

商業設施與城市：
試探大統百貨對高雄市的影響（1975-1995）

張維正

國立臺灣師範大學臺灣史研究所碩士、赤瓦堂文化工作室負責人

摘要

本文討論大統百貨存在於高雄的 20 年裡，對於城市所造成之影響。大統百貨於 1975 年開幕，在初代董事長吳耀庭的遠見和理念下，它有著當年臺灣最好的服務和設施，因此成為 1970 年代全臺最大也最受歡迎的百貨公司。其吸引人的設施和「東南亞最大的百貨公司」的稱號吸引了大量外地遊客，讓大統成為來到高雄必遊的「觀光景點」。然而，因為大統在高雄百貨業的強勢地位，讓它被冠上「南霸天」的稱號，也成了同業來到高雄拓展市場的一堵高牆。而對高雄市民來說，它是文化設施也是休閒娛樂中心，是陪伴許多人成長的「童年回憶」，也因此形成所謂的「大統世代」。又由於大統形象相當良好，人們也將它視為能夠代表高雄的「地標」。此外，被大統吸引而來的消費人潮，不但讓新興區玉衡里和振成里成為鬧區，形成知名的「大統商圈」，還讓部分人士認為大統能夠帶來商機，遂將其視為「財富的象徵」。要之，因為大統百貨對高雄之經濟、市民生活、區域環境的影響，使其在市民的心中留下佔有一定的地位。

關鍵字：百貨史、大統百貨公司、大統商圈、高雄市、吳耀庭

壹、前言

1995年10月29日清晨5時43分，剛滿20年歷史的大統百貨傳出火警，其火勢相當猛烈，甚至延燒到周邊商店，竄出的濃煙直奔天際，連數公里外也能看見，在悶燒10餘小時後，烈火才總算被撲滅，專家估算當日財物損失超過10億元以上。¹這場突如其來的大火，震撼了整個臺灣社會，甚至引起國外媒體和旅外臺人的注目，²而為了喚起人們對公安意外的重視，大統百貨火災和其他事件一同成了該年度的10大消費新聞之一。³

除了財物損失和公安問題，據說這場火災還造成高雄人心理的創傷，許多人開始回憶自身和大統有關往事，藝術家則用創作紀念大統的消逝，而且懷念並未隨時間淡化，因為直到近期仍然可看到有人在回憶大統。⁴火災隔（1996）年，高雄市首度舉辦意象票選活動，被燒成空殼的大統百貨竟然也入榜，而且排名不低的第5名。⁵無獨有偶，許多和高雄的歷史或觀光有關書籍裡，大統百貨也不會遺漏，甚至在近期成為歷史性電視節目的主題

* 本文得以順利完成，承蒙多位在百忙之中，願意犧牲寶貴時間接受筆者訪問的受訪者，又為了保護個人身分，文中和註腳均不具全名，懇請見諒；兩位匿名審稿人的寶貴建議亦使筆者獲益良多，讓文章內容能夠修改得更加完整，於此一併致謝。

1 大統百貨的損失包括人員薪資、存貨、建築物本身、裝璜和周邊設備等。樊仁，〈大統百貨燒出火險投保問題——企業老闆如何建立正確投保觀念〉，《財訊》165（1995年12月），頁323；李光榮，〈烈火蹂躪大統百貨雲梯車不敵濃煙數公里外可見高雄人心驚〉，《中央日報》，1995/10/30，3版。

2 村山宏，〈台湾、ビル火災相次ぐ「経済優先・安全無視」の声〉，《日本經濟新聞》（夕刊年），1995/11/4，3版；佚名，〈大統百貨全燒〉，《台灣青年》422（1995年12月），頁24。

3 1995年12月17日消基會公布該年度的10大消費新聞，其中第3大消費新聞是該會提倡設立「火災無障礙逃生空間」方案，由於2月臺中衛爾康餐廳火警、4月的臺北市快樂頌KTV火警、10月的嘉義嘉年華大樓火警和高雄大統百貨火警，總共造成86死、26傷及重大財物損失，為喚起社會大眾和政府對公眾安全的重視，因而入選。陳鳳蘭，〈消基會公佈今年十大消費新聞〉，《中國時報》，1995/12/17。

4 如：李惠美，〈大統百貨公司的一把大火，燒出南臺灣民眾記憶中的童年往事〉，《中國時報》，1995/10/31；吳書昀，〈現代人的大夢二十年大統〉，《聯合報》，1995/11/11，36版；陳璧琳，〈悼旋轉木馬憶大統商圈，蔡麗琪、蔡宗晏姊弟寫首詩回想童年〉，《中國時報》，2000/12/1；林祐而，〈高雄小故事——兒時記憶之大統百貨〉，《高雄文獻》9:2（2019年12月），頁192-193。

5 李惠美，〈儘管碧海藍天的西子灣被大學校園包起來了，它在全市的自然〉，《中國時報》，1996/6/9。

之一。⁶ 顯見，大統百貨早在人們的心中占有一席之地，縱使建築物早已改變樣貌，但只要再次看到老照片，甚至只是走到新興區中山路和五福路交叉口，人們就會喚起沉睡在腦海中的記憶，並且將這段往事傳遞下去。令人好奇的是，一間民營的百貨公司，為何會成為市民共通的回憶？

說起「百貨公司業（以下簡稱百貨業）」，它是 19 世紀中葉誕生於法國的一種新興業種，許多現行常見的商業手法，早在當時就已有雛型。⁷ 臺灣業界通常會把它視為和超市、便利商店及量販店相同的綜合零售業。⁸ 然而，百貨業不單是現代化的巨大雜貨店，飛田健彥歸納出百貨公司的 3 大特徵：商品種類的「多樣性」，其性質則是「高級」和「高品質」，以及具有帶動都市發展的機能等，⁹ 可看出和一般綜合型零售的差異。此外，就廣義上來看，百貨業與「購物中心（shopping mall）」相當類似。儘管購物中心的種類變化比百貨業還要多樣，但兩者最大的差別，就在於後者為單獨經營，而前者則是聚集複數以上的經營者。¹⁰ 因此若百貨公司沒有自己販售商品，而是以租賃專櫃為主要營業方式，就是偏離「傳統」，也會失去自身特色。

20 世紀是百貨公司在世界各地蓬勃發展的時期，¹¹ 為了販售商品和吸引顧客，業者們創造出各種嶄新的行銷方式，如：日本百貨公司發展出頂樓遊樂園、加裝電動手扶梯、食堂或超級市場等要素來吸引顧客，或是創辦社內

6 如：周宇廷，《吃喝玩樂在高雄》（臺北：大興出版社，1997 年），頁 84-85；林昀熹撰文、張世明繪圖，《漫畫高雄歷史》（高雄：高市文化局，2004 年），頁 173-174；路寒柚等編，《高雄旅行導覽》（高雄：高市文化局出版；晨星，2007 年），頁 98；王御風等著，《關鍵 100——記憶高雄》（高雄：高雄市立歷史博物館，2020 年），頁 190-191；謝哲青主持，〈貧寒子弟翻轉人生傳奇！吳耀庭因 櫃姐一眼神 決心開創百貨霸業 大統百貨設立全台首座透明電梯 頂樓遊樂園如迪士尼風光一時 無奈一場大火從此沒落〉，《導讀台灣》（<https://www.youtube.com/watch?v=RJ0vz7Tlo38> 年），閱覽日期 2023/7/28。

7 鹿島茂，《デパートを発明した夫婦》（東京：講談社，1991 年）。

8 湯秀琬，〈百貨業〉，《產業調查與技術季刊》122（1997 年 7 月），頁 45。

9 飛田健彥，《百貨店とは》（東京：図書刊行会，2016 年），頁 23-24。

10 齊藤徹，《ショッピングモールの社会史》（東京：彩流社，2017 年），頁 7。

11 海野弘，《百貨店の博物史》（東京：アーチアンドクラフツ，2003 年）。

雜誌、舉辦展覽會等藝文性活動，不但有益於城市發展，在滿足市民精神需求的同時，提升彼等的文化素養。¹² 中國百貨的發展雖然和日本相近，但增設了電影院和溜冰場等娛樂機能，產生所謂的「上海式風格」。¹³ 不過，無論是日本或上海，亞洲的百貨皆以滿足家庭生活為主，和歐美的百貨文化出現歧異。¹⁴

相較之下，臺灣百貨業發展史不算長，日治時期 50 年間只有 3 家能被視為百貨公司，其中「吉井百貨」開設在現今高雄的鹽埕區，為高市百貨業之起始。¹⁵ 戰後，雖然開設在 1957 年高雄的「大新百貨」是全臺第 1 家新成立的百貨公司，但高雄百貨業的發展，卻遠比不上臺北地區。1965 年臺北「第一百貨」開幕後，很快地進入眾家相互競爭的狀態；¹⁶ 在 1975 年「大統百貨」開業之前，高雄除了大新和改建自吉井百貨的「高雄百貨」之外，只有 1971 年開幕的「時代百貨」和 1973 年南下的「遠東百貨」，¹⁷ 可見後者發展速度相當緩慢。不過，根據通史類著作的介紹，大統百貨在當時不但是高雄第一，也是臺灣第一的百貨公司，因此吸引了不少人潮，進而改變周邊區域的地貌，其後更成為高雄的地標。¹⁸ 就如同眾人的回憶，大統百貨對於高雄而言，應該有著特殊的意義，但目前除了前述作品外，尚缺乏更深入的探討，因此若想更加了解大統百貨的發展和影響，仍須仰賴史料重新探究。

12 初田亨，《百貨店の誕生》（東京：筑摩書房，1999 年）；神野由紀，《趣味の誕生：百貨店がつくったテイスト》（東京：勁草書房，1994 年）；志賀健二郎，《百貨店の展覧会——昭和のみせもの 1945-1988》（東京：筑摩書房，2018 年）。

13 連玲玲，《打造消費天堂：百貨公司與近代上海城市文化》（臺北：中央研究院近代史研究所，2017 年）。

14 岡田康司，《百貨店業界》（東京：株式会社教育社，1982 年），頁 13-14。

15 林惠玉，〈第 4 章 台湾の百貨店と植民地文化〉收入山本武利等編，《百貨店の誕生——日本の消費革命》（京都：世界思想社，1999 年），頁 109-128；楊晴惠，〈高雄五層樓仔滄桑史——由吉井百貨到高雄百貨公司〉《高雄文獻》6:1（2016 年 4 月），頁 97-115。

16 李衣雲，〈娛樂與消費的複合體：1960 年代再興起的臺北市百貨公司〉，《國立政治大學歷史學報》55（2021 年 5 月），頁 169-220。

17 關於高雄百貨史可參閱李文環，《高雄第一場盛風：鹽埕風》（高雄：高雄市政府文化局，2021 年），頁 453-464。

18 戴寶村編著，《高雄市常民生活史》（高雄：高市文獻會，2004 年），頁 27。

綜合前述，百貨公司不只是巨大商店，還具備了各種機能，故有益都市發展乃至於文化的成長，而居民生活也和百貨息息相關，或許也是因為如此大統百貨才會在高雄人心中留下深刻的回憶。本文便以大統百貨為主題，討論商業設施如何對城市和居民帶來影響？研究對象則聚焦於五福路上的「大統百貨（後來改稱五福店）」本店為主，時間斷限為開業的 1975 年至燒毀的 1995 年，而大新百貨改成「大勇店」和後來新建的「和平店」，以及「大統集團」則不在主要討論範圍內。

然而，因為大統集團並沒有出版自己的企業史，加上本身相當低調，連業界都難以掌握真實樣貌，以至於能使用的資料相當有限。因此筆者只能利用報紙和雜誌，再輔以口述訪談進行研究。關於章節方面，本研究將先簡述大統百貨的歷史，然後再分別討論吳耀庭如何打造出大統百貨？而高雄市、南部百貨業、市民生活，以及百貨周遭的區域環境，如何被大統百貨所影響？或是出現變化？希望藉此能描繪出大統百貨的整體樣貌，填補目前大統百貨相關研究之空白和豐富高雄市的歷史。

貳、大統百貨的二十年興衰

一、臺灣最大百貨的誕生

1950 年代吳耀庭開設「大新百貨公司」獲得成功之後，¹⁹ 遂開始著手計畫興建「連鎖店」，並於 1965 年收購了 3 塊同樣位在「五福路」²⁰ 的土地，其中之一成為 1968 年開幕的「華王大飯店」；²¹ 其餘兩塊地則分別是「大立

19 李文環，《高雄第一場盛風：鹽埕風》，頁 456-461。

20 五福路為高雄重要的東西向道路之一，東起凱旋一路，西迄鼓山一路，沿途經過苓雅、新興、前金和鹽埕區等 4 區，並分成 4 段，依序為五福一～五福四路。參見曾玉昆，《高雄市地名探源（增訂版）》（高雄：高雄市文獻委員會，1997 年），頁 254。

21 高雄訊，〈高雄華王大飯店 預定十六開業〉，《經濟日報》，1968/10/7，7 版。

百貨公司」和「大統百貨公司（以下簡稱大統）」的預定地。²²

1969年，吳氏對記者表示將在該年年底準備和日本「伊勢丹百貨公司」合作，開始執行擴充「大新公司」的計劃。²³然而，該計劃卻因為條件談不妥只好暫時中止。²⁴其後，合作對象改為美國百貨公司，又根據報導推算，最晚可能從1972年起，籌備大統百貨的建造，翌年取得建築執照和進行破土，1974年1月12日首度對外公開發表：「將有一棟嶄新的百貨公司即將要開幕」，總計有11層的大統百貨，在此時已經蓋到5樓，而整棟建築物完工和開始啟用則是在隔年的6月25日。²⁵

該合作是吳耀庭利用美援項目的「國際企業服務團」，透過「美國商業總會」聘請曾任職於西爾斯（Sears Roebuck）百貨和塞夫外（Safeway）超市的專家們，組成打造大統百貨軟體部分的顧問團。該團隊共4人，於1975年1月起陸續抵達臺灣，藉彼等之手，大統百貨構築整體經營、財務、採購、庫存和人力等營運相關事宜。²⁶百貨的外觀，則是吳氏親自擔任總設計師，領導工程師及歐美各大百貨公司知名設計師聯合精心創作出來的。²⁷也因此，除了商品擺設是日式設計外，²⁸建築外觀和商品的管理皆為美式風格。

22 黃淑麗，〈吳耀庭的百貨世界〉，《經濟日報》，1984/10/28，11版。

23 高雄通訊，〈與貧困搏鬥出身的董事長 吳耀庭擁有兩個大企業，曾當選傑出青年，他的細心和辛勤，常使員工推崇不已〉，《經濟日報》，1969/3/1，5版。

24 本報特稿，〈日商觸角四處滲粘 揮之不去 百貨業者慨談切膚之痛〉，《民生報》，1986/12/27，9版。

25 高雄訊，〈大新今與美簽約 在高雄舉辦美國百貨商展〉，《經濟日報》，1974/01/12，6版；高雄訊，〈高雄大統百貨公司今開業〉，《經濟日報》，1975/10/6，7版；宋梅冬，〈出人頭地的百貨業巨擘吳耀庭〉，《經濟日報》，1978/07/27，11版；邱仁旭，〈市府將盡速勘查大統結構〉，《工商時報》，1995/10/31。

26 刁曼蓬，〈大統百貨 南霸天勇戰國際聯軍〉，《天下雜誌》16（1994.10年），<https://www.cw.com.tw/article/5105905>，閱覽日期2024/2/17；高雄訊，〈美專家亞伯抵高任大統百貨顧問〉，《經濟日報》，1975/1/30，7版；本報訊，〈高市大統百貨聘企服團專家〉，《經濟日報》，1975/08/18，7版；本報訊，〈企管專家堪貝爾抵台 為大統百貨公司服務〉，《經濟日報》，1975/09/4，7版；本報訊，〈美專家艾伯格昨來台 為大統百貨義務服務〉，《經濟日報》，1975/09/17，7版。

27 高雄訊，〈大新今與美簽約 在高雄舉辦美國百貨商展〉，《經濟日報》，1974/01/12，6版。

28 高雄訊，〈大統百貨公司六日開幕 經營方面有五項特色〉，《經濟日報》，1975/10/02，7版。

1975 年 4 月吳耀庭上書至總統府，表示將在 10 月初開設新的百貨公司，並在文末提到：「今以訂期十月六日啟幕，並提前於十月五日上午十時至十二時舉行酒會，伏念夙蒙。」²⁹開幕前日，總統府戰略顧問委員會主委何應欽上將等到大統道賀，以及 5000 餘人應邀前來參觀百貨設施，吳氏則開設酒會招待眾人。10 月 6 日開幕當天上午 9 時，吳耀庭主持開幕典禮和啟鑰，再由吳董事長夫人和美籍顧問亞伯格剪綵，然後還找來當時很紅的藝人崔苔菁擔任模特兒，五福路及中山路則因為擠滿人潮，導致附近交通完全癱瘓。³⁰另外，為慶祝開幕，大統百貨也很大手筆地發了不少紀念性物品，如開瓶器或瓷杯（參見圖 1 和 2）。



圖 1 開幕紀念開瓶器

圖片來源：筆者收藏。



圖 2 開幕紀念品之附蓋瓷杯

圖片來源：筆者收藏。

29 〈任總統時：函（二年）〉，《嚴家淦總統文物》，國史館藏，數位典藏號：006-010806-00010-032。

30 高雄訊，〈高雄 大統百貨公司今開業〉，7 版；高雄訊，〈大統百貨慶祝開業 定期舉辦保健服務〉，《經濟日報》，1975/10/07，7 版；盧繼先，〈大統百貨 走過 20 年……曾是東南亞最大 伴隨高雄成長繁榮〉，《經濟日報》，1995/10/30，3 版。

熱鬧開幕的大統百貨，其建築物總面積達 1 萬 1 千坪，全部共 11 層，地上 9 層，地下 2 層，有兩部透明電梯，頂樓還有遊樂園，每層可容納 5 萬人同時購物，推估每日最多能容納 60 萬人次進出購物，是大新百貨的 6 倍大。³¹ 雖然不能說全世界最大，但在當時臺灣同業當中已經無人能出其右，因此被人稱之為「遠東區最大」或「東南亞最具規模」的百貨公司。³²

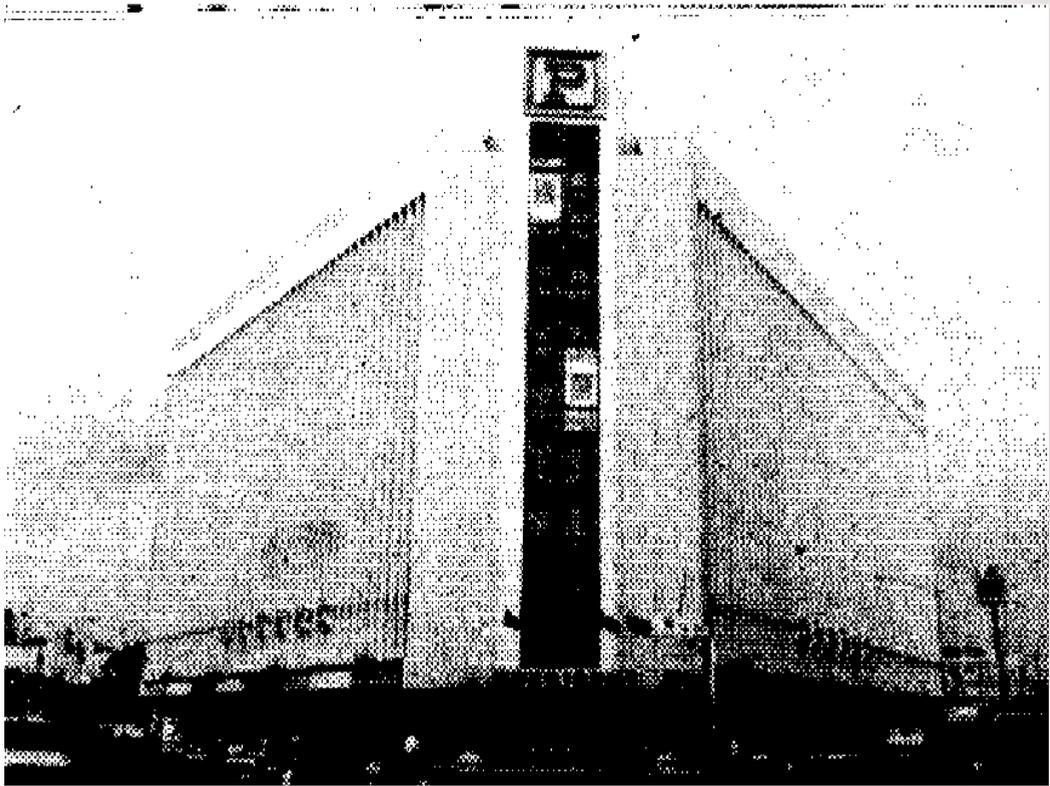


圖 3 1977 年的大統百貨

圖片來源：薛曉光，〈從牧童到大老闆 高雄市傳奇人物吳耀庭〉，《中央日報》1977/03/21，3 版。

31 高雄訊，〈大統百貨公司六日開幕 經營方面有五項特色〉，《經濟日報》，1975/10/02，7 版；高雄訊，〈高雄 大統百貨公司今開業〉，《經濟日報》，1975/10/06，7 版。

32 如：本報訊，〈企管專家堪貝爾抵台 為大統百貨公司服務〉，《經濟日報》，1975/09/04，7 版；李健士，〈簡說經濟學 之七 最新型的百貨公司——二千坪空間只有八根柱子〉，《經濟日報》，1983/06/29，12 版。

二、大受歡迎的大統百貨

開幕當日，有不少消費者前來參觀或購物，據該日報導指出，當天約有 30 萬人光顧，雖然尚未達到推估上限的 60 萬人，但已導致各樓層的通道過於擁擠，人群無法順暢移動，故只好緊急關閉 6 個進口大門，並在玻璃門上貼「內部客滿，明天請早光臨」等語，³³ 反映出大統受人矚目的程度。時任行政院長的蔣經國也在該年 11 月 8 日到大統視察，並於日記寫下「參觀新開的大統百貨公司，建築與設計皆新，購物者非常擁擠，男女老少皆面帶笑容。」³⁴ 顯見開幕 1 個月後，逛街的人潮仍然相當的多，而這樣的狀態還維持一段時間，有記者回憶：「開幕之後的一段時間，每天上午開店營業前，就聚滿了等候入內的人潮；晚間 10 時打烊時，常見大批民眾流連忘返，百貨公司得透過擴音器不斷廣播逐客。」³⁵ 眾多人潮當然也帶來大量的消費，並反映在營業額（業績）之上。開幕當年，大統的稅前營業額僅 5 千萬元，次年則快速成長到 1 億元。³⁶

大統的營業狀況一直隨時間穩定成



圖 4 1990 年大量人潮前往大統百貨

圖片來源：〈臺灣新聞報底片民國七十九年（三）〉，《台灣新聞報》，國史館藏，數位典藏號：156-030128-0003-001-003。

33 本報高雄六日晚十時電，〈全國規模最大的大統百貨公司今晚八時因顧客太過擁擠，被迫關閉六個進入該公司之大門〉，《經濟日報》，1975/10/07，7 版。

34 蔣經國，《蔣經國日記（1975 年）》（臺北：國史館，2023 年），頁 308、312；同樣的內容在報紙上也有刊載，參見蔣經國，〈難忘的一年（下年）——七十歲生日有感〉，《聯合報》，1980/05/03，5 版。

35 盧繼先，〈大統百貨走過 20 年……曾是東南亞最大伴隨高雄成長繁榮〉，《經濟日報》，1995/10/30，3 版。

36 宋梅冬，〈出人頭地的百貨業巨擘吳耀庭〉，《經濟日報》，1978/07/28，11 版。

商業設施與城市：試探大統百貨對高雄市的影響（1975-1995）

長，1995年大統經理傅新聲回憶說：「大統從開幕以來，一直穩定成長，沒有大起大落。」³⁷不過，由於大統集團在初期採保守主義，所以很難以取得完整且正確的數據，³⁸目前筆者僅能從現有資料整理出部分的歷年業績，從表1可看出大統確實每年業績都有成長，並在1980年代超過20億元，90年代更突破30億元。而在1983年大新和遠東百貨則分別為5億元和3億多元，可見大統和其它百貨之間有極大的差距。³⁹

表1 大統百貨歷年業績⁴⁰

年份	業績
1983	21 億
1984	—
1985	22 億
1986	25 億
1987	—
1988	—
1989	29 億
1990	30 億
1991	33 億

37 李采洪，〈百貨市場進入低成長階段，今年上半年，新興的大型百貨公司工商時報〉，《工商時報》，1995/8/1。

38 周冠印，〈吳耀庭的大統失火，蔡辰男的漢神卡位〉，《商業週刊》415（1995.11.6-12），頁19。

39 本報訊，〈百貨經營專才—吳振華 基層做起成績斐然 更新百貨經營觀念·突破業績〉，《經濟日報》，1984/03/29，12版。

40 資料來源：程明乾，〈吳耀庭寫下百貨事業的句點，大立百貨加入高雄百貨陣容〉，《財訊》34（1985年1年），頁94；吳鳴遠，〈吳耀庭百貨王國揭開神秘面紗——伊勢丹默默吃下半數大立股權〉，《財訊》110（1991年5年），頁276；黃惠玲，〈大統百貨財富知多少？〉，《經濟日報》，1991/04/07，18版；盧永裕，〈百貨業〉，《產業經濟》153（1994年5月），頁112；賴祥文，〈百貨業〉，《產業經濟》170（1995年10月），頁150；盧繼先，〈高市百貨戰提早開打 大統改裝重新開幕 出現過去少見5折特賣〉，《經濟日報》，1994/01/11，15版；盧繼先，〈《港都百貨業1》強化競爭力 大手筆改裝賣場 大統、大立伊勢丹及尖美汰換專櫃引進高價位珠寶化妝品〉，《經濟日報》，1995/04/06，15版；盧繼先，〈大統百貨 走過20年……曾是東南亞最大 伴隨高雄成長繁榮〉，《經濟日報》，1995/10/30，3版；賴祥文，〈百貨業〉，《產業經濟》181（1996年9月），頁68。

1992	35 億
1993	36.2 億
1994	46.5 億
1995	35 億
備註	1. 缺乏 1983 年以前和 1984 年、1987 ~ 88 年的數據，且數字非內部資料，所以有可能不準確，有些資料差距非常大，做參考用。 2. 1993 年 9 ~ 12 月進行改裝。

亮眼的營業額，讓大統自開幕後，連續 13 年蟬聯全臺百貨營業額之冠，直到 1987 年太平洋崇光 SOGO 成立後才變成第 2 名；1994 年則是跌到第 3 名，敗給前者與臺中中友百貨。⁴¹ 此外，由於營業額高，加上有固定繳納巨額稅款，讓吳耀庭因為大統百貨數次被市府感謝，還成為「優良納稅人」和得到相關獎項。⁴² 而高額的稅金也導致大統火災之後，讓該年高雄市稅收短少近 7 千萬元，為此市稅捐稽徵處及國稅局還緊急開會討論稅收減少問題。⁴³ 由此窺知，大統百貨的營運，不僅可能影響市民生活，也關係到高雄城市的發展。

三、1990 年代的改革與轉型

1984 年大統集團第三間百貨公司——「大立百貨」在僅隔大統數百公尺內的距離開幕，因前者是以高級舶來品路線為主，為讓兩者有所區隔，故確立大統為提供一般日常生活所需的大眾型百貨公司。⁴⁴ 1991 年由於大立和

41 林秀麗，〈大統百貨是年營業額超過四十億元的「金雞母」〉，《中國時報》，1995/10/30。

42 「優良納稅人獎」：營業額達 1 億元以上或納稅超過 5 百萬，而且 3 年內都沒有違章漏稅者才能獲獎。高雄訊，〈徐立德許水德 款待三位商人 感謝繳納大筆稅額〉，《聯合報》，1982/08/15，2 版；本報中興新村廿九日電，〈台省高市納稅優良廠商 三百五十一家後天表揚〉，《經濟日報》，1982/10/30，2 版；中興新村訊，〈台省七六年度納稅優良商人 三二八家公司將獲頒獎表揚 王永慶等三十人獲選高市優良納稅人〉，《經濟日報》，1987/10/29，7 版；龍益雲，〈高市優良納稅人出爐〉，《經濟日報》，1989/10/28，6 版。

43 林政鋒，〈高市稅收也被燒傷 估計年度稅收將短少近 7,000 萬元〉，《經濟日報》，1995/10/31，3 版；許文媛，〈高雄市大統百貨嚴重燬損，高雄市稅捐稽徵處及高雄市國稅局〉，《中國時報》，1995/10/31。

44 程明乾，〈吳耀庭寫下百貨事業的句點，大立百貨加入高雄百貨陣容〉，頁 95。

日本伊勢丹百貨正式合作後，雖然兩者屬於同集團，但大統卻把「大立伊勢丹」當成亦敵亦友的競爭對手看待，再加上 1992 年以後宏總、尖美、新光三越等百貨公司接連在高雄開設，面對商業環境的巨變，迫使大統必須積極規劃開幕 18 年以來首次的全館改裝，以為因應措施。⁴⁵ 在此前，1989 年初代吳耀庭退居幕後，由三子吳振華擔任第二代董事長。⁴⁶ 由於前者和吳耀庭的做事風格差異甚巨，⁴⁷ 促使人事和經營方針皆已先行發生變化。於是，自 90 年代起，大統百貨內外皆進入變革期，最顯著的例子便是首度離開高雄市區開設「大統鳳山店」。⁴⁸

1991 年 6 月大統各樓層先行改裝和導入精品服飾，⁴⁹ 然後開始「著手『制憲』工程，打算將商品、人員、賣場、形象等全部翻新；下半年再開始進行大幅改造，走高級路線，以便與量販店等賣場形成區隔。」⁵⁰ 在軟體部分，仿效大立伊勢丹宣傳和展示商品，並聘請公關公司參與行銷企劃和招募高學歷人才。⁵¹ 硬體方面，則由日本設計師統籌，從 1993 年 2 月初起進行改裝，總工程耗費 4 億元，預計工程時間約 10 個月，⁵² 並且重塑外牆、擴大圖書賣

45 台北訊，〈尋尋覓覓 費時兩年終敲定 - 伊勢丹與大立攜手 震撼南部百貨業〉，《經濟日報》，1991/03/23，19 版；林政鋒，〈宏總帶動港都百貨業新生氣 有效激了消費潛力 加強同業改裝競爭雄心〉，《經濟日報》，1992/08/23，8 版。

46 黃惠玲，〈企業集團經營策略系列之廿九 大統讓南征企業打退堂鼓 地利人和加上不斷求新求變〉，《經濟日報》，1991/08/10，15 版。

47 百貨事業含大統百貨在內，其人事任用由此時期出現極大變化，並且開始嘗試百貨以外的多角化經營。高立南，〈「百貨南霸天」為何陣腳大亂？——楊智養事件震撼吳耀庭家族〉，《財訊》124（1992 年 7 月），頁 216-217。

48 黃惠玲，〈大統企業財富知多少？〉，《經濟日報》，1991/04/07，18 版。

49 林政鋒，〈港都百貨業 颯起改革風 伊勢丹「進駐」大立 同業備感壓力〉，《經濟日報》，1991/06/23，6 版；林政鋒，〈擁抱暑期學子 港都百貨業熱情有勁〉，《經濟日報》，1991/06/30，15 版。

50 黃淑儀、閻鳳婷、林政鋒，〈今年百貨業消費景氣亮麗？持平？充滿變數 政治因素和捷運施工帶來交通不便 是重要指標〉，《經濟日報》，1992/04/18，11 版。

51 曾大年，〈《百貨專刊》高雄百貨走過從前 進入顧客第一時代 未來還有新局面〉，《民生報》，1992/6/20，25 版；林政鋒，〈欲打響全國性知名度 港都百貨業紛借助公關〉，《經濟日報》，1992/08/3，19 版；林政鋒，〈企業策略 大統招募碩士級幹部 宏總徵求高階管理人才 百貨業逐漸重視人力素質〉，《經濟日報》，1992/08/20，9 版。

52 林政鋒，〈觀察 高雄百貨業迎戰強敵不惜花大錢 大幅改善人事制度、員工福利及賣場裝潢〉，《經濟日報》，1993/02/1，19 版。

場和男裝專櫃，再增加西餐廳和下午茶設施等，⁵³ 把當時流行的事物幾乎都納入營業項目中。

全館改裝完工後，於 1994 年 1 月 8 日重新開幕。⁵⁴ 雖然改裝後增加 1 成業績，但仍沒有達到幹部預期中的目標，就在想辦法要再進行改善時，⁵⁵ 1995 年 20 週年慶過後不幸遇到火災，讓大統百貨的歷史就此嘎然而止。不過，大統集團的百貨業並未就此停步，當時鳳山分店尚存續，而「大統指揮總部」則於 1996 年轉移到已更名為「大統百貨大勇店」的原大新百貨公司，⁵⁶ 並判斷大統百貨無法在短期內修復後，決定將重心轉到位於中正路與和平路口的「大統百貨和平店」，1999 年 10 月該百貨正式開幕，揭開新的歷史篇章。⁵⁷

叁、堅守高雄的南部百貨之王

一、吳耀庭的百貨藍圖

由於時間相近，導致有人以為吳耀庭蓋第 2 間百貨的原因是「為了迎接遠東百貨的挑戰」。⁵⁸ 不過，大統的開設並非為了和對手競爭，而是為達成其心中遠大的目標，即打造一間符合世界標準的百貨公司。早在大新百貨開

53 林政鋒，〈高雄區書香味 今年特別濃 百貨公司紛增闢圖書賣場 大型書商也以複合式連鎖型態進軍社區〉，《經濟日報》，1993/01/29，19 版；盧繼先，〈下午茶 今夏大大風靡港都 百貨公司、觀光飯店的生意都好得很。〉，《經濟日報》，1993/07/15，14 版；盧繼先，〈港都百貨業重視歐美流行男裝 紛推出大型促銷活動 造勢攬客〉，《經濟日報》，1993/09/21，15 版。

54 盧繼先，〈高市大統明天重新開幕 折扣促銷掀起同業跟風〉，《經濟日報》，1994/01/07，15 版。

55 盧繼先，〈港都百貨業改頭換面再衝刺〉，《經濟日報》，1995/03/20，15 版；李采洪，〈百貨公司與精品結合成為新趨勢，繼高雄大立伊勢丹百貨、漢神百貨成立精品樓層之後，大統百貨也計劃要成立精品樓面，台北環亞百貨則計劃將與相鄰的環亞飯店名店街客層互相流通。〉，《工商時報》，1995/8/29。

56 吳平介，〈市場觀察 大統百貨 整建重建費思量〉，《經濟日報》1996/04/12，19 版。

57 盧繼先，〈高雄大統百貨和平店 上樑 投資逾 30 億元 預計明年 10 月開幕〉，《經濟日報》，1998/08/14，37 版；高雄訊，〈大統和平店開幕 週邊店面沾光〉，《民生報》，1999/10/09，38 版。

58 1973 年遠東百貨高雄分店在大新百貨附近開設，距離 200 公尺不到。羅智文，〈吳耀庭與遠東百貨展開第三回合交手 -- 透視遠東和大統的長期百貨業爭霸戰〉，頁 215。

設之前，吳耀庭已先到日本觀摩各百貨公司的狀況，再加上他很常到世界各地吸收「新知」，⁵⁹ 因此深知大新百貨的水準和世界其他百貨的差距，所以才會在回憶大新百貨的經營狀況時說：「不錯！大新百貨公司確是高雄最大的百貨公司，但是，若與歐美的一流百貨公司比較起來，相差的距離就實在太遠了！」⁶⁰

根據吳耀庭的看法，1970 年代日本和美國的百貨公司的差距為 5 年時間，而臺灣比日本還落後 20 年，大統開設則能讓臺灣業界一口氣進步 15 年，為此他想和當時東京規模最大的「伊勢丹百貨公司」合作。⁶¹ 誠如前述，該合作因故中止，吳氏改與美國百貨合作，使得大統百貨從內部員工管理到建築外觀有很大的部分是採取美國風格。不過，雖然剛起步時採用美式管理，但他又認為因為我國傳統文化重視人情義理，若只憑理論和科學的行事風格會讓人變得和機械一樣呆版，故實際執行時，其經營之細部採用日本式，像是加強對員工的訓練和以顧客為優先等。⁶² 以此，雖然後人常誤認大統百貨只有日式，⁶³ 但實質上是夾雜三者特長的「吳（耀庭）式經營」。

自身豐富的知識和顧問的幫助下，吳氏費盡心思打造出來的大統共有幾項特色：建築物夠大和寬廣舒適的購物空間；開放示展示架；自營率高，能夠自己訓練員工；設置自行開發商品的「產品開發部」，以及確實把握商品的銷售數據等。⁶⁴ 事實上，這些特色只是百貨該具備的基本條件，但卻是早

59 佚名，〈企業は人なり“私の歩んだ道”——大新關係企業・董事長——吳耀庭〉，《実業の世界》78：11（1980.11），頁 36；黃淑麗，〈週日特寫 吳耀庭的百貨世界〉，《經濟日報》，1984/10/28，11 版。

60 宋梅冬，〈出人頭地的百貨業巨擘吳耀庭〉，《經濟日報》，1978/07/26，11 版。

61 高雄通訊，〈與貧困搏鬥出身的董事長 吳耀庭擁有兩個大企業，曾當選傑出青年，他的細心和辛勤，常使員工推崇不已〉，《經濟日報》，1969/03/01，5 版。

62 佚名，〈企業は人なり“私の歩んだ道”——大新關係企業・董事長——吳耀庭〉，頁 35-37；宋梅冬，〈出人頭地的百貨業巨擘吳耀庭〉，《經濟日報》，1978/07/27，11 版。

63 林秀麗，〈「百貨南霸天」吳耀庭的崛起傳奇〉，《中國時報》，1995/10/30。

64 宋梅冬，〈出人頭地的百貨業巨擘吳耀庭〉，《經濟日報》，1978/07/27，11 版；宋梅冬，〈出人頭地的百貨業巨擘吳耀庭〉，《經濟日報》，1978/07/28，11 版。

年臺灣百貨業欠缺的，1980 年代擔任「中華民國消費者文教基金會」理事長的柴松林就在一場座談會上說臺灣百貨業的問題：「一、空間規劃很差：內部空間吵鬧擁擠不堪，購物情緒受到影響；二、服務態度差：工作人員過多，經常聚在一起閒聊，不理會顧客詢問也不接受顧客抱怨；三、商品貴而且沒有品質保證：貨品毫無規劃、品質沒有保證，且商品比地攤來得貴，只好用折扣來吸引顧客。」⁶⁵ 多數問題皆能歸因於自營率過低，導致無法自己訓練和管理員工，而且還造成商品重複率過高。由於缺乏特色，只能用折扣來吸引消費者，遂造成惡性競爭，有外國顧問就評論說：「臺灣的百貨業只能算是租賃業，不能稱作百貨公司。」⁶⁶ 相對之下，大統則無前述缺點，再加上頂樓的新式大型電動玩具和裝設在大門最新的觀光透明電梯，可說領先臺灣業界數 10 年，故號稱是「東南亞首屈一指的百貨公司」。⁶⁷

以此，無論是規模、商品或服務態度，「吳式經營」的大統都是符合世界標準的百貨公司，並且於 1979 年成功地得到日本同業的認可，還被登載在日本的旅遊手冊上。⁶⁸ 其後，大統的成功，再加上吳耀庭貧苦的身世和經歷，更使其成為政府宣傳「臺灣奇蹟」的樣板，時常招待外賓前來參觀。⁶⁹ 在當時的臺灣，大統算是獨樹一幟的百貨公司，自然受到人們的矚目，不僅地方民眾，許多外縣市的人也慕名前來，讓大統成為高雄不可多得的觀光景點。

二、必遊的觀光景點

65 柴松林，〈困境與生機——談百貨業的折扣戰〉，《國民金融》3:3（1981.11），頁 33。

66 佚名，〈百貨營運難如意——仆難繼非兒戲：我國百貨業的發展方向〉，《實業世界》165（1979 年 12 月），頁 45。

67 羅智文，〈吳耀庭與遠東百貨展開第三回合交手 -- 透視遠東和大統的長期百貨業爭霸戰〉，頁 215。

68 王介言，〈海外來客 鹿納強調經營觀念 應將利益分享顧客〉，《經濟日報》，1979/02/26，7 版；西川多紀子編，《台灣：うるわしの島への招待》（東京：（株年）パン・ニューズ・インターナショナル，1982 年改訂 6 版），頁 170。

69 侯寶美，〈農家子弟，建立南台百貨王國 高雄地標，多少人童年的回憶 吳耀庭當場落淚一把火市場劇變〉，《聯合報》，1995/10/30，3 版。

1970年代號稱是「東南亞最大的百貨公司」的大統百貨，在各方面都是臺灣百貨之冠。對此標語反應最激烈或許不是高雄人，而是臺北人，曾有報導提到此事傷到他們的自尊，還寫道「臺北人南下高雄，必前往大統百貨一遊。」⁷⁰有名臺北來的遊客原來認為高雄不需要大統百貨，但一進門就折服在巨大建築物之下。⁷¹此外，在開幕時也吸引了其他縣市的人前來，中視主播沈春華回憶說：「記得大統剛開幕時，許多人從中南部其他地方包遊覽車來看。」⁷²異軍突起的大統，吸引了許多好奇者的目光，使其產生「觀光」的特性。

實際上，把大統打造成「觀光百貨公司」也是吳耀庭的經營策略，⁷³如此大統百貨就不會只是地區民眾的消費場所，而能和觀光事業連結，讓到高雄旅遊的人都會到大統光顧。⁷⁴為此，他挑選現在的地點蓋大統百貨（詳見後文），並且在面向中山路的外牆上，建造2部稱作「觀光電梯」的透明電梯，讓搭乘者於升降時可以俯瞰全高雄市的景色。在當時，高雄的高樓大廈算少見，更別提有如大統的巨大體積，以至於人們



圖 5 在電梯舉辦婚禮的新人

圖片來源：：〈臺灣新聞報底片民國六十四年（七）〉，《台灣新聞報》，國史館藏，數位典藏號：156-030113-0007-047-002。

70 盧繼先，〈大統百貨走過 20 年……曾是東南亞最大伴隨高雄成長繁榮〉，《經濟日報》1995/10/30，3 版。

71 光遠隨筆，〈晨間漫步 從高雄大統談百貨經營模式〉，《經濟日報》，1976/07/24，7 版。

72 王蘭芬，〈一把火 燒熱多位藝人的甜蜜記憶 大統 大夥兒的童年往事〉，《民生報》，1995/10/31，10 版。

73 高雄訊，〈大新今與美簽約 在高雄舉辦美國百貨商展〉，《經濟日報》，1974/01/12，6 版。

74 馬非白，〈高雄百貨業重燃戰火——遠東、大統各出新招〉，《財訊》68（1987.11 年），頁 173。

拿它作為比喻大的對象或是高樓大廈的代名詞。⁷⁵也因此，能登高望遠的「觀光電梯」是相當吸引人的景點，搭電梯還成為當時高雄小朋友最大的心願。⁷⁶

為宣傳觀光電梯，大統於 1975 年 12 月 14 日起募集想要結婚的新人，舉辦空前的「電梯結婚」，雖然不需任何費用，但先決條件是「要在店內購買 5 萬元嫁妝」。⁷⁷婚禮在同月 25 日舉辦，並且如大統的預期，吸引到不少看熱鬧的人潮，據報導描述：「街上行人及百貨公司的顧客均圍攏爭睹，觀光電梯內外人潮洶湧，一家寶石櫃台被人群擠歪，幸未發生意外。」⁷⁸



圖 6 1980 年 1 月蔣經國視察大統 9 樓小吃部

圖片來源：〈蔣經國行誼選輯—民國六十九年（二）〉，《蔣經國總統文物》，國史館藏，數位典藏號：005-030207-00002-008-012。

75 〈有話直說／一定要等到垃圾無處扔？〉，《民生報》，1982/12/8，11 版；彭建川，〈小人國／土包子〉，《民生報》，1986/08/03，8 版。

76 汪開果，〈大統集團艱苦重生戰——「百貨南霸天」寄希望於和平店〉，《財訊》212（1999 年 11 月），頁 208。

77 高雄訊，〈高雄 大統百貨創辦電梯結婚 遠東百貨提供歡樂假期〉，《經濟日報》，1975/12/14，5 版。

78 高雄訊，〈電梯中行婚禮 新人步步高升 高市大統公司平添喜氣〉，《聯合報》，1975/12/26，3 版。

除了電梯之外，9樓的臺式小吃和頂樓的遊樂園（後文再述）也是吸引觀光客的重點。特別是小吃，因為蔣經國曾到大統4次，每次都會到9樓巡視，也實際吃過2次，似乎也有提出改善的建議，而這樣的「宣傳」當然也有助於提升大統知名度，並帶來不少饕客。⁷⁹大統的宣傳方法主要：廣播宣傳車、發放宣傳單和舉辦各種活動，其中宣傳單的發送範圍早已跨出市區，遠到屏東潮州、東港和高雄縣路竹，而到電視普及後，也會利用電視廣告進行宣傳。⁸⁰

有話題性和強力的宣傳，大統成為觀光客必定造訪的地方，據1976年《經濟日報》載：「它號召為東南亞地區規模最大的觀光百貨公司，甚多近郊的民眾，以至外縣市來高雄的遊客都希望去該公司參觀一下。」⁸¹因此，每逢週末或星期假日，就會在大統看到來自屏東、岡山、旗山，甚至是來自嘉義的觀光客，或者只要有機會到高雄，就會去大統，如1984年區運時，花蓮的選手特地從選手村跑去大統「開開眼界」。因為對他們而言，「到高雄不到大統商圈逛一逛，就等於沒有來過高雄。」⁸²也有人特地來跑來添購物品，如現年70多歲的蔡小姐回憶說，她要結婚前，先和母親從屏東跑到大統買新衣服和首飾，而那時從屏東來高雄並不是件容易的事。⁸³

因為大統百貨成為來到高雄時必定要去的「觀光景點」，隨後也被

79 高雄訊，〈蔣院長昨參觀高雄大統百貨公司在大眾食堂與民同嚼肉羹 蔣院長昨（十四）日蒞臨高雄大統百貨公司〉，《經濟日報》，1976/06/15，7版；高雄訊，〈蔣總統昨晚在高雄參觀大統百貨公司〉，《聯合報》，1978/10/06，2版；高雄訊，〈總統昨巡視高雄與民眾閒話家常乘坐計程車遊覽市區〉，《聯合報》，1980/01/12，2版；盧繼先，〈百貨業美食部比重見仁見智高市業者有的認可帶來業績有的說無此必要〉，《經濟日報》，1993/03/10，19版。

80 曾大年，〈《百貨專刊》宣傳車、宣傳單、靈活運用活動 高市百貨促銷講究誠信〉，《民生報》，1992/08/29，25版；林政鋒，〈百貨業周年慶促銷熱向最高點 除傳單海報媒體大力宣傳外競爭舞台由市區擴展到鄉鎮〉，《經濟日報》，1992/11/18，19版。

81 高雄訊，〈高雄遠東百貨舊襯衫換新大新及大統推出多項特價〉，《經濟日報》，1976/01/04，7版。

82 曾松齡，〈怎樣經營商店瞭解商圈內消費水準〉，《經濟日報》，1977/12/23，7版；曾達輝，〈《區運外一章》漣漪篇 草地人看區運 場外也有甘與苦！ 選手賽外活動，各有滋味在心頭〉，《民生報》，1984/10/27，10版；周冠印，〈吳耀庭的大統失火，蔡辰男的漢神卡位〉，頁19。

83 筆者訪問、蔡○錦小姐口述，〈影印店老闆娘蔡○錦小姐訪問稿〉，訪問時間2024/02/29（未刊稿）。

納入旅行社的既定行程或是列入旅遊手冊之中，就連外國人來到高雄都會去大統逛街，如：演員吳漢或中國桌球選手。⁸⁴ 值得一提的是，1986 年交通部觀光局對國際觀光旅客所推薦的 17 家「國際觀光旅客購物中心」進行評鑑，大統百貨因為經營、管理和服務等項目之成績優異得到嘉獎，表示當時臺灣最先進的大統百貨最終得到了國家的認同。⁸⁵ 要之，正如吳耀庭的策略，大統成為能夠代表高雄的「觀光景點」，以至於當時來到高雄，若沒去大統百貨逛逛，似乎就少了點什麼，就像沒真正到過高雄一樣。

三、大統與百貨同業的競爭

吳耀庭在高雄的事業取得非常不錯的成績，除大新、大統之外，1980 年代又開設了大立百貨和數間「大統快速店」，⁸⁶ 讓「大統集團」幾乎遍及高雄各個角落。成為知名企業後，記者和同業都相當好奇：「大統集團何時要去別的地方開連鎖百貨？」吳氏對此的答覆有二，一是：「跑遍世界各地，我看高雄最具發展潛力，更何況事業是在高雄發跡的，所以我對高雄較有感情，臺北我就沒有信心。」；⁸⁷ 二則是他希望可以回家，和家人相處，所以沒有到外縣市發展的意願。⁸⁸

事實上，吳耀庭是臺南「移民」，但對於事業發跡地的高雄擁有深厚的情感，這使得他願意留下並幫助城市發展，像大立百貨就是為了提升高雄人的生活品質而打造的「高級精品百貨」。⁸⁹ 不過也正如吳氏所言，高雄百貨

84 邱祖謙，〈導遊與旅行社 佛光旅行社大力倡導國民旅遊 專辦南台灣定期巴士觀光〉，《民生報》，1978/10/17，8 版；熊民豪，〈吳漢·歡迎再來！高雄半日遊樣樣讚好·年底將再遊鄉村〉，《民生報》，1985/04/22，10 版；本報訊，〈《滕毅日記》台灣友情彌足珍貴〉，《民生報》，1989/08/22，4 版；周法平，〈大高雄縣市鄉鎮地圖集〉（高雄：大興出版社，1995/6 再版年），頁 88。

85 本報訊，〈4 家購物中心 獲觀光局頒獎〉，《民生報》，1986/02/25，6 版；本報訊，〈國際觀光旅客購物中心 環亞、豐群、蓬萊及大統 檢查績優 榮獲嘉獎〉，《經濟日報》，1986/02/25，9 版。

86 大統快速店有六合店、九如店，以及大新百貨改成的大勇店等。馬非白，〈高雄百貨業重燃戰火——遠東、大統各出新招〉，頁 173-175。

87 謝金河，〈吳耀庭怒創百貨王國：超級百貨大王的創業傳奇〉，《財訊》31（1984 年 1 月），頁 35。

88 黃淑麗，〈週日特寫 吳耀庭的百貨世界〉，《經濟日報》，1984/10/28，11 版。

89 程明乾，〈吳耀庭寫下百貨事業的句點，大立百貨加入高雄百貨陣容〉，頁 95。

市場仍有潛力，只是尚待開發，因為 1980 年代前期，有百萬人口的都市卻只存在 4 間百貨公司。也因此，自此時期起，就有臺北的百貨就想要南下挑戰高雄市場，但認為「大統氣勢強大」或「受到大統阻擾」而作罷，有的則是已經選好開設地點卻不了了之。⁹⁰

在當時，想要在高雄開設新的百貨公司頗有難度，因為高雄人習慣在固定的地方消費，不利新百貨拓展市場，像大統開設後大新百貨仍能屹立不搖，就是靠老顧客支持，而大立和遠百也有各自的客群。⁹¹再者，如前述，業界盛傳大統會阻礙專櫃到別處設置，導致新店舖會有貨源不齊或商品價格條件落差等問題，⁹²故同行亦認為大統無意和它人共享市場。吳耀庭曾大笑駁斥過這類疑問，並表示：「我們是自由的社會，企業自由競爭，我那有那麼大的本事，去阻止外人競爭。再說，有競爭才有進步；我倒是樂見其成。」⁹³

起初因為大統的優勢地位稱之為「百貨公司中的龍頭老大」，但自 1980 年代後期，大統的負面形象就開始增加，如 1987 年報導寫道：「『南霸天』之稱的高雄市大統百貨系統，最近將觸角伸向高雄縣鳳山市。」⁹⁴尚且大統抵制新百貨設櫃的傳聞亦未曾間斷，如「遠東愛買選品中心」、「宏總百貨」、「尖美百貨」和「新光三越百貨」等都提過被抵制的事情，再加上 1992 年大統集團在南部市占率已近 8 成，因而成為名實相符的「南霸天」。⁹⁵

90 分別是今日百貨、來來百貨和環亞百貨。王遠弘，〈百貨業仍然大有可為 如果新第一結束·今日有意接辦〉，《民生報》，1981/11/29，6 版；張曉琴，〈高雄百貨市場極具潛力 台北業者虎視眈眈已久 大統擺出強烈抵制姿態環亞決定設分公司〉，《經濟日報》，1984/02/28，10 版。

91 林秀美，〈高市百貨公司折扣戰愈演愈烈 看準了消費者荷包·將從年前打到年後〉，《民生報》，1985/02/19，10 版。

92 羅智文，〈吳耀庭與遠東百貨展開第三回合交手 -- 透視遠東和大統的長期百貨業爭霸戰〉，頁 216。

93 黃淑麗，〈週日特寫 吳耀庭的百貨世界〉，《經濟日報》，1984/10/28，11 版。

94 高雄訊，〈大統百貨伸觸角 矛頭指向鳳山市〉，《民生報》，1987/11/16，16 版。

95 周冠印，〈吳耀庭的大統失火，蔡辰男的漢神卡位〉，頁 20；鄭功賢，〈百貨業流行「連鎖熱」——百貨公司已成「街頭小霸王」〉，《財訊》146（1994 年 5 月），頁 265。

在面對傳聞時，大統通常表示沒有起過衝突或不願回覆。⁹⁶ 實際上，要求廠商不能去對手設櫃並非大統特有行為，而是業界慣用的手法。⁹⁷ 畢竟為了讓自己的商店保有特殊性，提升自營率和獨佔專櫃有其必要性，除非商品改成全到國外採買，否則就會面對供貨廠商重複的問題，而大統雖然一直努力維持自營率，但最多只有 5 成。⁹⁸ 此外，臺北百貨界亦有過商品的重複率過高、缺乏特色，導致惡性削價競爭，最後還得成立組織來協商並定下規範阻止亂打折的前例。⁹⁹ 不過到了南部卻因「對手」只有大統，好像商品重複問題就變得不再重要。

儘管 1990 年代初期，新光三越、尖美和大立伊勢丹已經開幕或進駐高雄，但皆無法撼動大統的地位，直至 1994、5 年漢神百貨開幕前後，再加上太平洋崇光也即將進駐高雄，其市場獨佔地位才面臨挑戰。有記者稱高雄百貨業此時才進入「真正自由競爭時代」，而漢神百貨的出現則打破以往大統百貨獨霸的局面，¹⁰⁰ 可見當時大統在高雄百貨業的地位仍相當牢固。誠如前述，大統百貨受人歡迎和成為觀光景點，並非倚靠阻撓同業，而是憑藉其自身的優勢，但也正因如此，其市場優勢，對其他有意進軍高雄的百貨公司就成了一道難以跨越的門檻。

96 蔡翠英，〈台南雙雄高市對決：洪泮林 V.S 吳耀庭〉，《商業週刊》16（1988 年 3 月），頁 32；盧繼先，〈港都大統百貨積極尋求蛻變 有意走出傳統走向國際觀經營〉，《經濟日報》，1994/10/17 日，15 版。

97 熊正容，〈港都百貨業競爭互相抵制廠商設櫃〉，《工商時報》，1996/6/22；筆者訪問、陳○卿小姐口述，〈專櫃店員陳○卿小姐口述訪談〉，訪問時間 2024/03/18（未刊稿）。

98 黃淑麗，〈台北百貨公司的經營奧祕 經營角色·撲朔迷離 專櫃制度主客易勢令人詬病〉，《經濟日報》，1982/01/04，10 版；程明乾，〈吳耀庭寫下百貨事業的句點，大立百貨加入高雄百貨陣容〉，頁 96。

99 陳明雄，〈百貨業折扣戰重燃戰火〉，《財訊》56（1986 年 6 月），頁 215-217。

100 盧繼先，〈港都百貨業整門面 比貨色 紛調整專櫃商品比率 加強高品質高價位產品〉，《經濟日報》，1994/04/14，15 版；胡寶璉，〈台北新象 百貨公司 越來越專情 最近開幕的幾家百貨公司，都不再以大取勝，它們鎖定小眾客層，樹立獨特風格，創造令人刮目的成績。〉，《聯合報》，1995/07/27，15 版。

肆、城市生活與大統百貨

一、沙漠中的文化綠洲

1950年代起，日本各大百貨為了宣傳，紛紛增加預算舉辦展覽會，並且為此內部空間改裝。爾後，展覽主題類型不僅增加，而且定期舉辦展覽會已成為必然之事，而在大統開業的1970年代，為更加凸顯自己的形象，以便和競爭對手所有區別，遂再次擴大展覽會的規模和次數，甚至在百貨裡開起美術館。¹⁰¹ 對各國百貨頗有研究的吳耀庭，很可能受到日本影響，因而在大新百貨6樓規劃「文化展」的展出場所，儘管這在當時的臺灣算是創舉，但因為需要配合公司政策才能舉辦展覽，所以不被高雄美術界重視。¹⁰² 不過，由於舉辦展覽不但能作為商業上的宣傳，同時也可以提升百貨公司的形象，故吳耀庭仍在大統8樓規劃頗具規模的「展覽場」和「畫廊」。¹⁰³

開幕不久，首次的大型展售會很快地在1975年11月舉辦，係先前預告之大統和美國商務部合辦的「美國商品展覽會」。開幕時美國駐華大使安克志表示：「這次大統百貨公司以新穎的手法佈置了展覽會場，更令這些展出的商品增加了價值，也將更滿足消費者的購買慾。」顯示大統為促銷商品，有思考過如何擺放才會讓人想要購買，而從結果來看可說相當成功，因為「前往參觀者甚眾，許多市民對新奇而質料優良的美國商品，駐足觀賞，雖然其售價較高，但仍有很多人購買。」¹⁰⁴

雖然這類展覽是以商業為優先考量，但因為擺設講究，再加上當時資訊也不發達，人們來大統參加這類展覽會就能在購物的同時獲取當代的新知。

101 志賀健二郎《百貨店の展覧会——昭和のみせもの1945-1988》，頁31-33、103-106、129-131。

102 倪再沁，《高雄現代美術誌》（高雄：高雄文化局，2004年），頁60。

103 高雄訊，〈大新今與美簽約 在高雄舉辦美國百貨商展〉，《經濟日報》，1974/01/12，6版。

104 高雄訊，〈美國商品展在高雄揭幕 安克志大使主持剪綵 遠東百貨公司介紹秋冬衣料〉，《經濟日報》，1975/11/09，5版。

其後，大統還陸續舉辦如：「現代家具展」、「歐洲商品展」、「澎湖土產特展」、「阿信故鄉日本山形縣觀光物產展」等，有地方或世界各國產品，以及新研發的商品，主題可謂是包羅萬象，讓人們每次來大統都有耳目一新的感受。¹⁰⁵ 不僅如此，依商品性質不同，也會在 8 樓以外的地方舉辦展示會，像是辦在騎樓的「一觸即可滑動蛇腹型車庫」和「第四代三菱 HSR 概念車」等展示活動。¹⁰⁶

藝文方面，大統將藝廊提供給藝術團體或畫家舉辦大型藝術展、攝影展或個展等，¹⁰⁷ 其中規模較大像是 1976 年第一屆「中日美術交流展（圖 12）」，參觀者的感想是，「規模龐大，內容豐富。」，¹⁰⁸ 以及 1978 年被稱作是高雄「30 年來最大的展覽」的「張大千書畫展」，而根據國立歷史博物館館長何浩天的說明：

過去很少辦大型展覽，主要原因還是在於場地，這次大統百貨公司盛情協助，將八樓整個騰出來，不收任何費用，而且負責服務及佈置，是這次畫展成功的原因之一。¹⁰⁹

由此可知，會選在大統舉辦如此重要的展覽，是因為在當時，雖然有社教館、圖書館和銀行提供的展覽場地，或是私設的藝廊，¹¹⁰ 但因為空間狹隘，

105 如：本報訊，〈僑大好美展示新式家具〉，《經濟日報》，1976/10/09，7 版；高雄訊，〈大統百貨舉辦澎湖土產特展〉，《經濟日報》，1982/05/08，11 版；本報訊，〈奇哥今舉行八週年茶會 展出嬰童用新產品〉，《經濟日報》，1982/10/07，9 版；盧繼先，〈百貨業大發阿信財 台北大葉高島屋、港都大統舉辦相關題材促銷活動，大立伊勢丹也要跟進〉，《經濟日報》，1995/03/11，15 版。

106 高雄訊，〈鋒鑽企業有限公司在高雄大統百貨公司一樓展出「一觸即可滑動蛇腹型車庫」，歡迎各界前往參觀。〉，《經濟日報》，1984/02/26 日，7 版；趙曼君、林天良，〈三菱葛蘭特新車漲價 5 至 10 萬 第四代概念車今起展出一個月〉，《經濟日報》，1995/03/01 日，12 版。

107 如：畫家李奇茂個展，參閱本報訊，〈藝文短波〉，《民生報》，1978/10/14，5 版；高青攝影學會舉辦的「攝影展」，參閱本報高雄訊，〈高青攝影學會今起 在大統舉辦攝影展〉，《民生報》，1980/03/28，11 版。

108 莊世和，〈觀中日美術交流展〉，《雄獅美術月刊》66（1976 年 8 月），頁 147。

109 程榕寧，〈藝壇繽紛／張大千的鬍子·風靡少女〉，《民生報》，1978/03/19，6 版。

110 關於 1980 年代以前的高雄辦展和畫廊相關歷史，可參閱倪再沁，《高雄現代美術誌》，頁 59-64；鍾德蘭，〈藝術推手·逐夢踏實—高雄畫廊發展足跡採拾〉，收入林佳禾等編，《藝術推手：高雄畫廊發展初探》（高雄：高市美術館，2013 年），頁 32-34。

唯大統 8 樓的空間較符合策展方的需求，而且大統也很樂意協助布展。此外，大統也舉辦過其他不同主題的非商業性展覽會，如：「自強郵票展覽」或「一九九四世界珍奇異獸大展」等，¹¹¹ 而大統還有販售各種藝文活動的票券。¹¹² 換言之，大統不僅是商業場所，尚具備了美術或博物館的特性。



圖 7 1976 年第一屆「中日美術交流展」

圖片來源：〈臺灣新聞報底片民國六十五年（三）〉，《台灣新聞報》，國史館藏，數位典藏號：156-030114-0003-032-016。

不過，前述美術館特性，隨著 1981 年「高雄文化中心」開始營運和私人藝廊大量成立而逐漸淡去。¹¹³ 因為相較於業餘的百貨公司附設藝廊，藝術家似乎更想要在「專業」的藝術中心辦展，而文化中心也會主動爭取展覽，甚至還出現和大統競爭的狀況。¹¹⁴ 從文化中心自成立後，每年辦展約 90 場，

111 台北訊，〈自強郵票展覽 將在高雄市展出〉，《聯合報》，1976/10/27，9 版；楊美珍，〈《百貨專刊》歲末迎春 折扣熱賣 攬客活動出籠 狗兒風頭健〉，《民生報》，1994/02/05 日，27 版。

112 如：台北訊，〈配合區運舉辦「文化週」雲門舞集南下表演五場〉，《聯合報》，1978/10/13 日，6 版；高雄訊，〈「台北藝苑」芭蕾舞團 下月中旬高雄展佳作〉，《民生報》，1983/05/28，11 版；徐開塵，〈楊麗萍將登台演出 中南部 開始售票〉，《民生報》，1992/04/29，14 版。

113 1980 年代以後高雄畫廊大增，約有 70 家登記。參見鍾穗蘭，〈藝術推手·逐夢踏實—高雄畫廊發展足跡採拾〉，頁 34-36。

114 1983 年大統原有意願展覽張大千遺作「廬山圖」卻被文化中心捷足先登。高雄訊，〈廬山圖今轉高雄展出 圖書館是否續展·一波三折猶未定案〉，《民生報》，1983/04/14，11 版。

申請者相當踴躍，導致到 1995 年左右還要排隊 2 年才有缺額的狀況來看，¹¹⁵ 可見其受藝術家的歡迎程度。以此，80 年代後，大統變得比較少舉辦美術展，多以商業展售會和博物類型展覽會為主，直到 1991 年受到大立伊勢丹刺激，才又再次注意到文化活動，並於 1994 年改裝之後，在 2 樓開設教授健康、美容、命理、才藝和旅遊等知識的「文化教室」。¹¹⁶

總之，在高雄文教設施極度欠缺的年代，舉辦各種展覽會的大統就像是沙漠中的綠洲，是高雄人重要的精神提升場域，故每次辦展都會吸引人前往觀看。¹¹⁷ 然而，由於藝文界給予的評價不高，再加上文化中心開設之後，藝術活動遂以該處為主，以至於人們後來留在記憶中的是大統有好玩的活動和遊樂設施。

二、「大統世代」的童年記憶

對於大統百貨，現在許多人印象最深刻的就是屋頂的「兒童遊樂園」。吳耀庭並不是第一次在百貨公司樓上設置遊樂園，早在 1962 年大新百貨搭建了全臺第一座屋頂遊樂園，¹¹⁸ 其目的是讓百貨不僅止於成人的購物商場，也能是闔家歡樂的場所。¹¹⁹ 因為這點也符合打造觀光百貨的目標，故大統亦延續先前的作法。

遊樂園於開幕後隔年的春節期間，即 1976 年 1 月 29 日的下午 2 點才開始正式啟用，為了進行宣傳大統免費招待高屏孤兒 500 名和優待高市第 100

115 陳永財，〈第 4 章 美術環境與資源〉，收入洪萬隆，《高雄市民間文化白皮書》（高雄：復文圖書，1996 年），頁 69-71。

116 如：高雄訊，〈百貨公司文化講座婦女喜愛〉，《中國時報》，1994/06/10；「穿出正確健康的內在美」講座，〈文化教室活動〉，《中國時報》，1994/07/02；姓名學講座：「姓名與事業、婚姻健康之關係」，〈媽媽教室講座〉，《中國時報》，1995/01/15；縫紉教學課程「紙巾盒套製作」，〈縫紉教學〉，《中國時報》，1995/04/21；旅遊資訊講座：「瀟灑走一回——美東之旅」，〈美東之旅講座〉，《中國時報》，1995/01/18 等。

117 筆者訪問、朱○賢口述，〈計程車司機朱○賢先生訪談稿〉，訪談日期 2024/03/9（未刊稿）。

118 李文環，《高雄第一場盛風：鹽埕風》，頁 460。

119 1907 年以後，日本百貨開始在屋頂上設置庭院或遊樂園，而這是歐美百貨看不到的設施，比起後者，前者更加重視如何將百貨打造成能讓家庭同樂的空間。初田亨，《百貨店の誕生》，頁 156-163、172。

萬名新生兒能終生免費。¹²⁰ 遊樂園很快就成為大統受人歡迎的設施之一，名聲遠播連臺北的小孩都知道。1978年有位臺北的10歲男童，偷取父親8千元後，竟跑到屏東和高雄玩10天，最後3天就在大統百貨的遊樂園裡度過，而且把錢幾乎用遊樂器材上，然後才想到要回家。據當事人說：「他不斷的玩雲霄飛車、騎電動馬、算命……等，餓了就到百貨公司附近吃飯。因為有不少當地的小朋友和他作伴，所以他也豪不吝惜的請客。」¹²¹



圖 8 大統七四七單軌車

圖片來源：〈臺灣新聞報底片民國六十五年（一）〉，《台灣新聞報》，國史館藏，數位典藏號：156-030114-0001-025-004。

能讓小孩玩到忘我，可見遊樂園對兒童來說非常有吸引力，再加上美味的小吃，以至於家長常會帶小孩到大統百貨玩，當成是慶祝生日或是成績好的獎勵。¹²² 有人回憶說：「工作忙碌的父母親，總會偶而特地放一天假，帶

120 園內設施有：「大統七四七單軌車、雲霄觀覽車，以及金馬專、太空站、大毛虫、老爺車、飛快車等」。高雄訊，〈大統兒童樂園 明天開始營業〉，《經濟日報》，1976/01/28，7版。

121 高雄訊，〈十歲頑童逃家 台北逛到屏東〉，《聯合報》，1978/03/01，3版。

122 曾成輝，〈小園丁 我的生日〉，《民生報》，1979/09/13，12版；曾大年，〈踏板上的勇堵 放眼蝦塢椰樹騎士如入畫中 胡領隊鯉魚打挺 讓大夥看呆了眼〉，《民生報》，1987/07/13，4版。

著孩子們到大統逛街。」，頂樓的兒童樂園就像是「小孩子的天堂」。¹²³或許是娛樂不多的年代，甚至對於部分成人也很有吸引力，曾有人邀藝人徐瑋到南部表演，他只回：「嗯！南部大百貨公司上面有個遊樂場，聽說很好玩，我去！」。¹²⁴畢竟直到 1980 年代末，全臺灣合法的民營遊樂區竟只有 27 處，非法則是前者的 4 倍之多，再加上以炒短線為主，故開幕短期大撈一筆後，就等著關門、易主或是不定時營業，¹²⁵因而讓「大統遊樂園」成為珍貴的存在。1981 年 1 月一則介紹臺灣休閒活動的報導，還將大統遊樂園和其他專門的「電動遊樂園」並列，顯見水準不輸給專門的業者，同年 2 月大統連同大新百貨亦注意到遊樂園帶來的商機，故添購新的設備，擴大遊樂園的規模。¹²⁶

1980 年代以後，大統也開始積極舉辦，如「猜燈謎」、「健身呼拉圈比賽」、「高爾夫球定點推桿比賽」、「夫妻臉比賽」和「可愛小公主、小王子選拔」等活動，讓親子同樂，¹²⁷或是為了年紀逐漸增長的消費者或是年輕人，找來當紅的歌星影星或漫畫家，舉辦「歌友會」或「漫畫家簽名會」等。雖然每年舉辦的頻率不同，但最多的時候，可以說幾乎每週都有活動可以參加。¹²⁸

123 林祐而，〈高雄小故事—兒時記憶之大統百貨〉，頁 192。

124 石靜文，〈電視外記 石松有條「氣象腿」·乾德門不懂暗語 丁曉慧梳「爆炸頭」·徐瑋玩興仍不減〉，《民生報》，1979/03/06，9 版。

125 張人傑，《台灣社會史：休閒遊憩、日常生活與現代性》（臺北縣：稻鄉，2006 年），頁 281。

126 李純恩，〈休閒活動風氣普及 育樂事業發展蓬勃〉，《民生報》，1981/01/11，5 版；高雄訊，〈高市促銷百貨 舉辦優待活動 詹士運動用品酬賓減價〉，《經濟日報》，1981/02/04，11 版。

127 高雄訊，〈清晨鞭炮揭開元宵樂 射虎尋寶吃湯圓·「小過年」一片喜洋洋〉，《民生報》，1984/02/17，10 版；高雄訊，〈兒童節腳步近了！港都百貨公司促銷花樣多〉，《民生報》，1988/04/01，26 版；高雄訊，〈百貨公司各顯身手 花樣百出 搞促銷 折扣戰再現〉，《民生報》，1988/04/23，26 版；本報訊，〈生活資訊看板〉，《經濟日報》，1993/07/30，14 版；盧元，〈百貨公司有禮 南台灣都會區 服裝秀、相像賽、造型重塑〉，《聯合報》，1994/05/04，42 版。

128 據報導，青少年最喜歡的活動是影歌星演唱及偶像人物。盧繼先，〈港都百貨業促銷活動一連串 超市特賣 漫畫家秀 美腿賽都有人辦 號召力不弱〉，《經濟日報》，1995/02/21，15 版；「周華健歌友會」，參閱本報訊，〈舉行歌友會 周華健將南下〉，《民生報》，1988/09/21，11 版；尖端出版社舉辦簽名會，參閱賴佳寧，〈求簽一族看分明 這一夏還有兩次大機會〉，《聯合報》，1994/07/30，40 版。

包括前述新奇的展覽會，大統不僅有得吃、有得玩，還有得看，就像是個大型「休閒娛樂中心」，購物已並非人們到大統的唯一目的；¹²⁹而這也是大統認為百貨該有的樣貌——讓百貨公司成為「休閒場所」。¹³⁰因此，高雄有許多人的童年甚至是青少年時期是在大統中度過，像是看演唱會、情侶約會，或是閒暇時打發時間，如朱先生回憶說：「有時候考試，一個下午休息，我們就跑到體育館的游泳池游泳，然後再去大統百貨公司。」¹³¹而一般家庭還會在百貨裡待到準備回家吃飯為止，如蔡小姐所述：「因為咱一層一層逛，然後小孩在那邊看書，我們就能逛好幾個小時，然後再帶小孩去頂樓玩遊樂器材。如果下午來，就會到5、6點才回家，這樣就一個下午了。」¹³²

以此，許多1970～90年代出生的高雄人成為「大統世代」，因為從小就常到大統購物或遊玩，對他們而言，大統百貨就是自己的「童年」或「少年」回憶，正如1995年一則報紙投書所描繪的：「二十年，大統的歲月中有我的足跡，我的光陰中有大統的印記。」¹³³

三、從市民認同到高雄地標

大統百貨對消費者的理想是「顧客第一」和「服務親切」，所以不僅職前訓練，也常舉辦在職訓練，以維持服務員「禮貌、笑容、親切和熱誠」的態度，甚至各樓層還設數名營業股長，專門負責考核服務態度，表現良好者則給予獎金作為鼓勵。因為吳耀庭認為：「服務員是公司對外的第一線尖兵，她們的態度，直接關係到整個公司的聲譽與利潤。」¹³⁴有良好的服務態度，

129 一名記者認為，大統百貨在休閒、娛樂的場所與其功效下，吸引不少非購物，但是屬於吃、喝、玩、看的消費群眾。佚名，〈高雄遠東百貨的絕地大反攻〉，《財訊》34（1985年1月），頁99。

130 1994年大統販促課長吳金德說：「百貨公司不只是一種購物場所，更應是附近民眾休閒場所。」盧繼先，〈高市百貨業促銷方式大突破 強調文化及休閒性活動 將更能招徠顧客〉，《經濟日報》，1994/02/04，15版。

131 李惠美，〈大統百貨公司的一把大火，燒出南臺灣民眾記憶中的童年往事〉，《中國時報》，1995/10/31；筆者訪問、朱○賢口述，〈計程車司機朱○賢先生訪談稿〉，訪談日期2024/03/09（未刊稿）。

132 筆者訪問、蔡○錦口述，〈影印店老闆娘蔡○錦小姐訪問稿〉，訪問時間2024/02/29（未刊稿）。

133 吳書昀，〈現代人的大夢 二十年大統〉，《聯合報》，1995/11/11，36版。

134 宋梅冬，〈出人頭地的百貨業 巨擘吳耀庭〉，《經濟日報》，1978/07/27，11版。

再加上整齊的制服（圖 9）就更顯得有專業素養，而做為門面的電梯小姐更是其代表，如一名遊客的觀察：

大統對於電梯管理小姐的訓練，是顯然可見的；當要開始上升關門前，一位小姐站在電梯門外，向電梯內的顧客深深鞠躬，另一位小姐則在電梯內操縱升降掣。我以為這很可能是向日本學習摹仿而來，如果您光顧大統百貨，而首先乘此觀光電梯的話，自然吸收了先入為主的好印象。¹³⁵

過去，不管是高雄還是全臺灣，百貨服務員的態度不佳算是普遍現象，¹³⁶ 即便是 1986 年開幕的「愛買選品中心」，其服務員處事仍輸大統一截，¹³⁷ 因而讓大統服務員成了百貨業界特別的存在，故常被認為是「日式經營」。不僅如此，大統團隊還認為提升服務品質，可以保護客戶的權益，使百貨與消費者之間，不僅止於短暫、冷漠和現實的買賣關係，還能擴大至情感層面，如高雄市大統百貨販促經理鄭麒傑言：「這是既如鄉親，又如家人般的和諧關係，真好。」¹³⁸

為了讓消費者有「賓至如歸」的感覺，在顧客需求方面，大統亦隨時進行改善或加強不足之處，像是為了家庭主婦清晨的買菜習慣，地下一樓的超級市場改成早上 8 點半起營業；提供各樓層送貨到府的服務；在騎樓或各樓層設置休息區（圖 10）等。¹³⁹ 此外，大統也要求「堅守商業信用和道德」，

135 光遠隨筆，〈晨間漫步 從高雄大統百貨經營模式〉，《經濟日報》，1976/07/24，7 版。

136 曾松齡，〈推銷功夫 店員要訓練〉，《經濟日報》，1974/11/21，12 版。

137 孫太山，〈遠東愛買選品中心來勢洶洶——吳耀庭推出「大統快速」緊急應戰〉，《財訊》58（1987年1月），頁 225。

138 曾大年，〈《百貨專刊》服務顧客 賺錢學分 高雄各百貨業者正努力修習、實踐〉，《民生報》1992/10/03，25 版。

139 高雄訊，〈高雄遠東公司 安排特價活動〉，《經濟日報》，1975/10/19 日，5 版；本報特稿，〈把百貨公司變成現代大觀園 南部百貨業新點子：為顧客開闢休閒空間〉，《民生報》，1988/05/3，25 版；盧繼先，〈把騎樓變成香榭大道 百貨業巧思吸引不少人潮〉，《經濟日報》，1994/12/15，15 版。

商業設施與城市：試探大統百貨對高雄市的影響（1975-1995）

故商品標錯價格也照賣不誤。¹⁴⁰ 由於大統聲譽相當好，分別在 1976 年獲選為「商品公開標價及不二價模範公司」和 1977 年的「優良廠商」之一，¹⁴¹ 並於 1980 年代被當成是「高級」的象徵。¹⁴²



圖 9 大統百貨服務員合照
圖片來源：陳○卿小姐提供。



圖 10 大統騎樓與休息區
圖片來源：高雄市建築師公會，
《'88 高雄市街景觀》（高雄：該會，
未出版），頁 82。

良好的服務態度和商譽，讓大統成功地高雄建立了不錯的形象，曾玉昆形容：「其禮貌與服務精神，有口皆碑」。¹⁴³ 其後，還成為女性大專畢業後就業的首選，甚至連結婚也要找大統服務員，理由是「女生做這種行業不錯，也有好印象，在百貨公司當專櫃小姐人都很羨慕。」¹⁴⁴ 而良好的形象

140 莊炎峰，〈業界實相 吃虧就是佔便宜〉，《經濟日報》，1993/03/31，35 版。

141 本報訊，〈商業界今集會慶祝商人節 頒獎優良商人、商號、禮貌店員〉，《經濟日報》，1976/11/01，7 版；高雄訊，〈高雄市商業會 展開慶祝活動〉，《經濟日報》，1977/11/01，9 版。

142 社教館館長鄭鐵梅曾比喻說：「文化中心就像大統百貨公司，社教館則像菜市場的雜貨店，消費對象不同。」高雄訊，〈讓地方藝文在地方生根！高市社教運動月今揭序幕，盼獲大眾支持〉，《民生報》，1983/11/01，10 版。

143 曾玉昆，《高雄市地名探源（增訂版）》，頁 237。

144 周冠印，〈吳耀庭的大統失火，蔡辰男的漢神卡位〉，《商業週刊》415（1995 年 11 月 6-12 日），頁 19；筆者訪問、陳○卿口述，〈專櫃店員陳○卿小姐口述訪談稿〉，訪問時間 2024/03/18（未刊稿）。

和聲譽，或許就是除了有趣的設施或活動外，人們會願意再次光顧大統的原因，隨之也讓高雄人認為大統有資格成為城市的代表。

根據 1983 年「臺灣大學土木工程學研究所」進行的「高雄城市意象」調查，市民認為能夠代表高雄市的 6 個場所之中，對於大統百貨和西子灣的印象最為鮮明。¹⁴⁵ 一名財經記者亦云：「過去，如果您問高雄何處去消遣，當地人可能會支支吾吾地告訴您去愛河划船，去佛光山拜拜，但有了大統百貨公司後，大家有信心地告訴您『去大統』，因為那兒有好吃、好玩，還有琳瑯滿目的商品任君挑選。」¹⁴⁶ 換言之，由於大統良好的形象、商品和設施等，讓多數高雄人不但成為常客，還產生認同感，認為它足以代表城市，是可以帶著自信向外地人介紹的事物。

以此，在「大統世代」才剛形成的 1980 年代初期，多數高雄人就已將大統視為高雄的代表之一，並且成為地標，如《看見老高雄》載：「大統百貨無疑是 1970～80 年代間，高雄最重要的地標。」¹⁴⁷ 如同過去的「五層樓仔（吉井百貨）」和戰後初期的大新，百貨成為地標似乎是高雄市的固有傳統。¹⁴⁸ 儘管有人認為，大統成為地標是「它比周遭建築物還高」或「是因為正好坐落在貫穿高雄市東西南北交通的五福中山路交叉口。」¹⁴⁹ 然而，筆者以為要被當成地標，還是得獲得市民認同，因為像大立、愛買和三越等百貨公司，其體積都比大統來得巨大（表 2），但都沒有被當成地標，反映出大統能成為地標有其特殊意義。要之，大統百貨能成為代表城市的地標，並非

145 除了大統百貨公司和西子灣之外，還有澄清湖、地下街、中正文化中心及愛河等，共 6 個地方。高雄訊，〈高雄市民眼中的「高雄市」〉，《民生報》，1983/07/03，11 版。

146 程明乾，〈吳耀庭寫下百貨事業的句點，大立百貨加入高雄百貨陣容〉，頁 92。

147 鄭德慶總編，〈看見老高雄〉，頁 193。

148 魏聰洲，〈高雄百貨公司的歷史講古〉，《高雄畫刊》改版試刊號（1999 年 11 月），頁 79。

149 汪開果，〈大統集團艱苦重生戰——「百貨南霸天」寄希望於和平店〉，頁 208；刁曼蓬，〈大統百貨 南霸天勇戰國際聯軍〉，《天下雜誌》16（1994 年 10 月），<https://www.cw.com.tw/article/5105905>，閱覽日期 2024/2/17。

商業設施與城市：試探大統百貨對高雄市的影響（1975-1995）

只是因為體積大或交通方便，或許是其形象、服務和娛樂設施等能滿足市民的需求，進而獲得市民的認同。

表 2 1956 ~ 1996 高雄主要百貨樓層和面積比較表¹⁵⁰

開幕時間	名稱	總樓層數（地下室）	總面積（坪）
1956	大新百貨	7	約 1,833
1973	遠東百貨	8	3,000
1975	大統百貨	11（2）	11,000
1984	大立百貨	15（3）	12,000
1986	愛買選品中心	5（1）	11,000
1992	宏總百貨	6（1）	5,700
1993	新光三越	19（5）	18,000
1993	尖美百貨	7（1）	約 7,000
1995	漢神百貨	10（3）	18000
1996	太平洋 SOGO	22（5）	？

伍、大統商圈的崛起和繁榮

一、大統百貨的選址策略

1974 年當大統百貨還在建造時，報導提到：「開業後，不但將繁榮地

150 資料來源：高雄訊，〈高雄 大統百貨公司六日開幕 經營方面有五項特色〉，《經濟日報》，1975/10/02，7版；黃淑麗，〈週日特寫 吳耀庭的百貨世界〉，《經濟日報》，1984年10月28日，11版；羅智文，〈吳耀庭與遠東百貨展開第三回合交手--透視遠東和大統的長期百貨業爭霸戰〉，頁216；曾大年，〈《百貨專刊》高雄百貨終於要迎新了 宏總八八開幕 提供新的消費享受〉，《民生報》，1992/08/01，29版；林政鋒，〈高雄百貨業掀起改革風潮「戰將級」對手加入 業界陸續改裝應戰〉，《經濟日報》，1992/12/27，13版；盧繼先，〈南部百貨業上演挖角攻防戰〉，《經濟日報》，1993/10/11，15版；林政鋒，〈《商圈掃描》高雄地區商圈三強鼎立較勁〉，《經濟日報》1993/12/06，15版；賴祥文，〈百貨業〉，《產業經濟》，頁151；李文環，〈高雄第一場盛風：鹽埋風〉，頁462。

方與發展觀光事業，而且亦增加了就業機會。」¹⁵¹ 反映出人們對於大統百貨的期盼，只是在那之前，人們最初聽到大統要興建的消息是驚訝和懷疑，因為大統百貨坐落的「新興區五福路和中山路交叉口」，據說在 1970 年代以前是「荒涼地帶」或「稻田」，其「景色一片荒涼，人煙稀少」，故人們的疑問是：「這個地點適合嗎？為什麼不選在鬧區？」¹⁵²

不過，這可能是訛傳，因為大統所處的玉衡里一帶並非人煙稀少的荒地，只是遠離市中心的「住宅區」。吳耀庭的回應則是：「土地開發要配合未來都市計畫的發展，我當初選定五福路做為事業發展的根據地，就是看準了高雄由西向東移轉的都市發展型態，而五福路則是東西向的主導道路，對於商業區的繁榮十分有利。」¹⁵³ 由此顯示，他選址係有其根據，並非無謀之舉，也早看出都市發展的走向，也因此他開設的百貨公司和飯店，除了大新是鄰近之外，華王、大統和大立，甚至於大統和平快速店（後來的大統和平店）都位在五福路上。

相較於已有一定發展基礎的鹽埕區，日治時期稱作「大港埔」的「新興區」，於戰後才開始有顯著地變化，並因蓬勃發展的新興景象，在泰明里里長蔡陣建議下更名。¹⁵⁴ 1950 年代因為都市計畫，高雄市區開始從鹽埕區向東擴張，主要商業從前者沿中正路往新興區延伸，促使後者快速成長，人口也大量增加，1946 年 11,103 人到 1965 年增加 6 倍為 74,309 人，係當時全市之冠，迨至 1980 年代終於成為新的商業中心。¹⁵⁵ 不過，1960 年代新興區

151 高雄訊，〈大新今與美簽約 在高雄舉辦美國百貨商展〉，6 版。

152 謝金河，〈吳耀庭怒創百貨王國：超級百貨大王的創業傳奇〉，頁 36；程明乾，〈吳耀庭寫下百貨事業的句點，大立百貨加入高雄百貨陣容〉，頁 92；林碧榕，〈商場瞭望 擱客的故事〉，《經濟日報》，1986/12/08，12 版；林政鋒，〈造鎮 賦了社區生命力 建商作有系統的整體開發與規劃〉，《經濟日報》，1995/06/10，15 版。

153 黃淑麗，〈週日特寫 吳耀庭的百貨世界〉，《經濟日報》，1984/10/28，11 版。

154 曾玉昆，《高雄市各區發展淵源（下冊）》（高雄：高雄市文獻委員會，2007 年），頁 732、747。

155 趙性源、王世慶等纂修，《高雄市志（一）》（臺北：成文出版社，1956～1968 排印本），頁 344；葉秀珍，〈高雄市發展重要因素之研究〉，《高雄文獻》26&27（1986 年 1 月 2），頁 31-32；林真妙，〈高雄市市街的發展與中心商業區的變遷〉（臺北：國立臺灣師範大學地理研究所碩士論文，1987 年），頁 26-76。

商業繁華的區域往南只到「六合夜市」和「新興市場」附近，因為民生路路段在 1970 年代以前尚未打通，¹⁵⁶ 貫穿高雄市，南北交通最為重要的中山路，此時最南端只到中正路的「大圓環（今捷運美麗島站）」。¹⁵⁷ 相較之下，大統周邊區域是「一片瓦屋與雜亂市集」的住宅區，有菜園和果園，但也有兩層樓洋房，而大統座落的土地則是廣大田地，¹⁵⁸ 或許是因此才被認為是毫無發展的地區。

大統南側的振成里一帶，也同樣是住宅區和田地為主，早在日治時期已小有開發，戰後也能看到幾間大別墅，甚至有美軍宿舍和美國人幼稚園等，看起來很像小型「國際村」。¹⁵⁹ 這片區域自 1965 年起進行第 2 期土地重劃工程，並於隔年 10 月完工，本來的農業用地經此整地之後，變得更容易開發和建設。¹⁶⁰ 此外，「高雄航空站」也自 1965 年起開始營運，並在升格「高雄國際航空站（俗稱：小港機場）」後，於 1972 年增加國際客運的業務。¹⁶¹ 於是，迨中山路完工後，大統百貨、火車站和機場便能串連在一起，不但交通變得更方便，還能帶來國內外的消費者，有益於大統百貨的觀光事業。吳耀庭在選址的時候，可能不只考量到城市的發展趨勢，或許也注意到該地交

156 「六合夜市」形成於 1966 年，1974 年以後成為家喻戶曉的小吃市集；「新興市場」又名「新興購物街」，形成於 1960 年代。李銘，《臺灣專業街之旅》（高雄縣岡山鎮：高縣文化中心，1994 年），頁 192-192、201-202。

157 鄭德慶總編，《戀戀中山路：美麗島大道·往日情》（高雄：高雄市政府捷運工程局，1994 年），頁 18、23。

158 編企組編撰，《高雄市大港埔鼓壽宮誌》（高雄：高雄市鼓壽宮，2020 年），頁 16；筆者訪問、賴○榮口述，〈大統百貨周邊住戶賴○榮先生訪談稿 1〉，訪談時間 2023/05/04（未刊稿）；筆者訪問、沈○玲口述，〈大新百貨周邊住戶沈○玲小姐訪談稿〉，訪談時間 2024/03/02（未刊稿）。

159 筆者訪問、賴○榮口述，〈大統百貨周邊住戶賴聰榮先生訪談稿 1〉，訪談時間 2023/05/04（未刊稿）；筆者訪問、賴○榮口述，〈大統百貨周邊住戶賴聰榮先生訪談稿 2〉，訪談時間 2023/05/10（未刊稿）；筆者訪問、沈○玲口述，〈大新百貨周邊住戶沈○玲小姐訪談稿〉，訪談時間 2024/03/02（未刊稿）。

160 南北範圍從五福二路起沿中山二路兩旁至三多三路；東西則是永定街至仁義街。陳冠福總編輯，《開發大高雄—公辦市地重劃》（高雄：高市地政局，2014 年），頁 4。

161 〈關於航空站／機場簡介〉，《高雄國際航空站》<https://www.kia.gov.tw/Airport/AboutKia/Introduction02.htm>，閱覽日期 2024/07/30。中山一路和三路在戰前已存在，只是路況不佳，而戰後修築的是中山二路，參考趙性源、王世慶等纂修，《高雄市志（一）》，頁 226。

通的潛在優勢（參考圖 11）。實際上，1960 年代末尾，高雄市最知名的四大舞廳，其中瑞城和雪莉（麗）舞廳亦分別開設在玉衡和振成里，¹⁶² 表示其商業價值早已為人所知。



圖 11 大統百貨位置圖

底圖來源：《高雄地圖網》（<https://gisdawh.kcg.gov.tw/kcmap/>），瀏覽日期 2024/07/31。

圖片繪製：筆者。

要之，當大統開幕的時候，周邊的土地已經都市重劃整建，而中山路則打通至五福路，東西南北陸上交通不但再無阻礙，還能通往國外，再加上隨之而來的商業轉移，已可預見未來周邊區域商業發達之前景。換句話說，大統並非建築在「荒涼地帶」，而是一條鋪好的「康莊大道」上。

162 高雄訊，〈雪莉舞廳 慶二週年〉，《經濟日報》，1970/07/11，8 版；〈瑞城大舞廳股份有限公司〉，《台灣公司網》網址：<https://twinc.com.tw>（2024/04/22 點閱）。

二、「大統商圈」的形成和發展

大統百貨開幕後約3個多月的1975年12月底，政府宣布公告土地現值和調整，其所在位置，因為「高樓大廈相繼興起，因此調整幅度較高，平均為2～5成」，而當時主要調整區域，除了「五福三路臨街地」之外，其他都在大統周邊，即「中山二路、大同一路以南至民生路段和大統百貨公司旁五福一路段。」¹⁶³顯示這區塊已處於發展的階段，大統百貨則是搶到先機。

誠如前述，大統開幕後吸引包括來自臺灣各地的大量人潮，因而讓其他業者認為商機無限，遂紛紛將新店舖設置在百貨周邊，引發所謂的「結市效果」，¹⁶⁴像是「三商百貨郵購中心（1976）」、「金角百貨（1982）」，以及特地南下的「紅葉蛋糕（1986）」等。¹⁶⁵

或許已預見大統將帶來商業繁榮，1981年5月高市府重測土地後，遂將大統百貨所在之「大港埔段」更名為「大統段」，使大統二字成為半永久性的土地名稱。¹⁶⁶接著，1984年10月大立百貨在大統西邊的前金區開幕，當時許多人無法理解吳耀庭的行為，¹⁶⁷但筆者以為此舉不但擴展大統的商業區範圍，還填補了五福三路在前金區的空白地帶，讓五福路段從鹽埕延伸至苓雅區的商業地帶得以與新興區連結，¹⁶⁸並且吸納來自於鹽埕區的商業能量，也因此大統設立被認為是加速鹽埕區沒落的主因；¹⁶⁹不過也有人覺得人潮停留在五福二、三路，不再前往鹽埕區和大立百貨有關。¹⁷⁰據當時報導：

163 中央社高雄三十日電，〈各縣市土地現值調整幅度不大 今天特別公告·明起接受申報〉，《經濟日報》，1975/12/31，2版。

164 周冠印，〈吳耀庭的大統失火，蔡辰男的漢神卡位〉，頁21。

165 本報訊，〈三商百貨郵購中心 三門市部今日開幕〉，《經濟日報》，1976/05/19，7版；高雄訊，〈金角百貨今天開業〉，《經濟日報》，1982/01/11，11版；本報訊，〈消費快訊〉，《民生報》，1987/08/08，13版。

166 〈新興區大統段貳小段○○○○地號謄本〉，《高雄市土地登記簿》106 騰字 744 號第二類謄本，列印日期 2017/09/22。

167 程明乾，〈吳耀庭寫下百貨事業的句點，大立百貨加入高雄百貨陣容〉，頁94。

168 葉秀珍，〈高雄市發展重要因素之研究〉，頁30。

169 馬非白，〈高雄百貨業重燃戰火——遠東、大統各出新招〉，頁172。

170 高雄訊，〈港都鬧區 搬家了！新興區繁華的新代名詞〉，《民生報》，1987/07/21，13版。

「大統百貨公司附近在近幾年來，竄得很快，已有壓過鹽埕鬧區之勢，除了以百貨為主外，還有戲院、咖啡廳、餐廳，購物、用餐，遊樂都很方便。」¹⁷¹

1986 年 6 月大統和大立周邊的土地再次調漲，但還未超越鹽埕區。翌年 6 月，大統百貨所在之新興區玉竹二街至五福二路段（中山二路段），每坪已超過 35 餘萬元，不到 10 年就成長 4 倍，成為新興的「黃金地段」，同時也象徵著鹽埕區沒落的開始。¹⁷² 此時，大統周邊也已經發展成頗具規模的「商圈（商業區）」¹⁷³，有電影院、西式速食店、大小型服飾、飯店、珠寶、舶來品店、傳統的辦公大樓、食品、咖啡、鐘錶、光學儀器、賓館和按摩店等商業設施，其範圍則廣及至新田路、玉竹街、中山路、林森路和仁智街。¹⁷⁴

1988 年，大統周邊土地以每坪 39 萬餘元的高價格正式成為「新地王」，取代開始調降地價的鹽埕區地段，並由此時期起，人們開始用「大統商圈」當作俗稱。¹⁷⁵ 此後，「大統」遂成高雄的新地名，其範圍則約在鄰近百貨的半徑 100 公尺之內；火災之後，則隨「大統和平店（1999 年）」開幕，改稱為「舊大統」。¹⁷⁶ 又人們也發現，能使用的空間越來越少，故有業者遂將店面設在大統對面仁智街旁的文橫二路 167 巷當中，即眾所周知的「新堀江

171 林秀美，〈《區運外一章》·選手篇 今宵何處去？〉，《民生報》，1984/10/29，10 版。

172 1987 年最高價仍在大勇路和五福路交叉口，每坪 55 萬，但因為只降不漲，所以算是被超越。本報訊，〈高雄市地價「金三角」最熱門 市區繁榮重心向東移 苓雅、新興區未來將取代鹽埕區〉，《經濟日報》，1986/06/20，10 版；高雄訊，〈高雄市今年公告地價變化大「地段王」已由中山二路取代 比六十七年平均大約調高四倍〉，《經濟日報》，1987/06/18，2 版；高雄訊，〈黃金地段 與時俱變 看今日 誰身價最高？〉，《民生報》，1987/06/23，9 版。

173 「商圈（trading area 年）」：本來是指稱商店或商店街，代表商業範圍的詞彙，也是判斷能否開店和經營策略的依據，但此概念被引進臺灣後，被挪用指稱各商店的勢力範圍。〈商圈〉，《weblio 辭書》（<https://www.weblio.jp/content/trading+area> 年），閱覽日期 2024/05/13。

174 高雄訊，〈《高屏新聞摘要》奧斯卡華麗大樓·今開幕〉，《民生報》，1987/07/03，13 版；高雄訊，〈港都鬧區 搬家了！新興區 繁華的新代名詞〉，《民生報》，1987/07/21，13 版。

175 高雄訊，〈高市土地公告現值見消長 鹽埕區幾乎全面「跌停板」〉，《經濟日報》，1988/06/29，7 版；高雄訊，〈地價公告新的地王「誕生」 北高兩市黃金地段「易位」〉，《經濟日報》，1988/07/01，7 版。

176 曾玉昆，《高雄市地名探源（增訂版）》，頁 237；陳柏霖主編，〈學校地理〉，《新新人》創刊號（2002 年 6 月），頁 21；黃燕青，〈大統集團日前對外宣佈大統百貨和平店將於十月九日開幕，目前該店與聯邦銀行合作，積極招募會員中〉，《工商時報》，1999/09/09。

舶來品精品商場」，該商場不但吸引到不少年輕人，還引發「舶來精品店」開店熱潮，再加上大量新興攤販聚集，¹⁷⁷ 讓大統周邊變得更加地熱鬧。

大統商圈於 1992 年發展到「鼎盛」，除了前述的各種商店或商場外，五福路上還出現一整排的「孕婦裝店」和港商投資的「金飾店」，¹⁷⁸ 顯示業種更趨多元，整個商業區可說發展相當完善，衣食育樂幾乎無所不包。不過，此時大統商圈也因為受限於地理環境、高房價和租金、停車困難，以及沒有新的空地等問題，導致未來發展碰到瓶頸，以至於 1994 年公告現值時，大統地段不但沒有調升地價，還出現「有行無市」的狀況，而高雄的商業也逐漸開始往北、南端發展。¹⁷⁹

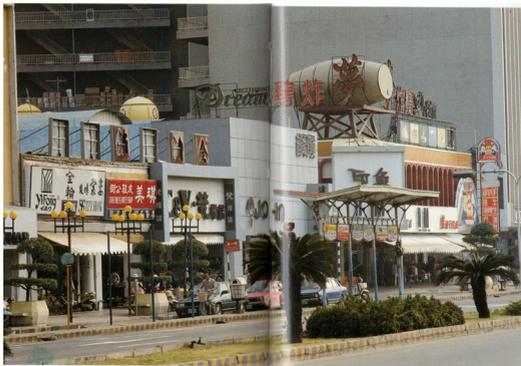


圖 12 1988 年大統後方的中山路街景

圖片來源：高雄市建築師公會，《'88 高雄市街景觀》（高雄：該會，未出版），頁 93-94。



圖 13 1995 年大統對面五福路街景

圖片來源：〈臺灣新聞報底片民國八十四年（十九）〉，《台灣新聞報》，國史館藏，數位典藏號：156-030133-0019-016-029。

177 張維正，〈高雄「新堀江」的由來和商圈成立（1988-2000 年）〉，《高雄文獻》13:1（2023 年 6 月），頁 143-144、147-149。

178 林政鋒，〈高市大統商圈 同行相吸 形成專業街 相同行業自動靠攏 不怕競爭 期待共同帶動繁榮〉，《經濟日報》，1992/10/28，19 版。

179 王樂群，〈商圈巡禮 大統商圈的昨日今日與明日 腹地小建物舊租金高停車難 若無法突破障礙 黃金商圈令譽將會褪色〉，《經濟日報》，1992/06/13，19 版；林政鋒，〈高雄市南北一路發 楠梓、三民、小港區躍為明日之星 房地產市場欣欣向榮〉，《經濟日報》，1994/07/07，15 版；林秀麗，〈大統、愛買、火車站前地價飆漲但無交易紀錄 商圈房地走俏有行無市〉，《中國時報》，1994/10/07。

三、創造財富的百貨

若從長遠的角度來看，戰後高雄本就有逐漸往東擴展的趨勢，故新興取代鹽埕是早晚的事情。不過對時人而言，在 1970 年代把百貨蓋在五福和中山路口仍是「冒險的投資」，連日本同業都佩服大統在「郊外經營之勇氣」。¹⁸⁰ 不過，出乎眾人意料之外，大統自開幕後屢創佳績，不但成為全臺的觀光景點，而且僅 10 年左右的時間，周邊區域就從住宅區變成鬧區。其關鍵因素，就在於被大統吸引來的龐大消費人潮，業者們眼見於此，遂抱持著「人潮就是錢潮」的心態，前仆後繼跑來開店或擺攤，並認為可以大賺一筆，所以就算附近房東只會漲不降房租，求租者仍絡繹不絕，在 1992 年的鼎盛期，店面租金每坪 2500 ~ 3500 元，而且租約每年 1 換；商業大樓每坪 1000 元。¹⁸¹ 此外，大統人潮眾多的景象也使人留下深刻的記憶，如有人在大統和平店開幕時說：「直到今年 10 月，大統和平店開幕，與附近的大九百貨連袂吸引大量人潮車潮，造成高雄對外交通癱瘓，才慢慢喚醒大家對大統的回憶。」¹⁸²

雖然大統只是發揮百貨公司的機能，但由於荒地搖身一變為商業區，遂讓大統產生「促進新興區繁榮」或「對高雄商業發展有所助益」的印象，¹⁸³ 並被認為只要大統在就可以「創造財富」。實際上，大統在高雄縣鳳山市開設分店（1989 年）後，亦讓中山路的房價和地價都高漲，還吸引不少知名企業駐點，讓鳳山突然變得繁華。¹⁸⁴ 然而，該形象卻被部分有心人士惡用，

180 王介言，〈海外來客 鹿納強調經營觀念 應將利益分享顧客〉，7 版；林秀麗，〈鹽埕區顧名思義早期就是一片鹽田〉，《中國時報》，1996/05/06。

181 黃玉珍、李中、王樂群，〈都會區商圈 滄海桑田 有起也有落 店面身價 物換星移 有人笑有人愁〉，《經濟日報》，1992/05/21，19 版；林政鋒，〈百貨週邊小商家富機動性屢演出富豪傳奇〉，《經濟日報》，1992/12/17，19 版。

182 汪開果，〈大統集團艱苦重生戰——「百貨南霸天」寄希望於和平店〉，頁 208。

183 羅智文，〈吳耀庭與遠東百貨展開第三回合交手 -- 透視遠東和大統的長期百貨業爭霸戰〉，頁 215；盧繼先，〈港都商圈對抗百貨業挑大樑〉，《經濟日報》，1995/02/19，18 版。

184 盧繼先，〈流通業紛進駐鳳山打天下〉，《經濟日報》，1994/04/27，15 版。

藉此哄抬土地價格，甚至光只是知道要開新百貨就漲房租，如：1988 年有建商宣稱大統將到臺南小東路和中華路開店，並設置「大統百貨預定地」看板，不但造成地價大漲，亦有民眾看好會再漲價而搶購土地，但最後證明只是一場美夢。¹⁸⁵

相反的，一旦大統消失，商業氣息也隨之消散，1995 年大統發生火災後，部分客群為大立所接納，其餘則被漢神百貨和新光三越等百貨瓜分，而地價也開始調降。¹⁸⁶ 原大統商圈的約 520 個商家，因為對於大統的依賴，故透過里長和議員求助市長，希望能早日完成建築物安全鑑定工作，讓百貨早日恢復營運，以免商機流失、生意蕭條。最後在不得已的情況下，只好藉政府推動的「造街運動」，整合剩下的店鋪和招攬新企業成立商圈，即現在的「玉竹（現中央公園）」和「新堀江」商圈，¹⁸⁷ 人們因此有機會再度重返「舊大統」，但這區域已經不再是多元的商業區，而是「青少年流行文化」的據點。¹⁸⁸

陸、結論

大統集團初代董事長吳耀庭為達成自身遠大的目標，以其獨到的眼光和高標準，在外國顧問的幫助下，把大統百貨打造成 1970 年代全臺最大、服務品質和商品均達到國際標準的百貨公司。開幕之前就備受矚目的大統百貨，自開始營業後，人潮絡繹不絕，業績持續攀升，直至 1991 年日資百貨

185 台南訊，〈哄抬地價有奇招 藉口大統將至台南買地 搭起招牌行情水漲船高藉口大統將至台南買地 搭起招牌行情水漲船高〉，《經濟日報》，1988/01/25，18 版。

186 李子亮、曾憲文、邱仁旭，〈台灣省八十五年公告土地現值調整，已全部完成評定作業〉，《工商時報》，1996/06/20；盧繼先，〈高雄百貨業燒出新霸王 大統因火災停業 漢神取代稱王〉，《經濟日報》1997/05/20，45 版。

187 關於兩個商圈的成立經緯，可參考張維正，〈高雄「新堀江」的由來和商圈成立（1988-2000 年）〉，頁 153-163。

188 王妃靚，〈新堀江商圈：舊大統與新堀江〉，《高雄畫刊》市政專刊 1（2003 年 4 月），頁 54。

進駐高雄後，才感到需要著手進行全面的改裝作業，以應付未來的趨勢。儘管 1994 年順利重新開幕，但很不幸地，大統百貨在 1995 年遭遇祝融之災，結束其 20 年的歷史。

為了吸引更多顧客，大統的經營策略之一便是將大統百貨打造為「觀光百貨」。因此除了高雄本地人，前來購物的消費者當中，也包含了外縣市，甚至是海外的觀光客，大統百貨因而成為必遊的「觀光景點」。而它在高雄亮眼的表現，則引來了同行的矚目，並因強勢的商業作風造成糾紛，遂被同業諷為「南霸天」，也成為新百貨想在高雄立足的一道阻礙。相較於此，大統亦憑藉著良好的服務、商譽和娛樂設施，滿足了市民的需求。大統在高雄有著良好的形象，再加上百貨定期舉辦的展覽會、親子同樂活動，以及兒童玩得不亦樂乎的遊樂園，讓它就像個巨大的休閒娛樂中心。家長在閒暇之餘或想獎勵孩童時，就會帶小孩到大統逛街，在百貨度過的童年或少年時期，是許多人的「童年回憶」，因而形成跨越 20 年的「大統世代」。其後，人們對其產生認同感，將大統百貨視為代表城市的「地標」。

大統百貨的開幕也帶來周邊區域的發展，所在地之玉衡里和振成里，因為城市之發展、土地重劃和交通的發達，本就具有發展商業的潛力，但百貨開幕後帶來的龐大人潮，使得該區的成長變得更加快速。原來不過是住宅區的兩個里，僅 10 年左右的時間，就發展為商業活動興盛的「大統商圈」。這個結果，不但讓「大統」兩字成為高雄的新地名，大統百貨亦成了商業繁榮的象徵。然而名聲也引發了負面影響，例如有人利用大統的名氣炒作地皮和調漲房租，更有甚者，是在火災之後，要求政府要讓大統百貨整修、重新營運等。當然，大統集團並未就此結束百貨業的生意，它在高雄市內仍留有大統百貨大勇店和大立百貨，並且打造全新的大統和平店，原來的大統百貨則改稱為五福店，並且等待再次復甦的機會。

商業設施與城市：試探大統百貨對高雄市的影響（1975-1995）

總之，雖然大統百貨僅僅存在 20 年，但它對高雄的經濟、市民生活和區域環境都產生了深遠影響。它不僅是許多高雄人的童年回憶，更是城市地標和繁榮的象徵，至今仍為人所懷念。

參考書目

壹、中文資料

一、檔案

《高雄市土地登記簿》（高雄：高雄地政事務所）。

《蔣經國總統文物》（臺北：國史館藏）。

《嚴家淦總統文物》（臺北：國史館藏）。

二、專書

王御風等著，《關鍵 100 —— 記憶高雄》。高雄：高雄市立歷史博物館，2020 年 9 月。

李文環，《高雄第一場盛風：鹽埕風》。高雄：高雄市政府文化局，2021 年 6 月。

李銘，《臺灣專業街之旅》。高雄縣岡山鎮：高縣文化中心，1994 年 6 月。

周宇廷，《吃喝玩樂在高雄》。臺北：大興出版社，1997 年。

周法平，《大高雄縣市鄉鎮地圖集》。臺北：大興出版社，1995 年 6 月。

林佳禾等編，《藝術推手：高雄畫廊發展初探》。高雄：高市美術館，2013 年 9 月。

林昀熹撰文、張世明繪圖，《漫畫高雄歷史》。高雄：高市文化局，2004 年 6 月。

洪萬隆，《高雄市民間文化白皮書》。高雄：復文圖書，1996 年 5 月。

倪再沁，《高雄現代美術誌》。高雄：高雄文化局，2004 年 12 月。

高雄市建築師公會，《'88 高雄市街景觀》。高雄：該會，未出版。

- 張人傑，《臺灣社會史：休閒遊憩、日常生活與現代性》。臺北縣：稻鄉，2006年。
- 連玲玲，《打造消費天堂：百貨公司與近代上海城市文化》。臺北：中央研究院近代史研究所，2017年12月。
- 陳冠福總編輯，《開發大高雄—公辦市地重劃》。高雄：高市地政局，2014年12月。
- 曾玉昆，《高雄市各區發展淵源（下冊）》。高雄：高雄市文獻委員會，2007年。
- 曾玉昆，《高雄市地名探源（增訂版）》。高雄：高雄市文獻委員會，1997年6月。
- 路寒柚等編，《高雄行旅導覽》。高雄：高市文化局出版；晨星，2007年。
- 趙性源、王世慶等纂修，《高雄市志（一）》。臺北：成文出版社，1956～1968排印本。
- 編企組編撰，《高雄市大港埔鼓壽宮誌》。高雄：高雄市鼓壽宮，2020年7月。
- 蔣經國，《蔣經國日記（1975）》。臺北：國史館，2023年12月。
- 鄭德慶總編，《看見老高雄》。高雄：高雄市新聞處，2001年。
- 鄭德慶總編，《戀戀中山路：美麗島大道·往日情》。高雄：高雄市政府捷運工程局，1994年4月。
- 戴寶村編著，《高雄市常民生活史》。高雄：高市文獻會，2004年12月。
- 三、期刊或學位文章
- 佚名，〈百貨營運難如意——仆難繼非兒戲：我國百貨業的發展方向〉，《實業世界》165期（1979年12月），頁42-73。

- 李衣雲，〈娛樂與消費的複合體：1960 年代再興起的臺北市百貨公司〉，《國立政治大學歷史學報》55 期（2021 年 5 月），頁 169-220。
- 林真妙，〈高雄市市街的發展與中心商業區的變遷〉，臺北：國立臺灣師範大學地理研究所碩士論文，1987 年 7 月。
- 林祐而，〈高雄小故事—兒時記憶之大統百貨〉，《高雄文獻》9 卷 2 期（2019 年 12 月），頁 192-193。
- 林惠玉，〈第 4 章 台湾の百貨店と植民地文化〉收入山本武利等編，《百貨店の誕生——日本の消費革命》（京都：世界思想社，1999 年），頁 109-128
- 柴松林，〈困境與生機——談百貨業的折扣戰〉，《國民金融》3 卷 3 期（1981 年 11 月），頁 24-33。
- 張維正，〈高雄「新堀江」的由來和商圈成立（1988-2000）〉，《高雄文獻》13 卷 1 期（2023 年 6 月），頁 140-164。
- 陳柏霖主編，〈學校地理〉，《新新人》創刊號（2002 年 6 月），頁 14-25。
- 湯秀琬，〈百貨業〉，《產業調查與技術季刊》122 期（1997 年 7 月），頁 45-53。
- 楊晴惠，〈高雄五層樓仔滄桑史——由吉井百貨到高雄百貨公司〉，《高雄文獻》6 卷 1 期（2016 年 4 月），頁 97-115。
- 葉秀珍，〈高雄市發展重要因素之研究〉，《高雄文獻》26 期和 27 期合刊（1986 年 12 月），頁 1-41。
- 盧永裕，〈百貨業〉，《產業經濟》153 期（1994 年 5 月），頁 107-112。
- 賴祥文，〈百貨業〉，《產業經濟》170 期（1995 年 10 月），頁 147-170。

賴祥文，〈百貨業〉，《產業經濟》181期（1996年9月），頁65-70。

四、報紙、雜誌

《工商時報》

《中央日報》

《中國時報》

《天下雜誌》

《台灣新聞報》（臺北：國史館藏）。

《民生報》

《財訊》

《高雄畫刊》

《商業週刊》

《雄獅美術月刊》

《經濟日報》

《聯合報》

五、口述訪談

筆者訪問、賴○榮口述，〈大統百貨周邊住戶賴○榮先生訪談稿1〉，訪談時間2023年5月4日（未刊稿）

筆者訪問、賴○榮口述，〈大統百貨周邊住戶賴○榮先生訪談稿2〉，訪談時間2023年5月10日（未刊稿）

筆者訪問、沈○玲口述，〈大新百貨周邊住戶沈○玲小姐訪談稿〉，訪談時間2024年3月2日（未刊稿）。

筆者訪問、朱○賢口述，〈計程車司機朱○賢先生訪談稿〉，訪談日期
2024 年 3 月 9 日（未刊稿）。

筆者訪問、陳○卿口述，〈專櫃店員陳○卿小姐口述訪談〉，訪問時間
2024 年 3 月 18 日（未刊稿）。

筆者訪問、蔡○錦口述，〈影印店老闆娘蔡○錦小姐訪問稿〉，訪問時間
2024 年 2 月 29 日（未刊稿）。

六、網路資料

《weblio 辭書》網址：<https://www.weblio.jp/>。

《導讀台灣》網址：<https://www.youtube.com/watch?v=RJ0vz7Tlo38>。

《台灣公司網》網址：<https://www.twincn.com/>。

《天下雜誌》網址：<https://www.cw.com.tw/>。

《高雄地圖網》網址：<https://gisdawh.kcg.gov.tw/kcmap/#>。

《高雄國際航空站》網址：<https://www.kia.gov.tw/Airport/AboutKia/Introduction02.htm>。

貳、日文資料

一、報紙

《日本經濟新聞》

二、專書

西川多紀子編，《台灣：うるわしの島への招待》。東京：（株）パン・ニュース・インターナショナル，1982 年 1 月。

志賀健二郎，《百貨店の展覧会——昭和のみせもの 1945-1988》。東京：筑摩書房，2018 年 3 月。

商業設施與城市：試探大統百貨對高雄市的影響（1975-1995）

初田亨，《百貨店の誕生》。東京：筑摩書房，1999年9月。

岡田康司，《百貨店業界》。東京：株式会社教育社，1983年10月。

齊藤徹，《ショッピングモールの社会史》。東京：彩流社。2017年3月。

飛田健彦，《百貨店とは》。東京：図書刊行会，2016年12月。

海野弘，《百貨店の博物史》。東京：アーチアンドクラフツ，2003年5月。

神野由紀，《趣味の誕生：百貨店がつくったテイスト》。東京：勁草書房，
1994年4月。

鹿島茂，《デパートを発明した夫婦》。東京：講談社，1991年11月。

三、雜誌文章

佚名，〈大統百貨全燒〉，《台灣青年》422期（1995年12月），頁24。

佚名，〈企業は人なり“私の歩んだ道”——大新關係企業・董事長——吳
耀庭〉，《実業の世界》78卷11期（1980年11月），頁34-37。

President Department Store (大統百貨) and the City: Exploring Its Impact on Kaohsiung (1975-1995)

Chang Wei-Cheng *

Abstract

This paper examines the impact of President Department Store on Kaohsiung during its two-decade presence, from 1975 to 1995. Opened in 1975 under the visionary leadership of its founding chairman, Wu Yao-Ting (吳耀庭), President Department Store boasted unparalleled service and facilities in Taiwan, becoming the largest and most popular department store nationwide throughout the 1970s. Its attractive features and the title of "Southeast Asia's Largest Department Store" attracted countless tourists, establishing it as a must-see "tourist attraction" in Kaohsiung. However, its dominance in Kaohsiung's retail industry earned it the nickname "Southern Hegemon (南霸天)," effectively hindering competition from entering the market. For Kaohsiung residents, it served as a cultural hub and a leisure center, becoming a cherished "childhood memory" for many and fostering a sense of collective identity – the "President Generation." Moreover, due to its positive image, President Department Store was widely regarded as a symbolic "landmark" representing Kaohsiung. The influx of shoppers

* Master degree, The Graduate Institute of Taiwan History, National Taiwan Normal University. Director, Chi-Wa-Tong Culture Studio.

drawn to the store transformed the Yuheng Vil(玉衡里) and Zhencheng Vil(振成里) neighborhoods of XinxingDistrict(新興區) into bustling commercial areas, forming the renowned " President Commercial District." Some even viewed the department store as a "symbol of prosperity," believing it brought economic opportunities. In conclusion, President Department Store's significant influence on Kaohsiung's economy, citizens' lives, and the urban environment has secured its lasting place in the hearts of its people.

Keywords : History of Department Stores, President Department Store, President Department Store Shopping District, Kaohsiung City, Wu Yao-Ting

