

小確幸或大趨勢，抓不抓得住未來
—娃娃機的新經濟熱效應分析

吳秀盈、賴昱丞

高中生組

大學生組

研究生組

新北市立中和高級中學

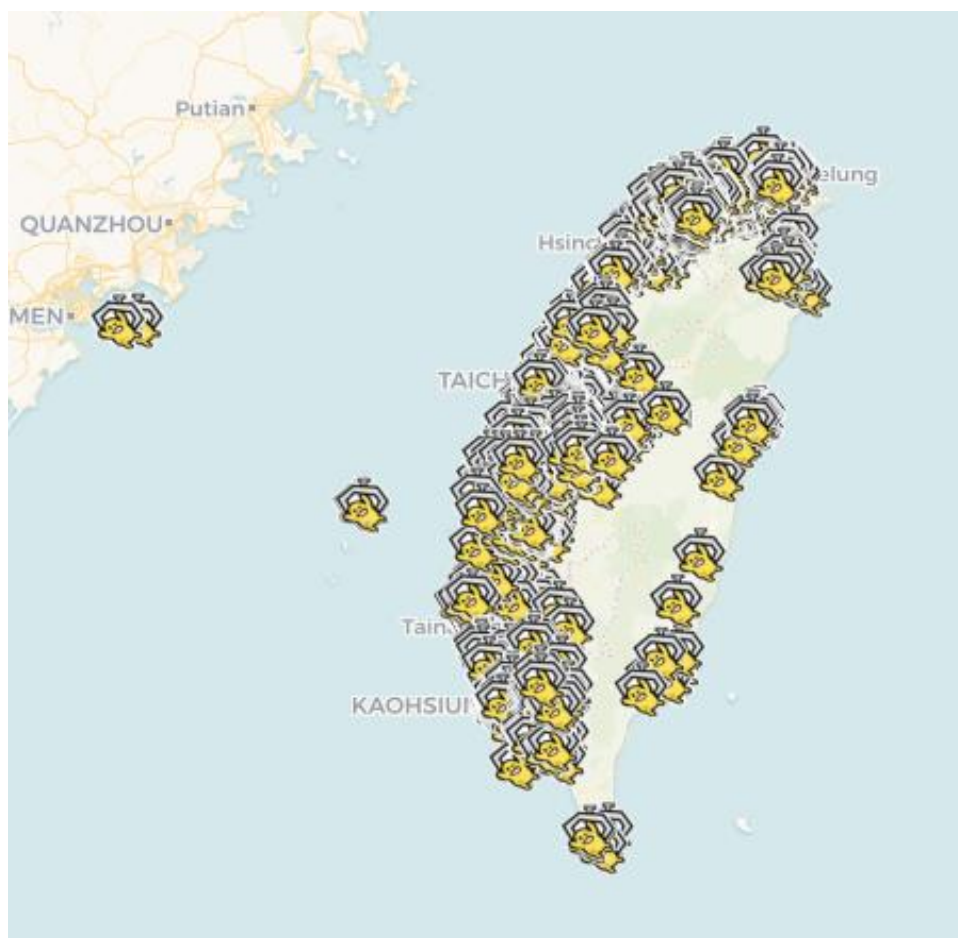
中華民國 107 年 12 月

壹、前言

一、研究動機與研究目的

近幾年來全台各地夾娃娃機興盛，稠密程度甚至可與便利商店一較高下(圖一)，讓人不禁疑惑到底是什麼原因造成這樣的現象？我們還發現到不只是台灣，包括日本、中國大陸等國家也瘋狂夾娃娃機熱潮，甚至出現地區限定、商品限定的機台，日本、大陸更祭出隔空抓寶 APP，例如：AKIBA Catcher、天天抓娃娃等 APP 軟體。在手機上與實體機台連線，抓到了機台裡的物品，還可以透過物流寄送到家。

這種新型的產業結構顛覆我們對實體店的觀念，包括無人店面、二十四小時營業、小成本和遠端經營，我們想知道這是不是一種產業發展的新趨勢，這樣的經營方式能不能長久？商闖擴大的背後一定有什麼關鍵。我們對這樣的商業模式感到新奇和疑惑，究竟只是短期滿足消費者消費欲望的小確幸，還是一個值得長期發展的產業；是三分熱潮，還是近代經濟體下的一種新經營模式？且看我們用圖表、數據娓娓分析其中的發展因素。



資料來源：瑞竣科技 RiChi Technology Inc.

圖一、全台夾娃娃機分布圖

二、研究範圍

以全台灣夾娃娃機的發展趨勢進行分析。

三、研究問題

- (一) 夾娃娃機的風潮是否受到經濟發展的影響？
- (二) 是否隱含個人所得低或消費能力未提升的問題？
- (三) 是否跟物價有關？
- (四) 對社會及經濟成長是否有具體的貢獻？

貳、淺談台灣近五年經濟發展概況

由經濟成長率圖(圖二)中可以看出 2015 年的經濟成長率只有 0.8%，相較於 2014 年，下降幅度有 3.2%，雖然 2016、2017 有些微成長，但可看出台灣近年經濟成長趨緩。

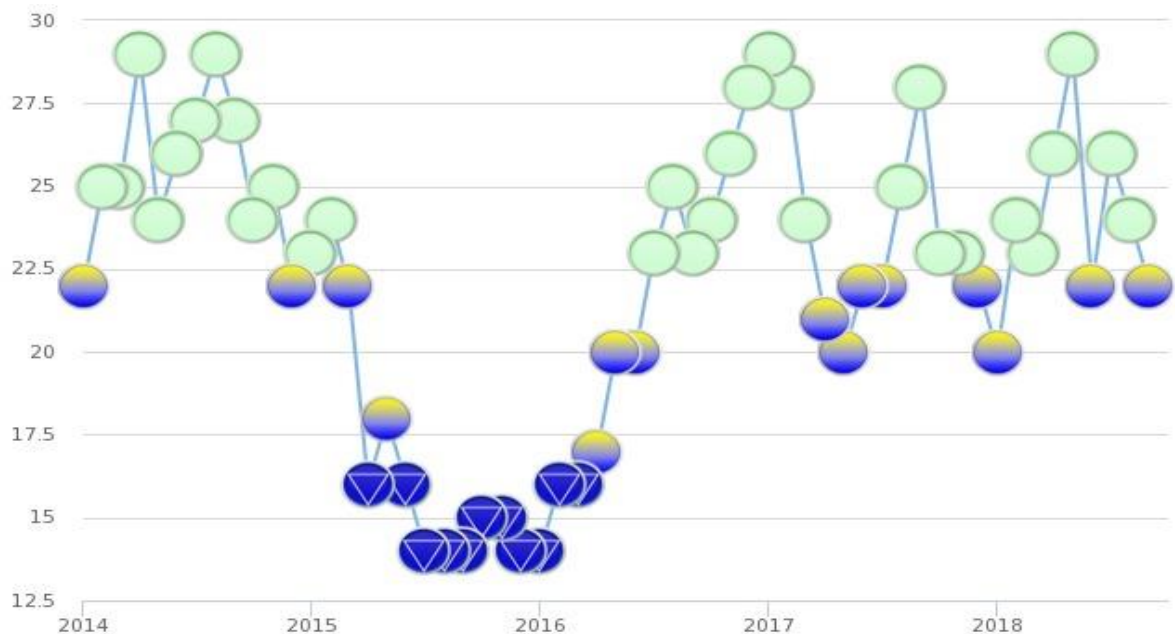
又從景氣對策信號圖(圖三)可知，2015、2016 年的景氣是近五年來最低迷，依據相關統計數據顯示，當時的股價指數、工業生產指數、海關出口值、製造業銷售指數、批發、零售、餐飲業營業額都呈現疲軟狀態，雖然經濟成長率仍有小幅上升，但實質景氣並非如此旺盛，內需及出口之成長均呈現鈍化，國內民眾消費能力並未明顯提升。

另外，觀察 2017 年以後景氣對策信號，雖然較 2015、2016 年有明顯改善，但仍有高低起伏情形，並未持續呈現穩定成長，在這經濟發展不穩定的大環境下，是否是影響夾娃娃機市場潛在發展的因素之一？值得我們進一步瞭解。



系統編號:ML10304-0598

圖二、經濟成長率(2007-2017 年)



註：「綠燈」，表示當前景氣穩定、「紅燈」表示景氣熱絡、「藍燈」表示景氣低迷，至於「黃紅燈」及「黃藍燈」二者均為注意性燈號，宜密切觀察後續景氣是否轉向。

資料來源：國家發展委員會

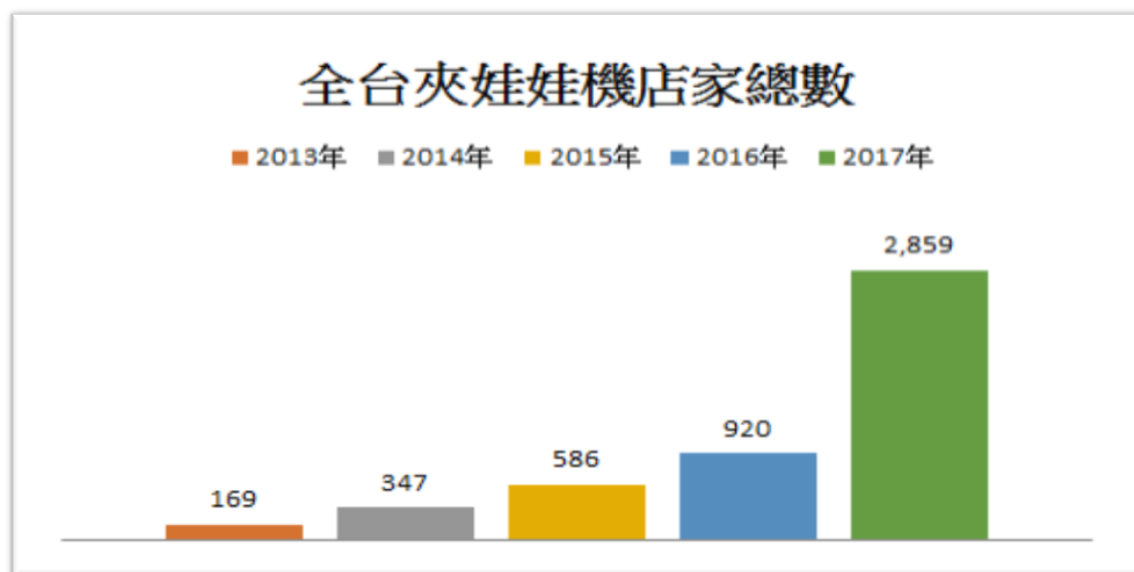
圖三、2014-2018 年 景氣對策信號(燈號及分數)

參、為什麼夾娃娃機店越開越多？

一、成長數據統計

(一)全台灣夾娃娃店數統計

根據財政部統計資料顯示，2013 年全台僅有 169 間夾娃娃機店，2017 年時大幅增長至 2859 間(圖四)，數量比起前一年成長三倍。且從圖可知，2016 年到 2017 年是夾娃娃機的成長關鍵，不只突破千家大關，還趨近三千家。成長如此的突飛猛進，勢必 2016 年一定有特定關鍵影響因素。

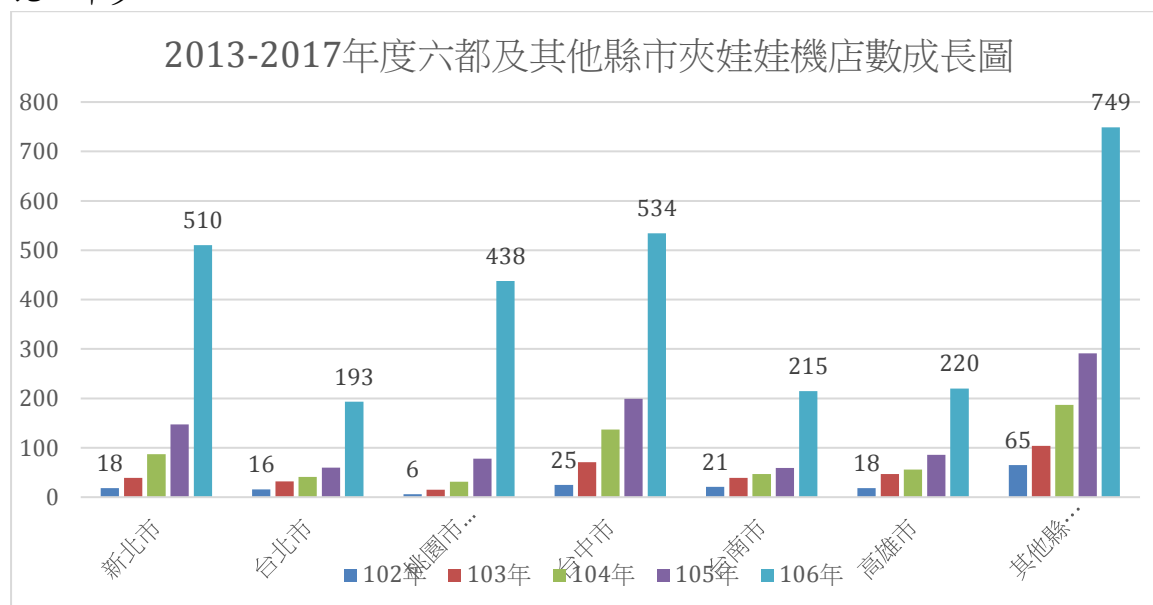


資料來源:財政部營利事業家數及銷售額—第7次修訂

單位:家

圖四、2013年至2017年全台夾娃娃機店家總數

又從六都及其他縣市夾娃娃機店數成長圖(圖五)觀察到,展店最快速的縣市分別是新北市和台中市,桃園市緊跟在後,再來是台南市、高雄市和台北市,雖然各縣市間的成長速率有差別,但是圖中顯示出來的卻是全台灣的夾娃娃機店數是一年比一年多。



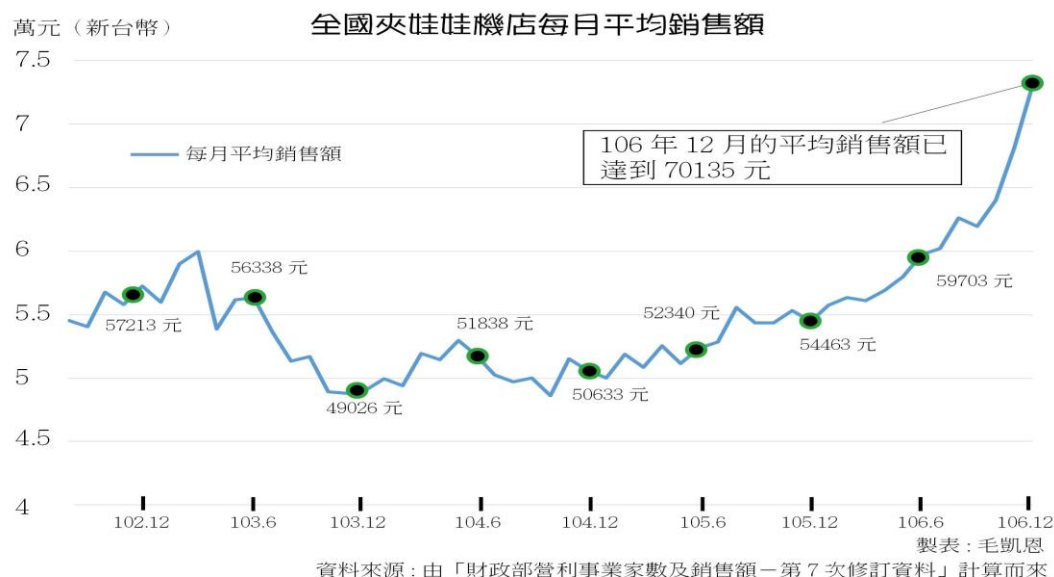
資料來源:財政部財政及賦稅統計資料

單位:家

圖五、2013-2017年六都及其他縣市夾娃娃機店數成長

(二)每月平均銷售額

同時夾娃娃機店銷售額也大幅成長，從每月的平均銷售額圖(圖六)可知，近年夾娃娃業在快速擴張下，收入並沒有被稀釋，反而呈現成長的趨勢。



資料來源：政大大學報 NCCU UONLINE NEWS 第 1672 期

圖六、全台夾娃娃機店每月平均銷售額(2013-2017)

二、快速成長原因分析

(一)趨勢所致

台灣近年經濟成長趨緩，導致許多人開始嘗試經營副業。而夾娃娃機台投資門檻較低，加上經營並不需長時間緊盯機台，使得各行各業，甚至學生都能擔任台主，夾娃娃機店因而引發熱潮。

(二)入門低成本低技術

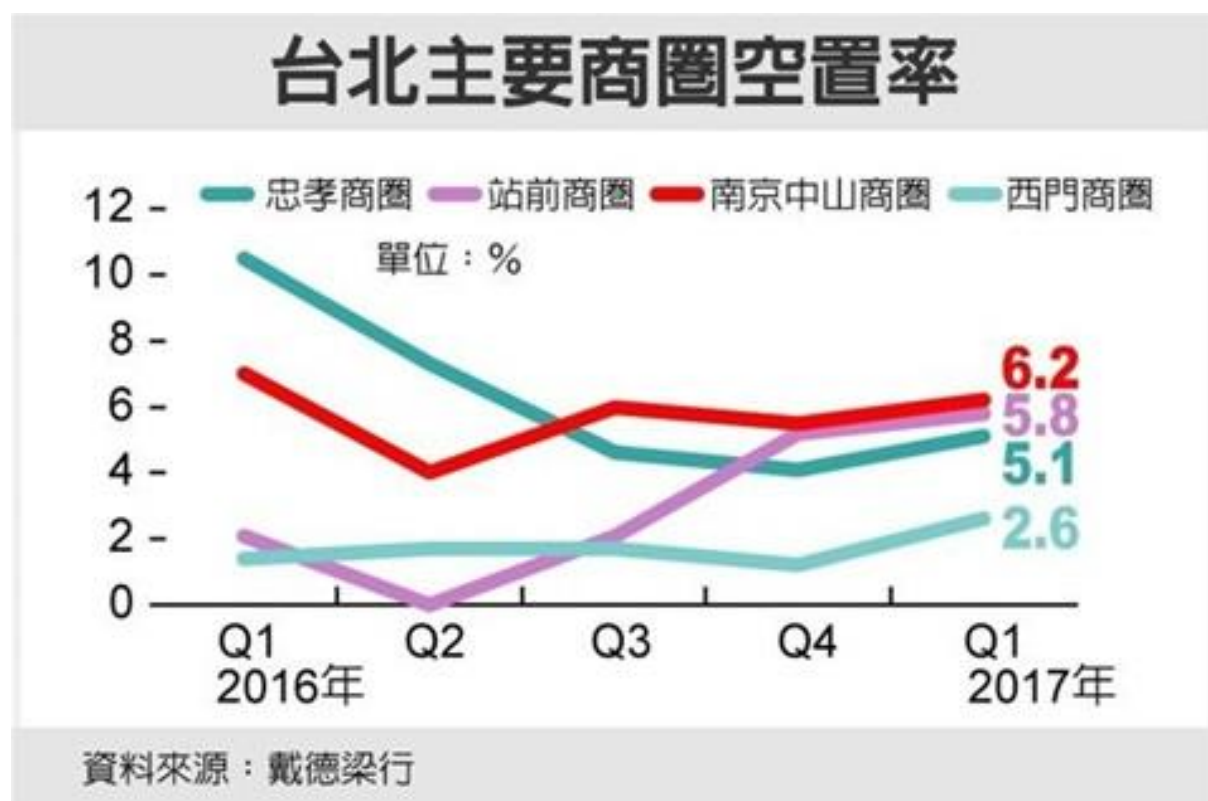
夾娃娃機業者推行分租經營模式，由「場主」向房東租下店面，並購買夾娃娃機台，再將機台以一台為單位，分租給有意經營的「台主」，台主每月只要付最少三、五千元不等的租金，並購置擺放在機台內的娃娃、3C 商品等獎品，就能開始做生意。而投入的資金是許多連鎖小吃、手搖飲加盟店的數十分之一。⁽¹⁾

相較於期貨或零股投資等小資投資，經營夾娃娃機的好處在於「立即獲利」。台主每天巡機台時便能知道今天賺了多少錢，而且獲利是能真切拿在手上感受的，投資也能帶來較豐富的娛樂性。夾娃娃機的另一優勢在於相對不受市場波動影響，個人有較高的能力掌握獲利情況。⁽²⁾

(三) 店面空置率高

電商平台的促銷大戰，正在加速實體零售業的凋零，導致閒置的店面大幅增加，租金不斷調降，促使更多人租下空置的店面，加入這場夾娃娃大戰。⁽³⁾

就以台北市主要商圈(圖七)為例，最明顯的是忠孝商圈，2016 到 2017 年間幾乎降了 5%，在實體零售業凋零的情況下，忠孝商圈的店面回升率應該不可能是實體零售業，我們推測應該是夾娃娃機店。因為夾娃娃機的其中一個獨特經營方式是「分租」，分租模式就是業者(場主)租下店面，再將機台分租給有意經營者(台主)，這樣的分租方式不只可以平攤租金，而且有錢大家賺。所以在店面閒置率高的情況下，屋主為了提升店面出租率，因此降低租金，與此同時，夾娃娃機業者趁勢租下店面，再分租給各個台主，讓屋主與場主互蒙其利，台主們也得到小小的利益。



資料來源:戴德梁行 DTZ

圖七、台北主要商圈空置率

(四)所得降低提升展店數

由台灣平均每人所得(圖八)可知，平均台灣人民的所得是逐年增長的。



系統編號:BE10709-0007

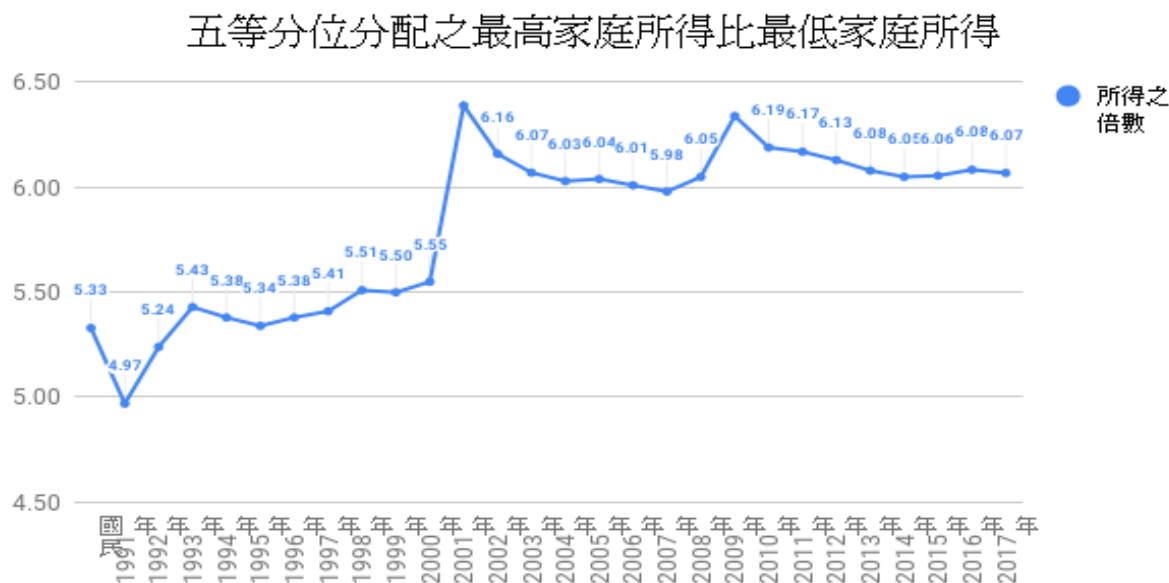
圖八、台灣平均每人所得(1997-2017年)

但是根據所得最高前 1/5 和最低前 1/5 的比值(圖九)，和五等分位分配之最高家庭所得比最低家庭所得(圖十)可知，台灣 M 型社會化越來越嚴重，所得偏低的人們為求更多的收入，因此紛紛加入夾娃娃機行列。於是，我們可以推論夾娃娃機的興起可能和 M 型社會有很大的關係。



系統編號:AD10301-0135

圖九、台灣所得最高前五分之一人口對所得最低前五分之一人口的所得或消費比率(1992-2012年)



資料來源：行政院主計處國民所得統計摘要

圖十、五等分位分配之最高家庭所得比最低家庭所得(1991-2017年)

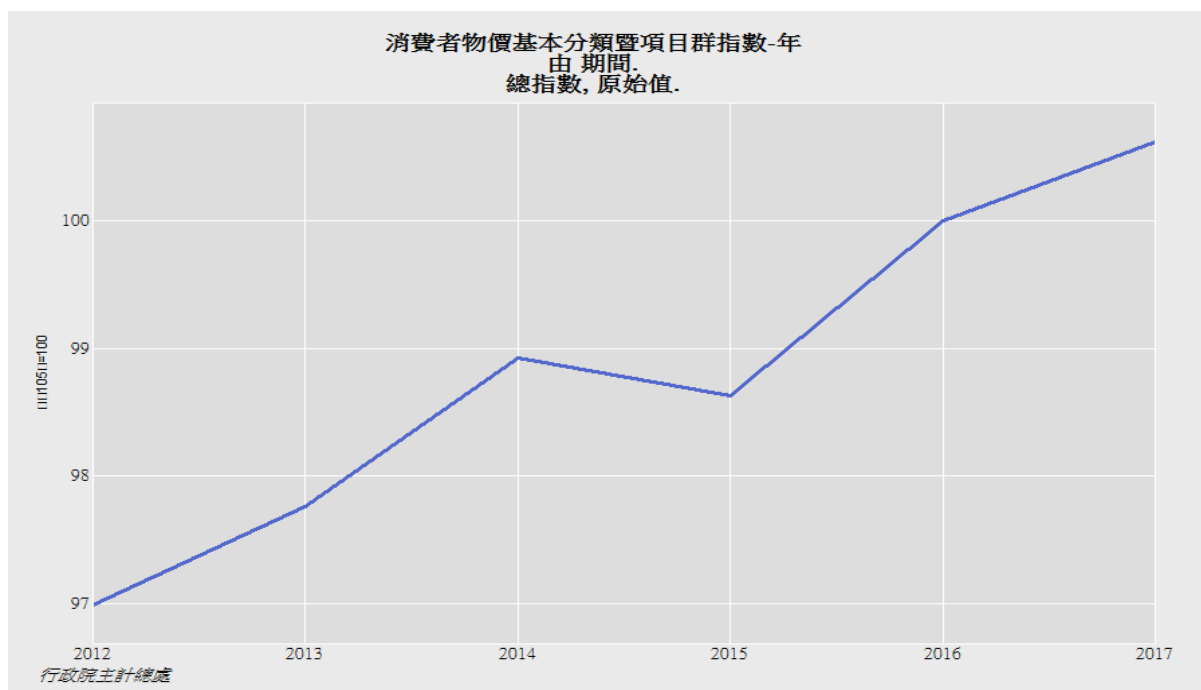
(五)物價和消費指數影響低價娛樂消費

1. 物價指標

(1)物價總指數

由消費者物價總指數(圖十一)可觀察到，近年物價呈現持續成長的趨勢，即便2015年有稍微下降，但2016年馬上又回復攀升，2017年仍持續成長。

在物價提高，薪資卻凍漲的環境下，消費者的購買力下降，因此休閒活動的費用可能縮減，但夾娃娃機一次十元的費用對很多人而言，可以「投資」在一個小確幸的夢想上，所以我們合理推測夾娃娃機就是乘著這波浪潮向臺灣襲來。

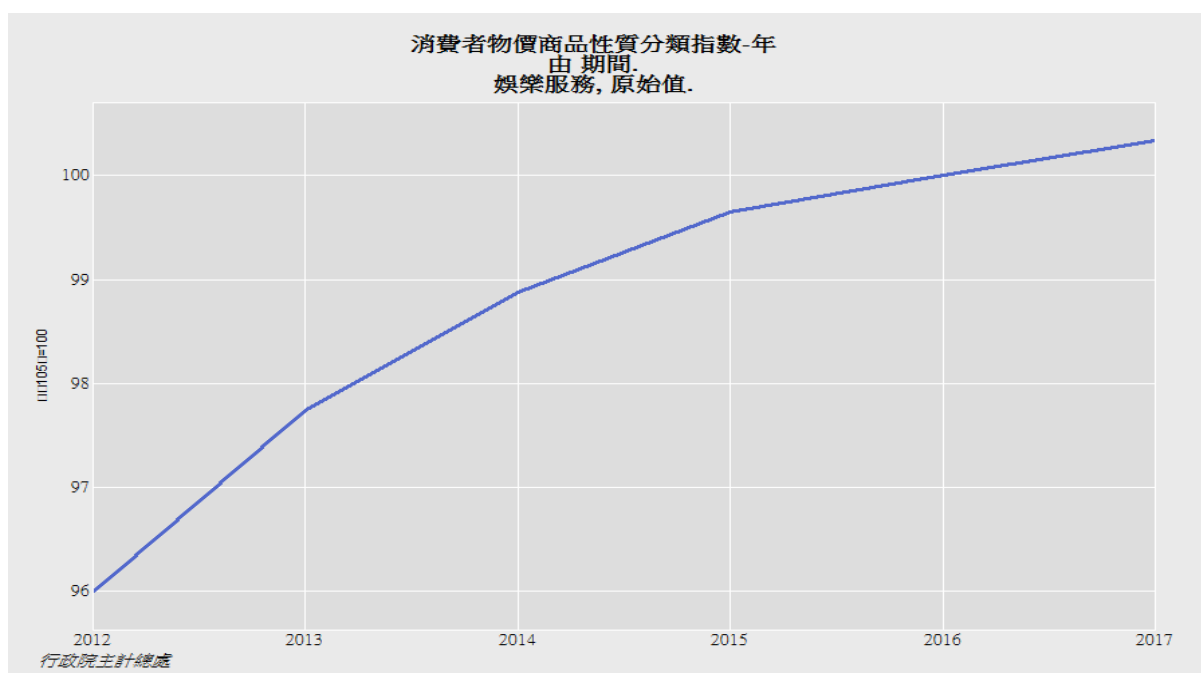


資料來源:行政院主計處

圖十一、消費者物價總指數(含食物)
(2012-2017年)

(2)娛樂物價

由娛樂物價(圖十二)可知,娛樂消費顯著的上升,加上近幾年人民的薪資所得成長不明顯,物價又高漲,多數人僅有能力維持低價娛樂消費,是造成主打低消費夾娃娃機產業蓬勃發展的原因之一。



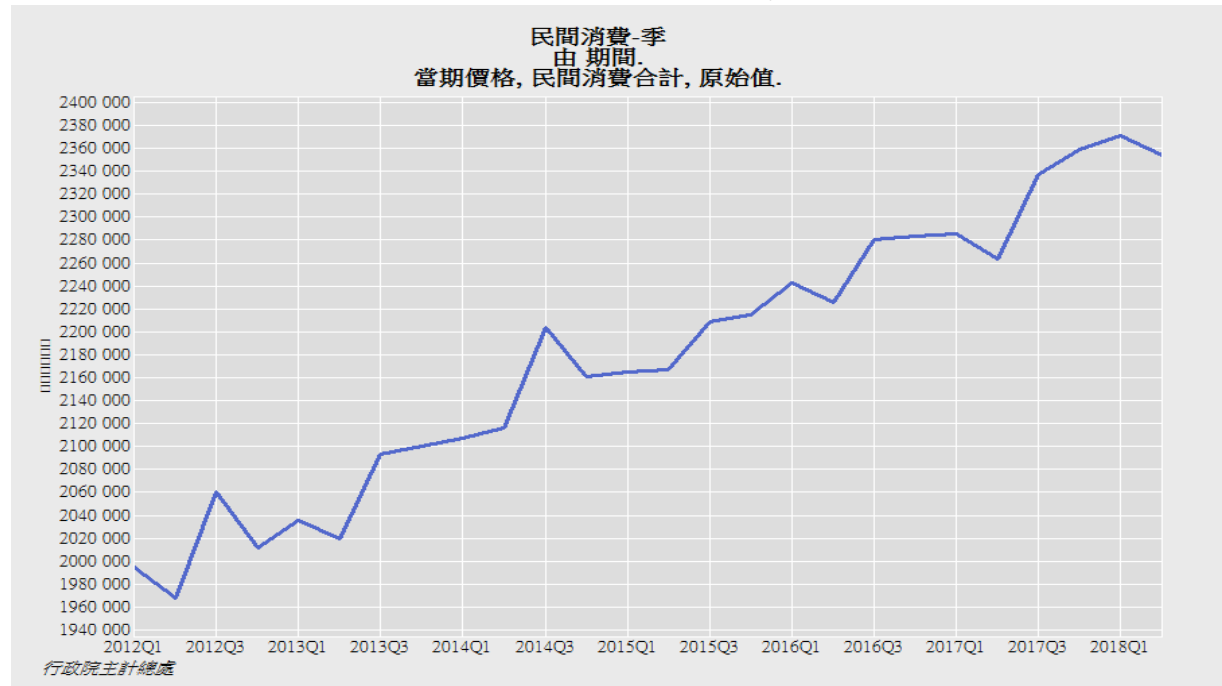
資料來源:行政院主計處

圖十二、消費者娛樂物價指數(2012-2017年)

2. 消費指標

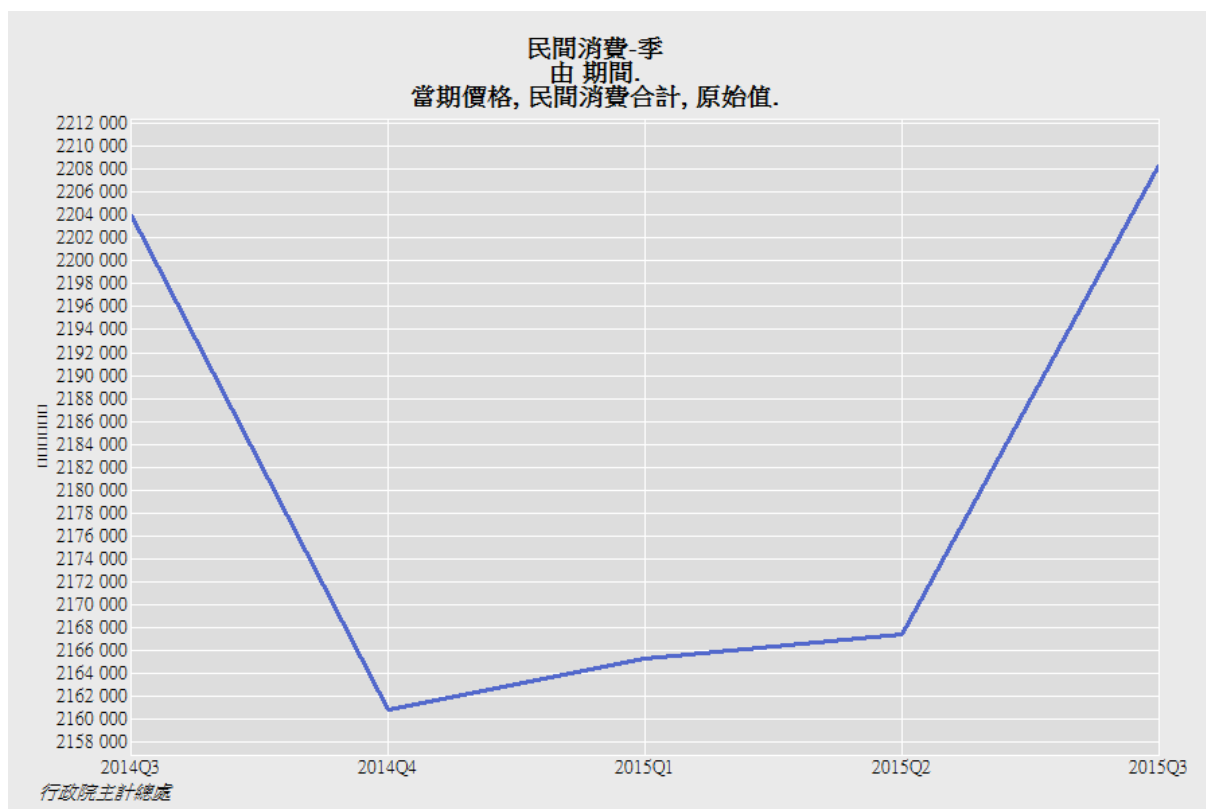
由民間消費成長率(圖十三)可看出近幾年消費仍在成長，但成長的幅度趨緩。準確地說，從圖十四可知，消費成長率在 2014 年末期開始下滑，2014 年末和 2015 年初是近五年來消費成長率最低迷的時候。

消費成長率下降代表消費者的消費能力變弱，因而改變原有的消費模式，轉向消費價格較低的商品，而夾娃娃機便是在這個時候蓬勃發展的。



資料來源:行政院主計處

圖十三、民間消費成長率(2012-2018 年)



資料來源:行政院主計處

圖十四、民間消費成長率(2014Q3-2015Q3)

(六)小結

綜合上述，夾娃娃機出現的外部因素有：近年經濟不景氣、物價及店租卻仍然持續調漲、以致店面閒置率高。所得成長遲滯、加上所得分配不均，M型化社會趨勢日益嚴重。

內部的有利因素則有：夾娃娃機進入門檻低（只需要低成本和低技術）、獨特的分租模式。

上述因素推動夾娃娃機的發展：台主投入小成本就可以創造更多的收入，而民眾只需要花小錢就能滿足慾望，有助於低端經濟的加速發展。

肆、對實體經濟發展的影響(SWOT 分析)

一、夾娃娃機對經濟的影響

綜合上述分析經濟指標對夾娃娃機的影響可知，經濟發展趨勢可能是影響夾娃娃機產業蓬勃發展的因素之一，但夾娃娃機風潮是否能對實體經濟帶來實質的貢獻，我們要用 SWOT 表格來進一步分析。

表一、SWOT 分析表格

S 內部優勢	W 內部劣勢
<ol style="list-style-type: none">1. 入門門檻低2. 增加民眾額外收入3. 立即獲利4. 不受市場波動5. 增加店面出租率與租金收入6. 增加國家稅收	<ol style="list-style-type: none">1. 無助於產業技術升級2. 無助於提升就業機會3. 容易飽和4. 泡沫化風險高
O 外部機會	T 外部威脅
<ol style="list-style-type: none">1. 機台外銷海外2. 創造新零售模式及產值3. 增加低門檻兼差選項4. 提供大眾有效的紓壓管道	<ol style="list-style-type: none">1. 增加盜版業發展2. 引發沉迷3. 政府法規更新緩慢

二、分析

由 SWOT 表格可知，夾娃娃機並不需要專業技術，再加上產業趨近飽和，未來的發展仍有隱憂，但如果能加上創新的元素(例如:導入電子支付、融入地區特色……)，就能提升產業競爭力，克服泡沫化的危機，創造更大的外部機會。

伍、結論

從上述的資料統計分析，我們可以很清楚地看到夾娃娃機的蓬勃和台灣近年經濟不景氣、物價有很大的關係，也和夾娃娃機內部的產業模式有很大關係，低成本、低技術、分租。如此，內外整合發展出近年的夾娃娃機熱潮。

而夾娃娃機的發展有如狂潮，之大之快之廣，如此快速的發展，若是機台裡的夾物沒有令人耳目一新，或是各個機台間沒有發展出彼此的獨特性，很快的，大家便會感到厭倦，夾娃娃機就不再新鮮，當夾娃娃機店數達飽和後，就會面臨泡沫化的危機，如此，只能對生活帶來一時的小確幸，這是肯定的。但是只要台灣的經濟成長一直停滯，薪資沒有提升，導致民眾對大規模投資沒有信心，人們便會傾向小額投資，未來還是會有更多低成本、低消費型態的產業出現，那麼低端經濟恐怕會成為未來的趨勢。

但危機也是一種轉機，如果能把握此一潮流，讓夾娃娃機產業與其他產業結合，導入新創的元素，讓末端經濟帶來的收益不再只侷限於夾娃娃機產業本身，將會創造出更為廣闊的經濟效益，成為真正值得發展的大趨勢。

參考文獻

1. 吳中傑、林洧楨(2018)。末端經濟來臨。商業週刊。1590。56。
2. 夾娃娃機店的今生未來 是突圍還是泡沫？(政大大學報 2018. 03. 21)
取自：<http://www.unews.nccu.edu.tw/unews/%E5%A4%BE%E5%A8%83%E5%A8%83%E6%A9%9F%E5%BA%97%E7%9A%84%E4%BB%8A%E7%94%9F%E6%9C%AA%E4%BE%86%EF%BC%8C%E6%98%AF%E7%AA%81%E5%9C%8D%E9%82%84%E6%98%AF%E6%B3%A1%E6%B2%AB%EF%BC%9F/>
3. 全台滿街夾娃娃機無人店 實體零售的絕地逆襲(天下雜誌 2017. 11. 15)
取自：<https://www.cw.com.tw/article/article.action?id=5086169>
4. 全台夾娃娃機店每月平均銷售額圖表 (政大大學報 2018. 03. 21)
取自：<http://www.unews.nccu.edu.tw/unews/%E5%A4%BE%E5%A8%83%E5%A8%83%E6%A9%9F%E5%BA%97%E7%9A%84%E4%BB%8A%E7%94%9F%E6%9C%AA%E4%BE%86%EF%BC%8C%E6%98%AF%E7%AA%81%E5%9C%8D%E9%82%84%E6%98%AF%E6%B3%A1%E6%B2%AB%EF%BC%9F/>