目　　錄

第一章　緒論 1
一、研究緣起 1
二、研究目的 3

第二章　國外案例比較 4
一、國外案例 4
二、案例介紹 4
三、本市（合併前）與維也納、布拉格比較 9
四、評析 11

第三章　研究方法 12
一、田園調查法 12
二、態勢分析法（SWOT 分析法） 20

第四章　本市行銷策略 27
一、行銷組合（4P 27
二、本市於行銷組合（4P）之運用 28

第五章　研究發現與建議 32
一、如「風」的交通運輸 32
二、如「林」的居住品質 32
三、如「火」的體育活動、賽事 33
四、如「山」的古蹟、藝文活動 33

參考文獻及資料 36

第一章　緒論

一、研究緣起

本市為臺灣第三大都市，位居於臺灣中部，是南北重要樞紐，而且氣候穩定，年平均溫度為 23 度，可說是四季如春。本市的文化資產豐富、都市計畫完善、各項硬體建設皆已具備，從自然環境與行政規劃觀之，可說是一個適合人們居住的城市，截至 98 年 6 月底本市人口數已達 107 萬人。

與臺北市、高雄市兩個城市比較，北高與世界接軌、國際化程度較高，因此本市國際能見度與北、高二市比較之下，確有望塵莫及、難望其項背的感覺。回溯歷史，臺灣的第一個都市計畫，係誕生於本市，才約莫一個世紀的光景，卻已不及北、高二市，探究原因，依個人拙見包括：1.北、高兩市皆為直轄市，有充足的行政資源、預算可運用。2、北、高兩市皆鄰近國際機場、國際商港，與國際連繫交通便捷。3.、都市的定位欠明：臺北市為全臺行政、金融中心，高雄市為臺灣最大工業城市，甚至新竹市也以電子工業聞名於世，然本市卻沒有獨步全台、提名立萬之處。故，本市雖已貴為臺灣第三大部市，然而目前國際化程度仍有所欠缺，於世界上能見度尚顯不足，因此本市應擬定屬於自己的「藍海策略」。所謂「藍海策略」，其核心思想主要在於價值的創新，離開舊有之競爭市場，另行開闢出屬於自己絕對優勢的市場。

近年來，本市升格為直轄市的主張，即不斷為執政者所提及、倡導，並為地方人士所引領期盼，在諸方汲汲營營、披星戴月的奔波努力下，終於在今年（98 年）6 月 23 日經內政部審查通過臺中縣、市預定 99 年 12 月 25 日合併升格為直轄市改制案，將使得大臺中市面積達 2214.89 平方公里（以下節錄自維基百科：臺中市面積 163.42 平方公里，臺中縣面積 2051.47 平方公里），總人口數達 260 萬人（以下節錄自維基百科：臺中市總人口數至 98 年 6 月為 1,070,145 人，臺中縣總人口數至 98 年 5 月為 1,559,198 人）， 大臺中市儼然已具備和臺北市（以下節錄自維基百科：面積 271.79 平方公里，總人口數至 98 年 6 月為 2,616,520 人）、高

雄市（以下節錄自維基百科：面積 153.59 平方公里，總人口數至 98 年 6 月為 1,526,420 人）平起平坐的地位，相信對於本島北中南區域均衡發展有一定推波助瀾效果，也相信對於本市由臺灣本島地方都市蛻變為一個國際新都能發揮一定乘數效果。

合併後大臺中市為一幅員廣大的都市，因此市內區域發展均衡，即為重要課題，根據 98 年 7 月 9 日聯合報報導，因應縣市合併升格，臺中市政府都發處提出「大臺中區域發展策略」，規劃臺中市為區域中心，並在臺中縣打造 6 地方中心。都發處委託逢甲大學都市計畫與空間資訊學系，研究縣市合併後的區域發展策略，該系提出建議未來臺中直轄市將以現在的臺中市為區域中心，並在臺中縣打造 6 個地方中心，分別是豐原市、梧棲鎮、太平市、大里市、烏日鄉與大甲鎮。臺中縣市合併後，將以中部科學工業園區臺中基地為中心，形成科技走廊；清泉崗國際機場、高速鐵路臺中站及臺中港則聯合建構成運轉金三角，藉此提高區域間及與亞太地區鄰近國家人流、物流往來。 此外，包括中科后里基地、中科臺中基地、臺中新市政中心以及高鐵臺中站將成為大臺中產業發展中心；以臺中市為區域行政、金融、文化、工商服務及經貿園區中心形成「政商精鑰核心」，藉此提升大臺中市國際競爭能力。

綜上，可得知大臺中市未來邁向國際新都，並不是侷限於現今臺中市轄區範圍，必須和臺中縣山海屯地帶相輔相成、攜手共進，才能相得益彰，散發出國際新都的光芒，然而這樣仍顯不足，「國際新都」只是一個初級目標，未來必須以昇華成一個「國際『優質』新都」為終極目標！因此，探討本市成為一個「國際『優質』新都」，即為本報告之研究緣起！

二、研究目的

筆者於今年４月至歐洲內陸旅遊，參訪了奧地利及捷克兩個國家，旅途中來到了數個知名城市，其中包括了維也納、布拉格。維也納是著名「音樂之都」，不但到處可聞樂音，也隨處可見對大師的緬懷之情，除此之外維也納本身也曾是奧匈帝國首都，故歷史文物古蹟充斥於市區各地 。布拉格則是著名建築之都，因此博得「建築博物館」之名，不論是巴洛克式建築、哥德式建築等，隨處俯仰皆是，讓人目不暇給，而布拉格本身也是神聖羅馬帝國偉大君主查理四市定都之處，教堂、城堡隨處可見，有種讓人與古人心靈交會、擦身而過的錯覺，瞬間永恆的感動，莫名油然而生！

所謂：「他山之石，可以攻錯。」，冀望藉由筆者於維也納、布拉格兩大都市的旅遊經驗，在本研究中併入探討之下，能夠發掘前述二都的優、缺點，並以旁觀者觀點，提供本市於都市設計、城市再造工程上能夠有突破性的建議，尋找本市的獨特性，以創造具備如「風林火山」特質的城市風貌，讓外來的人士，不論是本國人或者是外國人，在拜訪本市時皆能有發自本能的讚嘆反應，無論是人文或自然方面，皆能同有我在異鄉瞠目結舌般的感動，一輩子都不能忘懷！因此，推動本市成為一個令人感動的「國際『優質』新都」，即本研究之最重要目的！

第二章 國外案例比較

一、國外案例：

本研究之國外案例，以維也納、布拉格為主，這兩個城市皆是國際知名城市，也是著名的觀光勝地，藉由對上述兩個城市的敘述，並與本市為比較分析。

二、案例介紹

（一）、維也納：（以下節錄自維基百科）

1、地理概況：

維也納（德語：Wien）是奧地利最大的城市和政治中心，位於多瑙河畔，面積 414.65 平方公里，人口約有 165 萬人。也是聯合國的四個官方駐地之一，除此之外維也納也是石油輸出國組織、歐洲安全與合作組織和國際原子能機構的總部以及其他國際機構的所在地。維也納之所以能夠成為中歐最重要和最大的城市之一，應當歸功於它優越的地理位置。維也納位於阿爾卑斯山的東北麓和維也納盆地西北部之間， 多瑙河流經其中，是東西向多瑙河航線和南北向琥珀之路的交叉點。

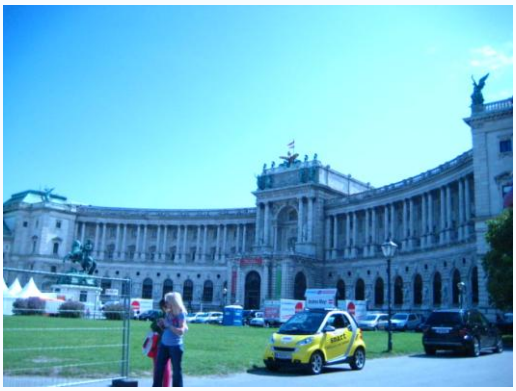
2、歷史：

維也納城市歷史可以追溯到 13 世紀，一直到哈布斯堡王朝統治時作為首都和統治中心而聞名世界，此後維也納是神聖羅馬帝國（1278 年起）、奧地利帝國（1806 年起）和奧匈帝國（1867 年起）的首都。維也納有「多瑙河的女神」之美譽。羅馬帝國和奧匈帝國時代的輝煌為維也納留下了不計其數的雄偉建築。而作為「音樂之都」也吸引了貝多芬、莫扎特和馬勒等眾多音樂家，也留下了許多古典主義音樂作品和文化遺產。另本地飲食藝術和咖啡文化也是遠近皆知，使得該城成為一座舉世聞名且深受歡迎的旅遊城市。

3、景點：

遊客可乘坐馬車行走在維也納的內城（即老城），老城的中心是史蒂芬大教堂，也是維也納的標誌，城內還有維也納國家歌劇院、霍夫堡皇宮、有名的蛋糕店和旅館，還有各式各樣的酒館、舞廳和藝術畫廊等。本市的大部分旅遊景點事常年開放，比如美泉宮（又稱熊布朗宮）、霍夫堡皇宮、貝爾佛第宮和維也納博物館區。其中美泉宮及維也納歷史中心則入選聯合國教育科學文化組織的世界遺產。

【美泉宮】



【維也納歷史中心】

4、藝術：

幾個世紀以來，維也納一直是古典音樂和歌劇的中心，被譽為「音樂之都」，維也納的古典主義音樂在世界上聞名遐邇，幾百年來出現了不計其數的作曲家，至今仍影響和激勵著當代音樂家。出生在維也納的還有舒伯特、老約翰·施特勞斯、小約翰·施特勞斯等。另有無數音樂家曾在此學習、生活和投身音樂創作，其中包括海頓、莫扎特和貝多芬，還有李斯特、馬勒、勃拉姆斯、維瓦爾第等。

5、國際地位：

維也納同時也是一座國際會議城市，2006 年共承辦了 147 項國際性會議，超過巴黎和新加坡成為世界最受歡迎的國際會議城市。在歐盟範圍內，維也納是生活品質高、犯罪率低的城市，因此根

據 2007 年的數據，維也納並被經濟學人評定為世界上最適合居住的城市之一。

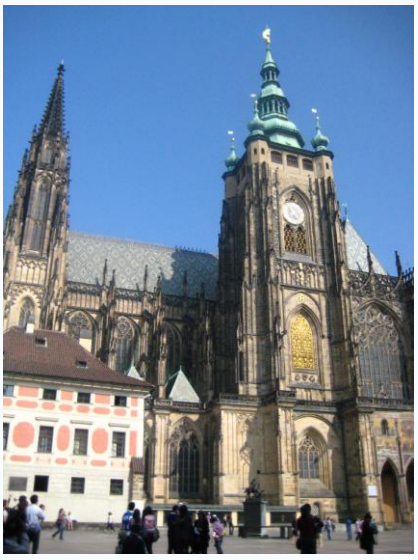
（二）、布拉格：（以下節錄自維基百科）

1、地理概況：

布拉格是捷克共和國的首都和最大的城市，位於伏爾塔瓦河（德州易北河支流）流域，該市地處歐洲大陸的中心，在交通上一向擁有重要地位。面積為 496 平方公里，至 2006 年 3 月止，人口為 118.3 萬，以歷史、建築、音樂著稱，是一座著名的旅遊城市。

2、歷史：

布拉格是一座歐洲歷史名城，始建於西元 9 世紀。西元 14 世紀，在查理四世統治時期，成為神聖羅馬帝國兼波希米亞王國的首都，而達到鼎盛時期。查理四世在位其間留下許多雄偉建築，其中最為顯赫的建築就是聖維特大教堂，是中歐採用了哥德式建築首例。後來，他也建立了中歐、北歐和東歐的第一所大學，稱為查理大學，是捷克最古老的大學。同年，還在老城的旁邊建立了新城，於新城和小城之間則架起了查理大橋。



【聖維塔大教堂】

【查理橋】

3、藝術：

布拉格也是歐洲的文化重鎮之一，歷史上曾有音樂、文學 等領域眾多傑出人物，如作曲家莫扎特、斯美塔那等、作家卡夫卡等人在該城從事創作活動，該市目前仍保持了濃郁的文化氣氛，擁有眾多的歌劇院、音樂廳、博物館、美術館、圖書館、電影院等文化機構，著名的文化設施有布拉格國家歌劇院、布拉格國立劇院、魯道夫宮、國家博物館、國家圖書館、國家美術館等。每年布拉格都要主辦一些國際性的文化活動，其中尤以各種音樂活動最為顯著，如布拉格之春國際音樂節（每年 5 月）、布拉格之秋國際音樂節（每年 9-10 月）。另每年會舉辦的 3 項國際電影節，包括當代歐洲電影節（每年 1-2 月） 、國際影視頻節目節（每年 3 月）、同一個世界國際電影節（每年 4 月）。

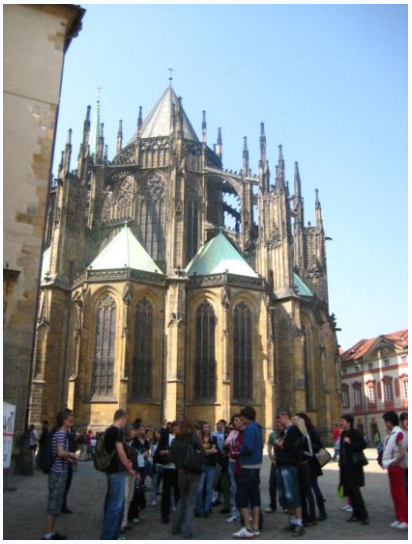
4、交通：

布拉格的公共運輸設施是一個完整的交通系統，包括地鐵、電車、公共汽車、登山纜車，以及布拉格動物園的架空纜車，全部使用一個共同的售票系統，由首都布拉格交通公司統一運營。布拉格的魯濟涅國際機場是一個年客運量達 500 萬人次的大型國際機場，被認為是歐洲最現代化的機場之一。

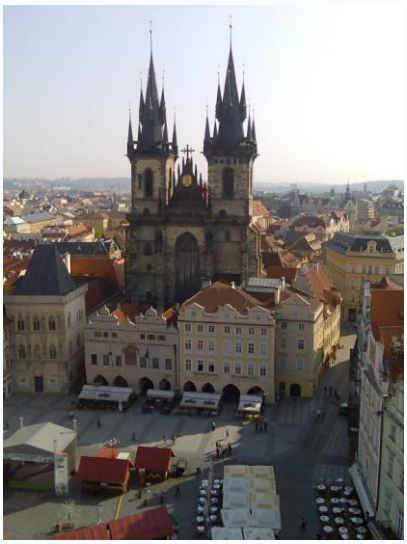
5、建築：

布拉格在第二次世界大戰期間遭受的破壞比歐洲其他大城市輕，因而大部分歷史建築得以完畢地保留了下來。在這裏，可以看到世界上各式各樣的建築風格，從羅馬式、哥德式建築、文藝復興、巴洛克、洛可可、新古典主義、新藝術運動風格到立體派和超現代主義。而其中數量最多、也最著名的仍是哥德式和巴洛克式建築，建築給人的觀感是建築頂部變化特別豐富，各種尖塔和圓頂高低錯落，連成一片片的塔林，並且色彩極為絢麗奪目，因而布拉格擁有「千塔之城」、「金色城市」等美稱，號稱歐洲最美麗的城市之一。

西元 1992 年，布拉格歷史中心列入聯合國教科文組織的世界文化遺產名單。在布拉格的眾多景觀中，最重要的應該要算布拉格城堡和聖維特大教堂。布拉格城堡其歷史可以追溯到公元 9 世紀，迄今已有 1000 多年的歷史，城堡長 570 米，平均寬約 130 米，是世界最大的古城堡。聖維特大教堂興建於 14 世紀查理四世時代，直到 1929 年才完全建成，它不僅是布拉格總教區的主教座堂，也是神聖羅馬帝國皇帝的加冕教堂，並為中歐地區的第一座哥德式大教堂。小城區是當年的德國人聚集地，尤以巴羅克式教堂為特色，是波希米亞巴洛克建築的傑出代表，以聖尼古拉教堂為著。



【城堡區】



【舊城區】

三、本市（合併前）與維也納、布拉格比較：

城市名稱 / 比較項目	臺中市	維也納	布拉格
面積	163.42 平方公里	414.65 平方公里	496 平方公里
人口	107 萬人	165 萬	118 萬
政治地位	臺灣第三大都市	奧地利首都 及第一大城	捷克首都 及第一大城
城市歷史	1890 年臺灣巡撫劉銘傳始建城池及官署建築物	追溯到 13 世紀	建城於西元 9 世紀
代表景觀	臺中市中山公園之湖心亭、臺中市政府、臺中火車站、國立自然科學博物館、國立臺灣美術館、夜市	史蒂芬大教堂、霍夫堡皇宮、美泉宮、貝爾佛第宮	布拉格城堡、聖維特大教堂、查理大橋
公共運輸設施（市內）	以公車為主	電車、公共汽車、地鐵	地鐵、電車、公共汽車、登山纜車、以及布拉格動物園的架空纜車，所有這些服務使用一個共同的售票系統。
代表文化	飲食、民間習俗、宗教	古典音樂、歌劇、飲食	音樂、文學
重大藝文活動	元宵燈會、爵士音樂節	維也納新年音樂會	布拉格之春國際音樂節、布拉格之秋國際音樂節、當代歐洲電影節、國際影視視頻節目節、同一個世界國際電影節

城市名稱 比較項目	臺中市	維也納	布拉格
建築風格	巴洛克式建築、文藝復興建築、寺廟建築	哥德式建築、巴洛克、洛可可、百水先生（被稱奧地利的高第）的前衛風格建築	羅馬式、哥德式建築、文藝復興、巴洛克、洛可可、新古典主義、新藝術運動風格到立體派和超現代主義
被聯合國教育科學文化組織選為世界遺產	無	美泉宮（又稱熊布朗宮）、維也納歷史中心	布拉格歷史中心
城市特質	兩岸宜遊城市第一名	世界知名旅遊城市、國際會議城市	世界知名旅遊城市
國際機場	臺中清泉崗機場（主要的客運服務仍以國內線及大陸線為主，而國內線部份又以離島為主。）	維也納國際機場	魯濟涅國際機場（是一個年客運量達 500 萬人次的大型國際機場，被認為是歐洲最現代化的機場之一）
別名	文化城	音樂之都	千塔之城、金色城市、建築博物館

（自行整理）

四、評析：

1、維也納、布拉格兩個城市皆有馬車運輸，可以給人思古之情，然而馬匹所產生之排泄物，卻未及時處理，不但有礙觀瞻也臭氣沖天，讓人有不舒服的感覺，本市雖沒有相同情況，然而狗大便也隨處可見，也同樣令人厭惡。

2、維也納、布拉格兩個城市皆有百年以上的建築，可見其保護文物用心，在旅遊其間也聽聞歐洲人對於建築物常花費數十年甚至數百年興建、維護，讓人感受到歐洲人一絲不苟、講求慢工出細活的嚴謹態度，這是可供我們學習的。

3、在歐洲的古蹟內，只見紀念品販賣，很少有餐點、飲料提供，然而臺灣的古蹟卻常常出租給民間作餐館、咖啡廳，如淡水紅樓、高雄英國領事館、本市的臺中放送局、市長公館等，這樣作法對於古蹟之保存，並無助益，可能導致加速古蹟損壞，實令人省思！

第三章 研究方法

一、田園調查法：

（一）、研究方向：

本研究係先蒐集相關本市的古蹟文物、特色商圈、特產等相關資料文獻，並就其中具有獨特性的代表景點、文物，作實際調查並拍攝影像，以了解本市的優劣之處，因而擬定本市成為一個「國際『優質』新都」的藍海策略。

（二）、研究範圍：

雖臺中縣、市將於明年底合併為直轄市，但本市現有行政區域於未來大臺中市，將仍扮演政經的軸心，故本研究的範圍仍以目前本市８個行政區域為主，如有涉及臺中縣轄區範圍，亦一併於本研究中敘明。

（三）、研究範圍：

1、歷史古蹟：

（1）、臺中市中山公園：（以下節錄自臺中旅遊網）

位於自由路二段與公園路之間，面積達 10.5 公頃，園內花木扶疏，老樹成蔭，公園中有一人工湖，湖上相連的雙亭，即為有名的湖心亭，朱紅色的亭簷倒影映在水中，可是本市代表的景觀之一。公園建於清光緒 34 年，可謂歷史悠久，是市民休閒逗留、運動的最愛場所。湖畔並有小船出租，可供遊客徜徉湖上。繞過人工湖即可見望月亭、砲台山古蹟是台中僅存的台灣府城遺跡。湖心亭於 88 年 4 月 17 日，經學者專家的評估公告為「市定古蹟」，公告範圍包括了亭體及鄰近的中山橋路。

【中山公園-湖心亭】

(2)、臺中市政府：

原為日治時期之臺中州廳，建於 1913 年（大正 2 年）2 月，由日人森山松之助設計，分五期興建至 1934（昭和 9 年）完工。最具特色的部分為入口正立面，受歐陸文藝復興之古典主義影響，強調華麗意象，色彩表現明快。對稱的空間佈局與立面造型，並有古希臘廊柱。並於民國 90 年被文建會選為歷史建築百景之一。

【台中市政府】

【台中市役所】

(3)、臺中火車站：(以下節錄自台中古蹟導覽網)

建於大正六年（西元 1917 年），是日治時代一座仿西方文藝復興時代驛站風格建築，亦是日本政府明治維新運動下的產物。臺中火車站的建築酷似日治時期的臺灣總督府，建物本體中央屋頂飾有華麗之鐘塔，為最醒目之特徵，白色洗石子牆面與紅色磚面相襯，雖經

多年歲月洗禮，在現代看來亦是宏偉無比。臺中火車站扮演多重角色，不單為大眾運輸之脈絡點，亦為貴賓迎送之據點，節慶活動最佳場所及展覽會場與標的物指示等。 民國 84 年臺中火車站倡議改建為現代化火車站，極負時代意義的火車站幾乎不保，在地方人士多方奔走之下，於民國 84 年 4 月 22 日由內政部公告為臺閩地區第二級古蹟，其範圍包括臺中火車站舊廈本體、前門廊及第一月台。

[1]. 臺灣歷史建築百景專輯（行政院文化建設委員會，2003，P62~65）

【台中火車站】

(4)、樂成宮（旱溪媽祖廟）:(以下節錄自樂成宮全球資訊網)

「樂成宮」位置座落於本市東區，興建溯自乾隆 18 年(西元 1753 年)，當地居民祖先渡台開墾，為祈求一帆風順及其墾業順利，遂恭迎湄洲天后宮之「老二媽」金尊一道來台，故奉祀主神為天上聖誕節（媽祖）。民國 74 年經內政部公告核定為國家第三級古蹟。

(5)、萬和宮:(以下節錄自萬和宮全球資訊網)

又稱犁頭店聖母廟，係因地當昔日打製犁頭等農具店舖聚集的「犁頭店街」(今南屯）而得名。 清康熙年間，有卸任浙江定海總兵張國等人至貓霧掠社一帶開墾，並由福建湄涵恭迎媽祖神像護身，平安抵達社地後，感於媽靈佑，於是草創一祠，供奉膜拜。其後，犁頭店墾成，肆街漸次繁榮，乃由張國獻地發起建廟，於雍正四年（西元 1726 年）建成，名為「萬和宮」，供奉俗稱「老大媽」的聖母媽祖寶像。民國 74 年並經內政部公告核定為國家第三級古蹟。

(6)、臺中放送局:(以下節錄自大千廣播電台官網)

於西元 1935 年 5 月 11 日正式開播，是台灣第三個成立的廣播電台，當地路名則取為「電台街」；全台絕無僅有的「電台街」，整條電台街只有一個門牌號碼「電台街 1 號」。走過七十餘年的歷史，西元 2002 年台中市政府將放送局列為歷史建物，是台中市重要歷史建築之一。2005 年，台中市文化局委託大千廣播電台經營管理，大千電台病將「台中放送局」規劃為廣播文物館。

【臺中放送局】

（7）、本市古蹟另有林氏宗祠、張家祖廟、文昌廟、張廖家廟、基善樓，市府官網之古蹟導覽皆有詳述，本研究不再敘明。

2、特色商圈：

（1）、逢甲商圈：

位於逢甲大學周圍，屬商圈夜市類型。以文華路、福興路為核心的區域，另外延伸走進文華路可達逢甲旗艦夜市，目前是臺灣規模最大的夜市之一。以各式豐富小吃、飲料及流行服飾、配件聞名。

（2）、一中商圈：

位於臺中市北區，區域內有臺中一中、臺中技術學院、臺灣體大、國立臺中圖書館、中山公園、孔廟、忠烈祠、雙十國中、力行國小形成大型文教區，另有大型連鎖補習班，故本商圈係以學生之日常需求為主，「便宜又大碗」為商圈飲食之特色，並與中友百貨商圈結合，因此也吸引大批外地觀光客進入。商圈另一特色為同類型商店會聚集，例如育才街西側聚集了十數家知名眼鏡連鎖店、太平路的體育用品店，此外並與三民路婚紗街相接。

【一中街商圈】

(3)、精明一街商圈：

座落在大墩十九街與大隆路內，以露天咖啡行人徒步街道聞名，加上周圍大墩街和大隆商圈急速發展，知名店家已達一百多家，本商圈充滿異國風味且具有獨特性之商圈，其中以「春水堂」聞名於市。

(4)、大隆商圈：

本商圈為瀰漫著歐式異國風情的複合式商店街，從精誠路到東興路之間，短短的距離就有數十家精品名店，是追逐時尚、流行與休閒的購物天堂，與精明一街商圈接連，形成一個大型商圈。

(5)、天津商圈：

本商圈以服飾業聚集聞名，其起自大雅路、終至梅川西路四段，街道兩側聚集約計為數百家服飾店，有「台中五分埔」之稱，另有「穿在天津」美名。另於農曆春節也會舉辦年貨大街。

(6)、電子街商圈：(以下節錄自大台中觀光旅遊網)

電子街位於台中火車站前，已有 30 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，約數十個店家，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，目前銷售商品以電子、電腦、音響為主。

(7)、繼光街商圈：(以下節錄自大台中觀光旅遊網)

本商圈內的商家琳瑯滿目、五花八門，吃喝玩樂一應俱全，有服飾店、小吃店、模型專賣店、眼鏡精品店、金飾珠寶店等等。該商圈並擁有本市最長的行人徒步區，從光復路橫跨過中正路，一直到民權路為止。知名特產有百年老店一福堂的太陽餅、70 年歷史幸發亭的蜜豆冰、繼光香香雞、青草店等，近年以於農曆春節舉辦的「年貨大街」聞名。

(8)、大坑圓環商圈：

本商圈以大坑圓環為中心，結合鄰近商家而形成，圓環上的土地公廟及楓香樹，是當地的著名地標。商圈位置位於東山路、橫坑

巷商街區段，其中以餐飲業居多，特產為東東芋圓、土雞城料理、農特產，其中農特產品，依季節變換則有柑橘、文旦、柚子、荔枝、龍眼、麻竹筍等。

（9）、美術館園道商圈：

本商圈位於國立美術館前綠園道五權西三街、五權西四街。商店以異國風味餐廳居多，道地的異國美食，使得本地成美食愛好者的天堂，另涵蓋服飾、精品、藝廊等，形成獨樹一格的文化商圈。本區某些餐廳外觀設計有著歐式風格，更為熱門婚紗拍攝景點。

（10）、自由路商圈：

商圈以自由路二段兩側為主要範疇，目前有百來家左右的商家，商店涵蓋糕餅業、服飾業、銀行、皮鞋店、皮飾店等，其中名聞遐邇的台中名產－「太陽餅、鳳梨酥」，則為本區代表特產。

（11）、昌平商圈：（以下節錄自大台中觀光旅遊網）

於 97 年 10 月成立的臺中市第 11 個商圈，範圍從文昌東十二街到興安路，20 多家鞋店提供男鞋、女鞋、童鞋、休閒鞋等各式鞋款，除款式相當多元化，而價格方面也是非常實惠。

（12）本市另有忠孝路夜市、中華路夜市，有許多道地台灣小吃、飲品、日常用品可供選擇。

（13）商圈現行問題：

目前本市各個商圈普遍有停車問題、假日容易有交通擁塞問題、環境髒亂等問題，盼市府能與各商圈協調，助其改善上述問題。

3、休閒景點：

（1）、大坑風景區：（以下節錄自縣市旅遊網【旅遊資訊王】）

台中市大坑風景區，面積廣達 3300 公頃，海拔自 112 公尺至 860 公尺，位於台中市東北邊屬北屯區，北接中興嶺，東臨頭嵙山，南接部子坑溪，西臨大里溪。 台中市政府在風景區內設有管理處，並開闢有 10 條步道，通盤連結，登高遠眺、鳥語花香、風光明媚，是登山休閒的好去處。有聞名全省的東山土雞城和中正

露營區。大坑地區出名的農產品有：麻竹筍、柑橘、文旦、文心蘭。

（2）、國立自然科學博物館：（以下節錄自國立自然科學博物館官網）

該館包含有 6 大展示區塊，包括：太空劇場、科學中心、生命科學廳、地球環境廳、人類文化廳、植物園等。永久展示的領域涵蓋天文、物理、地球科學、古生物學、動物學、植物學及人類學等。此外也有隨時推陳出新的臨時展示，因而成為一處重要的科學學習中心。

（3）、國立臺灣美術館：（以下節錄自國立臺灣美術館官網）

於民國 77 年開館，因 921 地震損壞，於民國 93 年整建後重新開館，以視覺藝術為主導，提供各項藝術展覽，典藏並研究台灣現代與當代美術發展特色，提供民眾一個多元化欣賞藝術環境，佔地寬廣，是目前亞洲最大美術館。

（4）、臺中市都會公園：（以下節錄自臺中市都會公園官網）

位於台中縣市交界的大肚山台地，面積 88 公頃，是具有休閒遊憩、環境 保育及環境教育等多功能的大型都市森林公園，規劃目標以提供大型開放空間、廣大的綠地、綠美化的視覺景觀、多樣性的遊憩活動以及自然資源等功能。

（5）、20 號倉庫：

20 號倉庫係指位於台中火車站後站內，興建於日治時期 1930 年代之台鐵原編號為第 20 號到第 26 號共 7 間的連棟貨運倉庫。台鐵多年前將倉庫改造成藝術殿堂，並於 89 年 6 月 9 日正式對外開放。其中 20 號倉庫作為接待、展覽、跨領域藝文活動、辦公及休憩場所，設有主展場定期策劃辦理各式展覽，並有咖啡休憩區[2]。

（6）、臺中洲際棒球場：

座落於本市北屯區崇德路與環中路路口。原名臺中市國際標準棒球場，因紀念啟用後第一場在此比賽的 2006 年洲際杯棒球賽而改為現名，一直到 2008 年 3 月整座棒球場才告全數完工，目前

為本市重要棒球比賽場地。

（7）、圓滿戶外劇場：（以下節錄自台中旅遊網）

號稱亞洲最大的戶外圓形劇場，可容納接近一萬人的空間，仿造古羅馬競技場圓形方式，讓更多民眾可以欣賞在劇場內的各種表演，其中劇場外也結合了表演藝術與戶外休閒生活空間，也設計單車族可以環繞的活動的路線。假日時劇場也常舉辦各種藝文活動，甚至也曾舉辦過圓滿星空電影院讓民眾在廣大的圓形劇場內感受聲音與畫面的震撼力。圓滿戶外劇場是個人文藝術與運動的結合空間，加上綠意盎然的優美環境，可增進民眾人文藝術氣質與紓解壓力。

4、未來重大計畫：

大都會歌劇院：臺中市政府將興建一座符合國際水準的歌劇院，以吸引國際水準之表演團體至本市從事表演、文化活動交流，提供中部地區民眾高水準之欣賞表演空間，提升中部地區之藝文水準，並以戲劇饗宴之方式行銷本市至全世界，並成為台中市一處最佳文化景點。

[2] 城市藝論－文化再造-以 20 號倉庫為例- （張林傑（中正地政所），2008，P10~11）【97 年度臺中市政府及其所屬機關自行研究報告）

二、態勢分析法（SWOT 分析法）：

（一）、所謂「態勢分析法（SWOT 分析法）」，即企業目前所屬狀況的分析，就是將與研究對象密切相關的各種主要內部優勢、劣勢、機會和威脅等，透過調查列舉出來，並依照矩陣形式排列，然後運用系統分析的思想，把各種因素相互組合起來加以分析，從中得出一系列相應的結論，而結論通常帶有一定的決策性[3]。

由上述定義，可以得知態勢分析法（SWOT 分析法）研究對象主要係針對企業 ，而時間點則是目前實際的狀況，運用此種方法，對於所要研究對象當前的所處情境，能夠為整體、系統、精確的研究，從而提供管理者能夠動燭機先、運籌帷幄，也才能知己知彼、百戰百勝，決勝於千里之外！本研究假設本市為一個大企業，遠程目標係如何成為一個「國際『優質』新都」，對於內在的優勢劣勢、外在的機會威脅之探討，能夠謹慎、仔細地娓娓道來。

態勢分析法（SWOT 分析法）係由「S」、「W」、「O」、「T」四個英文字母所構成，代表四個單字，換言之本法由四個觀點所組合而成，茲分述如後：

1. S(Strength)優勢，是在競爭中擁有明顯優勢的方面，如產品品質優勢、品牌優勢、市場優勢等。
2. W(Weakness)劣勢，是指競爭中處於弱勢方面。一個公司具備相當的優勢並不代表它就沒有弱點，廠商只有客觀評論自己的弱勢，所採取的對策才會對企業發展真正有利。
3. O (Opportunity)機會，外部環境（通常指宏觀市場）提供的比競爭對手更容易獲得機會，而這種機會往往能比較輕鬆地帶來收益。
4. T (Threat)威脅，主要指一些不利的趨勢和發展帶來的挑戰，一般是指一種會影響銷售、市場利潤的力量。廠商一般會對可能出現的風險

[3] 請問管理大師們！（王寶玲、陳書凱，2004，P.334）

制定預防和管理的方案。風險本身並不可怕，可怕的是沒有一套預警機制和相應的避免管理風險的機制[4]。

（二）、本市的 SWOT 分析：

1、本市的優勢（S：Strength）：

（1）、**具有大型展覽館及聞名全臺景點**：本市擁有國立自然科學博物館、國立臺灣美術館等大型展覽館，是臺灣其他城市所欠缺沒有的，定期的展覽不但能增長人民知識、陶冶性情，也可吸引外縣市民眾，甚至外國人士的到訪。館外的大片綠地亦可提供本市居民的戶外休閒空間，淨化空氣，另有文英館、臺中市市役所等展覽館。當然本市的地標—「臺中市中山公園」，也不可遺忘，不但具有歷史意義，也具有本市的代表意象！

（2）、**特色商圈獨樹一幟**：本市精明一街商圈、美術館園道商圈，提供眾多的咖啡廳、異國美食，與全國其他都市比較起來可說是絕無僅有；逢甲商圈的豐富美味小吃，更是聞名全國；另外其他商圈也皆具有其特色，筆者建議應可將鄰近的商圈，以連盟方式來共同宣傳、行銷，相信對於商圈的日益繁榮是指日可待，另商圈周圍的街道、行人步道應維持其清潔乾淨，公共設施、指標如有毀損應以補修、重建，當然各商圈最為令人垢病的停車問題，也應仔細規劃，例如商圈於某些時段訂定管制，禁止車輛（含機車）進入，與鄰近商圈的停車場配合，並以接駁車接應方式提供民眾使用，來解決商圈內停車、塞車問題。

（3）、**風味特產**：本市的特產以糕餅聞名於全國，尤以太陽餅、鳳梨酥為最，其中鳳梨酥更為大陸遊客心中伴手禮首選。另本市的豆乾製品也具有與其他地方不同的風味，廣為人們喜愛。

（4）、**觀光飯店眾多且設備完善**：本市觀光飯店大都位於交通便利地帶、分佈於本市各個角落，不但眾多且設備完善，絕對可以滿足外來觀光及商務需求。

[4] 請問管理大師們！（王寶玲、陳書凱，2004，P.335~336））

（5）臺灣一般民眾居住幸福城市第二名：（以下節錄自信義房屋官網）

信義房屋於 2009 年 7 月委託艾普羅民調中心進行的『住在台灣最幸福』大調查顯示：有超過 5 成的民眾覺得住在台灣比歐美還幸福，一般民眾中覺得台北市最幸福，其次是台中市，入選的主因與經濟發展、交通便捷、居住環境佳、教育資源豐富有關。

2、本市的劣勢（W：Weakness）：

（1）、**清泉崗機場國際航線涵蓋範圍過小**：

清泉崗機場目前航線以國內航線及對大陸地區部分城市為主，另有少數亞洲城市航線（如香港、胡志明市），如要前往歐美及其他亞洲國家，勢必要至桃園國際機場或高雄國際機場搭乘，與北、高兩市交通地理優勢比較，必須付出更多時間成本，可說是費時費力。如將來有機會應可朝與大陸、南亞、中亞國家談判，使清泉崗機場航線可達歐洲、非洲、及南亞、中亞國家，進而使得本市國際化目標，可更往前一步邁進。

（2）、**舊市區衰退嚴重**：

都市從發展、繁榮到衰退，是世界上每個都市必經的過程，有些都市至今仍繁華如舊，但有的早就已敗壞嚴重，甚至退出歷史的舞台。本市舊市區中心為火車站附近一帶，過去也有繁榮盛況，然因諸多因素使得原本舊市區設計不敷現今人口使用、市容建築衰敗，再加上市中心外移，遊客不再對舊市區中心有太多的駐足，在如此惡性循環之下，舊市區功能日益退化、環境髒亂，容易導致市容不堪，甚至成為都市之瘤，讓外來的訪客有不良印象，故火車站附近一帶應以整體規劃思維，以都市更新為手段讓城市能夠回春再造，當然本市其他市容衰敗地區，也應刻不容緩逐一實施再造。

【攝於火車站-中山路】

（3）、**本市內部交通運輸系統尚未完備**：目前本市的內部交通運輸主要以公車系統、計程車為主，與臺北市、高雄市相較之下，則相形見拙，主要兩市目前皆有快捷便利之捷運系統，本市雖早已規劃，然至今卻仍尚未動工，另於未來動工、驗收及運作時，應以兩市為殷鑒，詳細確實運籌帷幄，千萬不可急救章，否則未來將導至付出更多機會成本。

3、本市的機會（O Opportunity）：

（1）、**兩岸宜遊城市第一名**：

依 98 年 07 月 10 日中國時報頭版報導，據中國城市競爭力研究會日前公佈的“二○○九年兩岸城市分類優勢排行榜”顯示，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的“宜遊城市”排行，本市高居第一名，緊追在後的有重慶、秦皇島、張家界等，這對於本市推動觀光有莫大注益。

（2）、**臺中縣市合併成直轄市的契機**：

前述在今年（98 年）6 月 23 日經內政部審查通過臺中縣市將於 99 年年底合併升格直轄市改制案，使得大臺中市面積達 2214.89 平方公里，總人口數已達 260 萬人，讓本市原僅是一個地方城市，得以變成一個大都會區，升格將使得預算可以大幅增加，加速建設本市低度開發及未開發地帶，提供優質及健全之公共設施，讓本市成為一個國際優質新都，得以再進一步邁進。

（3）、**大都會歌劇院的興建**：

落成後將提供各類藝術表演，提升本市文化氣息及帶來觀光人潮。

（4）**水湳經貿園區開發案的推動**：

本案係以原水湳機場為範圍，目標將建設涵括有大學城、超大型公園、巨蛋棒球場以及會展中心等之計畫構想，不但使本市原本區域功能受限的土地利用更為完整，更可增進本市繁榮及提升競爭力，相信與臺北、高雄並駕其驅，是指日可待！不過本開發案目前呈現停滯，市府應於作好充足準備及計畫後，再持續推動整個開發案進行。

4、本市的威脅（Threat）：

（1）、**過多直轄市的競爭**：

臺灣原已有臺北市、高雄市兩個直轄市，如今又有臺北縣、臺南縣市、高雄縣市，同時升格，這會導致過多的直轄市彼此競爭，而且財務預算獲得在餅未做大情況下，恐不如預期，自籌財源問題仍可能嚴重。而且其他直轄市鄰近之國際機場較本市鄰近之臺中清泉崗機場國際航線多樣且更無遠弗界，讓國外旅客參訪機會較本市為高。

（2）、**本市特產與其他縣市同質產品競爭激烈**：

本市最著名特產太陽餅與鳳梨酥，在其他縣市也有同質產品生產，也同樣享有高知名度，例如臺北市政府舉辦臺北鳳梨酥文化節活動，來推動、宣示其為臺灣之領導品牌城市。

（三）、本市的 SWOT 分析圖

	對達成目標有幫助的	對達成目標有害的
INTETAL 內部 （組織）	本市的優勢（Strength）	本市的劣勢（Weakness）
	1、具有大型展覽館及聞名全臺景點 2、特色商圈獨樹一幟 3、風味特產 4、觀光飯店眾多且設備完善 5、臺灣一般民眾居住幸福城市第二名	1、清泉崗機場國際航線涵蓋範圍過小 2、舊市區衰退嚴重 3、內部交通運輸系統尚未完備
EXERTAL 外部 （環境）	本市的機會（ Opportunity）	本市的威脅（Threat）
	1、兩岸宜遊城市第一名 2 臺中縣市合併成直轄市的契機 3、大都會歌劇院的興建 4、水湳經貿園區開發案的推動	1、過多直轄市的競爭 2、本市特產與其他縣市同質產品競爭激烈

（自行整理）

（四）、本市運用 SWOT 分析法的評析：

1、積極推展觀光：

本市被大陸研究單位評為兩岸宜遊城市第一名，係因本市具有大型展覽館、聞名全臺的景點、獨樹一幟的特色商圈、美味的特產、眾多且設備完善的觀光飯店等，在外部機會良好、內部條件有利情況下，應採取成長形戰略，所以本市應加強行銷、積極推展觀光。

2、打造更優質居住空間：

本市氣候宜人，加上經濟發展、交通便捷、居住環境佳、教育資源豐富等因素，使得本市成為臺灣一般民眾居住幸福城市第二名，無論是豪宅、華廈、或透天厝，皆能滿足各方對於「住」的需求，所以本市應增進綠地配置、早日完成大眾捷運系統、加強治安維護等，使得居有得「所」，並居有得「安」！

3、改善城市風貌、加強都市設計：本市開發的歷史迄今已有三百年，由於開發年代久遠，加上天災人禍，使得原本老舊社區街道逐步風化，產生折舊現象，久而久之因無人管理維護，終成衰敗破舊，嚴重影響市容。故應以都市更新等手段，對於有歷史價值之建築文物應整修維護，對於需重建改造者，應為整體規劃並加強都市設計，以重塑城市新風貌。

第四章 本市行銷策略

在前面章節我們得知了本市的優勢、劣勢、機會、威脅，未來本市應以「觀光之城、良居之城」來成為國際優質新都，雖然本市也是一個工商發達城都，然大部分為中小企業，國際性大企業寥寥無幾，故本市邁向國際優質新都之路，應以觀光、居住的城市為方向。為了達成前述目標，更需加強行銷，所謂「行銷」，依美國市場行銷協會下的定義是：「行銷是創造、溝通與傳送價值給顧客，及經營顧客關係以便讓組織與其利益關係人受益的一種組織功能與程序。」[5]。本研究以「行銷組合（4P）」為研究範疇，所謂行銷組合是指行銷活動的四大單元，包括產品、價格、通路及促銷等四項，通常這四者要互相搭配，不可各自為政，才能提高行銷的效果。

一、行銷組合（4P）：

行銷組合四大單元為產品策略（**P**roduct）、價格策略（**P**rice）、通路策略（**P**lace）、促銷策略（**P**romotion），茲分述如下：

(一)、產品策略：

企業提供目標市場的是產品組合，它是由多條產品線構成，每條產品線有許多產品項目，每一產品項目則包括實體產品以及它的品牌、包裝和服務。企業必須決定它在產品組合、產品線、產品項目、品牌、包裝和服務等六個產品要素上的做法[6]。

(二)、價格策略：

價格會決定企業的總收入，而價格又為企業從事市場競爭之主要手段，考量的基本因素包括產品性質、需要性質、成本性質、競爭狀況[7]。

(三)、通路策略：

自總體行銷觀點，生產者與消費者之間缺口彌補，有賴產品、情報及貨幣之流通。以上三者之流通，則主要透過市場分配通路方能進行，而分配通路，是由生產者與消費者之間的各種中間機構所組成，包括零售者、批發商、中間代理商。[8]

[5] 行銷管理學（榮泰生，1997，P.01）

[6] 企業概論（司徒達賢、李仁芳、吳思華，1985，P.301）

[7] 企業概論（司徒達賢、李仁芳、吳思華，1985，P.332）

(四)、促銷策略：

為了彌補市場供需之間缺口以達到預期的溝通效果，企業常可透過不同之頻道、設計不同的信息，選擇不同的時間或頻率。而且為了達到最大的協調效果，對於這些不同的安排可同時進行，包括銷售促進、廣告、銷售團隊、促銷、公共關係[9]。

二、本市於行銷組合（4P）之運用：

城市和企業最大的相異處，在於城市以「公益」為宗旨，而企業則以「私益」為訴求。為了促進城市的永續經營、居民的最大利益的宗旨，對外不可採鎖國政策，反而必須更加強市政建設，積極的「行銷」。本市欲成為國際優質新都，對內應加強各項建設、改善環境、除惡（城市之惡）務盡，對外則應積極行銷、國際參與、提供完善服務，本單元以行銷組合（4P）分析來探討本市之行銷策略，茲分述如下：

(一)、產品策略：

本市提供目標市場的產品組合含有觀光、居住、產業、消費、運動、文化等產品線，而目標市場小則本島、大則亞洲，甚至放眼全世界。產品組合所具備的產品線愈多，則廣度愈大，對於每條產品線則須有其適合的行銷策略，為各類產品目打造品牌再透過包裝、提供優質服務。本市產品策略透過下列表列，以舉例方式來加以探討：

[8] 企業概論（司徒達賢、李仁芳、吳思華，1985，P.360，361）

[9] 企業概論（司徒達賢、李仁芳、吳思華，1985，P.340）

產品線 產品策略	觀光	居住	產業	消費	運動	文化
產品項目	夜市、商圈	豪宅、套房	電子業、機電業	購物、辦年貨	棒球、路跑	藝術表演、藝術品展覽、燈會
品牌（代表）	逢甲夜市、一中商圈、太陽餅	7期豪宅、優質建商興建	中科科學學園區、台中精密機械園區	百貨公司年終慶、繼光街年貨大街	中華職棒、世界杯（棒球）、舒跑杯（路跑）	爵士音樂節、元宵節燈會
包裝	便宜美食、媒體宣傳、台中特產	政府優惠房貸、家具家電贈送、媒體宣傳明星代言、樣品屋	國內大廠、優渥分紅	產品折扣、聯合促銷、贈送會員禮、廣告等	明星代言、表演、摸彩等	邀請知名表演者、媒體宣傳、大型主燈及造型花燈展示
服務	飲食、醫療、運輸等	停車、飲料、模型展示、現場人員銷售等	停車、飲食、休閒設施等	停車、廁所、交通指揮、運輸、送貨等	飲食、醫療、運輸、補給、紀念品販賣等	廁所、交通指揮、運輸、紀念品販賣等

（自行整理）

(二)、價格策略：

本市提供目標市場的產品線可交互搭配，於訂立價格策略時，可提供豪華型及國民型價格套裝，茲分述如下：

產品線 價格套裝	觀光	居住	產業	消費	運動	文化
豪華型	健康檢查、五星級飯店住宿、渡假中心	豪宅、飯店式管理住宅	博奕、精品、古董	購物中心VIP之夜、精品店	賽車、賽馬、高爾夫	大都會歌劇院的表演、世界知名歌手演唱
國民型	古蹟采風、品嚐著名小吃、大坑步道踏青	公寓、國民住宅、套房	婚紗、小吃、服飾	夜市、平價商店、跳蚤市場、傳統市場	棒球、籃球、壘球、排球	廟會、露天電影、公營展覽館、公辦表演節目

（自行整理）

(三)、通路策略：

行銷本市的通路可從虛擬、實體、大眾傳播工具、異業結合等方面探討，茲分析如下：

1、虛擬行銷的通路：

可由本市及其所屬機關、學校之官網推薦介紹、入口網站首頁（例如：Google、雅虎）為廣告行銷或連結、專家部落格推薦、YOTUBE網站影片分享本市美景等。

2、實體行銷的通路：

包括車站、旅遊服務中心、飯店、機場、便利商店、書局、駐外單位、購物中心等機關張貼廣告、提供諮詢服務。

3、大眾傳播工具：

電視的專題報導及廣告、電影的廣告、廣播的專題播送、偶像劇及電影的拍攝等，例如電影「海角七號」的熱賣，造成恆春、墾丁再度掀起一陣觀光熱潮。又例如最近火熱的電視偶像劇「痞子英雄」，讓高雄市達到相當宣傳效果。

4、異業結合：

透過異業結合會更節省成本及一定助益，例如：便利商店的行程販賣、旅遊業的主題旅遊等。

(四)、促銷策略：

推動本市的促銷策略，除了運用通路策略之外，另外的促銷策略茲分述如下：

1、推動「**體驗行銷**」：Schmitt（1999）對於體驗行銷之定義為：基於個別顧客經由觀察或參與事件後，感受某些刺激而誘發動機產生思維認同或消費行為，進而增加產品價值[10]。體驗行銷是在於強調顧客的體驗，視顧客為理性及感性的動物，讓顧客心有戚戚焉，產生認同感因而去追尋、消費，講求內心感受，和傳統行銷大不同，傳統行銷講求產品的性能和效用，顧客為理性決策者，講求產品本身的外表[11]。例如可舉辦古蹟及老街文化之旅、古早味美食

及傳統技藝之旅、大坑農村體驗等。

2、中部縣市採「合縱」、「連橫」結盟，進行**團體行銷**：中部縣市計有苗栗縣、臺中縣、臺中市、彰化縣、南投縣、雲林縣 6 個縣市，而本市剛好位於中間核心地帶，本市如要憑一己之力，來對外推展觀光、產業、特產等，恐可提出的產品組合過於單調、替代方案少，本市可採「合縱」結盟（即縱向聯合其南北縣市）、「連橫」結盟（即橫向聯合其東西縣市），結合其他縣市資源、產業，以發揮團體利量，使得可提出的產品組合多元、可選擇替代方案多，故增加各縣市收益效果是可預期的，例如：中部縣市觀光護照、中部縣市特產聯合促銷等。

3、推動**體育行銷**：本市體育風氣盛行，諸如棒球、自行車、跑步、籃球等，也常舉辦大型國際賽事，例如洲際杯棒球賽、世界杯棒球賽等，另有舒跑杯慢跑賽，本賽事未來應可朝國際馬拉松比賽邁進。筆者於數年前在美國職棒大聯盟季後賽電視轉播上發現，因我國選手王建民、郭泓志表現優異，轉播單位特別將兩人故鄉─台南市，於秀出之臺灣地圖上特別標示出來，免費為臺灣及台南市做一次宣傳，造成國際能見度因而提高。由上例可得知，藉由舉辦大型賽事，絕對可以達到宣傳效果！

4、推動**文化行銷**：

筆者今年 4 月的歐洲旅遊，參訪了維也納、布拉格，兩都市擁有豐富的歷史古蹟文物，並都被聯合國教育科學文化組織評選為「世界遺產」，因列為世界遺產不但是一種榮譽，也是旅遊的保證，這是未來本市可努力的目標，對於有紀念價值之文化遺產、老街應妥善規劃、維護，未來本市成為國際觀光大城，必定是可付諸實現的！

---

[10] 王育英、梁曉鶯譯，Schmitt, B.H.著（2000）體驗行銷，台北：經典傳訊文化，P79。

[11] 彭映淳，2007，「客家文化產業與體驗行銷： 以東勢庄生活體驗為例」，國立中央大學客家政治經濟研究所碩士論文，P.13~19

第五章 研究發現與建議

本市即將於明年底（99 年 12 月）和臺中縣合併升格為直轄市，這是本市人民長久以來共同的心願，為了使本市成為優質的國際新都，綜合前面研究本市應以「風」、「林」、「火」、「山」為四大未來發展主軸，本研究的「風」、「林」、「火」、「山」和孫子兵法、日本武將武田信玄所主張的「風、林、火、山」軍事戰略不同，茲分述如下：

一、如「風」的交通運輸：

擁塞的交通是許多城市的夢魘，本市也有相同困境，尤其是上、下班時間，一旦氣候不佳加上豪大雨情況，促使得更多車輛上路，會造成交通運輸情況更是雪上加霜。故本市要邁向國際優質新都，需要有如「風」的交通運輸，所謂如「風」的交通運輸即是快速便捷的交通運輸，故捷運系統的建立實刻不容緩，當然最近台北捷運問題連連，應為本市殷鑑，於將來本市在興建、營運捷運系統上，更應妥善規劃。另外應建議中央許可臺中清泉崗機場未來可提供更多國際航線，也是本市具備如「風」的交通運輸，相當重要因素之一。

二、如「林」的居住品質：

本市具備氣候怡人、公共設施充足、教育資源豐富、綠化充足等要素，使得本市成為臺灣地區一般民眾票選居住幸福城市第二名，然而本市居住環境仍有老舊衰敗現象、建築用材不良等現象。為了解決本市的市容老舊衰敗，應採用都市更新、市地重劃、權利變換等手段。至於建築用材不良恐會影響人體、污染環境，如有發現重度污染之建築物，應協調居民搬遷並拆除，對於自現在起及以後建築之建築物，應採符合「綠建材」興建之「綠建築」，所謂「綠建材」，依內政部建築研究所定義係指對人體健康不會造成危害的建材。換言之，健康綠建材應為低逸散、低污染、低臭氣、低生理危害特性之建築材料。對健康綠建材的評估與選用，即在避免有害健康建材進入室內空間，短期造成使用者身體不適，長期危害使用者的健康。健康綠建材的評估要項除了將禁用之有毒物質的規範納入通則外，另外針對國內較為普遍使用的化學物質，依人體健康許可範圍限制其含量。

目前訂定之指標僅為負面表列基礎有害物質的管制，未來將對人體健康有益的成分也納入正面表列考量。所謂「綠建築」,(以下節錄自高雄市政府工務局）係指在建築生命週期中（指由建材生產到建築物規劃、設計、施工、使用、管理及拆除之一系列過程)，消耗最少地球資源，使用最少能源及製造最少廢棄物的建築物。簡而言之：所謂綠建築就是生態、節能、減廢、健康的建築。推動「綠建築」是目前的趨勢，故本市對於新建築申請、舊建築維護，應嚴格要求遵守相關規定。

三、如「火」的體育活動、賽事：

本市最著名的運動為火球─棒球，不但各級球隊完善且具備一定水準實力，常在國內賽事名列前矛、奪得錦標，而且本市擁有兩座具備國際水準標準球場，本市應可考慮常舉辦國內及國際賽事，增加本市國內及國際能見度。另外目前最夯的運動為風火輪─自行車，從清晨天空微亮到夜幕低垂，街道上常可見到騎乘的民眾，然而自行車道雖有規劃但部分卻不完善，常有和機車、汽車爭道情形，再加上部分騎士不遵守交通規則，實令人為他們捏一把冷汗，市政府應要再妥善規劃車道及宣導交通規則；另於賽事方面則可考慮舉行環臺中比賽、大坑登山賽。另其他運動如籃球三對三街頭鬥牛比賽、街舞比賽、舒跑杯慢跑賽事等，則應持續與予鼓勵。

四、如「山」的古蹟、藝文活動：

山代表的意義是歷史悠久、永續經營、地位崇高，對其仰之彌高，鑽之彌堅，舉凡有歷史價值的建築、老街、藝術、技藝等，皆是前人留給我們後代子孫的國家寶藏，不論是先民開墾、外國殖民、政府播遷來臺或是近年開發興建，都是這個城市的歷史及內涵，我們更需包容以對，因此政府不但應要持續推動、鼓勵保存優質文化，民眾也應以本市擁有之優質文化為榮，共同維護、一起珍惜，也冀望多年以後，本市的文化遺產也能被聯合國教育科學文化組織評選為「世界遺產」。

在瞭解本市的優勢、劣勢、機會、威脅，並透過包裝，以「風」、「林」、「火」、「山」為四大未來發展主軸，透過行銷策略，以增強國際能見度、提昇本市之國際地位，方能營造一個優質國際新都，這個目標並非海市蜃

樓般虛幻而高不可攀，當然也非近在咫尺而一蹴可幾，過程是艱辛、遙遠、不可預期的，期盼市府能洞燭機先、運籌維幄，當然民眾也應熱烈支持、戮力參與，在上下一心、不分藍綠之下，攜手致力於營造本市成為一個優質的國際新都，盼共勉之！

參考文獻及資料

一、書籍及論文：

1、臺灣歷史建築百景專輯（行政院文化建設委員會，2003 年 3 月，P62~65）

2、城市藝論－文化再造-以 20 號倉庫為例-（張林傑（中正地政所），2008，P10~11）【97 年度臺中市政府及其所屬機關自行研究報告】

3、請問管理大師們！（王寶玲、陳書凱，2004 年 4 月，P.334）

4、行銷管理學（榮泰生，1997 年 3 月，P.01）

5、企業概論（司徒達賢、李仁芳、吳思華，1985 年 8 月，P.301）

6、王育英、梁曉鶯譯，Schmitt, B.H.著（2000）體驗行銷，台北：經典傳訊文化，P.79。

7、彭映淳，2007，「客家文化產業與體驗行銷： 以東勢庄生活體驗為例」，國立中央大學客家政治經濟研究所碩士論文，P.13~19

二、報紙資料：

8、1、98 年 7 月 9 日聯合報

9、2、98 年 07 月 10 日中國時報頭版

三、網路資料：

1、維基百科 http://zh.wikipedia.org/w/index.php?title=%E8%87%BA%E4%B8%AD%E5%B8%82&variant=zh-tw

2、臺中旅遊網 taichung.network.com.tw/160.html

3、台中古蹟導覽 www.tccg.gov.tw/sys/unit/tour/tour-8.htm

4、樂成宮全球資訊網 http://www.lech.org.tw/about_us.htm

5、萬和宮全球資訊網 http://www.wanhegong.org.tw/Default.htm

6、大千廣播電台 http://www.fun-sound.tw/history_tai_build.php

7、國立自然科學博物館官網 ttp://www.nmns.edu.tw/nmns/01intro/index.htm

8、國立臺灣美術館官網 http://www.ntmofa.gov.tw/

9、臺中市都會公園官網 http://taichungmp.cpami.gov.tw/

10、台中旅遊網 http://taichung.mmmtravel.com.tw/index_m.php?ptype=ieb

11、台中市政府全球資訊網 http://www.tecg.gov.tw//

12、大台中觀光旅遊網 http://travel.tccg.gov.tw/business/index.asp

13、縣市旅遊網（旅遊資訊王）
http://travel.network.com.tw/subtaiwan/3.html

14、台中市大都會歌劇院官網 http://www.tmoh.com.tw/index-main.htm

15、信義房屋官網 http://www.sinyi.com.tw/

16、內政部建築研究所
http://abri.gov.tw/utcPageBox/CHIMAINHP.aspx?ddsPageID=CHIM

17、高雄市政府工務局 http://pwb.kcg.gov.tw/index.asp