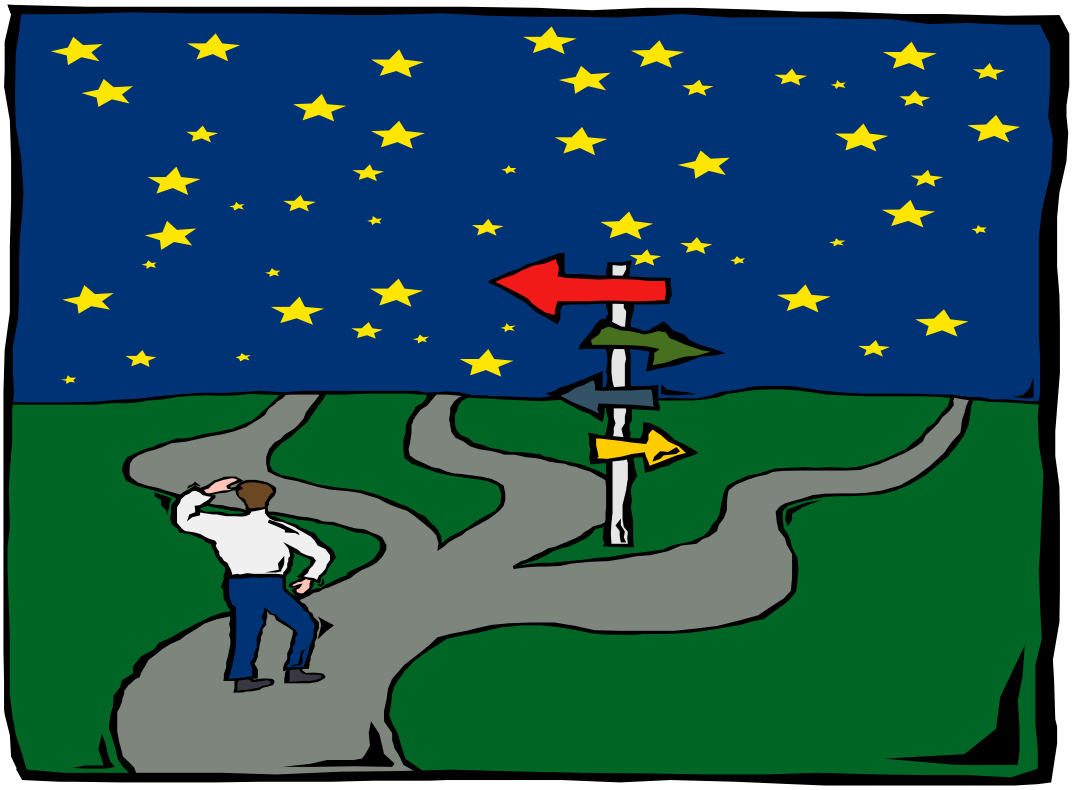
環境景觀新價值-區域地景改造運動



服務單位：行政處

姓名：黃雅貞

研究日期起迄：98 年 4 月至 98 年 8 月

第一章 序論

第一節 研究動機

自 2007 年金融海嘯迄今，重創全球經濟體系，許多跨國企業面臨裁員、無薪假甚至重整、倒閉等窘境。而國內在面對如此惡劣的產經環境中，各縣市也面臨產業發展遲滯、失業率飆升的情況，間接導致政府財政稅收的短少，各縣市發展陷入困境。在這樣的環境下，縣市政府該如何因應，才能逃脫出困頓?Kotler 認為地區行銷是挽救都市困境、促進都市成長相當有效的做法之一。White 也曾提出類似觀念，他以美國匹茲堡(Pittsburgh)、休士頓(Houston)、巴爾的摩(Baltimore)及中國大陸的大連市等，皆有都市行銷的成功經驗，都市的轉型再造，開創附加價值，莫不成為各國政府積極關心的議題。且近年來全球化風潮的興盛，也帶動世界都市的競逐，各國本土意識的崛起引發都市旬根與觀光再造城市運動，也衝擊著台灣城市觀光產業的發展及國土空間規劃的改變。台灣近年來積極發展無煙囪工業的觀光業，促成產業結構的改變，同時亦產生高度都市化的進程，國民休閒遊憩的預算提升，這不僅促成工商業的蓬勃發展與人口流入，也讓環境與社會經濟產生變遷。目前相當重視觀光休閒環境的今日，要如何利用一各都市特有文化、歷史與自然等觀光資源，發揚都市的觀光吸引力，讓外地遊客離開時，能夠留下深刻且美好的印象；更重要的是營造一個好的都會休閒空間外，該如何提供都市發展的新契機，夠有效的吸引和滿足潛在和既有客源，包括定居人口、產業界、投資者、觀光客等人士，而台中市如何依序上述的論述永續發展是本文的研究動機。

第二節 研究目的

目前台灣許多城市發展受到近年來經濟衰退、國家資源分配不均的政策，造成如今城鄉差距日益嚴重的現況；鄉村農口嚴重外流至鄰近大都會地區，以台北縣市人口總計，約佔台灣總人口數的五之一強。為求擺脫目前主客觀因素的鉗制，各縣市政府莫不積極辦理符合地方特色之活動，例如早先知名的宜蘭國際童玩節、台中市大坑地區的竹筍季、南投縣東埔的溫泉季、台南縣白河鎮的蓮花季、屏東縣東港鄉的黑鮪魚季、彰化縣的花卉博覽會、台中縣政府的媽祖文化節慶、苗栗縣的三義木雕節及各縣市政府所舉辦的元宵燈會等等，各縣市政府交通局、觀光局、經濟局等單位莫不積極推動各項活動，儘管上述活動已達到一定宣傳效果，但對都市的產業能否行成招商的動力，仍需深入分析。

各縣市在規劃地方資源的用心值得肯定，但以各縣市所舉辦各項節慶中也發現，有些規劃妥善達成發展地區觀光目標，到有些縣市政府倉卒進行，欠缺周詳規劃，在預算不充足的條件下舉辦幾場大型活動，熱鬧的場景在活動結束後，卻曝露出炒短線、短視近利的現象。舉辦節慶活動是發展觀光手法之一，目的是結由大型活動號召當地民眾參與、廣邀各界媒體報導，促使更多外地人前來，進而發現該地的風光特色，創造觀光產業延續的效果。但是，目前許多鄉鎮基本設施不健全，民宿、飯店不夠，餐廳菜色、服務欠佳(抱持只做一次生意的心態)、公共廁所不足且乏人管理、接駁公車班次不夠密集且無廣大停車規劃等。因此，好不容易花費大筆預算招攬客戶，卻也曝露出地方政府考慮欠缺

周延的規劃，往往活動結束後，除了讚美聲外，抱怨更是起此彼落。

而為於台灣中部的台中市，是台灣中部首要的政經中心，隨著外縣市人口聚集，都市化與工業化、商業化的發展也成為中部區域的行政、教育、經濟、娛樂的核心發展地區。依據 1996 年遠見雜誌的評比中，台中市名列台灣最理想居住排行榜第三名；而 2000 年健康雜誌問券調查顯示，台中市是擁有理想的居住環境與條件；今年台中市政府榮獲遠見雜誌 2009 年縣市競爭力調查的施政滿意度五顆星、清廉度第一名及生活品質第一名三冠王；同時台中市代表台灣參加中國城市競爭力研究會所舉辦的兩岸四地城市評比活動中榮獲「兩岸宜遊城市」第一的頭銜。依照中國城市競爭力研究會指出，所謂宜遊城市的主要特徵是：旅遊資源特色鮮明、旅遊業發展較好、旅遊功能設施完備、城市環境好、遊客滿意度高、城市旅遊產品豐富等。而評價指標則包括：社會安全指數、市民素質指數、市容市貌指數、旅遊設施指數、旅遊服務指數和旅遊產品指數，台中市經過上述指標評比後脫穎而出。台中市長胡志強則表示：「台中市的預算沒有北高兩市多，台中市也沒有 101，可以說並沒有令人非遊不可的所在，但能在宜遊城市項目脫穎而出，主要是因為台中市的文化、活動、飲食特色、城市氣氛吸引人，令人有驚艷難忘的印象，但是他希望大家高興三分鐘就好，應該再好好想一想，還有什麼地方可再改善、可以做得更好，讓台中市一天比一天進步，包括投資環境、國際化、友善等，都可以成為台中市努力的目標」。由此可見，台中市是擁有理想的居住環境與條件。目前台中市政府希望以「文化

經濟」再造台中市新氣象，並以國際化發展格局，將台中市躍升為國際會大都市。今年在台中縣市政府的努力下，促成合併升格為直轄市及中部科學園區的園區面積拓展等計劃下，都是致力推動台中市未來成為「亞太生活之都」及「兩岸三通之樞紐城市」的目標。但因台中市本身較缺乏具規模與特色之自然景觀遊憩資源（如南投縣擁有日月潭國家風景區、嘉義縣的阿里山森林遊樂區及屏東縣的墾丁國家公園等大面積風景區）。因此，本文必須探討如何利用台中市自身的都市條件，包括主題商業資源、商圈資源、產業資源以及藝文資源等來創造都市觀光旅遊，而觀光旅遊的供給面由吸引力(Attraction)、服務(Services)、交通運輸(Transporation)、促銷(Promotion)與解說服務(Information)所組成，直接影響旅客前往該地區觀光的要素。因此，了解遊憩地區本身吸引遊客前往的因素，是發展都市觀光旅遊的重要關鍵。不同的的觀光資源是否會吸引不同的遊客，城市觀光該藉由什麼方式行銷，提供民眾充分的資訊服務，也能將都市特色、發展遠景予以呈現，亦是本文研究的課題之一。

因此，本研究將探尋各縣市政府的行銷事件進行分析，藉由行銷理論之運用及其他國外都市行銷成功經驗之探討，企圖為台中市都市行銷謀求對策，期望找出一個永續經營的方向。

第三節 研究方法

都市行銷屬於公共議題，而多數的公共事務皆有待政府、產官學界與傳播

媒體等五類相關群體，以分工合作的方式處理解決難題。行銷策略更涉及都市管理的專業領域，為避免一般性問卷隨機抽樣的意見參差不齊，母體數量不夠充足，影響問卷可信度、標準差。此外，本作者因技術問題，無法廣發問卷匯集各方意見，本文仍以文獻分析法，透過書籍、期刊雜誌、網路新聞等蒐集相關資料的彙整。

第四節 研究範圍

本研究的主題包含下列部分，分為別台中市觀光遊憩資源的行銷及吸引力的提升。舊都市觀光遊憩資源而言，本研究為界定都市觀光遊憩資源是指城市現有的有形、無形的自然資源與人文資源，以及具有吸引遊客遊憩的動機，進而創造觀光價值的資源。而在研究對象上：都市必須以「目標行銷」的方式來爭取消費者的偏好及認同，藉由對於遊憩資源類型區隔變數的了解，進而將目標加以區隔，有助於行銷工作的推展。

第二章城市與地區行銷的意義

第一節 行銷、促銷與銷售之不同

行銷是歷史悠久之專業，1950 年代中期，行銷才有普遍被採用的定義。而傳統的行銷觀念則自 19 世紀末工業革命後，世界產業環境發生重大轉折，機器的生產帶來大量產能，於是產生流通和市場。因此，行銷必定有商品、通路、市

場。之後因應經營環境的變化，行銷觀念出現多次轉折，從早期生產的產品導向、銷售導向到現代行銷的顧客導向及社會行銷導向，行銷的意義乃依其行銷觀念的不同，所認定的定義就有所差別。1970 年起，行銷更由最初強調商品實體，擴展至包括服務組織、地方和理念等任何可以推銷的東西以致在學術上、商業應用範圍上對行銷的定義所強調的重點也有了出入。

行銷和銷售、促銷常容易混淆，事實上三者並不相同，因此必須對三者釐清其定義。銷售是行銷中的某一區塊，假設行銷人員能做好確認顧客需要、發展符合市場需求之商品、訂定合理價格、配銷、促銷等行銷工作上的環節，則銷售該產品便是易如反掌。

行銷和銷售在本質上的差異就是在行銷管理哲學中，銷售觀念和行銷觀念的差異，前者認為除非一個公司積極銷售、促銷該公司產品，否則顧客不會購買或是僅購買少數該公司產品，後者則認為公司若想達成目標，則須注重是否能確定目標市場的需求與欲望，並使公司較其他同業更有效果與效率的滿足顧客需要；二者不同在於：銷售觀念係從工廠為出發點，重點在產品，手段則是銷售與促銷，目的在因銷售而獲得利潤；行銷觀念則從市場出發，重點在顧客需求，手段則為整體行銷，目的為滿足顧客需求而獲得利潤。

第二節 專家學者的定義

地區與城市行銷是商業行銷理論的應用與延伸，是將商業性質的行銷觀念

和方法應用於地區或城市的發展中。因此，兩者的基礎論調是一致的，特點也在於注重「產品」、「顧客」的兩個主體上，所不同的是，地區與城市行銷的產品就是地區與城市本身組織的各項政策。

「地區行銷」的觀念源於 19 世紀 80 年代首次出現在歐洲都市的文獻中，Smyth 認為這種自發性的促銷，源自於兩種動因的推展，一為追求成長所產出的「Boosterist」的需求，另一種是防止衰退的「Regenertative」的需求。此外，也有學者提出，地區行銷最早的起源，應該是「市民運動」。

90 年代，Kotler 等人將蒐集長期案例與理念發展的蒐集，發展「地區行銷」的理論，其主旨將地區視為一個市場導向的企業，且將地區未來的發展視為一個可以吸引人的產品，藉由考慮地區優勢、劣勢、機會及威脅等策略定位，鎖定地區發展目標市場的方式，主動加以推銷、促進地區發展。

第三節 地區行銷的起源與進程

邱麗珠對於歐美國家對地區行銷的發展情形提出 19 世紀末是簡單促銷的濫觴，而後進入地方促銷工作的發展時期，再從地方促銷轉入城市行銷的概念，可區分為下列三階段。

一.簡單促銷時期：

19 世紀末至 20 世紀初期，當時的促銷活動主要由廣告、宣傳手冊等誇示

的文宣所組成，以地區的特殊性質吸引投資者、居留者及觀光客的注意，主要目的為促進工業發展。因此，城鎮開始藉由商會、商業及工業聯盟舉辦各產業貿易產、產業博覽會，並在媒體刊登廣告等策略，使促銷活動略具制度面。Weir 指出，當時為促進工業發展，商會所利用的都是當時經濟社會中簡單的傳播工具，例如文宣出版品、電報、廣告以及促銷用的雜誌等。Weir 還會引用都會雜誌主編的序論：「就大部分國家的部門而言，城市若不積極努力做這些廣告，肯定會落伍。」而一則有關早期促銷方法的回顧文獻則是以「市民廣告與商會的時代」為標題，顯示這種簡單的促銷特性。

由此顯示當時廣告等於促銷的觀念，對促銷活動缺乏整體促銷計劃，也不太要求在學理上的解釋，實務上對促銷所獲取的利益也未深入分析。此外，政府部門並未主動介入整個活動的過程，僅在 1945-1965 年間，歐洲政府才開始引導地方發展的過程，並影響地方經濟與社會變遷，而在此之前一值提供津貼、減免地方稅及鐵路建設等實質利益吸引廠商，主要目的仍是發展工業。

二.地區工作促銷法展時期:

1970 年代中期是地方當局促銷活動大量增長的時期，1970 至 1980 年代位地方促銷的第二階段，Kotler 稱之為「目標行銷」(Target Marketing)的階段。此時的行銷工作已由過去的單一目的吸引工商業轉變為吸引觀光、出口促銷以及外資投入等目標形式，同時也由過去漫無計劃轉變為運用更周延的方式，分析市場

定位等較具學理方式的基礎策略。

地方學會區隔不同市場與買家及其相對應的商品，研究與分析後針對特定的消費提供特定的服務。地方促銷者由散亂的模糊整體行銷模式進入專攻式的行銷，即強調提出適合特定消費者的產品，並且注意到地方內部市場與資源的狀況。此外，當時經濟衰退對過去一直很成功的製造業者產生嚴重打擊，許多傳統製造業部門在戰後數年大規模的衰退，因此競爭與住宅市場的快速萎縮日趨嚴重；在此之前，城市的權威人士與規劃專業者認為他們的角色是提供基礎建設的方式來指導地方發展，並利用規劃控制方法指引、限制私部門的開發，但面對當時經濟蕭條，規劃系統確無有效方法因應空間的需求。在家上公共財政上的嚴重侷限，促使他們思考公共規劃活動所扮演的市場角色，地方規劃者與政治家為尋求財源，轉向運用源自行銷的技術，特別是關於促銷的部份。

三.地方促銷到城市行銷概念演進:

1970 與 80 年代長期經濟蕭條所刺激的經濟重組，導致徹底改變本地生產什麼及如何生產，也包括何處生產等。因此，區域及地方發展機構體認到必須努力吸引向內的投資，才能使舊工業城市的經濟獲得重生。於是投資的吸引力成為支持地方經濟發展的必要來源，各地方彼此的競爭視為資本空間經濟本質必然的結果，而過去常用的誘因策略並非毫無益處，只是為因應國際生產區位及國際局勢的轉變，必須要有更積極的方法，亦即必須由過去的供給導向轉變

為需求導向，甚至要能夠創造需求。

1989 年英國政府通過地方政府與住宅法案，藉以督促地方政府計劃經濟發展活動，並要求地方政府向地方社區諮詢計畫內容，法案中也鼓勵地方政府採去策略性團體合作，藉以推展經濟發展工作。此外，在諮詢方面特別要求注意消費者與顧客需求，亦即鼓勵地方政府採取市場導向的方法。因此，行銷開始取代單純促銷的觀念。換言之，促銷企圖使消費者買你所擁有的，前者是擁有顧客所想要的，要適當滿足顧客的需求，地方行銷因此變得比單純地區促銷購加強吸引變動性高的觀光客與外資公司。

第四節 都市行銷興起的背景

從地方促銷到程式行銷概念的發展，自有其背景，洪綾君指出，1970 年以降，歐美國家如義大利、法國、美國，以至於亞洲的日本，許多地區都面臨政府財政破產、基礎設施營運不足、中央與地方政府間的衝突，導致發展停滯的現象。由於中央政府資源不足，對地方事務不夠積極等因素，造成地方政府自力籌措財源、擬訂地方發展策略等，形成地方政府呈現高度自治化的趨勢，各地方政府莫不尋求各種方法以加強開發地方建設，行銷的原理就套用其中。

Kotler 把迫使政府必須應用行銷手段，藉以活絡地方經濟發展的環境變化歸為三類:

1.產業環境的改變

過渡都市化導致用地取得及勞動成本上漲，傳統產業將面臨倒閉及產業外移的困境，進而影響人口與就業機會的流失，新增的服務業尚未能彌補產業外移的真空地帶，造成失業、貧窮、犯罪等社會問題。

2.都市生活的環境的改變

由於失業和犯罪的社會問題的增加，造成生活品質下降，中高所得者皆遷往郊區居住，都市景觀逐漸衰敗、雜亂。

3.都市經濟環境的改變

產業外移，高所得人口遷往郊區，造成人口流失，衍伸造成地方政府稅收短缺、財政赤字擴大，地方政府無力拓建公共建設及維持既有設施，阻礙地方發展。

除了 Kotler 所說係地區環境改變以致地區發展面臨困境外，汪明生、馬群傑研究「地方經濟發展與地區行銷」時指出，地區行銷興起的背景，還有兩個原因：

1.傳統都市規劃之不足

傳統的都市計劃較注重實體空間配置問題，為一藍圖的規劃方式，其重點在於實質面，並以設計為導向，偏重於公共決策中的過程面，以設計為導向，偏重於公共決策中的過程面，導致兩項缺陷:

(1).過度強調環境的現實面，忽略都市發展目標的界定:

傳統都市計劃強調的是「供給導向」的方式，其注意力集中在調查現有環境中之限制與設計的可能性，再由專業人員及都市中的政府決策者來從事空間設計與配置的工作。但此種規劃過程可能會遺漏都市所有利害關係人真正需求，故對需求面界定不清，使得都市發展方向模糊，有些都市甚至完全沒有未來發展方向的訂定。上述的情形將使都市的前後建設不一致，公司部門無法配合，無法發揮整體效果。一個地區就算有再好的硬體空間配置，但如果不具未來發展性，也無法阻止人口外移及產業出走的情況。而地區行銷則強調「需求導向」的規劃模式，及首要考慮的是實際與潛在消費者及目標群體的需求，且在專業的空間設計規劃前，興擬訂出都市的價值觀以及未來發展方向，確保此方向符合所有消費者的需求。

(2).民眾參與不足:

傳統的都市計劃往往是規劃人員及都市決策者的行政命令，設計出一個都市計劃給市民，其結果可能因為參與規劃的人過於主觀，未採納市民的意見，導致規劃出來的都市環境並不符合市民的期待。以前都市規劃的角度則以「利益團體」的角度為思考都市環境的設計，但常不符合都市所需。而地區行銷則強調公私部門協力，共同參與都市的所有事物，藉由產、官、學、民、媒體的共同努力，經營發展地區生活，重視的是地區發展的「目標群體」以及所有與地區發展的利害關係人。

2.地方自主性的提高:

自 20 世紀 70 年代以來，一些歐美國家如義大利、法國、美國及亞洲的日本等地區皆面對市府財政破產、基礎公共設施營運不佳、都市環境惡化、發展停滯及中央與地方政府的衝突等現象。因中央政府的資源不足，對地方事務的反應不夠等因素，造成地方開始自力籌措財源，研擬地方發展策略，形成地方自治時代的階段。

中央政府主控所有地區發展的時代已經過去,在各種事物日趨複雜與多樣性的今日，中央政府無能力關照各地區發展的事務，故在世界各國都有政府鼓吹地方自治，支持地方發展的趨勢。以中華民國來說，政府積極推動「社區總體營造」就是鼓勵民間主導地方發展與建設的最好例子。

地區行銷正式是一個針對地方事務、整合地區資源、增進地區發展的工具、方法，地方政府正可以利用此一作法，結合公私部門的努力，來設計與行銷地方特色，吸引高素質的人口與產業，以地方為單位的投入全球競爭市場，加強地方發展。

第三章 臺中市觀光資源介紹

台中市是位於台灣中部的一個市，以人口計為台灣第三大城市，也是台中南投彰化都會區的核心都市。其座落於台中盆地北側，四周均與台中縣接壤。九十八年六月二十三日，中央政府核准通過「台中縣市合併改制直轄市」案，並訂於 2010 年 12 月 25 日正式與台中縣合併升格為直轄市。

第一節 臺中市發展條件

一.歷史

台中市別名「文化城」。清朝時期，台中市為平埔族群之中的「巴則海族」與「巴布薩族」的活動區域，主要以狩獵、捕漁維生。清朝末期，台灣中部的要邑位在半線（今日的彰化市區），直至 1890 年台灣巡撫劉銘傳在當時東大墩街南側的「橋仔頭」聚落（或稱橋仔圖、橋孜圖；今國光路到台中路之間）附近開始建立八卦形城池及大量官署建物（現存北門城樓、考場），預備作為台灣建省後的省會所在地。但後任巡撫邵友濂終止此計畫（省城設址在台北）；但所累積的建設成果是清治時期全台營建之城池中規模最大者。

圖 3-1:台灣省城大北門城樓遺跡，資料來源:Tony 的自然人文旅記，

www.tonyhuang39.com/tony0607/tony0607.html

1896 年日據時期，台灣總督府看上台中的地理優勢以及清代留下的大量官署及官有地，設立台中縣（今之雲林縣、彰化縣、台中縣市），「台中」之稱之濫觴；1901 年改稱為台中廳。1899 年，日本當局實施市街改正計畫，整治河流與設計棋盤狀道路（現今中區、東區），將台中興建成為日治時期新興的現代化都市。1920 年，台灣總督府實施「五州二廳」制度，再將台中廳與南投廳合併為台中州，再將現今台中市的東、南、西、北、中等五區區域組成州轄市級的台中市，隸屬於台中州，此為台中設「市」之始。

圖 3-2:日據時期台中州廳，Tony 的自然人文旅記，

www.tonyhuang39.com/gb/tony0538/tony0538.html

日治中期的 1920 年代，台中市是台灣文化協會的主要活動地區，成員也多是來自於台中；當台灣非武裝抗日勢力發生分裂時，蔣渭水領導下的台灣民眾黨也是成立於台中；而左頃化以後的新台灣文化協會，也在台灣中部發起多場農民組合運動。戰後初期後的二二八事件中，台灣共產黨在謝雪紅領導下，在台中迅速組織武裝民兵驅逐或軟禁政府官員與駐軍。1950 年代還發生多起中國共產黨領導的台中武裝工委會案事件；可見台中市是台灣歷史上，相當少見具備左翼革命傳統的城市。

台灣光復後的 1947 年 2 月 1 日，台灣省行政長官公署將台中縣北屯、西屯、南屯等三個鄉劃入台中市管轄，並升格為省轄市。台中市因位居台灣南北向交

通中點，重要對外交通設施有臺中港、清泉崗國際機場、高鐵台中站等，並且擁有便利的聯外交通、地價便宜、氣候宜人等優勢條件，發展條件十分優越。台灣著名期刊《遠見雜誌》在 2008 年發表的縣市總體競爭力評比，台中市在總表現中排名全國第五。

2003 年，台中市的總人口數突破 100 萬。行政院計畫於 2010 年將台中市與台中縣合併升格為直轄市，成為台灣的第三個直轄市[1]。

二.地理

台中市位於台灣本島西側的中部。地形上，臺中市中心位於台中盆地，群山環繞，若平日天氣晴朗，則可自大肚山、太平山區、大坑山區等台中周邊的山俯瞰整個台中盆地。

[1] 《維基百科》，http://zh.wikipedia.org/wiki/%E5%8F%B0%E4%B8%AD%E5%B8%82

圖 3-2:由大度山台中酒廠俯瞰台中盆地

其中，多條溪流流經本市，大型的溪流由東至西有廍子溪、大里溪、旱溪、筏子溪，小型（或為區域排水系統）則有綠川、柳川、梅川、麻園頭溪、楓樹角溪（亦作楓樹腳溪或楓樹溪）、潮洋溪、南屯溪（犁頭店溪）、土庫溪、大坑溪、橫坑溪、濁水坑溪、清水坑溪、新莊仔溪、北坑溪等等。其中以綠川、柳川、梅川、麻園頭溪四者合稱為「台中市四大河川」。日治時期時，日本當局仿照京都市的都市計畫來規劃台中，因而整頓了四區內的四條排水系統，至今仍可由柳川兩岸的柳樹一窺鴨川的意象。台中市的氣候受到這些流經的河川調節，顯得更為怡人。

圖 3-3 綠川一景，資料來源:走讀台中，用心看台中，www.tccgc.gov.tw/.../terrain/terrain-6.htm

在行政區上，台中市四周皆與台中縣接壤，其東側與台中縣太平市及新社鄉相鄰；西緣台中縣沙鹿鎮、龍井鄉及大肚鄉；南鄰台中縣烏日鄉及大里市，北邊則是台中縣豐原市、潭子鄉與大雅鄉。

三.交通

台中市座落台灣地理位置中心，三百年來以交通為主軸的城市發展，儼然建構台灣南來北往的重要樞紐，九次元交通、保證送達。九次元交通在南北向聯外道路，有中山高速公路、中部第二高速公路、西濱快速道路、中投快速道路等重要幹道，是南北交通重要樞紐；而內陸與海岸線東西向聯繫道路，則有中

彰快速道路與特三號道路，親近海洋，就在彈指間；軌道系統方面，已通車的高速鐵路，連接規劃中的捷運綠線以後，將使台中市與台北、高雄的距離僅僅剩下四、五十分鐘車程；而原有的台鐵則成為大台中區塊間，最便捷可靠的通勤系統。 在台中生活圈快速道路系統規劃完成之後，將更能展現台中市區與聯外道的密切聯繫；為了體貼台中市民與商務觀光旅客，台中市公車系統目前有台中、仁友、統聯、全航及巨業交通五家客運行駛，公車路線共計 48 條，每月運量近 170 萬人次，四通八達的公車路網。即使是初訪遊客，也能自在悠遊於台中市區。台中港是台灣第三大港，每月的貨物吞吐量可超過四百五十萬公噸，貨運航程橫跨世界各大洲，台灣大道連接台中市與台中港，熱絡的物流與倉儲轉運業務，奠定台中市國際視野的基石。甫於九十三年三月啟用的清泉崗國際機場，每天固定班次飛往台北、高雄、花蓮、金門、馬祖等城市，七月更直達香港、琉球，將來可望實現包機直航中國的理想[2]。

(一). 公路

台中市的都市道路規劃呈蜘蛛網狀分佈，是由數條放射狀的連外幹道（台中港路、大雅路、北屯路、復興路、崇德路、南屯路等）及環繞市區的環狀幹道（忠明南路、文心路、環中路、五權路、五權西路）所組成的。近年來台中市的人口增長，以及台中市的汽機車使用率居全台之冠，但由於市區內道路的拓寬速度遠不及汽機車數量的增加速度，使得每逢假日或上下班尖峰時間，市區內各主要道路常有塞車情形出現，其中以台中港路、文心路、公益路、崇德路、

[2] 〝台灣之心、近悅遠來〞，《大台中觀光旅遊網》，http://travel.tccg.gov.tw/about/index.asp?m2_id=23

北屯路、中清路及大雅路等主要幹道的塞車狀況最為嚴重。為解決台中市日趨嚴重的塞車問題，台中市政府目前提出多個解決方案，例如「部分路口禁止左轉」、「增加公車路線」 、 「台中港路取消停車格」 、 「增加路口員警數量」及「興建捷運系統」等，以減少台中市區的車流量。

行經本市之省縣道:

1. 台 1 乙線：烏日鄉–復興路二段–五權路–大雅路–中清路–大雅鄉
2. 台 3 線：大里市–國光路–建成路–進化路–北屯路–潭子鄉
3. 台 12 線：中正路–台中港路–龍井鄉
4. 台 63 線：中投公路
5. 台 74 線：中彰快速道路
6. 縣道 125 線：大雅鄉–福雅路–安林路–安和路–忠勇路–烏日鄉
7. 縣道 127 線：大雅鄉–廣福路–光明路–黎明路–烏日鄉
8. 縣道 129 線：新社鄉–東山路–中興巷–廓子路–太原路–廓子巷–太平市
9. 縣道 136 線：大肚鄉–五權西路–南屯路–自由路–復興路–振興路–太平市

高速公路:

- 國道一號（中山高）
    1. 大雅交流道（中清路交流道）

2. 台中交流道（中港交流道）

3. 南屯交流道（五權西路交流道）

(二).大眾運輸工具

1.鐵路:

本市目前設有台中車站、太原車站、大慶車站等三站。台灣鐵路局已於九十八年動工，計畫將現有台中地區部分鐵路高架化，可消除平交道並改善因鐵路而阻礙兩旁發展之問題，預計後將於 103 年完工。

台中鐵路高架化北起豐原站北方，南至大慶站南方，全長 21.2 公里，完工後可消除現有 17 處平交道與 3 處陸橋。完工後將成為台鐵捷運紅線之一部分，並增設松竹車站(未來將與台中捷運綠線共構)、精武車站、五權車站、大慶車站(將與台中捷運綠線共構)

2.捷運:

臺中捷運之規劃源於臺灣省政府住都處於 1998 年完成「臺中都會區捷運路網細部規劃」，路線分為紅、藍、綠三線共計 69.3 公里。精省後由交通部高鐵局接手辦理。 考量到台鐵捷運化及台中地區公車輔導等計畫，經評估研究後高鐵局選擇綠線作為優先興建計畫。行政院於 2004 年 10 月 11 日核定 G3 北屯舊社＝

G17 高鐵台中站路線，並更名「烏日文心北屯線」。 民國 97 年 11 月 15 日交通部、臺北市政府、臺中市政府簽訂之三方協議書，臺中捷運後續路網規劃工作由交通部高速鐵路局移交由臺北市政府捷運工程局辦理。

預計興建之台中捷運路線簡介如下:

(1).綠線:烏日文心北屯線

台灣省政府住都處規畫綠線時採用中運量、地下路線，礙於政府財政預算不足，交通部高鐵局接手後改採高架鋼軌之中運量大眾捷運系統。預計興建 18 個車站及一座機廠，起於北屯頭家厝附近之捷運機場，高架路段經松竹路、北屯路、文心路、文心南路、建國北路至高鐵台中站。工程委託臺北市政府捷運工程局興建，預定 2009 年 10 月底前動工，預計 2015 年完工。G1、G2 兩站則列入遠期路網中，也預計延伸至彰化市以及彰濱工業區的計畫。

(2).紅線:

即為臺中都會區鐵路高架捷運化計畫完工後，台鐵在台中都會區所開行的密集區間車，即為台鐵列車捷運會。北起至豐原車站南至彰化車站，全長 31.8 公里。除既有的車站外，將增設五個區間通勤車站，分別為豐南車站、頭家厝車站、松竹車站、精武車站以及五權車站。

(3).藍線

起於東海大學，沿中港路、民權路、建國路至台中車站；再由振興路、太平路、中興路、中興東路至東平路止。全長約 15 公里，14 站，二座機廠。預計將延伸至台中港。

台中都會區大眾捷運系統烏日文心北屯線示意圖

第二節臺中市觀光資源

台中市位居台灣的中心位置，同時也是苗栗縣以南、雲林縣以北，六百萬人口的經濟重心，號稱中部五縣市政經中心。南來北往密集的交通網路，兩岸直

航的重要根據地，台中市地處最重要的樞紐位置，儼然成為「台灣之心」亦不為過。台中市年均溫 23℃，終年陽光普照，四季如春，氣候宜人，市民所擁有的綠地平均面積全台第一，並曾獲選為「最適合居住的城市」。民國九十二年本市百貨公司營業額成長率更高居全國之冠，市民盡享多樣化愜意的休閒生活。而具有特色、舒適宜人、房價較北高兩市為低的居住環境，使得台中市擁有完善的生活機能。加上匯聚自十二所大專院校豐富的教育及人力資源，台中市城市競爭力高居全國第二名。市長胡志強自民國九十一年就任以來，積極建設台中市為「創意、活力、文化城」，除相繼舉辦重要文化活動之外，胡市長對於體育、文藝硬體建設上亦不遺餘力，台中洲際棒球場、圓滿戶外劇場等陸續完工。胡市長特別強調「城市競爭力」，希望將台中市蛻變為國際性的大都市，因此，積極推動都市行銷，爭取國外投資不遺餘力，以致中部科學園區招商熱絡，眾多高科技廠商搶先入駐，投資額兩年內接近一兆，建廠土地供不應求、僧多粥少的情況。中部科學園區已擴及台中縣后里、彰化等地區。齊備多元優勢與能量，等待發光發熱，台中市已蓄勢待發，準備站上世界舞台的中央。

一.本市商區簡介

創意與多元化的娛樂是台中這個消費型都市的競爭主力;台中市最主要的產業為服務業，全市商家超過六萬五千家。從全世界的第一杯珍珠奶茶開始，台中市融合了文化、藝術及美食的商業型態就此聞名遐邇；中部科學園區在各家面板大廠進駐後，週邊興起了新興商圈「TECH MALL」；充滿異國浪漫情愫的

「精明一街商圈」；登山步道景色優雅及在地山產美食風味令人食指大動的「大坑商圈」；聞名全省的台中名產「太陽餅」的「自由路商圈」；特色異國料理店家林立的「大隆路商圈」；逛街舒適徒步區中部地區最大資訊產品集散地的「電子街商圈」；日據時代的榮町迷人風華依舊的「繼光街商圈」；濃濃藝術氣息與餐廳外觀充滿濃厚異國風味的「美術園道商圈」；年輕學子流連忘返的「逢甲商。圈」、「一中商圈」，在歷史中微醺的前台中酒廠創意文化園區－「台灣藝術設計與建築展演中心」；以及擁有超過三百家流行、低價的服飾店、媲美台北市五分埔的「天津服務形象商圈」。多元的商業文化，讓人目不暇給。以下對本市商圈及知名夜市進行詳細介紹：

(一).美術園道商圈

1.藝術人文薈萃.異國佳餚雲集

綠蔭盎然、遊客絡繹不絕，只要您沿著紅磚道，優雅的環境，自樹葉縫隙灑落一地的陽光，自成格局，猶如一幅生動的都市油畫，遊客彷彿置身於童話屋的小小主角，處處皆是驚奇，加上濃濃的人文與藝術氣息，使美術園道商圈散發無窮魅力。位於國立美術館前綠園道五權西三街、五權西四街，就是此地區名聞遐邇的美術園道商圈。目前約有四十家商店，除以異國風味餐廳居多，另涵蓋服飾、精品、藝廊、傢飾等，形成獨樹一格的文化商圈。台中美術館前擁有得天獨厚的綠園道，綠蔭下蟬兒「知了！知了！」的合唱著，偶有新人至此取景拍攝婚紗照，假日時街頭藝人獻唱，更將美術園道點綴上濃濃的人文氣息！兩旁的商家，各自裝潢異國特色，讓客人在用餐之餘也能感受異國氛圍；

除景觀獨具特色之外，異國道地美食更蔚為特色，印度菜、泰國菜、港市點心、法式、雲南菜、義大利、上海菜，亦或是香醇咖啡等不同風味，挑逗著饕客挑剔的味蕾。

2.空間創造的自然藝廊

綠蔭盎然、遊客如織，沿著紅磚道，優雅的環境，自樹葉縫隙灑落一地的陽光，錯落有緻風格迥異的建築，自成格局，猶如一幅生動的油畫，訪客彷彿置身於童話屋的小小主角，處處都是驚奇，加上濃濃的人文與藝術氣息，使美術園道商圈散發無窮魅力。

3.異國風情展現綻放

在綠園道一隅的雲縷菁華，設計師結合東方與西方流行元素，將時尚東方風的概念置入作品中，復古與藝術衝擊出改良式的旗袍，不難窺見設計師的巧思。座落於美術綠園道一角的騷貓會館，集人文、藝術與咖啡香於一身，貓咪紙黏土、木雕貓咪彩繪、瑪麗亞愛心家園烘焙坊所製作的貓型餅乾等貓咪小物，甚至是寵物攝影，吸引愛貓人士蒞臨，提供愛貓族一個休憩交流的場合。由國立美術館延伸的周邊綠園道，形成一個人文、藝術薈萃的商圈。來訪遊客至美術館參觀，和家人散步於美術綠園道，或是騎著腳踏車到此運動、欣賞街頭藝人表演，若累了再選擇合適的餐館，感受這裡靜謐的午后與充滿異國風味的建築特色。在這裡，除能享受各國人文色彩的融合，選擇挑動味蕾的美食，另外，

精品、傢飾、服飾、飾品的進駐，讓民眾到商圈除了享受異國佳餚，還能盡情的逛街，尋找驚奇[3]！

(二).逢甲商圈

暮色低垂，正是下班下課時分，走入逢甲商店街，人群和車潮湧現，彷彿復甦的街道，飢腸轆轆的胃、蠢蠢欲動的購物慾隨著夜晚來臨，無論是青春洋溢的大學生、約會的情侶、飯後攜家帶眷散步，宛如朝聖般，紛至沓來。

逢甲商店街涵蓋範圍自逢甲大學校門口至福星路段，約四十家左右商家，以眼鏡行居多，本八番、年青人、寶島、仁愛、久丹奴等。除此之外，個性商店林立，精品服飾、包包、鞋子、飾品、彩妝保養品，有人說：「有學生的地方，就有最新最 IN 的寶物。」這句話套用在逢甲商店街一點也不為過，掌握韓風、日系等最新潮流與脈動，如果想知道年輕人最新行頭，走一趟逢甲商店街吧！

逢甲商圈最重要的特色是流行且「俗擱大碗」，琳瑯滿目的商品，最 IN 最 HITO 的流行小物，不僅逛得過癮，也買得過癮；而嘻笑怒罵的年輕男女，打扮入時的型男靚女，盡情享受青春釋放的活力，讓商圈瀰漫著一股年輕的氛圍；走進商店街，心情也隨著人、事、物而飛揚呢！

逢甲商圈鄰近逢甲大學、僑光技術學院，加上東西快速道路及中港路的發

[3] 《台中市商圈導覽手冊-10 大商圈買樂趣》，*台中市政府經濟發展處*，民國九十六年八月，http://travel.tccg.gov.tw/business/index-1.asp?id=1

展，帶動經濟起飛，中科效應，都市重劃，附近的土地開發帶動投資，逢甲商圈於是因應而生，形成「人多、錢多、機車多、汽車多、垃圾多」的情景。廣義的逢甲商圈涵蓋文華夜市與逢甲商店街，依附在逢甲大學兩側的門，再加上屋台街、便當街、碧根廣場、旗鑑廣場，攤販多達一千五百多個，每天車水馬龍，特別是遇到假日時，更是擠得水洩不通，為了讓大家能有一個愉快的夜晚，避免破壞逛街興致，建議大家到逢甲商圈一定要考慮停車問題，將車子停外圍街道，或是搭乘大眾運輸，再散步走進商圈，文華路進來，逢甲路出去，或是逢甲路進來，文華路出去，形成一個循環路線，就能將逢甲商圈百分之八十逛完；倘若人人皆能遵守，則可解決目前車水馬龍的現象，同時也能享有一個較佳的逛街品質。

逢甲商店街，努力將商圈塑造得如同巴黎的香榭大道—環境清幽的精品街，期待在創造商機之餘，也能維繫商圈的治安與景觀。如何區隔逢甲商店街與文華路夜市？商店街以銷售精品為主，而夜市則以小吃、地攤為主。若商家沒有走出獨特風格，很快就會被淘汰。即使逢甲商圈人氣買氣扶搖直上，但目前面臨最大的困擾就是環境與交通的問題，在商圈成立年餘努力已稍有成效，目前努力的方向為環境美化與植栽，期盼來逢甲逛街的人垃圾不落地，留下舒適的逛街環境，尊重自己也尊重他人；再者，期待大家能將汽機車停放商圈外圍，以免影響行人權益，也能避免交通紊亂，擠得水洩不通。逢甲商店街期待在創造商機之餘，也能持續維繫商圈的治安與景觀，讓逢甲的觀光勝地永保不

敗寶座。[4]

(三).電子街商圈

逛電子街，就算不買商品也可以吸收最新流行資訊，多樣化的電子產品與新資訊的傳遞，不僅讓在地的消費者趨之若鶩，同時也吸引外地人慕名而來，無論是選購電子資訊、電腦之組裝零件、軟硬體之材料、影音設備等應有盡有。電子街位於台中火車站前，已有三十年歷史，商圈範圍是由中山路 49 巷與綠川西街 93 巷形成的十字街區，約四十個店家，因街區店面已飽和，故新興店家紛紛往商圈外的中山路與民族路聚落，漸漸形成田字型的電子商圈腹地。

電子街目前銷售商品以電子、電腦、音響為主，銷售電子的商家，如宏茂電子、元華電子、瑞銘電子，所有電子產品應有盡有，可依個人需求選擇商品；電腦組裝商家，如飛登科技、遠太電腦、筑蒂電腦等，電子新貴或學生族群可依需求及預算比價選購；銷售音響的商家，金曲音響、永明音響、權威音響等，提供專業組裝音響、音樂零件，供專業人士選購。

電子街商圈相較於 NOVA 資訊廣場，電子街位於台中火車站前，享地利之便，除此之外，門市老闆多數都是親自服務，除較工讀生具備專業知識，態度親切與專業售後服務，是吸引多數消費者成為老顧客的最主要因素。

[4] 《台中市商圈導覽手冊》，*台中市政府*，民國九十六年八月，http://travel.tccg.gov.tw/business/index-1.asp?id=3

為尋找電子街老街新意，商圈主委更積極尋求各家原廠如微軟、技嘉、Intel、Epson、AMD 等，不定期舉辦大型促銷活動外，每年六月，更舉辦街週年街慶活動，吸引顧客，中秋時節，店家還在門前烤肉，邀請顧客來共襄盛舉。舉辦活動的目的除吸引顧客外，另方面，也能讓電子街內的店家活絡感情。市政府歷年為電子街商圈行銷活動，而電子街是十大商圈中唯一以電子資訊專業為主，期待能把握獨特性，將電子街成功拓展新的商業版圖。

小小的電子街徒步區，兩旁聚集眾多電子商家，在這可以看到多元化的產品、多樣化的選擇，從最小的電子元件、電腦及其周邊設備、個性電子商品、家庭劇院、LCD 高畫質、大畫面視訊產品、音響影音等視聽設備，因應消費族群不同的需求，在商圈管委會與店家的共同努力之下，共同打造電子科技城！

(四).天津路商圈

天津路服飾商圈內的店家數大約有 300 家左右，目前設有「台中市天津路服飾商圈管理委員會」（以下簡稱管委會），總幹事為詹政峯先生。商圈主要營業時間為周一至周日上午十點（有些店家為十一點）至下午九點（或十點）。客層結構主要是以批發客為主，除批發日（每周一、二）外，遊客（以下依當地習慣稱呼為散客）在天津路上零零落落，成為奇特的景象之一，和一般商圈的車水馬龍、門庭若市形成強烈的對比。來到天津路商圈，映入眼簾的是——成袋成袋的衣服，就這麼豪氣的擺放在店家門前，沒親眼見過的遊客很難想像那種壯麗的景觀！這是天津路商圈給人的第一眼印象！

其次由於這裡是批發中心，因此流行的腳步總是走在時代的最尖端，足足領先一般百貨、專櫃約兩個月之久。這也是流行達人絕不能錯過這裡的重要因素之一！除了價格上的優勢，領導流行也是天津商圈的宿命！八月初這裡的秋裝已經悄悄上架了。

百貨商家的降價通常是為了清庫存壓力，而天津商圈卻是有被迫拍賣的獨特因素。因為這裡有七成以上是進口服飾，從訂貨至交貨需二十天至一個月不等，這段期間要是發生大雨、颱風等不可抗拒的因素，造成購買欲望降低，而下批貨又將到貨時，就會產生積壓庫存的壓力湧現，這時即使剛進貨沒多久的商品，也都一率上竿特賣。

天津商圈每年有兩大活動：曬衣節和年貨大街

曬衣節其實就相當於百貨公司的春夏秋倉大拍賣，活動期間各店家的衣服都塞在花車上，場面相當壯觀有如在曬衣服般。現場並有舉辦趣味活動與歌手演唱，節目精彩萬分值得您前來共襄盛舉。年貨大街則是壓軸好戲，和一般百貨公司的秋冬拍賣同等性質。當天會有許多年貨可供挑選、試吃，讓前來的民眾有吃又有拿！如此的好事又能沾沾年氣，怎能如此輕易的就錯過呢[5]！

(五).大坑商圈

大坑擁有好山好水，觀光勝地促成大坑商圈再造，再這裡可以啖美食，泡

[5] 〝**天津路服飾商圈**〞，《台中市天津路服飾商圈聯合網》，http://tjclothes.taichung.emmm.tw/

溫泉、登山健行，享受身心靈舒壓的饗宴。大坑圓環商圈位處於大坑風景區的出入口，以大坑圓環為中心，結合鄰近商家而形成，大坑圓環為台中市僅存的圓環，大坑圓環上的土地公廟，是當地的著名地標，廟旁的楓香樹，樹齡約有三百年，樹葉茂盛翠綠是進出大坑風景區必經景點。大坑圓環商圈位於東山路、橫坑巷商街區段，其中以餐飲業居多，區內有民宅住戶及傳統市場、小吃店、餐飲業，又歷經九二一地震，但近年來在政府積極輔導規劃下，大坑地區豐富的自然與觀光資源，促成商圈再進，成為現代化的觀光旅遊商圈[6]。

旅途之中，除探訪旅遊景點，盡情享用當地飲食文化，也是旅程的樂趣之一。來到大坑商圈，為於圓環的冬冬芋圓為必享美食，人氣不墜的魅力，吸引大批遊客，直逼九份芋圓。另外，提到大坑美食，首推土雞城，如黑公羊、宜梅園、谷明等餐廳，推出道地傳統美食，大受饕客歡迎。結合自然景觀與休閒美食，大坑行之有年的辦桌文化，藉由活動打響大坑美食的名號，也為商圈帶動另一商機；另外，大坑四季各有不同的農特產品，如柑橘、文旦、柚子、枇杷、荔枝、龍眼等，並配合活動促銷；值得一提的是，麻竹筍為時令特產，配合農特產推廣活動，舉辦竹筍文化季，吸引遊客大啖美食。

提到大坑，規劃完整的九大登山步道，通盤連結，難度各異，假日時吸引市民及慕名而來的遊客登山、健行。沿著登山階梯拾級而上，沿途美景不斷，盡情享受大自然綠意時，森林裡的芬多精，更讓人釋放出所有壓力與疲勞。大

[6] 《台中市商圈導覽手冊》，*台中市政府*，民國九十六年八月，http://travel.tccg.gov.tw/business/index-1.asp?id=3

坑是新興的溫泉鄉，目前有麒麟峰、日光溫泉會館、東山樂園溫泉區，規劃不同風格的業者，提供泡湯族的多元需求。麒麟峰以日式造景為主，園區中還提供情人湯屋、溫泉汽車旅館、小木屋、露天咖啡吧、養生美食餐廳等。日光溫泉會館則提供精品及服務，給遊客高級的享受。東山樂園是台灣第一家溫泉遊樂區，也是台中地區唯一結合遊樂區、溫泉區、民宿、表演秀、花園餐廳、游泳池、及土雞城的優等遊樂區。

此外，規劃完整的野外森林遊樂區有中正露營區、郭叔叔野生彌猴等；陸光七村、左案音樂庭園咖啡提供遊客觀看夜景的浪漫享受。大坑的休閒農園、景觀餐廳林立，在此享受佳餚，還能坐擁絕佳的山景，美景與美食，交支出悠閒自在的氛圍。

台中市具有得天獨厚的地理環境，兼蓄傳統與時尚，還能並融自然與生態之美，而大坑即負起休閒踏青之責。身為台中人是幸福的，與市區咫尺之距就可登山遠眺，還能盡情享受芬多精。若要形容大坑之美，「自然生態、森林步道、道地美食、戶外體驗」，四大特點便足以道盡一切；此外，大坑的夜景也不寂寞，越夜越美麗的大坑更能展現其迷人之處，三五好友相聚，沏壺茶敘舊，便可拋卻一切憂煩。假日時，闔家到大坑踏青，露營烤肉、登山健行、休閒農場、溫泉洗禮等戶外活動各異其趣，更能盡情享受大自然之美[7]。

[7] 《台中市商圈導覽手冊》，*台中市政府*，民國九十六年八月，http://travel.tccg.gov.tw/business/index-1.asp?id=3

(六).市政商圈

台中市政商圈是未來台中市政的中心所在地，當然也是美食和購物的天堂，不管是對在地或外地的朋友來說，來到台中當然要好好地花上一天的時間來認識這個持續發光發熱的潛力商圈！現在的台中市政商圈除了有知名的「百貨金三角」外，有著天價的高級住宅區也是許多人想要朝拜的聖地，大家都想看看究竟價值幾千萬的房子有何獨到的風格和特色；而以惠文花市自成一格的「睬花大道」更是許多想要拈花惹草的朋友來到這裡固定要造訪的地點。而最新落成的台中市圓滿戶外劇場是未來中部藝文活動發展的重鎮，除了可以舉辦戶外大型演唱會之外，還可以舉辦音樂會，讓台中市民不只有流行娛樂的享受，同時也有古典藝術涵養的節目可以欣賞。未來這裡更會是中部國家音樂廳的所在地，這裡將成為台灣中部地區最具有藝術人文氣息的休憩據點[8]。

(七).公益路商圈

台中市公益路上的上班族，或許是全台中最幸福的一群人了，因為「午餐要吃什麼」這個最令上班族頭大的問題，在這裡完全不會是問題：從傳統的台式便當自助餐開始，到港式飲茶、日本定食、客家小炒、義式料理，一字排開任君選擇。除了多國料理選擇豐富，每一家餐廳紮紮實實的大坪數用餐環境，以及獨具風格的裝潢設計，更讓人可以暫時逃離煩悶的辦公室。　屬於台中全國商圈的公益路，左臨台中港路上的百貨購物天堂，右臨人文風情的精明一街，

[8] 〝市政商圈〞，《行動台中-台中市觀光導覽》，
http://travel.apbb.com.tw/%E7%AE%A1%E7%90%86%E8%80%85/%E5%9F%8E%E5%B8%82%E8%A7%80%E5%85%89%E5%B0%8E%E8%A6%BD/tabid/394/ctabid/389/itemid/567/Default.aspx

是個屬於上班族的小小角落。辦公大樓裡座落著惠普科技、聚碩科技、輝瑞大藥廠、財團法人聯合信用卡中心，還有中國信託、日盛證券、建華銀行等各家銀行辦事處，如此龐大且穩定的外食族群，當然使得公益路上的餐廳琳瑯滿目[9]。

(八).一中街商圈

一中街商圈北起育才北路、南至太平路的一中街（含育才南街）。鄰近明星學校台中一中、台中技術學院與台灣體育大學，除此之外，水利大樓內十餘家補習班林立，有台中「南陽街」之稱。

相較於逢甲商圈，一中商圈的消費年齡層更年輕，主要對象為附近學校與補習班學子，商圈型態則以青少年流行文化為主題，是一個展現青春活力的商圈。商圈內充滿年輕學子的朝氣與活力，擁有最流行時尚的資訊，吃喝玩樂在這裡樣樣行。人潮大多集中於一中街上，東山鴨頭、麻辣豆腐、茶飲、雞排、章魚小丸子、滷味、大腸包小腸等小吃，低廉而美味，照顧無數莘莘學子的胃。此外，一中街後段聚集許多有特色、經濟又美味的餐館，因而獲得個性餐坊街的美名。如「10e」商場內，集結年輕人時下所流行的各式新奇商品，裝潢及餐具都是馬桶的便所餐廳，另還有人氣不錯的阿水茶店、阿 Sir 茶居；水利大樓除補習班外，「一中一街」與鄰近的「一中二街」，店家以銷售流行服飾、包包、配件、飾品、文具等居多，值得一提的是，一中一街 B 館內，開設了一家日本視覺龐克店 BLACK SKY PUNK，為台灣引進日系龐克風，並致力推廣龐克街頭文

[9] 〝公益路商圈〞，《大台中觀光旅遊網》， http://travel.tccg.gov.tw/about/index.asp?m2_id=23

化，吸引許多熱愛龐克的老老少少，並定期舉辦「龐聚」。

一中街是個迅速成長的商圈，成長速度之快帶動附近繁榮，並不斷往外延伸擴展，原本只是依附在台中一中與補習班的一中街，漸漸湧現小吃攤販，因攤位飽和漸漸向外擴展至三民路、太平路，甚至延伸至中友百貨商圈，近期育才北街上積極擴展，「一中西門町」與「益民一中商圈」為新興的據點，預估佔地五千坪，主打五大主題國際風情大街，「購物大道、補習大街」的口號，吸引眾多投資客的注意，逐漸擴張的版圖，形成一機能日益完整的商圈。有趣的是，一般的商圈異業商店總是交雜聚集，而在一中街及外圍商圈，各種產業別分門別類比鄰而居，如服飾、小吃、眼鏡行、書店等，每種業別很巧妙的物以類聚，彷彿有秩序的小學生排排站，因而形成特定業種專區，如補教大樓、個性餐坊街、眼鏡街、流行服飾街、小吃街、書店街、體育用品街等，讓到此血拼的消費者可依個人目的而選擇聚落[10]。

(九).繼光街商圈

繼光街與隔壁的中山路電子街平行，但論歷史及距離都比電子街來得更長更遠。中區發展較早的繼光街商店街是知名且歷史悠久的布街。又因為地理位置與電子街及自由路大型百貨接近，常被拿來相提並論，但受新興商圈及大型百貨量販店的興起而人潮逐漸消退，商圈逐漸沒落。台中市政府期望藉由公共設施、行人徒步區的施設及街道景觀等空間改善、提昇商業經營環境功能，振

[10] 〝一中街商圈〞，《大台中觀光旅遊網》， http://travel.tccg.gov.tw/about/index.asp?m2_id=23

興中區商圈商機。

繼光街商店街規模保留台中市早期發展的商業型街道風貌，該地區在日據時代稱之為「榮町」。在台灣光復以前，以布店、飲食店、錶店及雜貨店等民生商業為主；日據時代至光復初期，可說是全台中市最熱鬧的街道之一，因此近年商圈輔導規劃執行，就是以打造台中「新榮町」並以「資訊」、「流行」、「生活」為商圈主題，以兼具流行與傳統，期望台中新榮町與台北西門町及高雄新堀江齊名。

繼光商店街不但居台中市繁榮核心、商業活動最頻繁的區域，而且距離台中火車站、各汽車客運站都很近。夾在這些區塊的新建大樓間，偶而還可看得到歷史古蹟，其中自由路的彰銀是仍然存留完整的歷史古建築，台中火車站是台中是最具代表性的古蹟建物[11]。

(十).精明一街商圈

精明一街是經濟部商業司第一批所規劃輔導的商圈之一，卻也是現今碩果僅存的一處。精明一街能夠發展至今天，成為台中地標之一，就是因為每個店家都很努力的創造品牌與口碑，加上管委會組織健全、上下一心的結果。台中市精明一街商圈座落在大墩十九街與大隆路內，以休閒浪漫的露天咖啡行人徒步街道聞名，其周圍大墩街和大隆商圈急速發展，知名店家已達有一百多家，三個商圈結合休閒與購物之便利，把台中市商圈改變成異國風味而至具獨特性

[11] 〝台中繼光商店街商圈〞，《來去台灣生活網》，http://www.go2tw.net/www/sitepage/District_View4007.html?Mode=Pic

之商業圈[12]。

(十一).大隆路商圈

走進大隆路商圈，瀰漫著濃濃浪漫歐式異國風情的複合式商店街，從精誠路到東興路之間，短短 300 公尺的距離，就有 50 幾家精品名店，是追逐時尚、流行與休閒的平面 shopping mall。這裡有異國風味美食、時尚藝品、流行服飾，各國名牌皮包、皮件、童裝、精緻珠寶、古董家具及國際名牌時尚眼鏡，應有盡有，貴婦名媛，衣香鬢影，流連忘返，來一趟大隆路購物，可滿足一家人的需要。白天，大隆路上兩側的細葉欖仁樹，與橡木桶內的花卉，相互輝映，隨風搖曳，還有各家店家門前植栽的蒔花弄草，好像徜徉在都會裡的花園大道，也符合了政府所推動的美學經濟。到了夜晚，迷人的火樹銀花聖誕燈燃亮夜色，街頭藝人的演唱，此起彼落，動人的拉丁情歌，時而悲壯，時而憂傷，時而狂熱，如醉如痴。

每年的跨年晚會，是年度的重頭戲，我們歡迎貴客、情侶，攜家帶眷前來倒數，穿越年代，擁抱未來，既熱鬧也溫馨，人間有愛，大隆有情！大隆路商店街位於台中市西區五期重劃區內，東面緊臨中港全國商圈。至民國 84 年廣三崇光百貨進駐後，大型商業勢力正式在此形成。近年來七期內的主題餐廳林立，其特色獨特、時尚的硬體建築，寬廣、綠美化的商業環境空間，週邊停車場的設立……等等。明顯的吸引許多大隆精明商圈的顧客。尤其是文心路以西，大

[12] 〝精明一街〞，《玩全台灣旅遊網》，http://okgo.tw/buty/00778.html

隆路至大業路這段，從麥當勞到新國自在的市政自中海建築，其商業空間的規劃，提供消費者極佳的視野空間與購物環境，家樂福複合式的大賣場，這個區塊儼然已形成了新的購物、消費休息的新思維與模式。

(十二).自由路商圈

自由路商圈成立於 95 年，為台中市第十個商圈，目前有 120 家左右的商家，商店多元化，涵蓋糕餅業、服飾業、銀行、皮鞋店、皮飾店等，其中名聞遐邇的台中名產即是太陽餅、鳳梨酥，全盛時期除自由路，週邊中山路、繼光街等，餅店林立。

目前在自由路上的餅店有阿明師、元明商店、寶泉、太陽堂餅店、太陽堂老店、太陽堂老舖、天水雅集等，及日前新進駐的太陽餅商家有魏清海太陽餅老店、九個太陽博物館，為太陽餅商圈注入另一股新鮮的活力，而且時常推出優惠特賣活動，大大提昇買氣。商圈內太陽餅老店林立，所產生的太陽餅皮酥餡香、可以品嚐到外酥內軟的口感、以及香甜不黏膩的麥芽香，口感獨特，深受消費者喜歡。而各自傳承太陽餅手藝的老師傅們，在餅店內不斷研發及改良太陽餅，使太陽餅的口味更加多元、變化，且具獨特風格。

中區曾經是代表台中市的指標性地區，因為時空變遷與發展的偏移，必須商圈再造才能再造商機，期待市府改善環境品質，提高公共服務水準作為首要的發展策略，達成安全、便利、舒適與充滿希望的生活都市目標。日前，為推動

商圈成為乾淨、高品質的商店街，市府發動的清潔日有數個店家包括九個太陽、魏清海、寶泉、太陽餅老店紛紛響應，各家派出五六個員工，為商圈附近一百多公尺清潔打掃，共同為商圈盡一份心力。

除此之外，目前有五家銀行矗立於自由路商圈，分別為合作金庫、土地銀行、慶豐銀行、彰化銀行、遠東國際商銀等，堪稱台中市的金融重鎮，也可窺見過去中區的繁華，值得一提的是自由路的彰化銀行是存留完整的歷史古建築。如果你到自由路商圈來，千萬別忘了抬頭看看這些古色古香、特色別具的樓房，或許、你會看到前人努力的痕跡，從自由路上圈、擴及到整個臺中市的範圍，就像太陽的放射光芒一樣，閃耀著我們現在享受的成果。

「注入活水，使其新生」是自由路商圈的目標，期望透過景觀再造，帶領自由路商圈走入國際，成為觀光客的新視野。走在自由路上，濃郁的咖啡香、精緻可口的糕餅、流行的金飾、鞋業，以及商業銀行等映入眼簾，觸動著每個人的味覺、視覺與嗅覺，未來如何使這條過去最繁華的街市再現風華，將是自由路商圈推動的主要課題。鄰近的中山公園古色古香，是自由路最重要的資產，屬於台中市重要的歷史景點，也是許多老台中人共同成長的記憶，讓整體商圈更趨豐富完整性，期盼能再造新景觀，吸引人氣，進而帶動觀光人潮進入商圈消費[13]。

(十三).中科商圈

[13] 〝自由路商圈〞，《大台中觀光旅遊網》， http://travel.tccg.gov.tw/about/index.asp?m2_id=23

中科為台中科學園區簡稱，於民國 91 年 9 月成立，至今已邁入第三期擴建，開發期程為 92 年至 101 年，分為三個園區，虎尾園區、台中園區、及后里園區，其中又以台中園區面積最大，達 413 公頃，位於台中縣市交界處，交通便利，附近週遭也隨著中科的發展而慢慢的興起！

中科商圈若擴大來說，原永福路、福科路皆因中科的興起而愈加熱鬧，這裡除有愛買量販店之外、聚集了各種運動服飾品牌、春水堂、新學友書局及小吃店，另外薇風精品商圈也是因中科而興建，這個區域原就是高級住宅區，所以一到晚上總是熱鬧非凡。中科商圈主要沿著西屯路三段分布，接近東大路附近因為餐廳的進駐，儼然形成了一個小商圈，不少知名餐廳坐落，也引來各式各樣的店家，每到週末假日，總是許多人潮到這品嚐美食，再加上交通的便利性，及停車場的規劃，漸漸成為外來遊客的用餐聖地！

(十四).昌平商圈

台中市商圈各具特色，不管是吃的、用的、穿的、玩的，通通一應俱全，而今北屯區昌平路皮鞋店業者打著「行在昌平」的口號，為昌平皮鞋商店街催生，昌平皮鞋商圈終於在十月份正式成立，成為台中市第十一個商圈。提到北屯區昌平路，很多人都不陌生，在早期曾是紅透半邊天的手工製鞋區，吸引各縣市民眾購買，整條街一到假日往往擠得水洩不通，盛況空前。昌平皮鞋商店街商圈主委 江勁航表示，雖然百家鞋店的榮景已不復見，不過昌平皮鞋商圈的特色

在台中市絕無僅有，也希望透過特色商圈的成立，再次打響「昌平皮鞋」的知名度，往後民眾只要有腳上的需求，到這裡絕對包君滿意。昌平皮鞋商圈範圍從文昌東十二街到興安路，二十多家鞋店男鞋、女鞋、童鞋、休閒鞋一樣不缺，款式相當多元化，而價格方面更是實惠，同等級的鞋款在昌平皮鞋商圈只要不到五折的價錢即可購得，店家們要用物美價廉的鞋子，擦亮昌平皮鞋商圈的招牌，復甦景氣[14]。

(十五).中華路夜市

擁有四十多年歷史的中華路夜市，是台中市早期最具代表性的夜間市集，當時每天晚上都有成千上萬的人潮湧進中華路與公園路，各個美食、服飾、娛樂、用品等攤子都熱鬧滾滾，整條路上擠滿人潮，也讓台中市成了一座不夜城。中區曾為台中市最繁華興盛的地方，約在 60、70 年代時，百貨公司、商業大樓與市政機構林立，白天人潮多聚集於傳統市場、百貨公司、商店街上，夜晚則以中華路夜市最為熱鬧。中華路除了夜市外，還有多家電影院，全盛時期有六、七家電影院同時存在，據在地居民表示，每天從下午 5 點到晚上 12 點，可以看見人潮把中華路塞得水洩不通的盛況。 近十多年來，隨著科技進步、交通發達與都市重心的轉移，中區逐漸沒落，中華路夜市的繁榮景況也大不如前，原本

[14] 〝昌平路商圈〞，《黃金時報》，http://www.nowforyou.com/epaper/news_d.asp?xno=20081120183946137

只專賣單一產品的店家，如：蚵仔煎、蚵仔麵線、燙魷魚、潤餅、刈包等小吃，也為迎合顧客的需求而改變經營模式，紛紛加入快炒、湯品等多樣化料理。 過去有許多民眾會從大里、太平、清水、沙鹿、彰化等郊區來到台中市區逛街遊玩，但這些年下來，各個地區也陸續發展，民眾就近逛街購物、嚐美食，加上逢甲、一中、東海學區夜市興起，相對中區人潮逐漸減少，除了假日會有較多觀光遊客外，平日以在地顧客為主。 縱然中華路夜市少了曾經的風華歲月，但夜市裡的那份人情味與感動仍然存在，走進中華路，各個小吃攤老闆熱情的招呼著，一句「今天想吃什麼？」或是誠摯的笑容都讓人倍感窩心，不僅為民眾除去繁忙工作的壓力與生活腳步的催促，也真正感受到傳統淳樸的台灣味[15]。

第四章 結論

自從開放中國大陸觀光客來台即將位觀光業帶來大筆商機，各縣市政府莫不摩拳擦掌迎接陸客，雖然台中市沒有天然觀光資源，但本市觀光業者認為，日月潭及阿里山是中國大陸觀光客來台必遊景點之一，都必需經過台中市，只要留住觀光客在台中市住宿一夜，就有無限商機，同時市府也積極營造台中市成為消費型都會，將現行各商圈進行再造，讓台中市相關行業蓄勢待發，希望能讓中國大陸觀光客留在台中市久一點，不管食、衣、住、行都能為台中市創造龐大商機。台中市雖然沒有天然景觀資源，卻擁有許多特色夜市小吃、特色商圈，加上百貨公司、購物中心、量販店林立，ＰＵＢ、酒店、高檔餐廳、五

[15] 〝中華路夜市〞，《大台中觀光旅遊網》，http://travel.tccg.gov.tw/business/index-1.asp?id=16

星級飯店樣樣俱全，五光十色的夜生活也很精彩。因此台中市沒有天然觀光資源，也能好好打造觀光業，台中市素有文化城美名，例如科學博物館、國立台灣美術館，都各具特色，尤其國美館以台灣本土藝術為主，跟中國大陸當地的展覽館風格截然不同，還有經國大道、美術館園道、大坑風景區的泡湯業也是一大賣點因此，只要用心經營，沒有天然觀光資源，也能吸引觀光客。

臺中市觀光產業的發展，目前仍見對過去所遺留之問題，以下就產業發展、資訊服務、大眾運輸工具、風景區開發、都市風格、文化旅遊、都市行銷、管理問題與兩岸通航等方面，檢視台中是觀光旅遊發展的困境:

(一).產業發展

臺中市雖為中部五縣市的中心都市，擁有多加國際觀光旅館，深具商業機能及人文觀光發展潛力，但若與其他地區比較，缺乏文化古蹟與自然觀光旅遊資源，難以帶動國際觀光旅遊產業的發展。根據歷年的統計，來台觀光的國外旅客所遊覽的地區仍集中於北部地區，到訪台中市的國外旅客不及國際觀光客來華之一成，顯見台中市國際知名度仍有進步空間。

自 91 胡市長上任後積極將台中市推向國際舞台，除多次與各國締交姐妹市、出國參訪各國、積極行銷台中，並邀請友邦元首來台中市參訪、消費及在新落成之洲際棒球場舉辦世界杯棒球賽、北京奧運八搶三資格賽等一連串國際

級的棒球賽事，使各國球迷打開電視轉播即可看到台中市的洲際棒球場，作為令類的城市外交。

(二).資訊服務

臺中市觀光資訊服務欠缺整合，包含解說設施、中英文路標設施等旅遊資訊系統等設施仍顯不足，影響國內外遊客對本市遊憩資訊瞭解與認識，對於台中市國際化目標產生重大影響。在先天上台中缺乏自然觀光資源，在中不僅能以商業機能、住宿品質與都市人文遊憩活動有其優勢，本府雖有市區旅遊資訊摺頁可供旅客參考，但若能結合民間團體的支援，提供建議旅程之完整資訊，將更有利於觀光產業之發展。

(三).大眾運輸交通:

在胡市長上任前，臺中市的大眾運輸工具不夠普遍，服務品質與路線涵蓋不足向來為市民所詬病，來台中市參訪旅遊的旅客仍以私人運輸工具為主要的交通方式，間接增加市區交通負荷。且市區內部現有大眾運輸工具為公共汽車，由於車齡老舊、司機服務品質不佳、容易誤點、交通路線涵蓋不足，直接影響市民搭乘意願。此外，計程車司機形象不佳、漫天喊價、不跳表行駛等歪風，破壞外來遊客對本市印象。

自胡市長上任後，積極推動大眾運輸工具之發展，本市第一條捷運即將於

98 年度動工，成為全國第三條有捷運之城市。本市捷運初步規劃為綠、紅、藍線，搭配台鐵高架化、捷運化，使台中市的交通更為便捷。為使民眾未來能適應捷運+公車的搭乘模式，在交通處的精心設計下，推動高潛力公車、TTJ 捷運公車等計畫，並積極汰換老舊公車、增加路線等方式，使搭乘意願呈高度成長態勢。

(四).風景區開發

大坑地區開發緩慢，在胡市長上任前已有露營區、體能鍛鍊場與登山步道等，但許多設施老舊且欠缺包裝行銷，在交通局、經濟處近年來積極改善與推行大坑商圈等不遺餘力，將各項步道之特色以摺頁方式分送市民，並舉辦大坑竹筍節等農產品特賣活動，積極推銷大坑觀光地區產業。

(五).兩岸三通後的新契機

在宣佈兩岸三通後，將可能為台中的觀光產業帶來新的契機，三通後，台中港、清泉崗機場可作為兩岸對口直航港與機場。兩岸三通後亞洲國際觀光旅遊市場將有變化，中國大陸與臺灣有可能因不同的風格特色而包裝為套裝遊程，提供國際觀光客多樣化的選擇，間接增加台中視國際旅客的到訪率，將有利於航空交通建設之推動，藉由活動所衍生的消費交易，帶動相關產業的發展。