



逢甲大學學生報告 ePaper

報告題名：

大型購物中心與地方經濟發展關係之研究

作者：陳俊成

系級：土地管理學系研究所

學號：M9307127

開課老師：黃智彥

課程名稱：地方經濟發展

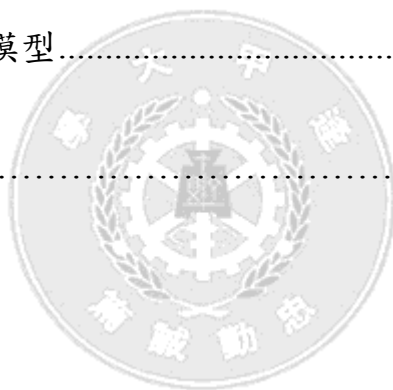
開課系所：土地管理學系研究所

開課學年：九十三 學年度 第 二 學期



目錄

第一章 緒論.....	1
第一節 研究背景.....	1
第二節 研究動機.....	3
第三節 研究目的.....	4
第二章 文獻回顧.....	5
第一節 大型購物中心的定義.....	5
第二節 經濟發展模型.....	8
參考文獻.....	13



第一章 緒論

第一節 研究背景

台灣因地小人稠，從 1950 年代開始，幾十年來由於經濟成長與都市化現象，產業結構轉變，服務業占產業的百分比已達 60% 以上，促使商業土地需求激增。為了有效配合調整後的產業需求，土地使用必須由農、工業用途適度變更為商業使用。

於民國八十九年新修訂的臺北縣綜合發展計畫中，對於商業服務部門發展所提出的未來施政方向分別是：(一)增加商業區面、(二)積極協助開發工商綜合區、(三)活化老街商圈、(四)積極開發新莊副都心、(五)規劃商店街、(六)整頓攤販、加強攤販管理等六項。

臺北縣綜合發展計畫中建議，在積極協助開發工商綜合區方面，除了在訂定法規的配合及加速評估動作之外，縣政府更應建立全面性的配合：

- (一)成立專案小組，積極溝通協調。
- (二)編撰宣導資料，俾利業者參考。
- (三)工商綜合區或大型購物中心專業經營者的培養及輔導。
- (四)加強建立現代化消費的零售商業環境，提供國外業者參與之誘因等完整的配套措施才能順利催生縣內大型工商綜合區或大型購物中心。

民國 94 年 4 月 18 日，中和環球購物中心開始動工興建。位於中和市中山路上的環球購中心，是一座地上 6 樓、地下 2 樓的綜合型購物商場，5、6 樓提供有 1500 個停車位。預計 8 月完工後申請使用執照，並於 12 月開幕營業。環球購物中心是臺北縣由乙種工業區變更都市計畫為商業區的成功案例，在臺北縣政府城鄉局、工務局、建設局等單位配合下，整個都市計畫變更過程，從公開展覽三十天、審議、報內政部通過，直到主要計畫、細部計畫發布實施，總計花費十一個月完成。

以往臺北縣被稱為是一座「睡覺的城市」，因為不論是休閒或娛樂，台北市往往是第一選擇。而這種情況讓臺北縣境內的商機始終無法獲得改善。為了落實在地消費的政策目標，臺北縣府全力配合開發商，除都市計畫的變更在十一個月內完成，未來更將提供周邊交通維持方案，疏導購物中心營運後隨之而來的大量車潮。為興建購物中心，開發商答應捐贈周邊公園、綠地的範圍高達市值 6、7 億元，回饋地方的現金有 3 億 3 千萬元，預估每年納稅金額將有 5 至 6 億元，並為地方上提供 4000 個工作機會。

第二節 研究動機

人類的日常生活是由一連串的經濟活動所組成，經濟活動乃一個社會發展所必需，因而任何一個政府單位莫不以推動經濟成長或促進經濟成長為其主要施政主軸。為了促進經濟活動的成長與擴張，政府可針對不同部門提出不同的政策以刺激該部門的發展，或是針對特定產業以提供優惠條件的方式扶植該產業的成長。而不論是制定政策或以訂定法律、行政規則的方式，其最終目的仍是在增加就業人口、提高薪資及提升人民的所得水準等。

而近年來因全球經濟趨勢疲軟，經濟成長速度緩慢，使的企業的營收減少，企業為維持其收益，大多採取減少聘用新進人員或裁員的方式以降低成本。因此造成我國的失業率在近幾年內攀升，而政府為降低失業率，提出擴大就業方案，以增加公共支出的方式提供短期就業機會，期能增加就業率。

然而以增加公共支出做為維持就業水準並非長久之計，因此政府也積極鼓勵企業增加投資，由其是大型的投資案。其中，大型購物中心的開發即是一例。近年來開發商業用地是政府的施政重心之一。近十年來政府的商業用地政策沿革如下：

(一)以工業區開發構想：

政府面對商業用地取得困難問題下，有意以工業區開發的方式，在國建六年計畫之中(1991~1997)，於全台各生活圈興建一至兩處大型購物中心。

(二)促進民間投資計畫

由於政治生態改變，以及政策調整與財政支出嚴重，以工業區開發之構想因而作罷。1993年行政院第2338院會通過「振興經濟方案—促進民間投資行動計畫」，其中在土地方面，第四項明定在都市近郊規劃興建工商綜合區。

另外，政府從國家整體宏觀角度，提出「國土綜合開發計畫」方案，希望能藉以改善國土資源利用問題。購物中心與其他商業政策的推展，即是政府所採行的政治措施之一。

依據「國土開發計畫」的政策目的，與具體的計畫理念，工商綜合區的開發構想可分成下列四項：

- 1 尊重市場力量，建立有效率的發展機制
- 2 保障國土開發之公平性

3 落實永續發展理念，強調生活、生產與生態環境並重

4 落實地方自治，提升地方政府及國民參與國土開發的分量

配合台灣地區二十個生活圈的人口規模及中心都市性質，於生活圈中心都市邊緣，交通便捷區域，規劃工商綜合區之購物中心。經由政府規定之設置方針、原則、回饋條件、面積配額限制，協助民間廠商辦理土地使用分區之變更與開發。這種方式有利於土地資源之有效、公平利用，並可促進城鄉均衡發展，提升生活品質。雖然工商綜合區可因開發者之需求，劃分為綜合工業分區、物流專業分區、工商服務及展覽分區、修理服務業分區及購物中心分區等一種或數種分區；但實質上，目前業者絕大多數皆以購物中心為開發標的。而工商綜合區開發設置辦法也為業者提供設置購物中心之法源基礎。

第三節 研究目的

綜上所述，商業用地的開發或設置主要的目的在於促進經濟成長並吸引廠商或企業投資以增加就業機會。一般認為，當某一地區的就業機會增加，就業人口數提高之後，將有助帶動於此一地區的經濟活動，因而「活化」該地區。因此本研究想藉此研究而探討設置購物中心與促進地方經濟發展間的關係。

本研究的研究目的如下：

- (一)回顧購物中心的定義與其在台灣的發展
- (二)分析設置購物中心設置、營運的實質經濟效果

第二章 文獻回顧

第一節 購物中心的定義與發展

台灣因為經濟發展而能累積、提高國民所得，使得消費者的購買力增強。歐、美、日等國均是以興建大型購物中心的方式，來滿足因消費者購買力提昇而促成的多元消費趨勢。購物中心的設計理念是以達到「小都市」的多樣功能為目標。藉以結合區域政策、生活圈規劃、建築設計、公共設施、道路交通系統之整體考量。期能達到除了購物之外，休閒、餐飲、社交、文化等多重功能服務。我國政府排除民間投資障礙，特別將購物中心的興建列為重要政策加以宣導和推展，1994年政府工商綜合區設置方針的實施，將台灣帶入購物中心的新世紀。

邱宗祺(2001)認為購物中心可由以下幾個條件加以定義，(一)購物中心是單一經營體，集合零售、娛樂等業者並協調其發展與銷售的工作。其綜合零售、娛樂與服務等多功能性常為其特點。(二)寬敞且較具規模的賣場空間為多數購物中心所具有的一項特色，但並非絕對必然的條件。(三)購物中心通常具有所謂主力商店，藉此吸引消費民眾進入。(四)購物中心的經營通常採用專門店的方式，而非專櫃經營模式。(五)台灣地區的購物中心並不必然提供足夠的停車位。(六)市場上缺乏對購物中心較明確的定義，消費者似乎也較難感受其差異。

邱宗琪(2001)將相關單位或學者對購物中心所作的定義整理成如下的表格：

表 2-1 購物中心的定義

定義單位或學者	定義內容
國際購物中心發展協會(ICSC)	購物中心是一群零售和其他商業設施的組合，以獨立的管理權從事計畫性的開發與管理工作，並提供足夠的停車位。購物中心的銷售導向與規模，通常由購物中心本身所在的商圈所決定。
日本購物中心協會	以開發商為中心的單一經營體，兼具開發與規劃的功能。包含大型超級市場或百貨公司等類型的主力承租商店和其他小型的專賣店、餐飲、服務等承租商。能夠提供地區居民多樣化的商品與服務的商業設施。
中華民國購物中心協會	購物中心是指一群經過規劃後的商業店面(業態)組合，在經過統一規劃興建的單一建築體或多個建築內開業，有統一的管理模式空間，面積不小於一千坪，包含了十五個以上獨立營業的店家，賣場面積最大的營業單

	位，其面積不大於總面積的百分之八十五以上，位於合法的土地，有足夠的停車位。
王文義(1997年)	購物中心是集合許多商店而成的一個計畫性的商業設施，除了各式各樣的商店能滿足消費者比較購買的需求之外，寬敞的空間環境，餐飲娛樂設施及各種服務機能，更是一個能提供消費者生活交流的場所。
楊忠藏(1992年)	購物中心是集合購物、休閒娛樂、教育文化、餐飲、會議、展示於一體的商業中心，擁有商業、文化、休閒娛樂與服務四項功能，並以綠地、停車場、公共設施貫穿於期間，形成一個多元的現代消費中心。

資料來源：邱宗琪(2001)

謝其淼(1999)將購物中心依照基本與要素兩個面向予以區分，提出所謂基本分類包括了(一)鄰里型 (二) 社區型 (三) 區域型 (四) 超區域型；另一方面則是要素分類，包括了 (一) 依立地條件分類 (二) 依步道型式分類 (三) 依承租業種結構分類 (四) 依開發概念分類。

Mason, Mayor, Milkinson (1993) 則根據購物中心的定位方式，將購物中心區分成十種類型，(一) 傳統購物中心：其特點是缺乏專業的零售管理，由一般商品組成的購物中心，(二) 主題/專門：具有共同的建築，許多商店組成主力商店，對觀光客有吸引力，(三) 時尚導向：主要由高價位、高品質的服飾或手工藝品組成的購物中心，(四) 折扣店：主要由低價訴求的折扣商店組成，(五) 廉價式：以中階民眾為訴求對象，提供低於製造廠商低於百分之二十到七十的價格 (六) 節慶式/娛樂式：擁有許多專門店，速食店與娛樂設施的購物中心，(七) 目錄式：由一家以上的目錄商店所組成的購物中心，(八) 服務導向：由許多提供服務的單位，如牙醫、眼鏡行或健身房等所組成的購物中心，(九) 居家修護：由許多居家修護業者或五金商店為主力的購物中心，(十) 單一主題：以單一的訴求，如結婚、汽車修理等為訴求的購物中心。

大型購物中心早期在美、加地區發跡，早在 20 年代，美國即出現大型購物中心，然而真正普遍化，是在第二次世界大戰以後，隨著美國住宅郊區化、公路網狀化及汽車工業的快速成長，郊區的商圈逐漸形成後，這種以提供基地內足量的停車空間、多商品選擇，以及舒適的購物環境的購物中心，便逐漸成為企業的開發模式。

隨著近年來亞洲各國經濟的快速成長，大型購物中心在東南亞成長更是迅速，從東京到香港，馬尼拉到曼谷，新加坡到吉隆坡，大型購物中心不但提供了零售消費，更包含了餐飲、娛樂、休憩、展覽等多方面的功能。由於此一地區整

體經濟每年可達 6%到 8%的成長,使得東南亞在本世紀末已成為全世界零售業的最大市場,而多功能的購物中心,將扮演著舉足輕重的角色。

另外,我國的購物中心依其土地開發模式可將購物中心分為,(一)以都市計劃變更方式所設立的購物中心,(二)申請工商綜合區開發方式所設立的購物中心。說明如下:

(一)一般都市計劃變更方式

在尚未有工商綜合區設立辦法之前,開發業者即以一般都市計劃變更方式取得大面積土地來設立購物中心。都市計劃變更方式所設立的購物中心,分佈點集中在都會區。如台北市的「國際金融中心」、「京華城」、「三僑微風廣場」;新竹市「新遠百購物中心」;高雄市「東帝士 85 國際廣場」、「金銀島購物中心」等。

(二)工商綜合區方式

工商綜合區設置辦法自民國 83 年 7 月發佈實施至今,若經由工商綜合區申請方式所獲得的開發許可,得視實際需要再劃分為『工商綜合分區』;『物流專業分區』;『工商服務及展覽分區』;『修理服務業分區』;『購物中心分區』。「南崁台茂家庭娛樂購物中心」及「中壢大江國際購物中心」,即是經由工商綜合區開發許可而設立的購物中心。

自 1999 年位於桃園南崁的「台茂購物中心」落成以來,短短幾年間即有「環亞」、「大江購物中心」、「微風廣場」、「京華城」、台中「德安購物中心」、老虎城、ZOO MALL、風城、DREAM MALL、台北 101 等相繼興建營運。截至 2004 年底為止,興建完成並開始營運的購物中心計有 16 家,計劃開發的個案則有 14 家。

根據中華民國購物中心協會—原中華民國購物中心發展協會—(2000,購物中心雜誌,空間雜誌,120/121 期,1990 年)的專文指出,當前的美國購物中心正面臨以下的趨勢:

(一)革新與改建:

- 1.革新的原因是為了增加銷售潛能。
- 2.因為興建新的購物中心的條件日趨困難,開發的重點以經轉向活化現有的購物中心。
- 3.重新定位購物中心。

(二)邀集高傳播效力的商店為主力商店

- 1.許多新建或擴張的購物中心傾向以價格取向與單一產品種類的商店為主力商店。

- 2.若核心商店維持不變，則無法達成市場區隔與創造特色之目標，以核心商店到期後不續約的方式可達成購物中心自然更新的目標。

(三)促進衰敗市中心的再生

- 1.開發者進行市中心區重新改建購物中心的工程。
- 2.單獨的零售業者無法從事重新繁榮市中心的工作，同時綜合使用型的購物中心將帶給市中心其他或改建中的購物中心衝擊。
- 3.消費者期待新的購物中心能認知並迎合他們特殊的需求與慾望。

以台灣地區的展情形而言，如果將購物中心視為一種創新的業態的零售業者，則目前的階段應屬於創新階段，相對來說，百貨公司這種業態應該屬於成熟階段，不論哪一各業態的業者都應致力於創新活動，以避免零售業生命週期快速縮短的情形發生。

第二節 經濟發展模型

楊敏芝(2002)於其博士論文中，嘗試分析地方文化產業能內地方帶來的經濟效益及推算地方文化產業所形成的波及效果。本節所說明之比例乘數分析法模型即是由該論文中取得。

一、Vanghan 比例乘數分析法(Proportional Multiplier)的詮釋運用

「比例乘數分析」法(Proportional Multiplier Analysis)，係由 Vanghan 於 1986 年提出之地方經濟衝擊(Economic Impact)運算模型，係運用於觀光產業對地方經濟效益及就業效益(Income and Employment Effects)的衝擊研究。此方法包含了「傳統凱因斯經濟理論」(Orthodox Keynesian)及「投入—產出」(Input-Output)模型的優點，並針對傳統增量乘數分析法(Incremental Multiplier)作修正而發展出之經濟衝擊運算模型¹。

「乘數效果」(Multiplier Effects)的基本概念，係指經濟活動中自發性投入(Autonomous Injection)變動，將導致均衡所得作數倍同方向變動²。簡而言之，亦即地方經濟體系受到某種產業資金的投入，會產生整體經濟平衡的變動。Vanghan 即運用此理論應用於觀光產業對地方經濟收益的研究，提出觀光產業任何資金的投入，對地方經濟會產生(一)直接收益(Direct Income)、(二)間接收益(Indirect

¹詳見 Vaughan, D. R. "The Economic Importance of Tourism and the Arts in Merseyside", *Journal of Cultural Economics*, 1986, p21-34。

²乘數效果(Multiplier Effects)，在簡單的凱因斯模型裡，乘數即為 $1/1-C$ ，由於乘數中的 $1-C$ 為「邊際儲存傾向」，故乘數即為「邊際儲存傾向」的倒數。

Income)等二類型經濟效益。例如觀光旅客花費 100 元於飯店中，經由付予地方員工薪水及地主地租等，對地方經濟產生 22 元直接收益，另飯店和地方供應商之間的經濟交易活動，會刺激地方經濟多餘 2 元的間接收益，則地方的總收益為上述兩項收益總合 24 元。而 Vaughan 所建構的「比例乘數」模型即可針對產業原先資金投入額，運算出直接、間接經濟效益比例，以提供地方政府產業政策研擬之參考。

Vanhan 模型³：

$$G_y = \sum_{j=1}^J \sum_{i=1}^I N_j Q_j K_{ji} \frac{\sum_{d=1}^D \sum_{i=1}^I Y_{di} + \sum_{r=1}^I \sum_{i=1}^I Pr_i Y_i}{\sum_{i=1}^I T_i} * \frac{1}{1 - L(\sum_{i=1}^I X_i Z_i Y_i)}$$

G_y:旅客花費所投入之地方經濟總收益

N_j:第 j 種觀光點旅客停留於地方的天數

Q_j:第 j 種觀光點旅客每天的總花費

K_{ji}:第 j 種觀光點旅客花費於 i 產業的資金比例

Y_{di}:第 i 種產業部門的直接收益

Pr_i:第 i 種產業部門付予地方商業 r 的金額

T_i:第 i 種產業部門的交易額

L:地方居民的邊際消費傾向

X_i:地方居民花費於 i 產業部門的比例

Z_i:地方居民花費於 i 產業且其為花費於地方的比例

Y_i:第 i 商業的地方經濟共同經濟效益係數，包含直接及間接收益係數

以下將說明 Vaughan 模型中對「凱因斯經濟理論」及「投入-產出理論」的運用：

(一)凱因斯經濟理論的運用

依據凱因斯經濟理論，投資與消費是構成有效需求的因子，整個社會產出或所得水準決定於此兩項要素。投資與消費最顯著的差異在於前者是有幫助於生產，且具有風險性，但一般的產業部門為了營生仍會作部份比例的轉投資，因而其對經濟成長或波動具有舉足輕重的地位，應納入考量。

1.以凱因斯的消費函數與投資行為理論為依據：

³ 模型出處：Vaughan, D. R. (1986) "The Economic Importance of Tourism and the Arts in Merseyside", *Journal of Cultural Economics*, pp21-34。

消費函數：C=C₀+C₁Y -----(1)

投資函數：I=I₀ -----(2)

所得函數：Y=C+I -----(3)

C：消費

C₀：自發性消費

C₁：邊際消費傾向

I：投資

I₀：自發性投資

Y：所得

將(1)、(2)式代入(3)式中，得

Y=C+I=C₀+C₁Y+I

$Y = \frac{1}{1-C_1}(C_0 + I_0)$ -----(4)

$\frac{1}{1-C_1}$ 為凱因斯乘數，即所得為自發性消費與自發性投資的乘數。

乘數(Multiplier)又譯為倍數。在經濟學中，它經常被用來分析經濟中某一變量的增減所產生的連鎖反應大小。投資乘數是指：自發性投資的變動，不但會引起國民所得對應的變動，甚至是呈現倍數的變動。投資乘數與消費增量在所得增量中的比例(邊際消費傾向)有關。增加的所得中，用於消費的比例越大，投資引起的連鎖反應越大，總所得增加得越多(方世杰，1990)。

由於所得增量(ΔY)等於投資增量(ΔI)與消費增量(ΔC)之和，或等於儲蓄增量(ΔS)與消費增量(ΔC)之和，如乘數以K 代表示，公式為：

$$K = \frac{\Delta Y}{\Delta I} = \frac{\Delta Y}{\Delta Y - \Delta C} = \frac{\frac{\Delta Y}{\Delta Y}}{\frac{\Delta Y}{\Delta Y} - \frac{\Delta C}{\Delta Y}} = \frac{1}{1 - \frac{\Delta C}{\Delta Y}} = \frac{1}{\frac{\Delta S}{\Delta Y}} = \frac{\Delta Y}{\Delta S}$$

ΔC/ΔY，即是邊際消費傾向；ΔS/ΔY，則為邊際儲蓄傾向。所以投資乘數是邊際儲蓄傾向的倒數，或是(1-邊際消費傾向)的倒數。

在一般社會經濟體系中，一個人的消費支出即為另一個人的所得，一個人的所得扣除用於儲蓄的部分，剩下的就是消費支出，它又為另一個人的所得.....。因此，增加消費支出與增加投資一樣，也有乘數作用。消費和投資的減少也有乘數作用，亦即引起國民所得直接間接減少的連鎖反應。乘數概念是英國經濟學家

卡恩(R. F. Kahn)於 1931 年提出，後來由凱因斯加以運用。Vanghan 運用此乘數原理，將旅客到一個地方的消費支出視為地方的所得，亦為產業的所得，而地方所有產業的所得可視為地方經濟總收益的指標，如果假設所得皆為消費而無投資，則地方經濟收益和旅客之消費支出呈現一定的比例關係，即旅客的消費支出與地方經濟收益具有一定的乘數關係。其公式為：

$$G_y = \sum_{j=1}^J \sum_{i=1}^I N_j Q_j K_{ji} * \frac{1}{1-L}$$

其中 G_y 為產業的地方經濟總收益， $N_j Q_j K_{ji}$ 為旅客消費支出， L 為邊際消費傾向。

(二) Vanghan 模型中納入之直接及間接收益：

Vanghan 所建構的「比例乘數」模型，將地方經濟的收益分為直接收益及間接收益兩部分；直接收益包括企業支付員工薪資、地主地租等等，此為地方居民之直接受益部分，亦為一般人可明顯得知之經濟效益。另間接收益係指企業向地方其他產業購買原料、設備等等，而此其他產業亦會為地方注入間接的收益，此為一般人容易忽略的部分。另外 Vanghan 亦運用投入產出模型的理論，認為每一產業的產出與其他產業的投入具有一定的比例關係，而投入-產出係數(Coefficient)即指某產業之單位產出中含有另一種產業之產出百分比，亦指兩種產業具有關聯性。故 Vanghan 認為企業與地方其他產業的交易，具有一定的關聯係數(Y_i)。

Vanghan 模型中地方共同總經濟收益係數(Y_n)，包括直接收益係數及間接收益係數。說明如下：

$$Y_n = \frac{\sum_{d=1}^D \sum_{i=1}^I Y_{di} + \sum_{r=1}^I \sum_{i=1}^I Pr_i Y_i}{\sum_{i=1}^I T_i}$$

Y_i : 第種 I 產業與第 r 種地方商業的共同經濟效益係數，包含直接收益係數及間接收益係數。

其中 $\sum_{d=1}^D Y_{dn}$ 為部門產業支付地方員工薪資、地主地租、房租等支出(地方經濟的直接收益)。

$\sum_{i=1}^I P_{ni}$ 為部門產業為購買財貨或設備，支付地方供應商的支出。

故 $\sum_{d=1}^D Ydn + \sum_{i=1}^I Pni$ 為此產業部門的總消費支出。

直接收益及間接收益的評估，將可提供地方政府或產業界對未來產業發展政策的參考，直接收益部份取決於企業僱用當地員工的數量或土地的租金，通常效益較明顯且較大，間接效益取則決於企業與地方其他產業的交易互動關係，它對地方經濟亦具有相當效用，然而經常被忽略，但如果企業與當地產業交易互動熱絡則其經濟效益則不可忽視。Vanghan 模型即考量到此兩方面的經濟效益，以較為全面性角度去思考地方經濟效益。



參考文獻

中華民國購物中心發展協會、流通快訊共同策劃，2001，二十一世紀台灣 20 大購物中心全覽，流通快訊雜誌社，台北市。

台北縣政府，2000，台北縣綜合發展計畫，內政部營建屬。

邱宗祺，2002，台灣地區購物中心競爭策略之個案研究，國立中山大學企業管理系研究所碩士論文。

黃永志，2003，購物中心的定位策略—以台北京華城為例，國立中山大學高階經營碩士學程碩士在職專班碩士論文。

楊金弟，2002，由租金及費用收取方式套探討國內外大型購物中心營運模式之異同，國立台灣大學商學研究所碩士論文。

楊敏芝，2002，地方文化產業與地域活化互動模式研究—以埔里酒文化產業為例，國立台北大學都市計畫研究所博士論文。

謝其森，1999，購物中心的經營策略，詹士書局，台北市。

台北縣政府資訊服務站網頁，www.tpc.gov.tw，台北縣政府。

中華民國購物中心協會網站，www.scdc.org.tw，中華民國購物中心協會。

經貿高雄 e 週報，www.ctpark.org.tw/mail/SNG/