1-8 為嘉義市商業活動分佈。

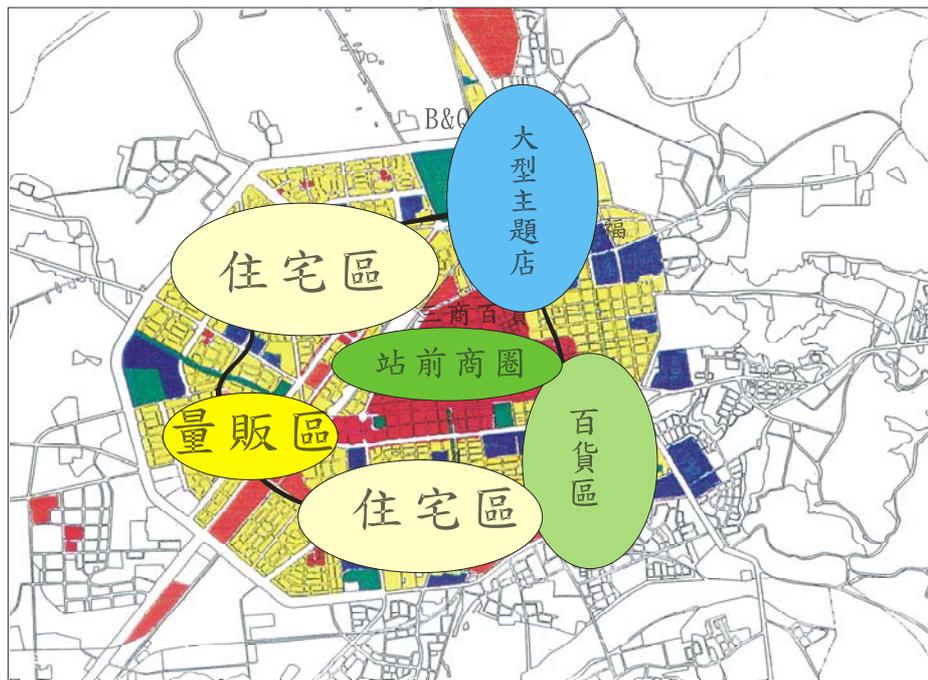


圖 3.1-8 嘉義市各區使用區域

#### 一、精品店、百貨、購物中心營業空間之飽和度

遠東百貨是嘉義市商業活動朝向多元化、高品質及優值空間提供之趨使者，吸引的消費人潮涵蓋嘉義市鄰近各鄉鎮地區，目前在距離北門車站一公里處耐斯集團已投資興建約 9700 坪之大型購物中心，

未來市場的競爭狀況及飽和度有待持續觀察，但整體而言，本計畫一級商圈內已提供超過一萬坪之商業樓層面積，計畫應審慎考量避免設置相同類型商業空間。

## 二、量販超市與傳統市場的消長程度

一般生活日常購物主要的地點不外乎超級市場與傳統市場，南台灣的民眾一般仍習慣於傳統市場中購買生鮮用品，主要在於過去所提供的場所及價格均較超級市場便宜；量販店有別於超級市場為『一次購足』、『價格低廉』為其主要吸引客戶的地方，同時隨著國民所得及生活水準的提昇，對於購物環境的要求也越發積極，量販店透過大量的採購，可提供物美價廉的生鮮以外，同時也提供日常家庭用品，另外也配合越來越多的職業婦女購物時間調整的需要，所以依目前嘉義市區中、大型量販超市陸續近駐的狀況，本區的消費習慣卻有其明顯的改變，然而，由於近年商圈內人口數及預估購買力並未明顯的提昇，傳統市場仍有其無法完全取代的地位，量販超市的成長空間仍有其限制。

## 3.2 觀光旅館市場分析

### 一、旅遊市場現況

#### 1. 國外來台旅遊市場

##### (1) 來台目的與在台活動

依據交通部觀光局「九十一年來台旅客消費及動向調查」結果，九十一年度來台旅客共計 297.8 萬人次，來台旅客人數較九十年成長 13.79%。

來台目的以觀光者最高，佔 34.55%，業務者次之佔 27.92%，請參見表 3.2-1。旅客在台前三大活動依序為以「購物」、「逛夜市」、「參觀古蹟」。其中觀光目的旅客以參加「泡溫泉浴」、「冒險或生態旅遊」、「按摩、指壓」及「參觀展覽」者較多；此外，「夜總會、Pub 活動」、「參觀展覽」、「卡拉 OK、唱 KTV」及「按摩、指壓」亦為業務目的旅客較常參加之活動。

表 3.2-1 九十一年來台旅客來台目的統計

	合計	業務	觀光	探親	會議	求學	其他	未列明
總計	2977692	831465	1028635	329751	39485	61904	131684	554768
比例	100%	27.92%	34.55%	11.07%	1.33%	2.08%	4.42%	18.63%

資料來源：91 年觀光局統計

### (2) 來台遊覽景點

「故宮博物院」、「夜市」、「中正紀念堂」及「龍山寺」為來台旅客遊覽較多景點，旅客以在台北縣市遊覽者（每百人有 78 人）最多，其次為花蓮（每百人有 11 人）、高雄（每百人有 8 人）及屏東（每百人有 6 人）等；而旅客遊覽景點依序以故宮博物院（每百人有 35 人）、夜市（每百人有 28 人）、中正紀念堂（每百人有 27 人）、龍山寺（每百人有 23 人）較多，又以旅客最喜歡景點分析，以對「太魯閣」之喜歡程度最高（77.72%）。

### (3) 小結

來台旅客主要旅遊地區為台北與高雄都會區內及東部地區，其停留夜數之比率及每人每日平均消費額度最高者為 3 天以下最多，顯示提供多樣化之短期遊程較符合國際旅客之需求。

## 2. 國人國內旅遊狀況

台灣地區 91 年國民旅遊市場重要指標會整如表 3.2-2。分別說明如下：

表 3.2-2 國人國內旅遊重要指標統計表

項 目	91 年	90 年	91 年與 90 年比較
國人國內旅遊率	89.7%	86.1%	增加 3.6%
平均每人旅遊次數	5.62 次	5.26 次	增加 0.36 次
國人國內旅遊總人次	106,278,000 人次	97,445,000 人次	成長 9.1%
平均到訪據點數	1.63	1.50 個	增加 0.13 個
平均停留天數	1.7 天	1.7 天	持平
假日旅遊比例	73.2%	72.4%	增加 0.8%
旅遊整體滿意度	94.9%	94.6%	持平
每人每次旅遊花費	台幣 2,228 元	台幣 2,480 元	負成長 10.2%
國人國內旅遊總花費	台幣 2,368 億元	台幣 2,417 億元	負成長 2.0%

資料來源：本計畫整理。

### (1) 旅遊人次

九十一年國人國內旅遊次數計達一億零六百萬人次以上，較上年成長 9.1%；全年平均每人國內旅遊次數為 5.62 次（高於 90 年的 5.26 次），推估九十一年台閩地區十二歲以上國民國內旅遊總旅次為 106,278,000 旅次（較 90 年成長 9.1%），如含括 12 歲以下隨行兒童則全年共計有 130,741,000 旅遊人次。

### (2) 旅遊率與旅遊次數

據九十一年國人國內旅遊狀況調查顯示，旅遊率 89.7%，較九十年 86.1% 增加 3.6%。平均每人旅遊次數九十一年為 5.62 次，較九十年 5.26 次增加 0.36 次。

### (3) 旅客特性

以旅遊月份分析：民眾從事國內旅遊的月份以二月份佔 14% 最多；以性別分析，旅客的男女性比例相當；以年齡分析，旅客之平均年齡為 37 歲；以月收入分析，旅客月平均收入在四萬元以上者佔 19%，職業則以學生佔 20% 較多，請參見表 3.2-2 所示。

表 3.2-3 九十一年國內旅客特性表

特 性	旅客特性
旅遊月份	2 月(14.2%)最多，8 月(10.1%)，9 月(9.6%)及 6 月(9.7%)居次
性別	男、女性比例相當
年齡	平均年齡：37 歲
月收入	台幣四萬元以上（19.0%）
職業	學生(19.9%)、家庭管理(14.8%)、服務及售貨員(13.8%)等居多

資料來源：本計畫整理計算。

以民眾居住地區分析，國內旅遊以居住於北部地區者（佔 43%）最多，南部地區（佔 28%）及中部地區（佔 26%）者次之，請參見表 3.2-3 所示。

### (4) 旅遊目的與遊憩活動

民眾從事國內旅遊目的為「觀光」者最多佔六成，探親訪友次之；而出國旅遊亦以「觀光」為目的者最多，其次則為「商務」及「探親訪友」等，請參見表 3.2-4 所示。

表 3.2-3 九十一年國內旅次分布（按居住地區分）

居住地	旅次百分比 (%)
北部地區	42.9
中部地區	26.1
南部地區	28.3
東部地區	2.5
金馬地區	0.2
合計	100.0

資料來源：本計畫整理計算。

表 3.2-4 九十一年國內旅遊目的表

旅遊目的	旅次佔比 (%)
觀光、遊憩、度假	60.5
探親訪友	18.7
商(公)務旅行	1.5
生態旅遊	5.9
宗教旅行	6.0
健身運動度假	4.0
會議或學習性度假	1.3
其他	2.1
合計	100.0

資料來源：本計畫整理計算。

國人於旅遊據點之旅遊活動，以自然觀賞活動最多佔 68.2% (自然景觀 41.6%、露營登山步道健行 17.1%、觀賞動植物 9.5%)；其次為其他休閒活動 46.3% (逛街購物 12.4%、品嚐美食 11.7%、泡溫泉 9.7%、駕車兜風 2.5%、觀光果(茶)園參觀活動 1.1%、其他 8.9%)。

#### (5) 旅遊花費

九十一年國人國內旅遊總花費達新台幣 2,368 億元，平均每人每日旅遊花費為 3,073 元。而每人每次國內旅遊費用為新台幣 2,228 元，較上年減少 10%，推估全年國內旅遊總花費為新台幣 2,368 億元較上年減少 2%，請參見表 3.2-5 所示。

### (6) 旅遊方式

國人從事國內旅遊皆以個別旅遊方式佔 89%，高於團體旅遊 11%；全年旅次中國內旅遊曾委託旅行社者僅佔 4%，請參見表 3.2-6 所示。

表 3.2-5 九十一年國內旅遊花費表

費用	國內旅遊
每人每日旅遊費用	台幣 3,073 元 (-12%) (有過夜者)
每人每次旅遊費用	台幣 2,228 元 (-10.2%)
全年總旅遊人次	106,278,000 人次(+9.1%)
全年國民旅遊總費用	台幣 2,368 億元(-2.0%) 折合 6,848 百萬美元(-4.2%)

註：括弧內係指與 90 年比較之成長率。

資料來源：本計畫整理計算。

### (7) 據點選擇考量

針對受訪民眾進一步訪問，如以現在能力考量，想在國內旅遊者，以想去東部地區佔 36% 旅遊者最多，南部地區佔 21% 次之。

表 3.2-6 九十一年國內旅遊方式表

項目	國內旅遊	
旅行方式	個別旅遊	88.6%
	團體旅遊	11.4%
委託旅行社辦理情形	委託	3.7%
	未委託	96.3%

資料來源：本計畫整理計算。

## 3. 本計畫基地之發展分析

本案希望未來經現有火車站高架後成為客運轉運中心後，可藉由自然景觀、生態、人文、養生等資源之結合，加上森林遊樂區自然環境優勢的搭配，應可成為火車之旅或日後至阿里山暨故宮南院之住宿。

且觀光旅館部份，以供需兩方面討論，根據嘉義市地區消費

指數暨日後未來故宮南院等利多消息，需求面是可被需求；但就供給面來說，市場上進駐嘉義地區意願高（此部分廠商只會就設點評估）。

## 二、小結

綜合上述相關嘉義地區及阿里山森林遊樂區之市場分析成果，嘉義市火車站的開發無論在規模上或區位條件上，均難以與周邊大型開發案相抗衡，唯有在開發定位的創意上注入單純特色、旅遊資訊及服務、交通轉運的功能方能加以區隔。至於觀光旅館的部分，除上述相關台灣地區觀光旅館及森林遊樂區內旅館的現況分析外，更涉及現階段較難加以量化的大陸政策走向，在大陸政策更為明朗，放寬大陸人士來台旅遊之際，將促使阿里山地區之遊客明顯增加。

## 3.3 供需(競爭者)預測分析

### 3.3.1 廠商進駐意願及合理性調查

就上述嘉義市供給及需求面的可行性、未來性。小組成員特擬一份針對本案設計之問卷調查暨為了解商業市場真實面的運作模式，計畫透過初步之廠商意見回函表及電訪，詢問將來開發『嘉義市客運轉運中心』的進駐意願，得下列結論：

#### 一、廠商進駐意願調查

- 1.正面需求：此部分分為現已在嘉義市設點及尚未在嘉義市設點，單就未設點部分，若將來因『嘉義市客運轉運中心』的設立，如廠商的屬性為衝動性及飾品、服飾類，也考慮進駐；但如廠商屬於生活量販暨大面積需求者，期待將來『嘉義市客運轉運中心』的設立，帶動附近土地的釋出（如中油或酒廠）。
- 2.負面意見：現況嘉義市仍被鐵路一分為二，且站前商業土地使用，仍屬零星，未來如鐵路高架化，雖可帶動都市更新，但高鐵太保站

的通車可預期的，將使嘉義地區從以嘉義市為單一重要都會，分為雙核心都會。且嘉義縣太保市附近多完整性土地，近年來，多項利多消息面帶領下，此區域住宅人口增加、交通建設完善，預期未來遠景有可能超越嘉義市。

針對正面需求此項，應就此次專案了解各廠商進駐初步條件及交通要求之條件點、並會同都市計畫單位暨經濟(產經)單位，促使將來更多廠商進駐嘉義市，使嘉義市成為另一新興都會區。

針對負面意見此項，與規劃小組研擬是否有解決之道。一個完善的商業空間，首要考量使用者的規格、產生多少收益面；且高鐵太保效益必定影響嘉義市的商業市場規格，事先真實的模擬將有助未來商業的使用。

## 二、調查合理性：

- 1.先列擬電話、信函訪談業者名單（配合日後座談會名單）。
- 2.以電話訪談暨親自訪談。
- 3.談論重點『未來貴公司對嘉義市地區的商業展店計畫』
- 4.將談論內容研究分析並記錄。

### 3.3.2 需求量的推估

依表 3.3-1 及表 3.3-2 統計，嘉義市居民依九十二年經常性消費總支出為 637 億元，總收入為 822 億元，消費佔收入的 77%。（飲料佔 0.52%、衣著、鞋襪類佔 2.09%、食品類佔 13.25%）根據上表，先就嘉義市業種的需求量做初步推估，下階段在地點選定後，依法令的建蔽率及容積率，適度調整修正。

現階段，依據當前商業業種業態需求量推估，可得下列（商業行為）設施規模的預測，如表 3.3-3 所示，初步配置商業構想如圖 3.3-1 所示。

一、生活量販（民生物資）：民生必需品是人類基本生存需求，加上未來

消費習性，著重『一次購足、停車便利』兩大項，且嘉義市目前有三家量販店，故生活量販規模預測面積在 3500~4000 坪之間。

依表 3.1-7 嘉義縣市家庭消費項目表(與商場相關之消費項目)得嘉義縣市購買力預計 96 年金額約 952 億元，現階段需求仍大於供給(60~70 億)，再參考與廠商之意願度調查及現有生活量販店之量體，得一通數。(但此未就基地評估是否可立地成生活量販)

二、餐飲(外食)：餐飲可經營於人潮多之地點，座落於『客運轉運中心』是可行的，一般大型宴客型餐廳約 1000 坪上下、中型店約 150~250 坪、美食街約 2~3 坪。依表 3.1-7 嘉義縣市家庭消費項目表(與商場相關之消費項目)得嘉義縣市購買力預計 96 年金額約 952 億元，現階段需求仍大於供給，再參考與廠商之意願度調查及現有一般外食餐廳店之量體，得一通數。(但此未就基地評估是否可立地)

三、一般零售店(含服務性行業)：此部分面積需求大約 20~30 坪左右。依表 3.1-7 嘉義縣市家庭消費項目表(與商場相關之消費項目)得嘉義縣市購買力預計 96 年金額約 952 億元，現階段需求仍大於供給，再參考與廠商之意願度調查及現有一般零售店之量體，得一通數。(但此未就基地評估是否可立地)

表 3.3-1 嘉義市平均每戶家庭全年經常性收入

民國	經常性收入總計	(一) 薪資收入	(二) 財產收入			(三) 產業主所得			(四) 捐贈移轉收入				(五) 其他雜項收入			
			Property Income			Entrepreneurial Income			Current Transfer Receipts							
			合計	(1) 利息收入	(2) 租金及其他財產收入	(3) 投資收入	合計	(1) 農業淨收入	(2) 營業淨收入	(3) 執行業務淨收入	合計	(1) 私人贈與收入		(2) 政府補助收入	(3) 企業補助收入	(4) 國外移轉收入
90年	1,022,021	498,886	197,445	61,063	132,033	4,349	173,014	9,253	158,897	4,864	152,378	47,815	27,521	75,916	1,125	299
91年	1,064,817	555,899	188,260	64,925	102,190	7,022	137,524	3,553	123,097	10,874	182,905	41,936	33,910	107,060	0	229
92年	974,598	504,617	152,436	38,719	107,003	6,715	171,444	10,673	155,502	5,269	145,905	37,642	33,823	74,440	0	195

資料來源：(1)嘉義市統計要覽；(2)本計畫整理計算。

表 3.3-2 嘉義市平均每戶家庭經常性支出

民國	一~十五 經常性 支出總計	一~十二 消費支出	(一) 食品類							(二) 飲料費		(三) 菸草	(四) 衣著、鞋、襪類				
			合計	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	合計		(1)	(2)	合計	(1)	(2)
				主食品	副食	乳酪類	水果	其他食品	婚喜喪祭宴會	在外伙食費			非酒精性	酒精性		衣著類	鞋襪類
90年	825,002	634,707	157,950	7,538	68,453	6,712	23,154	5,696	6,346	40,050	4,222	2,466	1,755	4,176	21,941	17,310	4,631
91年	830,113	659,543	153,971	7,986	63,815	7,844	20,820	4,489	2,852	46,164	4,696	3,031	1,665	4,174	21,224	16,847	4,377
92年	755,149	599,717	129,136	7,487	62,802	7,424	2,358	4,767	2,121	42,177	5,107	2,582	2,525	5,434	20,392	16,178	4,214

資料來源：(1)嘉義市統計要覽；(2)本計畫整理計算。

另在「嘉義市區鐵路高架化計畫可行性研究」(交通部鐵路改建工程局)「嘉義市區鐵路地下化可行性研究」所建議之未來車站商業行為，包括百貨公司、商場及辦公等，請參見表 3.3-4 所示。此一部份未來尚可待鐵路高架化規劃階段再行就商業面如何引進民間參與進行考量。

表 3.3-3 當前商業業種業態需求量推估(以永久性評估)

業種	項次	業態	面積需求量(坪)	備註
飯店	1	商務旅館	10000~15000	
	2	觀光旅館	15000~20000	
餐飲	3	宴會型餐飲	1000~1500	
	4	專賣店(主題)	250~400	
補教	5	語言	100~150	
	6	升學	200~300	
	7	才藝	500	5 間
量販	8	生活量販	3500~4000	不合適
	9	家居	300~500	
娛樂圖書	10	KTV	2000~3000	
	11	書局	200~500	
服務	12	洗衣	5	
	13	擦鞋	5	

資料來源：本計畫整理計算。

就上述資料，可得下列（商業行為）設施規模的預測：

- 1.生活量販（民生物資）：民生必需品是人類基本生存需求，加上未來消費習性，著重『一次購足、停車便利』兩大項，且嘉義市目前有三家量販店，故生活量販規模預測面積在 3500~4000 坪之間。

依表 3.1-7 嘉義縣市家庭消費項目表(與商場相關之消費項目)得嘉義縣市購買力預計 96 年金額約 952 億元，現階段需求仍大於供給(60~70 億)，再參考與廠商之意願度調查及現有生活量販店之量體，得一通數。（但若為永久性基地此地不合適）

- 2.餐飲（外食）：餐飲可經營於人潮多之地點，座落於『客運轉運中心』是可行的，一般大型宴客型餐廳約 1000 坪上下、中型店約 150~250 坪、美食街約 2~3 坪。

- 3.一般零售店（含服務性行業）：此部分面積需求大約 20~30 坪左右。

## 二、個體市場分析

### 1. 界定目標市場的範圍

定義範圍是困難的工作，其購物中心的目標市場應依據消費需求而設定，不同的消費對象或不同的地區地點，決定於目標市場的界定。

### 2. 目標市場的分析

此分析應了解基地附近的大眾運輸、公教機關、休閒點等等，特別是交通的可及性與生活相關的範圍皆要考慮。其區域內人口結構、產業結構皆要納入參數考量。

### 3. 基地分析

主要分析內容可分為基地位置、產權調查、使用現況、法令管制、周圍環境、出入動線、可及性及公共設施配置、未來十年內可能開發競爭者或重要交通設施。其配合地質學家觀察考量土地的自然情況及限制條件。

### 4. 競爭者調查

針對在定義的市場範圍內，調查已加入及未來將加入市場的競爭個案基本資料，有助於修正改進銷售策略，對投資開發者而言，一份完整的適合調查資訊，不但可敏銳的反應出現有競爭者的狀況，同時可藉由調查資訊的整理，歸納出各種個案類型的市場評估標準。

### 5. 市場需求分析、供給分析及供需分析

市場需求分析指的是在一定的市場範圍、一定期間內，對市場範圍中的所有對象標的潛在需求量，其主要是針對需求分析。

市場供給分析指的是在一定的時間、一定市場範圍內，投資個案供給佔市場總供給比例。

### 6. 利潤及成本預估

對商業發展來講，市場可行性分析的結果主要是預測在未來可能的毛收益及每年期望投資期間內的報酬率（出租率），預估每年進行營運所必須的資本及支出額，不同的開發模式將有不同程度的風險暨收益支出。此種分析研究提供投資開發者每年持有的期間內的相關支出、收益預測且評估風險報酬。

商業開發構想



圖 3.3-1 車站開發初步配置構想

表 3.3-4 相關規劃對於車站聯合開發配置構想

報告別	主要開發類別
嘉義市區鐵路高架化計畫可行性研究(1)	1. 站區基地開發面積：190,270m <sup>2</sup> 2. 可建樓地板面積：949,578 m <sup>2</sup> 3. 商場面積：428,968 m <sup>2</sup> 4. 辦公面積：188,212 m <sup>2</sup> 5. 住宅面積：107,050 m <sup>2</sup> 6. 停車場面積：157,000 m <sup>2</sup> 7. 大型倉儲面積：68,348 m <sup>2</sup>
嘉義市區鐵路地下化可行性研究(2)	1. 基地開發為：20~30 層大樓 2. 低層：車站服務設施、商場、百貨公司、超市等 3. 中間層：辦公室、設備層、文教機構 4. 高層：展望台、通訊設施及文化設施

資料來源：(1)嘉義市區鐵路高架化計畫可行性研究，交通部鐵路改建工程局，94。  
(2)嘉義市區鐵路地下化可行性研究報告，嘉義市政府，87.9。