

# 台北零售不動產市場分析 TAIPEI RETAIL PROPERTY MARKET

MAR. 2004

股市、房市轉趨熱絡，民間消費信心提升 租售價格回穩

## 產業情勢

92年在擺脫上半年美伊戰爭和SARS疫情陰霾後，下半年起國內經濟即隨著國際經濟景氣復甦而順勢好轉，第三、四季GDP分別成長4.18%及5.17%，行政院主計處預估92年全年經濟成長為3.24%。按經建會最新報告，12月份領先及同時指標均持續上升，景氣燈號在92上半年歷經藍燈及黃藍燈後，7月起連續5個月呈現綠燈，12月份更因實質面經濟活絡而呈現黃紅燈，顯示國內經濟正持續擴張。台綜院消費者信心指數(CCI)調查93年2月份的總數為83.70點，較去年同期增加4.64點(92/02:79.06)，顯示台灣消費者信心回穩，整體環境似有利零售業回春；但在經濟成長構成中，其中仍有些隱憂，值得注意的是92年民間消費對GDP成長率之貢獻僅為0.56%，為近十餘年來最低，經濟成長主要動能來自國外淨需求，且消費者物價指數連續三年下跌，通貨緊縮壓力仍在；由此顯示，國內民間消費其實是處於谷底脫困期，若93年經濟持續成長(主計處預估93年全年經濟成長為4.74%)，失業率亦如預期降低，股市、房市仍保持熱絡，則一般民間消費力確可提升，整體零售業經營環境將得以大幅改善，零售不動產租售價格亦可望回穩。

按經濟部商業動態統計：累計92年1至11月商業營業額為8兆1,024億元，較上年同期增加3.56%(如表一)，其中除餐飲業減少0.17%外，其餘業別皆呈成長，以零售業增加4.14%最多，其次為批發業增加3.47%，餐飲業則衰退0.17%。

表一 商業營業額成長率

年度	成長率(%)			
	商業	批發業	零售業	餐飲業
88年	10.65	5.86	9.36	11.00
89年	10.91	13.37	5.55	10.52
90年	-6.66	-8.36	-1.99	-12.25
91年	5.30	5.64	5.15	-0.17
92年 4月	1.79	2.26	1.74	-8.34
5月	-3.69	-3.35	-3.05	-17.36
6月	-0.04	-1.63	4.15	-5.98
7月	3.68	2.11	6.93	5.48
8月	4.80	4.57	4.62	11.34
9月	5.13	4.77	5.75	7.21
10月	5.98	5.39	7.21	7.62
11月	5.47	4.27	7.94	8.45
本年累計數	3.56	3.47	4.14	-0.17

資料來源：經濟部商業動態統計

其最能反應零售商場市場現況的綜合商品零售業部份（如表二）：百貨公司（含購物中心）累計 92 年 1 至 12 月營業額較上年同期減少 1.79%；超級市場累計 1 至 12 月營業額較上年同期增加 5.25%；連鎖式便利商店累計 1 至 12 月營業額較上年同期增加 8.48%；量販店累計 1 至 12 月營業額較上年同期增加 0.96%；其他綜合商品零售類累計 1 至 12 月營業額較上年同期增加 8.43%；整體綜合商品營業額累計 92 年 1 至 12 月營業額較 91 年增加 3.53%。惟累計雖仍有成長，但在大型通路商營業面積持續擴張及銷售商品不斷促銷，且網路、電視購物等新興通路又蓬勃發展下，一般傳統零售店面營業額其實普遍受擠壓下滑，平均單店營業額多呈現微幅衰退狀態。

表二 綜合商品零售業營業額變動

行業別	92 年 12 月份營業額(億元)	本月較上月增減(%)	本月較上年同月增減(%)	1 至 12 月累計較上年同期增減(%)
<b>綜合商品零售業</b>	<b>579</b>	<b>1.47</b>	<b>6.08</b>	<b>3.53</b>
百貨公司	178	-2.68	9.37	-1.79
超級市場	65	1.33	1.09	5.25
連鎖式便利商店	126	-1.23	7.28	8.48
量販店	124	7.35	-1.25	0.96
其他	85	6.88	13.65	8.43

資料來源：經濟部統計處

國內消費者物價 92 年平均較上年持續下跌 0.28%（如表三），主要因國內商品需求萎縮，造成內銷市場競爭激烈，價格上漲不易；其中又以居住類之房租、家用耐久設備價格下跌幅度最大；消費物價下跌易造成零售業毛利率降低，也連帶影響租金承受能力。在貨幣市場部份，目前銀行體系資金仍然寬鬆，市場利率則處於歷史低點，利率低對不動產買賣市場有穩定作用，但不利於房屋租金之維持。

表三 消費者物價變動

單位%

年度	項目	消費者物價年增率	食物類	商品類(不含食物)	服務業
85 年		3.08	3.87	1.80	3.40
86 年		0.89	-0.75	0.53	2.32
87 年		1.69	4.48	-1.28	2.07
88 年		0.17	-0.76	-1.22	1.64
89 年		1.26	0.41	1.12	1.85
90 年		-0.01	-0.92	-1.03	1.17
91 年		-0.20	-0.20	0.10	-0.38
92 年		-0.28	-0.08	0.17	-0.45
93 年	1 月	0.01	-1.32	-0.23	0.85
	2 月	0.64	2.67	0.02	-0.09
	本年平均較上年同期增減%	0.32	0.65	-0.11	-0.39

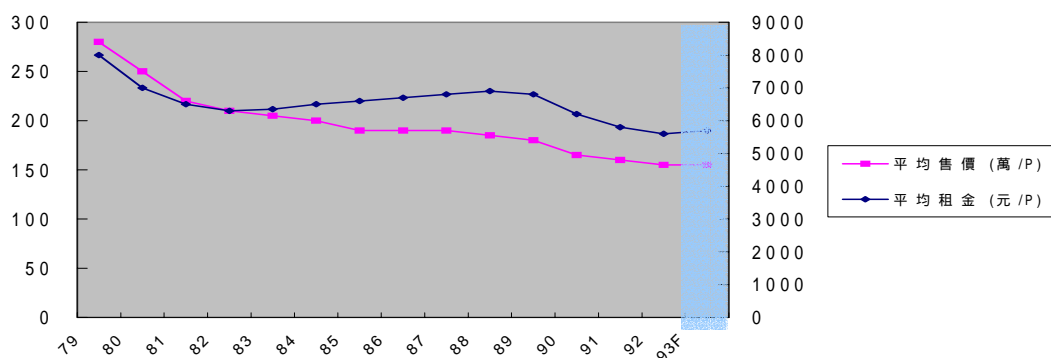
近幾年來，大型量販賣場及購物中心（如微風、京華城、新竹風城、101Mall等）的興起，其營業面積持續擴張，不僅使中小型百貨公司難以生存（如近年陸續歇業之南京東路永琦百貨、西門町來來、力霸、萬國百貨、站前大亞百貨及即將關店之...中興百貨信義店等），百貨公司亦紛紛朝向大型化發展（如信義計劃區新光三越）。而零售面積集中擴大的結果，使傳統消費習慣面臨結構性轉變。一般區域型零售店面或商場，多數將因零售市場供給面擴大而受擠壓，坪效面臨縮減之窘況，非核心商圈之大型閒置店面商場，空窗期則愈來愈長。

總結之，隨國內、外景氣逐漸升溫，且股市、房市轉趨熱絡後，整體環境將可實質提升國內消費者信心，按主計處預測：93年民間消費可成長2.85%，屬小幅成長格局。整體而言，今年經濟環境轉好，320總統大選結束後，政治面亦可望恢復穩定，對零售業來說，今年將是相對樂觀的。

## 價格走勢

經以上分析，可知今年整體零售業營業額應可小幅成長，經營坪數及毛利率將可擺脫前年每況愈下之窘狀，其反應於零售物業上，即是租金承受能力增強，故今年店面商場之租金普遍得以回穩，核心路段亦可能出現微幅調漲。而在買賣市場部份，主要幹道或商圈中小型店面接手率較強，不過成交價仍趨於平實，無法期待有明顯漲幅!!大型商場之出售，則將仍舊困難，僅有的少數交易案例（如92年10月站前大亞百貨2~6F及地下4、5F車位共近7500坪，僅以約10.12億特拍標出），正顯示此類高總價市場買方仍佔絕對優勢，未來大型商場之出售若結合「商場經營」及「不動產證券化」，才較有回收資金之機會！

表四 近10年台北零售商場平均租售行情走勢



表五 主要一級商圈店面行情變動表：

Trade Area	每月租金(元/坪)		% change 12 months	Capital Value NT \$ ' 0000/P
	Low	High		
Chunghsiao 忠孝 SOGO 商圈	6,000	20,000	±0%	140 ~ 280
Taipei Train Station 台北站前商圈	7,000	15,000	-3%	150 ~ 260
Cimenten 西門町商圈	5,000	20,000	-2%	130 ~ 270
Tunhua N. Nanking 環亞商圈	3,500	6,000	-3%	90~ 170
Tenmu 天母商圈	3,000	7,000	+3%	80 ~ 180
Shihlin 士林商圈	3,000	10,000	+2%	80 ~ 200
Kungkang 公館商圈	3,200	9,500	±0%	80~ 200
Nanking Chunsan N 南京中山商圈	4,000	13,000	+2%	100~ 230
Tung Mern Yung Kang 東門永康商圈	3,000	7,000	±0%	70~180
Hsin Yi 信義計劃商圈	4,000	20,000	±0%	-

消費意願保守，內需景氣不振，通貨緊縮，大型賣場急速增加，是造成前幾年零售不動產市場低迷的主要因素。而自 91 年起實質面對外貿易及工業生產衰退情形已轉趨回升，在央行持續採取寬鬆貨幣政策下，市場利率續降，整體而言，經濟情勢在衰退中已逐漸回穩。92 年下半年在股市、房市皆轉趨熱絡下，消費者信心逐漸提升，零售店面商場租售價格已趨於回穩，尤其是中小坪數店面，已漸出現投資性買賣需求，價格可得支撐；而大型商場若空置，處理時間仍長，但整體而言，零售物業市場將呈現回春格局！

## 趨勢分析

### 1. 整體零售不動產市場趨於穩定：

在景氣回穩及消費者信心逐漸提升下，對零售不動產將形成穩定支撐作用，尤其在一級核心商圈內，今年店面租售價格應可持穩，部份區域甚可出現微幅漲勢。而在次級或社區型商圈，預計今年租售價格仍將微幅下滑 3-5%，非核心商圈之大面積商場仍不易處理，價格跌幅將較大。

## 2. 買方仍主宰高總價市場：

大型商場及店面，除少數資本密集法人外，唯有金融服務業才買得起，然金融業因前幾年承受之不良債權中，所處分之大型商場並不易去化，對此類不動產已是敬而遠之，故購置大型店面可能性極低。而一般零售業者多以承租店面來拓展經營，以現金流量考慮並不宜購置店面，因此高總價零售不動產市場買主極少，供需失調嚴重，除少數租金收益佳之中小坪數店面外，餘買方市場極為明顯。

## 3. 量販及購物中心興起，將改變未來消費生態：

全台灣百貨及購物中心零售賣場營業面積約計有 97 萬坪，而明年預估再增加 5 萬坪的營業面積，未來 3 年新型百貨公司及購物中心數量亦將穩定成長；近幾年大型賣場持續加入，營業面積每年成長 5~12%，但在民間消費年成長多在 0~5% 之際，產生競爭排擠效益，對總面積不大、停車位不足、賣場經營規劃不佳、交通不良的賣場而言，漸漸面臨淘汰的命運。而一般路線型店面亦受到影響，漸變成社區式或區域型消費為主，除少數經營良好的主題商店外，一般經營坪效會降低。

## 4. 零售業極度競爭下，將加速產業的淘汰和發展：

網路、電視購物的興起，及連鎖零售業（百貨、量販、便利商店等--）不斷強勢擴張的行銷方式，已使零售業處於完全競爭型態，極度競爭的結果，不僅加速同業間的淘汰（如萬客隆宣布關店），亦不斷侵蝕傳統零售生態（如便利商店低價搶食便當生意）。在可見的未來，連鎖零售業將不斷擴大其服務商品內容，此也將加速傳統商店及零售同業間之淘汰，台灣零售業將快速進行一場「適者生存」的進化演論。

## 5. 今年一級商圈店面空置率低，零售業搶點手腳要快：

由於近幾年零售店面租金普遍下滑，而相對景氣逐漸復甦，民間消費信心回升，故自去年下半年起，各零售業者展店轉為積極，主要商圈空置店面去化較易，致各主要商圈空置店面變得稀少。故以今年而言，零售業者搶進一級商圈店面手腳一定要快，不可再依恃「買方市場」心態，而次級路段將會有較多店面可供選擇。

**建議：**我們對持有店面商場之業主的建議為：

1. 今年一般店面出售較有機會，若需換取現金可嘗試售之！
2. 大型商場處分仍不易，應強化優惠條件，以利去化！
3. 建築個案除非位於主要商圈內或主幹道上，不要冒然做店面或商場規劃。