

開店賺錢系列2

發現新商機

台北市商圈商業發展趨勢



金錢文化出版

開店賺錢 2

發現新商機

—台北市商圈商業發展趨勢—

金 錢 文 化 出 版

國立中央圖書館出版品預行編目資料

發現新商機：臺北市商圈商業發展趨勢／金錢文化公司出版部編著。--初版。--臺北市：金錢文化出版；[臺北縣新店市]：啓現總經銷，民84

面；公分。--(開店賺錢系列；2)
ISBN 957-792-056-x (平裝)

1. 商店-地理-臺北市

491.232

84013660

開店賺錢系列 2

發現新商機—台北市商圈商業發展趨勢

編著者／金錢文化公司出版部

發行人／孫懷德

社長／戴禮中

出版總監／陳照旗

主編／李玉珍

資料編輯／錢世皓、張詠、喻立青、劉一凡、花敬群

責任編輯／董玉楨

封面設計／陳金彥

出版者／金錢文化企業股份有限公司

地址／台北市敦化北路102號12樓

電話／713-5388

郵政劃撥帳號／14697941 金錢文化企業股份有限公司

電腦排版／萬盟有限公司 TEL：3365118

製版廠／新豪華彩色印刷股份有限公司

印刷廠／耘橋彩色印刷股份有限公司

裝訂廠／台興裝訂股份有限公司

核准登記證／局版台業第6302號

總經銷／啓現發行股份有限公司 電話／917-3274

定價／250元

著作完成日期／84年10月

初版日期／84年12月30日

出版刷次／一版一刷(3000本)

法律顧問／周憲文律師

著作權所有，不准翻印、轉載

* 本書如有缺頁、破損、裝訂錯誤，請寄回本公司更換。

ISBN：957-792-056-X

有關「開店賺錢」系列

國內流通零售業蓬勃發展，創業開店蔚為風潮，設立自營店，加入連鎖加盟店行列成為熱門話題，對零售業經營相關知識也求知若渴。金錢文化公司因此規劃了「開店賺錢」系列，網羅國內外專家學者，將零售領域中的趨勢、觀念、實務、策略呈現在讀者面前，提供有心開店者參考。

開店賺錢系列

一、生意上門——

開店經營百科

二、發現新商機——

台北市商圈商業發展趨勢

相關書籍陸續出版中！

觀察一：

歷史影響商圈發展

鑑往知來，每一個商圈的發衍都累積了百年的人文能量，由商圈的自然環境、社會文化與經濟發展等來觀察，可得知商圈形成或改變的過程，甚至掌握未來發展趨勢。

觀察二：

都市計畫將主導商圈區位變動

都市計畫是商圈立地的重要依據，愈是具備獨特立地條件的商圈，愈能突顯其優勢，進而與其他商圈相抗衡，台北市所推動的幾項都市計畫案，預期未來商業核心會有一番新面貌。

觀察三：

消費傾向大過賺錢的慾望

雖然台北市消費者呈現的整體形象是消費傾向大過賺錢慾望，但對商家來說，僅有消費傾向是不夠的，消費習性才是決定業種、業態及定位的重要指標，透過各種消費者分析數據，商店得以鎖定自店客源、客層，並掌握經營利基。

觀察四：

商業發展型態趨向多元化

國內商業正值新舊交替、推陳出新的階段，新興業態的產生，使傳統業態受到威脅，爲了增加獲利籌碼，不得不改變經營型態，在市場良性競爭下，未來商業生態更多采多姿。

觀察五：

連鎖加盟成爲開店主流

系統化經營是所有商家努力的目標，從有形的商品賣場陳列設計，到無形的服務與氣氛營造，各種通路層層運用，連鎖加盟便是時勢所趨，成爲零售業主的優先選擇。

觀察六：

商用不動產與商圈發展共生

由荒地到華廈林立的經驗，是人類對空間利用的創造力表現，從商用不動產的建設計畫與開發情形，可以窺獲商圈發展的潛力，商用產品營運是掌握商圈發展的重要指標。

F129 2/2004 31

開店賺錢 **2**

發現新商機

—台北市商圈商業發展趨勢—

金 錢 文 化 出 版

序

台北市市長 陳水扁

在邁向未知的二十一世紀之前，原有的世界秩序正在逐步瓦解，新的世界經貿秩序正在重整，可以預見的是亞太經濟圈將憑藉著不可測度的市場潛力及持續的高發展，一躍成爲二十一世紀的經濟重心。台北勢必要緊扣亞洲政經局勢的脈動，爭取更多的國際投資，方能在新崛起的亞太經濟圈佔有一席之地。

然而，對國內外的投資者而言，台北市雖充滿旺盛的商機及活力，但在缺乏商情資訊的情況下，除非這些投資者有一位前導者，否則就如在都市叢林中摸索出路，根本無法準確評估投資的地點及風險，缺乏完整的商業資訊，投資者也無從了解台北的潛力何在。

由金錢文化公司出版的「發現新商機——台北市商圈商業發展趨勢」不僅詳盡

評估台北市商圈商業發展的趨勢，並以完整的分析角度，建構台北市商圈零售業發展前景，探討商圈緣起、立地與規劃、消費者消費習性、零售業趨向，以及商用不動產開發等的重要性，讓國內外的投資者能輕易地「按圖索驥」找出最理想的投資方向。

台北在亞洲城市的競賽中已處於落後的劣勢，台北必須主動出擊，積極提供投資者更完整、更迅速的商業資訊，本書不僅清楚描繪台北商業投資環境的相對優勢與走向，相信出版後更將成為國內外投資者必備的「完全求生手冊」。

A stylized, handwritten signature in black ink, consisting of several fluid, connected strokes.

發現新商機——台北市商圈商業發展趨勢

目錄

商圈觀察中發現新商機／一三

- 商圈市況透露商業發展動脈
- 商圈觀察有助於掌握變動
- 商圈緣起與消費意念息息相關
- 立地條件左右商圈腹地 ● 消費者習性隱含的商機
- 迎接潮流的商家百態
- 商用不動產與商圈榮枯共生

觀察一 歷史影響商圈發展

1 北市商業空間發展過程／二四

- 艋舺為台北市最早的商业核心
- 商業活動朝多核心方向發展

2 商業核心發展的軸線和架構／二九

- 台北車站為最重要的發展核心

3 商圈結市與經營的關係／三五

- 東軸線發展以忠孝東路為主
- 北軸線發展以中山北路為主
- 南軸線發展以公館為主
- 西軸線發展架構歷史悠久
- 商圈腹地成長需有足夠土地
- 所在地條件左右商圈發展

觀察二 都市計畫將主導商業區位變動

1 都市計畫管理都市建設／四〇

- 都市計畫功能尚未彰顯
- 商業區、工業區分際不明
- 台北都會區實質規畫的初步構想
- 主要計畫商業區通盤檢討

2 未來商業核心的面貌／四七

- 國際性消費核心
- 都會性消費核心
- 全市性與地區性消費核心

- 消費環境與品質提升

觀察三 消費傾向大過賺錢的慾望

1 都會人口減少戶數增加／五四

- 人口成長速度趨緩
- 家庭戶數反向增加

2 高齡高學歷影響消費型態／六四

- 男女比例尚稱平衡 ● 走進高齡社會
- 高學歷人口愈來愈多

3 所得增幅低於支出增幅／七四

- 國人經濟壓力增大
- 家庭收入增幅不大
- 儲蓄額與日俱減

4 各行政區家庭消費落差大／八一

- 大安區所得最高 ● 花錢的幅度愈來愈大

5 家庭消費特質主導購物心理／九一

- 國人消費傾向趨強
 - 家庭消費力各區差距大
 - 家庭三大花費——吃、住、玩
 - 內湖區民衆消費潛力強
 - 松山區市民最重視衣著打扮
- 6 教育程度影響收支高低／一一〇

觀察四 商業發展型態趨向多元化

1 零售業營業額大幅成長／一二四

- 商業活動日益重要
- 零售業系統化經營

2 北市商業發展居領先地位／一二八

- 四大方向探討北市未來商業發展
- 三大問題影響商業環境
- 商業現代化計畫促使環境改善

3 更新商店街計畫提升消費水準／一三七

- 商店街計畫增進商圈繁榮
- 商店街現有問題分析

4 商店街改善整體計畫／一四二

- 計畫目標 ● 計畫策略
- 預期效益

5 主要商店街更新計畫／一四七

- 迪化街再發展計畫
- 西門地區更新
- 頂好商圈更新計畫

觀察五 連鎖加盟成爲開店主流

1 連鎖加盟拓展商機／一七六

- 連鎖加盟店數成長迅速
- 連鎖加盟店的利基點

2 國內的連鎖加盟市場／一八一

- 零售業發展促使重工輕商政策修改

- 各業種連鎖加盟市場空間大

3 二十種行業連鎖加盟分析／一八五

- 三十五元咖啡與日式平價料理店
- 素食自助餐與漫畫屋
- 菸酒專賣店與銀樓、藥局
- 兒童電腦營與體能訓練遊樂園
- 生活雜貨與汽車保養
- 通信器材與電器專賣
- 中式速食與超商、沖洗店
- 瘦身美容與西式速食
- 房屋仲介與兒童美語

觀察六 商用不動產與商業發展共生

1 商用不動產開發帶動商圈發展／二〇二

- 客觀環境已達開發關鍵
- 四種需求刺激商用產品開發
- 提高土地附加價值

2 商用不動產產品開發趨勢／二〇八

- 大小規模相容 ● 商用產品開發走向專業化
- 投資前留意商圈發展的門檻

附錄／二二八

- 表 1 79 年台北各區平均每個家庭的各項消費支出
- 表 2 80 年台北各區平均每個家庭的各項消費支出
- 表 3 81 年台北各區平均每個家庭的各項消費支出
- 表 4 82 年台北各區平均每個家庭的各項消費支出
- 表 5 83 年台北各區平均每個家庭的各項消費支出
- 表 6 79 年台北市各區家庭各項消費支出分配比例
- 表 7 80 年台北市各區家庭各項消費支出分配比例
- 表 8 81 年台北市各區家庭各項消費支出分配比例
- 表 9 82 年台北市各區家庭各項消費支出分配比例
- 表 10 83 年台北市各區家庭各項消費支出分配比例
- 表 11 79 年台北市各區家庭消費支出分配比例
- 表 12 79 年台北市各區平均每個人的各項消費支出
- 表 13 80 年台北市各區平均每個人的各項消費支出
- 表 14 81 年台北市各區平均每個人的各項消費支出
- 表 15 82 年台北市各區平均每個人的各項消費支出

● 表 21	● 表 20	● 表 19	● 表 18	● 表 17	● 表 16
83 年台北市各區每個人消費支出的分配比例	82 年台北市各區每個人消費支出的分配比例	81 年台北市各區每個人消費支出的分配比例	80 年台北市各區每個人消費支出的分配比例	79 年台北市各區每個人消費支出的分配比例	83 年台北市各區平均每個人的各項消費支出