

地理 基礎講義

第三級產業

信望愛基金會 · 地理種子教師團隊



信望愛文教基金會

第三級產業

- What' s 第三級產業？
- 1.提供**實體商品**：例如批發、零售業。
 - 2.提供**服務性勞務**：例如運輸、倉儲、金融、保險業等。

一、中地理論

- 目的：解釋人類消費行為及都市分布的空間規律性。
- 名詞定義：
 - 1.中地：提供商品與服務給消費者的**地點**。
 - 2.中地機能：中地所能提供的**商品與服務**。
- 基本假設：
 - 1.自然條件—地表平坦、氣候相同、資源分布**均相同**
 - 2.人文條件—人口平均分布、居民需求、嗜好與背景**均相同**
 - 3.交通條件—沒有工具差異，共同**運費**隨**距離**呈固定比例增加
 - 4.**生產者**追求**最大利益**為目標；**消費者**追求**最低代價滿足最大需求**為目標。

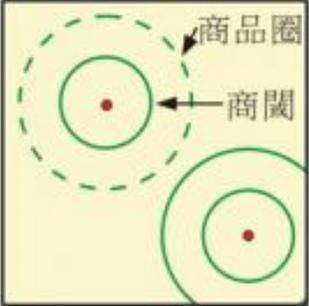
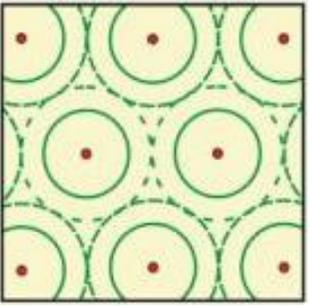
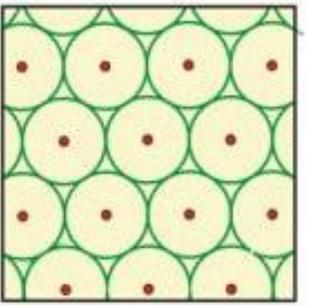
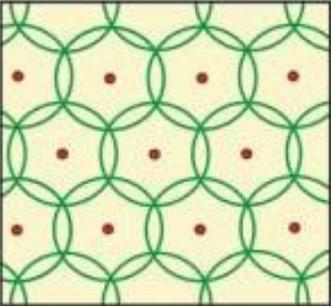
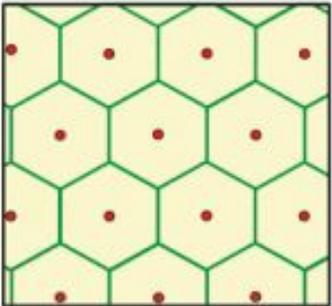
主要概念 1 商品圈與商闖



	商品圈 > 商闖	商品圈 = 商闖	商品圈 < 商闖
示意圖			
收益	營收 > 成本	營收 = 成本	營收 < 成本
關係	生產者賺錢， 吸引商家投資。	收支相抵， 商家可維持營業。	生產者虧錢， 商家將會倒閉。

主要概念 2 市場區域的形成

*商家彼此競爭下的結果 → 形成六角形的市場區域。

過程					
狀況	中地稀少	多個中地	相切型	重疊型	重疊平分
意義	商品圈 > 商闕	商品圈 > 商闕 (商品圈相切)	市場區域相切	市場區域重疊	市場區域平分
描述	1. 無競爭 2. 商家增加	1. 還有無服務區 2. 商家增加中 3. 商家維持都能獲利的間距	1. 還有無服務區 2. 商品圈縮小到等於商闕。	1. 商家增加以填補無服務區。 2. 商家過度競爭	1. 雙方各退一步平分重疊區。 2. 同時滿足消費者與生產者。

主要概念 3
中地等級

➤ 商品等級

	低級商品	高級商品
商品價格	低	高
需求頻率	高	低
實例	柴、米、油、鹽	珠寶、電器

低級中地

高級中地

中地等級	商品等級	商品需求頻率	市場區域	服務人數	同類中地間距	中地個數
高級中地	高~低都有	高~低都有	大	多	遠	少
低級中地	低	高	小	少	近	多

*越高級的中地包含的服務越全面。

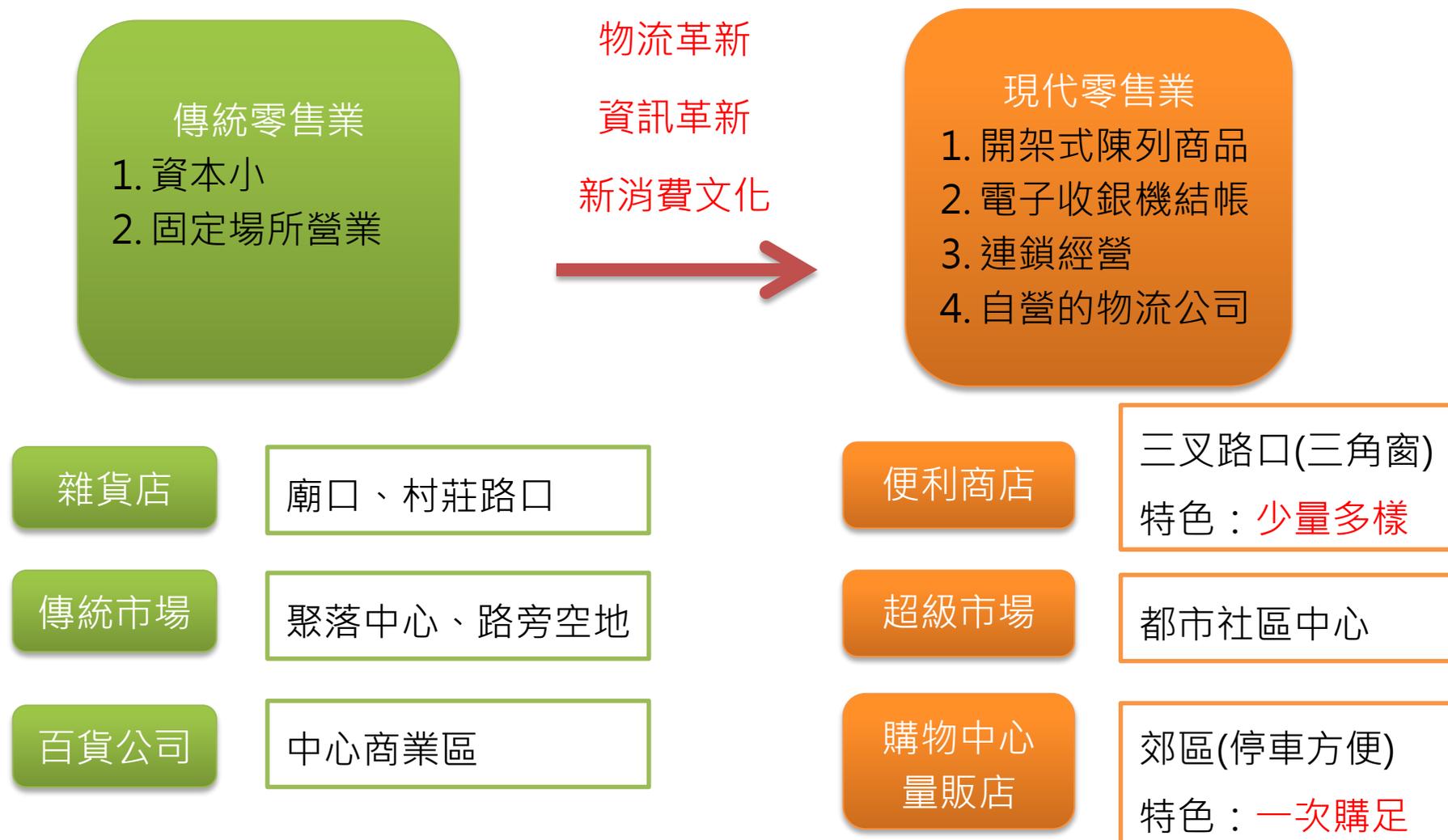
*各種等級的中地範圍會彼此重疊。

● 中地理論的意涵：

1. 從社會整體的角度，企圖為人類生活的空間分布，指出一個**最有效益的安排方式**。
2. 除了運用在商業據點的選擇，也可以運用在都市規劃或公共建設的選址等等。

二、零售業

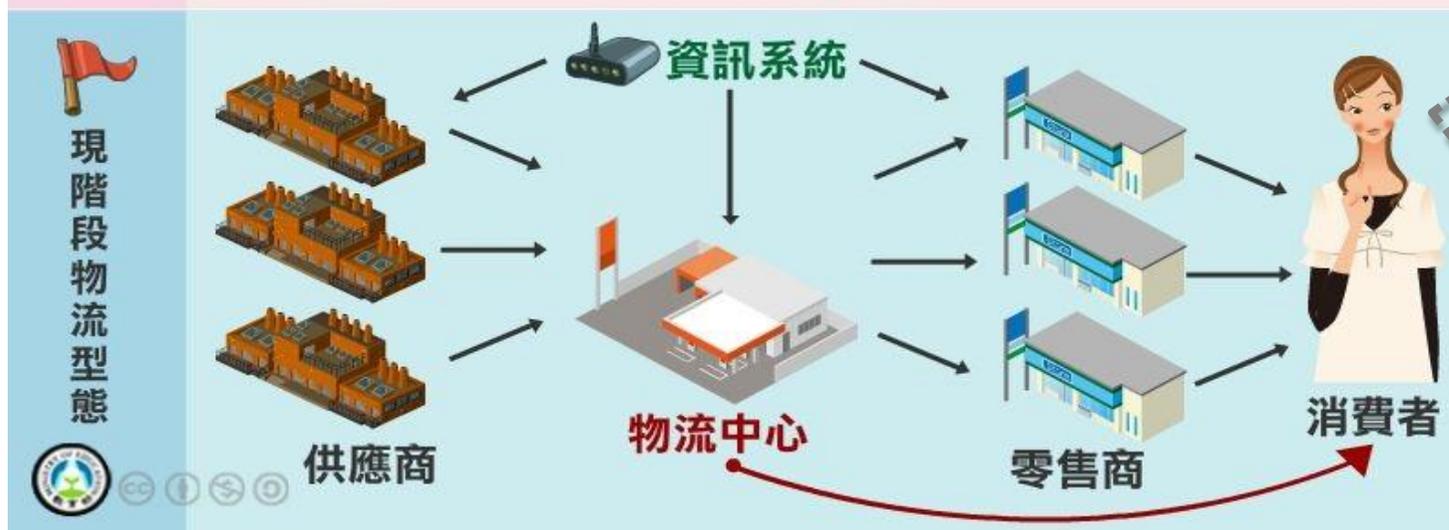
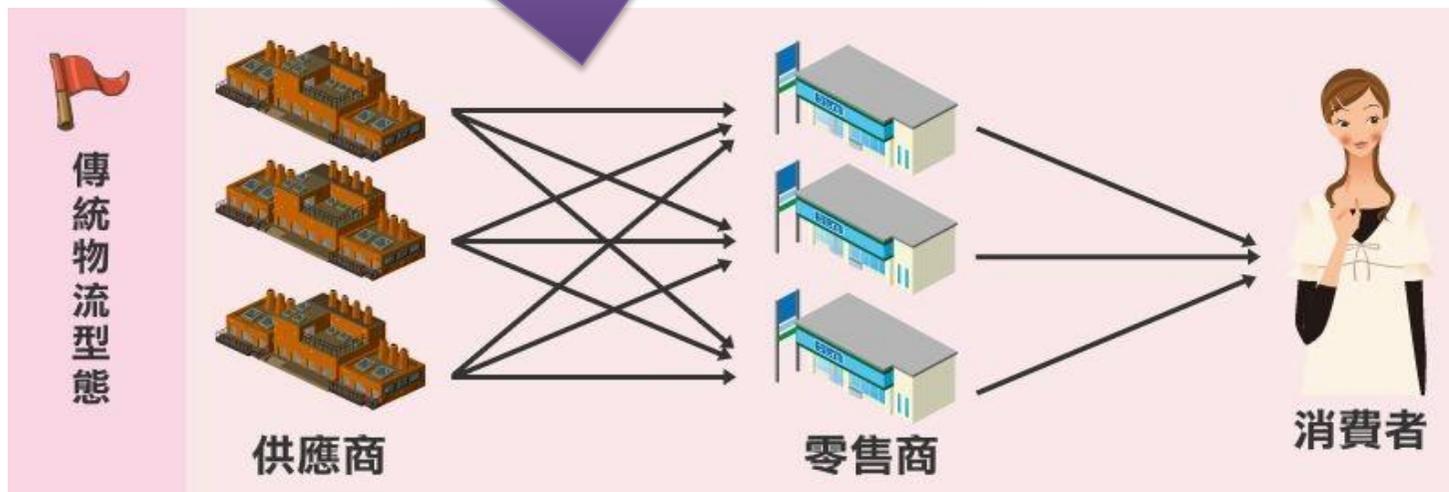
- 零售業：直接將商品販售給消費者的行業。
- 區位：以中地理論為依歸。(人口、交通、距離)
- 變遷：



- 商圈：都市中商店聚集的地區，提供民眾消費、娛樂的功能，能促進城市的經濟、藝文發展。

● 物流革新：

批發商→中盤商→零售商



- 物流中心的優點：
- 1. 倉儲到配送統一管理
 - 2. 節省轉手成本
 - 3. 及早反應市場需求

宅配

三、觀光遊憩業

- ➡ 「觀光 + 遊憩」 = 異地旅行 + 休閒活動。
- ➡ 「無煙囪工業」 = 觀光遊憩業可以帶動地方經濟發展。

● 觀光資源與區位：



● 影響：

正面影響	<ol style="list-style-type: none"> 1. 觀光商圈的形成、刺激地方經濟發展。 2. 促進文化交流。
負面影響	<ol style="list-style-type: none"> 1. 環境與資源的破壞。 2. 遊客過多造成交通與治安不佳。 3. 過度消費文化的形成。

補充：觀光商圈

觀光景點附近形成提供食宿、資訊等服務項目的市場區域。
 大小規模會隨觀光景點等級與旅遊淡旺季改變。